

ยอดขายเนื้อสัตว์และไก่อร์แกนิกในสหราชอาณาจักร เผชิญความเสี่ยงหากรายได้ครัวเรือนหดตัวลง



ข้อเท็จจริงข่าว จากรายงานของห้างซูเปอร์มาร์เก็ต Tesco พบว่า ยอดขายเนื้อสัตว์และไก่อร์แกนิก ในปี 2016 ขยายตัวสูงขึ้นร้อยละ 13 โดยเฉพาะเนื้อไก่ เนื้อแกะ และเนื้อวัว โดยการขยายตัวของสินค้าดังกล่าว เป็นผลจากการที่ Tesco มีการจำหน่ายสินค้าอาหารอร์แกนิกที่มีความหลากหลายในราคาที่เหมาะสม ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคชาวสหราชอาณาจักร กอปรกับการมีข้อเสนอส่งเสริมการขายในราคาพิเศษต่างๆ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค

นอกจากนี้ รายได้ครัวเรือนที่เพิ่มขึ้นเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่มีผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของยอดขายสินค้าดังกล่าว อย่างไรก็ตาม เนื้อสัตว์และไก่อร์แกนิกยังมีราคาที่สูงกว่าเนื้อสัตว์ที่มีไซเบอร์แกนิก แม้ว่าความแตกต่างด้านราคาจะลดลงไปอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนหน้านี้ โดยรายได้ครัวเรือนในช่วงปี 2015-16 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีความสามารถในการจับจ่ายสินค้ามากขึ้น โดยร้อยละ 24 ของผู้ซื้อสินค้าไก่ เห็นว่าหากมีรายได้เพิ่มเติม ก็จะเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิกสำหรับการทำอาหารที่บ้าน

อย่างไรก็ตาม ยอดขายสินค้าออร์แกนิกขึ้นอยู่กับทิศทางของเศรษฐกิจสหราชอาณาจักรในอนาคต ซึ่งมีผลต่อรายได้ครัวเรือน โดยผลของการลงประชามติออกจาก EU ของสหราชอาณาจักร ซึ่งทำให้ค่าเงินปอนด์อ่อนค่าลงนั้น ส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อสูงขึ้น โดยร้อยละ 60 ของผู้ซื้อเนื้อสัตว์ จะจับจ่ายเนื้อสัตว์ลดลงเมื่อเผชิญกับภาวะการเงินที่จำกัด ทั้งนี้ แรงกดดันจากอัตราเงินเฟ้อส่งผลต่อราคาขายปลีกเนื้อสัตว์และไก่ โดยเฉพาะเนื้อหมูจะได้รับ

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

ผลกระทบมากที่สุด เนื่องจากการนำเข้าจากต่างประเทศสูง ซึ่งเนื้อสัตว์ออร์แกนิกมีราคาที่สูงอยู่แล้ว จึงส่งผลให้ยอดขายลดลง ดังนั้น เพื่อรักษายอดขายให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง ร้านค้าปลีกควรเน้นย้ำถึงความสำคัญของสินค้าออร์แกนิกที่ทำให้มีความแตกต่างจากสินค้าอื่นๆ โดยเฉพาะความคุ้มค่าในการซื้อสินค้าดังกล่าว เช่น จะต้องมีการรับรองสินค้าออร์แกนิก ซึ่งต้องผ่านเกณฑ์การรับรองมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ (animal welfare) นอกจากนี้ ใบรับรองออร์แกนิกยังกำหนดให้ผู้เลี้ยงสัตว์ให้ยา antibiotic โดยมีเงื่อนไขในกรณีเจ็บป่วยและต้องได้รับการจ่ายยาจากสัตวแพทย์ที่มีคุณสมบัติเท่านั้น

ข้อคิดเห็นของ สคต. จากรายงานของ Tesco สะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริโภคสหราชอาณาจักรหันมานิยมบริโภคเนื้อสัตว์และไก่ออร์แกนิกมากขึ้น โดยเนื้อสัตว์และไก่ออร์แกนิก ในปี 2016 มียอดขายขยายตัวสูงขึ้น ซึ่งปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิกของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ข้อเสนอการส่งเสริมการขายสินค้าที่พิเศษ รวมถึงการขยายตัวเพิ่มขึ้นของรายได้ครัวเรือน อย่างไรก็ตาม ผลของ Brexit ทำให้เกิดสถานะความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้ค่าเงินปอนด์อ่อนค่าลง และอัตราเงินเฟ้อสูงขึ้น ทำให้เกิดความเสียหายต่อยอดขายของสินค้าออร์แกนิก ดังนั้น การสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ของสินค้าออร์แกนิก และชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างจากสินค้าที่มีใช้ออร์แกนิก จะมีส่วนช่วยในการกระตุ้นยอดขายสินค้าเนื้อสัตว์และไก่ในสหราชอาณาจักรได้เป็นอย่างมาก

นอกจากนี้ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Natural & Organic Products Europe ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าออร์แกนิกและผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่ใหญ่ที่สุดในสหราชอาณาจักรและมีชื่อเสียงในยุโรป เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้ประกอบการไทยจะสามารถศึกษาตลาดและแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสหราชอาณาจักร รวมทั้งแสวงหาและสร้างเครือข่ายคู่ค้าทางธุรกิจ
