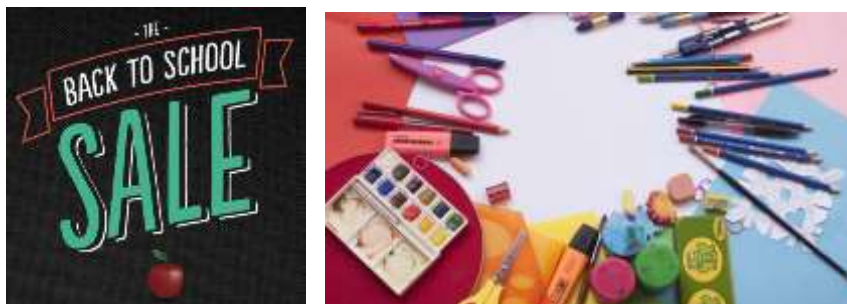


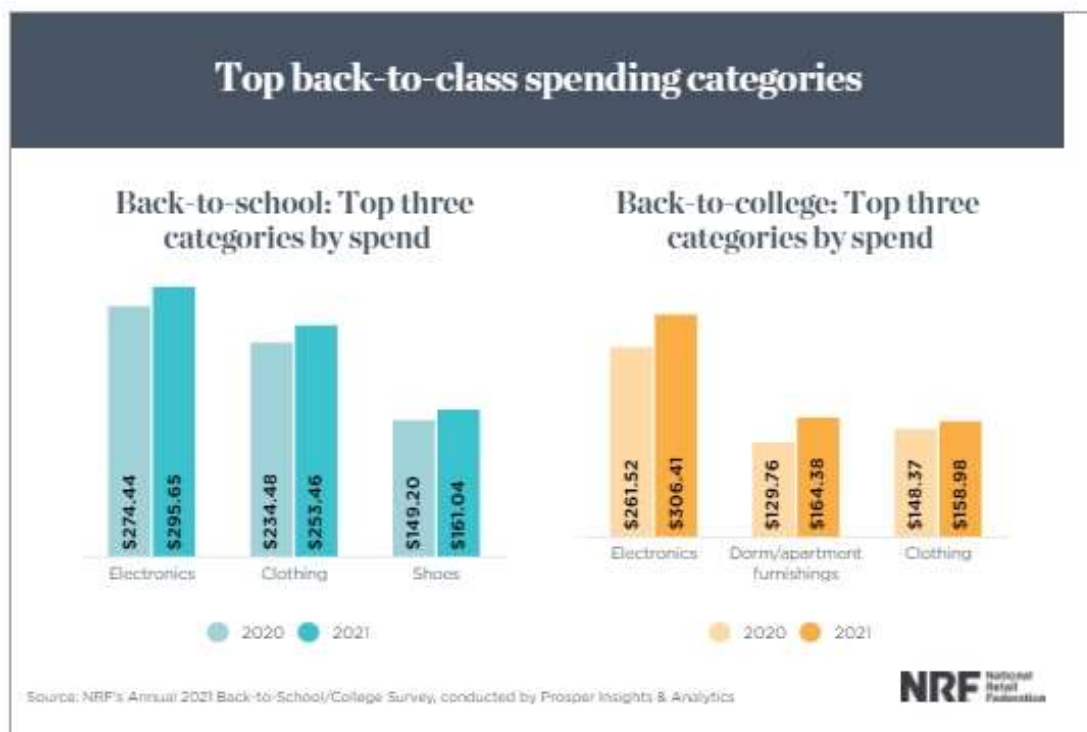
## รายงานสถานการณ์ตลาดและเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา “ยอดขายสินค้า back to School พุ่งสูงทำลายสถิติ”



ข้อมูลจาก National Retail Federation และ Prosper Insights & Analytics ระบุว่าผู้บริโภคสหรัฐฯ วางแผนที่จะซื้อสินค้า back to school ทั้งอุปกรณ์การเรียน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และของใช้ในที่พักมหาวิทยาลัยมากเป็นประวัติการณ์ โดยได้รับอานิสงส์จากการที่สถานศึกษาได้เปิดการเรียนการสอนแบบเต็มรูปแบบทำให้สินค้าหมวดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ back to school มีการเติบโตแบบก้าวกระโดดในปี



ครอบครัวที่มีเด็กในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาวางแผนการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้ออุปกรณ์การเรียนเฉลี่ย 25,467 บาท (848.90 เหรียญสหรัฐฯ) ซึ่งเพิ่มมากกว่าปีที่ผ่านมาประมาณ 1,770 บาท (59 เหรียญสหรัฐฯ) โดยการคาดการณ์การใช้จ่ายรวมของการซื้อสินค้า back to school น่าจะสูงถึง 1,113 พันล้านบาท (37.1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 9.44 ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นสูงที่สุดในประวัติการณ์ และครอบครัวที่มีเด็กในระดับอุดมศึกษาวางแผนที่จะใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเพื่อใช้ในวิทยาลัย เฉลี่ย 36,000.96 บาท (1,200.32 เหรียญสหรัฐฯ) ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นมากกว่าปีที่ผ่านมาประมาณ 4,230 บาท (141 เหรียญสหรัฐฯ) โดยการเพิ่มขึ้นดังกล่าวมาจากการเพิ่มขึ้นของหมวดอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และของตกแต่งห้องพัก โดยการคาดการณ์การใช้จ่ายรวมของการซื้อสินค้าของกลุ่มอุดมศึกษาน่าจะสูงถึง 2,130 พันล้านบาท (71 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ)



จากการสำรวจเมื่อต้นเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 51) ของกลุ่มระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา (K-12) และกลุ่มอุดมศึกษาได้เริ่มการซื้อสินค้าที่จำเป็นเป็นที่เรียบร้อยแล้วเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเปิดภาคการศึกษาในช่วงฤดูใบไม้ร่วงนี้ และร้อยละ 39 วางแผนการซื้อสินค้าราคาพิเศษในช่วงกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สำคัญเท่านั้น เช่น Prime Day, Target Deal Days และ Walmart's Deals for Days เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ถึงแม้จะมีการซื้อสินค้า back to school ไปแล้วบางส่วน แต่กลุ่มระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา (K-12) อีกประมาณร้อยละ 76 ยังคงรอรายการอุปกรณ์การเรียนจากทางสถานศึกษา ซึ่งความต้องการเพิ่มเติมดังกล่าว น่าจะช่วยผลักดันยอดขายการสั่งซื้อให้มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นอย่างมากในไตรมาสที่ 3 ของปีนี้

นอกจากนี้ผู้บริโภคชาวอเมริกันวางแผนที่จะใช้เงินที่ได้รับจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลเพื่อซื้อสินค้า back to school สำหรับปีการศึกษาที่จะมาถึงอีกด้วย หมวดหมู่สินค้า Back-to-School ยอดนิยมของภาคการศึกษา 2564 คือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เสื้อผ้าและสินค้าไลฟ์สไตล์อื่นๆ ซึ่งช่องทางการซื้อสินค้า back to school ที่นิยมของกลุ่มผู้บริโภคระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ได้แก่ ช่องทางออนไลน์ (ร้อยละ 48) ห้างสรรพสินค้าและร้านค้า (ร้อยละ 48) ร้านค้าแบบ discount store (ร้อยละ 44) ร้านจำหน่ายเสื้อผ้า (ร้อยละ 41) ร้านค้าอุปกรณ์เครื่องเขียนและสำนักงาน (ร้อยละ 27) และร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า (ร้อยละ 27) ตามลำดับ และช่องทางการซื้อสินค้า back to school ที่นิยมของกลุ่มผู้บริโภคระดับอุดมศึกษา ได้แก่ ช่องทางออนไลน์ (ร้อยละ 43) ห้างสรรพสินค้าและร้านค้า (ร้อยละ 33) ร้านค้าแบบ discount store (ร้อยละ 30) ร้านค้าอุปกรณ์เครื่องเขียนและสำนักงาน (ร้อยละ 29) และร้านค้าในวิทยาลัย (ร้อยละ 28)

การระบาดของ COVID 19 ในปีที่ผ่านมาช่วยผลักดันให้เกิดอุปสงค์ความต้องการสินค้าอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยในปีการศึกษา 2564-2565 สถานศึกษาได้มุ่งเน้นการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ปกครองต้องเตรียมอุปกรณ์และความพร้อมต่างๆ เพื่อรองรับวิถีดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงไป



ข้อคิดเห็นของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครนิวยอร์ก

1. การเข้าสู่สภาวะผ่อนคลายของชาวอเมริกัน ส่งผลให้เกิดอุปสงค์ความต้องการในสินค้าอุปโภคและบริโภคเป็นจำนวนมาก และยังช่วยสร้างโอกาสใหม่ให้กับสินค้าในกลุ่มข้างเคียง เช่น การที่เด็กนักเรียนกลับเป็นเรียนเต็มรูปแบบ (in person) นอกจากจะช่วยผลักดันยอดการจำหน่ายสินค้าที่ใช้ในโรงเรียนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ แต่ยังช่วยผลักดันให้สินค้าในกลุ่มไลฟ์สไตล์ กลุ่มอาหาร กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์และกลุ่มยานยนต์มีการขยายตัวตามไปด้วย

อนึ่งอุปสงค์ของตลาดที่มีความต้องการสินค้าเป็นจำนวนมากหลายรายการ จะช่วยกระตุ้นให้ผู้นำเข้า ฝ่ายจัดซื้อ มองหาแหล่งการนำเข้าสินค้าเพิ่มเติมหรือสินค้าใหม่เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ซึ่งไทยก็น่าจะได้รับอานิสงส์ดังกล่าวด้วย โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าศักยภาพ เช่น อาหาร ไลฟ์สไตล์ อุปกรณ์ตกแต่งและปรับปรุงบ้าน เป็นต้น

2. นอกเหนือจากของใช้ในระดับอุดมศึกษาแล้ว รูปแบบไลฟ์สไตล์ที่เร่งรีบและข้อจำกัดในการประกอบอาหารในที่พัก น่าจะช่วยขับเคลื่อนให้แนวโน้มสินค้าอาหารกลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพแบบพร้อมรับประทานและแบบ SINGLE PACK หรือ SMALL SERVING น่าจะเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในระดับอุดมศึกษาในอนาคต ซึ่งผู้ประกอบการไทยควรนำมาพิจารณาและพัฒนาสินค้าให้เหมาะสมเพื่อเจาะตลาดดังกล่าวอีกด้วย

แหล่งที่มาของข้อมูล: Gift and Dec Accessories/ National Retail Federation และสคต. นิวยอร์ก

3 สิงหาคม 2564

