

## ยอดขายวัน Boxing Day ตก 3 ปีซ้อน



**ข้อเท็จจริงข่าว** นักวิเคราะห์จากบริษัท Springboard ได้เผยถึงจำนวนผู้บริโภคที่จับจ่ายในร้านค้าปลีก และห้างสรรพสินค้าในสหราชอาณาจักร ในวันที่ 26 ธันวาคม หรือ Boxing Day มีจำนวนลดลงจากปีก่อนหน้า ร้อยละ 3.1 (ข้อมูลดังกล่าวไม่รวมถึงการจำหน่ายในช่องทางออนไลน์) โดยเฉลี่ยร้านค้ามีการลดราคาสินค้า ร้อยละ 52 อย่างไรก็ตาม สินค้าบางแบรนด์มีการลดราคาสินค้าถึงร้อยละ 60 เช่น H Samuel, Clarks, House of Fraser, River Island และ New Look ในขณะที่บางแบรนด์ เช่น Top Shop ลดราคาเพิ่มขึ้น จาก ร้อยละ 60 เป็นร้อยละ 70 เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย

อย่างไรก็ตาม ในขณะที่จำนวนผู้บริโภคที่จับจ่ายในร้านค้าปลีก และห้างสรรพสินค้าในสหราชอาณาจักรโดยรวมลดลง แต่ในกรุงลอนดอน มีจำนวนผู้บริโภคที่จับจ่ายในร้านค้าปลีก และห้างสรรพสินค้า โดยเฉพาะย่านช้อปปิ้งที่สำคัญ เช่น Oxford Street และ Bond Street มีจำนวนถึง 5 แสนคน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 15 จากปี 2018 โดยคาดว่าผู้บริโภคมีการจับจ่ายถึง 50 ล้านปอนด์ โดย นาย Jace Tyrrell ตำแหน่ง Chief Executive บริษัท New West End ผู้ดูแลธุรกิจย่าน Oxford Street, Regent Street และ Bond Street เห็นว่า ธุรกิจย่านใจกลางกรุงลอนดอนมีผลดำเนินการในช่วง Boxing Day ดีที่สุดในประเทศ เนื่องจาก ค่าเงินปอนด์ที่อ่อนลงส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากกรุงลอนดอนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากจีนเพิ่มขึ้น ถึงร้อยละ 40 ต่อปี โดยนักท่องเที่ยวมีการจับจ่ายมากกว่าชาวสหราชอาณาจักรถึง 5 เท่า

ในส่วนของการขายสินค้าในช่องทางออนไลน์ ตั้งแต่ช่วง Black Friday (ช่วงปลายเดือนพฤศจิกายน) ถึงในช่วง Boxing Day นั้น เพิ่มขึ้น ร้อยละ 18.2 จากปี 2018 ในขณะที่การขายในร้านค้าปลีก และห้างสรรพสินค้า ลดลงจากปี 2018 ร้อยละ 2.6

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

สำนักงานส่งเสริมการค้าใน  
ต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน  
11 Hertford Street, Mayfair,  
London W1J 7RN

Phone : +44 207 4935749

e-Mail :  
info@thaitradelondon.com

นักวิเคราะห์จากบริษัท Springsboard เห็นว่า สาเหตุที่ทำให้จำนวนผู้บริโภคใช้จ่ายในช่วง Boxing Day ลดลง เนื่องจากการลดราคาสินค้าของร้านค้าต่างๆ มาตั้งแต่ช่วง Black Friday จนถึงช่วงคริสต์มาส ตลอดจน การใช้จ่ายในช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทขายสินค้าออนไลน์รายใหญ่ในสหราชอาณาจักร เช่น ASOS และ Ocado เห็นว่า ความไม่แน่นอนของสถานการณ์เศรษฐกิจ การเมือง ตลอดจน Brexit ได้ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในการใช้จ่าย

ที่มา: BBC News และ The Guardian

**ข้อคิดเห็นของ สคต.** ร้านค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า และแบรนด์สินค้าต่างๆ ในสหราชอาณาจักรต่างลดราคาสินค้าในช่วงเทศกาลที่สำคัญ เช่น Black Friday และ Boxing Day เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายสินค้าของบริษัท ซึ่งถึงแม้จะมีจำนวนผู้บริโภคที่ใช้จ่ายสินค้าในร้านค้า (Physical Store) ลดลง แต่ยอดขายสินค้าในช่องทางออนไลน์กลับเพิ่มขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในสหราชอาณาจักรที่หันมานิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น นอกจากนี้ ห้างค้าปลีกในสหราชอาณาจักรยังต้องเผชิญกับภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์การเมือง และการเจรจา Brexit ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น โดยผู้ประกอบการห้างค้าปลีกต่างเรียกร้องให้รัฐบาลแก้ไขกฎระเบียบและภาระทางภาษีที่ร้านค้า Physical Store ต้องรับภาระ เพื่อให้ห้างค้าปลีกในสหราชอาณาจักร สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

---

สรุปโดย สคต. ลอนดอน