

ตลาดสินค้าอาหารช่วงการถือศีลอด



ตามข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (the Office for National Statistics) ในปี 2564 สหราชอาณาจักรมีจำนวนประชากรมุสลิมประมาณ 4 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ของจำนวนประชากรทั้งหมดในสหราชอาณาจักร โดยในช่วงเดือนรอมฎอน (Ramadan) ระหว่างวันที่ 11 มีนาคม – 9 เมษายน 2567 ที่ผ่านมา ห้างซูเปอร์มาร์เก็ตในสหราชอาณาจักรต่างมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ ตลอดจนส่วนลดเพื่อเพิ่มยอดขายและโอกาสทางการค้าในช่วงเทศกาลสำคัญดังกล่าว

สื่อ The Grocer ได้มีการรวบรวมเทรนด์และประเด็นสำคัญของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารในช่วงรอมฎอน จากฝ่ายจัดซื้อของห้าง Tesco และ Morrisons ดังนี้

1. ชาวมุสลิมรุ่นใหม่ยังคงต้องการแบรนด์และผลิตภัณฑ์สินค้าที่คุ้นเคย อย่างไรก็ตามผู้บริโภคกลุ่มนี้ยังมีความสนใจในสินค้าอาหารที่สะดวกและง่ายต่อการรับประทาน รวมถึงอาหารที่มีรสชาติใหม่ๆ ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังคงคำนึงถึงความคุ้มค่าเป็นสำคัญ
2. สินค้าขายดีในช่วงรอมฎอน - ในขณะที่ครอบครัวและชุมชนมารวมตัวกันทุกเย็นเพื่อละศีลอด สินค้าอาหารหลัก เช่น ข้าว น้ำมัน และแป้ง มียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เช่นเดียวกับอินทผาลัม อาหารฮาลาลพร้อมปรุง เนื้อฮาลาลบรรจุกล่อง เครื่องดื่มโยเกิร์ต และขนมหวาน ก็มียอดขายเพิ่มขึ้นมากเช่นกันตลอดช่วงรอมฎอน
3. เครื่องดื่มที่มียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว คือ น้ำผลไม้บรรจุกล่อง โดยเฉพาะแบรนด์ Rubicon เนื่องจากปีนี้อากาศอบอุ่นขึ้น

 นโยบายภาครัฐ

 เศรษฐกิจการลงทุน

 แนวโน้มการตลาด

 รายงานสินค้าและบริการ

 อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

ต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน
11 Hertford Street, Mayfair,
London W1J 7RN

Phone : +44 207 4935749
e-Mail :
info@thaitradelondon.com

4. ความต้องการสินค้าที่เป็นของขวัญเพิ่มขึ้นเช่นกัน เช่น คอลเลกชันอินทผลัมพรีเมียม ขนมหวาน และช็อคโกแลต

5. ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับค่านิยมมากที่สุดของห้างเทสโก้ในเดือนธันวาคม คือ ผลิตภัณฑ์ฮาลาลแช่แข็ง ขาแกะฮาลาล

ที่มา: The Grocer

ข้อมูลเพิ่มเติม/ความเห็น สศต. สศต. เห็นว่าสหราชอาณาจักร เป็นตลาดที่มีศักยภาพในการขยายการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาล เนื่องจากสหราชอาณาจักรมีประชากรชาวมุสลิมจำนวนมาก โดยสินค้าที่มีศักยภาพแบ่งออกเป็น 1. กลุ่มสินค้าอาหารหลัก เช่น ข้าว แป้งเมล็ดธัญพืชต่างๆ และ 2. กลุ่มสินค้าอาหารฮาลาลพร้อมปรุง ตลอดจน ขนมหวาน และเครื่องดื่ม อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังคงคำนึงถึงความคุ้มค่าเป็นสำคัญในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งการจัดกิจกรรมโปรโมชั่นลดราคาสินค้า หรือ การทำสินค้าปริมาณพิเศษ (value pack) จะเป็นการดึงดูดผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

สรุปโดย สศต. ลอนดอน