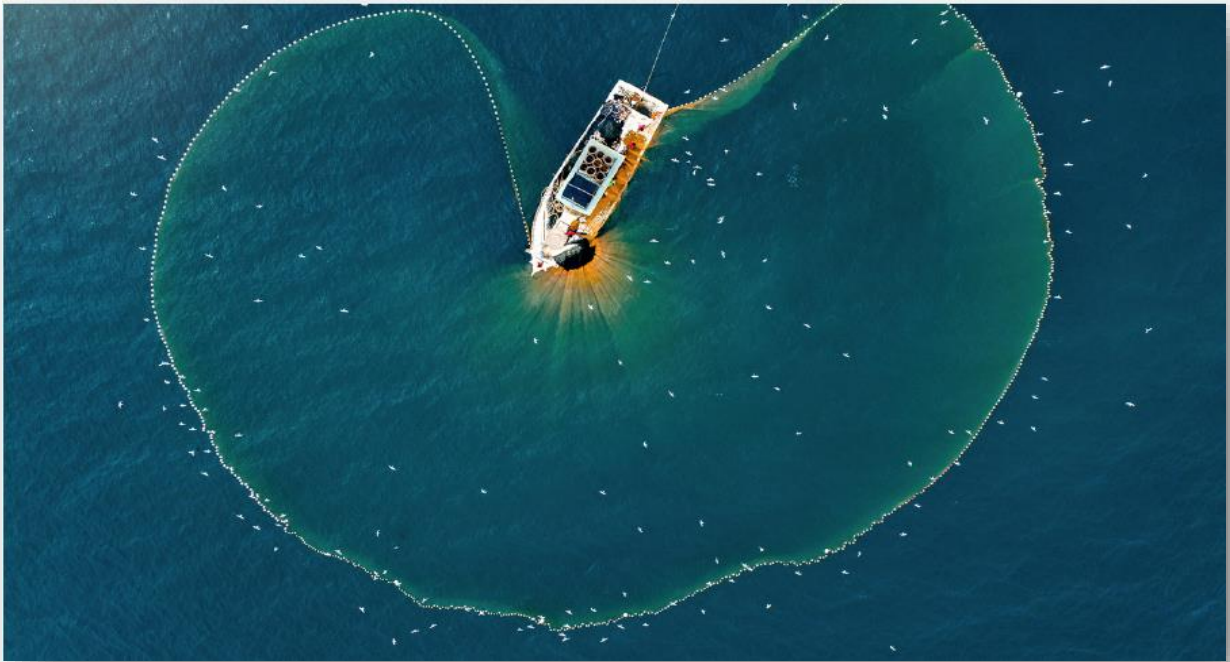




รายงานการตลาดปี 2564: อุตสาหกรรมอาหารทะเลของสหรัฐอเมริกา ผลการดำเนินงานระดับโลก โอกาส และการคาดการณ์

โดย EXIM: Export -Import bank of the United States



โอกาสที่เพิ่มขึ้น

นักโภชนาการเห็นด้วยว่า การรับประทานปลาและสัตว์น้ำจำพวกมีเปลือกเป็นสิ่งสำคัญในการนำไปสู่วิถีชีวิตที่มีสุขภาพดี โดยอาหารทะเลส่วนใหญ่เป็นแหล่งที่สำคัญของสารอาหารต่างๆ เช่น กรดไขมันโอเมก้า-3 โปรตีน วิตามิน แร่ธาตุต่างๆ และมีไขมันอิ่มตัวต่ำ ขึ้นอยู่กับวิธีนำไปปรุงอาหาร

ผู้คนทั่วโลกได้ตระหนักถึงคุณประโยชน์ต่อสุขภาพนี้ จึงทำให้เกิดความสนใจในอาหารทะเลเพิ่มมากขึ้น โดยองค์การอาหารและยาสหรัฐอเมริกาหรือ FDA (US Food and Drug Administration) ได้แนะนำให้ผู้ใหญ่รับประทานอาหารทะเลโดยเฉลี่ยอย่างน้อย ๘ ออนซ์ต่อสัปดาห์หรือ ๒๖ ปอนด์ต่อปี ปัจจุบันอัตราการบริโภคอาหารทะเลเพิ่มขึ้นเร็วกว่าเนื้อวัว ไก่ และหมู โดยในปี ๒๕๖๑ ค่าเฉลี่ยการบริโภคอาหารทะเลทั่วโลกอยู่ที่ ๔๕.๒ ปอนด์ต่อปี และคาดการณ์ว่าจะสูงถึง ๔๗.๔ ปอนด์ต่อปีในปี ๒๕๗๓ และเพื่อตอบสนองต่อความต้องการนี้ ทำให้ในปี ๒๕๖๓ อุตสาหกรรมอาหารทะเลทั่วโลกมีมูลค่ากว่า ๑.๑๓ แสนล้านเหรียญสหรัฐ รวมถึงจำนวนผู้ประกอบการและความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยคาดว่าจะสูงถึง ๑.๓๘ แสนล้านเหรียญสหรัฐ ในปี ๒๕๗๐

เช่นเดียวกับหลายอุตสาหกรรม การระบาดใหญ่ของโรคโควิด-๑๙ ส่งผลกระทบต่อ การประมงของสหรัฐฯ การปิดทำการภายในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้ผู้คนลดการเข้าร้านอาหารลง ทำให้อุปสงค์ และยอดขายลดลงด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตอาหารทะเลบางรายพบแนวทางในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภค จากการศึกษาที่ยังคงเผชิญกับการแพร่ระบาดและความต้องการของผู้บริโภค ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โอกาสในการส่งออกก็ยังคงมีอยู่ในอนาคต

ทั้งนี้ สินค้าที่ขายดีที่สุดของปี ๒๕๖๓ ได้แก่ ๑) กุ้งล็อบสเตอร์ (สดและมีชีวิต) ๒) ซูริมิ (ทำจาก ปลาอลาสก้าพอลล็อก) ๓) ปลาอลาสก้าพอลล็อก (เนื้อแช่แข็ง) ๔) ปลาแซลมอนซ็อกกอย หรือ ปลาแซลมอนแดง (แช่แข็ง) ๕) ไข่ปลาอลาสก้าพอลล็อก (แช่แข็ง)

ในปี ๒๕๖๓ การประมงที่ตั้งอยู่ในสหรัฐอเมริกาส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลมูลค่า ๔.๕ พันล้าน เหรียญสหรัฐ รวม ๑.๓ ล้านเมตริกตัน โดยผู้ซื้อจากต่างประเทศรายใหญ่ ได้แก่

ประเทศผู้ซื้ออาหารทะเล	ยอดส่งออกรวม (๒๐๒๐) ล้านเหรียญสหรัฐ	การบริโภคภายในปี (๒๐๑๗) ปอนด์/คน
แคนาดา	๘๑๖.๙	๔๙.๖
จีน	๖๘๘.๑	๘๔.๒
ญี่ปุ่น	๕๕๙.๓	๑๐๐.๓
เกาหลีใต้	๔๑๗.๔	๑๒๑
เนเธอร์แลนด์	๒๘๖.๖	๔๘.๑
เยอรมนี	๑๒๘.๗	๒๘.๒
ฮ่องกง	๑๒๔.๐	๑๕๖.๑
ฝรั่งเศส	๑๑๓.๘	๗๕.๘
ไทย	๙๒.๑	๖๔.๔
สหราชอาณาจักร	๘๖.๘	๔๓.๔
สเปน	๗๔.๓	๙๓.๗
ยูเครน	๗๑.๔	๒๕.๘
เม็กซิโก	๕๘.๑	๓๑.๘
เวียดนาม	๕๐.๐	๘๓.๑
ลิทัวเนีย	๔๗.๖	๗๓.๐

โอกาสทางการตลาด



ไม่ใช่เรื่องน่าแปลกใจที่สหรัฐฯ จะประสบความสำเร็จในการค้าสินค้าประมงกับประเทศในทวีปเอเชีย เนื่องจากมีการบริโภคอาหารทะเลมาอย่างยาวนาน ซึ่งส่งผลให้มีความต้องการอาหารทะเลมากโดยมักจะมากเป็นสองเท่าหรือสามเท่าของค่าเฉลี่ยทั่วโลก

ทวีปเอเชียบริโภคปลาคิดเป็นร้อยละ ๕๒ ของการบริโภคปลาทั่วโลก แม้จะสามารถผลิตผลิตภัณฑ์อาหารทะเลได้ถึงร้อยละ ๘๘ ของตลาด แต่ก็ยังต้องการซื้อปลาจำนวนมากจากประเทศอื่นๆ โดยในปี ๒๕๖๓ ผู้นำเข้าในเอเชียซื้อผลิตภัณฑ์ประมงจากสหรัฐฯ รวมมูลค่ากว่า ๒.๓๑ พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ทำให้ภูมิภาคเอเชียเป็นภูมิภาคที่มียอดซื้อสูงที่สุดในโลก ทั้งนี้ ประเทศจีนเป็นผู้นำเข้าอาหารทะเลรายใหญ่อันดับสองของสหรัฐฯ เนื่องจากผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชากร ๑.๔ พันล้านคน ซึ่งความเหลื่อมล้ำนี้จะเพิ่มมากขึ้นและเป็นโอกาสที่สำคัญสำหรับการส่งออก

Matt Viall ผู้อำนวยการสายการเงินของบริษัท Lund's Fisheries กล่าวว่า “เราประสบความสำเร็จกับตลาดในประเทศของเรา และเรากำลังมองหาตลาดใหม่ จึงได้ตัดสินใจหันไปสู่อุตสาหกรรมต่างประเทศซึ่งมีอัตราการหมุนเวียนผลิตภัณฑ์ที่เร็วขึ้นและมีอัตรากำไรที่สูงกว่า”

อาหารทะเลยังคงเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ที่สำคัญในหลายพื้นที่ของยุโรป ซึ่งโดยรวมแล้ว ยุโรปเป็นภูมิภาคที่มียอดขายใหญ่เป็นอันดับสองของสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้ในปี ๒๕๖๓ มีรายได้ ๑.๐๔ พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศในยุโรปตอนใต้ เช่น สเปน อิตาลี และฝรั่งเศสเป็นคู่ค้าที่สำคัญ เพราะนอกจากอัตราการบริโภคที่สูงแล้ว ประเทศเหล่านี้ยังเป็นประเทศแปรรูปหลักของยุโรปอีกด้วย

อัตราการบริโภคที่ต่ำไม่ได้แปลว่ายอดขายจะต่ำเสมอไป ในบางกรณี ผลิตภัณฑ์จะถูกส่งออกใหม่ (Re-exported) ไปยังประเทศปลายทางอื่นๆ เพิ่มเติม การประมงควรรำถึงแหล่งที่ตั้งของศูนย์กลางการค้า เช่น ฮองกง ซึ่งส่งออกผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมากกว่าร้อยละ ๔๐ ของทั้งหมด หรือประเทศเนเธอร์แลนด์ เยอรมนี และเบลเยียม ซึ่งทำหน้าที่เป็นประตูสู่ประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคยุโรปต่อไป

ทั้งนี้ แคนาดาเป็นตลาดส่งออกสินค้าเกษตรและสินค้าเกี่ยวกับการเกษตรที่ใหญ่ที่สุดของสหรัฐอเมริกา รวมทั้งผลิตภัณฑ์ประมงและอาหารทะเล การค้าระหว่างพรมแดนสหรัฐฯ และแคนาดา เป็นโอกาสสำหรับธุรกิจต่างๆ และด้วยเหตุนี้ ทั้งสองประเทศจึงรักษาความสัมพันธ์ทางการค้าระดับทวิภาคีที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยในปี ๒๕๖๑สหรัฐอเมริกาเป็นผู้จัดหาอาหารทะเลรายใหญ่ให้กับประเทศแคนาดา โดยมียอดส่งออกเกือบ ๑ พันล้านเหรียญสหรัฐ

มีโอกาสมากมายในตลาด และผู้ส่งออกอาหารทะเลจำนวนมากได้รับความเชื่อมั่นที่จะขายไปยังต่างประเทศผ่านโครงการสนับสนุนจากรัฐบาล ลองดูว่า EXIM สามารถช่วยคุณส่งออกอย่างมั่นใจได้อย่างไร

ที่มา: [2021 MARKET REPORT: SEAFOOD INDUSTRY \(Global Performance, Opportunities, & Forecast\)](#)

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.
มกราคม ๒๕๖๕