

ภาวะเศรษฐกิจและพฤติกรรมผู้บริโภคชาวสหราชอาณาจักร



ผลจากอัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลานานส่งผลให้ราคาสินค้าในสหราชอาณาจักรเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยล่าสุดบริษัทที่ปรึกษาด้านการตลาด Kantar ให้ข้อมูลว่าในช่วงเดือนที่ผ่านมาอัตราค่าอาหารและเครื่องใช้เพื่อ (Grocery inflation) สูงถึง 17.3% ถึงแม้ว่าจะลดลงจาก 17.5% ในเดือนที่แล้วก็ตาม แต่ราคาสินค้าอาหาร เช่น ไข่ไก่ นม และชีส เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย Office of National Statistic (ONS) รายงานว่าราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์เพิ่มสูงขึ้น 19.1% ในช่วงเดือนมีนาคมที่ผ่านมา ทั้งนี้ British Retail Consortium (BRC) คาดว่าราคาสินค้าอาหารและเครื่องใช้จะเริ่มลดลงในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้าสอดคล้องกับที่ Bank of England ได้คาดการณ์ไว้ว่าอัตราเงินเฟ้อจะลดลงต่ำกว่า 4% ในช่วงสิ้นปีนี้

อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผ่านมาสหราชอาณาจักรประสบปัญหาการขาดแคลนอาหาร เช่น ผักสลัด ไข่ไก่ มะเขือเทศ และพริกหยวก อยู่เป็นระยะ ซึ่งเป็นผลกระทบจากสภาพอากาศที่ยังคงหนาวเย็นในยุโรปส่งผลให้สินค้าอาหารสดที่มีการนำเข้าจากสหภาพยุโรปได้รับผลกระทบ ห้างค้าปลีกหลายแห่งจึงต้องมีการปันส่วนสินค้าที่ขาดแคลน โดยคาดการณ์ว่าจะสถานการณ์ขาดแคลนจะเริ่มดีขึ้นเมื่อสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ภายในประเทศเมื่ออากาศอบอุ่นขึ้น ซึ่งผลผลิตในสหราชอาณาจักรในปีนี้อาจเก็บเกี่ยวได้ล่าช้าเนื่องจากเกษตรกรอาจเลื่อนเวลาในการปลูกและเก็บเกี่ยวไปเป็นช่วงหลังฤดูใบไม้ผลิเพื่อประหยัดต้นทุนค่าพลังงาน ค่าปุ๋ย และต้นทุนอื่นๆ ที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก ในขณะที่มีข้อสังเกตว่าการออกจากสหภาพยุโรปส่งผลให้ผู้ผลิตในสหภาพยุโรปไม่ให้ความสำคัญกับตลาดสหราชอาณาจักรเนื่องจากเอกสารและการขนส่งที่ซับซ้อนมากขึ้น

ทั้งนี้ ผู้บริโภคได้ปรับตัวโดยการเลือกซื้อสินค้า Own-label เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้น ส่งผลให้มียอดขายเพิ่มขึ้นถึง 13.5% และมีสินค้า Own-label วางจำหน่ายเพิ่มขึ้นถึง 46% ในขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มี

- 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

แนวโน้มที่จะแวะเวียนไปยังร้านค้ามากขึ้นเฉลี่ย 3 ครั้งต่อเดือนเพื่อเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าที่เสนอราคาต่ำที่สุด ส่งผลให้ร้านค้าสินค้าราคาต่ำได้รับประโยชน์ โดยในรอบที่ผ่านมาห้าง Aldi มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มสูงขึ้นเป็น 10.1% ขึ้นเป็นห้างค้าปลีกที่มีส่วนแบ่งตลาดลำดับที่ 4 แทนห้าง Morrisons และ ห้าง Lidl มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มสูงขึ้น 7.6% แม้เศรษฐกิจจะยังมีความท้าทาย แต่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคกำลังเพิ่มขึ้น ในขณะที่พิธีราชาภิเษกของสมเด็จพระเจ้าชาร์ลส์ที่ 3 แห่งสหราชอาณาจักรในเดือนพฤษภาคมนี้มีแนวโน้มที่จะกระตุ้นการค้าปลีก

ที่มา: The Grocer/ The Guardian / Reuters

ข้อมูลเพิ่มเติม/ความเห็น สคต.

สถานการณ์เศรษฐกิจของสหราชอาณาจักรจะยังคงส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศตลอดปีนี้ ทั้งในเรื่องการประหยัดค่าใช้จ่าย และการลดกิจกรรมที่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายลง ทั้งนี้ ผู้เชี่ยวชาญจาก Kantar ส่งสัญญาณว่า หากอัตราอาหารและเครื่องใช้เพื่อลดลงในระยะนี้ อาจเป็นผลมาจากอัตราฐานก่อนหน้าที่สูงขึ้น ซึ่งจะไม่สามารถชี้ชัดได้ว่าราคาอาหารและเครื่องใช้ลดลงจริงในอนาคต อย่างไรก็ตาม อัตราการเติบโตของห้าง Lidl ซึ่งเป็นห้างขายสินค้าราคาถูกที่มียอดขายเพิ่มขึ้นถึง 25.1% และ Aldi มียอดขายเพิ่มขึ้น 25% เป็นสัญญาณที่ชี้ให้เห็นว่า ผู้บริโภคยังคงมีความต้องการในการบริโภคเช่นเดิมแต่มีการเปลี่ยนพฤติกรรมไปเลือกซื้อสินค้าที่คุณภาพใกล้เคียงและมีราคาถูกกว่า ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยที่เห็นว่าสามารถแข่งขันทางด้านราคาและคุณภาพในตลาดได้จะยังคงมีโอกาสในการบุกตลาดสหราชอาณาจักร

สรุปโดย สคต. ลอนดอน