

รายงานตลาดสินค้าข้าวในสหรัฐอเมริกา



1. สินค้าข้าว (HS Code 1006)

ข้าวเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่มาจากพืชตระกูลหญ้าและถือเป็นแหล่งคาร์โบไฮเดรตหลักที่ประชากรส่วนมากทั่วโลกนิยมเลือกบริโภคโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศในแถบเอเชีย ซึ่งแทบจะทุกประเทศบริโภคข้าวเป็นอาหารหลักร่วมกับอาหารประเภทอื่นเกือบทุกมื้อ โดยประเทศในแถบเอเชียหลายประเทศ เช่น ไทย จีน เวียดนาม ญี่ปุ่น อินเดีย และปากีสถานต่างมีความได้เปรียบทางด้านลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมเป็นแหล่งเพาะปลูกข้าว อย่างไรก็ตาม ยังมีประเทศอื่น ๆ ในหลายทวีปเกือบทั่วโลกที่สามารถเพาะปลูกข้าวได้เช่นเดียวกัน เช่น สหรัฐฯ อียิปต์ โคลอมเบีย บราซิล และอิตาลี เป็นต้น

ในแต่ละปีมีการเพาะปลูกข้าวเพื่อการบริโภคของทั้งคนและสัตว์ทั่วโลกเป็นปริมาณเกือบ 500 ล้านตัน โดยในปี 2562 ประเทศจีนเป็นผู้ผลิตข้าวปริมาณมากที่สุดในโลกเป็นปริมาณ 146.73 ล้านตัน รองลงมา ได้แก่ อินเดีย 118 ล้านตัน อินโดนีเซีย 36.5 ล้านตัน บังกลาเทศ 35.85 ล้านตัน เวียดนาม 28.3 ล้านตัน ไทย 18.5 ล้านตัน เมียนมาร์ 13.3 ล้านตัน ฟิลิปปินส์ 12 ล้านตัน ญี่ปุ่น 7.8 ล้านตัน และปากีสถาน 7.5 ล้านตัน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าประเทศจีนจะมีปริมาณการเพาะปลูกข้าวมากที่สุดในโลกแต่ก็ยังคงมีความต้องการนำเข้าสินค้าข้าวสำหรับการบริโภคของประชาชนในประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี โดยในปี 2562 จีนนำเข้าสินค้าข้าวสูงที่สุดในโลกเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1.25 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมา ได้แก่ สหรัฐฯ 1.01 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อิหร่าน 951.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ไต้หวัน 604.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ฝรั่งเศส 540.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อังกฤษ 519.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ญี่ปุ่น 490.59 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มาเลเซีย 452.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แอฟริกาใต้ 447.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และแคนาดา 412.97 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

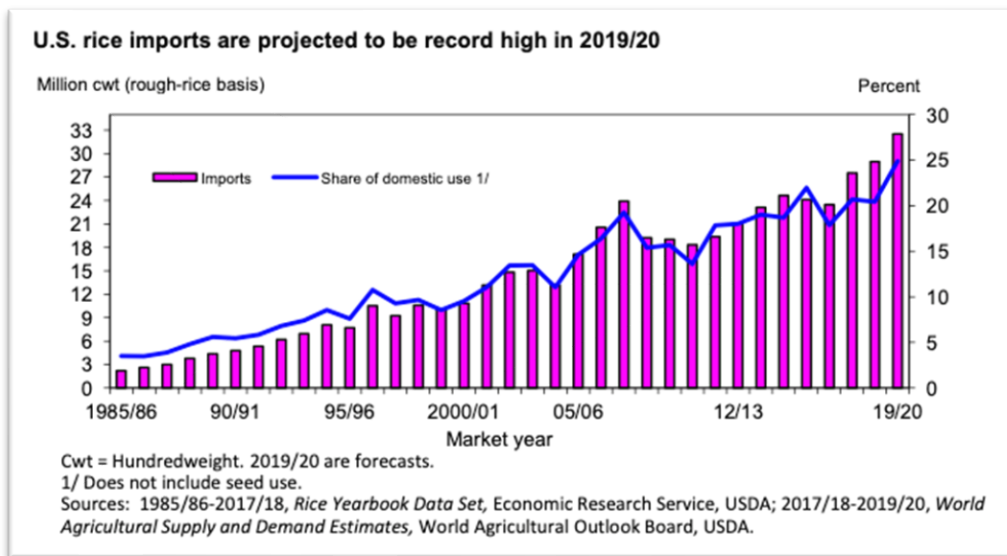
ทั้งนี้ ประเทศอินเดียเป็นผู้ส่งออกสินค้าข้าวรายใหญ่ที่สุดในโลก โดยในปี 2562 มีมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น 6.83 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมา ได้แก่ ไทย 4.20 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สหรัฐฯ 1.88 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จีน 1.06 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อิตาลี 614.32 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ บราซิล 368.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อุรุกวัย 363.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เนเธอร์แลนด์ 305.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เบลเยียม 266.40 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และปารากวัย 226.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ

2. ตลาดสินค้าข้าวในสหรัฐฯ

2.1 ขนาดตลาดและแนวโน้มตลาด

สหรัฐฯ มีการเพาะปลูกข้าวในหลายพื้นที่โดยเฉพาะในรัฐอาคันซอร์ รัฐแคลิฟอร์เนีย รัฐลุยเซียนา รัฐมิสซูรี รัฐเท็กซัส และรัฐมิสซิสซิปปี โดยในปี 2562 สหรัฐฯ มีพื้นที่เพาะปลูกข้าวรวมทั้งสิ้นประมาณ 3 ล้านเอเคอร์ สามารถผลิตข้าวได้ประมาณ 3.5 ล้านตันต่อปีซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภค จึงทำให้สหรัฐฯ ยังคงมีความต้องการนำเข้าข้าวเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้คาดว่า ในปี 2563 สหรัฐฯ จะมีความต้องการนำเข้าข้าวทั้งสิ้น 32.5 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 เมื่อเทียบกับปริมาณความต้องการนำเข้าในปี 2561 ซึ่งหากพิจารณาจากข้อมูลสถิติพบว่า สหรัฐฯ มีแนวโน้มความต้องการนำเข้าสินค้าข้าวขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องมาโดยตลอด

แผนภาพแสดง: แนวโน้มความต้องการนำเข้าข้าวของสหรัฐฯ



ที่มา: United States Department of Agriculture

2.2 ประเภทสินค้าข้าวที่สำคัญทางการค้าในสหรัฐฯ

จากข้อมูลโดย The International Rice Gene Bank พบว่า สายพันธุ์ข้าวจากทั่วโลกมีจำนวนมากกว่า 40,000 ชนิด โดยประเภทของข้าวทางการค้าที่วางจำหน่ายในสหรัฐฯ ที่สำคัญสามารถจำแนกออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มข้าวเมล็ดยาว (Long Grain) กลุ่มข้าวเมล็ดกลาง (Medium Grain) กลุ่มข้าวเมล็ดสั้น (Short Grain) และกลุ่มข้าวเหนียว (Sweet or Waxy Rice) นอกจากนี้ ยังสามารถจำแนกข้าวที่วางจำหน่ายในตลาดตามคุณลักษณะเด่น เช่น สี กลิ่นหอม และรสสัมผัส ได้แก่

2.2.1 ข้าวหอมมะลิ (Jasmine Rice) เป็นข้าวหอมที่ผลิตมากที่สุดในประเทศไทยมีลักษณะเด่น เมล็ดเรียวยาวและมีกลิ่นหอมเฉพาะตัวเมื่อหุงสุกแล้วมีความนุ่มเก็บความชื้นและเกาะตัวกันได้ดี

2.2.2 ข้าวหอมแดงสหรัฐฯ (U.S. Aromatic Red Rice) เป็นข้าวหอมผลิตในสหรัฐฯ ไม่ขัดผิว ทำให้ข้าวมีสีน้ำตาลแดงและต้องใช้เวลาหุงค่อนข้างนาน เมื่อปรุงสุกมีรสสัมผัสแข็งเล็กน้อยคล้ายธัญพืช

2.2.3 ข้าวบาสมати (Basmati Rice) เป็นข้าวขาวเมล็ดยาวมีกลิ่นหอม ผลิตมากในประเทศ อินเดียและปากีสถานเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันสหรัฐฯ ได้พัฒนาสายพันธุ์เป็นข้าวสายพันธุ์ใหม่ ๆ เพื่อเพาะปลูกในสหรัฐฯ เช่น ข้าวบาสมาติสหรัฐฯ (U.S. Basmati Rice) และข้าวเท็กซ์มาติ (Texmati Rice) ซึ่งเป็นลูกผสมระหว่างข้าวบาสมาติและข้าวขาวเมล็ดยาวของสหรัฐฯ

2.2.4 ข้าวดำ (Black Rice) เป็นข้าวหอมเมล็ดสีดำมีหลากหลายสายพันธุ์ เช่น ข้าวดำจากจีน (Chinese Forbidden Black Rice) ข้าวเหนียวดำจากไทย (Thai Black Sticky Rice) และข้าวดำจาпонิกา สหรัฐฯ (U.S. Black Japonica) เป็นต้น

2.2.5 ข้าวแคลโรส (Calrose) หรือ ข้าวแคลิฟอร์เนีย โรส (California Rose) เป็นข้าวขาวเมล็ด กลางผลิตในสหรัฐฯ ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อให้สะดวกต่อการเพาะปลูกใช้น้ำน้อยและเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ง่าย ซึ่งเป็นข้าว ที่ได้รับความนิยมในท้องตลาดค่อนข้างมากเนื่องจากมีราคาไม่แพง

2.2.6 ข้าวเดลลาสหรัฐฯ (U.S. Della) หรือ ข้าวเดลโรส (Delrose) หรือ เดลมอนท์ (Delmont) มีขนาดและลักษณะคล้ายข้าวบาสมาติ แต่แตกต่างกับเมื่อหุงแล้วข้าวประเภทนี้จะพองขยายเหมือนข้าวขาวทั่วไป

2.2.7 ข้าวแดง (Red Rice) เป็นข้าวมีกลิ่นหอมสีน้ำตาลแดงพบการเพาะปลูกมากในประเทศ ภูฏาน และฝรั่งเศส

2.2.8 ข้าวอาร์โบริโอ (Arborio Rice) เป็นข้าวเมล็ดสั้นมียางมาก มักจะนำไปปรุงริซอตโต (Risotto) เพาะปลูกมากในประเทศอิตาลี ปัจจุบันมีการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวอาร์โบริโอสหรัฐฯ (U.S. Arborio) ซึ่งมี ลักษณะคล้ายคลึงกันเพียงแต่มีขนาดเมล็ดยาวกว่าเล็กน้อยจึงถูกจัดให้เป็นข้าวเมล็ดกลาง

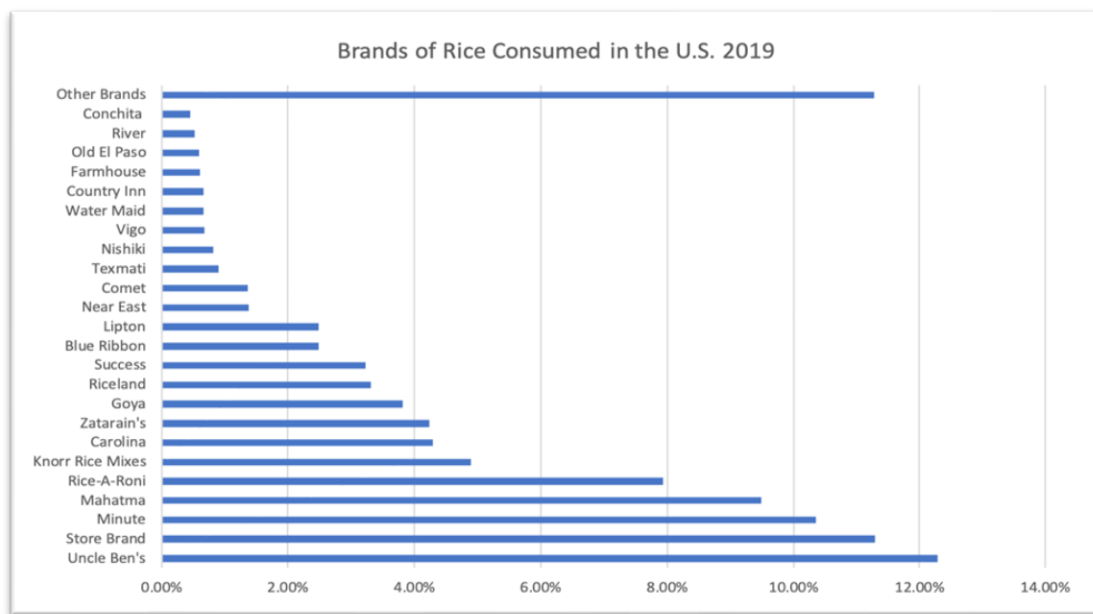
2.2.9 ข้าวซูชิ (Sushi Rice) หรือ ข้าวญี่ปุ่น (Japanese Rice) เป็นข้าวขาวเมล็ดสั้นเวลาหุงสุกจะ มียางมากทำให้ข้าวเกาะติดกันเป็นก้อนคล้ายข้าวเหนียว

2.2.10 ข้าวป่า (Wild Rice) เป็นข้าวดั้งเดิมไม่มีการพัฒนาสายพันธุ์ เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้นจาก กลุ่มผู้บริโภคชาวอเมริกันแต่ยังมีจำนวนไม่มากนักเนื่องจากการเพาะปลูกยังทำได้ไม่มากนัก

2.3 สัดส่วนผู้ประกอบการสินค้าข้าวในสหรัฐฯ

ข้าวเป็นสินค้าที่มีคุณลักษณะพื้นฐานที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงมีผู้ประกอบการในตลาดหลายราย โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกและซูเปอร์มาร์เก็ตมักจะผลิตสินค้าข้าวภายใต้แบรนด์ของตนเองเป็นหลัก จึงทำให้ปัจจุบันแบรนด์สินค้าข้าวในตลาดสหรัฐฯ มีมากกว่า 100 แบรนด์ ทั้งนี้ แบรนด์สินค้าข้าวที่เป็นผู้นำตลาดมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดในสหรัฐฯ คือ แบรนด์ “Uncle Ben’s” (ร้อยละ 12.29) รองลงมา ได้แก่ แบรนด์ “Minute” (ร้อยละ 10.36) แบรนด์ “Mahatma” (ร้อยละ 9.49) แบรนด์ “Rice-A-Roni” (ร้อยละ 7.93) แบรนด์ “Knorr Rice Mixes” (ร้อยละ 4.90) และแบรนด์ Carolina (ร้อยละ 4.29) ตามลำดับ

แผนภาพ: แสดงส่วนแบ่งตลาดสินค้าข้าวในสหรัฐฯ ปี 2562



ที่มา: Statista

2.4 ข้อมูลการนำเข้าสินค้าข้าวของสหรัฐฯ

จากข้อมูลสถิติการนำเข้าในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาพบว่า สหรัฐฯ มีความต้องการนำเข้าสินค้าข้าวขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปี 2562 สหรัฐฯ มีมูลค่าการนำเข้าสินค้าข้าวเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1,013.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.21 เมื่อเทียบกับมูลค่าการนำเข้าในปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ มูลค่าการนำเข้าสินค้าข้าวในเดือนมกราคม 2563 สหรัฐฯ ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 84.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.86 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ กลุ่มสินค้าข้าวที่มีสัดส่วนนำเข้าสูงสุด คือ ข้าวขาว (ร้อยละ 93.19) รองลงมา ได้แก่ ข้าวกล้อง (ร้อยละ 5.28) ข้าวหัก (ร้อยละ 1.52) และข้าวเปลือก (ร้อยละ 0.01) ตามลำดับ

ตารางแสดง: ข้อมูลการนำเข้าสินค้าข้าว ปี 2560 – 2563 (มกราคม)

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สินค้า	2560	2561	2562	เปลี่ยนแปลง %	2562 ม.ค.	2563 ม.ค.	เปลี่ยนแปลง %
				(62/61)			(63/62)
ข้าวขาว	614.34	836.65	944.65	12.91	78.75	79.36	0.77
ข้าวกล้อง	45.95	49.65	53.55	7.84	3.71	4.12	0.77
ข้าวหัก	6.61	17.06	15.37	-9.91	0.49	1.03	109.00
ข้าวเปลือก	0.04	0.05	0.14	175.54	0	0	N/A
รวม	666.94	903.41	1,013.71	12.21	82.96	84.50	1.86

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

ประเทศไทยถือเป็นผู้ครอบครองตลาดส่งออกสินค้าข้าวรายใหญ่ที่สุดในตลาดสหรัฐฯ โดยมีสัดส่วนส่งออกสินค้าข้าวในตลาดสูงสุดถึงร้อยละ 62.26 (โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าข้าวขาว) รองลงมา ได้แก่ อินเดีย ร้อยละ 21.92 ปากีสถาน ร้อยละ 4.94 เวียดนาม ร้อยละ 2.02 และอิตาลี ร้อยละ 1.78 ตามลำดับ

ตารางแสดง: ข้อมูลแหล่งนำเข้าสินค้าข้าวของสหรัฐฯ ที่สำคัญ ปี 2560 – 2563 (มกราคม)

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

อันดับ	ประเทศ	2560	2561	2562	เปลี่ยนแปลง %	2562 ม.ค.	2563 ม.ค.	เปลี่ยนแปลง %
					(61/60)			(63/62)
1.	ไทย	385.00	540.23	633.17	17.20	54.86	52.61	-4.11
2.	อินเดีย	174.35	210.16	226.29	7.67	19.05	18.52	-2.77
3.	ปากีสถาน	26.75	31.47	37.97	20.68	2.51	4.17	66.59
4.	เวียดนาม	12.43	12.46	11.34	-9.02	0.60	1.71	186.27
5.	อิตาลี	14.49	13.21	14.37	8.79	1.08	1.50	39.19
	ประเทศอื่น ๆ	53.92	95.88	90.57	-5.54	4.86	5.99	23.25
	รวม	666.94	903.41	1,013.711	12.21	82.96	84.50	1.86

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

2.4.1 สินค้าข้าวขาว (HS Code 100630)

ในปี 2562 สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าข้าวขาวเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 944.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.91 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ในส่วนของเดือนมกราคม ปี 2563 สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าข้าวขาวเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 79.36 หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.77 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ สินค้าในกลุ่มข้าวขาวที่มีสัดส่วนนำเข้าสูงสุดคือ ข้าวขาวเมล็ดยาว (ร้อยละ 75.44) รองลงมา ได้แก่ ข้าวขาวเมล็ดกลาง (ร้อยละ 10.87) ข้าวขาวเมล็ดสั้น (ร้อยละ 3.90) ข้าวขาวเกษตรอินทรีย์ (ร้อยละ 2.97) ข้าวขาวแบบหนึ่ง (ร้อยละ 2.62) ข้าวขาวผสม (ร้อยละ 2.26) และข้าวขาวผสมแบบหนึ่ง (ร้อยละ 1.93) ตามลำดับ

ตารางแสดง: ข้อมูลการนำเข้าสินค้าข้าวขาวของสหรัฐฯ ปี 2560 – 2563 (มกราคม)

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สินค้า	2560	2561	2562	เปลี่ยนแปลง %	2562	2563	เปลี่ยนแปลง
				(61/60)	ม.ค.	ม.ค.	(63/62)
ข้าวขาวเมล็ดยาว	452.93	616.69	694.51	12.62	57.95	59.87	3.31
ข้าวขาวเมล็ดกลาง	72.68	117.19	129.91	10.85	10.12	8.63	-14.75
ข้าวขาวเมล็ดสั้น	25.15	26.36	31.19	18.28	2.31	3.10	33.85
ข้าวขาวเกษตรอินทรีย์	19.31	25.21	26.11	3.14	1.89	2.36	24.68
ข้าวขาวแบบหนึ่ง	14.28	16.53	18.37	11.16	1.50	2.01	38.47
ข้าวขาวผสม	21.18	23.80	31.78	33.55	3.75	1.79	-52.23
ข้าวขาวผสมแบบหนึ่ง	8.81	10.87	12.78	17.62	1.23	1.53	25.22
รวม	614.34	836.65	944.65	12.91	78.75	79.36	0.77

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าข้าวขาวสูงสุดจากไทย (ร้อยละ 64.96) รองลงมา ได้แก่ อินเดีย (ร้อยละ 20.67) ปากีสถาน (ร้อยละ 4.18) อิตาลี (ร้อยละ 1.87) และเวียดนาม (ร้อยละ 1.78) ตามลำดับ โดยสินค้าข้าวขาวที่สหรัฐฯ นำเข้าส่วนมากยังเป็นกลุ่มข้าวขาวเมล็ดยาวข้าวหอมมะลิจากประเทศไทยที่ครอบครองส่วนแบ่งตลาดข้าวในสหรัฐฯ มาเป็นระยะเวลาช้านาน ส่วนที่เหลือเป็นกลุ่มข้าวขาวบาสมาดิจจากอินเดียและปากีสถาน

ตารางแสดง: ข้อมูลแหล่งนำเข้าสินค้าข้าวขาว ปี 2560 – 2563 (มกราคม)

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

อันดับ	ประเทศ	2560	2561	2562	เปลี่ยนแปลง		2563	เปลี่ยนแปลง	
					%	ม.ค.		%	ม.ค.
					(61/60)		(63/62)		
1.	ไทย	376.31	527.69	620.20	17.53	53.95	51.55	-4.45	
2.	อินเดีย	151.53	185.15	198.58	7.25	16.69	16.40	-1.74	
3.	ปากีสถาน	15.95	22.11	26.73	20.90	2.16	3.31	53.64	
4.	อิตาลี	14.06	13.08	14.21	8.59	1.08	1.49	37.65	
5.	เวียดนาม	11.19	9.84	9.29	-5.62	0.60	1.41	136.92	
ประเทศอื่น ๆ		45.30	78.78	75.64	3.99	4.27	5.20	21.78	
รวม		614.34	836.65	944.65	12.91	78.75	79.36	0.77	

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

2.4.2 สินค้าข้าวกล้อง (HS Code 100620)

ในปี 2562 สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าข้าวกล้องเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 53.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.84 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ในส่วนของเดือนมกราคม ปี 2563 สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าข้าวกล้องเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 4.12 หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.86 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ สินค้าในกลุ่มข้าวกล้องที่มีสัดส่วนนำเข้าสูงสุดคือ ข้าวกล้องบาสมати (ร้อยละ 71.15) รองลงมา ได้แก่ ข้าวกล้องเมล็ดยาว (ร้อยละ 23.47) ข้าวกล้องเมล็ดสั้น (ร้อยละ 2.31) ข้าวกล้องเมล็ดกลาง (ร้อยละ 2.17) และข้าวกล้องผสม (ร้อยละ 0.90) ตามลำดับ

ตารางแสดง: ข้อมูลการนำเข้าสินค้าข้าวกล้อง ปี 2560 – 2563 (มกราคม)

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สินค้า	2560	2561	2562	เปลี่ยนแปลง		2563	เปลี่ยนแปลง	
				%	ม.ค.		%	ม.ค.
				(61/60)		(63/62)		
ข้าวกล้องบาสมати	33.59	33.90	38.26	12.85	2.66	2.79	4.82	
ข้าวกล้องเมล็ดยาว	9.27	12.52	12.52	-0.04	0.84	0.99	17.23	
ข้าวกล้องเมล็ดสั้น	1.34	1.23	1.16	-5.53	0.07	0.16	125.80	
ข้าวกล้องเมล็ดกลาง	1.02	1.34	1.11	-16.91	0.08	0.14	74.28	
ข้าวกล้องผสม	0.74	0.67	0.51	-24.37	0.06	0.05	-28.16	
รวม	45.95	49.65	53.55	7.84	3.71	4.12	10.86	

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าข้าวกล้องสูงสุดจากอินเดีย (ร้อยละ 50.86) รองลงมา ได้แก่ ปากีสถาน (ร้อยละ 21.62) ไทย (ร้อยละ 13.59) อาร์เจนตินา (ร้อยละ 3.65) และญี่ปุ่น (ร้อยละ 2.00) ตามลำดับ
 ตารางแสดง: ข้อมูลแหล่งนำเข้าสินค้าข้าวกล้องของสหรัฐฯ ปี 2560 – 2563 (ม.ค.)

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

อันดับ	ประเทศ	2560	2561	2562	เปลี่ยนแปลง		2563	เปลี่ยนแปลง	
					%	ม.ค.		%	ม.ค.
					(61/60)		(63/62)		
1.	อินเดีย	22.79	24.97	27.68	10.86	2.35	2.12	-10.09	
2.	ปากีสถาน	10.65	9.27	11.13	20.04	0.31	0.84	170.99	
3.	ไทย	4.97	7.24	7.28	0.55	0.53	0.58	9.40	
4.	อาร์เจนตินา	1.77	2.22	2.01	-9.41	0.21	0.16	-21.92	
5.	ญี่ปุ่น	0.65	0.71	0.78	10.76	0.04	0.10	159.49	
ประเทศอื่น ๆ		5.12	5.24	4.67	-10.88	0.27	0.32	18.52	
รวม		45.95	49.65	53.55	7.84	3.71	4.12	10.86	

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

2.4.3 สินค้าข้าวหัก (HS Code 100640)

ในปี 2562 สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าข้าวหักเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 15.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือขยายตัวลดลงร้อยละ 9.91 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ในส่วนของเดือนมกราคม ปี 2563 สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าข้าวหักเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1.03 หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 109.00 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

ตารางแสดง: ข้อมูลการนำเข้าสินค้าข้าวหัก ปี 2560 – 2563 (มกราคม)

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

สินค้า	2560	2561	2562	เปลี่ยนแปลง		2563	เปลี่ยนแปลง	
				%	ม.ค.		%	ม.ค.
				(61/60)		(63/62)		
ข้าวหัก	6.61	17.06	15.37	-9.91	0.49	1.03	109.00	
รวม	6.61	17.06	15.37	-9.91	0.49	1.03	109.00	

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าข้าวหักสูงสุดจากไทย (ร้อยละ 47.02) รองลงมา ได้แก่ เวียดนาม (ร้อยละ 28.49) อูรุกวัย (ร้อยละ 11.83) บราซิล (ร้อยละ 6.32) และปากีสถาน (ร้อยละ 1.78) ตามลำดับ

ตารางแสดง: ข้อมูลแหล่งนำเข้าสินค้าข้าวกล้องของสหรัฐฯ ปี 2560 – 2563 (ม.ค.)

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

อันดับ	ประเทศ	2560	2561	2562	เปลี่ยนแปลง %	2562	2563	เปลี่ยนแปลง %
					(61/60)	ม.ค.	ม.ค.	(63/62)
1.	ไทย	3.73	5.29	5.69	7.60	0.39	0.49	24.91
2.	เวียดนาม	1.13	2.48	1.75	-29.39	0	0.29	N/A
3.	อุรุกวัย	0	0	0.06	N/A	0	0.12	N/A
4.	บราซิล	1.02	8.64	7.20	-16.70	0.01	0.07	342.95
5.	ปากีสถาน	0.16	0.09	0.11	32.05	0.04	0.02	-51.46
ประเทศอื่น ๆ		0.57	0.56	0.56	0.00	0.05	0.04	-20.00
รวม		6.61	17.06	15.37	-9.91	0.49	1.03	109.00

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

2.4.4 สินค้าข้าวเปลือก (HS Code 100610)

ในปี 2562 สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าข้าวเปลือกเป็นมูลค่าเพียง 1.4 แสนดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 175.54 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาโดยนำเข้าจากแคนาดา อินเดีย จีน เกาหลีใต้ สเปน เวียดนาม อย่างไรก็ตามในส่วนของเดือนมกราคม ปี 2563 ไม่ปรากฏมูลค่าการนำเข้าข้าวเปลือกแต่อย่างใด

ตารางแสดง: ข้อมูลการนำเข้าสินค้าข้าวกล้อง ปี 2560 – 2563 (มกราคม)

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สินค้า	2560	2561	2562	เปลี่ยนแปลง %	2562	2563	เปลี่ยนแปลง %
					(61/60)	ม.ค.	(63/62)
ข้าวหัก	0.00	0.01	0.14	175.54	0.00	0.00	N/A
รวม	0.00	0.01	0.14	175.54	0.00	0.00	N/A

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

2.4 ตัวอย่างสินค้าข้าวที่วางจำหน่ายในตลาดสหรัฐฯ

ปัจจุบันสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวที่วางจำหน่ายทั่วไปตามร้านค้าปลีกและห้างสรรพสินค้าในสหรัฐฯ สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

2.4.1 กลุ่มสินค้าข้าวสาร สัดส่วนการบริโภคสินค้าข้าวสารของผู้บริโภคชาวอเมริกันแบ่งเป็นข้าวขาว (ร้อยละ 80) ข้าวสี (ร้อยละ 15) และข้าวซูชิหรือข้าวเหนียว (ร้อยละ 5) ตามลำดับ



2.4.2 กลุ่มสินค้าข้าวแปรรูป โดยสินค้าอาหารแปรรูปจากข้าวที่สำคัญในตลาดสหรัฐฯ ได้แก่ เส้นก๋วยเตี๋ยว ข้าวพร้อมรับประทาน อาหารเช้า ขนมขบเคี้ยว แป้งทำขนม น้ำมัน และเครื่องดื่มหมักจากข้าว เป็นต้น

- เส้นก๋วยเตี๋ยว (Noodles and Pastas)



- ข้าวพร้อมรับประทาน (Ready to Eat)



- อาหารเช้า (Cereals)



- ขนมขบเคี้ยว (Snacks)



- แป้งทำขนม (Flours)



- น้ำมัน (Rice Bran Oils)



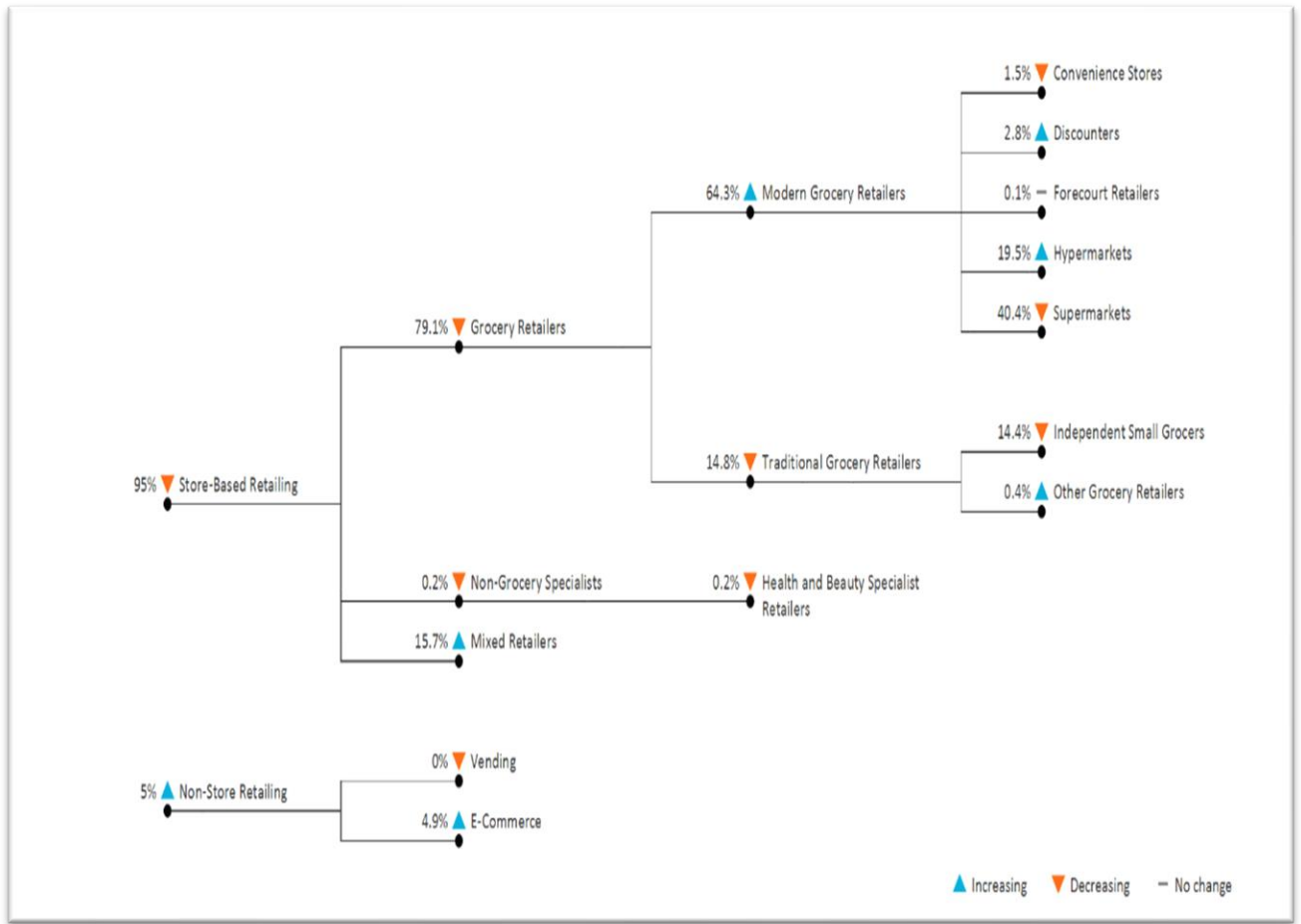
- เครื่องดื่มนมจากข้าว (Rice Milks)



2.5 ช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องจากข้าวเป็นสินค้าในกลุ่มอุปโภคบริโภคอีกทั้งยังมีน้ำหนักค่อนข้างมาก ส่วนใหญ่จึงยังคงจัดจำหน่ายผ่านช่องทางร้านจำหน่ายสินค้าปลีกเป็นหลัก โดยจำหน่ายผ่านร้านซูเปอร์มาร์เก็ตสูงสุด (ร้อยละ 40.4) รองลงมา ได้แก่ ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต (ร้อยละ 19.5) ร้านค้าปลีกทั่วไป (ร้อยละ 15.7) ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก (ร้อยละ 14.4) ร้านจำหน่ายสินค้าลดราคา (ร้อยละ 2.8) และร้านสะดวกซื้อ (ร้อยละ 1.5) ส่วนช่องทางการค้าปลีกออนไลน์ยังมีสัดส่วนไม่มากนักเพียงร้อยละ 5 อย่างไรก็ตาม จากแนวโน้มกระแสความนิยมบริโภคสินค้าออนไลน์ในตลาดรวมถึงปัจจัยด้านการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID - 19 ในสหรัฐฯ ในขณะนี้ทำให้ผู้บริโภคหันไปเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นและมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ทั้งนี้คาดว่า ช่องทางการค้าปลีกสินค้าข้าวออนไลน์ในสหรัฐฯ จะขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นเกือบ 2 เท่าภายในอีก 5 ปีข้างหน้า

แผนภาพแสดง: ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าข้าวในสหรัฐฯ



ที่มา: Euromonitor 2020

3 ระเบียบการนำเข้าที่สำคัญ

3.1 ข้อกำหนดกระทรวงเกษตรสหรัฐฯ (U.S. Department of Agriculture) หากประเทศต้นทางผู้ส่งออกข้าวอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีการแพร่ระบาดของด้วงอื้อ (Khapra Beetles) การส่งออกสินค้าจะต้องแนบใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) ร่วมกับการส่งออกด้วย อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันประเทศไทยไม่ได้อยู่ในรายชื่อประเทศที่มีการแพร่ระบาดของแมลงดังกล่าว นอกจากนี้ การส่งออกข้าวทุกครั้งทางการสหรัฐฯ จะตรวจสอบการปนเปื้อนของแกลบ (Hull) เนื่องจากเป็นส่วนที่เป็นภาชนะนำเชื้อโรคและแมงศัตรูพืช โดยหากพบปริมาณการปนเปื้อนของแกลบเกิน 28 ชั้ว ทางการสหรัฐฯ จะไม่อนุญาตให้นำเข้าสินค้านี้ ดังนั้น สหรัฐฯ ไม่อนุญาตให้นำเข้าข้าวเปลือก ยกเว้นได้รับอนุญาตจากหน่วยงานให้บริการตรวจสอบสุขภาพพืชและสัตว์ (Animal and Plant Health Inspection Service หรือ APHIS) ภายใต้กระทรวงเกษตรสหรัฐฯ

3.2 ภาษีการนำเข้า / GSP

กลุ่มสินค้าข้าวส่งออกจากไทยเกือบทั้งหมดถูกเรียกเก็บภาษีนำเข้าจากสหรัฐฯ ในอัตราระหว่าง 0.44 - 2.1 เซ็นต์ต่อกิโลกรัม เนื่องจากไม่ได้อยู่ในกลุ่มสินค้าที่ได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้าภายใต้โครงการให้สิทธิพิเศษทางภาษีเป็นการทั่วไป (Generalization System of Preference หรือ GSP) ยกเว้น สินค้าข้าวหนึ่ง (HS 1006.30.10) ที่ได้รับสิทธิ GSP ยกเว้นภาษีนำเข้า อีกทั้งยังไม่ได้เป็นสินค้าที่เข้าข่ายได้ถูกระงับสิทธิเป็นการชั่วคราวที่จะเริ่มมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน 2563

ตารางแสดง: กำหนดอัตราภาษีนำเข้าสินค้าข้าวของสหรัฐฯ

Harmonized Tariff Schedule of the United States (2020) Revision 6						
Annotated for Statistical Reporting Purposes						
II						
10-4						
Heading/ Subheading	Stat. Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		2
				General	Special	
1006		Rice:				
1006.10.00	00	Rice in the husk (paddy or rough).....	kg.....	1.8¢/kg ²¹	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)	2.8¢/kg
1006.20		Husked (brown) rice:				
1006.20.20	00	Basmati.....	kg.....	0.83¢/kg ¹¹	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)	3.3¢/kg
1006.20.40		Other.....		2.1¢/kg ¹¹	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)	3.3¢/kg
	20	Long grain.....	kg			
	40	Medium grain.....	kg			
	60	Short grain.....	kg			
	80	Mixtures of any of the above.....	kg			

1006.30		Semi-milled or wholly milled rice, whether or not polished or glazed:				
1006.30.10		Parboiled.....		11.2% ^U	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 4.4% (KR)	35%
	20	Long grain.....	kg			
	40	Other, including mixtures.....	kg			
1006.30.90		Other.....		1.4¢/kg ^U	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)	5.5¢/kg
	15	Certified Organic.....	kg			
		Other:				
	55	Long grain.....	kg			
	65	Medium grain.....	kg			
	75	Short grain.....	kg			
	85	Mixtures of any of the above.....	kg			
1006.40.00	00	Broken rice.....	kg	0.44¢/kg ^U	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)	1.4¢/kg

ที่มา: United States International Trade Commission

4 วิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<p>1. ประเทศไทยมีสภาพภูมิประเทศภูมิอากาศร้อนชื้นเหมาะสมกับการเพาะปลูกข้าวทำให้ได้ผลผลิตมาก อีกทั้ง ยังมีคุณภาพเป็นที่ต้องการบริโภคของทั้งผู้บริโภคในประเทศและต่างประเทศ</p> <p>2. ข้าวหอมมะลิของไทยมีคุณลักษณะสายพันธุ์ที่มีจุดเด่นทั้งความนุ่มรวมถึงกลิ่นหอมเฉพาะตัวเมือหุงสุกซึ่งแตกต่างจากข้าวขาวสายพันธุ์อื่นนอกจากนี้ ประเทศคู่แข่งยังไม่สามารถผลิตได้ในปริมาณมากเพียงพอ</p> <p>3. ข้าวหอมมะลิไทยมีชื่อเสียงเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคว่าเป็นข้าวคุณภาพสูงเกรดพรีเมียมเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคโดยเฉพาะชาวเอเชียที่อาศัยในสหรัฐฯ</p>	<p>1. การพัฒนาตัวทางสังคมในไทยมีส่วนทำให้เกษตรกรบางกลุ่มลดพื้นที่เพาะปลูกข้าวลงเนื่องจากราคาขายข้าวในตลาดยังอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำการลงทุนบางรายจะไม่คุ้มทุนจึงหันไปลงทุนทำกิจการประเภทอื่นที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า</p> <p>2. คนไทยบริโภคข้าวหอมมะลิเป็นอาหารหลักดังนั้นจึงต้องมีการสำรองข้าวหอมมะลิไว้สำหรับการบริโภคเป็นจำนวนมากทำให้เหลือปริมาณข้าวสำหรับส่งออกจำกัด</p> <p>3. ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่มุ่งเน้นเพียงการผลิตวัตถุดิบหรือการรับจ้างผลิตสินค้าเป็นหลักการพัฒนาและแปรรูปสินค้าจากข้าวให้มีมูลค่าสูงขึ้นยังไม่แพร่หลาย</p>

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
1. สหรัฐฯ มีแนวโน้มต้องการนำเข้าข้าวเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง โดยในปี 2563 คาดว่าจะมีความต้องการนำเข้าข้าวทั้งสิ้น 32.5 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 จากปีที่ผ่านมา	1. ข้าวเป็นสินค้าที่มีน้ำหนักค่อนข้างมากทำให้มีราคาค่าขนส่งสูงซึ่งค่อนข้างเป็นอุปสรรคสำหรับการขนส่งระหว่างประเทศ โดยเฉพาะจากไทยไปสหรัฐฯ ซึ่งค่อนข้างไกล
2. ผู้บริโภคชาวอเมริกันมีความต้องการทดลองและบริโภคสินค้าอาหารประเภทใหม่อยู่โดยตลอด เช่น สินค้าเครื่องดื่มนมข้าว น้ำมันรำข้าว รวมถึงสินค้าอาหารเกษตรอินทรีย์ และสินค้าอาหารจากธรรมชาติ	2. แนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ อาจจะหดตัวในปีนี้อาจเนื่องมาจากภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID - 19 ซึ่งน่าจะกระทบต่อแนวโน้มความต้องการบริโภคของชาวอเมริกันในอนาคต
3. การขยายตัวของตลาดการค้าออนไลน์เป็นเครื่องมือและโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยในการแสวงหาพันธมิตรทางการค้าและคู่ค้ารายใหม่ในตลาดเป้าหมาย	3. ประเทศคู่แข่งที่สำคัญในภูมิภาค เช่น เวียดนาม และกัมพูชา มีความพยายามพัฒนาสายพันธุ์และคุณภาพข้าวท้องถิ่นให้ใกล้เคียงข้าวหอมมะลิไทยเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐฯ

5 แนวทางการขยายตลาด/สู่ทางการจำหน่ายสินค้าของไทย

ตลาดข้าวไทยในสหรัฐฯ เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคชาวเอเชียที่อาศัยอยู่ในสหรัฐฯ อยู่แล้ว เนื่องจากผู้บริโภคเหล่านี้รู้จักข้าวไทยโดยเฉพาะข้าวหอมมะลิไทยที่มีคุณลักษณะเด่นรสสัมผัสนุ่มลิ้นมีกลิ่นหอม เมื่อหุงสุกจึงเป็นที่นิยมและมีวางจำหน่ายตามร้านจำหน่ายปลีกสินค้าอาหารเอเชีย (Specialty Stores) ทั่วไปในสหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม สำหรับกลุ่มผู้บริโภคชาวอเมริกันเชื้อสายอื่นการบริโภคข้าวไทยยังมีไม่มากนัก เนื่องจากการหุงค่อนข้างยุ่งยากหากไม่มีหม้อหุงข้าวและต้องใช้เวลาชานาน ดังนั้น ผู้บริโภคกลุ่มนี้จึงมักจะบริโภคข้าวไทยผ่านร้านอาหารไทยเป็นครั้งคราว ดังนั้น จึงยังมีโอกาสในการขยายตลาดสินค้าข้าวไทยในตลาดกระแสหลัก (Mainstream) สำหรับกลุ่มผู้บริโภคชาวอเมริกันเชื้อสายอื่นในตลาดอีกมาก เช่น การร่วมมือกับผู้ประกอบการค้าปลีกค้าส่งรายใหญ่ในตลาด เช่น ห้างค้าส่ง Costco ห้างซูเปอร์มาร์เก็ต Publix และห้างซูเปอร์มาร์เก็ต Winn-Dixie ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อขยายตลาดแก่ผู้บริโภคตลาดหลักในเขตพื้นที่เป้าหมาย

นอกจากนี้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้ผู้บริโภคในตลาดเริ่มหันมาสนใจแหล่งอาหารสำหรับการดำรงชีพที่สามารถเก็บรักษาได้นาน เช่น ข้าว ธัญพืช และแป้ง มากขึ้น ผู้ประกอบการสินค้าข้าวไทยในตลาดสหรัฐฯ ที่มีสินค้าอยู่แล้วอาจจะใช้โอกาสดังกล่าวในการทำประชาสัมพันธ์สินค้าในลักษณะ Corporate Social Responsibility หรือ CSR ร่วมกับหน่วยงานองค์กรในพื้นที่เพื่อส่งเสริมข้าวไทยในตลาดได้

6 รายชื่อผู้นำเข้าสินค้าข้าวในสหรัฐฯ (เฉพาะในเขตดูแล สคต. ไมอามี)

6.1 บริษัท AAF Import Inc.

6527 Jimmy Carter Blvd., Norcross, GA
30071

Tel: 1-678-966-5590

Fax: 1-678-966-5589

Email: mail.aafimport@gmail.com

Website: www.aafimportinc.com

6.2 บริษัท Conchita Foods Inc.

10051 NW 99th Ave., #3, Medley, FL 33178

Tel: 1-305-888-9703

Email: info@conchita-foods.com

Website: www.conchita-foods.com

6.3 บริษัท Dekalb Farmers Market Inc.

3000 E Ponce De Leon Ave., Decatur, GA
30030

Tel: 1-404-377-6400

Fax: 1-404-377-9274

Website: www.dekalbfarmersmarket.com

6.4 บริษัท Foodworks International

3670 131st Ave., Clearwater, FL 33762

Tel: 1-727-459-5909

Fax: 1-888-853-5210

Email: dan@foodworks.biz

6.5 บริษัท GraceKennedy Foods (USA) LLC

9151 NW 97th Terr, Medley, FL 33178

Tel: 1-305-88-1100

Fax: 1-305-545-0039

Website: www.lafe.com

6.6 บริษัท Goya Foods Inc.

13300 NW 25th St., Miami, FL 33182

Tel: 1-305-592-3150

Fax: 1-305-591-8019

Website: www.goya.com

6.7 บริษัท Guixens Food Group Inc.

5800 NW 32nd Ct., Miami, FL 33142

Tel: 1-305-634-0500

Fax: 1-305-634-0507

6.8 บริษัท Iberia Foods Corp.

12300 NW 32nd Ave., Miami, FL 331267

Tel: 1-305-863-8840

Website: www.iberiafood.com

6.9 บริษัท Interiors International Inc.

3207 Powell Ave., Nashville, TN 37204

Tel: 1-615-333-3718

Fax: 1-615-333-9348

Email: prajbundit@interiorintl.com

6.10 บริษัท Lucky Atlanta Foods Co.

5075 Pinetree St., Forest Park, GA
30344

Tel: 1-404-608-8109

Fax: 1-404-608-8177

Email: steven@atlantalucky.com

Website: www.atlantalucky.com

- 6.11 บริษัท Monaco Trading Inc.
1120 NW 165th St., Miami, FL 33169
Tel: 1-954-580-4400
Fax: 1-954-580-0289
Email: info@monacofoods.com
Website: www.monacofoods.com
- 6.12 บริษัท Pals Group Inc.
5761 NW 37th Ave., Ste. 101, Miami, FL 33167
Tel: 1-305-638-7355
Fax: 1-305-638-8655
Website: www.lakayfood.com
- 6.13 บริษัท Raja Foods of Atlanta LLC.
4579 Lewis Rd., Stone Mountain GA 30083
Tel: 1-770-270-8187
Fax: 1-770-270-8128
Email: info@rajafoods.com
Website: www.rajafoods.com
- 6.14 บริษัท Roma Food Group Inc.
3636 NW 60th St., Miami, FL 33142
Tel: 1-305-888-1355
Website: www.romafoodgroup.com
- 6.15 บริษัท Sinfar Import Export Corp Ltd.
123 Industrial Dr., St., Marys, GA 31558
Tel: 1-912-576-5688
- 6.16 บริษัท Shivam Distributors
108 Commerce St., Longwood, FL 32750
Tel: 1-407-331-9439
Fax: 1-407-331-3330
Email: shivamfl@hotmail.com
- 6.17 บริษัท Southeastern Food Supplies
11077 NW 36th Ave., Miami, FL 33167
Tel: 1-305-688-2228
Email: info@sefoodsupplies.com
Website: www.sefoodsupplies.com
- 6.18 บริษัท Sunshine Spice Corp.
8180 NW 36th Ave., Miami FL 33147
Tel: 1-305-694-9220
- 6.19 บริษัท Trujillo & Sons Inc.
3325 NW 62nd St., Miami, FL 33147
Tel: 1-305-696-8701
Fax: 1-305-696-4510
Email: sales@trujilloandsons.com
Website: www.trujilloandsons.com
- 6.20 บริษัท Vigo Importing Company
4701 W Comanche Ave., Tampa, FL 33614
Tel: 1-813-884-3491
Fax: 1-813-884-7139
Website: www.vigo-alessi.com

7. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

7.1 แม้ว่าสินค้าข้าวไทยจะเป็นผู้ครองส่วนแบ่งตลาดส่งออกมากที่สุดในตลาด อีกทั้ง สหรัฐฯ ยังมีแนวโน้มขยายปริมาณนำเข้าสินค้าข้าวเป็น 32.5 ล้านตันในปีนี้ก็ตาม แต่สถานการณ์แข่งขันในตลาดสินค้าข้าวของสหรัฐฯ ก็ถือว่าค่อนข้างรุนแรง โดยมีผู้ประกอบการในประเทศคู่แข่ง เช่น อินเดีย ปากีสถาน เวียดนาม และกัมพูชา ต่างพยายามพัฒนาคุณภาพสินค้าข้าวของตนเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงควรที่จะให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าให้เป็นไปตามข้อตกลง รวมถึงรักษาระดับต้นทุนราคาเพื่อคงความสามารถในการแข่งขันในตลาดในอนาคต

7.2 สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในสหรัฐฯ ที่กำลังรุนแรงมากขึ้นอาจจะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มการขยายตัวของสถานะเศรษฐกิจในสหรัฐฯ และแนวโน้มการจ่ายของผู้บริโภคในอนาคตได้ อีกทั้ง มาตรการการควบคุมสินค้านำเข้าจากต่างประเทศโดยเฉพาะในประเทศเอเชียที่เป็นเขตแพร่ระบาดรุนแรง อาจจะส่งผลกระทบทำให้การส่งออกสินค้าเกิดความล่าช้าได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงควรติดตามสถานการณ์และข้อบังคับใหม่ที่อาจจะถูกนำมาบังคับใช้เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อสถานการณ์และลดผลกระทบทางธุรกิจที่อาจจะเกิดขึ้น

7.3 มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสส่งผลกระทบต่อการจัดงานแสดงสินค้าที่สำคัญที่เกี่ยวข้องหลายงานในสหรัฐฯ ขณะนี้ หลายงานยกเลิกไปและเปลี่ยนรูปแบบเป็นลักษณะ Virtual Trade Fair แทน ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงควรติดตามข่าวสารการจัดงาน และปรับเปลี่ยนวิธีการเข้าร่วมกิจกรรมการตลาดให้เหมาะสม

7.4 กลุ่มผู้บริโภค Millennials ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคศักราชภาพในตลาดสหรัฐฯ ในปัจจุบันมักจะคำนึงถึงอรรถประโยชน์ของสินค้ามากกว่าราคา ดังนั้น การประชาสัมพันธ์คุณค่าทางอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพของสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวโดยอาศัยข้อมูลอ้างอิงทางวิทยาศาสตร์จะช่วยให้ขยายตลาดได้มากขึ้น นอกจากนี้ ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) และความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability) ของผู้ประกอบการยังเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญมากอีกด้วย

7.5 การพัฒนาและเพิ่มมูลค่า (Value Added) แก่สินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในตลาดอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถรักษาสภาพตลาดส่งออกได้ในอนาคต โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าสำหรับผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพและสิ่งแวดล้อมรายการใหม่ ๆ ที่น่าจะมีโอกาสทำตลาด เช่น ข้าวหอมมะลิปลอดสารเคมี ข้าวหอมมะลิเกษตรอินทรีย์ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ น้ำมันรำข้าวเพื่อสุขภาพ ขนมธัญพืชจากข้าว และเครื่องดื่มนมจากข้าว เป็นต้น



วันที่ : 30 มีนาคม 2563

บรรณานุกรม

Brands of Rice / Rice Dishes Consumed in the U.S. 2019. Statista.

<https://www.statista.com/statistics/281504/us-households-brands-of-rice-rice-dishes-consumed/>

Childs, R. Rice Outlook. Economic Research Service. United States Department of Agriculture.

https://downloads.usda.library.cornell.edu/usda-esmis/files/dn39x152w/pv63gg80p/9306tg11w/rcs_20b.pdf

Harmonized Tariff Schedule (2020 Revision 6). United States International Trade Commission.

<https://hts.usitc.gov/?query=1006>

Rice Varieties, Types and Forms. Food Reference. <http://www.foodreference.com/html/art-rice-varieties.html>

World Rice Production 2019/2020. World Agriculture Production.

<http://www.worldagriculturalproduction.com/crops/rice.aspx>

World Trade Atlas.