

ผู้นำตลาดค้าปลีกโปแลนด์เตรียมขยายสาขาเพิ่มในปี 2562

Jeronimo Martins บริษัทค้าปลีกรายใหญ่จากโปรตุเกส ได้แถลงถึงแผนการลงทุนในปี 2562 โดยบริษัทฯ เตรียมลงทุนกว่า 750 ล้านดอลลาร์ เพื่อขยายเพิ่มจำนวนสาขา ร้านค้าปลีก Biedronka ในโปแลนด์อีก 60 แห่ง รวมถึงปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ และพัฒนาระบบเครือข่ายการบริหารจัดการของร้านค้าปลีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้วางแผนนำเสนอร้านค้าในรูปแบบใหม่ “Mikro Biedronka” สตูดิโอโปแลนด์ ซึ่งมีขนาดลดลงครึ่งหนึ่งจากปัจจุบัน โดยจะมีพื้นที่ประมาณ 350-400 ตารางเมตร โดยบริษัทฯ ตั้งเป้าจะเปิดให้บริการร้านค้าปลีกในรูปแบบใหม่ดังกล่าว จำนวน 50 แห่งภายในปี 2562



Source: biedronka.pl

ในปี 2561 ที่ผ่านมา กลุ่มบริษัท Jeronimo Martins มียอดขายกว่า 11.7 พันล้านยูโร ขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 5.8 โดยบริษัทฯ ได้เปิดสาขาใหม่ของร้านค้าปลีก Biedronka เพิ่มขึ้นกว่า 122 แห่ง พร้อมทั้งลงทุนปรับปรุงสาขาที่เปิดดำเนินการแล้วอีกกว่า 230 แห่งให้มีความทันสมัยและตอบรับกับความต้องการของผู้บริโภคในโปแลนด์ ปัจจุบัน Biedronka มีจำนวนสาขาทั้งหมด 2,900 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งหากรวมสาขาที่จะเปิดดำเนินการตามแผนการลงทุนดังกล่าว จะทำให้ Biedronka มีจำนวนสาขา รวมกัน ในโปแลนด์กว่า 3,000 แห่ง ในปี 2562

ข้อมูลเพิ่มเติม/ข้อคิดเห็นของสกต.

1. การขยายตัวของ Convenience store และ Discounters ที่ตั้งอยู่บริเวณ ใกล้เคียงที่พักอาศัย เพื่อตอบสนองผู้บริโภคในเรื่องของความสะดวกสบายในการจับจ่ายสินค้า เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบความต้องการของผู้บริโภค ทั้งรูปแบบการใช้ชีวิตที่เร่งรีบขึ้น โครงสร้างครอบครัวรูปแบบใหม่ ความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ และการรับรู้ของผู้บริโภค การที่กลุ่มบริษัท Jeronimo Martins เตรียมนำเสนอ “Mikro Biedronka” ที่เป็นร้านค้าปลีกรูปแบบ Discounter ที่มีขนาดเล็กกว่าเดิม จะเป็นการกระจายตัวร้านค้าดังกล่าวลงสู่พื้นที่ชุมชนมากขึ้นและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้สะดวกเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันส่งผลกระทบต่อกิจการร้านค้าปลีกที่เป็นธุรกิจครอบครัวแบบดั้งเดิม ซึ่งอาจต้องปิดตัวลงเนื่องจากการแข่งขันที่สูงขึ้น

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy,
Warsaw, Poland

Phone : +๔๘ ๒๒ ๖๒๐๑๕๐๘
Fax : +๔๘ ๒๒ ๘๙๐๐๙๓๑
e-Mail : info@ttcw.pl

2. การแข่งขันที่สูงและภาวะอิ่มตัวของตลาดค้าปลีกในโปแลนด์ ยังส่งผลกระทบต่อร้านค้า Modern trade ขนาดใหญ่ในรูปแบบของ Supermarket และ Hypermarket ด้วยเช่นกัน ดังกรณีของ Tesco ซึ่งได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค และการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดในเรื่องของการจำกัดวันเปิดทำการของภาคธุรกิจในวันอาทิตย์ หรือ Sunday Ban ของรัฐบาลโปแลนด์ จึงทำให้ Tesco ต้องปิดให้บริการสาขาที่มีผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ไปกว่า 30 แห่งในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

3. ธุรกิจค้าปลีกรูปแบบ Discounter ในตลาดโปแลนด์ เช่น Biedronka และ Lidl ได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคด้วยภาพลักษณ์การนำเสนอสินค้า Grocery ราคาถูกที่สุดในท้องตลาด และมีความสะดวกในการเข้าถึง เนื่องจากมีร้านค้าแทรกตัวอยู่ในพื้นที่ชุมชนเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน จึงทำให้ธุรกิจ Discounter ยังคงมีความสามารถในการแข่งขันต่อไป ทั้งนี้ Biedronka ถือเป็นผู้นำตลาดค้าปลีกของโปแลนด์ ด้วยส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 20

ที่มา 1. Polish Press Agency
2. Money.pl