

คำสั่งซื้อจากต่างประเทศของไต้หวันเพิ่ม 2 เดือนติดด้วยอานิสงค์จาก iPhone 7

เมื่อช่วงกลางสัปดาห์ที่ผ่านมา กระทรวงเศรษฐกิจไต้หวัน (MOEA) ได้ประกาศตัวเลขมูลค่าคำสั่งซื้อจากต่างประเทศประจำเดือนกันยายน 2016 ซึ่งเป็นตัวเลขที่เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 3.9 ถือเป็น การเพิ่มขึ้นเป็นเดือนที่ 2 ติดต่อกันเป็นครั้งแรกของปีนี้ ด้วยอานิสงค์จากความต้องการซื้อ iPhone 7 และสมาร์ทโฟนในตลาดโลก ทำให้มูลค่าคำสั่งซื้อจากต่างประเทศในส่วนของสินค้า ICT และอิเล็กทรอนิกส์ สามารถทำสถิติสูงที่สุดเท่าที่เคยมีมาอีกครั้ง

สำหรับมูลค่าคำสั่งซื้อจากต่างประเทศของไต้หวันในเดือนกันยายนที่ผ่านมา คิดเป็นมูลค่ารวมประมาณ 42,960 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้มูลค่าคำสั่งซื้อจากต่างประเทศในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปีนี้มีมูลค่ารวม 115,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 2.9 โดยในส่วนของมูลค่ารวมในช่วง 3 ไตรมาสแรก คิดเป็นมูลค่ารวม 317,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงจากช่วงเดียวกันของปี 2015 ร้อยละ 3.9 ซึ่งนางหลินลี่เจิน ผู้อำนวยการสำนักสถิติของ MOEA เชื่อว่า ตัวเลขในไตรมาสที่ 4 น่าจะยังคงเป็นตัวเลขที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น หากแต่ด้วยความที่ในช่วงครึ่งปีแรก ไต้หวันประสบปัญหาคำสั่งซื้อจากต่างประเทศลดลงมากเกินไป ทำให้ตัวเลขเฉลี่ยตลอดทั้งปีน่าจะยังเป็นตัวเลขติดลบ

โดยในส่วนของสินค้าด้านโทรคมนาคมแล้ว ในระยะใกล้จะมีข่าวใหญ่ 2 ประการที่จะส่งผลกระทบต่อไม่น้อย ประการแรกคือการหยุดการผลิตสมาร์ทโฟนรุ่น Note 7 ของ Samsung ประการที่สองคือสมาร์ทโฟน Pixel ของ Google จะมีเครือ HTC ของไต้หวันเป็นผู้ผลิต ส่วนที่ว่าส่งผลกระทบต่อ การส่งออกของไต้หวันอย่างไรนั้น นางหลินได้ชี้ว่า ในส่วนของการหยุดการผลิต Note 7 ของ Samsung คงจะไม่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกของไต้หวันมากนัก เพราะที่ผ่านมา Samsung ก็สั่งซื้อเพียงเฉพาะชุดระบายความร้อน ส่วนกรณีของ Google กับ HTC ก็ยังเร็วเกินกว่าที่จะมีอะไรชัดเจน คงต้องรอดูอีกสักกระยะ

แหล่งข่าว: United Daily (October 21, 2016)

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของสกต.

ความคึกคักของตลาดสินค้า ICT โลก ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่จะช่วงให้มองภาวะแนวโน้มเศรษฐกิจของโลกได้ ดังนั้นการที่เศรษฐกิจไต้หวันมีแนวโน้มดีขึ้นอันเนื่องมาจากการส่งออกสินค้า ICT ได้เพิ่มมากขึ้น ก็เหมือนกับเป็นสัญญาณที่บ่งเป็นนัยว่า หากไม่มีปัจจัยลบอื่นใดมากระทบอีก ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกน่าจะค่อยๆลดลงในอนาคตอันใกล้ ผู้ส่งออกไทยจึงควรเริ่มวางแผน/ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมแต่เนิ่นๆ

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

กรมการค้าต่างประเทศได้หวั่นนำ 50 แบรินต์ได้หวั่นบุกอาเซียน

ในช่วงก่อนหน้านี้ กรมการค้าต่างประเทศของไต้หวัน (BOFT) ได้มอบหมายให้ Commercial Development Research Institute (CDRI) วางแผนการตลาดสำหรับดำเนินโครงการ Wow! Taiwan Selects ซึ่งเป็นโครงการที่จะช่วยแบรินต์ไต้หวัน 50 แบรินต์ในการทำตลาดใน 7 ช่องทางการค้าใหญ่ของเหล่าประเทศในเขตอาเซียน คาดว่าจะสามารถสร้างโอกาสทางการค้าได้ไม่น้อยกว่า 100 ล้านเหรียญไต้หวัน

โดย BOFT ชี้ว่า ในขั้นนี้โครงการ Wow! Taiwan Selects จะเน้นการทำตลาดในกลุ่มผู้บริโภควัยหนุ่มสาวของประเทศฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศเป้าหมายตามนโยบายมุ่งได้ โดยคัดเลือกสินค้า 125 รายการจากธุรกิจที่มีศักยภาพมากกว่า 10 ประเภทมาทำการผลักดัน และใช้การออกแบบที่ดึงดูดมาผสมผสานกับการทำตลาดแบบให้ผู้บริโภคได้สัมผัส/ทดลอง ทำให้ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเข้าสู่ช่องทางการตลาดใหญ่ 7 ช่องทางในตลาดเหล่านี้ได้สำเร็จ ซึ่ง BOFT ได้ชี้แจงเพิ่มเติมว่า โครงการนี้ไม่เหมือนกับการไปร่วมจัดแสดงในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การจัดกิจกรรมในทั้ง 3 ประเทศ ก็มีการดำเนินงานที่แตกต่างกันออกไป โดยคัดเลือกตามวัฒนธรรมและไลฟ์สไตล์ของผู้คนในแต่ละประเทศ ก่อนจะคัดเลือกสินค้าที่เหมาะสม เช่น ที่ฟิลิปปินส์จะเน้นสินค้าเครื่องสำอางและการทำของหวานแบบ DIY เพื่อตอบสนองความรักสวยรักงามและความชอบชิมอาหารอร่อยๆ โดยที่อินโดนีเซียจะมีการจัดแฟชั่นโชว์โดยเน้นสินค้าเครื่องแต่งกายและเครื่องสำอาง ในขณะที่ตลาดเวียดนามจะใช้ Pop Culture ที่เน้นไลฟ์สไตล์ของคนเมืองยุคใหม่อันทันสมัย เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมแบบ Taiwan Pop ให้กับผู้บริโภคในเวียดนาม

สำหรับกลุ่มสินค้าที่เข้าร่วมโครงการก็มีทั้งเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว สินค้าไปโอเทค อาหารและเครื่องดื่ม เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ส่องสว่าง รวมไปถึงจนถึงเครื่องกีฬาและอุปกรณ์ และผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการต่างก็ผ่านการคัดเลือกแล้วว่ามีศักยภาพเพียงพอในการทำตลาดต่างประเทศได้ โดย BOFT ได้เปิดเผยเพิ่มเติมว่า ในจำนวนนี้มีบริษัทเครื่องสำอางของไต้หวันรายหนึ่งสามารถประสบความสำเร็จในการนำสินค้าเข้าวางจำหน่ายในร้าน Watson's ของฟิลิปปินส์ที่มีสาขาทั่วประเทศกว่า 400 แห่งแล้วด้วย

แหล่งข่าว: United Daily (October 21, 2016)

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของสภค.

การที่ได้หัวหน้ารูกหนักในการทำตลาดอาเซียน ถือเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสนใจ เพราะหากเป็นสินค้าที่ใกล้เคียงกันก็จะถือเป็นคู่แข่งโดยตรง ผู้ประกอบการไทยจึงไม่ควรละเลยที่จะให้ความสำคัญกับการทำตลาดให้สินค้าของตัวเองมากขึ้น แต่ทั้งนี้ผู้ประกอบการไทยก็สามารถอาศัยความคุ้นเคยในตลาด มาสร้างความร่วมมือกับได้หัวในสินค้าที่เป็นส่วนเสริม เพื่อทำตลาดร่วมกันในระยะยาวได้เช่นเดียวกัน