

ข่าวเด่นรายสัปดาห์
โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 13-19 มีนาคม 2564

รู้จัก 4 เทคโนโลยี บริหารงานธุรกิจค้าปลีกยุคใหม่

ในวันที่ธุรกิจค้าปลีกมีการแข่งขันสูงขึ้นเรื่อย ๆ ไม่ว่าจะต้องสู้กับร้านค้าออฟไลน์ (offline) ด้วยกัน หรือค้าปลีกออนไลน์ที่มีผู้เล่นใหม่เข้าสู่ตลาดค้าปลีกมากขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะเมื่อหลายคนกล่าวถึงการค้าหลัง COVID-19 หรือยุค New Normal ต่างๆ นานา หากจะทำแค่ออฟไลน์และออนไลน์เพียงอย่างเดียวคงไม่พอ ดังนั้นแล้ว การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ ด้วยการมีข้อมูลอัพเดทเสมอ เพื่อปรับตัวให้ทันคู่แข่งและตามพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นเรื่องสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเทคโนโลยีบริหารจัดการสินค้าบนชั้นวาง การชำระเงิน การใช้ระบบหุ่นยนต์ (AI) ภายในพื้นที่ขายของห้าง และแอปพลิเคชันการจัดคิวเข้าร้าน

1. นวัตกรรมชั้นวางสินค้า (shelf-level innovators)

ในรอบปีที่สถานการณ์ COVID ระบาดผ่านมานั้น พบว่า ผู้บริโภคมีการจับจ่ายสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตมากขึ้นเป็นพิเศษ ผู้ประกอบการต่างต้องพยายามหาเทคโนโลยีมาช่วยเหลือในด้านสินค้าคงคลังภายในร้านมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยล่าสุดห้างค้าปลีก Walmart ได้ลงทุนเทคโนโลยีกล้องวงจรปิดสำหรับติดตามจำนวนสต็อกสินค้าบนชั้นวาง (Shelf Camera) เพื่อให้สามารถติดตามความเคลื่อนไหวของสินค้าแบบทันที (real time) และระบบสามารถแจ้งเตือนพนักงานมาเติมสินค้าเมื่อสินค้าบนชั้นวางเหลือน้อย ส่งให้ลดปัญหาสินค้าหมดบนชั้นวาง และลดความหงุดหงิดของลูกค้าเมื่อเวลาที่ไม่พบสินค้าที่ต้องการ

อย่างไรก็ดี นาย Robin Sahota ผู้อำนวยการฝ่ายดูแลร้านค้าปลีกในแคนาดา บริษัท Accenture ซึ่งดำเนินธุรกิจให้คำปรึกษาสำหรับธุรกิจร้านค้าปลีก เห็นว่า เทคโนโลยี Shelf Camera ยังคงค่อนข้างใหม่สำหรับร้านค้าปลีกในการใช้งานในวงกว้าง หากเทียบกับเครื่องมือป้ายบอกราคาสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Shelf Labels : ESLs)



ที่มองว่าจะถูกนำมาใช้ในห้าง/ร้านค้าปลีกอย่างแพร่หลายมากกว่า โดยจุดเด่นของป้ายอัจฉริยะนี้ จะแสดงราคาสินค้าแบบ real time โดยสามารถตรวจสอบ เทียบเคียงและเปลี่ยนแปลงราคาได้ตามคู่แข่ง หรือตามโปรโมชั่นสินค้าต่างๆ อย่างรวดเร็ว ซึ่งแทนที่พนักงานจะต้องมาเสียเวลาเปลี่ยนป้ายราคาสินค้าบ่อยครั้ง ก็ให้หันไปทำงานหน้าที่อื่นดีกว่า นอกจากนี้ ในอนาคตป้าย ESLs นี้ยังสามารถบรรจุข้อมูลด้านสินค้า อาทิ แหล่งที่มาสินค้า ข้อมูลด้านโภชนาการ รวมถึงการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ และทางร้านสามารถสื่อสารเชื่อมโยงกับลูกค้าได้อย่างทันที

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 Street
Vancouver BC V6E 3Z3 Canada

Phone: +1 604 687 6400
Fax: +1 604 683 6775
Email: vancouver@thaitrade.ca

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 13-19 มีนาคม 2564

2. เทคโนโลยีการชำระเงินที่ทันสมัย (How to you want to pay?)

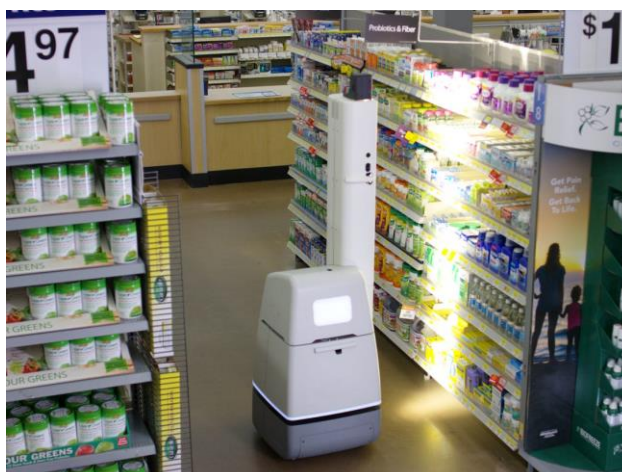
ตามข้อมูลของ *Canadian Payments : Method and Trends 2020* พบว่า ทุกวันนี้ชาวแคนาดาเลือกชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 77 ของรูปแบบการชำระเงินทั้งสิ้น นอกจากนี้ ในช่วงสถานการณ์ COVID ระบาด ยังพบว่า ชาวแคนาดาร้อยละ 40 ปฏิเสธที่จะซื้อสินค้าหรือบริการจากร้านค้าที่ไม่ได้รับระบบชำระเงินที่ไร้การสัมผัส (Contactless)

ในการนี้ นาย Andrew Holyome ผู้อำนวยการระดับสูงหน่วยงาน Payments Canada ได้เผยถึงทิศทางและรูปแบบการชำระเงินที่จะเข้ามาใช้อย่างหลากหลายในอนาคต อาทิ การชำระเงินผ่านทางนาฬิกาข้อมืออัจฉริยะ ซึ่งมีฟังก์ชันในการชำระเงินไร้สัมผัสบนหน้าจอ ที่ผู้ซื้อสินค้าเพียงแตะนาฬิกาข้อมือที่เครื่องจ่ายเงินก็สามารถทำการชำระเงินเรียบร้อยแล้ว ดังนั้นแล้ว จึงเป็นหน้าที่ของพนักงานในร้านค้าต่างๆ ต้องตามความเคลื่อนไหวให้ทัน เพื่อจะได้ทราบว่าลูกค้ากำลังทำกิจกรรมอะไรอยู่

นอกจากนั้น เทคโนโลยีการชำระเงินค่าสินค้าผ่านหน้าตาของผู้ซื้อ (Facial Payment) ซึ่งกำลังได้รับความนิยมในประเทศจีน การเลือกชำระเงินผ่านฝ่ามือ (Palm-recognition) ของลูกค้าในร้าน Amazon Go ในสหรัฐฯ หรือกระทั่งการใช้เทคโนโลยีด้านเสียง (Voice Technology) เพื่อลดการสัมผัสของลูกค้ากับอุปกรณ์การชำระเงิน ก็เป็นนวัตกรรมที่เข้ามาให้ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมค้าปลีกศึกษากันมากขึ้นว่าระบบใดจะได้รับความนิยมมากกว่ากัน เพราะท้ายที่สุดก็ต้องมองถึงความสะดวกของลูกค้า และความถูกต้องแม่นยำในการคำนวณราคาสินค้า หากต้องมีการชั่งตวงน้ำหนักสินค้าประเภทผักผลไม้แต่ละรายการ

3. เลือกใช้ระบบหุ่นยนต์หรือพนักงานภายในร้าน (To robot, or not to robot?)

ยังเป็นที่ถกเถียงกันในวงการค้าปลีกถึงการเลือกใช้ระบบหุ่นยนต์ภายในห้างค้าปลีกต่างๆ ว่าทำงานได้ดีและมีประสิทธิภาพหรือไม่ เพราะเมื่อไม่นานมานี้ ห้างค้าปลีกยักษ์ใหญ่อย่าง Walmart ได้ยุติการใช้หุ่นยนต์ตรวจสอบนับสต็อกสินค้าบนชั้นวางไปกว่า 500 สาขา หลังจากทดลองใช้งานมาตั้งแต่ปี 2560 ส่งให้ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมค้าปลีกมองว่า เทคโนโลยีหุ่นยนต์นั้นยังไม่เหมาะกับการใช้งานในห้างค้าปลีก ซึ่ง



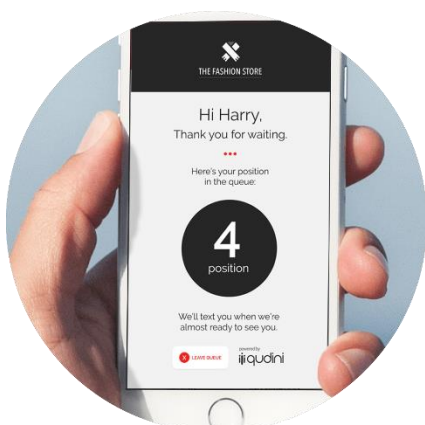
ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 13-19 มีนาคม 2564

นาย Steven Keith Platt ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัย สถาบัน Retail Analytics Council มหาวิทยาลัย Northwestern เห็นว่า ระบบหุ่นยนต์ยังคงเป็นเทรนด์ที่ห้างค้าปลีกนำมาใช้ แต่อาจจะพัฒนาการเปลี่ยนไปทำหน้าที่อื่นๆ แตกต่างกันไป ซึ่งสำหรับตัวห้าง Walmart เองก็ได้ปรับใช้หุ่นยนต์ในส่วนของทำความสะอาดขัดพื้นแทนที่การนับ จำนวนสต็อกสินค้า นอกจากนี้ ห้างปลีกบางแห่งเลือกที่จะใช้หุ่นยนต์สำหรับระบบป้องกันความปลอดภัย (security robots) หรือใช้ทำความสะอาดฆ่าเชื้อพื้นที่ขายสินค้าในห้าง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การลงทุนในเทคโนโลยีหุ่นยนต์สำหรับห้างค้าปลีกยังต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ตามมาด้วย ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนที่นับว่าค่อนข้างสูงในขณะนี้ หรือการประกนภัยของห้าง ที่หลายบริษัทประกนภัยยังมีความไม่แน่ชัดในเรื่องของการคุ้มครองความเสียหายเกิดขึ้น เมื่อหุ่นยนต์และมนุษย์ต้องทำงานร่วมกันในพื้นที่ขายสินค้า

4. ระบบแจ้งเตือนเข้าคิวร้าน (A better queuing experience)



ในช่วงที่สถานการณ์ COVID ระบาด ร้านค้าปลีกแต่ละแห่งจะมีมาตรการกำหนดจำนวนลูกค้าที่สามารถเข้าไปใช้บริการในร้านได้ เพื่อที่จะได้มีพื้นที่รักษาระยะห่างทางสังคมระหว่างกัน ในกรณีนี้ ร้านค้าปลีกหลายแห่งจึงมีการสร้างแอปพลิเคชันที่คอยแจ้งเตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลาที่ตนสามารถเข้าไปได้ หรือเป็นระบบที่ให้ลูกค้าสามารถจองเวลาที่ต้องการมาซื้อสินค้าได้ เพื่ออำนวยความสะดวก และลดการเข้าคิวหน้าร้านพบปะกับผู้คนมากมาย

ด้าน Ms. Marty Weintraub ฝ่ายที่ปรึกษาร้านค้าปลีก บริษัท Deloitte แคนาดา กล่าวว่า ระบบเทคโนโลยีสำหรับการรอกิวนั้นไม่ใช่สิ่งใหม่ เพียงแต่ไม่นิยมใช้อย่างแพร่หลายในยุคก่อน COVID ทั้งนี้สำหรับในแคนาดาในช่วงฤดูหนาวบางพื้นที่มีอุณหภูมิต่ำกว่า -10 องศาเซลเซียส น่าจะเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับร้านค้าปลีกในช่วงนี้ อย่างไรก็ตาม ในอนาคตเมื่อการฉีดวัคซีนป้องกันเชื้อไวรัสกระจายตัวมากขึ้น กอปรกับร้านค้าปลีกต่างๆ เริ่มผ่อนคลายมาตรการระยะห่างทางสังคมโดยไม่จำเป็นต้องเข้าคิว เทคโนโลยีด้านระบบเข้าคิวอาจไม่เป็นสิ่งที่จำเป็นอีกต่อไป

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 13-19 มีนาคม 2564

ข้อคิดเห็นจากสำนักงานฯ การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 นับเป็นจุดเปลี่ยนครั้งใหม่สำหรับธุรกิจเกือบทุกแขนง เป็นที่แน่ชัดว่าการนำระบบอัตโนมัติต่างๆ เข้ามาใช้ในธุรกิจจะเป็นแนวโน้มรูปแบบธุรกิจในอนาคต สำหรับธุรกิจค้าปลีก นวัตกรรมที่เริ่มต้นตัวก่อนช่วง COVID โดยเฉพาะรูปแบบร้านค้าอัจฉริยะ scan-and-go การชำระเงินโดยระบบสัมผัส/หน้าตามนุษย์ หรือการผลิตหุ่นยนต์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมค้าปลีก ฯลฯ จะเกิดการเร่งปรับตัวเพื่อให้ทันต่อกระแส นอกจากนี้ในเรื่องของเทคโนโลยี AI แล้ว ในส่วนของสุขอนามัยและความสะอาดในพื้นที่ของห้าง ยังเป็นปัจจัยที่ต้องคำนึงเพิ่มเติมทำให้กลุ่มห้างค้าปลีกไม่ว่าจะที่ไหนในโลกก็ต่างพยายามหาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยยกระดับธุรกิจของตนเองให้ตอบโจทย์ความต้องการผู้บริโภคในปัจจุบันมากกว่าเดิม

ที่มา <https://www.canadiangrocer.com/top-stories/tech-in-the-time-of-covid-100818>
