



ฉบับที่ 172, 16-20 พฤษภาคม 2559
ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสคต. ณ นครนิวยอร์ก
(WEEKLY NEWS FROM NEW YORK)

1. ราคานำเข้าของสหรัฐฯ ปรับตัวเพิ่มขึ้น

กระทรวงแรงงานสหรัฐฯ เปิดเผยว่าราคาสินค้านำเข้าเพิ่มขึ้น 0.3% ในเดือนเมษายน 2016 เพิ่มขึ้นเป็นเดือนที่ 2 ติดต่อกัน สะท้อนถึงการปรับขึ้นของราคาน้ำมัน และเงินเหรียญสหรัฐที่อ่อนค่าลง

ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ราคาสินค้านำเข้าปรับลดลง 5.7% จากเงินเหรียญสหรัฐที่แข็งค่าขึ้นและราคาน้ำมันที่ตกต่ำลงในช่วงเดือนมิถุนายน 2014 ถึงธันวาคม 2015



ค่าเงินเหรียญสหรัฐอ่อนตัวลง 2.5% เมื่อเทียบกับค่าเงินของกลุ่มประเทศคู่ค้าหลักของสหรัฐฯ และราคาน้ำมันก็เริ่มปรับตัวขึ้นด้วยเช่นกัน

ราคานำเข้าปิโตรเลียมปรับตัวเพิ่มขึ้น 4.1% ในเดือนเมษายน หลังจากปรับตัวขึ้น 9.6% ในเดือนมีนาคมส่งผลให้ราคานำเข้ามีการปรับตัวเพิ่มขึ้น 0.1% ราคานำเข้าสินค้าอาหารเพิ่มขึ้น 1.3% นับเป็นการเพิ่มขึ้นมากที่สุดนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2014 และราคานำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น 0.4%



หัวข้อข่าว

- ราคานำเข้าของสหรัฐฯ ปรับตัวเพิ่มขึ้น
- ชาวอเมริกันจำนวนมากเชื่อว่าเศรษฐกิจกำลังแย่ลง
- เทรนด์ใหม่ของวัยรุ่นอเมริกัน

คอลัมน์

Eyes on America

By Kittinun S.

“สินค้าน่ารู้-สินค้าน่าห่วง”

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครนิวยอร์ก จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

นอกจากนี้ ราคาส่งออกก็ปรับตัวเพิ่มขึ้น 0.5%
หลังจากที่ปรับลดลงกว่า 5% ในปี 2015

Reuters

12 พฤษภาคม 2559

2. ชาวอเมริกันจำนวนมากเชื่อว่าเศรษฐกิจกำลังแย่งลง

ผู้บริโภคอเมริกันเป็นตัวแปรสำคัญที่หายไปจากการฟื้นฟูเศรษฐกิจสหรัฐฯ

การสำรวจความเห็นล่าสุดพบว่า ถึงแม้ว่า เศรษฐศาสตร์จาก Wall Street ที่เชื่อว่าเศรษฐกิจสหรัฐฯ กำลังเติบโตไปในทางที่ดี แต่ชาวอเมริกันส่วนมากก็ยังเชื่อว่าเศรษฐกิจกำลังชะลอตัวและจะแย่งลงอีก

U.S. Economic Confidence Index ของ Gallup ได้ทำการสำรวจมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อเศรษฐกิจพบว่า 59% ของผู้บริโภคเชื่อว่าเศรษฐกิจกำลังแย่งลง เทียบกับ 37% ที่เชื่อว่าเศรษฐกิจกำลังดีขึ้น

ทั้งนี้ Wall Street ก็เชื่อว่าผู้บริโภคจะเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

อย่างไรก็ตาม อาจต้องใช้ความอดทนสูงในการรอให้ผู้บริโภคเข้ามามีบทบาททางเศรษฐกิจมากขึ้น เนื่องจากมีหลายพื้นที่ในประเทศที่ยังไม่มีการพัฒนาเท่ากับพื้นที่อื่นๆ และความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ก็เป็นอีกหนึ่งความท้าทายทั้งในด้านเศรษฐกิจและการเมือง

นโยบายการหาเสียงของผู้สมัครชิงตำแหน่งประธานาธิบดีอย่าง Donald Trump และ Bernie Sander สะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกของชาวอเมริกันที่มีต่อความเหลื่อมล้ำทางสังคม นอกจากนี้ ดัชนี Money Anxiety Index ได้เปิดเผยว่า 66.1% ของชาวอเมริกันเชื่อว่าประเทศสหรัฐฯ กำลังเดินไปในเส้นทางที่ผิด

CNBC

14 พฤษภาคม 2559

3. เทรนด์ใหม่ของวัยรุ่นอเมริกัน

วัยรุ่นกลุ่ม Generation Z ในสหรัฐฯ กำลังเปลี่ยนแปลงรูปแบบของธุรกิจค้าปลีก เนื่องจากพวกเขาเลือกซื้อสินค้าและมีความเป็นตัวตนสูง

วัยรุ่นในปัจจุบันมีการเชื่อมต่อกับระบบ Social Media ทำให้พวกเขาสามารถรับข้อมูลใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา และวัยรุ่นกลุ่มดังกล่าวก็ไม่ติดแบรนด์เหมือนวัยรุ่นสมัยก่อน

การเปลี่ยนแปลงของกระแสนิยมของวัยรุ่นทำให้บริษัทค้าปลีกสหรัฐฯ อย่าง Aeropostale ต้องยื่นเรื่องล้มละลาย และทำให้บริษัท Macy's และ Nordstrom ต้องดิ้นรนเพื่อความอยู่รอดท่ามกลางยอดขายที่ตกต่ำลงอย่างต่อเนื่อง

Niel Saunder CEO ของบริษัท Conlumino ระบุว่าบริษัทค้าปลีกต้องการ 3 สิ่งเพื่อให้ตนสามารถแข่งขันต่อได้ ได้แก่

1. บริษัทต้องนำเสนอความแปลกใหม่ และต้องมีรูปแบบการขายใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยในปัจจุบันบริษัท Fast-Fashion อาทิ H&M, Forever21 และ Zara มีการวางจำหน่ายสินค้าแฟชั่นใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของวัยรุ่นที่ได้รับรู้ข่าวสารในวงการแฟชั่นอยู่ตลอดเวลา

2. วัยรุ่นใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมาก และแอปพลิเคชัน social media อาทิ Instagram ก็กำลังทำร้ายผู้ค้าปลีกแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ Ernest & Young พบว่าในปัจจุบันผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ยังมียอดการใช้จ่ายผ่านออนไลน์มากกว่าวัยรุ่น เนื่องจาก Generation Z ยังไม่มีบัตรเครดิตมากนัก แสดงถึงโอกาสในการเติบโตของตลาดออนไลน์ที่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับลูกค้ากลุ่มใหม่ที่กำลังเพิ่มขึ้นนี้

3. อย่างไรก็ตาม วัยรุ่นยังคงเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย ส่งผลให้พวกเขาไม่สามารถใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าแต่ละชิ้นได้ในราคาที่สูง

ทั้งนี้ บริษัทต้องใช้กลยุทธ์ในการผสมผสานทั้ง 3 สิ่งนี้ให้สอดคล้องกันเพื่อที่จะสามารถแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องได้

Business Insider

17 พฤษภาคม 2559



Eyes on America

By Thai Trade Center NY

“สินค้ารุ่ง สินค้าร่วง”

อาจฟังดูเป็นเรื่องตลก แต่ในโลกธุรกิจนั้น การเปิดตัวสินค้าแต่ละชนิดต้องใช้ข้อมูลและความพยายามเพื่อให้สินค้านั้นประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

ในสหรัฐฯ มีการเปิดตัวสินค้าใหม่อยู่ตลอดเวลา โดยมีทั้งสินค้าที่ได้รับการตอบรับที่ดีแต่ก็มีสินค้าอีกจำนวนมากที่ประสบความล้มเหลว ดังนั้นบริษัทจำนวนมากจึงต้องออกแบบสินค้าที่ตนคิดว่าตรงความต้องการของผู้บริโภคได้ และวันนี้เราจะมานำเสนอตัวอย่างสินค้าที่ประสบความสำเร็จกันนะครับ



1. Colgate Optic White: Colgate ผู้นำด้านสินค้าเพื่อสุขภาพในช่องปากของโลกได้เปิดตัวสินค้า Optic White ที่ใช้ส่วนผสมของสารขัดฟันแบบมีออปติคัล ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดีเยี่ยม เนื่องจากเป็นแบรนด์แรกที่มีการขาย “ความขาว”



2. Allegra Allergy: ยาแก้แพ้เป็นสินค้าสำคัญที่ชาวอเมริกันใช้อยู่เป็นประจำเนื่องจากประชากรจำนวนมากมีอาการแพ้บ่อย โดยเฉพาะในฤดูใบไม้ผลิที่มีเกสรดอกไม้ในอากาศมากเป็นพิเศษ โดย Allegra Allergy มีคุณสมบัติที่แตกต่างจากยาแก้แพ้แบบดั้งเดิมคือ ออกผลเร็วและไม่ทำให้มีอาการง่วงนอน จึงทำให้ผู้บริโภคนิยมแบรนด์นี้มากขึ้น



3. Milo's Kitchen Dog Treats: นับเป็นสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงแบรนด์แรกที่ออกแบบอาหารสัตว์เลี้ยงที่มีคุณภาพเท่ากับอาหารสำหรับมนุษย์ จึงทำให้เป็นที่นิยมของผู้รักสัตว์และเพื่อนสี่ขาของพวกเขาไปพร้อมๆ กัน

สัปดาห์หน้าเราจะมาเจาะประเด็นสินค้ารุ่ง-สินค้าน่าจับตามองกันต่อนะครับ

Kittinun S.

