

คู่มือดิจิทัลช่วยพลิกฟื้นเศรษฐกิจหลังวิกฤตโควิด

-19 ในจีน

โดย หลิว ชางซี ประธานสถาบันวิทยาศาสตร์การคลังของจีน (Chinese Academy of Fiscal Sciences)

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดในเอเชียเริ่มทรงตัว หลายประเทศจึงค่อยๆ ผ่อนคลายมาตรการปิดประเทศและมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม เพื่อให้ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบสามารถเปิดดำเนินงานได้อีกครั้ง ขณะที่สังคมกำลังปรับตัวให้เข้ากับชีวิตวิถีใหม่ รัฐบาลก็ต้องเผชิญกับปัญหาท้าทายเร่งด่วน นั่นคือ การฟื้นฟูเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว และการให้ความช่วยเหลือเป็นพิเศษแก่ธุรกิจขนาดเล็ก เพื่อรักษาอัตราการจ้างงานและการดำเนินธุรกิจอย่างมั่นคงในระยะยาว

กุญแจสำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ

ในกลุ่มประเทศแรกๆ ที่ยกเลิกมาตรการข้อจำกัดและเริ่มต้นฟื้นฟูเศรษฐกิจภายหลังการแพร่ระบาด ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับ “จีน” นับเป็นแหล่งข้อมูลที่มีประโยชน์ในการปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อช่วยในการพลิกฟื้นธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจเอสเอ็มอีที่ขาดแคลนเงินทุนและทรัพยากรในการฟื้นตัววิกฤตครั้งนี้

ธุรกิจขนาดเล็กและธุรกิจรายย่อยได้รับผลกระทบมากที่สุดในช่วงที่เกิดการแพร่ระบาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจในกลุ่มค้าปลีก อาหารและเครื่องดื่ม สันทนาการและความบันเทิง แม้ว่ายกเลิกมาตรการล็อกดาวน์แล้วแต่ “Revenge Spending” หรือการโหมซื้ออย่างหนักอีกครั้งหลังจากที่เก็บกดมานานในช่วงที่เก็บตัวอยู่บ้านไม่ได้เกิดขึ้นจริง หรือไม่ได้เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายตามที่คาดการณ์ไว้

ในช่วงเดือนมีนาคมหลังจากที่ยกเลิกมาตรการล็อกดาวน์ในจีน ธุรกิจเอสเอ็มอีมีรายได้เฉลี่ยต่อวันไม่ถึงครึ่งหนึ่งของรายได้ที่เคยได้รับก่อนการแพร่ระบาด ความต้องการของตลาดที่ลดลงคือสาเหตุหลัก เพราะผู้บริโภคยังคงลังเลที่จะออกไปเที่ยวข้างนอกและทำกิจกรรมทางสังคม

สิ่งที่แตกต่างจากวิกฤตเศรษฐกิจอื่นๆ ที่เคยเกิดขึ้นในอดีตก็คือ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจในระยะสั้นของสถานการณ์โควิด-19 เกี่ยวข้องเป็นอย่างมากกับการจ้างงานและการใช้จ่ายของผู้บริโภค และก่อให้เกิดผลกระทบโดยตรงต่อการอุดหนุนของเอสเอ็มอี ซึ่งถือเป็นกระดูกสันหลังของเศรษฐกิจในประเทศ ด้วยเหตุนี้ การกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคจึงนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการฟื้นฟูและกระตุ้นเศรษฐกิจ “การเพิ่มยอดใช้จ่ายของผู้บริโภค” คือหนทางเดียวที่จะช่วยให้เอสเอ็มอีสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและรักษาอัตราการจ้างงานในระยะยาว

ปรับเปลี่ยนสู่ดิจิทัล

ภาครัฐและภาคเอกชนในจีนได้ปรับใช้ “คูปองดิจิทัล” เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอย ทั้งนี้ จนถึงเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา มีการแจกจ่ายคูปองดิจิทัลมูลค่ากว่า 19,000 ล้านหยวน (หรือ 85,000 ล้านบาท) ใน 28 มณฑลและ 170 เมือง อลีเพย์ (Alipay) ถูกเลือกใช้เป็นแพลตฟอร์มสำหรับการแจกจ่ายคูปองกว่า 100 เมืองในมณฑลเจ้อเจียง กวางซี กวางตุ้ง เจียงซี ฝูเจี้ยน มงโกเลียใน และเสฉวน

จากงานวิจัยที่ทำขึ้นร่วมกันระหว่างสถาบันวิทยาศาสตร์การคลังของจีน (Chinese Academy of Fiscal Sciences) และสถาบันวิจัยของแอนท์กรุ๊ป (Ant Group Research Institute) โดยมุ่งเน้นการตรวจสอบรูปแบบการใช้คูปองดังกล่าวของผู้บริโภคในเมืองฝอซาน มณฑลกวางตุ้ง พบว่าการใช้คูปองดิจิทัลทุกๆ 1 หยวน (4.47 บาท) นำไปสู่การใช้จ่ายจริง 7.66 หยวน (34 บาท) ซึ่งจะกลายเป็นรายได้สำหรับองค์กรธุรกิจ ในช่วงวันแรงงานที่หยุดติดต่อกัน 5 วัน คูปองดิจิทัลที่แจกจ่ายผ่านอลีเพย์ช่วยสร้างรายได้สำหรับธุรกิจค้าปลีกทั่วประเทศเกือบ 5,000 ล้านหยวน (หรือ 2,000 ล้านบาท)

นอกจากนี้ ยังพบอีกด้วยว่าคูปองดิจิทัลมีประสิทธิภาพมากเป็นพิเศษสำหรับธุรกิจเอสเอ็มอี โดยคูปองดิจิทัลทุกๆ 1 หยวนช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กมีรายได้เฉลี่ย 2.97 หยวน ส่วนธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 2.79 หยวน และ 2.40 หยวนตามลำดับ

จากการสำรวจ พบว่ายอดธุรกรรมเพิ่มขึ้นอย่างมากใน 3 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม, บริการเสริมสวย และความงาม, สันทนาการและความบันเทิง ซึ่งมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 207%, 164% และ 228% ตามลำดับ โดย สันทนาการและความบันเทิงมีมูลค่าจากการทำธุรกรรมโดยรวมมากที่สุด

ประสิทธิภาพกับธุรกิจเอสเอ็มอี

ธุรกิจขนาดเล็กกว่า 8 ล้านรายมียอดขายเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว และธุรกิจกว่า 5 ล้านรายมีรายได้ต่อวันเพิ่มขึ้น 2 เท่า ซึ่งถือเป็นสัญญาณที่ดีว่ายอดใช้จ่ายของผู้บริโภคจะกลับมาเติบโตอย่างแข็งแกร่งอีกครั้ง นอกจากนี้ 80% ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่า “คูปองดิจิทัล” ก่อให้เกิดผลดีในแง่ของการกระตุ้นยอดใช้จ่าย และดึงคนมาใช้จ่ายมากขึ้น

เหตุใดคูปองดิจิทัลจึงมีประสิทธิภาพสำหรับธุรกิจเอสเอ็มอี? เราเชื่อว่ามีเหตุผลหลัก 3 ข้อดังต่อไปนี้:

1. บริการชำระเงินผ่านมือถือได้รับการใช้งานอย่างแพร่หลายในจีน ทำให้ประชาชนเกือบทุกคนได้รับคูปองดิจิทัลอย่างทั่วถึง และสามารถนำไปใช้ได้ทุกที่ ตั้งแต่ร้านค้าริมทาง ห้างค้าปลีก ไปจนถึงผู้ให้บริการ อีกทั้งยังมีอุปสรรคน้อยมากในการเข้าร่วมสำหรับธุรกิจเอสเอ็มอี ซึ่งโดยปกติแล้วมักจะขาดความสามารถด้านการตลาดและเทคโนโลยี
2. คูปองดิจิทัลออกแบบมาให้มีมูลค่าไม่มาก มียอดใช้จ่ายขั้นต่ำเพียงเล็กน้อย และมีข้อกำหนดและเงื่อนไขที่เรียบง่าย จึงช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าร่วมได้อย่างง่ายดาย ยิ่งไปกว่านั้น ยังมีกลไกที่ช่วยให้เจาะกลุ่มเป้าหมายได้อย่าง

แม่นยำ และแจกจ่ายคูปองสำหรับกลุ่มเฉพาะ หน่วยงานภาครัฐและองค์กรธุรกิจจึงสามารถใช้ประโยชน์จากคูปองดิจิทัล เพื่อช่วยเหลือภาคอุตสาหกรรมที่มีความจำเป็น

3. แพลตฟอร์มการชำระเงินเช่น อาลีเพย์ มีความสามารถด้านการจัดการความเสี่ยงที่แข็งแกร่ง จึงสามารถป้องกันการใช้คูปองดิจิทัลในทางที่ผิด และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่องค์กรธุรกิจที่ต้องการเข้าร่วมโครงการ

ประโยชน์ของคูปองดิจิทัลไม่ได้จำกัดอยู่แค่การฟื้นฟูเศรษฐกิจในระยะสั้นเท่านั้น แต่ยังส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมทั้งในระยะกลางและระยะยาวอีกด้วย เพราะการแจกจ่ายคูปองดิจิทัลหลายๆ ครั้งจะช่วยปรับเปลี่ยนนิสัยและพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค

นอกจากนี้ คูปองดิจิทัลยังส่งเสริมความร่วมมือของภาคอุตสาหกรรม โดยองค์กรธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ภายในพื้นที่เดียวกันจะสามารถร่วมกันออกคูปองที่นำไปใช้แลกได้ตามร้านค้าต่างๆ โดยครอบคลุมหลายภาคธุรกิจ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถใช้คูปองได้ในหลากหลายกรณี

หมายเหตุสำหรับบรรณาธิการ: นายหลิว ชางซี ดำรงตำแหน่งประธานสถาบันวิทยาศาสตร์การคลังของจีน (Chinese Academy of Fiscal Sciences) และร่วมเขียนรายงาน 消费券促进居民消费及复工复产的效果评估 (รายงานประเมินผลกระทบของคูปองดิจิทัลต่อการใช้จ่ายของผู้บริโภคและการฟื้นฟูเศรษฐกิจ) ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ดำเนินการร่วมกันของสถาบันวิทยาศาสตร์การคลังของจีน (Chinese Academy of Fiscal Sciences) และสถาบันวิจัยของแอนท์กรุ๊ป

+++

กรณีศึกษาของผู้ประกอบการ

คำปัสึก

Shanghai Bailian Group

ในช่วงวันหยุดแรงงาน Bailian Group ซึ่งเป็นเครือข่ายห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในนครเซี่ยงไฮ้ แจกจ่ายคูปองดิจิทัล 80,000 ใบผ่านทางอาลีเพย์

สวีคูน ฉิน ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายธุรกิจศูนย์การค้าของ Bailian Group กล่าวว่า การแจกจ่ายคูปองดิจิทัลช่วยให้ทางห้างมียอดขายกว่า 20 ล้านหยวน (หรือ 90 ล้านบาท) และดึงดูดลูกค้ารายใหม่กว่า 20,000 รายให้เข้าห้างในช่วงวันหยุดดังกล่าว

เฉินเยว จาง ซีอีโอและผู้จัดการทั่วไปของบริษัท Bailian Omni-channel E-commerce กล่าวว่า “ก่อนนี้เราเคยแจกจ่ายผ่านทางแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย แต่ปรากฏว่าเข้าถึงเฉพาะลูกค้าเก่า แต่ด้วยแพลตฟอร์มและ

เทคโนโลยีของอาลีเพย์ ทำให้เราสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในพื้นที่ใกล้เคียง และผลักดันยอดขายให้เพิ่มขึ้น” นับเป็นครั้งแรกที่ Bailian ได้ปรับใช้โมเดลธุรกิจค้าปลีกแบบใหม่ที่ผสมรวมธุรกิจออฟไลน์ (การขายในห้างร้านตามปกติ) เข้ากับระบบออนไลน์ (คุปองดิจิทัลผ่านทางอาลีเพย์)

Bailian Group ต่อยอดความสำเร็จด้วยการแจกคุปองลือดใหม่กว่า 9 ล้านใบ มูลค่ารวมเกือบ 500 ล้านบาท (2,200 ล้านบาท) ผ่านทางอาลีเพย์ ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายนเป็นต้นมา คุปองดังกล่าวครอบคลุม 8 ธุรกิจของ Bailian Group ได้แก่ ศูนย์การค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร ยา วัสดุก่อสร้างและการตกแต่งบ้าน และอื่นๆ นับเป็นการแจกคุปองครั้งใหญ่ที่สุดโดยบริษัทค้าปลีกรายเดียวในนครเซี่ยงไฮ้

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

Liao's Bon-Bon Chicken

Liao's Bon-Bon Chicken (Liao's) เป็นตัวอย่างที่ดีของธุรกิจขนาดเล็กที่ปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานครั้งใหญ่ โดยเมื่อปี 2561 Liao's ได้ติดตั้งระบบอาลีเพย์ในร้านสาขาทั้งหมดทั่วประเทศจีน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และเมื่อเดือนที่แล้วตอนที่เมืองอู๋ฮั่นแจกคุปองดิจิทัลให้แก่ชาวเมืองเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภค เครื่องขายร้านอาหารในมณฑลเจียงตุ่แห่งนี้ก็ใช้ประโยชน์จากระบบดิจิทัลที่มีอยู่จนกลายเป็นองค์กรธุรกิจที่มียอดขายเติบโตสูงสุดในเมืองอู๋ฮั่น

ผู้จัดการของ Liao's กล่าวว่า “ถึงแม้ว่าเราจะอยู่ในธุรกิจอาหารแบบดั้งเดิม แต่เรามีความกระตือรือร้นที่จะปรับใช้เทคโนโลยีและระบบการตลาดอัจฉริยะ เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากนวัตกรรมดิจิทัล ผมคิดว่าอาลีเพย์คือแพลตฟอร์มดิจิทัลชั้นนำที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อชีวิตประจำวันของผู้บริโภค เรามีแผนที่จะผนวกรวมทุกแง่มุมของธุรกิจเข้ากับแพลตฟอร์มอาลีเพย์”

ผู้บริหารของ Liao's ที่ดูแลการดำเนินงานในมณฑลเจียงตุ่ กล่าวว่า “ในช่วงสัปดาห์แรกของการแจกคุปองดิจิทัล ร้านสาขาในเจียงตุ่มียอดขายรวมเพิ่มขึ้นถึง 50% และมูลค่าธุรกรรมผ่านทางอาลีเพย์เพิ่มขึ้นถึง 128%” นอกเหนือจากส่วนลด 20 หยวนสำหรับยอดใช้จ่ายทุก 60 หยวนแล้ว Liao's ยังเสนอคุปองส่วนลดเพิ่มเติมอีก 10 หยวนผ่านทางอาลีเพย์ ดังนั้นลูกค้าจึงมีสิทธิ์ได้รับส่วนลดสูงสุด 50% นับเป็นอีกหนึ่งมาตรการที่ช่วยดึงดูดลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

Liao's Bon-Bon Chicken เป็นหนึ่งในธุรกิจรายย่อยและร้านค้าราว 230,000 แห่งในมณฑลเจียงตุ่ที่ได้รับประโยชน์จากคุปองดิจิทัล รายได้ของทางร้านในช่วงเดือนพฤษภาคมปีนี้สูงกว่าเดือนพฤษภาคมปีที่แล้ว และมียอดขายเติบโตแบบปีต่อปีในช่วงฟื้นฟูธุรกิจหลังการแพร่ระบาด