

5หมื่น โรงอาหาร'ล้มหล่น' ดันออร์เดอร์ ใน-นอกพุ่ง

5 หมื่นโรงงานอาหาร-เครื่องดื่มรับอานิสงส์ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ ดันแฮตุนสินค้ารับมือโควิดระยะ 3 ดันการใช้กำลังผลิตพุ่งเกิน 50% กลุ่มอุตสาหกรรม วอนรัฐอย่าทำระบบโลจิสติกส์สะดุด สภาอุตสาหกรรมฯ เปิดไพลินค้าอาหารขายดีทั้งในและต่างประเทศ

จากที่เชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) นอกประเทศจีนยังแพร่ระบาดไม่หยุดในเวลานี้ ส่งผลให้เกือบ 200 ประเทศทั่วโลกมีผู้ติดเชื้อรวมกันมากกว่า 3 แสนคน ขณะที่ในไทยมีผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นอย่างน่าตกใจส่งผลให้รัฐบาลมีคำสั่งปิดสถานประกอบการในหลายส่วนเพื่อควบคุมการแพร่ระบาด ส่วนหนึ่งมีคำสั่งกรุงเทพมหานครให้ปิดห้างสรรพสินค้า (ไม่รวมซูเปอร์มาร์เก็ต) ห้างสรรพสินค้าเมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2563 ทำให้ประชาชนตื่นตระหนกออกมาซื้อหาสินค้าอุปโภค-บริโภคจำเป็นกันเป็นจำนวนมาก จากเกรงสินค้าจะขาดแคลนนั่น

นายวิศิษฐ์ ลิ้มลือชา ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) เผยกับ "ฐานเศรษฐกิจ" ว่า ขอยืนยันอีกครั้งว่าสินค้าอาหารในไทยจะไม่ขาดแคลนแน่นอน เพราะไทยเป็นผู้ผลิตอาหารที่สำคัญโดยปี 2562 อยู่อันดับ 11 ของโลก และ

เป็นอันดับ 2 ของเอเชีย (กราฟิกประกอบ) จากข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ณ สิ้นปี 2562 ไทยมีโรงงานอุตสาหกรรมต่อเนื่องเพื่อแปรรูปอาหารและเครื่องดื่มรวม 53,642 โรงงาน รวมถึงวิสาหกิจชุมชนที่ทำธุรกิจด้านการผลิตและแปรรูปอาหารราว 71,395 วิสาหกิจ (ข้อมูล : ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

ข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีความพร้อมในการผลิตอาหารในระดับต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ อันดับต้นๆ ของโลก ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์ใดๆ ทั้งภัยแล้ง น้ำท่วม โรคระบาด เป็นต้น อุตสาหกรรมอาหารของไทยก็สามารถก้าวผ่านวิกฤติได้ ขอให้ประชาชนเชื่อมั่นในสินค้าอาหารของ

อาหารยังมีเพียงพอ และเหลือเฟือ มาใช้กำลังการผลิตในช่วงปีที่ผ่านมา ยังแค่ 50% เท่านั้น



ประเทศไทย ทั้งในด้านของความเพียงพอ และคุณภาพของอาหารและถึงแม้ในสถานการณ์โควิด-19 ผู้ผลิตอาหารก็มีความเข้มงวดในด้านความปลอดภัยมากขึ้นในทุกขั้นตอนการผลิต

“อุตสาหกรรมอาหารไทยพร้อมดูแลอาหารไม่ให้เกิดความเสี่ยง หากภาครัฐมีมาตรการต่างๆ ที่จะเข้มข้นขึ้นขอให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับด้านโลจิสติกส์ และซัพพลายเชนของอุตสาหกรรมอาหารไม่ให้เกิดข้อบกพร่องซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นมากที่สุดสำหรับภาวะวิกฤติ”

อย่างไรก็ดี ยอมรับว่าในวิกฤติไวรัสโควิดครั้งนี้ ผู้ผลิตอาหารได้รับอานิสงส์จากความต้องการที่ตลาดในประเทศและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น โดยตลาดในประเทศขณะนี้สินค้าอาหารเกือบทุกชนิดกำลังเป็นที่ต้องการของประชาชน เพราะเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง น้ำดื่ม สินค้าอาหารสำเร็จรูปต่างๆ เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป อาหารกระป๋อง เช่น ปลากระป๋อง ผักผลไม้กระป๋อง อาหารพร้อมรับประทานต่างๆ ขนมขบเคี้ยวต่างๆ อาหารแช่แข็ง เครื่องปรุงรสต่างๆ ยังรวมไปถึงอาหารสดจากพวกเนื้อสัตว์ ผัก และผลไม้ที่ประชาชนมีการกักตุนไว้เพื่อเป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหารยังเป็นที่ต้องการของประชาชนอย่างต่อเนื่อง

ส่วนสินค้าส่งออกที่ได้รับอานิสงส์ ได้แก่ อาหารทะเลแปรรูปทั้งแช่เย็น แช่แข็ง, ผลไม้กระป๋อง และสับปะรดกระป๋อง จากเป็นสินค้าที่ประเทศคู่ค้ายังมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่สร้างชื่อเสียงและความเชื่อมั่นให้ตลาดอาหาร

ในเวทีโลกได้รู้จักอาหารแปรรูปของไทย ณ ปัจจุบันมีคู่ค้าถึง 194 ประเทศในทุกทวีปทั่วโลก

“กำลังการผลิตของโรงงานต่างๆ ในอุตสาหกรรมอาหารประเทศไทยยังมีเพียงพอและเหลือเฟือ โดยการใช้กำลังการผลิตในช่วงปีที่ผ่านมาตั้งแต่ 50% ของกำลังการผลิตที่มีทั้งหมดเท่านั้น สำหรับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทางโรงงานยังสามารถรองรับและเพิ่มกำลังการผลิตได้อีกจนเต็มศักยภาพการผลิต ทั้งนี้คาดการณ์การส่งออกอาหารปีนี้น่าจะเพิ่มขึ้นราว 3-5%”

อย่างไรก็ดียังมีปัจจัยลบคือสถานการณ์ภัยแล้งที่เกิดขึ้น ส่งผลกระทบโดยตรงกับวัตถุดิบพืชผลทางการเกษตร ได้แก่ สับปะรด ข้าวโพดหวาน ผักผลไม้ต่างๆ ที่ให้ผลผลิตน้อยลง รวมไปถึงโรคระบาดที่มาจากแมลงศัตรูพืชที่เกิดขึ้นใน ฤดูแล้ง เช่น หนอนกระทู้ในสินค้าข้าวโพดหวาน ส่งผลให้ราคาและปริมาณวัตถุดิบมีความผันผวนสูง ทำให้ เกิดปัญหาความไม่เพียงพอของปริมาณวัตถุดิบ และต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น

ด้านนายนายอมรพันธุ์ อร่าม-วัฒนานนท์ รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส บริษัท ซี แลว จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและส่งออกปลาหมึกกระป๋องและผลิตภัณฑ์ทูน่ารายใหญ่ กล่าวว่า อานิสงส์จากไวรัสโควิด-19 ทำให้เวลานี้ทางบริษัทได้เร่งผลิตสินค้าและส่งออกสินค้าให้เร็วขึ้นตามความต้องการของคู่ค้าที่เพิ่มขึ้น เช่นจากให้ส่งมอบให้แล้วเสร็จภายในเดือนกันยายน ก็ให้จบภายในเดือนพฤษภาคมแทน เป็นต้น รวมถึงได้รับคำสั่งซื้อใหม่เพิ่มขึ้น ส่วนตลาดในประเทศปลากระป๋องภายใต้แบรนด์ซูเปอร์ซีเฟฟของบริษัทมีความต้องการเพิ่มขึ้นกว่า 70% ทำให้ต้องเร่งผลิตเพิ่ม