ส่องเทรนด์สินค้าที่กำลังมาแรงในงาน Sweets & Snacks Expo 2022

ประเด็นข่าว

Sweets & Snacks Expo 2022 เป็นงานแสดงสินค้านานาชาติแบบ B2B สำหรับตลาดสินค้าขนมขบเคี้ยว ของทานเล่น และลูกกวาดที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอเมริกาเหนือได้กลับมาคึกคักอีกครั้งหนึ่ง งานจัดขึ้นเมื่อวันที่ 24-26 พฤษภาคม 2565 ที่นครชิคาโกและเป็นการเฉลิมฉลองครบรอบ 25 ปีของการจัดงาน

งานฯ จัดขึ้นโดยสมาคม The National Confectioners Association (NCA) และจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในเดือนพฤษภาคมที่นครชิคาโก ในปีนี้มีผู้ออกคูหามากกว่า 700 รายและมีผู้เข้าชมงานมากกว่า 16,000 คนเทียบเท่ากับเมื่อปี 2562 ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งสุดท้ายที่นครชิคาโกก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 แต่ในปี 2564 สมาคม NCA ได้ย้ายไปจัดงานที่เมือง Indianapolis รัฐ Indiana ด้วยข้อจำกัดด้านมาตรการความปลอดภัยของโควิด-19 ในนครชิคาโก

ในปีนี้ขนมขบเคี้ยว ของทานเล่นที่ทำจากพืชหรือ **Plant-based food** กำลังเป็นเทรนด์ที่มาแรง มีนวัตกรรมสินค้าตัวใหม่ๆ นำไปจัดแสดงและได้รับรางวัลซึ่งสมาคม NCA ได้แจ้งว่า ในปีที่ผ่านมาบริษัทหลายรายได้มีการพัฒนาคิดค้นนวัตกรรมสินค้าตัวใหม่ๆ ทั้งรูปแบบ รสชาติและการใช้วัตถุดิบที่ทำจาก plant-based ซึ่งเป็นเทรนด์ที่กำลังตอบโจทย์ให้กับความต้องการของกระแสรักสุขภาพของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน สินค้าตัวใหม่ๆ บางตัวได้มีวางจำหน่ายตามร้านค้าปลีกไปบ้างแล้ว แต่บางตัวกำลังจะวางจำหน่ายในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้า

ในปีนี้สินค้านวัตกรรมที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ The Most Innovative New Product Awards (MINPA) ประจำปี 2022 จากสมาคม NCA อาทิ

- ช็อคโกแล็ต Classic Recipe ที่ทำจากนมข้าวโอ๊ตของบริษัท Lindt & Sprungli (USA)
- Carrot Bacon ของบริษัท Carolina Smoke ประเภท plant-based jerky ที่ทำจากแครอท มีส่วนผสมของน้ำมันมะกอก, Pure Canadian Maple Syrup เครื่องเทศ กระเทียม และปลอด Gluten
- หมากฝรั่ง Gums & Mint รสผลไม้ผสม ไร้น้ำตาล ของบริษัท Mars

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น
โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

ในส่วนของ Ruby Award 2022 ปีนี้เป็นนวัตกรรมตัว WholeFruit Chocolate ของบริษัท Barry Callebaut ที่ทำจาก cacaofruit 100 %

ที่มา: www.confectionerynews.com วันที่ 25 พฤษภาคม 2565

บทวิเคราะห์

ตลาดขนมขบเคี้ยวในสหรัฐฯ

ตลาดสินค้าขนมขบเคี้ยว ของทานเล่น และลูกกวาดมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจสหรัฐฯ ด้วยมีมูลค่า 37 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2563 มีการจ้างงานมากกว่า 58,000 คนซึ่งมีโรงงานมากกว่า 1,600 แห่งใน 50 รัฐ และคาดว่ามูลค่าตลาดจะเติบเป็น 45 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ภายในปี 2568

นครชิคาโกได้สมญานามเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าลูกกวาดของโลก (Candy Capital of the World) เนื่องจากมีโรงงานของผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงหลายรายตั้งอยู่ในนครชิคาโก และเป็นเหตุผลให้งานฯ ต้องมาจัดที่นครชิคาโก งาน Sweets & Snacks Expo มีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของนครชิคาโกซึ่งการจัดงานในปีนี้สมาคม NCA คาดว่าจะสร้างรายได้ให้กับเศรษฐกิจในนครชิคาโกเป็นมูลค่า 21 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

ผู้นำตลาดรายสำคัญ ได้แก่ Mar Wrigley, Mondelez, Hershey's, Nestle', Ferrero, General Mills, Pepsi Co, Kellogg, Tootsie Rolls และ Jelly Belly

การนำเข้า

สหรัฐฯ นำเข้าตลาดสินค้าขนมขบเคี้ยว ของทานเล่น และลูกกวาดเป็นมูลค่า 6,171.66 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2564 ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2563 ร้อยละ 15.93 มีแหล่งนำเข้าสำคัญ คือแคนนาดา (ร้อยละ 40) เม็กซิโก (ร้อยละ 22) และ เยอรมนี (ร้อยละ 6) และนำเข้าจากไทยเป็นมูลค่า 68.22 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 45

ข้อพิจารณาและเสนอแนะ

1. ประเทศไทยเป็นแหล่งผลผลิตที่มีชื่อเสียง จึงควรพิจารณาการปรับรูปแบบนำเสนอในสินค้ากลุ่มผลไม้แห้งเพื่อการเพิ่มมูลค่าไปเป็นชนิดดัดแปลง/เปลี่ยนโฉม เช่น Fruit Twists, Hot Extruded Fruit Strips, Fruit Straws, Fruit Bits, Fruit Shapes, Fruit Sandwiches, Cold Pressed Bars, Strips, Freeze Dried โดยคงรูปแบบรสชาติผลไม้

2. นำเสนอขนมขบเคี้ยวกลุ่มผลไม้อบแห้งรสธรรมชาติที่ผลิตด้วยกรรมวิธี Vacuum Dried หรือ Sun Dried หรือ Freeze Dried เป็นกลุ่มที่ได้รับความนิยมเนื่องจากสินค้าคงคุณค่าและปราศจากการเติมแต่ง

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น
โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

3. ขนมขบเคี้ยวมักจะเป็นที่กล่าวขานว่าเป็นของกินที่ไม่ส่งเสริมในเรื่องสุขภาพ แต่ปัจจุบัน กระแสการบริโภคเพื่อสุขภาพ (Healthy Eating) มาแรง ผู้ผลิตจึงได้ปรับตัวผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว โดยการลดปัจจัยที่เป็นผลเสียต่อสุขภาพลง เช่น ลดน้ำตาล ลดปริมาณเกลือ ลดไขมัน หรือ เพิ่มการปรุงแต่งรสแบบรสธรรมชาติ และนำเสนอสินค้าหลากหลายรูปแบบมากขึ้นเพื่อสนองความต้องการผู้บริโภค

4. กลยุทธ์ด้านช่องทางจำหน่าย

2.1 การจัดจ้าง Sales Rep, Food Broker เพื่อให้นำสินค้าไปเสนอต่อผู้ซื้อในตลาด Mainstream ได้แก่ ร้านซุปเปอร์มาร์เก็ต

2.2 การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวไทยในช่องทางออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มที่สำคัญ คือ amazon.com และ Walmart.com โดยศึกษาข้อมูลการเข้าไปขายได้จาก

1) amazon: https://services.amazon.com/global-selling/overview.html

2) walmart.com: https://marketplace-apply.walmart.com

5. ผู้ผลิต/ส่งออกการขยายตลาดสินค้าขนมขบเคี้ยว ของทานเล่น และลูกกวาดของไทยไปยังสหรัฐฯ ควรพิจารณาไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Sweets & Snack Expo ๒๐๒๓ (www.sweetsandsnacks.com) กำหนดจัดขึ้นระหว่างวันที่ 22-25 พฤษภาคม ๒๐๒๓ เพื่อการนำเสนอสินค้า

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด