

## Amazon มีแผนเปิดห้างซูเปอร์มาร์เก็ต 260 แห่ง ในสหราชอาณาจักร



บริษัท Amazon มีแผนบุกตลาดซูเปอร์มาร์เก็ตในสหราชอาณาจักร โดยมีแผนเปิดร้านจำหน่ายสินค้า Grocery แบบไม่มีจุดชำระเงิน (Cashierless) หลายร้อยแห่งทั่วประเทศภายในสามปีข้างหน้า ภายหลังจากเมื่อต้นปี 2564 ที่ผ่านมา Amazon ได้เปิดตัวร้าน Amazon Fresh แบบไม่มีจุดชำระเงินสามแห่งในกรุงลอนดอนไปแล้ว โดยในปี 2565 บริษัท Amazon มีแผนที่จะเปิดร้านจำนวน 60 แห่ง, จำนวน 100 แห่ง ในปี 2566 และ จำนวน 100 แห่ง ในปี 2567 ซึ่งการขยายสาขาอย่างรวดเร็วของ Amazon นั้น เพื่อให้มีอัตราการเติบโตที่ใกล้เคียงกับห้างซูเปอร์มาร์เก็ต Tesco, Sainsbury's และ Co-op ที่มีแผนจะขยายสาขาปีละ 100 แห่ง นอกจากนี้ บริษัท Amazon ยังมีแผนที่จะเปิดห้างซูเปอร์มาร์เก็ตหลายแห่งในเยอรมัน สเปน และอิตาลี ในปี 2565 อีกด้วย

นักวิเคราะห์จาก Edge by Ascential เห็นว่า การขยายธุรกิจค้าปลีกแบบมีหน้าร้าน เป็นวิธีการของบริษัท Amazon ในการดึงลูกค้าเข้าสู่ระบบนิเวศน์ออนไลน์ (Online Ecosystem) ของบริษัทฯ ซึ่งจะเป็นการช่วยผลักดันยอดขายโดยรวม ทั้งนี้ Edge by Ascential ยังได้คาดการณ์ว่าภายในปี 2568 ห้าง Tesco จะมียอดขายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.5 อย่างไม่กี่ดี บริษัท Amazon จะแย่งตำแหน่งห้างค้าปลีกรายใหญ่ที่สุดของสหราชอาณาจักรมาจากห้าง Tesco โดยคาดว่าภายในปี 2568 บริษัท Amazon จะมียอดขายกว่า 77,000 ล้านปอนด์ ในส่วนของห้าง Sainsbury's นั้น คาดการณ์ว่าจะยังคงรักษาตำแหน่งผู้ค้าปลีก รายใหญ่เป็นอันดับสามของสหราชอาณาจักร โดยคาดการณ์ว่าภายในปี 2568 จะมียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.5 ในขณะที่ ห้าง Asda จะมียอดขายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.4 ซึ่งเป็นผู้ค้าปลีกรายใหญ่เป็นอันดับสี่ของสหราชอาณาจักร

ที่มา: City A.M.

**ข้อมูลเพิ่มเติม/ความเห็น สศต.** นักวิเคราะห์จาก Edge by Ascential คาดการณ์ว่า ภายในปี 2568 1 ใน 3 ของยอดขายปลีกในสหราชอาณาจักรทั้งหมด จะมาจากช่องทางออนไลน์ โดยยอดขายช่องทาง E-commerce จะเพิ่มขึ้นจาก 105,200 ล้านปอนด์ เป็น 176,200 ล้านปอนด์ ภายในปี 2568 ทั้งนี้ กลุ่มร้านจำหน่ายสินค้าราคาถูก (Discounter) จะเป็นอีกกลุ่มที่จะมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น โดยผู้ค้าปลีกชั้นนำต่างปรับตัวเข้าต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจับจ่ายของผู้บริโภคด้วยการพัฒนาระบบขนส่งและระบบคลังสินค้าให้ทันสมัย ทั้งนี้ นักวิเคราะห์ยังเห็นว่า หน้าร้าน (Physical Store) ยังคงเป็นช่องทางสำคัญ ซึ่งแบรนด์สินค้าต่างๆ จะต้องจัดลำดับความสำคัญของกลยุทธ์ออนไลน์ของตนเพื่อคว้าโอกาสการเติบโต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดดิจิทัลที่เติบโตอย่างรวดเร็ว เช่น สหราชอาณาจักร

ห้างค้าปลีกในสหราชอาณาจักร ต่างพัฒนาระบบการจำหน่ายสินค้าช่องทางออนไลน์ รวมทั้ง ระบบคลังสินค้า (Fulfilment) และระบบขนส่ง โดยการใช้เทคโนโลยีและระบบปัญญาประดิษฐ์เข้ามาช่วย เพื่อรองรับความต้องการในการใช้บริการในช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ห้างค้าปลีกยังคงให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้า (customer service) อีกด้วย เช่น บริการ Online Chat และ Virtual Meeting สำหรับลูกค้าในการพูดคุยกับพนักงานขาย ในส่วนของผู้ประกอบการไทยนั้น สศต. เห็นว่า เพื่อรองรับการขยายตัวของตลาด E-commerce ผู้ประกอบการควรปรับกลยุทธ์ด้านการตลาด โดยเฉพาะ digital marketing ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ตลอดจนติดตามสถานการณ์ตลาดเพื่อปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภค

---

สรุปโดย สศต. ลอนดอน