



### บริษัท Huy Fong Foods ระวังการผลิตศรีราชาตราไก่

#### ประเด็นข่าว



สำนักข่าว Yahoo รายงานเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2565 ว่า บริษัท Huy Fong Foods ผู้ผลิตซอสศรีราชาตราไก่ (Huy Fong Sriracha) ที่มีชื่อเสียงของสหรัฐฯ ระวังการผลิตและการขายซอสศรีราชาเป็นการชั่วคราว เนื่องจากพริกที่นำมาใช้ในผลิตไม่ได้คุณภาพ ทั้งนี้ อันเนื่องมาจากสภาพอากาศรัฐแคลิฟอร์เนียไม่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกพริก

เนื่องจากสภาพอากาศแห้งแล้งที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของพริก จึงเป็นผลให้บริษัทฯ ต้องเผชิญกับการขาดแคลนพริกอย่างรุนแรงมากขึ้น และเป็นเรื่องที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทฯ ดังนั้น หากไม่มีวัตถุดิบสำคัญนี้ บริษัทฯ ไม่สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ใดๆ ได้ จึงจำเป็นต้องหยุดพักการผลิตชั่วคราว

บริษัทฯ มีความเข้าใจดีว่า สิ่งนี้อาจทำให้เกิดปัญหา อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลานี้ บริษัทฯ จะไม่รับคำสั่งซื้อใหม่ก่อนเดือนกันยายน เนื่องจากมีสินค้าคงคลังไม่เพียงพอที่จะดำเนินการตามคำสั่งซื้อลูกค้าได้

อนึ่ง ในวันที่ 19 เมษายน ที่ผ่านมา บริษัท Huy Fong Foods ได้ส่งหนังสือเวียนแจ้งให้ลูกค้าทราบว่า บริษัทฯ กำลังเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนพริกอย่างรุนแรงมาก เมื่อเทียบกับสถานการณ์ที่คล้ายกันในเดือนกรกฎาคม 2563 และเป็นผลให้คำสั่งซื้อทั้งหมดหรือหลังวันที่ 19 เมษายน 2565 จะกำหนดจะส่งมอบหลังวันแรงงานหรือ 6 กันยายน 2565ตามลำดับที่ได้รับคำสั่งซื้อ

ปัจจุบัน Huy Fong Foods ผลิตและจัดจำหน่ายซอสสามประเภท คือ (1) ซอสศรีราชา (2) ซอสพริกกระเทียม และ (2) ซอสซมบัลโอเล็ก

ที่มา: [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com), June 8, 2022

#### บทวิเคราะห์

#### ตลาดซอสเผ็ดในสหรัฐฯ

ตลาดซอสเผ็ดในสหรัฐฯ มีมูลค่าประมาณ 2,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2563 ขยายตัวในอัตราต่ำร้อยละ 2.4 และคาดว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 4,170 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2571



ผู้ผลิต/ผู้นำตลาดซอสเผ็ดรายสำคัญของสหรัฐฯ ได้แก่ Huy Fong Foods (Rooster Brand), TW Garner Food company (Texas Pete Brand), McIlhenny Co. (Tabasco Brand), McCormick & Co. (Frank's Red Hot Brand) และ The Original Louisiana Hot Sauce Co (Louisiana Brand)

ซอสเผ็ดผลิตในสหรัฐฯ ครองตลาดสูงถึงร้อยละ 67 ในขณะที่ซอสนำเข้าจากต่างประเทศมีสัดส่วนตลาดเพียงร้อยละ 33 ซึ่งมีแหล่งนำเข้าสำคัญได้แก่ เม็กซิโก คานาดา ไทย จีน สิงคโปร์ และ เวียดนาม เป็นต้น

### แนวโน้มตลาดซอสเผ็ดในสหรัฐฯ

1. ปัจจุบัน รสชาติเผ็ดเป็นที่ยอมรับและได้รับการบริโภคมากขึ้นเป็นลำดับ ผู้บริโภคกลุ่ม Millennial และ Gen-Z ซึ่งรวมกันมีจำนวนกว่า 140 ล้านคนในปัจจุบัน คือ เป็นผู้นิยมบริโภคซอสเผ็ด และจะเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันการเจริญเติบโตของตลาดซอสเผ็ดในสหรัฐฯ ในทศวรรษนี้และต่อไป
2. ผลกระทบจากการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 สร้างความต้องการจากผู้บริโภคซอสเผ็ดเพิ่มขึ้น เนื่องจากการล็อกดาวน์อย่างกว้างขวาง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคต้องรับประทานอาหารจากที่บ้าน กระตุ้นการบริโภคซอสปรุงรสรวมไปถึงซอสเผ็ด
3. ตลาดซอสเผ็ดในสหรัฐฯ ยังมีแนวโน้มขยายตัวและความต้องการบริโภคเพิ่มต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นเครื่องชี้ให้เห็นโอกาสของการขยายและเพิ่มสัดส่วนตลาดซอสเผ็ดของไทยในสหรัฐฯ

### ข้อพิจารณาและเสนอแนะ

1. การระงับการผลิตชั่วคราวของซอสศรีราชาตราไก่จะก่อให้เกิดภาวะสินค้าขาดตลาด ซึ่งจะเป็นช่องทางและโอกาสให้สินค้าซอสเผ็ดรายอื่นๆ ที่ผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ ได้เข้าไปทดแทนและเพิ่มสัดส่วนตลาดของแบรนด์ ซึ่งจะรวมถึงไปความต้องการซอสศรีราชาของไทย
2. ปัจจุบัน ซอสศรีราชาของไทย ไม่ติดอันดับ Top 10 ซอสเผ็ดของสหรัฐฯ ดังนั้น เพื่อการเพิ่มการบริโภคซอสศรีราชาไทยในสหรัฐฯ ภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมซอสศรีราชาของไทยควรพิจารณาใช้ภาวะตลาดในปัจจุบันในสหรัฐฯ ให้เป็นโอกาสของซอสศรีราชาไทย การจัดทำแคมเปญเพื่อเพิ่มการบริโภคและสัดส่วนตลาดซอสศรีราชาไทยในสหรัฐฯ
3. การบุกตลาดให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในสหรัฐฯ ต้องมีการวางแผนการและกำหนดกลยุทธ์การตลาด เพื่อรองรับและสนับสนุนกิจกรรมการตลาด รวมไปถึง และปรับรูปแบบบรรจุภัณฑ์และขนาดบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมต่อการใช้ในแต่ละโอกาส เช่น บรรจุในขวดขนาดเล็ก บรรจุเป็นซองขนาดเล็ก (Sachet) เป็นต้น