

## ความนิยมอาหารประเภทข้าวและเส้นในช่วง COVID - 19



ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ผ่านมารัฐบาลสหราชอาณาจักรได้มีมาตรการ Lockdown เป็นระยะเพื่อลดการแพร่ระบาด ส่งผลให้ผู้คนต้องอยู่บ้านและเริ่มกักตุนอาหาร โดยเฉพาะสินค้าประเภทข้าว และ เส้น (rice and noodles) เนื่องจากเป็นอาหารหลัก (Staple foods) ที่มีคุณค่าทางอาหารสูงและสามารถเก็บรักษา ได้นานซึ่งเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นในช่วงการ Lockdown ที่จะสามารถออกไปเลือกซื้ออาหารได้เมื่อจำเป็นเท่านั้น

จากการวิเคราะห์ของบริษัทที่ปรึกษาด้านการตลาด Kantar พบว่าอาหารประเภทข้าว และเส้น (rice and noodles) ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในช่วง 3 เดือนแรกของการ Lockdown อย่างไรก็ตาม ในช่วง ปีที่ผ่านมาภาพรวมมูลค่าการขายข้าว ลดลง 0.1% โดยได้รับปัจจัยจากราคาสินค้าข้าวในสหราชอาณาจักรเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากความกังวลต่อสถานการณ์ Brexit มาตรการ sanctions ต่อเมียนมาร์ สถานการณ์การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ การขาดแคลนพนักงานขับรถในสหราชอาณาจักร และราคาค่าขนส่งที่สูงขึ้น รวมถึงรูปแบบการเลือกซื้อของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผู้บริโภคหันมานิยมเลือกซื้อข้าวถุงใหญ่ (Bulk plain rice) มีมูลค่าเพิ่มขึ้นถึง 18.4% (มูลค่าเพิ่มขึ้น 5.2 ล้านปอนด์) ในขณะที่ข้าวถุงเล็ก (Pouch rice) มีมูลค่าลดลง -9.6% (มูลค่าลดลง 22.4 ล้านปอนด์) ข้าวปรุงรส (Chilled savoury rice) มูลค่าลดลง -15.7% (มูลค่าลดลง 4.2 ล้านปอนด์) โดยข้าวถุงใหญ่มีส่วนแบ่งตลาดเพียง 11.2% ซึ่งนักวิเคราะห์เห็นว่าการเพิ่มขึ้นของข้าวถุงใหญ่อาจเป็นผลมาจากการค้าออนไลน์ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ในขณะที่การแข่งขันตลาดของข้าวในสหราชอาณาจักรกลับขึ้นอยู่กับข้าวถุงเล็กที่ร้านค้าปลีกต่างใช้กลยุทธ์ในการลดราคาสินค้าเพื่อแข่งขันในตลาด แต่กลับกลายเป็นว่าข้าวถุงเล็กก็หือต่างๆ กลับมียอดขายลดลง อาทิ Uncle Ben มูลค่าในเดือนมิถุนายนลดลง 17.3% (27.3 ล้านปอนด์) Tilda มูลค่าในเดือนมิถุนายนลดลง 10.1% (8.6 ล้านปอนด์) เป็นต้น

ในทางกลับกันยอดขายของสินค้าประเภทเส้น (Noodles) กลับมียอดขายเพิ่มสูงขึ้นถึง 18.3 ล้านปอนด์ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากความนิยมอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากอาหารประเภทเส้นสามารถใช้ส่วนผสมที่หลากหลาย และสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีรสชาติและสะดวกต่อการบริโภคได้มากกว่าสินค้าประเภทข้าว โดยจะเห็นได้ว่าอาหารประเภทเส้นปรุงรส (Savoury noodles) มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น 12.3% (มูลค่าเพิ่มขึ้น 9.9 ล้านปอนด์) เส้นสด (Fresh noodles) มีมูลค่าสูงขึ้น 14.2% (มูลค่าเพิ่มสูงขึ้น 5.1 ล้านปอนด์) และเส้น มูลค่าสูงขึ้น 6% (มูลค่าเพิ่มสูงขึ้น 3.3 ล้านปอนด์) ทั้งนี้ ผู้ผลิตสินค้าอาหารจากเส้นหลายแบรนด์ได้มีการปรับปรุงรสชาติของเมนูเส้น

- นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

ให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น เส้นรสชาโคล บีทรูท ผักโขม และเส้นประเภท Plant-based (ไม่มีส่วนผสมของไข่) เป็นต้น ซึ่งจากการสำรวจพบว่า 52% ของผู้บริโภคในสหราชอาณาจักรเริ่มมีความสนใจในรสชาติที่แปลกไปจากเดิมมากขึ้นหลังจากการแพร่ระบาดของ COVID - 19 จึงมีการเลือกซื้อสินค้าประเภทเส้นที่มีรสชาติหลากหลายมากขึ้นไปด้วย

ที่มา: The Grocer

### ข้อมูลเพิ่มเติม/ ความเห็น สคต.

ในช่วง COVID – 19 ที่ผ่านมามีผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคในสหราชอาณาจักรเปลี่ยนไป เนื่องจากต้องปรับตัวในช่วง Lockdown ที่ส่งผลให้มีการกักตุนอาหาร มีการเลือกซื้ออาหารที่บรรจุขนาดใหญ่ขึ้น และถึงแม้ผู้บริโภคจะมีความอ่อนไหวต่อราคา แต่การลดราคาสินค้าบรรจุภัณฑ์เล็กไม่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ ส่งผลให้มียอดขายลดลงอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ความนิยมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าได้เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากผู้บริโภคต้องการหาประสบการณ์ใหม่ในการบริโภคที่สามารถปรุงได้เองง่ายที่บ้าน และสามารถสร้างประสบการณ์ในการรับประทานอาหารที่ใกล้เคียงกับการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านได้ ดังนั้น ผู้ส่งออกไทยอาจใช้โอกาสนี้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือเมนูเส้นที่มีรสชาติหลากหลาย และเลือกใช้ส่วนผสมที่มีคุณภาพ หรือคุณสมบัติที่เป็นที่นิยมของตลาด เพื่อนำเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้แก่ผู้บริโภค

---

สรุปโดย สคต. ลอนดอน