



Material Management System



สัมมนาวิชาการ สวทช. ปี 2560

การส่งออกอาหาร และจุดแข็งของไทยในตลาดโลก

จิระศักดิ์ คำสุริย์

ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร



ประเด็นนำเสนอ

- 1 โครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารไทย
- 2 ขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าอาหารไทย
- 3 แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารไทยในอนาคต

ประเด็นนำเสนอ

- 1 โครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารไทย
- 2 ขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าอาหารไทย
- 3 แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารไทยในอนาคต



ที่ตั้งและสภาพภูมิศาสตร์ ----> จุดแข็งด้านวัตถุดิบ



- ✓ ที่ตั้งดี ภัยธรรมชาติมีน้อยเมื่อเทียบกับประเทศอื่น
- ✓ ฝนค่อนข้างชุกทำให้ดินดี จึงสามารถเพาะปลูกพืชผลและเลี้ยงสัตว์ได้ตลอดทั้งปี

THAILAND

Bangkok

- ✓ อาณาเขตติดต่อกับทะเลทั้งด้านอ่าวไทยและด้านทะเลอันดามัน 2,700 กิโลเมตร เอื้อต่อการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและทำประมงชายฝั่ง

ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ -----> พัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจของอนุภูมิภาค และเชื่อมโยงเส้นทางการค้า





อาหารเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่ม (GDP) ให้กับเศรษฐกิจไทยมากที่สุดในปี 2558 เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมการผลิตสาขาอื่น



อาหารและเครื่องดื่ม



ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์



ยานยนต์



เคมีภัณฑ์



ยางและพลาสติก







ที่มา: สถิติบัญชีประชาชาติของประเทศไทย พ.ศ. 2558, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

หมายเหตุ: * เป็น GDP ณ ราคาประจำปี (Current price)

** ข้อมูลล่าสุดถึงปี 2558



อุตสาหกรรมอาหารไทยมีบทบาทสำคัญกับประเทศอย่างมาก พิจารณาได้จากเครื่องชี้อุตสาหกรรมอาหาร

สัดส่วนต่ออุตสาหกรรมการผลิต			อันดับ
1/  จำนวน สถานประกอบการ	0.11 ล้านราย	26%	1
2/  จ้างงาน	1.02 ล้านคน	20%	1
3/  GDP	0.82 ล้านล้านบาท	22%	1
4/  ส่งออก	0.95 ล้านล้านบาท	16%	1

ที่มา: 1/ สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2/ กระทรวงแรงงาน

3/ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

4/ กระทรวงพาณิชย์

สัมมนาวิชาการ สวทช. (30 มีนาคม 2560)

บทบาทและความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมอาหารในห่วงโซ่อุปทาน



Suppliers

- การเตรียมพันธุ์
- การจัดหาปุ๋ย/ยาฆ่าแมลง
- อาหารสัตว์/ยาสัตว์
- การจัดหาเครื่องจักรการเกษตร
- การจัดหาพลังงาน



Agricultural Production

- การเพาะพันธุ์พืช/สัตว์
- การอนุบาลพืช/สัตว์
- การเพาะปลูก/เพาะเลี้ยง
- การเก็บเกี่ยวผลผลิต
- การคัดเกรด
- การจัดเก็บ



Food Processing

- การเตรียมวัตถุดิบ
- การแปรรูปผลิตภัณฑ์
- การบรรจุสินค้า
- การติดตราสินค้า
- การจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูป



Distribution

- ตัวแทนจำหน่าย
- ผู้ค้าส่ง/Exporter
- ร้านค้าปลีกดั้งเดิม
- ร้านค้าปลีกสมัยใหม่



Consumers

- คริวเรือน/บริโภคในประเทศ
- ร้านอาหาร/ภัตตาคาร/โรงแรม
- ผู้บริโภคในต่างประเทศ

อุตสาหกรรมอาหารสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการโดยตรง รวมทั้งธุรกิจเกี่ยวเนื่องได้จำนวนมาก

1,420,000 ลบ.
เกษตรกรกรม

100%

อุตสาหกรรมต้นน้ำ

2,000,000 ลบ.
อุตสาหกรรมอาหาร

140%

อุตสาหกรรมกลางน้ำ

690,000 ลบ.
ค้าปลีก/ค้าส่ง

166%

อุตสาหกรรมปลายน้ำ
(ธุรกิจต่อเนื่อง)

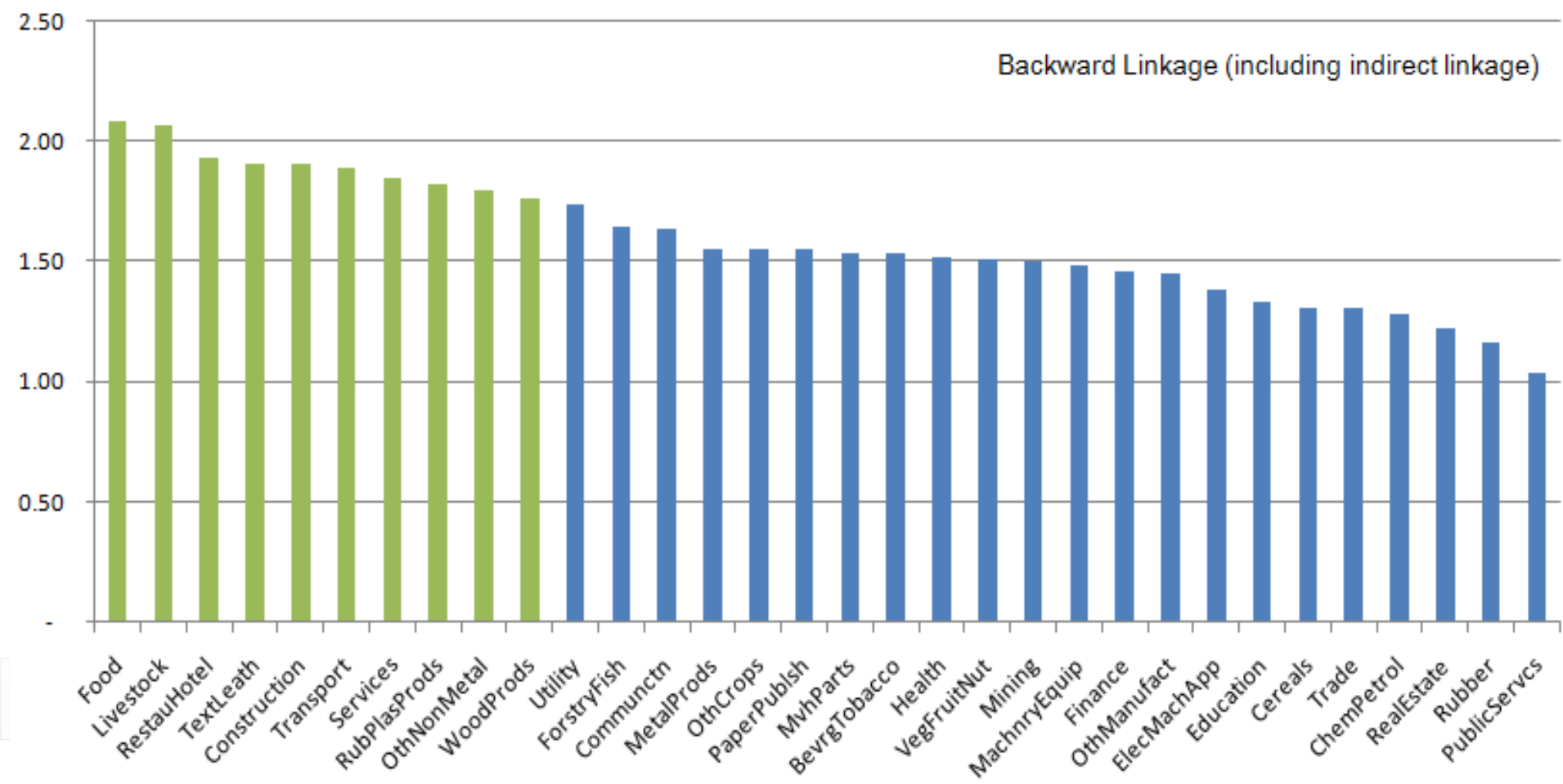
950,000 ลบ.
ส่งออก

720,000 ลบ.
ร้านอาหาร



หากอุตสาหกรรมอาหารมีการเติบโต จะช่วยให้อุตสาหกรรมต้นน้ำ ขยายตัวได้มากที่สุด

ค่าความเชื่อมโยงการผลิตไปด้านหลัง (Backward Linkage) หรือสาขาที่ใช้วัตถุดิบจากสาขาอื่นๆ สูง (มีค่ามากกว่า 1)



ที่มา: SIGA analysis based on Input-Output Table 2005



ประเด็นนำเสนอ

- 1 โครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารไทย
- 2 ขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าอาหารไทย
- 3 แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารไทยในอนาคต



ปี 2559 ไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกอาหารอันดับ 13 ของโลก เลื่อนขึ้น 2 อันดับ จากอันดับ 15 ของโลกในปี 2558

	อันดับ				มูลค่าส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	ส่วนแบ่ง ตลาดโลก	อัตราเติบโต ปี 2559/58
	ปี 59	ปี 58	เปลี่ยนแปลง				
World					1,193,409	100.00%	2.0%
USA	1	1	➡	0	125,868	10.55%	3.2%
Netherlands	2	2	➡	0	73,413	6.15%	4.1%
Germany	3	3	➡	0	66,991	5.61%	3.3%
➡ China	4	6	⬆	2	62,432	5.23%	4.8%
Brazil	5	4	⬇	-1	61,051	5.12%	■ -3.6%
France	6	5	⬇	-1	58,378	4.89%	■ -2.2%
Spain	7	7	➡	0	47,118	3.95%	6.0%
Canada	8	8	➡	0	42,676	3.58%	■ -0.6%
Italy	9	9	➡	0	39,783	3.33%	3.7%
Belgium	10	10	➡	0	36,418	3.05%	4.1%
➡ India	11	13	⬆	2	28,095	2.35%	■ -2.3%
Mexico	12	16	⬆	4	27,598	2.31%	10.7%
🇹🇭 Thailand	13	15	⬆	2	26,935	2.26%	1.6%
Australia	14	12	⬇	-2	26,237	2.20%	■ -8.9%
United Kingdom	15	14	⬇	-1	25,893	2.17%	■ -2.9%
Argentina	16	17	⬆	1	25,118	2.10%	8.5%
➡ Indonesia	17	11	⬇	-6	25,118	2.10%	■ -14.4%
Poland	18	18	➡	0	23,062	1.93%	2.0%
➡ Vietnam	19	19	➡	0	22,807	1.91%	8.0%
➡ Malaysia	20	21	⬆	1	19,762	1.66%	1.3%

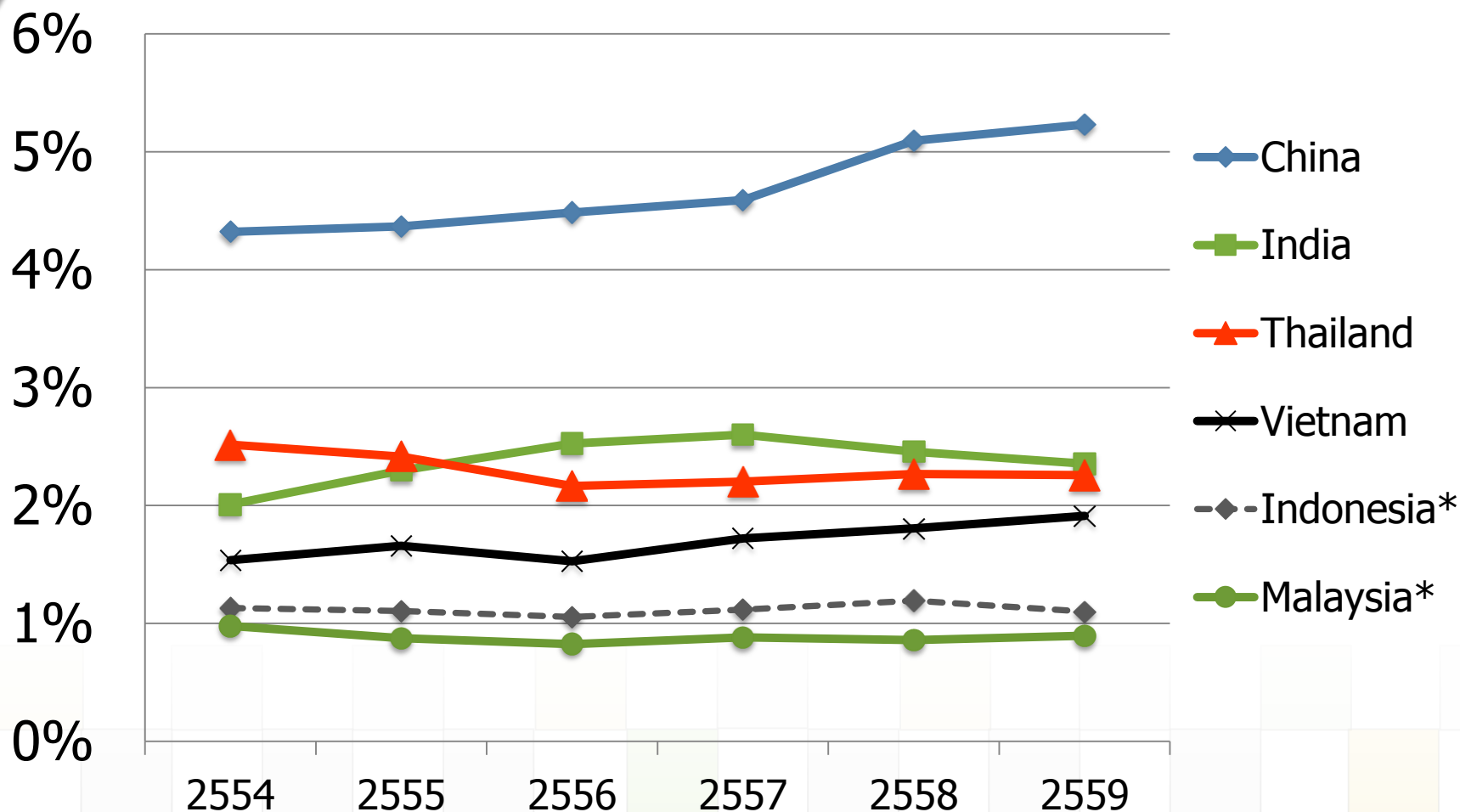
ที่มา: ฝ่ายวิจัยและข้อมูล สถาบันอาหาร

หมายเหตุ: * ตัวเลขเบื้องต้น

สัมมนาวิชาการ สวทช. (30 มีนาคม 2560) 11

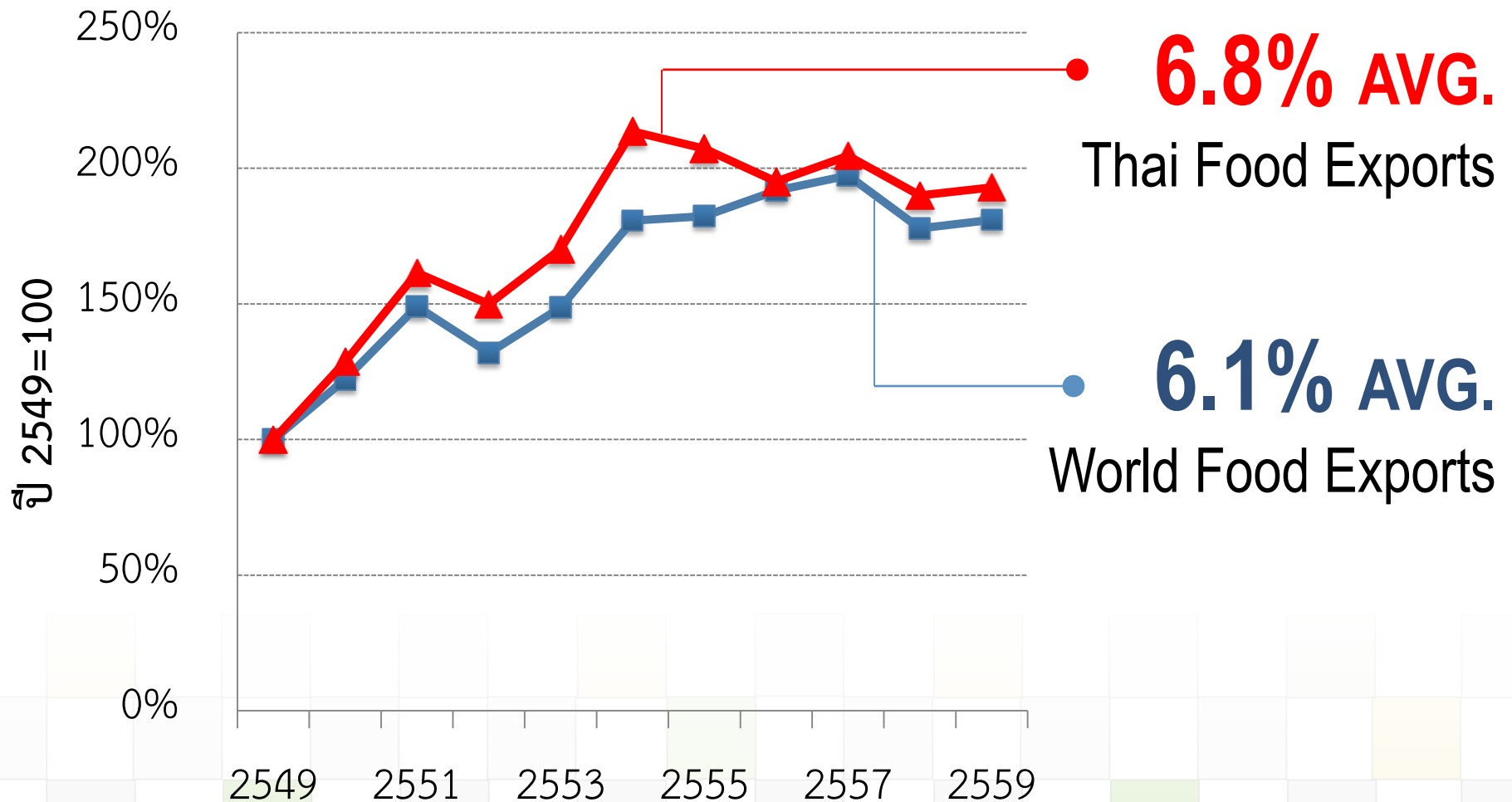


ส่วนแบ่งตลาดอาหารโลกของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ในช่วง 3 ปีหลัง



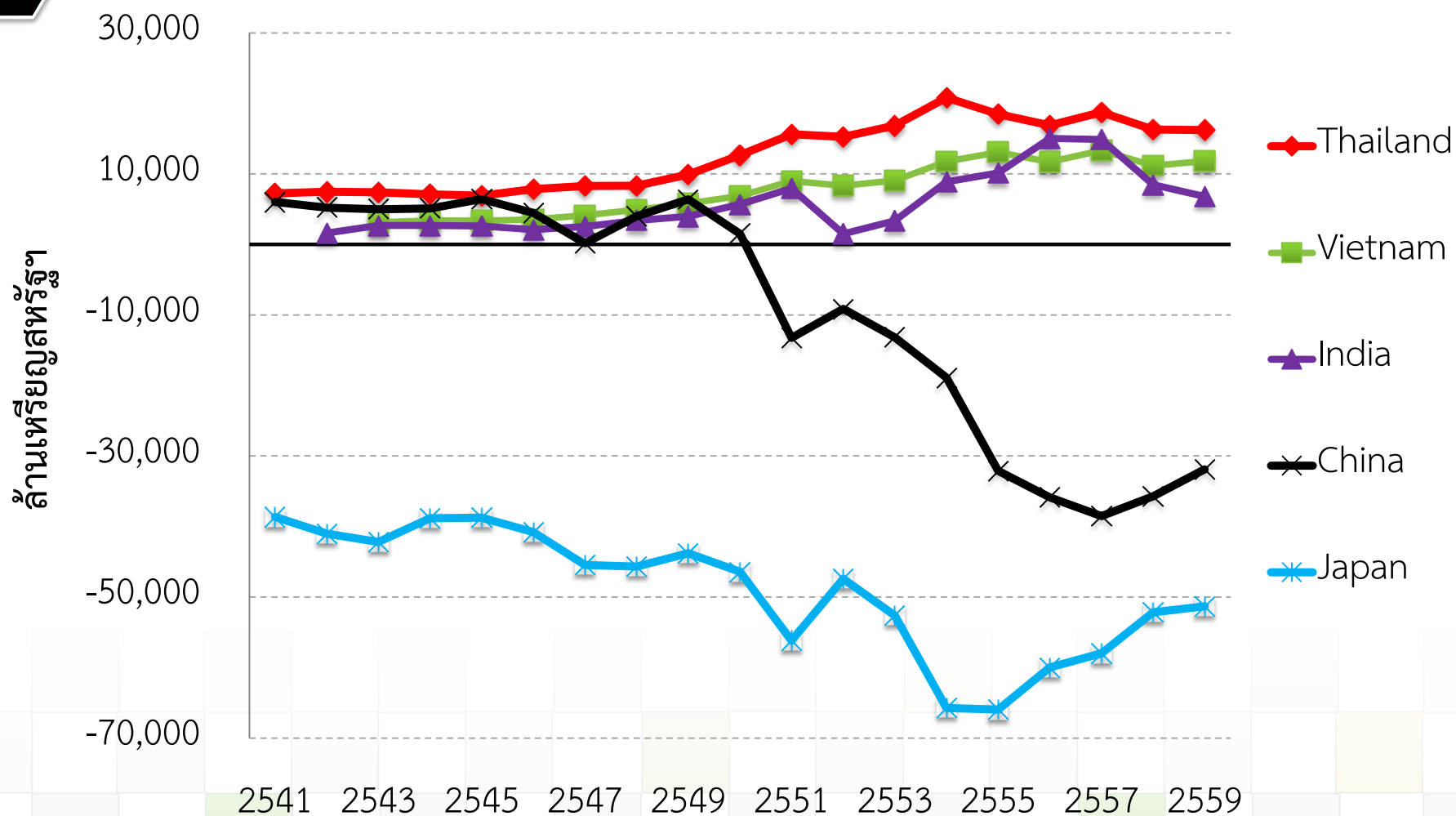


การส่งออกอาหารของไทยเติบโตในอัตราที่สูงกว่าตลาดโลก





ไทยเกินดุลการค้าอาหารมาอย่างต่อเนื่องตลอดระยะ 20 ปี

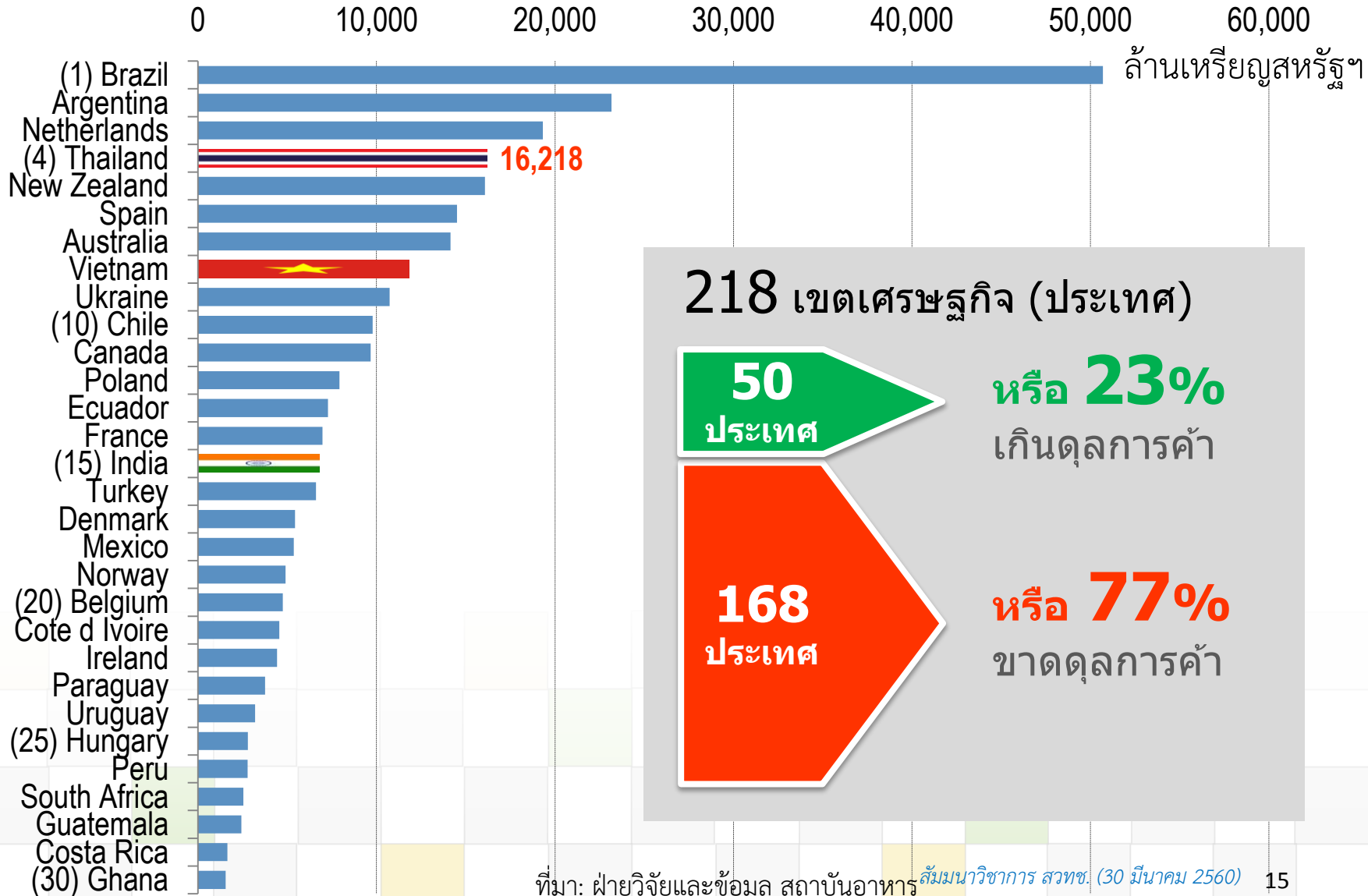


ที่มา: ฝ่ายวิจัยและข้อมูล สถาบันอาหาร

มีเพียง 50 ประเทศที่ได้ดูผลการค้าอาหารโลก

ส่วนอีก 168 ประเทศขาดผลการค้า

TOP 30 ประเทศที่ได้ดูผลการค้าอาหารโลกปี 2559



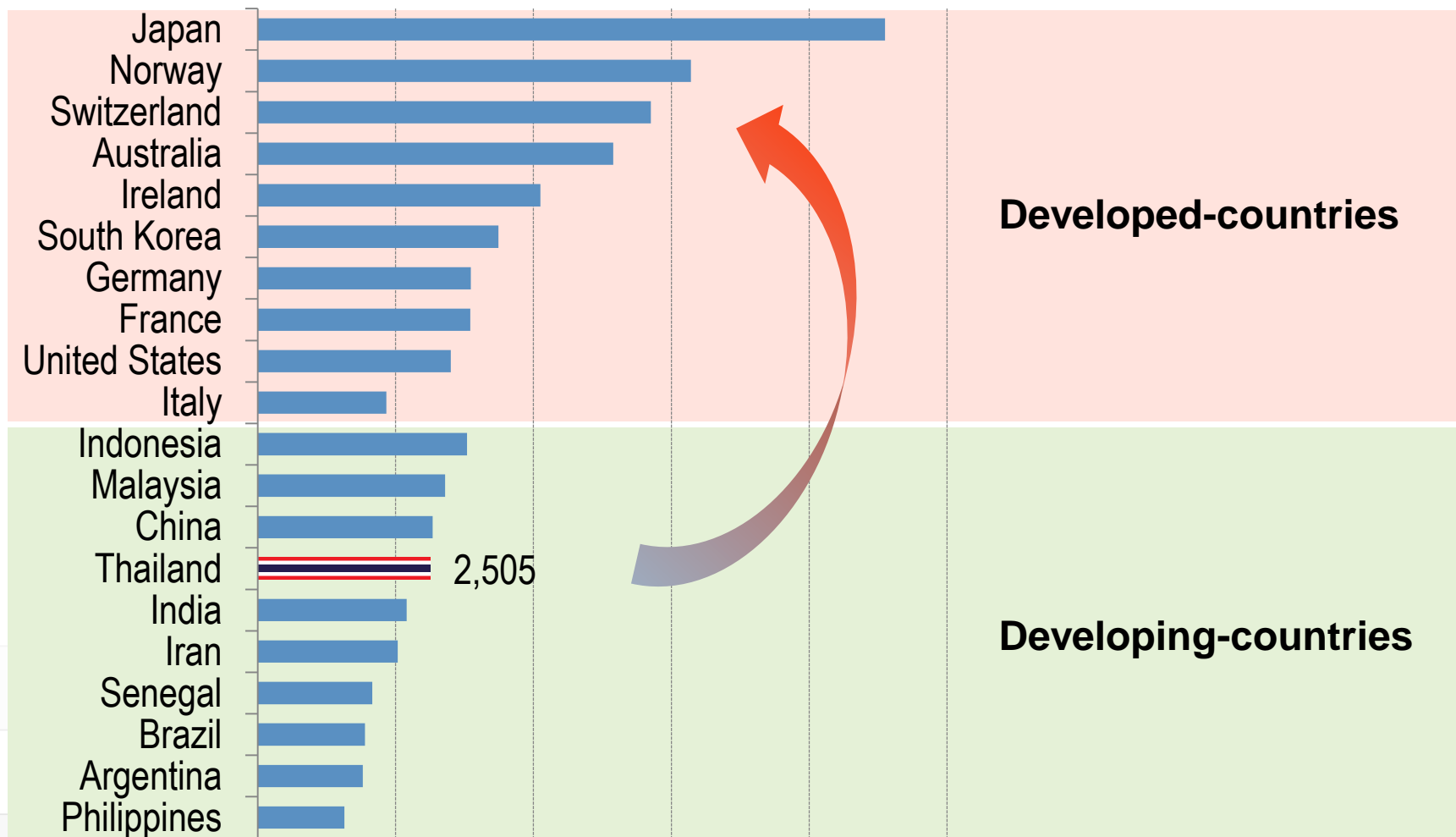


สินค้าอาหารส่งออกในกลุ่มพร้อมรับประทานของไทย (RTE)

ส่วนใหญ่ยังเป็นสินค้ามูลค่าเพิ่มต่ำเมื่อเทียบกับสินค้าในกลุ่มประเทศพัฒนา

ราคาต่อหน่วย (Unit Value) : เหรียญสหรัฐต่อตัน

0 2,000 4,000 6,000 8,000 10,000

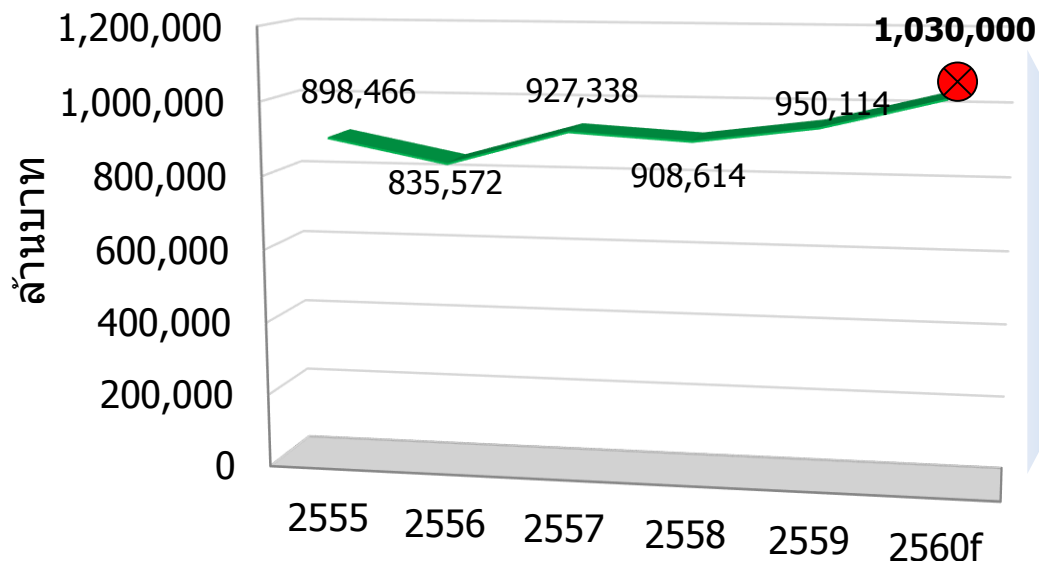




ประเด็นนำเสนอ

- 1 โครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารไทย
- 2 ขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าอาหารไทย
- 3 แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารไทยในอนาคต

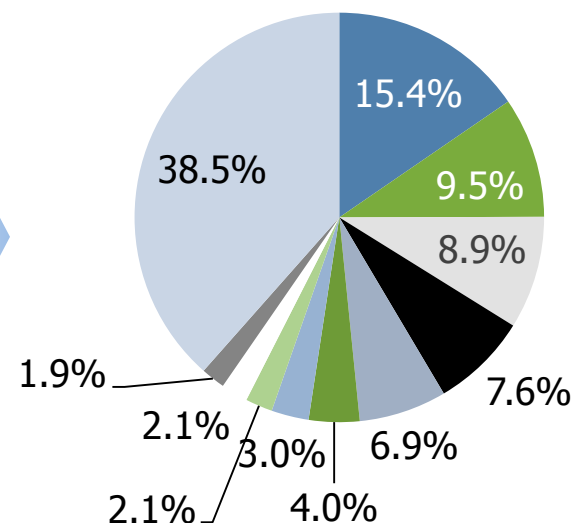
แนวโน้มภาพรวมการส่งออกอาหารไทยปี 2560



อัตราขยายตัวของมูลค่าส่งออก					
2555	2556	2557	2558	2559	2560f
-1.1%	-7.0%	11.0%	-2.0%	4.6%	8.4%

หมายเหตุ: f = ประเมินการ

ที่มา: ฝ่ายวิจัยและข้อมูล สถาบันอาหาร



- ข้าว
- น้ำตาลทราย
- ทุเรียน
- ผลไม้
- เครื่องปรุงรส
- อาหารอื่นๆ
- ไก่
- กุ้ง
- มันสำปะหลัง*
- สับปะรดกระป๋อง
- อาหารพร้อมรับประทาน

หมายเหตุ: * เฉพาะแป้งดิบ

f = ประเมินการ



ส่วนแบ่งตลาดโลกของสินค้าส่งออกหลักส่วนใหญ่มีแนวโน้มลดลง

อันดับโลก มูลค่าส่งออก ส่วนแบ่ง แนวโน้มส่วนแบ่งตลาดโลก ประเทศคู่แข่ง
(ล้านบาท) ตลาดโลก ของไทยปี 2553-57



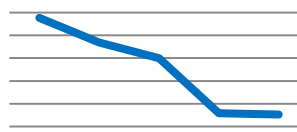
ปลาทูน่ากระป๋อง

1st

76,500

37.05%

46.0%
44.0%
42.0%
40.0%
38.0%
36.0%



Ecuador
Spain
Philippines



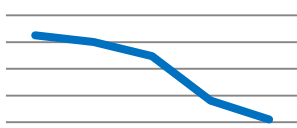
กุ้ง

6th

65,000

8.43%

24.0%
20.0%
16.0%
12.0%
8.0%



Vietnam
India
Ecuador



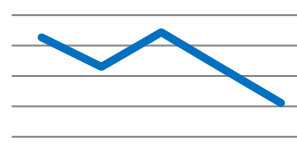
ไก่สุกแปรรูป

1th

61,000

27.11%

30.0%
29.0%
28.0%
27.0%
26.0%



China
Germany
Brazil



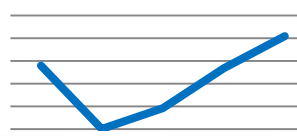
แป้งมันสำปะหลัง

1st

40,000

39.09%

40.0%
39.0%
38.0%
37.0%
36.0%
35.0%



Peru
China
Indonesia



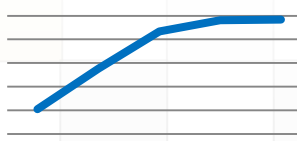
เครื่องปรุงรส

6th

19,000

4.98%

5.0%
4.9%
4.8%
4.7%
4.6%
4.5%



Vietnam
Philippines
Malaysia



สับปะรดกระป๋อง

1st

16,400

47.24%

52.0%
51.0%
50.0%
49.0%
48.0%
47.0%



Philippines
Indonesia
Kenya

ที่มา: ฝ่ายวิจัยและข้อมูล สถาบันอาหาร

สัมมนาวิชาการ สวทช. (30 มกราคม 2562)

ขยายการส่งออกไปสู่กลุ่มสินค้าอื่น ๆ ที่มีแนวโน้มดีขึ้น (Mega trend)



ยุทธศาสตร์การพัฒนาศาสนากรรมไทย 4.0
ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)

กระทรวงอุตสาหกรรม
ตุลาคม 2559

มูลค่าตลาด
(ล้านบาท)

อัตราเติบโต
(5 ปีล่าสุด)

ตลาดส่งออกหลัก

1 ผลิตภัณฑ์นม

36,627

18%

อาเซียน (68%), สมอง (12%), ญี่ปุ่น (7%)

2 ผลิตภัณฑ์มะพร้าว (เช่น กะทิสำเร็จรูป)

11,238

18%

อียู (34%), สหรัฐฯ (32%), ออสเตรเลีย (8%)

3 แยม/ผลไม้กวน

7,871

8%

อาเซียน (30%), ตะวันออกกลาง (25%), สหรัฐฯ (15%)

4 อาหารสำหรับผู้ป่วย

967

22%

เมียนมาร์ (31%), เวียดนาม (17%), ฟิลิปปินส์ (9%)

5 วิตามิน/ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

672

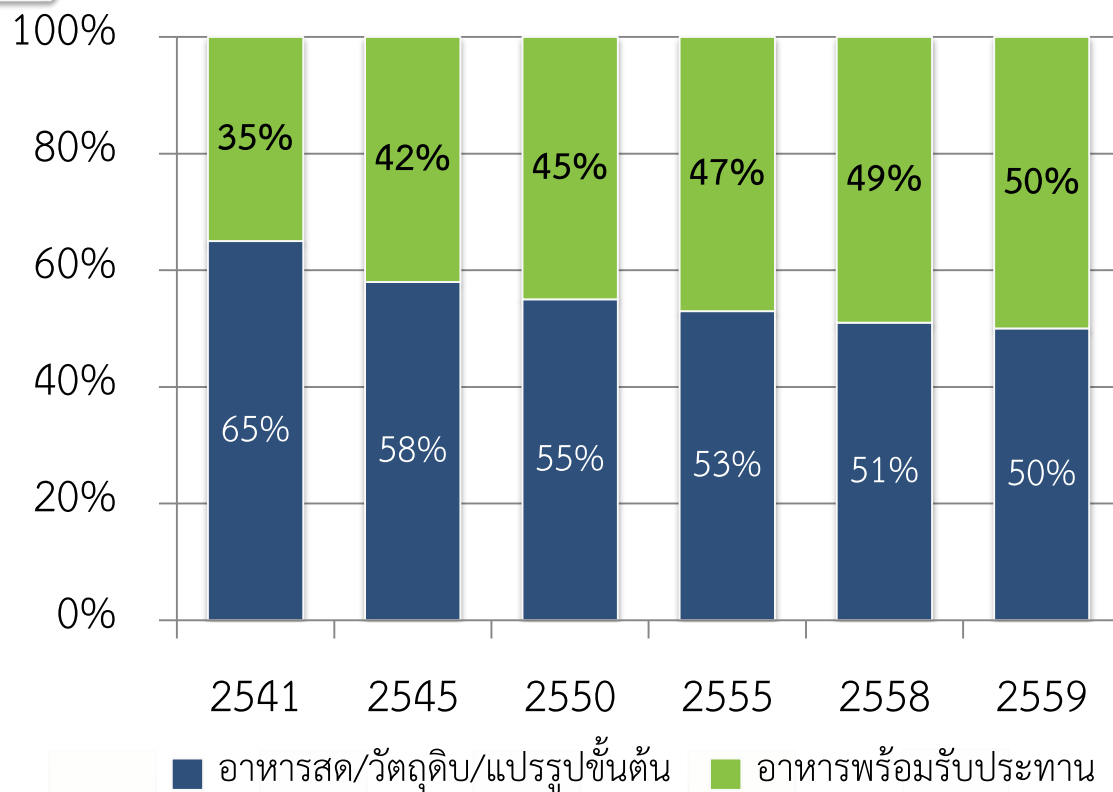
10%

เกาหลีใต้ (60%), นอร์เวย์ (9%), ยูเออี (8%)

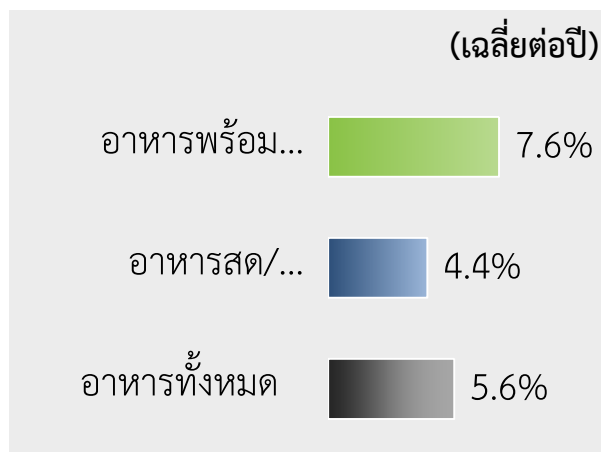
ที่มา: ฝ่ายวิจัยและข้อมูล สถาบันอาหาร



อาหารพร้อมรับประทานมีบทบาทต่อการส่งออกสินค้าอาหารไทยมากขึ้น



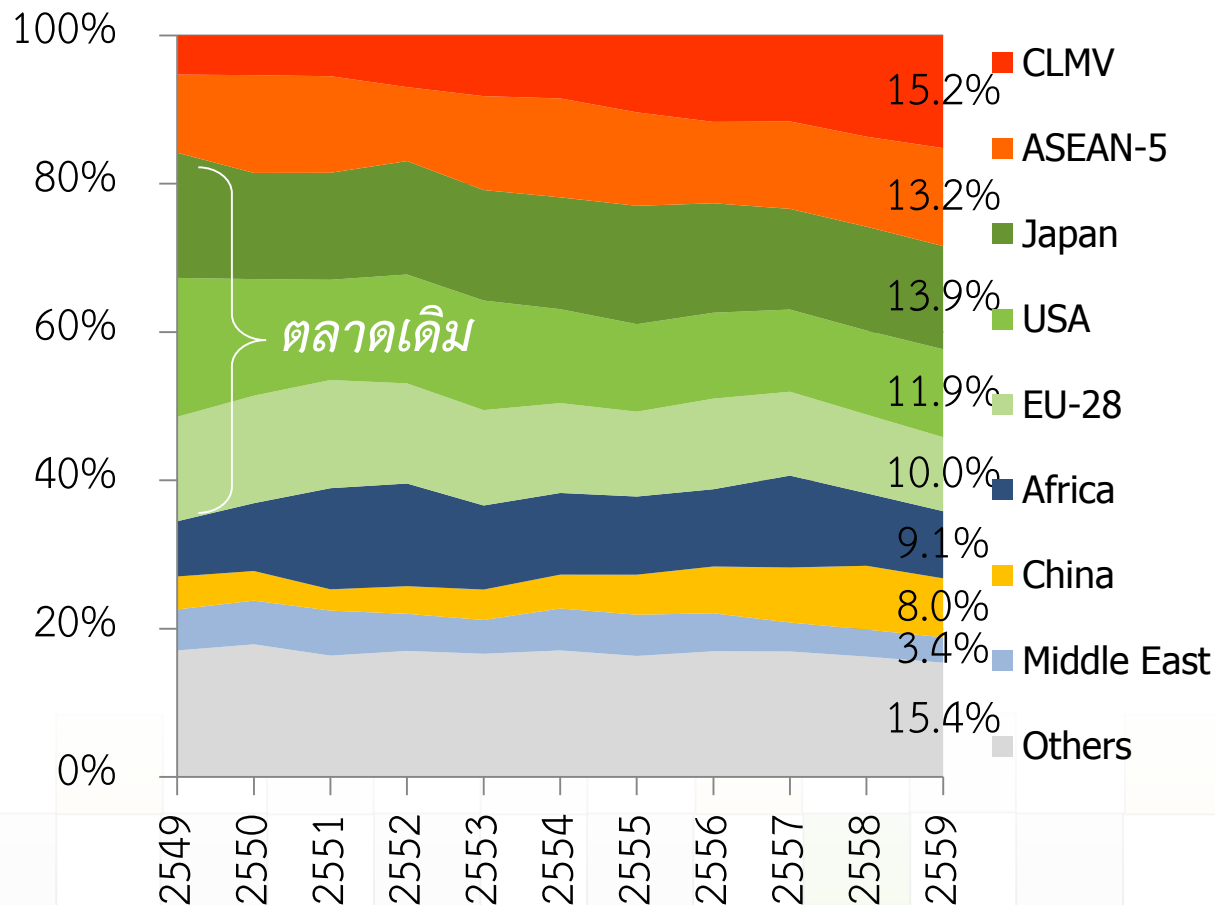
อัตราเติบโตของการส่งออก ในช่วง 18 ปีที่ผ่านมา (2541-2559)



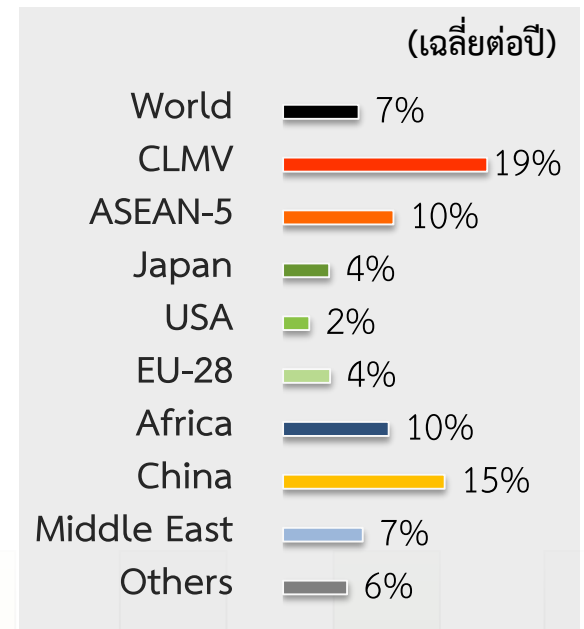
Definition

สินค้า	พิกัดศุลกากรปี 2012
อาหารทั้งหมด (1)	02, 03, 04, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22 ยกเว้น 03.01, 0714.10
อาหารพร้อมรับประทาน (2)	04.03, 16, 17.04, 18, 19, 20, 21, 22
อาหารสด/วัตถุดิบ/แปรรูปขั้นต้น (3)=(1)-(2)	อาหารทั้งหมดที่ไม่รวมอาหารพร้อมรับประทาน

สินค้าอาหารไทยมีแนวโน้มพึ่งพิงตลาดในภูมิภาคมากขึ้น โดยเฉพาะอาเซียนและจีน



อัตราเติบโตของการส่งออก ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (2550-2559)



(%Growth In Thai Baht)

ที่มา: ฝ่ายวิจัยและข้อมูล สถาบันอาหาร

บริการและแนวทางในการสนับสนุนผู้ประกอบการ ของสถาบันอาหาร

1



ยกระดับมาตรฐาน
ด้านการผลิตอาหาร

2



มีศูนย์ข้อมูลเชิงลึก (IU)
สนับสนุนอุตสาหกรรม
อาหาร

3

บริการตรวจวิเคราะห์
ความปลอดภัยอาหาร



4

วิจัยตลาดและสร้าง
เครือข่ายการผลิต



5



วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้
ตรงกับความต้องการของ
ผู้บริโภค

6



เสนอแนะปรับปรุงกฎระเบียบ
วิธีปฏิบัติภาครัฐให้เอื้อ
ต่อการดำเนินธุรกิจ

ที่มา: สถาบันอาหาร



ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร

<http://fic.nfi.or.th>

Thank You!

Welcome to
**Food
Intelligence
Center
Thailand**

ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร