

## รายงานสถานการณ์ตลาดและเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา: “เหตุใดสินค้าอุปโภคบริโภคจึงขาดตลาดอีกครั้ง?”



การระบาดของโอมิครอนเป็นอุปสรรคต่อห่วงโซ่อุปทานและได้กระตุ้นความตื่นตระหนกให้กับผู้บริโภคชาวอเมริกันในการกักตุนสินค้า สินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตเข้าสู่สภาวะขาดแคลน คล้ายกับช่วงก่อนเกิดการระบาดของไวรัสครั้งใหญ่ในปี 2563 ส่งผลให้ระบบอุปทานเกิดการสะดุดอย่างหนักทำให้เกิดการขาดแคลนสินค้าในทุกรายการ ตั้งแต่อาหารสัตว์ไปจนถึงอาหารคน แต่อย่างไรก็ตาม ตัวแปรสำคัญที่อาจจะช่วยให้สภาวะการขาดแคลนนี้ชะลอลง คือ สภาวะเงินเฟ้อน่าจะช่วยจำกัดความต้องการของผู้บริโภคและจำกัดการขยายตัวของอุปทาน

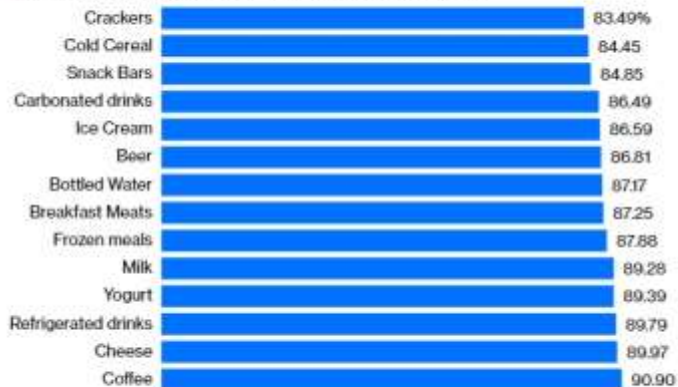
ปัญหาการสะดุดของห่วงโซ่อุปทานได้เกิดขึ้นสะสมก่อนการเกิดโอมิครอน โรงงานและท่าเรือในเอเชียต้องปิดทำการและชะลอการผลิต เนื่องจากจากการระบาดของเดลต้าก่อนหน้านี้ ส่งผลให้การขนส่งก่อนฤดูการขายที่สำคัญที่สุดของปี 2564 ติดขัด นอกจากนี้ผู้ค้าปลีกรายใหญ่ในสหรัฐฯ ก็ไม่สามารถจัดทำโบร์ชัวร์เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้าร้านได้ในเวลาดังกล่าวได้ เนื่องจากไม่มีสินค้าในสต็อก กอปรกับการขาดแคลนแรงงานในช่วงเทศกาลจึงไม่สามารถสต็อกวัตถุดิบและสินค้าได้ตรงตามที่ต้องการ เมื่อเกิดโอมิครอนล่าสุดจึงเป็นการตอกย้ำให้ปัญหาเหล่านั้นแย่ลงไปอีก

บริษัท ALBERTSONS COMPANIES (สำนักงานใหญ่อยู่ที่ IDAHO) บริษัทสัญชาติอเมริกันเป็นเจ้าของซูเปอร์มาร์เก็ตมากกว่า 2,200 แห่ง ใน 34 รัฐ และศูนย์กระจายสินค้า จำนวน 23 แห่ง มีความเห็นว่า โอมิครอนทำให้ความคาดหวังเกี่ยวกับการปรับปรุงห่วงโซ่อุปทานแย่ลง เนื่องจากการแพร่ระบาดที่รวดเร็วทำให้พนักงานติดเชื่อเป็นจำนวนมาก และทำให้เกิดการขาดงานซึ่งส่งผลกระทบต่อการผลิตและการจัดจำหน่ายอาหาร ซึ่งบริษัทคาดว่าปัญหาดังกล่าวน่าจะยังดำเนินต่อไปในอีก 4-6 สัปดาห์ข้างหน้า ซึ่งความเห็นดังกล่าวก็สอดคล้องกับความกังวลใจของบริษัท CONAGRA BRANDS INC. (สำนักงานใหญ่อยู่ที่ ILLINOIS) บริษัทเป็นผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคสัญชาติอเมริกัน ซึ่งผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัทมีจำหน่ายอยู่ในซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร และ RESTAURANT SERVICES ต่างๆ ได้สะท้อนความกังวลที่คล้ายกันซึ่งน่าจะเกิดขึ้นและเป็นความท้าทายอย่างมากในเดือนหน้า

### Out of Stock

Availability in many large food categories remains lower than usual

■ Percentage in stock week ending Jan.9 where 90% is normal



Source: IRI Consumer Packaged Goods Supply Index

จากการสำรวจข้อมูลของบริษัท IRI พบว่าการขาดแคลนสินค้าอุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้นตั้งแต่ต้นปี โดยสินค้าบางหมวดหมู่ที่ยังคงขาดตลาดอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้นปี 2564 ได้แก่ เครื่องดื่ม วัตถุดิบในการประกอบอาหารต่างๆ การที่ชาวอเมริกันกลับมาใช้ชีวิตที่บ้านมากขึ้น ทำให้ต้องเติมเต็มวัตถุดิบและสินค้าในตู้กับข้าว มีเวลาในการทำอาหารมากขึ้น แต่ในทางกลับกันโรงงานผลิตสินค้าเหล่านั้น



ประสบปัญหาและต้องชะลอกำลังการผลิตส่งผลให้สินค้าไม่สามารถไปสู่ชั้นวางได้ตามต้องการ นอกจากนี้สภาพอากาศที่หนาวเย็นทางฝั่งตะวันออกเฉียงเหนือทำให้ชาวอเมริกันเป็นจำนวนมากต้องอยู่ที่บ้านเพิ่มมากขึ้น อากาศที่แปรปรวนได้สร้างอุปสรรคต่อการกระจายสินค้าและทำให้มีความซับซ้อนเพิ่มขึ้นไปอีก

อย่างไรก็ตาม นาย Jim Prevor ผู้เขียนบทความบน Perishable Pundit blog กล่าวว่า ผู้ค้าปลีกและบริษัทสินค้าอุปโภคบริโภคต่างก็สามารถจัดการกับปัญหาเหล่านี้ได้ดีขึ้น โดยผลิตสินค้าที่ขายได้ดีเพิ่มขึ้น หรือมีการสรรหาสินค้าทดแทนสำหรับสินค้าหายาก เป็นต้น ทางด้านผู้บริโภคก็มีความยืดหยุ่นมากขึ้นเช่นกัน บางทีอาจใช้แบรนด์ใหม่แทนแบรนด์เดิมและพบว่ามันไม่ได้แยขนาดนั้น จึงเปิดใจรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว สำหรับปัญหาพนักงานประจำที่ลาป่วย ร้านค้าได้เพิ่มการจ้างพนักงานชั่วคราวตามฤดูกาลที่จ้างมาในช่วงวันหยุดได้มีตารางทำงานเพิ่มขึ้น ท้ายที่สุด ส่วนหนึ่งของปัญหาคือความต้องการสินค้าที่เพิ่มขึ้นในขณะที่เศรษฐกิจกลับมาเปิดใหม่ แต่สิ่งนั้นจะเปลี่ยนไปเมื่อสินค้าต่างๆ มีราคาแพงขึ้น

ราคาอาหารในสหรัฐฯ ในเดือนธันวาคม 2565 เพิ่มขึ้น 6.3% สูงที่สุดในรอบทศวรรษ จากอัตราปกติที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 1.5% ต่อปี คาดว่าในปี 2565 น่าจะมีการประกาศขึ้นราคาสินค้าของบริษัทต่างๆ ต่อไป

ข้อเสนอแนะของสกต. นิวยอร์ก:

1. ความต้องการของสินค้าอุปโภคและบริโภคที่จำเป็นมีการขยายตัวอย่างมาก ทั้งนี้แบรนด์หลักในตลาดประสบการขาดแคลนส่งผลให้มีการนำแบรนด์ใหม่ๆ มาทดแทน นอกจากนี้แล้ว สินค้าทางเลือกน่าจะเป็นอีกโอกาสในการเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดได้ดีในช่วงเวลานี้ โดยสินค้าที่น่าจะมีการขยายตัวอย่างมาก คือ สินค้าอาหารแปรรูป สินค้าอาหารทะเลแปรรูปและแช่แข็ง เครื่องปรุงต่างๆ และสินค้าเครื่องคัมต่างๆ

2. การให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและการนำไปใช้ โดยเฉพาะเป็นอุตสาหกรรมน่าจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความรู้และความต้องการการบริโภคสินค้าจากไทยในอนาคต เช่น สินค้าในกลุ่มอาหาร สินค้าในกลุ่มสุขภาพและความงาม

แหล่งที่มาของข้อมูล: Bloomberg.com และสกต. นิวยอร์ก

20 มกราคม 2565

