



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงปารีส
ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐฝรั่งเศส
วันที่ 16 – 30 พฤศจิกายน 2568



มหกรรมลดราคา Black Friday ส่งผลกระทบต่อเทศกาลลดราคาอื่นๆประจำปีในฝรั่งเศส



ภาพประกอบ Photo Fred Marvaux/REA

ผู้ประกอบการฝรั่งเศสคาดหวังว่าเทศกาลลดราคา “Black Friday” ซึ่งจะมีขึ้นในวันที่ 28 พฤศจิกายนนี้ จะช่วยกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคและกระตุ้นเศรษฐกิจ หลังจากที่ยอดการบริโภคสินค้าที่ไม่ใช่อาหารในประเทศปรับลดลงอย่างต่อเนื่องตลอด 9 เดือนที่ผ่านมา (-ร้อยละ 0.3) เนื่องมาจากปัจจัยหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์การเมืองในประเทศ ผลกระทบจากการปรับอัตราภาษีศุลกากรระหว่างฝรั่งเศส-สหรัฐอเมริกา และสงครามการค้าที่ก่อตัวขึ้นระหว่างรัฐบาลฝรั่งเศสและเว็บไซต์ขายสินค้า Shein จากประเทศจีน

ทั้งนี้ การชะลอตัวของการใช้จ่ายไม่ได้เกิดจากอำนาจซื้อที่ลดลง แต่เป็นผลจากความระมัดระวังในการใช้เงินของผู้บริโภคฝรั่งเศส สะท้อนจากเงินฝากในระบบที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญถึงร้อยละ 19 ส่งผลให้ผู้ประกอบการเร่งเดินหน้าทำการตลาดเชิงรุกล่วงหน้า เพื่อกระตุ้นบรรยากาศการใช้จ่ายก่อนถึงช่วงโปรโมชั่น

จากผลสำรวจของสมาพันธ์ผู้ประกอบการค้าปลีกออนไลน์ฝรั่งเศส (FEVAD – Fédération du e-commerce et de la vente à distance) และบริษัทการตลาด Toluna Harris Interactive สรุปได้ว่าผู้บริโภคฝรั่งเศสร้อยละ 70 เตรียมซื้อสินค้าระหว่างช่วงมหกรรมลดราคา Black Friday เพื่อใช้เป็นของขวัญในเทศกาลปลายปีในปี 2025 นี้ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า (ปี 2024 ร้อยละ 65, ปี 2023 ร้อยละ 62)

นาย Marc Loliver ผู้แทนจาก FEVAD กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคชาวฝรั่งเศสมีแนวโน้มเลือกซื้อสินค้าอย่างรอบคอบและใช้จ่ายอย่างชาญฉลาดมากขึ้น โดยมีวางแผนเก็บเงินไว้ใช้จ่ายในช่วงเทศกาลลดราคาเป็นพิเศษ ส่งผลให้ยอดขายในเดือนพฤศจิกายนมีโอกาสแซงหน้ายอดขายในเดือนธันวาคม ทั้งนี้ แนวโน้มดังกล่าวยังส่งผลให้เทศกาลลดราคาประจำปีในช่วงฤดูร้อน (กรกฎาคม-สิงหาคม) และฤดูหนาว (มกราคม-กุมภาพันธ์) ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี มีความสำคัญลดลง

จากข้อมูลของ World Panel ทำร่วมกับบริษัทด้านการสำรวจข้อมูลผู้บริโภค Numerator ระบุว่า ตลอดช่วงระยะเวลาสิบปีที่ผ่านมา ยอดขายในช่วงเทศกาล Black Friday ของฝรั่งเศสเพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัว โดยในปี 2024 มียอดขายแตะ 419 ล้านยูโร ขณะเดียวกัน บริษัทที่ปรึกษาการตลาด Boston Consulting Group เปิดเผยข้อมูลว่า ผู้บริโภคชาวฝรั่งเศสกว่าร้อยละ 72 เข้าร่วมเทศกาลดังกล่าว เทียบกับร้อยละ 96 ในสหรัฐอเมริกา และร้อยละ 79 ของผู้บริโภคทั่วโลก

สำหรับปีนี้ ผู้บริโภคชาวฝรั่งเศสตั้งงบประมาณการใช้จ่ายเฉลี่ยไว้ที่ 345 ยูโร เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 จากปีก่อนหน้า ส่งผลให้ผู้ประกอบการทั้งภาคการค้าปลีกสินค้าและภาคบริการ ต่างเร่งทำการตลาดเชิงรุกอย่างคึกคัก ครอบคลุมตั้งแต่สินค้าแฟชั่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องสำอาง ไปจนถึงบริการด้านความบันเทิงและการเดินทาง เช่น ตั๋วโรงละคร ตั๋วรถไฟ และแพ็คเกจท่องเที่ยว เป็นต้น

นาย Frédéric Duval ผู้อำนวยการบริษัท Amazon ฝรั่งเศส ผู้นำตลาดอีคอมเมิร์ซอันดับหนึ่งของประเทศ เปิดเผยว่า ในช่วง Black Friday ปีนี้ Amazon เตรียมเพิ่มรายการสินค้าลดราคาในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น กาแฟ ผ่าอ้อม และผลิตภัณฑ์ดูแลบ้าน โดยให้ส่วนลดสูงสุดถึงร้อยละ 30 ครอบคลุมสินค้ามากกว่าหนึ่งล้านรายการ

ถึงแม้ว่าส่วนลดระดับร้อยละ 30 จะเป็นมาตรฐานที่นิยมทั่วโลกในช่วง Black Friday แต่ผู้บริโภคชาวฝรั่งเศสยังคาดหวังที่จะได้ส่วนลดที่สูงกว่านี้ เนื่องจากปัจจุบันมีร้านค้าปลีกราคาประหยัดจำนวนมาก รวมทั้งแพลตฟอร์มออนไลน์จากจีนที่นำเสนอสินค้าราคาถูกตลอดทั้งปี ส่งผลให้ผู้ประกอบการบางรายตัดสินใจเพิ่มส่วนลดสูงสุดเป็นร้อยละ 37 ซึ่งช่วยดึงดูดให้ผู้บริโภคฝรั่งเศสถึง 3 ใน 4 ให้เฝ้ารอการจับจ่ายในช่วงนี้ นอกเหนือจากนั้นผู้ประกอบการหลายรายเพิ่มระยะเวลาการจัดโปรโมชั่น จากเดิมที่ Black Friday กำหนดไว้ 4 วัน (28 พฤศจิกายน

– Cyber Monday วันที่ 1 ธันวาคม) เพื่อช่วยเพิ่มโอกาสทางการขาย เห็นตัวอย่างได้จากผู้ประกอบการค้าปลีก รายใหญ่ :

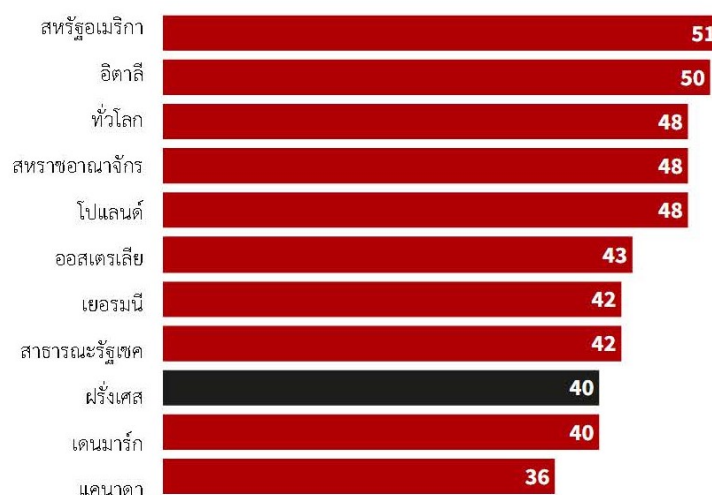
- **La Redoute** แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ Pure Player สัญชาติฝรั่งเศส ขยายช่วงลดราคาตลอดทั้งเดือน และอาจขยายยาวถึง 6 สัปดาห์ โดยในปีนี้มีผู้เข้าชมเว็บไซต์สูงกว่าที่คาดการณ์ และยอดขายเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า
- **Fnac Darty** ห้างค้าปลีกด้านเทคโนโลยี เครื่องใช้ไฟฟ้า และสินค้าเพื่อความบันเทิงรายใหญ่ที่สุดของฝรั่งเศส เตรียมความพร้อมล่วงหน้าตั้งแต่ช่วงฤดูร้อน (กรกฎาคม-สิงหาคม) โดยเข้าร่วมรายการนานหนึ่งเดือน สินค้าไฮไลต์ในปีนี้ได้แก่ สมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ เครื่องเล่นเกม Switch 2 เครื่องทอดไร้น้ำมัน เครื่องทำไอศกรีม เครื่องดูดฝุ่นไร้สาย หุ่นยนต์ดูดฝุ่น และอุปกรณ์ความงามอย่างหน้ากากแสงบำบัด LED

นาย Simon Ilardi ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดของ Fnac Darty ระบุว่า สินค้าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และสินค้าในหมวดหมู่เดียวกันน่าจะเป็นสินค้าขายดีในปีนี้ เนื่องจากเป็นช่วงครบรอบ 5 ปี หลังจากที่มีกระแสซื้อสินค้าครั้งใหญ่ในช่วงวิกฤตโควิด-19

นาง Emilie Benoit-Vernay ผู้อำนวยการบริหารระบบขายสินค้าออนไลน์ Shopify (เจ้าของระบบของแบรนด์ดังหลายแบรนด์ในฝรั่งเศส ดังเช่น Le Slip Francais, Oh my cream หรือ Lanvin) กล่าวว่าปีนี้การพัฒนาของ Artificial Intelligence ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริโภคค้นหาสินค้าที่มีราคาตามงบประมาณที่ตั้งไว้ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 56 กล่าวว่าพร้อมที่จะใช้ผู้ช่วยในการสนทนาระหว่างซื้อสินค้าเพื่อให้ได้ราคาที่ดีที่สุด อย่างไรก็ตามจากตารางด้านล่างจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคฝรั่งเศสให้การตอบรับการใช้งาน AI ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ (ร้อยละ 40) ซึ่งตามหลังประเทศอื่นๆ อยู่ค่อนข้างมาก

สัดส่วนผู้บริโภคในแต่ละประเทศที่ตอบรับการใช้ AI เป็นตัวช่วยในการค้นหาสินค้าลดราคา (%)

จากการสอบถามผู้บริโภคจำนวน 10,240 รายใน 10 ประเทศ



อย่างไรก็ตามนาย Simon ผู้อำนวยการของ Fnac Darty ได้กล่าวเสริมว่า การตลาดลดราคาอย่าง Black Friday เพียงอย่างเดียวไม่ใช่สิ่งที่สำคัญที่สุด นอกเหนือจากนั้นจะต้องมีการบริการที่สะดวกและรวดเร็ว การให้คำแนะนำที่ตรงจุด และระบบการจ่ายเงินที่ใช้งานง่าย ซึ่งการสร้างระบบที่ดีทั้งหมดถึงจะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง

ความเห็น สคต.

มหกรรมลดราคา Black Friday เริ่มเข้าสู่ฝรั่งเศสในปี 2010 จากการเริ่มต้นของบริษัทสัญชาติอเมริกันอย่าง Apple และ Amazon จนเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นในปี 2016 หลังจากที่ผู้ประกอบการค้าปลีกเจ้าใหญ่ในฝรั่งเศสอย่าง Cdiscount, Rakuten ฯลฯ เข้าร่วมเพิ่มขึ้น ซึ่งในช่วงแรกมีผู้บริโภคฝรั่งเศสส่วนหนึ่งต่อต้านนโยบายการตลาดนี้ที่มาจากสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ตามยอดขายสินค้าในช่วงระยะเวลาดังกล่าวในฝรั่งเศสขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคฝรั่งเศสได้ตรงจุด กล่าวคือ การได้สินค้าที่มีคุณภาพในราคาประหยัด ช่วยลดค่าใช้จ่ายสำหรับเทศกาลปลายปีที่จะมาถึง ซึ่งในปีนี้ผู้บริโภคฝรั่งเศสมีงบประมาณทั้งสำหรับงานเลี้ยงและซื้อของขวัญในช่วงเทศกาลปลายปีเฉลี่ยอยู่ที่ 491 ยูโร ลดลงจากปีที่แล้ว ทั้งนี้ เทศกาลคริสมาสต์เป็นเทศกาลที่มีความสำคัญที่สุดในฝรั่งเศส ผู้ประกอบการจึงคาดหวังว่าผู้บริโภคจะออกมาจับจ่ายซื้อสินค้าช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ ซึ่งหลังจากนี้ทางสคต. จะติดตามสถานการณ์และนำมารายงานให้ทราบในคราวต่อไป

ที่มาของข่าว

[Julia Lemarchand](#)

ข้อมูลจาก Les Echos

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/le-black-friday-a-ringardise-les-soldes-les-commerçants-sous-la-pression-de-consommateurs-ultra-exigeants-2200380>