

# รายงานภาวะสินค้าข้าวในตลาดสหรัฐอเมริกา

## 1. สินค้าข้าว (HS Code 1006)

ข้าวเป็นอาหารแหล่งคาร์โบไฮเดรตที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับโคคของประชากรทั่วโลกโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศแถบเอเชีย เช่น ไทย จีน เวียดนาม ญี่ปุ่น อินเดีย เป็นต้น ซึ่งมักจะบริโภคข้าวร่วมกับเมนูอาหารหลักแทบจะทุกมื้อ โดยส่วนหนึ่งเป็นเพราะปัจจัยด้านลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศของประเทศในแถบเอเชียมีความเหมาะสมในการเพาะปลูกข้าวทำให้มีปริมาณมากเพียงพอสำหรับการบริโภค อย่างไรก็ตาม ยังมีอีกหลายประเทศทั้งในทวีปอเมริกาและยุโรปที่สามารถเพาะปลูกข้าวได้เช่นเดียวกัน อาทิ สหรัฐฯ อียิปต์ โคลอมเบีย บราซิล และอิตาลี เป็นต้น

ในปี 2565/2566 มีปริมาณผลผลิตข้าวทั่วโลกทั้งสิ้น 503.27 ล้านตัน ลดลง 4.2 แสนล้านตันเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยจีนมีปริมาณผลผลิตข้าวสูงที่สุด 147 ล้านตัน (ร้อยละ 29.21) รองลงมา ได้แก่ อินเดีย 124 ล้านตัน (ร้อยละ 24.64) บังคลาเทศ 35.65 ล้านตัน (ร้อยละ 7.08) อินโดนีเซีย 34.60 ล้านตัน (ร้อยละ 6.88) เวียดนาม 27.23 ล้านตัน (ร้อยละ 5.41) ไทย 20.10 ล้านตัน (ร้อยละ 3.99) เมียนมาร์ 12.5 ล้านตัน (ร้อยละ 2.48) ฟิลิปปินส์ 12.41 ล้านตัน (ร้อยละ 2.47) ญี่ปุ่น 7.45 ล้านตัน (ร้อยละ 1.48) และบราซิล 7.24 ล้านตัน (ร้อยละ 1.44) ตามลำดับ

สำหรับตลาดสหรัฐฯ นั้น สามารถเพาะปลูกข้าวได้ภายในประเทศ ในรัฐอาร์คันซอ รัฐมิสซิสซิปปี รัฐมิสซูรี รัฐลุยเซียนา รัฐเท็กซัส และรัฐแคลิฟอร์เนีย โดยแบ่งเป็นข้าวประเภทเมล็ดยาว (Long-Grain) ร้อยละ 75 ข้าวเมล็ดกลาง (Medium-Grain) ร้อยละ 24 และส่วนที่เหลือเป็นข้าวเมล็ดสั้น (Short-Grain)

## 2. ตลาดสินค้าข้าวในสหรัฐฯ

### 2.1 ขนาดตลาดและแนวโน้มตลาด

ในปี 2565 สหรัฐฯ มีพื้นที่เพาะปลูกข้าวลดลงเหลือเพียง 2.17 ล้านเอเคอร์ สามารถผลิตข้าวได้ประมาณ 160.37 ล้าน CWT (Hundredweight) ต่อปีซึ่งยังไม่เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศทำให้สหรัฐฯ ยังคงมีความต้องการนำเข้าข้าวทั้งสิ้น 42 ล้าน CWT ในปีนี้ ซึ่งแม้ว่าจะลดลง 3 ล้าน CWT เมื่อเทียบกับปีที่แล้วแต่ก็ยังคงมากกว่าปี 2564 ร้อยละ 11

ตลาดค้าปลีกสินค้าข้าวมีมูลค่าทั้งสิ้น 4.40 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯในปี 2565 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.6 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ ยังคาดว่าตลาดจะยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นมูลค่า 5.48 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯในปี 2570 หรือขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4.5 ต่อปี (Compound Average Growth Rate หรือ CAGR)

### 2.2 ประเภทสินค้าข้าวที่สำคัญทางการค้าในสหรัฐฯ

ข้อมูลจาก The International Rice Gene Bank รายงานว่า ปัจจุบันมีสายพันธุ์ข้าวมากกว่า 40,000 ชนิดทั่วโลก ทั้งนี้ สามารถจำแนกกลุ่มข้าวเพื่อการค้าที่สำคัญในสหรัฐฯ ได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มข้าวเมล็ดยาว (Long Grain) กลุ่มข้าวเมล็ดกลาง (Medium Grain) กลุ่มข้าวเมล็ดสั้น (Short Grain) และกลุ่มข้าวเหนียว (Sweet or Waxy Rice)

นอกจากนี้ ยังสามารถจำแนกประเภทข้าวที่วางจำหน่ายในตลาดสหรัฐฯ ตามคุณลักษณะเด่นของข้าวแต่ละชนิด เช่น ขนาดความยาวของเมล็ด สี กลิ่น และรสสัมผัส ได้แก่

2.2.1 ข้าวหอมมะลิ (Jasmine Rice) เป็นข้าวหอมที่ผลิตมากที่สุดในประเทศไทยมีลักษณะเด่นเมล็ดเรียวยาวและมีกลิ่นหอมเฉพาะตัว เมื่อหุงสุกแล้วมีความนุ่มเก็บความชื้นและเกาะตัวกันได้ดี



2.2.2 ข้าวหอมแดงสหรัฐฯ (U.S. Aromatic Red Rice) เป็นข้าวหอมผลิตในสหรัฐฯ ไม่ขัดผิวทำให้มีสีน้ำตาลแดง ต้องใช้เวลาหุงค่อนข้างนาน เมื่อปรุงสุกแล้วมีรสสัมผัสแข็งเล็กน้อยคล้ายธัญพืช



2.2.3 ข้าวบาสมати (Basmati Rice) เป็นข้าวขาวเมล็ดยาวมีกลิ่นหอมผลิตมากในประเทศอินเดียและปากีสถาน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันสหรัฐฯ ได้พัฒนาสายพันธุ์ให้สามารถเพาะปลูกได้ในสหรัฐฯ เช่น ข้าวบาสมатиสหรัฐฯ (U.S. Basmati Rice) และข้าวเท็กซ์มาติ (Texmati Rice) ซึ่งเป็นลูกผสมระหว่างข้าวบาสมатиและข้าวขาวเมล็ดยาวของสหรัฐฯ



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



2.2.5 ข้าวแคลโรส (Calrose) หรือ ข้าวแคลิฟอร์เนีย โรส (California Rose) เป็นข้าวขาวเมล็ดกลางเพาะปลูกมากในสหรัฐฯ ถูกพัฒนาสายพันธุ์ขึ้นเพื่อให้เหมาะสำหรับการเพาะปลูกในพื้นที่ซึ่งมีปริมาณน้ำจำกัด เก็บเกี่ยวผลผลิตได้ง่าย เพาะปลูกได้จำนวนมากมีราคาจำหน่ายในตลาดค่อนข้างถูกจึงได้รับความนิยมในท้องถิ่น



2.2.6 ข้าวเดลลาสหรัฐอเมริกา (U.S. Della) หรือ ข้าวเดลโรส (Delrose) หรือ เดลมอนท์ (Delmont) มีขนาดและลักษณะคล้ายข้าวบาสมати แต่แตกต่างกันเมื่อหุงสุกแล้วข้าวประเภทนี้จะพองขยายตัวมีลักษณะเหมือนข้าวขาวทั่วไป



2.2.7 ข้าวแดง (Red Rice) เป็นข้าวมีกลิ่นหอมสีน้ำตาลแดงพบการเพาะปลูกมากในประเทศญี่ปุ่น และฝรั่งเศส



2.2.8 ข้าวอาร์โบริโอ (Arborio Rice) เป็นข้าวเมล็ดสั้นมียางมากมักจะนำไปปรุงรืซอทโต (Risotto) เพาะปลูกมากในประเทศอิตาลี ปัจจุบันมีการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวอาร์โบริโอสหรัฐอเมริกา (U.S. Arborio) ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกันเพียงแต่มีขนาดเมล็ดยาวกว่าเล็กน้อยจึงถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มข้าวเมล็ดกลาง



2.2.9 ข้าวซูชิ (Sushi Rice) หรือข้าวญี่ปุ่น (Japanese Rice) เป็นข้าวขาวเมล็ดสั้นมียางมาก เมื่อหุงสุกจะเกาะติดกันเป็นก้อนคล้ายข้าวเหนียว



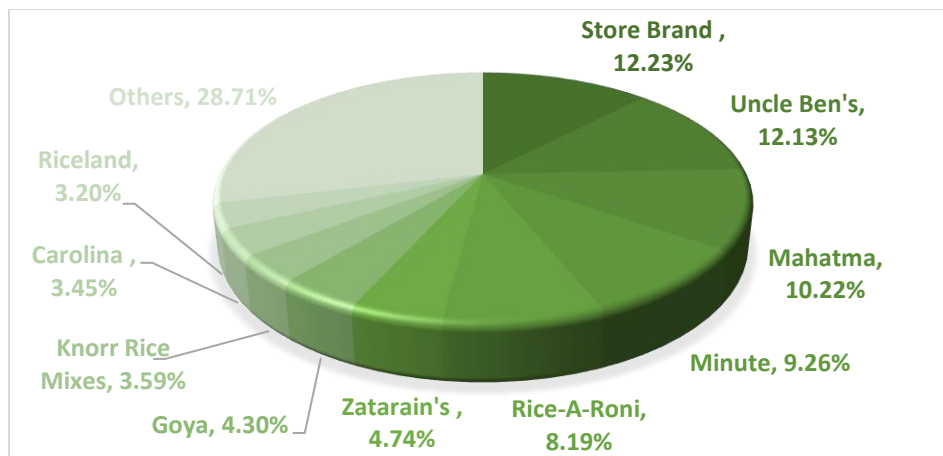
2.2.10 ข้าวป่า (Wild Rice) เป็นข้าวสายพันธุ์ดั้งเดิมไม่มีการพัฒนาปรับปรุงสายพันธุ์ เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้นจากกลุ่มผู้บริโภคชาวอเมริกัน โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมบริโภคอาหารธรรมชาติและให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม การเพาะปลูกข้าวประเภทนี้ยังให้ปริมาณผลผลิตน้อยทำให้มีปริมาณจำหน่ายในตลาดไม่มากนัก



## 2.3 สัดส่วนผู้ประกอบการสินค้าข้าวในสหรัฐฯ

ลักษณะพื้นฐานของสินค้าข้าวมีคุณลักษณะที่ใกล้เคียงกันเป็นสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้ (Substitute Goods) ดังนั้น จึงมีผู้ประกอบการในตลาดหลายรายโดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกและซูเปอร์มาร์เก็ตมักจะผลิตสินค้าข้าวภายใต้แบรนด์ของตนเองด้วยทำให้สินค้าข้าวแบรนด์ตราห้าง (Store Brand) มีสัดส่วนมากที่สุดในตลาดค้าปลีกสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.23 นอกจากนี้ ยังมีสินค้าข้าวแบรนด์ผู้ค้าปลีกอีกมากกว่า 100 แบรนด์ในตลาด โดยแบรนด์สินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐฯ มากที่สุด คือ แบรนด์ “Uncle Ben’s” (ร้อยละ 12.13) แบรนด์ “Mahatma” (ร้อยละ 10.22) แบรนด์ “Minute” (ร้อยละ 9.26) แบรนด์ “Rice-A-Roni” (ร้อยละ 8.19) แบรนด์ “Zatarain’s” (ร้อยละ 4.74) และแบรนด์ “Goya” (ร้อยละ 4.30) ตามลำดับ

แผนภาพ: แสดงส่วนแบ่งตลาดสินค้าข้าวในตลาดสหรัฐฯ



ที่มา: Statista

## 2.4 ข้อมูลการนำเข้าสินค้าข้าวของสหรัฐฯ

ในช่วงสามปีที่ผ่านมามูลค่าการนำเข้าข้าว (HS Code 1006) ของสหรัฐฯ มีแนวโน้มปรับตัวตามแนวโน้มการค้าปลีกในตลาด กล่าวคือในช่วงปี 2563 มูลค่าการค้าปลีกในตลาดปรับตัวเพิ่มขึ้นมากเนื่องจากปัจจัยด้านการจำกัดการให้บริการร้านอาหารในสหรัฐฯ ทำให้ชาวอเมริกันหันไปเลือกซื้อสินค้าข้าวเพื่อปรุงรับประทานเองที่บ้านมากขึ้น ซึ่งต่อมาในปี 2564 มาตรการด้านการจำกัดการแพร่ระบาดเริ่มคลี่คลายลงทำให้มูลค่าการจำหน่ายข้าวปรับตัวลดลงใกล้เคียงกับช่วงก่อนหน้าที่จะเกิดการแพร่ระบาด จนกระทั่งปี 2565 มูลค่าการค้าปลีกในตลาดกลับมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นสูงอีกครั้งเนื่องจากปัจจัยด้านอัตราเงินเฟ้อในตลาดซึ่งอยู่ในระดับค่อนข้างสูงในรอบกว่า 40 ปี ส่งผลให้ผู้บริโภคชาวอเมริกันในตลาดบางส่วนหันไปเลือกซื้อข้าวเพื่อปรุงอาหารรับประทานเองมากขึ้น

โดยในปี 2565 สหรัฐฯ นำเข้าข้าวเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1.16 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.15 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ มูลค่าการนำเข้าสินค้าข้าวในเดือนมกราคม 2566 ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 109.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.43 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมาด้วย ทั้งนี้ ข้าวขาว (HS Code 100630) มีสัดส่วนการนำเข้ามากที่สุด.

ในสหรัฐฯ ร้อยละ 95.18 รองลงมา ได้แก่ ข้าวกล้อง (HS Code 100620) ร้อยละ 4.24 ข้าวหัก (HS Code 100640) ร้อยละ 0.59 ส่วนข้าวเปลือก (HS Code 100610) มีสัดส่วนการนำเข้าไม่มากนัก

ตารางแสดง: ข้อมูลการนำเข้าสินค้าข้าว ปี 2563 – 2566 (มกราคม)

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สินค้า	2563	2564	2565	เปลี่ยนแปลง %	2565	2566	เปลี่ยนแปลง %
				(65/64)	ม.ค.	ม.ค.	(66/65)
ข้าวขาว (HS Code 100630)	1,106.68	817.13	1,074.70	32.15	87.68	104.56	19.25
ข้าวกล้อง (HS Code 100620)	58.21	40.02	48.96	31.52	2.32	4.66	100.51
ข้าวหัก (HS Code 100640)	22.05	19.14	34.12	22.34	0.47	0.65	36.95
ข้าวเปลือก (HS Code 100610)	0.10	0.09	0.37	78.24	-	-	-
<b>รวม</b>	<b>1,187.03</b>	<b>876.39</b>	<b>1,158.14</b>	<b>32.15</b>	<b>90.47</b>	<b>109.86</b>	<b>21.43</b>

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

สหรัฐฯ มีสัดส่วนนำเข้าข้าวจากไทยมากที่สุดในตลาดร้อยละ 50.52 รองลงมา ได้แก่ อินเดีย (ร้อยละ 26.37) จีน (ร้อยละ 7.0) ปากีสถาน (ร้อยละ 4.70) อิตาลี (ร้อยละ 1.98) เวียดนาม (ร้อยละ 1.32) แคนาดา (ร้อยละ 1.31) สเปน (ร้อยละ 1.23) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 1.12) และอาร์เจนตินา (ร้อยละ 1.08) ตามลำดับ ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่า ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะยังมีสัดส่วนตลาดส่งออกข้าวสูงที่สุดในตลาดสหรัฐฯ แต่หากพิจารณาจากปัจจัยด้านสัดส่วนตลาดกลับพบว่า สัดส่วนตลาดข้าวไทยในสหรัฐฯ มีแนวโน้มปรับตัวลดลงในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ซึ่งไทยมีสัดส่วนตลาดในสหรัฐฯ เฉลี่ยร้อยละ 60 ทั้งนี้ พบว่า อินเดียเป็นคู่แข่งสำคัญในตลาดที่มีสัดส่วนส่งออกข้าวเพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญในตลาดสหรัฐฯ

ตารางแสดง: ข้อมูลแหล่งนำเข้าสินค้าข้าวของสหรัฐฯ ที่สำคัญ ปี 2563 – 2566 (มกราคม)

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

อันดับ	ประเทศ	2563	2564	2565	เปลี่ยนแปลง %	2565	2566	เปลี่ยนแปลง %
					(65/64)	ม.ค.	ม.ค.	(66/65)
1.	ไทย	694.20	501.19	624.73	24.65	52.48	55.50	5.75
2.	อินเดีย	279.01	204.81	299.43	46.20	19.08	28.97	51.80
3.	จีน	24.31	24.06	33.00	37.19	7.71	7.69	-0.31
4.	ปากีสถาน	55.24	33.86	37.97	12.13	2.51	5.16	105.12
5.	อิตาลี	17.27	13.40	17.53	30.78	1.24	2.17	75.73
6.	เวียดนาม	13.84	12.18	18.57	52.46	1.14	1.45	27.48
7.	แคนาดา	12.52	13.23	15.72	18.75	1.02	1.44	41.88

8.	สเปน	6.96	11.02	15.17	37.68	1.00	1.35	34.35
9.	ญี่ปุ่น	5.44	5.30	8.53	61.01	0.71	1.23	78.43
10.	อาร์เจนตินา	10.84	14.24	17.75	24.59	1.11	1.19	7.45
	ประเทศอื่นๆ	67.40	43.10	69.74	61.81	2.47	3.71	50.20
	รวม	1,187.03	876.39	1,158.14	32.15	90.47	109.86	21.43

ที่มา: United States Department of Commerce, Bureau of Census

## 2.5 ตัวอย่างสินค้าข้าวที่วางจำหน่ายในตลาดสหรัฐฯ

ปัจจุบันสินค้าข้าวที่วางจำหน่ายทั่วไปตามร้านค้าปลีกและห้างสรรพสินค้าในสหรัฐฯ สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

2.5.1 กลุ่มสินค้าข้าวสาร สัดส่วนการบริโภคสินค้าข้าวสารของผู้บริโภคชาวอเมริกันแบ่งเป็น ข้าวขาว (ร้อยละ 80) ข้าวกล้องและข้าวสี (ร้อยละ 15) และข้าวซูชิหรือข้าวเหนียว (ร้อยละ 5) ตามลำดับ



2.5.2 กลุ่มสินค้าข้าวแปรรูป โดยสินค้าอาหารแปรรูปจากข้าวที่สำคัญในตลาดสหรัฐฯ ได้แก่ เส้นก๋วยเตี๋ยว ข้าวพร้อมรับประทาน อาหารเช้า ขนมขบเคี้ยว แป้งทำขนม น้ำมัน และเครื่องดื่มจากข้าว เป็นต้น



“เส้นก๋วยเตี๋ยว (Noodles and Pastas)”

“ข้าวพร้อมรับประทาน (Ready to Eat)”



“อาหารเช้า (Cereal)”

“ขนมขบเคี้ยว (Snack)”



“แป้งทำขนม (Flour)”

“น้ำมัน (Rice Bran Oil)”



“เครื่องดื่มจากข้าว (Rice Milk)”

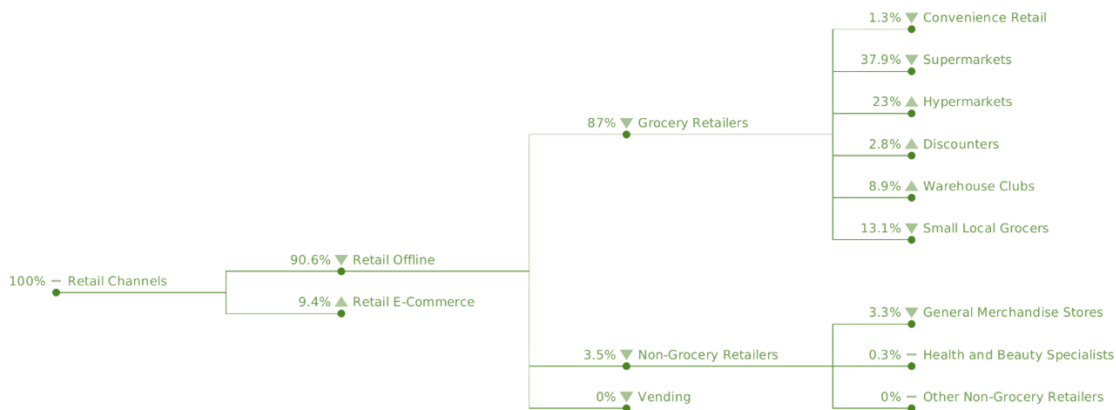


## 2.6 ช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้าวเป็นสินค้าในกลุ่มอุปโภคบริโภคที่มีน้ำหนักค่อนข้างมาก ดังนั้น จึงมักจะจัดจำหน่ายผ่านช่องทางร้านจำหน่ายสินค้าปลีกเป็นหลัก (ร้อยละ 90.6) โดยจำหน่ายผ่านร้านซูเปอร์มาร์เก็ตสูงสุด (ร้อยละ 37.9) รองลงมา ได้แก่ ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต (ร้อยละ 23.0) ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก (ร้อยละ 13.1) ร้านค้าค้าส่งสมาชิก (ร้อยละ 8.9) ร้านจำหน่ายสินค้าลดราคา (ร้อยละ 2.8) และร้านสะดวกซื้อ (ร้อยละ 1.3) ส่วนช่องทางการค้าปลีกออนไลน์มีสัดส่วนทั้งสิ้นร้อยละ 9.4

ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าปัจจัยด้านการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาได้กระทบต่อการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการค้าปลีก รวมถึงระบบการขนส่งและห่วงโซ่อุปทานในตลาดส่งผลทำให้สัดส่วนการจำหน่ายปลีกข้าวผ่านช่องทางออนไลน์ในสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงราว 2 เท่าเมื่อเทียบกับช่วง 3 ปีที่ผ่านมา อีกทั้ง ยังคาดว่าสัดส่วนการจำหน่ายปลีกข้าวผ่านช่องทางออนไลน์และบริการจัดส่งสินค้าอุปโภคบริโภคในตลาดสหรัฐฯ จะขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในอนาคตด้วยโดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ เช่น กลุ่มประชากร Millennials และกลุ่มประชากร Generation Z ที่มีพฤติกรรมให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสะดวกสบายเป็นสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าและให้ความสำคัญด้านราคาเป็นปัจจัยรอง

แผนภาพแสดง: ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าข้าวในสหรัฐฯ



ที่มา: Euromonitor 2023

## 3. ระเบียบการนำเข้าที่สำคัญ

3.1 ข้อกำหนดองค์การอาหารและยาสหรัฐฯ (U.S. Food and Drug Administration) การส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคไปสหรัฐฯ ผู้ประกอบการจะต้องจดทะเบียนกิจการและแหล่งผลิตสินค้ากับองค์การฯ โดยสามารถดำเนินการผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ <https://www.fda.gov/food/guidance-regulation-food-and-dietary-supplements/registration-food-facilities-and-other-submissions> (Registration of Food Facilities and Other Submissions) ได้

3.2 ข้อกำหนดกระทรวงเกษตรสหรัฐฯ (U.S. Department of Agriculture) การส่งออกข้าวผู้ส่งออกจะต้องแนบเอกสารรับรองการรมควัน (Fumigation Certificate) ด้วยสารเมทิลโบรไมด์ (Methyl Bromide) เพื่อกำจัดแมลงและมอดที่ปะปนในสินค้า ทั้งนี้ หากประเทศต้นทางผู้ส่งออกข้าวอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีการแพร่ระบาด

ของด้วงอิฐ (Khapra Beetles) การส่งออกสินค้าจะต้องแนบใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) ร่วมกับการส่งออกด้วย (รายชื่อประเทศตามภาคผนวก 1) อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันประเทศไทยไม่ได้อยู่ในรายชื่อประเทศที่มีการแพร่ระบาดของแมลงดังกล่าว

นอกจากนี้ การส่งออกข้าวทุกครั้งทางการสหรัฐฯ จะตรวจสอบการปนเปื้อนของแกลบ (Husk) เนื่องจากเป็นส่วนที่เป็นพาหะนำเชื้อโรคและแมลงศัตรูพืช โดยหากพบปริมาณการปนเปื้อนของแกลบเกิน 28 ชั้น ทางการสหรัฐฯ จะไม่อนุญาตให้นำเข้าสินค้าดังกล่าว ทั้งนี้ สหรัฐฯ ไม่อนุญาตให้นำเข้าข้าวเปลือกยกเว้นได้รับอนุญาตจากหน่วยงานให้บริการตรวจสอบสุขภาพพืชและสัตว์ (Animal and Plant Health Inspection Service หรือ APHIS) ภายใต้กระทรวงเกษตรสหรัฐฯ

### 3.3 ภาษีการนำเข้า / GSP

สินค้าข้าวส่งออกจากไทยเกือบทุกรายการต้องชำระภาษีนำเข้าสหรัฐฯ ในอัตราระหว่าง 0.44 - 2.1 เซ็นต์ต่อกิโลกรัม ไม่มีสินค้ารายการใดในกลุ่มที่ได้รับสิทธิยกเว้นภาษีนำเข้าภายใต้โครงการให้สิทธิพิเศษทางภาษีเป็นการทั่วไป (Generalization System of Preference หรือ GSP) (รายละเอียดอัตราภาษีนำเข้าตามภาคผนวก 2)

## 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

4.1 แม้ว่าผู้บริโภคชาวอเมริกันจะกำลังเผชิญกับภาวะเงินเฟ้อในตลาดซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค แต่โดยรวมคาดว่า ผู้บริโภคชาวอเมริกันจะยังมีความต้องการบริโภคข้าวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 4.5 ต่อปีไปจนถึงปี 2570 และเป็นโอกาสในการขยายตลาดส่งออกข้าวไทยซึ่งเป็นข้าวที่มีสัดส่วนส่งออกสูงที่สุดในตลาดสหรัฐฯ

4.2 ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศของโลกในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตข้าว ประเทศผู้ผลิตรายสำคัญทั่วโลก เช่น จีน ญี่ปุ่น ปากีสถาน เวียดนาม และสหรัฐฯ ต่างคาดว่าจะสามารถผลิตและส่งออกข้าวได้ลดลงในปี ในขณะที่ไทยเองกลับคาดว่าจะ สามารถเพิ่มผลผลิตข้าวได้ในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวเดือนมีนาคมปีนี้ จึงน่าจะเป็นปัจจัยเสริมที่ช่วยให้สินค้าข้าวไทยสามารถเพิ่มสัดส่วนการส่งออกได้ในปีนี้

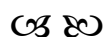
4.3 ข้าวเป็นสินค้าที่มีศักยภาพของไทยในการทำตลาดในสหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านต้นทุนจำหน่ายสินค้าข้าวไทยค่อนข้างสูงกว่าคู่แข่งในตลาดเมื่อเปรียบเทียบ ซึ่งหากพิจารณาจากปริมาณผลผลิตต่อพื้นที่เพาะปลูก (Yield) จะพบว่า ข้าวไทยมีปริมาณผลผลิตต่อพื้นที่ปลูกประมาณ 3 หมื่นตันต่อเฮกตาร์ ในขณะที่คู่แข่งมีปริมาณผลผลิตต่อพื้นที่ปลูกสูงกว่าไทยระหว่าง 1 - 3 เท่า (อินเดีย 4.2 หมื่นตันต่อเฮกตาร์ เวียดนาม 6.0 หมื่นตันต่อเฮกตาร์ จีน 7.1 หมื่นตันต่อเฮกตาร์ สหรัฐฯ 8.6 หมื่นตันต่อเฮกตาร์) ดังนั้น หากไทยสามารถยกระดับพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตข้าวให้มีปริมาณผลผลิตต่อพื้นที่ใกล้เคียงกับคู่แข่งก็น่าจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยในตลาดได้ในอนาคต

4.4 ข้าวเป็นสินค้าทดแทนกันได้ทำให้ผู้ประกอบการค้าปลีกสนใจนำเข้าข้าวภายใต้แบรนด์ของกิจการหรือแบรนด์ตราห้าง (Store Brand) ดังนั้น หากผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวโดยเฉพาะ เช่น งานแสดงสินค้า PLMA Show ซึ่งมีกำหนดจัดงานครั้งต่อไประหว่างวันที่ 12 - 14 พฤศจิกายน 2566 ณ ศูนย์แสดงสินค้า Donald E. Stephen's Convention Center เมือง Rosemont รัฐอิลลินอยส์ น่าจะช่วยให้สามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าได้ในอนาคต



4.5 ปัจจุบันผู้บริโภควอเมริกันในตลาดยังคงนิยมเลือกออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านและเป็นกำลังสำคัญผลักดันให้กลุ่มอุตสาหกรรมบริการร้านอาหารในสหรัฐฯ ขยายตัวในปีี้ แนวโน้มดังกล่าวจะทำให้ผู้ประกอบการบริการอาหาร (Food Service Provider) ต้องการนำเข้าสินค้าข้าวและสินค้าอุปโภคบริโภคมากขึ้น การพิจารณาเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้อง เช่น งานแสดงสินค้า National Restaurant Association Show 2023 ซึ่งสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโกมีกำหนดเข้าร่วมงานเพื่อจัดแสดงและผลักดันการส่งออกสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวไทย ระหว่างวันที่ 20 – 23 พฤษภาคม 2566 จึงน่าจะช่วยเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไทยในตลาดสหรัฐฯ ระยะยาว

4.6 โดยรวมสภาพการแข่งขันของตลาดสินค้าข้าวในสหรัฐฯ ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นต่อเนื่องโดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคาจำหน่ายส่งผลให้สัดส่วนกำไรสำหรับผู้ประกอบการไทยมีแนวโน้มลดลง ดังนั้น การพิจารณาพัฒนาและเพิ่มมูลค่าสินค้าให้ตรงกับความต้องการผู้บริโภคในตลาดและสร้างความแตกต่างในตัวสินค้า (Product Differentiation) น่าจะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกได้ในอนาคต โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพ เพื่อสังคม และเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental, Social, and Governance หรือ ESG) ซึ่งเป็นที่สนใจในกลุ่มผู้บริโภควอเมริกันในตลาดมากในปัจจุบัน



วันที่ : 14 มีนาคม 2566

### บรรณานุกรม

- Childs, N. & LeBeau, B. Rice Outlook: February 2023. Economic Research Service. United States Department of Agriculture. [https://downloads.usda.library.cornell.edu/usda-esmis/files/dn39x152w/k356bh131/73667g59p/02\\_2023\\_FEBRUARY\\_\\_RICE\\_OUTLOOK\\_REP\\_ORF\\_FINAL.pdf](https://downloads.usda.library.cornell.edu/usda-esmis/files/dn39x152w/k356bh131/73667g59p/02_2023_FEBRUARY__RICE_OUTLOOK_REP_ORF_FINAL.pdf)
- Crops and Livestock Products. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://www.fao.org/faostat/en/#data/OCL>
- Global Trade Atlas.
- Rice, Pasta and Noodles in the US. Euromonitor.
- Rice Sector at a Glance. Economic Research Service. U.S. Department of Agriculture. <https://www.ers.usda.gov/topics/crops/rice/rice-sector-at-a-glance/>
- Rice Varieties, Types and Forms. Food Reference. <http://www.foodreference.com/html/art-rice-varieties.html>
- U.S. Population: Which Brands of Rice / Rice Dishes Do You Eat Most Often? Statista. <https://www.statista.com/statistics/281504/us-households-brands-of-rice-rice-dishes-consumed/>
- World Rice Production 2022/2023. World Agriculture Production. <http://www.worldagriculturalproduction.com/crops/rice.aspx>

๑๘

## ภาคผนวก

1. รายชื่อประเทศที่มีการแพร่ระบาดของด้วงอิชูโดย USDA (ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมิถุนายน 2565)



Animal and Plant Health Inspection Service  
U.S. DEPARTMENT OF AGRICULTURE

### Countries Infested with Khapra Beetle

Countries designated by the USDA as having endemic khapra beetle and considered as high risk for introduction include the following:

- ◆ Afghanistan
- ◆ Algeria
- ◆ Bangladesh
- ◆ Burkina Faso (Upper Volta)
- ◆ Cyprus
- ◆ Egypt
- ◆ India
- ◆ Iran
- ◆ Iraq
- ◆ Israel
- ◆ Kuwait
- ◆ Libya
- ◆ Mali
- ◆ Mauritania
- ◆ Morocco
- ◆ Myanmar (Burma)
- ◆ Niger
- ◆ Nigeria
- ◆ Oman
- ◆ Pakistan
- ◆ Palestinian Authority, West Bank
- ◆ Qatar
- ◆ Republic of Sudan
- ◆ Saudi Arabia
- ◆ Senegal
- ◆ South Sudan
- ◆ Sri Lanka
- ◆ Syria
- ◆ Tunisia
- ◆ Turkey
- ◆ United Arab Emirates

ที่มา: United States Department of Agriculture

2. อัตราภาษีนำเข้าสินค้าข้าวสหรัฐ

**Harmonized Tariff Schedule of the United States Revision 2 (2023)**  
Annotated for Statistical Reporting Purposes

II  
10-5

Heading/ Subheading	Stat. Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty			
				General	1		2
					Special		
1006		Rice:					
1006.10.00	00	Rice in the husk (paddy or rough).....	kg.....	1.8¢/kg <sup>2</sup>	Free (A+, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	2.8¢/kg	
1006.20		Husked (brown) rice:					
1006.20.20		Basmati.....		0.83¢/kg <sup>1</sup>	Free (A+, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	3.3¢/kg	
	10	Certified organic.....	kg				
	90	Other.....	kg				
1006.20.40		Other.....		2.1¢/kg <sup>1</sup>	Free (A+, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	3.3¢/kg	
	25	Long grain: Jasmine.....	kg				
	35	Other.....	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% <sup>1</sup>	Free (AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, MA, OM, P, PA, PE, S, SG) 2.2% (KR)	35%	
	20	Long grain.....	kg				
	40	Other, including mixtures.....	kg				
1006.30.90		Other.....		1.4¢/kg <sup>1</sup>	Free (A+, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	5.5¢/kg	
	15	Certified Organic.....	kg				
		Other:					
		Long grain:					
	57	Jasmine.....	kg				
	59	Basmati.....	kg				
	61	Other.....	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 <sup>1</sup>	Free (A+, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	1.4¢/kg	

ที่มา: United States International Trade Commission