

ตลาดข้าวกลิ่นหอมในสหรัฐอเมริกา: โอกาสและภัยคุกคามข้าวไทย

ข้อเท็จจริง

- ในช่วง 40 ปีที่ผ่านมา การนำเข้าข้าวของสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงต่อเนื่องด้วยแรงขับเคลื่อนสำคัญจากจำนวนประชากรชาวอเมริกันเชื้อสายเอเชียที่เติบโตอย่างรวดเร็ว จึงมีความต้องการบริโภคข้าวกลิ่นหอม (Fragrant Rice) ซึ่งเป็นข้าวที่มีคุณภาพดี ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ หรือ ข้าวหอม หรือ และบัสมาติ ซึ่งการเพาะปลูกข้าวของสหรัฐฯ ยังไม่มีผลผลิตมาสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นนี้
- ปัจจุบัน การบริโภคข้าวในสหรัฐฯ ได้เพิ่มขึ้นถึง 250 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับเมื่อ 30 ปีที่ผ่านมา ผู้บริโภคสหรัฐฯ บริโภคข้าวคิดเป็นอัตราเฉลี่ย 26 ปอนด์/คน/ปี (หรือ 11.8 กิโลกรัม) การขยายตัวของอัตราการบริโภคข้าว เป็นแรงผลักดันจากการเพิ่มจำนวนของผู้บริโภคเชื้อสายเอเชีย ผู้บริโภคฮิสแปนิก และ ผู้บริโภคเชื้อสายอัฟริกาในสหรัฐฯ
- ข้าวหอม/ข้าวหอมมะลิไทย เป็นข้าวกลิ่นหอมนำเข้าที่เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากที่สุด และมีการบริโภคมกที่สุดในสหรัฐฯ ข้าวไทยครองตลาดข้าวนำเข้าในสหรัฐฯ ประมาณร้อยละ 61 โดยมีข้าวกลิ่นหอมจากอินเดียหรือข้าวบัสมาติมีการบริโภคมกเป็นอันดับที่สอง หรือคิดเป็นสัดส่วนตลาดประมาณร้อยละ 22
- กลุ่มผู้บริโภคที่ย้ายถิ่นฐานจากเอเชียมาอาศัยในสหรัฐฯ ต้องการบริโภคข้าวกลิ่นหอมชนิดที่เคยบริโภคหรือที่ปลูกในแถบที่เคยพักอาศัย ชาวอินเดีย-อเมริกัน หรือ ปากีสถาน-อเมริกัน จะบริโภคข้าวบัสมาติเป็นหลัก ในทำนองเดียวกัน ผู้ย้ายถิ่นจากจากเอเชีย-แปซิฟิก เช่น คนไทย คนพม่า คนเขมร คนจีน ต้องการบริโภคข้าวหอม/ข้าวหอมมะลิไทย การบริโภคแยกกันโดยชัดเจน ในขณะที่ ผู้บริโภค Mainstream จะเป็นตัวแปรซึ่งสามารถบริโภคข้าวที่มาจากทั้งสองประเภท

คู่แข่งข้าวกลิ่นหอมของไทยในตลาดสหรัฐฯ

1. ข้าวกลิ่นหอมของสหรัฐฯ

ภาคเกษตรกรรมสหรัฐฯ เล็งเห็นโอกาสของตลาดข้าวกลิ่นหอมที่เติบโตในอัตราสูง ซึ่งจะ เป็นช่องทางในการยกระดับเกษตรกรรมข้าวสหรัฐฯ จึงพยายามพัฒนาข้าวกลิ่นหอมพันธุ์ใหม่เข้ามา แข่งขันแข่งสัดส่วนตลาดกับสินค้าข้าวกลิ่นหอมนำเข้าจากต่างประเทศ โดยบุกทั้งตลาดผู้บริโภคเอเชียและ ไม่ใช่ผู้บริโภคในเอเชียของสหรัฐฯ

ข้าวกลิ่นหอมที่ปลูกในสหรัฐฯ แยกเป็น 2 ชนิด คือ (1) ข้าวหอมอเมริกัน (American Jasmine) ได้แก่ ข้าวกลิ่นหอมพันธุ์ Della Rice, Dellrose, Jasmine 85, Jazzman, ARoma17 และ Calaroma-201 ซึ่งเป็นข้าวกลิ่นหอมอเมริกันที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับข้าวหอมของไทยมากที่สุด มีการปลูกในรัฐอาร์คันซอส์ รัฐหลุยส์เซียน่า รัฐมิสซูรี รัฐเท็กซัส และ รัฐแคลิฟอร์เนียและ (2) ข้าวอเมริกันบัสมาติ ได้แก่ Jasmati และ Texmati มีการปลูกในรัฐ รัฐอาร์คันซอส์ รัฐหลุยส์เซียน่า รัฐเท็กซัส และ รัฐแคลิฟอร์เนีย ผลผลิตข้าวกลิ่นหอมของสหรัฐฯ รวมกันคิดเป็นเพียงร้อยละ 5 ของตลาดข้าวกลิ่นหอมในสหรัฐฯ พื้นที่การปลูกข้าวหอมของสหรัฐฯ อยู่ในรัฐอาร์คันซอส์ หลุยส์เซียน่า มิสซูรี และ แคลิฟอร์เนีย

เกษตรกรสหรัฐฯ เปิดเผยว่า การปลูกข้าวกลิ่นหอม (ข้าวจัสมินและบัสมาติ) ให้ผลตอบแทนและกำไรที่สูงกว่าข้าวจ้าว (Long Grain Rice) เนื่องจากสามารถจำหน่ายได้ในราคาพรีเมียมหรือมีราคาจำหน่ายใกล้เคียงหรือต่ำกว่ากับข้าวกลิ่นหอมนำเข้าเล็กน้อย

2. ข้าวกลิ่นหอมนำเข้าจากต่างประเทศในสหรัฐฯ:

ข้าวกลิ่นหอมนำเข้าจากไทยและอินเดียมีปัญหาเรื่องคุณภาพน้อยมากเมื่อเทียบกับข้าวกลิ่นหอมของสหรัฐฯ จุดเด่นของข้าวหอมนำเข้าที่เหนือกว่าข้าวกลิ่นหอมอเมริกันคือความสม่ำเสมอของขนาดของเมล็ดข้าว และความเหนียวของข้าว

2.1 ข้าวหอมนำเข้าจากเอเชียใต้: เป็นที่รู้จักกันคือข้าวบัสมาติ ซึ่งจะบริโภคกันในกลุ่มผู้บริโภคที่ย้ายถิ่นฐานจากเอเชียใต้มาอาศัยในสหรัฐฯ โดยอินเดียเป็นแหล่งเพาะปลูกที่มีผลผลิตมากที่สุดตามด้วย ปากีสถาน และบังคลาเทศ คาดว่าสหรัฐฯ จะนำเข้าข้าวบัสมาติประมาณ 1.5 แสนเมตริกตันหรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 จากปี 2564 อินเดียครองตลาดนำเข้าข้าวบัสมาติในสหรัฐฯ ร้อยละ 85 อย่างไรก็ตาม ข้าวบัสมาตินำเข้าต้องเผชิญการแข่งขันกับข้าวบัสมาติที่ปลูกในสหรัฐฯ เช่น Texmati, Jasmati, California Basmati เป็นต้น

นักการตลาดข้าวสหรัฐฯ เห็นว่า ข้าวบัสมาตินำเข้าและข้าวหอมไทยที่จำหน่ายในสหรัฐฯ มีคุณภาพทัดเทียมกัน แต่เห็นว่า ข้าวบัสมาติมีข้อได้เปรียบข้าวหอมของไทยแยกเป็น 2 ประเด็น คือ (1) ข้าวบัสมาติมีคุณภาพเดียวและทุกถุงข้าวที่จำหน่ายใช้ชื่อว่า “บัสมาติ” ในขณะที่ข้าวหอมไทยมีแบ่งเกรดและเรียกชื่อต่างกัน และ (2) ขนาดบรรจุจำหน่ายปลีกมีขนาดที่เหมาะสมในการซื้อและการนำพา และอีกทั้งบรรจุภัณฑ์ได้รับการออกแบบเป็นพรีเมียมให้สอดคล้องกับคุณสมบัติข้าวที่เป็นแบบพรีเมียม

ข้าวบัสมาติที่จำหน่ายและได้รับความนิยมในสหรัฐฯ มี 2 ชนิด คือ เป็นข้าวดิบ (Raw) และ เป็นข้าวึ่ง (Parboiled Rice) ซึ่งตลาดสหรัฐฯ ในปัจจุบัน มีความต้องการข้าวึ่งขยายตัวสูง ข้าวบัสมาติจำหน่ายได้ดีทั้งทางออฟไลน์และทางออนไลน์ซึ่งปัจจุบันการให้บริการทางอีคอมเมิร์ซโดยจัดส่งสินค้าให้ได้อย่างรวดเร็วและต้นทุนนำส่งสินค้าต่ำ เป็นจุดสนับสนุนการขายข้าวบัสมาติทางออนไลน์

2.2 ข้าวกลิ่นหอมเวียดนาม: เวียดนามเป็นแหล่งปลูกข้าวกลิ่นหอม(ข้าวจัสมิน) ที่กำลังเติบโต แต่ยังมีปริมาณผลผลิตต่ำ ข้าวจัสมินเวียดนามจัดว่าเป็นข้าวหอมคุณภาพชั้นสอง (Second Grade) ยังมีปัญหาในเรื่องความสม่ำเสมอของคุณสมบัติความหอมและขนาดเมล็ดข้าวหลังจากสีแล้ว แต่มีความนุ่ม อีกทั้งมีความได้เปรียบข้าวไทยด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า

ข้าวพันธุ์ **ST25 Rice** ซึ่งข้าวจัสมินที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ World Best Rice ปี 2562 ขณะนี้เจอปัญหาสินค้าข้าวปลอมลอกเลียนแบบข้าว ST25 เจ้าของสายพันธุ์ข้าว ST25 Rice ได้ยื่นขอจดทะเบียนสิทธิบัตรข้าวและได้รับการเห็นชอบจากสหรัฐฯ เมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2564 ที่ผ่านมา

2.3 ข้าวกลิ่นหอมจากกัมพูชาและพม่า: มีศักยภาพเป็นคู่แข่งคู่แข่งไทยที่ควรจับตามอง แต่ข้าวของทั้งสองประเทศอาจต้องใช้เวลาหลายสิบปีในการก้าวขึ้นมาแข่งกับไทย เนื่องจากแหล่งผลิตทั้งสองยังขาดเงินทุน การตลาด และเทคโนโลยีขั้นสูงไทยไม่ได้ แต่มีข้อได้เปรียบไทยในด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าไทย

การนำเข้าข้าวตามรหัสศุลกากร 1006.30 ระหว่างมกราคม-กันยายน 2563-2564

แหล่งนำเข้า	มูลค่านำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)				อัตราการขยายตัว(%)	ปริมาณนำเข้า (เมตริกตัน)		
	มกราคม-กันยายน		สัดส่วนตลาด (%)			มกราคม-กันยายน		อัตราการขยายตัว(%)
	2563	2564	2563	2564		2563	2564	
Thailand	547.74	373.20	62.74	60.21	-31.87	502,565	401,234	-20.16
India	186.50	141.31	21.36	22.80	-24.23	171,820	145,154	-15.52
China	16.85	23.03	1.93	3.72	36.68	44,159	64,409	45.86
Pakistan	35.11	19.68	4.02	3.18	-43.95	26,236	14,683	-44.03
Italy	12.01	9.84	1.38	1.59	-18.07	7,951	6,096	-23.33
Canada	8.61	8.88	0.99	1.43	3.14	6,425	5,996	-6.68
Spain	4.04	7.63	0.46	1.23	88.86	2,820	4,591	62.80
Argentina	6.15	6.97	0.70	1.12	13.33	7,370	7,814	6.02
Vietnam	8.01	6.85	0.92	1.11	-14.48	12,112	9,044	-25.33
Cambodia	2.85	0.76	0.33	0.12	-73.33	3,237	534	-83.50
แหล่งอื่นๆ	45.22	21.68	5.18	3.50	-52.06	67,057	23,550	-64.88
รวมการนำเข้า	873.09	619.83	100.00	100.00	-29.01	851,752	683,105	-19.80

ที่มา: lhs Markit

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2564 สหรัฐฯ นำเข้าข้าวตามรหัสศุลกากร 1006.30 (ข้าวกลิ่นหอมจัดอยู่ในรหัสนี้) เป็นมูลค่า 619.83 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงไปจากช่วงเดียวกันของปี 2563 ร้อยละ 29.01 แหล่งนำเข้าข้าวกลิ่นหอมที่สำคัญ เช่น ไทย อินเดีย ปากีสถาน และ เวียดนาม ล้วนมีมูลค่านำเข้าหดตัว ปัญหาปัญหาการขาดแคลนตู้สินค้าและพื้นที่ระวางสินค้าบนเรือ ปัจจัยสำคัญต่อการลดลงของการนำเข้าข้าวของสหรัฐฯ ผนวกกับความล่าช้าและการยืดเวลาการรอเข้าเทียบท่าเพื่อขนถ่ายสินค้า จึงทำให้ตัวเลขมูลค่านำเข้าที่ปรากฏในฐานข้อมูลศุลกากรสหรัฐฯ ต่ำลงไปอีก

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2564 ปริมาณสหรัฐฯ นำเข้าข้าวหอม/ข้าวหอมมะลิจากไทย ลดลงไป 101,331 ตัน เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา หากความต้องการบริโภคข้าวกลิ่นหอมอยู่ในระดับเดียวกันกับปี 2563 ดังนั้น จะเกิดช่องว่างความต้องการ และเปิดโอกาสให้ข้าวอเมริกันจัสมินเข้ามาแทรกและแย่งชิงสัดส่วนตลาดข้าวหอมของไทยไป และเป็นข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นปัจจุบันในตลาด

ใครคือคู่แข่งตัวจริงของข้าวไทยในสหรัฐฯ

ความต้องการบริโภคข้าวกลิ่นหอมในตลาดสหรัฐฯ มีจำนวนกว่า 1 ล้านตันต่อปี โดยมีข้าวไทยครองตลาดกว่าร้อยละ 60 ตัวเลขความต้องการจึงเป็นปัจจัยดึงดูดให้ผู้ประกอบการทั้งในประเทศสหรัฐฯ และจากต่างประเทศ เข้ามาแข่งขันและแย่งสัดส่วนตลาดข้าวกลิ่นหอมของในสหรัฐฯ

ข้าวกลิ่นหอมที่จะเป็นคู่แข่งและเป็นภัยคุกคามต่อตลาดข้าวหอม/ข้าวหอมมะลิไทย ในสหรัฐฯ ไม่ใช่ข้าวบัสมาติจากอินเดียหรือปากีสถาน แต่คู่แข่งตัวจริงคือ ข้าวกลิ่นหอมของอเมริกัน (หรืออเมริกันจัสมิน) และข้าวจัสมินจากเวียดนาม

ข้าวอเมริกันจัสมิน คือเป็นความหวังใหม่ของสหรัฐฯ และจะเป็นกุญแจสำคัญในการเปลี่ยนแปลงการบริโภคข้าวกลั่นหอมในสหรัฐฯ เนื่องจากข้าวได้รับการพัฒนาเป็นลำดับ มีปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ข้าวมีราคาต่ำกว่าข้าวไทย อีกทั้งอ้างว่ามีคุณสมบัติทัดเทียมกับข้าวหอม/ข้าวหอมมะลิไทย (ข้าวกลั่นหอมของแคลิฟอร์เนีย Calrose ได้รับรางวัล World Best Rice ในปี 2558) ดังนั้น ข้าวอเมริกันจัสมินจะเป็นข้าวที่เข้ามาแข่งขันอย่างจริงจังกับข้าวของไทยในอนาคต ข้อได้เปรียบในเรื่องความรวดเร็วในการขนส่งและราคาขายที่ต่ำกว่าข้าวนำเข้าจากไทย และเครือข่ายในการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพผนวกกับการรณรงค์ การสนับสนุน และการส่งเสริมด้านการตลาดจากสมาคมข้าวสหรัฐฯ จะเป็นปัจจัยช่วยผลักดันการเพิ่มการบริโภคข้าวอเมริกันจัสมินซึ่งเข้ามาแข่งสัดส่วนตลาดของข้าวหอม/ข้าวหอมมะลิไทยในสหรัฐฯ

ข้าวเวียดนามจัสมิน ได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้นเป็นลำดับ รางวัลชนะเลิศ World Best Rice ปี 2562 ของข้าวจัสมินเวียดนามพันธุ์ ST25 ถือว่าเป็นการแจ้งเกิดให้โลกได้ทราบถึงศักยภาพข้าวของเวียดนาม และเป็นแรงดึงดูดความสนใจการซื้อจากผู้นำเข้าสหรัฐฯ จะเห็นได้จากปริมาณข้าวจัสมินเวียดนามมายังสหรัฐฯ ในปี 2563 ขยายตัวเพิ่มร้อยละ 11 จากปี 2562 แต่การนำเข้าในปี 2564 (ช่วง 9 เดือนแรกของปี) ลดลงไปร้อยละ 25 ซึ่งการส่งออกข้าวของเวียดนามเผชิญปัญหาการขาดแคลนตู้สินค้าเช่นเดียวกับไทย ปัจจุบัน เวียดนามยังไม่ดำเนินในเรื่องการประชาสัมพันธ์และการตลาดอย่างจริงจังเพื่อเพิ่มบริโภคข้าวจัสมินเวียดนาม หากข้าวเวียดนามมีความพร้อมดำเนินการผลักดันข้าวในตลาดสหรัฐฯ จะมีผลกระทบต่อตลาดข้าวไทยในสหรัฐฯ ในอนาคต

ปัญหาและอุปสรรคของข้าวกลั่นหอมไทยในสหรัฐฯ

1. ผู้นำเข้าชะลอคำสั่งซื้อ: มูลค่าการนำเข้าข้าวของสหรัฐฯ จากไทยในปี 2564 ลดลงในอัตราสูงเมื่อเทียบกับปี 2563 ที่ผ่านมา ซึ่งผู้นำเข้าข้าวหลายๆ รายแจ้งว่า เป็นผลจากการชะลอคำสั่งซื้อเนื่องจากคำสั่งซื้อข้าวจำนวนมากในระยะเวลาที่ผ่านมา ผู้ส่งออกไทยยังไม่ได้จัดส่งมายังผู้นำเข้า
2. ข้าวอเมริกันเข้าแทรกตลาดข้าวไทย: สถานการณ์ขาดแคลนตู้สินค้าส่งผลกระทบต่อคำสั่งซื้อและนำเข้าข้าวจากไทย อีกทั้งต้นทุนนำเข้าสูงขึ้น ผู้นำเข้ามีข้าวไม่เพียงพอจำหน่ายให้ลูกค้า จึงเกิดเป็นช่องว่าง และพ่อค้าข้าวต้องหันไปซื้อข้าวกลั่นหอมอเมริกันมาทดแทนข้าวไทย อีกทั้งเป็นแรงผลักดันให้ชาวนาสหรัฐฯ หันมาปลูกข้าวกลั่นหอมในประเทศมากขึ้น เพื่อสนองความต้องการ
3. คุณภาพ และ ความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น รวมไปถึงราคาที่ต่ำกว่าข้าวไทยของข้าวกลั่นหอมคู่แข่งทั้งจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นดึงดูดความสนใจจากผู้นำเข้า จะเป็นภัยคุกคามต่อตลาดและสัดส่วนตลาดข้าวไทยในอนาคต
4. ผู้นำเข้ามีความเห็นว่า ข้าวกลั่นหอมในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศมาขายแข่งขันกับข้าวไทยถือว่าเป็นโอกาสหรือเป็นทางเลือก ไม่เป็นอุปสรรคต่อการทำการค้าขายข้าว เนื่องจากผู้ขายต้องขายสินค้าที่ลูกค้า/ผู้บริโภคต้องการ หรือซื้อมาจำหน่ายในราคาที่ให้ผลกำไรสูง
5. ผู้บริโภคลดการบริโภคข้าว: ปัจจุบันผู้บริโภครับประทานข้าวน้อยลงเพราะดูแลสุขภาพส่งผลให้การสั่งซื้อลดลงไปด้วย โดยเฉพาะผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียลและ เจน-ซี

6. ความหอมข้าวไทยลดลง: คนจีนกินข้าวมาเป็นห้าพันปี ผู้บริโภคซื้อสายจีนใน
สหรัฐฯ จะมีความรู้ข้าวอร่อยหรือไม่อร่อย ข้าวหอมหรือไม่หอม ผู้นำเข้าที่จำหน่ายข้าวหอมมะลิไทย
เข้าตลาดผู้บริโภคจีนและร้านอาหารจีนแจ้งให้ทราบว่า ได้รับร้องเรียนว่าข้าวหอมมะลิไทยไม่หอมหรือมี
ความหอมน้อยลง และข้าวเมล็ดสั้นลง ข้าวเวียดนามมีคุณภาพดีขึ้นเพราะมีการพัฒนาพันธุ์ข้าวตลอดเวลา

โอกาสการเพิ่มสัดส่วนตลาดข้าวไทยในสหรัฐฯ

1. ข้าวดี ผู้นำเข้าแจ้งว่าความต้องการบริโภคข้าวไทยในตลาดมีปริมาณมาก ลูกค้า
ร้านค้าปลีกต้องการข้าวไทยจำนวนมากไปจำหน่าย มีเท่าไรขายได้หมด ผู้นำเข้าจึงมีความต้องการนำเข้า
ข้าวเพิ่มขึ้น แต่อุปสรรคที่สำคัญ คือ ปัญหาการขาดแคลนตู้สินค้าและพื้นที่ระวางสินค้าบนเรือของไทย ซึ่ง
ส่งผลกระทบต่อการลดปริมาณนำเข้าข้าวจากไทยรวมไปถึงความล่าช้าในการได้รับสินค้า การ
นำเข้าข้าวจากไทยของผู้นำเข้าในปี 2564 จึงต่ำกว่าปี 2563 ประมาณร้อยละ 10-20

2. ผู้นำเข้าแจ้งว่า มี Purchase Order (PO) ต่อเนื่องไปจนถึงสิ้นปี ประกอบกับราคา
FOB ข้าวหอมมะลิไทยใหม่ปี 2565 ต่ำกว่าปีที่ผ่านมา หรือมีราคาตัวเลข 3 หลัก จูงใจในการสั่งซื้อ
(ในขณะที่ในต้นปี 2564 เป็นราคาตัวเลข 4 หลัก) และยืนยันว่าจะเพิ่มการนำเข้าข้าวจากไทยในปี 2565
โดยตั้งเป้าไว้ว่าจะเพิ่มการสั่งซื้อประมาณร้อยละ 15-25 ทั้งนี้ จะมากน้อยเท่าไร ขึ้นอยู่กับความสามารถ
ได้ตู้คอนเทนเนอร์และพื้นที่ระวางสินค้า และรวมถึงราคาที่เหมาะสม ผู้เข้าเข้าใจปัญหาเรื่องตู้สินค้าเป็น
ปัญหาของโลกไม่ใช่เฉพาะประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ผู้นำเข้าขอให้ทางประเทศไทยตระหนักว่าตลาด
สหรัฐฯ มีความต้องการสั่งซื้อข้าวไทย และควรหาหนทางช่วยเหลือลดอุปสรรคดังกล่าว

3. โอกาสการเพิ่มการนำเข้าข้าวแขวนอยู่ตู้สินค้า พื้นที่ระวาง และต้นทุนการนำเข้า
ลดลง ผู้นำเข้าเชื่อว่า ปัญหาดังกล่าวคงยืดเยื้อออกไปปี 2565 แต่ก็ได้มีการวางแผนการนำเข้ารองรับ
ล่วงหน้าไว้แล้ว และส่ง PO ของ 2565 ไปให้ผู้ส่งออกบ้างแล้ว ผู้นำเข้ามีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มสูงขึ้นจาก
ระดับปี 2564 โดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 15

4. ผู้นำเข้าต้องการให้ดำเนินการในเรื่องการส่งเสริมการตลาดและการขาย เพื่อเพิ่ม
ความต้องการการบริโภคข้าวของไทยในรูปแบบ National Campaign เพื่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้าง

หมายเหตุ: ข้อมูลประกอบรายงานข่าวส่วนหนึ่งมาจากการหารือกับผู้นำเข้าข้าวรายสำคัญ 3-4 รายในเขตอามา

ข้อพิจารณาสำหรับตลาดข้าวไทยในสหรัฐฯ

1. ขยายการผลิตสินค้าข้าวชนิด Value Added เช่น Frozen Cooked Rice, Ready
Cooked Rice เพื่อเข้าไปจำหน่ายในตลาด Mainstream

2. การใช้ช่องทางการค้าทางออนไลน์เป็นเครื่องมือและโอกาสในการเพิ่มการส่งออก
และเพิ่มยอดขาย เพื่อเป็นการแสวงหาพันธมิตรทางการค้าและคู่ค้า รายใหม่ในตลาด

3. ปัจจุบัน ข้าวบัสมาตีได้รับความนิยมบริโภคเพิ่มขึ้นในตลาดสหรัฐฯ ในกลุ่มผู้บริโภค
Non-Asian หรือในตลาด Mainstream ดังนั้น หากผู้ส่งออกไทยสนใจจะส่งออกข้าวบัสมาตีไทยไป
จำหน่ายในตลาดสหรัฐฯ ควรวางแผนและมุ่งจำหน่ายข้าวเข้าตลาดผู้บริโภค Non-Asian

4. การสร้าง Digital Trading Platform เฉพาะการค้าขายข้าว หรือการจัดทำคลังข้อมูลข้าวเป็นระบบ (Rice Information System) เพื่อการสนับสนุนการค้าข้าว
5. การปรับขนาดและการออกแบบถุงบรรจุข้าวให้มีความกระทัดรัด สะดวกในการนำพาจะเป็นปัจจัยช่วยเพิ่มยอดขายให้สินค้า
6. การผลักดันข้าวเพื่อสุขภาพของไทย ได้แก่ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวอินทรีย์ ข้าวกล้อง ข้าวแดง ข้าวสังข์หยด และ ข้าวเหนียวแดง เป็นต้น
7. ผู้บริโภครุ่นใหม่ ให้ความสนใจต่อข้อมูลสินค้า ผู้ประกอบการข้าวไทยควรพิจารณาให้ข้อมูลในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ความยั่งยืน (Sustainability) และแหล่งที่มา (Origin) เพื่อเป็นจุดขาย
8. ผู้บริโภคอเมริกันชอบลองของใหม่ ดังนั้น การพิจารณานำเสนอข้าวกลิ่นหอมพันธุ์ใหม่เข้าตลาดสหรัฐฯ ให้เป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภค

การดำเนินการผลักดันตลาดข้าวไทยในสหรัฐฯ ของสคต.ชิคาโก

สคต.ชิคาโกมีแผนงานโครงการผลักดันตลาดข้าวไทยในสหรัฐฯ ในปีงบประมาณ 2565 แยกเป็น 2 กิจกรรม คือ

1. โครงการสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มความต้องการบริโภคข้าวไทยและผลิตภัณฑ์จากข้าวในสหรัฐฯ โดยจะจัดดูหา Showcase ข้าวไทยและผลิตภัณฑ์จากข้าว ในงานแสดงสินค้า NRA Restaurant Show 2022 ระหว่างวันที่ 20-23 พฤษภาคม 2565 ณ นครชิคาโก พร้อมกับชักชวนให้ผู้ส่งออกไทยส่ง/นำสินค้ามาจัดแสดงและพบและให้ข้อมูลสินค้าแก่กลุ่มเป้าหมายในดูหาไทย
2. โครงการส่งเสริมอาหารไทย (In-Store Promotion) เข้าตลาดผู้บริโภค Ethnic (Hispanic & Asian) ร่วมกับผู้นำเข้าและร้านซูเปอร์มาร์เก็ต โดยสินค้าข้าวไทยเป็นสินค้ารายการหนึ่งรวมอยู่ในกิจกรรม คาดว่าจะดำเนินการในช่วงไตรมาสที่ 3-4 ของปี 2565
3. การจัดทำกิจกรรม Online Business Matching (OBM) เพื่อเป็นการสานต่อจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า NRA Restaurant Show ให้แก่ผู้สนใจสอบถามข้อมูลข้าวไทย ให้เจรจาการค้า OBM กับผู้ส่งออกไทย หลังจากงาน NRA Restaurant Show เสร็จสิ้นไปแล้วประมาณ 1-2 สัปดาห์
4. การจัดดูหาประชาสัมพันธ์ข้าวไทยในงาน Minnesota Songkran Festival 2022 ระหว่างวันที่ 28-29 พฤษภาคม 2565 ณ ลานเอนกประสงค์หน้าศาลากลางรัฐมินเนโซต้า

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก

30 พฤศจิกายน 2564