

ttb analytics ชี้ส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงปี 2566 ชะลอตัว หลังโตต่อเนื่องในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา สาเหตุจากตลาดโลกแข่งขันสูงขึ้น และธุรกิจรักษาส่วนแบ่งตลาดที่ได้เปรียบและเปิดตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี หรือ ttb analytics คาดมูลค่าการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยในปี 2566 มีมูลค่าราว 8.3-8.8 หมื่นล้านบาท ปรับตัวลดลง 10-15% จากปี 2565 จากแรงกดดันของการแข่งขันของผู้ส่งออกรายใหญ่ในแต่ละภูมิภาคกระทบต่อการส่งออกไทยมากขึ้น และเร่งรักษาตลาดส่งออกที่ไทยยังมีความได้เปรียบจากข้อตกลงทางการค้าและต้นทุนการขนส่ง พร้อมทั้งเปิดตลาดใหม่ที่มีความได้เปรียบในด้านการขนส่ง เพื่อรักษาการเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ 3 อันดับแรกของโลก

เทรนด์การดูแลสัตว์เลี้ยงในปัจจุบันมีรูปแบบการดูแลสัตว์เลี้ยงเสมือนคนในครอบครัว (Pet Humanization) มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากความตระหนักรู้และเชื่อว่าสัตว์เลี้ยงเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกในครอบครัว ทั้งในกลุ่มผู้ดูแลเดิมที่เริ่มปรับเปลี่ยนรูปแบบการดูแลสัตว์เลี้ยงของตนเอง และกลุ่มเจ้าของสัตว์เลี้ยงมือใหม่ ด้วยรูปแบบการเลี้ยงที่เปลี่ยนไปเป็นเสมือนสมาชิกในครอบครัวมากขึ้น ค่าใช้จ่ายจึงย่อมสูงกว่าการดูแลสัตว์เลี้ยงในรูปแบบปกติประมาณ 4-5 เท่าตัว ซึ่งทำให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิ โรงพยาบาลสัตว์ ศูนย์ดูแลสัตว์เลี้ยง ร้านขายอุปกรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มของอุตสาหกรรมอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงของไทยในปัจจุบันซึ่งมีมูลค่าส่งออกเกือบหนึ่งแสนล้านบาท โดยปัจจุบันไทยถือเป็นประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่อันดับ 3 ของโลก ด้วยสัดส่วนการส่งออกประมาณ 11% ของโลก รองจากประเทศเยอรมนี และ สหรัฐอเมริกา ที่เป็นผู้ส่งออกอาหารสัตว์รายใหญ่อันดับ 1 และ 2 ที่มีสัดส่วนการส่งออก 13% และ 11.3% ของมูลค่าการส่งออกอาหารสัตว์ของทั้งโลก ตามลำดับ

ทั้งนี้ สถานการณ์การส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยในปี 2565 ที่ผ่านมา แต่ระดับสูงสุดในประวัติศาสตร์ที่มูลค่าสูงถึง 9.9 หมื่นล้านบาท เติบโตก้าวกระโดดกว่า 2 เท่าจากปี 2560 ที่มีมูลค่าราว 4.7 หมื่นล้านบาท โดยเฉพาะในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาเห็นสัญญาณการเติบโตในอัตราเร่งกว่า 26% ในปี 2564 และเติบโตต่อเนื่องอีก 27% ในปี 2565 จากแรงสนับสนุนของเทรนด์รูปแบบการใช้ชีวิตของสังคมโลกที่เริ่มรับสัตว์เลี้ยงมาดูแลเพิ่มมากขึ้น จากภาวะการครองตนเป็นโสด และการตัดสินใจไม่มีลูก รวมถึงกระแสของโครงสร้างประชากรโลกที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ที่มีการวิจัยยืนยันถึงการเลี้ยงสัตว์จะช่วยเพิ่มควมมีชีวิตชีวา เพื่อบรรเทาความซึมเศร้าและคลายเครียดจากความเหงาในวัยเกษียณ รวมถึงรูปแบบการทำงานของคนวัยทำงานที่มีความยืดหยุ่นด้านเวลาสูงขึ้นจากรูปแบบการทำงานแบบ Hybrid ซึ่งเมื่อพิจารณาบนโครงสร้างตลาดการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยที่มีมูลค่าสูงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ttb analytics ได้แบ่งตลาดการส่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มตลาดมูลค่าสูง คือ ตลาดส่งออกสำคัญ 5 อันดับแรกของไทย มีมูลค่าการส่งออกรวม 5.6 หมื่นล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน 57% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด โดยในกลุ่ม 5 อันดับตลาดส่งออกอาหารสัตว์

เลี้ยงหลักของไทยสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มตลาดหลักในแต่ละภูมิภาคของโลก เช่น ไทยส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาในภูมิภาคอเมริกาเหนือกว่า 2.8 หมื่นล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน 28.5% ของการส่งออกรวมของไทย ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นในภูมิภาคเอเชียตะวันออก ที่มูลค่า 1.1 หมื่นล้านบาท มีสัดส่วนเป็น 11.2% และในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน ส่งออกไปยังมาเลเซีย ด้วยมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 6 พันล้านบาท หรือ 6.1% ของการส่งออกรวม ทั้งนี้ รวมถึงในภูมิภาคยุโรปและโอเชียเนียที่ไทยส่งออกไปยังประเทศอิตาลี 5.7 พันล้านบาท และออสเตรเลีย 5.5 พันล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนการส่งออกรวมของไทยราว 5.8% และ 5.6% ตามลำดับ

2. **กลุ่มตลาดที่มีศักยภาพ (Potential Market)** เป็นตลาดที่มีอัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงสูง ประกอบด้วย ประเทศกัมพูชา ฟิลิปปินส์ เมียนมา และเวียดนาม เป็นต้น โดยมีอัตราการเติบโตในปี 2565 ที่ผ่านมากกว่า 49%, 38%, 26% และ 24% ตามลำดับ อีกทั้งช่วง 3 เดือนแรกในปี 2566 นี้ ยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง ด้วยข้อได้เปรียบด้านการตลาด การขนส่ง รวมถึงการได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้าผ่านข้อตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreement : FTA)

อย่างไรก็ตาม ttb analytics คาดการณ์การส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงไทยในปี 2566 จะเผชิญกับความท้าทายจากการสูญเสียการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดส่งออกหลักบางส่วน ผ่านสัญญาณปริมาณการส่งออกในไตรมาสแรกของปีนี้ที่ชะลอตัวลงกว่า 17% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในกลุ่มตลาดมูลค่าสูง เช่น ปริมาณการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงไปยังสหรัฐฯ ที่ลดลง 35% แต่ในขณะเดียวกันการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของสหรัฐฯ ในช่วง 2 เดือนแรกปรับเพิ่มขึ้น 10% สะท้อนถึงการที่สหรัฐฯ เริ่มลดการพึ่งพิงการนำเข้าและหันมาใช้วัตถุดิบจากในประเทศ นอกจากนี้ ปริมาณการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงจากไทยไปยังอิตาลีลดลงถึง 53% (ในขณะที่อิตาลีนำเข้าจากประเทศเยอรมนีเพิ่มขึ้น 10%) สะท้อนการเสียพื้นที่ตลาดยุโรปให้เยอรมนีซึ่งเป็นผู้ส่งออกอันดับ 1 กอปรกับแรงกดดันจากอัตราแลกเปลี่ยนที่มีทิศทางแข็งค่าขึ้นส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกที่ลดลงในรูปค่าเงินบาท ทำให้ ttb analytics ประเมินการมูลค่าการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยในปี 2566 อาจปรับลดลง 10-15% มีมูลค่าราว 8.3-8.8 หมื่นล้านบาท ซึ่งเป็นการหดตัวครั้งแรกในรอบ 20 ปี เท่าที่มีการเก็บสถิติ

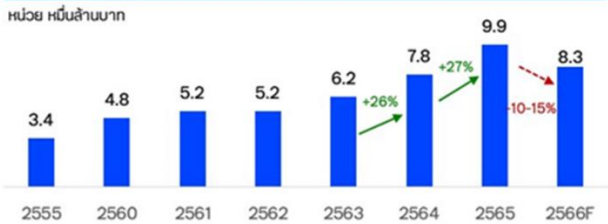
ดังนั้น ด้วยแรงกดดันในพื้นที่ตลาดส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงในปี 2566 ที่เริ่มมีความชัดเจนจากการครองความได้เปรียบของตลาดส่งออกจากผู้ส่งออกรายใหญ่ในแต่ละภูมิภาค เช่น สหรัฐฯ ที่ครองตลาดภูมิภาคอเมริกาเหนือกลาง ได้ และกลุ่มประเทศแคริบเบียน และประเทศเยอรมนีที่ครองความได้เปรียบในตลาดยุโรป ส่งผลให้ประเทศไทยซึ่งเป็นผู้ส่งออกอันดับ 3 ควรเร่งรักษากลุ่มตลาดที่มีศักยภาพ เช่น ประเทศญี่ปุ่น และตลาดอาเซียน ที่มีอัตราการเติบโตสูงต่อเนื่อง รวมถึงภาครัฐควรเร่งเปิดการเจรจาการค้าในตลาดใหม่ที่ไทยมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนการขนส่งและข้อตกลงทางการค้าเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ประเทศจีน ฮองกง และนิวซีแลนด์ เพื่อรักษาสถานะผู้

ส่งออกรายใหญ่อันดับ 3 ของโลก และจะทำให้มีโอกาสในการก้าวข้ามเป็นผู้ส่งออกอันดับ 2 หรืออันดับ 1 ได้ในอนาคต

ttb analytics ชี้ส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงปี 2566 ชะลอตัว หลังโตต่อเนื่องในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา สาเหตุจากตลาดโลกมีการแข่งขันสูงขึ้น และธุรกิจรักษาส่วนแบ่งตลาดที่ได้เปรียบและเปิดตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ



มูลค่าตลาดส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงไทย



โครงสร้างตลาดการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของไทย

1. กลุ่มตลาดมูลค่าสูง		2. กลุ่มตลาดที่มีศักยภาพ	
ตลาดส่งออกสำคัญ 5 อันดับแรก มีสัดส่วน 57%* ของมูลค่าการส่งออกของไทย		ตลาดอาเซียนมีการนำเข้าจากไทย ในอัตราที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว	
ประเทศ	สัดส่วนส่งออก*	ประเทศ	การเติบโตปี 2565 (yoy%)
สหรัฐฯ	28.5%	กัมพูชา	49.1%
ญี่ปุ่น	11.2%	ฟิลิปปินส์	37.9%
มาเลเซีย	6.1%	เมียนมา	25.7%
อิตาลี	5.8%	เวียดนาม	24.2%
ออสเตรเลีย	5.6%		

สัดส่วนตลาดส่งออกของประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่



- แนะไทยควรเร่งรักษาสถานะผู้ส่งออกรายใหญ่**
- > เร่งรักษากลุ่มตลาดที่มีศักยภาพ เช่น ประเทศญี่ปุ่นและตลาดอาเซียน ที่มีอัตราการเติบโตสูงต่อเนื่อง
 - > ภาครัฐควรเร่งเปิดการเจรจาการค้าในตลาดใหม่ที่ไทยมีความได้เปรียบ ในประเด็นต้นทุนการขนส่งและข้อตกลงทางการค้าเพิ่มขึ้น

*ที่มา: กระทรวงพาณิชย์, trade map และ ttb analytics *สัดส่วนส่งออกปี 2565
