

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ยังขยายตัวได้ภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงและต้นทุนที่ผันผวน

7 ก.พ. 2568

ภาพรวมธุรกิจ

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในปี 2567 มีแนวโน้มการเติบโตที่แข็งแกร่ง โดยดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมอาหารคาดว่าจะขยายตัว 2.7%YoY ซึ่งได้รับแรงหนุนจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและความต้องการในตลาดใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศ CLMV ทั้งนี้ การจำหน่ายในประเทศมีการขยายตัวที่ 10.6%YoY ขณะที่ภาคการส่งออกเติบโต 2.6%YoY และการนำเข้าขยายตัว 0.1%YoY โดยปัจจัยสนับสนุนสำคัญมาจากการปรับตัวลดลงของต้นทุนวัตถุดิบและแรงงาน รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมอาหาร (MPI)

ปี 2567* คาดว่าจะอยู่ที่ระดับ 103.60 ขยายตัว 2.7% จากปีก่อน โดยสินค้าที่คาดว่าจะมีการขยายตัวดี ได้แก่



ปลากระป๋อง (+24.0%)



แป้งมันสำปะหลัง (+8.8%)



เครื่องดื่ม (+4.5%)

103.60

+2.7%
YoY

2567

ดัชนีผลผลิต
อุตสาหกรรม (MPI)

402.69

+10.6%
YoY

2567

การจำหน่ายในประเทศ
(ล้านบาท)

การจำหน่ายอาหารในประเทศ

ปี 2567* คาดว่าจะมีปริมาณ 402.69 ล้านบาท ขยายตัว 10.6% จากปีก่อน โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่



เครื่องปรุงรส (+20.7%)



อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง (+7.3%)



บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป (+7.1%)

การนำเข้า

ปี 2567* คาดว่าจะมีมูลค่า 17,543.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 0.1% จากปีก่อน โดยสินค้านำเข้าที่มีการขยายตัว ได้แก่



ปลาน้ำสดแช่เย็นแช่แข็ง (+9.9%)



ผักผลไม้ (+15.7%)



เนื้อสัตว์สำหรับการบริโภค (+13.0%)

17,543.4

+0.1%
YoY

2567

มูลค่าการนำเข้า
(ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

41,387.0

+2.6%
YoY

2567

มูลค่าการส่งออก
(ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

การส่งออก

ปี 2567* คาดว่าจะมีมูลค่า 41,387.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 2.6% จากปีก่อน โดยสินค้าส่งออกที่ขยายตัว ได้แก่



ข้าว (+24.9%)



ไก่ (+5.3%)



ผลไม้กระป๋องแปรรูป (+13.8%)

* คาดการณ์โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหาร



- ปศุสัตว์
- อาหารสัตว์
- แรงงาน
- อุปกรณ์
- บริการสัตวแพทย์

- อาหารสด
- อาหารบรรจุหีบห่อ
- อาหารแปรรูป
- อาหารพร้อมทาน

- เกษตรกรรายย่อย

- การจัดการคลังสินค้าและกระจายสินค้าด้วยตนเอง
- การกระจายสินค้าโดยบุคคลที่ 3
- ผู้ส่งออก

จัดส่งตรงจากผู้ผลิตผ่าน e-commerce platform

ประเภทองค์กร

- ร้านอาหาร
- โรงแรม
- โรงเรียน

ช่องทางการขายปลีก (แบบสมัยใหม่และแบบดั้งเดิม)

- ซูเปอร์มาร์เก็ต
- ร้านสะดวกซื้อ
- ตลาดสด

• ตลาดต่างประเทศ

ผู้บริโภค

ห่วงโซ่อุปทานธุรกิจเครื่องดื่ม



พันธมิตร (Partners)

เครื่องดื่มประเภทอัดลม		พันธมิตรหลัก			ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย
เครื่องดื่มประเภทไม่อัดลม	<ul style="list-style-type: none"> • น้ำ • น้ำตาล • สารทดแทนน้ำตาล • สารปรุงแต่งกลิ่นรส • ส่วนผสมอื่นๆ 		การกระจายสินค้าโดยบุคคลที่ 3 	ช่องทางการขายปลีกแบบสมัยใหม่และแบบดั้งเดิม <ul style="list-style-type: none"> • ไฮเปอร์มาร์เก็ต • ร้านสะดวกซื้อ • ซูเปอร์มาร์เก็ต • ร้านขายของชำ • ร้านค้าออนไลน์ 	
เครื่องดื่มให้พลังงาน				ช่องทางการขายปลีกแบบอื่นๆ <ul style="list-style-type: none"> • ร้านอาหาร • คาเฟ่ • โรงแรม 	
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	<ul style="list-style-type: none"> • น้ำ • เอทานอล • ส่วนผสมอื่นๆ 		<ul style="list-style-type: none"> • การกระจายสินค้าด้วยตนเอง • การกระจายสินค้าโดยบุคคลที่ 3 		

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ



ปัจจัยบวก



การฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว

การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการเติบโตของภาคการท่องเที่ยว ช่วยกระตุ้นความต้องการในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ส่งผลดีต่อธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด ตั้งแต่ผู้ผลิตไปจนถึงผู้ประกอบการ



นวัตกรรมและเทคโนโลยี

การนำเทคโนโลยีมาใช้ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การจัดการห่วงโซ่อุปทาน และการสร้างประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวให้กับลูกค้า



แนวโน้มสุขภาพและความยั่งยืน

ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น อาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ (functional foods) และบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

ปัจจัยลบ



ความผันผวนของต้นทุนวัตถุดิบ

สภาพอากาศที่แปรปรวน รวมทั้งความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์อาจส่งผลกระทบต่อราคาและการจัดหาวัตถุดิบ ทำให้ต้นทุนการผลิตไม่แน่นอนและอาจกระทบต่อกำไรของธุรกิจ



การแข่งขันที่รุนแรง

การเข้ามาของผู้เล่นรายใหม่และการขยายตัวของแบรนด์ใหญ่จะทำให้การแข่งขันในตลาดรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง ซึ่งอาจส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร



ความเข้มงวดของกฎระเบียบ

การเพิ่มความเข้มงวดของกฎระเบียบในด้านความปลอดภัยอาหารและการติดตาม รวมถึงมาตรการควบคุมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณเกลือสูง อาจเพิ่มต้นทุนการผลิตและความซับซ้อนในการดำเนินธุรกิจ

แนวโน้มธุรกิจ

01

ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น โดยมองหาผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ

02

ปัญญาประดิษฐ์ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การผลิตอัตโนมัติ และความปลอดภัยด้านอาหาร

03

แนวโน้มการบริโภคอาหารจากพืชมากขึ้นเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

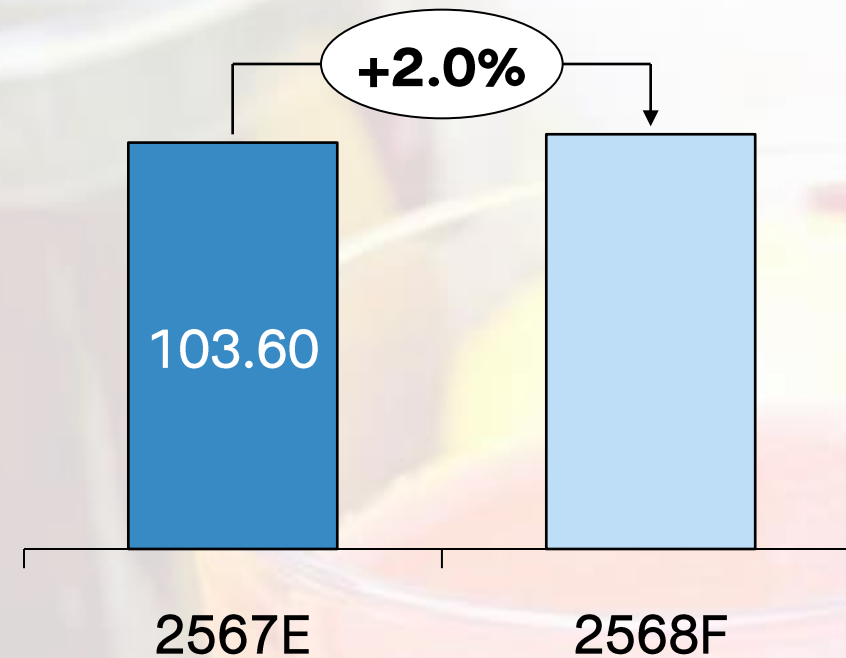
04

ผู้บริโภคต้องการค้นหารสชาติและประสบการณ์ใหม่ๆ ในอาหารและเครื่องดื่ม

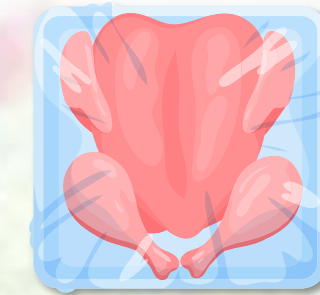
แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI)

กลุ่มสินค้าที่คาดว่าจะดัชนีผลผลิตขยายตัวดีในปี 2568



ปลาทูน่ากระป๋อง



ไก่แปรรูปและไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง



น้ำตาล

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมอาหารในปี 2568 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.0 เมื่อเทียบกับปี 2567 การเติบโตนี้เป็นผลมาจากปัจจัยสำคัญสองประการ ประการแรก คือ การฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของภาคการท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความต้องการอาหารและเครื่องดื่มที่เพิ่มขึ้น ประการที่สอง คือ นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ได้มีส่วนสำคัญในการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการบริโภคและการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมอาหาร นอกจากนี้ นโยบายของรัฐบาลปัจจุบันที่มุ่งสนับสนุนอาหารไทยให้เป็น Soft Power เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และการสนับสนุน Startup ในอุตสาหกรรมอาหารรายใหม่ ครอบคลุมถึงกลุ่มอาหารอนาคต (Future Food) และอาหารฮาลาลยังช่วยเสริมสร้างความมั่นคงด้านอาหารและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก

Thank You

LH BANK



「BUSINESS RESEARCH」

Disclaimer

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. รณพล ศรีรัฐพงษ์

ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



ณัฐชาติ วิรุฬห์หัตถ์

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



เชี่ยวชาญ ศรีชัยยา

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วัชรพันธ์ นิยม

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ศรีอำไพ อังคกิตติ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



รัทนล ศรีทองเต็ม

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



วิสันดา ดิศเรตติวัฒน์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



ณวัชร หันสุเวช

นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

ฉับไว

เข้าใจ

ตอบใจทุก



Scan Here

For More Articles

<https://www.lhbank.co.th/economic-analysis/>