

สิงหาคม 2563

ผู้วิเคราะห์ กัญสินี ศิลปวานิชย์

ผู้เชี่ยวชาญ ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีเอ็มบี

Email: Kansini.sil@tmbbank.com

ปี 2563

ปี 2564-65

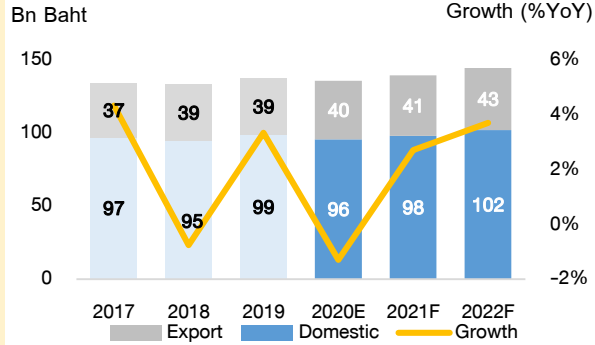
'ทรงตัว'

'ดี'

**บทสรุปผู้บริหาร**

- ในปี 2562 มูลค่ายอดขายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์อยู่ที่ 1.37 แสนล้านบาท โดยมาจากการบริโภคในประเทศถึง 72%
- TMB Analytics คาดยอดขายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในปี 2563 จะลดลง -1% จากกำลังซื้อในประเทศที่ลดลง และจะกลับมาเติบโตในปี 2564-2565 ประมาณ 2-4%
- TMB Analytics คาดมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในปี 2563-2565 จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องเฉลี่ย 3% เนื่องจากมีปัจจัยหนุนจากอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นทั่วโลก และประเทศคู่แข่งการผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์หยุดชะงักจากการระบาดของ Covid-19
- ปีหน้าเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการในการปรับตัวเพื่อศักยภาพให้ธุรกิจในอนาคต ได้แก่ การรักษาคุณภาพสินค้า และการขยายตลาดไปยังประเทศใหม่ๆ

**Sales & Growth of Meat Products in 2017 – 2022F**

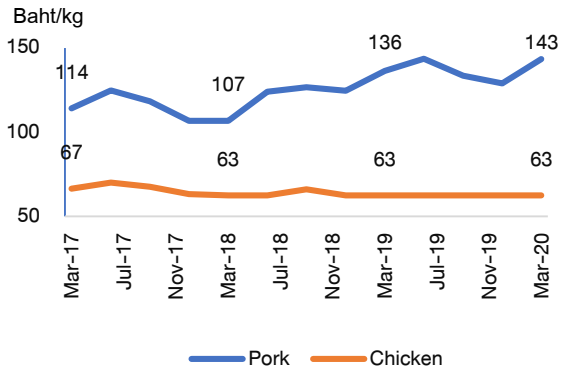


Source: OIE (Forecast by TMB Analytics)

**เหตุการณ์/ประเด็นที่ต้องติดตาม**

- การผลิตวัคซีนป้องกัน Covid-19
- การเปิดประเทศให้ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาในไทย หลังการระบาดของ Covid-19 คลี่คลายลง
- การฟื้นการเจรจาความตกลงการค้าระหว่างไทยกับสหภาพยุโรป (17 มิ.ค. 63)
- กระทรวงพาณิชย์เจรจาเพื่อจัดทำความตกลงการค้าเสรีกับสหราชอาณาจักร โดยได้หารือเรื่องการเพิ่มโควตาการส่งออกไก่แช่แข็งและไก่แปรรูปไปยังสหราชอาณาจักร (26 มิ.ย. 63)
- จีนประกาศห้ามนำเข้าเนื้อหมูจากเยอรมัน และผลิตภัณฑ์สัตว์ปีกจากสหรัฐอเมริกา จากการระบาดของ Covid-19 (24 มิ.ย. 63)

**Pork & Chicken Retail Price in 2017 – 2020**



Source: CEIC

**ปัจจัยสนับสนุน**

- มีห่วงโซ่อุปทานที่แข็งแกร่ง
- ผลิตภัณฑ์อาหารยังคงเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทั่วโลก
- การควบคุมโรคระบาดในสัตว์ได้อย่างดีของผู้ประกอบการไทย
- ไทยมีสินค้าอาหารที่ได้มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก
- การผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ของประเทศคู่แข่ง เช่น บราซิล สหรัฐอเมริกา หยุดชะงักจากการระบาดของ Covid-19

**ปัจจัยเสี่ยง**

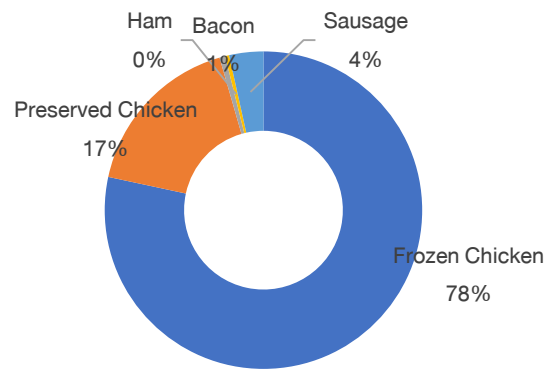
- โรคระบาดในปศุสัตว์ เช่น ไข้หวัดนก อหิวาต์แอฟริกาในสุกร (ASF)
- จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงโดยเฉพาะจากต่างชาติ ทำให้การบริโภคในประเทศลดลง
- กำลังซื้อที่ลดลงจากสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว
- ความผันผวนของราคาเนื้อสัตว์และอาหารสัตว์

สิงหาคม 2563

**ตลาดในประเทศ**

- ยอดขายผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ ส่วนใหญ่มาจากไก่แช่แข็งถึง 78%
- อุปสงค์เนื้อสัตว์ในช่วงมี.ค. - เม.ย. 2563 มีการหดตัวเล็กน้อย เนื่องจากการล็อกดาวน์ และการเลื่อนวันหยุดช่วงสงกรานต์ โดยหลังการคลายล็อกดาวน์ อุปสงค์เนื้อสัตว์เริ่มกลับมาสูงขึ้น และคาดว่าจะกลับมาเติบโตได้ในปี 2564-2565
- ราคาสุกรมีแนวโน้มสูงขึ้นตั้งแต่เดือน มี.ย. 2563 เนื่องจากอุปสงค์เนื้อหมูในประเทศเริ่มสูงขึ้นจากการคลายล็อกดาวน์ และอุปทานในประเทศลดลงเพราะผู้ประกอบการเริ่มมีการส่งออกเนื้อหมูไปที่เวียดนาม

%Share Sales of Meat Products in 2019

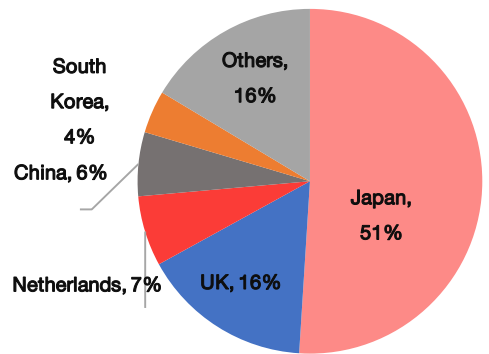


Source: OIE

**ตลาดต่างประเทศ**

- ไทยส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ไปญี่ปุ่นมากที่สุด 1,992 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็น 51% ของการส่งออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทั้งหมด โดยส่วนใหญ่เป็นไก่แปรรูปและไก่แช่แข็งถึง 89%
- เนื้อสัตว์แปรรูปยังคงเป็นที่ต้องการของตลาดโลก ในขณะที่ผู้ผลิตเนื้อสัตว์แปรรูปรายหลัก เช่น บราซิล สหรัฐอเมริกา เผชิญกับการระบาดของ Covid-19 อย่างหนัก ทำให้การผลิตหยุดชะงักทำให้ไทยมีแนวโน้มส่งออกสินค้าได้มากขึ้น
- UAE กลับมารับรองฮาลาลสินค้าประเภทสัตว์ปีกและผลิตภัณฑ์ของไทย หลังจากที่ UAE ได้ยกเลิกการรับรองในปี 2560 ทำให้ไทยกลับมาเจาะตลาด UAE ได้อีกครั้ง

Export Shares by Importers in 2019



Source: Ministry of Commerce

**TMB Analytics Views**

- ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีเอ็มบี มองว่าหลังการระบาดของ Covid-19 คลื่นคลายลง ธุรกิจเนื้อสัตว์จะกลับมาเติบโตเนื่องจากปัจจัยหนุนจากอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นทั่วโลก และอุปทานคู่แข่งรายใหญ่ของไทยหยุดชะงัก
- หากไทยทำการเจรจาความตกลงการค้าเสรีกับสหราชอาณาจักรและสหภาพยุโรปได้สำเร็จ จะทำให้ไทยสามารถส่งออกไก่แช่แข็งและไก่ปรุงสุกได้มากขึ้น ซึ่งเดิมมูลค่าการส่งออกไก่แปรรูปและไก่แช่แข็งจากไทยไปสหราชอาณาจักรและสหภาพยุโรป (EU 27) ในปี 2562 ทั้งหมด 882 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็น 26% ของการส่งออกสินค้าดังกล่าวทั้งหมด
- ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยควรมีการปรับตัวเพิ่มเติมเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานไปได้อย่างต่อเนื่อง ดังนี้
  1. การรักษาคุณภาพของเนื้อสัตว์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยจะต้องทำให้ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัยในระดับ
  2. ขยายตลาดไปยังประเทศอื่นๆ เพิ่มเติม เพราะหากในอนาคตมีอุปสรรคที่ทำให้ส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าหลักไม่ได้ เช่น เกิดโรคระบาด หรือสภาวะเศรษฐกิจของคู่ค้าชะลอตัว ธุรกิจจะยังดำเนินต่อไปได้เนื่องจากมีตลาดอื่นๆ รองรับ