

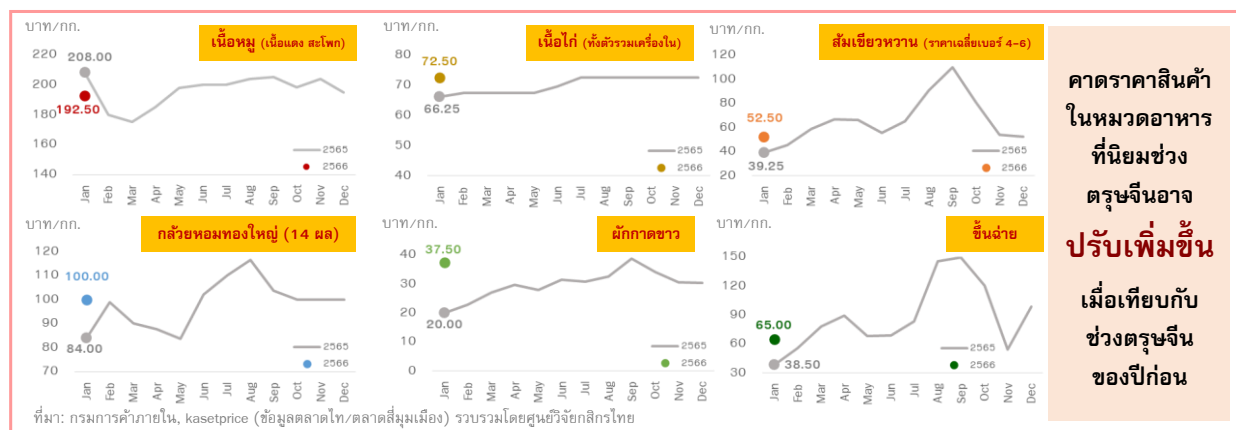


ตรุษจีน ปี'66 คาดเปิดเงินใช้จ่ายคนกรุงเทพฯ จะกลับมาขยายตัวในรอบ 3 ปี ... ท่ามกลางการวางแผนใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า เบ็ดเงินใช้จ่ายในช่วงเทศกาลตรุษจีนของคนกรุงเทพฯ ในปี 2566 จะอยู่ที่ประมาณ 12,330 ล้านบาท หรือขยายตัวราว 5.0% เมื่อเทียบกับตรุษจีนปีก่อน ซึ่งเป็นการกลับมาขยายตัวได้อีกครั้งในรอบ 3 ปี โดยเป็นผลจากราคาสินค้าที่น่าจะปรับสูงขึ้นราว 3.5% เมื่อเทียบกับปีก่อน ทำให้คนยังระมัดระวังกับการใช้จ่าย โดยสำรองเงินซื้อเครื่องเช่นไหว้เพิ่มขึ้น แต่ปรับลดการแจกอั่งเปาลง ขณะที่จำนวนคนกรุงเทพฯ ที่เข้าร่วมกิจกรรมช่วงตรุษจีนอาจเพิ่มขึ้นราว 1.5% จากปีก่อน โดยเฉพาะการกลับมาทำกิจกรรมท่องเที่ยว/ทำบุญ/ทานข้าวนอกบ้านมากขึ้น โดยมีแรงหนุนจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่อนคลายและมาตรการข้อปดมีคั้น อย่างไรก็ตาม ภายหลัหมดเทศกาลตรุษจีน คาดว่าคนกรุงเทพฯ จะกลับมาวางแผนใช้จ่ายอย่างรัดกุมมากขึ้น ท่ามกลางค่าครองชีพที่ยังสูง

ทิศทางราคาสินค้าในกลุ่มเครื่องเช่นไหว้ที่ปรับสูงขึ้น ท่ามกลางภาระค่าครองชีพที่สูง เป็นปัจจัยหลักที่กดดันต่อการใช้จ่ายคนกรุงเทพฯ เชื้อสายจีนในช่วงตรุษจีนปี 2566

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในช่วงตรุษจีนปี 2566 ทิศทางราคาเครื่องเช่นไหว้ส่วนใหญ่ยังมีแนวโน้มปรับสูงขึ้นเมื่อเทียบกับตรุษจีนปีก่อน จากปัจจัยต้นทุนการผลิตที่ยังสูง โดยเฉพาะผัก-ผลไม้บางรายการที่นิยมในช่วงตรุษจีนยังมีราคาปรับเพิ่มสูงขึ้นไม่ต่ำกว่า 20% เช่น กลัวยหอมทอง ส้มเขียวหวาน ผักกาดขาว ขึ้นฉ่าย เป็นต้น ขณะที่กลุ่มเนื้อสัตว์ เช่น เนื้อไก่ ราคาน่าจะปรับขึ้นราว 10% ส่วนเนื้อหมู แม้จะมีราคาขอลงจากช่วงเดียวกันปีก่อนซึ่งได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาดในสุกร แต่โดยรวมแล้วราคาก็ยังยืนตัวสูง ซึ่งอาจส่งผลให้คนกรุงเทพฯ ที่เข้าร่วมกิจกรรมตรุษจีนในปีนี้ ยังคงเผชิญกับปัจจัยกดดันที่มาจากราคาสินค้าที่มีแนวโน้มจะขยับสูงขึ้นสอดคล้องกับแบบสำรวจที่ระบุว่า ปัจจัยที่กระทบกับพฤติกรรมการใช้จ่ายในช่วงตรุษจีนปี 2566 มากที่สุด ได้แก่ ราคาสินค้าที่ปรับสูงขึ้น กำลังซื้อและค่าครองชีพ ตลอดจนความกังวลต่อการกลับมาระบาดของโควิด-19 ตามลำดับ



เทศกาลตรุษจีนปี 2566 น่าจะมีบรรยากาศที่ดีขึ้นจากปีก่อน โดยมีแรงหนุนจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่อนคลายและมาตรการข้อปดมีคืน แต่อยู่ภายใต้การวางแผนปรับพฤติกรรมการใช้จ่ายให้เหมาะสมกับงบประมาณที่มีอยู่

ภาพรวมบรรยากาศเทศกาลตรุษจีนในปี 2566 น่าจะดีกว่าปีก่อน เนื่องจากคนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่กลับมาใช้ชีวิตปกติและทำกิจกรรมต่างๆ มากขึ้น จากสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่อนคลาย ประกอบกับมาตรการข้อปดมีคืน ที่คาดว่าจะช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายได้บางส่วน¹ สอดคล้องกับผลสำรวจที่ระบุว่า คนกรุงเทพฯ กว่าร้อยละ 57 จะออกมาใช้สิทธิจากมาตรการข้อปดมีคืนในช่วงตรุษจีนปี 2566 ซึ่งนอกจากจะใช้สิทธิเพื่อจ่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีนแล้ว ยังครอบคลุมไปถึงสินค้าอื่นๆ ที่อาจมีการวางแผนการใช้จ่ายล่วงหน้าก่อนหมดมาตรการ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าจำเป็น อาทิ ของใช้ภายในบ้าน ของใช้ส่วนบุคคล เป็นต้น ซึ่งน่าจะเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจค้าปลีกที่สามารถออกไปกำกับภาษีเพื่อใช้ลดหย่อนภาษีให้กับลูกค้าได้ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ที่คาดว่าจะออกมาใช้สิทธิลดหย่อนภาษีจากมาตรการข้อปดมีคืน ดังนั้น ธุรกิจจำเป็นต้องจัดเตรียมระบบการออกไปกำกับภาษีเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าให้พร้อม

แม้คนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่จะออกมาทำกิจกรรมเพิ่ม แต่ยังคงระมัดระวังกับการใช้จ่ายในช่วงตรุษจีนปี 2566

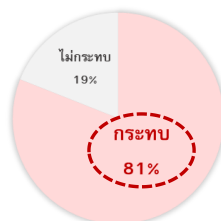
ปัจจัยกระทบพฤติกรรมกรจ่ายของผู้บริโภค*

73% ราคาสินค้าในท้องตลาดปรับเพิ่มสูงขึ้น

62% กำลังซื้อและค่าครองชีพ

50% ความกังวลต่อการกลับมาระบาดของโควิด-19

ราคาสินค้าที่ปรับสูงขึ้นกระทบต่อการใช้จ่ายหรือไม่

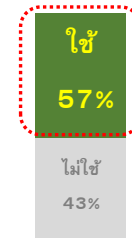


ที่มา: โพลล์ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2566)หมายเหตุ: * ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

รูปแบบการเลือกซื้อเครื่องเซ่นไหว้



การใช้สิทธิมาตรการข้อปดมีคืน



แหล่งจ่ายจ่ายเครื่องเซ่นไหว้ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ (แยกขายประเภท)

ประเภท	ตลาดสด/เยาวราช	ร้านค้าปลีกสมัยใหม่	ร้านค้าย่อย/ร้านชำ
เนื้อสัตว์	40%	38%	22%
ขนม	30%	41%	27%
ผลไม้	41%	32%	25%
รูปเทียน/ดอกไม้	34%	21%	40%
กระดาษไหว้เจ้า	35%	23%	41%

■ = อันดับที่ 1 ■ = อันดับที่ 2 ■ = อันดับที่ 3

ขณะที่พฤติกรรมกรใช้จ่ายช่วงตรุษจีนปี 2566 มองว่า คนกรุงเทพฯ ยังเน้นวางแผนการใช้จ่ายให้เหมาะสมและรัดกุม เนื่องจากยังมีปัจจัยกดดันจากภาวะค่าครองชีพที่สูง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

■ ค่าใช้จ่ายเพื่อการจัดซื้อเครื่องเซ่นไหว้ ซึ่งเป็นกิจกรรมสำคัญของเทศกาล แม้ระดับราคาสินค้าปรับสูงขึ้น แต่ภาพรวมยังคงมีการสำรองงบประมาณการใช้จ่ายส่วนนี้เป็นหลัก เพราะถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็น โดยแหล่งจ่ายซื้อเครื่องเซ่นไหว้จะแตกต่างกันไปตามประเภทของสินค้าและความสะดวกของผู้บริโภค ซึ่งคนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ยังสนใจเลือก

¹ สำหรับค่าซื้อสินค้าและบริการตามเงื่อนไข ตั้งแต่ 1 มกราคม - 15 กุมภาพันธ์ 2566

ซื้อเครื่องเช่นไหว้จากตลาดสด/เยาวราช รองลงมาคือ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าย่อย/ร้านชำ ตามลำดับ ขณะที่คนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ยังสะดวกที่จะออกไปเลือกซื้อสินค้าด้วยตัวเองมากกว่าโทรสั่งให้ร้านมาส่งหรือสั่งออนไลน์ เนื่องจากสามารถคัดเลือกและตรวจสอบคุณภาพของสินค้าได้ด้วยตนเอง

▪ **ค่าใช้จ่ายเพื่อท่องเที่ยว/ทำบุญ/ทานข้าวนอกบ้าน** คนกรุงเทพฯ บางส่วนวางแผนทำกิจกรรมในส่วนนี้เพิ่มขึ้นจากปีก่อนเมื่อเทียบกับกิจกรรมอื่นๆ เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่อนคลายมากขึ้น แต่ก็ยังอยู่ภายใต้งบประมาณที่ได้จัดสรรไว้ ซึ่งน่าจะชดเชยกับค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ปรับลดลง อาทิ การแจกอั่งเปา/ทอง

▪ **ค่าใช้จ่ายเพื่อแจกอั่งเปา/ทอง** คนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่พยายามปรับลดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ลงมากที่สุดเป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน ทั้งจำนวนเงินและจำนวนผู้ให้ เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในส่วนอื่นๆ เนื่องจากเป็นค่าใช้จ่ายที่สูง ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอนและกำลังซื้อที่มีจำกัด

จากปัจจัยดังกล่าว ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า เม็ดเงินใช้จ่ายในช่วงเทศกาลตรุษจีนของคนกรุงเทพฯ ในปี 2566 อยู่ที่ประมาณ 12,330 ล้านบาท หรือขยายตัวราว 5.0% เมื่อเทียบกับตรุษจีนปีก่อน ซึ่งเป็นการกลับมาขยายตัวได้อีกครั้งในรอบ 3 ปี โดยเป็นผลจากราคาสินค้าที่น่าจะปรับสูงขึ้นราว 3.5% เมื่อเทียบกับปีก่อน ขณะที่จำนวนคนกรุงเทพฯ ที่เข้าร่วมกิจกรรมในช่วงตรุษจีนอาจเพิ่มขึ้นราว 1.5% จากปีก่อน โดยเฉพาะการกลับมาทำกิจกรรมท่องเที่ยว/ทำบุญ/ทานข้าวนอกบ้านมากขึ้นจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่อนคลาย และมาตรการช้อปดีมีคืนที่เข้ามาช่วยกระตุ้นการใช้จ่าย อย่างไรก็ตาม ภายหลังก่อนเทศกาลตรุษจีน คาดว่าคนกรุงเทพฯ ก็จะกลับมาวางแผนใช้จ่ายอย่างรัดกุมมากขึ้น ท่ามกลางค่าครองชีพที่สูง

Disclaimers รายงานวิจัยนี้จัดทำโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (KResearch) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือ ข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้รับวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้า เป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)