KASIKORNTHAI ECON ANALYSIS

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
开泰研究中心 KASIKORN RESEARCH CENTER

ฉบับส่งสื่อมวลชน

CURRENT ISSUE

ปีที่ 26 ฉบับที่ 3165

วันที่ 4 ธันวาคม 2563

ส่งออกอาหารและเครื่องดื่มปี'64: คาดโต 1-5% สิ่งเร่งด่วนคือ การปรับตัวรับกับวิถีการค้ารูปแบบใหม่

ประเด็นสำคัญ

- **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ปี 2563 มูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารและเครื่องดื่มของไทยไปตลาดโลกจะอยู่ที่ 24,900 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 3.0 (YoY)** เนื่องจากวิกฤต COVID-19 ดันความต้องการสินค้าอาหารสูงขึ้นในฝั่งคู่ค้า และไทยรักษามาตรฐานด้านการผลิตได้ดี โดยมีกลุ่มสินค้าปศุสัตว์ (ไก่) ผลไม้ (สด/แช่แข็นแช่แข็ง) กลุ่มอาหารแปรรูป (อาหารทะเล/ผัก) เป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญของการเติบโต

- สำหรับปี 2564 ความท้าทายยังเป็นเรื่องต่อเนื่องจากปีนี้คือ ความกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจโลก โอกาสของการแพร่ระบาดซ้ำของ COVID-19 เงินบาทที่มีแนวโน้มจะแข็งค่าต่อเนื่อง ตลอดจนต้นทุนค่าขนส่งที่สูงขึ้น ส่วนสิ่งที่ต้องจับตาเพิ่มเข้ามาก็คือ ปริมาณสินค้ากลุ่มอาหารที่คาดว่าจะออกสู่ตลาดมากขึ้น บวกกับน้ำหนักของการกระจายการลงทุนออกสู่ภูมิภาคมากขึ้นของผู้ประกอบการรายใหญ่ ซึ่งจะมีส่วนต่อการเติบโตของการส่งออกอาหารและเครื่องดื่มของไทย **เบื้องต้นคาดว่า มูลค่าการส่งออกอาหารและเครื่องดื่มของไทยปี 2564 น่าจะอยู่ที่ 25,150-26,150 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 1.0-5.0 (YoY)**

- **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า หลังวิกฤต COVID-19 ด้วยสภาพตลาดที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคจะหันมาให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานสินค้ามากขึ้น อีกทั้งมาตรการทางการค้าในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งคู่ค้าสามารถหยิบยกขึ้นมาเพื่อปกป้องทางการค้าได้** ยังจะเป็นตัวเร่งให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อมุ่งไปสู่ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่ออนาคตและตอบสนองวิถีชีวิต New Normal ที่ตระหนักถึงสุขอนามัย สิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาลมากขึ้นในฝั่งของผู้บริโภค โดยสินค้าที่มีโอกาสทางการตลาดสูง คือ อาหารฟังก์ชั่นนอล ออร์แกนิค โปรตีนทางเลือกจากพืช/แมลง อาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุง/พร้อมทาน รวมถึงสิ่งปรุงรสอาหาร และสมุนไพร

อาหารและเครื่องดื่ม คือสินค้าส่งออกศักยภาพที่ยังเติบโตในเกณฑ์ดี เมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกส่วนใหญ่ในปีนี้ที่คาดว่าจะหดตัว โดยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2563 มูลค่าการส่งออกอาหารและเครื่องดื่มของไทยอยู่ที่ 20,967.80 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 3.6 (YoY) ส่วนหนึ่งอาจเพราะอาหารคือสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีพ และไทยมีความพร้อมด้านการผลิต ภายใต้การรักษามาตรฐานความ

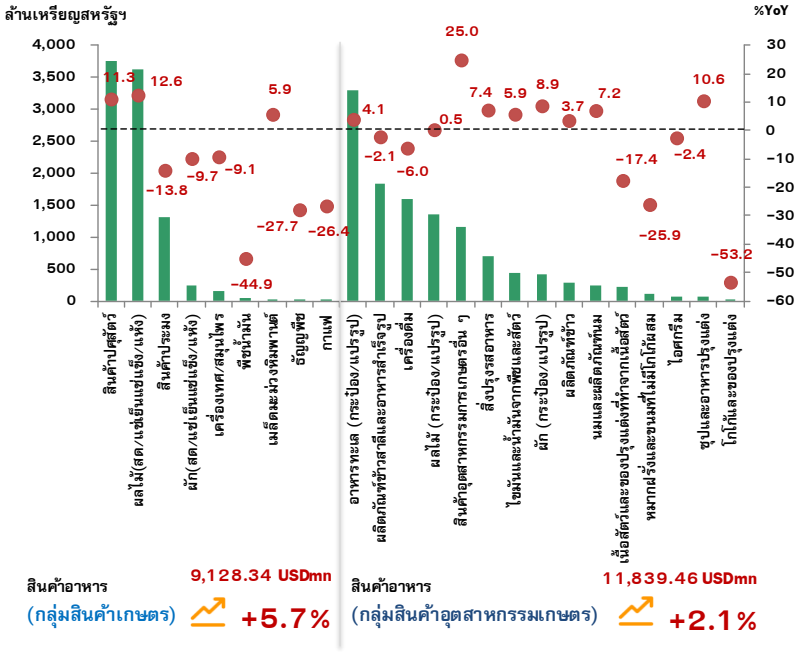
Disclaimer

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละขณะเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

ปลอดภัยด้านอาหารที่ค่อนข้างทำได้ดีท่ามกลางการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลให้คู่แข่งบางประเทศจำเป็นต้องหยุดสายการผลิตไปชั่วคราว จึงทำให้คู่ค้าคงความเชื่อมั่นและมีคำสั่งซื้อกับไทยต่อเนื่อง โดยเฉพาะคู่ค้าหลักอย่าง สหรัฐฯ ญี่ปุ่น รวมถึงจีน ที่ยังจำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารสูงกว่าในช่วงปกติ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดในประเทศที่ยังไม่คลี่คลาย รวมถึงคู่ค้าใหม่ที่มีความต้องการสินค้าอาหารจากไทยในอัตราเร่งภายหลังวิกฤต เช่น สิงคโปร์ (เพิ่มการนำเข้าไก่สด) ฮ่องกง (เพิ่มการนำเข้าสุกรสด) เป็นต้น ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่พึ่งพาการนำเข้าอาหารเป็นหลัก เนื่องจากการผลิตในประเทศไม่เพียงพอ

มูลค่าการส่งออกอาหารและเครื่องดื่มในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2563



*สัดส่วนต่อการส่งออกอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด

ที่มา: MOC รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ปี 2563 การส่งออกสินค้าอาหารและเครื่องดื่มของไทยไปยังตลาดโลกจะอยู่ที่ระดับ 24,900 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวได้ร้อยละ 3.0 (YoY) โดยสินค้าที่ได้อานิสงส์อยู่ในกลุ่มสินค้าที่ไทยมีมาตรฐานการผลิตสูงและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล อีกทั้งยังตอบสนองการใช้ชีวิต New Normal ของผู้บริโภคท่ามกลางวิกฤตได้ดี (สะอาด-ปลอดภัย-เก็บได้นาน-สะดวก-ทำทานเองได้ง่าย) **ซึ่งได้แก่ สินค้าปศุสัตว์ (โดยเฉพาะไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง) ผลไม้ (สด/แช่แข็งแช่แข็ง) กลุ่มอาหารแปรรูป (กลุ่มอาหารทะเล/ผัก)**

ปี 2564: การส่งออกอาหารและเครื่องดื่มของไทย ... น่าจะเติบโตได้ 1-5%

สำหรับปี 2564 ประเด็นท้าทายที่ส่งผลต่อทิศทางการส่งออกอาหารและเครื่องดื่มของไทยต่อเนื่องจากปี 2563 คือ ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังซบเซาและโอกาสของการแพร่ระบาดซ้ำของ COVID-19 ที่แม้ว่าจะมีความหวังจากการผลิตวัคซีนในเชิงพาณิชย์ที่คาดว่าจะมีผลภายในปีหน้า แต่ก็ยังสร้างความกังวลให้กับตลาดอยู่ ในขณะที่ทิศทางเงินบาทที่มีแนวโน้มจะแข็งค่าต่อเนื่อง จากการอ่อนค่าของเงินดอลลาร์ฯ ท่ามกลางแรงกระตุ้นทางการเงินและการคลังของทางการสหรัฐฯ ขณะเดียวกัน ต้นทุนค่าขนส่งที่เร่งตัวจากการขาดแคลนตู้

Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละขณะเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

คอนเทนเนอร์และการเรียกเก็บค่าบริการ ยังเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลต่อการส่งออกสินค้าในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มในช่วง 1-2 ไตรมาสถัดจากนี้

ส่วนสิ่งที่ต้องจับตาเพิ่มเข้ามาในปี 2564 มี 2 ประเด็นคือ 1) ปริมาณการผลิตสินค้าอาหารกลุ่มวัตถุดิบในตลาดโลกเริ่มกลับมาสู่ภาวะปกติ จากกำลังการผลิตที่คาดว่าจะทยอยกลับมาโดยเฉพาะประเทศผู้ผลิตอาหารที่สำคัญของโลก อาทิ จีน บราซิล ญี่ปุ่น รวมถึงสหรัฐฯ แต่ยังสวนทางกับสภาพตลาดผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปจากกำลังซื้อที่ไม่ฟื้นตัว ซึ่งน่าจะทำให้แนวโน้มผลผลิตที่ออกสู่ตลาดโลกและสต๊อกสินค้าในกลุ่มอาหารยังอยู่ในระดับสูง เช่น สินค้าปศุสัตว์ (ไก่/สุกร/โค) สินค้าประมง (กุ้ง) โดยมีการประเมินว่า ปี 2564 ปริมาณการผลิตสินค้าในกลุ่มปศุสัตว์ทั่วโลกจะอยู่ที่ 2.66 ล้านตัน ขยายตัวได้ราวร้อยละ 2.4 (%YoY)[1] ส่วนผลผลิตกุ้งจะอยู่ที่ 3.8 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 8.4 (%YoY)[2] ดังนั้น การส่งออกสินค้ากลุ่มปศุสัตว์ของไทย อาจเติบโตต่อไปได้ แต่เป็นไปในทิศทางที่ชะลอลง และ **2) ผู้ประกอบการรายใหญ่เริ่มแผนเพิ่มสัดส่วนการผลิตในต่างประเทศมากขึ้น** เช่น การลงทุนขยายการผลิตในประเทศ CLMV โดยมุ่งเจาะตลาดผู้บริโภคในประเทศ หรืออาศัยประโยชน์จากมาตรการภาษีในรูปแบบทวิภาคี เพื่อผลิตและส่งออกไปตลาดปลายทาง ทดแทนการผลิตและส่งออกจากไทย ซึ่งอาจทำให้แนวโน้มการส่งออกสินค้าอาหารและเครื่องดื่มบางกลุ่มนับตั้งแต่ปี 2564 ให้ภาพที่ชะลอตัว เช่น เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ผลิตภัณฑ์ไก่ เป็นต้น **ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ไทยยังมีความเสี่ยงที่จะเสียเปรียบคู่แข่งจากการแข่งขันด้านราคา**

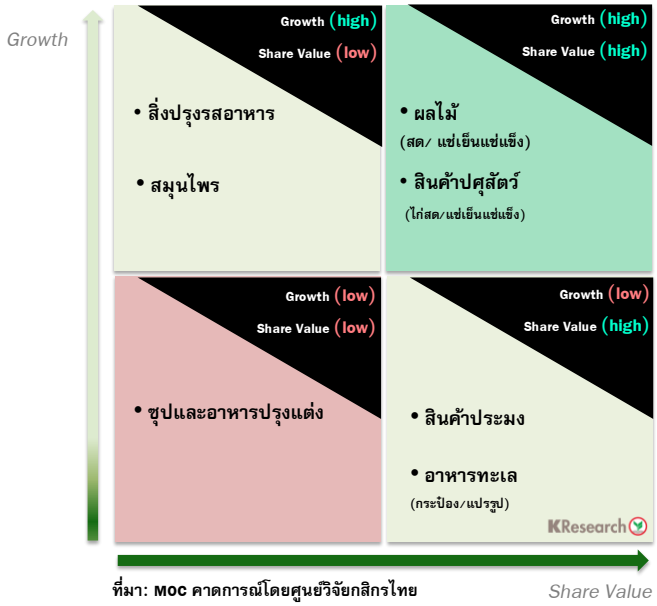
ดังนั้น เบื้องต้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า มูลค่าการส่งออกอาหารและเครื่องดื่มของไทยปี 2564 น่าจะอยู่ที่ระดับ 25,150-26,150 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือขยายตัวร้อยละ 1.0-5.0 (YoY)

โดยสินค้าที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญจะมาจาก

1) กลุ่มอาหารที่ไทยมีสัดส่วนของการส่งออกสูงและมีอัตราการขยายตัวสูง ซึ่งได้แก่ กลุ่มผลไม้สดและสินค้าปศุสัตว์โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ไก่ จากความต้องการในตลาดจีน (ซึ่งเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มของไทย) ที่ยังอยู่ในระดับสูง

- **ผลไม้** ที่กลุ่มผลไม้สดน่าจะเติบโตต่อเนื่องจากเครือข่าย

แนวโน้มการเติบโตของสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ปี 2564



ที่มา: MOC คาดการณ์โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

[1] กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (USDA, Nov 2020)

[2] Global Outlook On Aquaculture Leadership (GOAL) Conference (ผลสำรวจจาก GAA-commissioned 2020)

Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละขณะเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

ลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ ตลอดจนการเปิดด่านนำเข้าผลไม้เพิ่มอีก 2 ด่าน ซึ่งได้รับการอนุมัติจากทางการจีน (ด่านตงซิง และด่านรถไฟผิงเสียง)

- **ปศุสัตว์** ได้แก่ ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง ที่คาดว่าจะยังได้รับแรงหนุนจากคำสั่งซื้อในตลาดจีนต่อเนื่อง หลังจีนให้การรับรองโรงงานไก่ในไทยเพิ่มในช่วงปีก่อนหน้า แม้ว่าการฟื้นตัวของโรคอหิวาต์แอฟริกันในสุกรที่ทยอยดีขึ้นบวกกับภาวะการผลิตในจีนที่เริ่มกลับมาดี อาจส่งผลให้ความจำเป็นต้องนำเข้าไก่ของจีนอาจเติบโตในทิศทางชะลอตัว สำหรับไก่แปรรูปนั้น คำสั่งซื้อน่าจะกลับมาบางส่วนในตลาดญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญ จากแผนการเตรียมเปิดประเทศในช่วงเมษายน 2564 และโอกาสกลับมาจัดการแข่งขันโอลิมปิกได้อีกครั้ง

  อย่างไรก็ดี บางรายการของสินค้ากลุ่มปศุสัตว์ที่เติบโตสูงมากในปี 2563 อย่างสุกรสดแช่เย็นแช่เย็น[3] ด้วยสถานการณ์โรคในสุกรที่มีลักษณะคล้ายโรคไข้หวัดสุกร (ASF) ที่เกิดขึ้นในหลายจังหวัดของไทยล่าสุดนั้น[4] อาจส่งผลต่อผลผลิตสุกรในประเทศและการส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ในปี 2564 แต่ด้วยสัดส่วนการส่งออกที่ยังน้อยมาก (คิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 2.4 ของการส่งออกสินค้ากลุ่มปศุสัตว์ของไทยไปตลาดโลก) ผลกระทบต่อการส่งออกคงอยู่ในวงจำกัด

2) กลุ่มสินค้าอาหารที่มีสัดส่วนการส่งออกไม่สูงมากนัก แต่กลับเติบโตได้ดี เช่น สิ่งปรุงรสอาหารและสมุนไพร น่าจะเป็นกลุ่มสินค้าศักยภาพใหม่ที่ไทยควรเร่งขยายตลาดมากขึ้น เพราะตอบโจทย์การบริโภคยุคใหม่ที่หันมานิยมการบริโภคอาหารในบ้านและต้องการสินค้าที่ดีกับสุขภาพมากขึ้น

ประมาณการมูลค่าส่งออกในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มของไทย (ผลิตภัณฑ์หลัก) ปี 2563-2564

รายการสินค้าหลัก	10 เดือนแรกของปี 2563		อัตราการขยายตัว (%YoY)			ตลาดส่งออกที่สำคัญ (ช่วง 10 เดือนแรกของปี 2563)
	มูลค่าส่งออก (MUSD)	% Share	10M 63	ปี 63*	ปี 64*	
สินค้าปศุสัตว์	3,752	18.0	11.3	8.9	3.1	ญี่ปุ่น (39.5%) อังกฤษ (12.3%) กัมพูชา (8.8%)
ผลไม้(สด/แช่เย็นแช่แข็ง/แห้ง)	3,618	17.2	12.6	15.1	12.6	จีน (70.7%) เวียดนาม (10.9%) ฮ่องกง (9.3%)
อาหารทะเล (กระป๋อง/แปรรูป)	3,288	15.7	4.1	3.3	0.0	สหรัฐฯ (29.0%) ญี่ปุ่น (15.8%) ออสเตรเลีย (6.2%)
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป	1,839	8.8	-2.1	-2.1	2.0	สหรัฐฯ (18.2%) จีน (10.4%) เมียนมา (6.4%)
เครื่องดื่ม	1,599	7.6	-6.0	-6.7	0.1	กัมพูชา (26.2%) เวียดนาม (20.6%) เมียนมา (17.1%)
ผลไม้ (กระป๋อง/แปรรูป)	1,363	6.5	0.5	0.2	-2.2	สหรัฐฯ (40.1%) จีน (6.0%) ญี่ปุ่น (5.5%)
สินค้าประมง	1,304	6.2	-13.8	-15.3	-10.5	ญี่ปุ่น (23.5%) จีน (19.4%) สหรัฐฯ (16.6%)
สินค้าหลัก 7 รายการ	16,764	80.0	3.5	3.0	2.6	จีน (18.4%) ญี่ปุ่น (14.2%) สหรัฐฯ (12.2%)
อื่นๆ	4,204	20.0	4.0	2.8	4.9	ญี่ปุ่น (11.1%) จีน (7.7%) มาเลเซีย(6.9%)
สินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม	**20,968**	**100.0**	**3.6**	**3.0**	**1.0-5.0**	**จีน (16.2%) ญี่ปุ่น (13.6%) สหรัฐฯ (10.7%)**

ที่มา: MOC ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

หมายเหตุ: * ตัวเลขประมาณการ (ธันวาคม 2563)

[3] ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2563 ไทยส่งออกสุกรสดแช่เย็นแช่แข็งอยู่ที่ 90.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 492.9 (YoY)

[4] อ้างอิงข่าวจากประชาชาติธุรกิจ เรื่อง 19 จังหวัดผวาโรคระบาดหมู กระทุ้งรัฐแก้หวั่นสูญ 2 แสนล้าน (https://www.prachachat.net/economy/news-566759)

Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละขณะเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

ส่วนกลุ่มสินค้าที่อาจจะเป็นตัวฉุดรั้งการเติบโตของมูลค่าการส่งออก คือ กลุ่มสินค้าอาหารที่มีสัดส่วนการส่งออกที่สูงแต่เติบโตได้จำกัดหรือมีแนวโน้มจะหดตัว ได้แก่ กลุ่มอาหารทะเลกระป๋อง/แปรรูป เนื่องจากฐานที่ขยับสูงขึ้นในปี 2563 จากความต้องการที่เร่งขึ้นโดยเฉพาะในตลาดสหรัฐฯ แต่ด้วยสต็อกสินค้าที่น่าจะมีเพียงพอในระดับหนึ่ง อาจทำให้การเติบโตอยู่ในระดับทรงตัว **และสินค้าประมง** โดยเฉพาะกุ้ง ที่ผลผลิตในตลาดโลกยังล้นตลาด จากความต้องการลุ่มธุรกิจ Horeca (โรงแรม/ร้านอาหาร/จัดเลี้ยง) ซึ่งเป็นซัพพลายเออร์สำคัญยังไม่ฟื้นตัว โดยเฉพาะในตลาดสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป

ทิศทางการบริโภคหลัง COVID-19
สิ่งเร่งด่วนคือ การปรับตัวรับกับวิถีการค้ารูปแบบใหม่ ที่มุ่งเน้นคุณภาพและมาตรฐานสินค้ามากขึ้น

ทิศทางการบริโภคหลังวิกฤต COVID-19 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ผู้บริโภคจะหันมาให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานสินค้ามากขึ้น โดยเฉพาะมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร ประกอบการออกมาตรการทางการค้าในรูปแบบต่างๆ (ทั้งในรูปแบบภาษีและไม่ใช่ภาษี) ซึ่งคู่ค้าสามารถหยิบยกขึ้นมาเพื่อปกป้องทางการค้ามากขึ้น ทั้งนี้ ตัวอย่างของนโยบายและกฎระเบียบใหม่ของคู่ค้าสำคัญ ที่อาจส่งผลต่อทิศทางธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของไทยในระยะข้างหน้า ได้แก่ นโยบาย Farm to Fork ของ EU ที่เน้นระบบการผลิตอาหารที่เป็นธรรม ดีต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่การผลิตอาหาร มาตรฐานใหม่ของ CODEX เกี่ยวกับการจัดการสารก่อภูมิแพ้ตลอดห่วงโซ่การผลิตอาหาร การผลักดันนโยบายการลงทุนเทคโนโลยีปลูกเนื้อสัตว์ให้เป็นวาระของชาติของจีน เพื่อสร้างความมั่นคงด้านอาหารและแก้ไขวิกฤตการขาดแคลนเนื้อสัตว์ของประเทศ เป็นต้น

ดังนั้น ด้วยวิถีการค้ารูปแบบใหม่ สิ่งเร่งด่วนสำหรับการปรับตัวในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มคือ การพัฒนาระบบการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมุ่งไปสู่ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่ออนาคต มีความโดดเด่นด้านนวัตกรรมหรือแปลกใหม่ด้านโภชนาการ ในขณะเดียวกันก็ตอบสนองวิถีชีวิต New Normal ของผู้บริโภคที่ตระหนักถึงสุขอนามัย สิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาลมากขึ้น ซึ่งสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ (Traceability) และอยู่ภายใต้มาตรฐานการผลิตที่ปลอดภัยและถูกยอมรับในระดับสากล โดยกลุ่มสินค้าที่น่าจะมีโอกาสทางการตลาดสูงในระยะข้างหน้า ได้แก่ อาหารฟังก์ชั่นนอล ออร์แกนิค โปรตีนทางเลือกจากพืช/แมลง อาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุง/พร้อมทาน รวมถึงสิ่งปรุงรสอาหารและสมุนไพร เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรติดตามความเคลื่อนไหวของกฎระเบียบทางการค้าที่ออกมาใหม่ๆ อยู่เสมอ เพราะอาจจะต้องนำมาปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานการนำเข้าของคู่ค้า ในเบื้องต้นแม้ว่าจะทำให้ผู้ประกอบการมีภาระต้นทุนการบริหารจัดการด้านการผลิตอาหารที่เพิ่มขึ้น และอาจกระทบต่อส่วนแบ่งกำไรสุทธิหรือมาร์จิ้นของธุรกิจ แต่ผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว จะสามารถช่วยสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับธุรกิจ ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความเข้มแข็งให้ธุรกิจในระยะข้างหน้าได้

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
开泰研究中心 KASIKORN RESEARCH CENTER

Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละขณะเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)