

รายงานข่าวเด่นจากสหรัฐอเมริกา

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก
ttcc@thaitradechicago.com

ประเด็นสำคัญ:

- ยอดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์สหรัฐฯ ช่วง Cyber Weekend ขยายตัวทำสถิติสูงสุดเป็นประวัติการณ์ เป็นมูลค่าทั้งสิ้น ๔.๑๑ หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+ร้อยละ ๘.๒) โดยช่วง Cyber Monday เป็นช่วงที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์สูงสุด รองลงมาช่วงวัน Black Friday
- กลุ่มสินค้าที่ผู้บริโภคชาวอเมริกันเลือกซื้อสูงในช่วงวัน Cyber Monday ได้แก่ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม สินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม และสินค้าเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา โดยผู้บริโภคมีพฤติกรรมหันไปเลือกซื้อสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด
- โดยภาพรวมภาวะทางเศรษฐกิจสหรัฐฯ มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจึงคาดว่าผู้บริโภคจะมีความต้องการบริโภคสินค้าเพิ่มมากขึ้น โดยสินค้าไทยที่น่าจะมีโอกาสทำตลาดในอนาคต ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ของเล่น เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์กีฬา เครื่องสำอาง และเครื่องประดับ
- การพิจารณาปรับตัวโดยการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในกิจการเพื่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการคำสั่งซื้อและจัดส่งสินค้าให้เกิดประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดได้ในระยะยาว

แนวโน้มยอดค้าปลีกเทศกาลปลายปี สหรัฐฯ ขยายตัวสูง



“การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการกระตุ้นให้ยอดค้าปลีกช่วง Cyber Monday ขยายตัวสูงเป็นประวัติการณ์ในปีนี้”

ปีนี้นับเป็นปีทองสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมค้าปลีกออนไลน์สหรัฐฯ ซึ่งยังคงสามารถทำยอดขายเกินกว่าที่ผู้เชี่ยวชาญในตลาดคาดการณ์ไว้แม้ว่าในช่วงต้นปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจสหรัฐฯ จะต้องเผชิญกับปัจจัยที่ค่อนข้างท้าทายในตลาดหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย การจ้างงาน ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

ทั้งนี้ บริษัท Adobe Analytics ผู้รวบรวมข้อมูลสถิติการค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มตลาดและพัฒนาการขยายตลาดได้รายงานยอดค้าปลีกสหรัฐฯ ผ่านช่องทางออนไลน์ในช่วง Cyber Week (ระหว่างวันขอบคุณพระเจ้า (Thanksgiving) ไปจนถึงวัน Cyber Monday) ปี 2567 ขยายตัวเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 4.11 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.2 เมื่อเทียบกับปีที่



ditp.thaitradechicago



thaitradecenterchicago



thaitradecenterchicago



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

ผ่านมา (year-over-year) เปรียบเทียบกับยอดค้าปลีกผ่านช่องทางออนไลน์ในช่วงเดียวกันปี 2566 มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 3.8 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.8 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

นอกจากนี้ บริษัท Salesforce, Inc. ผู้ประกอบการด้านซอฟต์แวร์การตลาดรายใหญ่ในสหรัฐฯ ยังได้รายงานยอดค้าปลีกสหรัฐฯ รวม (ยอดค้าปลีกผ่านร้านค้าและยอดค้าปลีกผ่านช่องทางออนไลน์) ในช่วง Cyber Week เป็นมูลค่าทั้งสิ้น 7.6 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาอีกด้วย

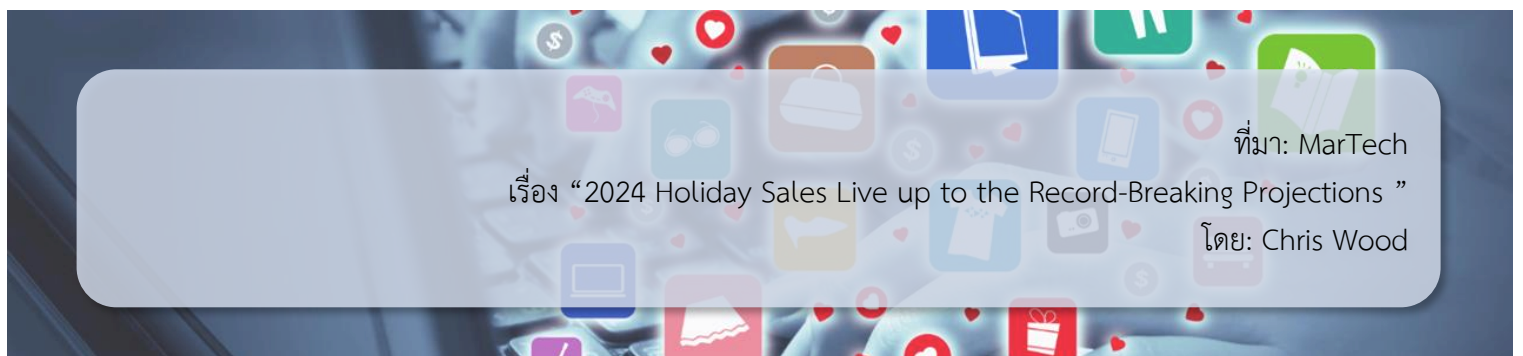
คำว่า “Cyber Monday” ถูกจำกัดความขึ้นครั้งแรก โดยสมาพันธ์ผู้ค้าปลีกแห่งชาติ (The National Retail Federation หรือ NRF) ในปี 2548 หลังจากที่สังเกตพบพฤติกรรมผู้บริโภคชาวอเมริกันในตลาดส่วนใหญ่มักจะนิยมเลือกซื้อสินค้าลดราคาพิเศษผ่านช่องทางคอมพิวเตอร์ในที่ทำงานในช่วงวันจันทร์ หลังจากวันขอบคุณพระเจ้า (เนื่องจากความเร็วของอินเทอร์เน็ตตามออฟฟิศหรือสำนักงานในขณะนั้นมักจะเร็วกว่าตามบ้านพักอาศัยทั่วไป) จนกลายเป็นกระแสความนิยมขยายตัวเป็นวงกว้าง ซึ่งปัจจุบันแนวโน้มผู้บริโภคในตลาดได้พัฒนาจากการเลือกซื้อผ่าน

คอมพิวเตอร์ไปเป็นผ่านโทรศัพท์มือถือเนื่องจากปัจจัยด้านความสะดวกสบายมากขึ้นด้วย

ซึ่งในปีนี้อยอดค้าปลีกผ่านช่องทางออนไลน์ในช่วง Cyber Monday สหรัฐฯ มีมูลค่าทั้งสิ้น 1.33 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.3 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา จากที่บริษัท Adobe ประเมินไว้เพียงมูลค่าทั้งสิ้นราว 1.32 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐเท่านั้นในปีนี้ โดยสินค้าที่ได้รับความนิยมเลือกซื้อในกลุ่มผู้บริโภคในช่วงดังกล่าว ได้แก่ สินค้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มทั่วไป (ร้อยละ 39) สินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม (ร้อยละ 34) และสินค้าเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา (ร้อยละ 23) ตามลำดับ

นอกจากนี้ Ms. Caila Schwartz ตำแหน่ง Director of Consumer Insights บริษัท Salesforce ยังรายงานว่า ยอดขายสินค้ากลุ่มเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มและกระเป๋ากลุ่มหรู (Luxury) ยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในช่วงดังกล่าวด้วย เนื่องจากผู้ประกอบการค้าปลีกในตลาดต่างดำเนินกลยุทธ์แข่งขันกันลดราคาสินค้าเพื่อดึงดูดผู้บริโภคในตลาด

ทั้งนี้ สามารถจำแนกยอดค้าปลีกผ่านช่องทางออนไลน์ในช่วง Cyber Weekend ได้ออกเป็น 4 ช่วงสำคัญ ดังนี้



- วันขอบคุณพระเจ้า มูลค่าทั้งสิ้น 6.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.8
- วัน Black Friday มูลค่าทั้งสิ้น 1.08 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.2
- วันสุดสัปดาห์ มูลค่าทั้งสิ้น 1.09 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.8
- วัน Cyber Monday มูลค่า 1.33 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.3

จากข้อมูลพบว่า ช่วง Cyber Monday เป็นช่วงเทศกาลที่ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ทำให้มีอัตราการขยายตัวสูงเมื่อเทียบกับช่วงเทศกาลอื่นๆ อีกทั้ง ยังพบว่าผู้ประกอบการในตลาดยังมีแนวโน้มที่จะปรับตัวทำการประชาสัมพันธ์เร็วขึ้น โดยพบสัดส่วนผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ล่วงหน้าอย่างน้อย 3 สัปดาห์ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.6 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้บริโภคในตลาดหันไปเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้นอย่างเห็น

ได้ชัดในปีนี้ด้วย โดยบริษัท Adobe รายงานว่า ผู้บริโภคในตลาดเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เป็นมูลค่าทั้งสิ้น 7.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.3 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57 ของยอดค้าปลีกผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งหมดในช่วง Cyber Monday เทียบกับสัดส่วนเพียงร้อยละ 33 ในช่วงปี 2562

แนวโน้มดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกับรายงานข้อมูลของบริษัท Bluecore ผู้จัดการแพลตฟอร์มค้าปลีกออนไลน์ซึ่งรายงานยอดผู้บริโภคที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในช่วงเทศกาลปลายปี อีกทั้ง ยังพบว่า รongเท้าเป็นกลุ่มสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด ในขณะที่สินค้าอุปกรณ์กีฬาเป็นกลุ่มที่ผู้บริโภคเลือกซื้อผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่น้อยที่สุด

อีกทั้ง บริษัท Salesforce ยังพบว่า ผู้ประกอบการค้าปลีกเลือกนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์แบบรู้สร้าง (Generative Artificial Intelligence หรือ GenAI) มาปรับใช้เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มยอดขายจำหน่ายในช่วง Cyber

Monday เพิ่มขึ้นร้อยละ 26 เมื่อเทียบกับช่วงสัปดาห์ก่อนหน้า (week-over-week) ด้วย

ภาคอุตสาหกรรมค้าปลีกเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยขับเคลื่อนการขยายตัวของการใช้จ่ายภาคประชาชนซึ่งจะส่งผลไปสู่การขยายตัวทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ นับตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมา ปัจจัยด้านความผันผวนในตลาดหลายปัจจัยส่งผลกระทบต่อแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ แต่โดยรวมการใช้จ่ายภาคประชาชนและการค้าปลีกที่ยังคงแข็งแกร่งมีส่วนช่วยพยุงให้เศรษฐกิจสหรัฐฯ ยังคงขยายตัวต่อเนื่องในช่วง 3 ไตรมาสที่ผ่านมาของปีนี้ ซึ่งน่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในช่วงไตรมาสที่ 4 ซึ่งเป็นช่วงที่ผู้บริโภคในตลาดมักจะมีพฤติกรรมใช้จ่ายเพื่อเฉลิมฉลองและซื้อสินค้าเป็นของขวัญของชำร่วยมอบให้กับสมาชิกครอบครัวและคนใกล้ชิด

โดยช่วงเทศกาล Cyber Weekend ถือเป็นช่วงที่ผู้บริโภคชาวอเมริกันนิยมใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้ามากที่สุดเนื่องจากเป็นช่วงที่ผู้ประกอบการค้ามักจะดำเนิน

กิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้า
หลายรายการเพื่อดึงดูดผู้บริโภค

ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่า พฤติกรรมการดำเนินชีวิตของ
ผู้บริโภคในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลง
ไป เทคโนโลยีทันสมัยเข้ามามี
บทบาทอำนวยความสะดวกใน
ชีวิตมากขึ้นทำให้ผู้บริโภคหันไป
เลือกซื้อสินค้าในช่วงดังกล่าวผ่าน
ช่องทางออนไลน์โดยเฉพาะผ่าน
โทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้นอย่างเห็น
ได้ชัดคิดเป็นสัดส่วนกว่าครึ่งหนึ่ง
ของยอดขายทั้งหมด อีกทั้ง ยังมี
แนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต
ด้วย จึงน่าจะเป็นโอกาสในการ
ขยายตลาดสำหรับผู้ประกอบการ
ไทยในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค
โดยเฉพาะเครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์
อิเล็กทรอนิกส์ ของเล่น เสื้อผ้า
เครื่องนุ่งห่ม คอมพิวเตอร์และ
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เฟอร์นิเจอร์
อุปกรณ์กีฬา เครื่องสำอาง และ
เครื่องประดับที่มียอดจำหน่าย
ขยายตัวสูงในช่วงดังกล่าวใน
อนาคต

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านผล
การเลือกตั้งที่ชัดเจน ประกอบกับ
แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อและการจ้าง
งานภายในประเทศที่ปรับตัวดีขึ้น
รวมถึงแนวโน้มอัตราดอกเบี้ยที่
น่าจะปรับตัวลดลงต่อเนื่องในปี

หน้าน่าจะมีส่วนช่วยผลักดันให้
การขยายตัวของภาคการค้าปลีก
ในตลาดสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น
ในปีหน้าด้วย ในขณะที่นโยบาย
ด้านการค้าระหว่างประเทศของว่า
ที่ประธานาธิบดีสหรัฐฯ มีแผนจะ
ดำเนินมาตรการเรียกเก็บภาษี
นำเข้าสินค้าจากคู่ค้ารายใหญ่ที่สุด
3 รายแรกของสหรัฐฯ ได้แก่
เม็กซิโก จีน และแคนาดา ใน
อนาคตอันใกล้เพื่อกดดันให้
ประเทศเหล่านี้ให้ความร่วมมือกับ
สหรัฐฯ ดังนั้น ในระยะสั้นหาก
สหรัฐฯ เริ่มดำเนินนโยบาย
ดังกล่าวอย่างจริงจังก็น่าจะเป็น
โอกาสส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ
ไทยสามารถขยายสัดส่วนตลาด
ส่งออกสินค้าไปยังสหรัฐฯ มากขึ้น
ได้ในอนาคต โดยเฉพาะกลุ่มสินค้า
ชิ้นส่วนกึ่งตัวนำไฟฟ้า กระจึก
หน้า เพอร์นิเจอร์ คอมพิวเตอร์
คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์สมาร์ตโฟน
เบาะที่นั่ง จอคอมพิวเตอร์ ของ
เล่น เครื่องใช้ไฟฟ้า รถยนต์และ
ชิ้นส่วนรถยนต์ เป็นต้น ซึ่งสินค้า
ไทยมีศักยภาพในการทำตลาด
สหรัฐฯ อยู่แล้ว

ทั้งนี้ สภาพแวดล้อมด้าน
การค้าในตลาดปัจจุบันมีการ
ขับเคลื่อนไปอย่างรวดเร็ว (Fast
Moving) ปัจจัยด้านเวลา
มีความสำคัญต่อการดำเนินกิจการ

สูง ผู้ประกอบการในตลาดต่างเร่ง
พัฒนานำเทคโนโลยีต่างๆ มา
พัฒนาปรับใช้เพื่อเสริมสร้าง
ความสามารถในการแข่งขันใน
ตลาด รวมถึงการเร่งการดำเนิน
กิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่ม
ประสิทธิภาพในการทำตลาดเหนือ
คู่แข่ง ดังนั้น นอกจากการควบคุม
คุณภาพสินค้าให้ตรงตามความ
ต้องการของผู้นำเข้าแล้ว
ผู้ประกอบการไทยยังควรพิจารณา
ปรับตัวสร้างจุดแข็งเพิ่ม
ประสิทธิภาพในการสนับสนุน
ผู้ประกอบการค้าปลีกในตลาด
เช่น นำระบบปัญญาประดิษฐ์
มาร่วมปรับใช้กับการบริหาร
จัดการระบบรับคำสั่งซื้อ การผลิต
และการจัดส่ง เพื่อเพิ่ม
ประสิทธิภาพและร่นระยะเวลา
การรอคอยสินค้า ก็น่าจะช่วย
ให้ผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จ
ในตลาดสหรัฐฯ ได้

๑๒



ditp.thaitradechicago



thaitradecenterchicago



thaitradecenterchicago