



Weekly News from the USA

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสหรัฐอเมริกา

Thai Trade Center, CHICAGO

ประชากรเชื้อสายเอเชียขยายตัวเร็วที่สุดในสหรัฐอเมริกา

ประเด็นข่าว

ในรายงานล่าสุดของสำนักสำมะโนประชากร กระทรวงพาณิชย์สหรัฐฯ รายงานว่า ในรอบสามทศวรรษที่ผ่านมา ประชากรกลุ่มเชื้อสายเอเชียในสหรัฐฯ มีจำนวนเพิ่มขึ้นเกือบสามเท่าตัว และเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีอัตราการขยายตัวรวดเร็วที่สุดในบรรดากลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ ในสหรัฐฯ ทั้งนี้สื่อ New York Times ได้นำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์รายละเอียดซึ่งมีข้อมูลที่น่าสนใจ ดังนี้

ประชากรอเมริกันเชื้อสายเอเชียในปี 2533 มีจำนวน 6.6 ล้านคนซึ่งส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่หรือเมืองตามชายฝั่ง และเมื่อพูดถึงคนเอเชียในสหรัฐฯ ผู้คนมักนึกถึงแต่รัฐแคลิฟอร์เนียและรัฐฮาวาย แต่เมื่อเวลาผ่านไป 30 ปี จำนวนประชากรเชื้อสายเอเชียในสหรัฐฯ ได้ขยายตัวไปทั่วตามภูมิภาคต่างๆ ของสหรัฐฯ ตั้งแต่เหนือจรดใต้และเข้าไปตอนกลางของประเทศหรือมิดเวสต์ ปัจจุบันประชากรกลุ่มเชื้อสายเอเชียมีจำนวนประมาณ 20 ล้านคน และมีแหล่งที่มาจาก 20 ประเทศ ตั้งแต่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียใต้ เป็นต้น

ในทศวรรษที่ผ่านมา พบว่ารัฐที่ประชากรกลุ่มเชื้อสายเอเชียมีการขยายตัวอย่างเห็นได้ชัด ได้แก่ รัฐนอร์ทดาโกตา รัฐเซาท์ดาโกตา รัฐเท็กซัส รัฐอินเดียนา และ รัฐนอร์ทแคโรไลนา ในขณะที่รัฐเวสต์เวอร์จิเนีย มีจำนวนประชากรเชื้อสายเอเชียได้ย้ายไปตั้งถิ่นฐานจำนวนมาก

ความหลากหลาย: ประชากรเชื้อสายเอเชียเป็นกลุ่มที่มีความหลากหลายภายในกลุ่ม และมีความแตกต่างทั้งรายได้ การศึกษา อายุ มีทั้งคนเชื้อสายเอเชียที่เกิดในสหรัฐฯ และผู้ที่อพยพเข้ามา และคนที่เป็นเอเชียผสม (mixed-race Asians) ที่มีจำนวนประมาณ 3.5 ล้านคน ส่วนใหญ่เป็นพลเมืองของสหรัฐฯ มีทั้งที่โอบุสชาติและที่เกิดในสหรัฐฯ และอีกจำนวนเกือบร้อยละ 60 (รวมทั้งที่เป็นคนเอเชียผสม) เป็นผู้ที่เกิดนอกประเทศสหรัฐฯ

รายได้: คนเชื้อสายอินเดียเป็นกลุ่มที่มีความมั่งคั่งมากกว่ากลุ่มอื่นๆ มีหน้าที่การงานในสาขาที่มีรายได้สูง อาทิ ด้านคอมพิวเตอร์ การเงินและการแพทย์ ร้อยละ 9 ของแพทย์ในสหรัฐฯ มีเชื้อสายอินเดีย และมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นผู้อพยพ ส่วนคนเชื้อสายภูฐานมีรายได้ครัวเรือนต่ำที่สุด (\$49,854/ปี) และมีชุมชนใหญ่ที่สุดอยู่ที่เมืองโคลัมเบียรัฐโอไฮโอ ส่วนชุมชนคนเกาหลีมีการขยายตัวที่เมืองมอนเทอร์เมอรี รัฐอลาบามา ซึ่งมีโรงงานผลิตรถยนต์ Hyundai ส่วนคนฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ทำงานด้าน Health Care

จำนวนประชากรรายได้ครัวเรือนโดยเฉลี่ยต่อปีของคนเชื้อสายเอเชียในสหรัฐฯ

กลุ่มชน	ประชากร	รายได้ครัวเรือน	กลุ่มชน	ประชากร	รายได้ครัวเรือน
จีน	4.1 ล้านคน	\$85,229	ม้ง	293,000 คน	\$64,121
อินเดีย	4.0 ล้านคน	\$123,700	เขมร	258,000 คน	\$69,267
ฟิลิปปินส์	2.9 ล้านคน	\$95,000	ไทย	205,000 คน	\$68,408
เวียดนาม	1.8 ล้านคน	\$70,172	ลาว	202,000 คน	\$63,098
เกาหลี	1.5 ล้านคน	\$74,323	พม่า	169,000 คน	\$50,278
ญี่ปุ่น	771,000 คน	\$84,068	ไต้หวัน	172,000 คน	\$97,129

หมายเหตุ: รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยของประเทศสหรัฐฯ อยู่ที่ 63,000 เหรียญสหรัฐฯ/ปี

ที่มา: *The New York Times* วันที่ 21 สิงหาคม 2564

บทวิเคราะห์

ประชากรเชื้อสายเอเชียในสหรัฐฯ

ตามรายงานผลสำรวจสำมะโนประชากรประจำปี 2563 (ซึ่งดำเนินการสำรวจทุกๆ 10 ปี) ระบุว่า ประชากรเชื้อสายเอเชียมีจำนวน 19,618,719 คน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.55 จากการสำรวจในครั้งที่ผ่านมามีเมื่อปี 2553 และคิดเป็นร้อยละ 7.3 ของประชากรรวมของสหรัฐฯ และตามคาดการณ์ของศูนย์วิจัย Pew Research Center ระบุว่า ภายใน 40 ปีข้างหน้า ประชากรเชื้อสายเอเชียในสหรัฐฯ จะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 46 ล้านคน

ผู้บริโภคเชื้อสายเอเชียมีอำนาจการซื้อประมาณ 1.2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2563 หรือคิดเป็นร้อยละ 7.1 ของกำลังซื้อรวมของประเทศ และคาดว่า กำลังซื้อของผู้บริโภคเชื้อสายเอเชียจะเพิ่มขึ้นเป็น 1.6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2567 ผู้บริโภคเอเชียเชื้อสายเอเชียยังเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อมากที่สุดสหรัฐฯ หรือมีรายได้โดยเฉลี่ย 82,900 เหรียญสหรัฐฯ/ครัวเรือน หรือสูงกว่ารายได้ครัวเรือนเฉลี่ยของประเทศสหรัฐฯ ซึ่งอยู่ที่ 63,000 เหรียญสหรัฐฯ/ปี

สินค้าไทยกับผู้บริโภคเชื้อสายเอเชีย

ผู้บริโภคเชื้อสายเอเชียใช้จ่ายร้อยละ 29 เพื่อการซื้ออาหารทั้งประเภทที่ซื้อมาประกอบด้วยตนเองและออกไปรับประทานตามร้านอาหาร ซึ่งนับว่าเป็นสัดส่วนที่สูงที่สุดของประเทศ

ผู้บริโภคเชื้อสายเอเชียอาจจะแยกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเป็นกลุ่มที่บริโภคสินค้าอาหารไทยค่อนข้างสูง ได้แก่ ลาว เขมร พม่า ม้ง ฟิลิปปินส์ และ เวียดนาม ซึ่งรวมกันมีประมาณ 5.62 ล้านคน ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งบริโภคสินค้าอาหารไทยในอัตราต่ำ ได้แก่ จีน อินเดีย เกาหลี ญี่ปุ่น และ ไต้หวัน ซึ่งมีจำนวนประมาณ 10.54 ล้านคน

สินค้าอาหารและเครื่องปรุงอาหารเป็นสินค้าไทยที่โดดเด่นในกลุ่มผู้บริโภคเชื้อสายเอเชีย สินค้าที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ เครื่องกระป๋อง ซอสปรุงรส อาหารกึ่งสำเร็จรูป/สำเร็จรูป และ เครื่องดื่ม เป็นต้น

ข้อพิจารณาการขยายตลาดในสหรัฐฯ

1. จำนวนผู้บริโภคเชื้อสายเอเชียที่เพิ่มขึ้นในอัตราสูง เป็นพลังซื้อลูกใหม่ในสหรัฐฯ และแสดงให้เห็นถึงความต้องการสินค้าบริโภค รวมไปถึงสินค้าอาหารที่เพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว ซึ่งจะเป็นโอกาสของสินค้าอาหารและเครื่องปรุงของไทยในการเพิ่มมูลค่าและสัดส่วนตลาดในสหรัฐฯ ให้มากยิ่งขึ้น

2. จากการหารือกับผู้นำเข้าอาหารเอเชียรายสำคัญในนครชิคาโก ได้รับทราบว่ามีผู้นำเข้าตระหนักถึงการเพิ่มจำนวนประชากรและการบริโภคสินค้าอาหารของผู้บริโภคเชื้อสายเอเชีย และได้มีแผนการเพิ่มการนำเข้าสินค้าอาหารของผู้บริโภคเอเชีย โดยจะเจาะลงไปถึงอาหารของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม เช่น อาหารของพม่า อาหารของเขมร อาหารของลาว และสนใจนำเข้าสินค้าอาหารดังกล่าวจากประเทศไทย ดังนั้น จึงเป็นโอกาสของผู้ผลิต/ส่งออกสินค้าอาหารของไทย ในการผลิตและนำเสนออาหารเฉพาะของกลุ่มผู้บริโภคเชื้อสายเอเชีย เช่น อาหารพม่า และ อาหารเขมร

3. สินค้าอาหารไทยเป็นที่นิยมในสหรัฐฯ คู่แข่งขันไทยหลายประเทศ เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และ จีน ได้ฉวยโอกาสหันมาผลิตสินค้าอาหารไทยและนำเสนอต่อผู้บริโภคในสหรัฐฯ และเข้ามาแข่งขันกับสินค้าอาหารเจ้าตำรับในขณะเดียวกัน ผู้ผลิตสินค้าอาหารสหรัฐฯ ก็ได้หันมาผลิตสินค้าอาหารเอเชีย เช่น อาหารไทย อาหารจีน อาหารเกาหลี อาหารญี่ปุ่น เข้ามาแข่งขันกับอาหารประเทศต้นตำรับ ดังนั้น ผู้ผลิต/ส่งออกไทยอาจจะแก้เกมส์ด้วยการพิจารณาหันไปผลิตสินค้าของประเทศคู่แข่ง ไม่ว่าจะ เป็น อาหารเกาหลี อาหารญี่ปุ่น อาหารจีน และส่งออกไปสู่กับสินค้าอาหารต้นตำรับในสหรัฐฯ

4. ผู้บริโภคเชื้อสายเอเชียรุ่นใหม่ มักจะเล็งไปซื้อสินค้าอาหารตามร้านเอเชียนโกรเซอร์รี่แบบดั้งเดิม แต่จะหันไปซื้อจากร้านซูเปอร์มาร์เก็ตอเมริกันหรือเอเชียนซูเปอร์มาร์เก็ตซึ่งปัจจุบันมีจำนวนมากขึ้นเป็นลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากร้านค้าดังกล่าวมีการจัดวางสินค้าเป็นระบบ เป็นหมวดหมู่ มีความหลากหลายของสินค้าให้เลือก ดังนั้น ซูเปอร์มาร์เก็ตจึงเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคเชื้อสายเอเชียที่สำคัญในอนาคต
