

รายงานสถานการณ์การค้าสินค้าเกษตร (Situation Report) ประจำเดือนกันยายน ๒๕๖๔  
สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.

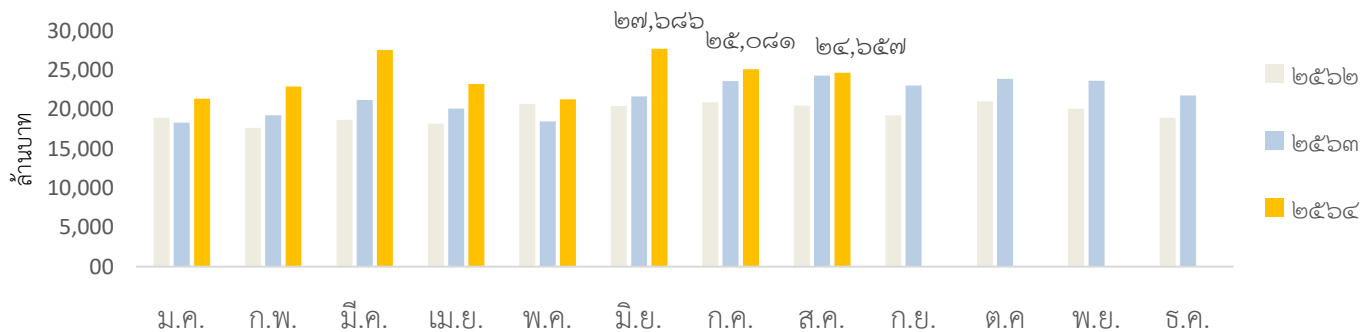
๑. มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรในภาพรวมและสินค้าเกษตรที่สำคัญ						
รายการ	มูลค่าส่งออกปี ๖๓	ส.ค. ๖๓	ส.ค. ๖๔	ก.ค. ๖๔	% เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับเดือน	
	ล้านบาท				ส.ค. ๖๓	ก.ค. ๖๔
รวมสินค้าเกษตรและอาหารทั้งหมด	๒๕๙,๑๕๐.๓๔	๒๔,๒๙๕.๑๖	๒๔,๖๕๗.๑๘	๒๕,๐๘๑.๑๔	๑%	-๒%
ข้าว	๒๑,๘๙๒.๓๙	๑,๖๒๔.๒๖	๑,๑๙๔.๔๘	๑,๒๑๑.๕๗	-๒๖%	-๑%
ปลาทูน่าบรรจุกระป๋อง	๒๐,๙๗๑.๓๖	๒,๐๕๔.๒๒	๑,๐๗๕.๓๒	๙๒๙.๓๕	-๔๘%	๑๖%
กุ้งดิบและกุ้งแปรรูปแช่เย็น/แช่แข็ง	๙,๐๐๕.๗๙	๘๘๗.๔๔	๗๔๗.๖๐	๘๖๑.๖๗	-๑๖%	-๑๓%
สินค้าประมงอื่นๆ	๑๓,๓๑๘.๘๐	๑,๒๗๗.๘๒	๑,๓๓๘.๑๘	๑,๓๘๕.๖๒	๕%	-๓%
ผลไม้และลูกไม้	๓,๑๔๖.๓๙	๓๗๗.๓๓	๓๔๔.๐๖	๓๗๙.๕๙	-๙%	-๙%
-ทุเรียน	๖๗๒.๔๓	๙๕.๕๖	๑๒๒.๙๓	๑๒๗.๒๖	๒๙%	-๓%
-มังคุด	๑.๐๔	๐๐.๐๐	๒.๙๕	๓.๗๗	๐%	-๒๒%
กล้วยไม้ตัดดอก	๒๐๓.๔๓	๑๓.๔๓	๓๗.๑๓	๒๔.๑๕	๑๗๖%	๕๕%
อาหารสัตว์เลี้ยง	๑๔,๓๘๙.๑๔	๑,๑๙๔.๗๕	๑,๕๗๗.๐๑	๑,๓๕๓.๗๐	๓๒%	๑๖%
ยางและของที่ทำจากยาง	๑๒๙,๑๐๖.๔๐	๑๒,๖๗๙.๙๒	๑๔,๐๖๙.๘๙	๑๔,๒๘๘.๑๗	๑๑%	-๒%

ที่มา : กรมศุลกากร

๒. สถานการณ์การค้าสินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม

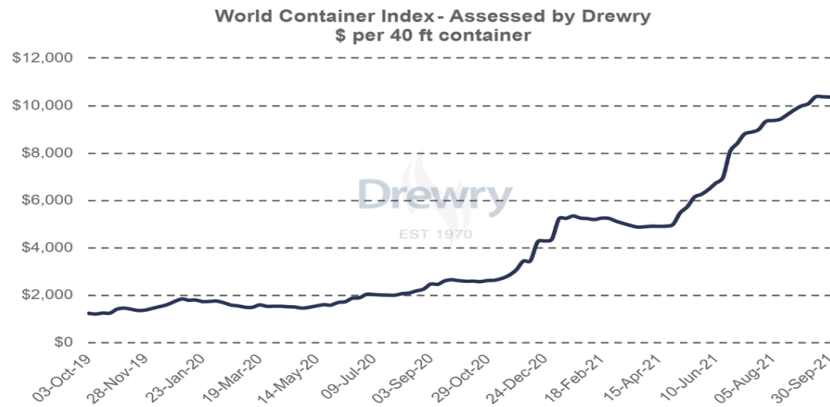
- เดือนสิงหาคม ๒๕๖๔ การส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารไทยมายังสหรัฐฯ มีมูลค่าการส่งออก ๒๔,๖๕๗ ล้านบาท มีการขยายตัวร้อยละ ๑ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน สินค้าที่มีการขยายตัวได้ดีในเดือนนี้ คือ ยางและของที่ทำด้วยยาง (เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๑) อาหารสัตว์เลี้ยง (เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๐) ในขณะที่สินค้ากลุ่มโคกภัณห์มีมูลค่าการนำเข้าลดลง คือ ทุน่าบรรจุกระป๋อง (ลดลงร้อยละ ๔๘) ข้าว (ลดลงร้อยละ ๒๖) กุ้งดิบและกุ้งแปรรูปแช่เย็น/แช่แข็ง (ลดลงร้อยละ ๑๖) ทั้งนี้ภาพรวมในช่วง ๘ เดือนที่ผ่านมาสหรัฐฯ มีการนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารจากไทยเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันกับปีก่อน แต่ในช่วง ๓ เดือนที่ผ่านมาเห็นได้ชัดว่ามูลค่าการนำเข้าสินค้าจากไทยเริ่มมีแนวโน้มลดลง

ภาพ มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารจากไทยสู่สหรัฐฯ เปรียบเทียบแบบรายเดือน ในช่วง ๓ ปีที่ผ่านมา



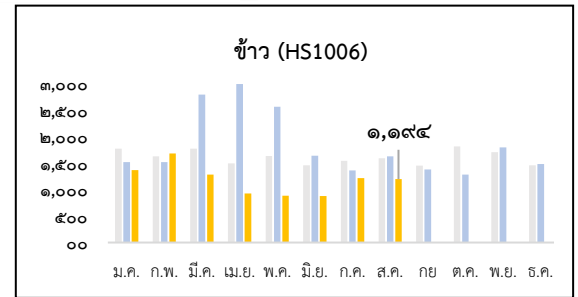
สาเหตุหลักที่ทำให้มูลค่าการนำเข้าสินค้ากลุ่มอาหารลดลงเกิดจากทั่วโลกขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ และค่าระวางขนส่งที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามดัชนีตัวชี้วัดราคาตู้คอนเทนเนอร์ขนาด ๔๐ ฟุตเดือนกันยายน พ.ศ. ๒๕๖๓ (๒๐๒๐) จะอยู่ที่ ๒,๕๐๐ - ๓,๐๐๐ เหรียญสหรัฐต่อตู้ แต่ปัจจุบันค่าขนส่งได้เพิ่มเป็น ๑๐,๓๖๑ เหรียญสหรัฐต่อตู้ เพิ่มขึ้นถึง ๔ เท่า ส่งผลให้ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าสินค้ากลุ่มดังกล่าวของสหรัฐฯ จากทั่วโลกลดลง และส่งผลต่อเนื่องกับผู้บริโภคในสหรัฐฯ ที่ต้องซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้น และเกิดภาวะสินค้าขาดตลาด

ภาพ ดัชนีตัวชี้วัดราคาตู้คอนเทนเนอร์ขนาด ๔๐ ฟุต ระหว่างตุลาคม ๒๕๖๒ - กันยายน ๒๕๖๔

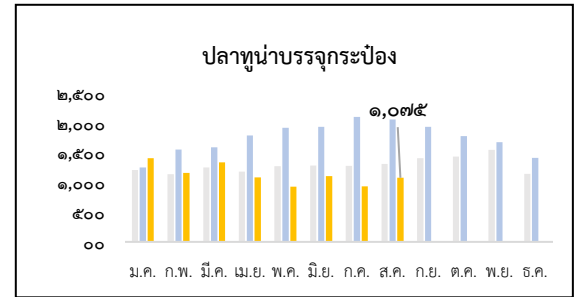


• มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรสำคัญ ๘ รายการ

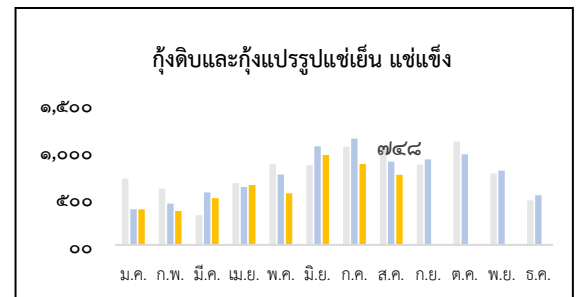
๑. ข้าว มีมูลค่าการส่งออก ๑,๑๙๔ ล้านบาท ลดลงร้อยละ ๒๖ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ ปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ และค่าขนส่งที่เพิ่มสูงขึ้นยังเป็นปัญหาในระยะยาวที่ทำให้ผู้นำเข้าต้องชะลอการนำเข้าลง เนื่องจากราคาค่าขนส่งสูงกว่าราคาสินค้า ทำให้สหรัฐฯ มีการนำเข้าสินค้าดังกล่าวจากทั่วโลกลดลงกว่าปีก่อนกว่าร้อยละ ๑๘ ส่งผลให้ไทยซึ่งเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ ๑ ได้รับผลกระทบมากที่สุด



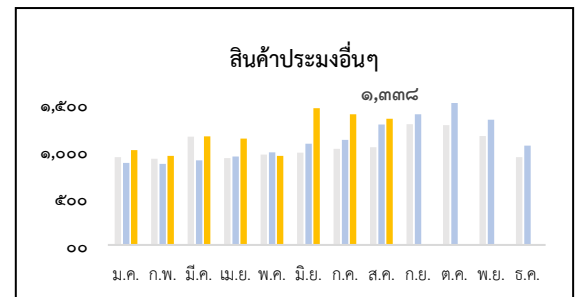
๒. ปลาทูน่าบรรจุกระป๋อง มีมูลค่าการส่งออก ๑,๐๗๕ ล้านบาท ลดลงร้อยละ ๔๘ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ และค่าระวางเรือที่ยังมีราคาสูงขึ้นหลายเท่าตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้สหรัฐฯ มีการนำเข้าสินค้าดังกล่าวจากทั่วโลกลดลงกว่าปีก่อนกว่าร้อยละ ๒๐ ส่งผลให้ไทยซึ่งเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ ๑ ได้รับผลกระทบมากที่สุด



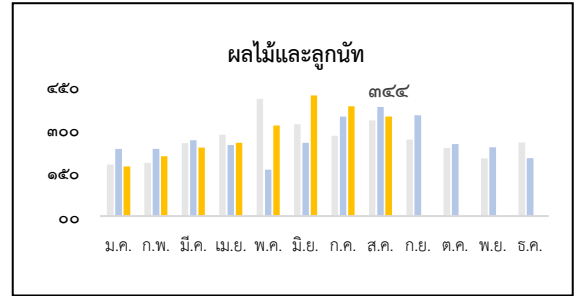
๓. กุ้งดิบ และกุ้งแปรรูปแช่เย็น/แช่แข็ง มีมูลค่าการส่งออก ๗๔๘ ล้านบาท ลดลงร้อยละ ๑๖ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน สาเหตุจากการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์และการแข่งขันด้านราคากุ้งในตลาดสหรัฐฯ ที่รุนแรง ทำให้แนวโน้มการนำเข้ากุ้งจากไทยลดลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้กว่าร้อยละ ๘๐ ของการนำเข้ากุ้งของสหรัฐฯ มาจากอินเดีย เอกวาดอร์ และอินโดนีเซียเป็นหลัก ในขณะที่มีการนำเข้าจากไทยเพียงร้อยละ ๒-๓ เท่านั้น



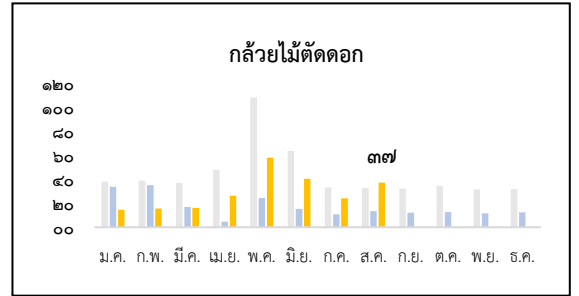
๔. สินค้าประมงอื่น ๆ มีมูลค่าการส่งออก ๑,๓๘๖ ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ ๕ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน สินค้าส่งออกหลักในกลุ่มนี้คือ ปลาทูน่า ปูนิ่ม และปลาหมึกแช่แข็ง



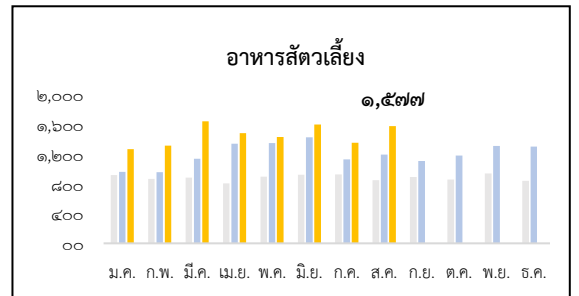
๕. **ผลไม้และลูกนัท** มีมูลค่าการส่งออก ๓๔๔ ล้านบาท ลดลงขึ้นร้อยละ ๙ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันกับปีที่ผ่านมา เนื่องจากสถานการณ์โควิด-๑๙ ในประเทศไทยทำให้การเก็บเกี่ยวผลผลิต และการขนส่งระหว่างจังหวัดทำได้ยากขึ้น ประกอบกับประเทศไทยเข้าสู่ฤดูฝน ซึ่งน้ำฝนจะทำให้คุณภาพของผลไม้ลดลง ในส่วนโครงการผลไม้ฉายรังสีก็ได้ประกาศหยุดการส่งออกตั้งแต่เดือนสิงหาคมเป็นต้นไป เนื่องจากฝนที่ตกหนักในพื้นที่เพาะปลูกส่งผลให้คุณภาพสินค้าลดลง และปริมาณการส่งออกที่ต่ำ



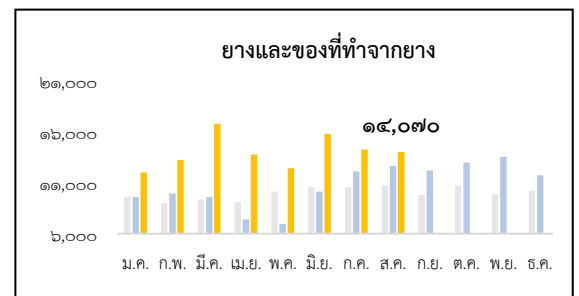
๖. **กล้วยไม้ตัดดอก** มีมูลค่าการส่งออก ๓๗ ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๒๓ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันกับปีที่ผ่านมา สถานการณ์โควิด-๑๙ ที่ดีขึ้นในสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้กล้วยไม้ตัดดอกกลับมาส่งออกได้อีกครั้ง ทั้งฤดูกาลส่งออกกล้วยไม้ไทยจะส่งออกได้ดีในช่วงไตรมาสที่สองของปี และหลังจากนั้นมูลค่าการส่งออกจะเริ่มทรงตัว ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก จึงคาดการณ์ว่ามูลค่าการส่งออกในช่วง ๕ เดือนหลังจะอยู่ระหว่าง ๒๐ - ๓๐ ล้านบาทต่อเดือน



๗. **อาหารสัตว์เลี้ยง** มีมูลค่าการส่งออก ๑,๕๗๗ ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ ๓๒ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันกับปีที่ผ่านมา ภาพรวมการส่งออกสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง (Pet food) ของไทยสู่สหรัฐฯ อยู่ในช่วงขยายตัว ประเทศไทยเป็นแหล่งนำเข้าอาหารสุนัขและแมวอันดับ ๑ ของสหรัฐฯ จากการรับจ้างผลิต (original equipment manufacturer - OEM) ให้กับแบรนด์ชั้นนำ การระบาดของโควิด-๑๙ ก่อให้เกิดความนิยมในสัตว์เลี้ยงเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้มีความต้องการอาหารสัตว์เลี้ยงในตลาดเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง



๘. **ยางและของที่ทำจากยาง** มูลค่าการส่งออก ๑๔,๐๗๐ ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๑ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันกับปีที่ผ่านมา เนื่องสถานการณ์โควิด-๑๙ ที่ดีขึ้นในสหรัฐฯ ส่งผลให้มีความต้องการสินค้าในกลุ่มนี้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสินค้าถุงมือยางและชุดทางการแพทย์ (พิกัด ๔๐๑๔) ยางล้อ (พิกัด ๔๐๑๑) และยางธรรมชาติ (๔๐๐๑)



**๓. ประเด็นปัญหา อุปสรรค และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการค้าสินค้าเกษตรของไทย และแนวทางการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตรของไทย**

- **สถานการณ์การนำเข้าผลไม้ฉายรังสีจากไทยมายังสหรัฐอเมริกา** บริษัท Agri Active Co., Ltd. ผู้บริหารจัดการโครงการ Pre-clearance สำหรับผลไม้ฉายรังสีจากไทยไปยังสหรัฐอเมริกา มีหนังสือลงวันที่ ๒ ก.ย. ๖๔ แจ้งไปยังหน่วยงาน USDA-APHIS Plant Protection and Quarantine กระทรวงเกษตรสหรัฐฯ อยู่ดีโครงการ Pre-clearance สำหรับฤดูกาลประจำปี ๒๕๖๔ ซึ่งเดิมคาดว่าจะสิ้นสุดในเดือน ต.ค. ๖๔ เนื่องจากคุณภาพมังคุดไม่ดีจากสภาวะฝนตกหนัก และได้รับผลกระทบด้านลบต่างๆ จากโรคระบาดโควิด - ๑๙ ส่งผลให้ไม่คุ้มค่าในการดำเนินการ ทั้งนี้ สถิติการส่งออกมังคุดในเดือน ส.ค. ๖๔ มีเพียง ๒.๙๕ ล้านบาทเท่านั้น ปัจจุบันมังคุดเป็นเพียงผลไม้ฉายรังสีชนิดเดียวของไทยที่มีการส่งออกไปยังสหรัฐฯ จากการสำรวจตลาดในเขตวอชิงตัน ดี.ซี. และมลรัฐใกล้เคียงพบว่า มังคุดฉายรังสีจากไทยมีราคาจำหน่ายระหว่าง ๑๒ - ๑๕ เหรียญสหรัฐฯ/ปอนด์ ในขณะที่มังคุดนำเข้าจากเม็กซิโกมีราคาเพียง ๘ - ๙ เหรียญสหรัฐฯ/ปอนด์ อีกทั้งยังมีสภาพสดกว่าและรสชาติดีเทียบเท่ากับมังคุดไทย นอกจากนี้ยังมีฤดูกาลที่ตรงกับมังคุดของไทยอีกด้วย ไทยจึงจำเป็นต้องพิจารณาแนวทางเพิ่มศักยภาพการส่งออกผลไม้เขตร้อนมายังสหรัฐฯ อาทิเช่น เจริญขอเปิดตลาดสินค้าผลไม้ชนิดใหม่

ที่มีศักยภาพ (เช่น น้อยหน้า ขนุน ฝรั่ง ฯลฯ) ส่งออกผลไม้ตัดแต่งพร้อมบริโภค (Fresh cut fruit) หรือแสวงหาแนวการบำบัดแมลงศัตรูพืชรูปแบบอื่นๆ นอกเหนือจากการฉายรังสี เพื่อให้ผลไม้เขตร้อนจากไทยสามารถแข่งขันในเชิงคุณภาพและราคาเมื่อเทียบกับคู่แข่งจากประเทศต่าง ๆ รวมถึงแสวงหาตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น แคนาดา ซึ่งมีความเข้มงวดในการเปิดตลาดน้อยกว่า แต่ต้องสามารถแข่งขันได้ในด้านราคา

- **รายงานการปฏิเสศการนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารไทยไปยังสหรัฐฯ สำหรับเดือนสิงหาคม ๒๕๖๔** หน่วยงาน FDA สหรัฐฯ ได้ปฏิเสศการนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารจากไทยจำนวน ๕ รายการ แบ่งเป็นสินค้าเครื่องดื่ม ๔ รายการและสินค้าอาหารสำเร็จรูป ๑ บริษัทที่ถูกปฏิเสศการนำเข้าสินค้านี้มีจำนวน ๓ บริษัท และสินค้าทั้ง ๕ รายการถูกปฏิเสศด้วยสาเหตุไม่แจ้งกระบวนการผลิตล่วงหน้า (NO PROCESS)

- **สถานการณ์การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ในสหรัฐฯ** ปัญหาตู้คอนเทนเนอร์ขาดตลาดได้ส่งผลกระทบต่อระบบห่วงโซ่อุปทานจากผู้ผลิต ผู้ส่งออก ผู้นำเข้า จนถึงผู้บริโภค ค่าตู้คอนเทนเนอร์จากเอเชียมายังสหรัฐฯ ได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากเดิมก่อนการระบาดโควิด-๑๙ ค่าตู้คอนเทนเนอร์ขนาด ๔๐ ฟุต จะมีราคาประมาณ ๑,๘๐๐ เหรียญสหรัฐต่อตู้ ปัจจุบัน ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓ ค่าตู้คอนเทนเนอร์จากเซี่ยงไฮ้ – ลอสแอนเจลิส มีราคาถึง ๑๒,๔๒๔ เหรียญสหรัฐต่อตู้และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สาเหตุมาจากสหรัฐฯ มีความต้องการนำเข้าสินค้าเพื่อบริโภคภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น แต่ปริมาณการส่งออกต่ำ ส่งผลให้ตู้คอนเทนเนอร์จำนวนมากจากจีนไหลเข้ามายังสหรัฐฯ แต่การไหลออกนั้นอยู่ในปริมาณต่ำ กล่าวคือ หากสหรัฐฯ นำเข้าตู้คอนเทนเนอร์ ๔.๘ ตู้ จะมีการส่งออกกลับเพียง ๑ ตู้เท่านั้น<sup>๑</sup> นอกจากนี้ ค่าขนส่งจากจีน ไป สหรัฐฯ กับสหรัฐฯ ไป จีนมีราคาที่แตกต่างกันมาก (ค่าขนส่งจากลอสแอนเจลิส – เซี่ยงไฮ้ เท่ากับ ๑,๔๔๘ เหรียญสหรัฐต่อตู้) และปัญหาการลำเลียงสินค้าเข้า - ออกที่ล่าช้าตามท่าเรือต่างๆ เนื่องจากการขาดแคลนแรงงาน ส่งผลเสียต่อสถานการณ์ยิ่งขึ้น เรือขนส่งสินค้าจำนวนมากตัดสินใจไม่รอรับสินค้า หรือรับเพียงบางส่วนจากท่าเรือในสหรัฐฯ เพื่อที่จะสามารถเดินทางกลับไปเซี่ยงไฮ้ได้เร็วขึ้น และรับสินค้าใหม่จากจีนที่ได้ค่าตอบแทนที่สูงกว่า ปัจจุบัน สหรัฐฯ มีความพยายามที่จะแก้ไขสถานการณ์ให้ดีขึ้น โดยการเร่งผลิตตู้คอนเทนเนอร์เพิ่มมากขึ้น เพิ่มระยะเวลาการบริการที่ทำเรือเป็น ๒๔/๗ และเพิ่มค่าตอบแทนให้เรือขนส่งสินค้า ตู้คอนเทนเนอร์เปล่าออกจากท่าเรือ แต่ผลลัพธ์ยังไม่ดีมากนัก ค่าตู้คอนเทนเนอร์ก็ยังคงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จากความต้องการนำเข้าสินค้าในสหรัฐฯ ที่มีปริมาณมาก ส่งผลให้ผู้บริโภคในประเทศได้รับผลกระทบโดยตรง เนื่องจากราคาสินค้าอุปโภคและบริโภคในประเทศได้มีการปรับเพิ่มสูงขึ้นตามต้นทุนสินค้า และสินค้าบางชนิดก็เริ่มขาดตลาด ซึ่งอาจส่งผลให้มีการกักตุนสินค้าเกิดขึ้นในอนาคตอีกด้วย

**๔. สถานการณ์ด้านการเกษตรหรือเรื่องอื่นที่เกี่ยวข้องกับด้านการเกษตร ที่สำคัญของสหรัฐฯ**

- **การดำเนินการเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๓ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๔** สปช. ดี.ซี. กำหนดสินค้าเป้าหมาย ๓ รายการ ได้แก่ ๑) ทูเรียน ๒) ปลาทูน่าบรรจุกระป๋อง และ ๓) โกโก้และผลิตภัณฑ์ โดยสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ได้แก่ ทูเรียน เพิ่มขึ้นร้อยละ ๕๖ โกโก้ และผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๓๙ ส่วนปลาทูน่าบรรจุกระป๋องลดลงร้อยละ ๒๔ สปช. ดี.ซี. จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สินค้าที่เหมาะสมแก่กลุ่มเป้าหมายในวาระต่าง ๆ เช่น จัดส่งสินค้าเป็นของขวัญระลึกในช่วงเทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่ ๒๕๖๔ ให้แก่เจ้าหน้าที่กระทรวงเกษตรสหรัฐฯ (APHIS/USDA และ FSIS) องค์กรอาหารและยา (FDA) กระทรวงพาณิชย์ (NOAA/NMFS) สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) ในสหรัฐอเมริกาและแคนาดา รวมทั้งทูตเกษตรของประเทศต่าง ๆ ที่ประจำอยู่ในกรุงวอชิงตัน ดี. ซี. การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าผักและผลไม้สด PMA Fresh Summit 2020 ระหว่าง ๑๓ – ๑๖ ต.ค. ๖๓ ในลักษณะ Virtual ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าที่ใหญ่เป็นอันดับหนึ่งในสหรัฐอเมริกาและทวีปอเมริกาเหนือ เข้าร่วมในงานเทศกาลผลไม้และอาหารไทย เมื่อวันอาทิตย์ที่ ๒๗ มิ.ย. ๖๔ ณ วัดญาณรังษี เมือง Arlington มลรัฐเวอร์จิเนีย และเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Natural Product Expo East 2021 ระหว่างวันที่ ๒๓ – ๒๕ ก.ย. ๖๔ ณ Philadelphia Convention Center เมือง Philadelphia มลรัฐเพนซิลวาเนีย รวมทั้งเผยแพร่กิจกรรมและรูปสินค้าใน Facebook และเว็บไซต์ของสำนักงานฯ ด้วยการส่งออกปลาทูน่าบรรจุกระป๋องที่ลดลง สาเหตุหลักเนื่องมาจากปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์สำหรับขนส่งทางเรือระหว่างประเทศ และอีกสาเหตุคาดว่า เนื่องมาจากยังมีปริมาณสินค้าคงคลังสูงพอสมควรจากการกักตุนสินค้าอาหารกระป๋องในช่วงการระบาดของโควิด - ๑๙ ในปีที่ผ่านมา

- **สถานการณ์การนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารของสหรัฐอเมริกา ระหว่าง ม.ค. - มิ.ย. ๖๔** ไทยเป็นคู่ค้าสินค้าเกษตรและอาหารที่สำคัญอันดับที่ ๔ ของสหรัฐฯ โดยระหว่าง ม.ค. - มิ.ย. ๖๔ มีมูลค่าการนำเข้าประมาณ ๔,๙๓๓ ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ ๑๕๓,๓๘๓ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๔ ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด โดยในช่วง ๕ ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยร้อยละ ๑๒ ต่อปี ระหว่าง ม.ค. - มิ.ย. ๒๕๖๔ มีการนำเข้าเพิ่มขึ้นจากไทยร้อยละ ๒๒ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จากข้อมูลข้างต้นสามารถแบ่งกลุ่มสินค้าเกษตรและอาหารไทยที่สำคัญสำหรับการส่งออกมายังสหรัฐฯ ตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ได้เป็น ๓ กลุ่ม คือ ๑. กลุ่มกำลังขยายตัว คือ ยางและของทำด้วยยาง และอาหารสัตว์ ๒. กลุ่มมั่นคง หรืออิมตัว คือ ข้าว และปลาทูน่าบรรจุกระป๋อง ๓. กลุ่มกำลังถดถอย คือ กุ้งดิบและกุ้งแปรรูปแช่เย็น/แช่แข็ง ผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนควรระดมสมอง เพื่อแสวงหาแนวทางในการเพิ่มการส่งออกสินค้าเกษตรไปยังสหรัฐฯ ให้มากยิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับการพัฒนาสินค้าเกษตรและอาหารแปรรูปเป็นหลัก เนื่องจากสหรัฐฯ เป็นตลาดของผู้บริโภคมากกว่าการนำเข้าเพื่อแปรรูปและส่งออก ไทยจำเป็นต้องศึกษาแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละประเภท และปรับเปลี่ยนแนวทางการผลิตให้สอดคล้องของตลาดในระยะยาว เพื่อให้สินค้าไทยสามารถพัฒนาไปในแนวทางที่ถูกต้องและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งจากประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้

<sup>๑</sup> Container Shortage: Why the Prices of Goods Are Rising in ๒๐๒๑ (<https://www.youtube.com/watch?v=VJH๕WojjdWc>)



ค้า USMCA (United States of America – Mexico – Canada) ด้วยแล้ว แต่ในขณะที่เดียวกัน การเปิดตลาดให้กับสินค้าจากแคนาดาจะช่วยเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค และลดต้นทุนให้ผู้นำเข้าสินค้าวัตถุดิบของไทยด้วย **(๒) ขิลี** สินค้ากลุ่มยางพาราเป็นกลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และน่าจะเป็นกลุ่มสินค้าที่ไทยมีศักยภาพ ไทย-ซิลี ได้มีความตกลงการค้าเสรีไทย-ซิลี ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๘ ทั้งนี้ ประเทศไทยขอเปิดตลาดลำไยและมังคุด อยู่ระหว่างการพิจารณามาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS) และซิลีขอเปิดตลาดลูกแพร์ รวมไปถึงสินค้าเนื้อสัตว์ (เนื้อสุกรและเนื้อโค) และนมและผลิตภัณฑ์นม อย่างไรก็ตาม ประเทศซิลีเป็นประเทศที่มีการใช้ Ractopamine ในอุตสาหกรรมการเลี้ยงสุกร ซึ่งในประเทศไทย Ractopamine เป็นสารต้องห้าม โดยอุปสรรคสำคัญที่ต้องคำนึงในการค้ากับประเทศซิลีคือ ปัจจัยทางด้านภาษาที่มีความแตกต่างกัน ประกอบกับระยะทางและการขนส่งที่ต้องใช้เวลานาน ดังนั้น การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่จะช่วยยืดอายุการเก็บรักษาสินค้า การเลือกสินค้าเกษตรที่ตอบสนองต่อความต้องการของ ผู้บริโภคท้องถิ่นหรือเป็นสินค้าอาหารที่แปลกใหม่และเก็บได้นาน จะเป็นโอกาสในการค้ากับประเทศซิลี

**(๓) เปรู** สินค้ากลุ่มยางพาราเป็นกลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ไทย - เปรู มีข้อตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreement-FTA) เริ่มมีผลบังคับใช้เมื่อ วันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๔ อย่างไรก็ตาม สำหรับสินค้าเกษตร ผลไม้และสินค้าปศุสัตว์เป็นกลุ่มสินค้าที่ต้องพิจารณา SPS จึงทำให้ไม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้ แม้ว่าได้ลดภาษีระหว่างกัน ภายใต้อาณัติของ FTA ไปแล้ว โดยปัจจุบันเปรูอยู่ระหว่างการขอเปิดตลาดผลส้มสด และผลทับทิมสด อุปสรรคสำคัญที่ต้องคำนึงในการค้ากับเปรูคือ ปัจจัยทางด้านภาษาที่มีความแตกต่างกัน ประกอบกับระยะทางและการขนส่งที่ต้องใช้เวลานาน **(๔) ความเห็นต่อประเด็น CPTPP** ซึ่งมีประเด็นเชิงบวกหลายประเด็น เช่น ๑) หากไทยเข้าร่วม CPTPP คาดว่า GDP และการลงทุนจะขยายตัว ๒) การส่งออกของไทยจะขยายตัว และ ๓) คาดว่าการส่งออกจะขยายตัวกับประเทศที่ไทยยังไม่เคยมี FTA ด้วยอีก ๒ ประเทศ คือ แคนาดา และเม็กซิโก ในส่วนของประเด็นท้าทายได้แก่ การเข้าร่วมในอนุสัญญาการคุ้มครองพันธุ์พืชใหม่ หรือ UPOV (International Union for the Protection of New Varieties of Plants) ซึ่งจำเป็นต้องศึกษาและสร้างความมั่นใจว่า ภายใต้อาณัติของ CPTPP และ อนุสัญญา UPOV จะให้สิทธิเกษตรกรในการเก็บเมล็ดพันธุ์ไว้ปลูกต่อได้ ถ้าเป็นการปลูกต่อเพื่อใช้ประโยชน์เอง

**๕. การคาดการณ์สถานการณ์การค้าสินค้าเกษตร**

- **ผลการประชุมความนิยมและนวัตกรรม: สํารวจอนาคตของอาหาร (The Trends and Innovations Web Series: Explore the Future of Food)** การบรรยายแบ่งออกเป็น ๔ ประเด็น ที่สำคัญ ได้แก่ **(๑) แนวโน้มของอาหารในปี พ.ศ. ๒๕๖๕ เป็นต้นไป** คาดการณ์ว่า (๑.๑) ผู้ผลิตอาหารจะเริ่มจับคู่อาหารที่มีสารอาหารต่างกันมารวมอยู่ในผลิตภัณฑ์เดียวจะเป็นที่นิยมมากขึ้น เช่น การนำธาตุสังกะสีผสมรวมกับวิตามินซีในเครื่องดื่มเพื่อช่วยกระตุ้นระบบภูมิคุ้มกัน (๑.๒) ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับระบบช่องท้องมากขึ้น เนื่องจากมีงานวิจัยบ่งชี้ว่า ช่องท้องที่ทำงานผิดปกติจะส่งผลกระทบต่อปอดในขณะที่โรคที่เกี่ยวกับปอดจะส่งผลกระทบต่อช่องท้อง ดังนั้น การบริโภคโพรไบโอติกส์ (Probiotics) จะช่วยบรรเทาอาการป่วยที่เกี่ยวข้องกับระบบหายใจได้และกลายเป็นที่นิยมในปัจจุบันจนถึงอนาคต (๑.๓) ผลิตภัณฑ์และหนังสืออาหารช่วยฝึกหัดการรับกลิ่นและรสจะได้รับความนิยมมากขึ้น (๑.๔) การสร้างเนื้อสัตว์จากห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์ (Lab – grown meat) จะเป็นที่ยอมรับมากขึ้น (๑.๕) นมที่ผลิตจากเมล็ดธัญพืช เช่น ข้าวบาร์เลย์อาจกลายเป็นที่นิยมในอนาคต (๑.๖) จะเริ่มมีการทำ Upcycled food คือ การเปลี่ยนวัตถุดิบอาหารเหลือทิ้งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ (๑.๗) วัตถุดิบที่มีส่วนผสมของโพลีโพลีโกลิกจะกลายเป็นที่นิยมในฐานะสารให้ประโยชน์เชิงหน้าที่ (Functional ingredients) และ (๑.๘) การใช้ฉลากแสดงปริมาณคาร์บอน (Carbon labeling) สินค้าต่าง ๆ จะเป็นที่นิยมมากขึ้น **(๒) เติบโตกลับความสำเร็จของนวัตกรรม** การเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด – ๑๙ ในปี ๒๕๖๓ ผู้บริโภคทำงานและออกกำลังกายที่บ้านมากขึ้นส่งผลให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวก การใส่ใจสุขภาพ และความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม โดยผู้บริโภครับประทานอาหารเช้าและอาหารกลางวันที่บ้านมากขึ้นเป็นผลให้ความต้องการผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยกระดับสินค้าของตนให้มีความพิเศษเพิ่มมากขึ้นเพื่อทดแทนกับการเสียโอกาสการให้บริการผ่านทางร้านค้า **(๓) วัตถุดิบอาหารและเครื่องดื่มที่เกิดขึ้นใหม่** ความนิยมหลักของสินค้าที่เกิดขึ้นใหม่ ได้แก่ โปรตีนจากพืชทางเลือก โปรตีนที่ผลิตจากห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์ วัตถุดิบที่ส่งเสริมสุขภาพตา ภูมิคุ้มกัน และสุขภาพจิต โดยสินค้าโปรตีนถั่วลันเตาเริ่มได้รับความนิยมโดยเฉพาะสินค้าโปรตีนถั่วลันเตาประเภทเครื่องดื่มที่มีความต้องการมากขึ้น เนื่องจากสินค้าโปรตีนถั่วลันเตา ไม่ก่อให้เกิดอาการแพ้ร้อยละ ๘๔ ไม่มาจากการทำ GMO ร้อยละ ๗๔ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมร้อยละ ๕๓ มีความยั่งยืนร้อยละ ๔๗ ใช้เป็นโปรตีนเสริมร้อยละ ๒๐ และเป็นสินค้ามาจากพืช (Plant Based) และ **(๔) ทิศทางของอาหารและเครื่องดื่มหลังโควิด – ๑๙** การรับประทานอาหารเพื่อใช้เป็นยารักษาโรค (Food as medicine) จะได้รับความนิยมมากขึ้น ผู้บริโภคให้ความสนใจเลือกซื้อสินค้าที่ช่วยด้านภูมิคุ้มกัน ส่งเสริมสุขภาพภายในช่องท้องและสุขภาพจิตมากขึ้น โดยวัตถุดิบและอาหารเสริมที่ได้รับความนิยม เช่น (๑) น้ำมัน CBD (Cannabidiol Oil) เพื่อช่วยลดความเครียด ความวิตกกังวล (๒) เอลเดอร์เบอร์รี่ (Elderberry) เพื่อเสริมภูมิคุ้มกันและป้องกันไวรัส (๓) มะรุม (Moringa) เพื่อเสริมภูมิคุ้มกัน ลดการอักเสบ สุขภาพข้อต่อและหัวใจ (๔) น้ำขุกระดูก (Bone Broth) เพื่อช่วยสุขภาพภายในช่องท้อง เสริมภูมิคุ้มกัน ป้องกันการแก่ก่อนวัย และเสริมสุขภาพข้อต่อ และ (๕) ชาหมัก (Kombucha) เพื่อช่วยการขับถ่ายของเสีย เสริมภูมิคุ้มกัน และช่วยการย่อยอาหาร

**๖. อื่น ๆ**

- **ผลการประชุม Exploring Food Waste Solutions: Success Stories from the U.S. and Beyond** เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการบริหารจัดการปัญหาการสูญเสียอาหารและอาหารเหลือทิ้ง (Food Loss and Waste หรือ FLW) ของ **(๑) แนชวิลล์** องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร Urban Green Lab วางแผนดำเนินการลดปัญหาอาหารเหลือทิ้งโดยใช้แผนการเดียวกับแผนการของประเทศ Urban Green Lab ร่วมมือกับสำนักงานกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม เซฟ คนทำสวน และนายกเทศมนตรี เพื่อร่วมจัดตั้งหาแนวทางการดำเนินงานโดยเริ่มจากเปลี่ยนแปลงนโยบายและทำการวิจัย ขับเคลื่อนชุมชน และให้การศึกษาและ

ฝึกอบรมแก่ประชาชน โรงเรียน องค์กรในพื้นที่ (๒) **ซานดิเอโก** องค์กร Save the Food, San Diego! EcoChallenge เป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ได้รับเงินทุนจากภาครัฐให้จัดทำโปรแกรมการป้องกันอาหารเหลือทิ้ง (Wasted Food Prevention Program) เพื่อให้บริการเชิงลึกแก่หน่วยงานรัฐ สถาบัน ภาคธุรกิจ องค์กร และครัวเรือน ภายใต้ ๓ ขอบเขต คือ การพัฒนาเครือข่าย ช่วยเหลือเชิงวิชาการ และให้ความรู้แก่ผู้บริโภค (๓) **ลอนดอน** นายกเทศมนตรีของลอนดอนทำงานร่วมกับเขตเทศบาลต่าง ๆ ของลอนดอน เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการขยะและทรัพยากร ภายใต้ชื่อ หน่วยงาน ReLondon โดยจัดตั้งโครงการต่าง ๆ เพื่อวางแผนลดอาหารเหลือทิ้ง ปัจจุบัน ReLondon ทำงานร่วมกับ Circle Economy หัวใจการลดการปล่อยก๊าซที่มาจากบริโภค (Consumption-based emissions) ตลอดทั้งห่วงโซ่การผลิต โดยจะเปิดตัวงานวิจัยในเดือนพฤศจิกายน ณ COP๒๖ (๒๐๒๑ United Nations Climate Change Conference) (๔) **มิลาน** นายกเทศมนตรีเมืองมิลานประกาศใช้ประกาศใช้ The Milan Urban Food Policy Pact (MUFPP) มุ่งเน้นให้ระบบอาหารมีความยั่งยืน ประชาชนทุกคนเข้าถึงได้ ยืดหยุ่น ปลอดภัย หลากหลาย และมีประโยชน์ นอกจากนี้ ยังได้ร่วมทำงานกับ ๒๑๕ เมืองทั่วโลก คิดค้นเครื่องมือที่เป็นประโยชน์ แก่เมืองต่าง ๆ เพื่อให้สามารถดำเนินการด้านอาหารและนโยบาย โดยมีลามีการใช้ Milan Model for Food Waste Hub เน้นการบริจาคอาหารจากบริษัท ซูเปอร์มาร์เก็ต และโรงเรียน แก่ผู้ขาดแคลน และให้ความรู้แก่นักเรียนถึงโทษของการบริโภคขนมที่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ และ (๕) **รัฐเวอร์มอนต์** หน่วยงาน Agency of Natural Resources ของมลรัฐเวอร์มอนต์ผ่านกฎหมาย Universal Recycling Law เพื่อดำเนินการแก้ปัญหาอาหารเหลือทิ้งผ่านการแยกขยะ โดยเริ่มใช้ตั้งแต่ปี ๒๕๕๕ เป็นต้นมา และตั้งเป้าว่าในปี ๒๕๖๓ ห้ามมีอาหารเหลือทิ้ง โดยกำหนดให้โรงงานขยะและรถเก็บขยะต้องรับเก็บเศษอาหาร และมีการใช้สัญลักษณ์เพื่อช่วยให้สามารถแยกประเภทเศษอาหารได้อย่างถูกต้อง

- **ผลการประชุม Food Systems Summit Listening Session** จัดโดยกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (U.S. Department of Agriculture หรือ USDA) ร่วมกับกระทรวงต่างประเทศสหรัฐฯ (U.S. State Department) และองค์การเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกา (U.S. Agency for International Development หรือ USAID) เพื่อรับฟังความเห็นของกลุ่มประชาชน ภาคเอกชน เกษตรกรและองค์กรในสหรัฐอเมริกาโดยเปิดโอกาสให้ตัวแทนจากภาคส่วนต่าง ๆ แสดงความเห็นผ่านการประชุมคนละ ๓ นาทีหรือสามารถส่งความเห็นเป็นลายลักษณ์อักษรให้แก่องค์การสหประชาชาติการรับฟังความคิดเห็นดังกล่าวจะช่วยให้ภาครัฐบาลสหรัฐฯ นำข้อมูลไปประมวลและปรับใช้ในการหารือในงานประชุมสุดยอด UN Food Systems Summit ร่วมกับต่างประเทศ

- **ปลาพู่่น่าเกรงรับอานิสส์โควิด-๑๙** ช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ ความนิยมการบริโภคปลาพู่่น่าเกรงป้องกันของชาวสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ ๔๒ ในช่วงสามทศวรรษจนถึงปี พ.ศ. ๒๕๕๙ เนื่องจากกลุ่มคนรุ่นใหม่มองหาตัวเลือกอาหารที่สดใหม่และผ่านกระบวนการแปรรูปที่น้อยลง แต่เมื่อเกิดการระบาดของโรค โควิด-๑๙ ยอดจำหน่ายในช่วงศตวรรษที่ ๒๐ ได้พุ่งสูงขึ้น และยอดจำหน่ายโดยรวมในกลุ่มของวัยรุ่นมีอัตราเพิ่มขึ้น และสัดส่วนในครัวเรือนพุ่งสูงถึงร้อยละ ๕๕ ซึ่งเป็นระดับที่สูงที่สุดในรอบทศวรรษ เนื่องจากผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีราคาไม่แพง มีอายุการเก็บรักษาได้นาน และอุดมไปด้วยคุณค่าทางโภชนาการ ตลาดปลาพู่่น่าเกรงของโลกมีมูลค่าโดยรวมอยู่ที่ ๘.๒ พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๖๓ และคาดว่าอัตราการเติบโตต่อปีจะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ ๔.๗ ในปี พ.ศ. ๒๕๗๐