

ข่าวเด่นรายสัปดาห์
โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 1-7 ธันวาคม 2561

ตลาดซอสขยายตัวเพราะคนรุ่นใหม่ชอบทดลอง

ทุกวันนี้หากใครไปซื้อของตามซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ ในแวนคูเวอร์ จะเห็นได้ว่ามีสินค้าในกลุ่มซอสสำเร็จรูปสำหรับนำไปใช้ปรุงอาหาร (ready-made cooking sauce) ให้เลือกซื้อเพิ่มขึ้นอย่างมากมาย โดยมีหลากหลายสไตล์ไม่ว่าจะเป็น ไทย อินเดีย เม็กซิกัน อิตาลีเลียน แคริเบียน หรือแนวอาหาร

ข้อมูลล่าสุดจากบริษัทวิจัยตลาด Nielsen บอกว่ายอดขายสินค้าประเภทซอสปรุงอาหารในตลาดแคนาดามีการขยายตัวถึงร้อยละ 5 ในปีที่ผ่านมา รวมแล้วคิดเป็นมูลค่าตลาดประมาณ 76 ล้านดอลลาร์แคนาดา ซึ่งนี้ยังไม่นับรวมตลาดซอสพาสต้าที่มีมูลค่าประมาณ 292 ล้านดอลลาร์แคนาดาอยู่แล้ว โดย Carson Bonina ผู้จัดการ Strong's Market ซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีสาขาหลายแห่งได้บอกว่า นี่ไม่ใช่เรื่องน่าแปลกใจอะไร ในเมื่อความต้องการของสินค้าประเภทอาหารพร้อมปรุง (ready-made food) เพิ่มขึ้นตลอดในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดย Bonina ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า ลูกค้านี้มีความต้องการอาหารที่แปลกใหม่และดีต่อสุขภาพ ที่สำคัญคือต้องสามารถปรุงได้เองอย่างสะดวกและไม่เสียเวลามากนัก ซึ่งก็ตรงกับผลการวิจัยของ Nielsen ที่ว่าสินค้าประเภทนี้ที่ได้รับความนิยมในตลาดมีที่มาจากสูตรอาหารหลากหลายประเทศในทุกภูมิภาคทั่วโลก



- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่น ๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ
อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Centre, Vancouver
1009-1166 Alberni St.
Vancouver BC V7A5K4 Canada

Phone : +1 604 687 6400
Fax : +1 604 682 7775
Email : tvcvan@telus.net

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 1-7 ธันวาคม 2561

Tebbie Chuchla ผู้จัดการฝ่ายการตลาดของ Conagra Brands ผู้ผลิตสินค้าอาหารรายใหญ่ให้ข้อมูลว่า ผู้บริโภคชาวแคนาดาชอบมองหารสชาติที่แปลกใหม่มากขึ้นทุกวัน โดยมากกว่าร้อยละ 70 ของกลุ่มตัวอย่างมองว่าการได้ลองอาหารรสชาติต่างๆ จากทั่วโลกเป็นวิธีการหนึ่งในการเรียนรู้วัฒนธรรม และรสชาติใหม่ๆ โดยเฉพาะเครื่องเทศต่างๆ ช่วยคลายความน่าเบื่อและเปลี่ยนให้อาหารประจำวันดูไม่ซ้ำซากจำเจ “คนแคนาดารุ่นใหม่ชอบความหลากหลายมากกว่าคนรุ่นก่อนมาก และกำลังเปลี่ยนบทบาทกลายเป็นคนทำงานและหัวหน้าครอบครัวที่มีเงินและมีอำนาจตัดสินใจในการซื้อของ ซึ่งนั่นทำให้ตลาดเปลี่ยนไปจากเดิม”

มีตัวอย่างผู้ผลิตสินค้าอาหารหลายบริษัทที่ประสบความสำเร็จในสินค้าดังกล่าว เช่น Saha International Cuisine ที่เดิมวางตัวสินค้าหลักเป็นแนวอาหารบเท้านั้น แต่เมื่อเริ่มประสบความสำเร็จและพบว่าลูกค้ามีความต้องการรสชาติที่หลากหลายจึงได้นำเสนอสินค้าอีกหลายรายการทั้งแนวแคริเบียนและไทย ซึ่งปรากฏว่าได้รับการตอบรับอย่างดียิ่งขึ้นไปอีก แต่จุดแข็งที่สำคัญของสินค้าของ Saha อีกประการหนึ่งนอกเหนือจากรสชาติที่หลากหลายแล้วคือการทำให้อาหารมีความสำคัญกับสุขภาพ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ จึงใช้วัตถุดิบที่ปราศจากกลูเตน ไขมัน สารปรุงแต่ง และวัตถุกันเสีย ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้กลายเป็นเรื่องสำคัญและสามารถใช้เป็นจุดขายของสินค้าอาหารได้อย่างดีในตลาดแคนาดาซึ่งเป็นที่รู้กันดีว่าผู้บริโภคใส่ใจเรื่องสุขภาพมากและมีรูปแบบการบริโภคหรือหลีกเลี่ยงการบริโภคที่หลากหลายไม่แพ้ในเรื่องรสชาติของอาหารเลยทีเดียว อีกบริษัทหนึ่งที่ประสบความสำเร็จตามแนวทางดังกล่าวคือ Mississauga ที่นำเสนอผลิตภัณฑ์โดยเน้นวัตถุดิบที่สะอาดและปลอดภัย และมีน้ำตาลต่ำ ในขณะที่บริษัท Nona Vegan นำเสนอสินค้าแบบ dairy-free สำหรับลูกค้าที่หลีกเลี่ยงแล็กโตส สำหรับวิธีการกระตุ้นยอดขายสินค้าที่ดีที่สุดสำหรับสินค้าประเภทนี้ก็คือ การจัดวางสินค้าให้อยู่ใกล้กับสินค้าอื่นที่ควรจะต้องใช้ควบคู่กันในการปรุงอาหาร หรือถ้าจะให้ดีกว่านั้นคือการให้ลูกค้ามีโอกาสได้ทดลองชิมอาหารที่ปรุงสำเร็จจากผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจว่าสามารถทำได้ไม่ยากและให้รสชาติตามที่ต้องการได้จริงๆ



ข่าวเด่นรายสัปดาห์
โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 1-7 ธันวาคม 2561

ข้อคิดเห็นของสำนักงานฯ

สินค้าในกลุ่มซอสและเครื่องปรุงรสเป็นสินค้าไทยที่มีชื่อเสียงและส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้เป็นจำนวนมาก โดยมีจุดขายหลักอยู่ที่ความน่าเชื่อถือในคุณภาพมาตรฐานการผลิตของไทย และรสชาติอาหารไทยที่ชาวต่างชาติจำนวนมากต่างติดใจรวมทั้งในตลาดแคนาดาด้วย ยิ่งข้อมูลจากข่าวดังกล่าวยิ่งแสดงให้เห็นถึงโอกาสที่เพิ่มมากขึ้นในการขยายตลาดซอสปรุงอาหารของไทย รวมถึงเครื่องแกงสำเร็จรูป ผงปรุงรส และวัตถุดิบสำเร็จรูปพร้อมปรุงอื่นๆ อีกมาก โดยอีกจุดขายหนึ่งผู้ประกอบการไทยควรที่จะใส่ใจพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมก็คือเรื่องของการให้ความสำคัญกับสุขภาพของลูกค้าชาวแคนาดา ซึ่งหากตัวผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายอยู่ในตลาดมีคุณสมบัติที่ดีในเรื่องดังกล่าวอยู่แล้วก็น่าที่จะหยิบยกขึ้นมาเป็นจุดขายในการนำเสนอสินค้าต่อผู้บริโภคเพิ่มเติม หรือหากต้องมีการปรับปรุงสูตรส่วนผสมอย่างไรบ้างก็สมควรที่จะนำมาพิจารณาให้ตรงกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ถึงแม้ว่าตลาดโดยรวมจะขยายตัว หากแต่ก็มีคู่แข่งในสินค้าดังกล่าวในตลาดอยู่เป็นจำนวนมากเช่นกัน กลยุทธ์การขายสินค้าจึงเป็นเรื่องจำเป็นที่ไม่สามารถมองข้ามได้ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะการให้ผู้บริโภคได้ทดลองชิม จะช่วยรักษาตลาดและสามารถเพิ่มยอดขายจากลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ได้เป็นอย่างดี

ที่มา: <http://www.canadiangrocer.com/products-2/the-secrets-in-the-sauce-84512>