

เทรนด์การจำหน่ายสินค้าช่วงเทศกาลคริสต์มาส



Christmas can be a very expensive time of year - but you are able to cut costs if you plan. Image: Getty Images

เทศกาลคริสต์มาสเป็นช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีที่ภาคการค้าปลีกเติบโตและคึกคักเป็นอย่างมากในทุกปี โดยเฉพาะในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาการขายสินค้าที่ไม่ใช่สินค้าอาหารเติบโตอย่างต่อเนื่องในขณะที่ผู้คนประสบปัญหาทางเศรษฐกิจค่าครองชีพที่สูงขึ้น และจากการสำรวจของ YouGov ยังส่งสัญญาณให้เห็นว่าผู้คนจะยังคงใช้จ่ายใช้สอยสินค้าที่ไม่ใช่อาหารเพิ่มขึ้นในปี 2024

จากการสำรวจของ YouGov เกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อสินค้าในช่วงคริสต์มาสพบว่า ร้อยละ 72 ของผู้บริโภคมากกว่า 1,700 คนตั้งใจใช้จ่ายมากขึ้นจากปีที่แล้ว ในขณะที่ร้อยละ 20 คาดว่าจะใช้จ่ายให้น้อยลง นอกจากนี้ จากการสำรวจยังพบว่าผู้คนมีการใช้จ่ายของขวัญเฉลี่ย 320 ปอนด์ในปีที่แล้ว ร้อยละ 39 ใช้จ่ายระหว่าง 200 ถึง 499 ปอนด์ และร้อยละ 19 ใช้จ่ายเฉลี่ย 500 ปอนด์ขึ้นไปสำหรับการเลือกซื้อของขวัญ ตัวเลขเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าช่วงเทศกาลคริสต์มาสเป็นช่วงเวลาที่สำคัญของธุรกิจค้าปลีกและมีแนวโน้มในการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นในปีนี้ นอกจากนี้ ร้านค้าปลีก M&S มีการคาดการณ์เช่นเดียวกันว่าผู้บริโภคมีความตั้งใจใช้จ่ายมากขึ้นจากปีที่แล้ว และร้านขายของเล่น Toy R Us มีการคาดการณ์ถึงการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ในขณะที่ การลดราคาสินค้าประจำปี Black Friday และ Cyber Monday มีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากสำหรับผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และจากการสำรวจของ YouGov พบว่าจากกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 66 วางแผนที่จะซื้อของขวัญคริสต์มาสในช่วงเทศกาลลดราคาสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ทางการของสินค้า หรือผ่านแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ เช่น Amazon และ Etsy โดยกลุ่มอายุ 25-34 มีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ทางการ และ กลุ่มอายุ 45-54 ปีมีแนวโน้มเลือกซื้อผ่านแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ ในขณะที่กลุ่มอายุ 18-24 วางแผนการใช้จ่ายใช้สอยในร้านค้า ทั้งนี้ YouGov คาดว่าเทศกาลลดราคานี้จะส่งผลต่อยอดการขายสินค้าให้เพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมากในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี

นอกจากนี้ ผลการสำรวจของ YouGov ยังพบว่าผู้บริโภควางแผนใช้จ่ายสินค้าอื่นๆ เช่น เครื่องนุ่งห่ม หนังสือ บัตรของขวัญ และสินค้าความงามเพื่อเป็นของขวัญในช่วงเทศกาลคริสต์มาส โดยร้อยละ 49 คาดว่าจะเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มเป็นของขวัญ ร้อยละ 46 หนังสือ ร้อยละ 43 เลือกซื้อบัตรของขวัญ และร้อยละ 42 เลือกซื้อสินค้าเครื่องสำอางและความงาม ซึ่งเป็นเทรนด์ในการเลือกซื้อที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม (เดิมเลือกซื้อ ของเล่น เครื่องประดับ และอุปกรณ์เทคโนโลยีเป็นของขวัญ) ทั้งนี้ ผู้แทนร้านค้าปลีก Boots ให้ความเห็นว่า สินค้ากลุ่มสุขภาพและความงามมีแนวโน้มที่จะมียอดขายสูงในเทศกาลมอบของขวัญคริสต์มาส

ที่มา : Retail Week

ข้อมูลเพิ่มเติม/ความเห็น สศค.

ถึงแม้ว่าในช่วงที่ผ่านมาผู้คนในสหราชอาณาจักรจะประสบปัญหาเรื่องค่าครองชีพที่สูงขึ้น ส่งผลให้มีการชะลอการใช้จ่าย และมีการเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพใกล้เคียงแต่ราคาถูกกว่ามากขึ้นจนส่งผลให้ห้างค้าปลีก อาทิ Aldi Lidl Iceland Asda เติบโตอย่างก้าวกระโดดจนเป็นห้างค้าปลีกที่ครองส่วนแบ่งตลาดค้าปลีกในสหราชอาณาจักรเป็นส่วนใหญ่ แต่จากการสำรวจพบว่า ในช่วงเทศกาลคริสต์มาสในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีจะเป็นส่วนกระตุ้นให้ผู้คนใช้จ่ายสิ่งของที่ไม่จำเป็นมากขึ้นเพื่อเป็นของขวัญ ทั้งนี้ ช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีเป็นช่วงเวลาที่ร้านค้าต่างๆ เริ่มวางจำหน่ายสินค้าของขวัญ และนำเสนอสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่จะสามารถนำเสนอสินค้าประเภทอื่นๆ เช่น เสื้อผ้า ของประดับตกแต่งบ้าน ของใช้ในบ้าน และของขวัญ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่มีความแปลกใหม่ได้มากขึ้น