

ธุรกิจค้าปลีกครึ่งปีแรกโง่หัว ยอดขายทั้งระบบ5แสนล้าน

ผู้จัดการรายวัน - สภาคณบดีปลีกประเมินสภาพตลาดค้าปลีกปีนี้ มีมูลค่าตลาดรวมสูงถึง 500,000 ล้านบาท ซึ่งครึ่งปีแรกตลาดโต 5-10% เดือนระวีงสภาพดินฟ้าอากาศในไตรมาส 3 จะส่งผลกระทบต่อยอดขาย แนวทางรอดผู้ประกอบการให้บริการหลังการขายที่ดีจุดยอดขายเพิ่ม เผยช่องทางจำหน่ายด้านซูเปอร์เซ็นเตอร์สร้างยอดขายสูงสุด

เมื่อวานนี้ (13 ก.ค.) สภาคณบดีปลีกไทย ได้จัดสัมมนาเชิงวิชาการ เรื่อง "ธุรกิจค้าปลีก" การก้าวเปลี่ยนสู่สหราชอาณาจักร โดยมีการเสวนาเกี่ยวกับแนวโน้มการค้าปลีกในสหราชอาณาจักร โดยมี รศ.ดร.กิตติ กิมสกุล อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นผู้บรรยาย

รศ.ดร.กิตติ เปิดเผยว่า สถานะของธุรกิจค้าปลีกที่สภาพตลาดค้าปลีกทั้งระบบในปี 2542 จะมีมูลค่าตลาดรวมทั้งค้าปลีกสมัยใหม่และค้าปลีกสมัยเก่า ประมาณ 500,000 ล้านบาทแบ่งเป็นยอดขายของค้าปลีกสมัยใหม่ 200,000 ล้านบาทและค้าปลีกระบบเก่า 300,000 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเติบโตขึ้นประมาณ 5-10% หากเทียบกับยอดขายรวมของปีที่ผ่านมา

สำหรับยอดขายของทั้งระบบในช่วงครึ่งปีแรก โดยรวมมูลค่าตลาดมีอัตราเติบโตเฉลี่ย 5-10% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนโดยเซ็กเมนต์ที่มีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดด 2-3 เท่าตัวได้แก่เครื่องสำอาง และเสื้อผ้า ในส่วน

ของสินค้าอุปโภคบริโภคการขยายตัวดีกว่าสินค้าบริโภค อย่างไรก็ตามในช่วงไตรมาส 3 สภาพดินฟ้าอากาศจะมีผลกระทบต่อยอดขายสินค้าด้วย

แนวบริการหลังการขายช่วยกระตุ้นกำลังซื้อ

รศ.ดร.กิตติ กล่าวต่อไปว่า ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยกระตุ้นกำลังซื้อได้ดีในช่วงที่ภาวะการแข่งขันมีความรุนแรงคือการบริการหลังการขาย ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเรื่องพนักงาน เพราะไม่มีจจุบันคุณภาพสินค้าและราคา แม้ว่าจะเป็นปัจจัยหลักในการกระ-



รศ.ดร.กิตติ กิมสกุล กำลังบรรยายพิเศษเรื่องธุรกิจค้าปลีก การก้าวเปลี่ยนสู่สหราชอาณาจักรเพื่อรับการปรับตัว สำหรับยอดขายค้าปลีกสมัยใหม่ในปี 2541 มียอดขายรวมเกือบ 200,000 ล้านบาท และคาดว่าจะมียอดขายเพิ่มขึ้นเป็น 212,690 ล้านบาท แบ่งเป็นยอดขายจากดีพาร์ทเมนต์สโตร์ 67,307 ล้านบาท

ซูเปอร์เซ็นเตอร์ 91,463 ล้านบาท ซูเปอร์มาร์เก็ต 6,766 ล้านบาท และแคชเชียร์คัลเลอร์ 5,585 ล้านบาท ทั้งนี้ในปี 2545 คาดการณ์ว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้นเป็น 288,466 ล้านบาท ปี 2550 มูลค่า 630,655 ล้านบาท และปี 2553 มูลค่า 1,014,677 ล้านบาท

ยอดขายของธุรกิจค้าปลีกที่เพิ่มขึ้นในช่วงนี้ส่วนหนึ่งมาจากการใช้จ่ายเงินจากมีเยาวชน แพลน ที่มีจำนวนมากถึง 53,000 ล้านบาท ซึ่งจะทำให้เกิดเงินทุนหมุนเวียนขึ้น 2 เท่า นอกจากนี้หากมีการสร้างงานจะช่วยให้เกิดกำลังซื้อเพิ่มขึ้นด้วย

อย่างไรก็ตามหากจะพิจารณาดูให้ดีจะเห็นว่าการขายด้านซูเปอร์เซ็นเตอร์เป็นช่องทางการขายที่มีอัตราเติบโตสูงสุด รองลงมาคือขายผ่านช่องทางดีพาร์ทเมนต์สโตร์และคอนวีเนียนีสโตร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต, สเปเชียลตี้สโตร์ และแคชเชียร์คัลเลอร์ ตามลำดับ

หากเปรียบเทียบอัตราการเติบโตของค้าปลีกสมัยใหม่ ในปี 2542-2553 พบว่าดีพาร์ทเมนต์สโตร์ มีอัตราการเติบโตแบบติดลบ 1.5% ในส่วนของซูเปอร์เซ็นเตอร์, ซูเปอร์มาร์เก็ต, คอนวีเนียนีสโตร์, สเปเชียลตี้สโตร์ และแคชเชียร์คัลเลอร์ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยเท่ากัน 1% ■

ปี	ยอดขายรวมการค้าปลีกสมัยใหม่ (ล้านบาท)	อัตราการเติบโต (%)	ส่วนแบ่งการตลาด (ส.พม)	อัตราการเติบโต (%)	ยอดขายต่อหัวประชากร (ส.พม)	อัตราการเติบโต (%)
2542	212,690	5.49	0.47	3.11	0.45	2.63
2544	288,466	14.78	0.59	11.83	0.48	2.64
2550	630,655	17.20	1.13	14.15	0.55	2.67
2553	1,014,677	17.15	1.68	14.08	0.60	2.67

W.R.	Depart	ยอดขายการค้าปลีกสมัยใหม่ (ล้านบาท)					
		Sup. Center	Sup. Mark	Specialty	Conv	Category	SCM
42	67,307	91,463	19,183	6,766	22,383	5,585	212,690
45	81,478	131,642	26,816	9,456	31,278	7,804	288,466
50	139,744	317,756	61,543	21,726	71,870	21,224	630,655
53	186,154	542,538	102,100	36,015	119,138	29,727	1,014,677