

ผู้บริโภคชาวอังกฤษนิยมซื้อสินค้า grocery ทางออนไลน์
ส่งผลให้ยอดขายสินค้า grocery ทางออนไลน์ ในปี 2561
ขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นมูลค่า 12.3 พันล้านปอนด์



ข้อเท็จจริงจากงานวิจัยล่าสุดของ Mintel พบว่า ยอดขายสินค้า grocery ทางออนไลน์ในสหราชอาณาจักร เมื่อปี 2561 มีมูลค่า 12.3 พันล้านปอนด์ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 เมื่อเทียบกับปี 2560 โดยการจำหน่ายสินค้า grocery ทางออนไลน์ เป็นหนึ่งในช่องทางที่มีการเติบโตเร็วที่สุดในตลาดสินค้า grocery ของสหราชอาณาจักร ซึ่งมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.1 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 7 ในปี 2561 ของยอดขายสินค้า grocery ทั้งหมด โดยมีปัจจัยสำคัญมาจากความนิยมการช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคชาวอังกฤษอย่างต่อเนื่อง ซึ่งคาดว่าจะยอดขายสินค้า grocery ทางออนไลน์ในปี 2562 จะอยู่ที่ 13.6 พันล้านปอนด์ และในอีก 5 ปีข้างหน้า คาดว่ายอดขายสินค้า grocery ทางออนไลน์ จะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10 ของยอดขายสินค้า grocery ทั้งหมด โดยมียอดขายมูลค่า 19.8 พันล้านปอนด์ในปี 2566 หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 60

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าร้อยละ 45 ของชาวอังกฤษนิยมการซื้อสินค้าทางออนไลน์ แต่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกยังคงต้องพยายามหากลยุทธ์ดึงดูดผู้ซื้อรายใหม่ให้หันมาซื้อสินค้า grocery ทางออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากจำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้า grocery ทางออนไลน์ ลดลงจากร้อยละ 48 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 45 ในปี 2561

จากการวิจัยของ Mintel พบว่ากลุ่มคนรุ่นใหม่ชาวอังกฤษ ยังคงชื่นชอบกับความสะดวกสบายในการจัดส่งสินค้า grocery ถึงบ้าน โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี ซึ่งร้อยละ 61 ของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวนิยมซื้อสินค้า grocery ทางออนไลน์ ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคในช่วงวัยกลางคนและผู้สูงอายุ ยังมีความลังเลที่จะซื้อสินค้า grocery ทางออนไลน์ โดยร้อยละ 30 ของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป ซื้อสินค้า grocery ทางออนไลน์ ในขณะที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้จำนวนหนึ่ง ซึ่งไม่เคยซื้อสินค้า grocery ทางออนไลน์ และไม่มีแผนที่จะซื้อสินค้าทางออนไลน์นั้น มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 34 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 42 ในปี 2561

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

สำนักงานส่งเสริมการค้าใน
ต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน
11 Hertford Street, Mayfair,
London W1J 7RN

Phone : +44 207 4935749
e-Mail :
info@thaitradelondon.com

นอกจากนี้ การวิจัยของ Mintel พบว่าสาเหตุส่วนใหญ่ที่ทำให้ผู้บริโภคไม่ซื้อสินค้าทางออนไลน์ ได้แก่ (1) ผู้บริโภคมีความต้องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่สดใหม่ (73%) (2) ผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้า (24%) และ (3) มูลค่าการสั่งซื้อขั้นต่ำในการจัดส่งถึงบ้าน (18%) ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่มีช่องทางออนไลน์ จึงพยายามหากลยุทธ์เพื่อดึงดูดลูกค้า โดยการให้บริการจัดส่งสินค้าภายใน 1 วัน อย่างไรก็ตาม การให้บริการดังกล่าว ส่งผลให้มีค่าบริการจัดส่งสินค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งจากการสอบถามความเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับความยินดีในการจ่ายค่าบริการจัดส่งภายใน 1 วันนั้น พบว่า ร้อยละ 30 ของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าทางออนไลน์ยินดีที่จะจ่าย 1 - 2.99 ปอนด์ในการจัดส่งสินค้า ร้อยละ 27 ยินดีที่จะจ่าย 3 - 4.99 ปอนด์ และมีเพียงร้อยละ 19 ยินดีที่จะจ่ายมากกว่า 5 ปอนด์ ในขณะที่ร้อยละ 27 ไม่ต้องการที่จะจ่ายค่าบริการจัดส่งสินค้าภายใน 1 วัน

ผู้ซื้อสินค้า grocery ทางออนไลน์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63) ประสบปัญหาเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ได้แก่ การได้รับสินค้าไม่ตรงกับการสั่งซื้อ สินค้าหมดอายุ สินค้ามีความเสียหาย สินค้าจัดส่งล่าช้า โดยร้อยละ 85 ของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ที่ประสบปัญหาดังกล่าว จะดำเนินการแจ้งข้อร้องเรียนผ่านทางศูนย์บริการลูกค้า เว็บไซต์ของร้านค้าปลีก live chat/chatbot รวมถึงช่องทาง social media ในขณะที่ร้อยละ 15 จะไม่มีการดำเนินการใดๆ เมื่อประสบปัญหาดังกล่าว

ที่มา: <https://www.mintel.com>

ข้อคิดเห็นของ สศต.

ผู้บริโภคชาวอังกฤษมีแนวโน้มนิยมซื้อสินค้า grocery ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากการเข้าถึงบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ความสะดวกสบาย ความหลากหลายของทางเลือกสินค้า และข้อเสนอด้านราคาที่ดีกว่า ซึ่งสะท้อนให้เห็นจากการเติบโตของยอดขายสินค้า grocery ทางออนไลน์ในสหราชอาณาจักรเมื่อปี 2561 ซึ่งมีมูลค่า 12.3 พันล้านปอนด์ หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 เมื่อเทียบกับปี 2560 และคาดว่าจะมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอีก 5 ปีข้างหน้า ดังนั้น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยที่มีศักยภาพทางช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะสินค้าอาหาร และสินค้าไลฟ์สไตล์ โดยร่วมมือกับห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต/ผู้ค้าปลีก (Retail) ที่มีช่องทางออนไลน์ของตน เช่น การเสนอสิทธิประโยชน์และส่วนลดพิเศษ "Hot Deal" ให้กับผู้ซื้อสินค้าในช่องทาง Online จะช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และเพิ่มโอกาสการขยายมูลค่าการส่งออกสินค้าไทยมายังตลาดสหราชอาณาจักรเพิ่มขึ้น

สรุปโดย สศต. ลอนดอน