



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ – สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
วันที่ 12-18 ธันวาคม 2564
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ

ผลสำรวจพบยูเออีใช้จ่ายค้าปลีกมากเป็นอันดับ 14 ของโลก

ธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศ เนื่องจากการค้าปลีกมีมูลค่าการซื้อขายที่มหาศาลจากจำนวนผู้บริโภค ตามข้อมูลของบริษัทที่ปรึกษาด้านการลงทุน Kearney ระบุว่าใช้จ่ายในธุรกิจค้าปลีกประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (ยูเออี) ในปีที่ผ่านมามีมูลค่าประมาณ 71,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรืออยู่ที่อันดับ 14 ของโลก แต่อยู่ในอันดับต้นของภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ (MENA)

จากผลการสำรวจดัชนีการพัฒนาค้าปลีกทั่วโลก The 2021 Global Retail Development Index (GRDI) โดยบริษัท Kearney ที่ได้สำรวจจาก 35 ประเทศทั่วโลก บนพื้นฐาน 26 ปัจจัย และตัวแปรสำคัญ 4 ชนิด ได้แก่ (1) ความน่าสนใจของตลาด (Market Attractiveness) (2) ความเสี่ยงรายประเทศ (Country Risk) (3) ความอิ่มตัวของตลาด (Market Saturation) (4) สภาวะกดดันจากเวลา (Time pressure) เพื่อกำหนดตลาดที่กำลังเติบโตที่น่าสนใจและปราศจากความเสี่ยง

ผลปรากฏว่ายูเออีเป็นผู้นำในภูมิภาค MENA ในแง่ของการใช้จ่ายในครัวเรือนผ่าน E-Commerce โดยมีการใช้



จ่ายเฉลี่ย 2,554 เหรียญสหรัฐต่อครัวเรือน ซึ่งคิดเป็นสองเท่าของค่าเฉลี่ยทั่วโลกซึ่งอยู่ที่ 1,156 เหรียญสหรัฐ และสี่เท่าของค่าเฉลี่ยใน MENA ซึ่งอยู่ที่ 629 เหรียญสหรัฐ

นาย Mohammed Dhedhi เจ้าหน้าที่ระดับสูงของ Kearney Middle East กล่าวว่าปัจจัยที่ผลักดันการเติบโตของการค้าปลีกในยูเออีมาจากเทคโนโลยีและการตลาด เนื่องจากผู้ค้าปลีกใช้เทคโนโลยี

เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) , Internet of Things และความเป็นจริงเสมือน (virtual reality) หรือ VR โดยนำมาเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมการขาย เพิ่มการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้ามากขึ้น โดยจะเห็นได้จากผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่และแบรนด์ระดับโลกที่เข้าไปในตลาดยูเออีที่ได้ขยายตลาดเพิ่มมากขึ้นในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา

Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลข้างต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ – สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
วันที่ 12-18 ธันวาคม 2564
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ

การเติบโตของตลาด E-commerce พุ่งแรงกว่าที่เคยคาดการณ์มาหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 และเป็นตัวเร่งรัดสู่การจับจ่ายผ่านช่องทางดิจิทัลให้เร็วขึ้นกว่าเดิม 5 ปี อ้างรายงานของ Dubai Chamber of Commerce and Industry เกี่ยวกับธุรกิจ E-commerce ของยูเออีปี 2563 มีมูลค่าประมาณ 3.9 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ อัตราการเติบโตร้อยละ 53 เทียบกับปี 2562 และธุรกิจค้าปลีกมีการปรับเปลี่ยนช่องทางการขายมาสู่ e-commerce มากยิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาการตลาดของสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ๆ ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบ Omni-Channel เพื่อมอบประสบการณ์การช้อปปิ้งในหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นช่องทางออนไลน์หรือออฟไลน์ให้กับลูกค้าอย่างไม่มีสะดุด

อย่างไรก็ดี การจับจ่ายซื้อของผ่านทาง e-commerce ยังมีข้อด้อยเมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการซื้อแบบ offline ดั้งเดิม เพราะผู้ซื้อต้องอาศัยการชมรูปภาพและวิดีโอของสินค้าผ่านทางออนไลน์ แต่จะไม่ได้รับประสบการณ์ในการลองสินค้า หรือเดินเลือกชมภายในร้านค้า อาทิ เสื้อผ้า เครื่องสำอาง และเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งต้องอาศัยการสัมผัส/ทดลองเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ดังนั้นเพื่อส่งเสริมการขาย เพิ่มการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้ามากขึ้น และลดข้อด้อยในการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ ธุรกิจค้าปลีกจึงได้นำเทคโนโลยี Virtual Reality (VR) ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกชมสินค้าได้ 360 องศา และเทคโนโลยี Augmented Reality (AR) ที่สามารถปรับขนาดของสินค้าบนหน้าจอให้เท่ากับเรือนร่างของลูกค้า หรือทำการจำลองวางเฟอร์นิเจอร์ที่กำลังเลือกชม ไว้ในห้องรับแขกในบ้านของลูกค้า เพื่อทดลองดูว่าเฟอร์นิเจอร์ชิ้นดังกล่าวเหมาะกับห้องหรือไม่ มาใช้เพื่อสร้างประสบการณ์ในการเลือกซื้อให้มีความเสมือนจริงมากที่สุด

ลงทุนเร่งการเติบโต

ในเดือนกันยายน 2564 บริษัท Amazon.ae ผู้ค้าปลีกออนไลน์รายใหญ่ที่สุดในยูเออี เปิดเผยว่าจะขยายทีมงานโดยจะสร้างงาน 1,500 ตำแหน่งเพิ่มในยูเออี ขยายพื้นที่โกดังเพิ่มร้อยละ 60 และเพิ่มพื้นที่ของสถานีจัดส่ง (delivery stations) ในดูไบอีกร้อยละ 70 และเมื่อวันที่ 22 พ.ย. 2564 เจ้าของ Lulu Group ประกาศเร่งการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัล เปิดธุรกิจ E-commerce ขยายค้าปลีกออนไลน์ครบวงจร ด้วยเงินลงทุน 1,000 ล้านดอลลาร์แฮม (ประมาณ 9,000 ล้านบาท) ภายในปี 2567

เพื่อเจาะตลาด E-commerce ที่กำลังเติบโตในยูเออี ผู้ค้าปลีก อาทิ Bloomingdale's, Hugo Boss, Diesel และ The Body Shop เพิ่งเปิดตัวร้านค้าออนไลน์โดยเฉพาะ ทั้งนี้ตลาด E-commerce ในยูเออีเติบโตสูงต่อเนื่องจากอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือเข้าถึงตลาดอย่างรวดเร็ว จึงเป็นส่วนสำคัญในการขยายตัวของตลาด E-commerce และส่งผลให้การใช้งานสมาร์ทโฟนของ UAE (Mobile Penetration) มีมากกว่า 92.70% และประชากรสัดส่วน 97.60% สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ดังนั้นร้อยละ 80 ของการซื้อของออนไลน์นั้นสั่งซื้อผ่านโทรศัพท์มือถือ

Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลข้างต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ – สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
วันที่ 12-18 ธันวาคม 2564
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ

ตลาดค้าปลีกโลก

รายงานสำรวจดัชนีการพัฒนากิจการการค้าปลีกทั่วโลก GRDI 2021 ของ 35 ประเทศทั่วโลก ระบุจีนเป็นประเทศอันดับที่ 1 ที่มีดัชนีสูงสุด 72.8 มูลค่าการค้าปลีก 4,072 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ อันดับ 2 คือ อินเดีย คะแนน 64.4 มูลค่า 1,163 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

ในปี 2563 ตลาดค้าปลีกจีนขยายตัวร้อยละ 1.6 เพราะผลกระทบจากโควิด-19 แต่ Kearney คาดว่าอัตราการเติบโตต่อปีของการจับจ่ายค้าปลีกจีนจะมีอัตราการร้อยละ 7.5 หรือมูลค่า 5,800 พันล้านเหรียญสหรัฐฯภายในปี 2568

ขณะที่ภาคการค้าปลีกของอินเดียคาดว่าจะเติบโตเป็นมูลค่า 1,400 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ภายในปี 2569 และขยายเป็นมูลค่า 1,800 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ภายในปี 2573 โดยคาดว่าจะได้รับแรงหนุนส่งจากรายได้ส่วนบุคคลสุทธิที่สูงขึ้น การขยายตัวของเมือง การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตชนชั้นกลาง การเชื่อมต่อดิจิทัลที่เพิ่มขึ้น และโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้ออำนวย

อย่างไรก็ตามแอฟริกาจะเป็นแรงขับเคลื่อนการเติบโตของการค้าปลีกในอนาคต เนื่องจากทวีปนี้เตรียมที่จะย้ายออกจากรูปแบบการค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่เกิดจากผลกระทบของการแพร่ระบาดโควิด-19 กลุ่มประเทศแอฟริกาจะกลายเป็นตลาดที่เติบโตเร็วที่สุด ร่ำรวยและซับซ้อนที่สุดในโลก เนื่องจากการกฏระเบียบของรัฐบาลต่างๆที่เอื้ออำนวยและเป็นธรรมจะมีมากขึ้น ระบบดิจิทัลที่ขยายอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนสำคัญทั้งจากต่างประเทศและบริษัทในประเทศ

นอกจากนี้บริษัทค้าปลีกรายสำคัญเป็นเจ้าของห้างขนาดใหญ่ในดูไบ เช่น บริษัท Majid Al Futtaim ประกาศขยายการลงทุนค้าปลีกในประเทศแอฟริกา เช่น เคนยาและอูกันดา โดยจะเน้นสินค้าที่ราคาที่ต้องได้ สร้างแบรนด์สินค้าเอง (private label) ซึ่งมีจุดเด่นที่ราคาประหยัดกว่าแบรนด์ทั่วไปในท้องตลาด ภายใต้คุณภาพที่ใกล้เคียงกันหรือทดแทนกันได้ และพร้อมจะสร้าง Customer Loyalty ให้ลูกค้าจงรักภักดีต่อแบรนด์ตลอดไป

ความเห็นของ สคต. ณ เมืองดูไบ

เพื่อส่งเสริมการค้า E-commerce รัฐบาลดูไบสร้าง Dubai CommerCity เป็นเขตสินค้าทัณฑ์บน (Free Zone) ที่ตั้งขึ้นมาเพื่อธุรกิจอีคอมเมิร์ซโดยเฉพาะแห่งเดียวในภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกา มีการอำนวยความสะดวกให้กับบริษัทที่จะเข้ามาใช้บริการตั้งแต่เริ่มต้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการต่างชาติสามารถเข้ามาทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซในดูไบได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

ยูเออีเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงว่าเป็นแหล่งช้อปปิ้งยอดนิยมสำคัญแห่งหนึ่งของผู้บริโภค ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีผู้ประกอบการเป็นคนที่พื้นเมืองและนักลงทุนต่างชาติรายใหญ่ที่มีเครือข่ายสาขาจำนวนมาก มีอำนาจ

Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลข้างต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ – สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
วันที่ 12-18 ธันวาคม 2564
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ

ตอรองสูง มีระบบบริหารจัดการร้านค้า จัดระบบขนส่ง มีศูนย์กระจายสินค้าที่ทันสมัยและมีสาขาอยู่ทั่วประเทศและในกลุ่มประเทศอ่าวอาหรับอื่นๆ

จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ทำให้การค้าออนไลน์มีบทบาทเพิ่มขึ้น เป็นอีกช่องทางจะทำให้สินค้าไทยได้มีโอกาสเข้าถึงผู้บริโภคได้มากและง่ายขึ้น ผู้บริโภคสามารถเลือกชมสินค้าได้หลากหลายชนิด สินค้าใหม่ๆ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและรวดเร็ว แนวโน้มสินค้าที่มีโอกาสเติบโตท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของ โควิด-19 รวมไปถึงวิถีชีวิตใหม่ในยุคดิจิทัล ได้แก่ สินค้าทั้งกลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพ สินค้าที่ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ในยูเออีมีแพลตฟอร์มออนไลน์ แอปพลิเคชัน และมีเว็บค้าออนไลน์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้ช่องทางออนไลน์ในตลาดนี้มีความสำคัญเพิ่มขึ้น จึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการไทยจะใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จัก

ที่มา : GulfBusiness.com

Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลข้างต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้