

คาดการณ์ภาพรวมค้าปลีกในสหราชอาณาจักร ปี 2569 ที่ยังคง 'ซบเซา' จากปัจจัยเรื่องสงครามราคาและภาวะเงินเฟ้อ

อัตราเงินเฟ้อราคาสินค้าตามร้านค้าปลีกในสหราชอาณาจักร ในเดือนธันวาคม 2568 พบว่า ขยับตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 0.7 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยผู้ค้าปลีกในกลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่เครื่องอุปโภคบริโภค รวมถึงสินค้าแฟชั่น ยังคงต้องเผชิญกับพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป จนนำไปสู่การจัดแคมเปญลดราคากันอย่างแพร่หลายเพื่อกระตุ้นยอดขาย



UK shop price inflation rose by 0.7% YoY in December 2025. Credit: Shutterstock/Shutterstock.com.

ข้อมูลล่าสุดจากสมาคมผู้ค้าปลีกแห่งอังกฤษ หรือ The British Retail Consortium: BRC และ NIQ เผยให้เห็นภาพที่น่าสนใจของเศรษฐกิจในช่วงเทศกาลคริสต์มาสที่ผ่านมา แม้อัตราเงินเฟ้อของราคาสินค้าค้าปลีกโดยรวมในเดือนธันวาคม 2568 จะขยับตัวขึ้นเล็กน้อยที่ร้อยละ 0.7 (สอดคล้องกับค่าเฉลี่ยย้อนหลัง 3 เดือน) แต่เบื้องหลังตัวเลขนี้กลับมีความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างกลุ่มสินค้าอาหารและสินค้าทั่วไป

ราคาสินค้าทั่วไปยังซบเซา เปิดทางนักช้อปเน้นความคุ้มค่า หลังร้านค้าแห่หันราคาพยุยง

ขณะที่ราคาสินค้าภาพรวมขยับขึ้น แต่ราคาสินค้าในกลุ่มที่ไม่ใช่อาหาร (Non-food) กลับยังคงอยู่ในสภาวะเงินฝืดที่ลดลงร้อยละ 0.6 ซึ่งเป็นตัวเลขที่คงที่มาตั้งแต่เดือน

พฤศจิกายน 2568 ทั้งนี้ กลยุทธ์การขาย พบว่า ผู้ประกอบการค้าปลีกต่างปรับกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นกำลังซื้อ โดยการรुकตลาดด้วยแคมเปญส่งเสริมการขายและส่วนลดพิเศษ เพื่อรับมือกับสภาวะการใช้จ่ายที่ระมัดระวังของผู้บริโภค โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าของขวัญ อาทิ เสื้อผ้า, ของเล่น, หนังสือ และอุปกรณ์ความบันเทิงในบ้าน

'อาหาร' ตัวแปรหลักที่ดันเงินเฟ้อพุ่ง

โดยสาเหตุหลักที่ทำให้อัตราเงินเฟ้อภาพรวมสูงขึ้นมาจากกลุ่มอาหารเป็นสำคัญ คือ อัตราเงินเฟ้อหมวดอาหาร ซึ่งพุ่งขึ้นสู่ระดับร้อยละ 3.3 ในเดือนธันวาคม 2568 (จากเดิมที่ร้อยละ 3.0 ในเดือนพฤศจิกายน 2568) โดยเฉพาะอาหารสด (Fresh Food) มีอัตราเงินเฟ้อสูงถึงร้อยละ 3.8 อย่างไรก็ตาม คุณ Helen Dickinson ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของ BRC ระบุว่า ผู้บริโภคยังคงพอจะหาความคุ้มค่าได้จากสินค้าจำเป็นสำหรับคริสต์มาส อาทิ พัก ซีส และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีการจัดโปรโมชั่นช่วยแบ่งเบาภาระค่าครองชีพในช่วงเทศกาล

ทิศทางปี พ.ศ. 2569 ความหวังท่ามกลางแรงกดดัน

แม้ผู้ค้าปลีกจะพยายามอย่างเต็มที่ในการตรึงราคาสินค้าและลดผลกระทบจากห่วงโซ่อุปทาน แต่แนวโน้มในปี พ.ศ. 2569 ยังคงมีความท้าทายรออยู่ สำหรับปัจจัยบวก คาดว่าราคาพลังงานที่ลดลงและผลผลิตทางการเกษตรที่ดีขึ้นจะช่วยคลายความตึงเครียดด้านต้นทุนได้บ้าง ขณะเดียวกันด้านปัจจัยลบ คาดว่า ต้นทุนจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะและกฎระเบียบใหม่ ๆ ของรัฐบาล อาจทำให้อัตราเงินเฟ้อยังคงตัวอยู่ในระดับที่ลดลงได้ยาก (Sticky Inflation)

มุมมองจากผู้เชี่ยวชาญ "ความเชื่อมั่นที่ยังซบเซา"

คุณ Mike Watkins หัวหน้าฝ่าย Retail and Business Insight ของ NIQ ให้ความเห็นว่า ในช่วงคริสต์มาสที่ผ่านมาผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ "ความสามารถในการจ่าย" (Affordability) เป็นอันดับแรก และคาดว่าในปี พ.ศ. 2569 แม้เงินเฟ้อจะผ่านจุดสูงสุดไปแล้ว แต่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะยังคงอ่อนแอ ส่งผลให้พฤติกรรมการมองหาสินค้าราคาประหยัดและข้อเสนอพิเศษจะยังคงเป็นเทรนด์หลักต่อไป

ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบระบบเศรษฐกิจระหว่างสหรัฐอเมริกา (US) กับสหราชอาณาจักร (UK) ช่วงระหว่างปลายปี พ.ศ. 2568 ถึงต้นปี พ.ศ. 2569 พบว่า

	สหรัฐอเมริกา (US)	สหราชอาณาจักร (UK)
ความเชื่อมั่นผู้บริโภค	ฟื้นตัวแบบ K-Shape กลุ่มรายได้สูงยังใช้จ่ายคล่องตัว แต่กลุ่มรายได้น้อยเริ่มตั้งตัวจากหนี้สะสม	ระมัดระวังเป็นพิเศษ ความเชื่อมั่นยังอ่อนแอ เน้นการออมและใช้จ่ายเฉพาะสิ่งที่คุ้มค่า (Value-seeking)
แรงกดดันเงินเฟ้อ	มาจากนโยบาย (Tariffs) มีความกังวลเรื่องภาษีนำเข้าใหม่ (Liberation Day Tariffs) ที่จะดันราคาสินค้าขึ้น	มาจากราคาสินค้าเกษตร เงินเฟ้อหมวดอาหารยังสูง (ร้อยละ 3.3) ขณะที่สินค้าทั่วไปเริ่มเข้าสู่ภาวะเงินฝืด
พฤติกรรมผู้บริโภค	เน้นความสะดวก + AI นิยมใช้แชทบอตและ AI ช่วยช้อปปิ้ง (Walmart/ChatGPT) และซื้อผ่านแอปฯ ภายนอก	นักล่าของถูก (Bargain Hunters) เน้นรอช่วงโปรโมชันและลดราคา (Discounts) โดยเฉพาะกลุ่มเสื้อผ้าและของขวัญ
การจัดการต้นทุน	ปรับโครงสร้าง Supply Chain: เน้นการย้ายฐานผลิตมาใกล้ตัว (Nearshoring) เพื่อหนีกำแพงภาษี	ขอความร่วมมือรัฐบาล ภาคธุรกิจเรียกร้องให้รัฐบาลลดนโยบายที่เพิ่มภาระต้นทุน เพื่อให้คงราคาสินค้าต่ำไว้ได้
เทคโนโลยี (AI)	ผู้นำการใช้งาน เริ่มใช้ AI ในสเกลใหญ่เพื่อวิเคราะห์พยากรณ์ยอดขายและจัดการสต็อก	เน้นประสิทธิภาพ ใช้ AI เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน แต่การยอมรับจากผู้บริโภคยังเป็นไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป

Source: JustStyle.com

Photo credit: ShutterOK/Shutterstock.com.