



สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.



ยอดจำหน่ายในหมวดสินค้าเกษตรแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า (value-added) เติบโตอย่างต่อเนื่อง



ตามรายงาน FreshFacts on Retail ล่าสุดของสมาคม United Fresh Produce Association แสดงให้เห็นว่า กลุ่มสินค้าเกษตรแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า (value-added) ได้สร้างมูลค่ามหาศาลให้กับอุตสาหกรรมผักและผลไม้ โดยผักและผลไม้ที่มีการเพิ่มมูลค่า สามารถทำรายได้ถึง 4.4 พันล้านเหรียญสหรัฐ ฯ (1.32 แสนล้านบาท:อัตราแลกเปลี่ยน 1 เหรียญสหรัฐ ฯ เท่ากับ 30 บาท) ในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.7 จากปี ค.ศ. 2019

ทั้งนี้ ผลไม้ที่มีการเพิ่มมูลค่า (เช่น ผลไม้ปอกเปลือก ผลไม้ที่ถูกตัดเป็นชิ้น) มีมูลค่ารวมร้อยละ 3.7 จากยอดจำหน่ายรวมของผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้สด ขณะที่ ผักที่มีการเพิ่มมูลค่ามียอดจำหน่ายรวมทั้งสิ้นร้อยละ 2.5

โดยยอดจำหน่ายส่วนใหญ่ของผลไม้คือ กลุ่มอาหารว่าง ในขณะที่ ยอดจำหน่ายผักอยู่ในกลุ่มอาหารชุดพร้อมปรุง สำหรับยอดจำหน่ายของผลไม้ที่มีการเพิ่มมูลค่านั้น มีมูลค่ารวมมากกว่า 206 พันล้านเหรียญสหรัฐ ฯ (7.8 หมื่นล้านบาท) ลดลงร้อยละ 1.2 จากปี ค.ศ. 2019 และยอดจำหน่ายในผลิตภัณฑ์ผักที่มีการเพิ่มมูลค่าโดยรวมมากกว่า 1.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ ฯ (5.1 หมื่นล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.2 จากปี ค.ศ. 2019

จากตามรายงานของ United Fresh รายงานว่า “ยอดจำหน่ายผลไม้ในช่วงปีนี้ได้รับผลกระทบจากสาเหตุเรื่องการตัดสินใจในการเก็บสต็อกปริมาณสินค้า (stock keeping unit: SKU) การลดพนักงานในสถานที่จัดเตรียมสินค้า และความต้องการอาหารกลางวันแบบสำเร็จรูปในที่ทำงานและในโรงเรียนที่ลดน้อยลง”

“ความสำเร็จของอาหารพร้อมปรุงเพื่อรับประทานแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคยอมจ่ายเงินจำนวนมากขึ้นเพื่อความสะดวกสบาย”

สำหรับหมวดหมู่ยอดนิยมในสินค้าเกษตรที่มีการเพิ่มมูลค่า คือ แตงโม (มีมูลค่า 724 ล้านเหรียญสหรัฐ ๖ หรือ 2.1 หมื่นล้านบาท) ผลไม้รวม (มีมูลค่า 550 ล้านเหรียญสหรัฐ ๖ หรือ 9.2 พันล้านบาท) และสับปะรด (มีมูลค่า 423 ล้านเหรียญสหรัฐ ๖ หรือ 1.26 หมื่นล้านบาท)

และประเภทสินค้าที่มียอดจำหน่ายเติบโตมากที่สุด ได้แก่ บล็อกโคลี่ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.6 คิดเป็นมูลค่า 304 ล้านเหรียญสหรัฐ ๖ หรือ 9.2 พันล้านบาท) ขึ้นฉ่ายฝรั่ง (celery) (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.9 คิดเป็นมูลค่า 132 ล้านเหรียญสหรัฐ ๖ หรือ 3.6 พันล้านบาท) และแครอท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5 คิดเป็นมูลค่า 176 ล้านเหรียญสหรัฐ ๖ หรือ 5.28 พันล้านบาท)

ขณะที่ ผลิตภัณฑ์ที่มียอดจำหน่ายลดลงมากที่สุด คือ แอปเปิ้ล (ลดลงร้อยละ 19.8 คิดเป็นมูลค่า 144 ล้านเหรียญสหรัฐ ๖ หรือ 4.32 พันล้านบาท) ผลไม้รวม (ลดลงร้อยละ 12.3 คิดเป็นมูลค่า 550 ล้านเหรียญสหรัฐ ๖ หรือ 1.65 หมื่นล้านบาท) และผักสลัด (ลดลงร้อยละ 6.1 คิดเป็นมูลค่า 110 ล้านเหรียญสหรัฐ ๖ หรือ 3.3 พันล้านบาท)

ที่มา: <https://www.thepacker.com/news/retail/value-added-segments-value-keeps-growing>

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.

มีนาคม ๒๕๖๔