

วันแม่ปี'59 คนกรุงเทพฯใช้จ่ายสะพัด 2,800 ล้านบาท “พาแม่กินข้าวนอกบ้าน” เป็นกิจกรรมยอดนิยมอันดับหนึ่ง

CURRENT ISSUE

ปีที่ 22 ฉบับที่ 2759

วันที่ 5 สิงหาคม 2559

▶ ประเด็นสำคัญ

- ผลสำรวจของ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 นี้ การรับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่เป็นกิจกรรมยอดนิยมอันดับหนึ่งของคนกรุงเทพฯ รองลงมาเป็นการมอบพวงมาลัยให้คุณแม่ การซื้อของขวัญให้คุณแม่ และการพาคุณแม่เดินทางท่องเที่ยว ตามลำดับ
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินการว่า เม็ดเงินค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมต่างๆ ของคนกรุงเทพฯ ในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 นี้ มีมูลค่า 2,800 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 3.7 จากในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2558
- วันหยุดยาวสามวันในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 มีส่วนกระตุ้นให้คนกรุงเทพฯ ใช้จ่ายเม็ดเงินสะพัดไปสู่ธุรกิจต่างๆ มากขึ้น ทั้งการรับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่ และการพาคุณแม่และครอบครัวเดินทางท่องเที่ยวแบบค้างคืน ประกอบกับธุรกิจค้าปลีกส่งเสริมการขายกระตุ้นการซื้อของขวัญให้คุณแม่ ส่งผลให้การใช้จ่ายของคนกรุงเทพฯ ในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 นี้ เติบโตสูงกว่าปี 2558 ซึ่งเป็นปีที่ไม่ใช่วันหยุดยาว

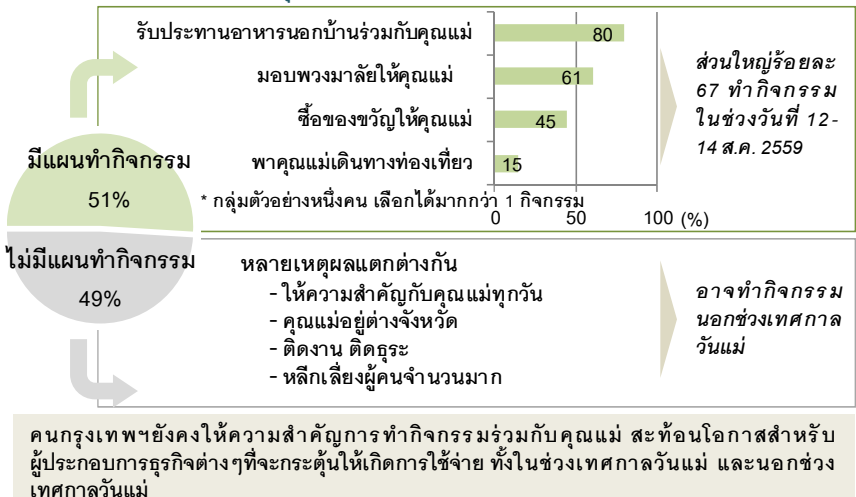
ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้สำรวจพฤติกรรมของคนกรุงเทพฯ ในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 ในลักษณะการสำรวจเชิงคุณภาพ ระหว่างวันที่ 1-30 กรกฎาคม 2559 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนกรุงเทพฯ หรือเป็นคนต่างจังหวัดที่เข้ามาศึกษาหรือทำงานในกรุงเทพฯ จำนวน 405 คน ครอบคลุมทุกสาขาอาชีพหลัก ช่วงอายุ และระดับรายได้ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมและการใช้จ่ายของคนกรุงเทพฯ ในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 โดยผลการสำรวจและข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ มีประเด็นสำคัญ ดังนี้

คนกรุงเทพฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมร่วมกับคุณแม่ในช่วงเทศกาลวันแม่ปี'59

- คนกรุงเทพฯ กว่าครึ่งมีแผนทำกิจกรรมร่วมกับคุณแม่ในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 กลุ่มตัวอย่างมีแผนทำกิจกรรมในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แม้เป็นสัดส่วนลดลงเมื่อเทียบกับปีที่แล้วที่มีสัดส่วนร้อยละ 55 แต่ก็ยังสะท้อนว่า คนกรุงเทพฯ ยังคงให้ความสำคัญการทำกิจกรรมร่วมกับคุณแม่ โดยการรับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่เป็นกิจกรรมยอดนิยมอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นการมอบพวงมาลัยให้คุณแม่ การซื้อของขวัญให้คุณแม่ และการพาคุณแม่เดินทางท่องเที่ยว ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เป็นการทำกิจกรรมในช่วงวันที่ 12-14 สิงหาคม 2559 ซึ่งสะท้อนโอกาสสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ ที่จะกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายในช่วงเวลาดังกล่าว

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 49 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ไม่มีแผนทำกิจกรรมในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 โดยมีหลายเหตุผลแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวอาจทำกิจกรรมนอกช่วงเทศกาลวันแม่ ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆยังมีโอกาสที่จะสามารถสร้างรายได้ให้กับกิจการนอกช่วงเทศกาลวันแม่ได้

ผลสำรวจพฤติกรรมของคนกรุงเทพฯในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559

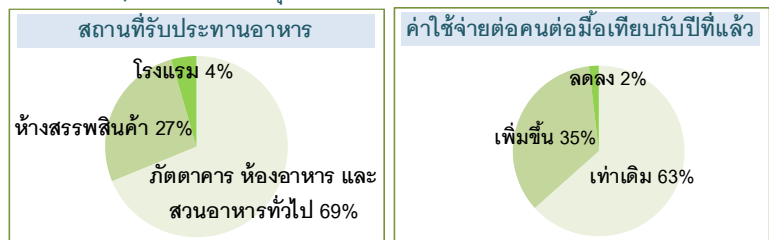


ที่มา : โพลล์ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

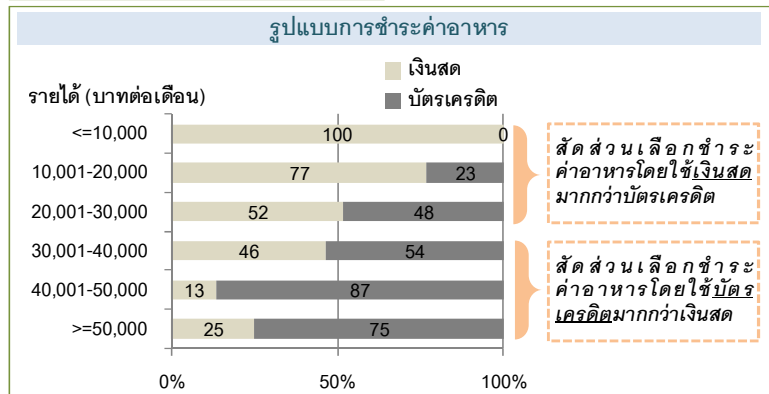
● **คนกรุงเทพฯที่มีรายได้ปานกลางขึ้นไปชำระค่าอาหารโดยใช้บัตรเครดิต เพื่อรับสิทธิพิเศษจากการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลวันแม่**

กลุ่มตัวอย่างสัดส่วนร้อยละ 69 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีแผนรับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่ เลือกรับประทานอาหารที่ภัตตาคาร ห้องอาหาร และสวนอาหารทั่วไป แตกต่างจากปีที่แล้ว ที่กลุ่มตัวอย่างที่เลือกรับประทานอาหารที่ภัตตาคาร ห้องอาหาร และสวนอาหารทั่วไป และกลุ่มตัวอย่างที่เลือกรับประทานอาหารที่ร้านอาหารมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน

ผลสำรวจพฤติกรรมของคนกรุงเทพฯในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559



ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่าการแข่งขันของร้านอาหารใน



ที่มา : โพลล์ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ห้างสรรพสินค้าที่เป็นไปอย่างรุนแรง ประกอบกับต้นทุนค่าเช่า

ระดับสูง เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาดหันมาเลือกทำเลนอกห้างสรรพสินค้ามากขึ้น จึงส่งผลให้ผู้คนมีทางเลือกในการใช้บริการร้านอาหารอย่างหลากหลาย โดยในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 นี้ ผู้คนน่าจะเลือกใช้บริการภัตตาคาร ห้องอาหาร และสวนอาหารทั่วไป สอดคล้องตามแนวโน้มการกระจายตัวของร้านอาหารไปสู่ทำเลนอกห้างสรรพสินค้ามากขึ้น ประกอบกับประเภทอาหารที่ให้บริการในภัตตาคาร ห้องอาหาร และสวนอาหารทั่วไป มีความหลากหลายมากกว่าร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า จึงน่าจะตอบโจทย์การรับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่ที่ส่วนใหญ่รับประทานเป็นกลุ่มครอบครัวได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สัดส่วนร้อยละ 63 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีแผนรับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่ในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 นี้ มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อมื้อในการรับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่เท่ากับปีที่แล้ว โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน มีสัดส่วนเลือกชำระค่าอาหารโดยใช้บัตรเครดิตมากกว่าเงินสด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน มีสัดส่วนเลือกชำระค่าอาหารโดยใช้เงินสดมากกว่าบัตรเครดิต

ศูนย์วิจัยกิจการไทย มองว่า ภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่สามารถฟื้นตัวได้มากนัก เป็นเหตุให้ผู้คนจำกัดค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่ให้เท่ากับปีที่แล้ว แตกต่างจากในอดีตที่ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

โดยเมื่อพิจารณากลยุทธ์ของธุรกิจร้านอาหาร จะพบว่า ร้านอาหารระดับบน อย่างภัตตาคาร และห้องอาหารในโรงแรม ร่วมกับสถาบันการเงิน จัดโปรโมชั่นกระตุ้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางขึ้นไป ให้ชำระค่าอาหารโดยใช้บัตรเครดิต ด้วยการมอบส่วนลด คุณแม่รับประทานอาหารฟรีตามเงื่อนไขที่กำหนด รวมถึงการมอบของขวัญหรือบัตรกำนัล ที่น่าจะสามารถึงดูแลกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางขึ้นไป ซึ่งมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตอยู่แล้ว ให้ชำระค่าอาหารโดยใช้บัตรเครดิต เพื่อรับสิทธิพิเศษจากการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลวันแม่

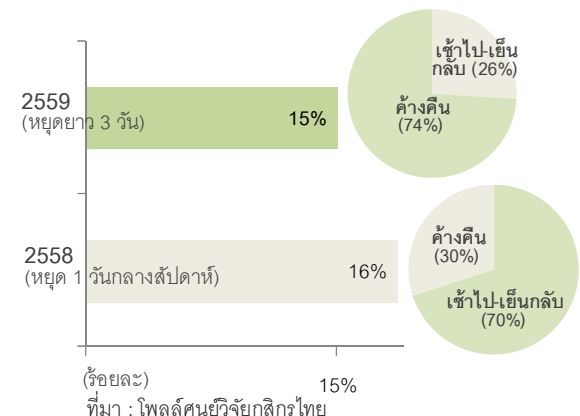
ในขณะที่ ภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่สามารถฟื้นตัวได้มากนัก เป็นเหตุให้กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางลงมา มีความระมัดระวังการใช้จ่ายสำหรับการรับประทานอาหารนอกบ้าน แต่ก็ยังให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่ ซึ่งพบว่า ร้านอาหารระดับกลาง อย่างร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า อาศัยโอกาสในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 นี้ จัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจความคุ้มค่า เพื่อกระตุ้นการใช้บริการจากกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางลงมา

- วันหยุดยาวในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 หนุนคนกรุงเทพฯ มีแผนท่องเที่ยวกับคุณแม่และครอบครัว รวมถึงท่องเที่ยวกับเพื่อน

ผลสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแผนจะพาคุณแม่เดินทางท่องเที่ยวน้อยลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว โดยส่วนใหญ่มีแผนท่องเที่ยวแบบค้างคืนเพิ่มขึ้น เนื่องจากเทศกาลวันแม่ในปีนี้มีวันหยุดยาวติดต่อกันสามวัน ซึ่งแตกต่างจากปีที่แล้วที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแผนเดินทางท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับ

สำหรับปลายทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีแผนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวระยะใกล้ที่ใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 3 ชั่วโมงจากกรุงเทพฯ อาทิ ชลบุรี(พัทยา) กาญจนบุรี และแหล่งท่องเที่ยวระยะไกล อย่างเชียงใหม่ สุราษฎร์ธานี ทั้งนี้ จากวันหยุดยาวที่เอื้อส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างโดยมากมีแผนที่จะไปท่องเที่ยวต่างจังหวัดและค้างคืนเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 2 คืน

ผลสำรวจคนกรุงเทพฯ ที่มีแผนพาคุณแม่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559



● คนกรุงเทพฯยังให้ความสำคัญกับการมอบพวงมาลัย และซื้อของขวัญให้คุณแม่

นอกจากการพาคุณแม่ไปรับประทานอาหารนอกบ้านและพาคุณแม่เดินทางไปท่องเที่ยวแล้ว กลุ่มตัวอย่างยังมีแผนที่จะทำกิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องเนื่อง อย่างการมอบพวงมาลัยและการซื้อของขวัญให้คุณแม่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มอบพวงมาลัยให้คุณแม่ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 61 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีแผนทำกิจกรรมในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 ทั้งนี้ พฤติกรรมการมอบพวงมาลัยให้คุณแม่มีความใกล้เคียงกับปีที่แล้ว กล่าวคือ ส่วนใหญ่มอบพวงมาลัยดอกมะลิให้คุณแม่ และมีค่าใช้จ่ายการซื้อพวงมาลัยให้คุณแม่เท่ากับปีที่แล้ว

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อของขวัญให้คุณแม่ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีแผนทำกิจกรรมในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 โดยมีความหลากหลายของประเภทของขวัญมากกว่าปีที่แล้ว ทั้งสินค้าแฟชั่น (เช่น เครื่องประดับ เสื้อผ้า กระเป๋า) เครื่องสำอาง กลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพ (เช่น อาหารเสริม ینگนค คอर्सนวอดสปา) รวมถึงอุปกรณ์สื่อสาร (เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต) โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ความหลากหลายของประเภทของขวัญที่ซื้อให้คุณแม่ที่มากกว่าปีที่แล้ว น่าจะเป็นผลมาจากผู้ประกอบการหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์กลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้น ประกอบกับช่องทางในการซื้อของขวัญที่มีความสะดวกมากขึ้น ทั้งการซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้าและร้านค้าต่างๆ รวมถึงการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

คาดเม็ดเงินใช้จ่ายของคนกรุงเทพฯ ในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 มูลค่า 2,800 ล้านบาท ผู้ประกอบการเร่งจัดโปรโมชั่นกระตุ้นกลุ่มที่ยังไม่มีแผนทำกิจกรรม

แม้กำลังซื้อยังไม่สามารถฟื้นตัวได้มากนัก แต่คนกรุงเทพฯก็ยังให้ความสำคัญกับเทศกาลวันแม่ โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า การใช้จ่ายจากคนกรุงเทพฯ ที่มีแผนทำกิจกรรมต่างๆ ในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 นี้ น่าจะมีมูลค่า 2,800 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 3.7 จากในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2558 ที่มีมูลค่า 2,700 ล้านบาท โดยเป็นการเติบโตที่สูงขึ้นจากปี 2558 เทียบกับปี 2557 ที่เติบโตร้อยละ 2.7

โดยวันหยุดยาวสามวันในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 นี้ มีส่วนกระตุ้นให้คนกรุงเทพฯที่มีแผนทำกิจกรรมในช่วงเทศกาลวันแม่ใช้จ่ายเม็ดเงินสะพัดไปสู่ธุรกิจต่างๆมากขึ้น ทั้งการรับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่ และการพาคุณแม่และครอบครัวเดินทางท่องเที่ยวแบบค้างคืน ประกอบกับธุรกิจค้าปลีกได้จัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการซื้อของขวัญให้คุณแม่ ส่งผลให้มูลค่าการใช้จ่ายของคนกรุงเทพฯในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 นี้ เติบโตสูงขึ้นกว่าปี 2558 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นปีที่ไม่ใช่วันหยุดยาว

ประมาณการเม็ดเงินค่าใช้จ่ายของคนกรุงเทพฯ ที่มีแผนทำกิจกรรมต่างๆ ในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559

กิจกรรม	เม็ดเงิน (ล้านบาท)	เติบโต (%)
 รับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่	1,230	+4.2
 พาคุณแม่เดินทางท่องเที่ยว	940	+2.2
 ซื้อของขวัญให้คุณแม่	500	+6.4
 มอบพวงมาลัยให้คุณแม่	130	+0.0
รวม	2,800	+3.7

ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

- **ร้านอาหารควรเจาะกลุ่มที่ไม่ได้ออกมารับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่เพิ่มเติม ด้วยการขยายระยะเวลาการจัดโปรโมชั่น**

แม้คนกรุงเทพฯ ออกมารับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่มากขึ้นในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 นี้ แต่การจำกัดค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่ ยังเป็นปัจจัยกดดันธุรกิจร้านอาหาร ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเร่งกระตุ้นการใช้จ่ายด้วยการจัดโปรโมชั่น เช่น การจัดเมนูพิเศษเฉพาะในช่วงเทศกาลวันแม่ การแจกคูปองส่วนลดสำหรับการรับประทานอาหารครั้งต่อไป เป็นต้น

ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการยังต้องเจาะกลุ่มที่ไม่ได้ออกมารับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับคุณแม่ ควบคู่กันไป โดยอาจขยายระยะเวลาการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลวันแม่ ที่ส่วนใหญ่เป็นการจัดโปรโมชั่นเฉพาะในช่วงวันที่ 12-14 สิงหาคม 2559 ให้ยาวนานขึ้น เพื่อกระตุ้นกลุ่มที่มีความกังวลด้านความหนาแน่นของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในช่วงเวลาดังกล่าว ให้ออกมาใช้บริการร้านอาหารในช่วงเวลาที่ลูกค้าไม่หนาแน่นแล้ว

ทั้งนี้ การขยายตัวของร้านอาหารในทำเลนอกห้างสรรพสินค้า ซึ่งส่งผลให้ผู้คนมีทางเลือกในการใช้บริการร้านอาหารอย่างหลากหลาย ส่งผลให้ในช่วงเทศกาลวันแม่ปี 2559 นี้ อาจมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าไม่คึกคักเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว อย่างไรก็ตาม ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าน่าจะยังได้รับอานิสงส์จากการใช้บริการของกลุ่มครอบครัวที่มาจับจ่ายที่ห้างสรรพสินค้าในช่วงเทศกาลวันแม่ โดยอาศัยโอกาสในช่วงเทศกาลวันแม่นี้ จัดโปรโมชั่นที่เน้นกระตุ้นการใช้จ่ายจากลูกค้ากลุ่มครอบครัวที่จะเข้ามาใช้บริการเป็นกลุ่มใหญ่ ยาวนานต่อเนื่องตลอดทั้งเดือนสิงหาคม

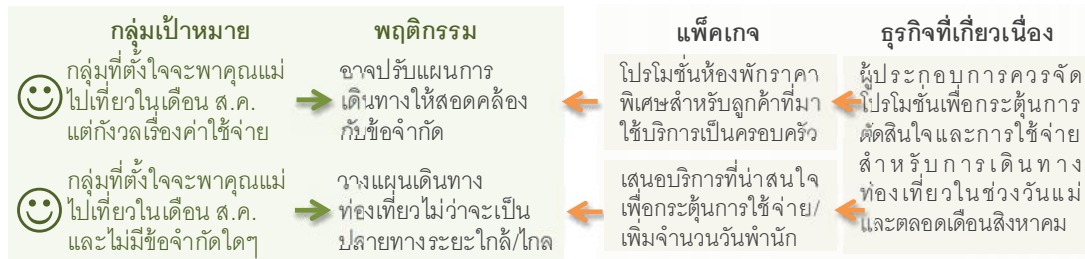
นอกจากนี้ ผู้ประกอบการร้านอาหารยังต้องนำเสนอบริการที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของลูกค้าในยุคปัจจุบัน เช่น อาหารคลีนและอาหารออร์แกนิกเพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพ บริการสำรองที่นั่งล่วงหน้าผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่ต้องการความรวดเร็วในการรับบริการ เป็นต้น

- **ธุรกิจท่องเที่ยวเกาะเทรนด์ Last Minute Booking นำเสนอโปรโมชั่นและประชาสัมพันธ์สิทธิพิเศษ กระตุ้นกลุ่มที่ยังไม่มีแผนท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้**

แม้ภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศจะมีความเชื่อมั่นและกำลังซื้อของผู้คนบางกลุ่ม แต่เทศกาลวันแม่เป็นโอกาสพิเศษ และในปี 2559 มีหลายปัจจัยหนุนไม่ว่าจะเป็นวันหยุดยาวที่ส่งเสริมแผนการเดินทางท่องเที่ยวของคนกรุงเทพฯ ทุกกลุ่ม ประกอบกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องมีการจัดโปรโมชั่นซึ่งสามารถตอบโจทย์ข้อจำกัดบางกลุ่มที่อาจจะคำนึงถึงเรื่องค่าใช้จ่าย ขณะเดียวกันรายการส่งเสริมการขายต่างๆ ยังกระตุ้นกลุ่มลูกค้าที่มีพฤติกรรมการจองสินค้าท่องเที่ยวแบบนาทีสุดท้าย หรือ Last Minute Booking ซึ่งเป็นเทรนด์ที่กำลังมาแรงในหมู่นักท่องเที่ยวทั่วโลก รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยบางปลายทางใช้เวลาตัดสินใจและวางแผน 1-3 วันก่อนการเดินทางจริง

จากปัจจัยแวดล้อมข้างต้น ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อย่างธุรกิจโรงแรมในแหล่งท่องเที่ยวระยะใกล้ อย่างพัทยา หัวหิน ยังมีโอกาสที่จะเพิ่มยอดขาย โดยใช้จังหวะนี้นำเสนอโปรโมชั่นและประชาสัมพันธ์สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าที่จะพาคู่แม่และครอบครัวไปใช้บริการทั้งในช่วงเทศกาลวันแม่และตลอดทั้งเดือนสิงหาคมนี้ เช่น นำเสนอแพ็คเกจห้องพักสำหรับครอบครัวในราคาพิเศษ เป็นต้น ซึ่งน่าจะช่วยกระตุ้นตลาดคนกรุงเทพฯ ที่ยังไม่มีแผน/ยังไม่ได้ตัดสินใจว่าจะทำกิจกรรมอะไรในช่วงเทศกาลวันแม่ปีนี้

ตลาดคนกรุงเทพฯ ที่ผู้ประกอบการควรกระตุ้นการใช้จ่ายในช่วงเทศกาลวันแม่และตลอดเดือนสิงหาคม ปี 2559



ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

• คำปลีกควรกระตุ้นยอดขายเพิ่มทั้งในช่วงวันแม่ และตลอดทั้งเดือนสิงหาคม

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า การเลือกซื้อของขวัญเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับคนกรุงเทพฯ ที่อาจจะมีข้อจำกัดด้านเวลาและกลุ่มที่ความกังวลเรื่องค่าใช้จ่าย โดยผลิตภัณฑ์ที่บุตรหลานนิยมซื้อให้คุณแม่ อย่างผลิตภัณฑ์ด้านความงามและสุขภาพ เครื่องประดับ รวมถึงสินค้าแฟชั่น มีหลากหลายระดับราคาให้เลือก ทั้งการไปจับจ่ายที่ห้างสรรพสินค้าและร้านค้า หรือซื้อออนไลน์ โดยเฉพาะการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์จากธุรกิจคำปลีกขนาดใหญ่ ที่นอกจากจะมีโปรโมชั่นด้านราคาสุดพิเศษแล้ว ยังมีบริการจัดส่งถึงบ้านในช่วงเทศกาลวันแม่ โดยอาศัยความได้เปรียบเรื่องระบบจัดส่งสินค้าที่ครอบคลุมทั้งในพื้นที่กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

อย่างไรก็ดี ธุรกิจคำปลีกยังสามารถกระตุ้นยอดขายเพิ่มได้อีกทั้งในช่วงวันแม่ คือ วันที่ 12 สิงหาคม 2559 และตลอดทั้งเดือนสิงหาคมในรูปแบบต่างๆ เช่น การจัดแพ็คเกจสินค้าเป็นของขวัญเช็ทสำหรับคุณแม่ การจัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นการจับจ่ายซื้อของขวัญให้คุณแม่ การมอบสิทธิพิเศษ อย่างการรับส่วนลดเพิ่มเติมสำหรับผู้ใช้บริการเครดิต จัดโปรโมชั่นร่วมกับร้านอาหารในห้างสรรพสินค้ากระตุ้นกิจกรรมรับประทานอาหารเช้าควบคู่กับการซื้อปิ้ง เป็นต้น โดยผู้ประกอบการควรใช้สื่อออนไลน์สำหรับการประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์และการซื้อสินค้าและบริการของคนไทยในปัจจุบัน



Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องให้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสียหายทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น