



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ในแคนาดา

รวบรวมและจัดทำโดย
สคร. โตรอนโต และ สคร. แวนคูเวอร์
ประจำวันที่ 1-5 ก.พ. 2559

1) ธุรกิจซูเปอร์มาร์เก็ตในตลาดอีคอมเมิร์ซมีอัตราขยายตัวช้าในแคนาดา

แหล่งข้อมูล: Canadian Grocer วันที่ 3 กพ 2559

Mr. Eric La Fleche ประธานบริหารของห้าง Metro ซึ่งเป็นห้างที่ใหญ่อันดับ 3 ของแคนาดา ได้ประกาศว่าห้างจะเริ่มจำหน่ายสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตผ่านร้านออนไลน์ของบริษัท เบื้องต้นจะเริ่มให้บริการในมณฑลควิเบค ทั้งนี้ ในมณฑลควิเบค ห้าง Sobeys และห้าง Longo (ผ่านร้าน Grocery Gateway) เป็นผู้ริเริ่มร้านออนไลน์ซูเปอร์มาร์เก็ตในแคนาดามาก่อนหน้านี้แล้ว โดยห้าง Loblaw (ห้างใหญ่อันดับ 1 ของแคนาดา) ห้าง Wal-Mart, Amazon, Overwaitea และ Thrifty Foods ได้เริ่มจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์มาแล้วกว่า 3 ปี ซึ่งธุรกิจออนไลน์ในตลาดสินค้าอาหารและของสดไม่ใช่เรื่องใหม่สำหรับชาวแคนาดา แต่ยอดจำหน่ายหรือขนาดของตลาดออนไลน์ไม่ได้โตอย่างที่ห้างใหญ่ๆ คาดหวังมากนัก จากรายงานล่าสุดจาก BMO Capital Market พบว่าตลาดออนไลน์ของสินค้าอาหาร ผักผลไม้และของสดในแคนาดา ยังอยู่ในระยะทารกแรกเกิด (Infancy State) ที่มีขนาดตลาดมูลค่าเพียง 1% ของมูลค่าตลาดซูเปอร์มาร์เก็ตทั้งหมด ในขณะที่ขนาดตลาดออนไลน์ในประเทศสหรัฐฯ มีสัดส่วน 3% และที่สหราชอาณาจักรมีขนาดที่ 4% ซึ่งสามารถอธิบายว่าทำไมตลาดแคนาดาถึงไม่โตอย่าง



ประเทศที่พัฒนาอื่นๆ ได้แก่ ลักษณะภูมิศาสตร์ของแคนาดาที่มีพื้นที่กว้างและความหนาแน่นของประชากรที่เบาบาง โดยประชากร (ผู้บริโภค) ส่วนใหญ่จะอยู่กระจัดกระจาย ซึ่งต่างจากประเทศอังกฤษที่มีความหนาแน่นของประชากรในพื้นที่สูงกว่า ในแคนาดาจะมีเมืองที่มีขนาดใหญ่และมีความหนาแน่นของประชากรที่คุ้มค่าต่อการลงทุนสร้างระบบโลจิสติกส์ของการทำธุรกิจออนไลน์ ได้แก่เพียง เมืองโตรอนโต มอนทรีออล และแวนคูเวอร์

ที่ผ่านมา ห้าง Loblaw ได้ให้บริการร้านออนไลน์ผ่านระบบที่เรียกว่า Click and Collect จำนวน 39 สาขา ในเมืองโตรอนโต ออตตาวา เอ็ดมันตัน และแวนคูเวอร์ แต่ผลตอบแทนการลงทุนค่อนข้างต่ำ ที่ต้องใช้เวลามากกว่าจะคุ้มทุน อีกทั้งห้าง Wal-Mart และห้าง Costco ที่ในอดีตไม่ได้สนใจเจาะตลาดอาหารมากนัก ได้หันมาโฟกัสตลาดอาหารมากขึ้น ทำให้เป็นแรงกดดันกับผู้ประกอบการหน้าเดิมๆ อย่างห้าง Loblaw, Sobeys และ Metro ที่เป็นเจ้าตลาดของสินค้าตลาด Groceryแต่เดิม ทั้งนี้จากการสำรวจยังพบว่า ประชากรชาวแคนาดากว่า 88% ไม่เคยสั่งซื้อสินค้าอาหารของสด ผักผลไม้ผ่านระบบออนไลน์ และกว่า 68% ไม่สนใจระบบดังกล่าวอีกด้วย

ถ้าพิจารณาจากข้อมูล Web Traffic ยังพบอีกว่าผู้บริโภคสนใจไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการทำอาหาร อาทิ Food Network หรือ Allrecipes มากกว่าจะไปท่องเที่ยวในเว็บของห้าง Loblaw หรือ Sobeys สิ่งที่ทำทลายห้างค้าปลีกเพื่อจะดึงดูดนักช้อปในโลกออนไลน์ ให้หันมาจับจ่ายซื้อสินค้าอาหารสดนั้น ได้แก่ การเพิ่มข้อมูลเนื้อหาที่เกี่ยวกับ

สูตรทำอาหาร การให้ข้อมูลสุขภาพที่เกี่ยวกับอาหาร สินค้าที่จะโปรโมต อย่างไรก็ตามพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวแคนาดาที่จะหันมาจับจ่ายบนโลกออนไลน์ ใน Segment ของสินค้าอาหาร ผักผลไม้ และของสด คงต้องใช้เวลาอีกซักระยะก่อนเป็นที่ยอมรับ และสามารถสร้างผลกำไรให้กับห้างต่างๆ ได้ในอนาคต

ผลกระทบต่อการส่งออกไทย/ข้อเสนอแนะ

ถึงแม้ว่าชาวแคนาดาส่วนใหญ่จะคุ้นเคยกับการซื้อสินค้าบนโลกออนไลน์ แต่สำหรับสินค้าของสดนั้นชาวแคนาดายังคงมองว่า ไม่คุ้มค่า และเสี่ยงที่จะใช้บริการ ผู้บริโภคยังคงนิยมไปเลือกซื้อ จับต้องสินค้าด้วยตนเอง โดยเฉพาะสินค้าประเภทผัก ผลไม้ หรือเนื้อสัตว์ ที่มีความแตกต่าง แม้กระทั่งสินค้าภายในห้างเดียวกันเอง อย่างไรก็ตาม กระแสของการซื้อออนไลน์ ในที่สุดก็จะมีบทบาทมากขึ้น โดยทุกวันนี้ผู้คนนิยมสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้นเนื่องจาก ความสะดวก ราคาที่ต่ำกว่าห้างร้านทั่วไป และสินค้าส่วนใหญ่ที่จำหน่ายในแคนาดาสามารถคืนได้ ลดความเสี่ยงในกรณีสินค้านั้นไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค รูปแบบสินค้าที่จะเข้ากับโลกออนไลน์นั้นควรจะมีขนาดและน้ำหนักที่เล็กลงและเบาขึ้น เพราะการแข่งขันในโลกออนไลน์ส่วนหนึ่งจะมาจาก ค่าขนส่ง ซึ่งหากสินค้ามีขนาดเทอะทะน้ำหนักมากจะเสียเปรียบ โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ควรได้รับการพัฒนาให้ตอบโจทย์ต่อการขนส่ง น้ำหนักต้องเบาแต่ต้องแข็งแรง ทนการบุบเสียหายจากการขนส่ง จะเป็นเทรนด์ที่ผู้ผลิตสินค้าต้องปรับตัวตาม

2) ตัวเลข GDP ในเดือน พย 58 แสดงถึงสัญญาณเศรษฐกิจแคนาดาที่ซบถั่ว

แหล่งข้อมูล: นสพ. Globe and Mail วันที่ 29 มค 2559



นักเศรษฐศาสตร์จากสำนักต่างๆ ในแคนาดา ได้มีความกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจแคนาดาจากตัวเลข GDP ล่าสุดในเดือน พย 58 ที่จะทำให้ตัวเลขการเติบโตทางเศรษฐกิจในไตรมาสที่ 4 ของแคนาดาอาจเข้าขั้นภาวะถดถอยได้ ในอนาคต ซึ่งความเป็นจริงแล้วไตรมาสที่ 1 และ 2 ของปี 58 แคนาดาอยู่ในภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจ และได้เริ่มปรับตัวดีขึ้นในไตรมาสที่ 3 แต่ตัวเลขในไตรมาสที่ 4 โดยในเดือน ตุลาคม และพฤศจิกายน เริ่ม

ส่งสัญญาณไม่ดีต่อเศรษฐกิจ ที่ผ่านมามีตัวเลขใน กันยายน 58 ตัวเลข GDP ของแคนาดาติดลบ -0.5% และตัวเลขล่าสุดในเดือน พย. 58 มีอัตราการขยายตัวเพียง 0.3% ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ โดยในภาคการผลิตขยายตัว 0.4% หลังจากที่มีการลดลง 2 เดือนติดต่อกันมา ตัวเลขภาคการค้าส่ง (wholesale Trade) ขยายตัว 1.3% หลังจากที่ลดลง 4 เดือนติดต่อกัน และภาคค้าปลีกขยายตัวได้เพียง 1.2% ทั้งนี้นักวิเคราะห์มองว่าตัวเลข GDP ในไตรมาสที่ 4 อาจขยายตัวได้เพียงเล็กน้อย หรือไม่มีอัตราการขยายตัวเลย สะท้อนถึงสถานะเศรษฐกิจที่ซบถั่วของแคนาดา ทั้งนี้แคนาดาไม่ใช่เพียงประเทศเดียวในภูมิภาคที่ได้รับรู้ถึงผลกระทบดังกล่าว เศรษฐกิจในสหรัฐฯ ได้คาดการณ์ว่าในไตรมาสที่ 4 จะขยายตัวได้เพียง 0.7% ลดจาก 2% ในไตรมาสที่ 3 ผลจากการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่ลดลง และการลงทุนของภาคเอกชนชะลอตัว ซึ่งสหรัฐฯ เป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุดของแคนาดา

ผลกระทบต่อการส่งออกไทย/ข้อเสนอแนะ

เศรษฐกิจแคนาดาเพิ่งจะหายใช้ จากภาวะ Recession ที่อัตรา GDP ในสองไตรมาสแรกของปี 58 ติดลบ โดยไตรมาสที่ 3 ได้กลับมาเป็นบวกอีกครั้ง ทั้งนี้ไตรมาสที่ 4 ก็ได้เริ่มส่งสัญญาณว่าจะชะลอตัว ที่ทำให้ทิศทางเศรษฐกิจในอนาคตอาจไม่สดใส ค่าเงินแคนาดาที่ผูกติดกับทิศทางราคาน้ำมันโลก ปัจจุบันลดต่ำกว่า 40% ส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อ ราคาสินค้านำเข้าขยับเพิ่มสูงขึ้นเป็นเงาตามตัว ส่งผลโดยตรงทางจิตวิทยา ทำให้ชาวแคนาดาระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น มีเพียงไม่กี่อุตสาหกรรมที่ได้รับผลดีจากค่าเงินที่อ่อนของแคนาดา อาทิ ภาค

การผลิตเพื่อการส่งออก อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่ชาวอเมริกาได้ทยอยมาจับจ่ายในแคนาดามากขึ้น เนื่องจากความได้เปรียบของค่าเงินที่แข็งของสหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม ภาคการส่งออกของไทยมายังแคนาดาจะยังประสบปัญหาในเรื่องของเศรษฐกิจ กำลังซื้อที่ลดลง ทั้งนี้ไทยควรใช้โอกาสที่วิกฤตให้เป็นโอกาส ในการ Sourcing วัตถุดิบจากแคนาดา รวมถึงนำเข้าเครื่องจักรเทคโนโลยีเพื่อเพิ่ม Productivity เพิ่มศักยภาพธุรกิจของไทย ในการแข่งขันในยุคใหม่ที่ต้องมีเทคโนโลยี นวัตกรรม และขับเคลื่อนการส่งออกของไทยในอนาคตต่อไป

สคร. โตรอนโต และ สคร. แวนคูเวอร์