

Ahold Delhaize บริษัทแม่ของ Albert Heijn ซูเปอร์มาร์เก็ตอันดับ 1 ของเนเธอร์แลนด์ ยังคงทำกำไรได้แม้ในภาวะเงินเฟ้อและเศรษฐกิจชะลอตัว



บริษัท Ahold Delhaize เป็นเจ้าของร้านค้ากว่า 7,600 แห่งทั้งในยุโรปและสหรัฐอเมริกา อีกทั้งยังเป็นบริษัทแม่ของ Etos, Albert Heijn และ Bol.com ในเนเธอร์แลนด์ กลุ่มซูเปอร์มาร์เก็ตทำกำไรในไตรมาสแรกปีนี้ได้สูงถึง 561 ล้านยูโร ผลกำไรเพิ่มขึ้น 15 ล้านยูโรเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้ว กำไรที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่มาจากสหรัฐอเมริกา โดยยอดขายมากกว่าร้อยละ 60 และกำไรกว่าร้อยละ 70 มาจากสหรัฐอเมริกา การแข่งขันในยุโรปยังคงอยู่ภายใต้แรงกดดัน และสถานะตลาดยุโรปมีความท้าทายเป็นพิเศษ อัตรากำไรในยุโรปลดลงอย่างมากเนื่องจากต้นทุนพลังงานที่สูงขึ้นมาก อัตราเงินเฟ้อที่สูงกว่าสหรัฐอเมริกา และการนัดประท้วงหยุดงาน (Strike) เป็นเวลาหลายวันในเบลเยียม โดยเฉพาะการนัดประท้วงหยุดงานของพนักงานกว่า 1500 รายที่ศูนย์กระจายสินค้าของ Albert Heijn 5 แห่ง เนื่องจากพนักงานรวมตัวกันเรียกร้องที่จะขอขึ้นค่าจ้างร้อยละ 10 และต้องการแก้ไขปรับปรุงข้อตกลงร่วมด้านแรงงานฉบับใหม่ ส่งผลให้ Albert Heijn สูญเสียกำไรมากถึง 35 - 45 ล้านยูโร

อัตราเงินเฟ้อทำให้ราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้กำไรของบริษัทเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย หลายบริษัทรวมถึง Ahold Delhaize ถูกกังขาว่าฉวยโอกาสจากภาวะเงินเฟ้อในการขึ้นราคาสินค้าโดยไม่จำเป็น ซึ่งทำให้บริษัททำกำไรได้เพิ่มมากขึ้นจากการใช้จ่ายของผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตาม Albert Heijn ก็พยายามที่จะช่วยบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคโดยการคงราคาผลิตภัณฑ์บางอย่างโดยเฉพาะสินค้า House Brand ให้มีราคาอ่อนเยาว์ ทำให้ความแตกต่างของราคาระหว่างสินค้า House Brand และสินค้า Premium Brand เพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ส่งผลให้สินค้า House Brand ของ Albert Heijn มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ แต่บริษัทก็ยังคงใส่ใจและให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน โดยการใช้วัสดุที่ให้น้อยลง ใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้ ลดการใช้พลาสติก และใช้บรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้ จะเห็นได้จาก Albert Heijn และ

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Etos มีผลิตภัณฑ์หลากหลายที่เป็น House Brand ที่เป็นสินค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม อาทิ ผลิตภัณฑ์ทิชชูเปียก ซึ่งเป็นสินค้าที่ลูกค้า Albert Heijn และ Etos ใช้ประมาณ 1 พันล้านแผ่นต่อปี ทั้งทิชชูเปียกสำหรับเด็กทารก ทิชชูเปียกสำหรับผิวหน้า และทิชชูเปียกสำหรับทำความสะอาดในครัวเรือน ที่ทั้งหมดเป็นผลิตภัณฑ์ปราศจากพลาสติก 100% และเป็นผลิตภัณฑ์ Vegan มีค่า pH ของผิวหนังเป็นกลางและผ่านการทดสอบทางผิวหนังแล้วเพื่อความปลอดภัย รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุที่รีไซเคิลได้ มีขนาดบรรจุภัณฑ์ที่เล็กลง กะทัดรัดขึ้น ส่งผลให้ง่ายต่อการขนส่งและลดจำนวนรอบของการขนส่ง ซึ่งสามารถประหยัดค่าขนส่งได้อีกด้วย นอกจากนี้ ยังมีผลิตภัณฑ์ House Brand อีกรกว่า 31 ประเภทที่ปลอดพลาสติก ผลิตภัณฑ์ใหม่เหล่านี้ช่วยประหยัดพลาสติกได้มากกว่าหนึ่งล้านกิโลกรัม ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายด้านความยั่งยืนของ Albert Heijn และตอบโจทย์เทรนด์ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคเนเธอร์แลนด์ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนเป็นอย่างมาก



บทวิเคราะห์และความเห็น สศต.

Greed Inflation เป็นภาวะเงินเฟ้อจากการที่บริษัทต่างๆ คว้าโอกาสจากสถานการณ์เงินเฟ้อในการขึ้นราคาสินค้าเพื่อเพิ่มผลกำไรโดยไม่จำเป็น ซึ่งเป็นการแสวงหาผลประโยชน์จากสถานการณ์ดังกล่าว กรณีของบริษัท Ahold Delhaize ที่ถูกกึ่งข่าวว่าคว้าโอกาสจากสภาวะเงินเฟ้อในการขึ้นราคาสินค้าโดยไม่จำเป็น Muller, CEO ของบริษัทได้ยืนยันว่าการกำหนดราคาสินค้าของบริษัทเป็นไปตามราคาวัตถุดิบที่ผันผวนอยู่ตลอดเวลา และบริษัทยังประสบกับปัญหาและแรงกดดันทางเศรษฐกิจ ปัญหาการหยุดงานประท้วงของพนักงานชาวเบลเยียม รวมถึงปัญหาการเจรจาซื้อขาย Franchise ซูเปอร์มาร์เก็ต Dalhaize จำนวน 128 แห่ง ทำให้ยอดขายสินค้าลดลง และทำให้อัตรากำไรจากการดำเนินงานพื้นฐานลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 4

อย่างไรก็ดี แม้ว่า Albert Heijn จะต้องเผชิญกับสถานการณ์เศรษฐกิจที่ชะลอตัวและเข้าสู่ภาวะถดถอย และภาวะเงินเฟ้อที่ยังคงอยู่ในระดับที่สูง แต่ก็ยังคงใส่ใจและให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน ซึ่งเป็นประเด็นที่ผู้บริโภคเนเธอร์แลนด์และยุโรปให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก และผู้บริโภคยังคงเลือกที่จะซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีความยั่งยืนแม้ในสถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบันที่ต้องประสบกับปัญหาราคาสินค้าและค่าครองชีพที่สูงขึ้น

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพฯ

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ