

# รายงานข่าวเด่นประจำสัปดาห์

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร



## ผลกระทบของไวรัส COVID-19 ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศอิหร่าน



การระบาดของโรคโควิด-19 ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงไปทั่วโลก ทั้งทางโครงสร้างสังคม เศรษฐกิจและสภาพจิตใจของผู้บริโภค เป็นผลให้พฤติกรรมการใช้จ่ายตลอดจนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ซึ่งเหตุการณ์ข้างต้นยังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการช้อปปิ้งต่าง ๆ ของประเทศ ทั้งในแง่ของเศรษฐกิจและรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน

การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในอิหร่านส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สินค้าบางรายการถูกลบออกจากตระกร้าสินค้าผู้บริโภคประจำครอบครัว ใน

ขณะเดียวกันมีสินค้ากลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการทำความสะอาด เช่น ผงซักฟอก เจลล้างมือ หน้ากากอนามัย กระดาษชำระ และน้ำยาฆ่าเชื้อเข้ามามีความสำคัญในอันดับต้นๆ นอกจากนี้ เนื่องด้วยเศรษฐกิจที่ย่ำแย่เป็นทุนเดิมอันมีสาเหตุมาจากการคว่ำบาตรรอบใหม่ของสหรัฐฯ ส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อของอิหร่านสูงขึ้นเป็นประวัติการณ์ในรอบ 40 ปีของการปฏิวัติอิสลาม รวมทั้งค่าเงินเรียลที่ต่ำลง เป็นเหตุให้ต้นทุนการผลิตสินค้าบางรายการ ตลอดจนสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการยังชีพ ขยับตัวสูงขึ้นถึงร้อยละ 3,600 ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีรายได้น้อยและรายได้ปานกลาง ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค ลดปริมาณการซื้อสินค้า ตัดรายการสินค้าที่ไม่จำเป็นออกไปจากชีวิตประจำวัน และจัดหาเฉพาะสินค้าจำเป็นพื้นฐานเท่านั้น

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสดังกล่าว การซื้อขายสินค้าออนไลน์มีการเติบโตสูงขึ้นจากเดิม โดยผู้บริโภคชาวอิหร่านได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการช้อปปิ้งจากแบบดั้งเดิมที่เน้นการซื้อขายในตลาดกลางหรือบাজারมาเป็นการซื้อขายบนแพลตฟอร์มหรือแอปพลิเคชันออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ร้านสะดวกซื้อและซูเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ จึงได้ปรับกลยุทธ์ใหม่ โดยเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์และเพิ่มบริการจัดส่งให้ถึงชุมชนและที่พักอาศัย

จากข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและการใช้จ่ายของชาวอิหร่านล่าสุดสรุปพบว่า ในช่วงที่ผ่านมาผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่มีความหลากหลายน้อยลง สินค้าที่มีการซื้อเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดคือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการทำขนมปังและขนมหวาน เช่น แป้งยีสต์ ผงฟู และแป้ง ซึ่งก่อนหน้าการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด สินค้าเหล่านี้ไม่เป็นที่ต้องการเท่าใดนัก แต่ในช่วงระยะเวลาการกักกันโรคโควิด ทำให้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มียอดขายเพิ่มขึ้นเนื่องจากผู้คนหันมาทำขนมปังและขนมหวานที่บ้านมากกว่าที่จะไปหาซื้อจากร้านขนมปังข้างนอก นอกจากนี้ สินค้าพร้อมปรุงและพร้อมรับประทาน เช่น เส้นมักกะโรนี อาหารแห้ง ผลิตภัณฑ์ถั่วต่างๆ ข้าวสาร ปลากระป๋อง เป็นอีกกลุ่มสินค้าที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญเช่นกัน

นโยบายภาครัฐ

นโยบายเศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center – Tehran  
No. 15, 10<sup>th</sup> Alley, Hassan Seif St.,  
Sharak Gharb, Tehran, IRAN

Tel: +9821 88 57 1881  
Email: ttctehran.ir@gmail.com

# รายงานข่าวเด่นประจำสัปดาห์

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร



ในขณะเดียวกัน การเพิ่มขึ้นของราคาสินค้าและผลิตภัณฑ์บางชนิดทำให้ปริมาณการสั่งซื้อลดลงเช่นกัน โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มผักและผลไม้ที่มีราคาสูงขึ้น เช่น หัวหอม มันฝรั่ง และแตงกวา ซึ่งหลายครัวเรือนพยายามบริหารจัดการทรัพยากรทางการเงินที่มีจำกัด โดยการลดรายจ่ายสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้นด้วยการตัดรายการสินค้าที่มีราคาแพงและไม่จำเป็นออกจากความต้องการของครอบครัว หรือไม่ก็หาสินค้าทดแทนที่มีราคาถูกกว่า สินค้ารายการสำคัญที่พบว่ามีการบริโภคลดลง ได้แก่ เห็ด ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ เช่น ไส้กรอก และฮอทดอก รวมทั้งเนื้อแกะ เนื้อวัว เนื้อไก่ เป็นต้น โดยผู้บริโภคจะหันไปรับประทานผักแทน เนื่องจากรายได้ที่ไม่มั่นคงในช่วงที่ผ่านมา ทำให้การบริโภคปลาในเดือนมีนาคมและเมษายนซึ่งเป็นช่วงฉลองปีใหม่ของอิหร่าน และตามประเพณีโบราณจะเป็นช่วงที่ผู้คนจะซื้อปลามารับประทาน แต่พบว่าตลาดปลาช่วงดังกล่าวเป็นช่วงที่เจียบเหงาที่สุด ทั้งนี้ เพราะปลาและเนื้อสัตว์ได้ถูกลบออกจากตะกร้าสินค้าชาวอิหร่านและหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ถั่วหรือใช้โปรตีนเกษตรในการทำอาหารแทนนั่นเอง



นอกจากนี้ ในช่วงดังกล่าวยังพบว่า ผู้บริโภคสินค้านิยมซื้อสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ ปิดผนึก ตัดฉลาก และมีตรารับรองมาตรฐานเพิ่มขึ้นแทนการซื้อสินค้าแบบซั่งกิโหลเหมือนที่ผ่านมา เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคโควิดทำให้ผู้บริโภคไม่มั่นใจในเรื่องของความสะอาดและความปลอดภัยจากการแพร่เชื้อโรค พฤติกรรมที่เห็นได้ชัด เช่น การซื้อขนมปังแบบห่อถึนลดลง ผู้คนหันไปซื้อขนมปังที่ใส่ถุงปิดผนึก หรือไม่ก็ปรุงเองที่บ้านแทน รวมถึงสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ส่วนผักและผลไม้ พบว่าผู้บริโภคหันมารับประทานผลไม้ที่มีเปลือกหุ้ม เช่น ส้ม กีวี แอปเปิ้ล แทนผลไม้ที่สามารถรับประทานพร้อมเปลือกได้ เช่น สตอเบอร์รี่ เชอร์รี่ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพบว่าผักผลไม้ที่มีสรรพคุณทางยาและมีประโยชน์ในการเพิ่มความต้านทานต่อเชื้อโรค เช่น ขิง กระเทียม มะนาว ส้ม กลายมาเป็นผลไม้ที่มีความต้องการสูงในช่วงดังกล่าว

ผลของการสำรวจยังพบว่า ผู้คนหันไปซื้อสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารมากกว่าการซื้อเสื้อผ้า การจ่ายเงินจะเป็นการจ่ายในรูปของบัตรเครดิต หรือจ่ายผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อหลีกเลี่ยงการใช้จ่ายเงินสด ราคาโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต โน้ตบุค ในตลาดขยับตัวสูงขึ้น เนื่องจากผู้คนหันมาใช้บริการสื่อดิจิทัลและซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันเพิ่มมากขึ้น โซเชียลมีเดีย ข่าว การประชุมออนไลน์ ทีวีดิจิทัล เกมออนไลน์ หนังสือ หนังสือพิมพ์ รวมทั้งการสอนออนไลน์ให้กับนักเรียนที่อยู่บ้านในช่วงวิกฤตโรคโควิด ทำให้มีการดาวน์โหลดข้อมูล ตลอดจนการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต การรับและส่งข้อมูลเพิ่มมากขึ้น เป็นผลให้ผู้คนหันไปซื้อสมาร์ตโฟน และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีศักยภาพและสามารถรองรับความต้องการดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม ด้วยสภาพทางเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้นักอิหร่านหันมาสร้างหลักประกันความมั่นคงในการดำรงชีวิตในหลายรูปแบบ เช่น กักตุนสินค้าจำเป็นในปริมาณที่เพิ่มขึ้น ผู้ที่มีกำลังซื้อสูงจะซื้อทองคำ (เหรียญกษาปณ์ทอง) เพื่อการออมและใช้เป็นทุนทรัพย์ในอนาคต ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมที่สุดในอิหร่านแทนการเก็บเงินสดหรือฝากธนาคาร

นโยบายภาครัฐ  นโยบายเศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนทบุรี ตำบลบางกระบือ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center – Tehran  
No. 15, 10<sup>th</sup> Alley, Hassan Seif St.,  
Sharak Gharb, Tehran, IRAN

Tel: +9821 88 57 1881  
Email: ttctehran.ir@gmail.com

# รายงานข่าวเด่นประจำสัปดาห์

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร



**บทสรุป/ข้อคิดเห็น** จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปดังกล่าวข้างต้น สามารถมองได้ว่าเป็นพฤติกรรมปกติในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ไม่ปกติ โดยเฉพาะในกรณีของอิหร่านซึ่งเป็นตลาดที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีฐานความรู้ในการใช้จ่ายใช้สอย การเลือกใช้และเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็นสำหรับชีวิตประจำวัน เนื่องจากมีความเคยชินกับสถานการณ์ฝืดเคืองและลำบากมาโดยตลอดจากการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจที่ดำเนินมาต่อเนื่องหลังการปฏิวัติอิสลามเป็นต้นมา อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมเหล่านี้จะเป็นบทเรียนที่ดีสำหรับผู้ประกอบการไทยในการปรับตัวและเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปท่ามกลางสถานการณ์ไม่ปกติของระบบเศรษฐกิจโลกที่ถูกคุกคามโดยการแพร่ขยายของไวรัสโควิด 19 ในครั้งนี้ ซึ่งอาจจะยืดเยื้อออกไปอีก และพฤติกรรมของผู้บริโภคในลักษณะดังกล่าวข้างต้นนี้อาจกลายมาเป็น New Normal ต่อไปในอนาคต

\*\*\*\*\*

นโยบายภาครัฐ

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

นโยบายเศรษฐกิจการลงทุน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนพบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

แนวโน้มการตลาด

Thai Trade Center – Tehran  
No. 15, 10<sup>th</sup> Alley, Hassan Seif St.,  
Sharak Gharb, Tehran, IRAN

รายงานสินค้าและบริการ

Tel: +9821 88 57 1881  
Email: ttctehran.ir@gmail.com

อื่นๆ