



FORESIGHT

Newsletter



Foresight Newsletter

คือเอกสารที่ฝ่ายเศรษฐกิจและศูนย์ข้อมูล ทอการค้าไทย รวบรวมบทความ และบทวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจ จากพันธมิตร ในประเด็นที่น่าสนใจ และมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการ ซึ่งจะช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ ให้สามารถปรับตัวกับสถานการณ์ ทางด้านเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน

รวบรวมข้อมูลโดย
ฝ่ายเศรษฐกิจและศูนย์ข้อมูล ทอการค้าไทย



‘ผู้ประกอบการเครื่องดื่มไทย’...

ปรับตัวระมัดระวัง ท่ามกลางปัจจัยแวดล้อมหลากหลายและภาษีสรรพสามิตใหม่



แม้ว่าอุตสาหกรรมเครื่องดื่มไทยจะมีมูลค่าทางตลาดค่อนข้างสูงแต่ภาพด้านการเติบโตยังไม่สดใสมากนัก ส่วนหนึ่งอาจมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามกำลังซื้อ ตลอดจนการออกกฎระเบียบควบคุมการบริโภคสินค้าบางประเภทจากกรมสรรพสามิต เช่นล่าสุดกรมสรรพสามิตได้ประกาศอัตราภาษีใหม่ (เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2560) โดยมีเจตนาลดการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน ซึ่งผลของภาษีน่าจะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่กระทบต่อยอดขายของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มให้มีการเติบโตได้ในรอบที่จำกัด กอปรกับการระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยของประชาชน

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า ปัจจัยต่างๆที่เข้ามากระทบอุตสาหกรรมเครื่องดื่มของไทย ผู้ประกอบการมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ โดยผู้ประกอบการอาจจะซึ่่งน้ำหนักผลดีและผลเสียระหว่างการส่งผ่านภาระภาษีบางส่วนให้แก่ผู้บริโภคกับยอดขายที่ลดลง เนื่องด้วยลักษณะของเครื่องดื่มค่อนข้างมีความอ่อนไหวต่อราคา ประกอบกับการไม่ยึดติดแบรนด์ของผู้บริโภคและในตลาดมีสินค้าทดแทนมาก หรืออาจจะปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หลักให้มีต้นทุนการผลิตลดลงหรือสอดคล้องกับเทรนด์การบริโภคอยู่เสมอ รวมถึงผู้ประกอบการอาจจะปรับสายผลิตภัณฑ์หรือส่วนผสมผลิตภัณฑ์ของธุรกิจเครื่องดื่มและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เพื่อทำให้ไม่ต้องปรับราคาสินค้าในทุกผลิตภัณฑ์ เป็นต้น



ผู้ประกอบการเครื่องตี๋มไทย...ปรับตัวระมัดระวัง

ท่ามกลางปัจจัยแวดล้อมหลากหลายและภาษีสรรพสามิตใหม่

CURRENT ISSUE

ปีที่ 23 ฉบับที่ 2867

วันที่ 22 กันยายน 2560

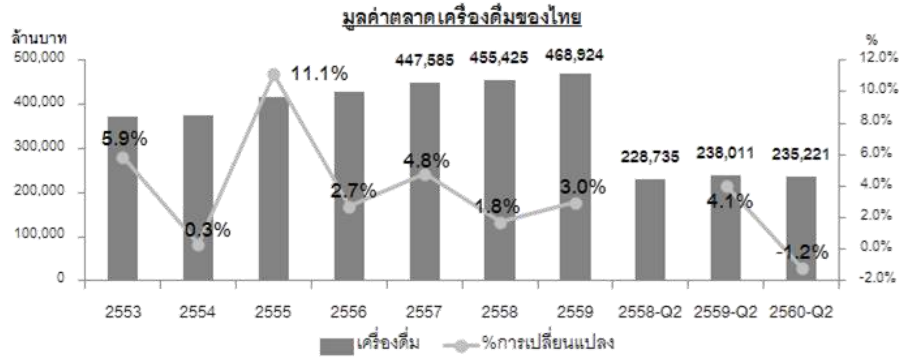
▶ ประเด็นสำคัญ

- อุตสาหกรรมเครื่องตี๋มของไทยมีฐานการบริโภคกว้างเป็นผลให้ในตลาดมีสินค้าหลากหลาย ทำให้เกิดการทดแทนกันได้ของผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อเนื่องให้ในอุตสาหกรรมเครื่องตี๋มมีการแข่งขันที่รุนแรงระหว่างผู้ประกอบการเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดและออกผลิตภัณฑ์ใหม่มาเพื่อคงความสามารถในการแข่งขัน
- อย่างไรก็ดี แม้อุตสาหกรรมเครื่องตี๋มจะมีมูลค่าตลาดค่อนข้างสูงแต่ภาพด้านการเติบโตอาจจะไม่สดใสมากนัก สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากพฤติกรรมกรจบบ้างที่แปรผันตามกำลังซื้อของประชาชน กระแสการบริโภคของประชาชนที่ปรับเปลี่ยนตามเวลา ตลอดจนการออกกฎระเบียบควบคุมการบริโภคสินค้าบางประเภท นอกจากนี้ **ล่าสุดกรมสรรพสามิตได้ประกาศอัตราภาษีใหม่เมื่อวันที่ 16 กันยายนที่ผ่านมา โดยมีเจตนาลดการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน ซึ่งผลของภาษีน่าจะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่กดดันยอดขายของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องตี๋มยังมีภาพการเติบโตในกรอบจำกัด เนื่องจากผู้บริโภคอาจมีแนวโน้มระมัดระวังในการบริโภคมากขึ้น**
- **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** มองว่า ในสภาวะที่ครัวเรือนยังเผชิญแรงกดดันด้านกำลังซื้อ การที่ผู้ประกอบการจะส่งผ่านต้นทุนภาษีทั้งหมดที่เพิ่มขึ้นด้วยการปรับขึ้นราคาขายปลีกอาจไม่ใช่ทางเลือกที่เหมาะสม ยกเว้นในผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการบริโภคค่อนข้างสูง และผู้บริโภคไม่มีความอ่อนไหวต่อราคา ดังนั้น คาดว่าผู้ประกอบการในตลาดคงมีการปรับตัวในหลายๆ แนวทางเพื่อรักษารฐานลูกค้ากลุ่มเดิมไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรบริโภคทั้งจากการปรับปรุงภาษีครั้งนี้ และจากปัจจัยแวดล้อมหลากหลายที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ และในท้ายที่สุด ผู้ประกอบการยังสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดของตน

อุตสาหกรรมเครื่องตี๋มไทยเติบโตในกรอบจำกัด..ท่ามกลางปัจจัยที่หลากหลาย

อุตสาหกรรมเครื่องตี๋มของไทยมีฐานการบริโภคกว้างครอบคลุมผู้บริโภคทุกช่วงวัย เป็นผลให้ในตลาดมีสินค้าหลากหลายประเภทเพื่อรองรับพฤติกรรมกรบริโภคที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์และเครื่องตี๋มไม่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งจากความหลากหลายดังกล่าวทำให้เกิดการทดแทนกันได้ของผลิตภัณฑ์ทั้งในกลุ่มผู้ผลิตที่มีแบรนด์ ผู้ประกอบการร้านค้า รวมไปถึงผู้นำเข้า ส่งผลต่อเนื่องให้ในอุตสาหกรรมเครื่องตี๋มมีการแข่งขันที่รุนแรงระหว่างผู้ประกอบการเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดและออกผลิตภัณฑ์ใหม่มาเพื่อคงความสามารถในการแข่งขัน

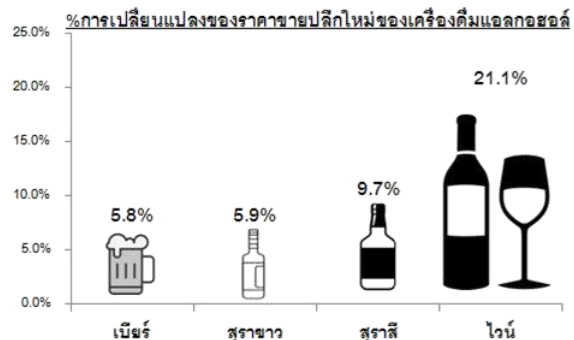
อย่างไรก็ดี แม้
อุตสาหกรรมเครื่องดื่มจะมี
มูลค่าตลาดค่อนข้างสูงแต่
ภาพด้านการเติบโตอาจจะ
ไม่สดใสมากนัก โดยในปี
2559 อุตสาหกรรม
เครื่องดื่มไทยมีมูลค่าตลาด
มากกว่า 468,924 ล้าน



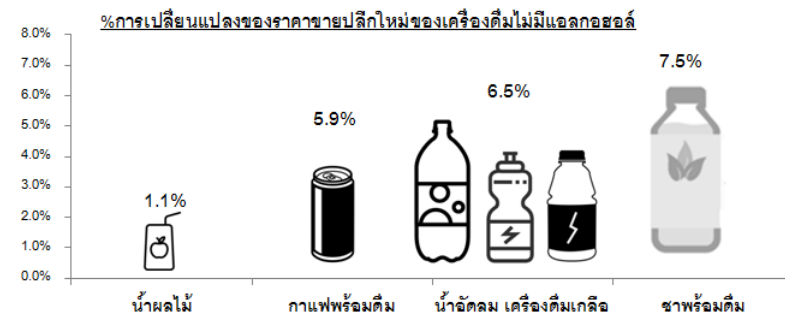
ที่มา: สศช. รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

บาท แต่ในปี 2560 (ม.ค.-มิ.ย.) กลับพบว่ามูลค่าตลาดมีแนวโน้มลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ส่วนหนึ่งมาจากพฤติกรรมกรจิบจ่ายที่แปรผันตามกำลังซื้อของประชาชน กระแสการบริโภคของประชาชนที่ปรับเปลี่ยนตามเวลา ตลอดจนการออกกฎระเบียบควบคุมการบริโภคสินค้าบางประเภท เช่น กำหนดเวลาการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ ถ้าสูตรกรมสรรพสามิตได้ประกาศอัตราภาษีใหม่เมื่อวันที่ 16 กันยายนที่ผ่านมา โดยมีเจตนาลดการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน ซึ่งผลของภาษีนี้จะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่กดดันยอดขายของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มให้ยังมีภาพการเติบโตในกรอบจำกัด เนื่องจากผู้บริโภคอาจมีแนวโน้มระมัดระวังในการบริโภคมากขึ้น

อัตราภาษีสรรพสามิตใหม่มีการเปลี่ยนฐานในการคำนวณภาษีจากราคาขายส่งช่วงสุดท้ายหรือราคาหน้าโรงงานอุตสาหกรรมเป็นราคาขายปลีกแนะนำ และคำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภคมากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับการคำนวณภาษีจากปริมาณแรงแอลกอฮอล์ในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเพิ่มการพิจารณา



ที่มา: จากการคำนวณโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย
หมายเหตุ: ราคาขายปลีกใหม่เป็นการคำนวณจากภาษีที่เพิ่มขึ้น ยังไม่ใช่ราคาขายปลีกที่ผู้ประกอบการใช้จำหน่ายจริง



ที่มา: จากการคำนวณโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย
หมายเหตุ: ราคาขายปลีกใหม่เป็นการคำนวณจากภาษีที่เพิ่มขึ้น ยังไม่ใช่ราคาขายปลีกที่ผู้ประกอบการใช้จำหน่ายจริง

ปริมาณน้ำตาลจากเดิมที่ไม่มีการจัดเก็บในเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งจากการปรับรูปแบบการจัดเก็บภาษีของกรมสรรพสามิตเครื่องดื่มมีผลทำให้รายได้ภาษีของภาครัฐมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากฐานภาษีที่ใหญ่ขึ้น ส่งผลต่อเนื่องให้ภาระภาษีของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นตาม และมีความเป็นไปได้ที่ราคาขายปลีกสำหรับผู้บริโภคจะมีการปรับตัวสูงขึ้นหากผู้ประกอบการสามารถส่งผ่านภาระส่วนนี้ได้

จากการคำนวณของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่าเมื่อเปรียบเทียบหลังการปรับภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มใหม่กับการปรับไวน์ มีการเปลี่ยนแปลงของราคาขายปลีกมากที่สุดใ
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีการเพิ่มขึ้นของราคาขายปลีกใหม่ประมาณร้อยละ 21.1 ของราคาขายปลีกเดิม อันเป็นผลจากการ

ทำให้ราคาสินค้าสะท้อนภาพลักษณ์สินค้าฟุ่มเฟือยที่มีดีกรีสูง ส่วนเครื่องดีไม่มีแอลกอฮอล์พบว่า ชาวพร้อมดีมีการเปลี่ยนแปลงของราคาขายปลีกมากที่สุด โดยราคาขายปลีกใหม่เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 7.5 ของราคาขายปลีกเดิม ซึ่งเป็นกลุ่มที่เดิมไม่เคยถูกเก็บภาษีแต่ต้องมีเสียภาษีซึ่งแปรผันตามปริมาณน้ำตาล เพื่อเป็นการสร้างความเท่าเทียมระหว่างผู้ประกอบการและสะท้อนผลเสียต่อสุขภาพจากการมีน้ำตาลในปริมาณมาก ทั้งนี้ ราคาขายปลีกใหม่เป็นเพียงภาวะภาษีที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการเท่านั้น ส่วนราคาขายปลีกที่จะนำไปจำหน่ายแก่ผู้บริโภคย่อมขึ้นอยู่กับภาวะทางกลยุทธ์ของผู้ประกอบการภายใต้ผลที่อาจจะเกิดขึ้นจากปัจจัยแวดล้อมหลากหลายของอุตสาหกรรม

อย่างไรก็ดี ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในสภาวะที่ครัวเรือนยังเผชิญแรงกดดันด้านกำลังซื้อ การที่ผู้ประกอบการจะส่งผ่านต้นทุนภาษีทั้งหมดที่เพิ่มขึ้นด้วยปรับขึ้นราคาขายปลีกอาจไม่ใช่ทางเลือกที่เหมาะสม ยกเว้นในผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการบริโภคค่อนข้างสูง และผู้บริโภคไม่มีความอ่อนไหวต่อราคา ดังนั้น คาดว่าผู้ประกอบการในตลาดคงมีการปรับตัวในหลายๆ แนวทาง เพื่อรักษาฐานลูกค้ากลุ่มเดิมไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริโภคทั้งจากการปรับปรุงภาษีครั้งนี้และจากปัจจัยแวดล้อมหลากหลายที่มากระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ และในท้ายที่สุด ผู้ประกอบการยังสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดของตน

ปัจจัยต่างๆ ที่กระทบอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัว

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ภายใต้สถานการณ์ที่มีปัจจัยหลายด้านมากระทบอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการในตลาดอาจมีการปรับตัวที่แตกต่างกันตามความพร้อมและประเภทของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้คงความสามารถในการแข่งขันภายใต้เงื่อนไขหลากหลายที่อาจส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจ ดังนี้

- ผู้ประกอบการอาจชั่งน้ำหนักผลดีและผลเสียระหว่างการส่งผ่านภาระภาษีบางส่วนให้แก่ผู้บริโภคกับยอดขายที่อาจจะลดลง เนื่องด้วยลักษณะของเครื่องดื่มที่ผู้บริโภคค่อนข้างมีความอ่อนไหวต่อราคา ประกอบกับการไม่ยึดติดแบรนด์และการมีสินค้าทดแทนในตลาดมากมาย ทั้งนี้ สัดส่วนการปรับราคาจะขึ้นอยู่กับกลยุทธ์และภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการแต่ละราย

- ผู้ประกอบการอาจปรับผลิตภัณฑ์หลักให้มีต้นทุนการผลิตลดลง หรือสอดคล้องกับเทรนด์การบริโภคอยู่เสมอ ซึ่งผู้ประกอบการในตลาดมีการปรับตัวมาระยะหนึ่งแล้ว อย่างไรก็ตาม การปรับภาษีสรรพสามิตในรอบนี้น่าจะยิ่งกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีการปรับตัวมากขึ้นไปอีก

- ผู้ประกอบการอาจปรับสายผลิตภัณฑ์หรือส่วนผสมผลิตภัณฑ์ของธุรกิจเครื่องดื่มและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เช่น ลดทอนกำไรในระหว่างกลุ่มสินค้าที่หลากหลาย เพื่อให้ไม่ต้องปรับขึ้นราคาสินค้าในทุกผลิตภัณฑ์ และผลประกอบการในภาพรวมเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม จากภาพของตลาดเครื่องดื่มของไทยที่อาจจะไม่สดใสนักอันเป็นผลจากปัจจัยหลากหลายที่มาผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการเครื่องดื่ม แต่ในระยะยาว คาดว่าจะเกิดผลดีจากการที่ตลาดได้ถูกกำหนดทิศทางไว้ในลักษณะที่ต้องการให้ผู้บริโภคขยายใหม่ (Gen ใหม่) และกลุ่มผู้สูงอายุที่นับวันจะยิ่งมีฐานใหญ่ขึ้นบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้นหรือมีโทษต่อสุขภาพน้อยลง อันเป็นผลจากการปรับผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการให้ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดเพื่อคงความสามารถในการแข่งขัน และควบคุมภาระภาษีไม่ให้เกิดแตกต่างจากเดิม ซึ่งนอกจากจะเป็นผลดีต่อต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการแล้ว ยังตอบสนองกระแสการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่กำลังได้รับความนิยมด้วย



Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ใช้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น

บริการทุกระดับประทับใจ