

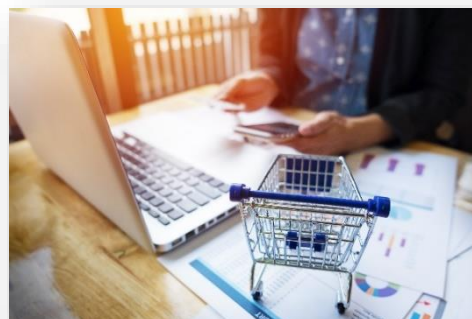
Reverse-culture shock ซ้อปไม่ชิน

เมื่อกลับมา (Shopping) อยู่บ้านแล้วไม่ชิน: Reverse-culture shock ในการซื้อของออนไลน์



อาการของความไม่คุ้นชินเมื่อต้องย้ายไปอยู่ต่างบ้านต่างเมือง การไปอยู่ในสภาพแวดล้อมใหม่ๆ และวัฒนธรรมใหม่ๆ อาจทำให้บางคนรู้สึกอึดอัด หวาดระแวง ไม่มั่นใจ วางตัวไม่ถูก บางคนอาจมีปัญหาเรื่องการปรับตัวทางด้านอารมณ์และสภาพจิตใจ นั่นคืออาการ Culture shock ที่มักจะพบได้บ่อยๆ ในคนที่ย้ายไปอยู่ต่างประเทศ แต่คนที่ย้ายจากต่างประเทศกลับมาอยู่ประเทศบ้านเกิดเมืองนอนของตัวเองก็มีอาการลักษณะนี้ได้เช่นกัน หรือที่เรียกว่า Reverse Culture Shock อาการนี้ในบางคนนั้นอาจจะหนักกว่าตอนย้ายไปอยู่เมืองนอกเสียด้วยซ้ำไป ด้วยเหตุที่คิดว่ามันคือ “การกลับบ้าน” อาการนี้เกิดจากการที่เราไปอาศัยอยู่ต่างถิ่นเป็นเวลานานและเกิดความคุ้นชินกับวัฒนธรรมที่นั่น และทำให้ต้องปรับตัวกันใหม่อีกครั้งเมื่อต้องกลับมาอยู่ในวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมที่ประเทศตัวเอง

ปี 2015 เป็นปีที่ผู้เขียนจากประเทศไทยไปศึกษาต่อที่อังกฤษ การช้อปปิ้งออนไลน์ในประเทศไทยเริ่มมีบ้างประปรายแต่ยังไม่มากนัก ซึ่งขณะนั้นที่ในสหราชอาณาจักรการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้ถือเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันไปแล้ว ถึงขั้นที่บางบริษัทเลือกที่จะทยอยปิดหน้าร้านเพื่อไปมุ่งเน้นการขายออนไลน์



ในปี 2020 ผู้เขียนกลับมาใช้ชีวิตที่ประเทศไทยอีกครั้งก็พบว่าการซื้อขายออนไลน์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตของผู้คนประเทศไทยด้วยแล้วเช่นกัน การมีสถานการณ์โควิด-19 ยิ่งเป็นตัวเร่งให้โลกออนไลน์มีบทบาทในไลฟ์สไตล์พวกเรามากขึ้น แต่พฤติกรรมการซื้อขายของบนอินเทอร์เน็ตในสองประเทศก็ไม่ได้เหมือนกันเสียทีเดียวหลายๆ อย่างที่เป็นที่นิยมในประเทศไทยในปัจจุบัน ก็เพิ่งเกิดขึ้นในช่วงที่ผู้เขียนเดินทางไปต่างประเทศเสียแล้ว การกลับมาอยู่บ้านตัวเองคราวนี้จึงแทบจะเป็นการเรียนรู้ทุกอย่างใหม่แทบทั้งหมดเกี่ยวกับการช้อปปิ้งออนไลน์ (ในประเทศไทย)

E-marketplace ยอดนิยมของไทยคือ Lazada หรือ Shopee ไม่ใช่ Amazon หรือ E-bay แบบที่คุ้นเคยในยุโรป ... เอาสิ เราต้องลงทะเลเป็นกันใหม่ ไม่เป็นไร ไม่ยาก ว่าแต่สองเว็บที่ว่ามันมันสะดวกยังไงนะ คำอ่านว่า ละซาตา หรือลาซาด้า ช้อปปี้หรือช้อปปี้หรือว่าชอปปี นี่ก็ยังคงถามเพื่อนข้างๆ นอกจากการสะสมแต้มผ่านบัตรเครดิตแล้ว โปรแกรม cashback reward จากการใช้จ่ายออนไลน์ที่เมืองไทยใช้เว็บไซต์ไหนก็ต้องเริ่มหาข้อมูลกันใหม่



เมื่อเพื่อนๆ พูดกันว่า “เจ็บบมาเยอะ” เพราะการซื้อเสื้อผ้าออนไลน์แล้วใส่ไม่พอดี หรือสินค้าไม่ตรงปก ... เราก็งงว่าทำไมไม่ส่งของกลับแล้วขอเงินคืนหรือขอเปลี่ยนไซส์ เพราะในอังกฤษลูกค้าอาจดั่งเสื้อผ้ามาเพื่อเลือก หลายไซส์หลายแบบ เอามาลองใส่ ถ้าชอบก็เอาไว้ อันไหนที่ไม่ชอบก็ส่งคืนร้านไปเพื่อเอาเงินคืน เพราะในประเทศอังกฤษมีกฎหมายที่กำหนดให้ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์สามารถคืนสินค้าได้ภายหลังจากได้รับสินค้าและได้รับเงินคืน แม้ว่าจะไม่บอกเหตุผลของการคืนสินค้าก็ตาม (แต่มีเงื่อนไขว่าสินค้าต้องยังอยู่ในสภาพสมบูรณ์) ขณะที่บางร้านค้าในไทยค้าขายแล้วขายเลย ไม่มีการรับคืน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่แตกต่างกันระหว่างสองประเทศทำให้เราต้องศึกษาข้อมูลกันใหม่ก่อนจ่ายเงินซื้อของออนไลน์

การคืนสินค้าก็ตาม (แต่มีเงื่อนไขว่าสินค้าต้องยังอยู่ในสภาพสมบูรณ์) ขณะที่บางร้านค้าในไทยค้าขายแล้วขายเลย ไม่มีการรับคืน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่แตกต่างกันระหว่างสองประเทศทำให้เราต้องศึกษาข้อมูลกันใหม่ก่อนจ่ายเงินซื้อของออนไลน์



ดู Live สดขายของทาง Facebook หรือ Instagram รวมถึงการใช้ Social media เพื่อโปรโมทสินค้า และพูดคุยกับลูกค้าเพื่อสร้างยอดขาย คนซื้อต้องรีบ CF หรือ CC, คนขายอาจจะบอก CF no CC ศัพท์ใหม่สำหรับ การช้อปปิ้งออนไลน์

ที่เมื่อได้ยีนครั้งแรกก็อึ้งไปเหมือนว่าเราตกยุคไปแล้ว ทำไมฟังแล้วไม่เข้าใจเลยเวลาที่เพื่อนพูดเรื่องการ F (การเอฟ) ของใหม่ๆ มาจาก Facebook หรือ Instagram สิ่งเหล่านี้เหมือนจะเป็นที่คุ้นชินของนักช้อปปิ้งในเมืองไทยซึ่งเป็นประเทศที่มีความเป็น Social Commerce สูงมาก ต่างจากสังคมในแถบยุโรปที่โดยมากเป็นการซื้อของผ่านเว็บไซต์ที่ลูกค้าทำการเลือกและหยิบสินค้าลงตะกร้า จ่ายตังค์ผ่านบัตรเครดิตแล้วรอสินค้ามาส่งที่หน้าบ้าน

ปรากฏการณ์เหล่านี้สอดคล้องกับรายงานจากหลายแหล่งที่พบว่าประเทศในเอเชียเป็นผู้นำในเรื่องการใช้สื่อ Social Media ในการขายของออนไลน์ ขณะที่ในบางทวีปการช้อปปิ้งออนไลน์ส่วนใหญ่อยู่บนแพลตฟอร์มที่เป็นเว็บไซต์หรือ marketplace การพูดคุยระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายก็มีบ้างเพื่อการแนะนำสินค้า/การสอบถามรายละเอียดสินค้าเพิ่มเติม หรือการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ แต่ไม่ใช่การพูดเพื่อเชิญชวนโต้ตอบสื่อสารกับลูกค้ากันแบบสดๆ ทั้งนี้ มีการคาดการณ์ว่า Social Commerce ถือเป็นอนาคตของ e-commerce ซึ่งประเทศไทยติดอยู่ในกลุ่มผู้นำของการใช้โซเชียลเพื่อการขายของบนอินเทอร์เน็ต และก็เริ่มพบว่าเทรนด์ดังกล่าวนี้ก็เริ่มจะเป็นที่นิยมในภูมิภาคอื่นๆ ของโลกด้วยแล้วเช่นกัน ซึ่งผู้เขียนเชื่อว่าตอนนี้ทักษะการทำ Social Commerce ของผู้ประกอบการไทยนั้นไม่น้อยหน้าชาติใดในโลก ด้วยความที่รูปแบบดังกล่าวสอดคล้องกับวัฒนธรรมดิจิทัลของคนไทยที่ชื่นชอบการใช้ Social Media เป็นอันดับต้นๆ ของโลก และเรายังมีหน่วยงาน เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่คอยช่วยเติมและเสริมทักษะดังกล่าวให้กับผู้ประกอบการมาโดยตลอดซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยเพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการยุคใหม่ได้เป็นอย่างดี



อารมณ์หงุดหงิดที่เมื่อเจอสินค้าถูกใจ แต่แม่ค้าเขียนแคปชั่นได้ภาพไว้ว่า “ไม่รับเปลี่ยนหรือคืน” ความเสียอารมณ์เมื่อพบว่าสินค้าที่ได้มานั้นมีตำหนิและต้องใช้เวลาอีกเกือบเดือนกว่าจะได้สินค้าชิ้นใหม่ หรือความไม่เข้าใจว่าทำไมต้องมานั่งดูแม่ค้า Live เพื่อขายสินค้า ถ้าอยากได้สินค้าทำไมไม่ไปซื้อจาก e-market หรือไปซื้อที่หน้าร้านออนไลน์ (บนเว็บไซต์) เหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของความซัดกับวัฒนธรรมการช้อปปิ้งที่แตกต่างจากผู้เขียน



เคยชิน เมื่ออยู่ต่างประเทศ ซึ่งความรู้สึกเหล่านี้ก็ค่อยๆ คลายไปเมื่อมีการปรับตัว จากที่ไม่ค่อยเข้าใจก็เริ่มสนุกไปกับชมสินค้าดูแม่ค้า Live FB ขายของ หรือการรีวิวสินค้าผ่าน IG TV มีการพูดคุยกับผู้ขายผ่าน LINE หรือ Messenger มากขึ้นเพื่อสอบถามรายละเอียดให้ได้ใจตัวน้อยที่สุด

โลกของอินเทอร์เน็ตเป็นโลกไร้พรมแดน แต่พฤติกรรมการซื้อการขายของแต่ละประเทศจะเป็นอย่างไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ ด้วย คงไม่มีที่ถูกต้องที่สุดหรือดีที่สุด หากแต่ประเด็นสำคัญคือความเหมาะสมตามบริบท ผู้ประกอบการในแต่ละท้องถิ่นอาจมองเห็นโอกาสได้ด้วยวิธีการที่ต่างกัน ผู้ซื้อก็ต้องศึกษาข้อมูล เสาะหาวิธีการ เพื่อให้ได้สินค้าที่เหมาะสมกับรสนิยม และความพอใจ กฎระเบียบกฎหมายของแต่ละบริบทที่แตกต่างกันทำให้ผู้ซื้อสินค้าต้องศึกษาด้วยว่า

ตัวเองจะได้รับความคุ้มครองมากน้อยเพียงใด ประเด็นใดบ้างที่ต้องพึงใส่ใจมากเป็นพิเศษ การปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมการใช้ชีวิตในแต่ละท้องถิ่นนั้นเป็นสิ่งจำเป็น เพราะไม่ว่าจะอยู่ในวัฒนธรรมใดสักอย่างหนึ่งของการช้อปปิ้งออนไลน์ก็คือเงินจะออกจากกระเป๋าเราแม้เราไม่ออกจากบ้าน



นางสาวอรธิดา ชานูบาล

นักวิชาการอุตสาหกรรมชำนาญการ
กลุ่มศึกษาและพัฒนาระบบส่งเสริมอุตสาหกรรม (โมเดล)
กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

References:

- <https://www.honestdocs.co/ask/1734601>
- <https://heroleads.asia/th/blog/social-commerce-trends-2020/>
- <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/conversational-commerce-changed-customer-journey/>
- [https://www.etda.or.th/content/etda-%E0%B9%80%E0%B8%9C%E0%B8%A2-%E0%B8%AD%E0%B8%B5%E0%B8%84%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%B4%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%8B-%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2-%E0%B9%82%E0%B8%95%E0%B8%95%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%80%E0%B8%99%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87-2561-3-2-%E0%B8%A5%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%A5%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%97.html#:~:text=%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%B5%E0%B9%89%E0%B8%88%E0%B8%B0%E0%B8%82%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A5%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%99,3.2%20%E0%B8%A5%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%A5%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%97%20\(2561\)](https://www.etda.or.th/content/etda-%E0%B9%80%E0%B8%9C%E0%B8%A2-%E0%B8%AD%E0%B8%B5%E0%B8%84%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%B4%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%8B-%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2-%E0%B9%82%E0%B8%95%E0%B8%95%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%80%E0%B8%99%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87-2561-3-2-%E0%B8%A5%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%A5%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%97.html#:~:text=%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%B5%E0%B9%89%E0%B8%88%E0%B8%B0%E0%B8%82%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A5%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%99,3.2%20%E0%B8%A5%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%A5%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%97%20(2561))
- <https://certis24.com/social-shopping-what-can-europe-learn-from-the-asian-business-model-e-g-chinas-wechat/>
- <https://www.gov.uk/accepting-returns-and-giving-refunds#:~:text=You%20must%20offer%20a%20refund,have%20to%20provide%20a%20reason.>
- <https://www.gov.uk/online-and-distance-selling-for-businesses>
- <https://www.sanook.com/campus/1391425/>
- <https://www.facebook.com/PsychologyChula/posts/1204346769679734:0>
- <https://crescodata.com/the-rise-of-social-commerce-in-southeast-asia-and-emerging-trends/>
- <https://heroleads.asia/blog/social-commerce/>
- <https://thaiembdc.org/2019/07/08/thailand-leads-the-region-in-social-media-e-commerce/>
- <https://www.monigroup.com/article/asia-ecommerce-trends-watch-2020>
- <https://econsultancy.com/is-social-commerce-finally-taking-off-in-southeast-asia/>
- <https://markets.businessinsider.com/news/stocks/96-of-companies-in-south-east-asia-agree-that-social-commerce-will-become-increasingly-important-in-the-next-five-years-new-econsultancy-research-1028617581>
- <https://info2.magento.com/rs/585-GGD-959/images/Econsultancy%20x%20Magento%20x%20Hootsuite%20-%20Social%20Commerce.pdf>