



ข่าวเด่นประเทศบราซิลประจำสัปดาห์

เดือนเมษายน 2565

การตลาดรูปแบบ Premiumization ขยายยอดขายผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกบราซิล



ภายหลังที่การระบาดของโควิด-๑๙ ของบราซิลเริ่มลดลง ทำให้ตลาดบราซิลสาขาอาหารสุขภาพ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดี โดยเฉพาะอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพที่ผลิตจากพืชผักผลไม้ออร์แกนิกมีการขยายตัวในกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูงที่เริ่มมองหาสินค้าออร์แกนิกที่เดิมเป็นทางเลือกมาบริโภคในชีวิตประจำวันโดยไม่ได้มุ่งสินค้าและบริการเพื่อความยั่งยืนเท่านั้น แต่เพื่อเพิ่มความพิเศษสามารถตอบสนองคุณค่าทางอารมณ์ และมีนวัตกรรม โดยผู้บริโภคนิยมสินค้าที่ไม่ใช้สารเคมี ปุ๋ย และยาฆ่าแมลง นอกจากนี้ยังต้องการซื้อสินค้าที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับ มีการรับรองแหล่งวัตถุดิบ การเป็นสินค้าออร์แกนิก และการเพาะปลูกแบบยั่งยืน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ผู้บริโภคบราซิล

สินค้าออร์แกนิกที่ได้รับความนิยมในตลาดบราซิล ได้แก่ ซีเรียลธัญพืชและนมทางเลือก โดยกลุ่มบรรจุภัณฑ์จะต้องระบุข้อมูลรายละเอียดเพิ่มขึ้นว่าสินค้าดังกล่าวออร์แกนิกอย่างไร มีความแตกต่างจากสินค้าธรรมชาติอย่างไร โดยผู้ผลิตท้องถิ่นบราซิลได้ผนึกกำลังในการผลิตสินค้าออร์แกนิกตั้งแต่ น้ำตาล น้ำผลไม้และธัญพืช ซึ่งได้รับการรับรองว่ามีคุณภาพสูงและเป็นสินค้าออร์แกนิกแท้ นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังนิยมหันมาบริโภคน้ำมันมะกอก และน้ำผึ้งออร์แกนิกมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคบราซิลส่วนใหญ่ยังไม่สามารถรู้ราคาสินค้าออร์แกนิกได้ แม้จะเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสินค้าดังกล่าวก็ตาม

ปัจจุบันด้วยรูปแบบการค้ำแบบ Premiumization ทำให้ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกได้รับความนิยมมากขึ้น มีจำหน่ายเป็นอีก ๑ ทางเลือกในห้างซูเปอร์มาเก็ตโดยผลผลิตสินค้าไม่มากนักทำให้ราคาสูง อย่างไรก็ตาม คาดว่าผลิตภัณฑ์เกษตรออร์แกนิกจะขยายตัวมากขึ้น โดยมีการขนส่งจากพื้นที่ชนบทสู่ย่านธุรกิจในเมือง บราซิลมีการลงทุนและพัฒนาระบบอำนวยความสะดวกในการตรวจสอบแหล่งที่มาของสินค้าออร์แกนิกดังกล่าว รวมทั้งพัฒนา



ข่าวเด่นประเทศบราซิลประจำสัปดาห์

เดือนเมษายน 2565

ระบบขนส่งโลจิสติกส์และใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ เพื่อช่วยให้ผู้ผลิตวางแผนการผลิตต้นทุนการผลิตสินค้าออร์แกนิก นอกจากนี้มีการขนส่งสินค้าดังกล่าวแบบสั่งออนไลน์ อาทิ ตะกร้าสินค้าอาหารออร์แกนิก รวมทั้ง ข้าวและขนมปัง ซึ่งแพลตฟอร์มออนไลน์ได้รับความนิยมสำหรับการสั่งซื้อสินค้าออร์แกนิกเช่นเดียวกับสินค้าอื่นๆ เช่นกัน

บริษัทชั้นนำของบราซิล อาทิ เนสเล่ เร่งส่งเสริมผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกให้แก่ผู้บริโภคที่มีรายได้สูง โดยมีการติดฉลากรับรองผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก อาทิ ข้าวโอ๊ต นมผง สินค้าที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเพิ่มเติม ได้แก่ ขนมปังกรอบชนิดหวานซึ่งเน้นคุณภาพประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น โดยพัฒนารสชาติตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีแบรนด์ท้องถิ่นของบราซิล อาทิ Jasmine และ Mae Terra Cookies Organicos ได้นำเสนอสินค้ารูปแบบใหม่และรสชาติใหม่ซึ่งสามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมของพรีเมียม และกลุ่มผู้ปกครองที่นิยมหาสินค้าทางเลือกให้แก่ลูกๆ นอกจากนี้ แบรนด์ A Tal da Castanha เป็นอีก ๑ แบรนด์ท้องถิ่นที่ผลิตนมเม็ดมะม่วงก็ติดฉลากรับรองว่าเป็นออร์แกนิกที่ขวดสร้างแนวคิดเพื่อความยั่งยืน ซึ่งจะจูงใจผู้บริโภควัยรุ่นที่สนใจวัตถุดิบของนมจำพวก ถั่วช็อคโกแลต และผลไม้ ซึ่งสินค้าดังกล่าวจะจัดป็นกลุ่มสินค้าสุขภาพและการกินดีอยู่ดี

สินค้าออร์แกนิกบราซิลมีจำหน่ายในช่องทางสำคัญ อาทิ ร้านค้าปลีกแบบทันสมัย (ร้อยละ ๙๑.๒) ประกอบด้วย ไฮเปอร์มาร์ท (ร้อยละ ๔๕.๓) ซูเปอร์มาร์เก็ต (ร้อยละ ๔๕.๙) และร้านขายของชำทั่วไป (ร้อยละ ๖.๗) รวมทั้ง การค้าออนไลน์ โดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ร้อยละ ๒) ส่วนใหญ่สินค้าจำพวกผักสีเขียวได้รับความนิยมสูงกว่าผลไม้ออร์แกนิก สำหรับผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ก็เติบโตอย่างมีนัยสำคัญเช่นกันภายใต้แบรนด์ Seara และ BRF โดยมุ่งขยายสินค้ากลุ่มดังกล่าวและได้ฝึกอบรมและสนับสนุนผู้ผลิตอย่างต่อเนื่อง

สมาคมการส่งเสริมอาหารออร์แกนิกให้ข้อมูลว่า ในปี ๒๕๖๔ จำนวนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกในบราซิลขยายตัวร้อยละ ๑๑ และคาดว่า ในปี ๒๕๖๕ ถึงแม้จะเป็นช่วงวิกฤตเศรษฐกิจของบราซิล สินค้าอาหารออร์แกนิกจะขยายตัวร้อยละ ๑๒-๑๕ ซึ่งมีมูลค่า ๕๐ พันล้านบาท อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี สินค้าออร์แกนิกมีแนวโน้มขยายตัวสู่ตลาดระหว่างประเทศ มีมูลค่าส่งออกร้อยละ ๒๐ ของรายได้รวมของบราซิล โดยได้รับอานิสงค์จากอัตราแลกเปลี่ยนตลาดต่างประเทศมีความต้องการผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกจำพวก ธัญพืชและผลไม้ รวมทั้ง น้ำตาล โดยบราซิลเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่ไม่ใช้สารเคมี และส่งออกผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกหลายชนิดได้แก่ ถั่วเหลือง กาแฟ น้ำมันปาล์ม โกโก้ มะม่วง ไปยังตลาดต่างประเทศกว่า ๒๕ ประเทศ สร้างรายได้กว่าร้อยละ ๙๐ ของหมวดอาหารและเครื่องดื่ม

ความเห็นและข้อเสนอแนะ

ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกได้รับความนิยมจากผู้บริโภคบราซิลที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของไทยจึงมีโอกาสทางการค้าในตลาดบราซิลเช่นกัน โดยเน้นการผลิตที่เป็นออร์แกนิก ไม่ใช้สารเคมีและมีนวัตกรรม สร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งส่วนใหญ่ในตลาดบราซิลยังเป็นสินค้าแบรนด์ท้องถิ่นที่มีราคาสูง อย่างไรก็ตาม สินค้าดังกล่าวจะต้องได้รับการตรวจสอบ และอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับกฎระเบียบของบราซิล โดยกระบวนการตรวจสอบสินค้าออร์แกนิกมีการปรับเพื่อนำไปสู่มาตรฐานสากล และช่องทางการตลาดที่สำคัญ คือการค้าออนไลน์ที่ทวีความสำคัญมากขึ้น