

ห้าง Waitrose มุ่งพัฒนาสวัสดิภาพสัตว์



วิกฤติเศรษฐกิจในสหราชอาณาจักรได้ส่งผลกระทบต่อยอดขายของห้าง Waitrose โดยในช่วง 1 เมษายน 2565 ถึง 31 มีนาคม 2566 ห้าง Waitrose มียอดขายลดลงร้อยละ 3 และส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 5 เป็นร้อยละ 4.7 เนื่องจากผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าราคาถูกลงมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ห้าง Waitrose เห็นว่าขณะนี้อัตราเงินเฟ้อเริ่มลดลงและวิกฤตค่าครองชีพเริ่มคลี่คลาย ผู้บริโภคได้หันมาเลือกซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงประเด็นอื่นที่นอกเหนือจากราคา เช่น มาตรฐานแหล่งที่มาของสินค้า และ ความยั่งยืน

ห้าง Waitrose มีนโยบายที่จะสร้างความแตกต่างจากห้างคู่แข่งอื่นๆ ในการเป็นผู้นำในด้านสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) และมีมาตรฐานด้านสวัสดิภาพสัตว์ที่ดีที่สุดในโลก โดยห้าง Waitrose ได้เปิดตัวแคมเปญ ‘no compromise’ ต่อสวัสดิภาพสัตว์ เมื่อเดือนกรกฎาคม 2566 ที่ผ่านมา เพื่อเน้นย้ำความมุ่งมั่นในการรักษามาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ ในขณะที่ห้างค้าปลีกรายอื่นผ่อนปรนกับมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์เพื่อให้ได้สินค้าราคาถูก ทั้งนี้ Waitrose ยังมีแคมเปญ ‘Food To Feel Good About’ โดยแคมเปญดังกล่าวเน้นให้เห็นถึงห้างฯ ให้ความสำคัญกับสวัสดิการสัตว์แม้แต่ในส่วนผสมสินค้า Own-brand ของห้างฯ โดยแคมเปญดังกล่าวได้มีการเผยแพร่ทางโทรทัศน์ และในห้าง Waitrose จำนวน 300 สาขา ตลอดจนเปิดตัว Instagram ภายใต้อาณาเขต (Waitrose and Partners Farmers) สำหรับเกษตรกรที่ทำงานร่วมกับ Waitrose ใช้เผยแพร่เนื้อหาการทำงานในฟาร์มในแต่ละวัน (real-life content) เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสนใจภาคการเกษตรและห่วงโซ่อุปทานมากขึ้น

นอกจากนี้ห้าง Waitrose ยังทำงานร่วมกับห้าง John Lewis ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ ในการช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งห่วงโซ่อุปทานโดยการนำชิ้นส่วนที่เหลือจากสัตว์มาผลิตเป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายในห้าง John Lewis ได้แก่ การนำขนแกะที่เหลือจากการนำเนื้อแกะจำหน่าย นำไปผลิตเป็นพรมนวม และ การนำหนังวัวจากฟาร์มที่มีมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์สูงของห้าง Waitrose มาผลิตเป็นโซฟา และเก้าอี้ในแบรนด์ของห้าง John Lewis อีกด้วย

 นโยบายภาครัฐ

 เศรษฐกิจการลงทุน

 แนวโน้มการตลาด

 รายงานสินค้าและบริการ

 อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

สำนักงานส่งเสริมการค้าใน

ต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน

11 Hertford Street, Mayfair,
London W1J 7RN

Phone : +44 207 4935749

e-Mail :

info@thaitradelondon.com

นักวิเคราะห์การตลาดเห็นว่าห้าง Waitrose เป็นผู้นำด้านสวัสดิภาพสัตว์ โดยกลุ่มลูกค้าของห้างฯ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุและมีรายได้สูง ซึ่งได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจไม่มาก ดังนั้นกลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้จึงสามารถให้ความสำคัญกับประเด็นสวัสดิภาพสัตว์ ความยั่งยืน ตลอดจนแหล่งที่มาของสินค้าได้ ซึ่งหากวิกฤติค่าครองชีพคลี่คลายลง ผู้บริโภคโดยทั่วไปจะให้ความสำคัญกับประเด็นเหล่านี้มากขึ้น ซึ่งหากห้าง Waitrose สามารถรักษามาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ที่สูงไว้ได้ อาจจะช่วยให้อายุการใช้งานของลูกค้าเพิ่มขึ้น

ที่มา: Grocery Gazette

ข้อมูลเพิ่มเติม/ ความเห็น สคต.

สคต. เห็นว่า สหราชอาณาจักรเป็นประเทศที่ให้ความสนใจต่อประเด็นสวัสดิภาพสัตว์และสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก โดยห้างซูเปอร์มาร์เก็ตในสหราชอาณาจักรต่างมีนโยบายด้านสวัสดิภาพสัตว์และสิ่งแวดล้อม ซึ่งห้าง Waitrose ถือได้ว่ามีมาตรฐานด้านสวัสดิภาพสัตว์สูงสุดในกลุ่มห้างซูเปอร์มาร์เก็ตในสหราชอาณาจักร ทั้งนี้กลุ่มลูกค้าของห้างยังให้ความสำคัญกับประเด็นจริยธรรม (Ethics) เป็นอย่างมาก ซึ่งการที่ห้างซูเปอร์มาร์เก็ตมีมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ที่สูงนอกจากจะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทแล้ว ยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าจากห้างฯ มากขึ้น

สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการขยายตลาดในกลุ่มห้างซูเปอร์มาร์เก็ตในสหราชอาณาจักรควรพิจารณาสมัครรับมาตรฐาน BRC (เป็นมาตรฐานที่จัดทำขึ้นมาโดยสมาคมผู้ประกอบการค้าปลีก The British Retail Consortium) ซึ่งเป็นมาตรฐานเบื้องต้นที่ห้างค้าปลีกในสหราชอาณาจักรให้การยอมรับ รวมทั้ง ศึกษามาตรฐานด้านสวัสดิภาพสัตว์และสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วย เนื่องจากเป็นประเด็นที่ห้างซูเปอร์มาร์เก็ตในสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญ

สรุปโดย สคต. ลอนดอน