



แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

21 กุมภาพันธ์ 2565

แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี

เยอรมันก็เจอกับปัญหาของแพงทั้งแผ่นดิน

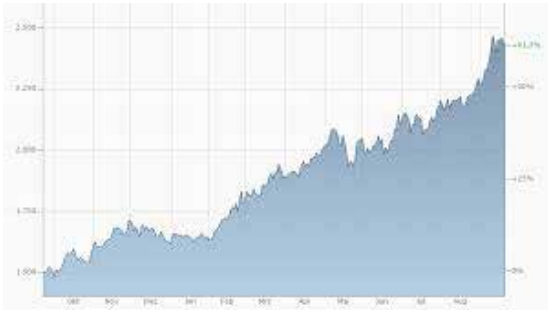
บริษัท Oliver Wyman ออกมาเปิดเผยว่า “ในช่วงเดือนมกราคมที่ผ่านมา ผู้บริโภคไม่สามารถซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกได้ตามความต้องการ” โดยพบว่าชั้นวางสินค้าต่าง ๆ เริ่มว่างอย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน นาย Rainer Münch ผู้เชี่ยวชาญของบริษัท Oliver Wyman ได้กล่าวว่า “จริง ๆ แล้ว เราได้เคยคาดการณ์ไว้ว่า น่าจะเกิดปัญหาขาดแคลนสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตหรือห้างร้านต่าง ๆ ขึ้นได้ แต่ไม่คิดว่ามีเรื่องนี้จะเกิดขึ้นบ่อยครั้ง จนมีลูกค้าร้องเรียนในเรื่องนี้สูงมากถึง 49% จึงเป็นเรื่องที่สร้างความประหลาดใจให้เราค่อนข้างมาก” นาย Münch ยังได้กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า “ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพร้อมและยอมที่จะจ่ายเงินแพงขึ้น เพื่อให้ได้สินค้าตามที่ต้องการ แต่ก็ไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ อีกต่อไปที่จะสามารถหาซื้อสินค้าได้ครบ จากการที่ออกไปเดินห้างจับจ่ายซื้อสินค้าในครั้งเดียวเหมือนเมื่อก่อน”



หลายฝ่ายพากันตั้งคำถามว่า จริงหรือไม่ที่สินค้าในเยอรมนีเริ่มขาดตลาด และหากว่าจริงสินค้าอะไรบ้างที่เริ่มขาดตลาด ซึ่งจากข้อมูลของสมาคมเพื่อการวิจัยผู้บริโภค (GfK - Gesellschaft für Konsumforschung) เปิดเผยว่า สินค้าที่ ณ ขณะนี้ ขาดตลาดมากที่สุด คือ เครื่องใช้จำพวกอุปกรณ์ไฟฟ้า นาง Tatjana Wismeth ผู้เชี่ยวชาญด้านห่วงโซ่อุปทานของ GfK กล่าวว่า “แม้เวลานี้ เราจะยังไม่ได้เห็นชั้นวางสินค้าว่างเปล่าในทุก ๆ ที่ แต่โดยเฉลี่ยแล้ว จะพบว่า มีสินค้าที่วางจัดจำหน่ายลดจำนวนลงอย่างชัดเจน” ในขณะที่ ราคาสินค้าเองก็พากันปรับตัวสูงขึ้น ตามกลไกของตลาด และจากการประมาณการของของ GfK พบว่า ราคาสินค้าหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยเฉลี่ยปรับตัวสูงขึ้น 4% เครื่องชงกาแฟปรับตัวเพิ่มขึ้น 7% อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนเพิ่มขึ้น 8.7% อย่างไรก็ตาม พบมีเครื่องใช้ไฟฟ้า

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



และอิเล็กทรอนิกส์บางรายการที่ราคาอาจปรับตัวสูงขึ้นเป็นตัวเลข 2 หลัก ยกตัวอย่างเช่น กล้องถ่ายภาพมีราคาขายเฉลี่ยปรับตัวเพิ่มขึ้น 20.1% อุปกรณ์และชิ้นส่วนโน้ตบุ๊กและคอมพิวเตอร์ (แป้นพิมพ์) มีราคาขายเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 18%

จากผลการตอบแบบสอบถามของบริษัท Oliver Wyman พบว่า ขณะนี้สินค้าที่ขาดตลาด

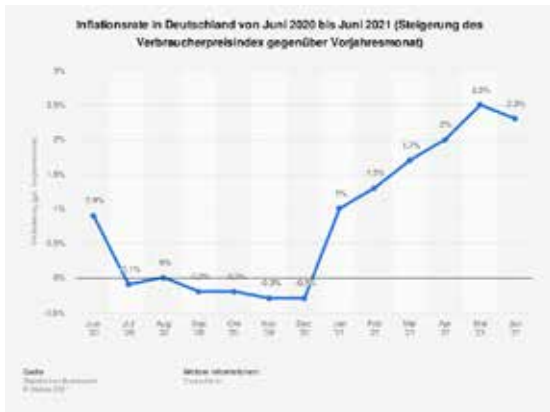
ได้แก่ (1) กว่า 40% เป็นสินค้าหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้า (2) 28% เป็นสินค้าหมวดอาหารและเครื่องดื่ม (3) 25% เป็นสินค้าจำพวกของเล่น และ (4) 22% เป็นสินค้ากลุ่มรองเท้า นาย Münch ยังได้เปิดเผยอีกว่า จากผลการแบบสอบถามที่สอบถามของผู้บริโภคกว่า 1,400 ราย ในช่วงเดือนมกราคม 2565 พบว่า “ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ไม่สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามความต้องการ ก็จะไม่มองหาหรือเลือกซื้อสินค้าชนิดอื่น ๆ /สินค้าทดแทนแต่อย่างใด”

นาง Wismeth กล่าวเพิ่มเติมว่า ขณะนี้มีสัญญาณอย่างชัดเจนว่า สินค้าหลายตัวได้ปรับราคาขึ้น และจากข้อมูลของ GfK พบว่า ราคาขายส่งของสินค้าจำพวก โดรน อุปกรณ์ให้แสงสว่าง อุปกรณ์เสียง โปรเจ็กเตอร์ และคอมพิวเตอร์ต่างๆ พวกนี้ปรับตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากปัญหาการขาดแคลนชิปที่รุนแรงในช่วงที่ผ่านมา นอกจากนี้ นาง Wismeth ยังได้กล่าวต่อไปอีกว่า “ปัญหาการขาดแคลนชิปในปัจจุบันมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยชิปที่ผลิตได้ส่วนใหญ่จะถูกบ่อนไปยังสายการผลิตสินค้าราคาแพงก่อนเสมอ ทำให้สินค้าราคาประหยัด/สินค้าราคาถูกต่าง ๆ ต้องอยู่ในภาวะที่ต้องรอและประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบอย่างรุนแรงมากขึ้นนั่นเอง” ปัจจุบันหากใครต้องการจะซื้อโน้ตบุ๊กหรือสมาร์ตโฟนสักเครื่องในเยอรมนี คงต้องยอมควักเงินมากกว่าเดิม และหากจะลดสเปคมาซื้อสินค้าน่าหรือถูกลงมาหน่อย ก็ไม่ต้องคิดว่าจะได้สินค้าในราคาที่ถูกเหมือนในอดีต ยกตัวอย่างเช่น ในอดีตหากจะซื้อทีวีดีกรุ่น ท่านจะสามารถประหยัดเงินในกระเป๋า โดยซื้อของได้ราคาถูกลงถึง 20% แต่สำหรับในปี 2021 นั้น ท่านอาจซื้อสินค้าได้ถูกลงแค่ 10% เท่านั้น

ขณะนี้หากพบมีสินค้าที่ยืดในซูเปอร์มาร์เก็ตที่ขาดตลาด ให้สันนิษฐานไว้ก่อนเลยว่า ปัญหาเกิดจากการตกลงราคาซื้อขายระหว่างผู้จำหน่าย (ซูเปอร์มาร์เก็ต) กับบริษัทผู้ผลิตที่ไม่ลงตัว และเราอาจจะพบว่า บรรดาซูเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ ก็จะแก้ไขปัญหาขึ้นวางของว่าง ด้วยการนำสินค้าทดแทนมาวางขายแทนสินค้าเดิม ซึ่งนาง Wismeth กล่าวว่า “ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้บริโภคอาจไม่ค่อยรู้สึกว่ามี Shelf ว่างสินค้าเกิดการว่าง แต่กลับจะรู้สึกเพียงแต่ว่า สินค้าพวกนี้ปรับตัวแพงขึ้นมาก” และจากข้อมูลของ GfK เปิดเผยว่า 1 ใน 7 กลุ่มสินค้าตามซูเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ มีราคาเฉลี่ยสูงขึ้น 10% โดย 9 ใน 10 ของสินค้ามีราคาสูงขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา ซึ่งนาง Wismeth กล่าวว่า “ราคาสินค้าที่สูงขึ้นส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน (หรือที่เรียกกันว่าสินค้ากลุ่ม Fast Moving Consumer Goods : FMCG) อย่าง

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนั้นๆ นำข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



เช่น ไข่ไก่ เนย หรือมันฝรั่ง ซึ่งรวมถึงสินค้าจำเป็นอย่างพวกกระดาษชำระและกระดาษที่ใช้ในครัว ก็มีราคาสูงขึ้นเฉลี่ย 4.4%” สำหรับสินค้าจำพวกขนมหวานและอาหารกระป๋อง ก็ปรับราคาเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10% ปัจจัยหลัก ๆ ที่ทำให้ราคาสินค้าปรับตัวสูงขึ้นเป็นผลมาจากราคาค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้นนั่นเอง เมื่อพิจารณาในมิติของผู้บริโภคจะพบว่าเมื่อราคาสินค้าพากันปรับตัวสูงขึ้น ก็ทำให้มีการบริโภคสินค้าลดลงอย่างชัดเจน

ในขณะที่หมวดสินค้าเครื่องเรือนและของตกแต่งบ้านก็มีราคาปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยนาง Wismeth กล่าวว่า “ราคาสินค้าเครื่องเรือนปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างน่าตกใจ” ซึ่งปัญหาหลักก็ยังคงเป็นผลมาจาก ราคา ค่าขนส่งสินค้าที่สูงขึ้น เนื่องจากสินค้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่มักจะนำเข้ามาจากเอเชีย ประกอบกับวัตถุดิบหลักจำพวกไม้ก็มีราคาสูงขึ้นเป็นเท่าตัว GfK ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า ราคาสินค้าหมวดดังกล่าวเพิ่มขึ้นติดต่อกันมาหลายปีแล้ว โดยในไตรมาสที่ 2 ของปีที่ผ่านมา สินค้าหมวดนี้เพิ่มขึ้น 6% พอมาไตรมาสที่ 3 ก็เพิ่มขึ้นอีก 8% นอกจากปัญหาด้านราคาที่เพิ่มขึ้นแล้ว อีกปัญหาระยะเวลาการขนส่งสินค้าก็น่ากลัวมาก เพราะลูกค้าต้องรอเวลาในการได้รับสินค้าเพิ่มขึ้นจากเดิม 3 เดือน เป็น 6 เดือนเลยทีเดียว

จาก Handelsblatt 21 กุมภาพันธ์ 2565

Office of Commercial Affairs - Royal Thai Embassy
 Petzowerstr. 1, 14109 Berlin, Germany
 email - thaicom.berlin@t-online.de

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด