



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ในแคนาดา

รวบรวมและจัดทำโดย
ศร. ไตรอนโต และ ศร. แวนคูเวอร์
ประจำวันที่ 29 ก.พ. – 04 มี.ค. 2559

1) Rexall ห้างขายยาเวชภัณฑ์ใหญ่อันดับสองของแคนาดาถูกซื้อกิจการที่มูลค่า 3 พันล้านเหรียญ

แหล่งข้อมูล: CBC News วันที่ 2 มีค 2559

Rexall ซึ่งเป็นห้างขายยาเวชภัณฑ์เครือข่ายที่ใหญ่อันดับสองในแคนาดา ที่มีจำนวนสาขาทั่วประเทศกว่า 470 สาขา ได้ประกาศในวันพุธที่ผ่านมาว่า บริษัทฯ ได้ขายให้กับบริษัท McKesson จากสหรัฐฯ ที่มูลค่า 3 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยเจ้าของรายใหม่ได้ประกาศว่าจะยังคงใช้ชื่อเดิมภายใต้ชื่อ Rexall หรือ Pharmaplus ทั้งนี้ดีลดังกล่าวจะเสร็จสิ้นภายในครึ่งปีแรกของปี 2016 ซึ่งจะต้องได้รับรองการพิจารณาอนุมัติหลายขั้นตอนในด้านกฎหมายในแคนาดา และ จากผู้ถือหุ้นและจาก รวมถึงหน่วยงาน Competition Bureau และ Industry Canada ซึ่งทำหน้าที่กำกับกฎหมายเกี่ยวกับ การแข่งขัน การลงทุนจากต่างประเทศและการซื้อควบกิจการ อย่างไรก็ตาม ข่าวการซื้อกิจการครั้งนี้ส่งผลให้หุ้นของบริษัท McKesson ชยับเพิ่มขึ้น 2% ในวันที่ประกาศ ทั้งนี้บริษัท McKesson นั้นไม่ได้ใหม่ในแคนาดา แต่ได้มีกิจการหลายอย่างที่เกี่ยวกับยาเวชภัณฑ์ เครื่องมือแพทย์ ระบบ IT ที่เกี่ยวกับธุรกิจ Healthcare ที่มีลงทุนในแคนาดายาวนานกว่า 20 ปี นักวิเคราะห์ได้มองว่าดีลดังกล่าวสะท้อนถึงการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในตลาดยาเวชภัณฑ์ในแคนาดา ที่ห้างอันดับหนึ่งของแคนาดาได้แก่ Shopper Drug Mart ได้ถูกห้างค้าปลีกยักษ์ใหญ่อย่าง Loblaw ซื้อกิจการไปในปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดแรงกดดันกับห้างเครือข่ายที่มีขนาดเล็กกว่าต้องปรับตัว อย่างไรก็ตามห้าง Rexall กำลังศึกษาและมีแผนที่จะขยายไลน์สินค้าไปมากกว่ายาเวชภัณฑ์ โดยจะขยายไลน์ไปยังสินค้าอาหารและ Health Service โดยเจ้าของกิจการใหม่อย่าง McKesson มีศักยภาพและเงินทุนมหาศาลที่จะเพิ่มความแข็งแกร่งทางธุรกิจให้กับ Rexall ได้ในอนาคต อีกทั้งดีลดังกล่าวดีสำหรับทั้งผู้ซื้อเนื่องจากค่าเงินแคนาดาตกลงกว่า 40% ในปีที่ผ่านมา ซึ่งถ้าค่าเงินแคนาดาในอนาคตปรับเพิ่มสูงขึ้นก็จะทำให้บริษัท McKesson ได้กำไรทางบัญชีอย่างมหาศาล

บริษัท Katz ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของห้าง Rexall ก่อนที่จะขายให้กับ McKesson ได้กล่าวว่ารายได้จากการขายกิจการจะนำไปลงทุนในธุรกิจอื่นๆ ในเครือ อาทิ อสังหาริมทรัพย์ กีฬาและเอ็นเทอร์เทนเมนต์ ของบริษัทในเครือ

ผลกระทบต่อการลงทุนไทย/ข้อเสนอแนะ

ในช่วงที่เศรษฐกิจซบเซาลง และค่าเงินแคนาดาตกต่ำกว่า 40% นักลงทุนและนักธุรกิจได้มีมุมมองต่อสถานการณ์ที่แตกต่างกัน โดยนักลงทุนรายใหญ่ (ที่ประสบความสำเร็จ) ได้มองว่านี่คือโอกาสในการขยายการลงทุนช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ เนื่องจากมีคนอยากขายมากกว่าคนอยากซื้อ ที่ต้นทุนของการลงทุนนั้นต่ำซื้อสินค้าในราคา Discount โดยที่บริษัท McKesson ได้ใช้โอกาสค่าเงินของสหรัฐฯ ที่แข็งค่าในปัจจุบันเข้าซื้อกิจการในต่างประเทศ ซึ่งนักลงทุนไทยควรศึกษาและใช้โอกาส



MCKESSON

Empowering Healthcare

เปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาส ในการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ ซึ่งการลงทุนในต่างประเทศนั้น ไม่ควรมองแค่ไปเปิดกิจการใหม่ แต่อาจมองไปถึงการซื้อกิจการจากคู่แข่ง หรือซื้อกิจการที่มีช่องทางจัดจำหน่ายต่อยอดธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไทย ดังตัวอย่างในข่าวข้างต้น ที่ธุรกิจของบริษัท McKesson ได้ต่อยอดที่มีธุรกิจครบวงจรโดยได้เพิ่มจากบทบาทการเป็น Manufacturer, Wholesale และ Distributor ที่เพิ่มช่องทาง Retail ที่ครอบคลุมต้นน้ำถึงปลายน้ำ

2) Becel ผู้ผลิตเนยเทียมได้ประกาศเลิกใช้สารปรุงแต่งสังเคราะห์โดยหันมาใช้สารธรรมชาติ 100%

แหล่งข้อมูล: นิตยสาร Canadian Grocer วันที่ 4 มีค 2559

Becel ผู้ผลิตเนยเทียมชั้นนำในแคนาดาได้ประกาศเลิกใช้ สารแต่งกลิ่นสีสังเคราะห์ (Artificial Flavour, Colour) และสารกันบูด (Preservative) ซึ่งเป็นกระแสอีกตัวอย่างหนึ่ง ที่ผู้ผลิตสินค้าอาหารในแคนาดาได้เริ่มหันไปใช้สารธรรมชาติมากขึ้น (Natural Ingredient) ทุกวันนี้ผู้บริโภคชาวแคนาดาต้องการความโปร่งใส (Transparency) ในรายชื่อวัตถุดิบ สารส่วนประกอบในสินค้า ผู้บริโภคจะหลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าที่ไม่รู้จัก หรือไม่เข้าใจรายชื่อส่วนประกอบที่เป็นสารเคมีหรือสารสังเคราะห์ในสินค้า ในแคนาดาผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและอ่านฉลากสินค้าอย่างละเอียดก่อนเลือกซื้อสินค้า

บริษัท Unilever ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของเนยเทียม Becel ได้มีนโยบายยกเลิกการใช้ สารเคมี สารเทียม (Artificial Ingredient) ที่จะเริ่มทยอยปรับสูตร ส่วนผสมของสินค้าทุกชนิดในอนาคต โดยคู่แข่งอย่าง General Mills ได้ประกาศไปก่อนหน้านี้แล้วว่า ภายในปี 2017 สินค้าซีเรียลทุกชนิดของบริษัทฯ จะปลอดสารแต่งกลิ่น สีเทียม และปีที่ผ่านมา บริษัท Nestle ได้ประกาศว่าจะเลิกใช้สีเทียมในสินค้า 250 ชนิดทั่วโลก บริษัท Kellogg จะเลิกใช้สารแต่งกลิ่น และสีสังเคราะห์ในสินค้าภายในปี 2018



ตลาดที่ผลักดันให้ Becel มีการเปลี่ยนในครั้งนี้เริ่มมาจากความต้องการของผู้บริโภคในยุโรป ซึ่งทุกวันนี้ตลาดทั่วโลกได้เริ่มหันไปทิศทางเดียวกัน ที่กดดันให้ผู้ผลิตต้องปรับตัวตามกระแสความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งผลิตภัณฑ์ Becel ในแคนาดาได้มีการปรับเปลี่ยนสูตรสินค้า Becel Original, Buttery Taste, Olive Oil และ Vegan โดยกลิ่นและสีสังเคราะห์จะถูกเปลี่ยนไปใช้สาร Beta Carotene และกลิ่นสังเคราะห์จะเปลี่ยนมาใช้ผง Buttermilk ที่ผลิตจากสารธรรมชาติแทน นอกเหนือจากการปรับสูตรของเนยเทียม Becel ได้ออกแคมเปญโฆษณาภายใต้ชื่อ Blend Bar ในการสร้างภาพพจน์ปรับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเนยเทียมในด้านลบที่เน้นถึงการเปลี่ยนแปลงสูตรและใช้วัตถุดิบสารธรรมชาติทั้งหมด ที่มีส่วนประกอบหลักมาจาก เมล็ดทานตะวัน (Sunflower Seed) เมล็ดคาโนลา (Canola Seed) และชี้ให้เห็นว่าสินค้าสูตรใหม่นี้มีระดับไขมันที่ต่ำ (Low Saturated and Trans Fat) ซึ่งในแคนาดาได้มีการการตลาดร่วมกับ เชฟบริติช อาทิ Chef Graham Elliot และ Lifestyle Expert ในรายโทรทัศน์ อาทิ Rose Reisman เข้าร่วมส่งเสริมแคมเปญดังกล่าว

ผลกระทบต่อ การส่งออกไทย/ข้อเสนอแนะ

ผู้บริโภคทุกวันนี้มีความซับซ้อนมากขึ้นในการเลือกซื้อสินค้า ที่ห่วงใยสุขภาพมากขึ้นโดยจะพิจารณาการเลือกซื้อสินค้า ที่ปลอดภัย สารกันบูด รวมถึงสารสังเคราะห์ทางเคมีที่ใช้แต่งกลิ่นและสี โดยจะหันมาเลือกสินค้าที่ใช้สารหรือส่วนประกอบจากธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งในอดีต สินค้าประเภทที่ผลิตจากสารหรือวัตถุอันตราย ธรรมชาติ จะถูกแยกออกไปรวมกับพวกสินค้าอแกนิคส์ แต่ทุกวันนี้สินค้าในหิ้งส่วนใหญ่ได้ทยอยปรับกลายเป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุอันตรายมากขึ้น โดยผู้ผลิตได้เริ่มทยอยปรับเปลี่ยนสูตร ส่วนผสม ที่เป็นสารวัตถุอันตรายมากขึ้น และยอดจำหน่ายของสินค้าเหล่านี้ได้เพิ่มสูงขึ้นอีกด้วย เนื่องจากทัศนคติของผู้บริโภคมองว่าสินค้าที่ผลิตจากสารธรรมชาติย่อมดีกว่าสารสังเคราะห์ หรือสารเคมี ทั้งนี้มีข้อถกเถียงกันมากถึงการใช้สารเคมีในอาหารในแง่ของความปลอดภัย ซึ่งในแคนาดา CFIA (ที่ทำหน้าที่เหมือน FDA ในสหรัฐฯ) ได้อนุญาตให้มีการใช้สารเคมีหลายชนิดในสินค้าอาหาร โดยมีการทดสอบยืนยันแล้วว่าไม่ผลอันตรายต่อสุขภาพ แต่ในมุมมองทัศนคติของผู้บริโภคยังคงพยายามหลีกเลี่ยงเลือกซื้อสินค้าที่มีส่วนผสมของสารสังเคราะห์และสารเคมีอยู่ดี (ถึงแม้ว่าจะมีการยืนยันว่าไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ) ซึ่งจุดนี้ผู้ประกอบการไทยควรพิจารณาถึงกระแสดังกล่าว ที่ไม่ใช่แค่ผลิตสินค้าที่ผ่านมาตรฐาน FDA หรือ CFIA เท่านั้น เพราะมาตรฐานสินค้าใหม่ในมุมมองของผู้บริโภคได้ปรับสูงขึ้นที่เน้นสินค้าที่มีผลิตจากวัตถุอันตรายมากขึ้น

สคร. โตรอนโต และ สคร. แวนคูเวอร์