

5 ปัจจัย...พิจารณาปรับขึ้นราคาสินค้า ยุค "ข้าวยากมากแพง"

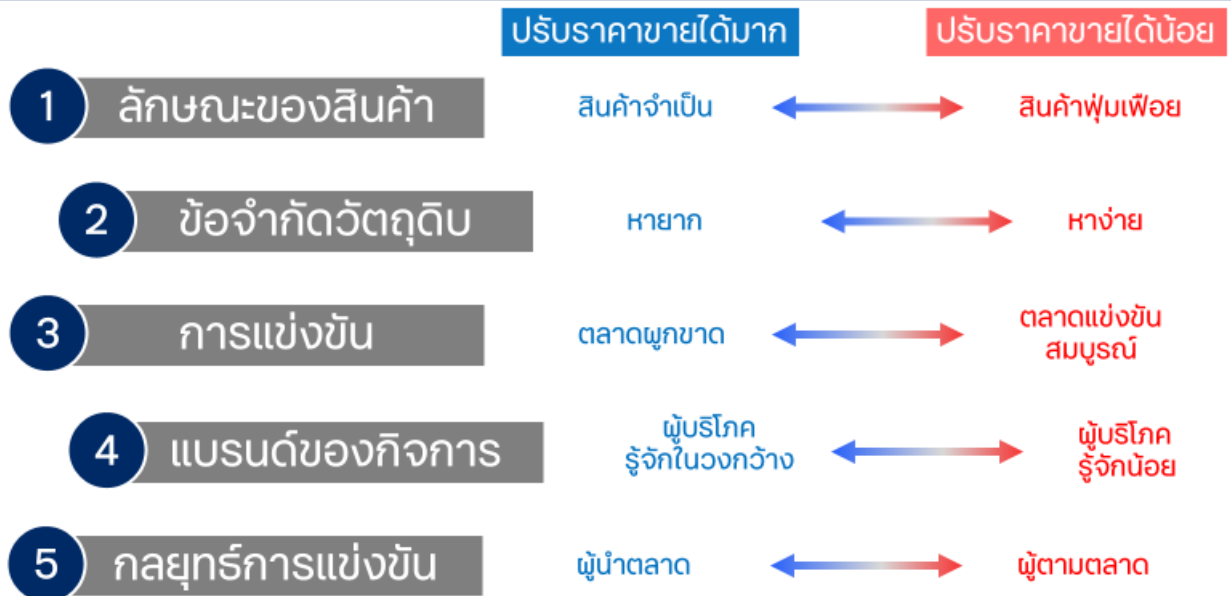
ผู้ประกอบการไทยประสบปัญหาภาวะต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้แนวโน้มอัตรากำไรของธุรกิจลดลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี หรือ ttb analytics ประเมินแนวโน้มต้นทุนการผลิตปี 2565 จะปรับเพิ่มขึ้น 5.7% ซึ่งส่งผลทำให้อัตรากำไรต่อยอดขายของผู้ประกอบการในภาพรวมลดลง 4.5% โดยกลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลกระทบมาก ได้แก่ พลังงาน ขนส่งและโลจิสติกส์ ประมง ผู้ผลิตไฟฟ้า เหมืองแร่ เคมีภัณฑ์ โรงสีข้าวและส่งออกข้าว สินค้าเกษตรแปรรูป อาหาร และการเลี้ยงสัตว์ ด้านกลุ่มที่ได้รับผลกระทบปานกลาง ได้แก่ เหล็ก วัสดุก่อสร้าง ท่อเกี่ยว เพอร์นิเจอร์ เครื่องดื่ม รับเหมาก่อสร้าง เครื่องจักรและอุปกรณ์ คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน บรรจุภัณฑ์ สินค้าอุปโภค บริโภค จะเห็นว่าต้นทุนที่เพิ่มขึ้นส่งผลกระทบต่ออัตรากำไรของธุรกิจในระดับที่แตกต่างกันไปตามลักษณะธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรปรับระดับราคาสินค้าในระดับอัตรากำไรเพื่อให้ธุรกิจเดินต่อไปได้

ท่ามกลางแนวโน้มต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นนี้ หนึ่งในทางเลือกที่ช่วยรักษาอัตรากำไรให้คงอยู่ คือ การปรับราคาขายสินค้าเพื่อส่งผ่านต้นทุนที่เพิ่มขึ้นไปยังราคาสินค้าขาย หากผู้ประกอบการปล่อยให้ขาดทุนติดต่อกันจากต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูง จะทำให้ธุรกิจไม่อาจอยู่รอดได้ อย่างไรก็ตาม การปรับราคาต้องถือหลัก "ราคาที่สมเหตุสมผล และลูกค้ายอมรับได้" เนื่องจากการปรับราคาขายขึ้นย่อมส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของลูกค้า ซึ่งอาจทำให้สูญเสียลูกค้าในระยะยาวได้ ดังนั้น การปรับขึ้นราคาควรดำเนินการอย่างรอบคอบ โดยการพิจารณาปรับเพิ่มราคาสินค้าประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้

- 1. ลักษณะของสินค้า** สินค้าที่มีแนวโน้มปรับราคาขึ้นตามต้นทุนที่เพิ่มขึ้นได้ง่าย จะมีลักษณะเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน (Necessary Goods) เช่น อาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค การบริการขนส่ง ฯลฯ เพราะลูกค้าไม่สามารถลดการบริโภคลงได้ ในขณะที่สินค้าฟุ่มเฟือย (Luxury Goods) เช่น สินค้าแฟชั่น เครื่องประดับ รถยนต์หรู ฯลฯ การปรับราคาจะทำได้ค่อนข้างยาก เพราะหากปรับราคาเพิ่มมากเกินไป ลูกค้าจะลดการบริโภคทันที ดังนั้น หากต้องการปรับราคาสินค้า ผู้ประกอบการควรสร้างความแตกต่างของสินค้าเพิ่มเติม และทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความแตกต่างนั้น เพราะเมื่อมีการปรับราคาขายสินค้าตามต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจะทำให้ลูกค้าเข้าใจและยอมรับได้
- 2. ข้อจำกัดด้านวัตถุดิบ** แหล่งวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต ยิ่งหาซื้อได้ยากเท่าไร อำนาจต่อรองด้านราคาของผู้ซื้อปัจจัยการผลิตก็จะน้อย ทำให้ผู้ประกอบการหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องปรับขึ้นราคาขายสินค้าตามต้นทุนที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ในการปรับขึ้นราคาสินค้า ผู้ประกอบการจำเป็นต้องอัปเดตสถานการณ์แนวโน้มราคาวัตถุดิบให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง เพื่อยืนยันให้ลูกค้าทราบว่าการปรับขึ้นราคามีความสมเหตุสมผล
- 3. การแข่งขันในตลาด** ตลาดที่มีคู่แข่งจำนวนมากหรือตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfectly Competitive Market) มีแนวโน้มที่จะปรับราคาขายตามต้นทุนได้ค่อนข้างยากกว่าตลาดผูกขาด (Monopoly) ดังนั้น การปรับราคาขายในตลาดแข่งขันสูงจำเป็นต้องทยอยปรับสินค้าอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยเปรียบเทียบกับค่าปรับราคาของคู่แข่งในตลาดด้วย
- 4. ความแข็งแกร่งของแบรนด์ธุรกิจ** ธุรกิจที่มีแบรนด์เป็นที่รู้จักของลูกค้า ในด้านคุณภาพที่น่าเชื่อถือในวงกว้าง ย่อมสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ทำให้การปรับเพิ่มราคาขายตามต้นทุนทำได้ง่าย ลูกค้าจะยังใช้สินค้าต่อไป เนื่องจากมีความเชื่อมั่นในตัวสินค้า ดังนั้น หากสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จัก ผู้ประกอบการควรผลิตสินค้าที่มีคุณภาพควบคู่ไปกับการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพื่อสร้างฐานลูกค้าให้กับธุรกิจ
- 5. กลยุทธ์การแข่งขันของกิจการ** กิจการที่ใช้กลยุทธ์ดำเนินธุรกิจเป็นผู้นำตลาด (Leader) จะสามารถปรับเพิ่มราคาตามต้นทุนที่สูงขึ้นได้ง่ายกว่ากิจการที่ใช้กลยุทธ์เป็นผูตามตลาด (Follower) เนื่องจากผูตามตลาดจะต้องปรับราคาตามผู้นำตลาดเสมอ ซึ่งหากผูตามตลาดปรับราคาสูงกว่า จะส่งผลทำให้ลูกค้าหันไปบริโภค

สินค้าของผู้นำตลาดซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญได้ ดังนั้น ในการพิจารณาปรับเพิ่มราคาในกรณีที่เป็นผู้ตามตลาดควรดำเนินปรับราคาอย่างค่อยเป็นค่อยไป เพื่อไม่ให้เกิดช่องว่างทำให้ลูกค้าย้ายไปบริโภคสินค้าของคู่แข่ง

5 ปัจจัย...พิจารณาปรับขึ้นราคาสินค้าตามต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ttb



ที่มา: ttb analytics และผู้เขียน

จะเห็นว่าความจำเป็นในการปรับราคาตามต้นทุนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าเป็นสิ่งที่ต้องทำเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ แต่ย่อมส่งผลต่อความรู้สึกของลูกค้า ดังนั้น การพิจารณาปรับเพิ่มราคาควรทำให้ลูกค้ารู้สึกว่า การขึ้นราคานี้สมเหตุสมผล ซึ่งเมื่อผู้ประกอบการพิจารณาและกลั่นกรอง 5 ปัจจัยด้วยความรอบคอบ ก็จะสามารถตัดสินใจเลือกแนวทางการปรับเพิ่มราคาสินค้าได้ตามความเหมาะสมกับอัตรากำไรของตนเอง ซึ่งจะช่วยประคับประคองธุรกิจให้คงอยู่ในยุค "ข้าวยากหมากแพง" ต่อไปได้