

ข่าวเด่นรายสัปดาห์  
โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา  
ประจำวันที่ 15-21 ตุลาคม 2565

โอกาสตลาดสินค้าแฮสแบรนด์ในช่วงวิกฤตเงินเฟ้อ

ขณะที่ภาวะเศรษฐกิจที่เงินเฟ้อกำลังพุ่งสูงในแคนาดา โดยเห็นได้ชัดว่าสินค้าในชีวิตประจำวันเกือบทุกรายการมีการปรับราคาขึ้นมาก ส่งผลกระทบกับรายรับรายจ่ายผู้บริโภคอย่างถ้วนหน้า จนหลายครอบครัวต้องหาวิธีการรับมือประหยัดเงินในยุคสินค้าแพงกันไป อาทิ การลดซื้อสินค้าและบริการที่ฟุ่มเฟือย เปลี่ยนมาซื้อสินค้าแบบเดียวกันที่มีราคาถูกลง ซึ่งในสถานการณ์เช่นนี้ ผู้เชี่ยวชาญวงการค้าปลีกเห็นโอกาสเร่งการขยายตัวของสินค้ากลุ่ม Private Label หรือแฮสแบรนด์ของบรรดาซูเปอร์มาร์เก็ตมากขึ้นไปอีก

คุณ Marie-France Gibson รองประธานฝ่ายแฮสแบรนด์สินค้าบริษัท Metro จำกัด เครือข่ายซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในแคนาดา กล่าวว่า ปัจจุบันสินค้าแฮสแบรนด์ของห้างมีการขยายตัวได้ดีในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีสินค้าคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 20 ของสินค้าทั้งหมดที่จำหน่ายภายใต้ห้าง Metro นอกจากนี้ ยังประเมินว่าสินค้าแฮสแบรนด์ยังสามารถเติบโตได้อีก โดยเฉพาะจากเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ชะลอตัวเช่นปัจจุบัน โดยทางห้างเองก็พยายามวางแผนการตลาดทั้งเรื่องราคาและคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการและขยายฐานของลูกค้าที่เข้ามาเลือกซื้อสินค้าในห้าง



สำหรับตลาดสินค้าแฮสแบรนด์ในแคนาดานั้นถือว่ามีความนิยมและได้รับความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ โดยส่วนหนึ่งมาจากจุดเริ่มต้นและพัฒนาตราแฮสแบรนด์ President's Choice (PC) และ No Name ในเครือซูเปอร์มาร์เก็ตบริษัท Loblaw จำกัด ที่ได้เข้ามาสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้านั้นมากขึ้น จนเป็นที่ยอมรับของชาวแคนาดา และจากนั้นส่งผลให้บรรดาห้างค้าปลีกและผู้ประกอบการสินค้ารายอื่นๆ ต่างพากันเข้ามาขอมีส่วนแบ่งในตลาดค้าปลีกต่อเนื่อง

จากการเก็บข้อมูลของบริษัทสำรวจตลาด Numerator เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฮสแบรนด์ชาวแคนาดา ในเดือนกรกฎาคม 2565 ขยายตัวร้อยละ 11 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยผู้บริโภคชาวแคนาดาร้อยละ 89

- นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่น ๆ

Call Center 1169  
[www.ditp.go.th](http://www.ditp.go.th)  
[www.thaitrade.com](http://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](mailto:vancouver@thaitrade.ca)

## ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา  
 ประจำวันที่ 15-21 ตุลาคม 2565

มีการซื้อสินค้าแฮสแบรนด์ และจะหันมาใช้สินค้าแฮสแบรนด์ต่อไปแม้ภาวะเงินเฟ้อจะสิ้นสุดลง โดยมีผู้บริโภคเพียงร้อยละ 18 จะหันกลับไปซื้อสินค้าแบรนด์ทั่วไป นอกจากนี้ ผลสำรวจยังพบว่า ชาวแคนาดาที่มีรายได้สูง (High-income) ได้หันมาซื้อสินค้าแฮสแบรนด์มากขึ้นเช่นกัน ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่ำนั้นไม่มีการเปลี่ยนแปลงด้านอัตราการขยายตัวการบริโภค

ทั้งนี้ เมื่อแนวโน้มการขยายตัวและการแข่งขันของสินค้าแฮสแบรนด์ในธุรกิจค้าปลีกมีมากขึ้น ผู้ประกอบการอาจต้องมีการพัฒนาและสร้างจุดขายของสินค้าที่ดึงดูดลูกค้านอกเหนือจากการเลียนแบบสินค้าแบรนด์ต่างๆ อาทิ คุณค่าทางโภชนาการอาหารที่มากกว่า บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือการคัดหาสินค้าจากท้องถิ่น ฯลฯ ในกรณีนี้ คุณ Marie-France จากห้างค้าปลีก Metro เผยเพิ่มเติมว่า จากการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ห้าง Metro ได้ออกสินค้าแฮสแบรนด์มาประมาณ 1,000 รายการ อันรวมถึงแบรนด์ LifeSmart และแบรนด์ Naturalia โดยทั้งสองแบรนด์นั้นมุ่งไปยังผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มสายสุขภาพ อาหารที่ผลิตจากพืช (Plant-Base) ซึ่งผลตอบรับจากลูกค้าอยู่ในทิศทางที่ดี

คุณ Joel Gregoire รองผู้อำนวยการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม ของบริษัทวิจัยการตลาด Mintel จำกัด เห็นว่า เหตุผลประการหนึ่งที่บรรดาห้างค้าปลีกหันมาทำตลาดสินค้าแฮสแบรนด์ ก็เพื่อที่ห้างจะสามารถเรียนรู้ เก็บข้อมูล และกำหนดราคาสินค้าตนเองได้ โดยเฉพาะในช่วงที่สินค้าแบรนด์อื่นๆ ต่างก็กำลังขอขึ้นราคาสินค้านั้น จะทำให้เจ้าของห้างสามารถทราบข้อมูลและเปรียบเทียบราคาสินค้า และต่อรองกับซัพพลายเออร์รายอื่นได้

นอกจากนั้น สินค้าแฮสแบรนด์ยังเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกรายต่างๆ ที่ใช้เพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างทำกำไรได้ดี เนื่องจากต้นทุนการตลาดที่ถูกกว่า เพราะหากลูกค้าชื่นชอบและให้การยอมรับตราสินค้าแฮสแบรนด์ได้แล้ว ผู้ประกอบการยังสามารถขยายไปหมวดสินค้าอื่นๆ ต่อไปได้ ซึ่งคุณ Joel มองว่า มูลค่าสัดส่วนตลาดสินค้าแฮสแบรนด์ในแคนาดาสูงถึงร้อยละ 18 ของมูลค่าค้าปลีกในประเทศ และยังมีโอกาสหรือช่องว่างการขยายตัวได้อีก เพราะปัจจุบันผู้บริโภคร้อยละ 65 พอใจกับคุณภาพของสินค้าตราแฮสแบรนด์ และร้อยละ 25 เห็นว่ามีคุณภาพดีกว่าที่คาดไว้หากเทียบกับแบรนด์ทั่วไป

อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการค้าปลีกจะต้องคงคุณภาพสินค้าแฮสแบรนด์ไว้อย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะอยู่ในสถานะเงินเฟ้อและต้นทุนสินค้าที่ยังสูง เพราะหากผู้ประกอบได้ปรับลดคุณภาพลงไป โอกาสที่ลูกค้าจะหันกลับไปซื้อสินค้าแบรนด์ทั่วไปก็จะเป็นไปได้ง่ายโดยไม่ต้องสงสัย

**ข้อคิดเห็นจากสำนักงานฯ** เมื่อชาวแคนาดาต้องเผชิญกับภาวะค่าครองชีพที่สูง และสินค้าอุปโภคบริโภคมีราคาแพงมากในช่วงเวลานี้ หลายคนจึงต้องหาวิธีการรับมือด้วยการปรับตัววิธีการเลือกซื้อสินค้าใหม่ ดังนั้น สินค้าแฮสแบรนด์ซึ่งมักมีราคาถูกกว่าแบรนด์ทั่วไป จึงกลายมาเป็นทางออกของการจับจ่ายในยุคเงินเฟ้อ เพราะผู้บริโภค

## ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา  
ประจำวันที่ 15-21 ตุลาคม 2565

ส่วนมากจะคำนึงถึงราคาสินค้ามากกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ ขณะเดียวกัน บรรดาห้างค้าปลีกเองยังได้รับอานิสงส์จากแบรนด์สินค้าตนเองอย่างเต็มที่ ซึ่งเมื่อไม่นานมานี้ ห้าง Loblaw ห้างค้าปลีกใหญ่ที่สุดในแคนาดา ซึ่งเป็นเจ้าของแฮตส์แบรนด์ No Name ได้ออกมาประกาศจะไม่มีกรขึ้นราคาสินค้าแบรนด์ No Name กระทั่งถึงมกราคม 2566 ซึ่งสวนทางกับแบรนด์สินค้าอื่นๆ ที่พากันขึ้นราคาถล่มทลาย จนผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดมองว่าน่าจะเป็นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์แบรนด์สินค้าและโอกาสการขยายฐานลูกค้าอย่างดี

สำหรับผู้ผลิตและผู้ส่งออกไทย ควรพิจารณาถึงโอกาสการผลิตสินค้าตามออเดอร์ (OEM) ให้มากขึ้น นอกเหนือการขายสินค้าแบรนด์ตนเอง และทำงานร่วมกับผู้นำเข้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อศึกษาข้อมูลความต้องการของลูกค้าในทันสมัย และนำมาพัฒนาสินค้าเพื่อเป็นโอกาสในการขยายตลาดไปสู่ระดับโลกของผู้ประกอบการไทย

ที่มา: <https://canadiangrocer.com/amid-high-inflation-and-supply-chain-issues-private-label-powers>