



เปิดประตู สู่ตลาดใหม่

ตุลาคม 2563



รู้ทัน 5 เทรนด์ใหม่ E-Commerce โลก ... ผู้ประกอบการพร้อมปรับตัว

+ HIGHLIGHTS

- ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ตลาด E-Commerce โลกเติบโตและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งผู้ประกอบการไทยควรติดตามเทรนด์ใหม่ๆ เพื่อปรับตัวและวางกลยุทธ์การตลาดให้ทันสถานการณ์
- ตัวอย่าง 5 เทรนด์ใหม่ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ได้แก่ 1) Cross Border E-Commerce ทวีบทบาทสำคัญ 2) Vertical E-Marketplace กำลังมาแรงในการเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม 3) หลายประเทศเริ่มเก็บภาษี E-Commerce 4) Next-Gen Technology เป็นเครื่องมือทำตลาดยุคใหม่ 5) ผู้ให้บริการ E-Marketplace ขยายขอบเขตธุรกิจให้ครบวงจรมากขึ้น

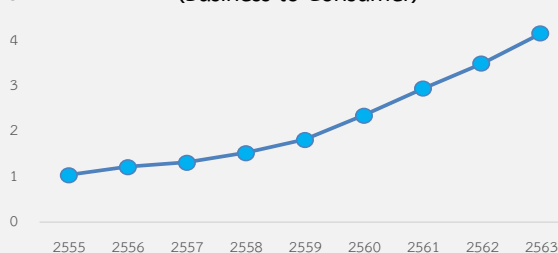
(E-Marketplace หมายถึง Platform หรือเว็บไซต์ที่ขายสินค้าออนไลน์ โดยมีทั้งที่วางขายสินค้าของตนเองหรือเป็นตัวกลางในการจับคู่ระหว่างผู้ซื้อ-ผู้ขาย)

ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาตลาด E-Commerce โลกเติบโตอย่างรวดเร็วและคาดว่าจะโตต่อเนื่องในระยะถัดไป ผนวกกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ซับซ้อนขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น วิกฤต COVID-19 ที่ส่งผลกระทบในวงกว้างและสร้างรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิตใหม่ๆ เป็นอีกหนึ่งตัวเร่งสำคัญที่ทำให้รูปแบบ พฤติกรรม และเทรนด์การค้าออนไลน์มีแนวโน้มเปลี่ยนโฉมหน้าไปจากอดีต ดังนั้น บทความฉบับนี้ได้รวบรวมเทรนด์ใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ E-Commerce ซึ่งบางส่วนเกิดขึ้นแล้วในปัจจุบัน หรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในระยะถัดไป เพื่อจุดประกายและเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการไทยนำไปใช้ประกอบการวางกลยุทธ์การค้าออนไลน์ที่เหมาะสมต่อไป

ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา E-Commerce โลกเติบโตอย่างก้าวกระโดด

Tri.USD

มูลค่า E-Commerce โลกแบบ B2C
(Business to Consumer)



เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าขึ้นช่วยสนับสนุนให้ E-Commerce เติบโต



สัดส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตโลก

ปี 2555

35%

ปี 2563

62%



ความเร็วเฉลี่ยอินเทอร์เน็ตโลก

0.5 Mbps

23.5 Mbps

ที่มา : ITU, Statista, CISCO และ Internet World Stats



5 เทรนด์ใหม่ E-Commerce โลก

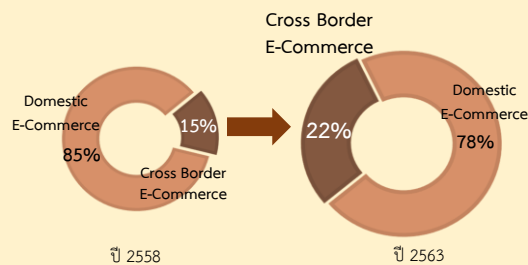
Cross Border E-Commerce ทวีบทบาทสำคัญ

เทรนด์การค้าระหว่างประเทศด้วย E-Commerce (Cross Border E-Commerce) มีทิศทางเติบโตอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันครองสัดส่วนเกือบ 1 ใน 4 ของตลาด E-Commerce รวม จากปัจจัยสนับสนุนต่างๆ เช่น เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ก้าวหน้า ระบบโลจิสติกส์ระหว่างประเทศที่สะดวกรวดเร็วขึ้น ระบบการชำระเงินระหว่างประเทศที่มีความปลอดภัย ประกอบกับการเชื่อมโยงของ Social Media ทั่วโลกเอื้อให้การค้นหาสินค้าจากทั่วทุกมุมโลกไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป

Implication :

เป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยใช้ E-Commerce เป็นสะพานเชื่อมโยงจากตลาดในประเทศไปสู่ตลาดต่างประเทศ โดยอาจเริ่มจากตลาดประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่ง E-Commerce กำลังโตเร็ว รวมถึงมีพฤติกรรมผู้บริโภคใกล้เคียงกับไทย

Cross Border E-Commerce เพิ่มขึ้นเป็นเกือบ 1 ใน 4 ของ E-Commerce รวม



ที่มา : DHL

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

Vertical E-Marketplace กำลังมาแรงในการเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม

E-Marketplace ในยุคเริ่มต้นส่วนใหญ่เป็นรูปแบบตลาดที่ขายสินค้าหลากหลายประเภท (Horizontal E-Marketplace) เช่น Amazon, eBay อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันเทรนด์การบริโภคแบบเจาะจงตามความต้องการของตนเอง (Personalization) เป็นที่นิยมมากขึ้น ทำให้เกิด E-Marketplace รูปแบบใหม่ที่เรียกว่า Vertical E-Marketplace ซึ่งเป็นตลาดซื้อ-ขายสินค้าเฉพาะกลุ่ม ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ซื้อรุ่นใหม่ที่ต้องการความเฉพาะเจาะจง

Implication : ผู้ประกอบการควรกำหนดกลยุทธ์ในการเลือกใช้ E-Marketplace ให้เหมาะสม หากต้องการเจาะตลาด Mass Market ก็อาจเลือกใช้ Horizontal E-Marketplace ที่มักเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ขณะที่หากต้องการเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มควรใช้ Vertical E-Marketplace

ตัวอย่าง Vertical E-Marketplace

E-Marketplace แบบ B2B

- PartCycle** (สหรัฐอเมริกา) - ชิ้นส่วนยานยนต์
- ChemNet** (จีน) - เคมีภัณฑ์
- BrickHunter** (สหราชอาณาจักร) - วัสดุก่อสร้าง
- พลาซ่า** (สหรัฐอเมริกา) - อิเล็กทรอนิกส์

E-Marketplace แบบ B2C

- Etsy** (สหรัฐอเมริกา) - สินค้าแฮนด์เมด
- stockX** (สหรัฐอเมริกา) - สตรีทแฟชั่น
- AutoTrader** (สหราชอาณาจักร) - รถยนต์
- zooplus** (เยอรมนี) - อาหาร/อุปกรณ์สัตว์เลี้ยง

ที่มา : Episerver, Etsy, StockX, AutoTrader, Zooplus

หลายประเทศเริ่มเก็บภาษี E-Commerce

ท่ามกลางการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาด E-Commerce ทำให้เริ่มมีบางประเทศหันมาจัดเก็บภาษี E-Commerce ทั้งจากผู้ขายและผู้ให้บริการ E-Marketplace โดยส่วนใหญ่เป็นการนำรายได้จาก E-Commerce มานับรวม เพื่อคำนวณเป็นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา/นิติบุคคล รวมถึงบางประเทศจัดเก็บเพิ่มเติมในรูปแบบภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งแนวโน้มในระยะถัดไป คาดว่าการจัดเก็บภาษี E-Commerce จะเข้มข้นขึ้นและขยายวงกว้างไปในหลายประเทศ

Implication : การที่แต่ละประเทศมีรูปแบบและวิธีการจัดเก็บภาษีที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการจึงควรศึกษาข้อมูลภาวะเปรียบเทียบด้านภาษีที่เกี่ยวข้องกับ E-Commerce ในแต่ละประเทศอย่างรอบด้าน เพื่อนำไปประกอบการวางกลยุทธ์ด้านราคาให้เหมาะสมในแต่ละ E-Marketplace

ตัวอย่างประเทศที่เริ่มจัดเก็บภาษี E-Commerce

ประเทศ	ปีที่เริ่มบังคับใช้
สเปน	2558
นิวซีแลนด์	2559
ไต้หวัน	2560
รัสเซีย	2560
จีน	2562
เวียดนาม	2563

ที่มา : EY, Quaderno และ Bloomberg

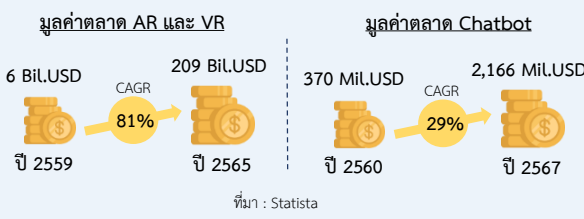
Next-Gen Technology เป็นเครื่องมือทำตลาดยุคใหม่

เครื่องมือการทำตลาดบน E-Commerce มีความหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยียุคใหม่มาประยุกต์ใช้และแก้จุดอ่อนการไม่เห็นสินค้าจริงก่อนซื้อ เช่น

- **VR (Virtual Reality)** การจำลองภาพสินค้าและสภาพแวดล้อม เพื่อจำลองให้ผู้ซื้อเห็นภาพว่าการใช้สินค้านั้นในสภาพแวดล้อมใดจึงจะเหมาะสม
 - **AR (Augmented Reality)** การจำลองภาพเฉพาะสินค้า โดยผู้ซื้อสามารถนำภาพสินค้ามาเทียบกับสภาพแวดล้อมจริง
 - **Live Commerce** การถ่ายทอดสดการขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งเดิมเริ่มต้นจากช่องทาง Social Media ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จนเริ่มแพร่หลายไปสู่ช่องทาง E-Marketplace
 - **Chatbot** ระบบการสื่อสารอัตโนมัติที่ผู้ซื้อสามารถติดต่อสอบถามเกี่ยวกับสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง บาง E-Marketplace เริ่มหันมาใช้เทคโนโลยี Artificial Intelligence เพื่อให้สามารถตอบคำถามได้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อมากที่สุด
- ที่มา : Contagious, Forbes

Implication : เทคโนโลยีสมัยใหม่ช่วยแก้ข้อจำกัดของ E-Commerce ได้มากขึ้น รวมถึงยังตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเรียนรู้และนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำตลาดให้มากขึ้น

AR, VR และ Chatbot มีแนวโน้มเติบโต



- ข้อสังเกต :**
- ผลสำรวจของ Verterae ในปี 2561 พบว่า 78% ของผู้บริโภคนิยมใช้ AR มากกว่าการดูวิดีโอความยาว 30 วินาที
 - ในปี 2561 เว็บไซต์ค้าปลีกบ้านออนไลน์ Build.com ระบุว่า AR ช่วยลดอัตราการสละสินค้าของผู้ซื้อลง 22%
- ที่มา : Verterae และ Mobile Marketing

ผู้ให้บริการ E-Marketplace ขยายขอบเขตธุรกิจให้ครบวงจรมากขึ้น

เริ่มมีสัญญาณที่ E-Marketplace จะขยายขอบเขตการทำธุรกิจให้กว้างขวางขึ้นจากเดิมที่เป็นเพียงตลาดออนไลน์ ไปสู่การขยายการให้บริการด้านการเงินและโลจิสติกส์ ทั้งการพัฒนาบริการขึ้นเอง เช่น Alipay (Alibaba), AmazonPay (Amazon) หรือการควบรวมกิจการ เช่น eBay ซื้อ Paypal (มูลค่า 1.5 Bil.USD) เพื่อขยายธุรกิจให้ครบวงจรการค้าและกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจ

Implication : ผู้ประกอบการสามารถเลือกใช้ E-Marketplace ที่ให้บริการครบวงจร ทั้งในด้านการตลาดการเงิน และโลจิสติกส์ ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนดำเนินการและอำนวยความสะดวก ตลอดจนยังช่วยตอบโจทย์ผู้ซื้อยุคใหม่ที่ต้องการความสะดวกรวดเร็ว

ตัวอย่างบริการครบวงจรของ Amazon และ Alibaba

amazon	Alibaba Group 阿里巴巴集团
E-marketplace amazon.com souq	淘宝网 Taobao.com 天猫 Tmall.com 阿里巴巴集团 Alibaba.com 唯品会 Vip.com Lazada
Payment amazon pay	支付宝 ALIPAY 蚂蚁金服 Ant Group
Logistics amazonlogistics	菜鸟网络 Cainiao
Cloud Computing amazon web services	Alibaba Cloud

ที่มา : Amazon และ Alibaba

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลนี้เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด