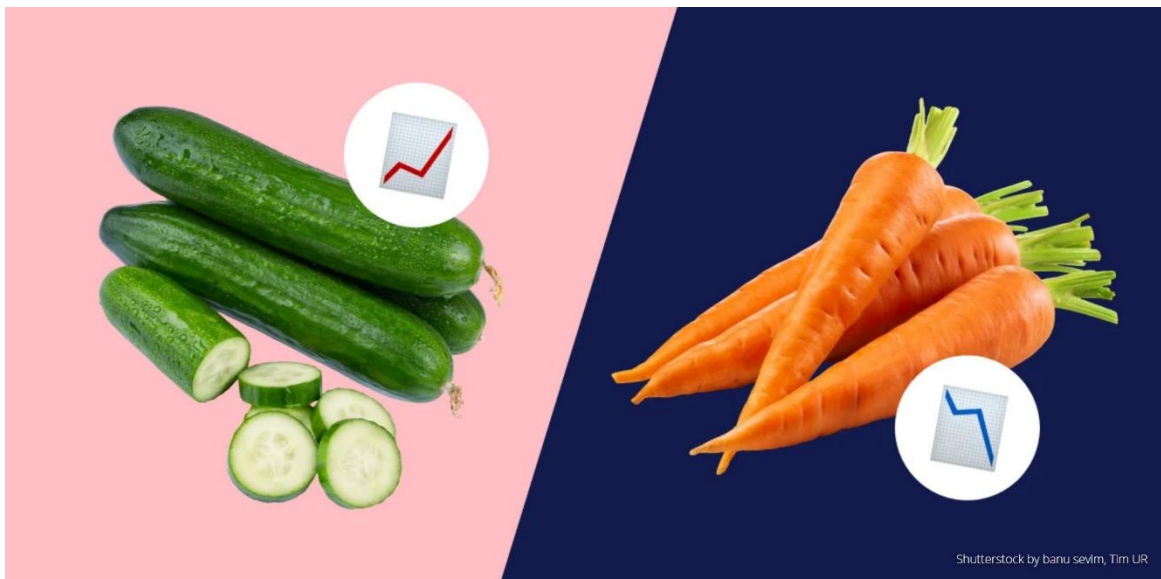


“แนวโน้มราคาสินค้าอาหารในสาธารณรัฐเช็ก”



ตามข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งสาธารณรัฐเช็ก อัตราเงินเฟ้อสำหรับสินค้าอาหารในเดือนมกราคม 2026 อยู่ที่ร้อยละ 1.3 ซึ่งถือเป็นระดับต่ำที่สุดในรอบหลายปี และต่ำกว่าภาพรวมเงินเฟ้อทั่วไปที่ร้อยละ 1.6 แต่อย่างไรก็ตามราคาอาหารบางอย่างกลับผันผวนอย่างมาก นั่นหมายความว่าผู้บริโภคในสาธารณรัฐเช็กกำลังจ่ายเงินมากขึ้นสำหรับสินค้าจำเป็นบางอย่าง และถูกลงสำหรับสินค้าอื่นๆ โดยค่าใช้จ่ายในการซื้อของรายสัปดาห์อาจผันผวนขึ้นอยู่กับว่าสินค้าใดอยู่ในฤดูกาลหรือได้รับผลกระทบจากปัญหาด้านอุปทานทั่วโลก ขอยกตัวอย่างราคาอาหารที่มีความผันผวนสูง ดังนี้

กลุ่มสินค้าอาหารที่มีราคาสูงขึ้น ได้แก่

1. แดงกวาสำหรับทำสลัด ราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 43 โดยปัจจุบันแดงกวามีราคาประมาณ 83 เช็กคราวน์/กิโลกรัม เพิ่มขึ้นจากราคา 58 เช็กคราวน์ ซึ่งสาธารณรัฐเช็กพึ่งพาโรงเรือนในการปลูกแดงกวาทั้งหมด ทำให้มีความอ่อนไหวต่อต้นทุนพลังงาน เกษตรกรในประเทศลดการผลิตลง ดังนั้นแม้จะมีการหยุดชะงักเล็กน้อยในห่วงโซ่อุปทานก็ทำให้ราคาสูงขึ้น
2. โกโก้ ราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 29 เนื่องจากผลผลิตในแอฟริกาตะวันตกไม่ดีและต้นทุนการขนส่งที่สูงขึ้น
3. เมล็ดกาแฟ ราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 23 จากภัยแล้งและน้ำค้างแข็งในบราซิลและเวียดนามทำให้ปริมาณลดลง ต้นทุนการขนส่งที่สูงขึ้นและความต้องการทั่วโลกที่แข็งแกร่งกำลังผลักดันราคากาแฟสูงขึ้น
4. เนยและผลิตภัณฑ์นม ราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 17-20 เนื่องจากต้นทุนการผลิตและไขมันนมในตลาดยุโรปขาดแคลน
5. เนื้อวัว ราคาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากฟาร์มในสหภาพยุโรปมีขนาดเล็กลงกว่าเมื่อห้าปีก่อน และความต้องการจากตุรกีและประเทศอื่นๆ กำลังเพิ่มขึ้น ประกอบกับกฎข้อตกลงสีเขียวที่จำกัดการเลี้ยงปศุสัตว์ก็ทำให้ราคาสูงเช่นกัน
6. ไข่และไก่ ราคาเพิ่มขึ้น เนื่องจากการระบาดของไข้หวัดนกทั่วยุโรปทำให้ปริมาณผลผลิตลดลง สำหรับฟาร์มในสาธารณรัฐเช็กเปลี่ยนจากการเลี้ยงในกรงมาเป็นการเลี้ยงในร่มชั่วคราว ส่งผลให้ต้นทุนด้านพลังงานสูงขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุให้ราคาสูงขึ้น

☐ นโยบายภาครัฐ

Call Center 1169

www.ditp.go.th

www.thaitrade.com

☐ เศรษฐกิจการลงทุน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ
อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

☒ แนวโน้มการตลาด

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, Prague, Czech Republic
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงปราก

☒ รายงานสินค้าและบริการ

TEL: +420 257 320 030

E-mail: thaitcprague@gmail.com

Facebook: Thai Trade Center, Prague

☐ อื่น ๆ

กลุ่มสินค้าอาหารที่มีราคาถูกลง ได้แก่

1. ขึ้นฉ่ายฝรั่ง ราคาลดลงร้อยละ 53 เนื่องจากผลผลิตในยุโรปล้นตลาดทำให้ขึ้นฉ่ายฝรั่งมีราคาลดลงเหลือ 22 เช็คราวน์/กิโลกรัม
2. เนื้อหมู ราคาลดลงร้อยละ 20 ที่ก่อนหน้านี้เนื้อหมูของสเปน ถูกห้ามส่งออกเนื่องจากโรคอหิวาต์แอฟริกันในสุกร ปัจจุบันกลับมาเริ่มจำหน่ายในราคาที่ต่ำลง
3. มันฝรั่ง ราคาขายส่งลดลงเหลือประมาณ 3 เช็คราวน์/กิโลกรัม แม้ว่าซูเปอร์มาร์เก็ตจะยังคงคิดราคาประมาณ 15 เช็คราวน์/กิโลกรัม แต่สินค้าคงคลังในยุโรปและเช็กมีจำนวนมาก ทำให้ตลาดอึดตัว
4. แครอท ร้านขายผักผลไม้จำหน่ายในราคา 5 เช็คราวน์/กิโลกรัม ขณะที่ราคาในซูเปอร์มาร์เก็ตยังคงสูงกว่าในราคา 20 เช็คราวน์/กิโลกรัม
5. กะหล่ำปลีขาว หัวหอม ดอกกะหล่ำ ราคาสินค้าเหล่านี้ลดลงอย่างมาก เนื่องจากมีสินค้าคงคลังในยุโรปจำนวนมาก หัวหอมขายส่งอยู่ที่ 5 เช็คราวน์/กิโลกรัม ลดลง 2 เช็คราวน์จากปีที่ผ่านมา แม้ว่าราคาขายปลีกจะสูงขึ้นก็ตาม

การเปรียบเทียบราคาที่ทำเนียบการโดย Seznam Zprávy ระหว่างซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ อาทิ Tesco, Penny, Albert และ Lidl ระหว่างเดือนธันวาคม 2025 ถึงกุมภาพันธ์ 2026 พบว่าราคาสินค้าอาหารบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ทรงตัวหลังจากปีใหม่ ซึ่งหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงไม่ว่าจะดีขึ้นหรือแย่ลงนั้นกระจุกตัวอยู่ในผลผลิตสดและสินค้าโภคภัณฑ์มากกว่าสินค้าที่เก็บรักษาได้นาน

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของ สศค.

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าสาธารณรัฐเช็กพึ่งพาการนำเข้าสินค้าอาหารจากต่างประเทศค่อนข้างมาก ส่งผลให้ราคาสินค้าผันผวนไปตามตลาดโลก ในฐานะที่ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกสินค้าอาหารรายใหญ่ของโลก การจัดหาสินค้าทดแทนที่มีราคาคุ้มค่าจึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยในกลุ่มสินค้าต่างๆ ดังนี้

1. สินค้า "โปรตีนทางเลือก" หรือ "กะทิ" เพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์จากนมหรือเนื้อสัตว์ที่ราคาแพงขึ้น ใช้ทดแทนครีมหรือนมในอุตสาหกรรมอาหาร รวมถึงผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปที่ไทยมีความเชี่ยวชาญและราคาสามารถแข่งขันได้
2. สินค้าอาหารสำเร็จรูปและอาหารกระป๋อง เนื่องจากผู้บริโภคเช็กคำนึงถึงเรื่องราคาและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ จึงมีความต้องการซื้อสินค้าอาหารพร้อมรับประทาน (Ready-to-eat) หรือผลไม้กระป๋อง (สับปะรด ข้าวโพดหวาน) ที่มีราคาต่ำกว่าอาหารสดเพิ่มเติม
3. สินค้ากาแฟและโกโก้ราคาสูงขึ้นอาจทำให้ผู้บริโภคหันมาดื่ม "ชา" มากขึ้น ซึ่งไทยมีศักยภาพในการส่งออกชาสมุนไพรหรือชาปรุงสำเร็จที่มีเอกลักษณ์

แต่อย่างไรก็ตามแม้ราคาสินค้าในสาธารณรัฐเช็กจะสูงขึ้น แต่ค่าระวางเรือและระยะทางจากไทยไปยังยุโรป ยังคงเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ราคาสินค้าไทยอาจเสียเปรียบสินค้าจากประเทศในสหภาพยุโรป เช่น โปแลนด์และฮังการี ประกอบกับยุโรปให้ความสำคัญกับเรื่อง ESG และ Carbon Footprint ซึ่งสินค้าไทยต้องมีใบรับรองมาตรฐานสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาลูกค้าในระยะยาว ประกอบกับผู้บริโภคเช็กเริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมไปซื้อสินค้าแบรนด์ของห้างสรรพสินค้า (Private Label) มากขึ้น และเน้นการซื้อสินค้าในช่วงลดราคา (Promotion) เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ดังนั้น การเจาะตลาดโดยการส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้า (In-Store Promotion) ที่สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ดำเนินการอย่างต่อเนื่องจึงเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมและจำเป็นโดยเฉพาะในภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้