



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโทรอนโต
ข่าวเด่นประจำสัปดาห์
ระหว่างวันที่ 13-17 เมษายน 2563

จากสูงสุดสู่สามัญ: สินค้าอาหารขั้นพื้นฐานขายดีช่วง Covid-19

ในช่วงสถานการณ์วิกฤต Covid-19 ที่ทุกธุรกิจต้องมีการปรับตัวอย่างรวดเร็ว ทุกวันนี้โรงงานผู้ผลิตสินค้าอาหารในแคนาดาได้มีการปรับไลน์การผลิตให้เข้าความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องกักตัวอยู่บ้านหรือต้องทำงานจากบ้านมากขึ้นทำให้คนส่วนใหญ่เริ่มหันมาซื้อสินค้าอาหารมากขึ้น ซึ่งยอดจำหน่ายของสินค้าอาหาร (Food Items) ในห้างค้าปลีกนั้นพุ่งสูงขึ้นกว่า 400% ในช่วงเดือนที่ผ่านมา ห้างส่วนใหญ่ประสบปัญหาที่แทบจะเติมสินค้า (Inventory Replenishment) ไม่ทันต่อความต้องการที่พุ่งสูงขึ้นอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ผู้ผลิตสินค้าอาหารต้องปรับรูปแบบการผลิตสินค้า เพิ่มกำลังการผลิตให้กับสินค้าที่มียอดขายสูง นับตั้งแต่ช่วงต้นเดือนเมษายน 2563 ที่ผ่านมา ผู้ผลิตสินค้าอาหารและห้างค้าปลีกรายสำคัญในแคนาดาได้มีการประชุมหารือร่วมกัน ในการปรับไลน์สินค้าทั้งระบบ Supply Chain ตั้งแต่การปรับเพิ่ม/ลดการผลิต การลำเลียงขนส่งสินค้า เพิ่มประสิทธิภาพของระบบโลจิสติกส์ เพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงกันไม่ให้เกิดภาวะการขาดแคลนสินค้าในช่วงวิกฤตดังกล่าว

ถึงแม้ว่าธุรกิจส่วนใหญ่จะถูกให้ปิดกิจการชั่วคราวเพื่อลดอัตราการแพร่ระบาดของไวรัส แต่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจัดจำหน่ายอาหารถูกจัดว่าเป็นธุรกิจที่จำเป็น (Essential Business) ไม่สามารถปิดได้ (ยกเว้นร้านอาหารที่อนุญาตให้เปิดเฉพาะ Takeout หรือ Delivery เท่านั้น) ที่ผ่านมาบริษัท Italtasta ผู้ผลิตเส้นพาสต้ารายใหญ่ในรัฐออนแทรีโอ ที่ในช่วงปกติ โรงงานจะสามารถผลิตพาสต้าที่แตกต่างกันถึง 63 ชนิด แต่ในช่วงเดือนที่ผ่านมาได้ปรับลดไลน์การผลิตเหลือเพียง 6 ชนิดหลักเท่านั้น ได้แก่ เส้น Spaghetti, Spaghettini, Penne, Fusilli, Elbows และ Lasagne อีกทั้งโรงงานได้เร่งกำลังการผลิตเป็น 24 ชั่วโมง/วัน ผู้บริหารของบริษัทให้ความเห็นว่าในช่วงวิกฤต คนส่วนใหญ่จะไม่เรื่องมากในการเลือกซื้อวัตถุดิบอาหารมากนัก คนเหล่านี้ต้องการเพียงเส้นพาสต้าเท่านั้น “People aren’t so fancy right now. They just want pasta.” ที่ผ่านมาโรงงานได้ยกเลิกไลน์การผลิตเส้นพาสต้าประเภท Whole Grain Pasta หรือเส้นพาสต้าอื่นๆ (ที่มีส่วนผสมของไข่ ที่มีขั้นตอนซับซ้อนและต้องใช้เวลาการผลิตที่สูงกว่าการผลิตเส้นพาสต้าปกติ



Empty Shelf ในห้าง Wal-Mart โดยสินค้ามียอดขายสูงในช่วง Pandemic ได้แก่ สินค้าอาหารขั้นพื้นฐาน อาทิ เส้นพาสต้า แป้งสาลี ข้าวสาร เป็นต้น

ทั่วไป) ซึ่งในแต่ละวันได้มีรถบรรทุกมาเข้าคิวรอรับสินค้าที่สายการผลิต โดยโรงงานไม่ได้หยุดพักแม้แต่วันเดียวในเดือนที่ผ่านมา (กำลังการผลิต 24/7) อีกทั้งโรงงานได้ปรับปรุงเครื่องจักรเพิ่มกำลังการผลิตอีกประมาณ 30% เพื่อตอบสนองกับอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นอีกด้วย

บริษัท Prairie Flour Mills ผู้ผลิตแป้งสาลีรายใหญ่ในรัฐ Manitoba โดยแป้งสาลีถูกนำไปใช้เป็นส่วนวัตถุดิบหลักผลิตขนมปัง ซึ่งเป็นอาหารหลักของชาวตะวันตก แต่เดิมนอกจากโรงงานจะผลิตแป้งแล้ว ยังได้มีไลน์การผลิตสินค้าอาหารประเภทขนมปังอื่นๆ อีกกว่า 35 ชนิด แต่ปัจจุบันโรงงานได้หันไปเน้นการผลิตแป้งสาลีอย่างเดียวเท่านั้น ที่เป็นสินค้าขั้นพื้นฐาน ผู้ผลิตรายใหญ่อีกอย่าง Nestle ได้ปรับกลยุทธ์ในทิศทางเดียวกันกับผู้ผลิตต่างๆ ที่เน้นโฟกัสผลิตสินค้าขั้นพื้นฐานมากขึ้น ในฝั่งของธุรกิจห้างค้าปลีก อาทิ ห้าง Wal-Mart ได้มีการประสานกับโรงงานผู้ผลิตสินค้าทำงานกันอย่างใกล้ชิดในช่วง Pandemic ที่มีการหารือกับผู้ผลิต รายวัน รายสัปดาห์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลยอดจำหน่ายสินค้าในแต่ละประเภทว่าสินค้าใดมียอดขายสูงหรือมีความสำคัญในช่วงที่ผ่านมา ที่นำมาพิจารณาปรับเพิ่ม/ลดการผลิต และจัดลำดับความสำคัญ (Prioritize) เตรียมความพร้อมของสินค้าในแต่ละประเภทให้เพียงพอต่อการจำหน่ายภายในห้างในช่วงวิกฤต Covid-19 ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าขั้นพื้นฐาน (Basic Item) อย่างไรก็ตามผู้ผลิตให้ความเห็นว่าหลังจากวิกฤตครั้งนี้ เมื่อ

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☒ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

สถานการณ์เริ่มคลี่คลาย ผู้ผลิตก็จะหันกลับไปผลิตสินค้าที่มีความหลากหลายตามเดิม มีทางเลือกต่างให้กับลูกค้าเหมือนเดิมแต่คาดว่าจะใช้เวลาขึ้นต่ำจากสถานการณ์ปัจจุบันอย่างน้อยอีก 3-6 เดือน

ความเห็นของสศค.

ผลกระทบของวิกฤตไวรัส Covid-19 ได้ส่งกระทบทำให้ความต้องการสินค้า พฤติกรรมผู้บริโภคได้เปลี่ยนไปอย่างฉับพลัน ที่คนส่วนใหญ่หันมา囤สินค้าอาหารขึ้นพื้นฐานมากขึ้น สินค้าอุปโภคบริโภคมากขึ้น อาทิ กระดาษชำระ ของใช้ที่จำเป็น ลดการใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือย ราคาสินค้ามากขึ้น โดยในช่วงเดือนที่ผ่านมา ภาคเอกชนได้เริ่มทยอยปลดคนงานครั้งใหญ่ในประวัติศาสตร์ทำให้อัตราการว่างงานในเดือน มีนาคม 2563 ได้พุ่งสูงขึ้นจาก 5.6% ไปเป็น 7.8% มีผู้ตกงานเพิ่มขึ้นที่ 1.3 ล้านคน และคาดว่าอัตราการว่างงานจะเพิ่มสูงขึ้นในเดือน เมษายน 2563 ทำให้รูปแบบการใช้จ่ายใช้สอยของชาวแคนาดาปรับเปลี่ยนอย่างกะทันหัน โดยหันไปเลือกบริโภคสินค้าอาหารหลักๆ หรือจำเป็นที่เป็นสินค้าพื้นฐานมากขึ้น อาทิ สินค้าเส้นพาสต้า แป้งสาลี ข้าวสาร รวมถึงสินค้าที่สามารถเก็บได้นาน (Long Shelf Life) อาทิ อาหารกระป๋อง เส้นก๋วยเตี๋ยว บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ซึ่งผู้ประกอบการไทยควรติดตามสถานการณ์ปรับเปลี่ยนหันมาผลิตสินค้าราคาประหยัด อาทิ สินค้า Economy Size มากขึ้น ที่เน้นความคุ้มค่า (Value) เก็บได้นาน รวมถึงกระแสทุกวันนี้ผู้บริโภคได้หันมาสนใจเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น อาหารที่เสริมสร้างภูมิคุ้มกัน (immune system booster) อาหารที่มีสาร Antioxidant วิตามิน แร่ธาตุต่างๆ ที่ได้มีนักวิเคราะห์ได้มองว่าแม้ว่าโลกจะผ่านพ้นวิกฤต Covid-19 ไปได้ในที่สุด แต่ทัศนคติที่มีต่อการดูแลสุขภาพ (ที่เพิ่มมากขึ้น) จะเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคไปตลอดกาล ในช่วงนี้ผู้ประกอบการไทยควรหันมาปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าตามกระแส “กลับสู่สามัญ” ที่สินค้าวัตถุดิบขึ้นพื้นฐานจะเป็นสินค้าที่มีโอกาสและศักยภาพในสถานการณ์ปัจจุบัน

ติดตามความเคลื่อนไหวในการค้าระหว่างประเทศผ่านเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ www.ditp.go.th และ www.thaitrade.com หรือโทรปรึกษาเรื่องการการค้าระหว่างประเทศที่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โทร.1169 (หากโทรจากต่างประเทศ โปรดติดต่อที่ โทร. +66 2792 6900)

☐ นโยบายภาครัฐ

☐ เศรษฐกิจการลงทุน

☒ แนวโน้มการตลาด

☐ รายงานสินค้าและบริการ

☐ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระบือ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Centre - TORONTO
31 Gloucester Street,
Toronto, ON M4Y 1L8
CANADA

Tel: +1 416 921 5400
Fax: +1 416 921 7545
Email: toronto@thaitrade.ca