

ภาวะสินค้าข้าวไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา (เฉพาะเขตพื้นที่ดูแล สคต. ไมอามี)

ภาพรวมสถานการณ์ข้าวในสหรัฐฯ

สหรัฐฯ สามารถเพาะปลูกข้าวได้มากในพื้นที่ตอนกลางของประเทศโดยเฉพาะในรัฐอาคันซอร์ รัฐแคลิฟอร์เนีย รัฐลุยเซียนา รัฐมิสซูรี รัฐเท็กซัส และรัฐมิสซิสซิปปี โดยในปีการเพาะปลูก 2564/2565 คาดว่าสหรัฐฯ มีพื้นที่การเพาะปลูกข้าวในประเทศทั้งสิ้น 2.54 ล้านเอเคอร์ (ลดลงร้อยละ 16.30) คิดเป็นปริมาณการผลิตข้าวได้ทั้งสิ้น 190.5 ล้านตัน (ลดลงร้อยละ 16.27) โดยปัจจัยด้านจำนวนพื้นที่เพาะปลูกที่ปรับตัวลดลงรวมถึงปัจจัยด้านภาวะอากาศแห้งแล้งในเขตรัฐแคลิฟอร์เนียซึ่งเป็นแหล่งเพาะปลูกข้าวเมล็ดกลาง (Medium-Grain) และข้าวเมล็ดสั้น (Short-Grain) ของสหรัฐฯ เป็นอุปสรรคสำคัญทำให้ปริมาณผลผลิตข้าวสหรัฐฯ ลดลง

ทั้งนี้ ในปีการเพาะปลูก 2564/2565 คาดว่า สหรัฐฯ จะมีความต้องการบริโภคข้าวทั่วประเทศทั้งสิ้น 146 ล้านตัน (ลดลงร้อยละ 4.41) ซึ่งเป็นระดับใกล้เคียงช่วงก่อนหน้าที่จะเกิดภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดในสหรัฐฯ ดีขึ้นใกล้เคียงกับภาวะปกติผู้บริโภคในตลาดลดการกักตุนสินค้าข้าว ซึ่งสามารถเก็บรักษาได้ง่ายเป็นระยะเวลาสั้น อีกทั้งผู้ประกอบการบริการร้านอาหารก็สามารถกลับมาเปิดบริการได้ตามปกติ จึงทำให้ผู้บริโภคชาวอเมริกันต้องการซื้อข้าวลดลง

ภาวะการนำเข้าสินค้าข้าวของสหรัฐฯ

ในระหว่างเดือนมกราคม – สิงหาคม สหรัฐฯ มีปริมาณนำเข้าข้าวทั้งสิ้น 699,962 ตัน (ลดลงร้อยละ 24.29) เป็นมูลค่าทั้งสิ้น 597.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ลดลงร้อยละ 29.29) โดยนำเข้าสูงสุดจากไทยเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 340.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ร้อยละ 57.02) อินเดียเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 135.57 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ร้อยละ 22.69) ปากีสถานเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 22.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ร้อยละ 3.73) บราซิลเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 16.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ร้อยละ 2.84) และจีนเป็นมูลค่า 15.88 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ร้อยละ 2.87) ตามลำดับ

ตารางแสดง: ข้อมูลการนำเข้าสินค้าข้าว ปี 2561 – 2564 (มกราคม – สิงหาคม)

สินค้า	2561	2562	2563	เปลี่ยนแปลง		เปลี่ยนแปลง	
				%	ม.ค. – ส.ค.	%	ม.ค. – ส.ค.
				(63/62)	ม.ค. – ส.ค.	ม.ค. – ส.ค.	(64/63)
ข้าวขาว HS 100630	836.59	945.74	1,106.11	16.96	793.09	552.49	-30.34
ข้าวกล้อง HS 100620	49.65	52.42	58.80	4.95	42.62	28.64	-32.79
ข้าวหัก HS 100640	17.06	15.42	22.05	42.93	9.35	16.43	75.74
ข้าวเปลือก HS 100610	0.05	0.14	0.98	-30.17	0.03	0.01	-61.15
รวม	903.35	1,013.72	1,187.06	17.10	845.09	597.58	-29.29

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

ตารางแสดง: ข้อมูลแหล่งนำเข้าสินค้าข้าวของสหรัฐฯ ที่สำคัญ ปี 2561 – 2564 (มกราคม - สิงหาคม)

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

อันดับ	ประเทศ	2561	2562	2563	เปลี่ยนแปลง		2564	เปลี่ยนแปลง	
					%	ม.ค. – ส.ค.		%	ม.ค. – ส.ค.
				(63/62)				(64/63)	
1.	ไทย	540.22	633.31	694.22	58.48	517.92	340.75	57.02	
2.	อินเดีย	210.14	226.26	279.02	23.51	182.54	135.57	22.69	
3.	ปากีสถาน	31.47	37.96	55.24	45.55	41.16	22.28	3.73	
4.	บราซิล	22.45	19.39	39.13	101.82	24.25	16.94	2.84	
5.	จีน	28.79	23.25	24.31	4.53	16.87	15.88	2.84	
ประเทศอื่น ๆ		70.28	73.55	95.14	29.35	62.35	66.16	6.11	
รวม		903.35	1,013.72	1,187.06	17.10	845.09	597.58	-29.29	

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

หากพิจารณาปริมาณการนำเข้าสินค้าข้าวเฉพาะในเขตพื้นที่ สคต. ไมอามี ในระหว่างเดือนมกราคม – สิงหาคม 2564 พบว่า มีปริมาณทั้งสิ้น 14,508.29 ตัน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.07 ของปริมาณนำเข้าทั้งหมดของสหรัฐฯ โดยมีปริมาณนำเข้าสินค้าข้าวขาวสูงสุดทั้งสิ้น 13,389.28 ตัน (ร้อยละ 92.29) รองลงมาได้แก่ ข้าวสีปริมาณทั้งสิ้น 1,026.24 ตัน (ร้อยละ 7.07) ข้าวหักปริมาณทั้งสิ้น 55.40 ตัน (ร้อยละ 0.38) และข้าวเปลือก 37.17 ตัน (ร้อยละ 0.26) ตามลำดับ โดยรวมคาดว่า ผู้นำเข้าในเขตพื้นที่จะมีปริมาณความต้องการนำเข้าสินค้าข้าวในปี 2564 ทั้งสิ้นประมาณ 20,000 ตันใกล้เคียงกับปริมาณนำเข้าในปี 2563

พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาด

ข้าวหอมมะลิไทยเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในกลุ่มผู้บริโภคชาวเอเชียอเมริกันมาเป็นระยะเวลานาน และถือเป็นข้าวขาวคุณภาพสูงเป็นที่นิยมเลือกบริโภคอยู่แล้ว ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคชาวฮิสแปนิกซึ่งแม้ว่าจะมีพฤติกรรมนิยมรับประทานข้าวร่วมกับอาหารหลักคล้ายคนไทย แต่ผู้บริโภคกลุ่มนี้มักจะชอบบริโภคข้าวที่มีความแข็งร่วนคล้ายธัญพืชมากกว่า อีกทั้ง ด้วยลักษณะอาหารพื้นฐานของชาวฮิสแปนิกมักจะใส่เครื่องเทศมีกลิ่นค่อนข้างแรง การรับประทานคู่กับข้าวหอมมะลิไทยที่มีกลิ่นเฉพาะตัวจึงไม่เป็นที่นิยมนัก ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคชาวอเมริกันผิวขาวที่ค่อนข้างยอมรับข้าวหอมมะลิไทยพอสมควร แต่ด้วยอุปสรรคการหุงข้าวที่ค่อนข้างยุ่งยาก และใช้เวลานานหากไม่มีหม้อหุงข้าว การบริโภคตามครัวเรือนจึงไม่ค่อยนิยมส่วนใหญ่จะรับประทานผ่านร้านอาหารไทยเป็นหลัก

โดยสินค้าข้าวหอมมะลิไทยที่มีบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ 10 - 25 ปอนด์ขึ้นไปมักจะจำหน่ายผ่านร้านจำหน่ายปลีกสินค้าอาหารเอเชีย (Specialty Stores) เพื่อทำตลาดกลุ่มเอเชียอเมริกันที่บริโภคข้าวเป็นอาหารหลักเป็นหลัก ส่วนบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กระหว่าง 1 – 10 ปอนด์มักจะจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสินค้าอาหารทั่วไปเพื่อทำตลาดกลุ่มผู้บริโภคชาวอเมริกันที่เลือกรับประทานข้าวหอมมะลิเป็นครั้งคราวเท่านั้น

ปัญหาและอุปสรรค

1. แม้ว่าผู้บริโภคชาวฮิสแปนิกที่นิยมเลือกรับประทานข้าวร่วมกับอาหารหลักจะมีจำนวนประชากรมากในเขตพื้นที่ แต่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มักจะเลือกบริโภคข้าวขาว Calrose ที่ผลิตได้ในสหรัฐฯ ซึ่งนอกจากจะมีราคาจำหน่ายถูกกว่าข้าวหอมมะลิไทยในท้องตลาด และมีคุณสมบัติที่มีความแข็งและคงตัวสูงเหมาะกับการนำไปประกอบอาหารท้องถิ่นมากกว่าข้าวหอมมะลิไทย
2. แนวโน้มการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาในสหรัฐฯ เริ่มดีขึ้นใกล้จะเป็นปกติ ทำให้ผู้บริโภคชาวอเมริกันลดปริมาณการกักตุนสินค้าอาหารแห้งและเลือกออกไปรับประทานอาหารตามร้านอาหารนอกบ้านมากขึ้น จึงทำให้ความต้องการซื้อข้าวในตลาดโดยรวมปรับตัวลดลงในปี
3. ปัจจัยอุปสรรคในอุตสาหกรรมการขนส่งและห่วงโซ่อุปทานในตลาดโลกผลักดันให้ต้นทุนการขนส่งสินค้าข้าวหอมมะลิไทยซึ่งมีน้ำหนักมากปรับตัวสูงขึ้น ผู้ประกอบการในตลาดต้องผลัดภาระค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นไปยังผู้บริโภคทำให้ราคาจำหน่ายข้าวเปลือกในตลาดปรับตัวสูงขึ้นระหว่าง 5 – 10 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อถุง ดังนั้น ผู้บริโภคที่ไม่ได้รับประทานข้าวเป็นอาหารหลักจึงหันไปเลือกบริโภคอาหารคาร์โบไฮเดรตชนิดอื่น เช่น เส้นพาสต้า และมันฝรั่ง เป็นต้น อีกทั้ง แนวโน้มราคาข้าวในตลาดที่ปรับตัวสูงขึ้นจากปัจจัยด้านจำนวนอุปทานในตลาดที่ลดลงยังส่งผลกระทบต่อความต้องการบริโภคข้าวของผู้บริโภคชาวอเมริกันในตลาดด้วย
4. กระแสความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของชาวอเมริกัน ส่งผลให้ผู้บริโภคในตลาดบางส่วนหลีกเลี่ยงที่จะบริโภคข้าว เนื่องจากมีปริมาณคาร์โบไฮเดรตสูงหากบริโภคในปริมาณมากอาจจะส่งผลกระทบต่อร่างกายและสุขภาพได้ในระยะยาว เช่น ผู้ที่บริโภคอาหารแบบ Keto หรือผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก
5. สินค้าข้าวไทยไม่อยู่ในรายการสินค้าที่ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) ทำให้สินค้าข้าวส่งออกจากไทยไปสหรัฐฯ ต้องชำระภาษีนำเข้าในอัตราระหว่าง 0.44 – 2.1 เซนต์ต่อกิโล และอัตราร้อยละ 11.2 สำหรับสินค้าข้าวหนึ่ง

แนวทางการขยายตลาด/สู่ทางการจำหน่ายสินค้าของไทย

1. แม้ว่าไทยจะยังเป็นผู้ส่งออกหลักในตลาดสหรัฐฯ มีสัดส่วนตลาดกว่าครึ่งหนึ่งก็ตามแต่กลับพบว่าประเทศคู่แข่งโดยเฉพาะอินเดียผู้ผลิตและส่งออกข้าวบาสมาดิที่เป็นคู่แข่งสำคัญของข้าวหอมมะลิไทยในตลาดสหรัฐฯ มีสัดส่วนตลาดขยายเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงควรที่จะให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพสินค้าข้าวหอมมะลิไทยให้ได้มาตรฐานเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในตลาดและรักษาต้นทุนการผลิตเพื่อคงความสามารถในการแข่งขันในตลาดในระยะยาว
2. ผู้บริโภครุ่นใหม่ในตลาดสหรัฐฯ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอรรถประโยชน์และสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมาก ดังนั้น จึงน่าจะเป็นโอกาสสำหรับสินค้าข้าวสีจากไทย เช่น ข้าวกล้อง ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวสังข์หยด รวมถึงข้าวพื้นเมืองไทยอื่น ๆ ที่มีไฟเบอร์และวิตามินสูงซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพที่สามารถทำตลาดได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม หากมีการศึกษาและเผยแพร่ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ที่น่าเชื่อถือจากหน่วยงานหรือองค์กรที่เป็นที่ยอมรับในตลาด เช่น สถาบันสุขภาพแห่งชาติ (National Institute of Health) ก็น่าจะช่วยให้สินค้าข้าวไทยรายการอื่น ๆ เป็นที่นิยมมากขึ้นได้

3. การร่วมประชาสัมพันธ์สินค้าทั้งทางตรงและทางอ้อมร่วมกับผู้ประกอบการท้องถิ่นและผู้มีอิทธิพลทางด้านอาหารในตลาด เช่น โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับผู้ประกอบการในตลาด และโครงการประชาสัมพันธ์สินค้าร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์น่าจะช่วยให้สินค้าข้าวไทยรายการใหม่ ๆ เป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักมากขึ้นในตลาด

4. ในระยะยาวการพัฒนาและเพิ่มมูลค่า (Value Added) สินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในตลาดจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถรักษาดูแลส่งออกได้ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าสำหรับผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพและสิ่งแวดล้อมที่ยังมีโอกาสขยายตัวตลาดอีกมากในสหรัฐฯ

๑๒

วันที่ : 2 พฤศจิกายน 2564