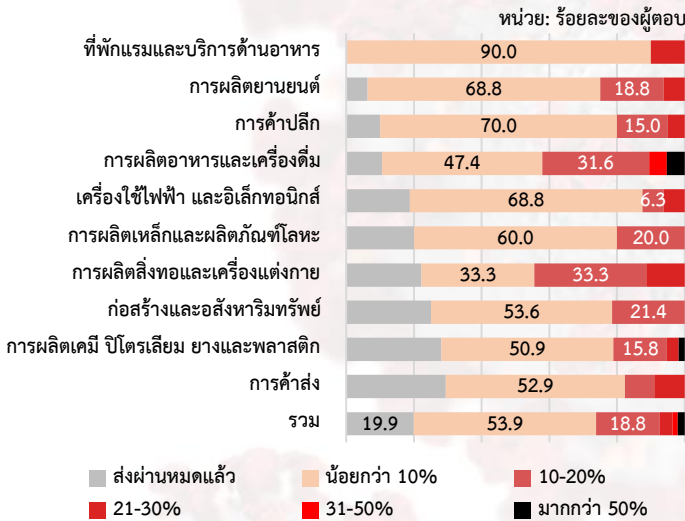
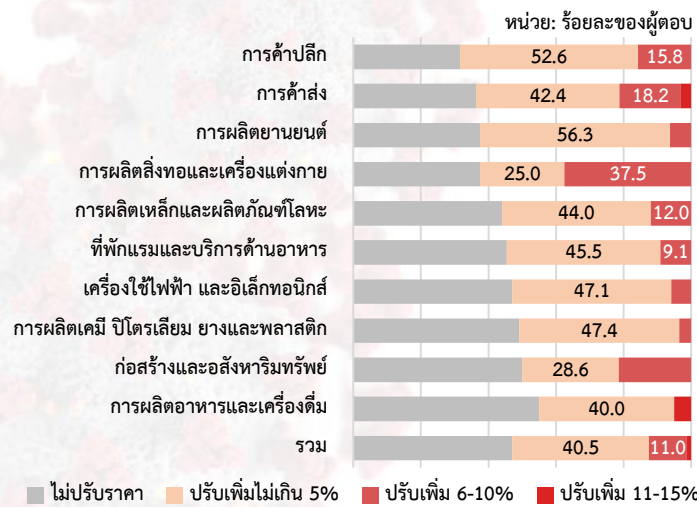


สัดส่วนต้นทุนที่เพิ่มขึ้น แต่ยังไม่ได้ส่งผ่านไปยังราคาขาย



แนวโน้มการปรับขึ้นราคาสินค้าและบริการในอีก 3 เดือนข้างหน้า



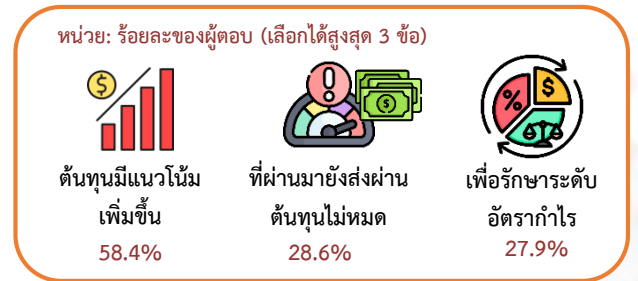
ในภาพรวม ธุรกิจราวครึ่งหนึ่งมีแนวโน้มที่จะไม่ปรับขึ้นราคาสินค้าและบริการใน 3 เดือนข้างหน้า ขณะที่อีกร้อยละ 40 คาดว่าจะปรับขึ้นราคาอีกไม่เกินร้อยละ 5 ของราคาในปัจจุบัน ยกเว้นการผลิตสิ่งทอและเครื่องแต่งกายที่เกือบร้อยละ 40 คาดว่าจะปรับขึ้นราคาสินค้าอีกร้อยละ 6-10 ของราคาปัจจุบัน ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่มีสัดส่วนต้นทุนที่ยังไม่ได้ส่งผ่านมากกว่าธุรกิจอื่น

ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการปรับขึ้นราคาสินค้าและบริการคือ ต้นทุนที่ยังมีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้น รองลงมา ได้แก่ การทยอยส่งผ่านต้นทุนที่ยังไม่ได้ส่งผ่านในช่วงที่ผ่านมา และเพื่อรักษาระดับอัตรากำไร ทั้งนี้ การปรับราคาของธุรกิจส่วนใหญ่สอดคล้องกับคาดการณ์การปรับขึ้นราคาสินค้าของกลุ่มในปี 2566 สะท้อนว่าการแข่งขันเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปรับราคาของธุรกิจ

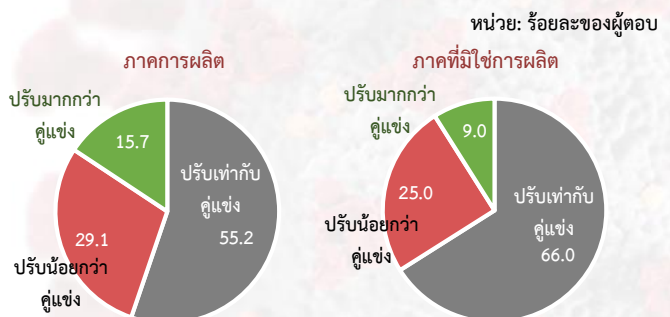
การปรับขึ้นราคาสินค้าและบริการของธุรกิจ

ในช่วงที่ผ่านมาที่ต้นทุนสินค้าและบริการปรับเพิ่มขึ้น ธุรกิจได้ทยอยส่งผ่านต้นทุนส่วนนี้ไปยังราคาขายบ้างแล้ว และปัจจุบันธุรกิจส่วนใหญ่มีต้นทุนส่วนที่ยังไม่ได้ส่งผ่านอีกไม่เกินร้อยละ 10 นอกจากนี้ ผลสำรวจพบว่า มีธุรกิจประมาณร้อยละ 20 ที่สามารถส่งผ่านต้นทุนที่เพิ่มขึ้นได้แล้วทั้งหมด โดยกระจายอยู่ในเกือบทุกประเภทธุรกิจ ยกเว้นธุรกิจที่ที่พักแรมและบริการด้านอาหารที่ยังส่งผ่านต้นทุนได้ไม่หมด ส่วนหนึ่งคาดว่าเป็นผลจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ยังกลับมาไม่เต็มที่ รวมถึงมีการแข่งขันด้านราคาสูงเพื่อแย่งลูกค้า นอกจากนี้ ธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม การผลิตสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย มีสัดส่วนต้นทุนที่ยังไม่ได้ส่งผ่านมากกว่าธุรกิจอื่นโดยเปรียบเทียบ เนื่องจากกำลังซื้อที่ยังไม่ฟื้นตัวดีทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงบางส่วนมีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าทำให้เจรจาขอปรับราคาได้ยาก

ปัจจัย 3 อันดับแรกที่ส่งผลต่อการปรับขึ้นราคาสินค้าและบริการในอีก 3 เดือนข้างหน้า



คาดการณ์การปรับขึ้นราคาสินค้า*



หมายเหตุ: *แนวโน้มการปรับขึ้นราคาของธุรกิจอื่นอีก 3 เดือนข้างหน้า เปรียบเทียบกับมุมมองต่อการปรับขึ้นราคาของกลุ่มในปี 2566