

AI Shopping: เทรนด์ใหม่มาแรง



ผลการวิจัยล่าสุดของบริษัท Kingfisher กลุ่มค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและของตกแต่งบ้านรายใหญ่ของสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นเจ้าของแบรนด์ B&Q และ Screwfix ระบุว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคชาวสหราชอาณาจักรต่อการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการจับจ่ายสินค้าได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยพบว่าร้อยละ 28 ของผู้บริโภควัยผู้ใหญ่ในสหราชอาณาจักรยินยอมให้ AI เป็นตัวช่วยในการซื้อของ และสามารถสั่งซื้อสินค้าแทนได้โดยอัตโนมัติ ทั้งนี้ ผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวถึงร้อยละ 76 ยินยอมให้ AI สั่งซื้อสินค้าให้โดยอัตโนมัติได้สูงสุดไม่เกิน 99 ปอนด์ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการชำระเงินแบบไร้สัมผัส (Contactless Payment) ในปัจจุบัน

ผลการวิจัยดังกล่าวซึ่งสำรวจกลุ่มตัวอย่างชาวอังกฤษจำนวน 2,000 คน พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 58 รู้สึกสบายใจกับการที่ AI แนะนำสินค้าในระหว่างการเลือกซื้อ และร้อยละ 38 ยินดีให้ระบบเพิ่มสินค้าแนะนำลงในตะกร้าอัตโนมัติ โดยกลุ่มอายุ 18–24 ปี ถือเป็นกลุ่มหลักที่มีความคุ้นเคยและใช้ระบบ AI เพื่อช่วยตัดสินใจซื้อแทนตนเองมากที่สุด สถิติดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่มีความสำคัญกับความสะดวก ความรวดเร็ว และความสำคัญของเทคโนโลยี AI ที่มีบทบาทในการบริโภค

นอกจากนี้ งานวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าความเร็วในการจัดส่งสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกร้านค้า โดยร้อยละ 32 ของผู้บริโภคระบุว่าความเร็วในการจัดส่งที่รวดเร็วมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคยังคงให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้า (Physical Store) เนื่องจากต้องการเห็นคุณภาพสินค้าและรับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ โดยแนวโน้มในอนาคตคือการพัฒนาร้านค้าในรูปแบบ “Phygital Store” ที่ผสานประสบการณ์การซื้อของจากร้านค้า (Physical Store) เข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัลและ AI เพื่อตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะบุคคล (Personalization) เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและบริการที่ดียิ่งขึ้น

☐ นโยบายภาครัฐ

☐ เศรษฐกิจการลงทุน

☐ แนวโน้มการตลาด

☐ รายงานสินค้าและบริการ

☐ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

สำนักงานส่งเสริมการค้าใน
ต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน
11 Hertford Street, Mayfair,
London W1J 7RN

Phone : +44 207 4935749

e-Mail : info@thaitradelondon.com

Kingfisher ระบุว่า การนำ AI มาใช้ในการแนะนำสินค้าและการปรับประสบการณ์ให้ตรงกับลูกค้าแต่ละราย สามารถสร้างการเติบโตของยอดขายได้ถึงร้อยละ 37 ต่อปี คิดเป็นมูลค่าประมาณ 80 ล้านปอนด์ในช่วงครึ่งแรกของปีงบประมาณ 2568/69 สะท้อนว่า AI ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือเชิงทดลอง แต่กลายเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจค้าปลีกในสหราชอาณาจักรอย่างเป็นรูปธรรม

ที่มา: Kingfisher

ข้อมูลเพิ่มเติม/ความเห็น สคต.

ในปัจจุบันเทคโนโลยี มีบทบาทสำคัญอย่างกว้างขวางในชีวิตประจำวัน รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ผู้ประกอบการไทยที่จึงควรปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่พึ่งพา AI มากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาข้อมูลสินค้าให้มีความชัดเจน เป็นระบบ และอ่านเข้าใจง่าย เพื่อเอื้อต่อการทำงานของระบบ AI และเพิ่มโอกาสที่สินค้าจะได้รับการแนะนำหรือถูกเลือกซื้อโดยอัตโนมัติ ควบคู่กับการเสริมความพร้อมด้านโลจิสติกส์และการจัดส่งที่รวดเร็ว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรสร้างความน่าเชื่อถือของแบรนด์ผ่านคุณภาพสินค้า เรื่องราวของแบรนด์ และข้อมูลการใช้งานที่โปร่งใส รวมถึงการขยายการเข้าถึงตลาดผ่านแพลตฟอร์มที่ใช้เครื่องมือ AI และการวางกลยุทธ์การจำหน่ายแบบหลากหลายช่องทาง ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสทางการค้าและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

สรุปโดย สคต. ลอนดอน