



K SME Analysis

เจาะลึกแนวโน้มธุรกิจผลิต อาหารและเครื่องดื่มครึ่งหลังปี '64 ท่ามกลางกำลังซื้อต่ำและความเสี่ยงสูง

ประเด็นสำคัญ

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า มูลค่าการส่งออกอาหารและเครื่องดื่มของไทยในช่วงครึ่งหลังปี 2564 น่าจะเติบโตดีขึ้นกว่าครึ่งปีแรก จากเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวดีขึ้นตามการบริหารจัดการเรื่องวัคซีนในหลายประเทศเศรษฐกิจหลัก โดยเฉพาะตลาดฝั่งตะวันตก บวกกับสถานการณ์การขาดแคลนแรงงานที่น่าจะทยอยคลี่คลาย แต่อาจจะมีปัจจัยที่ต้องติดตามทั้งราคาวัตุดิบและค่าขนส่งที่มีแนวโน้มสูงต่อเนื่อง ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการ
- สินค้าที่คาดว่าจะส่งออกได้ดีขึ้นกว่าครึ่งปีแรก คือ สินค้าประมงและอาหารทะเลแปรรูป เนื่องจากสถานการณ์ธุรกิจ Horeca ซึ่งเป็นชีพพลายเออร์ที่สำคัญน่าจะทยอยกลับมาได้บางส่วนเมื่อเทียบกับครึ่งปีแรก จากความต้องการในช่วงเทศกาลเฉลิมฉลองช่วงปีใหม่ ซึ่งเป็น High-Season ของธุรกิจ รวมถึงกลุ่มปศุสัตว์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ไก่ ที่เมื่อสถานการณ์แรงงานทยอยปรับตัวดีขึ้นหลังโควิดรอบ 3 บรรเทาลงภายในเดือนก.ค. ก็น่าจะเอื้อต่อการส่งมอบคำสั่งซื้อ ส่วนสินค้าที่คาดว่าจะยังคงเติบโต แต่ในอัตราที่ชะลอลงจากครึ่งปีแรกคือ กลุ่มผลไม้ ซึ่งเป็นผลของฤดูกาลจากช่วงเวลาส่งมอบสำคัญได้ผ่านพ้นไปแล้วในช่วงไตรมาส 2
- สำหรับตลาดในประเทศ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า บรรยากาศการจับจ่ายใช้สอยสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่มครึ่งหลังปี 2564 น่าจะปรับตัวดีขึ้นจากครึ่งปีแรก แม้ว่าต้นทุนการผลิตสินค้ามีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น แต่จากปัจจัยหนุนทางด้านมาตรการกระตุ้นกำลังซื้อของภาครัฐ เช่น มาตรการคนละครึ่ง เฟส 3 และการเข้าถึงวัคซีนของประชาชนที่มีมากขึ้น รวมถึงหากไม่มีการระบาดรุนแรงระลอกใหม่ในช่วงครึ่งปีหลัง น่าจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับการทำโปรโมชั่นที่คาดว่าจะเข้มข้นในช่วงปลายปี จะทำให้ยอดขายอาหารและเครื่องดื่มช่วงครึ่งหลังมีโอกาสขยับมาใกล้เคียงกับช่วงครึ่งแรกได้มากกว่า 3-4 ปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม ด้วยผลของฤดูกาลของสินค้าบางกลุ่มที่เข้าสู่ช่วง Low-Season อาจจะทำให้มูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มในประเทศในช่วงครึ่งปีหลัง คงยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าช่วงครึ่งปีแรกเช่นเดียวกับทุกปี แต่หากเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนก็ยังถือว่าขยายตัวได้สูงกว่า

DISCLAIMER

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละขณะเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือสนใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

- สินค้าที่คาดว่าจะมียอดขายเติบโตดีขึ้นกว่าช่วงครึ่งปีแรก น่าจะเป็นกลุ่มผักและเนื้อสัตว์ เนื่องจากเป็นสินค้ากลุ่มอาหารที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน และมีเทศกาลที่สำคัญอย่างกินเจและปีใหม่หนุนความต้องการที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น ขณะที่สินค้ากลุ่มเครื่องดื่มทั้งแอลกอฮอล์และไม่มีแอลกอฮอล์ คาดว่ายังคงหดตัวต่อเนื่องในช่วงครึ่งปีหลัง จากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังเปราะบางทำให้ยังใช้จ่ายอย่างประหยัด และการแข่งขันทางธุรกิจที่สูง

3 ปัจจัยทำส่งออกอาหารและเครื่องดื่มไทยเติบโต

1

เศรษฐกิจโลก
ฟื้นตัว

2

การบริหารจัดการ
วัคซีนมีประสิทธิภาพ

3

การขาดแคลน
แรงงานคลี่คลาย

• การส่งออกอาหารและเครื่องดื่มของไทยช่วงครึ่งหลังปี 2564 น่าจะเติบโตได้ดีขึ้นกว่าครึ่งปีแรก จากเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวดีขึ้นตามการบริหารจัดการเรื่องวัคซีนในหลายประเทศเศรษฐกิจหลัก โดยเฉพาะตลาดฝั่งตะวันตก บวกกับสถานการณ์การแพร่ระบาดในพื้นที่โรงงานและการขาดแคลนแรงงาน ซึ่งน่าจะคลี่คลายและเริ่มทยอยกลับมาได้บ้าง จากแผนเร่งกระจายวัคซีนที่มีมากขึ้นเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ แต่อาจจะมีปัจจัยที่ต้องติดตาม ทั้งราคาวัตถุดิบและค่าขนส่งที่มีแนวโน้มสูงต่อเนื่อง ซึ่งจะกระทบต่อต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นราคาธัญพืช (ข้าวโพด ข้าวสาลี) น้ำตาลน้ำมันพืช จากอุปทานในตลาดที่ตึงตัวท่ามกลางความต้องการที่ยังคงปรับเพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก รวมถึงราคารบรจุภัณฑ์โลหะ (กระทบกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มที่บรรจุกระป๋อง) ที่คาดว่าจะยังคงอยู่ในแนวโน้มขาขึ้นไปจนถึงอย่างน้อยสิ้นปี 2564 ในขณะที่สถานการณ์การขาดแคลนตู้สินค้าที่แม้ว่าจะมีเพิ่มเข้ามามากขึ้น แต่ก็ยังไม่เพียงพอและอัตราค่าระวางเรือก็น่าจะยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง

DISCLAIMER

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีที่น่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือมุ่งใช้ในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

สินค้าที่เติบโตได้ดีในครึ่งปีหลัง



ประมง
และแปรรูป



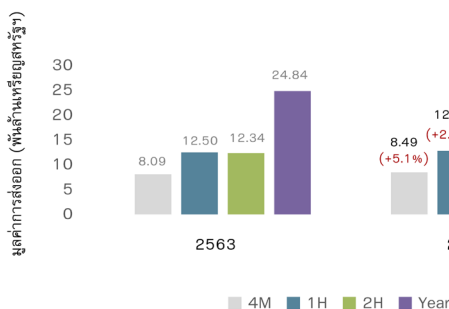
ปศุสัตว์
โดยเฉพาะไก่



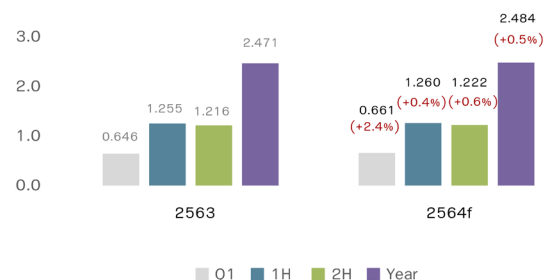
ผลไม้

ทั้งนี้ สินค้าที่คาดว่าจะส่งออกได้ดีขึ้นกว่าครึ่งปีแรก คือ สินค้าประมงและอาหารทะเลแปรรูป เนื่องจากสถานการณ์ธุรกิจ Horeca ซึ่งเป็นซัพพลายเออร์ที่สำคัญน่าจะทยอยกลับมาได้บางส่วนเมื่อเทียบกับครึ่งปีแรก จากความต้องการในช่วงเทศกาลเฉลิมฉลองช่วงปีใหม่ ซึ่งเป็น High-Season ของธุรกิจ รวมถึงกลุ่มปศุสัตว์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ไก่ ที่เมื่อสถานการณ์แรงงานทยอยปรับตัวดีขึ้น ก็น่าจะเอื้อต่อคำสั่งซื้อที่คาดว่าจะกลับมาในช่วงครึ่งปีหลัง ส่วนสินค้าที่คาดว่าจะยังคงเติบโต แต่ในอัตราที่ชะลอลงจากครึ่งปีแรกคือ กลุ่มผลไม้ ซึ่งเป็นผลของฤดูกาลจากช่วงเวลาส่งมอบสำคัญได้ผ่านพ้นไปแล้วในช่วงไตรมาส 2 ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า ช่วงครึ่งหลังปี 2564 มูลค่าการส่งออกอาหารและเครื่องดื่มของไทยน่าจะเติบโตราว 4.9% (YoY) ส่งผลให้ภาพรวมปี 2564 จะสามารถเติบโตได้ราว 3.6% เมื่อเทียบกับปี 2563 ที่ขยายตัว 2.8%

มูลค่าส่งออกอาหารและเครื่องดื่ม
(เทียบระหว่างปี 2563 และปี 2564)



มูลค่าการใช้จ่ายสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่มในประเทศ
(เทียบระหว่างปี 2563 และปี 2564)



ที่มา: MOC NESDC ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

หมายเหตุ: ตัวเลข 4M 2564 (มูลค่าการส่งออก) และ Q1/2564 (มูลค่าการใช้จ่ายในประเทศ) เป็นตัวเลขจริง ที่เหลือเป็นตัวเลขประมาณการ

DISCLAIMER

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละขณะเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือสนใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือนำมาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

• ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า บรรยากาศการจับจ่ายใช้สอยสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่มสำหรับตลาดในประเทศช่วงครึ่งปีหลัง น่าจะปรับตัวดีขึ้นจากครึ่งปีแรก แม้ว่าต้นทุนการผลิตสินค้ามีแนวโน้มปรับตัวสูง แต่จากปัจจัยหนุนทางด้านมาตรการกระตุ้นกำลังซื้อของภาครัฐ เช่น มาตรการคนละครึ่ง เฟส 3 และการเข้าถึงวัคซีนของประชาชนที่มีมากขึ้น รวมถึงหากไม่มีการระบาดรุนแรงระลอกใหม่ในช่วงครึ่งปีหลัง น่าจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับการทำโปรโมชั่นที่คาดว่าจะเข้มข้นในช่วงปลายปี ก็น่าจะช่วยให้ยอดขายอาหารและเครื่องดื่มช่วงครึ่งปีหลังมีโอกาสขยับมาใกล้เคียงกับช่วงครึ่งปีแรกได้มากกว่า 3-4 ปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม ด้วยผลของฤดูกาลของสินค้าบางกลุ่มที่เข้าสู่ช่วง Low-Season อาจจะทำให้มูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มในประเทศในช่วงครึ่งปีหลัง คงยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าช่วงครึ่งปีแรกเช่นเดียวกับทุกปี แต่หากเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนก็ยังถือว่าขยายตัวได้สูงกว่า



สินค้าที่คาดว่าจะมียอดขายเติบโตดีขึ้นกว่าช่วงครึ่งปีแรก จะเป็นกลุ่มผักและเนื้อสัตว์ เนื่องจากเป็นสินค้ากลุ่มอาหารที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน และมีเทศกาลที่สำคัญอย่างกินเจและปีใหม่หนุนความต้องการที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น ขณะที่สินค้ากลุ่มเครื่องดื่มทั้งแอลกอฮอล์และไม่มีแอลกอฮอล์ คาดว่ายังคงหดตัวต่อเนื่องในช่วงครึ่งปีหลัง ทั้งจากผลของฤดูกาล (Low-Season ในช่วงฤดูฝน) กำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังเปราะบางมีการใช้จ่ายอย่างประหยัดและการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า ในช่วงครึ่งหลังปี 2564 มูลค่าการใช้จ่ายในกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มในประเทศอาจเติบโตราว 0.6% (YoY) และส่งผลให้ภาพรวมทั้งปี 2564 ขยายตัวราว 0.5% เมื่อเทียบกับปี 2563 ที่ขยายตัว 3.3% อย่างไรก็ตาม หากการฉีดวัคซีนสะสมของไทยเพิ่มขึ้นเข้าใกล้ระดับ 20 ล้านโดส และไม่มีการระบาดระลอกใหม่ที่รุนแรงอีก ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะกลับมาได้เร็ว ทำให้มีความเป็นไปได้ที่มูลค่าการใช้จ่ายสินค้าในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มในช่วงครึ่งปีหลังและทั้งปีนี้ อาจจะดีกว่าตัวเลขที่ประเมินไว้ได้

DISCLAIMER

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีที่น่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละขณะเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือสนใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

มูลค่าการใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มครึ่งหลังปี '64

0.6%

เดบิต
(YoY)

0.5%

ขยายตัวทั้งปี

แนวโน้มการปรับตัวและเทรนด์ผลิตอาหารที่เป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการ SME

- ท่ามกลางการดำเนินธุรกิจที่ยากลำบาก ผู้ประกอบการควรพิจารณาต้นทุนการผลิต/ค่าใช้จ่าย หรือชะลอการลงทุนที่ไม่จำเป็นออกไปก่อน เพื่อพยุงสภาพคล่องของธุรกิจ ทั้งนี้ การบริหารสภาพคล่องของธุรกิจในช่วงที่ยากลำบาก ผู้ประกอบการ SME อาจลองพิจารณาใช้เครื่องมือทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ต่างๆ เข้ามาเป็นตัวช่วยสำหรับธนาคารกสิกรไทย มีผลิตภัณฑ์สินเชื่อ K-Factoring สำหรับเพิ่มสภาพคล่องให้กิจการโดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน และสามารถเบิกเงินสด จาก Invoice เสริมสภาพคล่องให้กิจการในช่วงวิกฤตได้ นอกจากนี้ ยังมีสินเชื่อวงเงินเยอะ ที่สามารถอนุมัติสูงสุดได้ถึง 3.33 เท่าของหลักประกัน โดย บสย. ค้ำประกันสูงสุด 40 ล้านบาท และฟรีค่าธรรมเนียมค้ำประกัน บสย. 2 ปีแรก เป็นต้น



ธนาคารกสิกรไทย มีผลิตภัณฑ์สินเชื่อ K-FACTORING
สำหรับเพิ่มสภาพคล่องให้กิจการโดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน
และสามารถเบิกเงินสด จาก Invoice เสริมสภาพคล่องให้กิจการในช่วงวิกฤตได้ นอกจากนี้ ยังมีสินเชื่อวงเงินเยอะ ที่สามารถอนุมัติสูงสุดได้ถึง 3.33 เท่าของหลักประกัน โดย บสย. ค้ำประกันสูงสุด 40 ล้านบาท และฟรีค่าธรรมเนียมค้ำประกัน บสย. 2 ปีแรก

DISCLAIMER

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีที่น่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละขณะเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือมุ่งใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสี่ยงใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

• ในขณะที่กลยุทธ์ในการทำตลาด ผู้ประกอบการ SME อาจพิจารณาถึงการปรับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกำลังซื้อผู้บริโภคที่ยังคงมีอย่างจำกัดและระมัดระวังด้านการใช้จ่าย เช่น การปรับขนาดหรือลดราคา เพื่อเอื้อต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการที่มีความพร้อมด้านการลงทุนหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาจต้องมุ่งเน้นไปที่กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคในเรื่องของสุขภาพและสิ่งแวดล้อมทั้งในและต่างประเทศ โดยกลุ่มสินค้าที่น่าจะมีโอกาสทางการตลาดสูงในระยะข้างหน้า ได้แก่ อาหารฟังก์ชันนอล ออร์แกนิก โปรตีนทางเลือกจากพืช/แมลง เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันก็มีผู้ประกอบการในตลาดหลายรายได้ทำไปบ้างแล้ว ทั้งในกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย รวมถึง Startup เพื่อจับกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพและมีความเต็มใจจ่ายสูง อาทิ กลุ่มรักสุขภาพและความงาม ผู้รักการออกกำลังกายกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มแม่และเด็ก เป็นต้น จากการเป็นสินค้าในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มที่มีแนวโน้มเติบโตตามเทรนด์บริโภคในอนาคต อีกทั้งสอดคล้องกับกระแสการค้าโลกที่หลายประเทศ หันมามุ่งเน้นกลุ่มสินค้าที่ตระหนักถึงสุขภาพ สิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมชาติมากขึ้น

กลยุทธ์สำคัญที่ SME ต้องไม่พลาด!



**ปรับขนาดหรือลดราคา
ให้ตรงความต้องการ
ของลูกค้า**



**เน้นทำตลาด
กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร
สุขภาพและสิ่งแวดล้อม**

DISCLAIMER

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีที่น่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือสนใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)