



ข่าวประจำสัปดาห์

16 – 20 สิงหาคม 2564

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, ttcla@live.com

หน้า 1 ของ 6

น้องหมาสี่ขา กำลังกลายเป็นไอเท็มฮอตในอเมริกา

ความต้องการสัตว์เลี้ยงอย่างสุนัขในตลาดสหรัฐฯ มีสูงกว่าอุปทาน ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีปัจจัยจาก

1. สหรัฐฯ สามารถควบคุมประชากรสุนัขได้อย่างมีประสิทธิภาพ คนอเมริกันมีความรับผิดชอบเพิ่มขึ้นในการเลี้ยงดูสัตว์เลี้ยง ทำให้สุนัขจรจัดที่ถูกส่งเข้า shelters และที่ถูกฆ่ามีจำนวนลดลง นำไปสู่การนำเข้าสุนัขมาตอบสนองคนอเมริกันที่ต้องการเลี้ยงสุนัข แต่ไม่ต้องการซื้อสุนัขราคาแพงจากผู้เพาะพันธุ์สุนัข สหรัฐฯ นำเข้าสุนัขมานานแล้วและเติบโตต่อเนื่อง การนำเข้าแต่ละครั้งจะมีจำนวนระหว่าง 40 – 50 ตัว โดยส่วนใหญ่จะถูกส่งเข้าไปจำหน่ายใน pet stores หรือทางออนไลน์ อาจมีบางส่วนถูกนำเข้า shelters เพื่อรอคนมาขอรับไปเลี้ยง

2. Centers for Disease Control and Prevention (CDC) ของสหรัฐฯ ประกาศเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2021 ระบุว่า การนำเข้าสุนัขเป็นการชั่วคราวจาก 113 ประเทศ (รวมประเทศไทย) ด้วยเหตุผลว่า ประเทศเหล่านี้มีกฎหมายควบคุมสุขภาพและสุขภาพสุนัขในระดับต่ำ จึงมีความเสี่ยงสูงที่จะนำเชื้อพิษสุนัขบ้าเข้ามาแพร่ระบาดในสหรัฐฯ

3. รัฐสภาสหรัฐฯ อยู่ระหว่างการพิจารณาร่างกฎหมาย Healthy Dog Importation Act เพื่อออกข้อบังคับที่เข้มงวดยิ่งขึ้นในเรื่อง Health Certificate และหลักฐานการฉีดวัคซีนจากสัตว์แพทย์ที่มีใบอนุญาตประกอบอาชีพ เจ้าหน้าที่กระทรวงเกษตรสหรัฐฯ และศุลกากรสหรัฐฯ ระบุว่าปัจจุบันสหรัฐฯ มีปัญหาการควบคุมการนำเข้าสุนัขที่ส่วนใหญ่มักมาพร้อมกับ Health Certificate ปลอม

4. กฎหมายสหรัฐฯ เข้มงวดกับธุรกิจเพาะพันธุ์สุนัขเพื่อการค้าอย่างมาก เนื่องจากมีหลักฐานพบว่า ธุรกิจเพาะพันธุ์สุนัขจำนวนมากทารุณสัตว์ ในหลายพื้นที่ของสหรัฐฯ ห้ามร้าน pet shop วางจำหน่ายสุนัขที่มาจากสถานเพาะพันธุ์สุนัข

5. คนอเมริกันหนุ่มสาวนิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยง รวมถึงสุนัข เพิ่มขึ้น จำนวนสัตว์เลี้ยงที่แต่ละรายเป็นเจ้าของเพิ่มขึ้นเช่นกัน สาเหตุหนึ่งเพราะคนอเมริกันกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะชะลอการมีบุตรและหันไปเลี้ยงสุนัขแทน นอกจากนี้ การเลี้ยงสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะในช่วงวิกฤต COVID-19 ช่วยบรรเทาความเครียดและปัญหาสุขภาพจิต ปัจจุบันการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงในสหรัฐฯ ไม่ใช่ความนิยมชั่วคราว (fad) แต่เป็นความนิยมระยะยาว ทำให้คาดการณ์ว่าความต้องการสัตว์เลี้ยงจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ การสำรวจในเดือนมิถุนายน 2021 ของ The American Pet Products Association พบว่า จำนวนครัวเรือนในสหรัฐฯ ที่เป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 70 (ประมาณ 90.5 ล้านครัวเรือน) จากเดิมที่ประมาณการกันว่าเท่ากับร้อยละ 67 (ประมาณ 84.9 ล้านครัวเรือน) ส่วนใหญ่เจ้าของสัตว์เลี้ยงในสหรัฐฯ เป็นคนกลุ่ม Millennials รองลงมาเป็น Boomers และ Gen X

ที่มา: AXIOS: “The great American dog shortage”: by Jennifer A Kingson, August 13, 2021

ข่าวประจำสัปดาห์

16 – 20 สิงหาคม 2564

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, ttcla@live.com

หน้า 2 ของ 6



Importing
Dogs
into the
United
States for
Resale
(including
Adoption)

ข้อมูลเพิ่มเติมและข้อคิดเห็นจาก สศต.ลอสแอนเจลิส

1. การสำรวจโดย Moore Information ในปี 2015 และโดย Mississippi State University College of Veterinary Medicine ในปี 2016 ภายใต้การสนับสนุนเงินทุนจาก Pet Leadership Council ยืนยันว่า สหรัฐฯขาดแคลนสุนัขมานานแล้ว แต่ละปีสหรัฐฯมีความต้องการสุนัขประมาณ 8.2 ล้านตัว ในขณะที่ shelters และผู้เพาะพันธุ์สุนัขในประเทศตอบสนองความต้องการสุนัขของคนอเมริกันได้เพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ทำให้แต่ละปีสหรัฐฯยังคงขาดแคลนสุนัขประมาณ 2 ล้านกว่าตัว ถึงแม้ว่าจะมีการกระจายสุนัขจาก shelter ในเขต Southern, ตอนล่างของ Midwestern และเขต Southwest ที่มีสุนัขจำนวนมาก ไปยัง shelter ในเขต Northern, East Coast, West Coast และเมืองต่างๆ ใน Midwestern ที่ประสบปัญหาขาดแคลนสุนัขสำหรับให้คนรับไปอุปการะมากที่สุด แต่ก็ยังไม่สามารถลดปัญหาขาดแคลนได้

2. สถิติการนำเข้าสุนัขของสหรัฐฯ

2.1 รายงาน Report on the Importation of Live Dogs into the United States จัดทำโดยกระทรวงเกษตรสหรัฐฯ ในปี 2019 ระบุว่า สหรัฐฯ นำเข้าสุนัขปีละไม่ต่ำกว่า 1 ล้านตัว ข้อมูลล่าสุดในปี 2018 กระทรวงเกษตรสหรัฐฯออกใบอนุญาตนำเข้าสุนัขเพื่อการค้าในตลาดค้าปลีกภายใต้กฎหมาย Animal Welfare Act (AWA) ประมาณ 3 พันตัว หรือประมาณร้อยละ 0.28 ของการนำเข้ารวมในแต่ละปี ที่เหลือเป็นการนำเข้าที่นอกเหนือกฎระเบียบที่กำหนดไว้ใน Animal Welfare Act (AWA) โดยเป็นการนำเข้าเพื่อเป็นสัตว์เลี้ยงส่วนบุคคล เพื่อรับไปอุปการะ (ส่งเข้า shelter ที่คนขอรับไปเลี้ยงจ่ายเงินแค่ค่าธรรมเนียมเท่านั้น) และวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น เพื่อใช้งานในรูปแบบต่างๆ ทั้งของภาคเอกชนและหน่วยราชการ

2.2 ในปี 2018, 2019 และ 2020 สหรัฐฯ นำเข้าสุนัขมูลค่า 20.83 ล้านดอลลาร์ 21.09 ล้านดอลลาร์ (+1.25%) และ 29.38 ล้านดอลลาร์ (+39.31%) ตามลำดับ ในระยะ 6 เดือนแรกปี 2021 (ม.ค. - มิ.ย) มูลค่านำเข้ารวม 26.87 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 184.94% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

2.3 แหล่งอุปทานนำเข้าสุนัขที่สำคัญ คือ เนเธอร์แลนด์ ฮังการี แคนาดา เยอรมนี และโปแลนด์

2.4 ประเทศไทยเป็นแหล่งอุปทานนำเข้า 1 ใน 20 อันดับแรก มูลค่านำเข้าจากไทยในระหว่างปี 2018 – 2020 คือ 0.02, 0.08 (+300%) และ 0.05 ล้านดอลลาร์ (-37.5%) ตามลำดับ ในระยะ 6 เดือนแรกของปี 2020 ไม่มีสถิตินำเข้าจากไทย ในระยะ 6 เดือนแรกของปี 2021 มูลค่านำเข้าจากไทย 0.17 ล้านดอลลาร์ สูงเป็นอันดับที่ 18

2.5 การนำสุนัขเข้าสหรัฐฯ อยู่ภายใต้รหัส HS 0106.19.91.20 ไม่มีภาษีนำเข้า

2.6 เงื่อนไขของการนำเข้าเพื่อไปจำหน่ายในตลาดค้าปลีก ภายใต้กฎหมาย AWA คือ สุนัขต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 6 เดือน มีสุขภาพดี ได้รับการฉีดวัคซีนกันพิษสุนัขบ้า มีประกาศนียบัตรรับรองการฉีดวัคซีนป้องกันโรคต่างๆ ตามรายชื่อที่กฎหมายกำหนด และมีใบอนุญาตนำเข้า



ข่าวประจำสัปดาห์

16 – 20 สิงหาคม 2564

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, ttcla@live.com

หน้า 3 ของ 6

3. ข้อมูล National Pet Owners Survey จัดทำโดย American Pet Products Association (APPA) 2021 – 2022 แสดงให้เห็นว่า

(1) สุนัขเป็นสัตว์เลี้ยงที่ได้รับความนิยมสูงสุดในสหรัฐฯ คนอเมริกันประมาณ 69 ล้านครัวเรือนเลี้ยงสุนัข รองลงมา 45.3 ล้านครัวเรือนเลี้ยงแมว ที่เหลือเลี้ยงสัตว์เลี้ยงอื่น คือ ปลาน้ำจืด (11.8 ล้านครัวเรือน) นก (9.9 ล้านครัวเรือน) สัตว์เลี้ยงอื่นที่เป็นตัวเล็กๆ (6.2 ล้านครัวเรือน) สัตว์เลี้ยงคลาน (5.7 ล้านครัวเรือน) ม้า (3.5 ล้านครัวเรือน) และปลาทะเล (2.9 ล้านครัวเรือน)

(2) กลุ่มคนอเมริกันที่นิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงมากที่สุดเรียงตามลำดับ คือ Millennials (32%) Baby Boomer (27%) Gen X (24%) Gen Z (14%) และ Builder หรือ Silent Generation คือกลุ่มที่เกิดระหว่างปี 1924 – 1945 (3%)

(3) การใช้จ่ายเงินในอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงสหรัฐฯเติบโตต่อเนื่อง วงเงินใช้จ่ายในระหว่างปี 2018 ถึง 2020 คือ 90.5, 97.1 และ 103.6 พันล้านเหรียญฯ (+6.7%) ตามลำดับ ประมาณการว่าในปี 2021 จะมีค่าใช้จ่าย 109.6 พันล้านเหรียญฯ (+5.8%) ส่วนใหญ่เป็นการใช้จ่ายค่าอาหารและ treats ที่ในปี 2020 เท่ากับ 42 พันล้านเหรียญฯ (+9.7%) และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 44.1 พันล้านเหรียญฯในปี 2021

(4) คนอเมริกันที่เลี้ยงสุนัขใช้จ่ายเงินไปกับค่ารักษาพยาบาลมากที่สุดประมาณ 700 เหรียญฯ รองมาเป็นกลุ่มสินค้าอาหาร ได้แก่ Food (287 เหรียญฯ) Treats (81 เหรียญฯ) และวิตามิน (81 เหรียญฯ) รวมกัน 449 เหรียญฯ อันดับสามคือค่าที่พัก (Kennel Boarding) 228 เหรียญฯ ที่เหลือเป็นค่าของเล่น 56 เหรียญฯ ค่าทำความสะอาดและตกแต่งขน 47 เหรียญฯ

4. สายพันธุ์สุนัขที่คนอเมริกันนิยมเลี้ยงจะเปลี่ยนไปตามสมัยนิยม ปัจจุบันสายพันธุ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเรียงตามลำดับ คือ Labrador Retrievers (ได้รับความนิยมติดอันดับหนึ่งต่อเนื่องมาหลายสิบปี) French Bulldogs, German Shepherd, Golden Retrievers และ Bulldogs



Because pet food is often made of animal and plant products.

A USDA permit is generally required to import pet food.



ข่าวประจำสัปดาห์

16 – 20 สิงหาคม 2564

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, ttcla@live.com

หน้า 4 ของ 6

5. แม้ว่าปัจจุบันการส่งออกสุนัขจากประเทศไทยไปยังสหรัฐจะมีอุปสรรคจากระเบียบล่าสุด แต่สถานการณ์ตลาดสัตว์เลี้ยงในสหรัฐฯ แสดงให้เห็นโอกาสที่หลากหลายในตลาดผู้รักสัตว์ในสหรัฐฯ โดยเฉพาะสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงเลี้ยงกลุ่มสุนัขและแมว รวมถึงสินค้าสำหรับเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่ตอบสนองความรักในสัตว์เลี้ยงของตน เจื่อนไขสำคัญที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จในการจำหน่ายสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในตลาดสหรัฐฯ คือความเข้าใจลักษณะอุปนิสัยของคนอเมริกันที่เป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยง ซึ่งสรุปได้ดังนี้

(1) คนอเมริกันส่วนใหญ่เลี้ยงสุนัข (รวมสัตว์เลี้ยงอื่นๆ) เหมือนสมาชิกในครอบครัว พฤติกรรมการเลี้ยงสุนัข (และสัตว์เลี้ยงอื่นๆ) สะท้อนแนวคิดและความเชื่อส่วนบุคคลของเจ้าของที่ปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ ส่งผลให้ปัจจุบันเกิดมีสินค้าแปลกใหม่ที่ตอบสนองผู้รักสัตว์เลี้ยงอย่างกว้างจำหน่าย หลายรายการเป็นสินค้าคุณภาพสูง ราคาแพง เช่น อาหารสุนัขออร์แกนิกส์, อาหารสุนัข plant-based, อาหารสุนัขแบบ freeze dried, dog frozen yogurt, dog vitamins, dog probiotics และ pet wipes (กระดาษชำระหลังการถ่าย) เป็นต้น



(2) เทศกาลสำคัญประจำปีจะเป็นเทศกาลสำคัญสำหรับสัตว์เลี้ยงเช่นกัน จึงสามารถใช้ออกลักษณะในแต่ละเทศกาลเป็นโอกาสพิเศษในการจำหน่ายสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงได้ เช่นวันเกิด วันปีใหม่ วันคริสต์มาส และแม้กระทั่งการกำหนดวันสำคัญสำหรับสัตว์เลี้ยง เช่น National Dog Day (26 สิงหาคม) National Cat Day (29 ตุลาคม) และ National Pet Day (11 เมษายน) เป็นต้น เจ้าของสัตว์เลี้ยงหลายรายจะซื้อของขวัญพิเศษให้แก่สัตว์เลี้ยงของตน จากการสำรวจพบว่า ของขวัญที่นิยมสำหรับเทศกาลต่างๆ โดยเฉพาะ Easter, Halloween และคริสต์มาส คือของเล่น เสื้อผ้า และเครื่องประดับอื่นๆ สำหรับสุนัขหรือแมว ให้เข้ากับเทศกาล



5. ข้อมูลจาก Statista ปี 2019 ระบุช่องทางการจำหน่ายสินค้าไว้ดังนี้ ร้อยละ 36 เป็นการจำหน่ายที่ร้านค้าประเภท mass merchandise, dollar stores และ club ร้อยละ 32 ที่ pet specialty retailers ร้อยละ 19 ที่ grocery และร้อยละ 13 ในช่องทาง e-Commerce (เหมาะสำหรับการเสนอขายสินค้าขนาดเล็ก น้ำหนักเบา และมี margin สูง สำหรับผู้ประกอบการที่



ข่าวประจำสัปดาห์

16 – 20 สิงหาคม 2564

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, ttcla@live.com

หน้า 5 ของ 6

พิจารณาธุรกิจการค้าออนไลน์ข้ามประเทศตรงเข้าสู่ผู้บริโภค)

6. ธุรกิจค้าปลีกที่ครองตลาดสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในสหรัฐฯ คือ

(1) PetSmart LLC (www.petsmart.com) มีร้านค้าในสหรัฐฯ แคนาดา และปัวโตริโก รวมกันประมาณ 1,600 ร้าน
ศึกษาวิธีทำธุรกิจกับบริษัทฯ ที่ <https://www.petsmart.com/help/about-petsmart-H0013c.html>

(2) PETCO (www.corporate.petco.com) มีร้านค้าในสหรัฐฯ เม็กซิโก และปัวโตริโก ประมาณ 1,500 ร้าน ศึกษาวิธีทำ
ธุรกิจกับบริษัทฯ ที่ <http://www.rangeme.com/petco>



7. สถิตินำเข้าสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง

7.1 HS 2309.10.00 Dog or Cat food, put up for retail sales (ไม่มีภาชนะนำเข้าสหรัฐฯ)

Country	Year 2019	Year 2020	Percent Change 2019 – 2020
Thailand	335.18	403.76	20.46
Canada	245.25	290.79	18.57
China	159.56	190.23	19.22
Vietnam	28.98	69.66	140.35
New Zealand	18.52	35.41	91.21
Brazil	20.93	31.57	50.84
Netherlands	26.26	22.51	-14.25
Italy	17.66	17.19	-2.66
Mexico	16.02	16.75	4.55
Cambodia	13.51	16.72	23.78
World	988.86	1184.26	19.76



ข่าวประจำสัปดาห์

16 - 20 สิงหาคม 2564

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, ttcla@live.com

หน้า 6 ของ 6

7.2 HS 6307.90.75.000 Toys for pets, of textile materials (อัตราภาษี 4.3% ต่อกิโลกรัม)

Country	Year 2019	Year 2020	Percent Change 2019 - 2020
China	360.47	410.63	13.92
Vietnam	5.24	5.88	12.24
Indonesia	0.96	0.83	-13.71
India	0.97	0.66	-32.23
Canada	0.31	0.50	63.99
Taiwan	0.13	0.37	178.93
Hong Kong	0.84	0.23	-73.36
South Korea	0.01	0.13	2113.57
Nepal	0.13	0.06	-53.21
Hungary	0.12	0.05	-58.77
Czech Republic	0.04	0.05	13.12
Cambodia	0	0.05	N/A
Mexico	0.06	0.04	-36.65
Thailand	0.04	0.03	-26.51
World	369.68	419.62	13.51

7.3 HS 4201.00.30 Dog leashes, collars, Muzzles for dog (ภาษีปกติ 2.8% แต่ได้ GSP ไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า)

Country	Year 2019	Year 2020	Percent Change 2019 - 2020
China	167.54	167.39	-0.09
Vietnam	8.03	23.98	198.74
Germany	18.19	22.10	21.48
Taiwan	8.16	9.68	18.68
Canada	3.52	3.76	6.88
Thailand (No. 31)	0.05	0.07	32.82
World	223.08	247.84	11.10

คลิกที่ลิงค์ https://survey.app.do/ttcla_survey2021

หรือสแกน QR Code เพื่อเข้ากรอกแบบสอบถามความพึงพอใจรายงาน

จัดทำโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ นครลอสแอนเจลิส

