

ส่วนวิจัยธุรกิจ 1 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ

สิงหาคม 2558

เก็บตกจากต่างแดน

3 เทรนด์การบริโภคอาหารของชาวชิลี ... โอกาสส่งออกสินค้าอาหารไทย



ข้อมูลพื้นฐานสาธารณรัฐชิลี

พื้นที่ : 7.5 แสนตารางกิโลเมตร

จำนวนประชากร : 17 ล้านคน

ภาษา : สเปน

เมืองหลวง : กรุง Santiago

รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี : 13,910 ดอลลาร์สหรัฐ

สินค้าส่งออกสำคัญ : ทองแดง ลิเทียม ไวนี

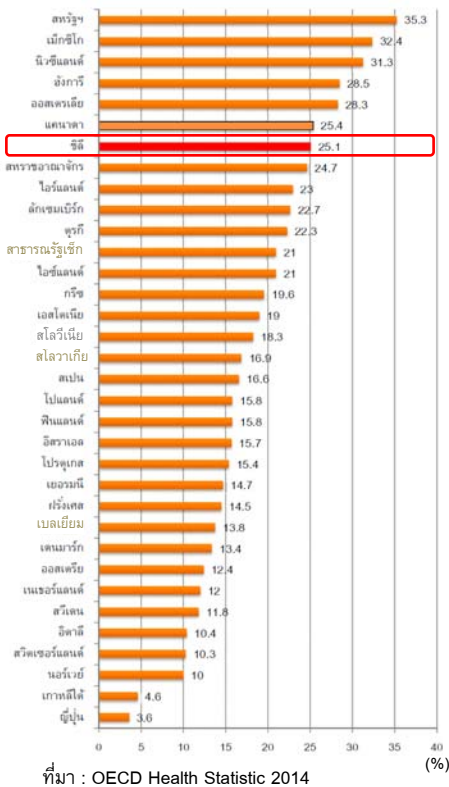
ปลาแชลมอน

ชิลี เป็นประเทศที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคลาตินอเมริกาที่หลายท่านอาจไม่คุ้นนักหากเทียบกับประเทศขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงด้านกีฬาฟุตบอลอย่างบราซิลหรืออาร์เจนตินา แต่ความสำคัญของชิลีไม่เป็นสองรองใครในภูมิภาค ทั้งในฐานะผู้ส่งออกทองแดงอันดับต้นๆ ของโลก และเป็นหนึ่งในไม่กี่ประเทศของโลกที่ผลิตและส่งออกลิเทียม (แร่ที่ใช้เป็นวัตถุดิบผลิตแบตเตอรี่ และนำมาใช้ผลิตยาในวงการเภสัชกรรม) ขณะเดียวกัน ชิลีก็เป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงทางเศรษฐกิจและการค้า เนื่องจากประชากรชิลีมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี (GDP Per Capita) สูงเป็นอันดับ 1 ในลาตินอเมริกา และเป็นประเทศเดียวในลาตินอเมริกาที่เป็นสมาชิกองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) อีกทั้งชิลียังเป็นประเทศที่เน้นเปิดเสรีทางการค้า โดยการทำข้อตกลงทางเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนรวมกว่า 20 ฉบับ ครอบคลุม 60 ประเทศทั่วโลก และล่าสุดความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทยและชิลียังแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น หลังความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-ชิลี มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 4 ตุลาคม 2556 ส่งผลให้ราวร้อยละ 90 ของสินค้าที่ทั้งสองประเทศค้าขายกันได้รับยกเว้นภาษีศุลกากร ขณะที่สินค้าอีกร้อยละ 10 จะทยอยลดอัตราภาษีลง ซึ่งจะมีส่วนช่วยกระตุ้นการส่งออกของไทย โดยเฉพาะอาหารซึ่งไทยมีศักยภาพสูงในการขยายตลาดในชิลี

“เก็บตกจากต่างแดน” ฉบับนี้ ขอนำผู้ประกอบการที่สนใจส่งออกสินค้าอาหารไปชิลี มาทำความรู้จักกับ 3 เทรนด์การบริโภคอาหารของชาวชิลี เพื่อใช้ประกอบการทำตลาดสินค้าไทย ดังนี้

กระแสตื่นตัวใส่ใจรักษาสุขภาพกำลังมาแรง ... โอกาสส่งออกอาหารเพื่อสุขภาพ

สัดส่วนประชากรในกลุ่ม OECD อายุ 15 ปีขึ้นไปที่เป็นโรคอ้วน



ชาวชิลีที่อาศัยในเมืองเศรษฐกิจสำคัญมีพฤติกรรมการบริโภคคล้ายคลึงกับผู้ที่อาศัยในเมืองใหญ่อื่นๆ ของโลกที่ต้องปรับรูปแบบการบริโภคให้เข้ากับวิถีการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงานที่นิยมรับประทานอาหาร Fast Food เพราะสามารถหาซื้อได้ง่ายและใช้เวลารับประทานน้อย ซึ่งอาหารประเภทดังกล่าวมักมีแป้ง น้ำตาล และไขมันเป็นส่วนประกอบสูง เมื่อประกอบกับการขาดการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอและเหมาะสม อาจทำให้เกิดโรคต่างๆ ตามมา โดยเฉพาะโรคอ้วน ล่าสุด OECD เปิดเผยในรายงาน OBESITY Update June 2014 ว่าชิลีมีประชากรที่มีอายุมากกว่า 15 ปีขึ้นไปเป็นโรคอ้วน สูงเป็นอันดับ 7 จากจำนวนสมาชิกของ OECD ทั้งหมด 34 ประเทศ รองจากสหรัฐฯ เม็กซิโก นิวซีแลนด์ อังกฤษ ออสเตรเลีย และแคนาดา ภาวะดังกล่าวทำให้ชาวชิลีหันมาตื่นตัวและใส่ใจดูแลสุขภาพกันมากขึ้น สังเกตได้จากยอดขายอาหารเพื่อสุขภาพในประเทศชิลีปี 2556 มีมูลค่าสูงถึง 3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือราวร้อยละ 19 ของยอดขายผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด ในจำนวนนี้อาหารอินทรีย์ (Organic Food) มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด จากมูลค่า 2 แสนดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2546 เพิ่มขึ้นเป็น 53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2556 หรือขยายตัวเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 75 ต่อปี (CAGR) อย่างไรก็ตาม ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพในชิลียังมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ดังนั้น อาหารเพื่อสุขภาพที่จะส่งออกไปยังชิลีควรเป็นอาหารที่มีคุณภาพสูง แปลกใหม่ และแตกต่างจากสินค้าอาหารที่วางจำหน่ายทั่วไป ตัวอย่างสินค้าอาหารไทยที่มีโอกาสส่งออกไปจำหน่ายยังชิลี อาทิ **ชาสมุนไพรประเภทต่างๆ** เช่น ชาดอกคำฝอยที่มีสรรพคุณช่วยลดไขมันในเส้นเลือด และเป็นยาเบาหวานอ่อนๆ ชาใบเตยที่มีกลิ่นหอมและมีส่วนช่วยบำรุงหัวใจ **ผลไม้อบแห้ง** และ**ธัญพืชขัดแต่ง** ที่มักรับประทานเป็นอาหารว่าง

ชาวชิลีนิยมบริโภคอาหารนอกบ้าน ... อาหารไทยเริ่มเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมมากขึ้น

บรรยากาศร้านอาหารไทยในชิลี

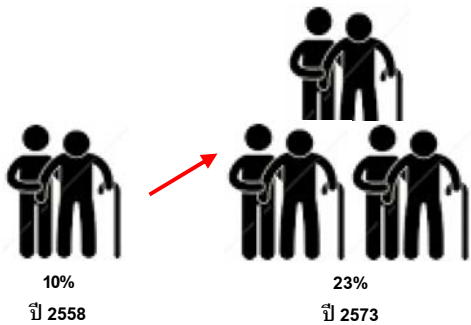


ที่มา : <http://teatro-nescafe-delasartes.cl>

ชาวชิลีนิยมนัดพบปะสังสรรค์กับเพื่อนสนิทหรือคู่เจรจาธุรกิจที่ภัตตาคารหรือร้านอาหารนอกบ้าน โดยเฉพาะมื้อกลางวันซึ่งเป็นมื้อสำคัญของชาวชิลี ทั้งนี้ Restaurant Industry Review ประเมินตลาดร้านอาหารนอกบ้านในชิลี มีมูลค่าราว 2.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือสูงเป็นอันดับ 6 ของทวีปอเมริกา ทั้งนี้ แม้ว่าร้านอาหารต่างชาติที่ได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวชิลี คือร้านอาหารบราซิล เปรู และเวียดนาม อย่างไรก็ตาม อาหารไทยเริ่มเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เพราะชาวชิลีเห็นว่าอาหารไทยมีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งเริ่มมีร้านอาหารไทยทยอยเปิดในกรุง Santiago (เมืองหลวงของชิลี) มากขึ้น โดยรายการอาหารไทยที่นิยมนำเสนอ อาทิ ผัดไทย แกงเขียวหวาน และต้มยำไก่

ตัวอย่างสินค้าอาหารไทยที่มีโอกาสส่งออกไปชิลี อาทิ **ข้าวหอมมะลิ เครื่องปรุงสำหรับอาหารไทย** เช่น ซอสปรุงรส ผงปรุงรส **อาหารทะเลกระป๋อง** เช่น ปลาทูน่ากระป๋อง ปลาซาร์ดีนกระป๋อง **ผักและผลไม้กระป๋อง** เช่น ข้าวโพดอ่อน บรอกโคลีกระป๋อง สับปะรดกระป๋อง ทั้งนี้ อาหารไทยที่จะส่งออกไปชิลีควรปรับให้มีรสชาติไม่จัดจนเกินไป เนื่องจากชาวชิลีไม่นิยมบริโภคอาหารรสจัด และบางกลุ่มยังมีความเชื่อว่าอาหารรสจัดเป็นอาหารของชนชั้นล่าง

สัดส่วนผู้สูงอายุชิลี



ที่มา : The Oxford Institute of Population Aging และ CIA
ภาพประกอบจาก <http://previews.123rf.com>

อาหารสำหรับผู้สูงอายุ ... อีกหนึ่งตลาดศักยภาพที่ไม่ควรมองข้าม
ปัจจุบันชิลีกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ล่าสุด The Oxford Institute of Population Aging คาดว่าภายในปี 2573 ชิลีจะมีประชากรที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป สูงเป็นอันดับ 1 ของลาตินอเมริกา หรือราวร้อยละ 23 ของจำนวนประชากรทั้งหมด จากปัจจุบันอยู่ที่ราวร้อยละ 10 ซึ่งอายุที่มากขึ้นมักมาพร้อมกับโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ ทั้งโรคหัวใจ เบาหวาน และความดันโลหิต ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้ต้องการอาหารที่มีส่วนช่วยบำรุงรักษาสุขภาพ ทั้งนี้ ผลกระทบที่อาหารสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ควรอย่างง่าย มีขั้นตอนการปรุงไม่ซับซ้อนเพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถปรุงเองได้ และมีปริมาณการบริโภคต่อครั้งไม่มากนัก และควรให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์อาหาร โดยควรพิมพ์ด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่เพื่อให้ผู้สูงอายุที่มักมีปัญหาด้านสายตาสามารถมองเห็นได้ชัดเจน

ตัวอย่างสินค้าอาหารไทยที่มีโอกาสส่งออกไปชิลี อาทิ **อาหารเสริมสุขภาพ** เช่น อาหารที่ช่วยควบคุมระดับน้ำตาลหรือลดระดับไขมัน **น้ำผักและน้ำผลไม้**

เกร็ดน่ารู้ : สินค้าที่จะส่งไปจำหน่ายยังชิลีควรบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติหรือสามารถนำกลับไปใช้ใหม่ เนื่องจากชาวชิลีใส่ใจต่อกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมค่อนข้างสูง เพราะได้รับการปลูกฝังจิตสำนึกรักษาสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ระดับเยาวชน ดังนั้น ผู้ประกอบการที่สนใจส่งออกสินค้าไปชิลี ควรตระหนักถึงประเด็นดังกล่าว ซึ่งอาจมีส่วนช่วยสร้างความแตกต่างและกระตุ้นยอดขายให้กับสินค้าได้อีกทางหนึ่ง

ทั้งนี้ ผู้ส่งออกพึงตระหนักว่าการทำการค้ากับชิลียังมีข้อจำกัดบางประการ โดยเฉพาะ **อุปสรรคด้านภาษา** เนื่องจากชาวชิลีใช้ภาษาสเปนในการเจรจาธุรกิจ ผู้ส่งออกไทยจึงควรหาล่ามในการเจรจาติดต่อธุรกิจกับชาวชิลีเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดจากความเข้าใจไม่ตรงกัน นอกจากนี้ ผู้ส่งออกควรเตรียมตัวให้พร้อมทั้ง **ต้นทุนการส่งออกสินค้าที่ค่อนข้างสูงและการขนส่งสินค้าที่ใช้เวลานาน** เพราะระยะทางที่ห่างไกลกัน ดังนั้น ผู้ส่งออกควรเรียนรู้วิธีการบรรจุหีบห่อและการควบคุมอุณหภูมิที่เหมาะสมระหว่างการเดินทาง

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด