

รายงานสินค้าปลาทูน่าในตลาดสหรัฐอเมริกา



1. ปลาทูน่า

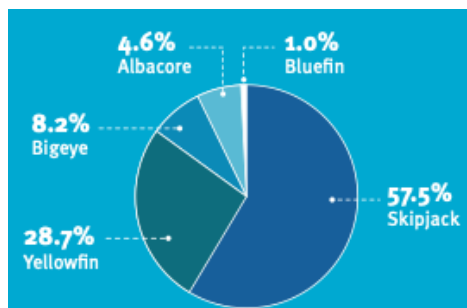
ปลาทูน่าเป็นอาหารทะเลที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลกมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานกว่า 100 ปี เนื่องจากเป็นแหล่งอาหารที่ให้โปรตีนสูงเทียบเท่ากับเนื้อไก่ และมีราคาจำหน่ายในท้องตลาดค่อนข้างถูก อีกทั้ง ยังมีกลิ่นและรสชาติไม่รุนแรง (Blend) สามารถนำไปปรุงอาหารได้หลายประเภท โดยไม่ส่งผลกระทบต่อรสชาติอาหาร จึงทำให้มีกิจการประมงและแปรรูปปลาทูน่าขยายตัวแพร่หลายไปทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศแถบมหาสมุทรแปซิฟิกซึ่งเป็นแหล่งประมงปลาทูน่าที่ใหญ่ที่สุดในโลก นอกจากนี้ ปัจจัยด้านคุณค่าทางโภชนาการของปลาทูน่าที่ให้โปรตีนและสารอาหารสูงมีไขมันน้อยเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่ใส่ใจด้านสุขภาพที่เป็นกระแสนิยมในกลุ่มผู้บริโภคทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่นสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา ยังทำให้ตลาดสินค้าปลาทูน่ามีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในอนาคตเพื่อรองรับกระแสนิยมดังกล่าวด้วย

1.1 การประมงปลาทูน่า

ข้อมูลสถิติจากองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติล่าสุดพบว่า ในปี 2561 มีปริมาณปลาทูน่าที่ได้จากการประมงทั่วโลกเป็นปริมาณทั้งสิ้น 5.2 ล้านตัน โดยแบ่งเป็นปลาทูน่าสายพันธุ์ Skipjack ร้อยละ 57.50 ปลาทูน่าสายพันธุ์ Yellowfin ร้อยละ 28.70 ปลาทูน่าสายพันธุ์ Bigeye ร้อยละ 8.20 ปลาทูน่าสายพันธุ์ Albacore ร้อยละ 4.60 และปลาทูน่าสายพันธุ์ Atlantic Bluefin ร้อยละ 1.0 ทั้งนี้ คาดว่าปริมาณการทำประมงปลาทูน่าจะเพิ่มขึ้นเป็นปริมาณทั้งสิ้น 7.3 ล้านตันภายในปี 2567

โดยน่านน้ำทะเลสำหรับการประมงปลาทูน่าที่สำคัญได้แก่ มหาสมุทรแปซิฟิก (ร้อยละ 70) มหาสมุทรอินเดีย (ร้อยละ 20) และมหาสมุทรแอตแลนติกและเมดิเตอร์เรเนียน (ร้อยละ 10) ตามลำดับ

แผนภาพแสดง: ข้อมูลสัดส่วนการประมงปลาทูน่าปี 2561



ที่มา: Marine Stewardship Council

1.2 สายพันธุ์ปลาทูน่าที่สำคัญทางการค้า

ปลาทูน่าเป็นปลาทะเลขนาดใหญ่ในตระกูลปลา Thunnini โดยมีสายพันธุ์ย่อยทั่วโลกทั้งสิ้นประมาณ 23 สายพันธุ์แบ่งตามลักษณะรูปร่าง ขนาด และถิ่นที่อยู่ โดยจัดอยู่ในกลุ่มปลาทูน่าสายพันธุ์ Skipjack ทั้งสิ้น 5 ชนิด ปลาทูน่าสายพันธุ์ Yellowfin ทั้งสิ้น 4 ชนิด ปลาทูน่าสายพันธุ์ Bluefin ทั้งสิ้น 4 ชนิด ปลาทูน่าสายพันธุ์ Albacore ทั้งสิ้น 6 ชนิด และปลาทูน่าสายพันธุ์ Bigeye ทั้งสิ้น 4 ชนิด

1.2.1 ปลาทูน่าสายพันธุ์ Skipjack (ชื่อทางวิทยาศาสตร์ Katsuwonus pelamis) เป็นปลาทูน่าที่โตไว แต่มีอายุเฉลี่ยค่อนข้างสั้น มักอาศัยอยู่ในเขตทะเลน้ำอุ่นมีโตเต็มที่มีความยาวเฉลี่ยระหว่าง 80 – 108 เซนติเมตร



“ตัวอย่างปลาทูน่าสายพันธุ์ Skipjack”

1.2.2 ปลาทูน่าสายพันธุ์ Yellowfin (ชื่อทางวิทยาศาสตร์ Thunnus albacares) เป็นปลาทูน่าที่โตไว มักอาศัยอยู่ในทะเลน้ำตื้นที่ค่อนข้างอุ่น โตเต็มที่มีขนาดความยาวเฉลี่ย 100 – 160 เซนติเมตร



“ตัวอย่างปลาทูน่าสายพันธุ์ Yellowfin”

1.2.3 ปลาทูน่าสายพันธุ์ Bluefin (ชื่อทางวิทยาศาสตร์ Thunnus thynnus) เป็นปลาทูน่าสายพันธุ์ที่ค่อนข้างโตช้า มีขนาดใหญ่ที่สุด เมื่อโตเต็มที่มีน้ำหนักราว 900 กิโลกรัม ความยาวประมาณ 4.6 เมตร ทั่วโลกมีปริมาณการประมงค่อนข้างจำกัด ทำให้มีราคาจำหน่ายในท้องตลาดค่อนข้างแพง



“ตัวอย่างปลาทูน่าสายพันธุ์ Bluefin”

1.2.4 ปลาทูน่าสายพันธุ์ Bigeye (ชื่อทางวิทยาศาสตร์ Thunnus obesus) เป็นปลาทูน่าสายพันธุ์ที่มีขนาดใหญ่และอายุยืน มักอาศัยอยู่ในทะเลน้ำลึก โตเต็มที่มีความยาวเฉลี่ยระหว่าง 100 – 180 เซนติเมตร



“ตัวอย่างปลาทูน่าสายพันธุ์ Bigeye”

1.2.5 ปลาทูน่าสายพันธุ์ Albacore (ชื่อทางวิทยาศาสตร์ Thunnus alalunga) เป็นปลาทูน่าที่มีขนาดใหญ่ โตเต็มที่ความยาวเฉลี่ยระหว่าง 45 – 50 เซนติเมตร มักอาศัยอยู่ในทะเลน้ำลึกใกล้เส้นศูนย์สูตรทะเลน้ำอุ่นทั้งทิศเหนือและทิศใต้



“ตัวอย่างปลาทูน่าสายพันธุ์ Albacore”

1.3 ปลาทูน่าในตลาดโลก

ขนาดอุตสาหกรรมปลาทูน่าโลกมีมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ 1.22 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2563 โดยคาดว่าจะขยายตัวเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1.46 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2569 หรืออัตราขยายตัวเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 3.0 ในช่วงระหว่างปี 2564 - 2569 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากรายได้ผู้บริโภคเฉลี่ยปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น การเพิ่มจำนวนของประชากรทั่วโลก ความนิยมทดลองอาหารใหม่ ๆ ในกลุ่มผู้บริโภค ลักษณะการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ และการให้ความสำคัญด้านสุขภาพ นอกจากนี้ อายุการเก็บรักษาสินค้าที่ค่อนข้างยาวทำให้สินค้าปลาทูน่ากระป๋องได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคจากทั่วโลกด้วย

1.4 สัดส่วนตลาดส่งออกปลาทูน่าโลก (ทุกผลิตภัณฑ์)

ไทยถือเป็นผู้ส่งออกสินค้าปลาทูน่าทั้งแบบสด แช่แข็ง และแปรรูป ที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดในโลก โดยในปี 2562 ไทยมีมูลค่าการส่งออกสินค้าปลาทูน่าทั้งสิ้น 2.24 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.95 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าปลาทูน่าทั่วโลก รองลงมา ได้แก่ เอกวาดอร์ (ร้อยละ 9.55) สเปน (ร้อยละ 9.48) จีน (ร้อยละ 8.19) ไต้หวัน (ร้อยละ 7.68) อินโดนีเซีย (ร้อยละ 6.32) เวียดนาม (ร้อยละ 4.95) เกาหลีใต้ (ร้อยละ 4.50) ฟิลิปปินส์ (ร้อยละ 3.66) เนเธอร์แลนด์ (ร้อยละ 2.84) และมอริเชียส (ร้อยละ 2.22) ตามลำดับ

ตารางแสดง: สัดส่วนตลาดส่งออกปลาทูน่าในตลาดโลกปี 2562

ประเทศ	มูลค่าส่งออกรวม (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วนตลาด (%)
1. ไทย	2,241.36	18.95
2. เอกวาดอร์	1,129.43	9.55
3. สเปน	1,121.83	9.48
4. จีน	968.68	8.19
5. ไต้หวัน	909.16	7.69
6. อินโดนีเซีย	747.42	6.32
7. เวียดนาม	585.56	4.95
8. เกาหลีใต้	532.34	4.50
9. ฟิลิปปินส์	432.54	3.66
10. เนเธอร์แลนด์	335.60	2.84
11. มอริเชียส	262.62	2.22
อื่น ๆ	2,561.41	21.66
รวม	11,827.95	100.00

ที่มา: Food and Agriculture Organization, United Nations

2. ตลาดปลาทูน่าในสหรัฐฯ

2.1 ขนาดตลาดและแนวโน้มตลาด

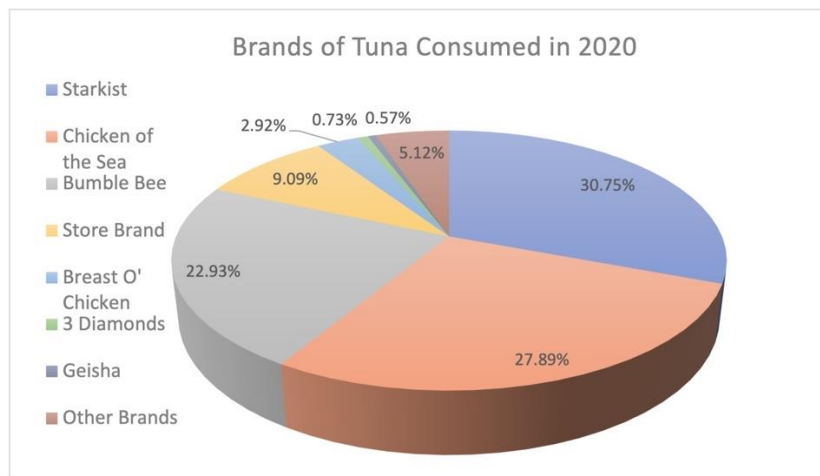
ปลาทูน่าเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลที่ผู้บริโภคชาวอเมริกันนิยมเลือกบริโภคเป็นอันดับที่ 3 รองจากกุ้งและปลาแซลมอน โดยระดับความต้องการบริโภคปลาทูน่ากระป๋องของชาวอเมริกันรักษาระดับเดียวกันกับปีที่ผ่านมาเป็นปริมาณเฉลี่ย 2.1 ปอนด์ต่อคนต่อปี อย่างไรก็ตาม ในช่วงต้นปี 2563 ที่เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 ส่งผลกระทบต่อกลุ่มอุตสาหกรรมร้านอาหารและผู้ให้บริการอาหาร (Food Service Providers) ทำให้ความต้องการบริโภคโดยรวมของปลาทูน่าลดลงบ้าง โดยเฉพาะปลาทูน่าสดและแช่แข็ง ทำให้ปริมาณความต้องการบริโภคลดลงร้อยละ 19 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันกับปีที่ผ่านมา

อย่างไรก็ตามคาดว่า จากภาวะการแพร่ระบาดในสหรัฐฯ ที่เริ่มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการแจกจ่ายวัคซีนป้องกันประกอบกับนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลสหรัฐฯ ทำให้ผู้บริโภคชาวอเมริกันหันกลับไปบริโภคสินค้ามากขึ้น ทำให้กลุ่มอุตสาหกรรมร้านอาหารและผู้ให้บริการอาหารขยายตัวในช่วงครึ่งปีหลังนี้ และทำให้ตลาดค้าปลีกสินค้าปลาทูน่าในสหรัฐฯ ขยายตัวเฉลี่ยประมาณร้อยละ 3 ในปี 2564

2.2 สัดส่วนผู้ประกอบการทูน่าในสหรัฐฯ

กลุ่มอุตสาหกรรมผลิต แปรรูป หรือจำหน่ายปลาทูน่าในตลาดสหรัฐฯ มีการอัตราการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ประกอบการปลาทูน่าแปรรูป เนื่องจากเป็นสินค้าอาหารที่มีสัดส่วนกำไรต่ำและมีการแข่งขันด้านราคาค่อนข้างสูง จึงทำให้มีผู้ประกอบการรายใหญ่ในตลาดสหรัฐฯ ไม่มากนัก โดยแบรนด์สินค้าปลาทูน่าที่เป็นผู้นำตลาดมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดในสหรัฐฯ คือ แบรนด์ “StarKist” (ร้อยละ 30.75) รองลงมา ได้แก่ แบรนด์ “Chicken of the Sea” ซึ่งเป็นแบรนด์ในเครือบริษัท Thai Union Group ของไทย (ร้อยละ 27.89) แบรนด์ “Bumble Bee” (ร้อยละ 22.93) แบรนด์ Breast O’Chicken (ร้อยละ 2.92) แบรนด์ 3 Diamonds (ร้อยละ 0.73) และแบรนด์ Geisha (ร้อยละ 0.57) ตามลำดับ

แผนภาพ: แสดงส่วนแบ่งตลาดสินค้าปลาทูน่าในสหรัฐฯ ปี 2563



ที่มา: Statista

2.3 ข้อมูลการนำเข้าปลาทูน่าของสหรัฐฯ

ในเดือนมกราคม 2564 สหรัฐฯ มีมูลค่าการนำเข้าสินค้าปลาทูน่าทั้งสิ้น 132.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.03 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันกับปีที่ผ่านมา ในจำนวนดังกล่าวแบ่งเป็นสินค้าปลาทูน่ากระป๋องเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 113.09 (ร้อยละ 85.25) สินค้าปลาทูน่าแช่เย็นเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 15.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ร้อยละ 11.93) และสินค้าปลาทูน่าแช่แข็งเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 3.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ร้อยละ 2.85) ตามลำดับ

ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่า แม้ว่าในช่วงปี 2563 ที่ภาวะเศรษฐกิจในสหรัฐฯ ชะลอตัว เนื่องจากปัจจัยด้านการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 ในประเทศซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคชาวอเมริกัน ทำให้ชะลอการใช้จ่ายเพื่อประเมินสถานการณ์ แต่สหรัฐฯ ก็ยังมีแนวโน้มนำเข้าสินค้าปลาทูน่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 4.29 โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าปลาทูน่ากระป๋องที่มีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 13.81 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

ตารางแสดง: ข้อมูลการนำเข้าปลาทูน่า ปี 2561 – 2564 (มกราคม)

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สินค้า	2561	2562	2563	เปลี่ยนแปลง %	2563	2564	เปลี่ยนแปลง %
				(63/62)	มกราคม	มกราคม	(64/63)
ปลาทูน่าแช่เย็น	250.96	252.57	180.68	-28.46	21.11	15.82	-25.05
ปลาทูน่าแช่แข็ง	44.34	47.95	28.41	-40.74	2.73	3.75	37.39
ปลาทูน่ากระป๋อง	1,070.38	1,095.83	1,247.14	13.81	86.68	113.09	30.47
รวม	1,365.68	1,396.35	1,456.23	4.29	110.52	132.66	20.03

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

2.3.1 ปลาทูน่าแช่เย็น (HS Code 0302)

ในเดือนมกราคม 2564 สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าปลาทูน่าแช่เย็นเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 15.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือหดตัวลงร้อยละ 25.05 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นมูลค่าการนำเข้าที่หดตัวต่อเนื่องมาจากปี 2563 ที่ปรับตัวลดลงร้อยละ 28.46 เนื่องจากสินค้าปลาทูน่าแช่เย็นเป็นสินค้าคุณภาพสูง มักจะใช้ในกลุ่มอุตสาหกรรมร้านอาหารและผู้ให้บริการอาหาร ซึ่งได้รับผลกระทบจากภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสทำให้มีความต้องการนำเข้าลดลง

ตารางแสดง: ข้อมูลการนำเข้าปลาทูน่าแช่เย็น ปี 2560 – 2564 (มกราคม)

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สินค้า	2561	2562	2563	เปลี่ยนแปลง %	2563	2564	เปลี่ยนแปลง %
				(63/62)	มกราคม	มกราคม	(64/63)
- Yellowfin	168.08	161.45	122.57	-24.08	13.75	9.82	-28.55
- Bluefin	45.78	53.94	34.82	-35.46	4.68	3.91	-16.54
- Big Eye	31.25	31.90	19.79	-37.95	2.25	2.03	-9.79
- Albacore	4.29	3.43	1.39	-59.34	0.25	0.06	-77.67
- Skipjack	0.01	-	0.02	N/A	-	-	-
- Southern Bluefin	0.54	0.95	1.53	61.84	-	-	-
- สายพันธุ์อื่น ๆ	1.01	0.90	0.55	-39.38	0.17	-	N/A
รวม	250.96	252.57	180.68	-28.46	21.11	15.82	-25.05

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าปลาทูน่าแช่เย็นสูงสุดจากปานามา (ร้อยละ 23.14) รองลงมา ได้แก่ เม็กซิโก (ร้อยละ 18.52) บราซิล (ร้อยละ 9.42) ศรีลังกา (ร้อยละ 7.02) และสเปน (ร้อยละ 6.70) โดยแทบจะไม่มี การนำเข้าจากประเทศไทยเลย

ตารางแสดง: ข้อมูลแหล่งนำเข้าปลาทูน่าแช่เย็น ปี 2561 – 2564 (มกราคม)

อันดับ	ประเทศ	มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
		2561	2562	2563	เปลี่ยนแปลง	2563	2564	เปลี่ยนแปลง
					%	มกราคม	มกราคม	%
				(63/62)				
				(64/63)				
1.	ปานามา	16.32	16.12	29.30	81.77	2.53	3.66	44.99
2.	เม็กซิโก	26.56	30.14	25.33	-15.96	1.67	2.93	75.31
3.	บราซิล	10.67	10.88	6.46	-40.61	1.28	1.49	16.48
4.	ศรีลังกา	27.32	22.30	11.15	-50.00	3.34	1.11	-66.92
5.	สเปน	15.87	21.07	9.46	-55.08	2.06	1.06	-48.58
43.	ไทย	0.66	-	0.05	N/A	0.01	-	N/A
ประเทศอื่น ๆ		153.56	152.06	98.93	-34.95%	10.22	5.57	-45.48
รวม		250.96	252.57	180.68	-28.46	21.11	15.82	-25.05

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

2.3.2 ปลาทูน่าแช่แข็ง (HS Code 0303)

ในเดือนมกราคม 2562 สหรัฐฯ นำเข้าปลาทูน่าแช่แข็งรวมเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 3.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 37.39 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะกลุ่ม สินค้าปลาทูน่าคุณภาพสูงราคาแพง เช่น ปลาทูน่าสายพันธุ์ Bluefin และ Yellowfin ที่ขยายตัวร้อยละ 2,175.38 และ 55.34 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคชาวอเมริกันเริ่มกล้าที่จะจับจ่ายใช้สอยแล้วหลังจากที่ชะลอตัว ในช่วงระหว่างการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสในปีที่ผ่านมา

ตารางแสดง: ข้อมูลการนำเข้าปลาทูน่าแช่แข็ง ปี 2560 – 2564 (มกราคม)

สินค้า	มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ							
	2561	2562	2563	เปลี่ยนแปลง	2563	2564	เปลี่ยนแปลง	
				%	มกราคม	มกราคม	%	
				(63/62)				
				(64/63)				
- Yellowfin	33.70	35.70	21.82	-38.87	2.20	3.42	55.34	
- Albacore	6.26	4.71	2.90	-38.34	0.13	0.16	22.50	
- Bluefin	1.90	2.40	1.96	-18.12	0.32	0.11	-64.54	

รายงานสินค้าปลาทูน่าในตลาดสหรัฐอเมริกา

- Southern Bluefin	1.29	1.47	1.00	-32.00	0.00	0.06	2,175.38
- Big Eye	0.52	3.64	0.43	-88.24	-	-	N/A
- Skipjack	0.19	0.03	0.22	596.23	0.03	-	N/A
- สายพันธุ์อื่น ๆ	0.49	0.00	0.07	1,365.48	0.05	-	N/A
รวม	44.34	47.95	28.41	-40.74	2.73	3.75	37.39

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าปลาทูน่าแช่แข็งสูงสุดจากอินโดนีเซีย (ร้อยละ 40.53) รองลงมา ได้แก่ เวียดนาม (ร้อยละ 38.67) ฟิลิปปินส์ (ร้อยละ 10.67) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 4.53) และไต้หวัน (ร้อยละ 2.40) ตามลำดับ

ตารางแสดง: ข้อมูลแหล่งนำเข้าปลาทูน่าแช่แข็ง ปี 2560 – 2564 (มกราคม)

อันดับ	ประเทศ	2561	2562	2563	มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ			
					เปลี่ยนแปลง % (63/62)	2563 มกราคม	2564 มกราคม	เปลี่ยนแปลง % (64/63)
1.	อินโดนีเซีย	9.70	7.23	5.01	-30.73	1.08	1.52	40.65
2.	เวียดนาม	22.04	27.72	12.97	-53.23	1.14	1.45	26.58
3.	ฟิลิปปินส์	0.60	0.17	2.59	1,427.27	0.01	0.40	3,002.45
4.	ญี่ปุ่น	3.01	3.73	2.20	-41.13	0.15	0.17	13.06
5.	ไต้หวัน	0.08	0.42	0.47	12.25	0.02	0.09	400.00
29.	ไทย	0.56	0.02	0.43	2,000.12	-	-	N/A
	ประเทศอื่น ๆ	8.36	8.65	4.75	-45.09%	0.32	0.11	-63.97
	รวม	44.34	47.95	28.41	-40.74	2.73	3.75	3.39

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

2.3.3 ปลาทูน่ากระป๋อง (HS Code 1604)

ในเดือนมกราคม 2564 สหรัฐฯ นำเข้าปลาทูน่ากระป๋องรวมเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 113.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.47 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีที่ผ่านมา โดยสามารถแบ่งการนำเข้าปลาทูน่าสายพันธุ์ Skipjack มูลค่าทั้งสิ้น 48.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 42.73) ปลาทูน่าสายพันธุ์ Albacore มูลค่าทั้งสิ้น 29.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 25.85) ปลาทูน่าสายพันธุ์ Bonito มูลค่าทั้งสิ้น 3 หมื่นดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 0.03) และปลาทูน่าสายพันธุ์อื่น ๆ มูลค่าทั้งสิ้น 35.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 31.41)

ตารางแสดง: ข้อมูลการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋อง ปี 2560 – 2564 (มกราคม)

สินค้า	มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
	2561	2562	2563	เปลี่ยนแปลง	2563	2564	เปลี่ยนแปลง
				%	มกราคม	มกราคม	%
			(63/62)				(64/63)
- Skipjack	580.64	572.73	599.40	4.66	40.39	48.32	19.64
- Albacore	186.68	209.25	267.59	27.88	21.00	29.23	39.19
- Bonito	0.99	1.23	0.85	-31.10	0.11	0.03	-73.91
- สายพันธุ์อื่น ๆ	302.08	312.62	379.31	21.33	25.20	35.52	40.98
รวม	1,070.38	1,095.83	1,247.14	13.81	86.68	113.09	30.47

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

สหรัฐฯ นำเข้าปลาทูน่ากระป๋องสูงสุดจากไทย (ร้อยละ 47.60) เป็นมูลค่าทั้งสิ้น 53.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวร้อยละ 12.47 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีที่ผ่านมา โดยสหรัฐฯ มีแนวโน้มนำเข้าสินค้าปลาทูน่ากระป๋องจากไทยเพิ่มขึ้นมาโดยตลอดนับตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นมา โดยปริมาณนำเข้าส่วนที่เหลือสหรัฐฯ นำเข้ามาจาก เวียดนาม (ร้อยละ 10.85) อินโดนีเซีย (ร้อยละ 8.48) เม็กซิโก (ร้อยละ 6.02) และ มอริเชียส (ร้อยละ 5.35) ตามลำดับ

ตารางแสดง: ข้อมูลแหล่งนำเข้าปลาทูน่ากระป๋อง ปี 2560 – 2564 (มกราคม)

อันดับ	ประเทศ	มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ						
		2561	2562	2563	เปลี่ยนแปลง	2563	2564	เปลี่ยนแปลง
					%	มกราคม	มกราคม	%
			(63/62)				(64/63)	
1.	ไทย	469.16	510.40	643.20	26.02	47.86	53.83	12.47
2.	เวียดนาม	78.67	115.75	110.54	-4.50	9.53	12.27	28.77
3.	อินโดนีเซีย	47.08	58.09	58.92	1.43	3.43	9.59	179.49
4.	เม็กซิโก	24.51	26.22	63.21	141.09	3.22	6.81	111.21
5.	มอริเชียส	49.30	53.10	38.66	-27.19	2.14	6.05	183.03
	ประเทศอื่น ๆ	401.66	332.27	332.62	0.11	20.50	24.55	19.74
	รวม	1,070.38	1,095.83	1,247.14	13.81	86.68	113.09	30.47

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

2.4 ตัวอย่างสินค้าปลาทูน่าในตลาดสหรัฐฯ

ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าวางจำหน่ายอยู่ทั่วไปตามร้านค้าปลีกและห้างสรรพสินค้าในสหรัฐฯ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มสินค้าที่สำคัญได้ ดังนี้

2.4.1 กลุ่มปลาทูน่าสดหรือแช่แข็ง เป็นกลุ่มสินค้าที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้นแม้ว่าจะมีราคาจำหน่ายปลีกในตลาดค่อนข้างสูงเฉลี่ยปอนด์ละ 5 – 30 ดอลลาร์สหรัฐฯขึ้นอยู่กับ ประเภท คุณภาพ และเกรดของเนื้อปลา



2.4.2 สินค้าปลาทูน่ากระป๋อง เป็นกลุ่มสินค้าที่เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคมาเป็นระยะเวลานานนิยมนำปลาทูน่าสายพันธุ์ Skipjack และ Albacore มาใช้แปรรูป แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ เนื้อก้อน (Chunk) เนื้อเศษ (Flake) มักบรรจุในของเหลวประเภทต่าง ๆ เช่น น้ำเกลือ (Brine) น้ำแร่ (Mineral Water) น้ำเปล่า (Water) น้ำมันพืช (Vegetable Oil) และน้ำมันมะกอก (Olive Oil) ขนาดบรรจุ ได้แก่ 5 ออนซ์ (ขนาดมาตรฐาน) 12 ออนซ์ (ขนาดครอบครัว) และ 66.5 ออนซ์ (ขนาดอุตสาหกรรม)



2.4.3 สินค้าปลาทูน่าบรรจุถุง (Pouch) เป็นกลุ่มสินค้าที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่โดยเฉพาะกลุ่ม Millennials ที่ต้องการความสะดวกสบายในการบริโภคสามารถเปิดรับประทานได้ทันทีมีขนาดบรรจุกะทัดรัดระหว่าง 2.5 – 3 ออนซ์ โดยนอกจากจะมีปลาทูน่ารสธรรมดาแล้วยังได้มีการพัฒนารสชาติใหม่ ๆ เพื่อเอาใจกลุ่มผู้บริโภคด้วย เช่น รส Spicy Thai Chili รส Spicy Korean Style รส Ginger Sesame และรส Sriracha เป็นต้น



2.4.4 สินค้าปลาทูน่าอื่น ๆ เป็นกลุ่มสินค้าที่ผู้ประกอบการในตลาดพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า เช่น ชุดแครกเกอร์และทูน่าสลัด (Tuna Cracker Pack) เนื้อปลาทูน่าปรุงรสตากแห้ง (Tuna Jerky) และขนมเสริมโปรตีนจากทูน่า เป็นต้น



2.5 ช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าอยู่ในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญ ได้แก่ ร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านจำหน่ายสินค้าสะดวกซื้อ ร้านค้าปลีก และร้านค้าออนไลน์ เป็นต้น ทั้งนี้พบว่าช่องทางการจำหน่ายสินค้าปลาทูน่าส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 80 จำหน่ายผ่านช่องทางร้านซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตเป็นหลัก โดยผู้ประกอบการในตลาดแต่ละรายจะจำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทนขายในเครือข่ายของตนไปสู่ร้านค้าปลีก ซึ่งต้องอาศัยความสัมพันธ์ทางการค้าที่เข้มแข็งและยาวนาน จึงทำให้การเข้าสู่ตลาดของแบรนด์รายย่อยอื่น ๆ ทำได้ค่อนข้างยาก ดังนั้น ผู้ประกอบการรายย่อยมักจะหันไปทำตลาดกลุ่มเฉพาะ เช่น กลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพ และกลุ่มสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน โดยจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกเฉพาะ และช่องทางออนไลน์แทน

3. ระเบียบการนำเข้าที่สำคัญ

3.1 ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องการประมง เนื่องจากปัจจุบันมีการทำประมงปลาทูน่าเป็นจำนวนมากส่งผลกระทบต่อการเพิ่มจำนวนของปลาทูน่าและสมดุลของสภาพแวดล้อมทางทะเล รวมถึงสัตว์ทะเลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ปลาฉลาม ปลาโลมา เต่าทะเล ดังนั้น จึงมีข้อเรียกร้องจากองค์กรอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น International Whaling Commission, NOAA และ WWF เรียกร้องให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมแปรรูปปลาทูน่าเลือกแหล่งวัตถุดิบที่มาจากทำการประมงแบบยั่งยืน (Sustainable) ซึ่งรวมถึงเลือกซื้อวัตถุดิบจากผู้ประกอบการประมงที่เชื่อถือได้ที่มีการจดทะเบียนเรือประมงอย่างถูกต้องตามระบบ The ProActive Vessel Register (PVR) เพื่อให้สามารถตรวจสอบการประมงได้ทุกขั้นตอน นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสิทธิแรงงานและสวัสดิการตอบแทนในอุตสาหกรรมประมงทั้งระบบอย่างเป็นธรรมด้วย

3.2 กฎระเบียบองค์การอาหารและยาสหรัฐฯ (U.S. FDA.)

แนวทางข้อกำหนดและระเบียบขององค์การอาหารและยาสหรัฐฯ ได้ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าสินค้าปลาทูน่าที่สำคัญ ได้แก่

- ข้อกำหนดสินค้าปลาทูน่ากระป๋องภายใต้ CFR – Code of Federal Regulation Title 21, Part 161, Sec 161.190 Canned Tuna ที่ได้กำหนดรายละเอียดและมาตรฐานการผลิตปลาทูน่ากระป๋องสำหรับการบริโภคของมนุษย์ เช่น ประเภทของปลาที่สามารถนำมาใช้ผลิต ประเภทของเหลวที่บรรจุ ขนาดบรรจุภัณฑ์ (กระป๋อง) รวมถึงรายละเอียดที่สำคัญอื่น ๆ
- ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหารกระป๋องสำหรับสินค้าอาหารที่ค่าความเป็นกรดต่ำ (Low-Acid Canned Food หรือ LACF) สำหรับสินค้าอาหารที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีค่าความเป็นกรด (pH) สูงเกิน 4.6

- ข้อกำหนดการแสดงฉลากสินค้าอาหาร (Food Labeling) แบบใหม่โดยได้กำหนดให้สินค้าอาหารต้องแสดงข้อมูลขนาดบริโภค (Serving Size) พลังงานจากอาหาร (Calories) ปริมาณที่ควรบริโภคต่อวัน (Daily Value) ปริมาณน้ำตาลที่เพิ่ม (Added Sugar) และการแสดงวิตามินในอาหาร เป็นต้น

3.3 ภาษีการนำเข้า / GSP

3.3.1 สินค้าปลาทูน่าแช่เย็นและแช่แข็งจากไทยได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้าจากสหรัฐฯ เป็นการทั่วไป

3.3.2 สินค้าปลาทูน่ากระป๋องจากไทยต้องชำระภาษีนำเข้าในอัตราระหว่างร้อยละ 4.9 – 35.0 รายละเอียด ดังนี้

- HS Code: 1604141010 1604141091 และ 1604141099 อัตราร้อยละ 35%
- HS Code 1604142251 1604142259 1604142299 16041450 และ 1604148000 อัตราร้อยละ 6%
- HS Code 1604143051 1604143059 1604143091 และ 1604143099 อัตราร้อยละ 12.5%
- HS Code 1604144000 อัตรา 1.1 เซ็นต์ต่อกิโลกรัม
- HS Code 1604147000 อัตราร้อยละ 4.9%
- HS Code 1604145000 ได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้าจากสหรัฐฯ ภายใต้โครงการสิทธิพิเศษ

ทางภาษีเป็นการทั่วไป (Generalized System of Preference หรือ GSP) ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการพิจารณาต่ออายุโครงการ

4. วิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
<p>1. ไทยถือเป็นผู้ประกอบการแปรรูปและส่งออกสินค้าปลาทูน่ารายใหญ่ที่สุดของโลก โดยเฉพาะสินค้าปลาทูน่ากระป๋อง ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งตลาดทั่วโลกเกือบร้อยละ 20 ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกสูง</p> <p>2. อุตสาหกรรมการแปรรูปสินค้าอาหารทะเลและปลาทูน่าไทยมีขนาดใหญ่และกำลังการผลิตมาก มีศักยภาพการผลิตได้จำนวนมากเพียงพอตามความต้องการของผู้นำเข้า อีกทั้ง ยังมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตที่มีศักยภาพใน</p>	<p>1. การประมงไทยยังประสบปัญหาการทำประมงที่ไม่ได้มาตรฐานตามหน่วยงานมาตรฐานสิ่งแวดล้อมสากล เช่น การใช้วนหรือแหที่ไม่ได้รับอนุญาต นอกจากนี้ ยังมีปัญหาเรือประมงเถื่อนที่ไม่ได้รับการจดทะเบียนอย่างถูกต้องออกทำการประมงส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของสินค้าอาหารทะเลไทยรวมถึงอุตสาหกรรมการแปรรูปปลาทูน่า</p> <p>2. ปัจจัยด้านค่าแรงงานขั้นต่ำในอุตสาหกรรมที่ปรับตัวสูงขึ้นทำให้ต้นทุนการผลิตใน</p>

<p>การแข่งขันจากการประหยัดต่อหน่วยการผลิต (Economy of Scale)</p> <p>3. อุตสาหกรรมการแปรรูปสินค้าอาหารทะเลไทยมีอุตสาหกรรมรองรับสนับสนุนครบวงจรทั้งในระดับต้นน้ำ (วัตถุดิบ) กลางน้ำ (การผลิต/แปรรูป) และปลายน้ำ (การทำตลาดส่งออก) ทำให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ</p>	<p>อุตสาหกรรมปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ปัญหาแรงงานเถื่อน แรงงานเด็ก และแรงงานทาสในอุตสาหกรรมประมงและการแปรรูปสินค้าทะเลยังเป็นปัญหาที่สำคัญซึ่งหน่วยงานและผู้บริโภคในต่างประเทศให้ความสนใจ</p> <p>3. กระบวนการผลิตและแปรรูปสินค้าปลาทูน่าในไทยส่วนมากยังคงเป็นการรับจ้างผลิต OEM ให้กับผู้นำเข้าในต่างประเทศซึ่งทำให้สินค้าขาดการพัฒนาแบรนด์สินค้าไทยอย่างจริงจัง</p>
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
<p>1. แนวโน้มเศรษฐกิจสหรัฐฯ มีแนวโน้มกำลังฟื้นตัวในช่วงครึ่งปีหลังนี้ หลังจากที่ได้รับผลกระทบจากภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 ที่ส่งผลทำให้การใช้จ่ายภาคประชาชนในประเทศรวมถึงการขยายตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมร้านอาหารและบริการอาหารได้รับผลกระทบ</p> <p>2. อุตสาหกรรมการผลิตและแปรรูปสินค้าปลาทูน่าในสหรัฐฯ หดตัวลงมาโดยตลอด เนื่องจากอุปสรรคด้านต้นทุนการผลิตโดยเฉพาะปัจจัยด้านค่าแรงงานในประเทศที่ค่อนข้างสูง ทำให้มีความต้องการนำเข้าสินค้าปลาทูน่าเพื่อสนับสนุนการบริโภคภายในประเทศมากขึ้น</p> <p>3. ผู้บริโภคชาวอเมริกันในปัจจุบันให้ความสำคัญและมักจะเลือกบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพมากขึ้น ทำให้มีความต้องการบริโภคปลาทูน่ามากขึ้น อีกทั้งแนวโน้มความต้องการทดลองอาหารใหม่ ๆ ยังมีส่วนช่วยสนับสนุนการขยายตลาดสินค้าอาหารในอนาคต</p>	<p>1. แนวโน้มราคาค่าขนส่งสินค้าระหว่างประเทศปรับตัวสูงขึ้นเนื่องจากการขาดแคลนตู้ขนส่งสินค้า การปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาพลังงาน รวมถึงปัจจัยอุปสรรคอื่น ๆ ส่งผลให้ต้นทุนการสินค้านำเข้าจากไทยที่มีระยะทางขนส่งค่อนข้างไกลแพงขึ้น</p> <p>2. ปัจจัยด้านการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมประมงและทั่วโลก ทำให้ในช่วงที่ผ่านมาปริมาณการประมงปลาทูน่าทั่วโลกลดลงมาก ซึ่งส่งผลทำให้ต้นทุนราคาวัตถุดิบปลาทูน่าในตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้นและกระทบต่อต้นทุนการผลิต/แปรรูปสินค้าปลาทูน่ากระป๋องของไทย</p> <p>3. รัฐบาลสหรัฐฯ ชูดีใหม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศและส่งเสริมการบริโภคสินค้าที่ผลิตในประเทศตามโครงการ “Made In America” ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อส่งออกสินค้าไทยได้</p>

5. แนวทางการขยายตลาด/สู่ทางการจำหน่ายสินค้าของไทย

สินค้าปลาทูน่ากระป๋องไทยเป็นสินค้าศักยภาพที่ครอบคลุมส่วนแบ่งตลาดสหรัฐฯ เกือบร้อยละ 50 ดังนั้นกลยุทธ์และแนวทางในการขยายตลาดจึงควรมุ่งเน้นการรักษาตลาดเดิมโดยการรักษาต้นทุนการผลิต ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการแข่งขันในตลาดสหรัฐฯ โดยเฉพาะกับกลุ่มประเทศคู่แข่งในเอเชีย เช่น เวียดนาม และอินโดนีเซีย ที่มีต้นทุนการผลิตที่ค่อนข้างต่ำและเริ่มขยายตลาดส่งออกในสหรัฐฯ มากขึ้นในปัจจุบัน นอกจากนี้ การพัฒนาสินค้านวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะการใช้ชีวิตและยังช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถรักษาตลาดส่งออกปลาทูน่าในสหรัฐฯ ได้ในระยะยาวด้วย

ทั้งนี้ แนวโน้มการขยายตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมร้านอาหารและผู้ให้บริการอาหาร (Food Service Providers) ในสหรัฐฯ ภายหลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสทำให้มีความต้องการบริโภคสินค้าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดในสหรัฐฯ ดังนั้น การจัดการเจรจาการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ระหว่างกลุ่มผู้ให้บริการอาหารศักยภาพในสหรัฐฯ กับผู้ประกอบการแปรรูปปลาทูน่าไทยจึงช่วยส่งเสริมและขยายส่งออกสินค้าไทยได้มากขึ้นในอนาคต อีกทั้ง การนำสินค้าปลาทูน่าไปใช้ตัดแปลงเพื่อปรุงอาหารไทยประกอบกับกิจกรรมการประชาสัมพันธ์โครงการ Thai Select ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ยังช่วยให้สามารถดึงดูดชาวอเมริกันรุ่นใหม่ให้สนใจบริโภคสินค้าปลาทูน่าได้มากขึ้นด้วย

6. รายชื่อผู้นำเข้าปลาทูน่าในสหรัฐฯ (เฉพาะในเขตดูแล สดต. ไมอามี)

6.1 บริษัท Beaver Street Fisheries Inc.

1741 W. Beaver St., Jacksonville,

FL 32209

Tel: 1-800-252-5661

Email: info@seabest.com

Website: www.beaverstreetfisheries.com

6.3 บริษัท Pacific Coral Seafood Co., Inc.

2240 NE 2nd Ave., Miami FL 33137

Tel: 1-305-573-8280

Fax: 1-305-573-5882

Email: info@pacific-coral.com

Website: www.pacific-coral.com

6.2 บริษัท Channel International Inc.

4755 Technology Way, Suite 107

Boca Raton, FL 33431

Tel: 1-561-994-3400

Fax: 1-561-994-3408

Email: channelseafoods@gmail.com

Website: www.channelseafoods.com

6.4 บริษัท Sea Delight LLC.

12510 W. Atlantic Blvd., Coral Springs

FL 33071

Tel: 1-305-594-9797

Fax: 1-305-594-4301

Email: info@sea-delight.com

Website: www.sea-delight.com

6.5 บริษัท Star Food Products Inc.

2853 Executive Park Dr., Suite 105,
Weston, FL 33331

Tel: 1-954-384-1600

Fax: 1-954-384-4451

Website: www.starfood.us

6.7 บริษัท Tristan International LLC.

1200 Stirling Rd., Suite 6a,
Dania Beach, FL 33004

Tel: 1-954-923-9422

Email: sales@tristan-international.com

Website: www.tristan-international.com

6.6 บริษัท Supermercados Econo Inc.

1424 Calle Rio St., Ind P, Carolina,
Puerto Rico 00983

Tel: 1-787-620-9292

Website: www.superecono.com

7. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

7.1 แม้ว่าแนวโน้มราคาปลาทูน่าในตลาดโลกจะปรับตัวสูงขึ้นเนื่องมาจากปัจจัยด้านอุปสงค์และอุปทานของราคาต้นทุนวัตถุดิบในตลาดโลก แต่พบว่าชาวอเมริกันยังมีแนวโน้มสนใจบริโภคสินค้าปลาทูน่ามากขึ้น เนื่องจากเป็นอาหารที่ให้โปรตีนและวิตามินสูงไขมันต่ำมีประโยชน์ต่อสุขภาพ อีกทั้ง ยังมีระดับราคาค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าเนื้อสัตว์ประเภทอื่น ทำให้ชาวอเมริกันยังมีแนวโน้มที่จะบริโภคเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 3 ต่อปี

7.2 ปัจจัยด้านการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศจากการแจกจ่ายวัคซีนป้องกันเชื้อไวรัสให้กับชาวอเมริกันในช่วงไตรมาสแรกของปี 2564 รวมถึงดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนของภาครัฐ ทำให้เกิดการกระตุ้นให้ผู้บริโภคชาวอเมริกันกลับมาใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น และส่งเสริมให้อุตสาหกรรมร้านอาหารและผู้ให้บริการอาหารฟื้นตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงเป็นโอกาสในการขยายตลาดส่งออกกลุ่มสินค้าปลาทูน่าอาหารทะเล และอาหารอื่น ๆ ของไทย

7.3 สินค้าปลาทูน่ากระป๋องส่งออกจากไทยไปสหรัฐฯ ส่วนใหญ่ไม่ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี การแข่งขันในตลาดสหรัฐฯ จึงจำเป็นต้องอาศัยความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตของสินค้าไทยที่ยังคงต่ำเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง อย่างไรก็ตาม จากแนวโน้มต้นทุนการผลิตในประเทศที่ปรับตัวสูงขึ้นอาจจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในระยะยาวได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงควรที่จะเร่งพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อเสริมสร้างจุดแข็งของอุตสาหกรรมแปรรูปปลาทูน่าไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มสินค้าสำหรับผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพและสิ่งแวดล้อมรายการใหม่ ๆ ที่น่าจะมีโอกาสทำตลาดได้ในอนาคต เช่น ขนมโปรตีนจากเนื้อปลาทูน่า แป้งโปรตีนสูงจากเนื้อปลาทูน่าสำหรับผู้แพ้อาหารจากถั่วหรือไข่ และเนื้อปลาทูน่าปรุงรสตากแห้ง (Tuna Jerky) เป็นต้น

7.4 การให้ความสำคัญในกระบวนการทำประมงไทยอย่างยั่งยืน (Sustainable) และการให้ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาด้านการใช้แรงงานทาสในอุตสาหกรรมประมงไทยอย่างจริงจัง จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับสินค้าปลาทูน่าและอาหารทะเลไทยในภาพรวมได้ อีกทั้ง ยังช่วยลดโอกาสที่สหรัฐฯ จะใช้ประเด็นดังกล่าวมาเป็นเครื่องมือกีดกันการนำเข้าสินค้าไทยในอนาคต

7.5 การร่วมกันส่งเสริมการบริโภคสินค้าปลาทูน่าร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน เช่น การส่งเสริมการนำปลาทูน่าไปใช้ประกอบอาหารไทยตามร้านอาหารไทยภายใต้โครงการ Thai Select ที่มีกระจายทั่วสหรัฐฯ รวมถึงการประชาสัมพันธ์สินค้าปลาทูน่าไทยร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จะช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคปลาทูน่าในตลาดสหรัฐฯ ได้มากขึ้น

๑๘

วันที่ : 11 พฤษภาคม 2564

บรรณานุกรม

Globefish Highlights. Food and Agriculture Organization of the United Nations 4th Issue 2020, with Jan. – June. 2020 Statistics.

https://issuu.com/globefish/docs/globefish_highlights_04_2020

Global Tuna Market Outlook. Expert Market Research.

<https://www.expertmarketresearch.com/reports/tuna-market>

Harmonized Tariff Schedule (2021 Revision 1). United States International Trade Commission.

<https://hts.usitc.gov>

Sustainable Tuna Handbook Global Edition. Marine Stewardship Council.

<https://www.msc.org/docs/default-source/default-document-library/msc-sustainable-tuna-handbook-2020.pdf>

United States Import Statistics. World Trade Atlas.

U.S. population: Brands of tuna (can or pouch) consumed from 2011 – 2020. Statista.

<https://www.statista.com/statistics/282508/us-households-brands-of-tuna-can-or-pouch-consumed-trend/>