

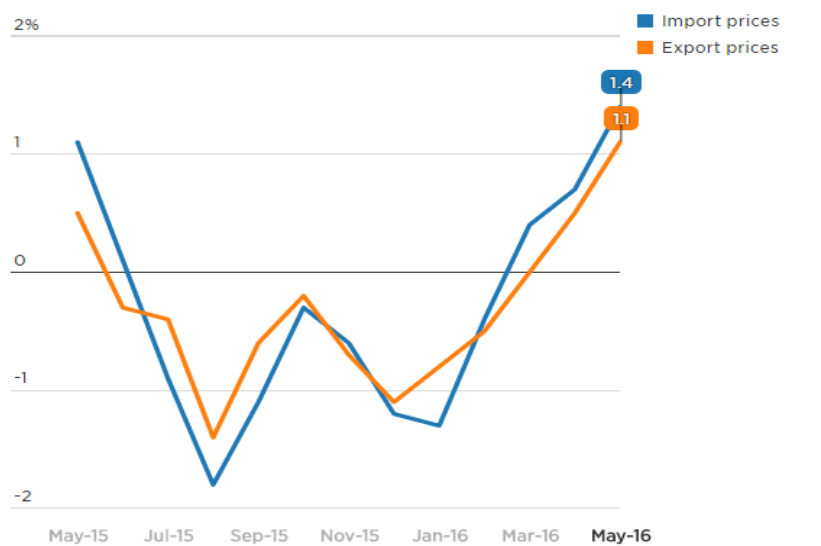


ฉบับที่ 176, 13-17 มิถุนายน 2559
 ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสคต. ณ นครนิวยอร์ก
 (WEEKLY NEWS FROM NEW YORK)

1. ราคานำเข้าของสหรัฐฯ ปรับเพิ่มขึ้นมากที่สุดในรอบ 4 ปี

U.S. Labor Department เปิดเผยว่าในเดือนพฤษภาคม 2016 ราคานำเข้าของสหรัฐฯ ปรับตัวเพิ่มขึ้น 1.4% นับเป็นอัตราที่สูงที่สุดในรอบ 4 ปี และสูงกว่าการคาดการณ์ของนักเศรษฐศาสตร์ ซึ่งสะท้อนถึงราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ราคาน้ำมันนำเข้าเพิ่มขึ้น 16.2% ในเดือนพฤษภาคมหลังจากเพิ่มขึ้น 9.4% ในเดือนเมษายน นับเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นที่สูงที่สุด

U.S. Import and Export Prices



ภาพแสดงอัตราการขยายตัวของราคานำเข้าและราคาส่งออก



หัวข้อข่าว

- ราคานำเข้าของสหรัฐฯ ปรับเพิ่มขึ้นมากที่สุดในรอบ 4 ปี
- ค่าปลีกสหรัฐฯ ในเดือนพฤษภาคมยังคงเดินหน้า
- ธุรกิจขนาดเล็กของสหรัฐฯ มีความมั่นใจมากขึ้นท่ามกลางความกังวลด้านยอดขาย

คอลัมน์

Eyes on America

By Aun.

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครนิวยอร์ก จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

หากไม่รวมการนำเข้าน้ำมันราคานำเข้ารวมจะเพิ่มขึ้นเพียง 0.3% ในเดือนพฤษภาคมและ 0.1% ในเดือนเมษายนซึ่งยังนับว่าสูงที่สุดตั้งแต่เดือนมีนาคม 2014

นอกจากนี้ราคาสินค้าประเภทอุตสาหกรรมรถยนต์ สินค้าโภคภัณฑ์ อาหาร และเครื่องดื่มที่สูงขึ้นก็เป็นปัจจัยหนุนที่ทำให้ราคานำเข้าเพิ่มขึ้นเช่นกัน

Labor Department ยังเปิดเผยเพิ่มเติมว่าราคาส่งออกก็ปรับเพิ่มขึ้นสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ โดยเพิ่มขึ้น 1.1% ในเดือนพฤษภาคมเทียบกับ 0.5% ในเดือนเมษายน

ถึงแม้ว่าจะมีอัตราการเพิ่มที่สูงแต่ระดับราคานำเข้าของเดือนพฤษภาคมก็ยังต่ำกว่าเดือนเดียวกันของปีก่อน 5% และราคาส่งออกก็ลดลงจากปีก่อน 4.5%

NASDAQ
14 มิถุนายน 2559

2. ค่าปลีกสหรัฐฯ ในเดือนพฤษภาคมยังคงเดินหน้า

แม้ว่าอัตราการเติบโตของยอดค้าปลีกในเดือนพฤษภาคมจะไม่สูงเท่าเดือนเมษายน แต่ก็ยังเป็นการเติบโตที่แข็งแกร่ง แสดงให้เห็นถึงการใช้จ่ายอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในไตรมาสปัจจุบัน

ยอดค้าปลีกสหรัฐฯเพิ่มขึ้น 0.5% เป็นผลจากราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้น โดยหากไม่นับรวมยอดค้าปลีกน้ำมันจะเพิ่มขึ้น 0.3%

หลักจากการจับจ่ายใช้สอยอย่างระมัดระวังในไตรมาสแรก ผู้บริโภคอเมริกันก็เริ่มใช้จ่ายมากขึ้นในเดือนเมษายน โดยมีการเติบโตของยอดค้าปลีก 1.3% สูงสุดในรอบ 13 เดือน คาดว่าเป็นเพราะตลาดงานที่แข็งแกร่ง กำลัง ภาระหนี้สินที่ลดลง และราคาบ้านที่สูงขึ้นกำลังส่งผลให้ภาคครัวเรือนมีความมั่นใจในการใช้จ่ายมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การจ้างงานที่เพิ่มขึ้นเพียง 38,000 ตำแหน่งในเดือนพฤษภาคมทำให้นักเศรษฐศาสตร์

คาดการณ์ว่าอาจทำให้การใช้จ่ายของผู้บริโภคจะชะลอตัวลง

ทั้งนี้ ในเดือนพฤษภาคมยอดขายน้ำมันปรับตัวเพิ่มขึ้น 2.1% ท่ามกลางราคาน้ำมันที่กำลังเพิ่มขึ้นและยอดขายรถยนต์ก็เพิ่มขึ้น 0.5% อีกด้วย

ยอดค้าปลีกคิดเป็นสัดส่วนใหญ่ของยอดการบริโภคของชาวอเมริกันซึ่งคิดเป็น 70% ของเศรษฐกิจสหรัฐฯ ส่งผลให้ยอดค้าปลีกเป็นอีกหนึ่งปัจจัยหลักที่ Federal Reserve จะใช้ประกอบการพิจารณาในการตัดสินใจปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ย

USA Today
14 มิถุนายน 2559

3. ธุรกิจขนาดเล็กของสหรัฐฯ มีความมั่นใจมากขึ้นท่ามกลางความกังวลด้านยอดขาย

ในเดือนพฤษภาคมธุรกิจขนาดเล็กในสหรัฐฯ มีความมั่นใจเพิ่มขึ้นท่ามกลางยอดขายที่ชะลอตัวที่กำลังส่งผลให้มีการลงทุนด้านการสั่งซื้อสินค้าลดลง

The National Federation of Independent Business (NFIB) เปิดเผยว่าดัชนีความเชื่อมั่นของธุรกิจขนาดเล็ก (small business optimism index) ปรับตัวสูงขึ้น 0.2 จุดอยู่ที่ 93.8 จุด ในเดือนพฤษภาคม

การลงทุนด้านอุปกรณ์และเครื่องจักรกล และการลงทุนด้านสินค้าที่ชะลอตัวลงกำลังส่งผลกระทบต่อการเติบโตของเศรษฐกิจ นอกจากนี้ผู้ประกอบการจำนวนมากเปิดเผยว่าอัตราการเติบโตของยอดขายลดลง 2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน

58% ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กรายงานว่าพวกเขาลงทุนด้าน capital investment น้อยลง 2% จากเดือนเมษายนและคาดว่าจะลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วง 3-6 เดือนข้างหน้า

นอกจากนี้ ธุรกิจขนาดเล็กยังประสบปัญหาด้านการหาแรงงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสม โดย 56% ของผู้ประกอบการเปิดเผยว่าพวกเขาได้ทำการจ้างหรือ



พยายามจ้างแรงงานและ 48% รายงานว่าไม่สามารถหา
แรงงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งที่ต้องการได้ ซึ่ง
แสดงให้เห็นถึงตลาดแรงงานที่มีการจ้างงานมากขึ้น

CNBC

14 มิถุนายน 2559



Eyes on America

By Thai Trade Center NY

“Free Shipping, Free Return”

สวัสดีอีกครั้งกับคอลัมน์เปิดโลกกับผม Kittinun S. ครั้น ใน
สัปดาห์นี้ผมจะนำเสนอกลยุทธ์ด้านธุรกิจที่มีส่วนสำคัญกับธุรกิจค้าปลีก
ออนไลน์ โดยผู้บริโภคนบางคน (รวมถึงผมด้วย) ให้ความสำคัญกับการ
รูปแบบธุรกิจดังกล่าวมากเวลาตัดสินใจซื้อสินค้าหลายๆ ชนิด



ในปัจจุบัน ธุรกิจออนไลน์มีการแข่งขันที่ดุเดือดและเข็ด
เฉือนกันมากและแต่ละบริษัทก็มีบริการและโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อดึงดูด
ผู้บริโภค ซึ่ง Amazon ที่ครองตำแหน่งราชาแห่ง ecommerce ได้ก็
เพราะส่วนหนึ่งมาจากการบริการและโปรโมชั่นที่ครบวงจร โดย
Amazon มีการบริการหลักคือ Free Shipping และ Free Return
หรือส่งสินค้าและคืนสินค้าแบบไม่มีค่าใช้จ่าย ทำให้เป็นที่นิยมของ
ลูกค้าจำนวนมาก โดยบริการดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งในสิทธิพิเศษของ
สมาชิก Amazon Prime ที่ผู้ใช้จะต้องเสียค่าสมาชิกรายปี

ท่ามกลางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากคู่แข่งอย่าง Jet, eBay
และ Walmart ที่กำลังพยายามเข้ามาแย่งส่วนแบ่งการตลาดออนไลน์
ทำให้ Amazon ต้องจับมือกับบริษัท Logistic ในพื้นที่ต่างๆ เพื่อออก
บริการ 1 day Free Shipping หรือการส่งสินค้าแบบไม่มีค่าใช้จ่าย
ภายใน 1 วัน



นอกจากนี้ ยังมีบริการสุดล้ำแบบ Amazon's Prime Now
ซึ่งเป็นบริการส่งสินค้าที่ถูกคัดสรรให้แก่ลูกค้าในเมืองใหญ่ เช่น
นิวยอร์ก หรือบอสตัน ภายในเวลา 1 ชั่วโมง โดยมีค่าบริการส่งเพียง 8
เหรียญสหรัฐต่อการสั่ง 1 ครั้ง และส่งสินค้าภายใน 3-4 ชั่วโมงแบบไม่
มีค่าใช้จ่าย ซึ่งนับว่าได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคที่ต้องการความ
สะดวกหรือเป็นผู้ที่ขี้ลืมมาก (เช่นตัวผมเอง)



การให้บริการด้านการจัดส่งสินค้าที่สะดวกรวดเร็วและ
เชื่อถือได้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ Amazon ก้าวขึ้นเป็นผู้นำตลาด
ออนไลน์ อย่างไรก็ตาม ร้านค้าออนไลน์อื่นๆ ก็ต่างกำลังพัฒนา
โปรโมชั่นและรูปแบบการส่งสินค้าของตนเอง เช่นการส่งสินค้าในช่วง
สุดสัปดาห์การส่งสินค้าแบบถึงมือผู้รับโดยตรง หรือการส่งสินค้าฟรี
หากสั่งสินค้าจำนวนมาก

จะเห็นได้ว่าการให้บริการเสริมแก่ลูกค้ามีความสำคัญมาก
เพราะนอกจากจะทำให้ได้รับเสียงสะท้อนที่ดีจากผู้บริโภคแล้วยัง
สามารถพัฒนาต่อยอดการบริการดังกล่าวไปในด้านอื่นๆ เพื่อเพิ่มช่อง
ทางการจัดจำหน่ายสินค้าใหม่ๆ ให้แก่ผู้บริโภคได้อีกด้วย

Aun.

