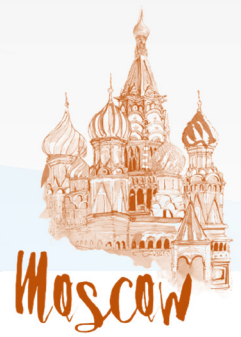


ข่าวเด่นประจำสัปดาห์

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก

27 พฤษภาคม 2564



ซูเปอร์ฯ เจ้าใหญ่เปิดศึกควมรวมกิจการ

เครือข่ายซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำของรัสเซียสองเจ้า (Magnit และ Lenta) ประกาศข้อตกลงมูลค่าหลายล้านดอลลาร์สหรัฐเข้าซื้อกิจการคู่แข่งในสัปดาห์ที่ผ่านมาเพื่อแย่งชิงตลาดร้านค้าปลีกอาหารอันอู้ฟูของรัสเซีย

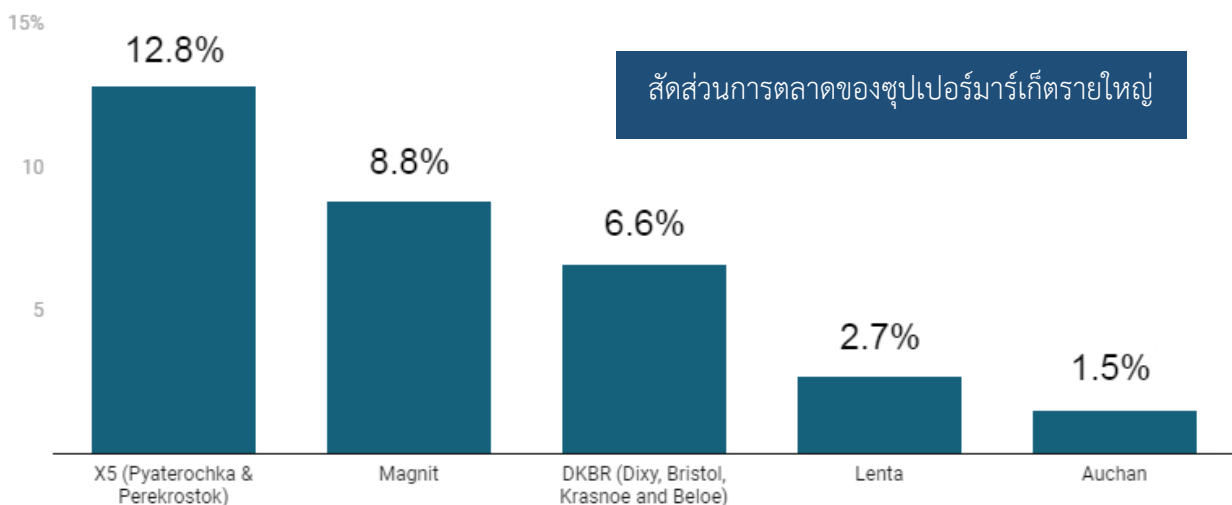
Magnit ซึ่งเป็นแบรนด์ซูเปอร์มาร์เก็ตรายใหญ่ที่สุดเจ้าหนึ่งในรัสเซียลงนามข้อตกลงเป็นเงิน 92 พันล้านรูเบิล (1.25 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคมเพื่อซื้อเครือข่ายค้าปลีก Dixy ในขณะที่ Lenta ลงนามในวันถัดมาเพื่อซื้อร้านค้าในเครือ Billa ในราคา 215 ล้านยูโร (263 ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ข้อตกลงดังกล่าวเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ที่สุดในตลาดร้านค้าปลีกอาหารของรัสเซียในรอบหลายปีและเป็นสัญญาณการเริ่มต้นของสิ่งที่นักวิเคราะห์และคนในองค์กรกล่าวว่าเป็นคลื่นลูกใหม่ของการควมรวมกิจการและการแข่งขันเพื่อชิงส่วนแบ่งตลาดระหว่างผู้เล่นชั้นนำ

Rud Pedersen ผู้บริหารการเงินของห้าง Lenta กล่าวว่าเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดรัสเซียกับยุโรปตะวันตก ตลาดรัสเซียมีการกระจายแยกย่อยกว่ามาก เครือข่ายร้านค้าปลีกอาหารที่ใหญ่ที่สุด 5 แห่งของรัสเซียควบคุมตลาดน้อยกว่าหนึ่งในสามของตลาดทั้งหมดซึ่งเทียบเคียงได้ครึ่งหนึ่งของส่วนแบ่งการตลาดในหลายประเทศในยุโรปตะวันตก ด้วยเหตุนี้จึงมีแนวโน้มจะเกิดการควมรวมกิจการกันมากขึ้น

นอกเหนือจากการควมรวมและซื้อกิจการเพื่อเพิ่มพื้นที่วางจำหน่ายจริงแล้วเครือข่ายซูเปอร์มาร์เก็ตออฟไลน์แบบดั้งเดิมของรัสเซียยังต้องเผชิญกับความท้าทายจากผู้เข้าสู่ตลาดรายใหม่ซึ่งเป็นบริษัทเทคโนโลยีชั้นนำของประเทศเช่น Yandex, Mail.Ru และ Ozon ซึ่งต่างก็ทุ่มลงทุนในการค้าปลีกอาหารออนไลน์ เน้นการบริการอย่างรวดเร็วที่สามารถส่งมอบได้ภายในไม่กี่นาที

ภายใต้ข้อตกลงที่ประกาศเมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม ห้าง Magnit มีกำหนดที่จะซื้อกิจการร้านค้า Dixy ที่มีสาขา



สัดส่วนการตลาดของซูเปอร์มาร์เก็ตรายใหญ่

Chart: The Moscow Times • Source: Infoline, X5 • Get the data • Created with Datawrapper

มากกว่า 2,600 แห่ง ในราคา 92 พันล้านรูเบิล (1.25 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) จากจำนวนสาขาครึ่งหนึ่งจะอยู่ในกรุงมอสโก และอีกร้อยละ 18 อยู่ในเซนต์ปีเตอ์สเบิร์ก ซึ่งเป็นการเคลื่อนไหวเชิงรุกในภูมิภาคที่ Magnit ยังไม่มีความเข้มแข็ง

การปรากฏตัวครั้งใหญ่ในเขตเมืองหลวงของรัสเซียมีความสำคัญในการต่อสู้ของ Magnit กับคู่แข่งสำคัญ X5 Retail Group ซึ่งเป็นกลุ่มร้านขายของชำที่ใหญ่ที่สุดของรัสเซีย

Magnit ซึ่งมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุดคือ VTB Bank ของรัฐและมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่เมือง Krasnodar ทางตอนใต้ของรัสเซียมีเครือข่ายร้านค้าขนาดใหญ่ทั่วทางตอนใต้ของรัสเซีย แต่มีสัดส่วนตลาดเพียงเล็กน้อยในเมืองหลวง

ท่ามกลางวิกฤตทั่วประเทศเกี่ยวกับมาตรฐานการครองชีพและเนื่องจากภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันของรัสเซีย การตั้งหลักที่มั่นคงในกรุงมอสโกและเซนต์ปีเตอ์สเบิร์กที่มีความมั่งคั่งโดยเปรียบเทียบกับประชากรที่หนาแน่นเกือบ 20 ล้านคน อาจเป็นปัจจัยสำคัญกระตุ้นให้เกิดคลื่นการรวมตัวที่กำลังเกิดขึ้นตั้งแต่ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา

ภูมิภาคเหล่านี้เป็นภูมิภาคที่มีรายได้เพื่อใช้จ่ายสูง ซึ่งในอดีต Magnit มีส่วนแบ่งเพียงเล็กน้อย ข้อตกลงการเข้าซื้อกิจการคู่แข่งจึงน่าสนใจสำหรับผู้ค้าปลีก โดย VTB Capital ประเมินการว่าเมื่อเสร็จสิ้นข้อตกลงซึ่งต้องได้รับการอนุมัติจากหน่วยงานกำกับดูแลการแข่งขันของรัสเซียเสียก่อน Magnit จะเป็นเจ้าของร้านค้าปลีกที่มีสาขามากกว่า 24,000 แห่งทั่วรัสเซียและยอดขายอาจตามหลังรายได้รวมของเครือร้านค้าปลีกแบรนด์ Pyaterochka และ Perekrostok ของ X5 เพียงร้อยละ 6

Dixy เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มบริษัทค้าปลีก DKBR ก่อนที่จะควรวมกิจการกับเครือข่ายค้าปลีกอีก 2 แห่งเมื่อปี พ.ศ. 2562 โดย Dixy เป็นผู้ค้าปลีกอาหารรายใหญ่

อันดับ 5 ของรัสเซีย แต่เครือข่ายดังกล่าวไม่ได้เปิดเผยตัวเลขยอดขายนับตั้งแต่นั้น

ขนาดของข้อตกลงของ Magnit นั้นแน่นอนว่าจะทำให้ X5 ซึ่งเป็นผู้ขายอาหารอันดับหนึ่งของรัสเซียต้องรู้สึกหัวั่นไหว โดย X5 คงจะไม่ต้องการสละตำแหน่งผู้นำง่าย ๆ เช่นนี้ และคาดการณ์ว่าจะมีความเคลื่อนไหวตามมา

ในการนำเสนอของนักลงทุนเมื่อต้นปีนี้ระบุว่า X5 เชื่อว่าตลาดอาหารของรัสเซียจะรวมตัวกันถึงจุดที่ผู้นำอันดับหนึ่งในตลาดจะควบคุมสัดส่วนอย่างน้อยร้อยละ 20 โดยมีเครือข่ายค้าปลีกอันดับสองครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 15

ทั้ง X5 และ Magnit ต่างกล่าวว่าพวกเขามีเป้าหมายขยายสัดส่วนตลาดไปถึงระดับร้อยละ 15 ภายในสองปี ในขณะที่ X5 ยังมีส่วนธุรกิจขายอาหารออนไลน์ที่แม้ว่ามีขนาดเล็กแต่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วเพื่อเสริมเครือข่ายร้านค้าแบบออฟไลน์ ขณะที่ Magnit ส่วนใหญ่ถูกจำกัดไว้กับธุรกิจออฟไลน์จนถึงขณะนี้

Magnit อาจจะกระหายที่จะซื้อทรัพย์สินอื่น ๆ เพิ่มเติมอีก และ Dixy ก็ไม่ได้เป็นเพียงเครือข่ายเดียวที่พร้อมขายกิจการ โดยมูลค่าหุ้นของ Magnit เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 หลังจากที่มีการประกาศข้อตกลงควรวมกิจการ

ข้อตกลงของ Lenta ในการซื้อร้านค้าปลีก Billa จำนวน 161 แห่ง มูลค่า 215 ล้านยูโร (263 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ยังมุ่งเน้นไปที่การขอมิพื้นที่ในตลาดกรุงมอสโก อย่างไรก็ตามไม่ได้กำหนดเป้าหมายการก้าวขึ้นเป็นผู้นำตลาดในระดับประเทศซึ่งแตกต่างจาก Magnit โดยความทะเยอทะยานคือหวังเพิ่มยอดขายของบริษัทเป็นสองเท่าในห้าปี

นอกจากนี้ก็เป็น การลองมองหาโอกาสในที่ที่มีประชากรหนาแน่นของรัสเซียบ้าง เป้าหมายการเติบโตมีศูนย์กลางอยู่ที่สามภูมิภาค ได้แก่ กรุงมอสโก เซนต์ปีเตอ์สเบิร์ก และ โนโวซีบีร์สค์ (เมืองที่ใหญ่เป็นอันดับสามของรัสเซีย)

ความเคลื่อนไหวดังกล่าวจะทำให้ Lenta เป็นผู้เล่นรายใหญ่อันดับสี่ในธุรกิจการค้าปลีกอาหารในเขตเมืองหลวง ซึ่งโดยปกติแล้วดำเนินธุรกิจไฮเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ และร้านค้าขนาดเล็กในจุดสำคัญ ๆ ใกล้กับพื้นที่อยู่อาศัยมากขึ้นซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบาย

สิ่งนี้มีแนวโน้มที่จะนำธุรกิจเข้าสู่การแข่งขันกับผู้ค้าออนไลน์ของรัสเซียมากขึ้น เช่น Yandex, Mail.Ru และ Ozonยักษ์ใหญ่ด้านเทคโนโลยีกำลังทุ่มลงทุนในกลุ่มร้านค้าปลีกแบบดาวน์โดยการเช่าที่เรียกว่า "ร้านมืด" หลายร้อยแห่ง กล่าวคือใช้พื้นที่เก็บของขนาดเล็กมักจะอยู่ชั้นล่างของตึกอพาร์ตเมนต์ถูกใช้เป็นจุดกระจายสินค้าโดยจัดส่งแบบดาวน์ไปถึงผู้บริโภคได้ภายในไม่กี่นาที ในขณะที่ช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาธุรกิจหน้าใหม่เข้ามาในตลาดนี้อย่างต่อเนื่อง แม้ว่าหลายธุรกิจพยายามเลี่ยงโชคหรือทดสอบรูปแบบธุรกิจของตน แต่คาดว่าจะเหลือผู้เล่นน้อยลงจากการควรวรวมกิจการหรือบางรายก็ปิดกิจการไป

Lenta ต้องการที่จะเป็นเพียงผู้มีส่วนร่วมบ้างในพื้นที่ค้าปลีกออนไลน์และเชื่อว่าการซื้อกิจการ Billa จะช่วยได้ ในส่วนนี้ ทำให้มีร้านค้าจำนวนมากขึ้นซึ่งอาจมีคำสั่งซื้อทางออนไลน์ แต่จุดสนใจหลักยังคงเป็นพื้นที่ธุรกิจแบบออฟไลน์ โดยหุ้นของ Lenta เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคมที่ผ่านมา

อย่างไรก็ตามผู้บริโภคยังเป็นปัญหาที่หนักหน่วงท่ามกลางราคาอาหารที่เพิ่มสูงขึ้นและแรงกดดันทางการเมืองที่กดดันให้ผู้ค้าปลีกคุมราคาสินค้าเพื่อควบคุมอัตราเงินเฟ้อ

เมื่อผู้ค้าปลีกควรวรวมกิจการและได้รับส่วนแบ่งการตลาดที่มากขึ้นจะทำให้พวกเขาสามารถมีอำนาจ

ต่อรองกับซัพพลายเออร์ได้ดีขึ้นซึ่งจะช่วยลดราคาปลีกบนชั้นวางจำหน่ายสินค้า ราคาที่เพิ่มขึ้นในร้าน Lenta นั้นต่ำกว่าอัตราเงินเฟ้ออย่างเป็นทางการของรัสเซียและหวังว่าการซื้อกิจการ Billa จะเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตทำให้ลดภาระผู้บริโภคได้บ้าง

ทั้งนี้รัสเซียยังมีกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันที่เข้มงวดเพื่อป้องกันการผูกขาด ซึ่งควบคุมไม่ให้ธุรกิจรายใดมีส่วนแบ่งการตลาดเกินร้อยละ 25 ในภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่งของรัสเซียทั้ง 85 ภูมิภาค อย่างไรก็ตามนักวิเคราะห์มองว่าการควรวรวมกิจการของผู้ค้ารายใหญ่จะส่งผลกระทบต่อทั้งซัพพลายเออร์และผู้บริโภค

ที่มา: *Big Mergers at Russia's Top Supermarket Chains Kick Start Consolidation Race*, by Jake Cordell, The Moscow Times

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาแนวโน้มว่าผู้ค้าปลีกรายใหญ่สินค้าอาหารมีการแข่งขันกันสูงโดยมักจะใช้วิธีการขยายธุรกิจด้วยการเข้าควรวรวมกิจการของคู่แข่ง ซึ่งขนาดของธุรกิจและจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้นก็ย่อมจะเพิ่มอำนาจต่อรองเหนือซัพพลายเออร์ โดยเฉพาะ X5 ที่ควรวรวมธุรกิจคู่แข่งอื่น ๆ จนเป็นผู้นำที่มีสัดส่วนการตลาดสูงสุด การจัดซื้อสินค้าเข้ามาจำหน่ายของห้างเหล่านี้มักจะซื้อสินค้าจากผู้นำเข้าเป็นหลัก ยกเว้นห้าง Lenta ที่มีแผนกคัดเลือกและจัดซื้อสินค้านำเข้าของตนเอง

คาดว่าข้อมูลที่น่าเสนามาข้างต้นจะเป็นประโยชน์กับผู้ส่งออกไทยในการเจรจากราคากับผู้นำเข้าของรัสเซียเพื่อทราบว่าจะช่องทางจำหน่ายปลีกในท้องถิ่นรัสเซียเป็นอย่างไร มีใครบ้างที่เป็นผู้เล่นหลัก และครอบคลุมพื้นที่การตลาดมากน้อยเพียงใด 