

รายงานข่าวเด่นจากสหรัฐอเมริกา

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก
ttcc@thaitradechicago.com

ประเด็นสำคัญ:

- สินค้าแบรนด์ตราห้างได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคชาวอเมริกันสูงโดยเฉพาะในช่วงที่สหรัฐฯ ต้องเผชิญกับภาวะเงินเฟ้อซึ่งส่งผลทำให้ผู้บริโภคกำลังการซื้อลดลง โดยในปี 2566 ตลาดสินค้าแบรนด์ตราห้างสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นมูลค่า 1.52 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+ร้อยละ 6.7) ซึ่งสูงกว่ากลุ่มสินค้าแบรนด์ผู้ผลิต
- ผู้บริโภครุ่นใหม่ เช่น กลุ่ม Gen Z และ Millennials เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญสำหรับสินค้าแบรนด์ตราห้างเนื่องจากมีพฤติกรรมชอบลองสินค้าใหม่ๆ ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการได้อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคในตลาดปัจจุบันไม่ได้ให้ความสำคัญเฉพาะปัจจัยด้านราคาที่ถูกเพียงอย่างเดียวแต่ยังให้ความสำคัญกับคุณภาพ รสชาติ และบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดเหมาะสมกับราคาสินค้า
- โดยรวมตลาดสินค้าแบรนด์ตราห้างสหรัฐฯ ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องในอนาคต ซึ่งน่าจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายมูลค่าการส่งออกสินค้า โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่ผู้ประกอบการไทยมีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมสูง
- การพิจารณาเข้าร่วมออกคูหาแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าแบรนด์ตราห้างที่มีศักยภาพในสหรัฐฯ เช่น งานแสดงสินค้า PLMA จะช่วยเพิ่มโอกาสในการเจรจาการค้ากับผู้นำเข้ารายสำคัญและเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าไทยในตลาดได้

ตลาดสินค้าแบรนด์ตราห้างสหรัฐฯ ขยายตัวสูงช่วงภาวะเงินเฟ้อ

Cr. Grocery.com



“สินค้าแบรนด์ “Great Value” ภายใต้ห้าง Walmart ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่มีสัดส่วนตลาดสินค้าแบรนด์ตราห้างมากที่สุดในสหรัฐฯ”

สินค้าอาหารและเครื่องดื่มภายใต้แบรนด์ของร้านค้าปลีกหรือแบรนด์ตราห้าง (Store Brand หรือ Private Label) มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มมากขึ้นในสหรัฐฯ โดยเฉพาะในช่วงที่ผู้บริโภคชาวอเมริกันต้องเผชิญกับภาวะเงินเฟ้อในตลาดในช่วงที่ผ่านมา โดยยอดจำหน่ายสินค้าแบรนด์ตราห้างในสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากมูลค่า 1.42 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2565 เป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1.52 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2566 คิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 6.7 ในขณะที่กลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มแบรนด์ผู้ผลิต (National Brands เช่น แบรนด์ Coca-Cola, Kraft Heinz และแบรนด์ Procter & Gamble) กลับมีอัตราการขยายตัวเพียงร้อยละ 1 ในช่วงเดียวกัน



ditp.thaitradechicago



thaitradecenterchicago



thaitradecenterchicago



หมายเหตุ: รายละเอียดที่ปรากฏในบทความข้างต้นกล่าวมาจากหลายแหล่งข้อมูลที่จัดทำและเปิดเผยต่อสาธารณชนทั่วไปซึ่งบางส่วนเป็นเพียงความคิดเห็นส่วนบุคคลเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก มีวัตถุประสงค์รวบรวมเพื่อเผยแพร่แก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น อย่างไรก็ตาม การรับข้อมูลหรือนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ขึ้นอยู่กับวิจารณญาณเฉพาะบุคคล โดยโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครชิคาโกจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

ทั้งนี้ ด้วยภาวะเงินเฟ้อในตลาดที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด อัตราเงินเฟ้อสหรัฐฯ เดือนกันยายนที่ผ่านมาลดลงต่ำที่สุดในรอบกว่า 3 ปี (นับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2564) ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความกังวลว่า ส่วนแบ่งตลาดสินค้าแบรนด์ตราห้างในสหรัฐฯ จะหดตัวลงจากระดับปัจจุบันที่สัดส่วนร้อยละ 18 - 20 ของมูลค่าการค้าปลีกสินค้าอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด

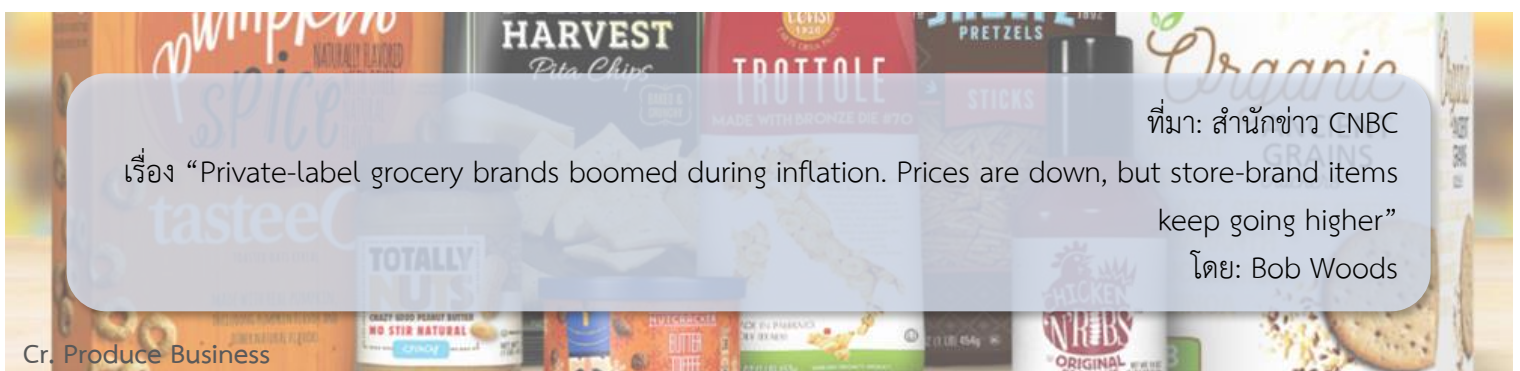
อย่างไรก็ตาม Ms. Peggy Davies ตำแหน่งประธานสมาคมผู้ผลิตสินค้าแบรนด์ตราห้าง (The Private Label Manufacturers Association หรือ PLMA) กล่าวว่า แม้ว่าภาวะเงินเฟ้อในสหรัฐฯ จะคลี่คลายลงไปมากแล้วแต่เชื่อว่าผู้ประกอบการค้าปลีกในตลาดจะยังคงผลักดันการทำตลาดสินค้าแบรนด์ตราห้างในกลุ่มผู้บริโภคเพื่อรักษาตลาดกลุ่มดังกล่าวทำให้ขยายตัวต่อเนื่อง โดยหากพิจารณาจากปัจจัยด้านสัดส่วนกำไรพบว่า ผู้ประกอบการค้าปลีกมักจะมีกำไรจากการจำหน่ายสินค้าแบรนด์ตราห้างมากกว่าสินค้าแบรนด์ผู้ผลิตเนื่องจากสามารถควบคุมปัจจัยต้นทุนการผลิต ราคาจำหน่าย การขนส่งและห่วงโซ่อุปทานได้ดีกว่าสินค้าแบรนด์ผู้ผลิต

ปัจจุบัน บริษัท Walmart Inc. ผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้ารายใหญ่ มีจำนวนสาขาเกือบ 5,000 สาขาในสหรัฐฯ เป็นผู้ประกอบการค้าปลีกที่มีสัดส่วน

จำหน่ายสินค้าแบรนด์ตราห้างมากที่สุดในสหรัฐฯ โดยจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ “Great Value” ซึ่งมีสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่ายภายใต้แบรนด์ดังกล่าวกว่า 1,000 รายการ ทั้งนี้ Mr. John David ประธานกรรมการบริหารด้านการเงินบริษัท Walmart กล่าวว่า บริษัทฯ ยังคงจะมุ่งทำตลาดสินค้าแบรนด์ตราห้างเพื่อขยายสัดส่วนตลาดในอนาคต เช่นเดียวกับบริษัท Kroger Co. ผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้าคู่แข่งในตลาด ซึ่งมีนโยบายเพิ่มสัดส่วนตลาดสินค้าแบรนด์ตราห้างของบริษัทในอนาคตด้วย

ปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าแบรนด์ตราห้างจะให้ความสำคัญเฉพาะปัจจัยด้านราคา สินค้าแบรนด์ตราห้างที่ถูกเป็นหลัก ไปสู่การพิจารณาปัจจัยด้านคุณภาพสินค้าควบคู่ไปกับปัจจัยด้านราคามากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านคุณภาพและรสชาติสินค้าที่ผู้บริโภคในตลาดให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ นอกจากนี้ ปัจจัยด้านประโยชน์ต่อสุขภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ รวมถึงปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามน่าดึงดูดยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคชาวอเมริกันมากขึ้นด้วย

จากรายงานข้อมูลสำรวจตลาดโดยสมาคมอุตสาหกรรมอาหาร (the Food Industry Association



ที่มา: สำนักข่าว CNBC
เรื่อง “Private-label grocery brands boomed during inflation. Prices are down, but store-brand items keep going higher”
โดย: Bob Woods



ditp.thaitradechicago



thaitradecenterchicago



thaitradecenterchicago

หรือ FMI) พบว่า ร้อยละ 55 ของกลุ่มตัวอย่างซื้อสินค้าแบรนด์ตราห้างเพิ่มขึ้นในปีที่ผ่านมา ในขณะที่สินค้าแบรนด์ผู้ประกอบการมีเพียงร้อยละ 28 เท่านั้นที่ซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นในปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ ร้อยละ 46 ของกลุ่มตัวอย่างยังวางแผนที่จะซื้อสินค้าแบรนด์ตราห้างเพิ่มขึ้นในอนาคตเปรียบเทียบกับเพียงร้อยละ 27 สำหรับกลุ่มสินค้าแบรนด์ผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ พบว่ากลุ่มผู้บริโภค Gen Z และ Millennials ถือเป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายสำหรับสินค้าแบรนด์ตราห้างเนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มีความต้องการชอปลองสินค้าใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนได้โดยไม่ยึดติดแบรนด์สินค้าที่เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคก่อนหน้า (กลุ่ม Baby Boomer และ Gen X) อีกทั้ง สื่อสังคมออนไลน์และผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอาหารและเครื่องดื่มของผู้บริโภคกลุ่มนี้สูงด้วย

โดยรวมผู้เชี่ยวชาญในตลาดคาดว่า สินค้าแบรนด์ตราห้างในสหรัฐฯ ยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องควบคู่ไปกับการขยายตัวของกลุ่มสินค้าแบรนด์ผู้ผลิตในอนาคต

อุตสาหกรรมสินค้าแบรนด์ตราห้างในสหรัฐฯ ได้รับการพูดถึงเป็นวงกว้างในช่วงที่สหรัฐฯ ต้องเผชิญกับภาวะเงินเฟ้อรุนแรงทำให้กำลังการซื้อของผู้บริโภคลดลง ผู้บริโภคสนใจหันไปเลือกซื้อสินค้าแบรนด์ตราห้างที่มีคุณภาพใกล้เคียงแต่ราคาถูกลงทดแทนมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการค้าปลีกต่างต้องปรับตัวหันไปแสวงหาสินค้าแบรนด์ตราห้างเพื่อรองรับกับความต้องการของตลาดในขณะนั้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสถานการณ์ด้านอัตราเงินเฟ้อในสหรัฐฯ จะปรับตัวดีขึ้นมากในปัจจุบัน ผู้บริโภคในตลาดยังคงมีพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้าแบรนด์ตราห้างอย่างต่อเนื่อง จึงน่าจะยังคงเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยที่มีความเชี่ยวชาญในการรับจ้างผลิตสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ที่ผู้นำเข้าในสหรัฐฯ ยังคงมีความต้องการนำเข้าสินค้าแบรนด์ตราห้างคุณภาพสูงราคาเหมาะสมจากไทยเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง เช่น ข้าวหอมมะลิ ปลากระป๋อง ผักและผลไม้กระป๋อง ซอสปรุงรส น้ำจิ้มไก่ กะทิกระป๋อง น้้ามะพร้าว อาหารทะเลแช่แข็ง และอาหารพร้อมรับประทาน เป็นต้น

ผู้ประกอบการไทยที่สนใจทำตลาดส่งออกสินค้าแบรนด์

ตราห้างไปยังตลาดสหรัฐฯ ควรพิจารณาหาโอกาสในการเจรจาการค้าเพื่อเสนอขายสินค้าให้กับผู้นำเข้าสินค้ารายสำคัญในตลาด เช่น การร่วมออกคูหาแสดงสินค้าในงาน Private Label Manufacturers Association Show ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าเฉพาะกลุ่มสินค้าแบรนด์ตราห้างที่สำคัญที่สุดในสหรัฐฯ จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีที่นครชิคาโก รัฐอิลลินอยส์ สหรัฐอเมริกา โดยปีนี้กำหนดจัดขึ้นระหว่างวันที่ 17 - 19 พฤศจิกายน 2567

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยยังควรให้ความสำคัญไม่เฉพาะกับปัจจัยด้านต้นทุนการผลิตเพื่อรักษาราคาเพียงอย่างเดียวแต่ควรที่จะให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพรสชาติและการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับราคา ซึ่งเป็นปัจจัยร่วมที่ผู้บริโภคในตลาดให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแบรนด์ตราห้างด้วย อีกทั้ง การพิจารณาเลือกใช้เครื่องมือการตลาดหรือการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมร่วมกับผู้ประกอบการนำเข้า เช่น การเลือกประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ก็น่าจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคแบรนด์ตราห้างไทยมากขึ้นในอนาคต



ditp.thaitradechicago



thaitradecenterchicago



thaitradecenterchicago