

บทที่ 4



การแปรรูปสินค้าเกษตร และอุตสาหกรรม

การแปรรูปสินค้าเกษตร

เป็นส่วนหนึ่งของหน้าที่ทางการตลาดในการสร้างอรรถประโยชน์เกี่ยวกับรูปร่างและลักษณะของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคทำให้เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรซึ่งอุตสาหกรรมเกษตรเป็นแหล่งรองรับที่สำคัญของตลาดสินค้าเกษตร

ความหมายของการแปรรูป

ความหมายของการแปรรูป

(Processing) หมายถึง “การแปรสภาพ
เปลี่ยนจากลักษณะเดิมไปตามวัตถุประสงค์

ความสำคัญของการแปรรูปสินค้าเกษตร

1) การแปรรูปทำให้มูลค่าของสินค้าเพิ่มขึ้น

(Value – Added)

2) การแปรรูปช่วยทำให้มีการเก็บรักษาสินค้าเกษตรไว้ได้นาน

3) การแปรรูปทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

สินค้าเกษตรลดลง

วิธีการแปรรูป

ระดับที่ 1 เป็นการทำความสะอาดและการคัดแยกชั้นคุณภาพของสินค้าสินค้าเกษตรทุกชนิดจะต้องผ่านขั้นตอนระดับนี้ก่อน ที่จะผ่านไปสู่ขั้นตอนอื่น ๆ ไม่ว่าจะมีการแปรรูประดับอื่นต่อไปหรือไม่

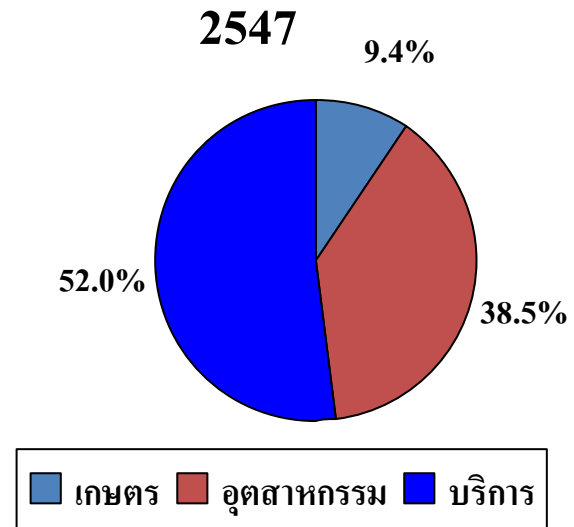
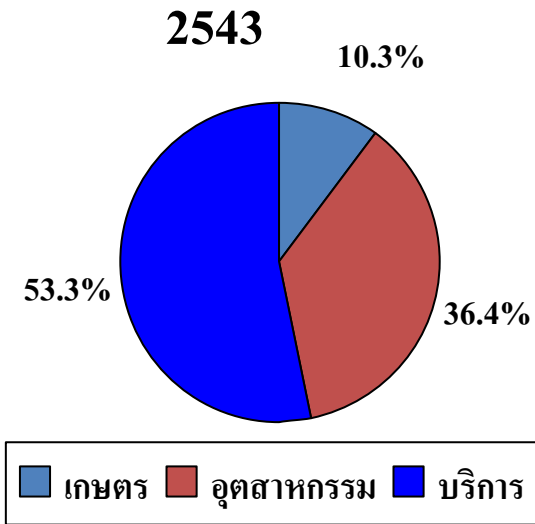
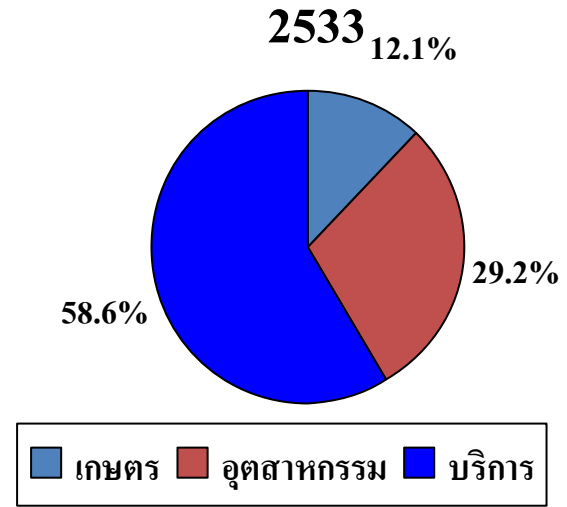
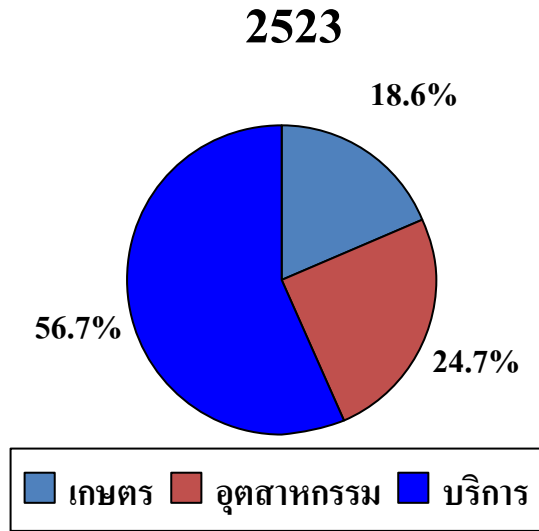
ระดับที่ 2 หมายถึงวิธีการต่อไปนี้ การป่น การสี เช่น ข้าว และข้าวโพด การตัดแต่ง และการ ผสม

ระดับที่ 3 ประกอบด้วยวิธีการดังนี้ การปรุงให้เป็นอาหาร
การผ่านความร้อน เพื่อฆ่าเชื้อโรค การบรรจุกระป๋อง
การระเหยน้ำ การแช่แข็ง การทอ การสกัดและการประกอบ
เข้าด้วยกัน ตัวอย่างในระดับนี้มีเป็นจำนวนมาก เช่น การฆ่า
เชื้อแบคทีเรียในนม การทำผลไม้ ผัก เนื้อสัตว์ และสัตว์น้ำ
กระป๋อง การทำของแห้งต่าง ๆ และอื่น ๆ เป็นต้น

ระดับที่ 4 การใช้สารเคมีในการผลิตสินค้า

การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

โครงสร้างเศรษฐกิจไทย



โครงสร้างปัจจุบันปี 2547

สาขา	มูลค่า (ล้านบาท ล้านบาท)	สัดส่วน GDP	Real Growth (%)
เกษตร	0.6	9.2	-3.4
อุตสาหกรรม	2.3	38.7	8.5
บริการ	3.6	52.0	6.4
รวม	6.5	100	6.2

Growth 44-47 = 5.2%

โครงสร้างใหม่ปี 2551

สาขา	มูลค่า (ล้านบาท ล้านบาท)	สัดส่วน GDP	Real Growth (%)
เกษตร	0.9	9.9	9.0
อุตสาหกรรม	3.3	37.8	6.0
บริการ	5.3	52.3	7.4
รวม	9.5	100	7.0

Growth 48-51 = 6.6%



Physical



Financial

Economic capital



Intangible



Human

การตลาดเกษตร อ.เลิศภูมิ จันทรเพ็ญกุล

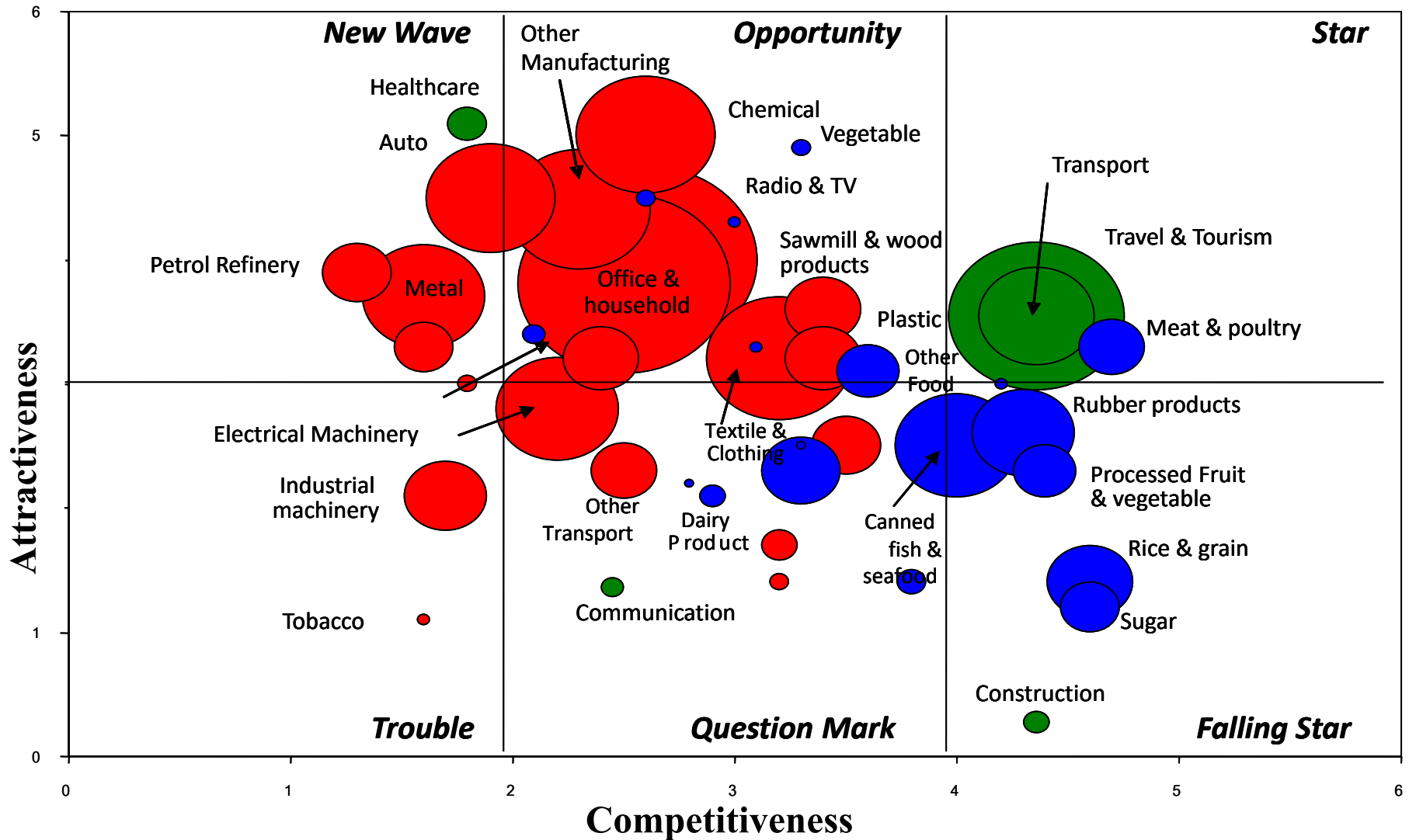
วิสัยทัศน์

"กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จะเป็นกระทรวงหลัก
ด้านการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารของโลก
ผู้บริโภคปลอดภัย เกษตรกรมั่นคง"

การวิเคราะห์กลุ่มสินค้า

 = 2003 Export value of 1 bil USD

Thailand Competitiveness Matrix (TCM)

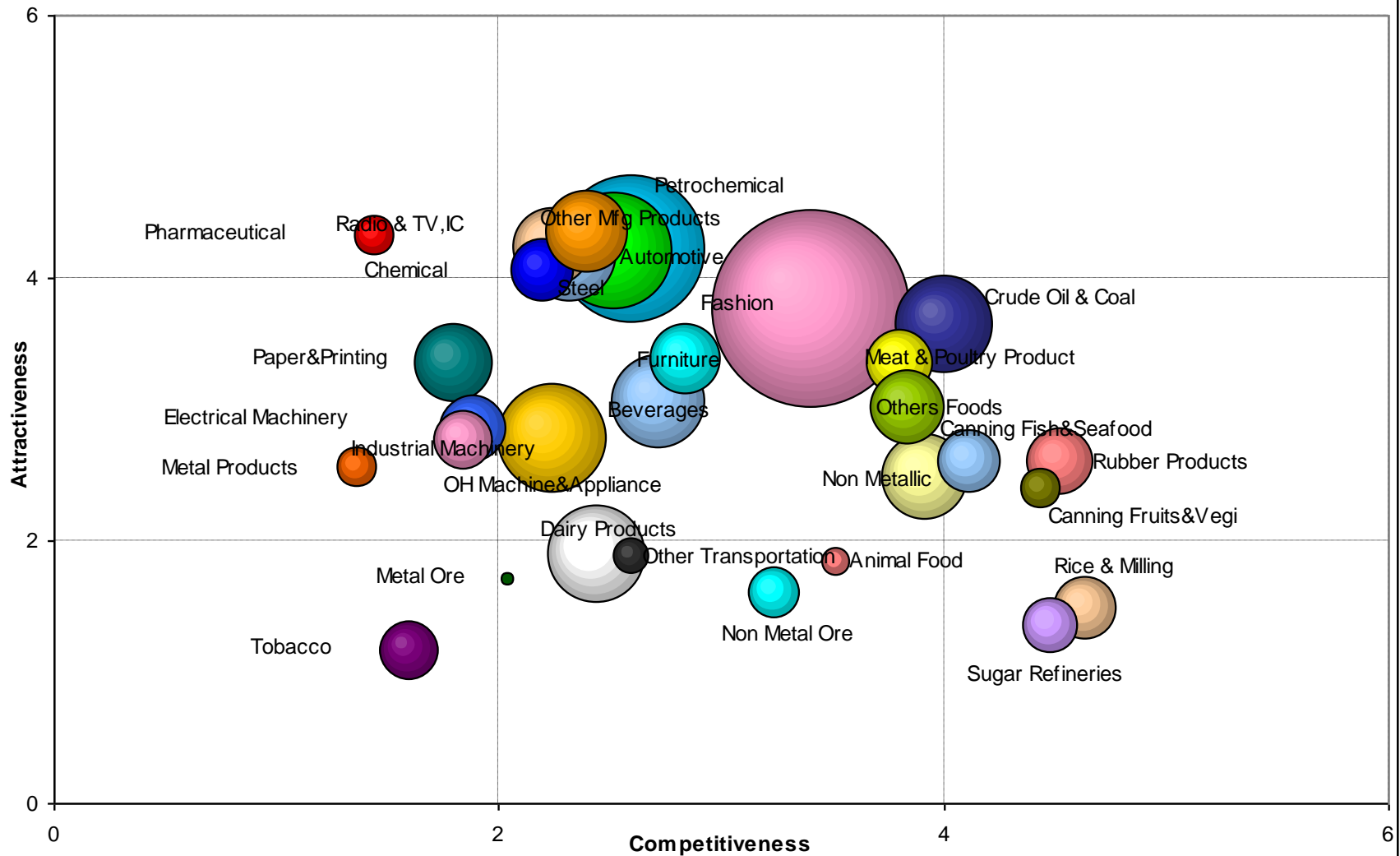


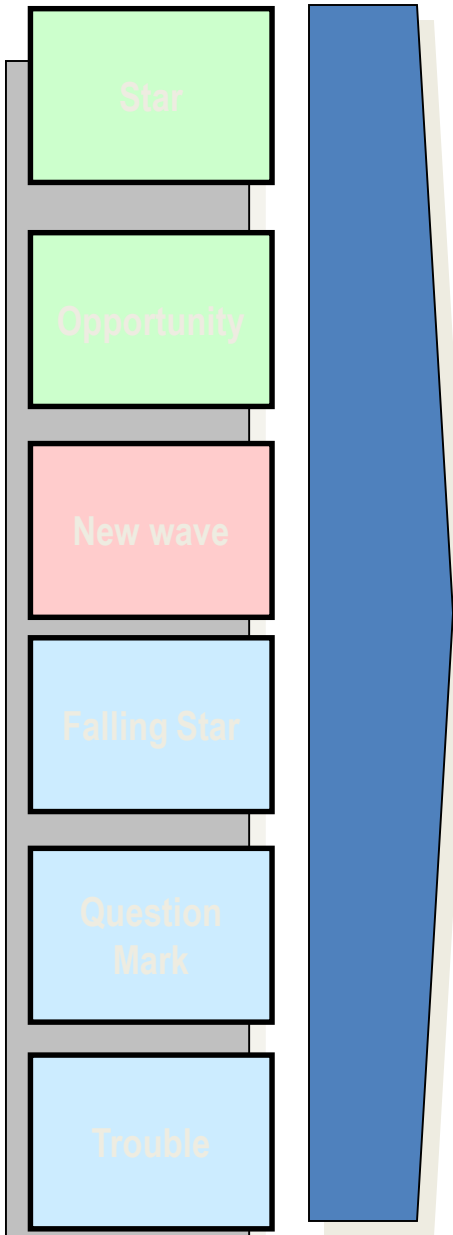
Competitiveness Factors: RCA 2003, Thailand Export CAGR 98-03 and Import Content 2000

Attractiveness Factors: World demand 2003, World Demand CAGR 98-03, Local Demand and % of operating profits

Sources: Data from UN Comtrade, HS Classification, IO Grouping, UNCTAD, 2003 Service Data from

Thailand Competitiveness Matrix 2005 (Over all Manufacturing Industries)





กลุ่มที่มีอนาคตสดใสและมีศักยภาพในการสร้างรายได้

ท่องเที่ยว (มาตรการ: พัฒนาการตลาดเชิงรุก ยกกระดับมาตรฐานบริการ)
เคมีภัณฑ์ (มาตรการ: พัฒนา Cluster เช่น Petrochemical, Basic chemical เร่งผลิตบุคลากรที่มีทักษะขั้นสูง)



กลุ่มที่ต้องพัฒนาหรือปรับตัวให้สามารถแข่งขันได้ดีขึ้น

บริการดูแลสุขภาพ (Healthcare) (มาตรการ: พัฒนาบุคลากรแพทย์และพยาบาล พัฒนาคุณภาพมาตรฐานบริการและผลิตภัณฑ์)



กลุ่มที่ต้องปรับตัวให้หยุดหรือปรับเปลี่ยนการผลิต

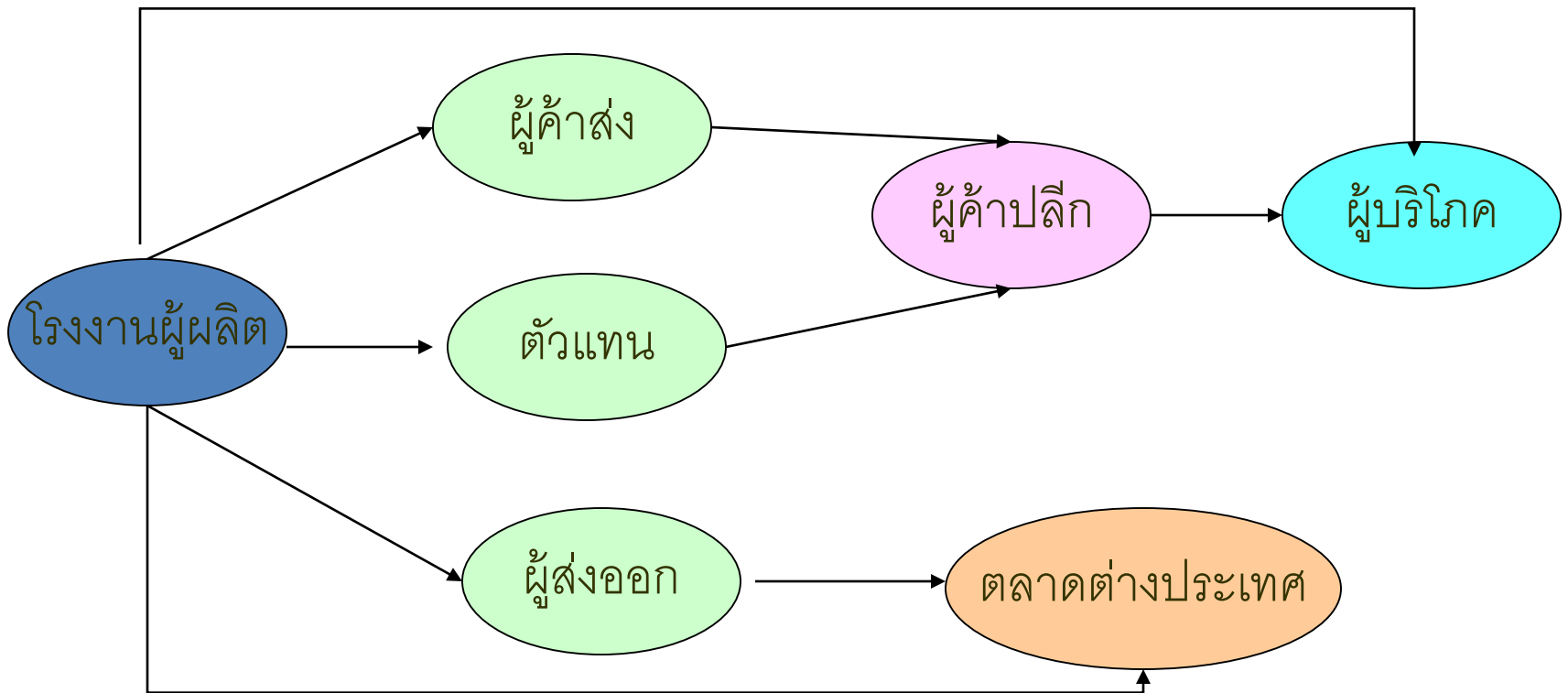
ผักและผลไม้ (มาตรการ: พัฒนาระบบชลประทานและพัฒนาคุณภาพดิน ส่งเสริมเกษตรอินทรีย์)
ยางดิบ (มาตรการ: **พัฒนาสินค้าแปรรูป** เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำยางขั้น ยางรถยนต์)
เครื่องจักรอุตสาหกรรม (มาตรการ: ลดภาษีนำเข้าและปรับโครงสร้างภาษี)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนเพื่อการแปรรูป

- การเลือกเทคนิคการแปรรูป
- สถานที่ตั้งของโรงงาน
- การจัดการสินค้าคงคลัง
- วัตถุดิบเพื่อการแปรรูป
- แผนงานและการควบคุม
- การจัดการผลิตผลพลอยได้

- ลักษณะสินค้าที่เป็นวัตถุดิบ
- ลักษณะของสินค้าสำเร็จรูป
- ลักษณะของโรงงานแปรรูป

- ต้นทุนของการแปรรูปสินค้าเกษตร
 - ต้นทุนผันแปร
 - ต้นทุนคงที่
- ความต้องการและวิธีการตลาดสินค้าเกษตรแปรรูป
 - ความต้องการบริโภคภายในประเทศ
 - การส่งออก



- การดำเนินงานต่ำกว่ากำลังการผลิต
- การจัดหาวัตถุดิบ
- การกำจัดของเสีย
- การตลาด
- เงินทุน

บทบาทของภาครัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตร

การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์

- ในระดับอุตสาหกรรมครัวเรือน
 - การยกระดับคุณภาพสับปะรดกวน
 - การยกระดับคุณภาพทุเรียนกวน
 - การปรับปรุงคุณภาพเงาะสอดไส้สับปะรดบรรจุกระป๋อง
 - การปรับปรุงคุณภาพหน่อไม้ปิ้ง
 - การปรับปรุงคุณภาพน้ำปลา
 - การปรับปรุงคุณภาพเต้าเจี้ยว

โจทย์: ผลิตภัณฑ์ทั้ง 6 ชนิดมีการผลิตในเชิงการค้า ทำอย่างไร จึงจะยกระดับหรือปรับปรุงคุณภาพให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและตลาดได้

จะปรับปรุง/ยกระดับคุณภาพเพื่อใคร

- ปรับปรุงหรือยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อใคร
- คำตอบ: เพื่อให้ถูกใจตลาด
- ตลาดคือใคร ใครบ่นว่าคุณภาพไม่ดี ใครบ่นว่าสินค้าเราต้องยกเครื่องใหม่
- สิ่งที่ยกเครื่องคืออะไร
- ผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าของเราคือใคร กลุ่มไหน ฐานะอย่างไร

แนวทางการปรับปรุง/ยกระดับคุณภาพ

- เปลี่ยนแปลงภาชนะบรรจุ
- เปลี่ยนแปลงลักษณะปรากฏภายนอกสินค้า
 - สี
 - ขนาด
 - น้ำหนัก
 - รูปร่าง/รูปทรง
- เปลี่ยนแปลงลักษณะปรากฏภายในสินค้า
 - เนื้อสัมผัส
 - กลิ่น
 - รสชาติ

แนวทางการปรับปรุง/ยกระดับคุณภาพ

- เปลี่ยนแปลงองค์ประกอบเพื่อสร้างคุณค่าอาหาร
 - เพิ่มโปรตีน
 - ลดน้ำตาล
 - ลดไขมัน
 - เพิ่มเส้นใย
 - ลดเกลือแร่บางชนิด
 - เพิ่มวิตามิน
- สร้างสินค้าใหม่

ตัวอย่างการปรับปรุง/ยกระดับคุณภาพ

- สับปะรดกวน, ทูเรียนกวน
 - ลักษณะปรากฏภายนอก
 - สี - ธรรมชาติ => อย่าให้ดำ/คล้ำ/เปลี่ยนสีมากไป
 - => อย่าใช้ผลไม้สุกเกินไป
 - => น้ำตาลมากสีจะคล้ำ
 - => อย่าใช้ไฟแรงจัดจะมีกลิ่นไหม้จากน้ำตาลไหม้และสีจะเปลี่ยนไป
 - ขนาด - กะทัดรัด => สำหรับพกติดตัว
 - => สำหรับเป็นของฝากทางบ้าน
 - => สำหรับเป็นของฝากผู้ใหญ่

ตัวอย่างการปรับปรุง/ยกระดับคุณภาพ

- สับปะรดกวน, ทูเรียนกวน
 - ลักษณะปรากฏภายนอก (ต่อ)
 - น้ำหนัก – เบา
 - รูปร่าง/รูปทรง – สวยงาม => ทรงกระบอก (ไส้กรอก)
 - => ทรงกลม (ลูกบอล)
 - => ทรงกลมแบน (เหรียญ)
 - => ทรงดาว

ตัวอย่างการปรับปรุง/ยกระดับคุณภาพ

- สัมผัสกระดูก, ทูเรียนกวน

- ลักษณะปรากฏภายใน

- เนื้อสัมผัส – ไม่แฉะ

- ไม่แข็งมาก

- กวนให้แห้งน้อยลงหรือมากขึ้น

- ไม่เหนียวติดฟันติดเพดานปาก

- ไม่เยิ้ม

- กลิ่น – หอมแบบเย็น ๆ

- ไม่ฉุนจัด

- ไม่เหม็นตุ ๆ

- ไม่มีกลิ่นไหม้

ตัวอย่างการปรับปรุง/ยกระดับคุณภาพ

- สับปะรดกวน, ทูเรียนกวน
 - ลักษณะปรากฏภายใน (ต่อ)
 - รสชาติ
 - กลมกล่อมพอดี
 - ไม่หวานจัด
 - ไม่เปรี้ยวจัด
 - ไม่ขม
 - ไม่เค็ม

ตัวอย่างการปรับปรุง/ยกระดับคุณภาพ

- สับปะรดกวน, ทูเรียนกวน
 - เปลี่ยนภาชนะบรรจุ
 - เปลี่ยนภายใน
 - เปลี่ยนภายนอก
 - ใช้วัสดุชนิดใหม่
 - เปลี่ยนฉลาก พิมพ์อักษรใหม่
 - เปลี่ยนโลโก้

ตัวอย่างการปรับปรุง/ยกระดับคุณภาพ

- สับปะรดกวน, ทูเรียนกวน
 - การเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบ
 - ลดความหวาน
 - เพิ่มเส้นใย
 - เพิ่มธาตุเหล็ก ไอโอดีน
 - เพิ่มวิตามิน
 - สร้างสินค้าใหม่
 - ชุบแป้งทอด
 - ผสมช็อกโกแลต กาแฟ ผลไม้ ถั่วลิสง เม็ดมะม่วงหิมพานต์ เมล็ดทานตะวัน เมล็ดแตง
 - ลูกชุบด้วยวุ้น

ตัวอย่างการปรับปรุง/ยกระดับคุณภาพ

- เงาะสอดไส้สับปะรดบรรจุกระป๋อง
 - ทางเลือกภาชนะบรรจุ => กระป๋อง หรือ ขวด
 - ทางเลือกกลิ่น => ใช้น้ำผลไม้แทนน้ำเชื่อม
 - เปลี่ยนไส้ที่สอด => สับปะรด มะละกอ ขนุน ฝรั่ง องุ่น มะม่วง
 - เปลี่ยน/ปรับปรุงฉลาก

ตัวอย่างการปรับปรุง/ยกระดับคุณภาพ

- หน่อไม้ป๊อบ
 - เปลี่ยนรูปร่าง ขนาด => ท่อน หรือ ชิ้น
 - เปลี่ยนภาชนะบรรจุ => ป๊อบ ครอบซอง ขวด
 - สร้างสินค้าใหม่ => หน่อไม้ตัน ดอง ซุปหน่อไม้ แกงจืดหน่อไม้ แกงหน่อไม้เปรี้ยว ฯลฯ

ตัวอย่างการปรับปรุง/ยกระดับคุณภาพ

- น้ำปลา

- ปรับปรุงภาชนะบรรจุให้มีหลาย ๆ ขนาด

- ปรับปรุงกลิ่น รสชาติ

- ปรับแต่งกลิ่นรสใหม่

- สร้างสินค้าใหม่ => ผงแห้ง

- => เครื่องปรุงผสม

- => น้ำปลาผสมพริกสด/แห้ง

- => น้ำปลาผสมกรดน้ำส้ม/กรดมะนาว

- => น้ำปลาผสมกลิ่นมะนาว

- => น้ำปลาผสมกระเทียม น้ำมะขาม

ตัวอย่างการปรับปรุง/ยกระดับคุณภาพ

- เต้าเจี้ยว
 - ปรับปรุงภาชนะบรรจุ => ขวดปากเล็ก ปากกว้างเพื่อความสะดวกในการใช้
 - ปรับปรุงเนื้อสัมผัส => หยาบ หรือ บดละเอียด
 - ปรับปรุงความหนืด => เหลว หรือข้น
 - ปรับปรุงรสชาติ => ปรับแต่งกลิ่น รสใหม่
 - => เพิ่มกลิ่นกระเทียม
 - => เพิ่มกลิ่นงา
 - => เพิ่มเครื่องเทศอื่นๆ เช่นพริกแห้ง พริกไทย
 - สร้างสินค้าใหม่ => เต้าเจี้ยวผงปรุงรส
 - => เต้าเจี้ยวหลน
 - => เต้าเจี้ยวก้อน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วย

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์
 - การทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่
 - การปรับปรุงคุณภาพเพื่อยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์เดิม
- ทำเพื่อใคร
 - เพื่อผู้บริโภค
- ผู้บริโภคคือใคร
 - ผู้ซื้อสินค้านั้นไปใช้หรือบริโภค
 - ผู้ซื้อสินค้านั้นไปฝากหรือให้ผู้อื่น
 - โรงงานอุตสาหกรรมเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วย

- การแบ่งประเภทผู้บริโภค
 - อุตสาหกรรม => ใหญ่
 - => กลาง
 - => เล็ก
 - => ครึ่งเรือน
 - ผู้บริโภค => เพศ
 - => รายได้
 - => การศึกษา
 - => อายุ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วย

- วิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (หาข้อมูล)

- หาคำตอบ => จะพัฒนาอะไร

- ใครคือผู้ตอบ => ผู้บริโภค

- พัฒนาอย่างไร => ?

- จะต้องใช้เทคโนโลยีอย่างไร

- ภาชนะบรรจุอย่างไร

- ผลตอบแทนเป็นอย่างไร

ผู้บริโภค => ผลิตภัณฑ์ => วัตถุดิบ => วางแผนพัฒนา => ศึกษาสูตร
กรรมวิธี

=> ศึกษาอายุการเก็บ => ทดสอบผู้บริโภค => ทดสอบตลาด =>
วางจำหน่าย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วย

- วัตถุดิบ

- กล้วย

- พันธุ์ => กล้วยน้ำว้า กล้วยหอมทอง กล้วยหักมุก กล้วยตานี กล้วยเล็บมือนาง

- ส่วนประกอบของกล้วย => หน่อ ลำต้น ใบ ผล

- การใช้ประโยชน์

- หน่อ => ต้มพันธุ์

- ลำต้น => เส้นใย: ทำเชือก กระจเป่า ย่าม กล่อง เสื่อ ที่รองแก้วน้ำ ที่รองจาน

- ใบ => กระทง ภาชนะบรรจุห่อหุ้มสินค้า งานศิลปะ ฯลฯ

- ผล => เปลือก: เป็นเชื้อเพลิง

- => เนื้อผลดิบ: แป้งกล้วย กล้วยฉาบ

- => เนื้อผลสุก: บริโภคสด กล้วยบด กล้วยตาก กล้วยกวน กล้วยทอด

กล้วยบวชชี

กล้วยเชื่อม กล้วยปิ้ง ข้าวต้มมัด ข้าวเหนียวปิ้ง น้ำกล้วยหอม กล้วยผง ท็อปปี้

กล้วย กล้วยไข่น้ำเชื่อมบรรจุกระป๋อง

การตลาดเกษตร อ.เลิศภูมิ จันทบุรีเพ็ญกุล

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วย

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์
 - เริ่มจากการอภิปรายกลุ่ม
 - การหาข้อมูลประกอบ
 - หาคำตอบจะพัฒนาผลิตภัณฑ์อะไร ประเภทไหน ที่ไหน เพื่อใครและทำไม
 - คำตอบ => พัฒนาการใช้ประโยชน์จากใบตอง (ทำอะไร)
 - บรรจุภัณฑ์ => กระทง
 - อย่างไร => กระทงน้ำจิ้ม กระทงขนมแข่ง กระทงตะโก้ กระทงใส่อาหารและขนมต่างๆ
 - มีปัญหาอะไร => หาข้อมูล
 - คำตอบ => สีสັນไม่สวยงาม
 - => รูปร่างไม่เหมาะสม ไม่สวยงาม
 - => มอดกิน => กลิ่นสาบ => ฉีกขาดง่าย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วย

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์

- แนวทางแก้ไข

- สี => ทำอย่างไรให้มีสีที่สวยงาม มีหลายสี และคงทน => หาข้อมูล => เทคโนโลยี

คำตอบ => ฟอกสี ย้อมสี

=> เงื่อนไข: สีต้องคงทน และเป็นสีผสมอาหาร

- รูปร่าง => ต้องการรูปร่างอย่างไร => หาข้อมูล => หากคนสอนถัก

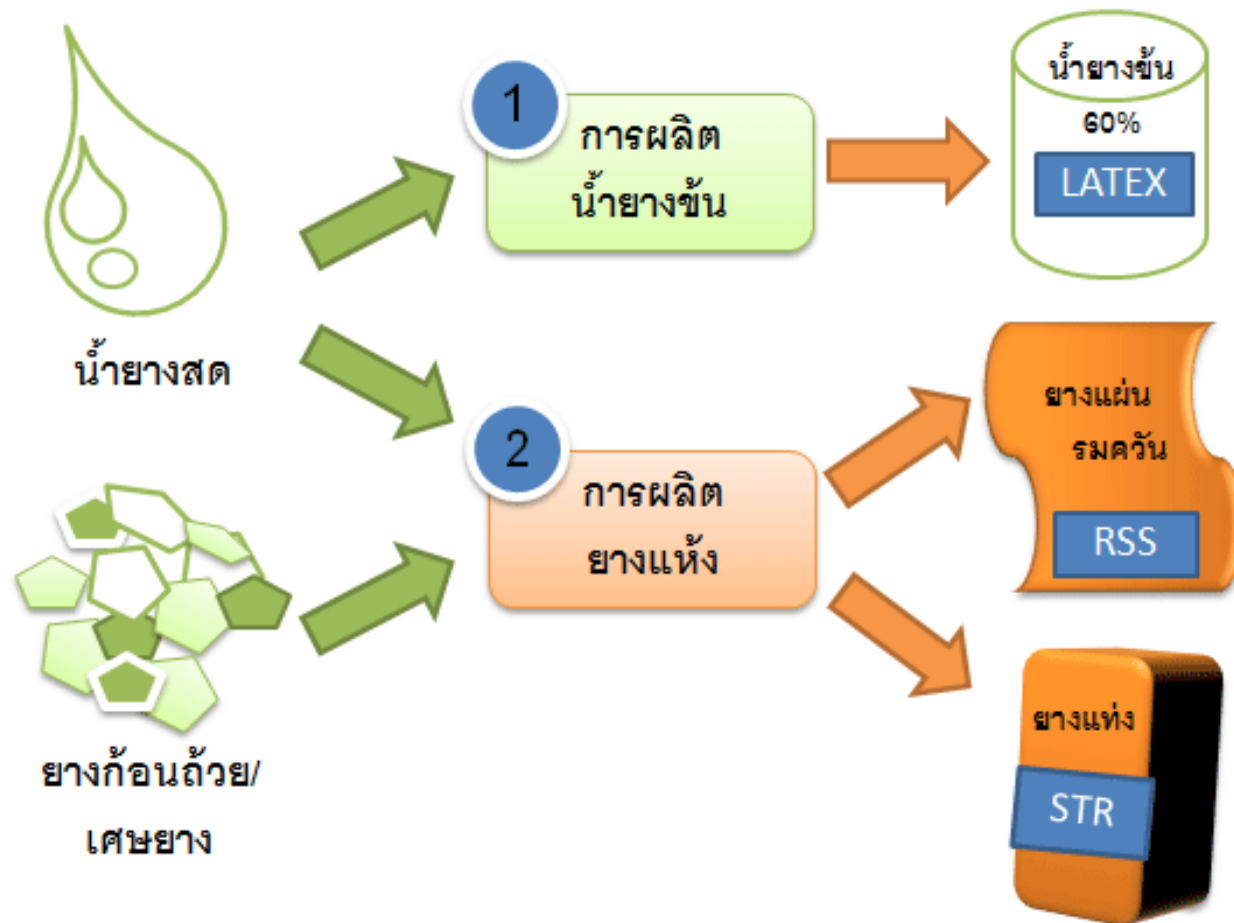
=> ฝึกหัด => ผลิต

- กลิ่นสาบ => ต้องการกลิ่นอะไร => กลิ่นใบเตย

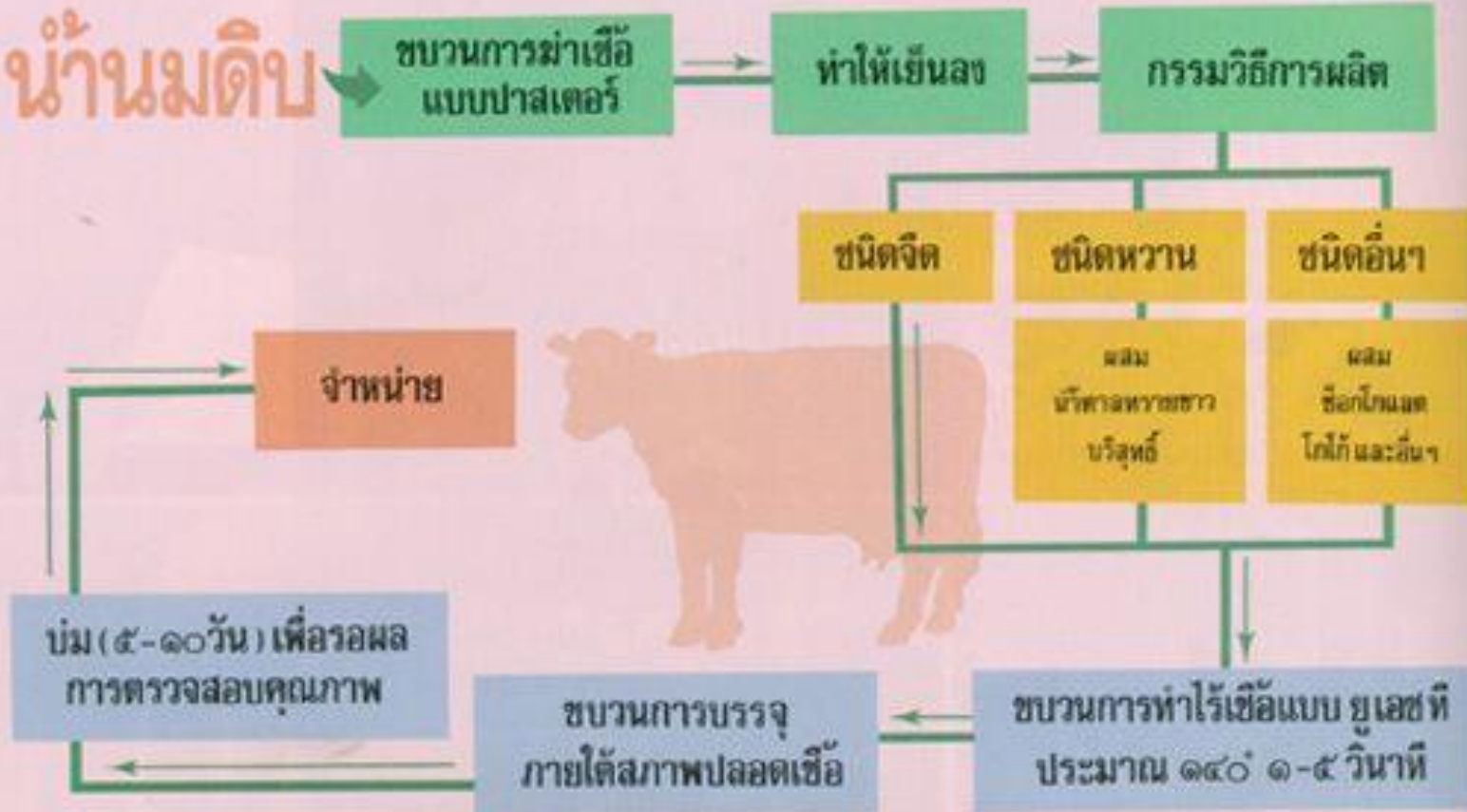
=> หาข้อมูล => ศึกษาดูทดลอง

- ทะลुरूว => ทำอย่างไร

=> หาข้อมูล => ใช้กระดาษเสริม ทากาว => รีด => ทดสอบ

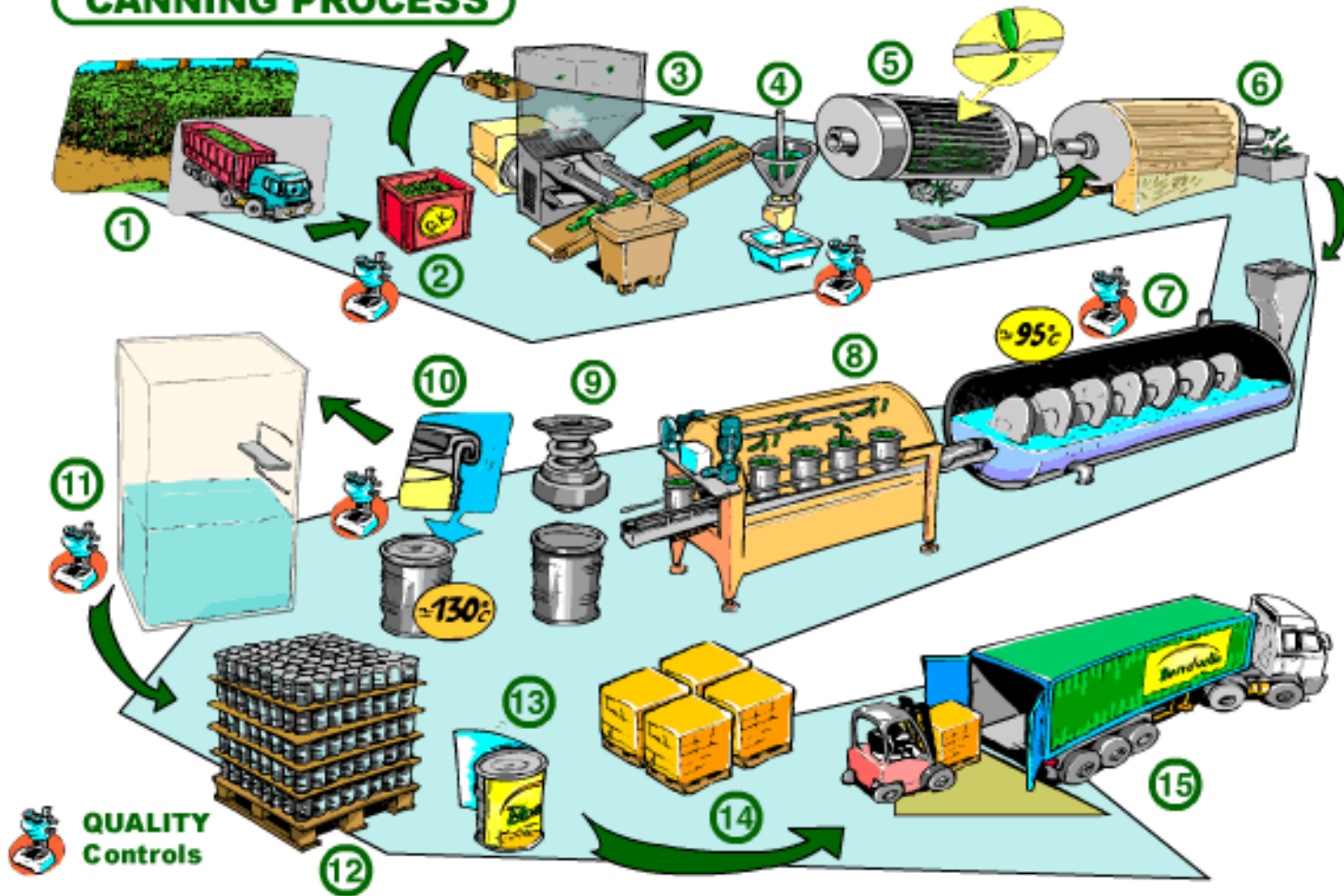


น้ำนมดิบ





CANNING PROCESS



ประเภทของอุตสาหกรรมเกษตร

การแบ่งประเภทของอุตสาหกรรมออกเป็น 2 แบบคือ

แบบที่ 1 แบ่งเป็นอุตสาหกรรมหนัก (Heavy industry) อุตสาหกรรมเบาหรืออุตสาหกรรมขนาดย่อม (light or small scale industry) และ อุตสาหกรรมในครัวเรือน (Home or cottage industry)

ประเภทของอุตสาหกรรมเกษตร (ต่อ)

แบบที่ 2

แบ่งเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐาน (Primary industry)

อุตสาหกรรมการผลิต

(Manufacturing industry) และอุตสาหกรรม

การขนส่งและบริการ (Transporting and

service industry)

โรงงานแปรรูปควรอยู่ใกล้ตลาดหรือไม่?

พิจารณาได้ดังนี้

- วัตถุดิบที่นำมาแปรรูปต้องไม่เน่าเสียและแตก

- การแปรรูปนั้นต้องอาศัยวัตถุดิบจากหลายแหล่งด้วยกันหรือไม่

- สินค้าที่แปรรูปแล้วมีขนาดหรือน้ำหนักเพิ่ม

ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม

การเกษตร

- ความไม่แน่นอนในเรื่องปริมาณและคุณภาพ
- ผลผลิต
- ต้องติดต่อกับเกษตรกรจำนวนมากราย
การเคลื่อนไหวของราคาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
การเกษตรมากกว่าอุตสาหกรรมอื่น
- รัฐบาลให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมการเกษตรไม่
แตกต่างกันกับอุตสาหกรรมอื่น

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนเพื่อการ แปรรูป

- (1) ความต้องการสินค้าแปรรูปที่จะลงทุน
- (2) การจัดหาวัตถุดิบนั้นมาทำการแปรรูป
- (3) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการการแปรรูป สำหรับความ
ต้องการสินค้าแปรรูปและการจัดหาวัตถุดิบเพื่อป้อน
โรงงาน เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ตลาด
การตลาดสินค้าเกษตร

การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร

การนำผลิตผลทางการเกษตรมาแปรรูปจะช่วยป้องกันการล้นตลาดของผลิตผลสดซึ่งช่วยยกระดับราคาผลิตผลไม่ให้ตกต่ำ การเพิ่มมูลค่าของผลิตผลทางการเกษตรมาแปรรูปเป็นอาหารระดับอุตสาหกรรม ที่สามารถรับวัตถุดิบเพื่อผลิตเป็นอาหารจำนวนมากได้ การผลิตอาหารให้ได้มาตรฐานเพื่อความปลอดภัยต่อผู้บริโภค การส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารให้เป็นที่ยอมรับและสามารถขยายตลาดการค้าออกไปสู่ต่างประเทศ จะช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ประเทศได้เป็นอย่างดี

การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

อุตสาหกรรมการแปรรูปสินค้าเกษตร คือ อุตสาหกรรมพื้นฐานที่จะนำมาซึ่งการก่อให้เกิดมูลค่าส่วนเพิ่มในสินค้าเกษตร และนำมาซึ่งเงินตลาดต่างประเทศ ในปัจจุบันการแปรรูปสินค้าเกษตรพัฒนาไปอย่างกว้างไกล เช่น อาหารทะเลกระป๋อง

ระบบย่อยการแปรรูปสินค้าเกษตร

เป็นระบบย่อยที่ทำหน้าที่แปรรูปสินค้าเกษตรให้อยู่ในลักษณะตามความต้องการของตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ระบบย่อยการแปรรูปมีความสำคัญต่อตลาดและการรองรับวัตถุดิบคือสินค้าเกษตรเข้าสู่การแปรรูปโดยส่วนรวม ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้า การจ้างงานซึ่งจะมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

ปัญหาที่เกิดในระบบย่อยการแปรรูป

สินค้าเกษตรหลายชนิดไม่สามารถจะทำการแปรรูปเพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายเกิดการสูญเสียโอกาสทั้งนี้เนื่องมาจากหลายสาเหตุ อาทิ

- ความไม่สม่ำเสมอของปริมาณการผลิต
- คุณภาพของผลผลิตการเกษตรซึ่งเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปสินค้าบางอย่างก็มีปัญหา
- ตลาดไม่เป็นที่ต้องการหรือนิยมบริโภคภายในประเทศ
- ผู้บริโภคไม่มีกำลังซื้อ