



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสหรัฐอเมริกา (Weekly News from USA)

14 - 18 มีนาคม 2559

ประชากรและกำลังซื้อของ LGBT มากน้อยแค่ไหน?

การประเมินตัวเลขประชากรและกำลังซื้อของ LGBT ให้ได้อย่างแม่นยำเป็นเรื่องค่อนข้างยาก เนื่องจากยังมีประชากรบางส่วนที่ไม่ประสงค์จะเปิดเผยตัวหรือไม่กล้าบอกว่าตัวเองอยู่ในกลุ่ม LGBT อย่างไรก็ตาม หลายๆ สถาบันก็พยายามใช้ความสามารถทางสถิติพยายามประเมินผลออกมาแตกต่างกันไป ซึ่ง LGBT Capital ก็เป็นหนึ่งในสถาบันที่สังเกตเห็นโอกาสทำธุรกิจด้านการเงินกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มนี้ที่มีรายได้และทรัพย์สินจำนวนมาก โดยได้ทำการประเมินจำนวนประชากร LGBT ของทั้งโลกในปี 2558 ว่ามีประมาณ 450 ล้านคน และมีกำลังเงินสำหรับการใช้จ่ายต่อปีประมาณ 3.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ



	จำนวนประชากร LGBT โดยประมาณ (ล้านคน)	ประมาณการกำลังซื้อ LGBT รายปี (ดอลลาร์สหรัฐ)
ภูมิภาคเอเชีย	270	1.1 ล้านล้าน
จีน	85	460 พันล้าน
ฮ่องกง	0.45	15 พันล้าน
อินเดีย	80	90 พันล้าน
ญี่ปุ่น	8	200 พันล้าน
สิงคโปร์	0.35	16 พันล้าน
ไทย	4	17 พันล้าน

1

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

ภูมิภาคยุโรป	32	950 พันล้าน
ฝรั่งเศส	4	148 พันล้าน
เยอรมนี	5	201 พันล้าน
อิตาลี	4	112 พันล้าน
สเปน	3	73 พันล้าน
สหราชอาณาจักร	4	150 พันล้าน
ภูมิภาคอเมริกา		
สหรัฐอเมริกา	20	900 พันล้าน
เม็กซิโก	8	65 พันล้าน
บราซิล	13	120 พันล้าน
ทั่วโลก	450	3.7 ล้านล้าน

ที่มา: LGBT Capital

เฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกา คาดว่ามีประชากร LGBT ถึง 20 ล้านคน และมีกำลังซื้อสูงถึง 9 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (31.5 ล้านล้านบาท) ต่อปี หรือเกือบๆเท่ากับภูมิภาคเอเชียหรือยุโรปทั้งหมด จึงไม่ต้องสงสัยเลยว่าปัจจุบันนี้ในเมื่อสังคมได้ขยับพื้นที่และให้การยอมรับ LGBT มากขึ้นแล้ว ไฉนเลยจะมองข้ามโอกาสทางธุรกิจกับผู้บริโภคกลุ่มนี้ไปได้ องค์กรทางธุรกิจไม่ว่าเล็กใหญ่ขนาดไหนก็ได้แสดงตัวให้การสนับสนุน LGBT อย่างเปิดเผยและจริงจัง แม้แต่บางธุรกิจแนวอนุรักษ์นิยมที่ต่อต้านและไม่ยอมรับ LGBT มาโดยตลอดก็มีทำที่ผ่อนคลายลงและเป็นมิตรมากขึ้น ทั้งนี้ LGBT ก็ทราบดีว่ากลุ่มของตัวเองเนื้อหอมเป็นที่หมายปองของธุรกิจทั้งหลาย จึงได้ร่วมแรงร่วมใจอาศัยอำนาจการซื้อในมือเป็นข้อต่อรองในการเรียกร้องความเท่าเทียมในสังคมและการงานเพิ่มขึ้นเช่นกัน ดังที่เคยรายงานมาให้ทราบมาเป็นระยะๆ แล้ว

ที่มา: LGBT Capital

เรื่อง: Estimated LGBT Purchasing Power
 สคร. ไมอามี / วันที่ 17 มีนาคม 2559

2

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

Unilever เดินหน้าเจาะตลาดลาตินในสหรัฐฯ

กลุ่มผู้บริโภคลาตินในสหรัฐฯ เป็นกลุ่มที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า โดยบริษัท Unilever ผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภครายใหญ่ของสหรัฐฯ ตั้งเป้าที่จะเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้และเปิดตัวแคมเปญทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้โดยเฉพาะ

บริษัทฯ ได้เปิดตัวแคมเปญการตลาด #100PorCientoTu ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์และสื่อดิจิทัล โดยได้คัดเลือกคนดังที่มีอิทธิพลชาวลาติน เช่น “Leonardo Rocco” “Marcos Reggae Smith” และ “Denis Bidot” เข้าร่วมแคมเปญดังกล่าวเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์การดูแลตัวเอง และเคล็ดลับความงามแก่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

Ms. Claudia Trujillo ผู้จัดการผลิตภัณฑ์อาวุโส บริษัท Unilever เขตสหรัฐฯ กล่าวว่า กลุ่มผู้บริโภคชาวลาตินเป็นกลุ่มที่มีความต้องการบริโภคสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะตัวและยังเป็นผู้กำหนดทิศทางความต้องการบริโภคในตลาด โดยบริษัทฯ ตั้งใจที่จะใช้แคมเปญการตลาด #100PorCientoTu เพื่อเข้าถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชาวลาตินในสหรัฐฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคลาตินในกลุ่ม Millennials ที่มีความผูกพันกับรากเหง้าทางวัฒนธรรมของตนเป็นอย่างมาก

แคมเปญการตลาดดังกล่าวจะเน้นการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ <http://100porciento.com> เป็นหลัก โดยจะให้กลุ่มคนดังหรือผู้มีอิทธิพลต่อกลุ่มผู้บริโภคลาตินแต่ละคนเล่าถึงประสบการณ์รวมถึงความประทับใจจากการใช้สินค้าของบริษัทฯ แต่ละแบรนด์ ได้แก่ “Axe” “Caresse” “Dove” “Pond’s” “Suave” “Tresemme” และ “Degree”

Ms. Trujillo กล่าวว่า ช่องทางการสื่อสารที่ใช้ได้ผลกับกลุ่มผู้บริโภคลาตินคือสื่อสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตาม การบอกต่อกันแบบปากต่อปากก็ยังถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่นเดียวกันเพราะผู้บริโภคกลุ่มนี้นิยมแนะนำสินค้าหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างกลุ่มครอบครัว เพื่อนฝูง และคนใกล้ชิดอยู่เป็นประจำ



“ภาพโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์แคมเปญ #100PorCientoTu”

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

นอกจากการเลือกสื่อสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์แล้วบริษัทฯ ยังจะเป็นผู้สนับสนุนการจัดแสดงคอนเสิร์ตศิลปินชาวลาตินที่ได้รับความนิยมในสหรัฐฯ โดยจะเริ่มจากคอนเสิร์ตของ Nicky Jame's - The Fenix Tour ที่มีกำหนดเดินสายการแสดงทั่วประเทศตั้งแต่เดือนนี้เป็นต้นไป

กลุ่มลาตินในสหรัฐฯ สามารถแบ่งตามพื้นเพออกเป็นกลุ่มย่อยหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มเม็กซิกัน กลุ่มอเมริกากลาง และกลุ่มอเมริกาใต้ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสามารถแบ่งตามกลุ่มรุ่นอายุ (Generation) ที่อยู่อาศัยอยู่ในสหรัฐฯ ได้อีกด้วย โดยบริษัทฯ เลือกใช้ดนตรีและแฟชั่นเป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มนี้ เนื่องจากกลุ่มลาตินมักจะมีรสนิยมความชอบด้านดนตรีและแฟชั่นที่คล้ายคลึงกัน

Ms. Trujillo ยังกล่าวว่า แม้ว่ากลุ่มผู้บริโภคลาตินในกลุ่มย่อยจะมีลักษณะรายละเอียดที่แตกต่างกันแต่บริษัทฯ ก็จะพยายามอย่างเต็มที่ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ทั้งหมด โดยจะเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทุกรูปแบบเป็นเครื่องมือ ทั้งนี้ เป้าหมายสูงสุดของบริษัทฯ คือ ทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มเพื่อให้สามารถพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์และแคมเปญการตลาดให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้

ที่มา: Market Daily

เรื่อง: *"Unilever Goes '100%' All-In For Hispanics"*

โดย: Mr. Aaron Baar

จัดทำโดย: นายพงษ์ระพี ชื่อสัตย์บุญ

สคร. ไมอามี / วันที่ 14 มีนาคม 2559

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

สหรัฐฯ ผ่อนคลายกฎข้อบังคับต่อคิวบาอย่างต่อเนื่อง



เมื่อวันอังคารที่ 15 มีนาคม 2559 สหรัฐฯ ประกาศมาตรการผ่อนคลายนโยบายข้อบังคับการเดินทางไปยังคิวบาและข้อจำกัดทางการเงิน เพื่อช่วยกระตุ้นคิวบาให้เกิดความต้องการที่จะทำการค้ากับสหรัฐฯ ก่อนที่ Mr. Barack Obama ประธานาธิบดีสหรัฐฯ จะเดินทางเยือนคิวบาในอาทิตย์ที่ 20 มีนาคม 2559 นี้

การประกาศมาตรการครั้งนี้เปรียบเสมือนการกระเทาะกำแพงมาตรการคว่ำบาตร โดยครั้งนี้อนุญาตให้ชาวสหรัฐฯ สามารถจัดคณะเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (People-to-People Program) ได้เองโดยไม่ต้องผ่านบริษัทนายหน้า และอนุญาตการใช้เงินดอลลาร์สหรัฐฯ ในการดำเนินการด้านการเงินกับคิวบา

Mr. Ben Rhodes รองผู้อำนวยการที่ปรึกษาความมั่นคงแห่งชาติ กล่าวว่า ทางสหรัฐฯ จะกระตุ้นทางการคิวบาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คิวบาเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางเศรษฐกิจให้ง่ายต่อการทำธุรกิจ อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับคิวบายังคงไม่ราบรื่นจนกว่ารัฐสภาสหรัฐฯ ถอนมาตรการคว่ำบาตร

Mr. Rhodes กล่าวเพิ่มเติมว่า หลังจากสหรัฐฯ ประกาศมาตรการครั้งนี้ สิ่งที่คิวบาจะต้องทำคือ งดเก็บค่าปรับการแลกเปลี่ยนเงินตราดอลลาร์สหรัฐฯ – คิวบาเปโซ (CUCs) ร้อยละ 10 และอนุญาตให้บริษัทต่างชาติเข้าไปดำเนินการในคิวบา และสามารถจ้างงานประชากรคิวบาได้

มาตรการต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปหลังจากสหรัฐฯ และคิวบาประกาศเชื่อมความสัมพันธ์เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2557 Mr. David Schwartz ผู้บริหารระดับสูง หน่วยงาน Florida International Bankers Association กล่าวว่า การออกมาตรการต่างๆ มีส่วนช่วยความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศดีขึ้น แต่ยังไม่เห็นความเปลี่ยนแปลงของคิวบามากนัก

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

มาตรการใหม่นี้ ซึ่งเป็นการประกาศมาตรการเปลี่ยนแปลงครั้งที่ห้าในรอบ 1 ปี 3 เดือน จะมีผลบังคับใช้ในวันพุธที่ 16 มีนาคม 2559 ดังนี้

1. **การเดินทางไปยังคิวบา** ซึ่งชาวสหรัฐฯ ที่เคยร่วมเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (People-to-People Program) สามารถจัดคณะเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้ด้วยตนเอง โดยต้องมีหลักฐานการเดินทางลักษณะเดียวกันนี้ติดต่อกันเป็นระยะเวลา 5 ปี หรือชาวสหรัฐฯ สามารถจัดคณะเดินทางโดยผ่านทางหน่วยงานที่สนับสนุนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ซึ่งทางหน่วยงานจะเป็นผู้รับภาระด้านหลักฐานการเดินทาง

Mr. Jose Earnest โฆษกทำเนียบฯ กล่าวว่า เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2559 ที่ผ่านมา กรมการขนส่งสหรัฐฯ ประกาศอนุญาตสายการบินพาณิชย์ทำการบินตรงสหรัฐฯ – คิวบามากกว่า 110 เที่ยวบินต่อวัน ซึ่งทำให้ชาวสหรัฐฯ สามารถเดินทางไปยังคิวบาเพื่อศึกษาและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างสองประเทศได้ง่ายยิ่งขึ้น Ms. Andrea Gacki รองผู้อำนวยการ สำนักงานควบคุมทรัพย์สินในต่างประเทศ กล่าวว่า อย่างไรก็ตาม ชาวสหรัฐฯ ยังไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนได้ เนื่องจากมาตรการยังมีผลบังคับอยู่

2. **ข้อบังคับทางการเงิน** โดยกระทรวงการคลังสหรัฐฯ ร่างระเบียบบริหารการเงินกับคิวบาขึ้นมาใหม่ ให้ง่ายต่อสถาบันการเงินสหรัฐฯ ในการบริหารงาน ซึ่งกฎเกณฑ์ใหม่อนุญาตให้สถาบันการเงินสามารถบริหารเงินสด (ดอลลาร์สหรัฐฯ) เช็คเดินทาง และตราสารทางการเงินอื่นๆ ที่เป็นเงินสดดอลลาร์

บัญชีคู่สัญญาที่สถาบันการเงินในประเทศที่สาม สามารถเปลี่ยนเงินเป็นเงินดอลลาร์ได้ สถาบันการเงินสหรัฐฯ สามารถเปิดบัญชีให้กับชาวคิวบาที่ได้รับอนุญาตให้ทำธุรกิจ โดยสามารถดำเนินการด้านการเงินและสามารถโอนเงินไปยังบัญชีที่ประเทศคิวบาได้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อชาวคิวบาที่ประกอบอาชีพ นักเขียนและศิลปิน ที่ส่งผลงานมาจำหน่ายในสหรัฐฯ

ผู้ค้าสามารถโอนเงินจากบัญชีจากสถาบันการเงินนอกสหรัฐฯ ผ่านสถาบันการเงินในสหรัฐฯ เพื่อไปยังอีกบัญชีหนึ่งนอกสหรัฐฯ ได้โดยไม่เสียเงินค่าปรับ

Mr. Rhodes กล่าวเพิ่มเติมว่า ก่อนหน้านี้การใช้เงินดอลลาร์กับคิวบาเป็นปัญหาใหญ่สำหรับสถาบันการเงิน โดยต้องเสียค่าปรับจำนวนกว่าพันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งข้อกำหนดดังกล่าวกีดกันคิวบาออกจากระบบสถาบันการเงินระหว่างประเทศ

Mr. Augusto Maxwell ทนายความ เมื่อไมอามี กล่าวว่า เมื่อชาวสหรัฐฯ เดินทางเยือนคิวบา จะมีเงินดอลลาร์ไหลเข้าสู่คิวบาจำนวนมาก ซึ่งชาวคิวบาต้องการที่จะสามารถใช้จ่ายเงินดอลลาร์ได้ด้วยเช่นกัน โดยก่อนหน้านี้รัฐบาลและประชากรคิวบาไม่กล้าใช้จ่ายเงินดอลลาร์ เนื่องจากเมื่อมีการโอนเงิน

ผ่านสถาบันสหรัฐฯ จะถูกอายัดเงิน แต่ด้วยมาตรการใหม่นี้ รัฐบาลและประชากรคิวบาสามารถใช้เงินดอลลาร์ได้มีอิสระมากยิ่งขึ้น

3. **การจ้างงาน** บริษัทสหรัฐฯ สามารถจ้างชาวคิวบาเพื่อทำงานในสหรัฐฯ ได้โดยการออกหนังสือตรวจลงตราชั่วคราว (Non-Immigrant) ให้ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายให้กับรัฐบาลคิวบา ซึ่งเปิดโอกาสให้นักกีฬา ศิลปิน นักแสดง และประชากรคิวบาอื่นๆ สามารถขอหนังสือตรวจลงตราเพื่อเดินทางมาทำงานในสหรัฐฯ ได้อย่างถูกกฎหมาย
4. **การอนุญาตตั้งบริษัทสหรัฐฯ ในคิวบา** รัฐบาลสหรัฐฯ อนุญาตบริษัทสหรัฐฯ สามารถตั้งสาขาในคิวบาได้ แต่ต้องเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือหรือบริการที่คิวบาให้ความสนใจ ซึ่งบริษัทโทรคมนาคมสหรัฐฯ ได้เซ็นสัญญาร่วมกับรัฐบาลคิวบาเพื่อให้บริการเครือข่ายคมนาคมแล้ว นอกจากนี้ ผู้ให้บริการไปรษณีย์ ขนส่งสินค้า (Cargo) และขนส่งคมนาคม เป็นหนึ่งในธุรกิจที่สามารถเข้าไปเปิดสาขาในคิวบาได้ แต่อาจจะต้องเป็นการร่วมทุน สัปดาห์ หรือรูปแบบอื่นๆ ที่ต้องมีชาวคิวบาเป็นผู้ร่วมก่อตั้งด้วย
5. **ขนส่งสินค้า (Cargo) สหรัฐฯ** อนุญาตให้เรือขนส่งสินค้าและสายการบินพาณิชย์ขนส่งสินค้าสามารถขนส่งสินค้าจากสหรัฐฯ หรือประเทศอื่นๆ ไปยังคิวบาได้โดยไม่ต้องขอใบอนุญาตจากสหรัฐฯ
6. **การส่งออก** บริษัทสหรัฐฯ สามารถส่งออกสินค้าไปยังสำนักงานหรือสาขาในคิวบาได้ ทั้งนี้ สหรัฐฯ จะพิจารณาเป็นกรณี (case-by-case) สำหรับการส่งออกสินค้าไปยังนักธุรกิจชาวคิวบา
7. **ทุนการศึกษา** สหรัฐฯ อาจพิจารณาให้ทุนการศึกษากับประชากรคิวบา เพื่อมาศึกษาในสหรัฐฯ

Ms. Penny Pritzker เลขาธิการพาณิชย์ กล่าวว่า การแก้ไขเพิ่มเติมและลดมาตรการต่างๆ สะท้อนให้เห็นความพยายามของ Mr. Obama ในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศ ซึ่งไม่เพียงแต่ต้องการที่จะก่อให้เกิดการค้าระหว่างนักธุรกิจสหรัฐฯ และคิวบา เท่านั้น แต่ยังเป็นการช่วยเหลือประชากรคิวบาให้มีชีวิตที่ดีขึ้นอีกด้วย Mr. Obama มีกำหนดการเยือนคิวบาในวันอาทิตย์ที่ 20 มีนาคม 2559 ซึ่งถือว่าเป็นประธานาธิบดีคนแรกในรอบ 90 ปี ที่ได้ไปเยือนคิวบา

Mr. James Williams ประธานหน่วยงาน Engage Cuba ที่สนับสนุนการค้าและการเดินทางสหรัฐฯ – คิวบา กล่าวว่า มาตรการใหม่ช่วยเร่งขบวนการต่างๆ ให้เร็วขึ้น ทั้งนี้ ก็ขึ้นอยู่กับสภาสหรัฐฯว่าจะถอนมาตรการคว่ำบาตร เพื่ออนุญาตการค้าและการท่องเที่ยวระหว่างสหรัฐฯ – คิวบาหรือไม่

ที่มา: สำนักข่าว Miami Herald

เรื่อง: *“U.S. continues to chip at embargo by easing Cuban travel and banking restrictions”*

7

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

โดย: Mimi Whitefield

จัดทำโดย: นายพีรภัทร ภัทรประสิทธิ์

วันที่ 17 มีนาคม 2559/ สคร. ไมอามี

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด