



ยอดการจำหน่ายสินค้าอินทรีย์พุ่งสูงขึ้นท่ามกลางกระแสการซื้อของผู้บริโภคที่ไม่เคยมีมาก่อน

รายงานผลการจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ไตรมาสที่หนึ่งปี พ.ศ. ๒๕๖๓ (The 2020 Q1 Organic Produce Performance Report) โดย Organic Produce Network and Category Partners รายงานยอดขายสินค้าผักและผลไม้สดอินทรีย์ที่เพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ ๒๒ ในเดือนมีนาคม ขณะที่ยอดขายในไตรมาสแรกเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ ๘ ในร้านค้าปลีก ซึ่งแตกต่างกันอย่างมากจากประสบการณ์ในการจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ในร้านค้าปลีกต่างๆ ในช่วงที่ผ่านมา

ด้วยกระแสการซื้อของผู้บริโภคในทั่วสหรัฐฯ ที่ไม่เคยมีมาก่อน อันเกิดเนื่องมาจากการระบาดของไวรัส Covid -19 ทำให้สินค้าที่อยู่ตามชั้นวางในร้านค้าปลีกต่างๆ จำหน่ายหมดลง และเดือนมีนาคมเพียงเดือนเดียว มียอดขายสินค้าอินทรีย์เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ ๒๒ เมื่อเทียบกับเดือนมีนาคมของปีก่อนหน้า และสูงกว่ายอดขายของช่วงเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ของปีนีรวมกันถึงร้อยละ ๑.๘ โดยข้อมูลทางสถิติแสดงให้เห็นว่าสินค้าผักและผลไม้สดอินทรีย์สามารถจำหน่ายได้ดีกว่าสินค้าผักและผลไม้ปกติ (ไม่ใช่อินทรีย์) เมื่อเปรียบเทียบกันในช่วง ๓ เดือนแรก โดยพบว่ามูลค่าขาย (Dollar sales) สินค้าผักและผลไม้สดอินทรีย์เพิ่มขึ้นร้อยละ ๘ และปริมาณ (Volume) การจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๐ ขณะที่ผักและผลไม้ปกติมีมูลค่าขายเพิ่มขึ้นร้อยละ ๖.๖ และปริมาณการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ ๗.๗ เท่านั้น

อนึ่ง รายงานผลการขายสินค้าอินทรีย์ ไตรมาสที่หนึ่งปี พ.ศ. ๒๕๖๓ เป็นการนำข้อมูลมาจากบริษัท Nielsen ที่เก็บข้อมูลจากยอดขายสินค้าและร้านค้าทั่วสหรัฐฯ ในช่วง ๑๓ สัปดาห์ที่ผ่านมา โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลยอดขายในเดือนมีนาคมเป็นพิเศษ เพื่อการวิเคราะห์ในเรื่องนี้

ทั้งนี้ นาย Matt Seeley ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท the Organic Produce Network กล่าวว่า “ยอดขายสินค้าผักและผลไม้สดอินทรีย์ในช่วงไตรมาสแรกมีการเติบโตที่ดีมาก และการระบาดของเชื้อไวรัส Covid - 19 ยิ่งทำให้ในช่วงเดือนมีนาคมมียอดขายที่เพิ่มขึ้นไปอีก และคาดการณ์ว่าปริมาณและยอดขายของผักและผลไม้สดอินทรีย์จะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนสามารถแทรกแซงหน้า (outpace) ปริมาณและยอดขายของผักและผลไม้ที่ไม่ใช่อินทรีย์”

นาย Matt Seely กล่าวเสริมอีกว่า “ฝั่งตะวันตกของสหรัฐฯ ยังคงเป็นภูมิภาคที่แข็งแกร่งที่สุดในเรื่องการจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ โดยมีผลดำเนินงานในไตรมาสแรก ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ สินค้าอินทรีย์มีปริมาณการจำหน่ายเฉลี่ยร้อยละ ๓๔ จากสินค้าโภคภัณฑ์ทั้งหมด (All-commodity volume – ACV^๑) จากทั่วสหรัฐฯ”

ขณะที่ รายงานในไตรมาสแรกของปี ๒๕๖๓ แสดงให้เห็นว่า ภูมิภาคตะวันตกและตะวันออกเฉียงเหนือ มีส่วนแบ่งการจำหน่ายสินค้าอินทรีย์มากที่สุดในสหรัฐฯ ส่วนภูมิภาคตะวันตกกลางและใต้จะมีโอกาสในการเติบโตของการจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ในอนาคตมากที่สุด

¹ ACV แสดงถึงปริมาณการขายทั้งปีของผู้ค้าปลีก ที่รวบรวมจากร้านค้าระดับเล็กจนถึงระดับใหญ่

นอกจากนี้ นาย Steve Lutz รองประธานอาวุโสด้านข้อมูลเชิงลึกและนวัตกรรม (Insights and Innovation) ของบริษัท Category Partners ได้กล่าวว่า ความท้าทายและโอกาสสำหรับอุตสาหกรรมนี้ คือการขยายชนิดของผักและผลไม้อินทรีย์ต่างๆ ในร้านค้าปลีก โดยจะเห็นได้จากข้อมูลของ Nielsen ว่า ผักและผลไม้อินทรีย์ในร้านค้าปลีกที่มีความหลากหลายน้อยเมื่อเทียบกับผักและผลไม้ที่ไม่ใช่อินทรีย์ โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาวที่ปริมาณสินค้าที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจน และเมื่อพิจารณารายการสินค้าของผักและผลไม้อินทรีย์จะพบว่า ผักและผลไม้อินทรีย์ ๑๐ อันดับแรก ครอบคลุมมูลค่าการขายสินค้าประเภทนี้คิดเป็นร้อยละ ๕๙ และคิดเป็นร้อยละ ๗๑ ของปริมาณที่ขายในไตรมาสแรกแล้ว ในขณะที่สินค้าผักและผลไม้ชนิดเดียวกันที่ไม่ใช่สินค้าอินทรีย์ มีส่วนแบ่งยอดขายคิดเป็นร้อยละ ๔๒ และคิดเป็นร้อยละ ๕๒ ของปริมาณการขาย (แสดงให้เห็นว่า สินค้าผักและผลไม้อินทรีย์มีความหลากหลายของชนิดสินค้าน้อย: ผู้แปล)

โดยสินค้าอินทรีย์ประเภท ผักสลัดสำเร็จรูป แอปเปิ้ล และกล้วยต่างๆ เป็นสินค้าอินทรีย์ที่มียอดขายหน่วยที่มีมูลค่าสูงสุดในไตรมาสแรก คิดเป็นร้อยละ ๓๕ ของมูลค่าการจำหน่ายของสินค้าประเภทผักและผลไม้อินทรีย์ทั้งหมด ในด้านปริมาณการจำหน่ายพบว่า กล้วย แครอท และแอปเปิ้ล มีสัดส่วนปริมาณการขายรวมกันสูงสุดคิดเป็นร้อยละ ๔๔ ของปริมาณทั้งหมด โดยกล้วยอินทรีย์มีอัตราการเติบโตในแง่ปริมาณการขายสูงที่สุดที่ร้อยละ ๑๙.๕

นาย Seeley เชื่อว่าจากข้อมูลดังกล่าวได้แสดงถึงความสำคัญของผักและผลไม้อินทรีย์ ซึ่งอาจจะเพิ่มความสำคัญมากขึ้นอีกไปในสถานการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนเช่นในปัจจุบัน และเขาได้กล่าวทิ้งท้ายไว้ว่า “ประเทศของเรากำลังจะเข้าใจถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมจากเกษตรกรรมและร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าเหล่านี้ ที่เสียสละอย่างมากกับการทำงานในทุกวันเพื่อลูกค้า ขณะที่ลูกค้าต่างกำลังมองหาสินค้าที่พวกเขาสามารถไว้วางใจได้ในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอนเช่นนี้ และสินค้าอินทรีย์เป็นตัวเลือกเพื่อสุขภาพและความปลอดภัยสำหรับผู้บริโภคทุกคน”

อ้างอิง

<https://www.producenews.com/news-dep-menu/28946-organic-produce-sales-see-massive-jump-amid-unprecedented-consumer-purchasing>

เรียบเรียงโดย สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.

๒๐ เมษายน ๒๕๖๓