



Monthly Trade and Economics Situation Report from Tel Aviv, Israel.

รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทลอาวีฟ รัฐอิสราเอล

ฉบับที่ 5 : เดือนธันวาคม 2559 (12 - 16 พฤศจิกายน 2559)

อุตสาหกรรมผลิตอาหารอิสราเอลกับกลยุทธ์ทางการตลาดแบบใหม่

บริษัทผลิตสินค้าอาหารขนาดใหญ่ของอิสราเอลใช้กลยุทธ์การตลาดสินค้าแบรนด์เนมและขนาดของบรรจุภัณฑ์เพื่อขายสินค้าอาหารซึ่งมีต้นทุนการผลิตต่ำในราคาที่สูงลิ่ว เป็นที่ทราบกันดีแล้วว่าอุตสาหกรรมผลิตอาหารสามารถทำกำไรได้อย่างมหาศาลและผู้บริโภคเป็นฝ่ายที่รับภาระต้นทุนดังกล่าว จากการสำรวจและทำการวิเคราะห์ของนิตยสาร Globes เผยให้เห็นว่าราคาต่อกิโลกรัมที่แท้จริงของสินค้าอาหารเปรียบเทียบกับ



ราคาที่ผู้บริโภคต้องจ่ายเงินซื้อ แสดงให้เห็นกำไรจำนวนมาก ยกตัวอย่างเช่น จากการตรวจสอบราคาสินค้าอาหารจากเว็บไซต์พบว่าผู้บริโภคจะต้องจ่ายเงินประมาณ ๑๒๐ เซกเกิล (ประมาณ ๑,๒๐๐ บาท) หรือมากกว่าสำหรับการซื้อขนมเวเฟอร์ จำนวน ๑ กิโลกรัม จำนวนเงิน ๒๖๐ เซกเกิล (ประมาณ ๒,๖๐๐ บาท) สำหรับการซื้อหมาฝรั่ง จำนวน ๑

กิโลกรัม จำนวนเงิน ๑๓๐ เซกเกิล (ประมาณ ๑,๓๐๐ บาท) สำหรับการซื้อคุกกี้ จำนวน ๑ กิโลกรัม จำนวนเงิน ๑๕๐ เซกเกิล (ประมาณ ๑,๕๐๐ บาท) สำหรับการซื้อช็อกโกแลต จำนวน ๑ กิโลกรัม และไม่น้อยกว่า ๕๕๐ เซกเกิล (ประมาณ ๕,๕๐๐ บาท) สำหรับการซื้อชาเขียว จำนวน ๑ กิโลกรัม

ในประเทศอิสราเอลมีข้อกฎระเบียบที่ต้องระบุราคาสินค้าต่อปริมาณ ๑๐๐ กรัม แต่ผู้ผลิตสินค้าจะใช้ตัวอักษรเล็กๆ พิมพ์ในป้ายฉลากบรรจุสินค้าและชั้นวางสินค้าเท่านั้น ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าในปริมาณที่มากกว่าที่ควรจะเป็นถ้ามีการพิจารณาราคาสินค้าต่อน้ำหนักไม่ใช่ราคาสินค้าต่อบรรจุภัณฑ์ ในปัจจุบันบริษัทผู้ผลิตสินค้าอาหารในประเทศอิสราเอลกำลังเผชิญหน้ากับข้อวิจารณ์ในเรื่องราคาสินค้ากับค่าครองชีพที่อยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตาม บริษัทผู้ผลิตสินค้าอาหารใช้กลยุทธ์ในการบริหารจัดการการขายสินค้าโดยใช้ประโยชน์จากอำนาจของสินค้าแบรนด์เนม ขนาดของบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ขายสินค้าได้ในระดับราคาสูง

จากข้อมูลของอดีตผู้บริหารระดับสูงของบริษัทผลิตสินค้าอาหารแห่งหนึ่งระบุว่ากำไรจากสินค้าอาหารเกือบทุกรายการที่ขายให้ผู้บริโภค จะมากกว่า ๑๐๐ เซกเกิล (ประมาณ ๑,๐๐๐ บาท) ต่อน้ำหนักสินค้า ๑ กิโลกรัม ซึ่งถือว่าเป็นระดับกำไรที่ค่อนข้างสูงมาก ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าต้องจ่ายเงินให้กับส่วนประกอบ ๓ รายการ

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทลอาวีฟ รัฐอิสราเอล จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่ากรณีและโดยทางใด



Monthly Trade and Economics Situation Report from Tel Aviv, Israel.

รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทลอาวีฟ รัฐอิสราเอล

ฉบับที่ 5 : เดือนธันวาคม 2559 (12 - 16 พฤศจิกายน 2559)

ได้แก่ วัตถุดิบสินค้า ขบวนการผลิตสินค้า และการตลาด ซึ่งในสินค้าอาหารการตลาดเป็นต้นทุนที่มีนัยสำคัญ การทำรูปแบบการตลาดและการโฆษณาสินค้าเพื่อสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีในการบริโภคสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภคสนใจซื้อสินค้ามากกว่าการคำนึงถึงวัตถุดิบสินค้า

กรณีศึกษาบริษัท Wissotzky ซึ่งถือว่าเป็นบริษัทที่ค่อนข้างจะผูกขาดการขายสินค้าชาในตลาดประเทศอิสราเอล โดยเจ้าของบริษัทคือนาย Shalom Seidler ซึ่งได้รับเอกให้เป็นประธานสมาพันธ์ผู้ผลิตสินค้าอาหารของประเทศอิสราเอล ในส่วนของข้อเท็จจริงที่ว่าข้อมูลด้านประสิทธิภาพการดำเนินการบัญชีและรายได้ของบริษัทยังไม่เป็นที่ทราบแน่ชัดสำหรับผู้บริโภคทำให้ลดแรงเสียดทานด้านการวิพากษ์วิจารณ์ต่อบริษัทของผู้บริโภคได้และผู้บริโภคมีความซื่อสัตย์ต่อแบรนด์สูง บริษัท Wissotzky ผลิตสินค้าชาเพียง 2 รายการ คือสินค้าชาในบรรจุภัณฑ์สีฟ้า และสินค้าชาในบรรจุภัณฑ์สีเขียวซึ่งทำตลาดได้ดีกว่าอย่างแรก ราคาสินค้าที่ผู้บริโภคต้องจ่ายเท่ากับ 130 เซกเกล ต่อ 1 กิโลกรัม ซึ่งถือว่าค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม ยังถือว่าไม่สูงมากเมื่อเทียบกับสินค้ารายการอื่นของบริษัท ในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา บริษัทได้พัฒนาสินค้าในหมวดชาเขียว และชาสมุนไพร หรือแม้กระทั่งสินค้าชาสำหรับเด็ก ซึ่งในแต่ละหมวดสินค้านี้จะกำหนดราคาสินค้าค่อนข้างสูงมากถึงแม้ว่าต้นทุนการผลิตจะไม่แตกต่างกันกับสินค้าชาในบรรจุภัณฑ์สีฟ้า ในหมวดสินค้าชาสมุนไพร เช่น กลิ่นมินท์ กลิ่นพีช จะมีราคาประมาณ 230-350 เซกเกล ต่อ 1 กิโลกรัม ในหมวดสินค้าชาสำหรับเด็ก จะมีราคาประมาณ 270 เซกเกล ต่อ 1 กิโลกรัม และสำหรับชาเขียว จะมีราคาสูงกว่า 660 เซกเกล ต่อ 1 กิโลกรัม จากข้อมูลผู้ค้ารายย่อย/ผู้ค้าปลีก ระบุว่าสินค้าของบริษัท Wissotzky ที่กำหนดราคาสินค้าในระดับสูงอันเนื่องมาจากบริษัทขายสินค้าให้แก่ร้านค้าต่างๆ ในราคาที่สูงเหมือนกัน และร้านค้าปลีกต่างๆ ไม่พอใจกับการกำหนดค่าใดในระดับสูงของบริษัท Wissotzky เช่นกัน เนื่องจากผู้บริโภคมักคิดว่าร้านค้าปลีกต่างๆ เป็นผู้ได้กำไรในระดับสูงจากการขายสินค้าซึ่งแท้จริงแล้ว บริษัท Wissotzky เป็นผู้ได้กำไรอย่างมหาศาลจากการขายสินค้าชาดังกล่าว

ไม่น่าเป็นที่แปลกใจว่าสินค้าที่สามารถทำกำไรในระดับสูงให้แก่บริษัทผู้ผลิตจะชักจูงบริษัทรายอื่นๆเข้ามาร่วมแบ่งปันส่วนแบ่งทางการตลาดด้วย อย่างไรก็ตาม ในประเทศอิสราเอล สินค้าชาที่มีศักยภาพในการแข่งขันกับบริษัท Wissotzky คือสินค้าแบรนด์ลิปตันแต่การกำหนดราคาขายสินค้าชาของลิปตันอยู่ในระดับสูงพอๆกับสินค้าชาของบริษัท Wissotzky และมีสินค้าชาแบรนด์เล็กๆ อื่นๆ ในตลาดด้วย ประเด็นที่น่า

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทลอาวีฟ รัฐอิสราเอล จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดก็ตามที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่ากรณีและโดยทางใด



Monthly Trade and Economics Situation Report from Tel Aviv, Israel.

รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทลอาวีฟ รัฐอิสราเอล

ฉบับที่ 5 : เดือนธันวาคม 2559 (12 - 16 พฤศจิกายน 2559)

สนใจคือคำถามที่ว่าทำไมผู้บริโภคชาวอิสราเอลจึงไม่เลือกที่จะซื้อสินค้าที่มีราคาถูกที่สุดในชั้นสินค้า คำตอบคือความนิยมและชื่อเสียงต่อแบรนด์และการทำการตลาดที่ดีเยี่ยมของบริษัท Wissotzky จนทำให้ผู้บริโภคชาวอิสราเอลยินดีที่จะเสียเงินจำนวน 550 – 650 เซกเกล ในการซื้อสินค้าชาเขียว 1 กิโลกรัม

กรณีศึกษาของสินค้าอีกชนิดหนึ่งคือหมากฝรั่ง Wrigley's Orbit and 5 gum, ของบริษัท Strass Group Ltd. ซึ่งมีราคาไม่ต่ำกว่า 160 เซกเกล ต่อ 1 กิโลกรัม และราคาปกติอยู่ในช่วงระหว่าง 150 – 200 เซกเกล ต่อ 1 กิโลกรัม สินค้าในหมวดหมากฝรั่งสามารถทำกำไรให้บริษัทผู้ผลิตได้เป็นอย่างดี และยังทำกำไรให้แก่บริษัทผู้ค้าปลีกในระดับที่สูงอีกด้วย และในส่วนของหมวดสินค้าลูกอม ลูกกวาด ก็ถือว่าสามารถทำกำไรได้ในระดับสูงเช่นกัน ราคาสินค้าของลูกอม ลูกกวาดแบรนด์ Tic-Tac อยู่ที่ประมาณ 200 เซกเกล ต่อ 1 กิโลกรัม ในส่วนสินค้าช็อกโกแลตไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่เป็นแบรนด์ต่างชาติและแบรนด์บริษัท Strass Group Ltd. จะมีราคาขายในท้องตลาดอยู่ในระดับสูง ราคาของสินค้า Ferrero Rocher สูงถึง 185 เซกเกล ต่อ 1 กิโลกรัม เป็นต้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับสินค้าอาหารดังกล่าว ที่สามารถมีกำไรในระดับสูงมหาศาล ต้องมองในมุมที่ไม่คำนึงถึงขั้นตอนขบวนการผลิตและความยุ่งยากในการผลิต และมองในด้านวัตถุดิบในการผลิต สินค้าเพียงอย่างเดียว จะพบว่าสามารถจำกัดจำนวนวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอาหารในโลก ได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ คาร์โบไฮเดรต (แป้งและน้ำตาล) โปรตีนจากพืช และโปรตีนจากสัตว์ และในอุตสาหกรรมวัตถุดิบ คาร์โบไฮเดรตจะมีราคาต้นทุนต่ำที่สุด โปรตีนจากพืชจะมีราคาอยู่ในระดับที่สูงขึ้นมาจากราคาคาร์โบไฮเดรต และโปรตีนจากสัตว์จะมีราคาแพงที่สุด เมื่อไหร่ก็ตามถ้าพบว่าวัตถุดิบสินค้าที่ซื้อมีส่วนประกอบจากราคาคาร์โบไฮเดรต และโปรตีนจากพืชเป็นส่วนประกอบสำคัญ แต่ต้องซื้อสินค้าด้วยราคาที่แพงกว่า 100 เซกเกล ต่อ 1 กิโลกรัม นั้นหมายถึงบริษัทผู้ผลิตสินค้าอาหารดังกล่าวได้กำไรอย่างมากมายนอกจากการกำหนดราคาตลาดดังกล่าว และบริษัทผู้ผลิตอาหารรายใหญ่ของโลก เช่น บริษัท Unilever ได้ตอบคำถามจากข้อวิจารณ์ถึงกำไรมหาศาลจากการกำหนดราคาสินค้าอาหารในระดับสูงเพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคว่าเพียงแค่ว่าไม่พบการร้องเรียนจากผู้บริโภค

แหล่งข้อมูลจาก : หนังสือพิมพ์ Globes newspaer ๑๒/๑๒/๒๕๕๙

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทลอาวีฟ

12 ธันวาคม 2559

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทลอาวีฟ รัฐอิสราเอล จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดก็ตามที่เกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่ากรณีและโดยทางใด



Monthly Trade and Economics Situation Report from Tel Aviv, Israel.

รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทลอาวีฟ รัฐอิสราเอล

ฉบับที่ 5 : เดือนธันวาคม 2559 (12 - 16 พฤศจิกายน 2559)

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทลอาวีฟ รัฐอิสราเอล จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่ากรณีใดๆก็ตาม