

ห้างซูเปอร์มาร์เก็ตแข่งลดราคาหวังรักษาส่วนแบ่งตลาด



จากการศึกษาข้อมูลราคาสินค้าอุปโภคบริโภคโดย Kantar พบว่า ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคในเดือนเมษายน 2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.9 เมื่อเทียบกับปี 2564 ที่ผ่านมา ซึ่งเพิ่มขึ้นมากที่สุดนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2554 สืบเนื่องมาจากปัญหาห่วงโซ่อุปทาน สงครามยูเครน และต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น โดย Kantar ได้คาดการณ์ว่า ชาวสหราชอาณาจักรจะต้องใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารเพิ่มขึ้นในปีนี้อะเฉลี่ย 271 ปอนด์ต่อครัวเรือน นอกจากนี้ Kantar ยังพบว่า ผู้บริโภคเริ่มหันไปซื้อสินค้าจากห้างจำหน่ายสินค้าราคาถูก (discount retailers) ได้แก่ Aldi และ Lidl มากขึ้น ส่งผลให้ห้าง Aldi เป็นห้างค้าปลีกที่เติบโตเร็วที่สุด โดยยอดขายของห้าง Aldi เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2 ในช่วง 12 สัปดาห์ที่ผ่านมา (มกราคม - 17 เมษายน 2565) ในส่วนของห้าง Lidl มียอดขายในช่วงเดียวกันเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ทั้งนี้ ในส่วนของห้างซูเปอร์มาร์เก็ตรายใหญ่ทั้ง 4 (Big Four) ประกอบด้วย ห้าง Tesco, Sainsbury's, ASDA และ Morrisons นั้น ห้าง Tesco เป็นเพียงรายเดียวที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3 คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 27.3 ในขณะที่ห้าง Sainsbury's มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 15, ห้าง ASDA มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 14.1 และ Morrisons มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 9.5

Kantar เห็นว่า ห้างซูเปอร์มาร์เก็ตกำลังเผชิญกับการต่อสู้ที่ดุเดือดในการรักษาส่วนแบ่งตลาดและลูกค้า โดยเฉพาะห้างซูเปอร์มาร์เก็ตรายใหญ่ทั้ง 4 ได้จับตาต่อการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นของห้างขายสินค้าราคาถูก พร้อมทั้งมีนโยบายในการลดราคาสินค้าเพื่อเป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคมาจับจ่ายสินค้า โดยล่าสุดมีห้างซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีนโยบายลดราคาสินค้า ดังนี้

(1) ห้าง ASDA ประกาศลดและตรึงราคาสินค้ากว่า 100 รายการ สินค้าที่ลดราคา ได้แก่ ผักและผลไม้สด เนื้อสัตว์ ข้าว และเส้นก๋วยเตี๋ยว เป็นต้น โดยห้างฯ ต้องใช้เงินถึง 73 ล้านปอนด์ในการดำเนินการดังกล่าว ทั้งนี้ห้าง ASDA จะมีการเปิดตัวสินค้าในกลุ่มสินค้าที่จำเป็น “Just Essentials” ทดแทนกลุ่มสินค้าราคาประหยัด “Smart Price” โดยห้างฯ ต้องใช้เงินถึง 45 ล้านปอนด์ในการเปิดตัวสินค้ากลุ่ม “Just Essentials”

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

สำนักงานส่งเสริมการค้าใน
ต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน
11 Hertford Street, Mayfair,
London W1J 7RN

Phone : +44 207 4935749

e-Mail :
info@thaitradelondon.com

(2) ห้าง Morrisons มีนโยบายลดราคาสินค้ากว่า 500 รายการ ได้แก่สินค้าประเภท ไข่ ซีเรียล ซอสปรุงอาหาร ไข่ และไส้กรอก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 6 ของยอดจำหน่ายของห้างฯ

(3) ห้าง Marks & Spencer เป็นห้างซูเปอร์มาร์เก็ตล่าสุดที่ประกาศลดราคาสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน ในกลุ่ม 'Remarksable' ได้แก่ ขนมปัง นม และห้างฯ ยังมีการเพิ่มสินค้าในกลุ่ม 'value packs' สำหรับครอบครัว ทั้งนี้ ห้างฯ ยังมีแผนที่จะให้เด็กสามารถรับประทานอาหารในร้านคาเฟ่ของห้างฯ ได้ฟรีในช่วงปิดเทอม โดยมีเงื่อนไขว่าผู้ปกครองจะต้องมีการใช้จ่ายในร้านคาเฟ่ของห้างฯ อย่างน้อย 5 ปอนด์

ที่มา: The Guardian และ BBC

ข้อมูลเพิ่มเติม/ความเห็น สศต.

อัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้นได้ส่งผลให้ราคาสินค้าในสหราชอาณาจักรปรับตัวสูงขึ้นในอัตราที่เร็วที่สุดในรอบ 30 ปี โดยต้นทุนพลังงาน เชื้อเพลิง และราคาอาหารที่เพิ่มขึ้น ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้ค่าครองชีพเพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก ซึ่งบริษัทต่างๆ ได้เริ่มผลักราคาต้นทุนที่สูงขึ้นให้กับลูกค้ามากขึ้น จากการศึกษาของ Kantar พบว่าราคาสินค้าอาหารบางประเภทเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ได้แก่ อาหารสุนัข เนื้อแกะ ขนมขบเคี้ยว ในขณะที่ราคาเหล้าสปีริต (spirits) กลับลดลง ทั้งนี้ Kantar ยังพบว่าผู้บริโภคบางรายเริ่มมีการกักตุนสินค้าบางอย่าง เนื่องจากสินค้ามีจำนวนจำกัดและราคาสูงขึ้น ผลจากสงครามในยูเครน โดยห้างซูเปอร์มาร์เก็ตบางแห่งได้จำกัดปริมาณการซื้อน้ำมันสำหรับประกอบอาหาร เนื่องจากสหราชอาณาจักรมีการนำเข้าน้ำมันดอกทานตะวันส่วนใหญ่จากยูเครน ซึ่งการผลิตต้องหยุดชะงักเนื่องจากภาวะสงคราม ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนน้ำมันดอกทานตะวันในสหราชอาณาจักร และทำให้มีความต้องการน้ำมันสำหรับประกอบอาหารชนิดอื่นเพิ่มขึ้น สศต. เห็นว่า ผู้ส่งออกอาจจะต้องพิจารณาหารือกับผู้นำเข้าในการทำตลาดสินค้าทางเลือกที่สามารถแข่งขันในด้านราคากับคู่แข่งได้ รวมทั้ง สินค้า value packs และ สินค้า own label ให้กับผู้นำเข้าหรือห้างค้าปลีกที่มีราคาต่ำกว่าสินค้าแบรนด์เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค

สรุปโดย สศต. ลอนดอน