

สรุปภาวะอุตสาหกรรมอาหารไทยปี 2565 และแนวโน้มปี 2566

การส่งออกสินค้าอาหารไทยปี 2565 มีมูลค่า 1,359,62 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.7 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากความต้องการสินค้าอาหารในตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้น หลังจากที่ประเทศต่างๆ ทะยอยเปิดประเทศรับการเดินทางระหว่างประเทศตั้งแต่ในช่วงต้นปี 2565 เป็นต้นมา ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงธุรกิจโรงแรมและบริการอาหารเกิดการฟื้นตัว ค่าเงินบาทที่อ่อนค่าลงไปแตะ 38.00 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ในช่วงปลายไตรมาสที่ 3/2565 เอื้ออำนวยต่อการส่งออก ขณะที่ต้นทุนการผลิตและค่าขนส่งถูกส่งผ่านไปยังราคาสินค้ามากขึ้น แต่ยอดส่งออกยังคงขยายตัวสูง เนื่องจากผู้ผลิตส่งผ่านต้นทุนราคาสินค้าไปยังผู้ซื้อได้มากขึ้น ภายใต้สถานการณ์ตลาดอยู่ในภาวะที่มีอุปสงค์มากกว่าอุปทาน (Excess Demand) อันเนื่องมาากิจกรรมทางเศรษฐกิจทั่วโลกที่กำลังกลับเข้าสู่ภาวะปกติหลังโควิด-19 ประกอบกับมีความกังวลเรื่องการขาดแคลนอาหารภายหลังสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซีย-ยูเครน ยังคงยืดเยื้อ ส่งผลทำให้มีความต้องการอาหารเพิ่มขึ้นทั่วโลก ราคาสินค้าอาหารส่งออกที่ปรับตัวสูงขึ้น ทำให้รายได้จากการส่งออกของไทยขยายตัวในระดับสูง

กลุ่มสินค้าหลักทั้งหมดขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการส่งออกน้ำตาลทราย (+116.3%), อาหารอนาคต (Future food)¹ (+39.7%), โกโก้ (+39.4%), ปลาพ่นากระป๋อง (+31.6%), ข้าว (+26.2%), มะพร้าว (+24.5%), แป้งมันสำปะหลัง (+20.7%), สับปะรด (+19.4%) และอาหารพร้อมรับประทาน (+12.5%) เป็นต้น โดยที่

- การส่งออกน้ำตาลทรายและแป้งมันสำปะหลังเพิ่มขึ้นจากความต้องการของตลาดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และอาเซียนเพื่อรองรับการเปิดประเทศและความมั่นคงทางอาหาร เช่นเดียวกับการส่งออกข้าวที่มีตลาดหลักอยู่ในหลายประเทศในทวีปแอฟริกา
- การส่งออกอาหารอนาคต (Future food) ขยายตัวสูง โดยเฉพาะกลุ่มสินค้า Functional ingredient, กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กลุ่มอาหารเด็กเล็ก/ผู้ป่วย ที่ได้รับประโยชน์อย่างมากหลังการระบาดของโรคโควิด-19 ในครั้งนี้ ทำให้ผู้บริโภคตระหนักและเล็งเห็นถึงความสำคัญกับอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น
- การส่งออกไก่ขยายตัวสูงตามความต้องการนำเข้าจากคู่ค้าหลักอย่างญี่ปุ่นที่เปิดรับนักท่องเที่ยวในช่วงครึ่งหลังของปี 2565 ส่วนตลาดหลักในสหราชอาณาจักรและสหภาพยุโรปขยายตัวดีจากความกังวลภาวะเงินเฟ้อหลังต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้นตามราคาพลังงาน อันเนื่องมาจากรัสเซียระงับการส่งก๊าซผ่านท่อไปยังยุโรป เพื่อตอบโต้มาตรการคว่ำบาตรของชาติตะวันตกในกรณีสงครามยูเครน นอกจากนี้ ผู้ผลิตและส่งออกไก่ยังมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการปรับขึ้นราคาสินค้าไก่เพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนอาหารสัตว์ รวมถึงประเทศไทยได้อานิสงส์จากการที่ประเทศคู่แข่งหลายประเทศชะลอการส่งออกสินค้าจำเป็นอย่างอื่น เพราะกังวลเรื่องขาดแคลนอาหาร
- การส่งออกปลาพ่นากระป๋องขยายตัวสูงหลังจากกลุ่มลูกค้าหลักในตะวันออกกลางนำเข้าเพิ่มขึ้นเพราะกังวลด้านความมั่นคงทางอาหาร ความเสี่ยงจากผลกระทบของภัยสงครามในภูมิภาค และราคาส่งออกที่เพิ่มขึ้นตามต้นทุนวัตถุดิบ

¹ อาหารอนาคต หรือ Future food ประกอบด้วยกลุ่มสินค้า Functional ingredient, กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กลุ่มอาหารเด็กเล็ก/ผู้ป่วย (เป็นสินค้าบางส่วนเท่าที่ข้อมูลจะเอื้ออำนวย หลายสินค้ายังมีกิจกรรมอยู่กับสินค้าอื่นๆ ยังไม่ได้แยกออกมาเฉพาะได้)

ตลาดส่งออกอาหารไทยในปี 2565 พบว่า ร้อยละ 69.8 อยู่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รองลงมา คือ ภูมิภาคอเมริกาเหนือ ตะวันออกกลางและแอฟริกา ยุโรป และละตินอเมริกา² มีสัดส่วนส่งออกร้อยละ 11.1, 9.4, 8.9 และ 0.8 ตามลำดับ โดยตลาดในภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาขยายตัวสูงที่สุดร้อยละ 38.8 หลังจากมีความต้องการนำเข้าสินค้าอาหารมากขึ้นเพื่อความมั่นคงทางอาหาร โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าข้าว ปลาพื้่นกระป๋อง และสับปะรดกระป๋อง เป็นต้น ส่วนในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีตลาดส่งออกอาหารที่สำคัญของไทย ได้แก่ อาเซียนมีสัดส่วนส่งออกร้อยละ 23.6 จีน มีสัดส่วนส่งออกร้อยละ 22.0 ญี่ปุ่น มีสัดส่วนส่งออกร้อยละ 11.0 และอินเดีย มีสัดส่วนส่งออกร้อยละ 3.1 โดยตลาดในภูมิภาคอาเซียนขยายตัวสูงเหตุผลเช่นเดียวกับภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกา ขณะที่ญี่ปุ่นนำเข้าสินค้าอาหาร โดยเฉพาะไก่เพิ่มขึ้นมากตามแผนการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในช่วงครึ่งหลังของปี 2565 ของทางการญี่ปุ่น ส่วนการส่งออกไปอินเดียขยายตัวตามการส่งออกน้ำมันปาล์มเป็นหลัก

ในปี 2565 ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกอาหารอันดับ 15 ของโลก อันดับโลกคงที่จากปีก่อนหน้า ส่วนสหรัฐอเมริกา บราซิล เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี และจีน เป็นประเทศผู้ส่งออกอาหารรายใหญ่อันดับที่ 1 ถึง 5 ของโลก ตามลำดับ โดยบราซิลมีอันดับโลกดีขึ้นทุกปีจากอันดับที่ 5 ของโลกในปี 2562 มาอยู่อันดับที่ 2 ของโลกในปี 2565 แทนอันดับที่ 2 เดิมคือเนเธอร์แลนด์ที่ตกลงไปเป็นประเทศผู้ส่งออกอันดับที่ 3 ของโลก ส่วนประเทศคู่แข่งในภูมิภาคอย่างอินเดีย มาเลเซีย และเวียดนาม มีอันดับโลกดีขึ้นทุกประเทศ โดยอันดับโลกของมาเลเซียเพิ่มขึ้น 4 อันดับ เวียดนามเพิ่มขึ้น 2 อันดับ และอินเดียเพิ่มขึ้น 1 อันดับ ส่วนประเทศจีนและอินโดนีเซียมีอันดับโลกคงที่

การค้าอาหารโลกในปี 2565 มีมูลค่า 1,777 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.4 ชะลอลงเมื่อเทียบกับที่ขยายตัวร้อยละ 17.9 ในปีก่อนหน้า โดยประเทศไทยส่งออกสินค้าอาหารในรูปดอลลาร์ มูลค่า 38,799 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.2 ส่วนแบ่งตลาดโลกเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 2.18 จากร้อยละ 2.11 ในปี 2564 เช่นเดียวกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาคอย่างอินเดีย มาเลเซีย และเวียดนาม ที่มีส่วนแบ่งตลาดโลกเพิ่มขึ้น ขณะที่ประเทศคู่แข่งต่างภูมิภาคอย่างบราซิล มีส่วนแบ่งตลาดอาหารโลกเพิ่มขึ้นมากจากร้อยละ 5.5 ในปี 2564 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 6.8 ในปี 2565 ซึ่งบราซิลเป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับประโยชน์อย่างมากจากความต้องการสินค้าและราคาอาหารที่เพิ่มสูงขึ้นจากสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซีย-ยูเครน ส่วนประเทศจีนและอินโดนีเซีย มีส่วนแบ่งตลาดโลกลดลงเล็กน้อย

แนวโน้มภาพรวมการส่งออกอาหารไทยในปี 2566 คาดว่าจะมีมูลค่า 1,250,000 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 8.0 โดยมีปัจจัยเสี่ยงสำคัญมาจากราคาสินค้าอาหารหดตัวลงตามราคาตลาดโลก เนื่องจากอุปทานสินค้าเกษตรและอาหารที่เพิ่มสูงขึ้นทั่วโลก ขณะที่กำลังซื้อยังคงอ่อนแอจากแรงกดดันด้านเงินเฟ้อ ทำให้เกิดภาวะการแข่งขันสูง ความต้องการสินค้าในกลุ่มประเทศคู่ค้าชะลอตัวลงตามรายได้ที่แท้จริงของผู้บริโภคลดลงจากการปรับเพิ่มขึ้นของระดับราคาสินค้า ค่าเงินบาทมีความผันผวนและมีแนวโน้มแข็งค่าเทียบกับดอลลาร์สหรัฐฯ หากค่าเงินบาทแข็งค่าเร็วกว่าสกุลเงินอื่นๆ ในภูมิภาค อาจส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออก

² อเมริกากลางและอเมริกาใต้