

ตลาดซุดนักเรียนปี '54: หวั่นค่าครองชีพพุ่ง...ผู้ปกครองกำลังซื้อลด ผู้ประกอบการเร่งทำกลยุทธ์...รับเทศกาล Back to School (ฉบับส่งสื่อมวลชน)

ในช่วงเปิดเทอมนับว่าเป็นช่วงโอกาสทองในการเพิ่มยอดขายของบรรดาผู้ประกอบการที่จำหน่ายซุดนักเรียน เนื่องจาก เป็นช่วงที่มียอดจำหน่ายสูงสุดของปี ดังนั้น ในช่วงเปิดเทอมบรรดาผู้ประกอบการในธุรกิจซุดนักเรียน จะมีการทำกลยุทธ์การตลาดที่หลากหลายเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดที่มีมูลค่ากว่า 5,000 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าปีนี้มีปัจจัยหนุนหลายประการไม่ว่าจะเป็นการปรับขึ้นเงินเดือนของข้าราชการ การปรับขึ้นค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจาก ปัญหาค่าครองชีพที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในปัจจุบัน อันเป็นผลมาจากราคาน้ำมันและราคาสินค้าที่ปรับเพิ่มขึ้นนั้น จึงทำให้คาดการณ์ว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่น่าจะยังคงมีการใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง

อย่างไรก็ตาม ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ยังมีอีกหนึ่งกิจกรรมใหญ่นั้นคือ “โครงการเรียนฟรี 15 ปี” ซึ่งในปีนี้ทางภาครัฐได้มีการจัดสรรงบประมาณที่มากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา ซึ่งจากการจัดสรรงบประมาณที่เพิ่มขึ้นนี้ น่าจะช่วยบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายของผู้ปกครองท่ามกลางการเผชิญกับค่าครองชีพที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบันได้ในระดับหนึ่ง ดังนั้น จากปัจจัยหนุนดังกล่าว น่าจะทำให้ตลาดซุดนักเรียนในปีนี้ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวได้

ตลาดซุดนักเรียน ปี '54...มูลค่าตลาดกว่า 5,000 ล้านบาท

โดยปกติแล้วในช่วงก่อนเปิดเทอม บรรดาผู้ปกครองจะต้องเตรียมหาเงินเพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับการเปิดภาคการศึกษาใหม่ ภาระค่าใช้จ่ายในช่วงเปิดเทอมนี้ นับว่าเป็นปัญหาหนักหน่วงสำหรับผู้ปกครอง อีกทั้งในปีนี้ “ทิศทางราคาน้ำมันในตลาดโลก” และ “ราคาสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่ยังคงปรับเพิ่มสูงขึ้น” ส่งผลให้ผู้บริโภคยังคงมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ขณะที่รายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคยังคงมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น ทำให้ปีนี้บรรดาผู้ปกครองอาจจะมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อซุดนักเรียน ซึ่งจากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า พฤติกรรมในการซื้อซุดนักเรียนของผู้ปกครองในปี 2554 สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

▪ **กลุ่มที่ลดจำนวนซื้อชุดนักเรียนเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา** ซึ่งจากการสำรวจ พบว่า **ผู้ปกครองส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 60 ของจำนวนผู้ปกครองที่ถูกสัมภาษณ์ จะมีพฤติกรรมการซื้อชุดนักเรียนอยู่ในกลุ่มนี้** โดยผู้ปกครองกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่สูงนัก จะปรับพฤติกรรมโดยการลดจำนวนที่ซื้อ หรือพยายามให้ใส่ชุดนักเรียนที่ยังคงใช้ได้อยู่ไปก่อน เนื่องจาก มีค่าใช้จ่ายในด้านอื่นๆ ที่จำเป็นเพิ่มขึ้น โดยจำนวนการซื้อเฉลี่ยต่อคนของผู้ปกครองในกลุ่มนี้ใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา กล่าวคือ ในปีนี้จะซื้อไม่เกิน 2 ชุด/คน หรืออาจจะซื้อเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ซื้อเสื้อนักเรียนเพียงอย่างเดียว และจะตั้งงบประมาณที่ประมาณไม่เกิน 1,000 บาท/คน

▪ **กลุ่มที่ยังคงปริมาณการซื้อชุดนักเรียนเท่ากับในปีที่ผ่านมา** ซึ่งมีจำนวนไม่ถึงร้อยละ 40 ของจำนวนผู้ปกครองที่ถูกสัมภาษณ์ โดยกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีระดับรายได้อยู่ในเกณฑ์สูง และมีการเตรียมรับมือกับค่าใช้จ่ายในช่วงเปิดเทอมไว้เป็นอย่างดี แต่กลุ่มนี้ก็ปรับพฤติกรรมโดยการเลือกซื้อสินค้าในช่วงใกล้กับเวลาที่จำเป็นต้องใช้มากที่สุด กล่าวคือ ในปีนี้บรรดาผู้ปกครองจะเริ่มออกมาจับจ่ายซื้อชุดนักเรียน และอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนในช่วงต้นเดือนพฤษภาคมเป็นต้นไป และจำนวนการซื้อเฉลี่ยต่อคนของผู้ปกครองจะซื้อประมาณ 4-5 ชุด/คน หรือตั้งงบประมาณไว้ที่ประมาณไม่เกิน 2,000 บาท/คน

โครงการเรียนฟรี 15 ปี...ปัจจัยหนุนสำคัญในการเพิ่มยอดขายชุดนักเรียน

ถึงแม้ว่าในปีนี้ บรรดาผู้ปกครองจะต้องเผชิญกับค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้น แต่ก็ยังมีอีกหนึ่งกิจกรรมใหญ่ที่เข้ามาช่วยบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายเปิดเทอมของผู้ปกครองได้ในระดับหนึ่ง นั่นคือ **“โครงการเรียนฟรี 15 ปี”** ของรัฐบาล โดยในปี 2554 จะมีการเพิ่มงบประมาณเป็น 8.0 หมื่นล้านบาท จากงบประมาณ 7.3 หมื่นล้านบาท ในปี 2553 หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 9.6 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่า ในส่วนของงบประมาณในการซื้อชุดนักเรียนต่อคน ยังคงกำหนดให้มีเท่าเดิมเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา แต่จากงบประมาณที่เพิ่มขึ้นในปีนี้ สามารถช่วยลดภาระของผู้ปกครองในส่วนอื่นๆ ได้ เช่น ค่าใช้จ่ายในส่วนของหนังสือเรียน รวมทั้งข้อยืดหยุ่นในการซื้อชุดนักเรียนและอุปกรณ์การเรียน คือสามารถนำงบประมาณในส่วนของการซื้อชุดนักเรียนและอุปกรณ์การเรียนมาถัวเฉลี่ยได้ นอกจากนี้ ยังสามารถนำไปซื้อชุดอื่นๆ ได้ด้วยนอกจากชุดนักเรียน ซึ่งจากข้อแตกต่างดังกล่าว คาดว่าจะช่วยบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายของผู้ปกครองในปีนี้ได้มากขึ้น และอาจจะทำให้ผู้ปกครองยังคงมีเงินที่จะไปใช้จ่ายในส่วน of ชุดนักเรียนได้

ค่าใช้จ่ายเครื่องแบบนักเรียนปี 2553-2554

ข้อแตกต่างของเงินใช้การใช้งบประมาณปี 2553 และ 2554

ชั้น	ค่าเครื่องแบบนักเรียน*	2553	2554
	(บาท/คน)		
อนุบาล 1-3	300	-หนังสือยืมเรียน	-แจกหนังสือ/ตำรา โดยไม่ต้องคืน
ประถมศึกษาปีที่ 1-6	360	-งบประมาณที่จัดสรรให้สำหรับ	-งบประมาณที่จัดสรรให้สำหรับค่าชุด
มัธยมศึกษาปีที่ 1-3	450	ค่าใช้จ่ายในการซื้อชุดนักเรียน	นักเรียนสามารถนำมาซื้อชุดอื่นๆ ได้มากขึ้น
มัธยมศึกษาปีที่ 4-6	500	ใช้ได้เฉพาะชุดนักเรียนเท่านั้น	เช่น ชุดลูกเสือ เนตรนารี ถุงเท้า รองเท้า
อาชีวศึกษา	1,000		

ดังนั้น จากปัจจัยหนุนในเรื่องของ “โครงการเรียนฟรี 15 ปี” ของทางภาครัฐ ที่ในปีนี้มี การจัดสรรงบประมาณเพิ่มขึ้น รวมทั้งมีข้อยึดหยุ่นในเรื่องของการใช้จ่ายที่แตกต่างจากปีที่ผ่านมา อาจจะช่วยผลักดันให้ตลาดชุดนักเรียนยังคงมีแนวโน้มขยายตัว นอกจากนี้ การขยายตัวของ ตลาดชุดนักเรียนส่วนหนึ่งอาจเป็นผลจาก ราคาสินค้าที่ปรับเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากต้นทุนการผลิตที่ เพิ่มขึ้น กอปรกับการเข้ามาทำการตลาดของสินค้าแบรนด์ใหม่ๆ รวมทั้งการขยายสาขาของผู้ประกอบการที่ ครอบคลุมมากขึ้น ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่า ตลาดชุดนักเรียนในปี 2554 มีมูลค่าประมาณ 5,000 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาอัตราการขยายตัว พบว่า มีอัตราการขยายตัวที่ชะลอตัวลงเมื่อ เทียบกับปีก่อนๆ ที่มีอัตราการขยายตัวกว่าร้อยละ 20 ทั้งนี้เนื่องมาจาก ฐานที่สูงในช่วง 2 ปีก่อนหน้า ซึ่งถือเป็นปีที่เริ่มมีนโยบายเรียนฟรี 15 ปีของทางภาครัฐเกิดขึ้น (ปี 2552) ส่งผลให้ทั้งผู้ประกอบการและผู้ปกครองมีความตื่นตัว ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจในปีที่ผ่านมาที่มีแนวโน้มดีขึ้น นอกจากนี้ จากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ถึงแม้ผู้ปกครองจะได้รับการช่วยเหลือจากทางภาครัฐผ่านนโยบาย โครงการเรียนฟรี 15 ปี แต่ผู้ปกครองส่วนใหญ่ก็ยังคงประหยัดค่าใช้จ่ายในช่วงเปิดเทอม อันเนื่องมาจากค่า ครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในส่วนของผู้เรียน เนื่องจากเห็นว่า ยังสามารถใส่ ชุดเดิมได้ ยกเว้นบางกรณีที่ผู้ปกครองจำเป็นต้องซื้อชุดนักเรียนใหม่ให้กับบุตรหลาน ไม่ว่าจะเป็นกรณีที่ เปลี่ยนสถานศึกษาใหม่ หรือต้องเปลี่ยนรูปแบบนักเรียน เช่น จากชั้นอนุบาลเป็นชั้นประถม ชั้นประถม เป็นมัธยม เป็นต้น จึงทำให้คาดการณ์ว่าในปี 2554 นี้ ภาพรวมของตลาดชุดนักเรียนน่าจะมีแนวโน้ม ขยายตัวในอัตราที่ชะลอตัวลง

แข่งขันรุนแรง...แย่งชิงกำลังซื้อผู้ปกครอง

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า การแข่งขันของตลาดชุดนักเรียนในปี 2554 นี้ ยังคงมีความ รุนแรงมากขึ้น เนื่องจาก ผู้ประกอบการแต่ละรายต่างก็เร่งทำกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อช่วงชิงกำลังซื้อของ บรรดาผู้ปกครองที่คาดว่า จะมีแนวโน้มลดลงจากภาวะค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้น

นอกเหนือจากผู้ประกอบการที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันด้วยตัวเองแล้ว ปัจจุบัน ผู้ประกอบการยังต้องเผชิญกับการแข่งขันกับบรรดาห้างค้าปลีก โดยเฉพาะในกลุ่มดีสเคาน์ดรีที่หันมาจัด จำหน่ายชุดนักเรียนภายใต้แบรนด์สินค้าของตนเอง หรือที่เรียกว่าสินค้าแฮนด์แบรนด์ ซึ่งมีราคาถูกกว่าชุด นักเรียนที่มีแบรนด์ทั่วไปประมาณร้อยละ 5-20 ซึ่งนับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของบรรดาผู้ปกครองที่ต้อง เผชิญกับภาระค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ผู้ปกครองยังคงนิยมซื้อชุดนักเรียนที่มีแบรนด์เป็นที่รู้จักในท้องตลาด เนื่องจาก ได้รับความ น่าเชื่อถือมานาน อีกทั้งยังมั่นใจในคุณภาพของสินค้า กล่าวคือ สามารถใส่ได้นานหลายปี เนื่องจากชุดนักเรียนจะต้องใส่เกือบทุกวัน ดังนั้น การคำนึงถึงคุณภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ ปกครอง

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายชุดนักเรียน พบว่า ปัจจุบันผู้ประกอบการมีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายชุดนักเรียนเพิ่มมากขึ้น ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด แต่จากการสำรวจของ **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่ยังคงนิยมพาบุตรหลานไปซื้อชุดนักเรียนตามร้านค้าปลีกที่เป็นตัวแทนจำหน่ายชุดนักเรียนที่มีแบรนด์เป็นที่รู้จักในตลาด โดยให้เหตุผลว่า มีความคุ้นเคยกับทางร้านมานาน มีความน่าเชื่อถือและมั่นใจในคุณภาพของสินค้า และเชื่อมั่นว่าทางร้านสามารถให้คำแนะนำในเรื่องของรูปแบบชุดนักเรียนที่ถูกกฎระเบียบของทางโรงเรียนได้ นอกจากนี้ ยังมีบริการเสริมอื่นๆ เช่น บริการปักชื่อนักเรียน และมีสินค้าอื่นๆ ที่ครบวงจร เช่น กระเป๋า รองเท้า ถุงเท้า เข็มขัด เป็นต้น

ช่องทางจัดจำหน่ายชุดนักเรียนในปัจจุบัน

ร้านค้าปลีกตัวแทนจำหน่ายชุดนักเรียน	รายละเอียด
ร้านค้าปลีกตัวแทนจำหน่าย	-เป็นที่นิยมซื้อของผู้ปกครองทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด -มีตัวแทนจำหน่ายมากมายทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ทำให้ผู้ปกครองสามารถเข้าไปซื้อได้ง่ายและสะดวก
ร้านค้าเฉพาะของแบรนด์นั้นๆ	-มีจำนวนสาขาน้อย ทำให้หาซื้อไม่สะดวก
ห้างสรรพสินค้า	-ส่วนใหญ่จะเป็นชุดนักเรียนที่มีแบรนด์มีชื่อเสียง -ราคาค่อนข้างแพง
ดิสเคาน์สโตร์	-มีหลากหลายยี่ห้อให้เลือกซื้อ ทั้งที่เป็นแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักในตลาด และเป็นแฮนด์แบรนด์ -มีราคาค่อนข้างถูก
จำหน่ายในโรงเรียน	-มีสินค้าให้เลือกน้อย ส่วนใหญ่จะเป็นชุดนักเรียนมากกว่า -มีจำหน่ายเพียงไม่กี่วัน เช่น วันประกาศผล วันมอบตัว เป็นต้น ทำให้บางครั้งผู้ปกครองอาจจะยังไม่ตัดสินใจซื้อ

ผู้บริโภคเน้นประหยัด...ผู้ประกอบการเพิ่มกลยุทธ์กระตุ้นการใช้จ่าย

เนื่องจาก ราคาน้ำมัน และราคาสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวันมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมาก จึงคาดการณ์ว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่ก็ยังคงเน้นประหยัดค่าใช้จ่าย ดังนั้น **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** มองว่า นับเป็นโจทย์ที่ทำนายสำหรับผู้ประกอบการอย่างยิ่งที่จะต้องมีการทำกลยุทธ์ดึงดูดให้ผู้ปกครองออกมาจับจ่ายซื้อชุดนักเรียน โดยเฉพาะในช่วงก่อนเปิดเทอม ซึ่งถือเป็นช่วงโอกาสทองในการสร้างยอดขายสำหรับธุรกิจนี้ ซึ่งนอกจากโครงการเรียนฟรี 15 ปีของทางภาครัฐจะช่วยเหลือผลักดันให้ตลาดชุดนักเรียนขยายตัวแล้ว ผู้ประกอบการควรที่จะมีกลยุทธ์ทางการตลาดอื่นๆ เช่น

- มีบริการปักชื่อฟรี ถือเป็นความช่วยเหลือค่าใช้จ่ายของผู้ปกครองได้ส่วนหนึ่ง
- จัดเซตชุดนักเรียนและอุปกรณ์การเรียนอื่นๆ จำหน่ายในราคาที่ถูกลงกว่าการซื้อแยกชิ้น

นอกจากนี้ บรรดาร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือดีสเคาน์เทรดที่มี การจำหน่ายชุดนักเรียน อาจจะทำโปรโมชั่นอื่นๆ เพิ่มเติมจากที่กล่าวมาข้างต้น เช่น อาจเพิ่มรูปแบบของ สิทธิประโยชน์ที่ได้รับผ่านบัตรเครดิต และบัตรเครดิต รวมถึงโปรโมชั่นที่จัดร่วมกับผู้ออกบัตรเครดิต และมี ลุ้นชิงโชครางวัลต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ ไม้ตบูก หรือคูปองแทนเงินสด ซึ่งคาดว่าผู้ปกครองน่าจะให้ความ สนใจมากขึ้น เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปแล้ว จากภาวะค่าครองชีพที่ปรับเพิ่มสูงขึ้น ทำให้บรรดาผู้ปกครองต้องแบก ภาระค่าใช้จ่ายในช่วงเปิดเทอมมากขึ้น ผู้ปกครองมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย และจากการสำรวจ พบว่า “ชุดนักเรียน” ถือเป็นสินค้าที่ผู้ปกครองส่วนใหญ่เลือกที่จะทำการประหยัด เนื่องจากมีความเห็นว่า สามารถใส่ชุดเดิมได้ ยกเว้นกรณีที่บุตรหลานเปลี่ยนสถานการศึกษา หรือต้องเปลี่ยนเครื่องแบบนักเรียน เช่น จากชั้นอนุบาลเป็นชั้นประถม ชั้นประถมเป็นมัธยม ดังนั้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า การสร้าง รายได้จากยอดจำหน่ายสินค้าชุดนักเรียนในปีนี้นับว่าเป็นโจทย์ข้อใหญ่ของบรรดาผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล Back to School (ประมาณต้นเดือนพฤษภาคม 2554 เป็นต้นไป) ซึ่งถือเป็นช่วง โอกาสทองของบรรดาผู้ประกอบการในการเพิ่มยอดขาย ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้อง วางแผน และเร่งทำกลยุทธ์ต่างๆ ให้เข้มข้นขึ้นกว่าเดิม เพื่อกระตุ้นอารมณ์การจับจ่ายใช้สอยของผู้ปกครอง ทำให้คาดการณ์ว่า สถานการณ์การแข่งขันของธุรกิจชุดนักเรียนในปี 2554 จะเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง พอสมควร เพื่อช่วงชิงกำลังซื้อของผู้ปกครองที่ยังคงมีความระมัดระวังการใช้จ่ายอยู่ค่อนข้างมาก



Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ให้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น