



ฉบับที่ 489 8 – 12 สิงหาคม 2565
ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสคต. ณ นครนิวยอร์ก
(WEEKLY NEWS FROM NEW YORK)

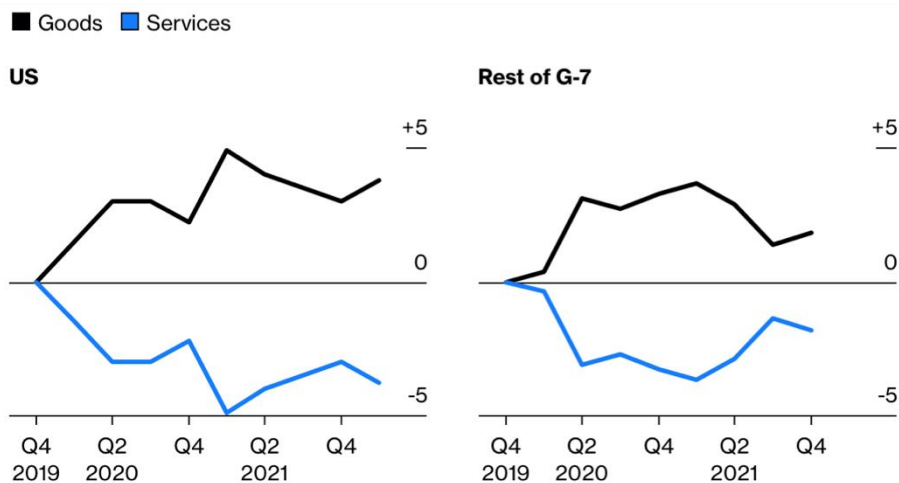
การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวอเมริกันจากสถานการณ์เงินเฟ้อในสหรัฐและสงครามค่าเงิน

เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม กระทรวงแรงงานสหรัฐได้เปิดเผย ตัวเลขใหม่ของดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) ซึ่งเป็นมาตรวัดเงินเฟ้อจากการใช้จ่ายของผู้บริโภค จาก 9.1% ในเดือนมิถุนายน ซึ่ง นับว่าเป็นระดับสูงสุดในรอบ 40 ปี เป็นร้อยละ 8.5 ซึ่งนับว่าเป็นอัตราที่ต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ ทั้งนี้ สาเหตุของปรากฏการณ์เงินเฟ้อที่เกิดขึ้นนั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากอุปสงค์ และอุปทานที่ไม่สมดุลกันภายหลังจากสถานการณ์โควิด-19

ในด้านของอุปสงค์ (demand-pull inflation) สถานการณ์โควิด-19 รวมทั้งเงินเยียวยาโควิดของรัฐบาล ซึ่งมีมูลค่าสูงถึง 1.9 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ได้ส่งผลให้เกิดการจับจ่ายที่อัดอั้น ส่วนในด้านอุปทาน (cost-push inflation) ต้นทุนการผลิตได้เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากราคาวัตถุดิบที่เพิ่มสูง เช่น ราคาน้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ รวมถึงปัญหาสินค้าขาดแคลน บางประเภท (supply chain disruption) เช่น ชิป เซมิคอนดักเตอร์ และตู้คอนเทนเนอร์ นอกจากนี้ สาเหตุอื่นๆ เช่น ค่าจ้างในตลาดแรงงานที่สูงขึ้น ล้วนเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเพิ่มการใช้จ่าย จึงเป็นการเพิ่มปริมาณเงินในระบบ และลดค่าของเงินในที่สุด

ด้วยเหตุนี้ ธนาคารกลางสหรัฐ (FED) ได้มีนโยบายป้องกันเงินเฟ้อ โดยเพิ่มดอกเบี้ยนโยบายเพื่อลดการใช้จ่ายของ ภาคครัวเรือนโดย โดยได้ประกาศปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบายขึ้น 2 ครั้ง ในเดือนมิถุนายนและกรกฎาคมที่ผ่านมาในอัตราร้อยละ 0.75% ซึ่งนับว่าเป็นการปรับขึ้นดอกเบี้ยที่มากที่สุดในนับตั้งแต่ปี 2537 ทำให้ดอกเบี้ย

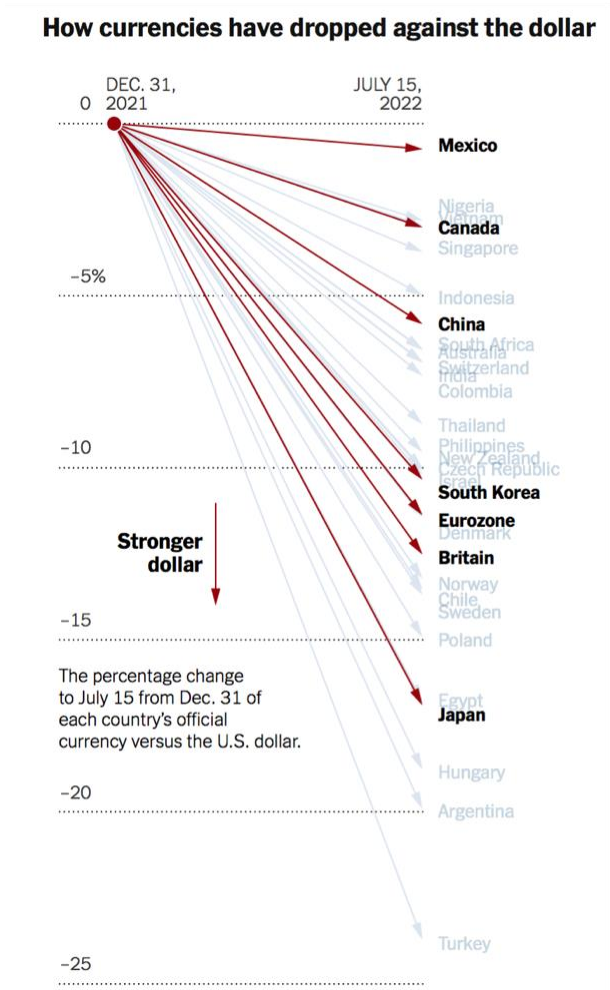
นโยบายสหรัฐฯ ปัจจุบันอยู่ที่อัตรา 2.25-2.5% ถือว่าเป็นการดำเนินการเชิงรุกอย่างจริงจังของ FED เพื่อรักษาเสถียรภาพของตลาด Jason Furman ศาสตราจารย์ด้าน เศรษฐศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด มีความเห็นว่าการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยของ FED นั้น ส่งผลให้ค่าเงิน ดอลลาร์แข็งค่าขึ้น อย่างมาก และทำให้สินค้าที่ซื้อ-ขายด้วยสกุลเงินดอลลาร์ เช่น น้ำมัน ราคาสูงขึ้นสำหรับทุกประเทศทั่วโลก



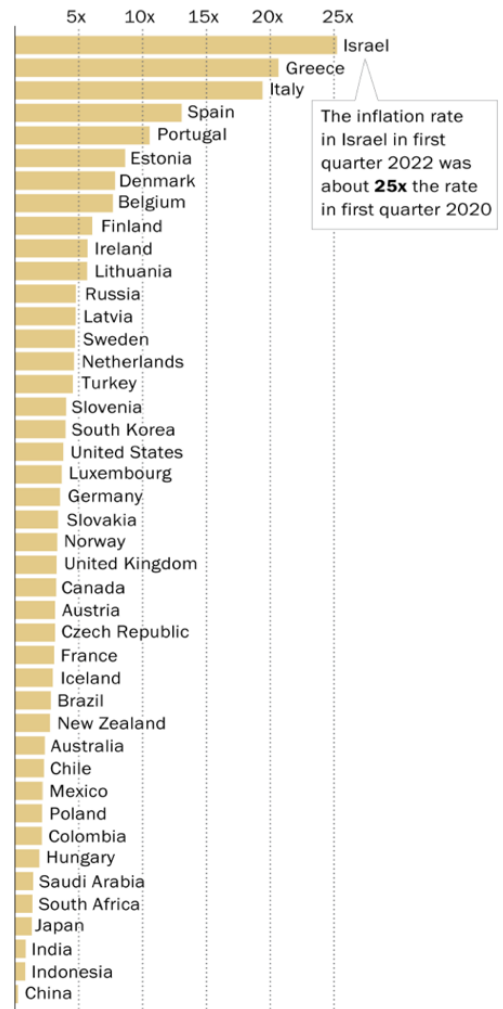
Source: Bureau of Economic Analysis, Eurostat, OECD

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์เงินเฟ้อในปัจจุบัน ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในสหรัฐอเมริกาเท่านั้น แต่เป็นสภาวะที่เกิดขึ้นทั่วโลก Luca Fornaro ศาสตราจารย์ด้านเศรษฐศาสตร์จากมหาวิทยาลัยบาร์เซโลนา กล่าวว่า สถานการณ์ปัจจุบันก่อให้เกิดภาวะ “สงครามอัตราแลกเปลี่ยนย้อนกลับ” หรือ “reverse currency war” สภาวะดังกล่าวจะเกิดขึ้น เมื่อธนาคารกลางของประเทศต่างๆ แข่งกันทำให้ค่าเงินของตัวเองแข็งค่าเพื่อที่จะเพิ่มการนำเข้า ลดจำนวนเงินในระบบ และสกัดเงินเฟ้อภายในประเทศ ซึ่งตรงข้ามกับสงครามค่าเงินปกติ ที่ประเทศต่างๆ จะแข่งกันให้สกุลเงินตัวเองอ่อนค่าลง เพื่อให้สินค้าส่งออกของตนราคาถูกลง

ด้าน Alan Ruskin จากธนาคาร Deutsche Bank AG กล่าวว่า สงครามค่าเงินลักษณะนี้เป็น Zero-Sum Game หรือ เกมที่ต้องมีผู้แพ้และผู้ชนะ กล่าวคือ ทุกประเทศต้องการสิ่งเดียวกัน คือ ขึ้นอัตราดอกเบี้ย เพื่อหวังควบคุมอัตราเงินเฟ้อ แต่ไม่มีทางที่ทุกประเทศจะประสบผลตามที่คาดไว้เหมือนกัน จะต้องมีผู้ที่ได้ประโยชน์และเสียประโยชน์จากสถานการณ์นี้ ทั้งนี้ Bloomberg Economics คาดการณ์ว่า สหรัฐอเมริกาจะเป็นผู้ที่ได้เปรียบที่สุดในสงครามค่าเงินรอบนี้ เนื่องจากยุโรปและเอเชียต้องพึ่งพาการนำเข้าน้ำมันจากภายนอก ทำให้เปราะบางมากต่อการนำเงินเฟ้อจากภายนอกเข้าสู่ประเทศ ด้าน Paul Krugman นักเศรษฐศาสตร์รางวัลโนเบลจากสถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ มีความคิดเห็นที่ว่า ราคาพลังงาน โดยเฉพาะราคาน้ำมันดิบได้มีแนวโน้มลดลง ส่งสัญญาณที่จะลดราคาลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญที่สะท้อนอัตราเงินเฟ้อคาดการณ์ (Expected Inflation) และอาจทำให้อัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้นในปัจจุบันนั้นเป็นเพียงปรากฏการณ์ระยะสั้น

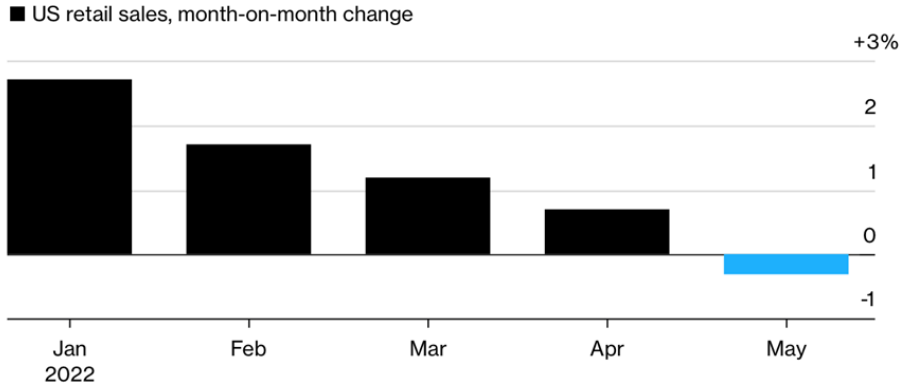


Change in annual inflation rate between first quarter of 2020 and first quarter of 2022



อย่างไรก็ตาม จากรายงานการสำรวจของ American Psychological Association ของสหรัฐฯ ซึ่งสำรวจกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกัน 3012 คน พบว่า ร้อยละ 87 ของกลุ่มตัวอย่าง มีความเครียดเกี่ยวกับเงินเฟ้อและราคาของที่แพงขึ้นในชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็น ค่าน้ำมัน ค่าไฟ และค่าอาหาร โดยมีความกังวลเกี่ยวกับเงินเฟ้อมากกว่าสงครามในยูเครน และความไม่แน่นอนของโลกในปัจจุบัน

อนึ่ง อัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้นของสหรัฐอเมริกา ได้ทำให้ภาคครัวเรือนลดการใช้จ่ายลง รายงานวิจัยการตลาดของ NPD Group พบว่า ผู้บริโภคซื้อสินค้าน้อยลงกว่าร้อยละ 6 ในไตรมาสแรกในปี 2022 เทียบกับเมื่อไตรมาสแรกของปีที่แล้ว นอกจากนี้ ความถี่ในการซื้อสินค้านั้น ก็ลดลงกว่าร้อยละ 5 อีกด้วย นอกจากนี้ NPD Group ยังพบว่าแปดในสิบของผู้บริโภคคาดว่าจะลดการบริโภคของตนในสามถึงหกเดือนข้างหน้า



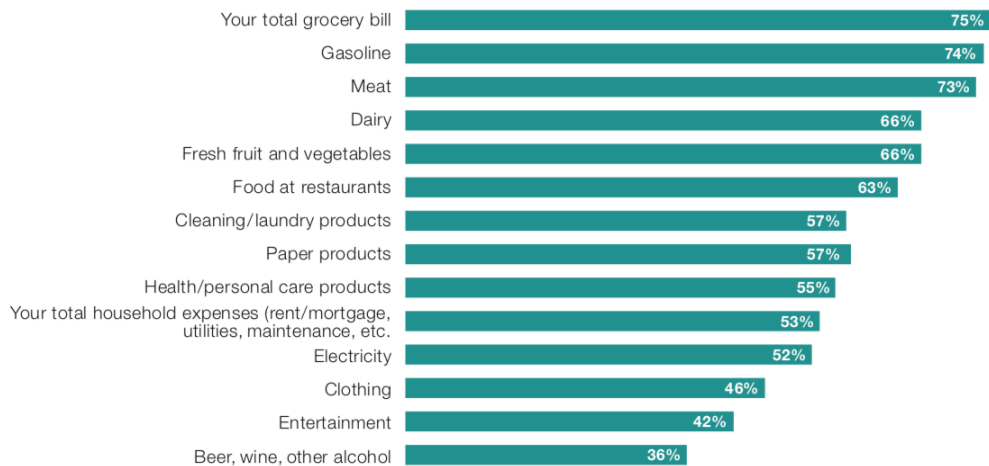
Source: US Census Bureau

ทั้งนี้ ธนาคาร Barclays ได้เปิดเผย อัตราใช้จ่ายบัตรเครดิตของผู้ใช้บริการในเดือนที่ผ่านมา โดยอัตราการใช้จ่ายบัตรเครดิตของชาวอเมริกันได้ลดลงกว่า 0.4% ผู้ค้าปลีกรายใหญ่ของสหรัฐ ไม่ว่าจะเป็น Walmart Target และ Amazon ได้เปิดเผยในทำนองเดียวกันว่า ผู้บริโภคได้เปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคอย่างเห็นได้ชัด โดยเลือกที่จะซื้อสินค้าแบรนด์ระดับกลางซึ่งมีราคาถูก รวมทั้งลดการใช้จ่ายสินค้าแบบไม่คิด (Impulse shopping)

จากการการสำรวจของ Ipsos ซึ่งสำรวจกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกัน 1,160 คน ร้อยละ 75 ของผู้ตอบแบบสอบถาม รู้สึกว่าราคาสินค้าอุปโภคบริโภคแพงขึ้นจากเดิม โดยร้อยละ 73 รู้สึกว่าราคาเนื้อสัตว์แพงมากขึ้น และร้อยละ 66 รู้สึกว่าราคานม และผักผลไม้สูงมากขึ้น ทั้งนี้ ร้อยละ 63 ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเฉพาะในครัวเรือนที่มีรายได้น้อยกว่า 50,000 ดอลลาร์ กล่าวว่า รายได้ครัวเรือนของตนไม่สามารถรับมือกับราคาที่สูงขึ้นได้

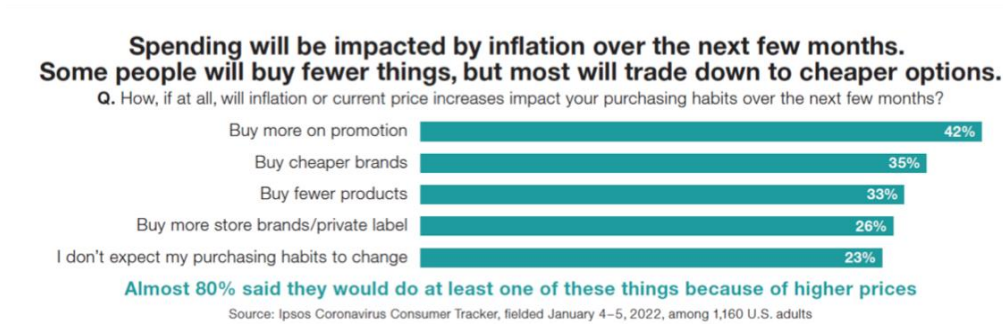
Consumers feel impacted by inflation across categories, with food and gas the most prevalent.

Q. Thinking about the prices you have paid for the following in recent weeks, do they generally seem higher, lower, or about the same as in the start of this year? – % Higher



Source: Ipsos Coronavirus Consumer Tracker, fielded January 4–5, 2022, among 1,160 U.S. adults

จากผลสำรวจดังกล่าว ร้อยละ 80 ของผู้ตอบแบบสอบถาม คาดว่าจะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคของตนหากอัตราเงินเฟ้อและราคาสินค้ายังสูงขึ้นต่อเนื่อง ทั้งนี้ ร้อยละ 42 ของผู้ตอบแบบสอบถามเลือกที่จะบริโภค เฉพาะสินค้าที่ลดราคา ร้อยละ 35 พร้อมทั้งจะมองหาสินค้าทางเลือกที่มีราคาถูกในตลาด และร้อยละ 26 พร้อมทั้งจะ บริโภคสินค้าน้อยลง



สำหรับสินค้าฟุ่มเฟือย จากเดิมที่ผู้บริโภคจะซื้อของแพงขึ้นใหญ่ๆ ผู้บริโภคเลือกที่จะซื้อสินค้าชิ้นเล็กๆ ที่ราคาจับต้องได้ (affordable luxury) เช่น เทียน น้ำหอม ดอกไม้ ช็อคโกแลต และเครื่องสำอาง สินค้าในกลุ่มดังกล่าว มียอดขายที่สูงขึ้นในไตรมาสที่ผ่านมาและยังไม่มีแนวโน้มที่จะลดลง Priya Raghuram ศาสตราจารย์ด้านการตลาดของมหาวิทยาลัยนิวยอร์ก กล่าวว่า ปรากฏการณ์นี้ เรียกว่า “lipstick effect” หรือการที่ผู้บริโภคยังเลือกที่จะซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยที่ราคาจับต้องได้ในช่วงเศรษฐกิจขาลง เพื่อสร้างความสุขทางใจให้กับตน

ในสถานการณ์เช่นนี้ ผู้ประกอบการไทยควรติดตามเศรษฐกิจสหรัฐอย่างใกล้ชิด หาก Fed เร่งขึ้นดอกเบี้ยรุนแรงกว่าปัจจุบัน อาจเสี่ยงทำให้สหรัฐเข้าสู่ภาวะถดถอยแต่เงินเฟ้อสูง (Stagflation) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจและเศรษฐกิจทั่วโลก อย่างไรก็ตาม การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคของชาวอเมริกันจากวิกฤตเงินเฟ้อในสหรัฐ รวมทั้งค่าเงินดอลลาร์ที่แข็งค่าขึ้น และสถานการณ์การปิดด่านของจีนเนื่องด้วยนโยบาย “zero Covid” เป็นโอกาสที่จะเพิ่มการสั่งซื้อให้กับผู้ส่งออกสินค้าไทยบางประเภทเนื่องจากสินค้าไทยจะมีราคาถูกลง สินค้าส่งออกไทยประเภท affordable luxury ที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูง เช่น เทียนหอม และเครื่องหอม นับว่ามีโอกาสในการขยายตลาดในสหรัฐอเมริกามากขึ้น

ข้อมูลจาก [Bloomberg](#)/[voxeu](#)/[nytimes](#)/[CNN](#)/[Pewresearch](#)/[Ipsos](#)/[APA](#)

สิงหาคม 2565

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครนิวยอร์ก