

INSTANT NOODLE MARKETING 2564 / 2021

กลยุทธ์การตลาดแบบใหม่ที่ถึงสำเร็จรูป
ปี 2564

LINE >> @MARKETINFO

WWW.MARKETINFO.CO.TH



สารบัญ

	หน้า
สถานการณ์ทางการตลาด (MARKET ANALYSIS)	2
วิเคราะห์ MARKET SUMMARY (POLITICAL / ECONOMIC / SOCIAL / TECHNOLOGY)	5
มูลค่าตลาด (MARKET SIZE)	11
ส่วนแบ่งทางการตลาด (MARKET SHARE)	12
ส่วนประสมทางการตลาด	
-ผลิตภัณฑ์ (PRODUCT)	12
-ราคา (PRICE)	14
-ช่องทางการจัดจำหน่าย (PLACE)	14
-การส่งเสริมการตลาด (PROMOTION)	15
แนวโน้ม	23

ตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

สถานการณ์ทางการตลาด

สถานการณ์ของตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในปี 2564 ค่อนข้างผันผวนไปตามปัจจัยการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยช่วงต้นปีแม้ว่าจะยังมีการแพร่ระบาดแต่ปริมาณการรับวัคซีนเริ่มมีการกระจายให้ประชาชนได้รับประกอบกับภาครัฐไม่ห้ามประชาชนเดินทางและไม่ห้ามออกจากบ้าน ทำให้ผู้บริโภคเกิดการปรับตัวไม่กักตุนสินค้าเช่นเดียวกับปี 2563 ที่มีการซื้อตุนไว้มากเกินไป แต่ครั้งนี้ผู้บริโภคไม่ต้องการนำเงินไปจมกับสินค้าที่อาจยังไม่ได้ใช้ การตุนบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจึงไม่เกิดขึ้น

นอกจากนี้วิกฤติโควิด-19 ในปี 2564 ถือเป็นผลกระทบซ้ำเติมที่กระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคค่อนข้างรุนแรงจึงมีผลให้ภาพรวมของตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปโดยรวมหดตัวในช่วง 2-3 เดือนแรกของปีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 2,700 ล้านบาท หดตัว 7% เมื่อพิจารณาแบ่งย่อยลงไปตามเซกเมนต์ พบว่า แบบถ้วยหรือคัพมีการหดตัวรุนแรง 27% เนื่องจากสินค้านี้มักใช้สำหรับบริโภคที่ใช้ชีวิตนอกบ้านและเป็นสินค้าหลักที่ขายในร้านสะดวกซื้อ เมื่อประชาชนต้องอยู่บ้าน ทำงานที่บ้านมากขึ้น จึงมีผลกระทบค่อนข้างรุนแรง

อย่างไรก็ตามเมื่อเข้าสู่ช่วงไตรมาสที่ 2 รัฐบาลกลับมาใช้ประกาศมาตรการเคอร์ฟิวในบางจังหวัดและสนับสนุนองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนใช้มาตรการ Work from Home ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเริ่มกลับมาซื้อสินค้าที่เหมาะสมกับการใช้ชีวิตในบ้านอย่างบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเพื่อตุนไว้อีกครั้งทำให้ภาพรวมตลาดมีการเติบโตค่อนข้างสูง โดยช่วง 10 เดือนคาดว่าตลาดจะเติบโตได้ที่ 10%

นอกจากนี้สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ยังคงอยู่ ทำให้หน่วยงานเอกชนต่าง ๆ มีการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในปริมาณที่มากเพื่อบริจาคให้กับ

ประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติการแพร่ระบาด รวมถึงสถานการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นหลายพื้นที่ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีปริมาณที่เพิ่มขึ้น

ขณะที่กำลังการผลิตโดยรวมจากหลายโรงงานมีปริมาณลดลง เนื่องจากต้องเข้มงวดในการดูแลความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของพนักงาน ดังนั้นเมื่อความต้องการเพิ่มขึ้นจึงมีผลให้สินค้าในช่องทางค้าปลีกหายไปจุกๆไปบ้าง จากปัจจัยดังกล่าวทำให้ภาพรวมตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปปี 2564 เติบโตค่อนข้างสูง โดยช่วงเดือนมกราคม-ตุลาคมคาดการณ์เติบโตอยู่ที่ 10%

สำหรับความน่ากังวลในตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปอยู่ที่การปรับตัวเพิ่มของต้นทุนการผลิตสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้นมากทั้งในและต่างประเทศ อาทิ ต้นทุนน้ำมันปาล์มปรับราคาขึ้นสู่ระดับ 40 บาทต่อลิตร จากราคาเดิม 18-22 บาทต่อลิตร , แป้งสาลีปรับราคาขึ้นเป็น 400 บาทต่อกระสอบ จากเดิมราคา 200 บาทต่อกระสอบ รวมถึงฟิล์มพลาสติก เป็นต้น แต่ในภาวะที่เศรษฐกิจโดยรวมในประเทศยังซบเซาและกำลังซื้อของผู้บริโภคยังเปราะบางคาดว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีโอกาสปรับราคาขึ้นได้ยาก

นอกจากนี้ภาครัฐกำลังดำเนินการพิจารณากำหนดแนวทางการจัดเก็บภาษีความเค็ม และคาดว่าจะประกาศแนวทางปฏิบัติได้ในช่วงในปี 2565 เพื่อให้ผู้ประกอบการปรับปรุงการผลิต ก่อนจะกำหนดวันเริ่มบังคับใช้ในระยะต่อไป โดยพิจารณาความพร้อมของผู้ประกอบการและผู้บริโภครวมถึงภาวะเศรษฐกิจประกอบด้วย โดยมีเป้าหมายเพื่อลดการบริโภคโซเดียมของคนไทยลง

ซึ่งจากงานวิจัยของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) และสมาคมโรคไตแห่งประเทศไทย พบว่า การบริโภคโซเดียมเฉลี่ยของไทย อยู่ที่ 3,636 มิลลิกรัมต่อวัน เทียบเท่ากับการบริโภคเกลือ 1.8 ช้อนชา ซึ่งสูงกว่าปริมาณที่องค์การอนามัยโลก (WHO) แนะนำในปริมาณไม่เกิน 2,000 มิลลิกรัมต่อวัน ถึงเกือบ 2 เท่า ซึ่งการบริโภคโซเดียมมากเกินไปเกินกว่าเกณฑ์ที่กำหนดอาจเป็นหนึ่งในสาเหตุของโรค