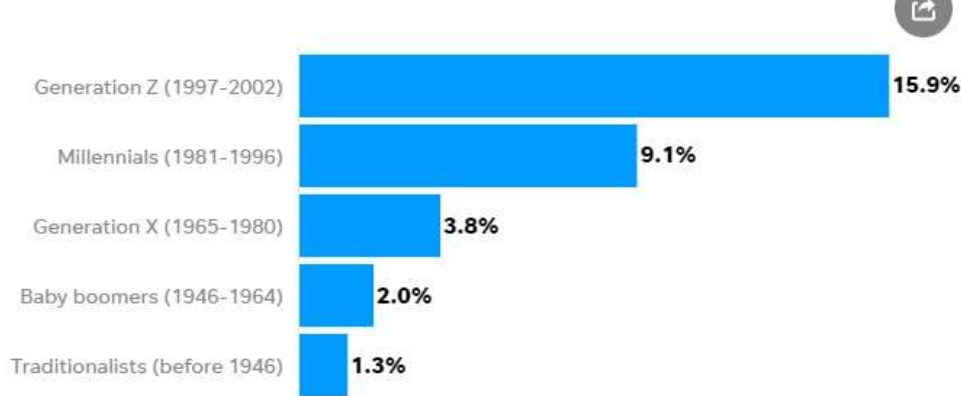


# รายงานสถานการณ์ตลาดและเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา กลุ่มศักยภาพ LGBTQ+ ผู้นำเทรนด์ใหม่ในตลาดสหรัฐอเมริกา



ข้อมูลของ GALLUP ปี 2563 ระบุว่ากลุ่ม LGBTQ+ มีจำนวน 5.6% ของจำนวนชาวอเมริกัน และน่าจะมีการขยายตัวเพิ่มอย่างแพร่หลายมากขึ้นในอนาคตโดยอาศัยแรงขับเคลื่อนจากกลุ่ม GEN Z (2540-2545)

American adults who identified as LGBTQ in 2020



สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีประชากร LGBTQ+ สูงที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก โดยรัฐที่มีกลุ่ม LGBTQ+ เป็นจำนวนมาก ได้แก่ แคลิฟอร์เนีย (1.86 ล้านคน) เท็กซัส (1.05 ล้านคน) นิวยอร์ก (913,000 คน) และฟลอริดา (886,000 คน) ตามลำดับ

กลุ่ม LGBTQ+ มีกำลังซื้อรวมกันประมาณ 111 ล้านล้านบาท (3.7 ล้านล้านเหรียญ

สหรัฐ) ส่งผลให้ธุรกิจและแบรนด์ต่างๆ อาศัยโอกาสดังกล่าวในการเข้ามาทำการตลาดผ่านกลุ่ม LGBTQ+ มากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงเดือนมิถุนายน ซึ่งเป็นเดือนแห่งการเฉลิมฉลองความเท่าเทียมหรือ "Pride Month" ธุรกิจและแบรนด์ต่างๆ ได้มีการเผยแพร่โฆษณาส่งเสริมการจำหน่าย มีการนำเสนอสินค้าพิเศษ ตลอดจนสร้างพันธมิตรเพื่อเจาะฐานกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าว





นอกจากนี้แล้ว ในปีนี้มีการรณรงค์เรื่องความเท่าเทียมกันในวงการกีฬาอาชีพอย่างแพร่หลาย ทั้ง NFL MLB NBA NHL WNBA MLS NWSL NWHL มีการปรับปรุงรูปแบบ Social Media ในช่วงเดือนแห่งความภาคภูมิใจ ตลอดจนมีการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ เพื่อสนับสนุนชุมชน LGBTQ+ ซึ่งแรงผลักดันดังกล่าวได้สร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับแบรนด์กีฬาและแฟชั่นต่างๆ ในตลาดเป็นอย่างมาก

กลุ่มผู้บริโภค LGBTQ+ เป็นกลุ่ม Niche Market ศักยภาพสูง ส่วนใหญ่มีรายได้ค่อนข้างสูงและไม่มีบุตร มีอำนาจในการจับจ่ายใช้สอยและมีกำลังซื้อสูง มี

บทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนทางธุรกิจและสังคม และมีเครือข่ายกว้างขวาง นอกจากนี้แล้วกลุ่มผู้บริโภคดีังกล่าวเป็นกลุ่มที่เปิดกว้างและพร้อมทดลองสินค้าใหม่ๆ ที่มีความโดดเด่นในเรื่องการออกแบบและคุณสมบัติ โดยกลุ่มสินค้าและบริการที่กลุ่ม



ผู้บริโภคกลุ่มนี้นิยมใช้จ่าย เช่น การเดินทาง ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม แฟชั่น และความบันเทิง อย่างไรก็ตาม ผลพวงจากวิกฤติ COVID 19 ที่ผ่านมามีผลกระทบต่อกลุ่มผู้บริโภคในกลุ่มนี้ได้ยกกระทบความสนใจในเรื่องการดูแลตนเองเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้สินค้าในกลุ่ม

อาหาร กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายและความงาม สินค้าไลฟ์สไตล์ ตลอดจนกลุ่ม

อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ มีการ

ขยายตัว เทรนด์ความนิยมสินค้าของกลุ่ม LGBTQ+ ช่วยผลักดันให้เกิดอุปสงค์ในมุมมองกว้างไปสู่กลุ่มผู้บริโภคทั่วไปทั้งในอุตสาหกรรมการผลิต อุตสาหกรรมบันเทิง อุตสาหกรรมไลฟ์สไตล์ อุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงและอุตสาหกรรมกีฬาเป็นการสร้างเทรนด์ใหม่และผลักดันให้กระแสนิยมมหภาคให้กับตลาด



เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภค LGBTQ+ เป็นกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี สามารถเข้าถึงข้อมูลและสื่อต่างๆ ได้อย่างสะดวก รวมทั้งนิยมการสื่อสารผ่านพื้นที่โซเชียลมีเดียในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ดังนั้นการเจาะตลาดสำหรับกลุ่มดังกล่าวช่องทางที่น่าจะมีประสิทธิภาพ คือ ช่องทาง Social Media และ E-Commerce การนำเทคโนโลยีใหม่ เช่น AR VR และการพัฒนา online content ให้น่าสนใจเพื่อสร้างสีสันและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวน่าจะช่วยสร้างโอกาสให้กับสินค้าและแบรนด์ได้เป็นอย่างดี เพราะ ผู้บริโภคกลุ่มนี้ถึงแม้จะเปิดกว้างแต่ก็ยังคงมีความสนใจในเรื่องรายละเอียดและความพรีเมียม อย่างไรก็ตามการโฆษณาที่เป็นมิตรและจริงจังกับกลุ่มผู้บริโภคนี้น่าจะช่วยสร้างอิทธิพลต่อการซื้อ ตลอดจนสร้างความภักดีให้กับสินค้าและผู้ผูกพันกันแบรนด์สินค้าในระยะยาว และน่าจะช่วยส่งเสริมการต่อยอดสินค้าให้เป็นที่นิยมในมุมมองกว้างก่อให้เกิดเป็นเทรนด์ใหม่ในตลาดได้





ข้อคิดเห็นของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครนิวยอร์ก

1. เนื่องจากในปีที่ผ่านมาได้มีการรณรงค์เกี่ยวกับกระแสชาติพันธุ์กันอย่างมาก การสร้างโอกาสการขยายตลาดผ่านกลุ่มชาติพันธุ์ย่อยในสหรัฐฯ ที่เป็นกลุ่ม LGBTQ+ ทั้งกลุ่มคนผิวสี กลุ่มคนเอเชียและอื่นๆ เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไม่ควรละเลยการส่งเสริมการขายและเจาะตลาดย่อยดังกล่าว เพราะ ตลาดย่อยดังกล่าวกำลังเป็นกลุ่มศักยภาพที่มีความสำคัญ และมีการขยายตัวอย่างมาก ซึ่งสินค้าพรีเมียมพิเศษเฉพาะสำหรับกลุ่มชาติพันธุ์น่าจะมีโอกาสขยายตัวได้ดีในอนาคต

2. เครือข่าย LGBTQ+ เป็นเครือข่ายที่กว้างขวางและเข้มแข็งมาก ดังนั้นผู้ประกอบการสินค้าและธุรกิจบริการที่เป็นกลุ่ม LGBTQ+ ควรอาศัยโอกาสดังกล่าวในการสร้างเครือข่ายและผลักดันสินค้าและบริการของตนให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ข้อมูลจากหอการค้าสหรัฐฯ เดือนมกราคม 2564 ระบุว่าในสหรัฐอเมริกา มี LGBTQ+ เป็นเจ้าของกิจการประมาณ 1.4 ล้านแห่ง มีรายได้ประมาณ 51 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ/ปี (1.7 ล้านล้านสหรัฐ/ปี)

กิจกรรมการสร้างเครือข่ายที่น่าสนใจของกลุ่ม LGBTQ+ ในนครนิวยอร์ก ช่วงเดือนมิถุนายน “Pride Month”

-วันที่ 20 มิถุนายน 2564 The LGBT Business Expo ส่งเสริมการทำธุรกิจและสร้างเครือข่ายทางการค้าให้กับกลุ่ม LGBTQ+

-วันที่ 22 มิถุนายน 2564 องค์กร James Beard Foundation และนิตยสาร Jarry ได้เชิญผู้ทรงอิทธิพลของกลุ่ม LGBTQ+ ในวงการต่างๆ เช่น อาหาร บันเทิง ออกแบบตกแต่ง ช่างภาพ มาร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเป็นและต่อยอดให้ผู้สนใจเพื่อพัฒนาเครือข่ายในอนาคต โดยหนึ่งในเซฟที่ได้รับความนิยมในวงการอาหาร คือ MR. ARNOLD MYINT เซฟชาวไทยสัญชาติอเมริกันที่มีประสบการณ์และชื่อเสียงในวงการอาหาร (IG: arnoldmyintbna)

3. สินค้าไทยที่เป็นสินค้าพรีเมียม หรือสินค้าที่แปลกใหม่ ทั้งในกลุ่มไลฟ์สไตล์ กลุ่มแฟชั่น กลุ่มอาหาร กลุ่มธุรกิจบริการ กลุ่มท่องเที่ยวและกลุ่มสหนาการน่าจะตอบโจทย์ผู้บริโภคในกลุ่มดังกล่าวได้ และเชื่อว่าหากมีการจัดกลุ่มสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนี้ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายที่ถูกวิธีเหมาะสมกับไลฟ์สไตล์กับกลุ่มเป้าหมายนี้แล้ว เชื่อว่าสินค้าไทยน่าจะโอกาสเติบโตและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้โดยอาศัยกลุ่ม Niche Market ที่มีศักยภาพนี้ได้ และน่าจะช่วยผลักดันให้สินค้าไทยเป็นสินค้ายอดนิยมในตลาดสหรัฐอเมริกาได้ในอนาคตต่อไป

แหล่งที่มาของข้อมูล: USA Today/Statistic/LGBTMAP.ORG/COUNCIL POST/OUTSPORTS.COM/REUTERS และสคต. นิวยอร์ก



ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.ditp.go.th/>