



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสหรัฐอเมริกา

(Weekly News from USA)

Thai Trade Center – Miami

6100 Blue Lagoon Dr., Ste. 100, Miami FL 33126

T. 786-388-7888 F. 786-388-7999

Email. tcmiami@gmail.com

วันที่ 3-7 มิถุนายน 2562

ชาวอเมริกันกว่าร้อยละ 70 นิยมซื้อสินค้าที่ทำในสหรัฐฯ จากร้านค้าในท้องถิ่นมากขึ้น



เนื้อหาสาระข่าว: ผู้บริโภคในทุกวันนี้มักจะมีหลายเหตุผลที่ในการเลือกซื้อสินค้า ตั้งแต่การเลือกซื้อสินค้าจากแบรนด์ไปจนถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมและความรักชาติ จากการเปิดเผยของ Cox Business Consumer 2019 เกี่ยวกับตลาดของธุรกิจขนาดย่อมพบว่า ร้อยละ 70 ของชาวอเมริกันซื้อสินค้าที่ผลิตในสหรัฐฯ โดยเฉพาะเพื่อเป็นการสนับสนุนธุรกิจขนาดย่อม โดยส่วนใหญ่ยืนยันว่าจะใช้จ่ายในร้านที่ขายสินค้าที่ผลิตในสหรัฐฯ เท่านั้น ทำให้ธุรกิจท้องถิ่นในชุมชนเล็ก ๆ หลายแห่งเน้นจุดขายในเรื่องนี้ โดยใช้เป็นวิธีดึงดูดลูกค้าเข้าร้านเพิ่มขึ้น ทั้งนี้บรรดา

1

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



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

ธุรกิจขนาดย่อมในปัจจุบันต้องแข่งขันกับธุรกิจท้องถิ่นกันเอง กิจกรรมระดับชาติและกิจการระดับนานาชาติที่ขายของทั้งในร้านและบนโลกออนไลน์ด้วย ดังนั้นทัศนคติของผู้บริโภคกำลังมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งได้แสดงให้เห็นถึงผลกระทบที่ผู้บริโภคนิยมจับจ่ายกับร้านเล็ก ๆ อาทิ ความพอใจส่วนบุคคล บริการที่ดี และความผูกพันกันยาวนาน เป็นต้น

แนวโน้มของผู้บริโภคในปี 2019

ผู้บริโภคมีแนวโน้มการเลือกซื้อสินค้าอย่างชาญฉลาดมากขึ้น ซึ่งเห็นได้จากแนวโน้มน่าสนใจเป็นพิเศษคือ การมีจิตสำนึกทางสังคมของบรรดานักช้อปปิ้งเหล่านี้ รวมถึงการแสดงท่าทีที่ชัดเจนว่าเทคโนโลยีควรมีบทบาทอย่างไรในการจับจ่ายของพวกเขา

กระแสผู้บริโภค – ผู้บริโภคต้องการสนับสนุนธุรกิจขนาดเล็กในท้องถิ่นของพวกเขา แต่แรงสนับสนุนดังกล่าวก็มาพร้อม ๆ กับสัญญาณอย่างอื่นแฝงอยู่ด้วย เพราะนอกจากผู้บริโภคร้อยละ 70 ที่สนับสนุนร้านขายสินค้าอเมริกันแล้ว ผู้บริโภคในจำนวนเท่ากันยังบอกอีกว่า จะใช้จ่ายมากขึ้นในร้านที่ส่งเสริมสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และมีกว่าครึ่งหนึ่งที่จะหยุดให้การสนับสนุนใด ๆ ต่อกิจการที่มีแนวคิดด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมต่างไปจากตน ซึ่งยังครอบคลุมไปถึงการจ้างงานด้วย มีถึงร้อยละ 72 ที่ตอบว่าการยึดหลักความแตกต่างและเป็นหนึ่งเดียวกัน (Diversity & Inclusion) ในการบริหารงานบุคคลของกิจการเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจเลือกให้การสนับสนุน นอกเหนือจากเรื่องทางสังคมแล้ว เรื่องเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่สำคัญกว่าแต่ก่อนสำหรับผู้บริโภคที่ใช้บริการของกิจการขนาดย่อมด้วย

เทคโนโลยีและกิจการขนาดย่อม – ในขณะที่การค้าแบบไร้พนักงานเก็บเงินดูเหมาะกับร้านของ Amazon แต่ผู้บริโภคไม่ได้ต้องการให้เป็นเช่นนั้นในร้านขนาดเล็ก มีถึงร้อยละ 77 ที่ยังต้องการพูดคุยกับคนจริง ๆ ตอนจ่ายค่าสินค้า แต่ก็มีร้อยละ 23 ที่ต้องการระบบไร้พนักงานเก็บเงิน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนอายุ 18-29 ปี และนอกจากการพูดคุยกันภายในร้านแล้ว ผู้บริโภคยังอยากให้มีโอกาสพูดคุยกันได้ในโลกออนไลน์ด้วย ผู้บริโภคร้อยละ 40 เสนอว่าร้านเล็ก ๆ ควรมีช่องทางให้ผู้บริโภคสามารถพูดคุยด้วยได้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วย

การสนับสนุนจากภาครัฐ – ในสหรัฐฯ มีกิจการขนาดย่อมถึงกว่า 30 ล้านแห่งซึ่งจ้างงานอยู่หลายสิบล้านตำแหน่งงาน ผู้บริโภคจึงอยากให้ภาครัฐให้การส่งเสริมมากยิ่งขึ้นเพื่อให้กิจการขนาดย่อมเติบโตได้ ซึ่ง

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเหล่านี้ต่างบอกว่าตนก็ได้ช่วยสนับสนุนให้กิจการเหล่านี้เติบโตอยู่แล้ว ซึ่งรัฐบาลควรมีบทบาทในเรื่องนี้ด้วย โดยร้อยละ 69 เห็นว่าภาครัฐควรทำมากกว่าเดิมเพื่อให้กิจการขนาดย่อมเติบโตขึ้น

การวิจัยผ่านระบบออนไลน์แบบสุ่มประจำปีครั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่างเป็นชาวอเมริกัน 1,036 คน จากการสำรวจความเห็นในช่วงเดือนเมษายน 2562 ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้มของผู้บริโภคและกิจการขนาดย่อม

บทวิเคราะห์: โดยสรุปผู้บริโภคชาวอเมริกันเริ่มมีกระแสชาตินิยมเกิดขึ้น และมีความใส่ใจกับสถานะแวดล้อมมากขึ้น ส่วนในประเด็นเรื่องการเลือกซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการที่ยึดหลักในการบริหารงานบุคคลแบบแตกต่างแต่ร่วมเป็นหนึ่ง (Diversity & Inclusion) นั้น ถือเป็นเทรนด์ในการบริหารองค์กรที่กำลังอยู่ในกระแสหลักในปี 2562 นี้ อ่านแล้วรู้สึกแปลกใจอยู่บ้าง เพราะเท่าที่ทราบมาแม้แต่บริษัทในระดับที่ขึ้นบนบอร์ดของ Forbes 1000 เอง ยังพบว่าไม่ถึงร้อยละ 75 ที่ได้ดำเนินการต่าง ๆ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายดังกล่าว แต่ในร้อยละ 70 ของบริษัทเหล่านั้น ที่เชื่อว่าบริษัทตนประสบผลสำเร็จในนโยบายดังกล่าวแล้ว กลับมีเพียงร้อยละ 11 เท่านั้นที่เข้าใจว่า Diversity หมายถึงอะไรจริง ประเด็นนี้ยากที่ผู้บริโภคจะเข้าใจพอจะใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้าได้จริง

ส่วนการที่ผู้บริโภคอยากส่งเสริมผู้ประกอบการในกิจการขนาดย่อมนั้น เหตุหนึ่งก็น่าจะมาจากเพราะกิจการขนาดย่อมนั้น ถือเป็นประชากรนิติบุคคลส่วนใหญ่ในสหรัฐฯ ในขณะนี้และจากการสำรวจของ US Census Bureau พบว่ากิจการขนาดย่อมส่วนใหญ่ในสหรัฐฯ ยังเป็นกิจการแบบไร้ลูกจ้างซึ่งมีจำนวนถึงประมาณ 25 ล้านกิจการทั่วประเทศแต่เทียบเป็นสัดส่วนแล้ว มีมากถึงร้อยละ 76.2 ของจำนวนกิจการทั้งหมดในสหรัฐฯ ซึ่งกิจการเหล่านี้อาจมีทั้งที่เป็นรายได้หลักและรายได้เสริมของเจ้าของกิจการก็ได้ มีอยู่ในทุกภาคธุรกิจของสหรัฐฯ และในบางประเภทธุรกิจ ก็แทบจะมีแต่ผู้ประกอบการประเภทนี้เท่านั้นเลย อาทิ ธุรกิจให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีถึง 1.1 ล้านกิจการแต่มีสัดส่วนถึงร้อยละ 90.2 ของจำนวนกิจการในธุรกิจนี้

กระแสชาตินิยมก็เชื่อว่ามีแรงขับมาจากความตึงเครียดของสงครามการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะสหรัฐฯ และจีน และยังคงต้องคอยจับตาดูกันต่อไปว่าจะขยายวงออกมากลายเป็นความเกลียดชังในหมู่ประชาชนด้วยหรือไม่หากยังคงยึดเยื้อยาวนานออกไปอีก

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ: ไม่ว่าชนชาติใดในโลกนี้ เมื่อประเทศชาติเกิดวิกฤติขึ้น ประชาชนที่รักชาติรู้สึกสำนึกบุญคุณแผ่นดินทุกคน ย่อมจะหวงแหนและสามัคคีกัน ร่วมกันต่อสู้ปัดเป่าภัยให้หมดสิ้นไปทั้งสิ้น

3

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



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

สหรัฐฯ เป็นประเทศที่ให้สำคัญกับประเด็นนี้อย่างมาก ทหารผ่านศึกที่แม้จะไปรบนอกประเทศ ไม่ได้ปกป้องบ้านเมืองตนเองเหมือนประเทศอื่น ๆ แต่ก็ได้รับความรัก เทิดทูนและห่วงใยจากคนทั้งสังคม ก่อนใครจะมาเป็นประชากรของสหรัฐฯ ก็ต้องปฏิญาณว่าจะจงรักภักดีต่อชาติ ปกป้องกฎหมายและรัฐธรรมนูญ และจะแบกอาวุธไปรบ จะทำงานให้กองทัพ และทำทุกอย่างสุดกำลังเพื่อปกป้องชาติ น่าจะเป็นสำนึกที่มนุษย์ทุกคนทุกชาติทุกสีผิว และทุกศาสนามีกันอยู่ในสายเลือดอยู่แล้ว

ระยะนี้สงครามการค้าเกิดคุกรุ่นขึ้น สำนึกความเป็นชาตินิยมก็ย่อมจะรุนแรงขึ้น และอาจส่งผลกระทบต่อในการเลือกซื้อสินค้าบ้าง ซึ่งก็หวังว่าคงไม่กระทบอะไรกับสินค้าไทยมากนัก เพราะคงมีเป้าหมายสินค้าจากจีนกันเป็นหลัก ในประเด็นนี้เพียงต้องรับทราบไว้เท่านั้น สำหรับประเด็นเรื่องความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมถือได้ว่าเป็นโอกาสสำหรับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างเปิดเผยอยู่แล้ว อาทิ เสรปรีสุตรน้ำ เครื่องสำอางไร้สารเคมี และสินค้าใหม่ ๆ ที่ใช้เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมด้วย อาทิ หลอดที่ทำจากกระดาษ กล่องบรรจุอาหารที่ทำจากกระดาษ ขวดแก้ว กระจกกระดาษ ฯลฯ นอกเหนือจากนี้ ที่ในช่วงนี้ไม่ได้พูดถึงยังมีสินค้าเพื่อสุขภาพ อาหารออร์แกนิกที่กำลังมีกระแสที่แรงมากขึ้น ๆ

ผู้ประกอบการไทยในกลุ่มสินค้าเหล่านี้จึงควรพิจารณาเจาะเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ โดยเฉพาะสินค้าอาหารที่หลาย ๆ อย่างของไทยขายได้ดี หากเห็นว่าสหรัฐฯ คือตลาดเป้าหมายแล้วควรหาทางเตรียมความพร้อมให้สามารถส่งไปขายสหรัฐฯ ได้ทันที อาทิ เรียนรู้ถึงการจัดทำป้ายติดสินค้าอย่างถูกต้องและการขอ USDA ไม่ควรจรรีรอ มีผู้ส่งออกหลายรายที่ไม่มีแม้แต่โอกาสจะนำเสนอ เพราะยังไม่ผ่าน FDA ผู้ประกอบการสหรัฐฯ แม้จะต้องการสินค้ามาก แต่เลือกที่จะเสาะหารายอื่นที่ผ่านการอนุมัติแล้วต่อไปแทน จึงต้องเสียโอกาสไปอย่างน่าเสียดาย

ที่มา: smallbiztrends.com

เรื่อง: “70% Would Spend More at a Local Business If They Sold ONLY Made in the USA Products”

โดย: Michael Guta

จัดทำโดย: วรวิทย์ วิริยะเลิศ

สศต. ไมอามี /วันที่ 11 มิถุนายน 2562

4

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



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