สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโทรอนโต
ข่าวเด่นประจำสัปดาห์
ระหว่างวันที่ 23-27 ตุลาคม 2566

ทิศทางพฤติกรรมผู้บริโภคจับจ่ายในช่วงคริสต์มาส 2566

เทศกาลคริสต์มาสเป็นช่วงที่ห้างค้าปลีกส่วนใหญ่มียอดจำหน่ายสูงสุดในแต่ละปี โดยปีนี้เป็นปีที่สองหลังจากวิกฤตโควิดซึ่งไม่มีข้อจำกัดในการจัดงานสังสรรค์หรือการเปิดปิดห้างเหมือนกับช่วงโควิด ซึ่งในปีที่แล้ว Pent-up Demand ได้ส่งผลให้ยอดจำหน่ายของห้างส่วนใหญ่ในช่วงเทศกาลคริสต์มาสปรับสูงขึ้นเป็นประวัติการณ์ แต่ในปีนี้ ด้วยภาวะเงินเฟ้อ ค่าครองชีพที่สูง นักวิเคราะห์ประเมินว่าปัจจัยดังกล่าวจะมีผลกระทบต่อการจับจ่ายและการเลือกซื้อสินค้าของชาวแคนาดามากขึ้น

จากผลการสำรวจพบว่า 9 ใน 10 ของคนส่วนใหญ่มีแผนจัดการฉลองคริสต์มาสปีนี้ที่มากขึ้นและมีแผนการจัดปาร์ตี้ทั้งภายในบ้านและที่ร้านอาหารมากขึ้น โดยในปีก่อน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังเลือกการจัดงานเลี้ยงภายในบ้านหรือภายในบริษัทเท่านั้นเนื่องจากยังกังวลกับโควิด ในขณะที่ปีนี้คนส่วนใหญ่มีแผนการจัดงานเลี้ยงนอกบ้านมากขึ้น ขนาดของงานจัดเลี้ยงใหญ่ขึ้น จะมีการเชิญแขกคนนอกหรือญาติเข้ามาร่วมงานมากขึ้น อาจเทียบได้กับช่วงก่อนโควิด อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคบางส่วนยังกังวลกับปัจจัยอื่นๆ อาทิ ต้นทุนหรืองบประมาณค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในปีนี้ และอาจปรับรูปแบบที่ใช้งบประหยัดเน้นความคุ้มค่ามากกว่าแต่ก่อน

จากผลการสำรวจโดยบริษัท Mintel ล่าสุดพบว่า ผู้บริโภคกว่าร้อยละ 74 จะมองหาโปรโมชั่นหรือเลือกซื้อสินค้าที่ลดราคาเท่านั้น และกว่าร้อยละ 64 จะเปรียบเทียบราคาสินค้าเดียวกันกับแบรนด์อื่นๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า มองหา Best Deal โดยเฉพาะในช่วงภาวะเงินเฟ้อในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าชาวแคนาดาส่วนใหญ่จะมีความอ่อนไหวต่อราคา (Price Sensitive) ในการซื้อสินค้า และพร้อมจะเปลี่ยนหากยี่ห้ออื่นมีราคาสินค้าที่ต่ำกว่า แต่ผู้ผลิตได้แก้เกมดังกล่าวด้วยกลยุทธ์การออกสินค้าลักษณะ Limited-Edition ที่ได้ผลตอบรับที่ดีกับหลายสินค้า ซึ่งชาวแคนาดากว่าร้อยละ 41 จะมีพฤติกรรม Impulse Buying (ซื้อด้วยอารมณ์ชั่วขณะ) โดยสินค้าดังกล่าวจะออกแบบมาโดยเฉพาะกับเทศกาลคริสต์มาส อาทิ สินค้าอาหาร เครื่องดื่มรุ่นเทศกาลคริสต์มาส โดยสินค้าที่มีลักษณะเป็น Theme หรือ Limited-Edition Product จะทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาสินค้าลดลง ทำให้ผู้ผลิตหรือห้างค้าปลีกสามารถปรับขึ้นราคาสินค้าได้ ซึ่งสินค้า Limited Edition ในเทศกาลคริสต์มาสอาจหมายถึงสินค้าที่มีรูปแบบดีไซน์โดยเฉพาะและจะวางจำหน่ายในช่วงเทศกาลคริสต์มาสเท่านั้น อาทิ บริษัท Chapman บริษัทไอศกรีมในแคนาดาจะออกผลิตภัณฑ์ Ice Cream Sandwich หรือ Peppermint สูตรพิเศษที่มีส่วนประกอบของ Shortbread และ Gingerbread ซึ่งเป็นขนมปังนิยมจำหน่ายในช่วงเทศกาลคริสต์มาสเท่านั้น แม้แต่ห้าง Walmart Canada ได้ปรับสินค้าคุกกี้ Private Label ให้มีความเป็นพิเศษให้เป็นสินค้า Limited Edition หรือร้านกาแฟ Starbucks ก็เปลี่ยนรูปแบบถ้วยกาแฟที่จำหน่ายในช่วงคริสต์มาสให้เป็น Limited Edition เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้าและแบรนด์

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☒ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Centre - TORONTO
31 Gloucester Street,
Toronto, ON M4Y 1L8
CANADA

Tel: +1 416 921 5400
Fax: +1 416 921 7545
Email: toronto@thaitrade.ca

ความเห็นของ สคต.

เทศกาลคริสต์มาสนอกจากเป็นช่วงวันหยุดที่สำคัญในแคนาดาแล้ว ยังเป็นช่วงที่ผู้คนส่วนใหญ่ออกมาจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการมูลค่าสูงสุดในแต่ละปี ซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ การจัดงานสังสรรค์เพื่อเฉลิมฉลองเทศกาล การเดินทางพบปะเยี่ยมครอบครัว โดยในแต่ละปี ห้างค้าปลีกต่างๆ จะเริ่มวางจำหน่ายสินค้าคริสต์มาสตั้งแต่ช่วงปลายเดือนตุลาคม แต่ในปีนี้ ด้วยผลกระทบจากภาวะเงินเฟ้อทำให้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ระมัดระวังการจับจ่ายมากขึ้น มีการเปรียบเทียบราคาสินค้า เปลี่ยนแบรนด์หันไปใช้สินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันแต่ราคาต่ำกว่า คนส่วนใหญ่ค่อนข้างอ่อนไหวต่อสงครามราคาสินค้ามากกว่าแต่ก่อน ทั้งนี้ เพื่อต่อสู้กับวิกฤตเงินเฟ้อ ผู้ผลิตบางรายได้หันมาใช้กลยุทธ์ Limited Edition เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างของสินค้า (Differentiation) อาศัยช่วงเทศกาลและปริมาณสินค้าที่จำกัดในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้า โดยทุกวันนี้ สินค้าแบรนด์ต่างๆ ได้เริ่มให้กลยุทธ์ดังกล่าว เพื่อสร้างความแตกต่าง ผู้ประกอบการไทยอาจลองนำแนวคิดนี้ไปใช้กับสินค้าไทย เพื่อสร้าง Gimmick ส่งเสริมสร้างแบรนด์ สร้างสีสันให้แบรนด์สินค้าไทยในช่วงเทศกาลต่างๆ โดยใช้กลไกเงื่อนไขของเวลา (เทศกาล) และจำนวนการผลิตสินค้าที่จำกัดเป็นหนึ่งในแนวทางเพื่อส่งเสริมกระตุ้นยอดจำหน่ายสินค้าในยุคเงินเฟ้อ ค่าครองชีพที่สูง

โปรดติดตามความเคลื่อนไหวในการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทางต่างๆ ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ www.ditp.go.th และ www.thaitrade.com หรือโทรปรึกษาเรื่องการค้าระหว่างประเทศที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โทร. 1169 (หากโทรจากต่างประเทศ โปรดติดต่อที่ โทร. +66 2792 6900)

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☒ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Centre - TORONTO
31 Gloucester Street,
Toronto, ON M4Y 1L8
CANADA

Tel: +1 416 921 5400
Fax: +1 416 921 7545
Email: toronto@thaitrade.ca