

เทรนด์พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าในสเปน

Tiendeo.com แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับประชาชนสัมพันธ์สินค้าใหม่ และส่งเสริมการตลาดในรูปแบบอี-แคตตาล็อกที่เน้นการเข้าถึงข้อมูลที่ระบุตัวตนของลูกค้า (Geo-profiling) โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการค้าปลีกรายใหญ่ในสเปน ได้รายงานผลวิเคราะห์พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในสเปน โดยแบ่งเป็น 7 กลุ่มหลักๆ ดังนี้

1. **“The practical”** ทำการซื้อสินค้าเฉพาะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตเท่านั้น จึงมีความถี่ในการจับจ่ายเลือกซื้อสินค้าต่ำ และมักไม่ค่อยตามการโฆษณา หรือเทคนิคการขายต่างๆ รวมถึงไม่คำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมของสินค้านั้นๆ นอกจากนี้ ไม่เน้นการซื้อเฉพาะสินค้ามือหนึ่ง **แหล่งซื้อสินค้า : Discount store และร้านสินค้ามือสอง**

2. **“The omnichannel”** ใช้เวลา และความพยายามในการเสาะหาที่จำหน่ายสินค้าที่มีข้อเสนอที่ดีที่สุด (best deal) และให้ความสำคัญกับคูปองส่วนลด และ voucher โดยมักหาข้อมูลจากหลายแหล่ง ทั้งสื่อ สิ่งพิมพ์ และโซเชียลมีเดีย รวมถึงโบรชัวร์ และแคตตาล็อก **แหล่งซื้อสินค้า : ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และเอ้าท์เลต**

3. **“The virtual”** ซื้อสินค้า และบริการจากช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ตั้งแต่สินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวัน ไปจนถึงของขวัญ ของฟุ่มเฟือยต่างๆ มักเลือกสินค้าตามสมัยนิยม หรือตามเทรนด์ **แหล่งซื้อสินค้า : อีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์ม**

4. **“Fashion victim”** บริโภคสินค้า และบริการตามกระแสแฟชั่นตลอดเวลา แม้ว่าจะไม่ชอบ หรือไม่มีความต้องการใช้เลยก็ตาม โดยสิ่งที่ซื้อ หรือสถานที่ที่ไปเยือน ต้องมีภาพลักษณ์ที่เก๋ มีคอนเทนต์ และทันสมัย เหมาะกับการลงสื่อโซเชียล หรือ “instagrammable” โดยทั่วไป ผู้บริโภคกลุ่มนี้มักมีบุคลิกลักษณะในการเป็นผู้สร้างกระแส วัตถุนิยม และต้องการการยอมรับจากสังคม **แหล่งซื้อสินค้า : ร้านที่อยู่ในกระแสสมัยนิยม หรือนำสมัย**

5. **“Km 0”** ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศน์ของโลกเป็นอย่างมาก ปัจจัยด้านความยั่งยืนตลอดซัพพลายเชน จึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ยังคำนึงถึงคุณค่าคุณประโยชน์ และผลกระทบต่อสุขภาพของสินค้านั้นๆ ผู้บริโภคกลุ่มนี้ จึงมักศึกษา และติดตามข้อมูลเชิงวิชาการ หรือการวิจัย ตลอดจนเทรนด์สินค้าที่อยู่ในกระแสการรักษาสิ่งแวดล้อม รวมถึงประเด็นด้านสังคมต่างๆ อาทิ สิทธิแรงงาน และสวัสดิภาพสัตว์ อย่างต่อเนื่อง โดยพบว่า จำนวนมากบริโภควิถีวีแกน หรือมังสวิรัต **แหล่งซื้อสินค้า : ร้านออร์แกนิก สั่งซื้อตรงจากเกษตรกร ร้านสินค้ามือสอง ร้านที่จำหน่ายสินค้าเพื่อความยั่งยืน**

6. **“The compulsive”** มีพฤติกรรมเสพติดการช้อปปิ้ง และไม่สามารถยับยั้งการซื้อได้ แม้ว่าในภายหลัง อาจมีบ้างที่คิดว่าสิ่งที่ซื้อมานั้น ไม่มีความจำเป็น หรือไม่ต้องการใช้ **แหล่งซื้อสินค้า : ทุกที่ที่สามารถจับจ่ายซื้อหาสินค้า และบริการ**

7. **“The old school”** ทำการซื้อสินค้าแบบเดิมๆ ตามความเคยชิน และมักไม่เปลี่ยนแปลง นิยมซื้อจากร้านค้าในชุมชน ซึ่งมีความคุ้นเคยกับผู้ขายเป็นอย่างดี โดยจะทำการคัดเลือกด้วยตนเอง หรือร้านค้าจะจัดเตรียมสินค้าไว้ให้ล่วงหน้า เนื่องจากผู้ซื้อจะบริโภคแบบเดิมๆ เสมอ กลุ่มนี้จะซื้อสินค้าออนไลน์เฉพาะเมื่อมีความจำเป็นเท่านั้น ทั้งนี้ ร้านค้าเปรียบเป็นสถานที่พบปะ สนทนากับผู้คน **แหล่งซื้อสินค้า : ตลาด หรือร้านค้าในชุมชน และตลาดของเมืองนั้นๆ**

ที่มา : Novedades y Noticias พฤติภคยยน 2564

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ