

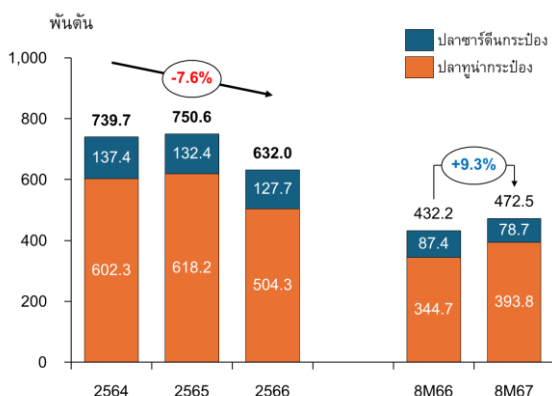
ภาพรวมธุรกิจ

- อุตสาหกรรมปลากระป๋องของไทยถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของปลาทูน่ากระป๋อง โดยข้อมูลจากกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ระบุว่า สินค้าปลากระป๋องและแปรรูป ถือเป็นสินค้าที่มีศักยภาพของไทย ซึ่งไทยนับว่าเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลก และในปี 2566 ไทยเป็นผู้ส่งออกปลากระป๋องและแปรรูปอันดับ 2 ของโลก รองจากจีน และเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน โดยความสำเร็จของอุตสาหกรรมปลากระป๋องไทยเกิดจากหลายปัจจัย เช่น คุณภาพและมาตรฐานการผลิตที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งในการรับซื้อวัตถุดิบจากทั่วโลก และการมีเครือข่ายครอบคลุมตั้งแต่การจับหาวัตถุดิบไปจนถึงช่องทางการกระจายสินค้าในตลาดสำคัญ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าไทยจะเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ แต่ปลาทูน่าส่วนใหญ่ราว 80% ที่ใช้ในการผลิตต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากปริมาณปลาทูน่าที่จับได้ในน่านน้ำไทยมาจากการทำประมงแถวอ่าวไทยและทะเลอันดามันซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดโลก และส่วนใหญ่เป็นปลาทูน่าผิวน้ำอย่างปลาโอดำและปลาโอลายซึ่งไม่เป็นที่นิยมในตลาดต่างประเทศมากนัก โดยแหล่งนำเข้าปลาทูน่าที่สำคัญของไทย ได้แก่ ใต้หวัน มัลดีฟส์ เกาหลีใต้ นาอูรู และไมโครนีเซีย

ภาพรวมด้านการผลิต

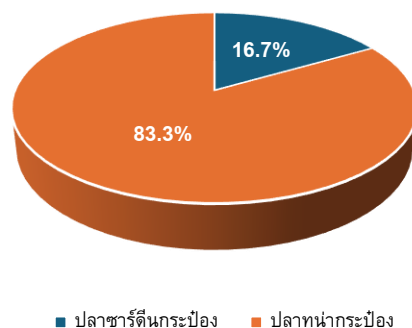
- จากข้อมูลปริมาณการผลิตปลากระป๋องของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม พบว่า สัดส่วนของการผลิตปลากระป๋อง แบ่งออกเป็น 2 ชนิดหลัก ๆ ได้แก่ ปลาทูน่ากระป๋อง คิดเป็นสัดส่วนราว 83.3% และ ปลาซาร์ดีนกระป๋อง คิดเป็นสัดส่วน 16.7% โดยในช่วง 8 เดือนแรก ปี 2567 พบว่า ปริมาณการผลิตปลากระป๋องของไทย รวมทั้งสิ้นอยู่ที่ราว 472,485.3 ตัน เติบโตราว 9.3%YoY ทั้งนี้ เมื่อแยกพิจารณาปริมาณการผลิตตามแต่ละประเภท พบว่า ปลาทูน่ากระป๋องมีปริมาณการผลิตอยู่ที่ 393,786.1 ตัน เพิ่มขึ้น 14.2%YoY จากราคาวัตถุดิบปลาทูน่าที่ลดลง ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลงและสามารถผลิตได้มากขึ้น รวมทั้งปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องที่ยังคงขยายตัวต่อเนื่อง ในขณะที่ปลาซาร์ดีนกระป๋องมีปริมาณการผลิตอยู่ที่ 78,699.3 ตัน หดตัวราว 10.0%YoY โดยที่ผ่านมามีการผลิตปลาซาร์ดีนกระป๋องหดตัวต่อเนื่อง จากปัญหาการจับปลาเกินจำนวนและแหล่งอาศัยของสัตว์น้ำเสื่อมโทรมส่งผลให้ปริมาณปลาซาร์ดีนในน่านน้ำไทยลดลง

รูปที่ 1 ปริมาณการผลิตปลากระป๋องในประเทศไทย



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

รูปที่ 2 สัดส่วนของการผลิตปลากระป๋องจำแนกตามประเภท 8M67



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

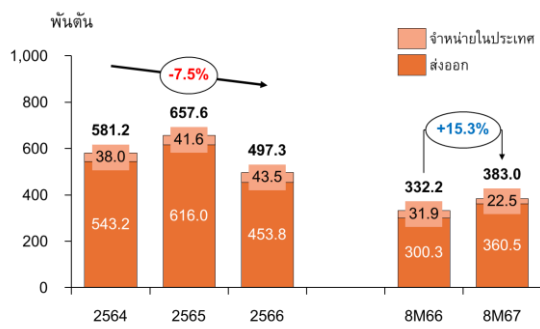
Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

ภาพรวมด้านการจำหน่าย

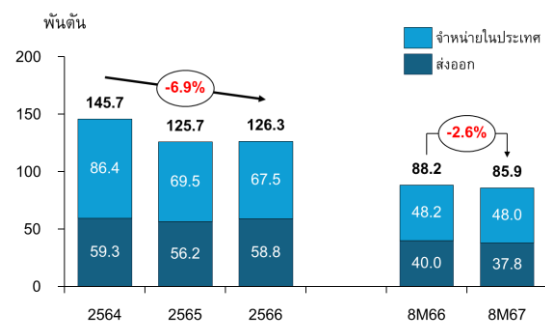
- สำหรับการจำหน่ายปลากระป๋องในประเทศไทยราว 85% เป็นการส่งออกไปยังต่างประเทศและมีเพียง 15% เป็นการจำหน่ายภายในประเทศ โดยในช่วง 8 เดือนแรก ปี 2567 พบว่า ไทยมีปริมาณการจำหน่ายปลาหน้ากระป๋อง รวมทั้งสิ้น 382,986.0 ตัน เติบโต 15.3%YoY โดยแบ่งเป็นการส่งออก 360,526.1 ตัน ขยายตัว 20.0%YoY จากตลาดหลักอย่างสหรัฐอเมริกาที่นำเข้าปลาหน้ากระป๋องเพิ่มขึ้นราว 12.1%YoY และปริมาณการจำหน่ายในประเทศอยู่ที่ 22,459.9 ตัน ซึ่งหดตัวราว 29.6% จากกำลังซื้อในประเทศที่ลดลงทำให้ผู้บริโภคบางส่วนหันไปเลือกซื้อสินค้าทดแทนที่มีราคาถูกลงกว่า ในขณะที่การจำหน่ายปลาซาร์ดีนกระป๋องมีปริมาณรวมทั้งสิ้น 85,887.5 ตัน ลดลงราว 2.6%YoY ซึ่งสาเหตุหลักมาจากการหดตัวของปริมาณการส่งออก ซึ่งอยู่ที่ 37,844.8 ตัน ลดลง 5.4%YoY จากแรงกดดันของตลาดแอฟริกาใต้ซึ่งเป็นคู่ค้าสำคัญที่นำเข้าลดลงราว 14.2%YoY และปริมาณการจำหน่ายในประเทศอยู่ที่ 48,042.7 ตัน ซึ่งหดตัวเล็กน้อยราว 0.2%YoY

รูปที่ 3 ปริมาณการจำหน่ายปลาหน้ากระป๋องในประเทศไทย



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

รูปที่ 4 ปริมาณการจำหน่ายปลาซาร์ดีนกระป๋องในประเทศไทย



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

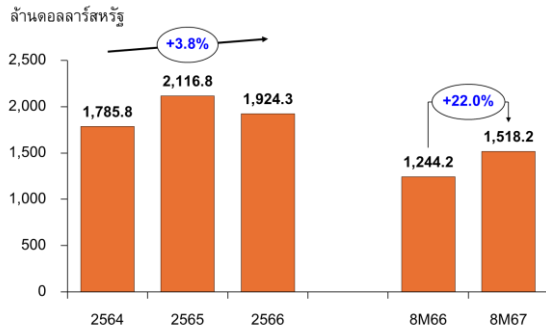
ภาพรวมด้านการค้าระหว่างประเทศ

- ด้านการส่งออกปลากระป๋อง ในช่วง 8 เดือนแรก ปี 2567 พบว่า ไทยมีมูลค่าการส่งออกปลาหน้ากระป๋องไปยังต่างประเทศ รวมทั้งสิ้น 1,518.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโตราว 22.0%YoY เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนการส่งออกหน้ากระป๋อง พบว่า ตลาดปลายทางที่ไทยส่งออกไปมากที่สุด ได้แก่ สหรัฐอเมริกา คิดเป็น 19.5% ของมูลค่าการส่งออกปลาหน้ากระป๋องทั้งหมด รองลงมา คือ ออสเตรเลีย 8.6% ญี่ปุ่น 7.8% ลิเบีย 7.5% และซาอุดีอาระเบีย 6.3% ตามลำดับ โดยปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้มูลค่าการส่งออกปลาหน้ากระป๋องของไทยเติบโตมากขึ้น เป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการที่เอื้ออำนวย ได้แก่ การลดลงของต้นทุนวัตถุดิบปลาหน้ากระป๋องการขยายตัวของตลาดส่งออกปลากระป๋องไปยังสหรัฐอเมริกา และการเติบโตของตลาดอาหารฮาลาลโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกไปยังประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางที่สูงขึ้นต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋อง ในช่วง 8 เดือนแรก ปี 2567 ไทยมีมูลค่าการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องรวมทั้งสิ้น 92.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวราว 5.6%YoY โดยแรงกดดันมาจากตลาดส่งออกหลักอย่างแอฟริกาใต้ที่หดตัว 14.2%YoY สำหรับปลายทางที่ไทยส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องไปมากที่สุด ได้แก่ แอฟริกาใต้ คิดเป็น 30.9% ของมูลค่าการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องทั้งหมด รองลงมา คือ สหรัฐอเมริกา 8.6% ญี่ปุ่น 8.2% นามิเบีย 6.2% และกัมพูชา 6.1% ตามลำดับ

Disclaimer:

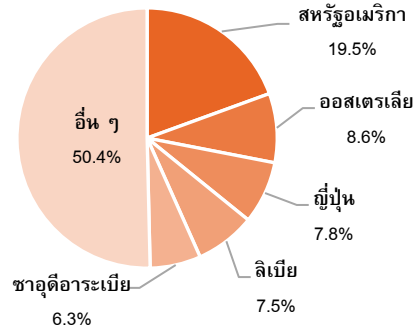
ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

รูปที่ 5 มูลค่าการส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง



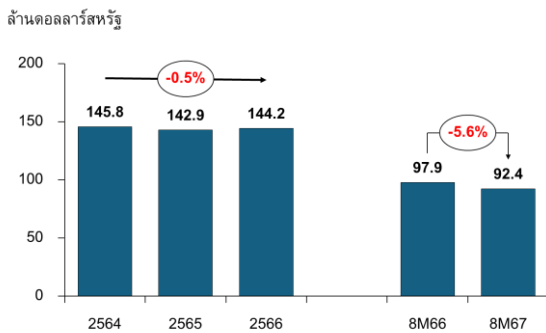
ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

รูปที่ 6 ตลาดส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง ในช่วง 8M67



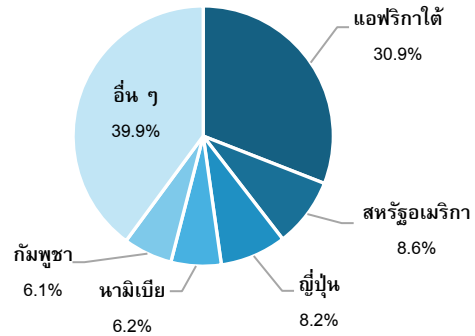
ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

รูปที่ 7 มูลค่าการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋อง



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

รูปที่ 8 ตลาดส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋อง ในช่วง 8M67



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

แนวโน้มธุรกิจปลากระป๋องในประเทศไทย

- ธุรกิจปลากระป๋องคาดว่าจะขยายตัว จากแนวโน้มการผลิตและจำหน่ายปลากระป๋องที่คาดว่าจะเติบโตต่อเนื่อง โดยเฉพาะในส่วนของผลผลิตหลักอย่างปลาทูน่ากระป๋อง เนื่องจากราคาวัตถุดิบปลาทูน่าที่ลดลง ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลงและสามารถผลิตได้มากขึ้นตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดหลักอย่างสหรัฐอเมริกาที่มีแนวโน้มนำเข้าปลากระป๋องเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การผลิตปลาซาร์ดีนกระป๋องอาจยังคงชะลอตัว เนื่องจากปัญหาการจับปลาเกินจำนวนและแหล่งอาศัยของสัตว์น้ำเสื่อมโทรมส่งผลให้ปริมาณผลผลิตปลาซาร์ดีนไทยลดลง ประกอบกับการหดตัวของตลาดส่งออกหลักอย่างแอฟริกาใต้
- สำหรับแนวโน้มการส่งออกปลากระป๋องของไทยคาดว่าจะเติบโตได้ดี โดยเฉพาะปลาทูน่ากระป๋อง เนื่องจากปัจจัยสนับสนุนจากตลาดส่งออกสำคัญอย่างสหรัฐอเมริกาที่ขยายตัว โดยในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2567 ตลาดเติบโตขึ้น 12.1%YoY ซึ่งสมาคมอุตสาหกรรมทูน่าไทยเปิดเผยว่า ปัญหาค่าครองชีพที่สูงในสหรัฐที่ผ่านมา ทำให้คนอเมริกันหันมาซื้อปลากระป๋องแทนเนื้อหมู เนื้อไก่แทน เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่าย อีกทั้งปลากระป๋องยังพกพาง่าย ตอบโจทย์วิถีชีวิตที่เร่งรีบในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสนับสนุนตลาดส่งออก ได้แก่ การขยายตัวของตลาดอาหารฮาลาลในประเทศแถบตะวันออกกลาง โดยเฉพาะตลาดส่งออกอย่างลิเบีย และ

ซาอูตีอาระเบีย ที่ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2567 ขยายตัว 22.2%YoY และ 3.0%YoY ตามลำดับ รวมถึงสถานการณ์ที่ญี่ปุ่นลดปริมาณการผลิตปลากระป๋อง เช่น ทูน่าและซาบะ ลงถึงระดับต่ำสุดในรอบ 71 ปี เนื่องจากการขาดแคลนวัตถุดิบจากการจับปลา และราคาที่พุ่งสูงขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสให้ไทยส่งออกปลากระป๋องไปยังตลาดโลกได้มากขึ้น นอกจากนี้คุณภาพและมาตรฐานการผลิตปลากระป๋องของไทยที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ทั้งด้านกระบวนการผลิต ด้านคุณภาพและสุขอนามัย จนทำให้ไทยมีข้อตกลงทางการค้าเสรีกับประเทศต่างๆ นำมาซึ่งการลดต้นทุนทางภาษีศุลกากร โดยปัจจุบันไทยมีข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) กับประเทศคู่ค้า 18 ประเทศ สำหรับสินค้าปลากระป๋องและแปรรูปจากไทยที่ส่งออกไปยังตลาดสำคัญ ได้แก่ ออสเตรเลีย และกัมพูชา ได้มีการยกเลิกการเก็บภาษีนำเข้าทุกรายการ ขณะที่ตลาดญี่ปุ่น มีการลดภาษีนำเข้าสินค้าปลากระป๋องและแปรรูปบางส่วน ส่งผลให้ราคาขายปลีกในต่างประเทศปรับลดลง อย่างไรก็ตาม การส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องอาจยังคงเผชิญความท้าทาย เนื่องจากการหดตัวของตลาดหลักอย่างแอฟริกาใต้ ดังนั้นผู้ประกอบการอาจต้องมองหาตลาดใหม่ๆ เพื่อกระจายความเสี่ยงและขยายโอกาสในการส่งออกไปยังประเทศอื่น ประกอบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ อย่างปลากระป๋องที่เน้นคุณค่าทางโภชนาการ เช่น ปลากระป๋องโอเมก้า 3 สูง ปลากระป๋องไขมันต่ำ เป็นต้น หรือการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สะดวกต่อการบริโภค เช่น บรรจุภัณฑ์แบบซอง ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของปลากระป๋องไทยได้มากขึ้น

ผู้จัดทำบทวิเคราะห์

นางสาวศรีอำไพ อิงคกิตติ (sri-ampai@lhbank.co.th)

ดร. ธนพล ศรีธัญพงศ์ (thanapols@lhbank.co.th)

วิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. ธนพล ศรีธัญพงศ์

ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



ณัฐชาติ วิรุฬหัชว

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ธรรัทนล ศรีทองเต็ม

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



เชี่ยวชาญ ศรีชัยยา

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วิลันดา ดิสเรตติวัฒน์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



วัชรพันธ์ นิยม

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ณวัชร หันสุเวช

นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)



ศรีอำไพ อิงคกิตติ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

จับใจ

เข้าใจ

ตอบใจภัย



Scan Here
For More Articles

<https://www.lhbank.co.th/economic-analysis/>

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง