

การระบาดของโควิด-19 ผลักดันให้เกิดการช้อปปิ้งในช่วงเทศกาลเร็วขึ้น



อุตสาหกรรมค้าปลีก เป็นอีกหนึ่งแขนงที่ต้องปรับตัวให้เร็วกว่าเดิม ก้าวเท้าให้เร็วขึ้น เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคจะเปลี่ยนมากขึ้น จากเดิมที่เปลี่ยนแปลงเร็วอยู่แล้ว ด้วยสถานการณ์ในปัจจุบัน ห้างร้านหรือร้านค้าต่างๆ เริ่มจัดโปรโมชั่นเตรียมรับมือกับช่วงเทศกาลเร็วขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงความแออัดให้ร้าน และในช่วงเดือนแห่งการช้อปปิ้ง อย่างเดือนพฤศจิกายนและธันวาคม

ห้างร้านต่างๆ อย่าง BEST BUY, MACY'S และ TARGET โดยปกติแล้วจะมีการจัดโปรโมชั่นต้อนรับ BLACK FRIDAY ในช่วงวันขอบคุณพระเจ้า (THANKSGIVING) แต่ในปีนี้ ห้างร้านเหล่านี้เริ่มจัดโปรโมชั่นเร็วขึ้นตั้งแต่เดือนตุลาคม ทำให้ผู้คนสามารถเริ่มการจับจ่ายซื้อของกันได้เร็วขึ้นในปี นี้ เพื่อหลีกเลี่ยงการแออัด ที่อาจจะก่อให้เกิดการแพร่ระบาดของ COVID-19 มากขึ้น

และด้วยพฤติกรรมการช้อปปิ้งของผู้บริโภคที่หันไปเลือกซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ห้างร้านหรือร้านค้าต่างๆ พยายามที่จะรีบจัดส่งสินค้าก่อนช่วงคริสต์มาส ที่อาจจะก่อให้เกิดการล่าช้าในการจัดส่งได้ บวกกับราคาส่งที่แพงขึ้นในช่วงเทศกาล ที่ผ่านมาในช่วงการระบาดของ COVID-19 มีการ LOCKDOWN ธุรกิจค้าปลีกเกือบทุกที่ ต้องรับมือกับการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น แม้แต่ AMAZON ที่ใช้เวลากว่า 25 ปีในการสร้างสถานที่จัดเก็บสินค้า (WAREHOUSE) และสร้างเครือข่ายในการจัดส่ง ยังประสบกับปัญหาขาดแคลนคนงาน และมีความจำเป็นที่ต้องจ้างพนักงานเพิ่มถึง 175,000 คน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อในช่วงดังกล่าว

BLACK FRIDAY ในสหรัฐฯ ถือเป็นเทศกาลของเหล่านักช้อป ที่จะเกิดขึ้นในช่วงปลายปี จุดเริ่มต้นของ BLACK FRIDAY นั้นมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นคำที่ใช้เรียกแทนวันศุกร์หลังวันขอบคุณพระเจ้า หรือ THANKSGIVING DAY และถือเป็นวันแห่งการเริ่มต้นการช้อปปิ้งรวมถึงการลดราคาครั้งใหญ่ ซึ่งจะเห็นได้ว่าธุรกิจค้าปลีกต่างหันมาเริ่มจัดโปรโมชั่นกันก่อนช่วงเทศกาลในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

สำหรับปี 2563 นี้ เนื่องจากการระบาดของ COVID-19 ยังคงแพร่กระจายในสหรัฐฯ ทำให้ร้านค้าต้องวางแผนการขายเพื่อรับมือกับการขายในช่วงเทศกาลกันใหม่ สำหรับปีนี้บางห้างร้านจะไม่มีการขายแบบ DOORBUSTERS หรือที่เรียกว่า ประตูห้างเปิดปูดผู้คนที่รีบพุ่งตัวเข้าไปทันที แต่จะเป็นการจัดโปรโมชั่นภายในร้านหลังจาก THANKSGIVING ทั้งนี้ร้านค้าต่างคาดหวังว่าผู้คนจะหันไปช้อปปิ้งออนไลน์มากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงผู้คนจำนวนมากและความวุ่นวายภายในร้าน

นาย BRIAN CORNELL ผู้บริหารของ TARGET กล่าวว่า “พวกเขา กำลังเตรียมรับมือกับช่วงเทศกาลวันหยุดที่ไม่เหมือนที่เคยเป็นมาก่อน” เนื่องจากหลายๆ ปัจจัย อย่าง อัตราว่างงานที่มากขึ้น และความไม่มั่นใจเกี่ยวกับอนาคตของเศรษฐกิจของผู้บริโภค ห้างร้านจึงไม่คาดหวังยอดขายในช่วงเทศกาลของปีนี้ เนื่องจากพวกเขาไม่สามารถเดินทางไปลองกับครอบครัวได้ หรือพบปะสังสรรค์กันเหมือนเคย แต่อาจจะเน้นการซื้อของขวัญที่เกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถทำภายในบ้านได้ อย่างชุดออกกำลังกายไปจนถึงของใช้ภายในบ้าน เครื่องเล่นเกมส์ เหล่านี้เป็นต้น ข้อดีอย่างหนึ่งคือ ผู้คนใช้จ่ายน้อยลงกับการเดินทางท่องเที่ยว และการรับประทานอาหารนอกบ้าน ซึ่งอาจจะส่งผลให้ยอดขายในช่วงวันหยุดเทศกาลนี้มากกว่าทุก ๆ ปี

นาย KEN PERKINS ประธานบริษัท RETAIL METRICS กล่าวว่า “นักช้อปจะมีความใส่ใจในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น” ร้านค้าปลีก โดยเฉพาะห้างสรรพสินค้าและร้านเสื้อผ้าจะต้องเตรียมแผนการจัดหาสินค้าที่ตอบโจทย์รับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

AMAZON จะเริ่มเปิดตัวโปรโมชั่นต้อนรับเทศกาลแห่งการช้อปปิ้งเป็นที่แรกในปีนี้ ที่จะเริ่มขึ้นกลางเดือนตุลาคม ภายใต้ “MID-OCTOBER PRIME DAY” และถือว่าเป็นครั้งแรกที่ AMAZON จัด PRIME DAY ใกล้เคียงช่วงเทศกาล เพราะทุกปีจะเริ่มในเดือนกรกฎาคม แต่ถูกเลื่อนออกไปในปีี้ ซึ่งจะเป็นการกดดันร้านค้าต่างๆ ที่จะมีการจัดโปรโมชั่นในช่วงเวลาเดียวกัน

TARGET และ WALMART จะมีการจัดโปรโมชั่นในช่วงเดียวกับ AMAZON ส่วน BEST BUY จะจัดโปรโมชั่นในช่วงเดือนตุลาคม ซึ่งเป็นการจัดโปรโมชั่นที่เร็วขึ้นกว่าที่เคยเป็น อย่างไรก็ตาม ถึงแม้แต่ละห้างร้านจะเริ่มจัดโปรโมชั่นต้อนรับเทศกาลวันหยุดเร็วขึ้น แต่พวกเขาคาดว่ายอดขายจะให้ผลกำไรน้อยกว่าปีที่ผ่านมา นาย JOEL BINES ผู้บริหาร



ALIXPARTNERS กล่าวว่าพฤติกรรมของผู้ซื้อที่ต้องการช้อปปิ้งในช่วงเทศกาลที่เร็วกว่าปกติ จะยังคงอยู่ต่อไปถึงแม้การระบาดของ COVID-19 จะสิ้นสุดลง เหมือนกับเทรนด์ที่ร้านค้าและห้างร้านต่างๆ เริ่มเปิดให้บริการในวัน THANKSGIVING ทำให้มีร้านค้าต่างๆ เริ่มเปิดให้บริการกันมากขึ้น ซึ่งที่ผ่านมามีวัน THANKSGIVING จะเป็นวันที่ร้านค้าต่างๆ ปิดทำการ และนาย BINES ยังกล่าวอีกว่า ช่วงเวลาที่จะมีการลดกระหน่ำของสินค้าต้อนรับเทศกาลอาจจะเปลี่ยนเป็นตุลาคมจนถึงมกราคมในอนาคต

ห้างสรรพสินค้าอย่าง KOHL'S กล่าวว่า ผู้คนเริ่มช้อปปิ้งสินค้าที่เกี่ยวกับเทศกาลกันเร็วขึ้นจากเว็บไซต์ออนไลน์ของทางร้าน และ NATIONAL RETAIL FEDERATION ได้ชื่อโฆษณาที่จะปล่อยออกทางทีวีและออนไลน์ในเดือนตุลาคมเชิญชวนให้เหล่านักช้อปปิ้ง หันมาช้อปปิ้งสินค้ากันเร็วขึ้น

MADALUXE ซึ่งมีทั้งหมด 3 สาขา และเป็นผู้จัดหาสินค้าให้แก่ร้านค้าปลีก วางแผนที่จะเริ่มจัดส่งสินค้าในช่วงกลางเดือนตุลาคมซึ่งเร็วกว่าปกติหนึ่งเดือนและเป็นสินค้าเกี่ยวกับเทศกาลอย่างเช่น ผ้าห่ม หมอน หรือกรอบรูป เป็นต้น

วัน BLACK FRIDAY หรือวันศุกร์ที่ถัดจากวันขอบคุณพระเจ้า (THANKSGIVING) ถือเป็นวันช้อปปิ้งใหญ่ในสหรัฐฯ ที่คนจะออกมาจับจ่ายซื้อของรับช่วงคริสต์มาสที่จะถึง ซึ่งช่วงเวลานี้ของทุกปี ห้างสรรพสินค้า แปรนตร์ต่างๆ จะออกไปโรมันขึ้นมาแข่งกันดึงดูดลูกค้า ทำให้หน้าร้านและย่านช้อปปิ้งคึกคักด้วยผู้คนจากหลากหลายพื้นที่

ในปีนี้ ผลจากการระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้ห้างสรรพสินค้า และแบรนด์ต่าง ๆ ต้องปรับเปลี่ยน กลยุทธ์ของตนเพื่อรับมือกับสถานการณ์ปัจจุบัน ที่ผู้คนไม่สามารถรวมตัวกันได้ และต้องหลีกเลี่ยงการแออัด ส่งผลให้หลายๆ ร้านค้าเริ่มที่จะจัดโปรโมชั่นดึงดูดลูกค้าเร็วขึ้นก่อนเวลาปกติ อีกทั้งในปีนี้ ผู้คนอาจจะหันไปช้อปปิ้งออนไลน์มากขึ้น ซึ่งพฤติกรรมที่ผู้คนหันไปช้อปปิ้งออนไลน์มากขึ้นในช่วง BLACK FRIDAY เริ่มจากปี 2562 ข้อมูลจาก ADOBE ANALYTICS พบว่า ธุรกิจของผู้ค้าปลีกในสหรัฐฯ มียอดขายจาก BLACK FRIDAY ออนไลน์ถึง 7,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ราว 225,000 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.5 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2561 และข้อมูลจาก SALESFORCE ยอดขายออนไลน์วันขอบคุณพระเจ้าของสหรัฐฯ อยู่ที่ 4,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ราว 123,000 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 17 ซึ่งคาดว่าในปี 2563 ยอดขายออนไลน์วันขอบคุณพระเจ้าน่าจะมีจำนวนมากขึ้นอย่างแน่นอน

ทั้งนี้เทรนด์ของบริษัทค้าปลีกในสหรัฐฯ ทั้ง WALMART, TARGET, COSTCO, BEST BUY มีบริการส่งสินค้า รวมถึงการเพิ่มจุดรับสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้ามากขึ้น อย่างไรก็ตามจะเห็นว่าบริษัทค้าปลีกหันมาทำโปรโมชั่นเร็วขึ้นเพื่อกระตุ้นการซื้อสินค้าในช่วงเทศกาลต่างๆ และนี่คือกลยุทธ์ที่ธุรกิจค้าปลีกเตรียมรับมือกับ BLACK FRIDAY ที่เป็นวันสำคัญแห่งการช้อปปิ้งวันหนึ่งในสหรัฐฯ ท่ามกลางการระบาดของ COVID-19 ที่ยังไม่มีทีท่าว่าจะคลี่คลายลง ซึ่งเชื่อว่าผู้ค้า



ปลีกในสหรัฐฯ จะเดินหน้าหันมาเน้นการทำธุรกิจแบบออนไลน์มากขึ้น เพื่อจำกัดจำนวนลูกค้าภายในร้าน รวมทั้งมาตรการลดราคาในช่วงวันหยุดก่อนวันจริง อาจจะถูกกลายเป็นเทรนด์เพื่อให้ผู้คนไม่ต้องมากระจุกตัวในที่เดียวกัน ภายใตวันๆ เดียว

ที่มาของข้อมูล [HTTPS://APNEWS.COM/](https://apnews.com/) และ สคต. ณ นครนิวยอร์ก วันที่ 5 ต.ค. 2563

