

# ‘เซเว่นฯ’ รุกเน็ต สู้ดีสเคานต์สโตร์

**ผู้จัดการรายวัน** - เซเว่น-อีเลฟเว่น เครือข่ายร้านธุรกิจเข้าสู่ระบบอี-คอมเมิร์ซอย่างเต็มรูปแบบ หวังเป็นหนทางแข่งขันกับกลุ่มดีสเคานต์สโตร์ที่รุกคืบเข้ามาสู่ย่านใจกลางเมืองจนส่งผลกระทบต่อยอดขายของร้านเซเว่นฯ คาดการขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ตจะช่วยให้เซเว่นฯ มีสินค้าหลากหลายกว่าดีสเคานต์สโตร์นับเท่าตัว และยังมีราคาถูกกว่าด้วย

นายชรัส ลิขิตคุณวงศ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท ซี.พี.เซเว่น อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า ทิศทางของเซเว่นฯ ในอนาคตอันใกล้นี้จะต้องปรับตัวเองอีกมาก เพื่อรองรับการแข่งขันในธุรกิจที่รุนแรงขึ้นทุกขณะ โดยเฉพาะการรุกคืบของธุรกิจดีสเคานต์สโตร์ที่แผ่ขยายเข้ามาในย่านใจกลางเมือง ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายของร้านคอนวีเนียน

สโตร์หลายแห่ง

ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดก็คือ การเปิดโลตัสสาขารวม 4 แห่งผลต่อยอดขายในซูเปอร์มาร์เกตเป็นอย่างมาก ในขณะที่ยอดขายของร้านเซเว่นฯที่อยู่ในละแวกใกล้เคียงก็มียอดขายลดลง 10% แต่หลังจากที่คาร์ฟูร์เปิดตามากสิบไม่ส่งผลกระทบต่อยอดขายของเซเว่นฯอีก แสดงให้เห็นว่าคาร์ฟูร์ไปแบ่งยอดขายของโลตัส

ซึ่งในขณะนี้เซเว่นฯก็กำลังรอดูสถานการณ์ต่อไปว่าจะกระทบต่อยอดขายในระยะยาวหรือไม่ เพราะเชื่อว่าผู้บริโภคอาจจะเกิดอาการเบื่อของใหม่และเมื่อเวลาผ่านไประยะหนึ่งก็จะกลับคืนสู่สภาพเดิม

## ■ 'เซเว่นา'

อย่างไรก็ตาม ทางร้านเซเว่นาก็มีไดโนเสาร์  
ใจ เพราะตลอดเวลาที่ผ่านมาก็ได้ปรับปรุงรูปแบบ  
ร้านค้า และตัวสินค้าที่จำหน่ายในร้านอย่างสม่ำเสมอ  
เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่อยู่ในวัย  
18-30 ปี เป็นหลัก แต่รูปแบบภายในของร้านใน  
อนาคตก็ต้องปรับปรุงไม่เรื่อยๆ เพื่อให้ทันกับ  
ยุคสมัย

นายชรัส กล่าวว่า สิ่งหนึ่งที่เป็นแผนดำเนิน  
งานของบริษัทฯและกำลังจะนำมาใช้ในอนาคต  
อันใกล้ก็คือ การนำระบบอี-คอมเมิร์ซ หรือการ  
ซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้กับ  
ร้านเซเว่นา ซึ่งวิธีการดังกล่าวปัจจุบันถูกนำมา  
ใช้กับร้านเซเว่นาในสหรัฐอเมริกาแล้ว และเริ่ม  
ใช้ที่ประเทศไทย ซึ่งไทยก็เป็นอีกประเทศหนึ่ง  
ที่จะนำระบบนี้มาใช้เช่นเดียวกัน

“ทุกวันนี้เราต้องยอมรับว่ามีคู่แข่งกับ  
ร้านคอนวีเนียนสโตร์ด้วยกันเองแล้ว แต่ยังคง  
แข่งขันกับกลุ่มดีสเคาน์สโตร์ด้วยซึ่งวิธีการที่เรา  
จะทำมิใช่การขายหน้าร้านให้ใหญ่ขึ้นเพราะต้อง  
ใช้เงินลงทุนสูงมาก แต่ระบบอี-คอมเมิร์ซจะเป็น  
วิธีการที่เหมาะสมที่สุดและช่วยให้เราสามารถ  
สร้างแต้มต่อได้อย่างมากมาย”

นายชรัสอธิบายว่าการนำระบบอี-คอมเมิร์ซ  
เข้ามาใช้ที่ร้านเซเว่นา จะทำให้ลูกค้าสามารถ  
สั่งซื้อสินค้าที่บรรจุอยู่ในเว็บไซต์ได้ตามความ  
ต้องการ ซึ่งเซเว่นาจะคัดเลือกสินค้ามาใส่ลงบน  
อินเทอร์เน็ตไม่น้อยกว่า 1 แสนรายการ เมื่อเทียบ  
กับกลุ่มดีสเคาน์สโตร์แต่ละแห่งแล้วพบว่ามี  
สินค้าเพียง 3-7 หมื่นรายการเท่านั้น ทำให้เซเว่นา  
มีสินค้าจำหน่ายมากกว่ากลุ่มดีสเคาน์สโตร์  
โดยไม่ต้องขยายหน้าร้านเลย

นอกจากนี้สินค้าที่คัดเลือกเข้ามาจำหน่าย  
ก็จะเป็นสินค้าจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน รวมทั้ง  
สินค้าที่มีค่าการตลาดสูงซึ่งสินค้าเหล่านี้เมื่อผ่าน  
เข้าสู่ระบบอี-คอมเมิร์ซแล้ว ค่าการตลาดจะถูก  
ตัดออกไปทำให้สามารถลดราคาลงได้มากกว่า  
ที่วางจำหน่ายอยู่ในดีสเคาน์สโตร์ซึ่งร้านเซเว่นา  
ในสหรัฐอเมริกา สามารถขายสินค้าในอินเทอร์เน็ต  
ได้ถูกกว่าดีสเคาน์สโตร์ถึง 5% ซึ่งในประเทศไทย  
ไทยก็จะเป็นเช่นเดียวกัน

ส่วนการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าก็สามารถ  
ทำได้หลายวิธี ซึ่งวิธีการที่เซเว่นาใช้อยู่ใน  
ปัจจุบันกับสินค้าที่ขายผ่านแคตตาล็อกก็คือการส่ง  
สินค้าให้ถึงบ้าน หรือให้ลูกค้ามารับที่สำนักงาน  
ใหญ่ อาคารซี.พี ทาวเวอร์ ถนนสีลม แต่การซื้อ  
สินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ลูกค้าจะสามารถเลือกวิธี  
การรับสินค้าได้หลายรูปแบบรวมทั้งการรับสินค้า  
ที่ร้านเซเว่นาสาขาที่ใกล้บ้านที่สุดได้อีกด้วย

ชรัส เชื่อว่า วิธีการดังกล่าว จะเป็นกลยุทธ์  
สำคัญที่ช่วยให้เซเว่นาสามารถแข่งขันกับกลุ่ม  
ซูเปอร์มาร์เก็ต ที่เข้ามาขยายสาขาในลักษณะของ  
ดีสเคาน์สโตร์ได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ทิศทาง  
ของเซเว่นาในการขยายสาขาก็ยังคงดำเนินต่อไป  
โดยมีเป้าหมายที่จะขยายไปถึง 200 สาขา และใน  
3 ปีข้างหน้าเซเว่นาจะมีสาขารอบ 2,000 แห่ง

ส่วนผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา ในช่วง  
7 เดือนแรกของปีนี้ เซเว่นามียอดขายโดยรวม  
เติบโตขึ้นถึง 29.8% ซึ่งในส่วนของอาหารนั้น  
มีอัตราการเติบโต 18% ในขณะที่สินค้ากลุ่มอื่นๆ  
ก็มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเช่นกัน

สำหรับการขยายสาขาของเซเว่นาเข้าไปใน  
ประเทศจีนนั้น นายชรัส กล่าวว่า ทางกลุ่มซี.พี.  
มีความพร้อมทั้งทีมงานที่มีประสบการณ์ วัฒนธรรม  
ธรรมเนียมและวัฒนธรรมของจีนเป็นอย่างดี  
นอกจากนี้ทางกลุ่มเครือเจริญโภคภัณฑ์ก็มีสาย  
สัมพันธ์กับรัฐบาลจีนอย่างแน่นแฟ้น จึงคิดว่า  
นี่เป็นจุดแข็งที่จะช่วยให้ซี.พี.ประสบความสำเร็จ  
ในการขยายสาขาของเซเว่นาในจีนได้

“หากสามารถเริ่มดำเนินการได้เราจะเริ่ม  
เปิดสาขาของเซเว่นาที่เซี่ยงไฮ้ก่อน เนื่องจากเป็น  
เมืองที่มีสำนักงานใหญ่ของซี.พี. ตั้งอยู่ และมีโรง  
งานผลิตอาหารสัตว์ของเครือซี.พี. ตั้งอยู่บนร้อยละ  
แห่ง” ■