

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 23-29 พฤษภาคม 2563

รुकตลาด “อีคอมเมิร์ซ” ทางรอดของธุรกิจหลังโควิด-19

ขณะนี้แม้ว่ารัฐบาลหลายประเทศ รวมถึงแคนาดาเองได้เริ่มผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด -19 แล้ว โดยที่ผ่านมารัฐกิจร้านอาหาร ห้างร้านต้องปิดตัวเป็นเวลานานกว่า 2 เดือนเพื่อยับยั้งการแพร่ระบาด โดยไม่นานมานี้ได้เริ่มทยอยเปิดเพื่อให้ธุรกิจสามารถเดินหน้าทำการค้าได้ต่อไป



นาง Marina และนาย Mark Nunes เจ้าของกิจการร้าน Mark Nunes จำหน่ายเสื้อผ้าแบรนด์หรู และรับตัดสูทเสื้อผ้าแบรนด์ดีไซน์เนอร์ตนเองในเมืองวอเตอร์ลู

ภาพจาก canadapost.ca

รัฐออนแทรีโอ หนึ่งในร้านค้าปลีกที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการล็อกดาวน์ ให้สัมภาษณ์ว่า ในอดีตทางร้านไม่ได้ติดตั้งระบบช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ มีเพียงแค่วีเบไซต์เพื่อแสดงหน้าร้านและตัวอย่างเสื้อผ้าภายในร้านเท่านั้น เพราะลูกค้าจะเป็นลูกค้าประจำและประเภท walk in ซึ่งก็รู้สึกว่าการช่องทางขายอีคอมเมิร์ซมีความจำเป็นมากนัก เพราะก็ถือว่าตนเองเป็นธุรกิจแบบ SMEs ซึ่งเป็นความคิดที่ทำให้ธุรกิจเสียเปรียบการตลาดพอสมควร แต่หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 นี้แล้ว สิ่งแรกที่ทางร้านจะต้องทำคือ การปรับเปลี่ยนเว็บไซต์ของทางร้านฯ โดยจะเพิ่มข้อมูลสำหรับวัดตัวลูกค้าเพื่อการเลือกซื้อเสื้อผ้า และที่แน่นอนคือการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ เพราะเจ้าของกิจการทั้งคู่มองรับว่าในช่วง 1-2 เดือนที่ผ่านมา การค้าขายอีคอมเมิร์ซ คือ สิ่งจำเป็นของธุรกิจค้าปลีกในการแข่งขันในตลาด

นาย Michael LeBlanc ที่ปรึกษาธุรกิจค้าปลีกจากหน่วยงาน Retails Council of Canada ได้ให้ข้อมูลว่า ธุรกิจอีคอมเมิร์ซในแคนาดาขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 8-10 โดยที่เห็นภาพการเติบโตชัดเจนในตอนนี้คือ ธุรกิจโกรเซอร์ออนไลน์ที่เห็นการขยายตัวอย่างน้อยร้อยละ 10-12 จากเดิมก่อนช่วงโควิด-19 ที่มีการขยายตัวเพียงร้อยละ 2 เท่านั้น

อย่างไรก็ดี Sarah Wilner รองศาสตราจารย์สาขาการตลาดจาก Wilfrid Laurier University's Lazaridis School of Business and Economics เห็นว่า ธุรกิจต่าง ๆ และลูกค้าจะอยู่ในสภาวะนิวนอร์มอล (new normal) หรือมาตรฐานใหม่ในด้านต่าง ๆ ของสังคมที่เกิดขึ้นหลังการระบาดของโรคโควิด-19 และอาจเป็นเรื่องท้าทายสำหรับธุรกิจค้าปลีกเกือบทั้งสิ้น

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☒ แนวโน้มการตลาด ☒ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่น ๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ
อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Centre, Vancouver
1009-1166 Alberni St.
Vancouver BC V6E 3Z3 Canada

Tel: +1(604) 687 6400
Fax: +1(604) 683 6775
Email: vancouver@thaitrade.ca

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 23-29 พฤษภาคม 2563

นอกจากนั้น Martin Qiu รองศาสตราจารย์สาขาการตลาดจากสถาบันฯ เดียวกัน ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า การใช้เครื่องมือของอีคอมเมิร์ซเพื่อรับมือการค้าขายหลังสถานการณ์โควิดผ่านพ้นไปนั้น แต่ละธุรกิจคงเป็นไปในทิศทางที่แตกต่างกัน อาทิ ร้านค้าที่จำหน่ายหนังสือหรือเครื่องใช้ไฟฟ้า ก็สามารถทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ค่อนข้างง่ายกว่าสินค้าประเภทเสื้อผ้าหรืออุปกรณ์กีฬา ที่ในอดีตลูกค้ามักจะต้องเดินไปเลือกซื้อภายในร้าน แต่หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 นี้แล้ว ร้านเสื้อผ้าคงต้องปรับเปลี่ยนการตลาดหรือการให้บริการใหม่ ๆ ที่ใช้แข่งขันในตลาดเดิม เพื่อความปลอดภัยและความสะดวกของลูกค้าตามมา

ความท้าทายของธุรกิจออนไลน์ในแคนาดา คือ ระยะเวลาการจัดส่งสินค้าที่ค่อนข้างไกลในแต่ละพื้นที่ ส่งให้ต้นทุนค่าขนส่งจากผู้ขายถึงผู้ซื้อค่อนข้างสูง ดังนั้นแล้วร้านค้าปลีกจำเป็นต้องประยุกต์ทางเลือกสำหรับการค้า อาทิ การจัดจุดรับสินค้าสำหรับลูกค้าที่สั่งผ่านออนไลน์ หรือการเช่าตู้เก็บของชุมชน (Third party Locker) เพื่อให้บริษัทรับส่งสินค้าสามารถขนส่งสินค้าหลาย ๆ ชิ้นในคราวเดียวกัน ก็อาจเป็นการลดต้นทุนได้อีกวิธีทางหนึ่ง

ท้ายสุดนี้ รองศาสตราจารย์ Wilner กล่าวเพิ่มเติมว่า ผู้บริโภคส่วนมากจะกลับไปใช้บริการซื้อสินค้าในร้านค้าเช่นเดิม แต่ต้องอาศัยระยะเวลาที่นานพอสมควรและแรงจูงใจ บวกกับการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) ที่เป็นรูปแบบการโฆษณาที่มุ่งเน้นให้ผู้บริโภครำลึกถึงเรื่องราวร่วมกับแบรนด์สินค้ามา เพื่อนำมาสื่อสารกับลูกค้าในการนำลูกค้ากลับมาเช่นในอดีต

ที่มา: <https://www.therecord.com/news/waterloo-region/2020/05/06/e-commerce-in-a-post-pandemic-world.html>

ข้อคิดเห็นของสำนักงาน : สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เป็นสิ่งที่ไม่มีธุรกิจใดคาดคิดมาก่อนว่าจะเกิดขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อการใช้ชีวิตของคนทั่วโลกและเศรษฐกิจทั้งระบบหยุดชะงักลง ขณะนี้ก็ถือเป็นช่วงที่สถานการณ์เริ่มดีขึ้นจากการที่รัฐบาลออกมาตรการคลายล็อกดาวน์ในหลายธุรกิจ โดยจากนี้ ธุรกิจต่าง ๆ ก็พยายามหาช่องทางการขับเคลื่อนและพร้อมที่จะปรับตัว เพื่อให้สอดคล้องมาตรฐานใหม่ในด้านต่าง ๆ ของสังคม (New Normal) และให้ธุรกิจตนเองนั้นอยู่รอด

สำหรับผู้ประกอบการค้าปลีกเอง อาจต้องปรับเปลี่ยนสินค้าและบริการเพื่อหาตลาดใหม่ หรือขายสินค้าผ่านช่องทางการขายใหม่ โดยช่องทางการค้าออนไลน์หรืออีคอมเมิร์ซถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะเข้าถึงตัวผู้บริโภคได้ดีที่สุดที่ยุคสมัยนี้ ผ่านการทำตลาดสมัยใหม่ ทำโฆษณาออนไลน์ เช่น การคอมเมนต์ การรีวิว หรือการใช้บล็อกเกอร์เข้ามาสนับสนุน ฯลฯ นั้น ถือเป็นการลงทุนด้านเทคโนโลยีที่ผู้ประกอบการค้าปลีกควรทำเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะมีการเปลี่ยนแปลงในอนาคต