

แนวโน้มการใช้จ่ายหลังสถานการณ์ COVID



เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม ที่ผ่านมาสหราชอาณาจักรได้มีการผ่อนคลายมาตรการ Lockdown มากขึ้น โดยอนุญาตให้ภาคบริการ (Hospitality) สามารถเปิดให้บริการได้โดยมีมาตรการรักษาระยะห่าง เช่น โรงแรมที่พักสามารถเปิดให้บริการได้เป็นปกติ และร้านอาหารสามารถเปิดให้บริการในร้านได้ ซึ่งเป็นการอนุญาตให้เปิดให้บริการได้เพิ่มขึ้นจากการผ่อนคลายมาตรการในรอบก่อนหน้า (12 เมษายน) ที่อนุญาตให้ร้านอาหารสามารถให้บริการได้เฉพาะนอกร้านเท่านั้น อย่างไรก็ตาม การผ่อนคลายมาตรการ Lockdown ระยะสุดท้ายในเดือนมิถุนายน อาจต้องมีการเลื่อนเวลาออกไปหากยังไม่สามารถควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 สายพันธุ์อินเดียได้

อย่างไรก็ตาม นิตยสาร The Grocer มีความเห็นว่า ถึงแม้ว่าสถานการณ์ในการผ่อนคลายมาตรการจะยังมีความไม่แน่นอน แต่ยังคงมีสัญญาณที่ดีต่อการใช้จ่ายใช้สอยของผู้บริโภคในสหราชอาณาจักร เนื่องจากผู้คนส่วนใหญ่มีเงินสดในกระเป๋ามากขึ้นหลังจากการปิดให้บริการของธุรกิจในช่วง Lockdown ที่ผ่านมา ทั้งนี้ จากการสำรวจพบว่าแนวโน้มการใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มของผู้บริโภคในสหราชอาณาจักรหลังจาก Lockdown มี 3 ปัจจัยสำคัญ ดังนี้

1. รายได้ของผู้บริโภคเริ่มเพิ่มสูงขึ้น ในช่วงที่ที่ผ่านมามีผู้บริโภคได้รับผลกระทบด้านรายได้ที่ลดลง และมีความเสี่ยงที่จะต้องเสียนงาน เนื่องจากมาตรการ Lockdown ของรัฐบาลส่งผลให้ธุรกิจไม่สามารถดำเนินการได้ตามปกติแต่รัฐบาลได้มีมาตรการเยียวยาด้านรายได้สำหรับผู้ที่ได้รับผลกระทบจนต้องหยุดงาน (Furlough) โดยในช่วงเดือนมีนาคมที่ผ่านมาสำนักงานสถิติแห่งชาติของสหราชอาณาจักร (Office for National Statistics - ONS) พบว่า รายได้โดยเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้น 4.1% และฐานอัตรารายได้โดยเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้น 0.4% ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีว่าผู้บริโภคจะมีความสามารถในการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น

2. ผู้คนในสหราชอาณาจักรมีเงินออมในบัญชีสูงขึ้น โดยในช่วงปีที่ผ่านมาพบว่าอัตราเงินฝากในสหราชอาณาจักรมีมากถึง 125,000 ล้านปอนด์ ซึ่งที่ผ่านมามีคนในสหราชอาณาจักรมีการใช้จ่ายสูงจนส่งผลให้มีสัดส่วนเงินออมน้อย แต่ในช่วง Lockdown ที่ผ่านมามีคนกลับมีการใช้จ่ายน้อยลงส่งผลให้มีเงินออมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม หากสถานการณ์ COVID เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น อาจส่งผลให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการใช้จ่ายมากขึ้น ซึ่งจะเป็นโอกาสของธุรกิจเพิ่มขึ้นในช่วงหลังจากการแพร่ระบาด COVID

 นโยบายภาครัฐ

 เศรษฐกิจการลงทุน

 แนวโน้มการตลาด

 รายงานสินค้าและบริการ

 อื่นๆ

3. การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจจะเป็นแบบ K-shaped จากการสำรวจพบว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มผู้บริโภคที่มีฐานะทางการเงินดีจะมีเงินเก็บมากขึ้นในช่วง Lockdown ในขณะที่ร้อยละ 10 ของกลุ่มลูกค้าที่ฐานะทางการเงินดีน้อยที่สุดมีการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพด้อยลงจากที่ผ่านมา เนื่องจากยังคงรู้สึกถึงความไม่มั่นคงทางการเงิน ซึ่งส่งผลให้การใช้จ่ายของผู้บริโภคเติบโตในลักษณะที่แตกต่างกันตามฐานะทางการเงิน ดังนั้น การทำตลาดสินค้าอาจต้องมีความแตกต่างกันไปตามฐานข้อมูลลูกค้าของสินค้าและบริษัทด้วย

4. ผู้บริโภคจะยอมรับราคาสินค้าอาหารที่เพิ่มสูงขึ้น ถึงแม้ว่าในช่วงเดือนมีนาคมที่ผ่านมาราคาอาหารและเครื่องดื่มจะลดต่ำลง 1.4% แต่สถานการณ์การค้าในปัจจุบันแสดงให้เห็นว่าราคาสินค้าอาหารและเครื่องดื่มมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากผู้ค้าปลีกอาจต้องทยอยขึ้นราคาสินค้าตามต้นทุนที่สูงขึ้น โดยจากการสำรวจพบว่าที่ผ่านมาผู้บริโภคส่วนหนึ่งสังเกตเห็นว่าราคาสินค้าอาหารเพิ่มสูงขึ้น และผู้บริโภค 3 ใน 4 คาดว่าราคาสินค้าการนำเข้าจะเพิ่มสูงขึ้นในช่วง 12 เดือนหลังจากนี้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าถึงแม้ราคาสินค้าจะเพิ่มสูงขึ้นแต่ผู้บริโภคก็จะยังคงเลือกซื้อสินค้าเช่นเดิม

ที่มา: The Grocer

ข้อมูลเพิ่มเติม/ความเห็น สคต.

ถึงแม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในสหราชอาณาจักรจะมีแนวโน้มไปในทิศทางที่ดีขึ้น แต่ผู้คนยังคงมีความกังวลต่อการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ที่อาจระบาดก่อนช่วงการยกเลิกมาตรการ Lockdown อย่างไรก็ตาม ภาพรวมตลาดยังคงมีแนวโน้มที่ดีเนื่องจากผู้คนมีความมั่นคงทางการเงิน แต่ยังคงขาดความเชื่อมั่นในสถานการณ์ที่จะเริ่มจับจ่ายใช้สอย ทั้งนี้ ผู้ส่งออกสินค้า/บริการไทยจะต้องศึกษากลุ่มเป้าหมายเพื่อให้สามารถทำการตลาด กำหนดรูปแบบการให้บริการ และทำราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเนื่องจากการทำตลาดในตลาดสหราชอาณาจักรอาจมีความซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยมีแนวโน้มจะแตกต่างกันไปตามฐานะทางการเงินของผู้บริโภค เช่น ผู้ที่มีฐานะทางการเงินดีมีความพร้อมที่จะใช้จ่ายเหมือนช่วงที่ก่อนการแพร่ระบาด COVID และกลุ่มผู้บริโภคที่มีฐานะทางการเงินปานกลางไปจนถึงน้อยอาจมีความพร้อมที่จะใช้จ่ายสินค้าโดยตัดสินใจจากปัจจัยด้านราคามากขึ้น เป็นต้น

สรุปโดย สคต. ลอนดอน