

## เขเว่นไต้หวันพันกำไรเกือบหมื่นล้านเมื่อปีที่แล้ว

เมื่อช่วงกลางสัปดาห์ที่ผ่านมา นายเจินรู่ยถ้ง กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท President Chain Store Corporation ซึ่งเป็นผู้บริหารแบรนด์ร้านสะดวกซื้อชื่อดังอย่าง 7-11 ในไต้หวัน ได้ออกมาให้สัมภาษณ์ถึงแผนการดำเนินงานในปีหน้า บริษัทฯ จะ 3 กลยุทธ์ใหม่มาช่วยเพิ่มยอดขาย ด้วยการเพิ่มส่วนแบ่งของผลกำไรให้กับผู้ซื้อแฟรนไชส์ เพิ่มเอกลักษณ์ให้ร้านค้า และสร้างความแตกต่างด้วยสินค้าพิเศษเฉพาะสาขา ซึ่งนายเจินชี้ว่า แม้ปีที่แล้วภาวะเศรษฐกิจโดยรวมจะไม่คึกคักเท่าที่ควร หากแต่ทั้งผลกำไรและผลประกอบการของบริษัทฯ ก็ยังสามารถทำสถิติสูงที่สุดเป็นประวัติการณ์

โดยผลประกอบการของ 7-11 ไต้หวันในปี 2016 คิดเป็นมูลค่ารวม 215,360 ล้านดอลลาร์ไต้หวัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 5.1 คิดเป็นผลกำไรหลังหักภาษี 9,840 ล้านดอลลาร์ไต้หวัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.4 ซึ่งนายเจินรู่ยถ้งเห็นว่า การบริหารงานของแต่ละร้านสาขาต่างก็ดีขึ้น ทั้งผู้จัดการร้านและผู้ซื้อแฟรนไชส์ ต่างก็พยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้าในละแวกใกล้เคียงได้เป็นอย่างดี และหากนับตั้งแต่ปี 2008 เป็นต้นมา ยอดขายต่อวันโดยเฉลี่ยของแต่ละร้านก็เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ในแต่ละปี จนทำให้ทั้งยอดขายและผลกำไรต่างก็อยู่ในระดับสูงเช่นในทุกวันนี้ ซึ่งนายเจินเปิดเผยว่า สูตรสำเร็จในการประกอบธุรกิจของ 7-11 คือการวางกลยุทธ์ที่สามารถผสมผสาน 7 ปัจจัยหลักของธุรกิจเข้าด้วยกันอย่างลงตัว ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านคน ร้านค้า สินค้า โลจิสติกส์ ระบบการทำงาน เทคโนโลยีสารสนเทศ และวัฒนธรรมองค์กร ส่งผลให้ 7-11 ไต้หวัน สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

สำหรับในปีนี้ รายจ่ายหลักของ 7-11 ไต้หวันอยู่ที่ประมาณ 2,500-3,000 ล้านดอลลาร์ไต้หวัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับการเปิดร้านใหม่ ตกแต่งร้านเดิม เปลี่ยนอุปกรณ์ และเพื่อเป็นการดึงดูดและรักษากรฐานผู้ที่ซื้อแฟรนไชส์ของบริษัทฯ ทาง 7-11 ได้มีการปรับเพิ่มส่วนแบ่งผลกำไรอีกร้อยละ 1 ซึ่งแม้ว่าจะเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ ไม่น้อยกว่า 300-400 ล้านดอลลาร์ไต้หวันต่อปีก็ตาม แต่เมื่อคิดในระยะยาวแล้ว จะเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการพยายามเพิ่มรายได้ของร้านตัวเองให้มากขึ้น อันจะส่งผลดีต่อยอดขายของบริษัทฯ อยู่แล้ว จึงถือเป็นการลงทุนที่ดี

โดย 7-11 ไต้หวันมีทุนจดทะเบียนประมาณ 10,400 ล้านดอลลาร์ไต้หวัน หากปีนี้อัตราการขยายตัวของผลประกอบการยังอยู่ในระดับใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา จะทำให้ผลกำไรหลังหักภาษีของบริษัทฯ ทะลุหลักหมื่นล้านเหรียญไต้หวัน ซึ่งหมายความว่ากำไรของบริษัทฯ ในปีเดียว เท่ากับทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ เพียงปีเดียว

แหล่งข่าว: Economic Daily News (March 16, 2017)

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของสกด.

ความสำเร็จของ 7-11 ได้วันที่มีอยู่มากกว่า 5,000 สาขาทั่วประเทศ ถือเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจที่น่าสนใจ เพราะธุรกิจร้านสะดวกซื้อในได้วันที่มิได้มีแบรนด์ใหญ่เพียงแบรนด์เดียว โดยยังมีคู่แข่งอื่น คือ Family Mart (ประมาณ 2,000 กว่าสาขา) รวมไปถึงจนถึงแบรนด์ท้องถิ่นอย่าง Hi-Life (ประมาณ 1,500 สาขา) และ OK Mart (ประมาณ 1,000 สาขา) และยังคงแข่งกับซูเปอร์มาร์เก็ตระดับชุมชนอย่าง PX mart ที่มีอยู่มากกว่า 700 สาขาทั่วประเทศ โดย 7-11 ที่ถือเป็นหัวเรือใหญ่ของวงการค้าปลีกได้เป็นผู้นำในการเสนอบริการแบบครบวงจรเพื่อสร้างความสะดวกสบายให้กับชีวิตตามคอนเซ็ปป์ของร้านสะดวกซื้อ ที่ผู้บริโภคสามารถทำได้แทบทุกอย่าง จนทำให้คู่แข่งต้องปรับตัวตาม ไม่ว่าจะเป็นการจ่ายบิลต่างๆ โดยไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมใดๆ การอัปเดตภาพถ่าย การถ่ายเอกสาร การรับส่งแฟกซ์ การรับส่งสินค้า สำหรับการซื้อขายออนไลน์ และยังสามารถซื้อหาข้าวกล่องมารับประทาน โดยทางร้านเกือบทุกสาขาจะมีการจัดที่นั่งให้รับประทานอาหารสำหรับผู้ที่ต้องการความสะดวก รวมถึงยังมีห้องน้ำไว้คอยบริการในสาขาส่วนใหญ่ด้วย จึงอาจกล่าวได้ว่า 7-11 ได้วันที่เป็นผู้สร้างวัฒนธรรมการบริโภคแบบสะดวกรวดเร็วก็ว่าได้