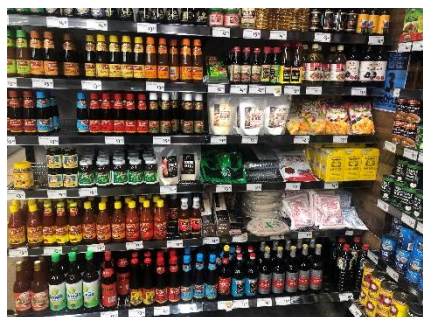


ตลาดซอสและเครื่องปรุงรสในออสเตรเลีย

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในปี 2563 มีผลให้เกิดการกักตุนสินค้าอาหารและเครื่องปรุงรส เนื่องจากการ Lock down ในบางพื้นที่และการทำงานอยู่ที่บ้าน ทำให้ตลาดซอสและเครื่องปรุงรสในออสเตรเลียมีการขยายตัวทั้งในเชิงมูลค่าและปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 คิดเป็น 2.9 พันล้านเหรียญออสเตรเลีย และ 293,000 ตันตามลำดับ โดยมีสินค้าของบริษัท Mar Australia (แบรนด์ Masterfoods, Dolmio และ Kan Tong) บริษัท Simplot Australia (แบรนด์ Leggo's) บริษัท Goodman Fielder (แบรนด์ Praise) บริษัท Cerebos Australia (แบรนด์ Gravox และ Fountain) และซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีการผลิตภายใต้สินค้า Private label เช่น Aldi (แบรนด์ Colway, Piatti และ Deli originals), Woolworths และ Coles เป็นผู้จำหน่ายรายใหญ่ในตลาดซอสและเครื่องปรุงรสออสเตรเลีย



ซอส Tomato Pastes และ Purees เป็นซอสที่ผู้บริโภคกักตุนมากที่สุดมีการขยายตัวสูงสุตร้อยละ 10.1 รองลงมาคือ Dips ร้อยละ 7.3 Cooking Ingredients ร้อยละ 5.5 (โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของซอสพาสต้า ซอสปรุงอาหาร สมุนไพรและเครื่องเทศ) และ Table sauces ขยายตัวร้อยละ 3.4 (เป็นการขยายตัวของมายองเนส ซอสพริก น้ำปลาและน้ำมันหอย)



ตลาดซอสและเครื่องปรุงรสในออสเตรเลียเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงทั้งสินค้านำเข้าและสินค้าที่ผลิตในประเทศส่งผลให้ผู้ผลิตรายใหญ่ต้องปรับตัวและพัฒนาสินค้าให้เข้ากับแนวโน้มใหม่ทั้งด้านการผลิต (การใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ สด สะอาดและไม่ใส่สารกันบูด) และกลยุทธ์ทางธุรกิจ (เพิ่มบริการจัดส่งถึงบ้าน สนับสนุน Charity เพื่อส่งเสริมด้าน CSR) เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของชาวออสเตรเลียที่นิยมซื้อสินค้าดี มีคุณภาพ สามารถสืบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาและสนับสนุนสินค้าที่ผลิตในประเทศ

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center
Level 21, 56 Pitt Street,
Sydney, NSW 2000

Phone: +66 2 9241 1075
Fax: +66 2 9251 5981
e-Mail: thaitradesydney@gmail.com

นอกจากนี้ การเติบโตของสินค้า Private label ของซูเปอร์มาร์เก็ตรายใหญ่ในออสเตรเลีย เช่น Woolworths, Coles และ Aldi ที่มีการพัฒนาทั้งคุณภาพและเพิ่มความหลากหลายของสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม (โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเอเชียและกลุ่มวัยทำงานที่มีเวลาน้อย) และจำหน่ายในราคาประหยัดทำให้สินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศยังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

แนวโน้มการบริโภคซอสและเครื่องปรุงรสปี 2564

ในช่วงการระบาดของไวรัส COVID-19 พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคออสเตรเลียได้เปลี่ยนแปลงไปจากการซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นการสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก เนื่องจากสินค้าหมดสต็อกอย่างรวดเร็วในซูเปอร์มาร์เก็ตและหลีกเลี่ยงการออกนอกบ้านเพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อไวรัส COVID-19 อีกทั้ง การใช้ชีวิตกับครอบครัวและต้องทำงานที่บ้านทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อซอสสำเร็จพร้อมปรุงที่ง่ายและเพิ่มความสะดวกมากขึ้น

มาตรการรักษาระยะห่างทางสังคมทำให้ผู้บริโภคได้เปลี่ยนมาซื้อสินค้าในร้านจำหน่ายสินค้าของชำขนาดเล็กใกล้บ้านเพื่อหลีกเลี่ยงการรวมกลุ่มในซูเปอร์มาร์เก็ต โดยสินค้าประเภทซอสพาสต้า ซอสบาร์บีคิว และ Dips เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมากที่สุด เนื่องจากผู้บริโภคต้องใช้เวลาอยู่บ้านเป็นส่วนใหญ่และยังได้แรงบันดาลใจจากการสาธิตการทำอาหารจากรายการโทรทัศน์จึงให้ความสนใจในการทำอาหารรับประทานเองที่บ้านมากขึ้น รวมไปถึงการทดลองทำอาหารต่างชาติรับประทาน (shop locally but eat globally) เพื่อความท้าทายและประสบการณ์ที่แปลกใหม่

ปี 2564 สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19 เริ่มผ่อนคลายลง ธุรกิจร้านอาหารกลับมาเปิดให้บริการอีกครั้ง ทำให้ความต้องการซอสและเครื่องปรุงรสในธุรกิจ Foodservice เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ รัฐบาลท้องถิ่นในแต่ละรัฐมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศเพิ่มเติม โดยแจกคูปองท่องเที่ยวและรับประทานอาหารให้กับชาวออสเตรเลีย เพื่อนำไปรับประทานอาหารหรือทำกิจกรรมสันทนาการกับครอบครัวเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่น



Source: www.woolworths.com.au

น้ำปลาสำหรับกลุ่มผู้บริโภค vegan ซอส Fysh sauce และซอสถั่วเหลืองคีโต

แนวโน้มสินค้าซอสและเครื่องปรุงรสในตลาดออสเตรเลียมีการพัฒนาทั้งด้านคุณภาพ บรรจุภัณฑ์ และความหลากหลาย โดยเน้นให้ความสำคัญต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก (เน้นวัตถุดิบธรรมชาติ มีปริมาณเกลือและน้ำตาลต่ำและปลอดจากสารปรุงแต่ง)

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center
Level 21, 56 Pitt Street,
Sydney, NSW 2000

Phone: +66 2 9241 1075
Fax: +66 2 9251 5981
e-Mail: thaitradesydney@gmail.com

บรรจุภัณฑ์สินค้า



บรรจุภัณฑ์ซอสและเครื่องปรุงรสที่นิยมในออสเตรเลีย ได้แก่ กล่องพลาสติกกลมขนาดเล็ก ขวดแก้ว และพลาสติก และ Pouches โดยซอสและเครื่องปรุงรสแต่ละชนิดจะนิยมใช้บรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เช่น Dips นิยมบรรจุภัณฑ์ประเภท กล่องพลาสติกกลมขนาด 200 กรัม สำหรับซอสปรุงอาหารสำเร็จรูปซึ่งส่วนใหญ่บรรจุในขวดแก้ว ได้เพิ่มบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบ Stand-up pouches เนื่องจากความง่ายและสะดวกในการปรุงอาหารในแต่ละครั้ง ทำให้บรรจุภัณฑ์สินค้านี้มีขนาดเล็กลงตั้งแต่ 110 -500 กรัม ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับขนาดครัวเรือนออสเตรเลียที่เล็กลงและลด Food waste



ผลิตภัณฑ์ Table sauce (ซอสมะเขือเทศ มายองเนส และมัสดาร์ต) นิยมใช้บรรจุภัณฑ์ทั้งประเภทขวดแก้วและขวด PET พลาสติก โดยขวดแก้วจะแสดงถึงความพรีเมียมหรูหรา (เหมาะสำหรับสินค้าการนำเสนอสินค้าประเภท Exotic flavour ที่ต้องการสื่อถึงคุณภาพ ความแปลกใหม่ ทันสมัยและมีสไตล์) ในขณะที่บรรจุภัณฑ์แบบขวด PET พลาสติกที่นำเสนอความสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน

นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ประเภท Sustainable packaging เช่น กระดาษและขวดรีไซเคิล รวมไปถึงการปิดฉลากสินค้าภาษาอังกฤษที่แสดงรายละเอียดของส่วนผสมและที่มาอย่างโปร่งใส โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ Table sauce ขวด PET รีไซเคิลแบบบีบ และ Pouches มีแนวโน้มขยายตัวได้ดี

.....

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center
Level 21, 56 Pitt Street,
Sydney, NSW 2000

Phone: +66 2 9241 1075
Fax: +66 2 9251 5981
e-Mail: thaitradesydney@gmail.com

ผลต่อเศรษฐกิจออสเตรเลีย

แม้ว่าออสเตรเลียจะผลิตซอสและเครื่องปรุงรสจำหน่ายทั้งในประเทศและส่งออก แต่สินค้าส่วนใหญ่ยังคงเป็นสินค้านำเข้า เนื่องจากผู้บริโภคเอเชียนิยมซื้อสินค้าที่ผลิตจากประเทศแหล่งผลิต เพื่อให้ได้รสชาติต้นตำรับมากกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศ ปี 2563 ออสเตรเลียนำเข้าซอสและเครื่องปรุงรสมูลค่า 434 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.79) โดยนำเข้าจากไทย นิวซีแลนด์ จีน อิตาลีและสหรัฐอเมริกา เป็นการนำเข้าน้ำปลา ซอสพริกและน้ำมันหอยมากที่สุดร้อยละ 80.74 รองลงมาคือ ซอสถั่วเหลือง ซอสมะเขือเทศ มายองเนสและมัสตาร์ด สำหรับการส่งออกมีมูลค่า 98.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.11) ไปยังตลาด นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา จีน และปาปัวนิวกินี (ร้อยละ 51 เป็นการส่งออกน้ำปลา ซอสพริกและน้ำมันหอย)

ผลต่อการค้าไทย:

ความหลากหลายเชื้อชาติในออสเตรเลียและการเปิดรับสินค้าที่สร้างความท้าทายและประสบการณ์แปลกใหม่โดยเฉพาะสินค้าประเภท Exotic flavour ทำให้สินค้า International cuisine ในออสเตรเลียมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเหมาะกับการพัฒนาและนำเสนอสินค้าใหม่ๆ เช่น ซอสพริกที่มีความเผ็ดหลายระดับ น้ำปลาหรือน้ำมันหอยสำหรับกลุ่มผู้บริโภคมังสวิรัต ซอสถั่วเหลืองสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่แพ้สารกลูเตน อีกทั้งไทยยังเป็นผู้นำตลาดซอสปรุงรสในออสเตรเลียมีสัดส่วนตลาดมากกว่าร้อยละ 80 เป็นสินค้าของแบรนด์ผู้ผลิตเองและสินค้า OEM ที่ผลิตให้กับซูเปอร์มาร์เก็ตรายใหญ่ เช่น Woolworths, Coles และ Aldi สะท้อนให้เห็นว่า สินค้าไทยเป็นที่ยอมรับในตลาดออสเตรเลีย ซึ่งหากมีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ และเพิ่มความหลากหลายให้สอดคล้องกับกระแสความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่องจะทำให้ไทยมีความได้เปรียบและสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดอันดับ 1 ได้ต่อไป

Source: Euromonitor/ www.woolworths.com.au /www.gourmettraveller.com.au

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center
Level 21, 56 Pitt Street,
Sydney, NSW 2000

Phone: +66 2 9241 1075
Fax: +66 2 9251 5981
e-Mail: thaitradesydney@gmail.com