

รายงานข่าวเด่นจากสหรัฐอเมริกา

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก

คนอเมริกันมีแผนใช้จ่ายในเทศกาลวันแม่ปีนี้ คาดแตะ

34.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ



วันแม่ (Mother's Day) ในประเทศสหรัฐอเมริกาจะตรงกับวันอาทิตย์ที่สองของเดือนพฤษภาคมในทุกๆ ปี ซึ่งปีนี้ตรงกับวันอาทิตย์ที่ 11 พฤษภาคม 2568 วันแม่จัดเป็นอีกหนึ่งเทศกาลในสหรัฐฯ ที่ครัวเรือนชาวอเมริกันได้ให้ความสำคัญเป็นพิเศษ และยังเป็นอีกหนึ่งเทศกาลที่สร้างเม็ดเงินสะพัดในระบบเศรษฐกิจของสหรัฐฯ

แม้ว่า ผู้บริโภคชาวอเมริกันยังมีความวิตกกังวลต่อความไม่แน่นอนของสถานการณ์เศรษฐกิจที่เป็นอยู่ แต่ยังคงให้ความสำคัญกับเทศกาลวันแม่ และยังมีแผนการฉลองให้กับสตรีที่เป็นบุคคลพิเศษสุดในชีวิต ด้วยการมอบของขวัญ และการพาไปรับประทานอาหารนอกบ้านตามธรรมเนียมปฏิบัติในทุกๆ ปี

ปีนี้โดยสหพันธ์ค้าปลีกแห่งชาติของสหรัฐฯ (National Retail Federation หรือ NRF) ร่วมกับบริษัท Prosper Insights & Analytics ได้จัดทำการศึกษาสำรวจผู้บริโภคชาวอเมริกันต่อการใช้จ่ายในเทศกาลวันแม่ ซึ่งเป็นการสำรวจที่ดำเนินการเป็นประจำในทุกๆ ปี และผลการสำรวจในปีี้ พบว่า

การจับจ่ายใช้สอย

ของผู้บริโภคชาวอเมริกันในเทศกาลวันแม่ คาดจะมีมูลค่าแตะถึง 34.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มีมูลค่าอยู่ที่ 33.5 พันล้านเหรียญสหรัฐโดยเป็นประชากรกลุ่มผู้ใหญ่ (ร้อยละ 84) มีแผนการฉลองวันแม่ และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคิดเป็นเงิน 259.04 เหรียญสหรัฐ/คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน

ช่องทางการซื้อของขวัญ

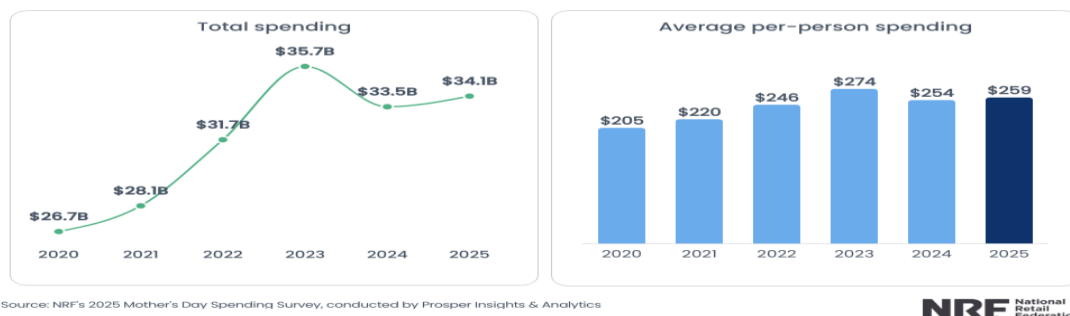
ผู้บริโภคชาวอเมริกันยังคงนิยมซื้อของขวัญผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งได้รับความนิยมมากที่สุด (ร้อยละ 36) ตามด้วยห้างสรรพสินค้า (ร้อยละ 32) และร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่าง หรือ ร้าน Specialty Stores (ร้อยละ 29) และร้านค้าปลีกขนาดเล็กในชุมชนท้องถิ่น (ร้อยละ 25) ซึ่งร้อยละ 57 เป็นการมอบของขวัญให้แด่แม่หรือแม่เลี้ยง ส่วนร้อยละ 23 มอบให้ภรรยา และร้อยละ 12 มอบให้บุตรสาว

กลุ่มสินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ยังคงเป็น ดอกไม้ (ร้อยละ 74) บัตรอวยพร (ร้อยละ 73) และการรับประทานอาหารเย็น หรือ Brunch (ร้อยละ 61)

การคาดการณ์มูลค่าการใช้จ่ายของผู้บริโภคชาวอเมริกันในวันแม่ปีนี้

- สินค้ากลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับ คาดมีการใช้จ่ายคิดเป็นมูลค่า 6.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ
- การรับประทานอาหารนอกบ้าน 6.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ
- การซื้อบัตรกำนัลเพื่อมอบเป็นของขวัญ 3.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ
- ดอกไม้ 3.2 พันล้านเหรียญสหรัฐ
- การซื้อบัตรอวยพร 1.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ

Mother's Day spending



นอกจากนี้ ผู้บริโภคที่อยู่ในกลุ่มสำรวจเกือบครึ่ง (ร้อยละ 48) ระบุว่า ต้องการหาซื้อของขวัญที่มีความพิเศษไม่เหมือนใคร (Unique) หรือมีความแตกต่างที่ไม่เหมือนใคร และร้อยละ 42 ให้ความสำคัญกับการซื้อของขวัญที่สร้างความทรงจำพิเศษ

อย่างไรก็ตาม การมอบของขวัญในรูปแบบการเสริมประสบการณ์ให้กับชีวิต ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยเฉพาะในปีี้ ผู้บริโภคเพศชาย (ร้อยละ 36) มีแผนการมอบของขวัญในวันแม่ในรูปแบบของขวัญเสริมประสบการณ์ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2562 (ร้อยละ 29) อาทิ การมอบบัตรแสดงคอนเสิร์ต บัตรชมภาพยนตร์ บัตรเข้าชมไวน์ หรือการซื้อบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

ที่มา: [NRF | Mother's Day Spending Expected to Reach \\$34.1 Billion](#)

- ❖ แม้ล่าสุด ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคชาวอเมริกันลดลงอย่างมาก ประกอบกับจีดีพีของสหรัฐฯ ในไตรมาสแรกหดตัวร้อยละ 0.3 แต่ผลการสำรวจล่าสุดของสหพันธ์ค้าปลีกแห่งชาติสหรัฐฯ หรือ NRF ของผู้บริโภคที่มีแผนการใช้จ่ายในเทศกาลวันแม่ที่จะถึงในปี นี้ ยังมีแนวโน้มไปในทิศทางบวก ด้วยผู้บริโภค ชาวอเมริกันยังคงให้ความสำคัญกับเทศกาลวันแม่ ซึ่งวันแม่ถือเป็นเทศกาลสำคัญอันดับ 3 ของสหรัฐฯ รองจาก เทศกาลคริสต์มาส และอีสเตอร์ ที่มีการมอบของขวัญและดอกไม้
- ❖ ทั้งนี้ NRF ได้คาดการณ์ธุรกิจค้าปลีกของสหรัฐฯ ในปีนี้ว่า จะมีมูลค่าระหว่าง 5.42 ถึง 5.48 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (ไม่รวมกลุ่มสินค้ายานยนต์ น้ำมันเชื้อเพลิง และธุรกิจบริการอาหาร) และจะมีการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 2.7 ถึงร้อยละ 3.7
- ❖ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคชาวอเมริกันยังคงมีความวิตกกังวลต่อสถานการณ์เศรษฐกิจที่เกิดจากกำแพงภาษีนำเข้า ซึ่งในไตรมาสสองอาจจะเห็นผลกระทบจากการชะงักงันของห่วงโซ่อุปทาน ปริมาณตู้สินค้านำเข้าลดน้อยลง ด้วยการเจรจาการค้ายังไม่บรรลุผล การยกเลิกคำสั่งซื้อ ซึ่งอาจจะมีแนวโน้มด้านสินค้าขาดตลาดและราคาแพงขึ้น