

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 25-31 ธันวาคม 2564

ธุรกิจ Meal Kits ที่โตมาพร้อมวิกฤต COVID จะแรงต่อหรือไม่?

ธุรกิจจัดส่ง meal kits หรือชุดอาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุง โดยผู้ประกอบการจะจัดจำหน่ายเซตอาหารที่รวมเมนูและเตรียมวัตถุดิบการปรุงอาหารชนิดนั้นๆ ทั้งของสด ของแห้ง ซอสปรุงรสไว้อย่างครบถ้วน แล้วจัดส่งถึงมือลูกค้า เพื่อนำมาเข้าครัวทำอาหารตามขั้นตอนที่ระบุไว้อย่างละเอียด นับว่าเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการประหยัดเวลาหรือผู้ที่ไม่มีทักษะการทำอาหารมากนัก ทั้งนี้ การระบาดของไวรัส COVID-19 ทำให้ชาวแคนาดาต้องเก็บตัวในบ้านเพื่อลดการรับและแพร่เชื้อ ได้ส่งให้เกิดโอกาสของธุรกิจ Meal Kits ได้รับความสนใจได้ดี โดยจำนวนผู้ใช้บริการ Meal kits ในประเทศเพิ่มสูงขึ้นกว่า 50% เทียบกับช่วงก่อนวิกฤตของโรคระบาด



นาย Jonathan Ferrari ซีอีโอและผู้ก่อตั้งบริษัท Goodfood ดำเนินธุรกิจจัดส่ง Meal kits รายใหญ่ในแคนาดา เผยว่า การระบาดของไวรัส COVID-19 สร้างโอกาสให้กับธุรกิจอย่างมาก จนเกิดการขยายงาน ช่องทางการจำหน่าย และลงทุนด้านพื้นที่กระจายสินค้าในเมืองใหญ่ อาทิ นครโทรอนโต นครแวนคูเวอร์ เพื่อให้ทันพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปจากเดิม

สอดคล้องกับข้อมูลของ NPD บริษัทวิจัยการตลาด ได้รายงานจำนวนผู้ใช้บริการ Meal kits ในแคนาดาเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนเทียบกับอดีต โดยช่วงก่อน COVID-19 จำนวนครอบครัวชาวแคนาดาที่ใช้บริการจัดส่ง Meal kits น้อยกว่า 14% ของครอบครัวทั้งหมด แต่ทว่าในปี 2563 ซึ่งเป็นช่วงโรคระบาด พบจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นมากกว่า 50% ขณะเดียวกัน การใช้บริการจัดส่งอาหารออนไลน์จากช่องทางอื่นๆ เช่น ร้านค้าโกรเซอร์รี่ ร้านอาหาร พบอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างสูงเช่นกัน จนผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมอาหารเชื่อว่า พฤติกรรมและความคุ้นเคย

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 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 25-31 ธันวาคม 2564

ของผู้บริโภคแคนาดาต่อการใช้บริการ Meal kits จะยังอยู่ต่อไปกับยุคหลัง COVID แน่แน่นอน เพราะชอบในเรื่องความสะดวกสบายเป็นสำคัญ

แต่ล่าสุด ผู้ให้บริการ Meal kits ในประเทศ ออกมาเปิดเผยว่า จำนวนลูกค้าลงทะเบียนใช้บริการลดลงมาบ้าง เทียบกับช่วงการระบาด COVID โดยสาเหตุหนึ่งมาจากที่รัฐบาลผ่อนคลายมาตรการควบคุมโรคระบาดตั้งแต่เดือนมิถุนายนที่ผ่านมา และอนุญาตให้ร้านอาหารสามารถเปิดให้บริการนั่งทานภายในร้านได้ โดยบริษัท Goodfood ได้เผยจำนวนลูกค้าลงทะเบียนในไตรมาส 4/2564 อยู่ที่ 298,000 ราย ลดลงจากไตรมาส 3 จากที่เคยมีอยู่ 317,000 ราย และอีกรายคือบริษัท HelloFresh ที่จำนวนสมาชิกที่ลดลงจาก 7.7 ล้านรายไปที่ 6.94 ล้านรายในปัจจุบันนี้

แน่นอนว่า เมื่อความรุนแรงของโรคระบาด COVID ลดน้อยลง ส่งให้ชาวแคนาดาออกมาใช้บริการร้านอาหารมากขึ้น แต่ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งก็ยังนิยมที่จะใช้บริการ Meal kits ต่อไปเพราะเห็นว่าสะดวก ปลอดภัยในวัตถุดิบ และได้อาหารที่อร่อยเหมือนกับการรับประทานนอกบ้าน

ในการนี้ บริษัท Emphaty ผู้สำรวจและวิจัยการตลาดจากนครโทรอนโต ได้สอบถามทัศนคติและค่านิยมของผู้บริโภคแคนาดาจำนวน 294 รายต่อผลิตภัณฑ์อาหารและบริการจัดส่งของผู้ประกอบการ Meal kits พบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่นิยมการใช้บริการจัดส่ง Meal kits ในช่วงการระบาด COVID มาก เพราะเหตุผลด้านความจำเป็น ความสะดวกและความปลอดภัยจากการเดินทางออกไปนอกบ้าน แต่วันนี้ภายใต้เงื่อนไขที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคกลับมองว่าอาหารชุดเดียวกันได้กลายเป็นเมนูอาหารพรีเมียมสำหรับครอบครัว เนื่องจากราคาอาหารแต่ละชุดนั้นถือว่าค่อนข้างสูงทีเดียว

หากพิจารณาถึงราคาอาหารชุด Meal Kits จากผู้ให้บริการในปัจจุบัน อาทิ บริษัท Goodfood ค่าใช้จ่ายอยู่ที่เฉลี่ยจานละ 11-18 ดอลลาร์แคนาดา (ประมาณ 297-486 บาท) บริษัท HelloFresh อยู่ที่เฉลี่ยจานละ 9-12 (ประมาณ 243-324 บาท) ดอลลาร์แคนาดา และบริษัท Cool it อยู่ที่เฉลี่ยจานละ 10-12 ดอลลาร์แคนาดา (ประมาณ 270-324 บาท) และยังไม่รวมค่าบริการจัดส่งอีก ซึ่งชาวแคนาดาประเมินว่าค่อนข้างสูงสำหรับการบริโภคเป็นประจำทุกวันสำหรับ 1 ครอบครัว หากเทียบกับการซื้ออาหารสดมาปรุงด้วยตนเอง ประกอบกับความกังวลต่อราคาค่าอาหารปี 2565 ซึ่งมีการประเมินว่า ครอบครัวชาวแคนาดาโดยเฉลี่ยจะจ่ายค่าอาหารเพิ่มขึ้น 966 ดอลลาร์แคนาดาต่อปี และแน่นอนว่าราคาอาหารชุด Meal Kits จะแพงขึ้นตามกันอย่างเลี่ยงไม่ได้

ข้อคิดเห็นจากสำนักงานฯ ในตอนนี้อาจจะถึงคราวที่ธุรกิจอาหารจัดส่งในรูปแบบ Meal kits ต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการและทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของ Meal kits ที่มองว่ากลายเป็นอาหารระดับพรีเมียมขึ้นมา โดยผู้ประกอบการอาจต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ให้ตรงใจผู้บริโภคที่ทำให้เกิดความรู้สึกคุ้มค่าจากผลิตภัณฑ์มากขึ้น เพิ่มความหลากหลายของเมนูอาหารเพื่อตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าในวงกว้างขึ้น อาจเป็นทางเลือกสำหรับลูกค้าที่ต้องระมัดระวังค่าใช้จ่ายให้หันมาสั่งอาหาร Meal kits ในช่วงเวลาสำคัญ

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 25-31 ธันวาคม 2564

แทนที่ออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านที่มีราคาแพง เพราะด้วยวิถีชีวิตและไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคยุคใหม่ยังชื่นชอบอาหารและการบริการที่มาพร้อมกับความสะดวกสบายและรสชาติอาหารที่ถูกปาก หากธุรกิจอาหารจัดส่ง Meal kits สามารถตอบโจทย์กับความต้องการชาวแคนาดาได้ดี ก็ส่งผลให้ธุรกิจสามารถเติบโตและคงอยู่ได้อย่างมั่นคงต่อไป

ที่มาของบทความ <https://www.cbc.ca/news/business/meal-kits-went-mainstream-during-covid-but-is-it-a-food-fad-or-the-new-normal-1.6296610>