

Hero Supermarket ร้านค้าปลีกอาหารและของตกแต่งบ้านของอินโดนีเซีย



Hero Supermarket เป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของอินโดนีเซีย มีการดำเนินงานด้านซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ต ในเวลานี้อยู่ในสถานะที่จะต้องคำนึงถึงรูปแบบธุรกิจใหม่ หลังจากผลประกอบการปี 2560 ขาดทุนสุทธิ 191,400 ล้านบาท (ประมาณ 14 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ในขณะที่ปีก่อนหน้านี้มีกำไรสุทธิ 120,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ปัญหาสำคัญที่ทำให้ยอดขายสุทธิของ Hero Supermarket ลดลง เพราะว่ารายได้หลักกว่าร้อยละ 83 มาจากกลุ่มค้าปลีกอาหารที่ยอดขายลดลงในช่วงสองปีที่ผ่านมา ในปี 2559 ยอดขายอาหารของบริษัทลดลงร้อยละ 7.4 คิดเป็นมูลค่า 11.7 ล้านบาท (ประมาณ 1.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ในขณะที่อีกปีถัดมายอดขายได้ลดลงอีก กลายเป็นร้อยละ 7.1 คิดเป็นมูลค่า 10.9 ล้านบาท (ประมาณ 1.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ขณะที่ซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ตถูกท้าทายโดยร้านค้าปลีกขนาดเล็กของอินโดนีเซียที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว

นาย Tony Mampuk ผู้จัดการทั่วไปของบริษัท Hero Supermarket กล่าวว่า บริษัทต้องปรับปรุงและจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ใหม่ทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มผลประกอบการของบริษัท แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทมุ่งเน้นที่จะปรับปรุงและพัฒนาภาคธุรกิจอาหาร รวมทั้งในขณะเดียวกันก็ควบคุมค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ผลประกอบการของบริษัทปรับตัวดีขึ้นนั้นเกิดจากการขยายร้านค้าออกไปโดยเฉพาะในภาคตะวันออกของอินโดนีเซีย เช่น Hero Supermarket ได้เปิดตัว Giant Ekstra ใน Gowa ทางสุลาเวสีตอนใต้ และมีแผนที่จะเปิดไฮเปอร์มาร์เก็ตในเมือง Makassar สุลาเวสีตอนใต้ในเร็ว ๆ นี้

นอกจากธุรกิจอาหารแล้ว Hero Supermarket วางแผนที่จะเปิด IKEA แห่งใหม่เป็นแห่งที่สองในอินโดนีเซียที่ผ่านมายอดขายของ IKEA เพิ่มขึ้นทุกปี โดยที่สาขาสองนี้คาดว่าจะเริ่มก่อตั้งก่อนปลายปี 2561 ที่ Cakung จากการ์ตาตะวันออก ส่วน IKEA แห่งแรกนั้นตั้งอยู่ที่ Tangerang ตั้งแต่ปี 2557 ที่ผ่านมา

Hero Supermarket ได้วางแผนที่จะเพิ่มร้านขายยา Guardian รวมทั้งเร่งพัฒนาตลาดดิจิทัล เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายอีกด้วย ทั้งนี้ราคาหุ้นของ Hero Supermarket ในช่วงเดือนมีนาคม ราคาหุ้นอยู่ที่ประมาณ 920 รูเปียห์ ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.10 ในขณะที่ปีนี้ราคาหุ้นของบริษัทถือว่าลดลงร้อยละ 0.54 และเมื่อเปรียบเทียบกับหนึ่งปีที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าราคาหุ้นของบริษัทลดลงมากกว่าร้อยละ 30 ที่เดียว

ตลาดค้าปลีกของอินโดนีเซียมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งในรูปแบบขนาดเล็กและขนาดใหญ่ การพัฒนาของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การขยายตัวของสมาร์ทโฟนราคาถูกรวมถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ทำให้ตลาดอีคอมเมิร์ซเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบเชิงลบต่อตลาดค้าปลีกในประเทศอย่างเห็นได้ชัด

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center, Jakarta
Royal Thai Embassy
Jl. DR Ide Anak Agung Gde Agung,
Kav.E.3.3 No.3, Kawasan Mega
Kuningan, Jakarta 12950 INDONESIA

Phone : +6221 2932 8217 - 8
Fax : +6221 2932 8219
e-Mail : enquiry@thaitrade.co.id

ยอดขายของร้านค้าซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาเก็ตลดลง ทำให้ผู้ประกอบการทั้งหลายต้องนำกลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้ เช่น การขยายสาขา หรือการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการให้บริการ และการนำอีคอมเมิร์ซมาช่วยกระตุ้นยอดขายของบริษัท เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านทางระบบออนไลน์เพิ่มขึ้น

ที่มา : Indonesia-investments, *Indonesian Food & Home Furnishing Retailers in Focus: Hero Supermarket.*