นอกจากความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าที่เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนักช้อปออนไลน์แล้ว

นอกจากความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าที่เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนักช้อปออนไลน์แล้ว
“ความหลากหลายของช่องทางในการเลือกรับสินค้า” เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่นักช้อปออนไลน์กำลังมองหา

ดีเอชแอล อีคอมเมิร์ซ ประเทศไทย

ปัจจุบันตลาดอีคอมเมิร์ซ (B2C) ในประเทศไทยมีขนาดใหญ่เป็นอันดับสองในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และคาดว่าจะมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยสูงถึง 22% ต่อเนื่องในแต่ละปี ‘พลังของโซเชียลมีเดีย’ เป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้ตลาดอีคอมเมิร์ซเติบโตอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ใช้งาน Instagram จำนวน 11 ล้านราย มีผู้ใช้งาน Facebook มากถึง 47 ล้านราย ติดอันดับ 9 ของประเทศที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดในโลก ปัจจัยนี้มีส่วนสำคัญในการผลักดันให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซขยายตัวเป็นอย่างมาก ประกอบกับระบบการชำระเงินออนไลน์ที่สะดวก เครือข่ายในการจัดส่งสินค้าที่ครอบคลุมทั่วประเทศ หรือเทคโนโลยีที่เข้ามาช่วยเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการสต็อกสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่งเป็นการส่งเสริมให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว

จากการสำรวจความคิดเห็นของนักช้อปออนไลน์กว่า 1,000 รายในประเทศเยอรมนี พบว่าลูกค้าอีคอมเมิร์ซ 78% ต้องการระบุเวลาในการจัดส่งสินค้า 68% ต้องการเลือกวันรับสินค้าได้ด้วยตัวเอง และ 94% พึงพอใจที่สามารถเลือกสถานที่รับสินค้าได้เอง เช่น ตู้รับฝากสินค้า ในขณะเดียวกันครึ่งหนึ่งของผู้ทำแบบสำรวจต้องการให้ฝากส่งสินค้าไว้กับเพื่อนบ้านในกรณีที่ลูกค้าไม่อยู่บ้าน นอกจากนี้ 88% ของนักช้อปออนไลน์ต้องการตรวจสอบสถานะการจัดส่งด้วยตัวเองโดยตรง และ 85% เห็นว่าหัวใจสำคัญของบริการคือการที่ลูกค้าสามารถติดตามตรวจสอบสถานะการจัดส่งได้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่านอกเหนือจากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการส่งเสริมการเจริญเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ นั่นก็คือ “ความหลากหลายของช่องทางในการเลือกรับสินค้า”

ทุกวันนี้ดูเหมือนว่าความรวดเร็วได้กลายเป็นเกณฑ์มาตรฐานในการจัดส่งพัสดุ แต่แท้จริงแล้วร้านค้าออนไลน์จะไม่สามารถสร้างความแตกต่างได้ด้วยความรวดเร็วเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป จากผลสำรวจพบว่า 66 % ของนักช้อปออนไลน์ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า แต่ก็ยังดูเหมือนว่า “ช่องทางที่หลากหลายสำหรับลูกค้าในการเลือกวันเวลาและจุดรับสินค้า” เริ่มมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการจัดส่งที่รวดเร็วซึ่งเห็นได้จากการที่ร้านค้าปลีกออนไลน์ในทวีปเอเชียจำนวนมากหันไปให้ความสำคัญกับการเพิ่มความหลากหลายของช่องทางในการเลือกรับสินค้ามากขึ้น โดยผู้บริโภคและร้านค้าปลีกออนไลน์เริ่มมองหาการบริการจัดส่งพัสดุที่สามารถปรับใช้ได้ตามความต้องการ

ของลูกค้าแต่ละราย และบริการด้านการจัดส่งที่สะดวกเรียบง่ายไม่ซับซ้อนแต่ยังคงไว้ซึ่งระบบการดำเนินงานที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว