

## รายงานการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า UNITED FRESH 2020 “LIVE” ระหว่างวันที่ ๑๕ - ๑๙ มิถุนายน ๒๕๖๓

งานแสดงสินค้า United Fresh 2020 เป็นงานแสดงสินค้าผักผลไม้สดที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา จัดขึ้นในช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคมเป็นประจำทุกปีหมุนเวียนไปตามเมืองใหญ่ๆ เช่น นครลอสแอนเจลิสของ มลรัฐแคลิฟอร์เนีย เมืองบอสตันของมลรัฐแมสซาชูเซตส์ หรือ กรุงวอชิงตัน ดีซี เป็นต้น สำหรับในปี ๒๕๖๓ เดิมได้กำหนดการจัดงานที่เมืองซานดิเอโก มลรัฐแคลิฟอร์เนีย ในระหว่างวันที่ ๑๖ - ๑๘ มิถุนายน ๒๕๖๓ แต่เนื่องจากภาวะวิกฤตด้านการระบาดของ COVID-19 และนโยบายความปลอดภัยด้านสาธารณสุขและการเว้นระยะห่างทางสังคมในช่วง COVID-19 ดังนั้น สมาคมผักและผลไม้สด (United Fresh Produce Association) ในฐานะผู้จัดงานจึงปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นการแสดงสินค้าออนไลน์เสมือนจริง (virtual trade show) ผ่านแพลตฟอร์มที่ใช้ชื่อว่า United Fresh LIVE โดยในปีนี้มีผู้เข้าร่วมลงทะเบียนเพื่อนำสินค้าไปแสดงทั้งภาคเอกชน กลุ่ม/องค์กร และภาครัฐจากประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยซึ่งมีสำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดีซี ได้เข้าร่วมแสดงสินค้าภายใต้ชื่อ “Thailand Premium Produce” และได้เชิญฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส เข้าร่วมงานแสดงครั้งนี้ด้วย ซึ่งผลการเข้าร่วมงาน และสังเกตการณ์ในงานแสดงสินค้า United Fresh 2020 LIVE สรุปได้ดังนี้

### คูหาของสำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดีซี

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดีซี ได้เข้าร่วมแสดงสินค้า โดยได้เชิญผู้ประกอบการจำนวน ๒ ราย และฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส ได้ประสานเชิญผู้ประกอบการ ๓ ราย เพื่อนำสินค้าผักและผลไม้เข้าร่วมแสดง ได้แก่ น้ำมะพร้าวอ่อน ทูเรียน ชิง ขมิ้น มะขาม มะม่วง โดยรายละเอียดและผลการเข้าร่วมงานของผู้ประกอบการแต่ละราย ได้แก่

#### ๑. Korakot Inter Group Co., Ltd.

บริษัท กรกต อินเตอร์ กรุ๊ป จำกัด เป็นผู้ประกอบกิจการซื้อมาขายไปสินค้าอุปโภคบริโภค รวมทั้งนำเข้าและส่งออกสินค้าจากประเทศไทยไปจำหน่ายต่างประเทศ ได้นำทูเรียนสดแกะเปลือกระดับพรีเมียมพร้อมบริโภค ภายใต้ตราสินค้า “Signature” ไปแสดงในงานครั้งนี้ โดยนำเสนอในรูปแบบวีดิทัศน์ภาพเคลื่อนไหวที่สื่อให้เห็นถึงกระบวนการคัดเลือกทุเรียน การแกะ การบรรจุที่ถูกสุขอนามัยที่สร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร นอกจากนี้ ยังสื่อให้เห็นผลตอบรับและความพึงพอใจของผู้บริโภค

การนำเสนอของบริษัทได้เสริมสร้างความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์ทุเรียนซึ่งปัจจุบันเป็นที่รู้จักและนิยมบริโภคเฉพาะในหมู่ผู้บริโภคชาวเอเชียที่อาศัยในตลาดสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ การบริโภคทุเรียนเป็นเรื่องที่ค่อนข้างลำบากสำหรับผู้บริโภคเนื่องจากปกติทุเรียนจะวางจำหน่ายในลักษณะทั้งผลและแช่แข็งซึ่งการแกะเนื้อมาบริโภคเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยุ่งยาก การนำเสนอทุเรียนแกะแล้วบรรจุภาชนะ ขนาดบริโภคที่พอเหมาะรับประทานได้ง่าย จึงสร้างความสะดวกสบายซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา

## ๒. Siam Tropical Fresh LLC

บริษัท สยาม ทropicคอล เฟรช จำกัด เป็นเจ้าของตราสินค้า “สยามฟรุต” ซึ่งเป็นตราสินค้าของชาวไทย/ออสเตรเลีย โดยบริษัทจัดจำหน่ายผลิตผลสดระดับพรีเมียมจากสวนทั่วประเทศไทย ได้แก่ ทูเรียนสดทั้งผล และเนื้อทูเรียนสด

ในงานนี้ บริษัทได้นำเสนอในรูปแบบวีดิทัศน์ภาพเคลื่อนไหวที่น่าสนใจเกี่ยวกับการผลิต ดูแลรักษา และการเก็บเกี่ยวทูเรียนจากสวนในจังหวัดจันทบุรีของประเทศไทย ที่แสดงให้เห็นถึงการผลิตอย่างพิถีพิถันโดยใช้แรงงานคน อันเป็นการสื่อให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวสวนทูเรียนของไทย ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ความเป็นเอกลักษณ์ของทูเรียนไทยซึ่งได้ชื่อว่าเป็นราชาแห่งผลไม้ให้ผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกาได้รู้จักมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการเชิญชวนให้บริโภคทูเรียนไทยโดยชาวต่างชาติ .

## ๓. K Fresh Co., Ltd.

บริษัท เค เฟรช จำกัด เป็นผู้ส่งออกมะพร้าวอ่อนผลสดเจ้าของผลิตภัณฑ์มะพร้าวอ่อนพร้อมดื่มตรา “Coco Thump” ที่ได้รับรางวัลด้านนวัตกรรมดีเด่นของประเทศไทยในปี ๒๕๖๒ ซึ่งนับเป็นนวัตกรรมใหม่สำหรับสินค้ามะพร้าวอ่อนผลสดในตลาดสหรัฐฯ ซึ่งอาจเรียกได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศแรกที่คิดค้นนวัตกรรมดังกล่าว โดยบริษัทฯ ได้นำสินค้าไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้าร่วมกับฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิสในงาน Natural Products Expo West หลายครั้ง

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์มะพร้าวอ่อนอินทรีย์ Coco Thump ของบริษัท เคเฟรช มีวางจำหน่ายในตลาดสหรัฐอเมริกาภายใต้แบรนด์ส่วนตัวบริษัท Melissa’s Produce ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าผักผลไม้ชนิดพิเศษ (specialty produce) และอินทรีย์รายใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา โดยได้มีการเปิดตัวสินค้าเมื่อปี ๒๕๖๒

สำหรับการเข้าร่วมแสดงสินค้าในงาน United Fresh 2020 Live ครั้งนี้ บริษัท เคเฟรช ได้นำพร้าวอ่อนอินทรีย์ทั้งผลพร้อมดื่มตรา Coco Thump มาแสดงเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้นในสหรัฐอเมริกา โดยนำเสนอในรูปแบบวีดิทัศน์ภาพเคลื่อนไหวด้วยแนวคิดที่ว่าผู้บริโภคน้ำมะพร้าวอ่อนจากผลสดๆ ไม่ใช่เรื่องที่ยากอีกต่อไป ด้วยผลิตภัณฑ์มะพร้าวอ่อน Coco Thump เพียงแค่ดื่อกดและเปิดก็สามารถดื่มน้ำมะพร้าวจากผลสดได้ทันที มีความสะดวกในการบริโภคได้ในทุกสถานที่ ทั้งในสถานออกกำลังกาย สถานที่ทำงาน หรือที่บ้าน นอกจากนี้ ยังเสนอแนวคิดการจำหน่ายมะพร้าวอ่อนทั้งผลในเครื่องจำหน่ายสินค้า (vending machine) อีกด้วย

## ๔. DP Produce Inc.

บริษัท ดีพี โพรดิวส์ อินคอร์ปอเรชัน จำกัด เป็นผู้นำเข้าและค้าส่งผักและผลไม้เมืองร้อนซึ่งเจ้าของเป็นชาวไทย ตั้งอยู่ในเขตนครลอสแอนเจลิส มลรัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา โดยสินค้าที่นำเข้าและจัดจำหน่าย ได้แก่ มะขาม ชিং ขมิ้น มังคุด และน้ำมะพร้าว ซึ่งส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศไทย

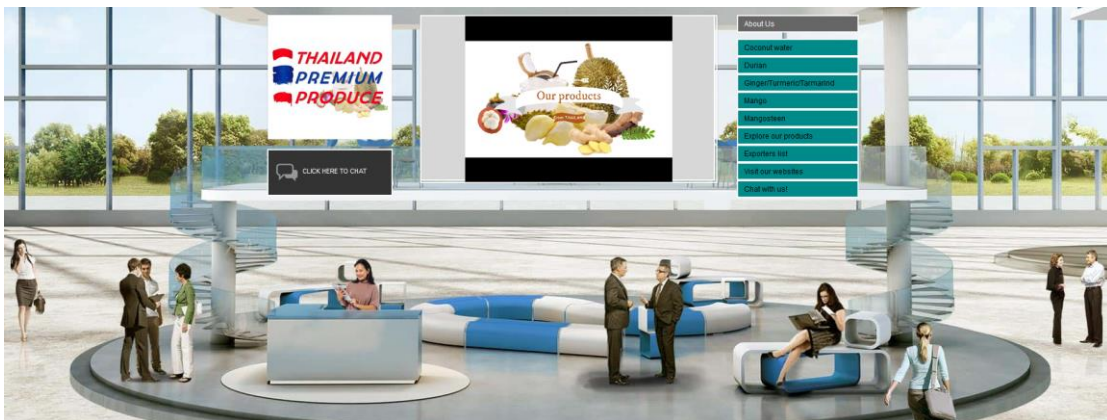
ฝ่ายเกษตรฯ ได้ประสานเชิญเข้าร่วมแสดงสินค้า United Fresh LIVE โดยบริษัทนำเสนอในรูปแบบวีดิทัศน์ภาพนิ่งแสดงผลิตภัณฑ์สินค้า มะขามหวาน ชিং และขมิ้น โดยมีการแสดงข้อมูลคุณสมบัติประโยชน์ต่อสุขภาพของสินค้าซึ่งนับเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์

## ๕. Top Quality Produce Inc.

บริษัท ท็อป ควอลิตี้ โพรดูซึส จำกัด เป็นผู้นำเข้าและกระจายสินค้าที่เจ้าของเป็นชาวไต้หวัน มีสำนักงานใหญ่และศูนย์กระจายสินค้าตั้งอยู่ที่นครลอสแอนเจลิส มลรัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา และมีบริษัทส่งออกในเครื่องตั้งอยู่ในประเทศไทยด้วย ในช่วงเริ่มก่อตั้งบริษัทเมื่อปี ๒๕๕๔ บริษัทได้นำเข้าผลไม้สดจากบริษัทในเครือของตนเองในไต้หวันและไทย ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ลิ้นจี่ ลำไย และมะเฟือง จากไต้หวัน รวมถึงมะพร้าว น้ำหอม มะพร้าวอินทรีย์ และทุเรียนแช่แข็งจากประเทศไทย เมื่อบริษัทประสบความสำเร็จในการพัฒนาความร่วมมือกับผู้ค้าส่งและผู้จัดจำหน่ายในพื้นที่นครลอสแอนเจลิส บริษัทจึงได้ขยายซัพพลายเชนของตนเองเพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น โดยปัจจุบันได้นำเข้าผลผลิตจากไต้หวัน ไทย ญี่ปุ่น เวียดนาม จีน และเม็กซิโก รวมทั้งผลผลิตภายในประเทศของสหรัฐอเมริกา

ฝ่ายเกษตรฯ ได้ประสานเชิญบริษัทเข้าร่วมแสดงสินค้าในงาน United Fresh LIVE เนื่องจากเห็นว่าบริษัทมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและขยายตลาดส่งออกสินค้าผักและผลไม้สดของไทย ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี โดยบริษัทได้นำผลผลิตผลไม้และผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยมาจัดแสดงในรูปแบบวีดิทัศน์ ภาพนิ่ง ได้แก่ ทุเรียนแช่แข็งพันธุ์พวงมณี เนื้อทุเรียนไร้เมล็ดแช่แข็งบรรจุกล่องและถาด น้ำมะพร้าว น้ำหอมแช่แข็งบรรจุถุง

### ภาพบรรยากาศคอกาของสำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.



ภาพเสมือนจริงหน้าคอกา “Thailand Premium Produce”  
สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.



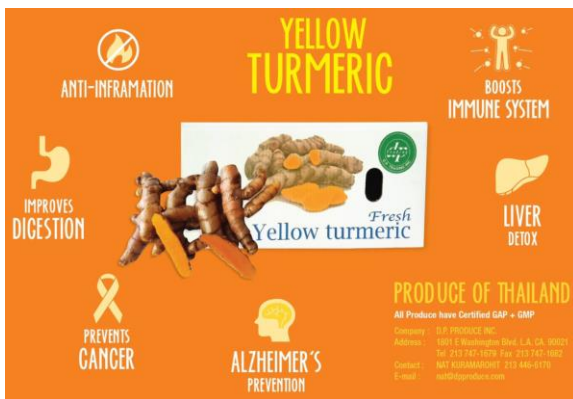
บริษัท Korakot Inter Group Co., Ltd. นำเสนอวีดิทัศน์ภาพเคลื่อนไหวและภาพนิ่งเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เนื้อทุเรียนสด กระบวนการคัดเลือก และการบรรจุ



บริษัท Siam Tropical Fresh LLC เสนอวีดิทัศน์ภาพเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการผลิต ดูแลรักษา และการเก็บเกี่ยวทุเรียนจากสวนในจังหวัดจันทบุรีของประเทศไทย



บริษัท K Fresh Co., Ltd. นำเสนอวิถีทัศนภาพเคลื่อนไหวผลิตภัณฑ์มะพร้าวพร้อมดื่ม “Coco Thumb” วิธีการ  
บริโภค ความสะดวกสบาย และการวางจำหน่ายในตู้จำหน่ายสินค้าแช่เย็น



บริษัท DP Produce Inc. นำเสนอภาพผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้จากประเทศไทย พร้อมข้อมูลคุณประโยชน์ของแต่ละผลิตภัณฑ์



บริษัท Top Quality Produce Inc. นำเสนอภาพผลิตภัณฑ์ทุเรียนสดแช่แข็งทั้งผล เนื้อทุเรียนแช่แข็ง และน้ำมะพร้าวแช่แข็ง จากประเทศไทย

## การสังเกตการณ์ดูหาแสดงสินค้าอื่น ๆ และการเข้าร่วมกิจกรรมภายในงาน

๑. **การจัดกลุ่มผู้แสดงสินค้า** มีการแบ่งกลุ่มแสดงสินค้าออกเป็น ๒ กลุ่มใหญ่ คือ (๑) กลุ่มการตลาดผลผลิต (FreshMRT Exhibitor) ประกอบด้วย ผู้ผลิตและแปรรูป ผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้สด และ (๒) กลุ่มเทคโนโลยี (FreshTec Exhibitor) ซึ่งประกอบด้วยผู้เข้าร่วมงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องเทคโนโลยี การให้บริการทางการตลาด/ซัพพลายเชน/การเงิน/บรรจุภัณฑ์/เครื่องจักรเครื่องมือ หน่วยงานของภาครัฐ กลุ่มการตลาด องค์กรทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งประเทศไทยอยู่ภายใต้กลุ่มนี้

๒. **ผู้เข้าร่วมงาน** ประกอบด้วยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกส่วนของห่วงโซ่อุปทานผลผลิตผักและผลไม้สด รวมถึง ผู้ปลูก ผู้ส่ง ผู้แปรรูปผักและผลไม้สด ผู้ค้าส่ง ผู้จัดจำหน่าย ผู้ค้าปลีก ผู้ประกอบการด้านบริการอาหาร ซัพพลายเออร์ในอุตสาหกรรม และสมาคมต่าง ๆ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยมีบริษัท/ห้างร้าน/หน่วยงาน นำสินค้าไปเข้าร่วมแสดงทั้งหมดประมาณ ๒๐๐ ราย และมีผู้เข้าร่วมชมงานประมาณ ๗,๕๐๐ ราย

ประเภทของดูหาแสดงสินค้า นอกจากจะเป็นดูหาของผู้ประกอบการภาคเอกชนทั่วไปแล้วยังมีดูหาของภาครัฐและองค์กรต่าง ๆ หลากรูปแบบดังนี้

ประเทศ ดูหาที่จัดแสดงสินค้าในนามของประเทศ ได้แก่ สหรัฐเม็กซิโก โคลอมเบีย คอสตาริกา ชิลี กัวเตมาลา ยูเครน จอร์เจีย อาเซอร์ไบจาน รวมถึงประเทศไทย ซึ่งนำผู้ประกอบการเป็นจำนวนหลายรายมาแสดงสินค้าภายใต้ดูหาซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐ

หน่วยงานภาครัฐของสหรัฐอเมริกา ได้แก่ กระทรวงเกษตรแห่งสหรัฐอเมริกา (USDA) ได้ส่งหน่วยงานบริการการตลาดเกษตร (Agricultural Marketing Service: AMS) เข้าร่วมงานโดยมุ่งเน้นในการประชาสัมพันธ์ความช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 และโปรแกรมต่าง ๆ ที่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงาน ได้แก่ โครงการพืชผลพิเศษ (Specialty Crops Program: SCP) โปรแกรมอินทรีย์แห่งชาติ (NOP) เป็นต้น

องค์กรระหว่างประเทศ ได้แก่ International Trade Center (ITC) ซึ่งเป็นหน่วยงานร่วมระหว่าง องค์กรการค้าโลก (WTO) / สหประชาชาติ (UN) ที่ให้การสนับสนุนด้านเทคนิคแก่ผู้ส่งออกจากประเทศ

ที่กำลังพัฒนา ได้นำผู้ประกอบการขนาดย่อมจากทวีปแอฟริกา ได้แก่ เคนยา ไนจีเรีย รวันดา และแทนซาเนีย นำผลผลิตทางการเกษตรมาร่วมออกงาน

กลุ่มสหกรณ์ผู้ผลิต ได้แก่ North Bay Produce เป็นความร่วมมือในรูปแบบสหกรณ์ของผู้ปลูกมากกว่า ๓๒ ราย ทั้งในอเมริกาเหนือ อเมริกากลางและใต้ ในการผลิตผักและผลไม้สดเพื่อวางจำหน่ายทั้งในประเทศและจัดจำหน่ายในต่างประเทศทั่วโลก

**๓. ผลผลิตที่นำมาแสดง** ประกอบด้วย ผักและผลไม้เมืองหนาวและเมืองร้อน ทั้งสดและแปรรูป ไม้ดอกและไม้ประดับ ดังนี้

**ผักและผลไม้เมืองหนาว** เช่น ผลเบอร์รี่ประเภทต่าง ๆ แอปเปิล ส้ม กีวี มะเขือเทศและผักเมืองหนาวอื่น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลผลิตจากมลรัฐแคลิฟอร์เนียของสหรัฐอเมริกา และประเทศในแถบลาตินอเมริกา เช่น ชิลี เป็นต้น

**ผลไม้สดเมืองร้อน** ได้แก่ อาโวคาโด มะม่วง กัลย สับปะรด แก้วมังกร มะพร้าว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลผลิตจากประเทศในแถบลาตินอเมริกา ได้แก่ เม็กซิโก คอสตาริกา เปรู ชิลี

**ผักเมืองร้อนและพืชประเภทรากและหัว** เช่น เผือก มันเทศ มันสำปะหลัง พักทอง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลผลิตจากประเทศในกลุ่มลาตินอเมริกา นอกจากนี้ ยังมีผลผลิตจากประเทศในกลุ่มแอฟริกา เช่น ไนจีเรีย แทนซาเนีย รวันดา ซึ่งนำผลผลิต ขิง ขมิ้น กระเทียม พริก มาแสดงภายใต้คูหา International Trade Center (ITC)

**ไม้ดอกและไม้ประดับ** ทั้งพันธุ์เมืองร้อนและเมืองหนาว เช่น ไม้ตัดดอกและไม้ประดับเขตร้อนจากคอสตาริกา เป็นต้น

#### **๔. ผักและผลไม้เมืองร้อนที่มีโอกาสในตลาดสหรัฐอเมริกา**

จากการเข้ารับฟังความคิดเห็นจากผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายในตลาดสหรัฐฯ พบว่า ผักผลไม้พิเศษที่อยู่ในความสนใจหรือมีโอกาสทางการตลาดในสหรัฐอเมริกา ๕ อันดับแรก ได้แก่ ๑) **ขนุน** ได้รับความนิยมและมีโอกาสอย่างมากในฐานะผลิตภัณฑ์ทดแทนเนื้อสัตว์ ๒) **ขมิ้น** ได้รับการขนานนามว่ามีคุณสมบัติด้านสุขภาพ ๓) **มะพร้าว** ตลาดมีการเติบโตอย่างมากในสหรัฐฯ โดยปัจจุบันมีมะพร้าวอ่อนอินทรีย์ และมะพร้าวอ่อนทั้งผลในรูปแบบ “เปิดง่าย” ที่สะดวกต่อการรับประทานวางจำหน่ายแล้ว ๔) **แตงชาร์เลนไต** (charentais melon) ซึ่งเป็นที่นิยมมากในสหรัฐอเมริกา โดยปัจจุบันมีการปลูกได้ตลอดทั้งปีในสาธารณรัฐโดมินิกันเพื่อป้อนตลาดสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะ และ ๕) **แก้วมังกรสีเหลือง** (pitahaya) ซึ่งมีลักษณะเด่นคือมีความหวานมากกว่าแก้วมังกรพันธุ์อื่น ๆ โดยมีค่าน้ำตาลประมาณ ๒๒ บริกซ์ ปัจจุบันนำเข้าจากประเทศในแถบลาตินอเมริกา เช่น โคลัมเบีย และกัวเตมาลา เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีผลไม้เมืองร้อนอื่น ๆ ที่มีโอกาสในตลาดสหรัฐฯ ได้แก่

**กระทกรกสีทอง** (goldenberry) เนื่องจากมีลักษณะที่แตกต่างจากผักผลไม้อื่นและมีรสหวาน ปัจจุบันมีการนำไปประยุกต์ใช้เป็นส่วนประกอบในรายการอาหารของร้านอาหารและภัตตาคาร

**มะม่วง** ถึงแม้ว่าจะเป็นผลไม้ที่มีชื่อเสียงอยู่ในอันดับที่ ๑๔ ในสหรัฐอเมริกา แต่เป็นอันดับ ๑ ของโลก และมีหลากหลายพันธุ์ จึงนับเป็นผลไม้ที่มีโอกาสมากในตลาดสหรัฐอเมริกา

**เสาวรสพันธุ์สีเหลือง** (yellow passion fruit) เสาวรสมีโอกาสทางการตลาดมากในสหรัฐฯ โดยในช่วง ๒-๓ ปีที่ผ่านมาความต้องการเสาวรสในสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๐-๒๐ ถึงแม้สหรัฐอเมริกาสามารถผลิตเสาวรสได้แต่ในช่วงฤดูหนาวต้องพึ่งพาการนำเข้าซึ่งส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ

โดยเฉพาะเสาวรสปันธุ์สี่เหลี่ยมเป็นผลไม้ที่บริษัท Melissa's Produce ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายผักและผลไม้พิเศษและอินทรีย์รายใหญ่ที่สุดของสหรัฐฯ มีความต้องการ

**๕. การประชุม/สัมมนา** นอกเหนือจากการแสดงสินค้าแล้ว ยังมีการจัดประชุมสัมมนาให้ความรู้และแบ่งปันประสบการณ์ ในรูปการประชุมเชิงปฏิบัติการเสมือนจริง (virtual event) ในหัวข้อที่น่าสนใจเกี่ยวกับการค้าสินค้าผักและผลไม้สด เช่น สถานการณ์ผักผลไม้พิเศษและแปลกใหม่ของต่างประเทศ อุปสรรคและกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดสหรัฐอเมริกา เทคโนโลยีสมัยใหม่ๆ (เช่น การตรวจสอบคุณภาพ การยืดอายุสินค้า การตลาดสินค้าออนไลน์) แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการจัดหาสินค้าในต่างประเทศ การปรับตัวของธุรกิจบริการอาหารในช่วงการระบาดของ COVID-19 เป็นต้น นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยคอร์เนล ได้เข้าร่วมงานเพื่อประชาสัมพันธ์การอบรมหลักสูตรระยะสั้นออนไลน์แบบมีประกาศนียบัตรด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดผักและผลไม้สด

### ข้อสังเกตและข้อคิดเห็น

การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเสมือนจริง (virtual tradeshow) ครั้งนี้ถึงแม้จะเป็นประสบการณ์ใหม่และมีข้อจำกัดแต่ก็นับว่าได้ประโยชน์หลายประการ เช่น การประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การขนส่งสินค้า สามารถเข้าถึงผู้เข้าร่วมงานได้อย่างกว้างขวาง และถึงแม้งานแสดงสินค้าจะสิ้นสุดลงแล้วแต่ผู้ที่สนใจยังสามารถเข้าเยี่ยมชมคูหาทางเว็บไซต์ของงานได้ต่อไปอีกอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถลงทะเบียนเข้าเยี่ยมชมได้ที่เว็บไซต์: <https://www.unitedfreshlive.org/uf20/Public/Enter.aspx>

สำหรับข้อสังเกตและข้อคิดเห็นที่ได้รับจากการเข้าร่วมงานและเข้าฟังการสัมมนา สรุปได้ดังนี้

๑. ประเทศไทยควรสนับสนุนการเปิดตลาดสินค้าผักและผลไม้เมืองร้อน โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ ไม่ว่าจะรูปแบบปกติหรือเสมือนจริง เพื่อเพิ่มโอกาสและกระตุ้นการรับรู้ในสินค้า ประชาสัมพันธ์และผลักดันการส่งออกสินค้าพืชผักผลไม้ไทยที่มีศักยภาพไปตลาดสหรัฐฯ รวมถึงรับทราบแนวโน้มความต้องการสินค้าผักและผลไม้ในตลาดสหรัฐฯ

๒. การทำการตลาดในเชิงรุก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การแสดงสินค้าเสมือนจริง ผู้ประกอบการควรใช้โอกาสนี้เข้าเยี่ยมชมคูหาของผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่าย เพื่อนำสินค้าไปแนะนำเพิ่มเติมการรอให้ผู้ซื้อเข้ามาเยี่ยมชมคูหาแต่เพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ การจัดแสดงวีดิทัศน์ที่โดดเด่นน่าสนใจจะสามารถดึงดูดผู้เข้ามาเยี่ยมชมคูหาได้เช่นกัน

๓. เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวสินค้าผักและผลไม้มีความก้าวหน้าและมีบทบาทสำคัญ เช่น การตรวจสอบคุณภาพ การยืดอายุผักและผลไม้สด บรรจุภัณฑ์และการเก็บรักษาที่เหมาะสม ซึ่งประเทศไทยควรติดตามและส่งเสริมการวิจัยในเรื่องดังกล่าวเพื่อสนับสนุนการส่งออกผักและผลไม้ที่เน่าเสียง่าย

๔. กระแสการผลิตแบบยั่งยืน เช่น การเอาใจใส่สิ่งแวดล้อม ความเป็นธรรมด้านแรงงาน สังคม และการค้า ซึ่งประเทศไทยควรให้ความสำคัญเนื่องจากจะสามารถนำไปใช้เป็นจุดเด่นในการแข่งขันทางการตลาดในสหรัฐฯ ที่นอกเหนือจากคุณภาพและราคา

๕. ต้นทุนต้องแข่งขันได้ นอกเหนือจากคุณภาพแล้ว ต้นทุนสินค้านับเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ซื้อนำมาพิจารณาในการตัดสินใจซื้อ จากข้อคิดเห็นของผู้นำเข้าของสหรัฐฯ ระบุว่าปัจจุบันประเทศเปรูได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในตลาดผักและผลไม้เมืองร้อนของสหรัฐฯ มากขึ้นเนื่องจากข้อได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต



๖. การตลาดนำการผลิต ก่อนการดำเนินการผลักดันเพื่อการส่งออก ควรศึกษาความต้องการสินค้าผักและผลไม้สดเมืองร้อนในตลาดสหรัฐฯ ที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตและการแข่งขัน เช่น ผักผลไม้ที่สหรัฐฯ มีความต้องการตลอดทั้งปีแต่ไม่มีศักยภาพในการผลิต หรือสามารถผลิตได้แต่ไม่เพียงพอ เช่น มะพร้าวอ่อน ขมิ้น เป็นต้น

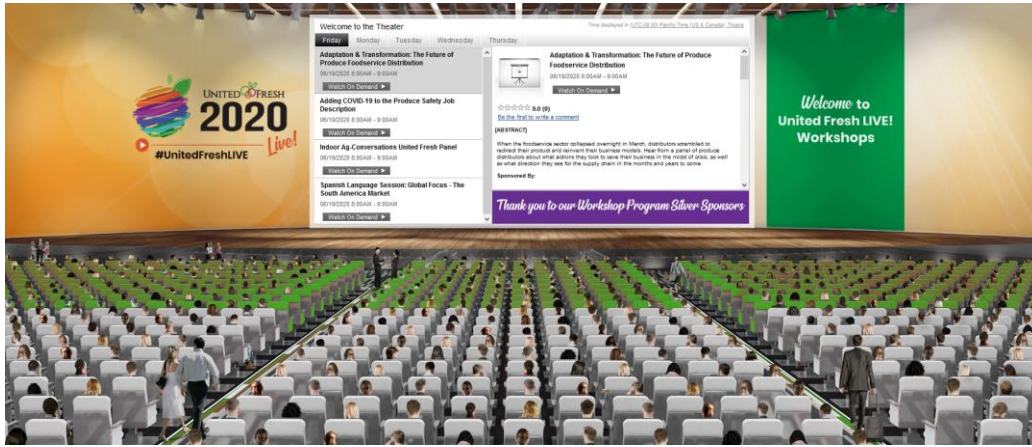
### ตัวอย่างภาพบรรยากาศเสมือนจริงภายในงาน United Fresh 2020 LIVE



ภาพเสมือนจริงห้องรับรองบริเวณทางเข้าหน้างาน



การแบ่งโซนการแสดงสินค้า ประกอบด้วย FreshMRT และ FreshTec

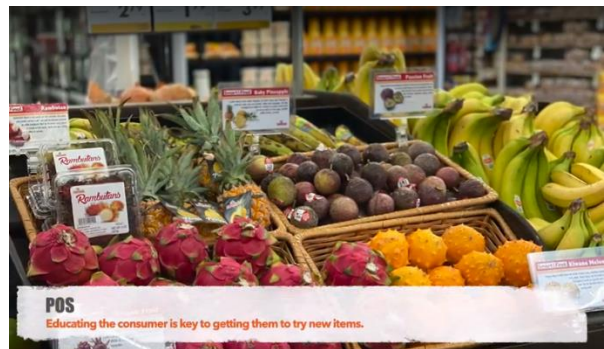


ภาพเสมือนจริงการเข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการออนไลน์

### คูหาเสมือนจริงของผู้นำเข้า/จัดจำหน่ายผักผลไม้รายใหญ่ของสหรัฐอเมริกา



บริษัท Melissa's Produce เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้ชนิดพิเศษและอินทรีย์รายใหญ่ที่สุดของสหรัฐฯ โดยนำเข้าผลผลิตจากต่างประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย





ตัวอย่างผักและผลไม้เมืองร้อนที่บริษัท Melissa's Produce จัดจำหน่ายในตลาดสหรัฐอเมริกา

### ตัวอย่างผลไม้ที่มีโอกาสในตลาดสหรัฐอเมริกา

---



กระทกรกสีทอง (goldenberry)



แก้วมังกรพันธุ์สีเหลือง (pitahaya)



แตงชาร์เลนไต (Charentais melon)



เสาวรสพันธุ์สีเหลือง (yellow passion fruit)

ตัวอย่างผู้แสดงสินค้าที่ได้รับรางวัลดีเด่นด้านต่าง ๆ

### รางวัลดีเด่นด้านเทคโนโลยี (FreshTEC Expo)



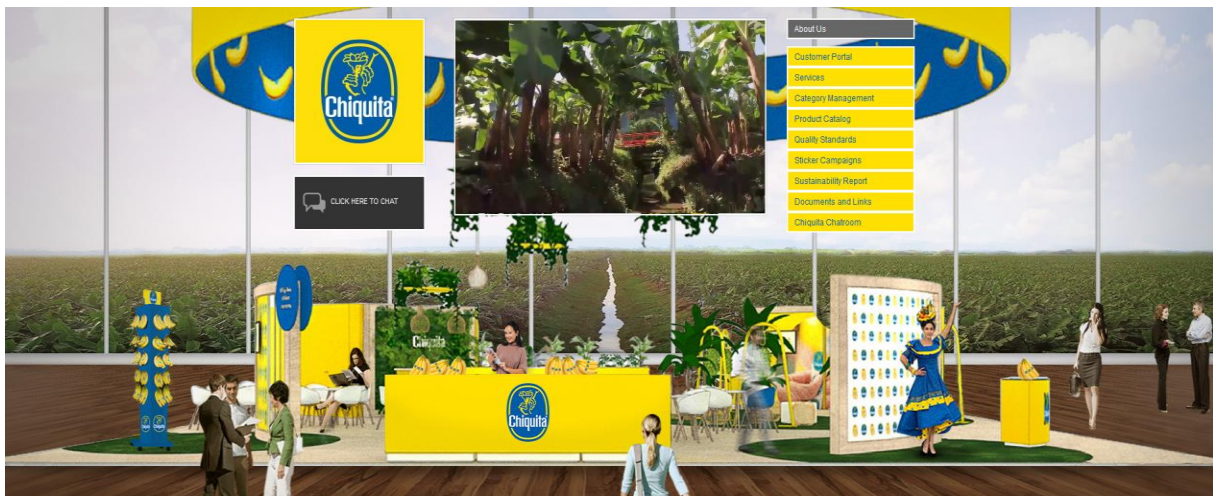
บริษัท IFCO เป็นผู้ให้บริการบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานได้ (reusable packaging) สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารสดที่ตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย การลดต้นทุน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

## รางวัลดีเด่นด้านการตลาดผลผลิต (FreshMKT Expo)



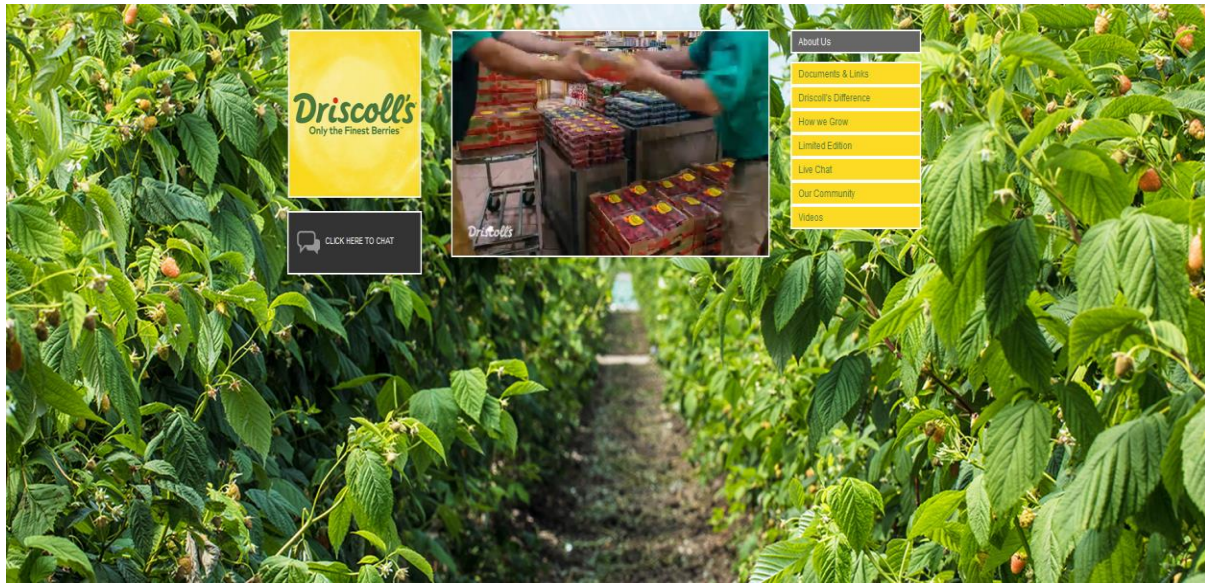
บริษัท Pure Flavor ธุรกิจแบบครบวงจรผู้ปลูกพืชผักเรือนกระจก ที่มีรูปแบบการนำเสนอที่มีรายละเอียดของผลผลิตและการใช้ในเมนูอาหารประเภทต่าง ๆ

## รางวัลดีเด่นด้านการใช้กราฟิกที่ดีที่สุด



Chiquita ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายกล้วยรายใหญ่แห่งหนึ่งของโลก ที่นำเสนอจุดเด่นด้านการผลิตที่เอาใจใส่ในสังคมสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน มีการใช้ภาพประกอบเสมือนจริงที่น่าสนใจ

## รางวัลดีเด่นด้านการใช้วีดิทัศน์ภาพเคลื่อนไหวที่ดีที่สุด



บริษัท Driscoll's ผู้ผลิตและจำหน่ายผลไม้จำพวกเบอร์รี่ แสดงวีดิทัศน์ภาพเคลื่อนไหวที่แสดงขั้นตอนการผลิต เก็บเกี่ยว ขนส่งและจัดจำหน่ายตลอดช่วงชีพพลาเซนได้อย่างน่าสนใจ

## รางวัลดีเด่นสำหรับคณาจารย์



บริษัท Sunset/Mastronardi เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผักและผลไม้ประเภทเบอร์รี่สำหรับธุรกิจบริการอาหาร

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส

มิถุนายน ๒๕๖๓

หน้า ๑๔ | ๑๔