

STAY HOME  
SAVE LIVES

CHICAGO

#STAYHOMESAVELIVES

Weekly News from the USA  
stay strong  
ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสหรัฐอเมริกา  
Thai Trade Center, CHICAGO

เทรนด์  
Top 2 + 2 + 2  
ของอุตสาหกรรม  
อาหารสหรัฐฯ  
ในปี 2565

บริษัท Changing Tastes ในสหรัฐฯ ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาด้านอุตสาหกรรมอาหารและมีประสบการณ์มานานร่วม 18 ปี แจ้งว่า ปี 2565 จะเป็นปีที่ท้าทายสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในด้านการเตรียมความพร้อมและการตั้งรับการเปลี่ยนแปลง บริษัทฯ ได้นำเสนอการคาดการณ์เทรนด์สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมอาหารสหรัฐฯ ในปี 2565 ในหัวข้อ Top 2 + 2 + 2 in 2565 ซึ่งแยกออกเป็น 3 กลุ่มเทรนด์ใหญ่ โดยแต่ละเทรนด์ประกอบด้วย 2 เทรนด์ย่อย ดังนี้

**2 Big Trends :** ได้แก่ Glasgow on the Menu และ อาหารทะเล

1. **เทรนด์ Glasgow on the Menu** ประเด็นอุตสาหกรรมอาหารที่มีส่วนต่อภาวะโลกร้อน อันเป็นผลจากการประชุมภาวะโลกร้อนเมื่อเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมาที่เมืองกลาสโกว์ ประเทศสกอตแลนด์ ได้กลายเป็นแผนปฏิบัติการด้านหนึ่งของสหรัฐอเมริกา ซึ่งประธานาธิบดีไบเดนได้ให้พันธสัญญาที่จะดำเนินการเพิ่มการบริโภคอาหารทะเลมากขึ้นให้บรรลุเป้าหมายต่อไปถึงร้อยละ 20

2. **เทรนด์อาหารทะเล** คือ เทรนด์การบริโภคอาหารทะเลจะเพิ่มมากขึ้น การบริโภคเนื้อสัตว์จะลดน้อยลง อาหารทะเลต้องช่วยลดขยะพลาสติกอันก่อให้เกิดมลภาวะทางทะเล ให้ความสำคัญต่อการใช้แรงงานบังคับในอุตสาหกรรมและการไม่ใช้ยาปฏิชีวนะในอาหารทะเล

**2 Big Changes :** ได้แก่ ความต้องการ และ พฤติกรรมการบริโภค

1. อุปสงค์จะมีมากกว่าอุปทาน ด้วยปัญหาทางด้านห่วงโซ่อุปทาน การขนส่งและการระบาดของโควิด-19 ยังคงมีผลกระทบต่อเนื่อง อีกทั้งสภาวะโลกร้อนส่งผลกระทบต่อผลผลิตและราคาสินค้าปรับเพิ่มขึ้น

2. พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค มีทั้งการทำอาหารรับประทานที่บ้านและการไปรับประทานอาหารที่ร้าน ทั้งนี้ ขึ้นกับปัจจัยด้านสภาวะอากาศ ภาวะเงินเฟ้อ การระบาดของโควิด-19 ปัญหาสินค้าขาดตลาด การขาดแคลนพ่อครัวและพนักงานบริการ ซึ่งจะเป็นผลให้ร้านอาหารนำเสนอเป็นอาหารชุด รายการอาหารมีให้เลือกน้อยลง ไม่มีการทดแทนวัตถุดิบที่ลูกค้าต้องการ และจะไม่มีบริการทำตามที่ลูกค้าต้องการ

**2 Hot New Flavors:** ชিং และ ผัก Kale

1. รสชาติของชিং การบริโภคชিংจะเพิ่มมากขึ้น ชิงสด มีทั้งปลูกในสหรัฐฯ และนำเข้าจากจีนและบราซิล และจะมีแนวโน้มเพิ่มการปลูกชিংมากขึ้นในสหรัฐฯ เพื่อลดปัญหาด้านห่วงโซ่อุปทาน

2. ผัก Kale จะเป็นดาวรุ่งของปีหน้า Kale เป็นผักใบเขียวที่รับประทานได้ทั้งดิบและปรุงสุก เป็นหนึ่งในผักใบเขียวที่ผักที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ

ที่มา: [www.nasdaq.com](http://www.nasdaq.com), วันที่ 20 ธันวาคม 2564

## เทรนด์อาหารในสหรัฐฯ

ในทุกๆ ปี ผู้ชำนาญการตลาดในแต่ละอุตสาหกรรมการผลิตจะคาดการณ์เทรนด์ของอุตสาหกรรมและสินค้าที่ต้องจับตามองของปีถัดไป เพื่อการปรับตัวของธุรกิจและองค์กร และการสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค

เทรนด์สินค้าอาหารเป็นปัจจัยสำคัญต่อตลาดสินค้าอาหารของสหรัฐฯ และเป็นเรื่องที่ได้รับกล่าวขานมาก เนื่องจากการคาดการณ์ค่อนข้างชัดเจนและถูกต้องมากที่สุด

ผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ไม่เพียงบริโภคเพื่อให้สุขภาพแข็งแรง แต่การบริโภคยังคำนึงแหล่งที่มาของสินค้าอาหาร และผลกระทบต่อสุขภาพต่อสภาพแวดล้อม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะมีผลกระทบต่อยอดขายสินค้า

### แนวทางการขยายตลาดสินค้าอาหารไทยในสหรัฐฯ

ประเทศไทยเป็นแหล่งนำเข้าสินค้าอาหารที่สำคัญรายหนึ่งของสหรัฐฯ ไม่เพียงแต่สินค้าอาหารที่ผลิตได้ปฏิบัติให้ถูกต้องตามระเบียบการนำเข้าสินค้าอาหารของสหรัฐฯ แล้ว ในการเพิ่มยอดขายและขยายการส่งออกสินค้าอาหารไปจำหน่ายยังตลาดสหรัฐฯ จะต้องคำนึงถึงการผลิตสินค้าให้ตรงตามเทรนด์ของตลาดและเป็นความต้องการของผู้บริโภครุ่นใหม่เพื่อเป็นจุดขายในเรื่อง

- การมีเครื่องหมายหรือตรารับรองคุณสมบัติของสินค้า เพื่อแจ้งให้ผู้บริโภคทราบ เช่น ตรารับรอง Plant Based Food, Vegan Food, Organic Food, Rain Forest Alliance, เป็นต้น
- การระบุหรือแจ้งให้ผู้บริโภคทราบถึงแหล่งหรือการได้มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต คุณสมบัติในด้านอินทรีย์หรือเป็นธรรมชาติ หรือการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุรีไซเคิล เป็นต้น
- การแจ้งในเรื่องการดำเนินการด้าน CSR, Sustainability, Carbon Free, Traceability, Forced Labor, Animal Welfare เป็นต้น

ปัจจุบัน ประเทศไทยได้กำหนด BCG Model หรือ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy) เป็นยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ จะเป็นการช่วยผลักดันและสนับสนุนให้สินค้าเกษตรและอาหารของไทยผลิตได้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ตรงตามความต้องการตลาด และสอดคล้องเทรนด์สินค้าในอนาคต ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสให้กับสินค้าอาหารกลุ่ม BCG ของไทยในการขยายไปยังตลาดในสหรัฐฯ