



ข่าวเด่นรายสัปดาห์ ระหว่างวันที่ 7 - 13 กุมภาพันธ์ 2565

การจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคชาวเกาหลีในปี 2564 มีความใกล้เคียงกับช่วงก่อนเกิดโรคระบาด (ที่มา : Arirang วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2565)

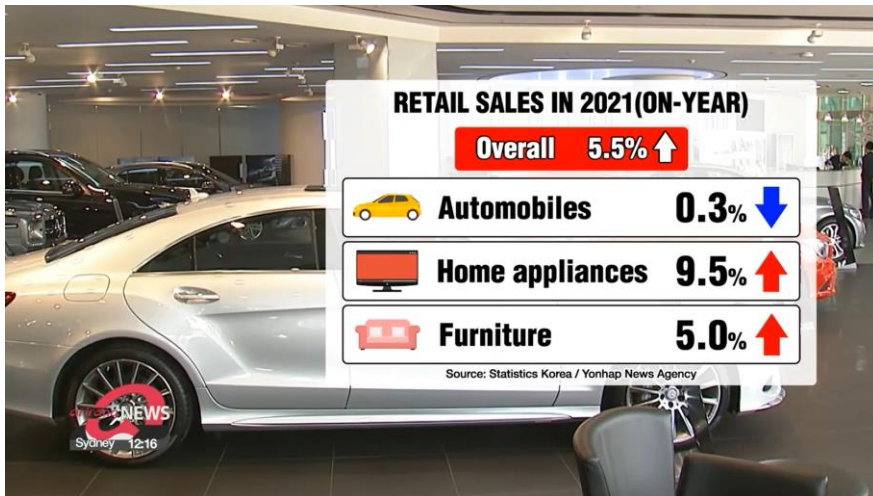
รูปแบบการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภค ดูเหมือนจะกลับมาเป็นปกติ ขณะที่การต่อสู้กับ COVID-19 ยังคงมีต่อไป ตามรายงานสำนักงานสถิติแห่งชาติของเกาหลีใต้ (Statistics Korea) ในส่วนของ Industrial activity เปิดเผยว่า ยอดค้าปลีกโดยรวมของปีที่แล้ว เพิ่มขึ้น 5.5% เมื่อเทียบกับปีแรกของการเกิดโรคระบาด



ในปี 2564 ยอดขายเสื้อผ้าและกระเป๋าถือได้ปรับตัวกลับขึ้น ถือเป็นารชดเชยยอดขายที่หายไปในปี 2563 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ยอดขายกระเป๋าเพิ่มขึ้นถึง 38% ขณะที่ยอดขายรองเท้าลดลงประมาณ 2%

ในส่วนยอดขายรถยนต์และเครื่องใช้ในบ้านนั้น มีการเติบโตอย่างมากในปี 2563 และยังคงทรงตัวในระดับหนึ่ง ยอดขายรถยนต์ในปี 2564 ได้ลดลง -3% เมื่อเทียบเป็นรายปี ขณะที่ยอดขายเครื่องใช้ภายในบ้านเพิ่มขึ้น 9.5% ซึ่งถือว่าลดลงมากกว่า 21% หากเปรียบเทียบกับปี 2563

ลีอินฮี อาจารย์ภาควิชา Consumer Science ของมหาวิทยาลัยอินฮา กล่าวว่า “ในปีแรกของการแพร่ระบาด กิจกรรมทางสังคมต่างๆ ไม่สามารถดำเนินได้ปกติ ผู้คนจึงซื้อเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในบ้านเพื่อจัดกิจกรรมเหล่านั้นแทนในบ้าน แต่ในปีที่สองของการเกิดโรคระบาด ผู้คนมีความหวังเพิ่มมากขึ้นว่าโรคระบาดจะสิ้นสุดในอนาคตอันใกล้ ทำให้ความต้องการที่เก็บอันไว้ระเบิดขึ้น”



อัตราเงินเฟ้อในเกาหลีใต้กำลังเพิ่มขึ้นเฉกเช่นเดียวกับประเทศอื่น ซึ่งจะสร้างแรงกดดันให้กับผู้บริโภค แต่ยังไม่เห็นความชัดเจนว่า แรงกดดันจากอัตราเงินเฟ้อจะขยายไปถึงสินค้าประเภทเสื้อผ้าและกระเป๋า

อาจารย์ ลีอินฮี ยังกล่าวเสริมอีกว่า “ผู้บริโภครู้สึกได้ว่าอัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้น ข้าวของราคาแพง ก็ต่อเมื่อต้องจ่ายซื้อของอุปโภคบริโภคและเชื้อเพลิง แต่สินค้าอย่างเช่น เสื้อผ้า ผู้บริโภคกลับไม่ได้รู้สึกว่ามีราคาแพงขึ้น”

สถานการณ์ในขณะนี้ ประชาชนคนคุ้นเคยกับการใช้ชีวิตร่วมกับโควิด-19 ซึ่งตอนนี้มีความรุนแรงน้อยลงแล้ว และคาดว่าโอมิครอนจะไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตในส่วนการใช้จ่ายของผู้บริโภคมากนัก

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล พิจารณาแล้วเห็นว่า อัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้นของเกาหลีใต้ (เดือนมกราคม 2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.6) ได้ส่งผลต่อราคาสินค้าอุปโภคบริโภคทุกประเภท แต่อย่างไรก็ดี ความเปราะบางจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ที่ทำให้ต้องชะลอการดำเนินกิจกรรมต่างๆ และความเชื่อที่ว่าต้องใช้ชีวิตร่วมกับโควิด ทำให้ผู้บริโภคเกาหลีใต้มีความต้องการที่จะใช้จ่ายใช้สอยเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ เกาหลีใต้ยังได้ประกาศขึ้นค่าแรงขั้นต่ำในปี 2565 เป็นชั่วโมงละ 9,160 วอน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 5.05 ทำให้ประชากรมีอำนาจในการใช้จ่ายเพิ่มสูงขึ้น

ตลาดเกาหลีใต้เป็นตลาดหนึ่งที่มีศักยภาพและน่าสนใจสำหรับสินค้าและบริการไทย หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจกับสินค้า/บริการดังกล่าว ปัจจัยเรื่องราคาจะไม่ใช่มูลเหตุหลักในการเลือกซื้อของผู้บริโภค ผู้ประกอบการไทยจึงควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า การดีไซน์ออกแบบ รวมถึงบรรจุภัณฑ์ ที่ต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างโอกาสในการเจาะตลาดเกาหลีใต้อย่างต่อเนื่อง

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล
จัดทำโดย นางสาวกมลภรณ์ ภูจินตานนท์
ตรวจทานโดย นางสาวชนัญญา พรรณรักษา
ผู้อำนวยการ สศต. ณ กรุงโซล