



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสหรัฐอเมริกา

(Weekly News from USA)

Thai Trade Center - Miami

6100 Blue Lagoon Dr., Ste. 100, Miami FL 33126

T. 786-388-7888 F. 786-388-7999

Email: ttcmiami@gmail.com

วันที่ 1 - 5 สิงหาคม 2565

ผู้ประกอบการลดขนาดบรรจุภัณฑ์สินค้าเพื่อรักษาตลาด



เนื้อหาสาระข่าว ปัจจัยด้านอัตราเงินเฟ้อในตลาดที่ปรับตัวสูงขึ้นส่งผลกระทบต่อราคาจำหน่ายสินค้าทำให้ผู้บริโภคเริ่มตระหนักถึงการใช้จ่ายและมีพฤติกรรมซื้อสินค้าและบริการลดลง ดังนั้น ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในตลาดบางรายจึงตัดสินใจเลือกผลิตสินค้าขนาดเล็กเพื่อคงราคาจำหน่ายสินค้าในตลาดและรักษาตลาดกลุ่มผู้บริโภคที่อ่อนไหวต่อปัจจัยด้านราคาจากภาวะเงินเฟ้อที่ปรับตัวสูงขึ้น

เมื่อสัปดาห์ที่ผ่านมาสหรัฐฯ รายงานตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติหดตัวลงเป็นไตรมาสที่สองติดต่อกันซึ่งโดยทั่วไปแล้วถือว่าเป็นช่วงภาวะเศรษฐกิจถดถอย (Recession) แม้ว่าทางการสหรัฐฯ จะยังไม่ได้ประกาศอย่างเป็นทางการก็ตาม โดยปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดภาวะถดถอยในสหรัฐฯ มาจากการชะลอตัวของการบริโภคภาคประชาชนเนื่องจากภาวะเงินเฟ้อในตลาดที่ปรับตัวสูงขึ้น ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคใน

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

ตลาดส่วนใหญ่ต่างรายงานตัวเลขผลประกอบการในไตรมาสที่สองลดลงซึ่งเป็นผลกระทบจากการปรับราคาจำหน่ายสินค้าเพื่อให้ครอบคลุมต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ปรับตัวสูงขึ้นทำให้ผู้บริโภคในตลาดชะลอการบริโภคสินค้าลง

Mr. Alan Jope ผู้บริหารระดับสูง บริษัท Unilever Pcl. กล่าวในระหว่างการประชุมรายงานผลประกอบการของบริษัทว่า ปัจจัยด้านความกังวลที่จะเกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอยในสหรัฐฯ ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในตลาดทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงรูปแบบและพฤติกรรมการเลือกสินค้า เช่นเดียวกับกับบริษัท Procter & Gamble Co. ซึ่งรายงานพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดที่ลดปริมาณการเลือกซื้อสินค้าลงและหันไปเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคแบรนด์ร้านค้า (Store Brands) ซึ่งมีราคาจำหน่ายต่ำกว่าสินค้าทั่วไป โดยบริษัทคาดว่า แนวโน้มดังกล่าวจะทำให้อุตสาหกรรมค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคในสหรัฐฯ หดตัวลงประมาณร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาซึ่งขยายตัวร้อยละ 5

ผู้บริโภคกลุ่มที่มีรายได้น้อยมักจะมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้านำราคาถูก (Trade Down Behavior) ในช่วงที่เกิดภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ดังนั้นเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันผู้ประกอบการในตลาดบางรายได้หันไปเลือกผลิตสินค้าขนาดเล็กลงเพื่อคงราคาจำหน่ายในตลาดสำหรับผู้บริโภคในตลาดที่มีความอ่อนไหวด้านราคาให้ผู้บริโภครยังเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายแบรนด์ Degree deodorant แชมพูแบรนด์ Suave สบู่แบรนด์ Dove มักะโรนีชีสแบรนด์ Kraft และแผ่นตอติญาทอดกรอบแบรนด์ Santitas เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์ด้านการจ้างงานในตลาดสหรัฐฯ ปัจจุบันยังคงอยู่ในระดับที่น่าพอใจ ผู้บริโภคชาวอเมริกันส่วนใหญ่ยังมีเงินเก็บมากขึ้นจากช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 ซึ่งทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามปกติ นอกจากนี้ ในช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดผู้บริโภคในตลาดยังคงเคยชินกับการซื้อสินค้าพรีเมียมทำเองที่บ้านแทนการออกไปใช้บริการนอกบ้าน เช่น การบริการทำผม และการบริการสปา เป็นต้น ซึ่งแนวโน้มพฤติกรรมดังกล่าวน่าจะยังคงขยายตัวต่อเนื่องในช่วงที่เกิดภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวในสหรัฐฯ ด้วย

ผู้ประกอบการในตลาดบางรายจึงใช้โอกาสดังกล่าววางจำหน่ายสินค้ากลุ่มของพรีเมียมเพื่อทดแทนการออกไปใช้บริการตามปกติ เช่น สินค้าบำรุงผมแบรนด์ SheaMoisture ที่วางจำหน่ายเพื่อทำตลาดกลุ่มผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมลดการออกไปใช้บริการตามร้านทำผมให้สามารถทำที่บ้านได้เอง ทั้งนี้ Ms. Esi Eggleston Bracey ประธานบริษัท Unilever สหรัฐฯ กล่าวว่า ผู้บริโภคชาวอเมริกันยังคงสนใจเลือกซื้อสินค้าพรีเมียม (Premiumization) หากสินค้าเหล่านั้นมีราคาจำหน่ายในตลาดที่เหมาะสมผู้บริโภคมีกำลังสามารถซื้อได้

2

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

นอกจากนี้ ในช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 ผู้บริโภคชาวอเมริกันยังมีพฤติกรรมหันไปเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยซื้อและสโแกนสินค้าก็มีผลสำคัญต่อการค้นหาสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ด้วย ดังนั้น ผู้ประกอบการในตลาดบางรายจึงเลือกที่จะปรับปรุงซื้อสินค้าโดยเลือกใช้คำที่ผู้บริโภคนิยมเลือกใช้สำหรับค้นหาเพื่อเพิ่มโอกาสในการขายสินค้ามากขึ้น เช่น สินค้าสบู่แบรนด์ Dove ที่ปรับสโแกนสินค้าจากเดิม “Dove Beauty Bar Sensitive Skin” เป็น “More Moisturizing Than Bar Soap” เพื่อเพิ่มโอกาสในการแสดงผลเมื่อผู้บริโภคค้นหาสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

ทั้งนี้ แม้ว่าปัจจุบันจะมีผู้บริโภคชาวอเมริกันสนใจเลือกซื้อสินค้าน่าราคาถูกเพิ่มมากขึ้นในตลาดแต่โดยรวมยังมีกลุ่มผู้บริโภคชาวอเมริกันที่สนใจเลือกซื้อสินค้าพรีเมียมมากพอสมควร ผู้ประกอบการในตลาดส่วนใหญ่จึงยังคงให้ความสำคัญกับการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคในตลาดกล้าที่จะใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้ามากขึ้นในอนาคต เช่น บริษัท Danone ที่ประกาศแผนพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าโยเกิร์ตแบรนด์ Activia แบรนด์ Oikos และแบรนด์ Silk เพื่อทำตลาดในสหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทยังได้เตรียมพร้อมวางแผนการผลิตสินค้าน่าราคาถูกเพื่อทำตลาดกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการเลือกซื้อสินค้าน่าราคาถูกในตลาดด้วย

บทวิเคราะห์: ปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงในสหรัฐฯ อันเนื่องมาจากการปัญหาในระบบการขนส่งและห่วงโซ่ที่ก่อให้เกิดภาวะเงินเฟ้อสูงถึงร้อยละ 9.1 ในเดือนมิถุนายนที่ผ่านมาซึ่งเป็นระดับที่สูงที่สุดในรอบเกือบ 41 ปี ส่งผลทำให้ธนาคารกลางสหรัฐฯ ประกาศปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยนโยบายในตลาดเพิ่มขึ้นอีกครั้งเมื่อเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมาเป็นร้อยละ 2.25 - 2.50 ในปัจจุบันจากเดิมร้อยละ 0 - 0.25 ในช่วงต้นปีที่ผ่านมาซึ่งถือว่าเป็นการปรับเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ยในตลาดที่ค่อนข้างสูงและรวดเร็วมาก ซึ่งการปรับเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ยในตลาดเปรียบเสมือนการเหยียบเบรกในระบบเศรษฐกิจ การปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยในตลาดอย่างรวดเร็วและรุนแรงจะส่งผลทำให้ผู้บริโภคในตลาดเกิดความกังวลระมัดระวังการเลือกซื้อสินค้าและบริการมากขึ้นและส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจสหรัฐฯ ซึ่งล่าสุดหัตถ์ติดต่อกันเป็นไตรมาสที่สองและมีแนวโน้มชะลอตัวต่อเนื่องในช่วงครึ่งปีหลังปีนี้ด้วย

แนวโน้มการขยายตัวของเศรษฐกิจสหรัฐฯ ที่ปรับตัวลดลงส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าและบริการของชาวอเมริกันต่อราคาสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้นในตลาด จากผลการสำรวจผู้บริโภคชาวอเมริกันโดยบริษัท NPD Group ล่าสุดพบว่า ชาวอเมริกันราว 8 ใน 10 มีแนวโน้มที่จะลดการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการลงในช่วงหกเดือนข้างหน้าและตั้งใจที่จะเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตเป็นหลัก อีกทั้ง ยังมี

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



แนวโน้มที่จะเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคแบรนด์ร้านค้าที่มีราคาจำหน่ายถูกกว่าสินค้าแบรนด์ติดตลาดโดยเฉพาะ กลุ่มสินค้าอาหารและของใช้ภายในบ้านเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายลงด้วย นอกจากนี้ ผู้บริโภคชาวอเมริกันยังมีแนวโน้มที่จะชะลอการเลือกซื้อสินค้าราคาแพงขนาดใหญ่ เช่น บ้าน รถยนต์ เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ไฟฟ้าภายใน บ้านขนาดใหญ่ในช่วงหกเดือนข้างหน้าอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากการชะลอตัวของสหรัฐฯ ไม่น่าจะส่งผลกระทบต่อภาวะการส่งออกของไทยมากนักเนื่องจากสหรัฐฯ ยังคงมีความต้องการนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อลดปริมาณอุปสงค์ส่วนเกินซึ่งเป็นสาเหตุหลักสำคัญที่ก่อให้เกิดภาวะเงินเฟ้อในตลาด ประกอบกับการนำเข้าสินค้าจากจีนซึ่งเป็นแหล่งนำเข้าหลักของสหรัฐฯ ยังคงได้รับผลกระทบจากการดำเนินมาตรการตอบโต้ทางการค้าของสหรัฐฯ รวมถึงความตึงเครียดด้านความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองประเทศ รวมถึงการดำเนินมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ของจีนเอง ประกอบกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทที่อ่อนค่าลงทำให้สินค้าไทยยังคงสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดสหรัฐฯ ได้ในปีนี้ โดยคาดว่ามูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มอุปโภคบริโภคของไทยไปยังตลาดสหรัฐฯ จะยังคงรักษาระดับที่มูลค่าทั้งสิ้น 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯหรือขยายตัวราวร้อยละ 10 ในปีนี้

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ: แม้ว่าแนวโน้มการส่งออกสินค้าไทยไปยังสหรัฐฯ ไม่น่าจะได้รับผลกระทบจากภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจในสหรัฐฯ มากนักเนื่องจากตลาดยังคงมีความต้องการบริโภคสินค้าอุปโภคบริโภคอยู่พอสมควร ผู้ประกอบการไทยยังควรที่จะปรับตัวศึกษาแนวโน้มความต้องการบริโภคชาวอเมริกันในตลาดซึ่งปัจจุบันระมัดระวังการใช้จ่ายเงินมากขึ้น โดยการควบคุมต้นทุนการผลิตให้อยู่ในระดับเหมาะสมสามารถแข่งขันได้เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้สินค้าไทยสามารถรักษาตลาดได้ในสหรัฐฯ นอกจากนี้ การเลือกปรับขนาดบรรจุภัณฑ์สินค้าหรือประเภทบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมเพื่อรักษาราคาสินค้าต่อหน่วยให้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับราคาเดิมก็น่าจะช่วยให้สินค้าไทยรักษาตลาดในสหรัฐฯ ได้

อีกทั้ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าพรีเมียมใหม่ๆ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคสามารถทำเองได้ที่บ้าน (DIY Set) เพื่อตอบสนองพฤติกรรมมารลดการออกไปใช้บริการนอกบ้าน เช่น ชุดดูแลเส้นผม ชุดสปาสมุนไพรไทย ชุดน้ำมันนวดจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ และชุดประกอบอาหารไทย (Meal Kit) เป็นต้น โดยเน้นสินค้าออกแบบผลิตภัณฑ์ขนาดกะทัดรัดใช้งานง่ายไม่กินพื้นที่ในการขนส่งและเก็บรักษา ก็น่าจะช่วยเพิ่มโอกาสในการเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคไทยในช่วงที่เศรษฐกิจสหรัฐฯ กำลังเผชิญกับภาวะชะลอตัวได้

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากำลังการซื้อของผู้บริโภคชาวอเมริกันในตลาดจะเริ่มชะลอตัวลงแต่ผู้บริโภคในตลาดก็ยังคงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการบริโภคสินค้าที่ให้สรรพประโยชน์เพิ่มเติมด้วย ดังนั้น การออกแบบขนาดสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมโดยเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมหรือการลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำลายธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเพิ่มสรรพประโยชน์ในตัวสินค้าเพื่อสร้างความน่าสนใจก็น่าจะมีส่วนช่วยให้สินค้าไทยสามารถรักษาตลาดในสหรัฐฯ ได้

ที่มา: หนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal

เรื่อง: “Snack, deodorant makers target cost-conscious shopper with new brands and sizes”

โดย: Saabira Chaudhuri

สศต. ไมอามี /วันที่ 3 สิงหาคม 2565

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)