



# ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสหรัฐอเมริกา (Weekly News from USA)

12 - 18 พฤษภาคม 2559

## โอกาสตลาดสำหรับสินค้าเสื้อผ้าผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษ



“ยอดจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษระหว่างปี 2556 - 2559 ขยายตัวมากถึงร้อยละ 17 “

ปัจจุบันผู้บริโภคสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงที่มีขนาดรูปร่างใหญ่พิเศษ (Plus - Size) หรือผู้หญิงที่สวมใส่เสื้อผ้าตั้งแต่ขนาด 14 ขึ้นไปมักจะประสบปัญหาในการหาซื้อหาเสื้อผ้าแฟชั่นเนื่องจากผู้จำหน่ายสินค้าแฟชั่นปลีกส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญกับผู้บริโภคกลุ่มนี้ ซึ่งนับเป็นความเข้าใจที่ผิดอย่างมาก จากข้อมูลพบว่า ตลาดผู้บริโภคสินค้าเสื้อผ้าผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษในสหรัฐฯ มีมูลค่ากว่า 2 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ประมาณ 7.2 แสนล้านบาท) อีกทั้ง ยังมีโอกาสในการขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกมากในอนาคต

ข้อมูลรายงานการสำรวจยอดจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษในสหรัฐฯ ประจำปี (Annual U.S. Sales of Woman's Plus - Size Apparel) โดยบริษัท NPD Group ผู้สำรวจข้อมูลทางการตลาดในสหรัฐฯ พบว่า ยอดจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษในสหรัฐฯ หรือที่เรียกกัน

1

### Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

โดยทั่วไปว่า “Misses” ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 17 จากเดิมมูลค่าทั้งสิ้น 1.74 หมื่นล้านดอลลาร์ (ประมาณ 6.26 แสนล้านบาท) ในปี 2556 เป็นมูลค่า 2.04 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 7.34 แสนล้านบาท) ในปี 2559

Mr. Marshal Cohen นักวิเคราะห์บริษัท NPD Group กล่าวว่า ปริมาณความต้องการบริโภคสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษในสหรัฐฯ ที่เพิ่มขึ้นเป็นปัจจัยสำคัญกระตุ้นให้ยอดขายสินค้าดังกล่าวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ สถานะการจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษผ่านทางร้านค้าปลีกโดยทั่วไปยังคงค่อนข้างผันผวน เนื่องจากผู้จำหน่ายสินค้าแฟชั่นปลีกส่วนใหญ่มองไม่ได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้บริโภคอย่างจริงจังมีรายการสินค้าให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้เลือกซื้อไม่หลากหลาย นอกจากนี้ ผู้จำหน่ายสินค้าแฟชั่นหลายรายในตลาดยังเชื่อว่า การวางจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์แบรนด์ได้ซึ่งเป็นการเข้าใจที่คลาดเคลื่อน ดังนั้น จึงทำให้ผู้บริโภคหลายรายเปลี่ยนไปซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางจำหน่ายอื่นแทน

Mr. James Rhee ตำแหน่งประธานกรรมการบริหารสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษผ่านทางช่องทางออนไลน์แบรนด์ Ashley Stewart กล่าวว่า ปัจจุบันผู้บริโภคผู้หญิงที่มีรูปร่างขนาดใหญ่พิเศษเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านทางออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากมีรายการสินค้าให้เลือกหลากหลาย อีกทั้ง ยังมีปริมาณสินค้าให้เลือกค่อนข้างสม่ำเสมอ โดยปัจจัยดังกล่าวสนับสนุนให้ยอดขายสินค้าของบริษัทฯ ขยายตัวมากขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

ข้อมูลจาก Gwynnie Bee แปรนต์สินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษผ่านทางออนไลน์ รายงานว่า กลุ่มผู้บริโภคผู้หญิงที่มีรูปร่างขนาดใหญ่พิเศษในปัจจุบันมีความต้องการบริโภคสินค้าแฟชั่นที่มีการออกแบบและใช้สีสันทันสมัยเช่นเดียวกับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่น

Ms. Linda Heasley ประธานกรรมการบริหารแบรนด์ Lane Bryant สินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษกล่าวว่า บริษัทฯ เพิ่งเปิดตัวสายผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าออกกำลังกายสำหรับกลุ่มลูกค้าผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษเพื่อรองรับปริมาณความต้องการบริโภคที่ขยายตัวมากขึ้นในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามพบว่า ผู้จำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าออกกำลังกายรายใหญ่ในตลาด ได้แก่ Nike และ Under Armour ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับผู้บริโภคกลุ่มนี้มากนัก

ห้าง J.C. Penny ผู้จำหน่ายสินค้าปลีกรายใหญ่ได้ประกาศเดินหน้าทำตลาดสินค้าแฟชั่นเสื้อผ้าสำหรับผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษเมื่อเดือนเมษายนที่ผ่านมา โดยได้เปิดตัวสายผลิตภัณฑ์ใหม่ชื่อ “Boutique+” ร่วมกับ Ms. Ashley Nell Tipton นักออกแบบเสื้อผ้าชื่อดังเพื่อจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษ โดยเฉพาะ โดยช่วงแรกจะวางจำหน่ายสินค้าใน 500 สาขาทั่วสหรัฐฯ เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2559 เป็นต้นไป

2

#### Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

Ms. Siiri Dougherty ตัวแทนจาก J.C. Penny กล่าวว่า ปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษมีความมั่นใจและต้องการที่จะแต่งตัวตามแฟชั่นเหมือนผู้บริโภคกลุ่มอื่น โดยห้างฯ สามารถเพิ่มยอดขายสินค้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิงขนาดใหญ่พิเศษได้มากในช่วงการทดลองวางจำหน่ายสินค้าในตลาดก่อนหน้านี้

---

ที่มา: นิตยสาร Bloomberg

เรื่อง: “Retailers Ignore Most America’s Women”

โดย: Ms. Shelley Banjo และ Ms. Rani Mollar

จัดทำโดย: นายพงษ์ระพี ชื่อสัตย์บุญ

วันที่ 16 พฤษภาคม 2559 / สดต. ไมอามี

## ยอดจำหน่ายสินค้าปลีกสหรัฐฯ ปรับตัวเพิ่มขึ้นในเดือนพฤษภาคม 2559



หลังจากที่ผู้บริโภคชะลอการใช้จ่ายในไตรมาสที่ 1 ในไตรมาสที่ 2 ผู้บริโภคสหรัฐฯ เพิ่มกำลังในการซื้อรถยนต์ และสินค้าอื่นๆ ทำให้ยอดจำหน่ายสินค้าปลีกสหรัฐฯ ปรับตัวเพิ่มขึ้นสูงสุดในรอบปี

เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2559 ที่ผ่านมา กระทรวงพาณิชย์สหรัฐฯ รายงานว่า ยอดจำหน่ายสินค้าปลีกสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นในไตรมาสที่ 2 ห้างสรรพสินค้าสหรัฐฯ เช่น Macy's และ Nordstrom กล่าวว่า ได้ประสบปัญหา ยอดจำหน่ายชะลอตัวในช่วงไตรมาสที่ 1 ทำให้ต้องปรับลดยอดผลกำไรรายปีของห้างฯ

เมื่อเดือนเมษายน 2559 ยอดจำหน่ายสินค้าปลีกสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นสูงสุดตั้งแต่เดือนมีนาคม 2558 โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 หลังจากปรับตัวลดลงร้อยละ 0.3 ในเดือนมีนาคม 2559 ยอดค้าปลีกที่ไม่รวมยอดค้าปลีกรถยนต์ น้ำมัน วัสดุก่อสร้าง และร้านอาหาร เดือนเมษายน 2559 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.9 เทียบกับเดือนมีนาคม 2559 ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2

เมื่อเดือนมีนาคม 2559 ยอดค้าปลีกที่ไม่รวมยอดค้าปลีกรถยนต์ (core retail sales) มีความสอดคล้องกับการใช้จ่ายของผู้บริโภคของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1

นักเศรษฐศาสตร์ได้คาดการณ์ว่ายอดจำหน่ายสินค้าปลีกและยอดค้าปลีกที่ไม่รวมยอดค้าปลีกรถยนต์ของเดือนเมษายน 2559 จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.8 และร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

กระทรวงแรงงานสหรัฐฯ รายงาน ดัชนีราคาผู้ผลิต (producer price index) เดือนเมษายน 2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2 เทียบกับเดือนมีนาคม 2559 อยู่ที่ร้อยละ 0.1 ซึ่งในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมาดัชนีราคาผู้ผลิตคงที่อยู่ที่ร้อยละ 0.1

### Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

Mr. Anthony Karydakos หัวหน้านักเศรษฐศาสตร์ บริษัท Miller Tabak นครนิวยอร์ก กล่าวว่า ข้อมูลการเพิ่มขึ้นต่างๆ นี้ อาจจะทำให้ธนาคารกลางสหรัฐฯ ทำการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยในเดือนมิถุนายน 2559 นี้ อย่างไรก็ตามต้องรอดูอัตราการจ้างงานประกอบการพิจารณาด้วย

เมื่อต้นเดือนพฤษภาคม 2559 ที่ผ่านมา การใช้จ่ายของผู้บริโภคสหรัฐฯ ได้รับแรงกระตุ้นจากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคสหรัฐฯ การจ้างงาน อัตราค่าจ้างที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงอัตราเงินเฟ้ออยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้การใช้จ่ายของผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้นสูงสุดในรอบ 11 เดือน

ผลสำรวจของมหาวิทยาลัย Michigan รายงานว่า เดือนพฤษภาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.8 อยู่ที่ 95.8 และเป็นอัตราเพิ่มขึ้นสูงสุดตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2558 โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้นในทุกชนชั้น แต่กลุ่มที่เพิ่มมากที่สุดเป็นกลุ่มคนฐานะยากจนและกลุ่มคนอายุน้อย

เมื่อเดือนเมษายน 2559 ยอดค้าปลีกที่ไม่รวมยอดค้าปลีกรถยนต์ปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ธนาคารกลางเมือง Atlanta ปรับข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศไตรมาสที่ 4 เพิ่มขึ้นเป็น 2.8 และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งปีอยู่ที่ 2.2

ที่ผ่านมายอดจำหน่ายสินค้าปลีกสหรัฐฯ ชบเซา สืบเนื่องมาจากมีการจ้างงานจำนวนมาก แต่อัตราค่าจ้างคงที่ รวมถึงเงินออมที่ได้มาจากราคาน้ำมันที่ถูกในรอบหนึ่งปีครึ่งต้องหมดไปกับอัตราค่าเช่าและอัตราค่ารักษาพยาบาลที่เพิ่มสูงขึ้น

ห้าง Macy's กล่าวว่า ไตรมาสที่ 1 ยอดจำหน่ายลดลงร้อยละ 5.6 และคาดว่าในรอบปี ยอดจำหน่ายจะลดลงอยู่ที่ประมาณร้อยละ 3 – 4 ส่วนห้าง Nordstrom กล่าวว่า ไตรมาสที่ 1 ยอดจำหน่ายลดลงร้อยละ 1.7 ทำให้ห้างต้องปรับลดเงินปันผลจาก 3.10 – 3.35 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อหุ้น มาอยู่ที่ 2.50 – 2.70 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อหุ้น

กระทรวงพาณิชย์สหรัฐฯ รายงานว่า เดือนเมษายน 2559 ยอดจำหน่ายสินค้าปลีกสหรัฐฯ ปรับตัวเพิ่มขึ้นทุกอุตสาหกรรม ยกเว้นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอุปกรณ์ก่อสร้างและอุปกรณ์ทำสวน ยอดจำหน่ายรถยนต์เพิ่มขึ้นสูงสุดในรอบ 13 เดือน และยอดจำหน่ายของร้านจำหน่ายเสื้อผ้าเพิ่มขึ้นสูงสุดตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2558

ผู้จำหน่ายสินค้าปลีกออนไลน์ รายงานว่า ยอดจำหน่ายเดือนเมษายน 2559 เพิ่มขึ้นสูงสุดตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 ซึ่งผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ กีฬา งานอดิเรก อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า

นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มมากขึ้นด้วย แต่อย่างไรก็ตาม ร้านค้าจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและอุปกรณ์ทำสวน รายงานยอดจำหน่ายที่แย่ที่สุดตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2558

---

ที่มา: สำนักข่าว Reuters

เรื่อง: *“Strong U.S. retail sales, consumer sentiment data buoy economic outlook”*

โดย: Lucia Mutikani

จัดทำโดย: นายพีรภัทร ภัทรประสิทธิ์

วันที่ 17 พฤษภาคม 2559/ สคร. ไมอามี

#### Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด