

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 15-21 พฤษภาคม 2564

ธุรกิจเสื้อผ้าในแคนาดาส่งสัญญาณฟื้นตัวหลัง COVID-19

หลังจากที่ธุรกิจแฟชั่นเกือบทุกระดับต่างเผชิญภาวะซบเซาจากการระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมานี้ เนื่องจากสถานการณ์ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มหยุดการซื้อสินค้าหรือเลือกซื้อสินค้าที่เปลี่ยนไปจนผู้ขายปรับตัวแทบไม่ทัน ขณะเดียวกัน กลุ่มแฟชั่นที่ปรับตัวและนำเสนอสินค้าออกมาได้ทันก็สามารถสร้างยอดขายที่สูงขึ้นอย่างไม่น่าเชื่อ อาทิ ธุรกิจที่มีเทรนด์เสื้อผ้าในกลุ่มชุดลำลองเหมาะกับการกักตัวและ work from home หรือธุรกิจที่มีแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ดี ก็ถือว่าได้เปรียบกว่าคู่แข่งจำนวนมาก

ทว่า ณ วันนี้แต่ละประเทศเริ่มกระจายฉีดวัคซีน COVID-19 ในวงกว้างขึ้น และมีแผนผ่อนคลายนโยบายเมืองอนุญาตให้ครอบครัวและเพื่อนพบปะสังสรรค์กันได้นั้น ส่งผลให้หลายคนมีความต้องการซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายใหม่ๆ หลังจากที่แต่งกายในแบบลำลองกางเกงวอร์ม เสื้อ sweater รองเท้าแตะมานาน

โดยล่าสุดกลุ่ม NPD บริษัทวิจัยตลาดของสหรัฐฯ เปิดเผยข้อมูลพฤติกรรมซื้อเสื้อผ้าของผู้บริโภคแคนาดา พบว่า กว่าร้อยละ 50 โดยเฉพาะผู้บริโภคช่วงอายุ 18-34 ปีเกือบร้อยละ 70 มีความตั้งใจที่จะซื้อเสื้อผ้าสไตล์ใหม่ๆ หลังจากที่สถานการณ์ COVID คลี่คลาย ด้าน Tamara Szames ผู้เชี่ยวชาญธุรกิจค้าปลีกแคนาดาจากกลุ่ม NPD กล่าวว่า ความสนใจและความชอบที่ชาวแคนาดาออกงานเพื่อนัดพบเพื่อนฝูง จะเป็นตัวเร่งให้อุตสาหกรรมแฟชั่นกลับมาฟื้นตัวได้อีกครั้ง หลังจากธุรกิจดังกล่าวได้รับผลกระทบด้านยอดขายตกไปถึงร้อยละ 86.8 ในเดือนเมษายน 2563 และอยู่ในระดับต่ำเป็นต้นมา



ด้านผู้ประกอบการค้าปลีกเสื้อผ้า นาย Brian Hill ซีอีโอและประธานกลุ่ม Aritzia แปรนตร์ร้านเสื้อผ้าระดับกลางสัญชาติแคนาดาที่มีสาขากว่า 100 แห่งในแคนาดาและสหรัฐอเมริกา กล่าวถึง โอกาสและความพร้อมที่ทางร้านเตรียมรองรับไว้สำหรับการกลับมาช้อปปิ้งหลังช่วงโรคระบาด โดยที่ผ่านมามีได้เห็นสัญญาณฟื้นตัวจากยอดขายร้าน Aritzia ในสาขาในสหรัฐฯ ขยายตัวได้ดี และคาดว่าหากแคนาดามีการกระจายวัคซีนที่ทั่วถึงขึ้น ก็น่าจะเห็นอัตราการขยายตัวของร้านเสื้อผ้าในแคนาดาเช่นกัน

จากการสำรวจตลาดพบว่า สินค้าเสื้อผ้าประเภทใส่ออกงานปาร์ตี้หรืองานสังสรรค์ และสำหรับเดินทางท่องเที่ยว เช่น ชุดเดรส ชุดกระโปรงยาว ชุดว่ายน้ำ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมากกว่าประเภทเสื้อผ้าอื่นๆ ใดๆ ก็ดี Ms.Tamara

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่น ๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ
อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Centre, Vancouver
1009-1166 Alberni Street
Vancouver BC V6E 3Z3 Canada

Phone: +1 604 687 6400
Fax: +1 604 683 6775
Email: vancouver@thaitrade.ca

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำวันที่ 15-21 พฤษภาคม 2564

มองถึงแนวโน้มแฟชั่นยุคหลัง COVID จะเป็นในแบบไฮบริด กล่าวคือสวมใส่สบาย (comfort) และยังคงดีมีสไตล์ (fashion) โดยเป็นมากกว่ากางเกงออกกำลังกายสบายๆ เช่น กางเกงยีนส์ผ้าฟอกนุ่ม ขากว้างที่สวมใส่สบายกว่า ทรงขากระบอกแคบ เป็นต้น

ทั้งนี้ หลังจากสถานการณ์คลายล็อกดาวน์คาดว่าจะเห็นผู้บริโภคกลุ่มวัยกลางคนถึงสูงอายุมานิเลือกซื้อสินค้าภายในร้านมากขึ้น ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคอายุน้อยกว่า 40 ปียังคงซื้อผ่านช่องทางออนไลน์เหมือนเดิม ในการนี้ร้านค้าปลีกต้องมีระบบบริหารจัดการร้านให้เหมาะกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความกังวลด้านปลอดภัยของสุขภาพมากขึ้น อาทิ ระบบการชำระเงินที่รวดเร็ว การรักษาความสะอาดภายในร้านที่ดี เป็นต้น โดยสิ่งเหล่านี้เป็นวิถีที่เปลี่ยนไปจากวิกฤต COVID-19 โดยจะเป็นแรงส่งให้ธุรกิจค้าปลีกสามารถกลับมาเปิดได้อย่างค่อยเป็นค่อยไปจนสู่ภาวะปกติได้

ที่มาของบทความ [Apparel sales expected to soar as Canadians trade sweats for jeans | iNFOnews | Thompson-Okanagan's News Source \(infotel.ca\)](https://www.infonews.com/thompson-okanagan/news-source/2020/05/15/apparel-sales-expected-to-soar-as-canadians-trade-sweats-for-jeans/)

ข้อคิดเห็นจากสำนักงานฯ วิกฤต COVID-19 ที่ระบาดมานานกว่า 1 ปีได้สร้างผลกระทบรายได้ที่ลดลงของธุรกิจ และพฤติกรรมการจับจ่ายผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในวงกว้าง จนมาในวันนี้สถานการณ์เริ่มที่จะคลี่คลายในหลายพื้นที่ของโลก และธุรกิจจำนวนมากพยายามที่จะปรับตัวให้กลับมาสู่การแข่งขันได้อีกครั้ง ธุรกิจแฟชั่นถือว่าเป็นวงการที่ต้องปรับตัวตามความต้องการลูกค้าและสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนไปเสมอ ดังนั้นเห็นว่า สิ่งที่แบรนด์แฟชั่นต้องรีบทำในวันนี้นอกเหนือดีไซน์เสื้อผ้าแล้วนั้น จึงเป็นเรื่องของการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้าที่ต้องมีหลากหลายมากขึ้น เพราะวิธีการซื้อสินค้าของลูกค้ามันเปลี่ยนไป โดยเฉพาะส่วนของธุรกิจออนไลน์ที่ต้องให้ลูกค้าเห็นภาพและตัดสินใจซื้อได้ง่ายที่สุดไม่ต่างจากการมาซื้อหน้าร้าน รวมไปถึงขั้นตอนการจัดส่งที่รวดเร็วและช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เพื่อที่ธุรกิจเราสามารถแข่งขันพร้อมกับการขยายตัวและผ่านพ้นสถานการณ์ไปได้แน่นอน