

ICECREAM MASS SEGMENT MARKETING 2564 / 2021

กลยุทธ์การตลาดไอศกรีมตลาดแมส
ปี 2564

LINE >> @MARKETINFO

WWW.MARKETINFO.CO.TH



สารบัญ

	หน้า
สถานการณ์ทางการตลาด (MARKET ANALYSIS)	2
วิเคราะห์ MARKET SUMMARY	
- ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (KEY SUCCESS FACTOR : KSF)	6
- PEST (POLITICAL / ECONOMIC / SOCIAL / TECHNOLOGY)	6
มูลค่าตลาด (MARKET SIZE)	13
ส่วนแบ่งทางการตลาด (MARKET SHARE)	13
ส่วนประสมทางการตลาด	
- ผลิตภัณฑ์ (PRODUCT)	14
- ราคา (PRICE)	17
- ช่องทางการจัดจำหน่าย (PLACE)	23
- การส่งเสริมการตลาด (PROMOTION)	24
แนวโน้ม	34

ไอศกรีมตลาดแมส

สถานการณ์ทางการตลาด

ไอศกรีมเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงมีผู้ประกอบการในตลาดหลายแบรนด์ อาทิ วอลล์ , เนสท์เล่ , กูลิโกะ , ครีโม , แมกโนเลีย ฯลฯ โดยทุกแบรนด์ต่างพัฒนาสินค้าที่หลากหลายครอบคลุมทุกความต้องการของผู้บริโภคทั้งไอศกรีมแท่ง , ไอศกรีมโคน , ไอศกรีมแท่งโฮม และไอศกรีมในรูปแบบของหวานอื่นๆ รวมถึงการแข่งขันในช่องทางจำหน่ายทั้งรถเข็น ตู้แช่ ดิลิเวอรี่ออนไลน์ ที่ต้องเข้าถึงชุมชนและมีผู้บริโภคให้ครอบคลุมที่สุด

การแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาดไอศกรีมนอกจากจะเป็นการแข่งขันกันเองเพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดแล้ว อีกทางหนึ่งยังเป็นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อช่วยกันกระตุ้นให้ตลาดมีการขยายตัวมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ เพราะที่ผ่านมามีตลาดไอศกรีมมีการขยายตัวไม่มากนัก ขณะที่อัตราการบริโภคต่อหัวของคนไทยยังอยู่ในระดับที่ต่ำเมื่อเทียบกับอัตราการบริโภคไอศกรีมของประเทศต่างๆ จึงยังมีโอกาสและช่องว่างที่ผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายเล็กจะขยายตัวได้อีกมาก

ปี 2564 สถานการณ์การแข่งขันในตลาดไอศกรีมระดับแมสเริ่มกระเตื้องขึ้นเมื่อธุรกิจต่างๆ เริ่มกลับมาดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่ต้องกังวลเรื่องมาตรการล็อกดาวน์เช่นปีที่ผ่านมา แม้ว่าธุรกิจบางส่วนยังคงใช้การทำงานในรูปแบบ Work From Home ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการปรับตัวตามวิถีชีวิตแบบ New Normal ก็ตาม

ด้านผู้ประกอบการรายใหญ่ในตลาดพบว่า ต่างหันมาให้ความสำคัญต่อช่องทางบริหารจัดการจำหน่ายแบบออนไลน์มากขึ้น มีการปรับระบบการทำงานให้สอดคล้องกับ

ช่องทางดังกล่าว พร้อมกับการขยายช่องทางออนไลน์ไปในหลายแพลตฟอร์มเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม

รวมถึงการจัดแคมเปญส่งเสริมการขายเฉพาะช่องทางออนไลน์โดยร่วมกับแพลตฟอร์มต่างๆอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อให้แก่ผู้บริโภคทั้งในช่วงเวลาปกติและในช่วงที่ไม่สะดวกในการออกมาซื้อยังร้านค้าทั่วไปหรือช่องทางโมเดิร์นเทรดต่างๆ

รายชื่อผู้ประกอบการรายสำคัญในตลาด	
บริษัท	ตราสินค้า
บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย โฮลดิ้งส์ จำกัด	วอลล์
บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด	เนสท์เล่
บริษัท จอมธนา จำกัด	ครีโม
บริษัท เอฟแอนดเอน ยูไบเต็ด จำกัด	แมกโนเลีย
บริษัท ฟริชแลนด์ โปรดักส์ จำกัด	มาร์ช
บริษัท ฟริชแลนด์ โปรดักส์ จำกัด	บางกอกไอศกรีม
บริษัท สมใจไอศกรีม จำกัด	ลูกเสือ
บริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด	ไอเฟรช
บริษัท กุสสิโกะ โฟรเซน (ประเทศไทย) จำกัด	กุสสิโกะ

ที่มา : บริษัท มาร์เก็ตอินโฟ แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด / WWW.MARKETINFO.CO.TH

ลักษณะผลิตภัณฑ์

1.ไอศกรีมระดับแมส เป็นไอศกรีมที่มีความหลากหลายในรสชาติ รูปแบบ และราคาแบรนด์ที่อยู่ในตลาดนี้เช่น วอลล์ , เนสเล่ , แมกโนเลีย , ครีโม และกุสสิโกะ ฯลฯ เดิมในตลาดนี้มีผู้ทำตลาดหลายราย โดยเฉพาะนักลงทุนท้องถิ่น แต่เมื่อกลุ่มทุน