

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
 ประจำวันที่ 11-17 กันยายน 2564

สินค้าแฮนด์แบรนด์ยังฮิตต่อเนื่องในตลาดแคนาดา

สินค้า Private Label หรือที่เรียกกันว่าสินค้าแฮนด์แบรนด์ (House Brand) หมายถึงสินค้าที่เป็นแบรนด์ของห้างหรือผู้ค้าปลีกรายใหญ่เองที่นำมาวางขายควบคู่ไปกับสินค้าชนิดเดียวกันแบรนด์อื่นๆ ที่มีอยู่แล้วในตลาด โดยอาจผลิตขึ้นโดยตัวเอง แต่ส่วนใหญ่มักจะจ้างผู้ผลิตแบบ OEM ผลิตให้ สินค้าแฮนด์แบรนด์มีอยู่ในตลาดแคนาดามานานหลายปี โดยผู้ค้าปลีกรายใหญ่มักใช้สินค้าแบรนด์ตนเองเป็นกลยุทธ์ด้านราคาในการดึงดูดลูกค้าให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้ ท่ามกลางสถานการณ์โรคระบาดในช่วงเกือบ 2 ปีที่ผ่านมา ภาพรวมการขยายตัวของสินค้าแฮนด์แบรนด์ในอุตสาหกรรมค้าปลีกแคนาดายังคงเป็นไปได้ดีและขยายตัวชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากผลสำรวจล่าสุดของบริษัท NielsonIQ ที่ได้ทำการวิจัยตลาดสินค้าแฮนด์แบรนด์ในแคนาดาเมื่อช่วงไตรมาส 1 ของปี 2564 พบว่า สินค้าแฮนด์แบรนด์มีส่วนมูลค่าตลาดสูงถึง 18% ของมูลค่าตลาดค้าปลีกในประเทศ โดยขยายตัวสูงขึ้นถึง 10% เมื่อเทียบกับช่วงไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ในขณะที่สินค้าแบรนด์ทั่วไปสูงขึ้นเพียง 8%



ด้าน Ms. Rachel Guo นักวิเคราะห์การตลาดจากสถาบัน NielsonIQ กล่าวถึงสาเหตุที่สินค้าแฮนด์แบรนด์สามารถเติบโตได้ดีนั้นจากหลายปัจจัยร่วมกัน อาทิ สินค้าแบรนด์ทั่วไปที่ขาดตลาดไปในช่วงของโรคระบาดเนื่องจากปัญหาด้านการผลิตและการขนส่ง การพัฒนาคุณภาพและรูปแบบสินค้าแฮนด์แบรนด์ และการที่ผู้บริโภคต้องระมัดระวังค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น เป็นต้น จากผลการสำรวจพบว่าชาวแคนาดาทุกครัวเรือนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ โดยยอดใช้จ่ายซื้อสินค้าแฮนด์

แบรนด์เฉลี่ยจะอยู่ที่ครัวเรือนละ 1,319 ดอลลาร์แคนาดาต่อปี นอกจากนี้ ในรายงานของ NielsonIQ ยังระบุว่าผู้บริโภคแคนาดาปรับเปลี่ยนทัศนคติโดยมีความคิดว่าสินค้าแฮนด์แบรนด์มีคุณภาพไม่แพ้แบรนด์ทั่วไปมากขึ้นถึง 45% เทียบกับ 38% จากการสำรวจเมื่อปี 2561

หากมองถึงไอเท็มสินค้าแฮนด์แบรนด์ยอดนิยมจะพบว่ามีความโดดเด่นในสินค้าหมวดอาหาร เช่น อาหารแช่แข็งที่มีสัดส่วนตลาดถึง 32% ขนมอบและอาหารเช้า 32% เนื้อสัตว์แปรรูป 32% ขนมหวาน 28% ซอสและเครื่องปรุงรส 27% เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทรายการค้าปลีกต่างได้เพิ่มบทบาทและชนิดสินค้าแบรนด์ตนเองเข้าสู่หมวดสินค้าอุปโภคมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าที่ไม่ได้มีความแตกต่างของวัตถุดิบระหว่างสินค้าแบรนด์ทั่วไปและสินค้าแฮนด์แบรนด์ชัดเจนนัก เพราะนอกจากราคาที่นับเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อแล้ว ผู้บริโภคยุคใหม่เริ่มให้ความสำคัญที่จะศึกษารายละเอียดของสินค้า โดยเฉพาะข้อความบนฉลากที่บอกถึงวัตถุดิบและที่มาสินค้า ซึ่งหากดูแล้วไม่มีความแตกต่างกันก็อาจจะมองว่าก็ไม่ได้มีความจำเป็นที่ต้องซื้อสินค้าแบรนด์ที่จำหน่ายในราคาที่สูงกว่า

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่น ๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
 563 ถนนหนนทบุรี ตำบลบางกระสอ
 อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Centre, Vancouver
 1009-1166 Alberni Street
 Vancouver BC V6E 3Z3 Canada

Phone: +1 604 687 6400
 Fax: +1 604 683 6775
 Email: vancouver@thaitrade.ca

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
 ประจำวันที่ 11-17 กันยายน 2564

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงการขยายตัวของสินค้าแฮนด์แบรนด์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาโดยเฉพาะในสถานการณ์ COVID-19 ที่ห้างค้าปลีกสามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างเป็นกอบเป็นกำแล้วนั้น ทำให้เกิดคำถามเกี่ยวกับทิศทางของสินค้าแฮนด์แบรนด์ในตลาดแคนาดาต่อไป โดยในมุมมองของนักการตลาดมองว่า สินค้าแฮนด์แบรนด์จะยังคงสามารถขยายตัวได้อีก แต่น่าจะขยายตัวในอัตราที่ลดลงหากเทียบกับช่วง COVID-19 เนื่องจากสินค้าแบรนด์ทั่วไปต่างๆ จะพากันกลับเข้ามาแข่งขันด้านการตลาดอย่างเต็มที่หลังจากที่ผ่านพ้นวิกฤตด้านซัพพลายเชนในปีที่ผ่านมา

เมื่อเป็นเช่นนี้แล้วนั้น Ms. Rachel เชื่อว่าห้างค้าปลีกจะต้องหากกลยุทธ์ทำตลาดเพิ่มเติม อาทิ เพิ่มรายการสินค้าแฮนด์แบรนด์ให้ครอบคลุมมากที่สุด และพยายามรักษาคุณภาพมาตรฐานให้ได้เช่นเดียวกับสินค้าแบรนด์หลัก เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าจากช่วงเวลาสั้นๆ ที่ผ่านมาให้กลายเป็นลูกค้าประจำให้ได้มากเท่าที่จะเป็นไปได้

ข้อคิดเห็นจากสำนักงานฯ ในปัจจุบัน สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปแล้ว ผู้บริโภคชาวแคนาดาเริ่มมีทัศนคติเกี่ยวกับสินค้าแฮนด์แบรนด์ หรือสินค้า Private Label ว่า เป็นสินค้าที่มีคุณภาพไม่ค่อนต่างจากสินค้าแบรนด์เนมมากนัก เพราะมีกฎระเบียบด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในแคนาดาที่กำหนดบังคับใช้สำหรับการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่ค่อนข้างเข้มงวดไว้อยู่แล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสินค้าหมวดอาหาร ความงาม และของใช้สำหรับร่างกาย ซึ่งยิ่งหากศึกษาข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์สินค้าให้ดีอาจพบว่าสินค้าแฮนด์แบรนด์หลายรายการก็ผลิตจากโรงงานเดียวกันกับสินค้าแบรนด์หลักก็เป็นได้ อย่างไรก็ตาม เมื่อผู้บริโภคยอมรับถึงสินค้าแฮนด์แบรนด์มากขึ้นก็ย่อมส่งให้เกิดความต้องการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตตามมา โดยผู้ค้าปลีกในแคนาดาก็ต้องพยายามที่จะ sourcing และพัฒนาสินค้าให้ทันต่อความต้องการผู้บริโภค ในส่วนของผู้ประกอบการไทยในฐานะผู้ผลิตสินค้าส่งออกมากมายหลายชนิดก็ควรพิจารณาถึงโอกาสในการผลิตสินค้าตามออเดอร์ (OEM) ควบคู่ไปกับการขายสินค้าในแบรนด์ของตนเองด้วย หมั่นศึกษาความต้องการของตลาดและประสานงานร่วมกับผู้นำเข้าอย่างสม่ำเสมอ แล้วนำมาประเมินจุดแข็งจุดอ่อนเพื่อพัฒนาคุณภาพและวิธีการขายสินค้าของตนเอง เพื่อเป็นการแสวงหาโอกาสในการขยายตลาดสินค้าไทยอย่างไม่หยุดนิ่งตลอดเวลา

ที่มา: [Private label sees big gains in grocery \(Report\) | Canadian Grocer](#)