

## คาร์ฟูรุกตลาดออนไลน์หนัก เตรียมตั้งศูนย์โลจิสติกส์ประจำภาคเหนือ

คาร์ฟู ผู้ประกอบการไฮเปอร์มาร์เก็ตรายใหญ่ในไต้หวันได้วางแผนรุกตลาดค้าปลีกออนไลน์อย่างเต็มที่ โดยมูลค่าการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในช่วง 9 เดือนแรกของปีนี้ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าถึง 1 เท่าตัว ซึ่งนายหวังจวินเซา กรรมการผู้จัดการใหญ่ของบริษัทคาร์ฟูไต้หวันชี้ว่า นอกจากการสร้างความร่วมมือกับ 4 ยักษ์ใหญ่ด้านโลจิสติกส์ในไต้หวันแล้ว บริษัทฯ ยังจะต้องมีศูนย์โลจิสติกส์ของตัวเองด้วย โดยเตรียมจัดตั้งศูนย์โลจิสติกส์ประจำภาคเหนือในเขตจังหวัดเถาหยวน ซึ่งในขณะนี้ทางบริษัทฯ กำลังอยู่ระหว่างดำเนินการ คาดว่าหลังจากเปิดใช้งานแล้ว จะช่วยให้การขนส่งสินค้าที่จัดซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ได้รวดเร็วมากขึ้น

โดยนายหวังจวินเซาชี้ว่า ผลประกอบการโดยรวมของคาร์ฟูในช่วง 3 ไตรมาสแรกของปีนี้ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 2.9 ซึ่งผลประกอบทุกด้านต่างก็มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มสูงขึ้นมาก จึงเห็นโอกาสในการเพิ่มยอดขายในช่วงครึ่งปีหลังของปีนี้ ซึ่งจะเริ่มเข้าสู่ช่วงของการจัดงานเลี้ยงพนักงานในช่วงสิ้นปีของแต่ละบริษัท ที่จะมีความต้องการซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อใช้เป็นของขวัญในการจับฉลากสูงมาก เดิมทีคาร์ฟูได้ตั้งเป้าหมายสำหรับยอดขายในปีนีไว้ที่ 70,000 ล้านเหรียญไต้หวัน แต่หลังจากที่ในเดือนเมษายนที่ผ่านมา คาร์ฟูได้ซื้อกิจการ Taiwan Sugar Supermarket จำนวน 8 สาขา จึงทำให้มีการปรับเป้าหมายของยอดขายเพิ่มเป็น 71,000 เหรียญไต้หวัน

ปัจจุบัน ยอดขายสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าของคาร์ฟูยังมีสัดส่วนไม่สูงมาก บริษัทฯ เห็นว่ายังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก จึงได้เริ่มสร้างความร่วมมือกับ 4 ผู้ประกอบการยักษ์ใหญ่ด้านโลจิสติกส์ในไต้หวัน ทั้ง T-Cat, Pelican, HCT และ Kerry แต่ทั้งนี้ การใช้บริการบริษัทภายนอก อาจมีปัญหาด้านความเร็วในการขนส่งสินค้าในบางช่วง อีกทั้งแต่ละบริษัทก็จะมีระเบียบในการปฏิบัติงานของตัวเองที่ไม่เหมือนกัน เช่น T-Cat จะไม่ส่งสินค้าในวันอาทิตย์ เป็นต้น ดังนั้นหากมีศูนย์โลจิสติกส์ของตัวเองก็จะทำให้บริษัทสามารถให้บริการต่อลูกค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น จึงเริ่มวางแผนที่จะจัดตั้งศูนย์ฯ ขึ้นในพื้นที่ต่างๆ โดยในส่วนภาคเหนือจะตั้งขึ้นในเขตจังหวัดเถาหยวน และเริ่มการก่อสร้างแล้ว แต่ในขั้นนี้ ยังไม่สามารถระบุได้ว่าจะเริ่มเปิดใช้งานเมื่อใด

นอกจากนี้ จากการที่กระแสของธุรกิจรับส่งอาหารตามบ้านกำลังมาแรงในขณะนี้ ทำให้คาร์ฟูเริ่มที่จะเจรจากับผู้ประกอบการรายใหญ่ในธุรกิจนี้ ทั้ง foodpanda และ Uber Eats เพื่อวางแผนสร้างความร่วมมือระหว่างกันแล้ว โดยในช่วงแรกอาจจะให้เริ่มมีบริการส่งสินค้าที่เป็นของแห้งก่อน เช่น ขนม บิสกิต รวมถึงของกินเล่นต่างๆ โดยคาร์ฟูจะจัดเตรียมสินค้าประมาณ 1,000-2,000 รายการให้ลูกค้าเลือกสั่งซื้อ ผ่านทาง App ของคาร์ฟู หรือผู้ประกอบการรับส่ง โดยจะมีการเพิ่มบริการส่งอาหารปรุงสุกในอนาคตต่อไป

ที่มา : นสพ. The Economic Daily News (October 15, 2019)

- นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ