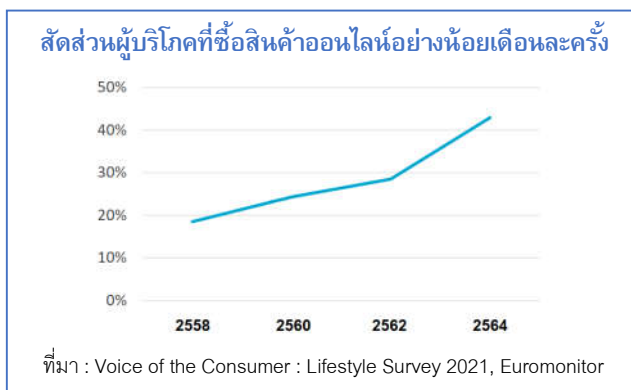


## Fast & Green ... เคล็ดลับมัดใจนักช็อปออนไลน์

ปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตและใช้เวลาออนไลน์มากขึ้นเรื่อยๆ รายงานล่าสุดในปี 2565 ของ We Are Social (ดิจิทัลเอเจนซี) และ Hootsuite (ผู้ให้บริการระบบจัดการ Social Media และ Marketing Solutions) ระบุว่า ในเดือนมกราคม 2565 มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกทั้งสิ้น 4.95 พันล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วน 62.5% ของจำนวนประชากรโลก เพิ่มขึ้นถึง 36% เมื่อเทียบกับเมื่อ 5 ปีก่อน และพบว่าในแต่ละวันผู้คนทั่วโลกใช้เวลาออนไลน์เฉลี่ย 6 ชั่วโมง 58 นาที โดยผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในไทยใช้เวลาออนไลน์เฉลี่ยสูงเป็นอันดับ 7 ของโลก ถึงวันละ 9 ชั่วโมง 6 นาที การใช้เวลาออนไลน์อยู่ในโลกที่ทำทุกอย่างได้เพียงปลายนิ้วสัมผัส เมื่อประกอบกับการระบาดของ COVID-19 ที่ทำให้การเดินทางถูกจำกัดในช่วงที่ผ่านมา ยิ่งเป็นปัจจัยที่ผลักดันให้ทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการในแทบทุกกลุ่มธุรกิจต้องปรับตัวเข้าสู่ตลาดออนไลน์ จนมูลค่าตลาด E-Commerce โลกสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Goods) ในปี 2564แตะ 3.85 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นเท่าตัวเมื่อเทียบกับปี 2559 ดังนั้น การเข้าใจพฤติกรรมหรือทัศนคติของนักช็อปออนไลน์ จึงเป็นอีกกุญแจสำคัญสำหรับผู้ประกอบการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องใน Supply Chain ของการค้าออนไลน์

### Fast Delivery ... ส่งด่วน ส่งไว ได้ใจผู้ซื้อ

ข้อดีประการหนึ่งของการซื้อสินค้าออนไลน์คือเพียงแค่มีอินเทอร์เน็ตผู้ซื้อก็สามารถสั่งซื้อสินค้าจากที่ไหนในเวลาใดก็ได้ โดยไม่ต้องกังวลกับเวลาเปิด-ปิดร้าน ทำให้การซื้อสินค้าออนไลน์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น แต่สิ่งที่เกิดขึ้นพร้อมกับความนิยมซื้อสินค้าออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นคือความคาดหวังของผู้ซื้อที่จะได้รับการตอบสนองอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการจัดส่งสินค้า โดยผู้บริโภค 42% ระบุว่าไม่พึงพอใจหากต้องรอสินค้าที่จัดส่งนานกว่าที่คาด ผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าออนไลน์จึงต้องให้ความสำคัญกับความเร็วในการจัดส่งสินค้าเป็นอันดับต้น ๆ



สำหรับตัวอย่างความสำเร็จของธุรกิจที่ตอบสนองความคาดหวังด้านการจัดส่งสินค้าอย่างรวดเร็วได้ดี อาทิ

○ **GoPuff** บริษัท Startup จัดส่งสินค้าตามสั่งที่เปิดให้บริการในสหรัฐฯ และ EU โดยชูจุดขายที่การจัดส่งสินค้ารวดเร็วโดยใช้เวลาเฉลี่ยไม่เกิน 30 นาที และเปิดให้บริการเกือบตลอด 24 ชั่วโมง (บางพื้นที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง และบางพื้นที่เปิดถึงตี 4) โดยมีสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันให้เลือกกว่า 4,000 รายการ ตั้งแต่อาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ภายในบ้าน ยา สินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด สินค้าสำหรับเด็ก สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง จนถึงเครื่องใช้ในสำนักงาน ซึ่งสินค้าทั้งหมดจะจำหน่ายในราคาใกล้เคียงกับที่วางจำหน่ายในร้านค้าหรือห้างสะดวกซื้อ และคิดค่าบริการจัดส่งครั้งละ 2.95 ดอลลาร์สหรัฐ หรือสมัครเป็นสมาชิกในอัตราเดือนละ 5.95 ดอลลาร์สหรัฐ เพื่อรับบริการจัดส่งฟรีทุกออร์เดอร์ สำหรับจุดแข็งของ GoPuff ที่ทำให้จัดส่งสินค้าได้เร็ว คือ การมีสต็อกสินค้าเป็นของตัวเอง ทำให้พนักงานส่งสินค้าไม่ต้องเสียเวลาไปรอสินค้าที่ร้าน แต่สามารถรับสินค้าจากโกดังของ GoPuff ที่มีอยู่หลายร้อยแห่ง ไปส่งให้ผู้บริโภคได้ทันที นอกจากนี้ การเปิดให้บริการตลอดหรือเกือบตลอด 24 ชั่วโมง ยังตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าอย่างเร่งด่วนในยามค่ำคืนแต่ไม่อยากจะออกจากที่พักได้อย่างตรงจุด

○ **Rappi** แพลตฟอร์มจัดส่งอาหารและสินค้าในทวีปอเมริกาใต้ที่ให้บริการจัดส่งสินค้าภายใน 30 นาทีเช่นเดียวกับ GoPuff และล่าสุดได้เปิดตัวบริการใหม่ **“Rappi Turbo-Fresh”** ที่เริ่มให้บริการเฉพาะบางพื้นที่ เช่น กรุง Mexico City เมือง Monterrey เมือง Guadalajara และเมือง Mérida ในประเทศเม็กซิโก โดยการันตีว่าลูกค้าจะได้รับสินค้าภายใน **10 นาที** และมีสินค้าให้เลือกกว่า 1,500 รายการ ซึ่งบริการดังกล่าวเกิดขึ้นได้เพราะ Rappi มีโกดังขนาดย่อมกระจายอยู่ตามจุดต่างๆ ของเมือง โดยจะมีการวิเคราะห์และสต็อกสินค้าต่างกันตามสถิติการสั่งซื้อสินค้าของแต่ละโกดัง รวมทั้งมีการพัฒนาระบบการหยิบและจัดสินค้า ซึ่งพนักงานในโกดังจะใช้เวลาเพียงไม่เกิน 3 นาทีในการสแกนสินค้าเพื่อตัดสต็อกและจัดสินค้าใส่ถุงตามคำสั่งซื้อที่เข้ามา จากนั้นพนักงานส่งของจะจัดส่งสินค้าในรัศมี 2 กิโลเมตรจากโกดัง ภายในเวลา 7 นาที บริการดังกล่าวช่วยให้ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องกังวลกับการวางแผนซื้อสินค้าล่วงหน้า หรือลำบากกับการหาสินค้าที่จำเป็นในยามฉุกเฉิน

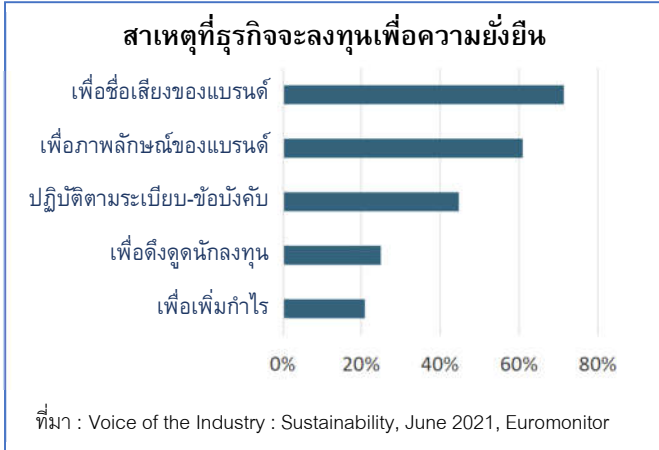


นอกจากการเร่งเวลาจัดส่งสินค้าให้เร็วขึ้นแล้ว จากผลสำรวจยังพบว่าผู้ประกอบการออนไลน์มีแผนจะลงทุนเพิ่มในช่องทางต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและรวดเร็วขึ้นในการใช้บริการ เช่น การใช้ข้อความแจ้งเตือน (Push Notification) เพื่อนำเสนอโปรโมชั่นหรือแจ้งสิทธิพิเศษแก่ลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ทันทีที่ลูกค้าเข้ามาในเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของร้าน หรือการมีช่องทางให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์และเข้ามารับสินค้าเองที่ร้านเพื่อความรวดเร็ว โดยไม่ต้องรอพนักงานจัดส่ง ซึ่งอาจรวมถึงการมีจุดรับสินค้าอื่นๆ ที่ไม่ใช่หน้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าเลือกรับสินค้าในจุดที่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานได้

## Green E-Commerce ... ข้อปของถูกใจ โดยไม่ละเลยโลก

การช้อปปิ้งออนไลน์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นตามไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค โดยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาคที่มีสัดส่วนการซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุดถึงกว่า 30% ของมูลค่าการค้าปลีกทั้งหมดในปี 2569 อย่างไรก็ตาม การค้าออนไลน์ที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วส่งผลให้มีขยะบรรจุภัณฑ์จำนวนมาก ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันก็ตระหนักเพิ่มขึ้นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน

จากผลสำรวจของ We Are Social และ Hootsuite พบว่าผู้บริโภคถึง 65% กังวลเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน ขณะที่ผลสำรวจของ McKinsey บริษัทที่ปรึกษาชั้นนำระบุว่า ผู้บริโภคในสหรัฐฯ 60-70% ยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนขึ้น (รีไซเคิลได้ ย่อยสลายได้) กระแสรักโลกที่เกิดขึ้นดังกล่าวผลักดันให้แบรนด์ธุรกิจต่างหันมาปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานหรือตัวสินค้าให้ตอบโจทย์ความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีทั้งในแง่ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของแบรนด์ และในแง่ธุรกิจที่อาจช่วยลดต้นทุน เพิ่มกำไร หรือช่วยในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ซึ่งปัจจุบันแหล่งเงินทุนต่างๆ ก็ถูกกระแสเรียกร้องให้สนับสนุนธุรกิจที่ยั่งยืนเช่นกัน



เพื่อตอบรับกับกระแสรักโลก **alfred24** ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าในฮ่องกงที่มีเป้าหมายจะลดการปล่อยคาร์บอนตลอดกระบวนการขนส่งได้ดำเนินการต่างๆ อาทิ

○ เปลี่ยนยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งทั้งหมดจากรถยนต์ที่ใช้น้ำมันเป็นรถยนต์ไฟฟ้า เพื่อลดการปล่อยคาร์บอน

○ ร่วมมือกับ **INVISIBLE** ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม **“INVISIBLEBAG”** ซึ่งเป็นถุงที่ละลายน้ำได้ ย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ และไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม เพราะวัตถุดิบที่ใช้ผลิตถุงไม่มีส่วนผสมของเม็ดพลาสติก แต่เป็นส่วนผสมของโพลีไวนิลแอลกอฮอล์ (โพลีเมอร์สังเคราะห์ที่ใช้ในแคปซูลยา และใช้เป็นสารเคลือบ) กลีเซอริน แป้ง และน้ำ ส่วนสีที่ใช้พิมพ์ลายบนถุงก็เป็นหมึกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีส่วนผสมของโลหะหนัก โดย **alfred24** จะเสนอ

INVISIBLEBAG ให้เป็นตัวเลือกแก่ร้านค้าที่ใช้บริการขนส่งของ alfred24 ในราคาพิเศษ (200 ดอลลาร์ฮ่องกงสำหรับถุง 100 ใบ จากราคาเต็ม 370 ดอลลาร์ฮ่องกง) เพื่อสนับสนุนร้านค้าที่ต้องการตอบโจทย์เรื่องความยั่งยืน

○ ใช้โมเดลการจัดส่งสินค้าไปไว้งรับสินค้าของบริษัทฯ (Smart Locker) ที่กระจายอยู่ในจุดต่าง ๆ เช่น ในอาคารสำนักงาน ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ และห้างต่าง ๆ และให้ผู้บริโภครับสินค้าจาก ตู้แทนการจัดส่งสินค้าแต่ละชั้นให้ถึงมือผู้บริโภค ทำให้ประหยัดทั้งเวลา แรงงาน และยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง ซึ่งจากผลการศึกษาของ McKinsey ระบุว่า การจัดส่งสินค้าแบบนี้จะช่วยลดการปล่อยคาร์บอนต่อ สินค้าแต่ละชิ้นลงถึง 70% และลดเวลาที่ใช้ในการจัดส่งต่อชิ้นลง 60% เมื่อ เทียบกับการจัดส่งแบบปกติที่ต้องส่งสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคโดยตรง ซึ่ง นอกจากจะช่วยลดต้นทุนในการดำเนินการของบริษัทแล้ว ยังช่วยให้บริษัท จัดส่งสินค้าให้แก่ผู้บริโภครวดเร็วกว่าอีกด้วย

### ตู้รับสินค้าของ alfred24



หมายเหตุ : ภาพประกอบจาก [www.invisible-company.com/blogs/collaboration/alfred24-network](http://www.invisible-company.com/blogs/collaboration/alfred24-network)

การทำธุรกิจในปัจจุบันจำเป็นต้องบริหารความคาดหวังของผู้บริโภคในทุกมิติ ทั้งคุณภาพของสินค้าและบริการที่เป็นผลิตภัณฑ์หลัก การจัดการกับประสบการณ์ของลูกค้า เช่น ความสะดวกและรวดเร็วในการสั่งซื้อหรือจัดส่งสินค้า และการให้บริการหลังการขาย รวมถึงความคาดหวังเกี่ยวกับคุณค่าหรือค่านิยมอื่นๆ ที่ผู้บริโภคต้องการ เช่น สุขภาพสัตว์ การคุ้มครองแรงงาน การดูแลสิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมความเท่าเทียม ซึ่งเป็นปัจจัยที่จะทวีความสำคัญขึ้น ในยุคที่ความยั่งยืน กลายเป็นกระแสหลักของโลก ผู้ประกอบการจึงต้องเรียนรู้และปรับตัวให้เข้ากับมาตรฐานหรือบรรทัดฐานใหม่ของโลกอยู่เสมอ เพื่อรักษาโอกาสในการเติบโตและความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด