



# ข่าวประจำสัปดาห์

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส  
ttcla@live.com | www.thaitradeusa.com

## ข่าวกำลังเป็นองค์ประกอบสำคัญของอาหารยอดนิยมของคนอเมริกันปัจจุบัน

รายงานเรื่อง Menu MVPs: Top Dishes at Major Chains จัดทำโดย Datassential บริษัทธุรกิจวิจัยอาหารและเครื่องดื่ม ระบุว่าจากการวิเคราะห์เมนูอาหาร 4,500 รายการของร้านอาหาร



อาหารเครือข่ายรายใหญ่ของสหรัฐฯในปี 2022 พบว่าอาหารที่คนอเมริกันปัจจุบันกำลังนิยมรับประทานคือ อาหารรสจัด (spicy foods) อาหารลาตินอเมริกัน อาหาร Tex-Mex (อาหารที่มีต้นกำเนิดแถบชายแดนภาคใต้สหรัฐฯกับประเทศเม็กซิโก ที่เป็นการผสมผสานอาหารภาคใต้สหรัฐฯกับอาหารเม็กซิกัน) และอาหารเอเชีย อาหารสามกลุ่มนี้หลายรายการมีข้าวเป็นองค์ประกอบให้เกิดโอกาสการเติบโตของการใช้ข้าวในธุรกิจให้บริการอาหารจำนวนมาก



รายงานวิเคราะห์แนวโน้มการบริโภคอาหารกลุ่มนี้ว่า เป็นผลมาจาก (1) การเปลี่ยนแปลงของลักษณะประชากรสหรัฐฯ ที่มีคนจากหลากหลายเชื้อชาติเพิ่มมากขึ้น และ (2) คนอเมริกันรุ่นใหม่มี



พฤติกรรมบริโภคที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อนหน้า ที่เป็นการออกจากกรบริโภคอาหารดั้งเดิมที่เคยเป็นที่นิยมบริโภคมาแต่เด็กและหันไปบริโภคอาหารที่แปลกใหม่ออกไป คาดการณ์ได้ว่าแนวโน้มการบริโภคอาหารที่ค้นพบในปี 2022 จะยังคงมีอิทธิพลต่อการทำรายการอาหารที่ธุรกิจให้บริการอาหารจะนำเสนอในปี 2023

คนอเมริกันรุ่น Millennials (เกิดระหว่างปี 191 - 1996) และ Gen Z (เกิดระหว่างปี 1997 - 2013) เป็นตัวหอกที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญของประเภทของอาหารที่เป็นที่นิยมบริโภคในสหรัฐฯ Millennials เป็นอเมริกันรุ่นแรกที่เปลี่ยนความนิยมของคนอเมริกัน จากการบริโภคอาหารอิตาเลียนไปเป็นการบริโภคอาหารเม็กซิกัน และ Gen Z เป็นอเมริกันรุ่นแรกที่หันไปนิยมอาหารเม็กซิกันและอาหารจีน



รายงาน Rice Eating Occasions Report จัดทำโดย USA Rice องค์กรส่งเสริมอุตสาหกรรมข้าวสหรัฐฯ ระบุว่า คนอเมริกันรุ่น Millennials เป็นผู้บริโภคสินค้าข้าวกลุ่มใหญ่ที่สุดในสหรัฐฯ โดยคิดเป็นร้อยละ 35 ของการบริโภคข้าวทุกชนิด และ การบริโภคข้าวของคนอเมริกันรุ่น Gen Z มีการเติบโตต่อเนื่องไป

ตลอดช่วงเวลาที่คนรุ่นใหม่เติบโต USA Rice ระบุว่า การหันมานิยมบริโภคข้าวของคนอเมริกันทั้งสองรุ่นนี้คือโอกาสอย่างแท้จริงของอุตสาหกรรมข้าวที่จะเติบโตต่อเนื่องไปอีกยาวนานตลอดอายุและอำนาจการซื้อของคนอเมริกันทั้งสองรุ่นนี้

ที่มา: USA Rice “Trend Watch: Americans Choose Rice-Dominant Cuisines as Favorite Foods”, by Deborah Willenborg, April 18, 2023

## ข้อมูลเพิ่มเติมและข้อคิดเห็น สคต. ลอสแอนเจลิส

1. กระทรวงเกษตรสหรัฐฯ ประมาณการณ่ว่าปัจจุบันคนอเมริกันบริโภคข้าว (ทุกชนิด) เฉลี่ยคนละประมาณ 27 ปอนด์ต่อปี

2. มีความเป็นไปได้สูงที่แนวโน้มการเติบโตของการบริโภคข้าวของคนหนุ่มสาวในสหรัฐฯ ปัจจุบันจะนำไปสู่การบริโภคข้าวต่อเนื่องไปอีกนาน เพราะมีเงื่อนไขสนับสนุน คือ

(1) การเปลี่ยนแปลงของลักษณะประชากรสหรัฐฯ ที่ดำเนินต่อเนื่อง U.S. Census Bureau คาดการณ์ว่าภายในปี 2030 การเติบโตของประชากรสหรัฐฯ ส่วนใหญ่จะมาจากชนเชื้อชาติต่างๆ และภายในปี 2044 สหรัฐฯ จะเปลี่ยนเป็นประเทศของประชากร multicultural

(2) ประชากรเอเชียอเมริกันคิดเป็นประมาณร้อยละ 6 ของประชากรสหรัฐฯ เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นรวดเร็วมากที่สุดในระหว่างปี 1990 – 2020 จำนวนประชากรเพิ่มขึ้นร้อยละ 203 หรือจาก 6.6 ล้านคนเป็น 20 ล้านคน

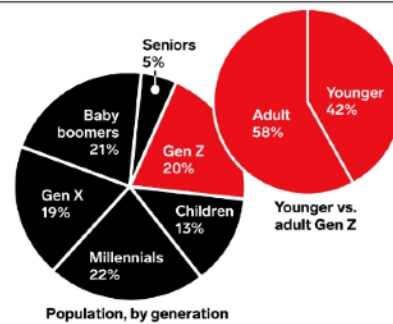
(3) ประชากรกลุ่มฮิสแปนิกคิดเป็นร้อยละ 19 ของประชากรสหรัฐฯ จำนวนประชากรในปี 2020 ประมาณ 62.1 ล้านคน คาดการณ์ว่าในปี 2060 ประชากรสหรัฐฯ จะมีจำนวน 111.2 ล้านคน หรือร้อยละ 28 ของประชากรสหรัฐฯ

(4) อเมริกันรุ่น Millennials เป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนมากที่สุดในสหรัฐฯ ในปี 2021 คนรุ่นนี้คิดเป็นร้อยละ 21.75 ของประชากรสหรัฐฯ รวมทั้งสิ้น หรือประมาณ 72.19 ล้านคน เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาสูงสุด (ร้อยละ 38 จบปริญญาตรีหรือสูงกว่า) และอยู่ในตลาดแรงงานมากที่สุด

(5) อเมริกันรุ่น Gen Z เป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดเป็นอันดับสามรองจาก Millennials และ Baby Boomer คิดเป็นร้อยละ 20.67 หรือประมาณ 68.6 ล้านคน คนกลุ่มนี้กำลังเริ่มเข้าสู่ตลาดแรงงานเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

US Gen Z and Total Population, 2023

% of total



Note: ages 0-100; children=born after 2012; Gen Z=1997-2012; younger Gen Z are ages 11-17, adult Gen Z are ages 18-26; millennials=1981-1996; Gen X=1965-1980; baby boomers=1946-1964; seniors=1928-1945; numbers may not add up to 100% due to rounding  
Source: US Census Bureau, “US Population Projections: 2017-2060”; Insider Intelligence calculations, January 12, 2023

279666

eMarketer | Insiderintelligence.com

3. ปัจจุบันประเภทของข้าวที่คนอเมริกันส่วนใหญ่ (กลุ่ม mainstream และอเมริกันฮิสแปนิกบริโภคคือ ข้าวขาวเมล็ดยาว ยกเว้นคนอเมริกันเชื้อสายเอเชียที่จะนิยมบริโภคข้าวหอมที่มีกลิ่นหอม (ข้าว Jasmine Rice หรือ ข้าว Basmati) หรือข้าวเมล็ดกลางและสั้น ขึ้นอยู่กับชาติพันธุ์ดั้งเดิม แต่มีแนวโน้มว่า ธุรกิจร้านอาหารหลายรายจะทำอาหารด้วยข้าวหอมหน้าเสนอแก่ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ในปี 2019 U.S.A Rice ได้จัดทำกิจกรรม Rice to Meet You ที่ส่งเสริมการใช้ข้าวหอมที่ผลิตได้ในสหรัฐฯ ในหมู่ธุรกิจร้านอาหารในสหรัฐฯ ด้วยการส่งตัวอย่างข้าวหอมที่ผลิตได้ในสหรัฐฯ ในถุงขนาด 5 ปอนด์ ไปให้เซฟ/ผู้ที่รับผิดชอบจัดทำเมนูอาหารของร้านอาหาร แม้ว่าในขณะนั้นปริมาณการ

ผลิตข้าวหอมของสหรัฐายังอยู่ในระดับต่ำมาก U.S.A. Rice ให้เหตุผลว่า เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดที่จะทำการส่งเสริม เนื่องจากในระหว่างปี 2015 - 2018 ข้าวหอมเป็นชนิดของข้าวที่มีการเติบโตรวดเร็วที่สุดในสหรัฐ โดยมีปรากฏในเมนูของร้านอาหารทั่วไปและของร้านอาหารประเภท fast food เพิ่มขึ้นร้อยละ 26 และร้อยละ 108 ตามลำดับ

4. ตัวเลขมูลค่านำเข้า (ล้านเหรียญฯ) ข้าวไทยของสหรัฐในระหว่างปี 2018 - 2022 แสดงศักยภาพการเติบโตของข้าวไทยหลากหลายชนิดในตลาดสหรัฐ

	Description	Year 2018	Year 2019	Year 2020	Year 2021	Year 2022
1006.30.9057	JASMINE RICE, LONG GRAIN, SEMI-MILLED OR WHOLLY MILLED, WHETHER OR NOT POLISHED OR GLAZED, OTHER THAN CERTIFIED ORGANIC, NOT PARBOILED	0	0	186,404,611	329,533,641	408,051,890
1006.30.9061	RICE, LONG GRAIN, SEMI-MILLED OR WHOLLY MILLED, WHETHER OR NOT POLISHED OR GLAZED, OTHER THAN CERTIFIED ORGANIC, NOT PARBOILED	0	0	31,756,415	62,944,264	87,226,065
1006.30.9065	RICE, MEDIUM GRAIN, SEMI-MILLED OR WHOLLY MILLED, WHETHER OR NOT POLISHED OR GLAZED, OTHER THAN CERTIFIED ORGANIC, NOT PARBOILED	61,205,670	77,316,147	89,065,485	55,086,593	54,890,772
1006.40.0000	RICE, BROKEN	5,289,220	5,691,057	7,484,771	3,828,940	15,857,166
1006.30.9085	RICE, MIXTURES OF GRAINS, SEMI-MILLED OR WHOLLY MILLED, WHETHER OR NOT POLISHED OR GLAZED, OTHER THAN CERTIFIED ORGANIC, NOT PARBOILED	17,670,768	23,546,047	15,633,941	11,776,027	14,596,257
1006.30.9059	BASMATI RICE, LONG GRAIN, SEMI-MILLED OR WHOLLY MILLED, WHETHER OR NOT POLISHED OR GLAZED, OTHER THAN CERTIFIED ORGANIC, NOT PARBOILED	0	0	2,121,502	8,948,465	12,750,438
1006.30.9075	RICE, SHORT GRAIN, SEMI-MILLED OR WHOLLY MILLED, WHETHER OR NOT POLISHED OR GLAZED, OTHER THAN CERTIFIED ORGANIC, NOT PARBOILED	9,603,912	11,057,643	17,455,198	11,221,061	11,585,458
1006.30.9015	RICE, CERTIFIED ORGANIC, SEMI-MILLED OR WHOLLY MILLED, WHETHER OR NOT POLISHED OR GLAZED, OTHER THAN PARBOILED	9,903,264	11,624,222	13,105,624	9,913,905	8,977,981
1006.20.4025	JASMINE RICE, LONG GRAIN, HUSKED (BROWN)	0	0	2,424,055	3,467,033	3,756,569
1006.30.1020	RICE, SEMI-MILLED OR WHOLLY MILLED, PARBOILED, LONG GRAIN	2,792,774	3,563,748	4,402,239	1,123,108	2,827,303
1006.20.4035	RICE, LONG GRAIN, HUSKED (BROWN), NESOI	0	0	945,931	1,699,456	2,027,450
1006.20.2000	RICE, BASMATI, HUSKED (BROWN)	110,084	97,894	28,665	30,524	891,183
1006.30.1040	RICE, SEMI-MILLED OR WHOLLY MILLED, PARBOILED, INCLUDING MIXTURES, NESOI	352,597	672,922	1,289,139	783,014	869,917
1006.20.4080	RICE, MIXTURES OF ANY SIZE GRAIN, HUSKED (BROWN)	231,957	134,877	227,169	314,637	160,927
1006.20.4040	RICE, MEDIUM GRAIN, HUSKED (BROWN)	164,484	109,784	568,496	334,613	159,553
1006.20.4060	RICE, SHORT GRAIN, HUSKED (BROWN)	155,729	13,305	169,567	180,910	55,296
1006.10.0000	RICE IN THE HUSK (PADDY OR ROUGH)	0	0	0	0	43,596
1003.10.0000	BARLEY SEED	51,143	45,246	74,137	19,051	40,597
1003.90.4030	BARLEY, NESOI	21,614	26,672	18,312	18,301	15,361
1008.90.0140	CEREALS, NESOI	2,236	18,720	6,480	29,088	8,760
1006.30.9055	RICE, LONG GRAIN, SEMI-MILLED OR WHOLLY MILLED, WHETHER OR NOT POLISHED OR GLAZED, OTHER THAN CERTIFIED ORGANIC, NOT PARBOILED	426,204,040	492,554,244	317,217,070	0	0
1006.20.4020	RICE, LONG GRAIN, HUSKED (BROWN)	6,580,422	6,926,957	3,898,836	0	0
1003.90.2000	BARLEY FOR MALTING PURPOSES	2,376	0	0	0	0
	total	540,342,290	633,399,485	694,297,643	501,252,631	624,792,539

5. แนวโน้มการเติบโตของการบริโภคข้าวของคนอเมริกันรุ่นหนุ่มสาวปัจจุบันและข้อเท็จจริงที่ว่าคนอเมริกันที่คุ้นเคยกับบริโภคข้าวเป็นหลักกำลังเข้าสู่วัยชราและลดจำนวนลง ขณะที่ลูกหลานของคนเหล่านี้มีความเป็นอเมริกันและ

คุ้นเคยกับการบริโภคอาหารอเมริกันมากขึ้นเรื่อยๆ และอาจหมายถึงช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดเช่นกันของการส่งเสริมการบริโภคข้าวไทยทุกชนิด ที่อาจผ่านทางการเพิ่มการพัฒนาการผลิตสินค้าข้าว และส่งเสริมการบริโภคข้าวไทยทุกชนิด เช่น

- (1) ส่งเสริมการใช้ข้าวเมล็ดกลางของไทยในการปรุงแต่งอาหารญี่ปุ่น เช่น sushi ซึ่งเป็นอาหารยอดนิยมในสหรัฐฯ
- (2) ส่งเสริมการใช้ข้าวขาวเมล็ดยาวของไทยแทนข้าวขาวเมล็ดยาวสหรัฐฯในการปรุงแต่งอาหารที่คนอเมริกันคุ้นเคย
- (3) ส่งเสริมการบริโภคข้าวหอมมะลิในตลาด mainstream

- นำเสนอวิธีการใช้ข้าวไทยในการปรุงแต่งอาหารจานเดียวแบบอื่นที่เป็นที่นิยมบริโภคในสหรัฐฯและที่นอกเหนือจากการบริโภคข้าวแบบคนไทยที่ต้องมีกับข้าวเป็นองค์ประกอบ

- นำเสนอข้าวสำเร็จรูปปรุงแต่งรสชาติ พร้อมที่จะนำไปปรุงแต่งเป็นอาหารได้โดยเร็ว เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคอเมริกันรุ่นใหม่ที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว เพื่อลดปัญหาความยุ่งยากในการบริโภคข้าวหอมมะลิ และกระตุ้นการเติบโตของความต้องการบริโภค



คลิกที่ลิงค์นี้ <https://forms.gle/URWH6Dv4hJgMpq7u9> หรือสแกน QR Code เพื่อเข้ากรอกแบบสอบถามความพึงพอใจรายงานจัดทำโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส



หมายเหตุ: ข้าวข้างบนนี้เป็นข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งข้อมูลหลายแห่งที่จัดทำและนำเสนอข้อมูลเปิดเผยต่อสาธารณชนทั่วไป และบางส่วนเป็นความเห็นส่วนบุคคล สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส นำมารวบรวมเผยแพร่เพื่อแก่ผู้สนใจ เนื่องจากเป็นข้อมูลและความคิดเห็นจากบุคคลที่สาม การนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ ไม่ว่าจะในกรณีใดๆ ขึ้นอยู่กับวิจารณญาณเฉพาะบุคคล สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส ไม่ขอรับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้