



ShopeeFood

Step into Super-Application

18 ตุลาคม 2564

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า
OFFICE OF TRADE COMPETITION COMMISSION, THAILAND

การประกอบธุรกิจ ShopeeFood ภายใต้เครือบริษัท Sea Group

บริษัทสัญชาติสิงคโปร์มูลค่ากิจการสูงสุดในภูมิภาคอาเซียน

(Market Cap 100,000 million USD.)



sea
connecting the dots



Digital Entertainment

ธุรกิจสื่อบันเทิงดิจิทัลเกมส์ออนไลน์ทั้งบนมือถือและคอมพิวเตอร์ ให้บริการใน 130 ประเทศ โดยมีเกมส์มือถือชื่อดังที่ทางบริษัทผลิตขึ้นเอง อาทิ

- PUBG
- League of Legends
- ROV
- Free Fire

Sea Group เข้าซื้อกิจการในประเทศอินโดนีเซียอย่าง Bank Kesejahteraan Ekonomi หรือ Bank BKE



seamoney

Digital financial

- ธุรกิจให้บริการทางการเงิน อาทิ
- ShopeePay* (กระเป๋าสตางค์)
 - SPayLater** (สินเชื่อ)



Shopee

E-commerce

ธุรกิจซื้อขายสินค้าบนแพลตฟอร์มด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์



Shopee Pay = กระเป๋าเงินออนไลน์ (เติมเงินเข้าไปในแพลตฟอร์มสำหรับใช้จ่าย)

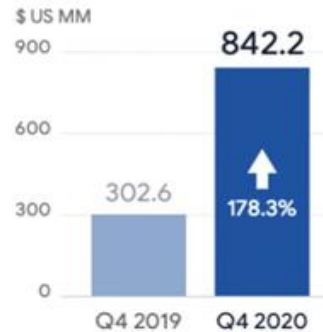
Shopee Pay Later = การใช้เงินสินเชื่อสำหรับลูกค้า Shopee เพื่อใช้ซื้อของบนแพลตฟอร์ม



E-commerce

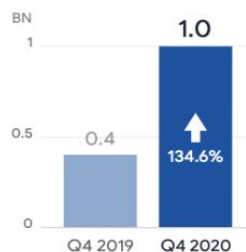
รายได้รวม

\$842.2 Million
GAAP Revenue



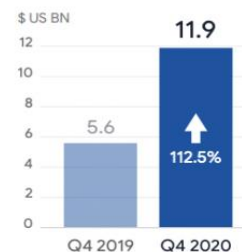
ยอดสั่งซื้อรวม

1.0 Billion
Gross Orders



มูลค่ารวมสินค้า

\$11.9 Billion
GMV



ที่มา: Sea Group, Singapore (Q4/2020)



แอปฯ ช้อปปิ้งออนไลน์สามารถซื้อสินค้าได้ทุกที่ ทุกเวลา



แหล่งรวมสินค้าที่เป็นแบรนด์ชั้นนำในประเทศไทย



SUPERMARKET
BY SHOPEE

ศูนย์รวมสินค้าที่เกี่ยวข้องอุปโภค บริโภคของคนใช้ในชีวิตประจำวัน



ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าของ Shopee โดยมีทั้งบริการนำรับสินค้า (Pick-up) และบริการส่งสินค้าด้วยตนเอง (Drop-off)



กระเป๋าเงินออนไลน์ให้บริการครบวงจร เช่น ชำระบิล เดิมเกมส์ ซื้อตั๋วหนัง เป็นต้น โดยรองรับบัญชีธนาคาร บัตรเดบิต และบัตรเครดิต นอกจากนี้ยังมีปล่อยวงเงินสินเชื่อสำหรับลูกค้า Shopee เพื่อใช้ซื้อของบนแพลตฟอร์ม



ShopeeFood

ขยายธุรกิจให้บริการส่งอาหารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยเป็นตัวแทนส่งอาหารให้กับผู้บริโภคแทนร้านอาหารที่ไม่ต้องจัดการส่งอาหารด้วยตัวเอง

เปิดระบบให้ใช้งาน
18 ต.ค. 2021 เป็นต้นไป





ShopeeFood

บริการส่งอาหารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยเป็นตัวแทนส่งอาหารให้กับผู้บริโภคแทนร้านอาหารที่ไม่ต้องจัดการส่งอาหารด้วยตัวเอง

ShopeeFood เป็นการรีแบรนด์จาก NowFood ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มบริการส่งอาหารของบริษัท Foody* โดยบริษัท SEA Group ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของ Shopee ได้เข้าซื้อกิจการไว้ตั้งแต่ปี 2017 ด้วยเงินทุนกว่า 64 ล้านดอลลาร์ฯ



*DeliveryNow แพลตฟอร์มผู้เล่านด้านเดลิเวอรี่รายหนึ่งของเวียดนาม โดยอยู่ภายใต้การดูแลของบริษัท Foody ที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2012 บนแพลตฟอร์มจะมีการให้บริการแนะนำอาหารและร้านอาหารรวมอยู่ด้วย ต่อมาในปี 2015 ถึงได้มีการเปลี่ยนมาเป็นบริการขนส่งอาหารและจองร้านอาหาร



การแข่งขันในตลาดเดลิเวอรี่อาหาร จัดเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงจากผู้แข่งขันจำนวนมาก ที่นำเสนอสินค้าที่มีความคล้ายคลึงกันไปยังผู้บริโภค และสินค้าในแต่ละแบรนด์มีความแตกต่างกันน้อย (Red Ocean) ดังนั้นไม่ว่าผู้เล่นรายเล็กหรือรายใหญ่ที่เข้ามาในตลาดต้องมีการวางกลยุทธ์ที่แข็งแกร่ง ขยายฐานลูกค้า และบริการได้อย่างครอบคลุมและทั่วถึง

โดยที่ผ่านมามาประเทศไทยจะเห็นดีลใหญ่หรือการควบรวมธุรกิจในวงการตลาดนี้ รวมไปถึงการที่ผู้เล่นอย่างธนาคารก้าวเข้ามาเป็นผู้เล่นเพิ่มในตลาดนี้ด้วยเช่นกัน

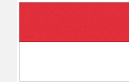
ShopeeFood เปิดให้บริการประเทศ
แถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



18 ก.ค. 2021



24 ก.ย. 2021



มี.ค. 2021



เปิดระบบให้ใช้งาน
18 ต.ค. 2021 เป็นต้นไป

เปิดปฐมบทใหม่
ShopeeFood
พร้อมเสิร์ฟความคุ้ม

x3

ลดสูงสุด 50% โค้ดลดเพิ่มสูงสุด 80% ส่งฟรี! ทุกเมนู

18 ต.ค. 64 - 31 ต.ค. 64, *เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทฯ กำหนด

ลูกค้าใหม่ได้มือ! เพราะเพิ่งถูกเวอร์

โค้ดส่วนลด
ออเดอร์แรก 50%

ถ้าคิดว่าหนอนาคัน คุณคิดผิด!

โค้ดลดเพิ่ม
สูงสุด 50%

ส่งสุดท้าย ลดค่าอาหารแล้ว
ยังคงค่าส่งฟรีได้อีก!

โค้ดส่งฟรี!



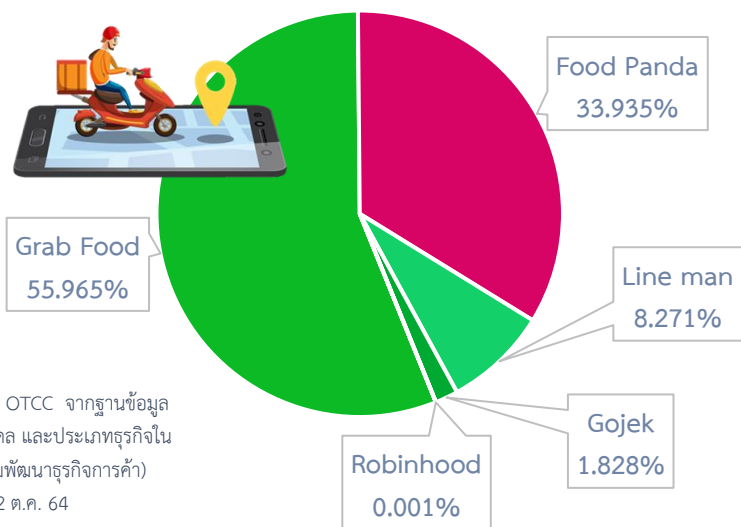
ข้อคิดเห็นจาก สขค. ต่อการเพิ่มประเภทธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารของ Shopee

ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารหลักๆ ในตลาดประมาณ 5 ราย

ผู้ประกอบการธุรกิจ 3 รายแรกในตลาด ได้แก่ Grab-Food, Food-Panda, Line-man นั้นมีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันเกินร้อยละ 75 และแต่ละรายมียอดเงินขายในปีที่ผ่านมาเกิน 1,000 ล้านบาทขึ้นไป จะเข้าข่ายการเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดตามประกาศคณะกรรมการแข่งขันการค้า เรื่องหลักเกณฑ์การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด พ.ศ. 2561

**** แต่เมื่อพิจารณาเพิ่มเติมตาม ข้อ 3 (วรรค4) ของประกาศข้างต้นจะยกเว้นผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งการตลาดต่ำกว่าร้อยละ 10 ซึ่งในปีที่ผ่านมา Line-man มีส่วนแบ่งการตลาดเพียงร้อยละ 8.27 ทำให้เหลือผู้มีอำนาจเหนือตลาดในธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารเพียง 2 รายเท่านั้น คือ Grab-food และ Food-Panda**

ส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของไทย ปี พ.ศ. 2563



ที่มา: คำนวณโดย OTCC จากฐานข้อมูลรายได้รวมนิติบุคคล และประเภทธุรกิจในประเทศไทย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ต.ค. 64

ข้อสังเกตสำหรับธุรกิจของ ShopeeFood ต่อการแข่งขันทางการค้า

ในตลาดที่มีการแข่งขันสูงจากผู้แข่งขันจำนวนมากและนำเสนอสินค้าที่มีความคล้ายคลึง (Red Ocean) ย่อมมีการทำการตลาดแบบเน้น “ราคา” เป็นหลัก โดยผู้เล่นแต่ละรายนั้นจะมีความแตกต่างของแบรนด์น้อยมาก และลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อแบรนด์น้อยเช่นกัน ทำให้การเสนอราคาที่ถูกกว่า จะสามารถดึงดูดลูกค้าเพื่อไม่ให้เปลี่ยนใจไปหาเจ้าใหม่ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การลดราคาสินค้าและบริการลงมาเพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ หรือแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดนั่นเอง ดังนั้นในระยะสั้นกลุ่มผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์จากการแข่งขันกันของผู้เล่นในตลาดอย่างเต็มที่ แต่ในระยะยาวเมื่อมีผู้ชนะในตลาดจนกลายเป็นผู้เล่นที่มีอำนาจเหนือตลาดอาจมีโอกาสใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม เพื่อขัดขวางภาวะการแข่งขันที่ผ่านมา

ในปัจจุบันการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ของตลาดการให้บริการดิจิทัล (ตลาดที่มีการแข่งขันสูง) เช่น ธุรกิจบริการขนส่งพัสดุ ธุรกิจเดลิเวอรี่อาหาร ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ เป็นต้น จึงมักมีการใช้กลยุทธ์การเผาเงินทุน* อาทิ การแจกส่วนลดส่งฟรี การลดราคาสินค้า ฯลฯ โดยในระยะเริ่มแรกของการดำเนินธุรกิจ ผู้เล่นแต่ละรายจะยอมขาดทุนสะสม เพื่อสร้างฐานข้อมูลของกลุ่มผู้บริโภค เช่น พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค ทั้งนี้ฐานข้อมูลเหล่านี้จะสามารถต่อยอดการคิดค้นนวัตกรรมทางธุรกิจรูปแบบใหม่

*อัตราการเผาเงินทุน (Burn rate) คือค่าใช้จ่ายต่อเดือนช่วงที่บริษัทใช้เงินทุนที่ได้มาโดยยังไม่มีรายรับเข้ามา ถ้าเงินทุนไม่มากพอจะแข่งขันกับคู่แข่งก็จำเป็นต้องเลิกกิจการเพื่อหยุดขาดทุน

