



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโทรอนโต
 ข่าวด่วนประจำสัปดาห์
 ระหว่างวันที่ 26-30 ตุลาคม 2563

สินค้า Premium Hygiene Product กำลังมาแรงในแคนาดา

ไวรัส Covid-19 ได้เปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคไปอย่างสิ้นเชิง ทุกวันนี้ตัวเลขสถิติทางเศรษฐกิจล่าสุดได้สะท้อนถึงผลกระทบที่สามารถเจาะลึกไปถึงรายสินค้า ที่สินค้าบางกลุ่มได้รับผลกระทบที่ยอดขายลดลง ตั้งแต่เสื้อผ้าแฟชั่น กระเป๋าเดินทาง อุปกรณ์เครื่องประดับที่มีราคาสูง ฯลฯ ถูกจัดว่ากลุ่มสินค้าที่ไม่จำเป็น (Non-Essential Items) แต่สินค้าที่ได้รับผลดีจากวิกฤต ยอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นตั้งแต่ สินค้าอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าที่เกี่ยวข้องกับ WFH (Work-From-Home) สินค้า Home Office เฟอร์นิเจอร์ ของประดับตกแต่งบ้าน อุปกรณ์สื่อสารคอมพิวเตอร์ กล้องเว็บแคม ที่เป็นผลมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป แต่หนึ่งในกลุ่มสินค้าที่ตีตลาดเพิ่มสูงขึ้นนอกเหนือจาก PPE (ถุงมือยาง หน้ากาก) ได้แก่ สินค้ารักษาความสะอาด (Hygiene and Cleaning Product) อาทิ สินค้าสบู่มือเจล แอลกอฮอล์เจลล้างมือ (Alcohol Gel) รวมถึง Wet Wipe (ทิชชูเปียก) โดยในช่วงเริ่มต้นของการแพร่ระบาดในแคนาดาช่วงเดือน มีนาคม-เมษายน 2563 ยอดจำหน่ายของ Hand Sanitizer พุ่งสูงถึง 735% และยอดจำหน่ายสินค้า Wet Wipe พุ่งสูงถึง 268% ทุกวันนี้สินค้าแค่กลุ่มสินค้า Hand Sanitizer เพียงสินค้าเดียว มีมูลค่าตลาดกว่า 29 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (900 ล้านบาท) และคาดว่าตลาดกลุ่มนี้จะสามารถขยายตัวอย่างน้อย 5.5%/ปี ต่อไปอย่างน้อยอีก 5 ปีข้างหน้า

ปรากฏการณ์ความต้องการสินค้าในกลุ่มรักษาความสะอาดฆ่าเชื้อโรคได้พุ่งสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงที่ผ่านมา ทำให้ภาครัฐแคนาดา ได้มีออกมาตรการ “Fast Track” การอนุมัติออกใบอนุญาตนำเข้าอย่างเร่งด่วนให้ผู้นำเข้า เพื่อบรรเทาปัญหาการขาดแคลนสินค้าภายในประเทศ ที่รวมถึง ตัวสินค้า บรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้า นอกจากนี้ โรงกลั่นสุราในประเทศแคนาดา (Distiller) ได้ปรับสายการผลิตหันไปผลิตสารแอลกอฮอล์ (ที่ใช้ในการฆ่าเชื้อโรค) ในช่วงที่ขาดแคลนอย่างหนักในแคนาดา โดยสถานการณ์ดังกล่าวได้เริ่มปรับเข้าสู่ภาวะสมดุลแล้ว ในเดือนมิถุนายน 2563 การผลิตต่างๆ เริ่มเพียงต้องการความต้องการสินค้าในประเทศ อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตสินค้า Hand Sanitizer ได้ให้ข้อมูลว่า ทุกวันนี้โรงงานยังคงต้องเพิ่มกำลังการผลิตเป็น 2 เท่า เมื่อเทียบกับช่วงก่อนหน้า Pandemic ซึ่งยอดจำหน่ายในกลุ่ม สบู

ก้อน สบู่เหลว เจลล้างมือ ทิชชูเปียก สเปรย์ฆ่าเชื้อ (Disinfectant Spray) ยังคงมียอดจำหน่ายสูงในแคนาดา

ผู้ผลิตสินค้ากลุ่ม Hygiene Product ในอดีตได้เน้นแต่เรื่องประสิทธิภาพของสินค้า (Effectiveness) จะเน้นเรื่องของความปลอดภัย (Safely) แต่ทุกวันนี้สินค้ากลุ่มนี้ได้ขยายตัวและได้มีเริ่มมีการแข่งขันมากขึ้น โดยผู้ผลิตหลายรายเริ่มหาจุดขายใหม่ๆ พัฒนาสินค้าใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด อาทิ แนวคิดในการแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคที่ใช้แอลกอฮอล์เจลบ่อยๆ ที่ใช้ล้างมือนั้น ในระยะยาว จะทำให้ผิวหนังแห้ง หยาบกร้านขึ้นได้ จะทำอย่างไรให้สินค้าแอลกอฮอล์เจลยังคงมีประสิทธิภาพ และยังสามารถถนอมผิวมือ มีกลิ่นหอมพร้อมๆ กันได้ ซึ่งเป็นช่องว่างและโอกาสในตลาด (Space & Opportunity) ที่จะต้องใช้นวัตกรรมใหม่ๆ ผนวกสินค้าทำความสะอาดและโลชั่นถนอมผิวเข้าด้วยกัน



เพื่อตอบโจทย์ถึงปัญหาดังกล่าว บริษัท Green Beaver ผู้ผลิตสินค้าคอสมेटิกส์รายเล็กตั้งอยู่ที่เมือง Hawkesbury ในรัฐออนแทรีโอ ได้มีออกผลิตภัณฑ์สินค้าทำความสะอาดฆ่าเชื้อโรค (Antiseptic Spray Hand Sanitizer) ที่เป็นสินค้า “100% Natural” มีส่วนผสมของ “USP-Grade Ethanol” ซึ่งเป็นสารเอทานอลที่มีคุณสมบัติเหมือนแอลกอฮอล์ในการฆ่าเชื้อโรค ที่ถูกรับรองใช้ในวงการแพทย์ (Pharmaceutical Grade) รวมทั้งมีการใช้ส่วนผสมของน้ำมันหอมระเหย (Essential Oil) และสารกริเซอรินที่ผลิตจากพืช (Plant Based Glycerin – โดยสารกริเซอรินเป็นสารตั้งต้นที่ใช้ในการผลิตเจล/สบู่/โลชั่น โดยส่วนใหญ่จะผลิตจากไขมันสัตว์) ซึ่งเป็นสินค้าพรีเมียม

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

ทางเลือกให้กับสินค้าแอลกอฮอล์ล้างมือทั่วไปที่วางจำหน่ายในร้านขายยาหรือห้างค้าปลีก โดยสินค้าดังกล่าวได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคมีการวางจำหน่ายในร้าน Health Store และช่องทางออนไลน์ และพร้อมที่จะขยายเข้าสู่ตลาดหลัก Mass Market ในอนาคต

ความเห็นสำนักงานฯ

หลังจากที่ชาวแคนาดาส่วนใหญ่ได้เริ่ม “หายตกใจ” กับวิกฤตไวรัสที่เป็นโรคระบาดลามทั่วประเทศแล้ว ที่เมืองถูกล็อกดาวน์ คนแห่ตุนสินค้า (ถึงแม้ว่าขณะนี้แคนาดาได้เริ่มเข้าสู่การแพร่ระบาดระลอกสอง) ชาวแคนาดาส่วนใหญ่ได้เริ่มปรับตัวและเรียนรู้ว่า อาจต้องอยู่ไวรัสไปอีกยาวอย่างน้อย 1-2 ปี ถึงแม้ว่าจะค้นพบวัคซีนแล้วก็ตาม ที่กลายเป็นบริบท “New Normal” ที่คนส่วนใหญ่ต้องยอมรับสภาพและต้องปรับตัวเอง โดยคนส่วนใหญ่อาจต้อง WFH (Work From Home), SFH (School From Home) รวมถึงลดการเดินทางระหว่างประเทศ ลดการใช้บริการโรงแรม ร้านอาหาร โดยหนึ่งในการปรับตัวนั้นจะหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องการรักษาความสะอาดและความปลอดภัยมากขึ้น โดยมีพฤติกรรมจะใช้สินค้าทำความสะอาดมากขึ้น อาทิ แอลกอฮอล์เจล ทิชชูเปียก สเปรย์พ่นฆ่าเชื้อโรค ฯลฯ ที่กลายเป็นสินค้ายอดฮิต และคาดว่าจะยังเป็นสินค้าที่จำเป็น (Essential Item) อีกนาน ผู้ผลิตไทยควรใช้โอกาสดังกล่าวในการคิดค้นนวัตกรรมสินค้าในกลุ่ม Hygiene & Cleaning ใหม่ ๆ ที่ทุกวันนี้ผู้บริโภคต้องการมากกว่า “Functionality” คุณสมบัติขั้นพื้นฐานของสินค้า แต่ต้องการสินค้าที่มีคุณค่าเสริม “Value Added” หรือที่ถูกเรียกว่าสินค้าพรีเมียม แอลกอฮอล์เจล มีสามารถรักษาความชุ่มชื้นของผิวมือได้ เป็นสินค้าปราศจากสารเคมี เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ฯลฯ โดยปัจจัยอื่นๆ ที่สำคัญของสินค้ากลุ่มนี้นอกจากตัวสินค้าแล้วนั้น ควรให้ความสำคัญเรื่องของ “Portability” ที่มีขนาดเล็กสามารถพกพาสะดวก ใช้สามารถ ใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งบรรจุภัณฑ์จะเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ อีกทั้ง การผนวกประยุกต์ใช้สมุนไพรไทยต่างๆ (Natural Herb) เป็นส่วนประกอบจะเป็นจุดเด่นให้กับสินค้าไทยเพื่อตอบโจทย์กับปัญหาและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

ติดตามความเคลื่อนไหวในการค้าระหว่างประเทศผ่านเว็บไซต์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ www.ditp.go.th และ www.thaitrade.com หรือโทรปรึกษาเรื่องการค้าระหว่างประเทศที่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โทร.1169 (หากโทรจากต่างประเทศ โปรดติดต่อที่ โทร. +66 2792 6900)

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Centre - TORONTO
31 Gloucester Street,
Toronto, ON M4Y 1L8
CANADA

Tel: +1 416 921 5400
Fax: +1 416 921 7545
Email: toronto@thaitrade.ca