เรียบเรียงโดย : คุณศิรินทรา บุญสำเร็จ

ส่องตลาดสินค้าอาหารใน เอเชีย

Lonza

ข้อมูลจากกรมส่งเสริมการส่งออก สำนักบริการส่งออกได้ระบุไว้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกอาหารที่สำคัญของโลก โดยเป็นผู้นำในการส่งออกสินค้าอาหารประเภทกุ้งสดแช่เย็น แช่แข็งและแปรรูป ปลาทูน่ากระป๋อง ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งและแปรรูป และสับปะรดกระป๋อง ซึ่งการส่งออกสินค้าอาหารสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศปีละกว่า 7,000 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 280,000 ล้านบาท ข้อมูลการส่งออกในปี พ.ศ. 2545 พบว่ามีมูลค่า 6,757.87 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงจากปี พ.ศ. 2544 ประมาณ 1.66% ส่วนในปี พ.ศ. 2546 ส่งออกได้มูลค่า 7,524.66 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2545 ประมาณ 11.35% และตัวเลขจากไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2547 พบว่าไทยสามารถส่งออกได้มูลค่า 1,754.70 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้น 1.49% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

ด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตของประชากรทั้งในเมืองไทยและต่างประเทศที่ใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการคมนาคมที่ดูจะติดขัด รวมทั้งการทำงานที่แทบไม่มีเวลาจะพักผ่อน ทำให้สินค้าอาหารที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปในลักษณะกึ่งสำเร็จรูป แบบพร้อมรับประทานหรือพร้อมปรุงรับประทานได้ทันที โดยสามารถแบ่งกลุ่มสินค้าได้ดังตารางที่ 1

คู่ต่อสู้ในเวทีการแข่งขัน

การส่งออกสินค้าอาหารของไทยที่สำคัญ เช่น กุ้งสดแช่แข็ง กุ้งกระป๋อง ปลาทูน่ากระป๋อง สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรด สับปะรดแช่แข็ง และพืชผักต่างๆ เริ่มเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยต้องแข่งขันทางด้านราคากับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย จีน อินเดีย บังคลาเทศ มาเลเซีย และเวียดนาม ซึ่งมีความได้เปรียบกว่าไทยทั้งในเรื่องวัตถุดิบและค่าแรงที่ถูกกว่า ยกตัวอย่างเช่นในประเทศมาเลเซียซึ่งสับปะรดกระป๋องเป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขัน ในปีพ.ศ. 2545 สามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นถึง 24.84% คิดเป็นมูลค่าส่งออก 9.124 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซึ่งมีมูลค่า 2.327 1.981 และ 1.640 ล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับทั้งนี้ภาครัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีแผนที่จะเพิ่มศักยภาพในการผลิตผักและผลไม้กระป๋อง โดยกระทรวงเกษตรของมาเลเซีย (Ministry of Agriculture) ได้วางนโยบาย Third National Agricultural Policy 1998-2010 ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการวางแผนการจัดสรรพื้นที่เกษตรกรรมและวางแผนการแปรรูปและการกระจายผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ

ไต้หวันก็ถือเป็นคู่ชกสำคัญของไทยสำหรับการส่งออกสินค้าเกษตรเกือบทุกชนิด โดยเฉพาะผักผลไม้กระป๋อง น้ำสับปะรด และผักดองด้วยน้ำส้ม

ตลาดสหภาพยุโรปเป็นตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นเกือบทุกปี แต่ก็อย่านิ่งนอนใจไป เพราะประเทศสเปนได้กลายมาเป็นคู่แข่งส่งออกอาหารทะเลแปรรูป ส่วนกลุ่มประเทศ Africa Caribbean และ Pacific States ก็เป็นคู่แข่งส่งออกปลาทูน่ากระป๋องในตลาดสหภาพยุโรปเช่นกัน ซึ่งได้เปรียบกว่าไทยตรงที่ได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้า ด้านประเทศฮังการี โปแลนด์ บัลแกเรีย และสโลเวเนียเป็นคู่แข่งส่งออกไก่สดแช่แข็งเนื่องจากประเทศเหล่านั้นอยู่ใกล้กว่าไทย

ตารางที่ 1 : สัดส่วนและมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารของประเทศไทย แยกตามประเภทสินค้าหลักๆ

ประเภทสินค้า	สัดส่วนมูลค่าส่งออก (%)	มูลค่าการส่งออกในปี 2546 (ล้านเหรียญสหรัฐ)	การขยายตัวเมื่อเทียบกับปี 2545 (%)	มูลค่าการส่งออกในไตรมาสแรกของปี 2547 (ล้านเหรียญสหรัฐ)	การขยายตัวเมื่อเทียบกับไตรมาสแรกของปี 2546 (%)
อาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็งและแปรรูป [1]	54.83	3,912.02	6	692.20	4
ผักผลไม้สดและแปรรูป [2]	18.53	1,244.06	17	324.94	4
สินค้าปศุสัตว์แช่เย็นแช่แข็งและแปรรูป [3]	7.97	1,109.57	14.75	139.82	-40.80
อาหารอื่นๆ [4]	14.14	991.43	22	248.27	22.0
เครื่องดื่ม [5]	2.93	178.10	43.39	51.45	70.56
นมและผลิตภัณฑ์นม [6]	1.60	89.47	-36.11	28.16	1.60

ที่มา : กรมส่งเสริมการส่งออก สำนักบริการส่งออก

[1] อาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็งและแปรรูป ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋อง อาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็ง อาหารทะเลตากแห้ง และอาหารทะเลแปรรูปอื่นๆ

[2] ผักผลไม้สดและแปรรูป ได้แก่ ผักผลไม้สดแช่เย็นและแช่แข็ง ผักผลไม้กระป๋อง ผักและผลไม้แห้ง และผักและผลไม้แปรรูปอื่นๆ

[3] สินค้าปศุสัตว์แช่เย็นแช่แข็งและแปรรูป ได้แก่ ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งและแปรรูป เป็ดสดแช่แข็ง สุกรแช่แข็ง ไข่ไก่สด เป็นต้น

[4] อาหารอื่นๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ข้าว ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ สิ่งปรุงรสอาหาร หมากฝรั่งและขนมที่ไม่มีโกโก้ผสม ซุปและอาหารปรุงแต่ง ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ โกโก้และของปรุงแต่ง เป็นต้น

[5] เครื่องดื่ม ได้แก่ น้ำแร่ น้ำอัดลม เครื่องดื่มบำรุงกำลัง วิสกี้ ไวน์ และเบียร์

[6] นมและผลิตภัณฑ์นม ได้แก่ นม ครีม เนย โยเกิร์ต และนมเปรี้ยว

กลุ่มประเทศลาตินอเมริกาเป็นคู่แข่งส่งออกกุ้งสดแช่แข็ง ผักผลไม้สดแช่แข็งและแปรรูปบางชนิด โดยมุ่งเน้นไปที่ตลาดสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ส่วนสหรัฐอเมริกาและบราซิลก็ได้ผันตัวมาเป็นคู่แข่งส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งในตลาดญี่ปุ่นและยังมีราคาถูกกว่าของไทย

ตลาดต้องการสินค้าประเภทใด?

ยุคนี้เป็นยุคทองของการมีสุขภาพที่ดี อาหารที่มีศักยภาพในการส่งออกสูงและตลาดมีความต้องการมากจึงเป็นผลิตภัณฑ์อาหารประเภทเกษตรอินทรีย์ หรือที่เรียกกันว่า Organic food รวมถึงกลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากผู้บริโภคในตลาดหลักมักเป็นกลุ่มที่มีอายุอานามมากขึ้น และต้องการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย ดีต่อสุขภาพ โดยเฉพาะในตลาดญี่ปุ่นและสหภาพยุโรป

แถมต่อด้วยการใช้ชีวิตรีบเร่ง ทำให้อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานมีอัตราการขยายตัวแบบก้าวกระโดด รวมถึงกลุ่มอาหารฟิวส์ชั่นฟู้ด (Fusion food) ซึ่งเป็นเทรนด์ใหม่เน้นรูปลักษณ์ที่ทันสมัย

ตารางที่ 2 : ตลาดหลักสำหรับการส่งออกสินค้าอาหารของประเทศไทย

ประเทศ	สัดส่วนมูลค่าส่งออก[1] (%)	มูลค่าการส่งออกในปี 2546 (ล้านเหรียญสหรัฐ)	การขยายตัวเมื่อเทียบกับปี 2545 (%)	มูลค่าการส่งออกในไตรมาสแรกของปี 2547 (ล้านเหรียญสหรัฐ)	การขยายตัวเมื่อเทียบกับไตรมาสแรกของปี 2546 (%)
ญี่ปุ่น	26.68	2,007.78	5.28	415.42	-1.24
สหรัฐอเมริกา	23.57	1,773.90	11.04	445.43	11.04
สหภาพยุโรป	15.07	1,134.10	21.93	259.65	-12.48
อาเซียน [2]	10.27	772.53	5.51	212.03	25.51
อื่นๆ [3]	24.40	1,836.34	15.43	422.17	-4.37

ที่มา : กรมส่งเสริมการส่งออก สำนักบริการส่งออก

[1] ข้อมูลในปี พ.ศ. 2546

[2] ตลาดอาเซียนส่วนใหญ่แล้วเป็นกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านของประเทศไทย

[3] ตลาดอื่นๆ เป็นตลาดใหม่ที่มีแนวโน้มดีในอนาคต เช่น ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ ยุโรปตะวันออก ลาตินอเมริกา แอฟริกา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เป็นต้น ซึ่งโดยมากเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ และมีอัตราการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับตลาดสหภาพยุโรป