

EU ... ตลาดส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์ที่ไม่ควรมองข้าม

ปัจจุบันการส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์ของไทยต้องเผชิญกับมาตรการกีดกันทางการค้าทั้งด้านภาษีและมิใช่ภาษี (Tariff and Non-Tariff Barriers) จากประเทศคู่ค้าสำคัญ อาทิ สหรัฐฯ (ตลาดส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์อันดับ 1 ของไทย) ใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti Dumping : AD) ล่าสุดอยู่ระหว่างการพิจารณาทบทวน AD รอบแรก (ปี 2548) ขั้นสุดท้าย คาดว่าจะทราบผลภายในเดือนกันยายน 2550 **ออสเตรเลีย** (ตลาดส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์อันดับ 6 ของไทย) เตรียมประกาศใช้ระเบียบวิเคราะห์ความเสี่ยงการนำเข้ากุ้งและผลิตภัณฑ์จากกุ้ง (Import Risk Analysis : IRA) คาดว่าจะเริ่มมีผลบังคับใช้ในเดือนพฤศจิกายน 2550

ทั้งนี้ เพื่อให้การส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์ยังคงขยายตัวต่อเนื่อง ผู้ส่งออกไทยควรศึกษาและหาช่องทางส่งออกไปยังตลาดอื่น ๆ ด้วย โดยเฉพาะตลาดที่มีศักยภาพอย่าง EU ซึ่งมีความต้องการบริโภคกุ้งมากเป็นอันดับ 1 ของโลก และมีปริมาณนำเข้ากุ้งและผลิตภัณฑ์เฉลี่ยปีละประมาณ 400,000 ตัน โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญ อาทิ อินเดีย เอกวาดอร์ บราซิล และจีน และปัจจุบันเริ่มหันมานำเข้าจากไทยมากขึ้น หลังจาก EU คินสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) ให้แก่กุ้งและผลิตภัณฑ์ส่งออกของไทย ทั้งนี้ รายละเอียดที่น่าสนใจของตลาด EU มีดังนี้

- **EU เป็นตลาดขนาดใหญ่** ด้วยจำนวนประชากรจากประเทศสมาชิก 27 ประเทศ รวมกว่า 450 ล้านคน บริโภคกุ้งปีละประมาณ 700,000 ตัน ทั้งนี้ กำลังซื้อของผู้บริโภคใน EU ที่อยู่ในระดับสูง ประกอบกับความนิยมบริโภคกุ้งเพราะถือเป็นอาหารที่ปลอดภัยถึงฐานะของผู้บริโภค ตลอดจนความหวาดกลัวโรคที่เกิดจากการบริโภคเนื้อสัตว์ใหญ่ อาทิ โรควัวบ้า โรคปากเท้าเปื่อยในสุกร และใช้หัวदनกในสัตว์ปีก ทำให้มีความต้องการบริโภคกุ้งใน EU ยังคงขยายตัวต่อเนื่อง และส่งผลให้ EU มีปริมาณนำเข้ากุ้งและผลิตภัณฑ์ขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี ประเทศผู้นำเข้าหลัก คือ สเปน นำเข้ากุ้งและผลิตภัณฑ์รวม 176,547 ตัน ในปี 2549 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.3 จากปี 2548) รองลงมา คือ ฝรั่งเศส และอังกฤษ

- **EU คินสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) แก่กุ้งส่งออกไทย** 2 รายการ คือ กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง และกุ้งแปรรูป มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 1 มกราคม 2549 ส่งผลให้อัตราภาษีนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยลดลงเหลือร้อยละ 4.2 (จากเดิมร้อยละ 12) กุ้งแปรรูปลดลงเหลือร้อยละ 7 (จากเดิมร้อยละ 20) ใกล้เคียงกับคู่แข่งสำคัญ อาทิ จีน อินเดีย และเอกวาดอร์ ทำให้กุ้งส่งออกของไทยสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ทั้งนี้ ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2550 มูลค่าส่งออกกุ้งแปรรูปของไทยไป EU ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 96 ขณะที่กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ขยายตัวร้อยละ 94 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2549

- **รสนิยมการบริโภคกุ้ง** โดยทั่วไปผู้บริโภคกุ้งใน EU มักนิยมบริโภคกุ้งขนาดใหญ่และกุ้งคุณภาพสูง อย่างไรก็ตาม กุ้งและผลิตภัณฑ์ส่งออกของไทยซึ่งมีขนาดเล็ก เช่น กุ้งขาว เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นเป็นลำดับ ทั้งเพื่อนำไปใช้เป็นส่วนประกอบในอาหารหลักของชาวยุโรป และอาหารไทยซึ่งกำลังเป็นที่นิยมตามภัตตาคารและโรงแรมชั้นนำทั่วไป อาทิ กุ้งในน้ำสลัด สเปกเก็ตตี้กุ้ง ผัดไทยกุ้งสด ต้มยำกุ้ง ข้าวผัดกุ้ง กะเพรากุ้ง ขณะเดียวกันการที่ผู้ส่งออกไทยเริ่มนำระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) มาใช้ตรวจสอบคุณภาพกุ้งในทุกขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มผลิตจนกระทั่งจำหน่ายสินค้าสู่มือผู้บริโภค คาดว่าจะทำให้กุ้งส่งออกของไทยได้รับการยอมรับจากผู้นำเข้า EU และส่งผลดีต่อการส่งออกกุ้งและผลิตภัณฑ์ของไทยในระยะต่อไป

แม้ EU เป็นตลาดที่เข้มงวดกับคุณภาพของสินค้า ประกอบกับตลาดกึ่งและผลิตภัณฑ์ใน EU มีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง โดยเฉพาะคู่แข่งจากจีน อย่างไรก็ตาม หากผู้ส่งออกไทยใส่ใจรักษาคุณภาพสินค้า ควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่ม และพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย ตลอดจนนำสินค้าออกสู่สายตาผู้บริโภคยุโรปในงานแสดงสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ แนวทางดังกล่าวคาดว่าจะช่วยกระตุ้นมูลค่าส่งออกกึ่งและผลิตภัณฑ์ของไทยไป EU ให้ขยายตัวอย่างยั่งยืนและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดกึ่งและผลิตภัณฑ์ของไทยใน EU จากปัจจุบันที่มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 1

ส่วนวิเคราะห์ธุรกิจ ฝ่ายวิชาการ

สิงหาคม 2550