

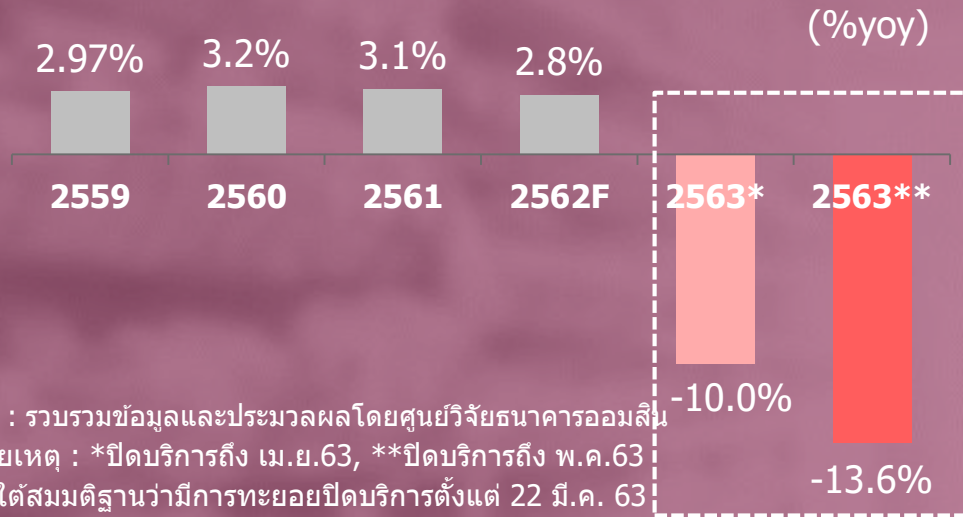
Industry Update

ธุรกิจค้าปลีกปี 2563...หดตัวรับผลกระทบ COVID-19



ธุรกิจค้าปลีกปี 2563

อัตราการเติบโตของยอดขายธุรกิจค้าปลีก



ที่มา : รวบรวมข้อมูลและประมวลผลโดยศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน
หมายเหตุ : *ปิดบริการถึง เม.ย.63, **ปิดบริการถึง พ.ค.63
ภายใต้สมมติฐานว่ามีการทยอยปิดบริการตั้งแต่ 22 มี.ค. 63

ประเมินผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจปี 2563

กรณี 1	กรณี 2
ปิดบริการ 22 มี.ค.-30 เม.ย. 63	ปิดบริการ 22 มี.ค.-31 พ.ค. 63
หดตัว -10.0%	หดตัว -13.6%
มูลค่า -574,000 ล้านบาท	มูลค่า -789,000 ล้านบาท



ปี 2563 คาดว่าหดตัว -10.0% ถึง -13.6%

ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19



อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่มีแนวโน้มดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภาครัฐผ่อนปรนมาตรการ Lockdown ธุรกิจค้าปลีก เช่น ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า และร้านขายสินค้าต่างๆ เป็นต้น ให้สามารถกลับมาเปิดดำเนินการได้ตามปกติ แต่ต้องมีมาตรการดูแลตามที่ทางรัฐกำหนด เช่น การใส่หน้ากาก ตรวจวัดอุณหภูมิ และมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม ซึ่งอาจส่งผลให้ธุรกิจสามารถกลับมามีรายได้เพื่อหมุนเวียนในกิจการได้ค่อนข้างมาก

ที่มา : สมาคมผู้ค้าปลีกไทย, คาดการณ์โดยศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน



ธุรกิจค้าปลีกที่ได้รับผลกระทบเชิงลบ

ประเมินผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจ



ภายใต้สมมติฐานว่าธุรกิจค้าปลีกปิดดำเนินการถึง 30 เม.ย. 63 หรือปิดดำเนินการถึง 31 พ.ค. 63 และสถานการณ์การแพร่ระบาดสามารถควบคุมและสิ้นสุดลงภายในเดือน มิ.ย. 63



ร้านค้าปลีกสมัยใหม่

(ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า คอมมูนิตีมอลล์)

สูญเสียรายได้ -61,000 ถึง -84,000 ล้านบาท

- รายได้จากค่าเช่าพื้นที่ลดลง
- รายได้ในส่วนของพื้นที่ที่ยังเปิดให้บริการคาดว่าจะลดลงเนื่องจากมีผู้ใช้บริการที่ลดลงอย่างมาก
- ยังคงต้องจ่ายค่าใช้จ่ายของพนักงานบางส่วน



ร้านอาหาร

สูญเสียรายได้ -42,000 ถึง -58,000 ล้านบาท



โดยเฉพาะร้านอาหารแบบนั่งทานในร้านเป็นหลัก เช่น ร้านอาหารประเภทปิ้ง/ย่าง สุกี้ ชาบู



ร้านอาหารประเภท Fine dining ที่ขายองค์ประกอบหลายอย่าง ทั้งการตกแต่งหน้าตาอาหาร และบรรยากาศของร้าน



ร้านค้าปลีกขายสินค้าเฉพาะอย่าง

(ร้านขายเครื่องสำอางและความงาม สินค้างานฝีมือ ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก รวมถึงร้านขายสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น กลุ่มเสื้อผ้าแฟชั่น และของตกแต่งบ้าน)

สูญเสียรายได้ -127,000 ถึง -174,000 ล้านบาท



ปัจจัยหลักมาจากการชะลอตัวของนักท่องเที่ยว เนื่องจากรายได้หลักของธุรกิจมาจากกลุ่มนักท่องเที่ยว



คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2563

นักท่องเที่ยวต่างชาติ



คงเหลือ 27 ถึง 10 ล้านคน

หดตัว -32.2% ถึง -74.9%

นักท่องเที่ยวไทย



167 ล้านคน-ครั้ง

-5.6%

ที่มา : ททท. และ สทท. ณ มี.ค. 63



ธุรกิจค้าปลีกที่ได้รับผลกระทบเชิงบวก

ธุรกิจค้าปลีกบางประเภทได้รับผลกระทบไม่มาก



ยังสามารถสร้างรายได้ในท่ามกลางวิกฤต

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ

ปี 2563 ยังคงมีแผนการขยายสาขาต่อเนื่อง แต่ก็มีควมระมัดระวังในการลงทุนมากขึ้น

-  ขยายสาขา Big C Hypermarkets จำนวน 3 แห่ง ในไทย และ 1 แห่ง ในต่างประเทศ
-  ขยายสาขา Mini Big C จำนวน 300 สาขา
-  มีแผนเปิดสาขาใหม่ในประเทศ 5-8 สาขา
-  มีแผนเปิดสาขาใหม่ในประเทศเมียนมา 1 สาขา
-  ขยายสาขาเพิ่มขึ้นประมาณ 700 สาขา



ธุรกิจค้าปลีกสินค้าและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

ความวิตกกังวลและตื่นตัวป้องกันการแพร่ระบาด จนเกิดความต้องการสินค้าสำหรับการดูแลป้องกันตัวเอง

สะท้อนจาก > พฤติกรรมการกดสั่งซื้อสินค้าของประชาชน เดือน ก.พ. 63 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน



หน้ากากอนามัย
↑ 2,600%



เจลล้างมือ
↑ 8,000%



แอลกอฮอล์เจล
↑ 5,000%

ที่มา : บริษัท ไพร์ซ์ซ่า จำกัด



การค้าปลีกบนเว็บไซต์ E-Commerce

ประชาชนนอกจากร้านค้าปลีกหันไปเลือกสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น

ผลสำรวจ > ยอดการใช้งานผ่าน



เดือน ก.พ.63 เพิ่มขึ้นจากเดือนม.ค. 63 มากกว่า 80%

ที่มา : กสทช.



ธุรกิจอาหารในลักษณะ Food Delivery

Social Distancing ส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการ Food Delivery มากขึ้น

ผลสำรวจ > มีผู้ใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์เพิ่มขึ้นถึง 85% เนื่องจากมีความกังวลต่อการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ไม่ต้องการเดินทาง ไม่ต้องการต่อคิว รวมถึงยังได้รับส่วนลดใน Application

ที่มา : ETDA





เน้นขายผ่านช่องทางออนไลน์



หันมาตลาดทางช่องทางออนไลน์มากขึ้น ผ่านเว็บไซต์ ผ่าน E-Market Place และ
เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่าง Facebook หรือ
Line เพื่อให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้สะดวกและ
บริการการส่งสินค้าให้ลูกค้า



ปรับผลิตภัณฑ์ที่ขายให้เข้ากับสถานการณ์



ผู้ประกอบการค้าปลีกที่เป็นทั้งผู้ผลิตและจำหน่าย เช่น
เสื้อผ้าแฟชั่น สามารถหันมาผลิตและจำหน่ายหน้ากากผ้า
หรือหมวกพร้อมพลาสติกสำหรับคลุมหน้า



ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางสามารถปรับ
ธุรกิจมาผลิตและจำหน่ายเจลล้างมือได้



ลดต้นทุนและบริหารกระแสเงินสด



ลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายการดำเนินงานต่างๆ อาทิ
ค่าสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและ
ประชาสัมพันธ์



บริหารกระแสเงินสดในการดำเนินงานให้ดีและ
มีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาสภาพคล่องของกิจการ



สร้างสรรค์งานวิจัย เพื่อเศรษฐกิจไทยยั่งยืน