

## ห้างค้าส่ง COSTCO ขยายงานสู่ศูนย์บริการธุรกิจครบวงจร

ห้างคอสโก ผู้ค้าส่งรายใหญ่สัญชาติอเมริกันในตลาดแคนาดาวางกลยุทธ์ธุรกิจใหม่ โดยขยายกิจการสู่ศูนย์บริการธุรกิจครบวงจร (Business Centre) เน้นกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจเอกชน ร้านค้าปลีก โรงแรม ร้านอาหารขนาดเล็ก-กลางเป็นหลัก

ภายหลังจากที่ห้างคอสโกได้แย่งชิงส่วนแบ่งตลาดค้าปลีกมาบางส่วน ไม่ว่าจะเป็นอาหารกระทั่งถึงเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ จนปัจจุบันเพื่อที่จะสร้างธุรกิจการค้าและบริการแบบครบวงจร บริษัท คอสโก ได้เปิดศูนย์บริการธุรกิจขนาด 175,000 ตารางฟุต (หรือประมาณ 16,258 ตารางเมตร) แห่งแรกของแคนาดาในเมืองโตรอนโต เพื่อรองรับการค้า



และให้บริการสำหรับผู้ประกอบการเอกชนรายเล็กไปถึงรายใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นร้านค้า โรงแรม ร้านอาหาร ที่มีขนาดกิจการไม่ใหญ่เพียงพอที่สามารถซื้อขายโดยตรงกับผู้ผลิตอย่าง Unilever ได้ ซึ่งภายในศูนย์จะจำหน่ายสินค้าทั้งในส่วนจำหน่ายภายในร้าน ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์สำหรับการบริหารงานของบริษัท อาทิ เครื่องใช้สำนักงาน ฯลฯ ศูนย์บริการธุรกิจของคอสโกนี้จะมีสินค้าจำหน่ายตั้งแต่ช็อกโกแลตขนาดกล่องใหญ่ ตู้แช่แข็งขนาดคอมเมอร์เชียล หรือถังใส่ขยะขนาดใหญ่ เป็นต้น ซึ่งเน้นรูปแบบที่มาในไซส์ขนาดใหญ่หรือมากกว่าขนาดที่จำหน่ายในห้างคอสโกทั่วไป โดยหวังให้เป็นศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จหรือ one-stop destination

นาย Andree Brien รองประธานบริหารของบริษัทคอสโก แคนาดา กล่าวว่า คอนเซ็ปต์ของศูนย์บริการธุรกิจจะช่วยตอบโจทย์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจได้มากขึ้น มีการแบ่งแยกสินค้าต่างจากที่จำหน่ายกับกลุ่มผู้บริโภคชัดเจน ดังนั้นจะไม่มีจำหน่ายสินค้าประเภทแพชั่น ของเล่น ยา แวนตาและบริการตรวจวัดสายตาเหมือนห้างคอสโกทั่วไป สินค้าร้อยละ 80 ที่จำหน่ายในศูนย์บริการจะต่างจากห้างคอสโกทั่วไป ทั้งนี้ ศูนย์ฯ ยังคงนโยบายเปิดบริการเฉพาะสมาชิกเท่านั้น มีการคิดค่าบริการรายปีละ 55 ดอลลาร์แคนาดา หรือ 110 ดอลลาร์แคนาดาสำหรับสมาชิกสิทธิพิเศษ

จุดเด่นของศูนย์บริการธุรกิจคอสโกจะเน้นกลยุทธ์ในเรื่องของอีคอมเมิร์ซและเวลาการจัดส่งเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งมีนโยบายการจัดส่งสินค้าในวันถัดไปหากได้รับคำสั่งซื้อภายใน 15.00 น. ประกอบทั้งขยายเวลาการทำกาตั้งแต่ 7 โมงเช้าแทน 10 โมงเช้าเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามากขึ้น ซึ่งห้างคอสโกเองก็มีรถบรรทุกสำหรับการขนส่ง เพื่อจ่ายต่อการตรงต่อเวลา

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่น ๆ

นอกจากนั้น นาย Bruce Winder ผู้ให้คำปรึกษาสำหรับร้านค้าปลีก ให้ความเห็นว่า การเปิดศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จของคอสโคจะส่งผลกระทบต่อ การลดลงของยอดขายห้างค้าส่งรายอื่น ๆ อย่างแน่นอน ไม่ว่าจะเป็นผู้จำหน่ายสินค้าสำนักงานอย่างห้าง Grand & Toy ห้าง Staples หรือผู้จำหน่ายอาหารค้าส่ง อาทิ บ. Unisource Canada , บ. Sysco และ Teknion Ltd. หรือแม้กระทั่ง Amazon Canada

ปัจจุบันผลประกอบการของคอสโค แคนาดาอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ยอดขายประมาณปีละ 21,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยปีล่าสุดเพิ่มขึ้นร้อยละ 4-5 จากปีที่ผ่านมา (ซึ่งขยายตัวดีกว่าห้างคอสโคในสหรัฐอเมริกา ที่มียอดขายเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 1 เท่านั้น) ปัจจุบันห้างคอสโค มีสาขาในแคนาดา กว่า 94 แห่ง และมีแผนจะเปิดห้างค้าส่งเพิ่มขึ้นอีก 7 สาขาหรือมากกว่านั้น ซึ่งถือว่ามากกว่านโยบายบริษัททั่วไปที่ตั้งเป้าไว้ที่ 3 สาขาต่อปีเท่านั้น

ที่มาข่าว : <http://www.theglobeandmail.com/report-on-business/costco-set-to-open-its-first-canadian-business-centre-store/article33315063/>

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของสกต. การที่คอสโคสามารถขยายกิจการในแคนาดาได้เป็นอย่างดี เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคแคนาดาจัดเป็นกลุ่มที่ใช้ราคาเป็นตัวตัดสินใจสำหรับการซื้อสินค้า (Price Conscious) และห้างคอสโครวมไปถึงห้างวอลมาร์ทหรือห้างโนฟลิวในเครือของล็อบลอว์ ถูกจัดว่าเป็นห้างที่จำหน่ายสินค้าราคาต่ำกว่าทั่วไป ปัจจุบันต้องถือว่าห้างค้าปลีกที่จำหน่ายของใช้ทั่วไป ไม่ใช่โกวเซอร์อาหารโดยตรงเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าที่สำคัญ ซึ่งวัดได้จากยอดขายในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาที่มีการขยายตัวของการจำหน่ายสินค้าอาหารภายในห้างดังกล่าวกว่าร้อยละ 10 ซึ่งมากกว่าโกวเซอร์อาหารที่มีอัตราการขยายตัวเพียงร้อยละ 3 เท่านั้น ดังนั้น หากผู้ประกอบการไทยหวังที่จะเข้าสู่ตลาดคอสโค หรือห้างโลว์คอสอื่น ๆ จำเป็นต้องศึกษาตั้งนโยบายด้านราคาเป็นอย่างดี เพราะข้อจำกัดที่ทางห้างฯ จะคัดเลือกสินค้าที่โดดเด่นแต่ละประเภทเพียงไม่กี่รายการวางจำหน่ายภายในห้างฯ เท่านั้น

## 5 อันดับเทรนด์อาหารแคนาดาปี 2017

บริษัท Technomic Inc. ผู้เชี่ยวชาญด้านการให้คำปรึกษาและศึกษาวิจัยด้านแนวโน้มอาหาร ได้ศึกษาและสรุปแนวโน้มการบริโภคอาหารในแคนาดาในปี 2017 พบว่า ชาวแคนาดาเดี่ยวยังคงต้องการอาหารที่เน้นความสร้างสรรค์และนวัตกรรมอาหาร ซึ่งสามารถพบได้จากร้านอาหารและผู้ประกอบการค้าปลีกอื่น ๆ โดย 5 เทรนด์อาหารของแคนาดาในปีถัดไปที่น่าจับตา เพื่อพัฒนาธุรกิจเกี่ยวกับอาหาร ดังนี้

- 1. อาหารประจำชาติ Ethnic อื่นๆ** นอกเหนืออาหารจีนหรืออาหารเม็กซิกันที่เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในแคนาดาแล้ว ปัจจุบัน การอพยพย้ายถิ่นของชนชาติอื่น ๆ ที่เข้ามาในแคนาดามากขึ้นทุกวัน จนทำให้อาหารนานาชาติเข้ามาเป็นทางเลือกใหม่ของคนในชาติ อาหารประเภท Ethnic ที่จัดได้ว่ามาแรงในปี 2017 คือ อาหารฟิลิปปินส์ ไม่ว่าจะเป็นเมนูอย่าง ก้วยเตี่ยว Pancit หรือซูป Sinigang อาหารปากีสถาน ได้แก่ เนื้อย่างคิบบี และอาหารอิหร่าน ได้แก่ เนื้อสตูว์
- 
- 2. อาหารที่ปราศจากเนื้อสัตว์** ปัจจุบันถือได้ว่าจำนวนผู้บริโภคที่หันมารับประทานอาหารมังสวิรัตมีมากขึ้นต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นครั้งคราวและเคร่งครัด แนวคิดการละเว้นรับประทานเนื้อสัตว์ผสมกับแนวคิดรักษาสิ่งแวดล้อม ทำให้ร้านอาหารประเภทมังสวิรัตขยายตัวอย่างมาก พร้อมกับสร้างสรรค์เมนูที่น่าสนใจมีรสชาติดีขึ้น ซึ่งบริษัท Technomic Inc. เชื่อว่าคอมพิวเตอร์ฟู้ด (Comfort Food) ที่กินง่ายสะดวก อาทิ แฮมเบอร์เกอร์ พิซซ่า บุรีโต้ ที่เป็นมังสวิรัตจะเป็นอาหารโดดเด่นในปีหน้า
- 
- 
- 3. เมนูขนมหวานแฟนซี** ในปี 2017 เมนูของหวานยังได้รับความนิยมแต่จะเพิ่มการตกแต่ง มีออกแบบไอเดียที่ดึงดูดมากขึ้นและปรับรสชาติที่ต่างออกไป เมนูขนมหวานประจำชาติ Ethnic จะได้รับความนิยมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นน้ำแข็งไสจากไต้หวัน ซีสคัสโตลล์ญี่ปุ่น ไอติมแท่งสไตล์เม็กซิโก ที่เชื่อว่าเข้าสู่ตลาดร้านอาหารในเครือหรือร้านค้าปลีกมากขึ้นแทนที่จะเป็นร้านเฉพาะดังเช่นในอดีต

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่น ๆ

4. **เมนูจากกาแฟ** จากความนิยมของกาแฟที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการเครื่องดื่มพยายามที่จะคิดค้นเมนูต่างๆที่มีกาแฟเป็นส่วนประกอบ อาทิ เลมอนคอฟฟี เยลลี่กาแฟ เอสเพโซผสมมะนาว ได้จากอินโดนีเซีย กาแฟผสมเนยหรือเกลือ เป็นต้น
5. **อาหารที่ตอบโจทย์ความต้องการของคนกลุ่ม Gen-Z** เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนอายุน้อยที่มีอำนาจการซื้อสูง Gen-Z ต้องการสินค้าเฉพาะเจาะจงที่แสดงความเป็นตัวของตัวเอง และใช้เทคโนโลยีทันสมัยเข้ามาประกอบ Gen-Z มีทัศนคติเป็นผู้ที่ชื่นชอบการใช้จ่าย เพื่อสร้างความสุขและความพึงพอใจให้กับตนเอง การใช้โฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย อาทิ Instagram Snapchat มีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้สื่อสาร ตลอดถึงการใช้เทคโนโลยีที่เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อและสั่งจ่ายสินค้าหรือบริการ เป็นต้น



ที่มาข้อมูล : [https://www.technomic.com/Pressroom/Releases/dynRelease\\_Detail.php?rUID=441](https://www.technomic.com/Pressroom/Releases/dynRelease_Detail.php?rUID=441)

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของสคต. ไทยในฐานะผู้ส่งออกอาหารที่สำคัญของตลาดโลก การศึกษาแนวโน้มตลาดตลอดจนแนวคิดของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าและบริการให้รับมือกับกระแสดังกล่าวอย่างทันทั่วถึงที่ไม่ควรปิดกั้นรูปแบบอาหารแนวเดิม เพราะกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ชอบที่จะทดลองอาหารที่หลากหลายมากขึ้น ตลอดทั้งยังคำนึงถึงสุขภาพและใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

จัดทำโดย... สคต.แวนคูเวอร์ และ สคต. โตรอนโต