

ผลสำรวจผู้บริโภคชาวสเปนในไตรมาสแรกของปี 2565



The Cetelem Observatory ได้เปิดเผยผลสำรวจเมื่อเดือนธันวาคม 2564 จากการสอบถามประชากร ชาวสเปน 1,000 คนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ผ่านทางออนไลน์ เกี่ยวกับแนวโน้มการบริโภคของชาวสเปนในช่วงไตรมาสแรกของปี 2565 ในกลุ่มสินค้าประเภทต่างๆ ที่ต้องการซื้อ และงบประมาณที่จะใช้ซื้อ โดยพบว่า ชุดกีฬาเป็นกลุ่มสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อมากที่สุด (คิดเป็นสัดส่วน 25.7% จากจำนวนผู้ถูกสำรวจทั้งหมด) ด้วยงบประมาณ 136 ยูโร รองลงมา ได้แก่ การท่องเที่ยว (17.9%) ด้วยงบประมาณ 499 ยูโร สินค้ากลุ่มเทคโนโลยี (16.9%) ด้วยงบประมาณ 399 ยูโร เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน (14.6%) ด้วยงบประมาณ 454 ยูโร สมาร์ทโฟน (14.1%) ด้วยงบประมาณ 387 ยูโร และเครื่องปรับอากาศ (4.5%) ด้วยงบประมาณ 335 ยูโร

เมื่อสอบถามถึงการคาดการณ์หรือความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศในอีก 12 เดือนข้างหน้าเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2563 ผลจากการสำรวจ พบว่า ราว 31.4% ของกลุ่มตัวอย่าง คาดว่า สถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศจะแย่ลง และ 42.8% ของกลุ่มตัวอย่าง มองว่า สถานการณ์เศรษฐกิจจะคงที่ ขณะที่ 25.8% คิดว่า สถานการณ์เศรษฐกิจจะดีขึ้น

นอกจากนี้ ผลการวิจัยโดย BBVA Research ยังคาดการณ์ว่า ในปี 2565 อัตราการขยายตัวของการบริโภคของภาคเอกชนน่าจะเพิ่มขึ้นราว 5.5% - 6.5% จากการขับเคลื่อนของรายได้ครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น การดูดซับจากเงินออมสะสม อัตราเงินเฟ้อที่ควบคุมได้มากขึ้น และการบริหารจัดการเงินทุนของสเปนจาก “EU Recovery Funds - Next Generation EU” เพื่อช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั้งนี้ ผลการวิจัยของ BBVA ยังประเมินว่า แนวโน้มการบริโภคในปี 2565 ของชาวสเปน คาดว่า น่าจะยังไม่ฟื้นตัวเทียบเท่ากับระดับก่อนเกิดการแพร่ระบาดของ COVID-19

ความเห็นของ สคต.

ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index: CPI) เติบโต 12 เดือนที่สูงขึ้นในเดือนธันวาคม 2564 ที่ผ่านมามีโดยเฉพาะในกลุ่มที่อยู่อาศัย (+23.3%) ขนส่ง (+10.9%) อาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (+5%) ประกอบกับการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มของภาครัฐที่ 21% ยังเป็นภาระที่หนักสำหรับผู้บริโภคชาวสเปน ทำให้เป็นข้อจำกัดในการขยายตัวการบริโภคของประชาชนโดยรวม นอกจากนี้ การคาดการณ์สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในสเปนในระยะสั้นที่ยังมีความไม่แน่นอนว่า แนวโน้มของจำนวนผู้ติดเชื้อใหม่จะเป็นไปในทิศทางใดก็จะส่งผลกระทบต่อจิตใจผู้บริโภคของประชาชนอีกทางหนึ่งด้วย

ที่มา : รายงานประจำเดือนธันวาคม 2564 ของ The Cetelem Observatory และ งานวิจัย ของ BBVA Research

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

