

ข่าวเด่นรายสัปดาห์
โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 25-31 มีนาคม 2566

วิเคราะห์สาเหตุห้างค้าปลีกอเมริกันล้มเหลวในตลาดแคนาดา

หลังจากเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2566 ห้าง Nordstrom ซึ่งเป็นเครือข่ายห้างสรรพสินค้าหรูของอเมริกาได้ประกาศปิดห้างสาขาทั้งหมดจำนวน 13 แห่งในแคนาดา โดยแยกเป็นกลุ่มห้างสรรพสินค้าหลัก 6 สาขาและห้างจำหน่ายสินค้าลดราคา Nordstrom Rack จำนวน 7 สาขา รวมถึงระบบหน้าเว็บไซต์ Nordstrom.ca ทั้งหมดภายในเดือนมิถุนายนปีนี้ ได้สร้างความตกใจกับพนักงานกว่า 2,500 ราย ที่จะถูกปลดออก และลูกค้าของห้างทั่วประเทศถึงการปิดตัวอย่างกะทันหัน



ซึ่งการถอนตัวของห้างสรรพสินค้าหรูของอเมริกาจากตลาดแคนาดารายล่าสุดนี้ เนื่องจากประสบปัญหาทางการเงินอย่างต่อเนื่อง หลังจากที่ ห้าง Nordstrom เปิดตัวสาขาแรกในแคนาดาเมื่อปี 2557 ทั้งนี้ เกี่ยวกับการปิดตัวห้างดังกล่าว ได้มีผู้เชี่ยวชาญด้านตลาดค้าปลีกในแคนาดา ออกมาวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ธุรกิจ Nordstrom ไม่ประสบความสำเร็จในตลาดแคนาดา รวมไปถึงการเปิดจำนวนสาขาที่มากและเร็วเกินไป ซึ่งควรมีสาขาเฉพาะเมืองใหญ่ๆ ในนครโทรอนโตและแวนคูเวอร์เท่านั้น การขาดความเข้าใจพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคชาวแคนาดาที่แท้จริง รวมไปถึงปัจจัยและความเสี่ยงภายนอก อาทิ การขยายตัวของธุรกิจออนไลน์ และสภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวต่อเนื่องจากวิกฤตโควิด-19

นอกเหนือจากห้าง Nordstrom ที่เพิ่งถอนตัวออกจากตลาดแคนาดาไป เป็นการตามติดการปิดตัวของธุรกิจ Bed Bath and Beyond ห้างค้าปลีกจากสหรัฐฯ ซึ่งจำหน่ายสินค้าตกแต่งและของใช้ภายในบ้านจำนวน 54 สาขาและร้านค้า Buy Buy Baby จำนวน 11 สาขาในแคนาดาไปเมื่อ 2 เดือนก่อนหน้า จากปัญหาภาวะทางการเงินเช่นกัน

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่น ๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี 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
ประจำวันที่ 25-31 มีนาคม 2566

ในการนี้ ผู้คนในวงในค้าปลีกจึงได้ทำการสอบถามผู้เชี่ยวชาญค้าปลีกระหว่างประเทศว่า อะไรคือเหตุผลสำคัญที่ทำให้ห้างค้าปลีกจากสหรัฐเกิดความล้มเหลวในตลาดแคนาดาในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา สามารถแยกเป็นประเด็นได้ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ด้านภูมิศาสตร์ของประเทศ เนื่องจากแคนาดาเป็นประเทศที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่มาก ซึ่งใหญ่กว่าขนาดของประเทศสหรัฐอเมริกา และจำนวนชาวแคนาดาถือว่าร้อยละ 90 อาศัยในพื้นที่ไม่เกิน 160 กิโลเมตรขึ้นมาจากชายแดนสหรัฐฯ (รัฐออนแทรีโอ รัฐบริติชโคลัมเบีย และรัฐอัลเบอร์ตา) ซึ่งการกระจุกตัวของชาวแคนาดาในพื้นที่ชายแดนที่ติดกับสหรัฐนั้น และราคาต้นทุนของสินค้าที่สูงนั้น ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายสำหรับพื้นที่ใช้สอยเพื่อการก่อสร้างอาคารคลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า และห้างค้าปลีกมีราคาสูงมาก เนื่องจากทางห้างฯ ต้องมีศูนย์กระจายสินค้าที่ตั้งอยู่ทั่วประเทศ เพื่อรองรับการจัดส่งสินค้าได้สร้างความท้าทายให้กับระบบ Supply chain ของธุรกิจ นอกจากนี้ อำนาจการใช้จ่ายผู้บริโภคชาวแคนาดาไม่นับว่าไม่สูงเท่ากับชาวอเมริกัน จึงเป็นความยากลำบากของห้างค้าปลีกในการสต็อกสินค้าที่หลากหลาย เพื่อจะสร้างแรงดึงดูดใจกับผู้บริโภคเข้ามาจับจ่ายสินค้าได้ ในขณะเดียวกัน ก็ต้องสร้างผลประโยชน์ที่จะทำธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ดี

ประเด็นที่ 2 ด้านประชากรที่มีความแตกต่าง แคนาดาถือเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางด้านประชากรอย่างมาก ซึ่งประชากรที่อาศัยในรัฐบริติชโคลัมเบียนั้นมีความแตกต่างจากผู้ที่อาศัยในรัฐควิเบกและรัฐอื่นๆ กล่าวได้ว่า การดำเนินธุรกิจในรัฐควิเบก ร้านค้าหรือห้างค้าปลีกจะต้องให้ความสำคัญทางวัฒนธรรมและภาษาฝรั่งเศสมาเป็นอันดับต้นๆ ในการนี้ ธุรกิจที่ขาดความเข้าใจด้านความแตกต่างของแต่ละพื้นที่ในแคนาดา จะทำให้ขาดการสร้างแบรนด์ (branding) และสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญค้าปลีกระหว่างประเทศ เห็นว่า การที่ธุรกิจอเมริกันจ้างทีมบริหารชาวแคนาดาคงไม่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในตลาดแคนาดาได้ แต่จะต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการของชาวแคนาดาแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างทั้งด้านวัฒนธรรม ภาษา และรายได้ ก่อนที่จะจัดขยายสาขาไปแต่ละรัฐในประเทศ

ประเด็นที่ 3 การแข่งขันกับร้านค้าคู่แข่งสัญชาติแคนาดาที่ดำเนินอยู่ อาทิ ห้าง Canadian Tire (จำหน่ายสินค้านานยนต์ผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ สินค้ากีฬา และสินค้าอื่นๆ) ห้าง Hudson's Bay (ห้างสรรพสินค้า) ห้าง Holt Renfrew (ห้างสรรพสินค้าแบรนด์หรู) ห้าง Loblaw (ซูเปอร์มาร์เก็ต) ซึ่งผู้บริโภคชาวแคนาดาขึ้นชื่อว่ามีจงรักภักดีกับแบรนด์ธุรกิจสัญชาติแคนาดาเพียงอย่างเดียว ดังนั้น การเข้ามาของค้าปลีกต่างชาติ ธุรกิจต้องสร้างความแตกต่างทั้งในด้านสินค้าที่นำเสนอ ราคาที่เหมาะสม และบริการที่ประทับใจให้กับลูกค้าเป็นอย่างดี เพื่อที่จะสามารถแบ่งส่วนแบ่งตลาดได้เช่นกัน อย่างไรก็ตาม นอกจากประเด็นในเรื่องบริการลูกค้าแล้ว ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
 ประจำวันที่ 25-31 มีนาคม 2566

ค้าปลีกในแคนาดา กล่าวว่า การปิดตัวของธุรกิจสัญชาติอเมริกันต่อเนื่องนั้น เนื่องจากต้นทุนบริหารจัดการที่สูงขึ้น จากอัตราแลกเปลี่ยนเงินดอลลาร์แคนาดาที่อ่อนตัวลงเทียบกับค่าเงินสหรัฐฯ ปัจจุบันอยู่ที่ราว C\$1.33 : U\$1:00 เดิมที่เคยอยู่ในระดับพาร์หรือใกล้เคียงกัน ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายด้านบริหารและดำเนินการต่างๆ เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จนธุรกิจไม่สามารถสร้างผลกำไรได้ในระดับที่วางไว้ ดังนั้น ธุรกิจที่มาจากสหรัฐฯ จึงได้ถอนตัวออกจากแคนาดาในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา อันรวมถึง ห้างจำหน่ายของเล่น Toys'R'Us ห้าง Sears ห้าง Target ห้าง Bath and Beyond จนมาถึงห้าง Nordstrom

อย่างไรก็ดี แม้จะเกิดการปิดตัวห้างค้าปลีกต่างชาติหลายรายขณะนี้ แต่ก็ยังมีห้างค้าปลีกจากสหรัฐฯ ที่ประสบความสำเร็จในตลาดแคนาดา เช่น ห้าง Walmart ห้าง Costco ห้าง Home Depot เพราะผู้เชี่ยวชาญค้าปลีกเชื่อว่า ห้างเหล่านั้นมีการศึกษาความเข้าใจของผู้บริโภคได้ดี และวางจุดขายของตัวเองที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงมีการพัฒนาช่องทางการค้าออนไลน์ และกำหนดราคาสินค้าที่ตรงจุดในการเพิ่มยอดขาย ซึ่งเป็นแนวทางหลักที่ส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกสามารถคงอยู่ในตลาดแคนาดาได้เป็นอย่างดี

ข้อคิดเห็นจากสำนักงานฯ เรียกได้ว่า ปัจจุบันนับเป็นช่วงท้าทายของกลุ่มธุรกิจค้าปลีก ทั้งในภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว และผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง ดังนั้น ขณะนี้ไม่ว่าจะทำธุรกิจเล็กหรือใหญ่ ผู้ประกอบการต้องหากกลยุทธ์ทางการค้ามาทำให้ลูกค้าประทับใจในการกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำมากที่สุด ซึ่งในขณะนี้ คงหนีไม่พ้นการแข่งขันจากแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ รวมไปถึงการต้องการเอาใจใส่ในรายละเอียดของการขาย การตลาด และไม่ลืมที่จะคำนึงถึงปัจจัยพื้นฐานด้านประชากร วัฒนธรรมของคนในพื้นที่นั้น เพื่อจะได้นำเสนอธุรกิจและบริการออกมาให้ครอบคลุมฐานผู้บริโภคมากที่สุด เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้สอดคล้องกับสถานการณ์ธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป และสามารถเติบโตควบคู่สังคมแคนาดาได้อย่างยั่งยืน

ที่มาของบทความ <https://www.thestreet.com/retail/the-primary-reason-why-u-s-retailers-fail-in-canada>