

8 มกราคม 2569

เตรียมพร้อมรับตรุษจีน

สำรวจราคาสินค้าเกษตรไทย

และทำความเข้าใจกลไกตลาด

มุมมองทางเศรษฐศาสตร์ในช่วงเทศกาลตรุษจีน

กลไกตลาดและการปรับตัวของราคา

- ในช่วงเทศกาลตรุษจีน ผู้บริโภคจำนวนมากมีความต้องการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นพร้อมๆ กัน ทำให้อุปสงค์เพิ่มขึ้นอย่างฉับพลันในระยะสั้น (Festival-Driven Demand Shock) โดยเฉพาะสินค้าเกษตร ของไหว้ และอาหารที่ใช้ในการประกอบพิธี
- ขณะที่อุปทานสินค้าปรับตัวได้อย่างจำกัด โดยเฉพาะการผลิตสินค้าเกษตรที่ไม่สามารถเพิ่มปริมาณผลผลิตได้อย่างทันที ผลที่เกิดขึ้น คือ ราคาสินค้ามีแนวโน้มสูงขึ้นในช่วงเทศกาล
- อย่างไรก็ตาม สินค้าเกษตรบางชนิดอาจไม่ได้มีราคาสูงขึ้นในช่วงตรุษจีน เช่น ส้มเขียวหวาน เนื่องจากมีผลผลิตออกสู่ตลาดมากในช่วงต้นปี ผลักดันให้ราคาถูกลง

พฤติกรรมผู้บริโภค

- ผู้บริโภคมีความจำเป็นต้องซื้อสินค้าเพื่อประกอบพิธีตามความเชื่อ สินค้าเหล่านี้จึงมีลักษณะเป็น "สินค้าจำเป็นตามฤดูกาล" ซึ่งมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาต่ำ ผู้บริโภคไม่สามารถเลื่อนการซื้อหรือเปลี่ยนไปใช้สินค้าทดแทนอื่นได้โดยง่าย
- เมื่อสินค้าเป็นสิ่งจำเป็นในช่วงเวลาจำกัด ความเต็มใจจ่าย (willingness to pay) ของผู้บริโภคจึงสูงขึ้นกว่าภาวะปกติ ผลักดันให้ราคาสินค้าในภาพรวมมีแนวโน้มสูงขึ้น
- อย่างไรก็ตาม หากราคาสินค้าปรับตัวสูงขึ้นมากเกินไป ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค เช่น ลดคุณภาพหรือลดปริมาณของสินค้า โดยอาจเลือกใช้สินค้าทดแทนภายในกลุ่มเดียวกัน หรือปรับรูปแบบการซื้อเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย

แรงจูงใจของผู้ขาย

- เทศกาลตรุษจีนเป็นช่วงเวลาที่มีความต้องการสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนในระยะสั้น ผู้ขายในทุกกระดับของห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ผู้ผลิต พ่อค้าคนกลาง ไปจนถึงผู้ค้าปลีก รับรู้ว่าผู้บริโภคมีความจำเป็นต้องซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น ภายใต้เงื่อนไขดังกล่าว ผู้ขายจึงมีแรงจูงใจในการปรับราคาให้สูงขึ้นใกล้เคียงกับความเต็มใจจ่ายสูงสุดของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มรายได้ในช่วงเทศกาล
- ทั้งนี้ ระดับของการปรับขึ้นราคาขึ้นอยู่กับข้อจำกัดด้านการแข่งขันในตลาดและความเสี่ยงที่อุปสงค์จะปรับลดลง หากราคาสินค้าสูงเกินกว่าที่ผู้บริโภคยอมรับได้






ความสำคัญทางเศรษฐกิจ

- เทศกาลตรุษจีนเป็นหนึ่งในเทศกาลสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจในช่วงต้นปี (มกราคม-กุมภาพันธ์) โดยเฉพาะในด้านการบริโภค เทศกาลตรุษจีนไม่เพียงเป็นเทศกาลทางวัฒนธรรมของประชากรเชื้อสายจีนเท่านั้น หากแต่ยังเป็นช่วงเวลาที่มีการจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นในวงกว้าง ทั้งในระดับครัวเรือน ร้านค้า ตลอดจนภาคการท่องเที่ยว ขนส่ง และบริการที่เกี่ยวข้อง
- ผลกระทบของเทศกาลตรุษจีนต่อเศรษฐกิจในภาพรวม
 - เชิงบวก** ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ ในด้านการบริโภคและการใช้จ่ายของภาคครัวเรือน
 - เชิงลบ** นำมาซึ่งความเสี่ยงต่อเงินเฟ้อด้านอาหาร (Food Inflation) ในระยะสั้น หากสินค้าเกษตรกรรมและอาหารสดปรับตัวสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรวางแผนบริหารจัดการปริมาณสินค้าเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นในช่วงเทศกาลตรุษจีน พร้อมติดตามและดูแลเสถียรภาพราคาสินค้าอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะสินค้าที่มีรอบการผลิตจำกัด นอกจากนี้ ควรเข้มงวดในการป้องกันการกักตุนสินค้าและการฉวยโอกาสขึ้นราคา เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและรักษาเสถียรภาพของตลาดโดยรวม

สำรวจราคาสินค้าเกษตรสำคัญในช่วงเทศกาลตรุษจีน

หน่วย: บาท/กก.	 สุก	 ไก่เนื้อ	 กุ้งขาว	 ส้มเขียวหวาน
ราคาเกษตรกร	79.07	42.18	149.17	23.88
การเปลี่ยนแปลง	+7.44 %	+0.28 %	+11.31 %	+1.01 %
ราคาขายส่ง	148.99	57.06	152.71	38.24
การเปลี่ยนแปลง	+9.38 %	+0.23 %	+13.15 %	-19.60 %
ราคาขายปลีก	188.83	72.37	203.06	55.35
การเปลี่ยนแปลง	+6.52 %	+0.04 %	+8.28 %	-16.68 %

หมายเหตุ: การเปลี่ยนแปลง คือ ความแตกต่างระหว่างราคาสินค้าช่วงเทศกาลตรุษจีนและราคาสินค้าเฉลี่ยตลอดทั้งปี (พ.ศ. 2566-2568)

ปัจจัยที่ต้องติดตาม

- สภาวะเศรษฐกิจ** หากเศรษฐกิจอยู่ในภาวะชะลอตัว รายได้และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีแนวโน้มลดลง ส่งผลให้ผู้บริโภคใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น และให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าเป็นหลัก
- การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและโครงสร้างประชากร** คนรุ่นใหม่มีแนวโน้มลดบทบาทของพิธีไหว้เจ้า และให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็ว ส่งผลให้ความต้องการสินค้าดั้งเดิมมีแนวโน้มลดลง ขณะที่ความต้องการสินค้าสำเร็จรูปและบริการจัดส่งไหว้ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น
- โครงสร้างตลาด** ในช่วงเทศกาลตรุษจีน ผู้บริโภคยังคงซื้อสินค้าผ่านตลาดสดและร้านค้าปลีกเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ช่องทางออนไลน์เริ่มมีบทบาทเพิ่มขึ้นในบางสินค้า ทำให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคาได้สะดวกขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันด้านราคาสูงขึ้น ขณะเดียวกัน รูปแบบการกระจายสินค้าเริ่มผสมผสาน ช่องทางออนไลน์มากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อโครงสร้างตลาดกลไกราคา และบทบาทของพ่อค้าคนกลาง