

ข่าวเด่นรายสัปดาห์
โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันທີ 1-7 สิงหาคม 2563

“Walmart” แคนาดาเล็งขึ้นค่าธรรมเนียมวางสินค้า



CR: COLE BURSTON/BLOOMBERG FILES

ในช่วงปลายเดือนที่ผ่านมา ห้างค้าปลีก วอลมาร์ท (Walmart) แคนาดา ได้ส่งจดหมายถึงซัพพลายเออร์เกือบ 3,000 ราย เพื่อแจ้งการขึ้นค่าธรรมเนียมวางสินค้าจากผู้ผลิตสินค้า (ซัพพลายเออร์) ที่อาจสูงถึงเกือบ 6.5% หลังจากที่ห้างค้าปลีกแห่งนี้มีแผนลงทุนพัฒนาตัวห้างฯ และระบบโมเดิร์นเทรดในอีก 5 ปีข้างหน้า คิดเป็นมูลค่าการลงทุนราว 3,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อันสร้างความตกใจและไม่พึงพอใจให้กับซัพพลายเออร์เป็นจำนวนมาก

ทั้งนี้ ห้างวอลมาร์ทได้กล่าวถึงแนวทางการขึ้นค่าธรรมเนียมโดยจะคิดตาม 1.25% ของราคาสินค้าที่

ขายให้วอลมาร์ทที่เรียกว่า “Infrastructure Development Fee” และอีก 5% ของต้นทุนขาย (Cost of Good Sold) สำหรับสินค้าที่ผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ โดยให้เหตุผลการลงทุนครั้งนี้เพื่รองรับการค้าขายสินค้าผ่านอีคอมเมิร์ซ และเชื่อว่าจะสร้างโอกาสการขยายตัวให้กับผู้ผลิตสินค้าเช่นกัน

ในการนี้ นาย Michael Grayson ผู้อำนวยการสมาคมผู้ผลิตสินค้าอาหารและของใช้ผู้บริโภค (Food and Consumer Products of Canada : FCPA) เห็นว่า การขึ้นค่าธรรมเนียมจากผู้ผลิตในช่วงนี้เป็นช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสมอย่างยิ่งที่ หลังจากที่ผู้ประกอบการต่างต้องแบกรับต้นทุนสำหรับการติดตั้งและป้องกันรักษาความปลอดภัยในช่วงโรคระบาดไวรัสโควิด 19 อยู่แล้ว และหากวอลมาร์ทมีแผนขึ้นค่าธรรมเนียมต่อไป ก็จะต้องส่งสัญญาณให้ห้างค้าปลีกรายอื่น ๆ พร้อมทั้งจะเรียกค่าธรรมเนียมเพิ่มต่อไป ซึ่งจะสร้างความเดือดร้อนให้ผู้ประกอบการอีกเป็นจำนวนมาก

นอกจากนี้ ตัวแทนสมาคมสินค้าต่าง ๆ ได้ออกโรงเตือนถึงการขึ้นค่าธรรมเนียมของห้างวอลมาร์ทครั้งนี้ว่า น่าจะเป็นจุดหักเหของหลาย ๆ ธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็กถึงกลางที่ไม่สามารถแบกรับต้นทุนเพิ่มเติมได้อีก รวมไปถึงภาคเกษตรที่มีปัจจัยเสี่ยงจากภาวะโรคระบาด สภาพอากาศที่แห้งแล้ง และปัญหาด้านแรงงานอยู่แล้ว น่าจะต้องลบล้างกิจการอีกจำนวนมาก

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☒ แนวโน้มการตลาด ☒ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่น ๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ
อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Centre, Vancouver
1009-1166 Alberni Street
Vancouver BC V6E 3Z3 Canada

Phone: +1 604 687 6400
Fax: +1 604 683 6775
Email: vancouver@thaitrade.ca

ข่าวเด่นรายสัปดาห์
โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันທີ 1-7 สิงหาคม 2563

ด้านฝ่ายห้างค้าปลีก นาง Diane Brisebois จากสมาคมผู้ค้าปลีกแคนาดา (Retail Council of Canada :RCC) กล่าวว่า ปัจจุบันห้างค้าปลีกต้องเผชิญกับกำไรหรือมาร์จิ้นการขายที่ค่อนข้างต่ำ เพราะต้นทุนบริหารจัดการสูงขึ้น อีกทั้งต้องมีการลงทุนอัปเดตพร้อมขยายศักยภาพธุรกิจให้สอดคล้องกับยุคอีคอมเมิร์ซ ดังนั้นแล้ว จึงเป็นเหตุที่จะอยู่ในวิสัยของผู้ค้าปลีกที่จะขอเพิ่มค่าธรรมเนียมจากผู้ผลิตสินค้า เพื่อมาแบ่งเบาภาระและช่วยการลงทุน เพราะหากว่าผู้ค้าปลีกไม่มีการปรับตัวซัพพลายเออร์เองก็อาจไม่มีการขยายตัวของธุรกิจ จึงเห็นว่าเป็นการได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่ายเช่นกัน ทั้งนี้จากข้อมูลสำนักงานสถิติแคนาดาเมื่อปี 2558-2561 ยังได้รายงานภาพรวมการขยายตัวของผู้ผลิตอาหารในแคนาดาว่ายังอยู่ในเกณฑ์ดีเสียอีก

นาย Michael จากสมาคมผู้ผลิตสินค้าอาหารและของใช้ผู้บริโภค ได้ประสานงานที่จะยื่นขอความเห็นรัฐบาลกลาง และรัฐบาลท้องถิ่น เพื่อพิจารณาช่วยเหลือกับสถานการณ์การขึ้นค่าธรรมเนียมของห้างค้าปลีก หรืออาจส่งเสริมให้ทางสมาคมฯ สามารถกำหนดหลักเกณฑ์การคิดค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ของห้างสรรพสินค้าให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่ระบบการค้าและดูแลผู้บริโภค หลังจากได้รับการร้องเรียนจากผู้ผลิตสินค้า ในการคิดค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ของห้างค้าปลีกไม่เป็นธรรม และถูกเอาเปรียบทั้งทางตรงและทางอ้อม จนทำให้บางรายต้องปรับขึ้นราคาสินค้าสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้บริโภค

นาย Doug Ford มุขมนตรีรัฐออนแทรีโอ แสดงความไม่เห็นด้วยและผิดหวังกับการขึ้นค่าธรรมเนียมของห้างวอลมาร์ท แต่ก็ไม่ขอเข้าแทรกแซงระบบการค้า พร้อมขอให้ทุกฝ่ายมีการประนีประนอมทำงานร่วมกัน เพื่อลดความเดือดร้อนให้กับผู้บริโภค นอกจากนี้ นาย Oliver Anderson โฆษกประจำกระทรวงการเกษตรแคนาดา เห็นว่าเป็นข้อตกลงระหว่างซูเปอร์มาร์เก็ตและซัพพลายเออร์และเป็นไปตามกลไกของตลาด แต่ขอให้ทุกฝ่ายคำนึงถึงโอกาสทางธุรกิจและความสามารถของคู่ค้าเสมอ

โดยทั่วไปห้างค้าปลีกจะคิดค่าธรรมเนียมแรกเข้าสินค้าอยู่ที่ 150,000 – 300,000 ดอลลาร์แคนาดาและอาจมีคิดเพิ่มเติมในกรณีต่าง ๆ อาทิ ค่าปรับหากส่งสินค้าช้ากว่ากำหนดหรือค่าใช้จ่ายการจัดการที่คลังสินค้า เป็นต้น ทั้งนี้สมาคม FCPA ได้ตรวจสอบค่าใช้จ่ายสำหรับวางสินค้า (Listing fees) ต่อสินค้าหนึ่งรายการในปี 2563 เพิ่มขึ้นร้อยละ 22 จากช่วงระหว่างปี 2556-2560 ถือว่ามากพอสมควร ซึ่งทาง นาย Michael ๙ ผู้อำนวยการสมาคม ฯ มองว่า ธุรกิจห้างค้าปลีกในแคนาดาเป็นธุรกิจที่มีการควมรวมกิจการที่เพียงไม่กี่ราย ซึ่งก็มีผู้เล่นรายใหญ่ ๆ อยู่ 4 ราย ได้แก่ Loblaw Ltd., Sobey Co. Ltd., Metro Inc. และ Walmart จึงทำให้ผู้ผลิต (ซัพพลายเออร์) สินค้าไม่มีอำนาจการต่อรองได้เท่าไรนัก

ส่วนทางห้างวอลมาร์ท นาย Kieran Shanahan ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายสินค้าของทางห้าง กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคนีได้เปลี่ยนแปลงไป ทางห้างเองก็ต้องลงทุนเทคโนโลยีทั้งระบบคลังสินค้า การขนส่ง และอัปเดตเครื่องมืออุปกรณ์แต่ละสาขาด้วยเช่นกัน มองว่าค่าธรรมเนียมที่ปรับเพิ่มก็ดูสมเหตุสมผลกับทุกฝ่าย เพราะโดยรวมแล้วน่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิต (ซัพพลายเออร์) ไปด้วยกัน แผนลงทุนนี้จะยาวต่อเนื่องไปอีก 5 ปีข้างหน้าและค่าธรรมเนียมที่เก็บเพิ่มจะคงอยู่ถาวร โดยจะมีผลคิดเริ่มตั้งแต่ 14 กันยายนนี้เป็นต้นไป

ข่าวเด่นรายสัปดาห์
โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 1-7 สิงหาคม 2563

ข้อคิดเห็นจากสำนักงาน : ต้องถือได้ว่าธุรกิจห้างค้าปลีกในแคนาดามีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง เพราะยักษ์ใหญ่ในวงการค้าปลีกต่างต้องพยายามแข่งขันและเจาะช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่สุด ประกอบกับเทรนด์การซื้อสินค้าในปัจจุบันโดยเฉพาะหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโควิด -19 ที่เปลี่ยนไปสู่ตลาดออนไลน์และธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่ชัดเจนขึ้น จึงส่งผลให้ผู้ค้าปลีกต่างกำลังมองหาเทคโนโลยีอย่างระบบอัตโนมัติอัจฉริยะมาปรับใช้เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจ ที่ต้องเน้นความรวดเร็วในการจัดส่ง ความสะดวกและปลอดภัยในการซื้อสินค้าให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

ในเรื่องของค่าธรรมเนียมวางสินค้าซึ่งถือเป็นการตกลงร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการค้าปลีกกับคู่ค้า โดยการที่ผู้ค้าปลีกปรับขึ้นเพื่อมาเป็นส่วนหนึ่งสำหรับการลงทุนนั้นก็เห็นเหตุที่จะทำได้ แต่ก็ต้องควรอยู่ในอัตราที่เหมาะสมไม่สร้างความเดือดร้อนให้ผู้ประกอบการมากนัก เพราะหากผู้ผลิตอาหารขอปรับขึ้นราคาสินค้าแล้ว ท้ายสุดผลกระทบก็ตกเป็นของของผู้บริโภค ในกรณีนี้ สำนักงานฯ เห็นว่า เรื่องดังกล่าวทุกฝ่ายต้องสนับสนุนซึ่งกันและกันแล้วจะทำให้ธุรกิจและผู้บริโภคอยู่รอดไปพร้อม ๆ กัน เพราะคงไม่มีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะแบกรับต้นทุนไว้เพียงฝ่ายเดียวได้ ผู้ประกอบการไทยควรติดตามข่าวและสถานการณ์ทางค้าต่าง ๆ ในทันท่วงที และควรให้ความสำคัญกับการปรับตัว สร้างความยืดหยุ่นและการวางแผนสำรองในธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น

ที่มา : <https://financialpost.com/news/retail-marketing/one-sided-relationship-food-suppliers-feeling-pinched-as-grocers-hike-fees>