



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี. อีเมล :moacdc@thaiembdc.org

ที่ กษ ๐๒๑๑.๒/๒๕๒

วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๕

เรื่อง ข้าราชการเกษตรที่น่าสนใจในสหรัฐฯ ประจำเดือนกันยายน ๒๕๖๕

เรียน ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี. ขอนำส่งข้าราชการเกษตรที่น่าสนใจในสหรัฐฯ ประจำเดือนกันยายน ๒๕๖๕ จำนวน ๔ เรื่อง ประกอบด้วย

- ๑) อเมริกาตอนเหนือและแคนาดาเตรียมพร้อมรับมือ ASF
- ๒) ผู้นำการผลิตกุ้งโลกแสวงหาทางตลาดใหม่ในงาน Global Shrimp Forum
- ๓) เทรนด์ที่น่าจับตามองสำหรับการจำหน่ายตรงสินค้าพืชและพืชทางเลือก (Plant-Based)
- ๔) เกษตรกรอเมริกันกับการจัดการจัดสรรงบประมาณช่วยเหลือจาก USDA จำนวน ๒.๘ พันล้านเหรียญ เพื่อโครงการ Climate -Smart

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

(นางกฤษฎา สุขุมพานิช)

อัครราชทูต (ฝ่ายเกษตร)/ผู้อำนวยการ

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.



สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ
ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.

Office of Agricultural Affairs - Royal Thai Embassy - Washington DC

อเมริกาตอนเหนือและแคนาดาเตรียมพร้อมรับมือ ASF



นำกังวลเป็นอย่างยิ่งสำหรับอุตสาหกรรมสุกรในสหรัฐอเมริกา แคนาดา และเม็กซิโก อันเนื่องมาจากข้อมูลยืนยันการพบการระบาดของโรคอหิวาต์แอฟริกันในสุกรหรือ ASF (African Swine Fever) ในสาธารณรัฐโดมินิกันและเฮติเมื่อปี ๒๕๖๔ ซึ่งเป็นการตรวจพบโรคครั้งแรกในทวีปอเมริกาในรอบ ๔๐ ปี ตามรายงานของสภาผู้ผลิตเนื้อสุกรแห่งชาติของสหรัฐฯ หรือ US National Pork Producers Council

ทั้งนี้ มีการตรวจพบเชื้อเป็นบวกในฟาร์มสุกร ๒ แห่ง ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ห่างกันในสาธารณรัฐโดมินิกัน ขณะนี้ยังไม่ทราบว่าไวรัสนี้เข้าสู่ประเทศได้อย่างไร ทั้งสหรัฐฯ และแคนาดายังคงเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือหากเชื้อเข้าสู่แผ่นดินใหญ่ของทวีปอเมริกาเหนือ

ฝึกซ้อมรับมือการมาถึงของ ASF

กรมปศุสัตว์ของรัฐมอนทานา หรือ MDOL (The Montana Department of Livestock) เพิ่งเสร็จสิ้นการฝึกซ้อมรับมือสถานการณ์จำลอง หากมีการตรวจพบ ASF ในฝูงสุกรในรัฐมอนทานา โดยใช้เวลาทั้งสิ้น ๔ วัน โดยได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการเนื้อสุกรแห่งชาติ (National Pork Board) และสมาคมผู้ผลิตเนื้อสุกรของรัฐมอนทานา (Montana Pork Producers Association) อีกทั้งยังมีผู้เข้าร่วมจากศูนย์ส่งเสริมของมหาวิทยาลัย

มอนตานา (Montana State University Extension) หน่วยบริการฉุกเฉินและภัยพิบัติรัฐมอนตานา (Montana Disaster and Emergency Services) และสมาคมสัตวแพทย์สุกรแห่งอเมริกา (American Association of Swine Veterinarians)

มากกว่าการควบคุมแบบดั้งเดิม

MDOL ตั้งข้อสังเกตว่า วิธีการดั้งเดิมในการควบคุมโรค เช่น การกักกัน การฉีดวัคซีน และการเร่งจำหน่ายสุกรออกไปก่อน ไม่สามารถควบคุมโรค ASF ได้ อาจจำเป็นต้องกำจัดซากสัตว์จำนวนมากที่ถูกทำลายทันทีเพื่อป้องกันไม่ให้เชื้อแพร่กระจาย นาย Michael Honeycutt ผู้บริหารระดับสูงของ MDOL เห็นว่า การหยุดยั้งการติดเชื้อให้ได้อย่างรวดเร็วยังคงเป็นวิธีการที่ดีที่สุด เพื่อบรรเทาผลกระทบต่อประเทศชาติ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องตรวจหาช่องทางที่ ASF จะเข้าสู่สหรัฐฯ ให้ได้อย่างรวดเร็ว และดำเนินการควบคุมโรคอย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีลดจำนวนประชากรแนวใหม่

การซ้อมเผชิญเหตุทำให้ผู้เข้าร่วมได้รับทราบเทคนิคการลดจำนวนประชากรสุกรแบบใหม่ วิธีการฆ่าสัตว์โดยไม่ทรมานที่ใช้กันอยู่ เช่น การใช้ยาสลบเกินขนาด หรือยิงด้วยปืนให้สลบ ทำได้ยากหากมีสัตว์จำนวนมาก ทั้งนี้ เมื่อฆ่าสัตว์แล้ว ซากสัตว์ยังคงติดเชื้อได้อยู่ จำเป็นต้องกำจัดซากโดยวิธีพิเศษเพื่อยับยั้งหรือหยุดการเจริญของไวรัส

สุขภาพจิต

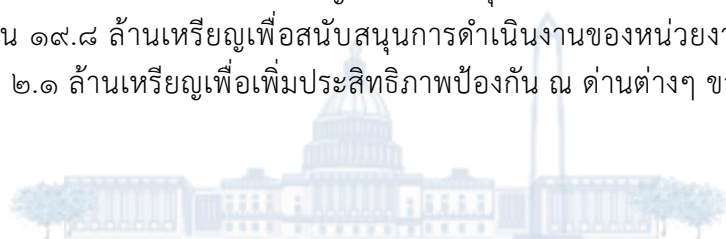
การฝึกซ้อมเผชิญเหตุดังกล่าวยังครอบคลุมการประเมินสุขภาพจิต การต้องเข้าร่วมกระบวนการลดจำนวนประชากรสัตว์จำนวนมาก รวมถึงการกำจัดซาก สามารถส่งผลกระทบต่อจิตใจของเกษตรกรและผู้ให้การช่วยเหลือ

การสนับสนุนงบประมาณของแคนาดา

ในส่วนของแคนาดา รัฐบาลกลางได้ประกาศจัดสรรงบประมาณจำนวน ๔๕.๓ ล้านดอลลาร์ สำหรับการป้องกัน ASF เข้าสู่ประเทศ และเพื่อเตรียมพร้อมรับมือหากเกิดการระบาดของโรค นาย Rick Préjet ประธานคณะกรรมการเนื้อสุกรของจังหวัดมานิโตบา (Manitoba Province) กล่าวว่า เกษตรกรสุกรของมานิโตบาดีใจที่รัฐบาลกลางตระหนักถึงภัยคุกคามของโรค ซึ่งไม่เพียงส่งผลกระทบต่อภาคส่วนสุกรเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจด้วย พวกเขามุ่งมั่นที่จะร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดภายในภาคส่วนของตน และกับพันธมิตรฝ่ายรัฐบาลในทุกระดับ เพื่อป้องกันไม่ให้ ASF เข้าถึงแคนาดา ในขณะเดียวกันก็จะวางแผนเพื่อบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นอย่างเต็มความสามารถ

งบประมาณหลายล้านเหรียญ

มีการประกาศจัดสรรงบประมาณจำนวน ๒๓.๔ ล้านดอลลาร์ เพื่อสนับสนุนความพยายามในการป้องกันและบรรเทาผลกระทบ จะใช้งบจำนวน ๑๙.๘ ล้านดอลลาร์เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงาน Canadian Food Inspection Agency และอีก ๒.๑ ล้านดอลลาร์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพป้องกัน ณ ด้านต่างๆ ของหน่วยงาน Canada Border Services Agency



ข้อตกลงทางการค้า

ในช่วงต้นปี ๒๕๖๔ สหรัฐอเมริกาและแคนาดาได้บรรลุอีกก้าวหนึ่งของความร่วมมือด้านการป้องกันและการเตรียมพร้อมที่เกี่ยวข้องกับ ASF เมื่อวันที่ ๓ มีนาคม ๒๕๖๔ ทั้งสองประเทศได้ลงนามในพิธีสาร (Protocol) เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการค้าทวิภาคีหากมีการตรวจพบการระบาดของ ASF ในหมู่นก โดยที่ยังไม่พบในสุกรเลี้ยงในประเทศ พิธีสารลักษณะนี้เพิ่งมีการจัดทำเป็นครั้งแรก โดยจะยึดหลักการทางวิทยาศาสตร์เพื่อลดผลกระทบทางการค้า ในขณะเดียวกันก็สามารถปกป้องประชากรสุกรในทั้งสองประเทศ

ที่มา: North America and Canada keep preparing for ASF

https://www.pigprogress.net/health-nutrition/north-america-and-canada-keep-preparing-for-asf/?utm_source=Maileon&utm_medium=email&utm_campaign=PP_REG_2022-09-05&utm_content=https%3A%2F%2Fwww.pigprogress.net%2Fhealth-nutrition%2Fnorth-america-and-canada-keep-preparing-for-asf%2F&mlnt=fCnOqC7WqU8E9krAW0q5gFY37eLVOk0t3uih9nxm-

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.
กันยายน ๒๕๖๔





สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ
ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.

Office of Agricultural Affairs - Royal Thai Embassy - Washington DC

ผู้นำการผลิตกุ้งโลกแจงทิศทางการเติบโตในงาน Global Shrimp Forum



การประชุม Global Shrimp Forum จัดขึ้นเป็นครั้งแรกระหว่างวันที่ ๖ - ๘ กันยายน ๒๕๖๕ ณ เมือง Utrecht ประเทศเนเธอร์แลนด์ มีผู้เข้าร่วมกว่า ๔๐๐ คน จาก ๓๕ ประเทศ โดยได้หารือกันเกี่ยวกับสินค้าประมงที่มีปริมาณการค้าสูงเป็นอันดับต้นของโลก

ในวันแรกของการประชุม ผู้นำภาคการผลิตกุ้งจากอินเดีย เอกวาดอร์ เวียดนาม จีน และอินโดนีเซีย ได้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับทิศทางการเติบโตของการเพาะเลี้ยงกุ้งในประเทศของตน และระบุถึงปัญหาอุปสรรคอันหนักหน่วงที่สุดที่ทั่วโลกกำลังเผชิญ ซึ่งได้แก่ โรคระบาด ค่าขนส่งที่เพิ่มสูงขึ้น ผลกระทบจากโควิด - ๑๙ ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจมหภาค

นาย Victor Suresh ประธานสมาคมผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำของอินเดีย (India's Society of Aquaculture Professionals) กล่าวว่า ประเทศของเขาซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ผลิตกุ้งรายใหญ่ที่สุดของโลก มีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นหนึ่งในตลาดผู้บริโภคที่ใหญ่ที่สุดในโลกด้วย เช่นเดียวกับที่จีนเคยเป็นมา แม้จะมีสถิติการผลิตสูงสุดอย่างไม่เคยมีมาก่อนถึง ๙ แสนตัน และคาดว่าจะผลิตได้ที่ระดับนี้อีกในปี ๒๕๖๕ ก็ตาม แต่ภาคอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยผู้ผลิตรายย่อยอย่างปัจจุบัน ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงและผลตอบแทนไม่คุ้มค่า อินเดียต้องนำเข้า

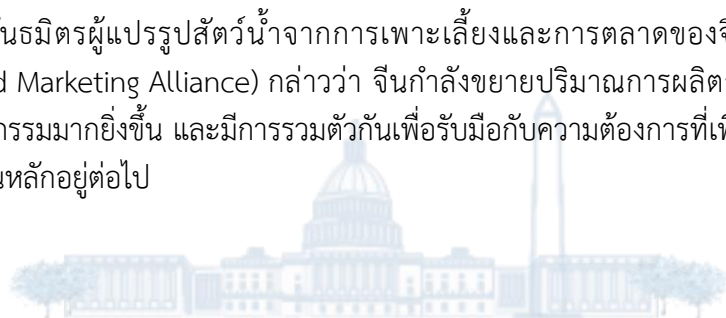
พ่อแม่พันธุ์กุ้งขาวและกุ้งกุลาดำทั้งหมด จึงจำเป็นต้องทำงานร่วมกับผู้เพาะพันธุ์กุ้งอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ผลิตพ่อแม่พันธุ์กุ้งที่ตรงตามความต้องการ จึงจะสามารถปรับปรุงคุณภาพการเพาะเลี้ยง เพิ่มอัตราการรอด และมีอัตราการเติบโตที่เร็วขึ้น นอกจากนี้ยังต้องดูแลเรื่องปัจจัยการผลิต ซึ่งได้แก่อาหารสัตว์ อาหารเสริม ความหนาแน่น และการงดเว้นการใช้ยาปฏิชีวนะต้องห้าม ภาคอุตสาหกรรมกุ้งของอินเดียยังหวังที่จะเพิ่มการบริโภคกุ้งภายในประเทศ โดยที่ขณะนี้ e-commerce ของประเทศกำลังบูม จึงน่าจะเป็นแรงดึงดูดให้เติบโตได้ดี อินเดียหวังว่าจะสามารถลดการพึ่งพาการส่งออกอย่างหนักไปยังสหรัฐอเมริกาเพียงตลาดเดียว โดยอยากเข้าถึงตลาดจีนและยุโรปด้วย

อีกประเทศในเอเชียที่ต้องการเพิ่มการบริโภคกุ้งในประเทศเช่นกันคืออินโดนีเซีย นาย Rokhmin Dahuri ที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงกิจการทางทะเลและการประมงของอินโดนีเซีย กล่าวในการประชุมว่า การเพาะเลี้ยงกุ้งมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของอินโดนีเซีย และหล่อเลี้ยงชีวิตชาวอินโดนีเซียอีกหลายพันคน ทว่าประเทศอื่นที่มีพื้นที่ชายฝั่งน้อยกว่า ยังมีปริมาณการผลิตกุ้งสูงกว่าอินโดนีเซียมาก หากได้รับการฝึกอบรมและสนับสนุน เชื่อว่าจะสามารถเพิ่มผลผลิตได้อีกมาก ขณะนี้ อินโดนีเซียอยู่ระหว่างการทดลองวิธีเพาะเลี้ยงหลายรูปแบบ ทั้งแบบกึ่งหนาแน่นและแบบหนาแน่น การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น การใช้เครื่องให้อาหารกุ้งอัจฉริยะ การปรับปรุงคุณภาพอาหารสัตว์น้ำ และการคัดเลือกพันธุ์เพื่อให้ได้พ่อแม่พันธุ์และลูกกุ้งที่คุณภาพดี ร้อยละ ๘๐ ของกุ้งที่เลี้ยงคือกุ้งขาวแวนนาไม ที่เหลือคือกุ้งกุลาดำและกุ้งก้ามกราม และจะรักษาสัดส่วนการผลิตไว้ที่อัตรานี้ ความต้องการบริโภคภายในประเทศและการส่งออกเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากเห็นว่าเป็นอาหารสุขภาพ จึงมีความจำเป็นต้องเพิ่มการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นเหล่านี้

สำหรับเวียดนาม นาย Nguyen Hoai Nam รองเลขาธิการสมาคมผู้ผลิตและส่งออกสินค้าประมงเวียดนาม หรือ VASEP (Vietnamese Association of Seafood Exporters and Producers) คาดว่า ในปี ๒๕๖๕ เวียดนามจะสามารถส่งออกกุ้งได้กว่า ๔ พันล้านเหรียญสหรัฐ (ประมาณ ๑.๔๕ แสนล้านบาท) เป้าหมายของประเทศคือการส่งออกได้มากกว่า ๖ พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี ๒๕๕๘ ร้อยละ ๗๕ เป็นกุ้งขาวแวนนาไม ส่วนที่เหลือเกือบทั้งหมดเป็นกุ้งกุลาดำ ผู้เพาะเลี้ยงกุ้งรายใหญ่ของเวียดนามหลายรายได้รับการรับรองจาก Aquaculture Stewardship Council ซึ่งเป็นความต้องการของตลาดโลก ขณะนี้เวียดนามกำลังเริ่มแผนปรับปรุงโรงงานแปรรูปกุ้งในประเทศโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุด เพื่อให้สามารถผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งเพิ่มมูลค่าระดับพรีเมียมได้ ขณะนี้ กว่าร้อยละ ๔๕ ของสินค้ากุ้งที่ผลิตเป็นแบบมูลค่าเพิ่ม และจะเพิ่มมากยิ่งขึ้นในปีต่อ ๆ ไป

แม้ว่าตลาดกุ้งทั่วโลกจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา แต่ไม่น่ามีประเทศใดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากมาเท่าจีน เชื่อกันว่าจีนเป็นผู้ผลิตกุ้งเขตร้อนที่ใหญ่ที่สุดในโลก และครั้งหนึ่งเคยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลก โดยในช่วงปี ๒๕๓๑ – ๒๕๓๓ จีนเป็นผู้ส่งออกกุ้งรายใหญ่ที่สุดไปยังสหรัฐอเมริกา แต่ปัจจุบันเป็นการผลิตเพื่อบริโภคในประเทศ ซึ่งขณะนี้จีนผลิตกุ้งได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการของประเทศ และกลับกลายเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นหลัก แม้นโยบายโควิดเป็นศูนย์ของจีนทำให้กระบวนการนำเข้าต้องหยุดชะงัก จนส่งผลให้ปริมาณการนำเข้าสินค้ากุ้งลดลงอย่างมากก็ตาม

นาย Cui He ประธานกลุ่มพันธมิตรผู้แปรรูปสัตว์น้ำจากการเพาะเลี้ยงและการตลาดของจีน (Chinese Aquatic Products Processing and Marketing Alliance) กล่าวว่า จีนกำลังขยายปริมาณการผลิตกุ้งอย่างต่อเนื่อง ภาคส่วนนี้กำลังกลายเป็นอุตสาหกรรมมากยิ่งขึ้น และมีการรวมตัวกันเพื่อรับมือกับความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้น แต่เชื่อว่าจีนยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าเป็นหลักอยู่ต่อไป



เมื่อไม่นานมานี้ เอกวาดอร์ซึ่งเป็นแหล่งสินค้ากุ้งหลักของจีนเกิดการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ โดยกุ้งกลายเป็นสินค้าอาหารส่งออกอันดับต้น ๆ ของประเทศ และมีมูลค่าการส่งออกเป็นที่สองรองจากน้ำมัน นาย Carlos Miranda ประธานหอการค้าสัตว์น้ำจากการเพาะเลี้ยงแห่งชาติของเอกวาดอร์ (Camera Nacional de Acuacultura) ให้ข้อมูลว่า ภาคการผลิตกุ้งของเอกวาดอร์มีการจ้างงานกว่า ๒๗๐,๐๐๐ ราย และเป็นแหล่งจ้างงานใหม่อันดับต้น ๆ ของประเทศ การพัฒนาภาคธุรกิจกุ้งของเอกวาดอร์ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาโดยบริษัทขนาดใหญ่ที่มีความเป็นมืออาชีพหลายราย ซึ่งมีวิสัยทัศน์ยาวไกลและมีความกระหายที่จะลงทุนในนวัตกรรม เทคโนโลยี และโครงการเพาะพันธุ์เพื่อผลิตพันธุ์กุ้งที่มีความต้านทานโรค หรือ SPR (Specific Pathogen Resistant) บริษัทขนาดใหญ่จำนวน ๒๐ ราย มีการส่งออกรวมกันกว่าร้อยละ ๖๐ ของปริมาณการส่งออกกุ้งทั้งประเทศ ร้อยละ ๔๐ ของแหล่งเพาะเลี้ยงกุ้งมีการใช้เทคโนโลยีในการเพาะเลี้ยง จึงยังมีพื้นที่อีกเหลือเฟือเพื่อปรับปรุงให้ทันสมัยและเพิ่มผลผลิตได้อีก ขณะนี้เริ่มมีกระบวนการระดมทุนเพื่อการพัฒนาแล้ว อย่างไรก็ตาม ในห้วงที่ผ่านมา เอกวาดอร์ต้องดิ้นรนเพื่อรักษายอดขายสินค้ากุ้งไปยังจีนตลอดช่วงการระบาดของโควิด - ๑๙ ขณะนี้ เอกวาดอร์มุ่งเน้นการขยายตลาดไปยังสหรัฐฯ และยุโรป และกำลังแสวงหาฐานที่มั่นในเอเชีย การนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการผลิต ทำให้สามารถปกป้องเปลือกกุ้งโดยใช้เครื่องอัดโนมิตี ส่งผลให้สามารถแข่งขันด้านแรงงานกับเอเชียได้ ซึ่งทำให้ราคาสินค้ากุ้งของเอกวาดอร์ดึงดูดความสนใจตลาดได้ดียิ่งขึ้น

ที่มา: Shrimp-sector leaders outline growth trajectory at Global Shrimp Forum

<https://www.seafoodsource.com/news/supply-trade/shrimp-sector-leaders-outline-growth-trajectory-at-global-shrimp-forum>

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.

กันยายน ๒๕๖๕





สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ
ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.

Office of Agricultural Affairs - Royal Thai Embassy - Washington DC

เทรนด์ที่น่าจับตามองสำหรับการจำหน่ายตรง สินค้าพืชและพืชทางเลือก (Plant-Based)



การลงทุนในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ หุ่นยนต์ และเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมอาหารของสหรัฐอเมริกาสูงอย่างไม่เคยมีมาก่อน มีมูลค่ากว่า ๗.๔๔ ล้านล้านเหรียญสหรัฐ

จากรายงานล่าสุดของ Exploding Topics แพลตฟอร์มซอฟต์แวร์ที่นำผลการค้นหา การสนทนา และการกล่าวถึงบนอินเทอร์เน็ตมาวิเคราะห์ ได้เปิดเผยการพัฒนาที่เกี่ยวข้องหลายอย่างที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในปัจจุบัน โดยแนวโน้มสำคัญสามประการสำหรับผู้ผลิตอาหารและร้านค้าปลีกที่จะต้องให้ความสำคัญในปีหน้า ได้แก่

๑. การจัดจำหน่ายทางตรงของแบรนด์อาหารและเครื่องดื่ม (Direct-to-consumer: DTC) จะเติบโตขึ้นอย่างมาก

จากเหตุการณ์ระบาดครั้งใหญ่ได้เพิ่มความต้องการการจัดส่งอย่างรวดเร็ว อาหารและเครื่องดื่มได้กลายเป็นหมวดค้าปลีกออนไลน์ที่เติบโตเร็วที่สุด อย่างไรก็ตาม ยอดขายอาหารออนไลน์ได้เติบโตขึ้นก่อนที่การล็อกดาวน์จะเริ่มต้นขึ้น ซึ่งมาจากการจัดจำหน่ายทางตรงของแบรนด์อาหารและเครื่องดื่มต่างๆ (Direct-to-consumer: DTC)

Filip Pejic ผู้ร่วมก่อตั้ง Pearly Drinks กล่าวว่า การเพิ่มขึ้นของโฆษณาดิจิทัล การเป็นที่ยอมรับของ TikTok และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตอันเนื่องมาจาก COVID-19 ทำให้ผู้บริโภคเปิดกว้างในการซื้อปิ้งที่บ้านมากกว่าที่เคยเป็นมา แม้ว่าปัจจุบันผู้คนจะเริ่มกลับไปซื้อที่ร้านขายของชำอีกครั้ง แต่ก็รู้แล้วว่าผลิตภัณฑ์ใดควรซื้อทางออนไลน์มากกว่า

ดังที่ระบุไว้ในบทความจาก Exploding Topics ระบุว่า DTC ของบริษัทสตาร์ทอัพด้านอาหารจำนวนมากกำลังได้รับความนิยมจากตลาดรอง เช่น ตลาดที่ตอบสนองความต้องการพิเศษด้านอาหาร โดยปัจจุบันมีแบรนด์อาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กจำนวนมากที่เกิดขึ้นและใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม เช่น การค้นหาแบรนด์ผลิตภัณฑ์พืชทางเลือก

“Laird Superfood” เติบโตขึ้นร้อยละ ๑๕๓ ในระยะ ๕ ปีที่ผ่านมา หรือปริมาณการค้นหาคำว่า “Magic Spoon” แบรนด์ซีเรียลาอาหารเข้าที่มีโปรตีนสูงและคาร์โบไฮเดรตต่ำสำหรับผู้ใหญ่ เติบโตขึ้นร้อยละ ๔๕ ในช่วง ๒ ปีที่ผ่านมา

Pejic ซึ่งเคยทำงานโดยตรงกับผู้ค้าปลีกรายใหญ่ เช่น Costco และ P&G ที่ Walmart ได้คาดการณ์ผลกระทบของDTC ที่อาจเกิดขึ้นต่อผู้ค้าปลีกในอีกห้าปีข้างหน้า ดังนี้:

- ผู้ค้าปลีกจะแข่งขันมากขึ้นในโลกออนไลน์ โดยใช้ช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางในการทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ
- ผู้ค้าปลีกจะนำแบรนด์ DTC ที่มีผลงานดี มาจัดจำหน่ายในร้านค้าของพวกเขาในระยะเวลาจำกัด
- ผู้ค้าปลีกจะเปิดตัวแบรนด์ DTC ของตนเองแบบรุ่นพิเศษ (ผู้ค้าปลีก Target ได้ดำเนินการนี้กับศูนย์พัฒนาของตนแล้ว)

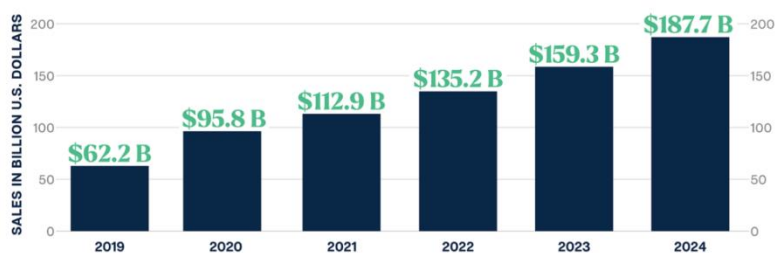
๒. โซเชียลมีเดียได้สร้างแรงบันดาลใจให้กับการทำอาหารที่บ้าน

จากรายงานแนวโน้มปี ๒๕๖๕ ของ FONA International แสดงให้เห็นว่า ร้อยละ ๗๐ ของผู้บริโภควางแผนที่จะทำอาหารที่บ้านต่อ หลังจากการระบาดใหญ่ และร้อยละ ๓๖ กล่าวว่าโซเชียลมีเดียได้เปลี่ยนวิธีการปรุงอาหารที่บ้าน เนื่องจากแนวโน้มดังกล่าวยังคงอยู่ ร้านกาแฟและร้านค้าปลีกเครือข่าย

(Retail chains) จึงเลือกนำเสนอสินค้าที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโซเชียลมีเดีย เช่น จากความนิยมในการดื่มกาแฟโฟม (Whipped coffee) ใน TikTok ในช่วงต้นปี ๒๕๖๓ ร้านสะดวกซื้อระดับหจก Fox Trot Market และบริษัทขนมไข่มุก Fat Straws เริ่มเสนอเครื่องดื่มเวอร์ชันต่างๆ ในร้านกาแฟของตน

รายงานของ FONA แนะนำว่า ในปีต่อไป ให้ผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์และผู้ค้าปลีกรับรู้ถึงสูตรอาหารและรสชาติที่กำลังเป็นที่นิยมซึ่งอาจใช้ได้ผลกับแบรนด์ของพวกเขา และจับตามอง TikTok Kitchens เป็นพิเศษ รวมถึง

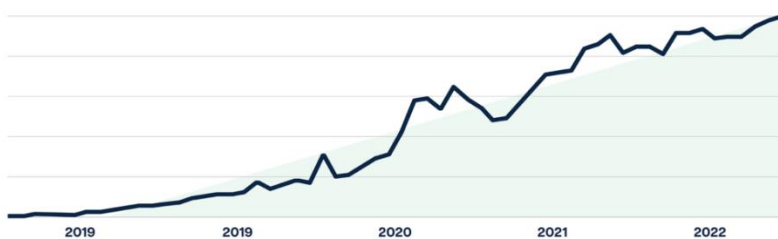
U.S. Online Grocery Sales are Projected to Hit \$187.7 Billion in 2024



Source: Institute of Grocery Distribution; IGD Research, 2018

The Food Institute
FOODINSTITUTE.COM

TikTok has Grown More Than 99x in 5 Years



Source: Exploding Topics Trends Database

The Food Institute
FOODINSTITUTE.COM



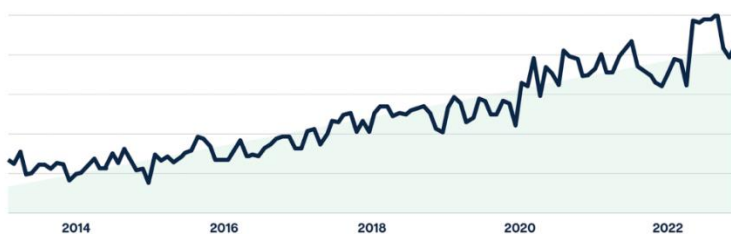
การทำงานร่วมกันของผู้มีอิทธิพลทางโซเชียลมีเดียกับแบรนด์ ยังสามารถเป็นโอกาสสำหรับนักพัฒนาที่กำลังมองหา กลุ่มเป้าหมายที่อายุน้อยกว่าโดยเฉพาะ

๓. การทำเกษตรกรรมแนวตั้ง

Chris Rawley ผู้บริหารของ Harvest Returns กล่าวกับ The Food Institute ว่า การระบาดใหญ่และการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานเมื่อเร็วๆ นี้ แสดงให้เห็นถึงความเปราะบางของระบบอาหารในปัจจุบันของสหรัฐฯ ซึ่งต้องอาศัย การปลูกแบบรวมและการขนส่งที่ราคาไม่แพงเพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ทั่วประเทศ สิ่งเหล่านี้เป็นการเร่งการพัฒนาภาคเกษตรกรรมแนวตั้งอย่างมาก โดยคาดว่า ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า การลงทุนในการเกษตรแบบควบคุมสิ่งแวดล้อมและการทำเกษตรกรรมแนวตั้ง จะช่วยกระจายระบบอาหารของสหรัฐฯ ผักและผลไม้ที่ปลูกในท้องถิ่นทั่วประเทศจะทำให้ห่วงโซ่อุปทานสั้นลง ใช้เชื้อเพลิงในการขนส่งน้อยลง และให้ผลผลิตที่สดใหม่แก่ผู้บริโภคตลอดทั้งปี

Assaf Dotan ผู้บริหารของ Grace Breeding กล่าวว่า การปลูกพืชในภายใต้สภาวะที่มีการควบคุมสามารถลดการใช้สารกำจัดศัตรูพืชได้อย่างมากและลดระยะเวลาในการเพาะปลูกแต่ละรอบลง ซึ่งหมายถึงให้ผลผลิตมากขึ้นและหมุนเวียนกันระหว่างพืชผลต่างๆ ได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ การทำการเกษตรแนวตั้งสามารถติดตั้งใกล้กับร้านขายของชำหรือร้านอาหารและจัดส่งได้ง่าย ผักใบเขียวจะได้รับความนิยม สด ปลอดจากแมลง สารเคมีทางการเกษตร และจะมีอายุการเก็บรักษานานขึ้น

Search Interest in "Vertical Farming" is Up 214% Over the Past Decade



Source: Exploding Topics Trends Database

The Food Institute
FOODINSTITUTE.COM

ที่มา: Report: Trends to Watch Include DTC Plant-Based Brands

<https://foodinstitute.com/focus/report-trends-to-watch-include-dtc-plant-based-brands/>

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.

กันยายน ๒๕๖๕

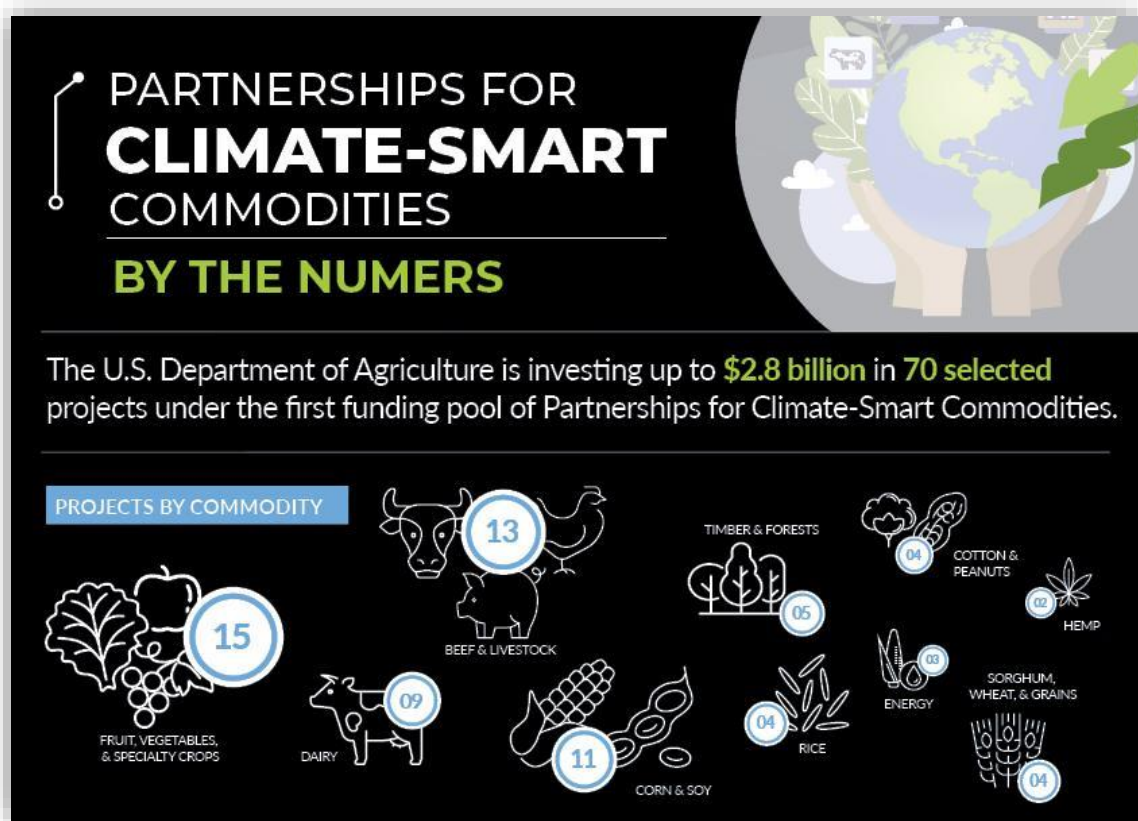




สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ
ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.

Office of Agricultural Affairs - Royal Thai Embassy - Washington DC

เกษตรกรอเมริกันกับการจัดสรรงบประมาณช่วยเหลือจาก USDA
จำนวน ๒.๘ พันล้านเหรียญ เพื่อโครงการ Climate-Smart



กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา หรือ USDA (US Department of Agriculture) ใช้เวลาหลายเดือนในการหารือกับผู้รับทุนโครงการเกษตรที่สามารถรับมือกับสภาพอากาศได้อย่างชาญฉลาด หรือ Climate-Smart Agriculture โดยมีข้อสรุปที่จะสนับสนุนงบประมาณจำนวน ๒.๘ พันล้านเหรียญสหรัฐ (ประมาณ ๑ แสนล้านบาท) จากกองทุนความร่วมมือเพื่อสินค้าเกษตร Climate-Smart (Partnerships for Climate-Smart Commodities) ระยะที่ ๑ สำหรับ ๗๐ โครงการ จากจำนวนข้อเสนอทั้งสิ้น ๔๕๐ โครงการ แต่ละโครงการจะได้รับงบประมาณสนับสนุนตั้งแต่ ๕ ถึง ๑๐๐ ล้านเหรียญสหรัฐ ลักษณะโครงการมีตั้งแต่การควบคุมน้ำท่วมไปจนถึงการสร้างตลาดซื้อขายคาร์บอน หน่วยงานที่ได้รับทุนจาก USDA ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ สหกรณ์การเกษตร กลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัย ธุรกิจรายย่อย และบริษัทขนาดใหญ่ รวมถึงแผนก

Trust In Food™ ซึ่งเป็นหน่วยงานด้านความยั่งยืนของสื่อออนไลน์ Farm Journal ก็เป็นหนึ่งในผู้รับทุนจากโครงการประเภทเสริมสร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านการเกษตร

ผลจากการให้เงินทุนสนับสนุนด้านภูมิอากาศของ USDA

นาย Tom Vilsak รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตร เห็นว่าแนวทางนี้จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการเกษตรสหรัฐฯ ทั้งในและต่างประเทศ และช่วยเสริมสร้างความมั่งคั่งไปสู่ชนบท USDA ได้ทำตามคำมั่นที่เคยให้ไว้ว่า จะสร้างและขยายโอกาสทางการตลาดให้แก่ภาคการเกษตรของสหรัฐฯ และเป็นผู้นำของโลกในการผลิตสินค้าเกษตรที่ผลิตโดยการรับมือกับสภาพอากาศได้อย่างชาญฉลาด หรือ Climate-Smart เงินทุนเหล่านี้จะช่วยเหลือเกษตรกรโดย ๑) ให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการและงบประมาณในการทำการเกษตร Climate-Smart แบบสมัครใจ ๒) ช่วยแสวงหาวิธีการในการวัดปริมาณ ตรวจสอบ ติดตาม รายงาน และตรวจทวนสอบประโยชน์ที่จะได้รับจากก๊าซเรือนกระจก และ ๓) ได้ตลาดใหม่ ๆ และจะช่วยส่งเสริมประชาสัมพันธ์สินค้า Climate-Smart ทั้งนี้ USDA คาดหวังว่า โครงการที่ได้รับเงินทุนสนับสนุนเหล่านี้จะ

- ช่วยแสวงหาและขยายตลาดเพิ่มขึ้นได้อีกหลายร้อยแห่ง เสริมสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตและสินค้าเกษตรตั้งแต่ข้าวโพดธรรมดาไปจนถึงพืชราคาสูง
- เข้าถึงฟาร์มกว่า ๕ หมื่นแห่ง ครอบคลุมพื้นที่กว่า ๕๐ - ๖๓ ล้านไร่ ที่เข้าร่วมในกิจกรรมการผลิตแบบ Climate-Smart เช่น การปลูกพืชคลุมดิน การไม่ไถพรวน และการบริหารจัดการสารอาหาร
- กักเก็บก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง ๕๐ ล้านเมตริกตัน ตลอดอายุโครงการ ซึ่งเทียบเท่าการกำจัดรถยนต์โดยสารที่ใช้น้ำมันเบนซินกว่า ๑๐ ล้านคัน ออกจากถนนในระยะเวลา ๑ ปี
- ทำให้มหาวิทยาลัยกว่า ๕๐ แห่ง เข้ามามีส่วนร่วมและช่วยเหลือในโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการให้ความรู้และตรวจติดตาม วัดผล รายงาน และตรวจทวนสอบ

โดยข้อเสนอสำหรับ ๗๐ โครงการข้างต้น จะมีแผนงานที่จะใช้งบประมาณครึ่งหนึ่งจากรัฐบาลกลางสหรัฐฯ ร่วมกับเงินทุนจากภาคส่วนอื่นร่วมอยู่ด้วย

ใครคือผู้สนับสนุนเงินทุน

บริษัทเครดิตสินค้าเกษตรของ USDA หรือ CCC (Commodity Credit Corporation) จะสนับสนุนเงินทุนให้แก่กองทุนความร่วมมือเพื่อสินค้า Climate-Smart เป็นจำนวน ๒ รอบ โดยครั้งนี้ถือเป็นรอบแรกในอดีตที่มีการกล่าวถึงบริษัทนี้หลายครั้ง เช่น การประกาศสนับสนุนงบประมาณจำนวน ๒๕๐ ล้านเหรียญสหรัฐสำหรับปุ๋ยที่ผลิตในสหรัฐฯ เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่เกษตรกรสหรัฐฯ ได้ซื้อหาในท้องตลาดเมื่อเดือนมีนาคมที่ผ่านมา แต่นักวิเคราะห์บางรายออกมาให้ความเห็นว่า บริษัท CCC เป็นแค่เครื่อง ATM สำหรับเกษตรกร ไม่ใช่เครื่องมือที่จะรักษาเสถียรภาพ สนับสนุน หรือประกันรายได้และราคาสินค้าเกษตร อันเป็นวัตถุประสงค์ของการก่อตั้ง

นาย Tom Vilsak กล่าวถึงสาเหตุที่ USDA จะดึงเงินทุนส่วนหนึ่งมาจากบริษัท CCC ก็เนื่องจากขณะนี้เงินปลายปีงบประมาณ ตรวจสอบแล้วพบว่า บริษัทยังมีงบประมาณเหลืออยู่พอสมควร และไม่จำเป็นต้องขอความเห็นชอบจากสภาองเกรสในการเติมงบเข้าสู่บริษัท USDA สามารถนำงบประมาณมาสนับสนุนแนวคิดริเริ่มเหล่านี้ได้อย่างเพียงพอ และยังคงมีงบประมาณเหลืออยู่อีกหลายพันล้านจนกว่าจะสิ้นปีงบประมาณ ทั้งนี้ จะประกาศเกี่ยวกับการสับทบเงินเข้ากองทุนรอบที่สองภายในปลายปี



แนวทางการใช้จ่ายเงินกองทุน

สำหรับงบประมาณรอบแรก โครงการที่ได้รับการคัดเลือกหลายโครงการมีวงเงินงบประมาณอยู่ระหว่าง ๗๐ ถึง ๙๕ ล้านดอลลาร์สหรัฐ บางโครงการจะครอบคลุมพื้นที่หลายรัฐ ได้แก่

๑. โครงการ Climate SMART (Scaling Mechanisms for Agriculture's Regenerative Transformation) หรือ กลไกการปรับขนาดเพื่อการเปลี่ยนแปลงจากการปฏิรูปการเกษตร) นำโดยบริษัท Truettterra, LLC ซึ่งครอบคลุมถึง ๒๘ รัฐ มีเป้าหมายในการกระตุ้นเครือข่ายพึ่งพาตนเองด้านการตลาด เพื่อขยายการเข้าถึงตลาดให้แก่เกษตรกร ปรับขนาดการผลิตให้เหมาะสมกับแนวทางการทำการเกษตรแบบ Climate-Smart สามารถผลิตสินค้าธัญพืชและผลิตภัณฑ์นมได้อย่างยั่งยืน โดยก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสภาพอากาศซึ่งมีการยืนยันและวัดผลแล้ว

๒. โครงการริเริ่มด้านนวัตกรรมการเงินสำหรับการทำการเกษตร Climate Smart (The Climate-Smart Agriculture Innovative Finance Initiative) นำโดยกลุ่ม Field to Market โครงการนี้ครอบคลุมพื้นที่กว่า ๓๐ รัฐ โดยจะใช้กลไกนวัตกรรมการเงินเพื่อช่วยให้เกษตรกรเข้าถึงแนวปฏิบัติในการรับมือกับสภาพภูมิอากาศอย่างชาญฉลาดได้อย่างรวดเร็ว เพิ่มอุปสงค์ของภาคเอกชนเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับตลาดสินค้า Climate-Smart พันธมิตรจะให้ความช่วยเหลือทางวิชาการและสร้างแรงจูงใจด้านการเงินให้กับผู้ผลิตสินค้าที่หลากหลาย เชื่อมโยงแนวปฏิบัติแบบ Climate-Smart เข้ากับการซื้อสินค้า และสร้างแบบจำลองที่ขยายขนาดได้เพื่อรองรับการลงทุนของภาคเอกชน

๓. โครงการนำร่องเชื่อมโยงสินค้าเกษตร Climate-Smart (Connected Ag Climate-Smart Commodities Pilot Project) นำโดยบริษัทสื่อออนไลน์ Farm Journal, Inc. โครงการนี้จะขยายตลาดสินค้าเกษตร Climate-Smart หลายหลายกลุ่มและให้ชำระเงินโดยตรง ให้ความช่วยเหลือทางวิชาการ และใช้กลยุทธ์การบริหารจัดการข้อมูล เพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรผู้ผลิตธัญพืช เนื้อวัว ผลิตภัณฑ์นม เนื้อสุกร และสินค้าอื่น ๆ นำแนวปฏิบัติและยุทธศาสตร์ Climate-Smart ไปปรับใช้ต่อไป

๔. โครงการขยายขนาดการปรับลดการปล่อยก๊าซมีเทนและการกักเก็บคาร์บอนในดิน (Scaling Methane Emissions Reductions and Soil Carbon Sequestration) นำโดยบริษัท Dairy Farmers of America, Inc. (DFA) โครงการนำร่อง Climate-Smart ของ DFA นี้ จะเชื่อมโยงการลดก๊าซเรือนกระจกในฟาร์มกับตลาดผลิตภัณฑ์นมคาร์บอนต่ำโดยตรง DFA จะใช้รูปแบบธุรกิจแบบสหกรณ์ของตนเพื่อสร้างความมั่นใจว่าผลประโยชน์ด้านการเงินจะตกอยู่กับฟาร์มอย่างแท้จริง สร้างสรรค์เศรษฐกิจหมุนเวียนแบบพึ่งพาตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ต่อภาคการเกษตรโดยรวมของสหรัฐฯ

๕. โครงการความร่วมมือจัดทำฐานข้อมูลดิน เพื่อก่อให้เกิดผลกระทบและสร้างอุปสงค์ (The Soil Inventory Project Partnership for Impact and Demand) นำโดยสถาบัน The Meridian Institute โครงการนี้จะจัดตั้งตลาดสินค้า Climate-Smart ลดการเก็บข้อมูลภาคสนามเท่าที่จำเป็น และรวบรวมผลการวิเคราะห์ตัวอย่างเข้าด้วยกันโดยใช้แบบจำลอง เพื่อการประมวลผลที่แม่นยำและเฉพาะเจาะจงในแต่ละพื้นที่ แต่สามารถขยายผลต่อได้ โดยเน้นฟาร์มปลูกพืชมูลค่าเพิ่มและมูลค่าสูงที่จำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง รวมทั้งพืชไร่อีก ๑๙ ชนิดที่มีการปลูกแพร่หลายในสหรัฐฯ



ที่มา: How USDA's \$2.8 Billion Climate-Smart Investment Might Impact Your Operation

[https://www.agweb.com/news/policy/politics/how-usdas-28-billion-climate-smart-investment-](https://www.agweb.com/news/policy/politics/how-usdas-28-billion-climate-smart-investment-might-impact-your-operation?mkt_tok=ODQzLVlHQi03OTMAAAGG3Lce3G_Y4k55PHGnTSmMn8xAeOfgF2ehnJML_Dh05GvVpvd88vxaD-Os8zkCImX0cetpUSFnnE-_Rj5edG1rlgAKZSeQj4Z-XQYnXEwrl_Mp8CANfA)
[might-impact-your-](https://www.agweb.com/news/policy/politics/how-usdas-28-billion-climate-smart-investment-might-impact-your-operation?mkt_tok=ODQzLVlHQi03OTMAAAGG3Lce3G_Y4k55PHGnTSmMn8xAeOfgF2ehnJML_Dh05GvVpvd88vxaD-Os8zkCImX0cetpUSFnnE-_Rj5edG1rlgAKZSeQj4Z-XQYnXEwrl_Mp8CANfA)

[operation?mkt_tok=ODQzLVlHQi03OTMAAAGG3Lce3G_Y4k55PHGnTSmMn8xAeOfgF2ehnJML_Dh05G](https://www.agweb.com/news/policy/politics/how-usdas-28-billion-climate-smart-investment-might-impact-your-operation?mkt_tok=ODQzLVlHQi03OTMAAAGG3Lce3G_Y4k55PHGnTSmMn8xAeOfgF2ehnJML_Dh05GvVpvd88vxaD-Os8zkCImX0cetpUSFnnE-_Rj5edG1rlgAKZSeQj4Z-XQYnXEwrl_Mp8CANfA)
[vVpvd88vxaD-Os8zkCImX0cetpUSFnnE-_Rj5edG1rlgAKZSeQj4Z-XQYnXEwrl_Mp8CANfA](https://www.agweb.com/news/policy/politics/how-usdas-28-billion-climate-smart-investment-might-impact-your-operation?mkt_tok=ODQzLVlHQi03OTMAAAGG3Lce3G_Y4k55PHGnTSmMn8xAeOfgF2ehnJML_Dh05GvVpvd88vxaD-Os8zkCImX0cetpUSFnnE-_Rj5edG1rlgAKZSeQj4Z-XQYnXEwrl_Mp8CANfA)

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.
กันยายน ๒๕๖๕

