



# ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสหรัฐอเมริกา

## (Weekly News from USA)

วันที่ 26 เมษายน 2560

### แนวโน้มร้านค้าปลีกปิดตัวมากขึ้นในสหรัฐฯ



“ร้านจำหน่ายเสื้อผ้า rue 21 ประกาศแผนปิดร้านค้าปลีกในเครือทั้งสิ้น 400 แห่งทั่วประเทศ ในปี 2560”

**เนื้อหาสาระข่าว:** กลุ่มธุรกิจค้าปลีกสหรัฐฯ มีแผนปิดกิจการร้านค้าเพิ่มขึ้นในปีนี้ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นเพราะมีปริมาณร้านค้ามากเกินไปจนเกิดความจำเป็น อีกทั้งผู้บริโภคชาวอเมริกันยังหันไปนิยมเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นในปัจจุบัน

โดยล่าสุดเมื่อสัปดาห์ที่ผ่านมา บริษัท Bebe Stores Inc. ผู้จำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับผู้หญิงชื่อดังประกาศแผนปิดกิจการร้านค้าปลีกที่เหลืออยู่ในสหรัฐฯ ทั้งหมด 170 สาขาเพื่อที่จะมุ่งจำหน่ายสินค้าผ่านทางออนไลน์เพียงช่องทางเดียว นอกจากนี้ บริษัท Rue21 Inc. ผู้จำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับวัยรุ่นก็ได้ประกาศแผนปิดกิจการร้านจำหน่ายปลีกทั้งสิ้น 400 สาขาจากที่มีอยู่ทั้งหมด 1,100 สาขาทั่วประเทศ เช่นเดียวกัน

1

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

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



[www.facebook.com/thaitrademiami/](http://www.facebook.com/thaitrademiami/)



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

Mr. Mark Cohen ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยการค้าปลีกแห่งคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย ซึ่งเคยดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารห้างค้าปลีกรายใหญ่หลายแห่ง เช่น บริษัท Sear Canada Inc. กล่าวว่า ปัจจุบันยังไม่มีปัจจัยใด ๆ แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มธุรกิจค้าปลีกในสหรัฐฯ จะปรับตัวดีขึ้นในอนาคตอันใกล้

ข้อมูลสถิติบริษัท Credit Suisse พบว่า นับตั้งแต่ต้นปีจนถึงวันที่ 6 เมษายนที่ผ่านมา มีห้างค้าปลีกในสหรัฐฯ ปิดตัวลงทั้งสิ้น 2,880 ร้าน โดยส่วนมากเป็นห้างจำหน่ายสินค้าปลีกเครือข่ายรายใหญ่ เช่น บริษัท Payless ShoeSource Inc. (สินค้ารองเท้า) และบริษัท RadioShack Corp. (ผู้จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า) เป็นต้น ซึ่งสูงเป็นสองเท่าเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม คาดว่า ปีนี้จะมีร้านค้าปลีกในสหรัฐฯ ปิดตัวลงสูงถึง 8,600 ร้าน ซึ่งจะมีจำนวนร้านค้าปลีกที่ปิดตัวลงที่สูงที่สุดนับตั้งแต่ช่วงวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2551 อีกด้วย

ซึ่งปีนี้มีผู้ค้าปลีกอย่างน้อย 10 รายยื่นขอพิทักษ์ทรัพย์เพื่อฟื้นฟูกิจการ (Bankruptcy Protection) แล้ว เช่น บริษัท Limited Stores Co. (สินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย) บริษัท Hhgregg Inc. (สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า) และ บริษัท Gander Mountain Co. (สินค้าอุปกรณ์กีฬา) เป็นต้น โดยเมื่อปีที่ผ่านมา มีผู้ค้าปลีกทั้งสิ้น 9 รายในสหรัฐฯ ยื่นขอล้มละลาย ซึ่งคิดรวมเป็นมูลค่าทั้งสิ้นกว่า 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ประมาณ 1,850 ล้านบาท)

สาเหตุสำคัญของแนวโน้มการปิดตัวร้านค้าปลีกดังกล่าวต้องเกิดขึ้นเมื่อกว่า 30 ปีที่แล้ว ซึ่งเป็นยุครุ่งเรืองทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ผู้บริโภคชาวอเมริกันนิยมใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอย่างสุรุ่ยสุร่ายทำให้ผู้ค้าปลีกหลายรายเร่งที่จะเปิดร้านค้าปลีกเพื่อรองรับกระแสความบริโภคนิยมดังกล่าวจนทำให้มีร้านค้าปลีกในระบบเศรษฐกิจมากเกินความจำเป็นจนกลายเป็นภาวะฟองสบู่

Mr. Richard Hayne ประธานกรรมการบริหาร บริษัท Urban Outfitters Inc. (สินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย) กล่าวว่า ผู้ค้าปลีกต่างแข่งขันกันที่จะเปิดร้านใหม่ทำให้เกิดภาวะฟองสบู่ในกลุ่มธุรกิจคล้ายคลึงกับภาวะฟองสบู่ในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ที่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจสหรัฐฯ ก่อนหน้านี้

Mr. Manny Chirico ประธานกรรมการบริหาร บริษัท PVH Inc. ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของแบรนด์เสื้อผ้าชื่อดัง เช่น Calvin Klein และ Tommy Hilfiger กล่าวว่า จำนวนร้านค้าปลีกที่เพิ่มมากขึ้นประกอบกับการหลั่งไหลเข้ามาของกลุ่มธุรกิจแฟชั่นรวดเร็ว (Fast-Fashion) และร้านค้าปลีกลดราคาในตลาดทำให้การแข่งขันในตลาดสูงชันจนธุรกิจแทบจะไม่สามารถปรับขึ้นราคาสินค้าได้

ในขณะที่กลุ่มผู้ค้าปลีกเร่งขยายจำนวนสาขาเพิ่มขึ้นอยู่นั้น อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกมากขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเนื่องจากการจำหน่ายสินค้า

2

## Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



[www.facebook.com/thaitrademiami/](http://www.facebook.com/thaitrademiami/)



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

ผ่านทางออนไลน์มีจุดเด่นด้านราคาสินค้าที่ถูกกว่าซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการบริโภคสินค้าราคาถูกลง

ข้อมูลสำรวจตลาดบริษัท eMarketer พบว่า แม้ว่าผู้บริโภคสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายส่วนใหญ่จะนิยมทดลองสวมเสื้อผ้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ แต่คาดว่าสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับจะครอบครองตลาดการค้าออนไลน์และมียอดขายสูงสุดแซงหน้ากลุ่มสินค้าอื่น ๆ เนื่องจากผู้บริโภคเห็นว่าการเลือกซื้อสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายผ่านช่องทางออนไลน์ทำได้ค่อนข้างสะดวกทุกที่ทุกเวลา อีกทั้ง ผู้จำหน่ายสินค้าบางรายยังเสนอบริการส่งฟรีและรับประกันสินค้าอีกด้วย

ทั้งนี้ การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ส่งผลกระทบต่อผู้ค้าปลีกทำให้มีต้นทุนการจำหน่ายสูงขึ้นเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้า การดูแลลูกค้า และระบบเทคโนโลยีมีราคาค่อนข้างสูง ข้อมูลจาก บริษัท AlixPartners LP ที่ปรึกษาทางธุรกิจรายงานว่า สัดส่วนกำไรจากการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ลดลงจากร้อยละ 10.5 ในปี 2555 เป็นร้อยละ 9 ในปี 2560 ในทางกลับกันพบว่ายอดขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10.5 ในปี 2555 เป็นร้อยละ 15.5 ในปี 2560

Mr. Joel Bines หัวหน้าและผู้บริหารบริษัท AlixPartners LP กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ง่ายขึ้น และเป็นเครื่องมือสำคัญช่วยให้ผู้บริโภคมีอำนาจต่อรองราคาสินค้ากับผู้ค้าปลีกมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมค้าปลีกครั้งนี้ไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงครั้งแรกที่เคยเกิดขึ้นในสหรัฐฯ โดยก่อนหน้านี้กลุ่มผู้ค้าปลีกเครือข่ายรายใหญ่ ได้แก่ บริษัท Wal-Mart Stores Inc. บริษัท Target Corp. บริษัท Kmart บริษัท Barnes & Noble Inc. และ บริษัท Toy “R” Us Inc. ก็เคยเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำธุรกิจค้าปลีกในตลาดสหรัฐฯ และทำลายผู้ค้าปลีกรายย่อยในตลาดจนหมดสิ้นมาแล้ว

ทั้งนี้ จำนวนผู้บริโภคชาวอเมริกันเดินทางสรรพสินค้าในปัจจุบันยังลดลงมาอย่างเห็นได้ชัดเนื่องจากผู้บริโภครุ่นใหม่มีทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปและคิดว่าการเดินทางสรรพสินค้าไม่ใช่เรื่องบันเทิงอีกต่อไป

อย่างไรก็ตาม Mr. Bines กล่าวว่าแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงของตลาดค้าปลีกในสหรัฐฯ ยังจะไม่ส่งผลกระทบต่อตลาดค้าปลีกในสหรัฐฯ เนื่องจากชาวอเมริกันบางกลุ่มยังคงต้องการที่จะซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกอยู่บ้าง

### Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



อีกทั้งยังพบว่า กลุ่มธุรกิจค้าปลีกสินค้าลดราคา (Off-Price Retailer) เช่น บริษัท TJX Cos. ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของห้างจำหน่ายสินค้าลดราคา ได้แก่ Marshalls, T.J. Maxx และ HomeGoods กลับมีแนวโน้มเติบโตสวนทางตลาดอีกด้วย

ทั้งนี้ เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจผู้ค้าปลีกเครือข่ายรายใหญ่หลายรายในตลาดต่างต้องพิจารณาปรับกลยุทธ์ทางการตลาด โดยห้างจำหน่ายปลีกยักษ์ใหญ่ในตลาดสหรัฐฯ อย่าง Wal-Mart ประกาศอย่างชัดเจนที่จะแข่งขันในตลาดการค้าออนไลน์กับ Amazon.com ผู้จำหน่ายปลีกออนไลน์รายใหญ่ซึ่งเป็นผู้นำตลาดอยู่ในขณะนี้ โดยบริษัท Wal-Mart ได้เข้าซื้อกิจการค้าปลีกออนไลน์รายย่อยหลายรายในตลาด เช่น Jet.com และ ModCloth.com เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดการค้าออนไลน์ นอกจากนี้ บริษัท PetSmart Inc. ผู้จำหน่ายสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงก็ได้ประกาศซื้อกิจการ Chewy.com ซึ่งเป็นคู่แข่งในตลาดออนไลน์เช่นเดียวกัน

Mr. Jerry Storch กรรมการบริหาร บริษัท Hudson's Bay Co. บริษัทแม่ของห้าง Saks Fifth Avenue และ ห้าง Lord & Taylor คาดว่าสถานการณ์ตลาดค้าปลีกของสหรัฐฯ คงไม่มีทางกลับไปเป็นเหมือนเมื่อก่อนแล้วและได้เตรียมพร้อมปรับตัวรับมือแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตด้วยแล้วเช่นกัน

#### บทวิเคราะห์:

จากปัจจัยด้านลักษณะการใช้ชีวิตในปัจจุบันของชาวอเมริกันที่ค่อนข้างเร่งรีบทำให้ผู้บริโภคชาวอเมริกันมักจะเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นเนื่องจากเป็นช่องทางที่ค่อนข้างง่าย สะดวก และรวดเร็ว อีกทั้งยังทำได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งทำให้สหรัฐฯ ถือได้ว่าเป็นตลาดการค้าออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดของโลก จากการสำรวจของกระทรวงพาณิชย์สหรัฐฯ (The U.S. Commerce Department) ล่าสุดพบว่ามูลค่าตลาดการค้าปลีกผ่านช่องทางออนไลน์ในสหรัฐฯ มีขนาดทั้งสิ้นกว่า 4 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ประมาณ 14.8 ล้านล้านบาท) ในปี 2559 ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 15.5 จากปีที่ผ่านมาซึ่งถือว่าเป็นการขยายตัวสูงที่สุดในรอบ 3 ปี อีกทั้งยังพบว่ามูลค่าจำหน่ายสินค้าปลีกผ่านช่องทางออนไลน์ยังมีสัดส่วนในตลาดค้าปลีกในสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 7.9 ในปี 2556 เป็นร้อยละ 11.7 ในปี 2559 อีกด้วย

กลุ่มสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับมีสัดส่วนในตลาดสินค้าออนไลน์สูงที่สุดเป็นมูลค่ากว่า 9 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ประมาณ 3.3 ล้านล้านบาท) ในปี 2559 โดยกลุ่มผู้บริโภคสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สำคัญในตลาดสหรัฐฯ คือกลุ่มประชากร Millennials ซึ่งมีจำนวนประชากรสูงที่สุดในปัจจุบันประมาณ 80 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 25 ของประชากรทั้งหมด โดยประชากรกลุ่มดังกล่าวมีอำนาจในการใช้จ่ายเงินมากขึ้น อีกทั้ง ยังมีพฤติกรรมการบริโภคที่มักจะเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นและเครื่องแต่งกายที่

4

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

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



[www.facebook.com/thaitrademiami/](http://www.facebook.com/thaitrademiami/)



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

มีราคาไม่แพงมากนักและมักจะเปลี่ยนบ่อยครั้งทำให้สินค้ากลุ่มแบรนด์แฟชั่นรวดเร็ว (Fast Fashion) เช่น H&M, Zara, Uniqlo, Topshop และ Zara เป็นต้น ได้รับความนิยมและมีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นในช่วงระยะ 10 ปีที่ผ่านมาในตลาดสหรัฐฯ

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าแฟชั่นและเครื่องแต่งกายเฉลี่ยเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 900 ดอลลาร์สหรัฐฯ (ประมาณ 3.3 หมื่นบาท) ต่อปี ซึ่งสูงกว่ากลุ่มผู้บริโภค Baby Boomer ซึ่งมีขนาดประชากรมากเป็นอันดับสองในสหรัฐฯ ถึงร้อยละ 65 อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านราคาสินค้าเป็นปัจจัยที่ค่อนข้างสำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นและเครื่องประดับในตลาดสหรัฐฯ เนื่องจากผู้บริโภคเน้นบริโภคสินค้าราคาไม่แพงทำให้ผู้ผลิตไทยเสียเปรียบผู้ส่งออกหลักที่ครองตลาดสหรัฐฯ ในปัจจุบัน ได้แก่ จีน เวียดนาม และอินเดีย เนื่องจากประเทศเหล่านี้มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าโดยเฉพาะค่าแรงงานที่ยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับค่าแรงงานฝีมือของไทย ทำให้ไทยมีสัดส่วนตลาดในสหรัฐฯ คิดเป็นมูลค่าเพียง 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ประมาณ 3.7 หมื่นล้านบาท) หรือร้อยละ 1 ของมูลค่านำเข้าสินค้าทั้งหมดของสหรัฐฯ ที่มีประมาณ 1 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ประมาณ 3.7 ล้านล้านบาท)

#### ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ:

แนวโน้มกลุ่มธุรกิจผู้ค้าปลีกในตลาดสหรัฐฯ เริ่มประสบปัญหายอดขายจําหน่ายลดลงจนต้องพิจารณาปิดกิจการสาขาที่ไม่ทำกำไรลงหลายแห่งนับเป็นสัญญาณเตือนถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของลักษณะตลาดผู้บริโภคในสหรัฐฯ ที่เข้าสู่ยุคดิจิทัลเน้นการค้าออนไลน์มากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการ/ผู้ส่งออกไทยที่ทำธุรกิจกับผู้ประกอบการค้าปลีกในสหรัฐฯ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าแฟชั่นและเครื่องประดับจึงควรที่จะเพิ่มความร่วมมือระหว่งในการทำการค้ามากขึ้น โดยเฉพาะบริษัทที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยงที่อาจจะประสบปัญหาทางธุรกิจถึงขั้นล้มละลายหรือเลิกกิจการในปีนี้ได้แก่ บริษัท Sear Holding, บริษัท DGSE Companies Inc., บริษัท Appliance Recycling Centers of America Inc., บริษัท The Bon-Ton Stores Inc., บริษัท Bebe Stores Inc., บริษัท Destination XL Group Inc., บริษัท Perfumania Holdings Inc., บริษัท Fenix Parts Inc. Tailored Brands Inc. และ บริษัท Sears Hometown and Outlet Stores Inc.

ทั้งนี้ การที่ผู้ประกอบการไทยจะแข่งขันในตลาดสหรัฐฯ ที่ผู้บริโภคเน้นบริโภคสินค้าแฟชั่นรวดเร็ว (Fast Fashion) ที่เน้นสินค้าราคาถูกอาจจะทำได้ค่อนข้างลำบากเนื่องจากผู้ประกอบการไทยเสียเปรียบประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ที่มีต้นทุนค่าแรงงานถูกกว่า ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงควรที่จะปรับตัวพัฒนาสินค้าไปสู่กลุ่มสินค้าตลาดบนเกรดพรีเมียม โดยเน้นการสร้างแบรนด์ ผสมผสานการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม และการออกแบบ

5

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

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



[www.facebook.com/thaitrademiami/](http://www.facebook.com/thaitrademiami/)



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายทดแทน โดยอาจจะมีการผสมผสานเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติ (Conservation) หรือการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability) เช่น การใช้เส้นใยธรรมชาติ สีย้อมธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งเป็นประเด็นที่ผู้บริโภคชาวอเมริกันเริ่มให้ความสำคัญเข้ามาเป็นจุดขายร่วมด้วย

นอกจากนี้ ยังควรที่พิจารณาวางแผนกลยุทธ์ปรับตัวเพื่อเสาะหาตลาดศักยภาพใหม่เพื่อทดแทนกลุ่มตลาดเดิมโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านภายใต้กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นต้น

\*\*\*\*\*

ที่มา: หนังสือพิมพ์ Wall Street Journal  
เรื่อง: “Brick-and-Mortar Stores are Shuttering at a Record Pace”  
โดย: Suzanne Kapner  
จัดทำโดย: นายพงษ์ระพี ชื่อสัตย์บุญ  
สศต. ไมอามี / วันที่ 26 เมษายน 2560

6

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

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



[www.facebook.com/thaitrademiami/](http://www.facebook.com/thaitrademiami/)



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)