

อุตสาหกรรมค้าปลีกออนไลน์ในเม็กซิโกโตเร็ว ชื่อนำตลาด e-Commerce ในลาตินอเมริกา



อุตสาหกรรม e-Commerce ในเม็กซิโกขยายตัวต่อเนื่อง จากปัจจัยบวกด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบดิจิทัล อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ขนาดและกำลังซื้อผู้บริโภค หนุนธุรกิจค้าปลีกออนไลน์เติบโตสูงสุดในลาตินอเมริกา

จากรายงานอุตสาหกรรม e-Commerce (BlackStats) ปี 2023 – 2024 พบว่ามูลค่าการค้าปลีกผ่านช่องทางออนไลน์ของเม็กซิโกในปี 2023 เติบโตสูงถึง 24.6% คิดเป็นมูลค่ากว่า 27,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสูงเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคลาตินอเมริกา และอันดับที่ 7 ของโลก โดยมูลค่าการค้าปลีกผ่าน e-Commerce ของเม็กซิโกมีส่วนสูงถึง 13.2% ของมูลค่ารวมทั่วโลก

ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลให้อุตสาหกรรม e-Commerce ในเม็กซิโกเติบโตอย่างรวดเร็ว ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานของระบบดิจิทัลที่เข้มแข็ง และจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีมากกว่า 107 ล้านราย หรือคิดเป็นอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชากร (Internet penetration rate) ที่ 83.2% สูงกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาคลาตินอเมริกา ซึ่งอยู่ที่ 82.5% และค่าเฉลี่ยของทั่วโลกซึ่งอยู่ที่ 66% - 67%

นอกจากนี้ เม็กซิโกยังเป็นตลาดที่กำลังขยายตัวต่อเนื่องโดยมีปัจจัยสนับสนุนจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยมียอดค่าใช้จ่ายออนไลน์เฉลี่ยอยู่ที่ 593 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 20,000 บาท ต่อปี สูงสุดในภูมิภาคลาตินอเมริกา โดยผู้บริโภคที่ใช้จ่ายผ่านช่องทางออนไลน์สูงสุด คือ กลุ่ม Millennials ที่มีสัดส่วนการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่ 25% ตามด้วยกลุ่ม Gen Z ที่ 19% โดยประเภท

ของสินค้าที่มีการซื้อมากที่สุด ได้แก่ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สินค้าแฟชั่นและเครื่องประดับ (Accessories) และอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งนี้ ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ Instagram, Facebook, Google ดังนั้น การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านแพลตฟอร์มเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบัน ซึ่ง Statista ประมาณการว่ามูลค่าการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ในอุตสาหกรรมค้าปลีกในเม็กซิโก ปี 2024 จะเติบโตสูงถึง 45%

สำหรับปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ บริการส่งฟรี (50.6%) คุปองส่วนลดและการลดราคา (39.3%) นโยบายการคืนสินค้า (33.2%) ระบบการ Check-out ที่ง่าย (30.6%) การรีวิวสินค้าจากลูกค้าคนอื่น (30.5%) บริการส่งสินค้าภายในวันเดียว (30.4%) โปรแกรมสะสมคะแนนของแบรนด์สินค้า (27.2%) และบริการจ่ายเงินปลายทาง (19.8%)

ทั้งนี้ คาดว่าอุตสาหกรรม e-Commerce ในเม็กซิโกมีศักยภาพที่จะเติบโตได้มากยิ่งขึ้นในปี 2025 เนื่องจากอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือของประชากรชาวเม็กซิโกที่เพิ่มสูงขึ้นประกอบกับการพัฒนาแอปพลิเคชันของผู้ประกอบการค้าปลีก ทำให้เกิดความสะดวกในการค้นหาและเลือกสินค้าที่ต้องการได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านอุปกรณ์ดังกล่าว หรือที่เรียกว่า m-Commerce ซึ่งในปัจจุบันการซื้อสินค้าผ่าน m-Commerce มีสัดส่วนสูงถึง 79% ของมูลค่าการค้าปลีกออนไลน์ในเม็กซิโก อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยที่เป็นความท้าทายอีกหลายด้าน เช่น ความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมออนไลน์ ความกังวลเรื่องการโกง และระบบโลจิสติกส์ที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ส่งผลต่อระยะเวลาและต้นทุนในการจัดส่งสินค้าของธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ต้องการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในเม็กซิโกควรให้ความสำคัญในการบริหารจัดการปัจจัยเหล่านี้ให้มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและจงใจการซื้อของผู้บริโภคชาวเม็กซิกัน
