



ม้ง - กลุ่มชาติพันธุ์ขยายตัวสูงในรัฐวิสคอนซิน

ประเด็นข่าว

ม้ง (Hmong) กลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของจีน หรือทางตอนเหนือของไทย เวียดนาม ลาว และพม่า และจากผลพวงของสงครามเวียดนาม ทำให้ม้งต้องเป็นผู้พลัดถิ่นไปอาศัยอยู่ในประเทศต่างๆ เช่น ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ แคนาดา ออสเตรเลีย และ สหรัฐอเมริกา ชาวม้งได้อพยพมายังสหรัฐฯ นับแต่ปี พ.ศ. 2513 เรื่อยมาจนถึงปี 2523 และคลื่นอพยพสุดท้ายเกิดขึ้นระหว่าง ปีพ.ศ. 2543 – 2552

ผลการสำรวจสำมะโนประชากรของสหรัฐอเมริกาในปี 2552 รายงานว่า ประชากรม้งในสหรัฐฯ มีจำนวนมากกว่า 3 แสนคน โดยอยู่อาศัยมากที่สุดในรัฐแคลิฟอร์เนีย รองลงมาคือรัฐมินเนโซต้า และอันดับ 3 คือ รัฐวิสคอนซิน สำหรับเมืองที่มีจำนวนประชากรม้งอาศัยอยู่มากที่สุด คือ เมืองเซนต์พอล-มินเนอาโพลิส หรือที่รู้จักกันในนาม Twin Cities ในรัฐมินเนโซต้า และรองลงมาคือเมืองเฟรซโน ในรัฐแคลิฟอร์เนีย

ในปี 2562 ผลการสำรวจพบว่า ประชากรกลุ่ม Asian American ในรัฐวิสคอนซินมีจำนวนเกือบ 200,000 คน และมีประชากรม้งเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด หรือจำนวนมากกว่า 58,000 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาเป็นประชากรเชื้อสายอินเดีย ร้อยละ 18 และจีน ร้อยละ 14 ตามลำดับ

หากพิจารณาในแง่เขตการปกครองในรัฐวิสคอนซิน พบว่า เขตที่มีจำนวนประชากรม้งอาศัยอยู่มากที่สุด คือ เขต Milwaukee จำนวน 12,566 คน เขต Marathon จำนวน 6,414 คน เขต Dane จำนวน 5,901 คน เขต Sheboygan จำนวน 5,675 คน เขต Brown จำนวน 5,027 คน และ เขต Outagamie จำนวน 4,063 คน

ถ้าพิจารณาแยกเป็นรายเมืองในรัฐวิสคอนซิน เมืองที่มีจำนวนประชากรม้งอาศัยหนาแน่น ได้แก่ เมือง Milwaukee เมือง Wausau เมือง Sheboygan เมือง La Crosse เมือง Madison เมือง Eau Claire เมือง Green Bay และ เมือง Appleton เป็นต้น

อนึ่ง ประชากรกลุ่มเชื้อสายเอเชียในสหรัฐฯ มีจำนวนประมาณ 18.9 ล้านคน (ปี 2562) และอาศัยอยู่มากที่สุดในรัฐแคลิฟอร์เนีย นิวยอร์ก เท็กซัส นิวเจอร์ซีย์ อิลลินอยส์ ฟลอริดา เวอร์จิเนีย ฮาวาย และ แมสซาชูเซต เป็นต้น

ที่มา: www.postcrescent.com วันที่ 8 มีนาคม 2565

บทวิเคราะห์

ม้งในเขตมิดเวสต์ตอนเหนือ

คุณ Sunisa Lee นักกีฬายิมนาสติกหญิงอเมริกันเชื้อสายม้งคว้าเหรียญทองในการแข่งขันโอลิมปิกเกมส์ฤดูร้อนที่โตเกียวในปี 2564 ซึ่งเป็นข่าวที่โด่งดังและทำให้คนไทยทั่วทั้งไปรู้จักชาวม้งมากขึ้น พ่อและแม่ของคุณ Sunisa Lee เคยอยู่ในค่ายผู้อพยพในประเทศไทยก่อนที่จะเดินทางมาตั้งรกรากที่สหรัฐฯ



ในเขตมิดเวสต์ตอนเหนือ ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ 4 รัฐ คือ มินเนโซต้า วิสคอนซิน นอร์ทดาโกต้า และ เซ้าท์ดาโกต้า รวมกันมีประชากรชาวม้ง-อเมริกันอาศัยประมาณ 140,000 คน โดยในรัฐมินเนโซต้ามีย่านม้งมากที่สุด 83,000 คน จำนวนประชากรม้ง ได้เพิ่มขึ้นเกือบร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับเมื่อ 10 ปีที่ผ่านมา และประมาณสองในสามเป็นผู้บริโภครุ่นที่สอง (Second Generation)

ชาวม้งรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนโดยเฉลี่ยในปี 2563 คิดเป็นประมาณ 70,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ซึ่งสูงกว่าระดับรายได้เฉลี่ยของสหรัฐฯ หรือ 67,500 เหรียญสหรัฐฯ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการจับจ่ายใช้สอย



Hmong Town Marketplace เป็นตลาด/ศูนย์การค้า Indoor มีร้านค้าปลีก/แผงลอยแบบถาวรจำนวน 200 ร้าน ตั้งอยู่ในเมืองเซนต์พอล โดยนักลงทุนชาวม้งที่จัดทำขึ้นเพื่อให้ชาวม้งเข้าทำธุรกิจ ตลาดเปิดให้บริการทุกวันตลอดปี ระหว่างเวลา 09.00-18.00 น. และในช่วงฤดูร้อนจะเปิดร้านชั่วคราวนอกอาคาร (Outdoor) เพิ่มอีกกว่า 100 แห่ง Hmong Town Marketplace จัดได้ว่าเป็นตลาดกลางสำหรับผู้บริโภคชาวม้งที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคมิดเวสต์ตอนเหนือ สินค้าที่จำหน่าย ได้แก่ ผลผลิตเกษตรกรรม อาหารชนิดต่างๆ ของใช้ในครัวเรือน ของประดับบ้าน และ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งสินค้ากว่าร้อยละ 50 เป็นสินค้าไทย



ชาวม้งลูกค้ารายใหญ่สินค้าไทย

ชาวม้งมีอัตราการบริโภคอาหารมากเป็นสองเท่าของผู้บริโภคชาวเอเชียทั่วไป จะเห็นได้จากขนาดของบรรจุใส่สินค้าอาหาร/เครื่องดื่มที่จำหน่ายให้แก่ชาวม้งจะมีขนาดใหญ่เป็นพิเศษ (Family Size) เช่น นิยมซื้อข้าวหอมมะลิกระสอบบรรจุ 100 ปอนด์ เส้นก๋วยเตี๋ยวแห้งบรรจุ 1 กิโลกรัม หรือน้ำมะพร้าวกระป๋องบรรจุ 1 ลิตร เป็นต้น

ชาวม้งที่อยู่ในไทยก่อนที่จะย้ายถิ่นฐานมาสหรัฐฯ มีความคุ้นเคยกับสินค้าไทย และเมื่อมาอยู่ในสหรัฐฯ ก็ยังบริโภคสินค้าไทย ไม่เพียงแต่สินค้าอาหารเท่านั้น สินค้าของใช้ในครัวเรือนต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์พลาสติกผลิตภัณฑ์ เครื่องใช้ในครัว เช่น ครกหิน หวดนึ่งข้าวเหนียว เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ชำระร่างกาย เช่น สบู่ตรา นกแก้ว สบู่ลัคส์ แชมพูแพพซ่า ยาสีฟันตราดอกบัวคู่ และ ยาสามัญประจำบ้าน รวมไปถึงเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ หรืออาจจะกล่าวได้ว่า ชาวม้งนิยมบริโภคสินค้าไทย

โอกาสการขยายตลาดสินค้าไทย

นครมินเนอาโพลิส-เซนต์พอลเป็นศูนย์กลางและตลาดผู้บริโภคชาวเมืองในเขตมิดเวสต์ตอนเหนือ ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพและจัดได้ว่าเป็นเมืองรองที่สำคัญในเขตมิดเวสต์ในการขยายตลาดสินค้าไทย ประกอบกับผู้บริโภคชาวเมืองมีความนิยมชมชอบสินค้าไทยอยู่แล้ว จึงเป็นช่องทางและโอกาสที่ดีในการขยายตลาดอาหารสินค้าไทยให้เพิ่มขึ้น

ไม่เพียงแต่ผู้บริโภคชาวเมืองที่ต้องการบริโภคสินค้าไทย ผู้บริโภคเอเชียกลุ่มอื่นที่ได้แก่ ชาวลาว ชาวเขมร ชาวพม่า และ ชาวเวียดนาม ก็นิยมบริโภคสินค้าไทย ดังนั้น การบุกตลาดมิดเวสต์ตอนเหนือจะเข้าถึงผู้บริโภคเอเชียในวงกว้าง

ผู้ผลิต/ส่งออกไทยที่เดินทางมาทำธุรกิจในสหรัฐฯ หากมีโอกาส ควรจะเดินทางไปเยี่ยมและศึกษาตลาดสินค้า และพบผู้นำเข้าในเขตมิดเวสต์ตอนเหนือ