

EIC Industry Insight

Food & Beverage : Seafood

อุตสาหกรรมอาหารทะเลมีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่องท่ามกลางความเสี่ยงจากเศรษฐกิจโลกที่ชะลอลงและต้นทุนการดำเนินธุรกิจที่สูงขึ้น

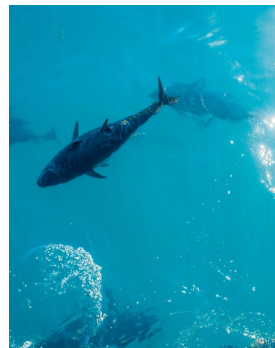


Contents



บทสรุปผู้บริหาร

หน้า **03**



Tuna

หน้า **05**

- สถานการณ์อุตสาหกรรมทูน่ากระป๋องในช่วงที่ผ่านมา
- แนวโน้มอุตสาหกรรมทูน่ากระป๋องในปี 2022
- ประเด็นที่ต้องจับตาและความท้าทายในระยะต่อไป

หน้า **06**

หน้า **10**

หน้า **13**



Shrimp

หน้า **18**

- สถานการณ์อุตสาหกรรมกุ้งในช่วงที่ผ่านมา
- แนวโน้มอุตสาหกรรมกุ้งในปี 2022
- ประเด็นที่ต้องจับตาและความท้าทายในระยะต่อไป

หน้า **19**

หน้า **25**

หน้า **29**

The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner.

Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct.

This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned here in.

Executive Summary

อุตสาหกรรมอาหารทะเลมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา การทยอยฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก รวมทั้งการผ่อนคลายมาตรการควบคุมโรคในหลายประเทศ ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจและการใช้จ่ายต่าง ๆ เริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังคงต้องเฝ้าระวังความเสี่ยงจากเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว ภาวะสงครามที่ยืดเยื้อ และอัตราเงินเฟ้อที่เร่งตัวขึ้นมาก ซึ่งอาจกระทบต่อแนวโน้มการฟื้นตัวและกำลังซื้อของผู้บริโภค

- สินค้าประมงของไทยเป็นการผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก โดยมีปลาทูน่ากระป๋องและกุ้งเป็นสินค้าหลัก ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนมากถึงเกือบ 90% ของผลผลิตทั้งหมดในประเทศ ดังนั้น “มูลค่าการส่งออก” จึงเป็นตัวชี้วัดภาวะอุตสาหกรรมสำคัญที่ต้องจับตา
- ทั้งนี้มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลในปีนี้มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องตามการทยอยฟื้นตัวอย่างช้า ๆ ของเศรษฐกิจโลกและประเทศคู่ค้าสำคัญ อาทิ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และจีน ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการผ่อนคลายการควบคุมโรคและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ รวมทั้ง pent-up demand ในกลุ่มอาหารทะเลของผู้บริโภคบางกลุ่มที่มีกำลังซื้อ
- อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการยังคงต้องเฝ้าระวังปัจจัยเสี่ยงจากเงินเฟ้อที่เร่งตัวสูงขึ้น รวมถึงภาวะเศรษฐกิจโลกที่อาจมีแนวโน้มเติบโตในอัตราที่ชะลอตัวกว่าที่คาดการณ์ไว้ และความเสี่ยงในเรื่องภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจ (recession) ในประเทศคู่ค้าหลักของไทย ที่อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและกำลังซื้อของผู้บริโภค รวมทั้งความต้องการบริโภคอาหารทะเลในระยะต่อไปได้

การส่งออกสินค้าหลักอย่างทูน่ากระป๋องและกุ้งมีแนวโน้มฟื้นตัวดีขึ้น สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจและความต้องการในประเทศคู่ค้าหลักที่ทยอยฟื้นตัวดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ต้นทุนของผู้ประกอบการทั้งในส่วนของวัตถุดิบนำเข้า (ปลาทูน่า) อาหารกุ้ง และค่าขนส่ง รวมทั้งค่าบริหารจัดการต่าง ๆ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกัน ซึ่งจะกระทบต่ออัตรากำไรของผู้ประกอบการ เนื่องจากการส่งผ่านต้นทุนที่สูงขึ้นไปยังผู้บริโภคทำได้เพียงบางส่วนเท่านั้นภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน

- มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยในปี 2022 มีแนวโน้มกลับมาขยายตัว 9.0%YOY สอดคล้องกับความต้องการในตลาดโลกและประเทศคู่ค้าหลักอย่างสหรัฐฯ ที่ปรับตัวดีขึ้น โดยคาดว่ามูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องในปีนี้มีแนวโน้มกลับมาอยู่ในระดับใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยในช่วง Pre-COVID (2015-2019) ขณะที่ราคาวัตถุดิบทูน่านำเข้ามีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นสอดคล้องกับความต้องการในตลาดโลกที่ทยอยฟื้นตัว รวมทั้งต้นทุนในการออกจับปลาที่เพิ่มสูงขึ้นมากโดยเฉพาะในส่วนของต้นทุนหลักอย่างน้ำมันดีเซล
- มูลค่าการส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะขยายตัว 14.6%YOY ซึ่งเป็นการขยายตัวที่เร่งขึ้นจากปี 2021 ที่ 6.7%YOY สอดคล้องกับความต้องการในประเทศคู่ค้าสำคัญที่ทยอยฟื้นตัว
 - ทั้งนี้หากพิจารณาเป็นรายสินค้าจะพบว่า การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งมีแนวโน้มขยายตัวได้ดีกว่ากุ้งแปรรูป โดยได้รับปัจจัยหนุนจากการส่งออกไปยังตลาดจีนและญี่ปุ่นที่เติบโต โดยเฉพาะตลาดจีน ซึ่งมีการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งจากไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา สอดคล้องกับการขยายตัวของกลุ่มชนชั้นกลางในประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูงและมีความต้องการสินค้าอาหารประเภท luxury และอาหารทะเล เช่น กุ้ง เพิ่มขึ้น

Executive Summary

ประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหารทะเล

- **มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Barriers: NTBs)** โดยเฉพาะประเด็นเรื่องการทำประมงอย่างยั่งยืน (sustainable fishing) และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (fair labor practices) รวมไปถึงการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงความยั่งยืนและผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการในธุรกิจประมงจะต้องให้ความสำคัญมากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและหลีกเลี่ยงอุปสรรคทางการค้าจากข้อกีดกันทางการค้าที่ไม่มีใช้ภาษี (NTBs)
- **การแข่งขันจากสินค้านวัตกรรมทางเลือกใหม่ ๆ** ตัวอย่างเช่น สินค้าโปรตีนทางเลือกจากพืช และผลิตภัณฑ์ประเภท Plant-based seafood ที่มีการวิจัยและพัฒนาออกมาอย่างหลากหลายเพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคที่มีแนวโน้มหลีกเลี่ยงการบริโภคเนื้อสัตว์และนิยมบริโภคโปรตีนทางเลือกจากพืชมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน
- **นโยบายการสร้างความมั่นคงด้านอาหาร (food security) ของทางารจีน** ส่งผลให้จีนมีแนวโน้มทยอยลดการนำเข้าและพึ่งพาการผลิตภายในประเทศมากขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคต ซึ่งนโยบายดังกล่าวส่งผลกระทบต่อแนวโน้มการส่งออกสินค้าอาหารของไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าที่พึ่งพาตลาดจีนเป็นหลัก ซึ่งรวมถึงสินค้าประมงอย่างกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง

Implication ต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารทะเล

- **ผู้ประกอบการควรเร่งปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับกฎระเบียบและมาตรฐานสากล** เพื่อยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก และลดอุปสรรคทางการค้าต่าง ๆ โดยอาจพิจารณานำเทคโนโลยีที่ทันสมัย อาทิ เทคโนโลยีบล็อกเชนเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้มีความโปร่งใส และตรวจสอบได้ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงมือผู้บริโภค
- **การปรับโมเดลธุรกิจ** โดยต้องเน้นการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์อาหารทะเลที่มีความหลากหลายและแปลกใหม่ รวมไปถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มจาก by-product ในกระบวนการผลิต เช่น น้ำมันปลา, สารสกัดโปรตีนหรือวิตามินจากปลาหมึก เป็นต้น เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดและตอบโจทย์ผู้บริโภคที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน เพื่อขยายตลาดไปสู่ลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ ซึ่งมีความต้องการที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น
- **การมองหาตลาดส่งออกสินค้าประมงใหม่ ๆ เพื่อกระจายความเสี่ยงและหลีกเลี่ยงการแข่งขันในตลาดส่งออกเดิม** โดยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมควรเริ่มมองหาโอกาสในการส่งออกสินค้าไปยังตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ที่มีศักยภาพเติบโตสูง เช่น กลุ่มตะวันออกกลางหรือกลุ่มประเทศ CLMV เป็นต้น

Tuna

An underwater photograph showing several tuna swimming in clear blue water. Sunlight filters through the surface, creating bright, shimmering patterns on the fish and the water. The fish are silvery with dark stripes along their sides. The overall scene is serene and captures the natural habitat of these fish.

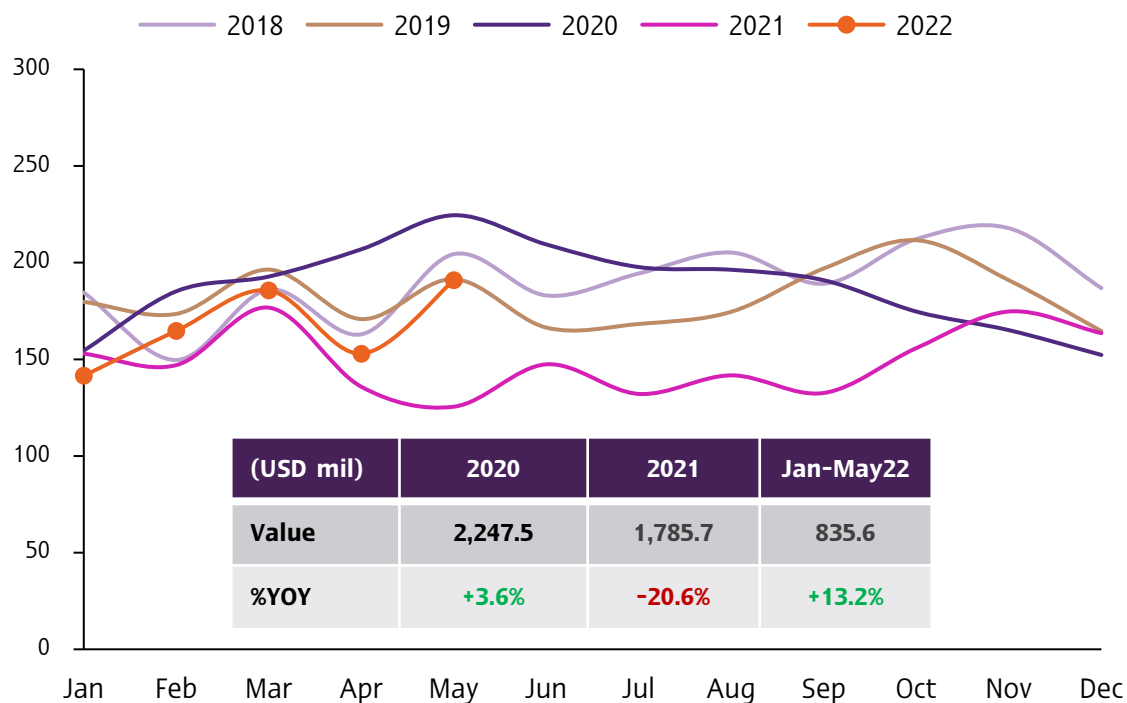
สถานการณ์อุตสาหกรรม ทูน่ากระป๋องของไทย ในช่วงที่ผ่านมา

มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยในปี 2021 อยู่ที่ 1,785.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือหดตัว -20.6%YOY ซึ่งมูลค่าการส่งออกที่หดตัวลงดังกล่าว ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากฐานที่สูง (high base effect) ในปี 2020 ซึ่งเป็นช่วงการระบาดของ COVID-19 ระลอกแรก (first wave) ที่ส่งผลให้ตลาดโลกมีความต้องการสินค้าประเภทอาหารกระป๋องต่าง ๆ รวมทั้งทูน่ากระป๋องเพิ่มขึ้นอย่างมากผิดปกติ รวมทั้งหลายประเทศมีการใช้มาตรการล็อกดาวน์เพื่อป้องกันการแพร่ระบาด และส่งผลให้เกิดสถานการณ์ Panic buying ก่อนที่สถานการณ์จะเริ่มคลี่คลายดีขึ้นและเริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติมากขึ้นในช่วงการระบาดระลอกหลัง ๆ และในปีที่ผ่านมา สำหรับการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยในช่วง 5 เดือนแรกปีนี้ พบว่ามูลค่าการส่งออกเติบโตขึ้น 13.2%YOY โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวของทั้งปัจจัยด้านราคาและปริมาณ สอดคล้องกับการส่งออกทูน่ากระป๋องไปยังตลาดส่งออกหลักของไทยที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นตามการทยอยฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจโลก รวมทั้งราคาส่งออกที่ปรับตัวสูงขึ้นตามต้นทุนวัตถุดิบนำเข้าและราคาน้ำมันดีเซล

มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยในปี 2021 หดตัว -20.6%YOY ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากสถานการณ์ COVID-19 ในต่างประเทศ ที่ทยอยปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ ขณะที่มูลค่าการส่งออก 5 เดือนแรกปี 2022 ขยายตัวสูงถึง 13.2%YOY จากปัจจัยด้านปริมาณเป็นหลัก

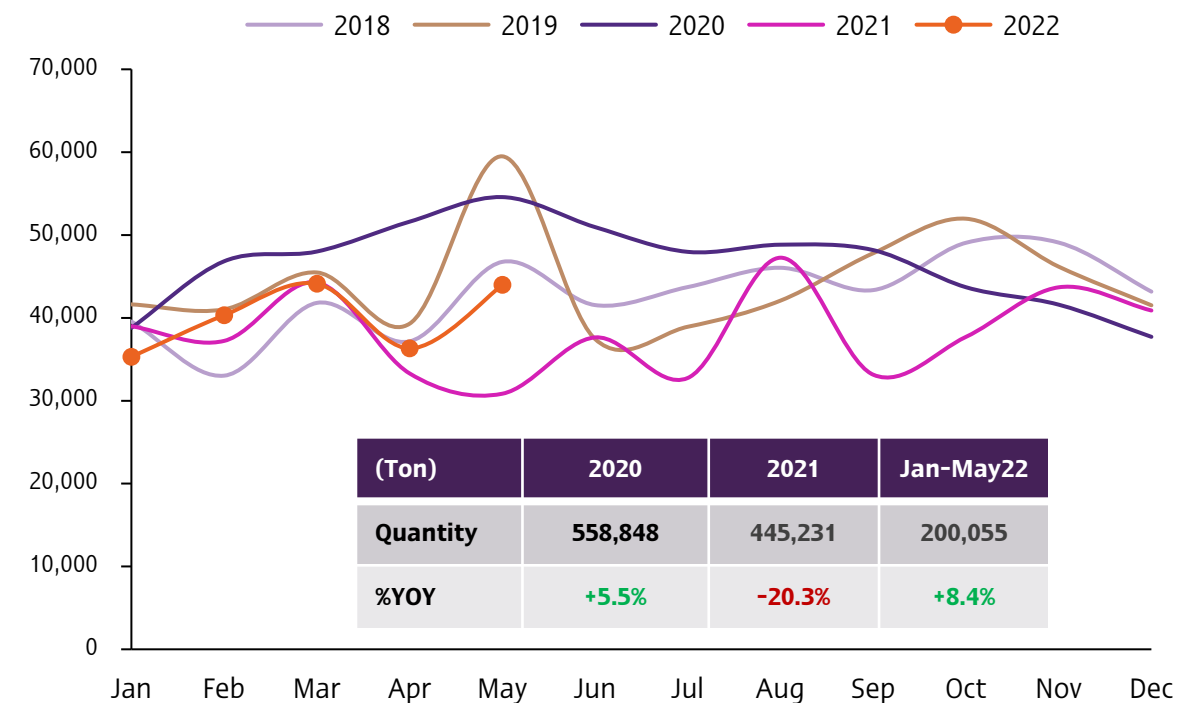
มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทย (รายเดือน)

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ



ปริมาณการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทย (รายเดือน)

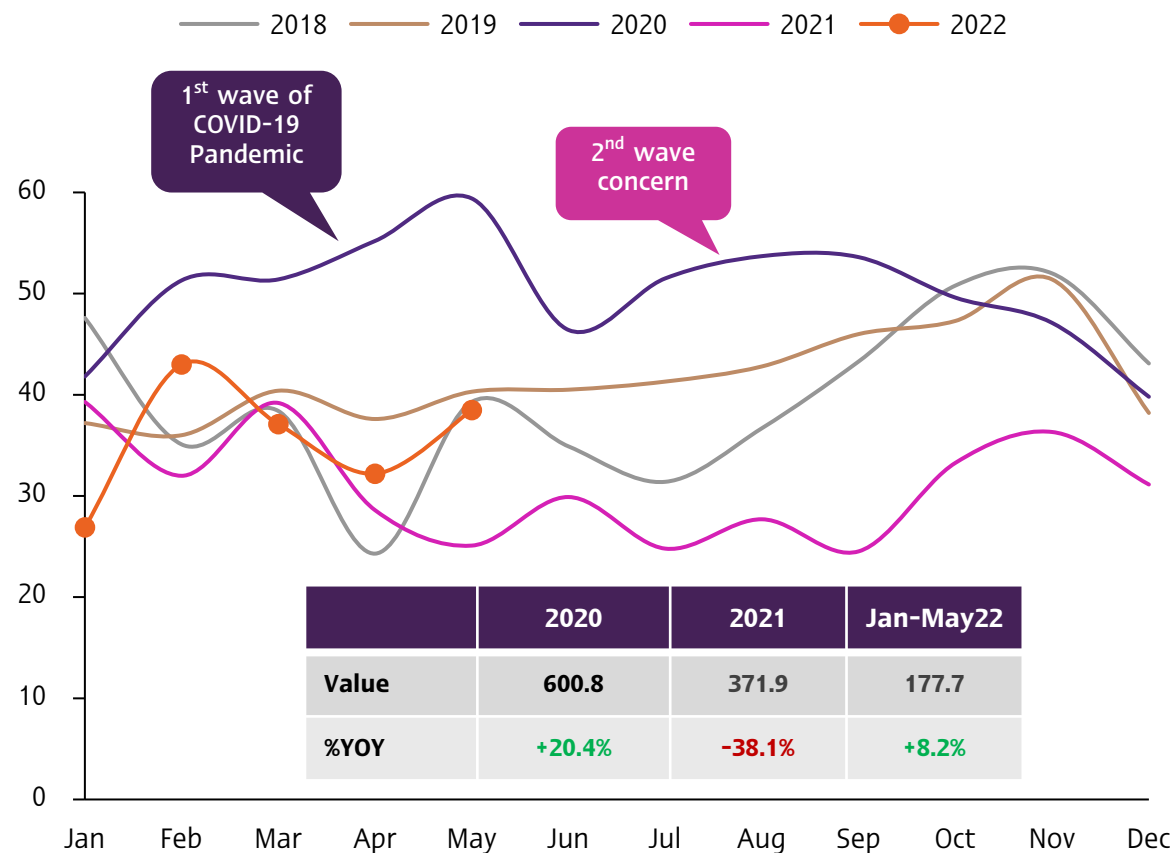
หน่วย : ตัน



ขณะที่การส่งออกทูน่ากระป๋องไปยังสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักของไทยหดตัว -38.1%YOY หลังจากขยายตัวสูงมากในปี 2020 โดยเฉพาะช่วงครึ่งแรกของปี ซึ่งเป็นการระบาดระลอกแรก (1st wave) ส่งผลให้มีการกักตุนสินค้าสำหรับช่วงมาตรการล็อกดาวน์

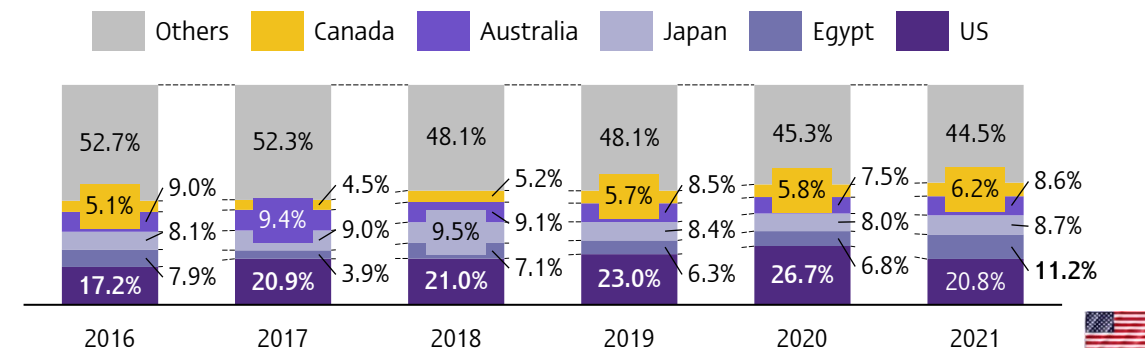
มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยไปสหรัฐฯ (รายเดือน)

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ



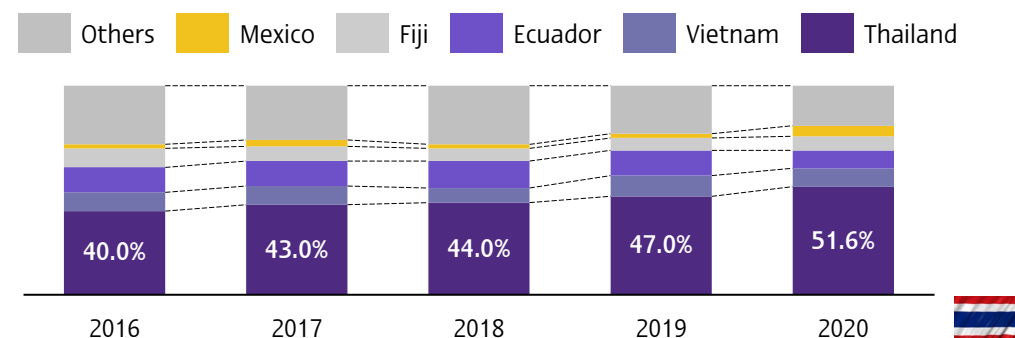
โครงสร้างการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทย

หน่วย : % ของมูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องทั้งหมด



โครงสร้างการนำเข้าทูน่ากระป๋องของสหรัฐฯ

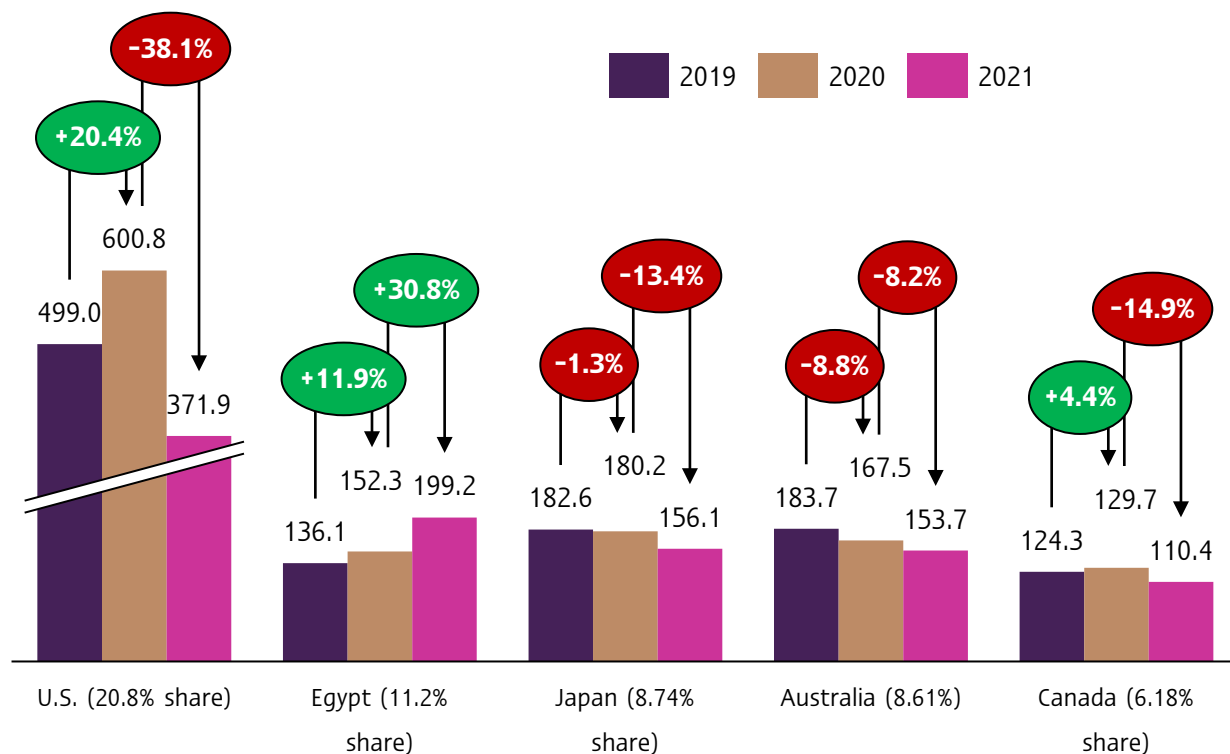
หน่วย : % ของมูลค่าการนำเข้าทูน่ากระป๋องทั้งหมด



ทั้งนี้หากพิจารณาข้อมูลการส่งออกผู้นำกระป๋องไปยังตลาดส่งออกหลัก 5 อันดับแรกในปี 2021 พบว่ามีเพียงอียิปต์ตลาดเดียว ที่มูลค่าการส่งออกยังคงเติบโตต่อเนื่อง สวนทางกับตลาดส่งออกหลักอื่น ๆ ที่มูลค่าการส่งออกกลับมาหดตัว

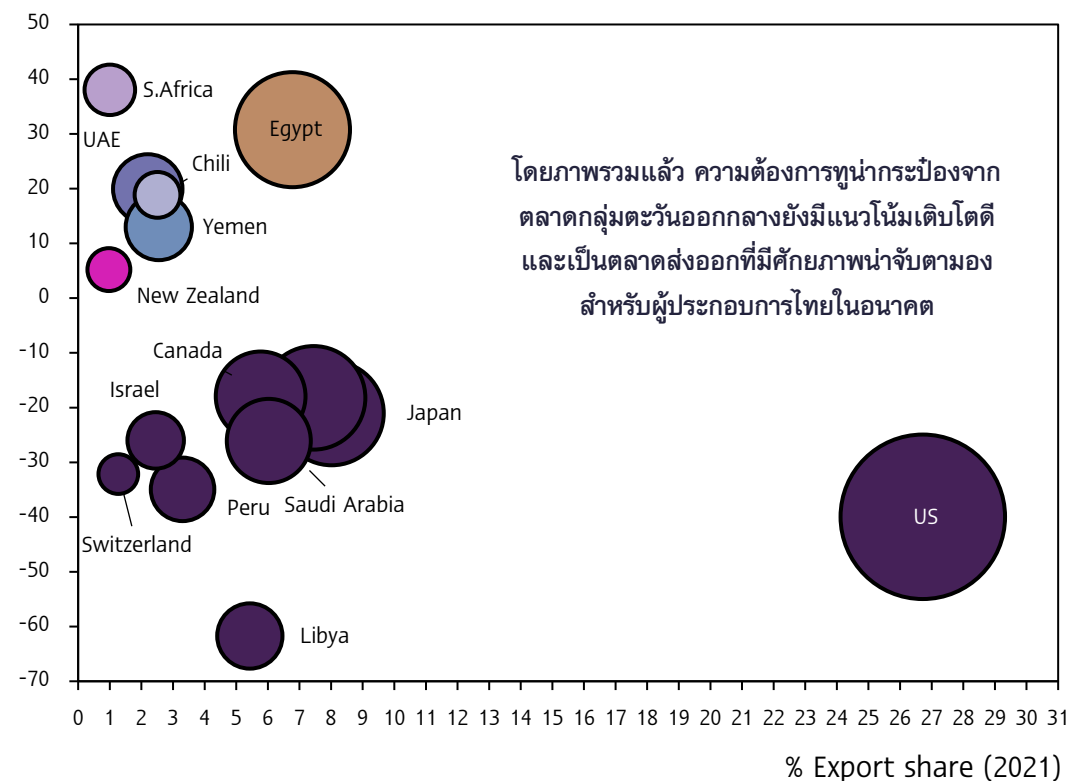
มูลค่าการส่งออกผู้นำกระป๋องของไทยไปตลาดหลัก 5 อันดับแรกของไทยในปี 2021

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ



มูลค่าการส่งออกและอัตราการเติบโตของการส่งออกผู้นำกระป๋องปี 2021

%YOY growth



หมายเหตุ : ขนาดของวงกลม หมายถึง มูลค่าการส่งออกผู้นำกระป๋องในปี 2021

แนวโน้มอุตสาหกรรม ทูน่ากระป๋องในปี 2022

สำหรับปี 2022 อุตสาหกรรมทูน่ากระป๋องของไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวดีขึ้นต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยคาดว่าจะมูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องในปีนี้มีอัตราการเติบโตที่ 9%YOY สอดคล้องกับภาพรวมกิจกรรมทางเศรษฐกิจและความต้องการจากประเทศคู่ค้าที่ทยอยปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ ขณะที่ในระยะ medium-term มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องในระดับต่ำใกล้เคียงกับอัตราการเติบโตในอดีตซึ่งอยู่ที่ราว 2-3% ต่อปี ทั้งนี้ปัจจัยที่จะสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจทูน่ากระป๋องในระยะต่อไปจะมาจากความต้องการจากประเทศในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (emerging markets) อาทิ กลุ่ม ตะวันออกกลาง, แอฟริกา, ลาตินอเมริกา รวมทั้งประเทศกลุ่ม CLMV ที่ยังมีช่องว่างให้เติบโตได้อีกมาก แต่คงต้องอาศัยระยะเวลาในการขยายตลาดเพื่อทดแทนการส่งออกไปยังตลาดหลักดั้งเดิมอย่างสหรัฐฯ ที่ความต้องการบริโภคเริ่มเข้าสู่ภาวะอิ่มตัว ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากความนิยมบริโภคทูน่ากระป๋องของผู้บริโภคสหรัฐฯ ที่ปรับทยอยปรับลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

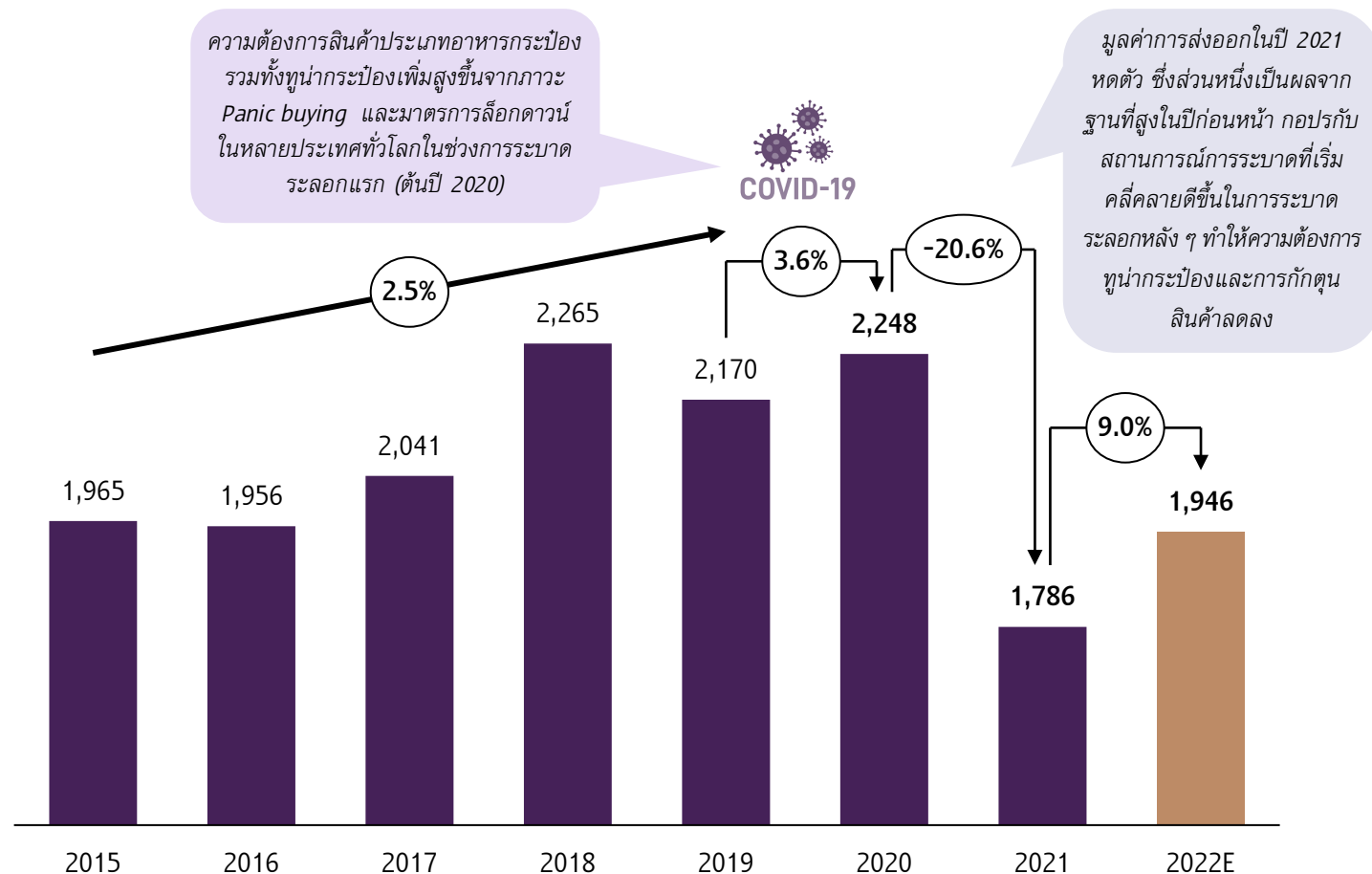
มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยในปี 2022 มีแนวโน้มกลับมาขยายตัวเป็นบวกอีกครั้งหลังจากหดตัวในปีก่อนหน้า โดยคาดการณ์การเติบโตในปีที่ 9%YOY สอดคล้องกับความต้องการในตลาดโลกที่ทยอยฟื้นตัวดีขึ้น

แนวโน้มในปี 2022 และระยะต่อไป

- มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยในปี 2022 มีแนวโน้มเติบโตขึ้นจากปีที่ผ่านมาโดยคาดการณ์ขยายตัวที่ 9%YOY จากการปรับตัวดีขึ้นของทั้งปัจจัยด้านปริมาณและราคา สอดคล้องกับความต้องการในตลาดโลกและประเทศคู่ค้าที่ทยอยฟื้นตัวดีขึ้น
- สำหรับในระยะ medium-term มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องในระดับต่ำใกล้เคียงกับอัตราการเติบโตในอดีต โดยคาดว่าจะการเติบโตจะเริ่มกลับเข้าสู่เทรนด์เดิมในช่วง Pre-COVID ซึ่งอยู่ที่ราว 2-3% ต่อปี สอดคล้องกับความต้องการของสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดผู้บริโภคหลักในสินค้าทูน่ากระป๋องที่ชะลอลง ประกอบกับการที่ผู้เล่นไทยมีการทยอยออกไปซื้อกิจการและขยายฐานการผลิตในต่างประเทศอย่างต่อเนื่องเพื่อให้อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบทูน่าและใกล้ตลาด ส่งผลให้รายได้จากการส่งออกทูน่ากระป๋องจากไทยมีแนวโน้มปรับลดลงเรื่อย ๆ
- สำหรับปัจจัยที่จะสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจทูน่ากระป๋องในอนาคตจะมาจากความต้องการในตลาดเกิดใหม่ อาทิ กลุ่มตะวันออกกลาง, แอฟริกา, ลาตินอเมริกา, กลุ่ม CLMV แต่ต้องอาศัยระยะเวลาในการขยายตลาดและเติบโตเพื่อทดแทนความต้องการจากตลาดหลักอย่างสหรัฐฯ ที่เข้าสู่ภาวะอิ่มตัว

มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทย

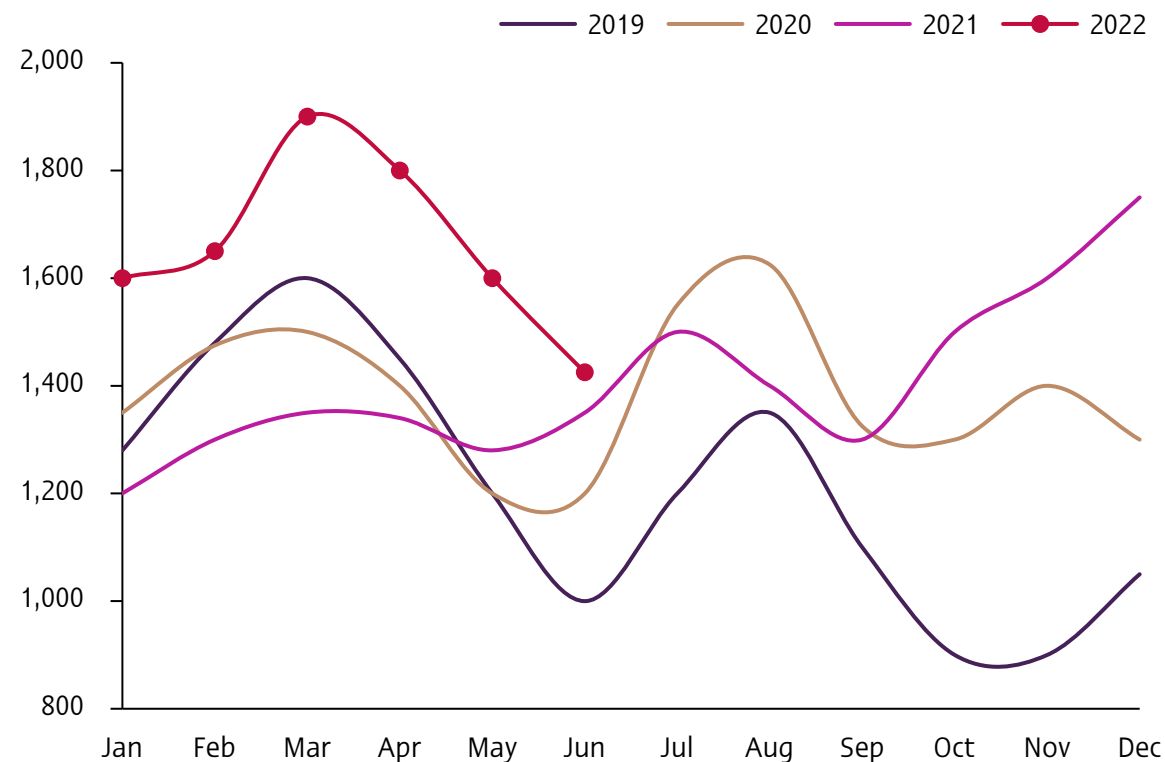
หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ



สำหรับปีนี้ ราคาวัตถุดิบทูน่านำเข้ายังมีแนวโน้มทรงตัวอยู่ในระดับสูงสอดคล้องกับความต้องการในตลาดโลกที่ฟื้นตัว รวมทั้งต้นทุนการจับปลาที่สูงขึ้นตามราคาน้ำมันดีเซล โดยราคาทูน่าเฉลี่ยในช่วง 5 เดือนแรกปีนี้อยู่ที่ 1,663 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน เพิ่มขึ้น 27.6%YOY

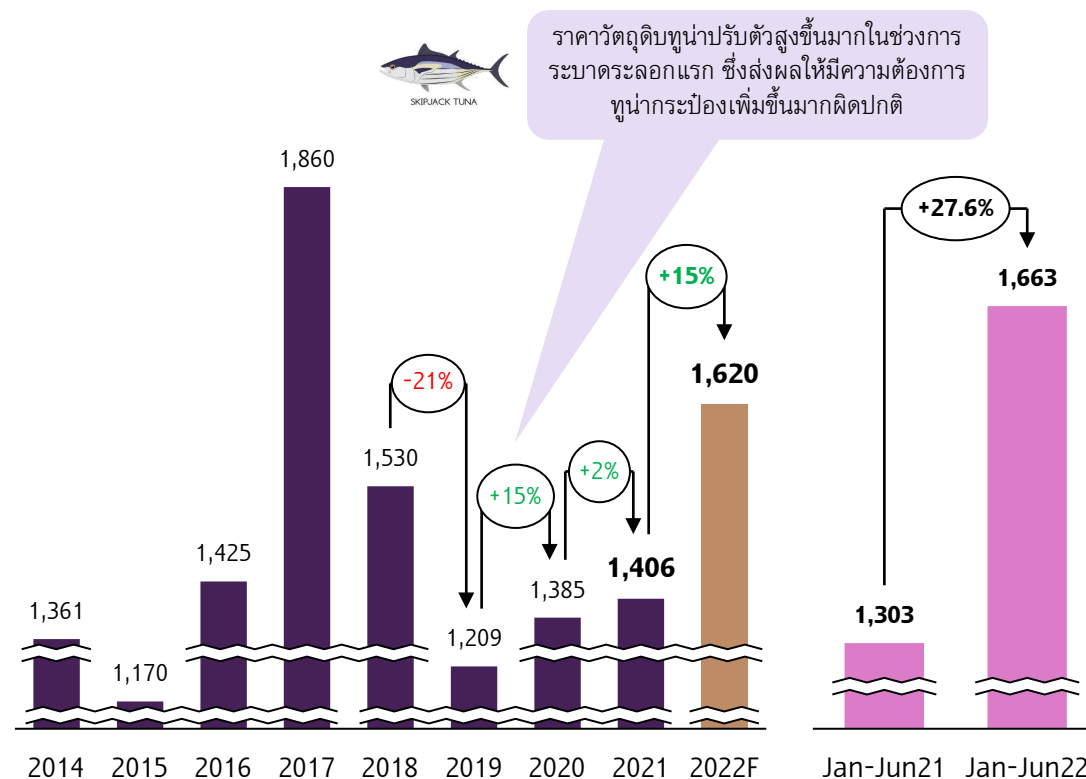
ราคาวัตถุดิบทูน่าพันธุ์ Skipjack (ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ จาก West Pacific Ocean)

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน



ราคาวัตถุดิบทูน่าพันธุ์ Skipjack (เฉลี่ยรายปี)

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน



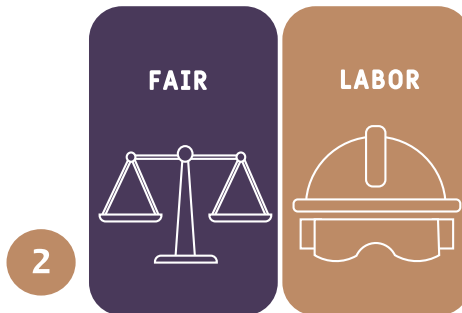
ความท้าทายและประเด็นที่ต้องจับตาในระยะต่อไป คือมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี โดยเฉพาะประเด็นเรื่อง sustainable fishing และ fair labor practices ในอุตสาหกรรมประมง รวมทั้งการแข่งขันจากสินค้านวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เริ่มแพร่หลายมากขึ้น

Key issues and challenges



การให้ความสำคัญกับการประมงอย่างยั่งยืน (sustainable fishing)

- “การทำประมงอย่างยั่งยืน” ได้กลายเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ถูกหยิบยกเป็นประเด็นในการกีดกันทางการค้าทั่วโลก
- ดังนั้น ไทยจึงจำเป็นต้องเร่งยกระดับการจัดการประมง และระบบการผลิตสินค้าประมงของไทยให้ได้มาตรฐานสากล และเป็นที่ยอมรับของนานาชาติ ในด้านการจัดหาวัตถุดิบที่มาจากประมงที่มีความรับผิดชอบ มีผลกระทบต่อระบบนิเวศน้อยที่สุด เกิดความยั่งยืนของทรัพยากรประมง ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้อย่างโปร่งใส



การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (fair labor practices)

- ประเทศไทยยังคงถูกกล่าวหาในเรื่องปัญหาการค้ำมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาการใช้แรงงานต่างด้าวในอุตสาหกรรมประมงอย่างต่อเนื่อง โดยล่าสุดเมื่อช่วงกลางปี 2021 รัฐบาลสหรัฐฯ ได้ปรับลดการจัดอันดับการค้ำมนุษย์ของไทยลงจาก Tier 2 เป็น Tier 2 Watchlist สะท้อนถึงสถานการณ์การค้ำมนุษย์ในไทยปรับตัวแย่ลง
- อนึ่ง สำหรับผลการประเมินปัญหาการค้ำมนุษย์ในปีนี้อาจคาดว่าไทยน่าจะได้รับการเลื่อนอันดับจาก Tier 2 Watchlist ขึ้นมาเป็น Tier 2 จากความพยายามป้องกันและแก้ปัญหาดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งยังมีความคืบหน้าด้านแผนการดำเนินงานตามคำแนะนำของรัฐบาลสหรัฐฯ ที่ระบุในการประเมินในปี 2021 อีกด้วย

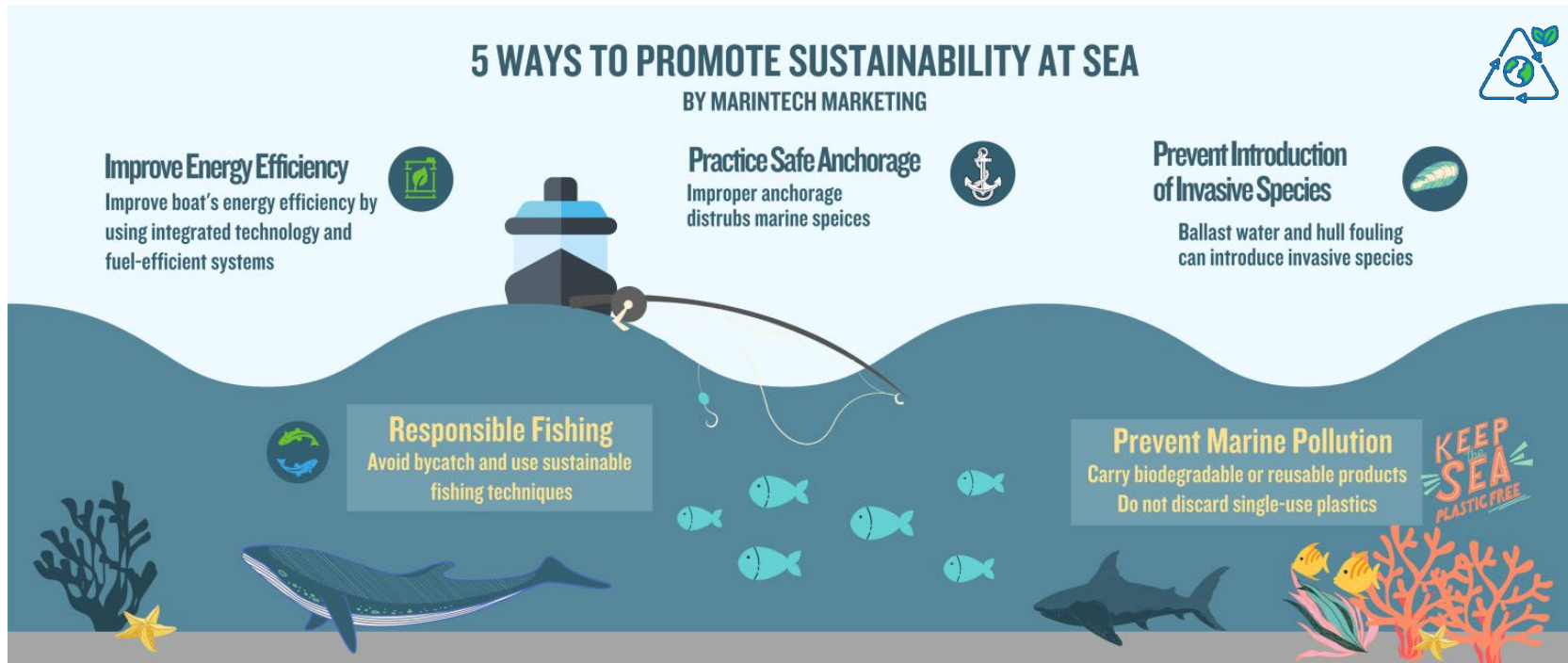


การแข่งขันจากสินค้านวัตกรรมใหม่ ๆ (new alternative protein)

- ผลิตภัณฑ์อาหารประเภท Plant-based protein และ Plant-based seafood มีแนวโน้มได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในตลาดโลกมากขึ้น สะท้อนได้จากการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ รวมทั้งยังมีแบรนด์ต่าง ๆ เข้ามาทำตลาดมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ปัจจุบันเริ่มมีผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารเข้ามาพัฒนาและทำตลาดในอาหารกลุ่มนี้มากขึ้น โดยใช้วัตถุดิบที่ทำมาจากสาหร่ายและโปรตีนถั่วเขียว ดังนั้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารทะเลจึงต้องเฝ้าระวังการแข่งขันจากสินค้านวัตกรรมใหม่ ๆ เหล่านี้ที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้น

การให้ความสำคัญกับการทำประมงอย่างยั่งยืน (sustainable fishing) เป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมประมง และผลิตภัณฑ์ทูน่าจะต้องให้ความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและลดอุปสรรคทางการค้าจาก NTBs

แนวทางการบริหารจัดการเพื่อมุ่งไปสู่การประมงอย่างยั่งยืน (sustainable fishing)



- การทำประมงอย่างยั่งยืน คือการทำประมงในระดับที่สามารถควบคุมและรักษาปริมาณสัตว์น้ำในท้องทะเลให้มีจับได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่เป็นการประมงที่ทำลายหรือส่งผลเสียให้เกิดความไม่สมดุลของระบบนิเวศในท้องทะเลและมหาสมุทร โดยมีหลักการสำคัญ 3 เรื่อง ได้แก่
 1. Sustainable fish stocks
 2. Minimizing environmental impacts
 3. Effective fisheries management

ขณะเดียวกันปัญหาการค้ำมนุษย์ในอุตสาหกรรมประมงและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ก็เป็นสิ่งที่ไทยต้องเร่งแก้ไข โดยล่าสุด สหรัฐฯ ได้ปรับลดอันดับการค้ำมนุษย์ของไทยจาก Tier 2 เป็น Tier 2 Watchlist ซึ่งเป็นการปรับลดครั้งแรกในรอบ 4 ปี

การจัดอันดับการค้ำมนุษย์ของไทยโดยรัฐบาลสหรัฐฯ (Thailand TIER ranking by year)



ความหมายของแต่ละ Tier :

Tier 1 – รัฐบาลพยายามดำเนินการอย่างจริงจังจนอัตราการค้ำมนุษย์อยู่ในระดับต่ำ

Tier 2 – รัฐบาลยังดำเนินการไม่สอดคล้องกับมาตรฐานขั้นต่ำของสหรัฐฯ แต่มีความพยายามปรับปรุงอย่างมีนัยสำคัญ

Tier 2 Watchlist – กลุ่มประเทศที่ต้องจับตามอง เพราะมีเหตุจากการค้ำมนุษย์เพิ่มสูงขึ้น และไม่มีหลักฐาน/มีหลักฐานไม่เพียงพอที่จะบ่งชี้ว่ารัฐบาลกำลังพยายามปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาดังกล่าว

Tier 3 – รัฐบาลดำเนินการไม่สอดคล้องกับมาตรฐานขั้นต่ำของสหรัฐฯ และไม่มี ความพยายามปรับปรุงแก้ไข



การแข่งขันในตลาดมีแนวโน้มรุนแรงขึ้นเพื่อตอบรับกระแสการเติบโตของตลาด Alternative protein ทั่วโลก โดยพบว่าปัจจุบันผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารได้หันมาพัฒนาผลิตภัณฑ์โปรตีนทางเลือกในรูปแบบ “Plant-based Meat & Seafood” กันมากขึ้น

ไทยยูเนี่ยนหันมาลุยธุรกิจโปรตีนทางเลือกจากพืช (Plant-based Meats & Seafood)

- **Business Model :** 
 - รับจ้างผลิต (OEM) ให้กับแบรนด์และ supermarket chain ต่าง ๆ ทั้งในไทยและต่างประเทศ เช่น Tesco UK, etc.
 - ผลิตสินค้าแบรนด์ของบริษัทเอง (owned brand) เพื่อเจาะตลาด B2B และ B2C ภายใต้แบรนด์ “OMG Meat” เตรียมวางจำหน่ายผ่านช่องทาง Modern Trade เช่น The Mall, Macro, Lotus, etc.
- TU ตั้งเป้ารายได้จากธุรกิจ Plant-based Meat & Seafood ในปี 2021 ที่ 100 ล้านบาท และเพิ่มเป็น 1,000 ล้านบาทภายใน 5 ปี



ทั้งนี้ปัจจุบันมูลค่าตลาด Plant-based Meat & Seafood ทั่วโลกอยู่ที่ 18,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยในจำนวนนี้เป็น **Plant-based Seafood เพียง 0.1% ของมูลค่าตลาดรวม** โดยคาดการณ์ว่าภายใน 5 ปีนี้ ตลาด Plant-based protein จะเติบโตขึ้นไปอยู่ที่ 36,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และสัดส่วนของ segment Plant-based Seafood จะขยับขึ้นเป็น 10% ของมูลค่าตลาดรวม

ภัยต่อภาคธุรกิจ

การปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อตอบโจทย์ความท้าทายและโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ในอนาคต



ขยายฐานลูกค้าไปยังตลาดที่มีศักยภาพเติบโตสูง เพื่อทดแทนความต้องการจากตลาดหลัก ที่เริ่มมีแนวโน้มเข้าสู่ภาวะอิ่มตัว

- ผู้ประกอบการควรพยายามขยายการส่งออกขุนากะป๋องไปยังตลาดผู้บริโภคที่มีศักยภาพการเติบโตสูง อาทิ ตลาดกลุ่ม emerging markets หรือตลาดตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นหนึ่งในตลาดผู้บริโภคที่มีความน่าสนใจและมีศักยภาพการเติบโตสูงต่อเนื่องในอนาคต สะท้อนได้จากอัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออกที่อยู่ในระดับสูง เมื่อเทียบกับอัตราการเติบโตในตลาดส่งออกดั้งเดิมอย่างสหรัฐฯ



บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจ ให้มีความโปร่งใสและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อลดอุปสรรคและข้อกีดกันทางการค้า

- การให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลและปฏิบัติต่อแรงงานในอุตสาหกรรมประมงอย่างถูกต้องและเป็นธรรม รวมทั้งคำนึงถึงการทำประมงอย่างยั่งยืน (Sustainable fishing) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานสากล เพื่อลดการกีดกันทางการค้า โดยเฉพาะอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภาษี โดยอาจพิจารณานำเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่าง ๆ อาทิ บล็อกเชน มาใช้ในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้โปร่งใสมากขึ้น



วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น และการปรับตัวเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

- ผู้ประกอบการต้องหันมาให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา รวมทั้งใช้นวัตกรรมต่าง ๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้น รวมไปถึงการใช้ประโยชน์จาก by-products เช่น น้ำมันปลา, Oil-based products หรือการสกัดโปรตีนหรือวิตามินจากปลาทูน่า เป็นต้น
- ผู้ประกอบการต้องเตรียมรับมือกับการแข่งขันในตลาดที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นจากกระแสความนิยมอาหารทางเลือกประเภท Alternative proteins และ Plant-based ประเภทต่าง ๆ



Shrimp



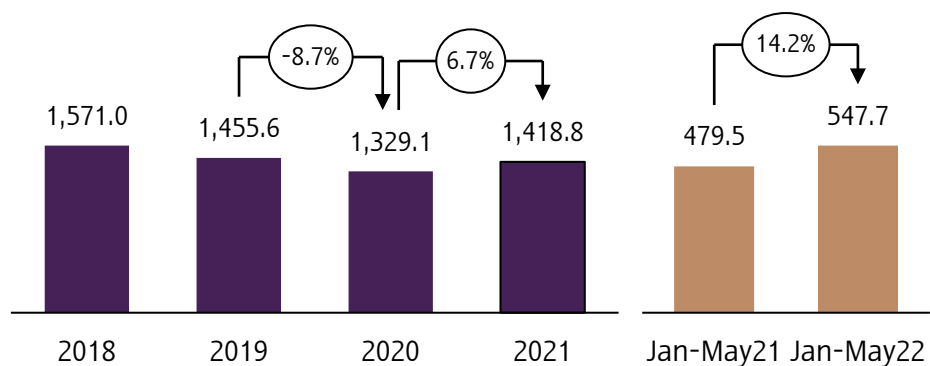
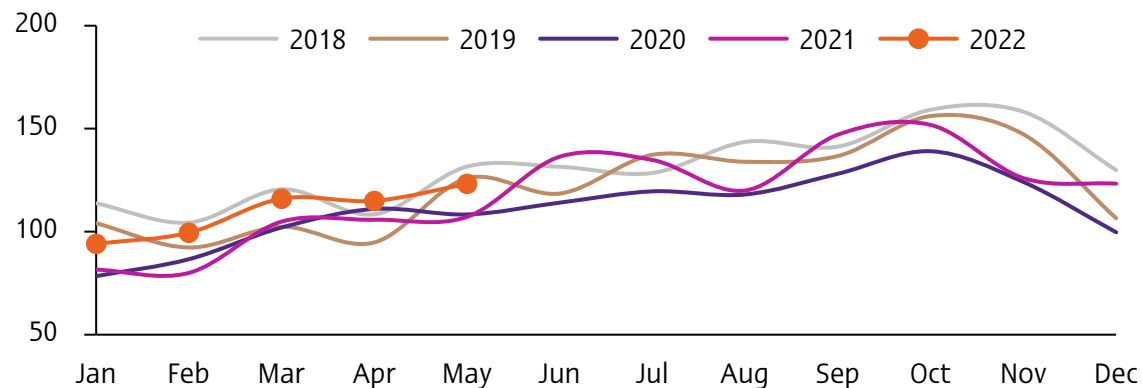
สถานการณ์อุตสาหกรรมกุ้ง ของไทยในช่วงที่ผ่านมา

มูลค่าการส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์ของไทยในปี 2021 อยู่ที่ 1,418.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว 7%YOY หลังจากหดตัว 9%YOY ในปีก่อนหน้า สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่เริ่มฟื้นตัว รวมทั้งการรับมือกับปัญหาการแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้ดีขึ้นในหลายประเทศ และความเข้มงวดของมาตรการด้านต่าง ๆ ที่ผ่อนคลายลง ส่งผลให้ความต้องการบริโภคกุ้งเพิ่มขึ้นตามไปด้วย สำหรับการส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์ในช่วง 5 เดือนแรกปี 2022 พบว่ามูลค่าการส่งออกกุ้งยังคงขยายตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้น 14.2% จากช่วงเดียวกันปีก่อน ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวของปัจจัยด้านราคาส่งออกเป็นหลัก โดยสหรัฐฯ ยังคงเป็นตลาดส่งออกกุ้งอันดับ 1 ของไทย ทั้งในส่วนของกุ้งแปรรูปและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง อย่างไรก็ตามความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกกุ้งไทยเริ่มปรับลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา สะท้อนได้จากส่วนแบ่งตลาด (market share) ทั้งในตลาดส่งออกหลักดั้งเดิมและตลาดใหม่ที่มีศักยภาพอย่างจีนที่ทยอยลดลงอย่างต่อเนื่อง

การส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์ของไทยมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องจากปี 2021 สอดคล้องกับความต้องการของประเทศคู่ค้าที่ทยอยฟื้นตัวขึ้นตามลำดับ โดยมูลค่าและปริมาณส่งออกกุ้งในช่วง 5 เดือนแรกปีนี้ ขยายตัว 14.2%YOY และ 4.6%YOY ตามลำดับ

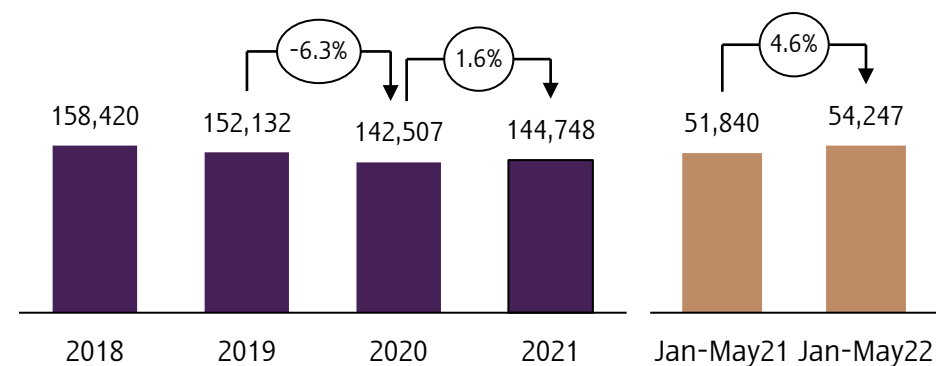
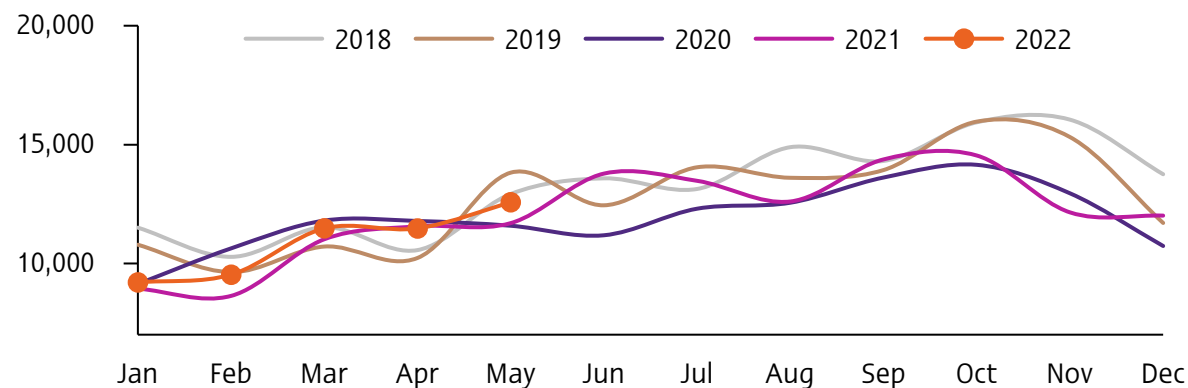
มูลค่าการส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์* ของไทย (รายเดือนและรายปี)

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ



ปริมาณการส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์* ของไทย (รายเดือนและรายปี)

หน่วย : ตัน

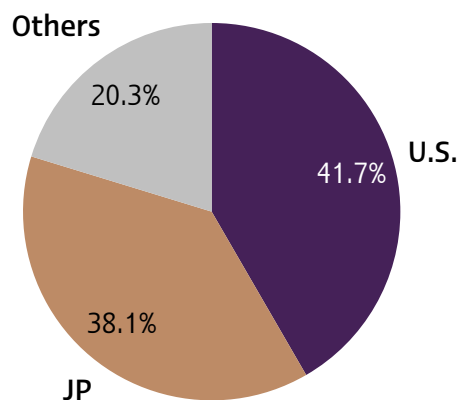


หากพิจารณาเป็นรายสินค้าจะพบว่า การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งขยายตัวได้ดีกว่ากุ้งแปรรูป โดยได้รับปัจจัยหนุนจากการส่งออกไปยังตลาดจีนและญี่ปุ่นที่เติบโต

การส่งออกกุ้งแปรรูปของไทย (30% export share)

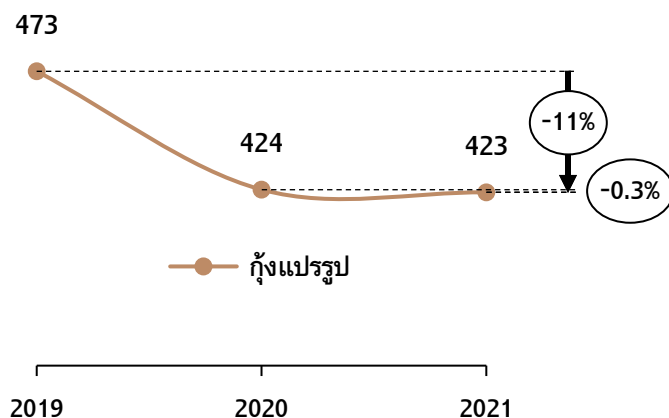
โครงสร้างตลาดส่งออก

ปี 2021



มูลค่าการส่งออก

(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

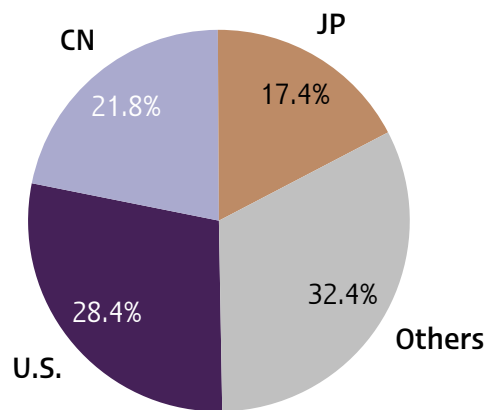


Export value, USD mil. (%YOY)	Total	US	JP
ปี 2020	-10.47%	2.83%	-16.69%
ปี 2021	-0.28%	-1.54%	-0.48%

การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย (48% export share)

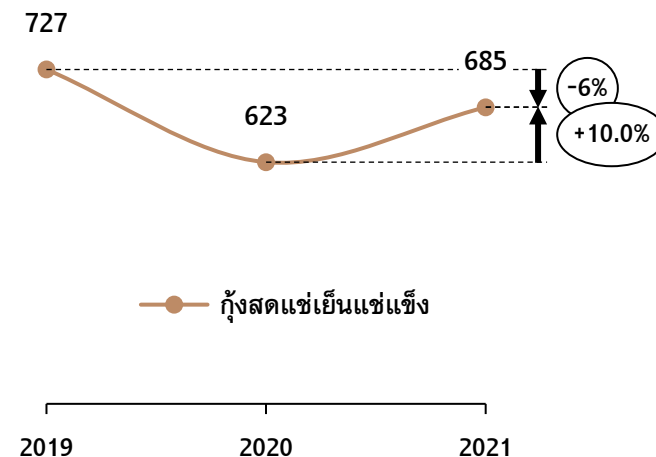
โครงสร้างตลาดส่งออก

ปี 2021



มูลค่าการส่งออก

(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

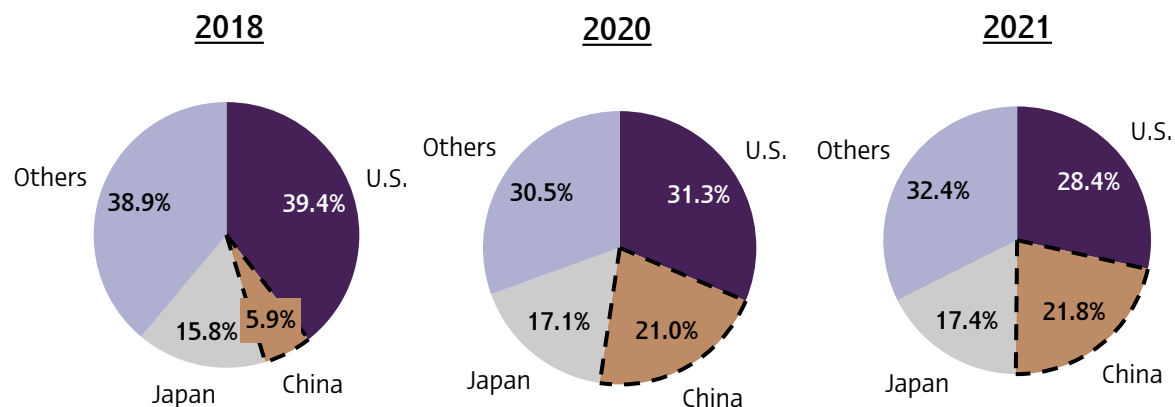


Export value, USD mil. (%YOY)	Total	US	CN	JP
ปี 2020	-14.39%	-4.36%	-26.53%	-22.62%
ปี 2021	+9.96%	-0.22%	+13.95%	+11.89%

จีน คือตลาดส่งออกที่มีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ สะท้อนได้จากโครงสร้างตลาดส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา จนปัจจุบันกลายเป็นตลาดส่งออกรายใหญ่อันดับ 2 ของไทย รองจากสหรัฐฯ

โครงสร้างตลาดส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย

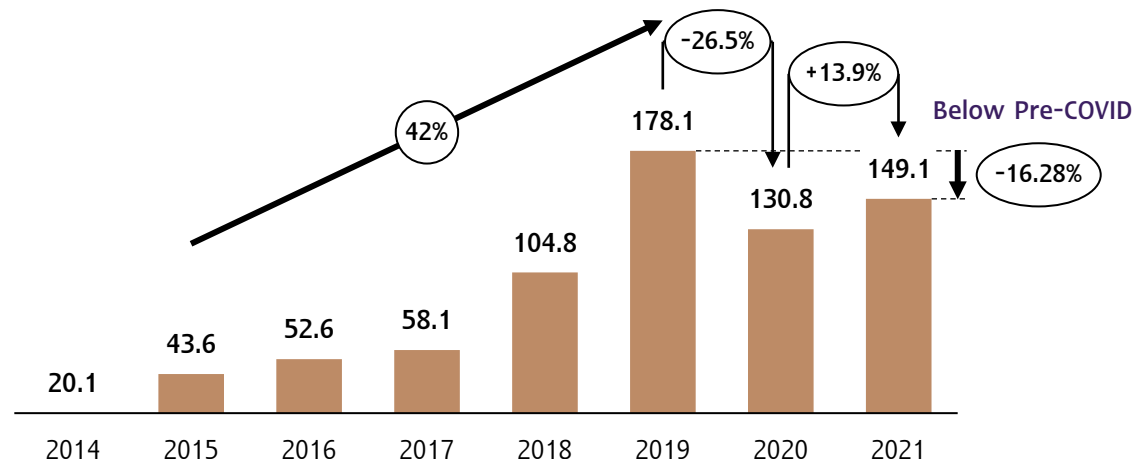
หน่วย : % ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด



โครงสร้างการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปตลาดจีนปรับเปลี่ยนจาก 5.9% ในปี 2018 มาอยู่ที่ 21.8% ในปี 2021 และมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นต่อเนื่อง สวนทางการส่งออกกุ้งสดไปตลาดสหรัฐฯ ที่เริ่มมีส่วนแบ่งตลาดลดลงเรื่อย ๆ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นด้วย

มูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไปตลาดจีน

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ (LHS)

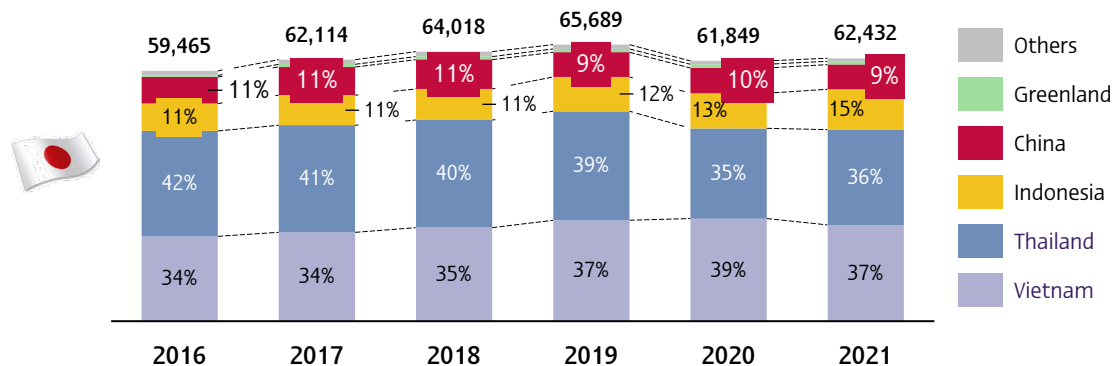
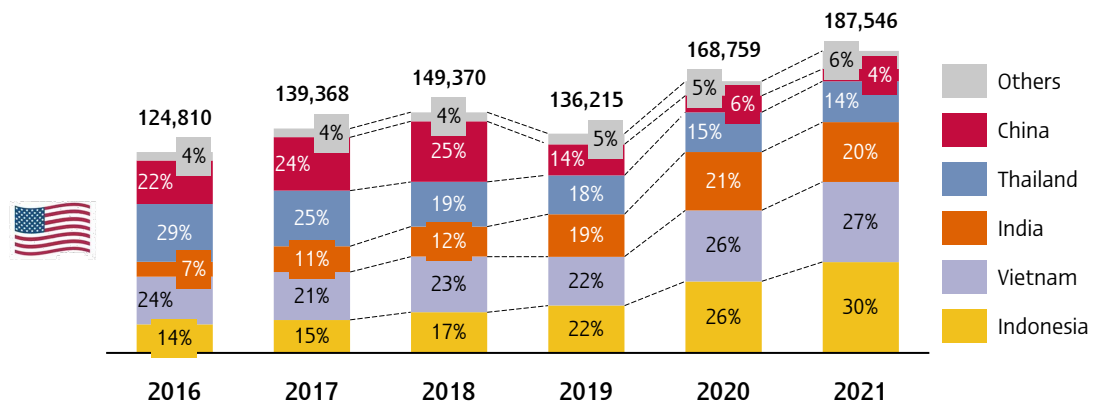


การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไปจีนเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วตั้งแต่ปี 2015 เป็นต้นมา สะท้อนถึงความต้องการบริโภคกุ้งของชาวจีนที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ปัจจุบันจีนกลายเป็นประเทศที่นำเข้ากุ้งมากเป็นอันดับ 1 ของโลก ทั้งนี้ปัจจัยหลักที่ขับเคลื่อนการเติบโตมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจที่โดดเด่นและการขยายตัวของกลุ่มชนชั้นกลางในประเทศ โดยพบว่าสินค้าที่มีศักยภาพเติบโตโดดเด่น คือ กลุ่ม easy-to-cook และ ready-to-eat shrimp ขณะเดียวกันช่องทางการขายผ่านออนไลน์ยังได้รับความนิยมและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นปัจจัยหนุนสำคัญที่ทำให้การส่งออกกุ้งเติบโตขึ้น

อย่างไรก็ดี ความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกกุ้งไทยเริ่มปรับลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา สะท้อนได้จากส่วนแบ่งตลาด (market share) โดยเฉพาะในตลาดส่งออกหลักที่ทยอยลดลง ทั้งในส่วนของกุ้งแปรรูปและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง

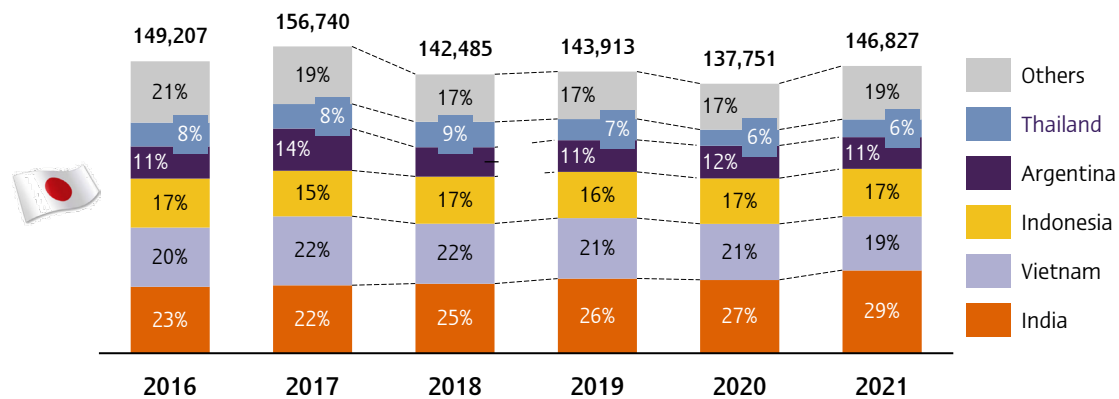
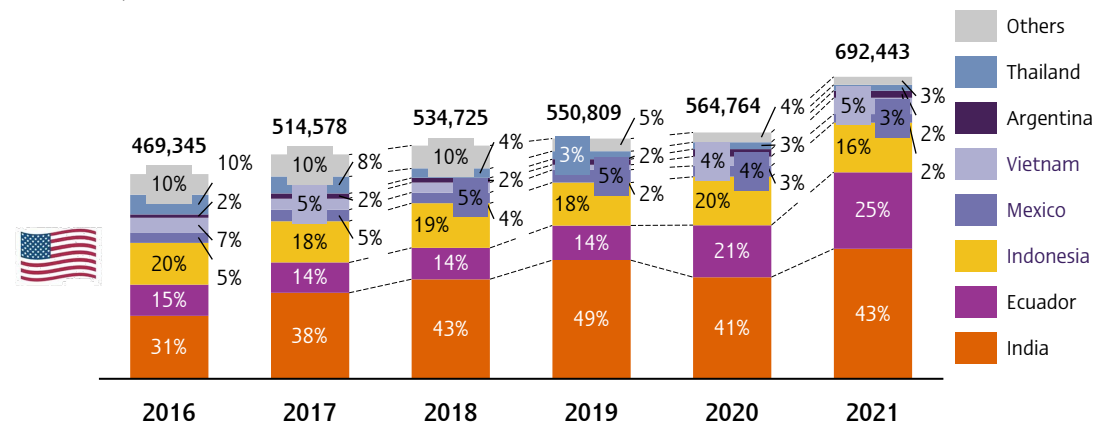
ปริมาณการนำเข้ากุ้งแปรรูปของสหรัฐฯ และญี่ปุ่น

หน่วย : ตัน, % ของปริมาณการนำเข้าทั้งหมด



ปริมาณการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของสหรัฐฯ และญี่ปุ่น

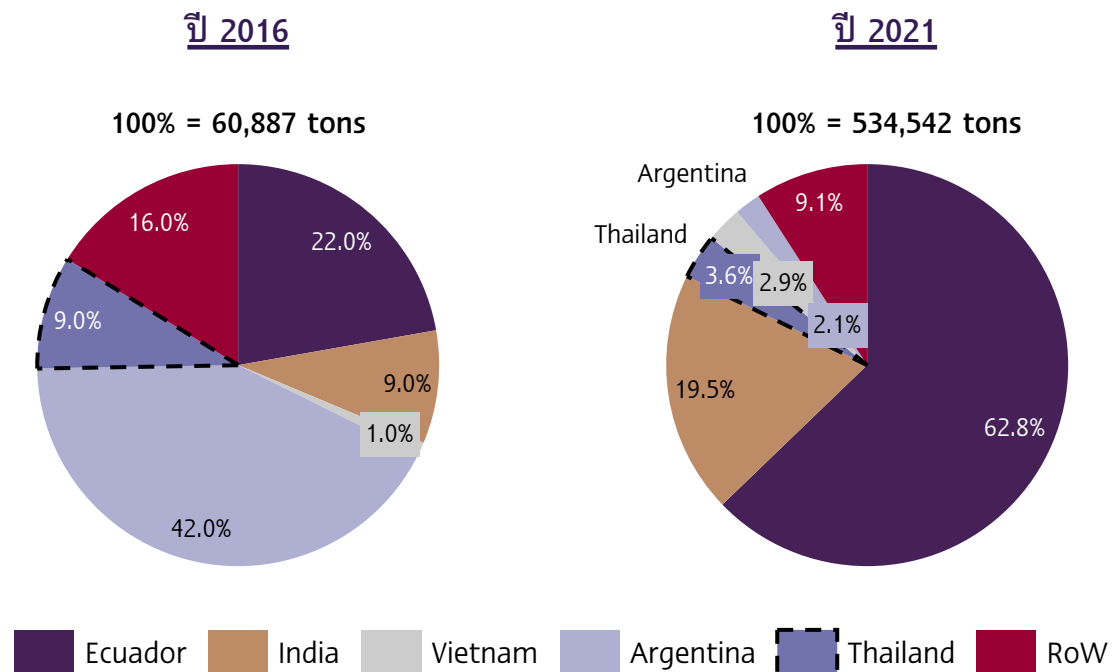
หน่วย : ตัน, % ของปริมาณการนำเข้าทั้งหมด



ขณะที่แนวโน้มการแข่งขันในตลาดส่งออกที่มีศักยภาพอย่างจีนก็รุนแรงมากขึ้นเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะจากคู่แข่งที่มีต้นทุนต่ำอย่างเอกวาดอร์ และอินเดีย ที่มีส่วนแบ่งตลาดในสินค้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งเพิ่มสูงขึ้นมากจนกลายเป็น supplier หลักของจีนในปัจจุบัน

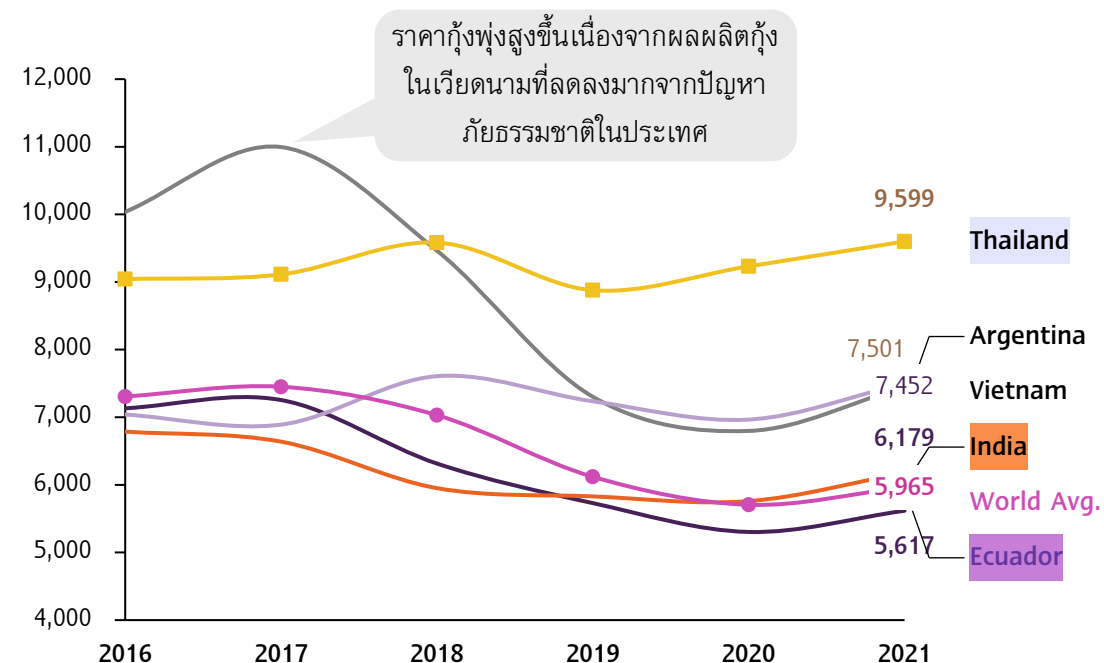
ปริมาณการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของจีน (เปรียบเทียบปี 2016 และปี 2021)

หน่วย : ตัน, % ของปริมาณการนำเข้าทั้งหมด



ราคานำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของจีน รายประเทศสำคัญ

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน



แนวโน้มอุตสาหกรรมกุ้ง ในปี 2022

สำหรับปี 2022 อุตสาหกรรมกุ้งของไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยคาดว่ามูลค่าการส่งออกกุ้งในปีนี้มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 14.6%YOY หลังจากเติบโตขึ้น 6.7%YOY ในปี 2021 สอดคล้องกับภาพรวมความต้องการจากประเทศคู่ค้าที่ทยอยปรับตัวดีขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในประเทศ อย่างไรก็ตาม ยังคงต้องเฝ้าระวังความเสี่ยงจากสงครามรัสเซีย-ยูเครนที่ยืดเยื้อ ปัญหาเรื่องการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศและค่าระวางเรือที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมไปถึงภาวะเงินเฟ้อที่เร่งตัวสูงขึ้นมากในหลายประเทศทั่วโลกที่อาจกระทบต่อแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภค โดยคาดว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะยังมีความต้องการสินค้ากุ้งที่มีราคาไม่สูงมากนัก ส่งผลให้ผู้ค้าอาจจะสามารถปรับขึ้นราคาเพื่อส่งผ่านต้นทุนที่สูงขึ้นได้เพียงบางส่วนเท่านั้น ซึ่งจะทำให้อัตรากำไรของผู้ประกอบการในธุรกิจมีแนวโน้มลดต่ำลง

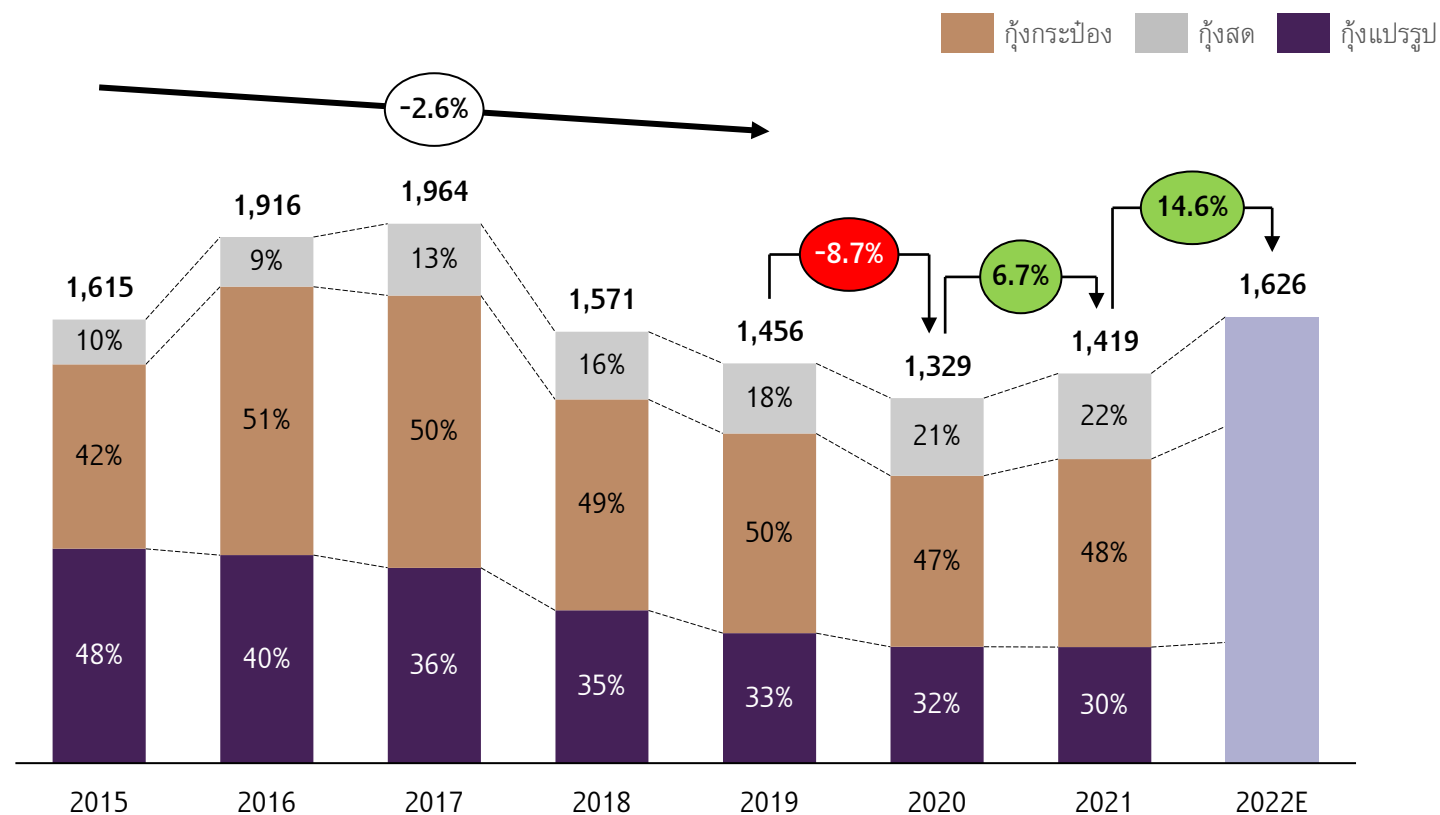
การส่งออกกุ้งของไทยในปี 2022 มีแนวโน้มเติบโตดีขึ้นต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา สอดคล้องกับความต้องการในตลาดโลกที่ทยอยฟื้นตัวดีขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ โดยคาดว่ามูลค่าการส่งออกกุ้งในปีนี้จะขยายตัวที่ราว 15%YOY

แนวโน้มในปี 2022 และระยะต่อไป

- มูลค่าการส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์ของไทยในปี 2022 มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยคาดว่าจะขยายตัว 14.6%YOY หลังจากเติบโตขึ้น 6.7%YOY ในปี 2021 ซึ่งแนวโน้มการเติบโตดังกล่าวสอดคล้องกับภาพรวมความต้องการบริโภคกุ้งในตลาดโลกที่ทยอยฟื้นตัวดีขึ้นตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ยังคงต้องจับตาความต้องการจากตลาดส่งออกหลักอย่างสหรัฐฯ ที่อาจมีแนวโน้มเติบโตชะลอลงท่ามกลางการฟื้นตัวที่ยังคงเปราะบางและความเสี่ยงในระบบเศรษฐกิจที่สูงขึ้นในปัจจุบัน
- ขณะที่ในระยะ medium-term (2023-2025) การส่งออกกุ้งมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นต่อเนื่องตามการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก และความต้องการจากกลุ่มประเทศ emerging markets ที่เพิ่มขึ้น
- อย่างไรก็ตาม ภายใต้สถานการณ์ที่ภาวะเศรษฐกิจยังไม่ดีและมีความเสี่ยงสูง ผู้บริโภคยังมีแนวโน้มต้องการสินค้ากุ้งที่มีราคาไม่แพง ทำให้ผู้ค้าอาจจะไม่สามารถปรับราคาขายให้สูงขึ้นได้มากนัก ประกอบกับการแข่งขันด้านราคาที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันอีกด้วย

มูลค่าการส่งออกกุ้งของไทย

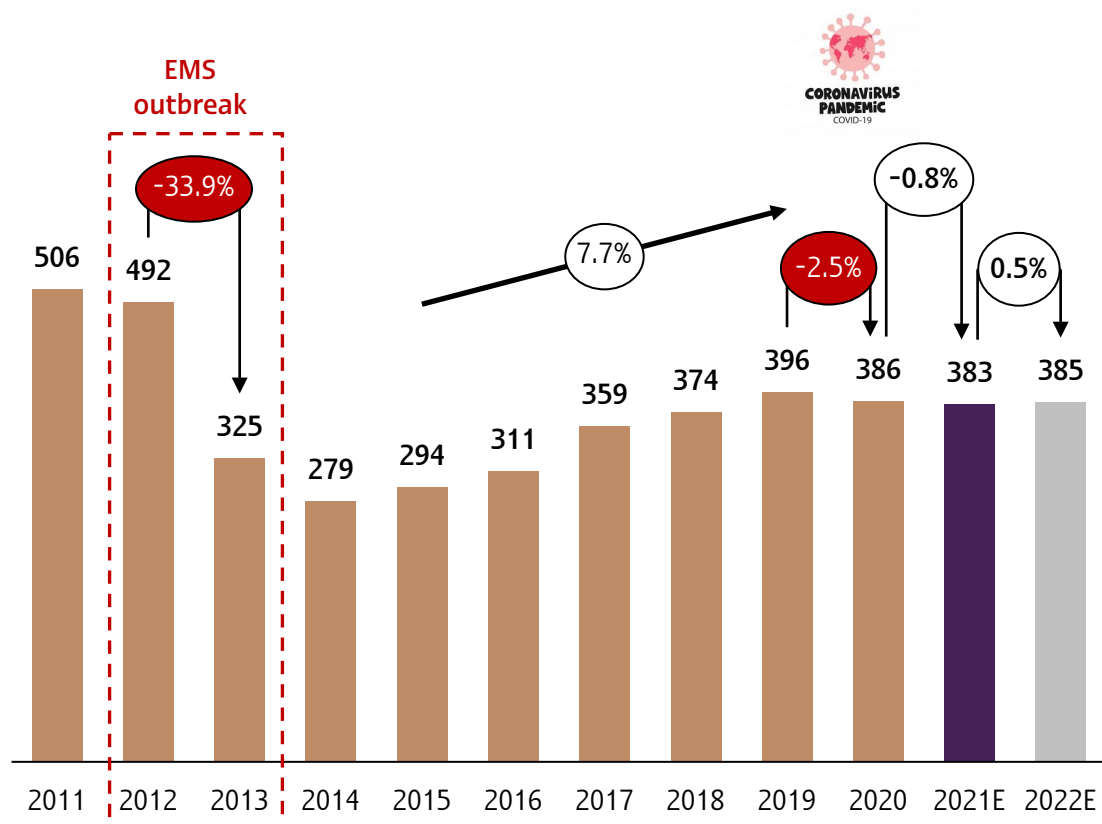
หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ



ปริมาณพลผลิตกุ้งในปี 2022 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยคาดการณ์พลผลิตกุ้งยาวที่ 385,000 ตัน สอดคล้องกับภาพรวมความต้องการบริโภคกุ้งในตลาดโลกที่ปรับตัวดีขึ้น

ปริมาณพลผลิตกุ้งขาวแวนาไมของไทย (รายปี)

หน่วย : พันตัน



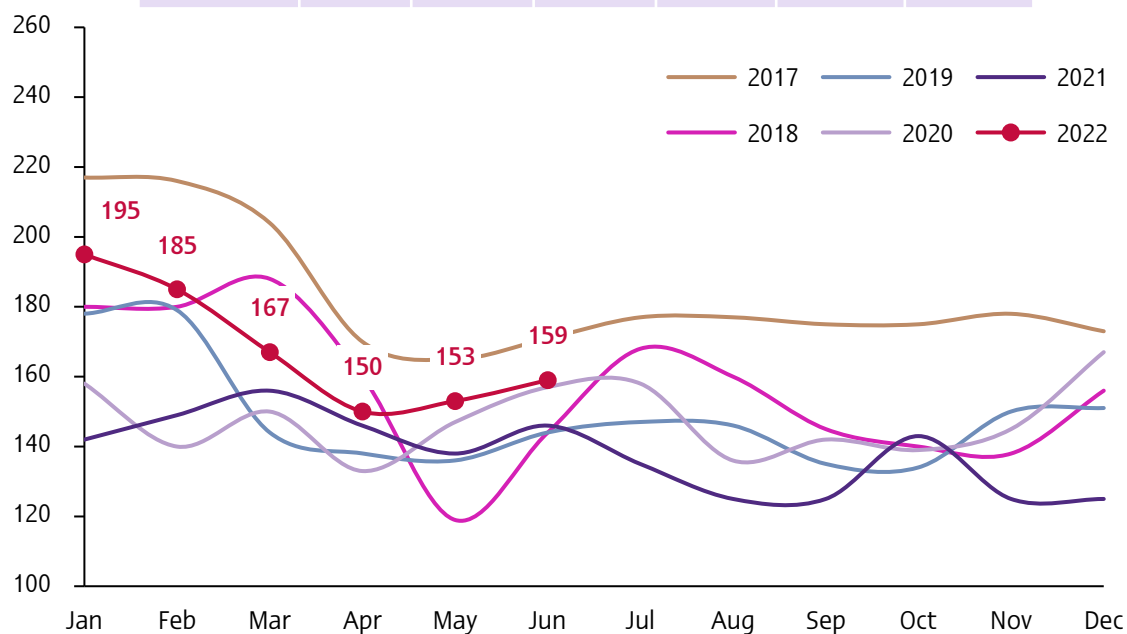
- ผลผลิตกุ้งของไทยในปี 2022 มีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากปี 2021 ไปอยู่ที่ 385,000 ตัน สอดคล้องกับความต้องการในตลาดโลกที่ฟื้นตัว อย่างไรก็ตาม คาดว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งน่าจะยังไม่เร่งลงลูกกุ้งและขยายกำลังการผลิตมากนัก ท่ามกลางสถานการณ์ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ประกอบกับความต้องการในตลาดโลกที่อาจจะยังฟื้นตัวได้ไม่เต็มที่มากนัก จากผลกระทบของสงครามรัสเซีย-ยูเครนที่ยืดเยื้อ และความกังวลเกี่ยวกับการระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ ที่อาจจะมีแนวโน้มกลับมารุนแรงมากขึ้นอีกครั้ง
- ทั้งนี้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งควรมีการวางแผนการผลิต เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการผลผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ราคากุ้งขาวที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นสอดคล้องกับความต้องการบริโภค ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของภาครัฐ และภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น โดยคาดว่าราคาเฉลี่ยในปีนี้จะอยู่ที่ราว 160 บาทต่อกิโลกรัม

ราคาวัตถุดิบกุ้งขาวแวนนาไมขนาด 60 ตัวต่อกิโลกรัม (รายเดือน)

หน่วย : บาทต่อกิโลกรัม

	2017	2018	2019	2020	2021	2022F
ราคากุ้งขาว	183.2	156.5	148.5	147.7	137.9	160.0
%YOY		-14.6%	-5.1%	-0.6%	-6.6%	16.0%



- ราคากุ้งขาวที่เกษตรกรขายได้ในปี 2021 (ขนาด 60 ตัวต่อกิโลกรัม) เฉลี่ยอยู่ที่ 137.9 บาทต่อกิโลกรัม ลดลง 6.6% จากราคาเฉลี่ยในปี 2020 ที่ 147.7 บาทต่อกิโลกรัม
- สำหรับแนวโน้มราคากุ้งในปี 2022 คาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้นจากปีที่ผ่านมา โดยคาดว่าจะอยู่ที่ราว 160 บาทต่อกิโลกรัม สอดคล้องกับความต้องการบริโภคทั้งจากภาคครัวเรือน และภาคบริการที่ปรับตัวดีขึ้นตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ จากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด COVID-19 ส่งผลให้ความต้องการบริโภคกุ้งทั้งในประเทศและการส่งออกปรับตัวเพิ่มขึ้น
- อย่างไรก็ตาม ภาพรวมราคากุ้งในตลาดโลกยังคงมีแนวโน้มผันผวนสูง ขณะที่ประเทศผู้ส่งออกมีแนวโน้มที่จะยังคงแข่งขันกันด้านราคา (price war) ต่อเนื่อง ส่งผลให้การปรับขึ้นราคากุ้งอาจทำได้ไม่มากนัก

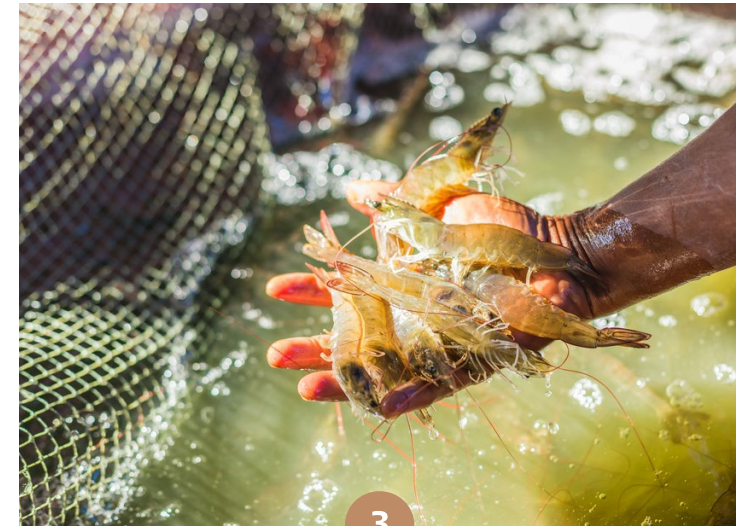
ประเด็นที่ต้องจับตาและความท้าทายในระยะต่อไป



ความต้องการนำเข้ากุ้งและนโยบาย
ด้าน Food security ของจีน



การแข่งขันในตลาดกุ้งโลก
ที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้น

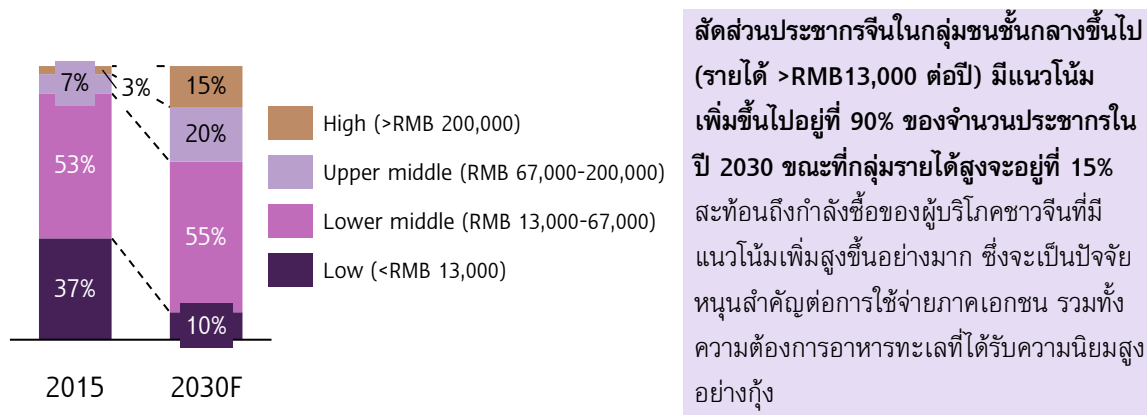


การฟื้นฟูอุตสาหกรรมกุ้ง
ของไทยในระยะยาว

“จีน” คือตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพเติบโตและน่าจับตามอง สะท้อนได้จากปริมาณการบริโภคกุ้งที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการเติบโตของกลุ่มชนชั้นกลางในประเทศ ขณะที่พลผลิตกุ้งในประเทศยังไม่เพียงพอ ทำให้จำเป็นต้องนำเข้ากุ้งในปริมาณมากแต่ละปี

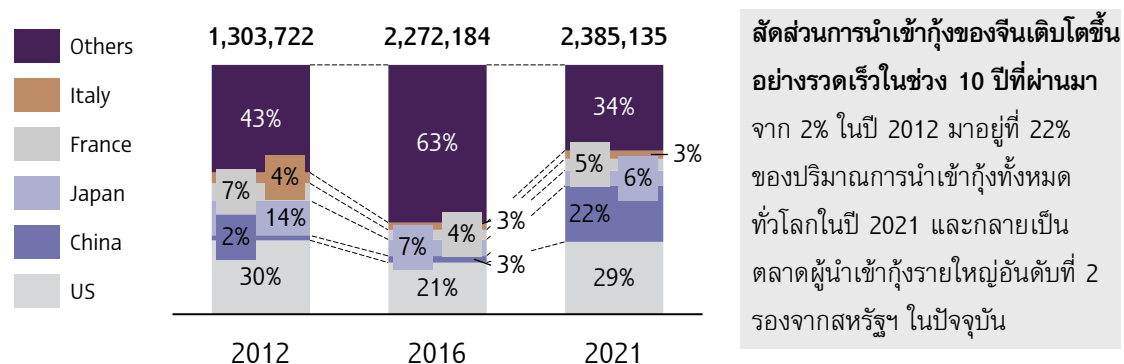
รายได้ประชากรต่อหัวต่อปี (Annual disposable income per capita) ในจีน

หน่วย : % ต่อจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศ



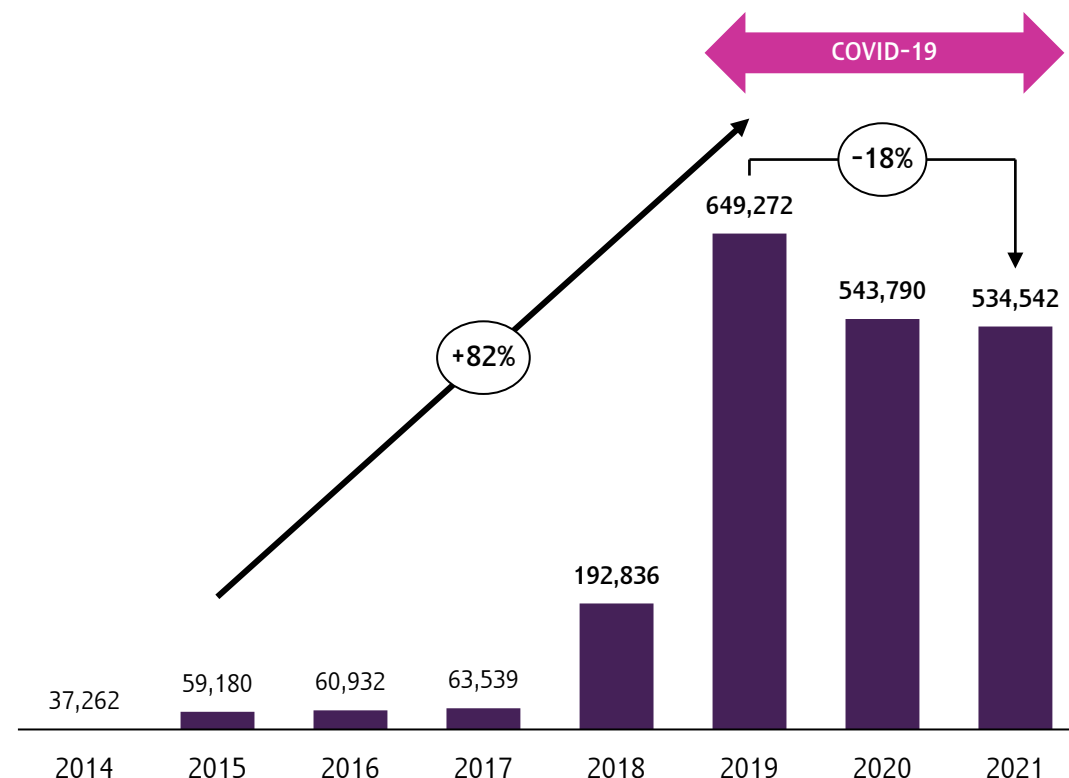
ปริมาณการนำเข้ากุ้งในตลาดโลก จำแนกตามประเทศสำคัญ

หน่วย : ตันต่อปี



ปริมาณการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของจีน (รายปี)

หน่วย : ตันต่อปี



อย่างไรก็ดี นโยบายของทางการจีนในเรื่องการสร้างความมั่นคงด้านอาหาร (Food security) โดยมีเป้าหมายเพื่อลดการนำเข้า และพึ่งพาตนเองมากขึ้น (Self-sufficiency) อาจทำให้ความต้องการนำเข้าอาหารรวมทั้งกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งชะลอลงได้ในระยะต่อไป

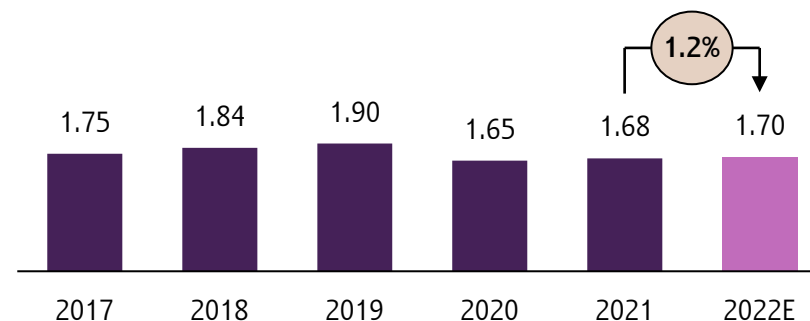


แผนพัฒนาเกษตรขั้นสูงและชนบทสมัยใหม่ (Advance Agricultural and Rural Modernization) ฉบับที่ 14 (ปี 2021–2025)

- แผนพัฒนาเกษตรฯ ของจีนฉบับนี้ มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมฟื้นฟูชนบทให้เข้มแข็งอย่างครอบคลุม และกระตุ้นการพัฒนาภาคเกษตรและชนบทให้มีความทันสมัย ซึ่งแผนดังกล่าวประกอบด้วยนโยบายสำคัญต่าง ๆ อาทิ การเพิ่มอุปทานสินค้าเกษตรและสร้างความมั่นคงทางอาหารของผลผลิตการเกษตรที่สำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มธัญพืช **สินค้าปศุสัตว์ และประมง** รวมทั้งการกระจายการนำเข้าและสนับสนุนห่วงโซ่อุปทานโลกให้มั่นคงในกลุ่มสินค้าเกษตร ได้แก่ ถั่วเหลือง น้ำตาล ฝ้าย ยางธรรมชาติ เมล็ดพืชน้ำมัน และผลิตภัณฑ์นม
- EIC ประเมินว่าการดำเนินนโยบายดังกล่าวของทางการจีน จะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มการค้ากับไทย เนื่องจากจีนเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญ ดังนั้น การติดตามนโยบายของจีนอย่างใกล้ชิดจะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเตรียมพร้อมรับมือและปรับตัวได้อย่างทันทั่วถึง

ปริมาณผลผลิตกุ้งจากการเพาะเลี้ยงในจีน

หน่วย : ล้านตัน



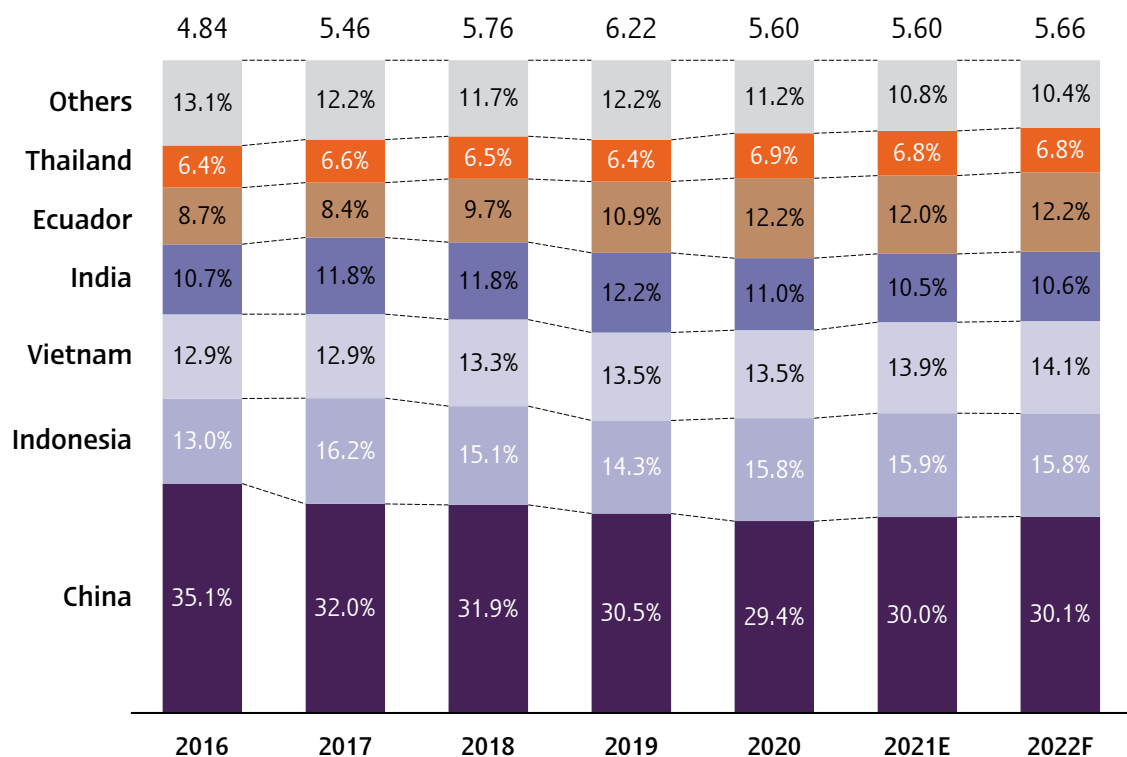
- จีนเป็นประเทศที่มีผลผลิตกุ้งมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก โดยมีส่วนแบ่งมากถึงราว 1 ใน 3 ของผลผลิตกุ้งทั้งหมดทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ผลผลิตกุ้งส่วนใหญ่ใช้สำหรับบริโภคภายในประเทศเป็นหลัก
- ปัจจุบันจีนกำลังเร่งยกระดับการผลิตกุ้ง โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและระบบอัตโนมัติเพื่อทดแทนแรงงานคนมากขึ้น รวมทั้งปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการและให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเพื่อมุ่งเพิ่มผลผลิตกุ้งภายในประเทศและบริหารต้นทุนให้สามารถแข่งขันได้ในอนาคต



อินเดีย เวียดนาม เอกวาดอร์ และอินโดนีเซีย คือคู่แข่งที่น่าจับตา โดยพบว่าพลผลิตกุ้งจากการเพาะเลี้ยงในประเทศเหล่านี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง ต้นทุนการเลี้ยงกุ้งก็ยิ่งต่ำกว่าไทยอีกด้วย สะท้อนถึงความสามารถทางการแข่งขันด้านราคาที่ดีกว่าไทย

ผลผลิตกุ้งจากการเพาะเลี้ยงของโลก

หน่วย : ล้านตัน



- สำหรับปี 2022 คาดว่าปริมาณผลผลิตกุ้งจากการเพาะเลี้ยงของโลกในภาพรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วเล็กน้อย โดยคาดว่าจะอยู่ที่ราว 5.66 ล้านตัน แต่ยังคงเป็นระดับผลผลิตที่ต่ำกว่าปี 2019 (Pre-COVID) อยู่พอสมควร เนื่องจากประเทศผู้ผลิตส่วนใหญ่จะยังคงไม่เร่งขยายการผลิตกุ้งเหมือนที่ผ่านมา จากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอลง กอปรกับความต้องการบริโภคที่อาจจะยังฟื้นตัวไม่เต็มที่มากนัก ท่ามกลางปัจจัยเสี่ยงหลายด้าน ทั้งนี้คู่แข่งที่น่าจับตามองและมีผลผลิตกุ้งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในหลายปีที่ผ่านมาคือ อินโดนีเซีย เวียดนาม อินเดีย และเอกวาดอร์
- ทั้งนี้การเพาะเลี้ยงกุ้งของไทยยังคงเผชิญกับปัญหาหลัก คือต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าคู่แข่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนอาหารกุ้งที่มีราคาสูง การขาดแคลนลูกพันธุ์กุ้งคุณภาพ รวมทั้งปัญหาจากการสะสมโรค ซึ่งเกิดจากการเลี้ยงในพื้นที่เดิมเป็นระยะเวลานาน และค่าแรงที่สูงกว่าคู่แข่ง ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันของไทยเปลี่ยนจากสถานะผู้นำมาเป็นผู้ตามในตลาดโลก โดยปัจจุบันไทยเป็นผู้ผลิตกุ้งรายใหญ่อันดับ 6 ของโลก มีส่วนแบ่งราว 7% ในขณะที่จีนเป็นผู้ผลิตอันดับ 1 ของโลก มีส่วนแบ่งมากถึงราว 1 ใน 3 ของผลผลิตกุ้งทั้งหมดทั่วโลก แต่ผลผลิตกุ้งที่ผลิตได้ส่วนใหญ่ใช้สำหรับบริโภคภายในประเทศเป็นหลัก

สำหรับความท้าทายในระยะยาวของไทย คือการเร่งฟื้นฟูอุตสาหกรรมกุ้งทั้งระบบอย่างบูรณาการ ทั้งในแง่การผลิตและการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลกอย่างยั่งยืน

แนวทางฟื้นฟูอุตสาหกรรมกุ้งไทยหลังวิกฤติ COVID-19

ภาครัฐได้จัดตั้งคณะกรรมการเฉพาะกิจพิจารณาแนวทางฟื้นฟูอุตสาหกรรมกุ้งไทยหลังวิกฤติโควิด เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกร โดยมีคณะทำงานร่วมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ความช่วยเหลืออุตสาหกรรมกุ้งทั้งระบบ และเน้นให้การช่วยเหลือเกษตรกรให้สามารถแข่งขันได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

ด้านการผลิต

- กำหนดเป้าหมายการผลิตกุ้งในประเทศที่ชัดเจน
- กำหนดรูปแบบและแนวทางการเลี้ยงกุ้งที่เหมาะสมกับเกษตรกรทุกกลุ่ม
- ยกระดับมาตรฐานการผลิต เพื่อป้องกันโรคระบาดในฟาร์มและตอบโจทย์ในเรื่องสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน
- มาตรการลดต้นทุนการเลี้ยงกุ้งเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก อาทิ
 - ✓ สนับสนุนให้เกษตรกรหันมาใช้พลังงานแสงอาทิตย์ (solar cell) เพื่อลดต้นทุนค่าไฟฟ้า
 - ✓ จัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ เพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น

ด้านการตลาด

- ส่งเสริมการบริโภคกุ้งภายในประเทศให้มากขึ้น เพื่อลดการพึ่งพาการส่งออก เนื่องจากปัจจุบัน ไทยส่งออกกุ้งราว 90% ของผลผลิตทั้งหมดในประเทศ
 - ✓ สนับสนุนให้เกษตรกรและผู้ประกอบการห้องเย็นจัดทำห้องเย็นขนาดเล็กกระจายในทุกจังหวัดทั่วประเทศ
 - ✓ ส่งเสริมการขายทั้งระบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงกุ้งคุณภาพมากขึ้น
- สำหรับแนวทางการขยายตลาดต่างประเทศ ภาครัฐจะเปิดเจรจาหรือจับคู่ทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการผ่านระบบออนไลน์เพื่อขยายช่องทางในตลาดที่มีศักยภาพ เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน รวมทั้งตลาดอาเซียนและตลาดอื่น ๆ เพื่อให้อุตสาหกรรมกุ้งไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลกมากขึ้น

นัยต่อภาคธุรกิจ

ปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อรับมือกับความท้าทายด้านต่าง ๆ รวมทั้งตอบโจทย์ผู้บริโภคและสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ในอนาคต



ขยายการส่งออกกุ้งไปยังตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ ที่มีศักยภาพเติบโตสูงนอกเหนือไปจากตลาดจีน เพื่อทดแทนตลาดส่งออกดั้งเดิมที่มีการแข่งขันสูง และการบริโภคเริ่มเข้าสู่ภาวะอิ่มตัว

- แม้ว่าปัจจุบันและในระยะสั้น จีนจะเป็นตลาดส่งออกกุ้งที่น่าจับตามองและมีศักยภาพเติบโตสูง โดยเฉพาะในส่วนของกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง สะท้อนได้จากปริมาณการนำเข้ากุ้งที่เติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แต่อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการไทยไม่ควรนิ่งนอนใจ เพราะทางจีนเองก็มีนโยบายในเรื่องการสร้างความปลอดภัยทางด้านอาหารและพึ่งพาตนเองมากขึ้น ซึ่งอาจทำให้จีนมีแนวโน้มลดการนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารต่าง ๆ รวมทั้งสินค้ากุ้งได้ในระยะต่อไป
- ดังนั้น ผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกกุ้งจึงควรมองหาตลาดส่งออกใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพเติบโตในอนาคตควบคู่กันไปด้วย อาทิ ตลาดอื่น ๆ ในอาเซียน เอเชียใต้ และตะวันออกกลาง เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาส่งออกตลาดใดตลาดหนึ่งมากเกินไป



บริหารจัดการฟาร์มกุ้งให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อลดต้นทุนการเลี้ยง เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และลดอุปสรรคทางการค้า

- ผู้ประกอบการในธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญกับการปรับปรุงฟาร์มกุ้ง ทั้งในส่วนของพันธุ์กุ้ง อาหาร และเทคโนโลยีการเลี้ยง รวมทั้งบริหารจัดการการเลี้ยงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อเพิ่มผลผลิตกุ้งต่อบ่อ ลดต้นทุนการเลี้ยง และลดความเสี่ยง/ป้องกันโรคระบาดต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในฟาร์มเลี้ยงกุ้ง โดยต้องเน้นการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในระบบการเลี้ยงและการผลิตให้มากขึ้น รวมไปถึงการพัฒนากระบวนการเลี้ยงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-friendly) เพื่อลดอุปสรรคและข้อกีดกันทางการค้าจากประเทศผู้นำเข้า และเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศและสภาพแวดล้อมที่มีแนวโน้มผันผวนมากขึ้นในอนาคต



วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น และปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อตอบโจทย์ความต้องการและวิถีชีวิตของผู้บริโภคยุคใหม่ที่เปลี่ยนไป

- ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์กุ้งที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้าในต่างประเทศ รวมทั้งให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพและปลอดภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ตอบโจทย์เรื่อง premiumization และหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา (Price war) จากคู่แข่งต้นทุนต่ำในตลาด รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม อาทิ ผลิตภัณฑ์กุ้งแปรรูปพร้อมทานหรือพร้อมปรุง เป็นต้น
- นอกจากนี้ จะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปบนแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น

SCBEIC | ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER



■ WEBSITE

www.scbeic.com

up-to-date with email notification

■ LINE OFFICIAL ACCOUNT

Find us at : [@scbeic](https://www.facebook.com/scbeic)

■ CONTACT US

E-mail: eic@scb.co.th

INSIGHTFUL ECONOMIC AND BUSINESS
INTELLIGENCE FOR EFFECTIVE DECISION MAKING



SCB  | EIC