

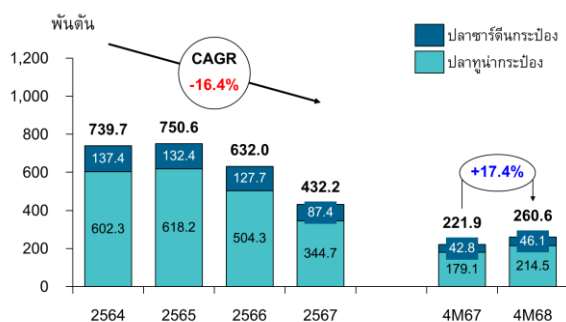
ภาพรวมธุรกิจ

- ธุรกิจปลากะป๋องของไทยยังคงมีศักยภาพสูงและมีบทบาทสำคัญทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออก แม้จะเผชิญกับความท้าทายจากต้นทุนวัตถุดิบที่ผันผวน การแข่งขันด้านราคากับสินค้านำเข้า และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง แต่ยังมีโอกาสเติบโตจากความต้องการอาหารสำเร็จรูปที่สะดวกและเก็บรักษาได้นาน รวมถึงการขยายตลาดใหม่ในต่างประเทศ โดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศของไทยระบุว่าสินค้าปลากะป๋องและแปรรูปถือเป็นสินค้าที่มีศักยภาพ ซึ่งไทยนับว่าเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลก โดยในปี 2567 ไทยยังคงเป็นผู้ส่งออกปลากะป๋องและแปรรูปอันดับ 2 ของโลก รองจากจีน และเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน จากหลายปัจจัยสำคัญทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิตที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล อีกทั้งไทยมีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งเอื้อต่อการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศมาผลิตและแปรรูป นอกจากนี้ การขยายตลาดส่งออกผ่านข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) กับหลายประเทศ เช่น ญี่ปุ่น ชิลี เปรู และจีน ทำให้ไทยสามารถเพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตลาดหลักอย่างสหรัฐฯ และญี่ปุ่น ที่มีการนำเข้าปลาหมึกกระป๋องจากไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพและความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมปลากะป๋องไทยในตลาดโลก

ภาพรวมด้านการผลิต

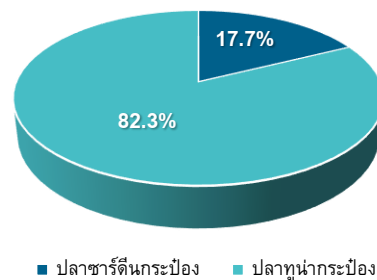
- จากข้อมูลปริมาณการผลิตปลากะป๋องของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม พบว่า สัดส่วนของการผลิตปลากะป๋อง แบ่งออกเป็น 2 ชนิดหลัก ๆ ได้แก่ ปลาหมึกกระป๋อง คิดเป็นสัดส่วนราว 82.3% และปลาซาร์ดีนกระป๋อง คิดเป็นสัดส่วน 17.7% โดยในช่วง 4 เดือนแรก ปี 2568 พบว่า ปริมาณการผลิตปลากะป๋องของไทยรวมทั้งสิ้นอยู่ที่ราว 260,620.3 ตัน เติบโตราว 17.4%YoY ทั้งนี้ เมื่อแยกพิจารณาปริมาณการผลิตตามแต่ละประเภท พบว่า ปลาหมึกกระป๋องมีปริมาณการผลิตอยู่ที่ 214,533.3 ตัน เพิ่มขึ้น 19.8%YoY จากปัจจัยหลักคืออุปทานปลาหมึกที่จับได้เพิ่มขึ้น อันเป็นผลจากอุณหภูมิในมหาสมุทรสูงขึ้น ส่งผลให้ฝูงปลาหมึกย้ายถิ่นฐานมารวมตัวกันในบางพื้นที่ของมหาสมุทร ซึ่งเอื้อต่อการทำประมงและเพิ่มปริมาณวัตถุดิบสำหรับการผลิตปลากะป๋อง รวมทั้งปัจจัยหนุนจากราคาวัตถุดิบปลาหมึกที่ลดลง ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลงและสามารถผลิตได้มากขึ้น ส่วนปลาซาร์ดีนกระป๋องมีปริมาณการผลิตอยู่ที่ 46,087.0 ตัน ขยายตัวราว 7.7%YoY จากมาตรการควบคุมการทำประมงและการฟื้นฟูแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำที่เริ่มเห็นผล ส่งผลให้ปัจจุบันปริมาณผลผลิตปลาซาร์ดีนในธรรมชาติมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แม้ในช่วงก่อนหน้าผลผลิตปลาซาร์ดีนจะหดตัวต่อเนื่องจากปัญหาการจับปลาเกินจำนวนและแหล่งอาศัยของสัตว์น้ำเสื่อมโทรม ส่งผลให้ปริมาณปลาซาร์ดีนในน่านน้ำไทยลดลง

รูปที่ 1 ปริมาณการผลิตปลากะป๋องในประเทศไทย



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

รูปที่ 2 สัดส่วนของการผลิตปลากะป๋องแยกประเภท 4M68



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

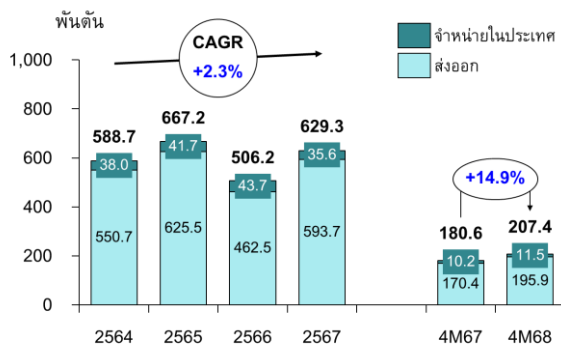
Disclaimer:

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

ภาพรวมด้านการจำหน่าย

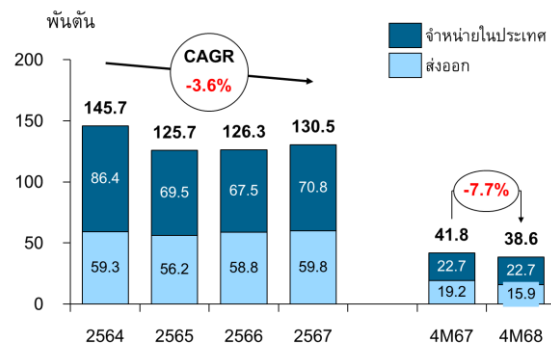
- สำหรับสถานการณ์ด้านการจำหน่ายปลากระป๋องของไทย ในช่วง 4 เดือนแรก ปี 2568 พบว่า สัดส่วนการจำหน่ายรวม 86.1% เป็นการส่งออกไปยังต่างประเทศและอีกราว 13.9% เป็นการจำหน่ายในประเทศ เมื่อพิจารณาในแง่ของปริมาณ พบว่า ไทยมีปริมาณการจำหน่ายปลากระป๋อง รวมทั้งสิ้น 207,440.2 ตัน เติบโตที่ 14.9%YoY โดยแบ่งเป็นการส่งออก 195,900.4 ตัน ขยายตัว 14.9%YoY จากการเร่งนำเข้าปลากระป๋องจากตลาดหลักอย่างสหรัฐฯ และปริมาณการจำหน่ายในประเทศอยู่ที่ 11,539.9 ตัน ซึ่งเติบโตราว 13.5%YoY สะท้อนถึงความต้องการของตลาดในประเทศที่ยังคงแข็งแกร่ง
- ในส่วนของปริมาณการจำหน่ายปลาซาร์ดีนกระป๋อง พบว่า มีปริมาณรวมทั้งสิ้น 38,605.7 ตัน ลดลงราว 7.7%YoY ซึ่งสาเหตุหลักมาจากการหดตัวของปริมาณการส่งออกซึ่งอยู่ที่ 15,872.5 ตัน ลดลง 17.1%YoY จากแรงกดดันของตลาดแอฟริกาใต้ซึ่งเป็นคู่ค้ารายใหญ่ที่นำเข้าลดลง เนื่องจากแอฟริกาใต้เผชิญกับต้นทุนนำเข้าปลาซาร์ดีนกระป๋องที่สูงขึ้นจากปัญหาค่าเงินอ่อนค่าและผันผวนสูง ขณะที่ปริมาณการจำหน่ายในประเทศอยู่ที่ 22,733.2 ตัน ซึ่งขยายตัวได้เล็กน้อยราว 0.3%YoY จากอุปสงค์ในประเทศที่ยังคงนิยมบริโภคปลากระป๋องในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางถึงน้อยที่พึ่งพาโปรตีนราคาประหยัด

รูปที่ 3 ปริมาณการจำหน่ายปลากระป๋องของไทย



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

รูปที่ 4 ปริมาณการจำหน่ายปลาซาร์ดีนกระป๋องของไทย

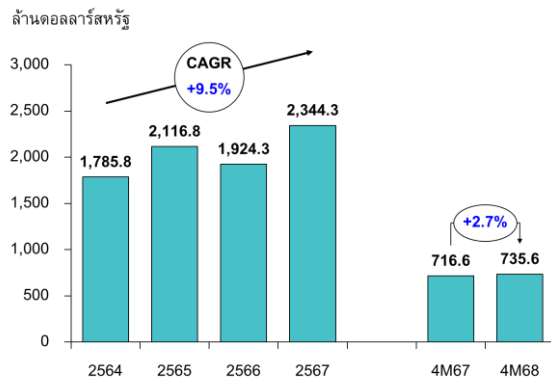


ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ภาพรวมด้านการค้าระหว่างประเทศ

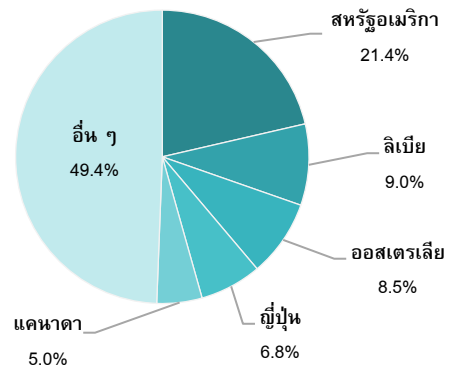
- ด้านการส่งออกปลากระป๋อง ในช่วง 4 เดือนแรก ปี 2568 พบว่า ไทยมีมูลค่าการส่งออกปลากระป๋องไปยังต่างประเทศ รวมทั้งสิ้น 735.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เติบโตราว 2.7%YoY เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนการส่งออกปลากระป๋อง พบว่า ตลาดปลายทางที่ไทยส่งออกมากที่สุด ได้แก่ สหรัฐอเมริกา คิดเป็น 21.4% ของมูลค่าการส่งออกปลากระป๋องทั้งหมด รองลงมา คือ ลิเบีย 9.0% ออสเตรเลีย 8.5% ญี่ปุ่น 6.8% และแคนาดา 5.0% ตามลำดับ โดยปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้มูลค่าการส่งออกปลากระป๋องของไทยเติบโตมากขึ้น เป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการที่เอื้ออำนวย โดยปัจจัยสำคัญมาจากการขยายตัวของตลาดส่งออกปลากระป๋องไปยังคู่ค้าหลักอย่างสหรัฐฯ ที่เติบโตราว 13.1%YoY รวมทั้งแรงกระตุ้นจากมาตรการภาษีนำเข้าของรัฐบาลสหรัฐฯ ที่มีการประกาศว่าจะเก็บภาษีศุลกากรตอบโต้ (Reciprocal Tariff) ในอัตราราว 36% สำหรับประเทศไทย ทั้งนี้ แม้ภาษีตอบโต้จะถูกเลื่อนออกไป 90 วัน แต่ความกังวลต่อมาตรการดังกล่าวส่งผลให้ผู้นำเข้าสหรัฐฯ เร่งตุนสต็อกสินค้า (Front-load) ก่อนภาษีตอบโต้จะเริ่มมีผลบังคับใช้

รูปที่ 5 มูลค่าการส่งออกปลาหูกระป๋องของไทย



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

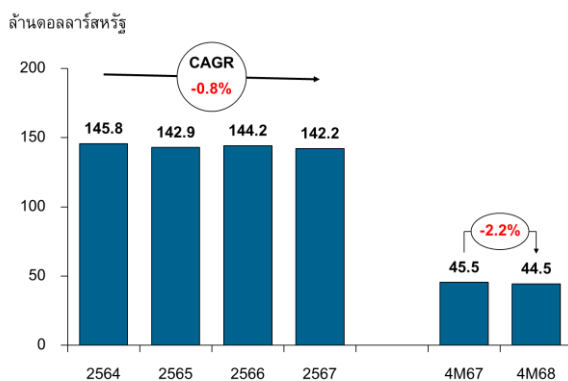
รูปที่ 6 ตลาดส่งออกปลาหูกระป๋อง ในช่วง 4M68



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

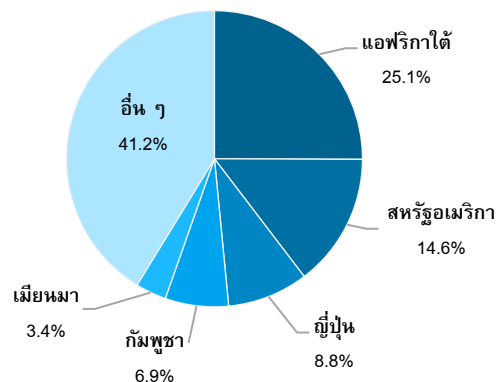
- เมื่อพิจารณาการส่งออกปลาหูกระป๋องในช่วง 4 เดือนแรก ปี 2568 ไทยมีมูลค่าการส่งออกปลาหูกระป๋อง รวมทั้งสิ้น 44.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวราว 2.2%YoY สำหรับตลาดปลายทางที่ไทยส่งออกปลาหูกระป๋องไปมากที่สุด ได้แก่ แอฟริกาใต้ คิดเป็น 25.1% ของมูลค่าการส่งออกปลาหูกระป๋องทั้งหมด รองลงมา คือ สหรัฐอเมริกา 14.6% ญี่ปุ่น 8.8% กัมพูชา 6.9% และเมียนมา 3.4% ตามลำดับ โดยแรงหนุนจากตลาดส่งออกหลักอย่างแอฟริกาใต้ที่หดตัว 31.7%YoY อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในรายละเอียดของตลาดส่งออก โดยเฉพาะตลาดสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดอันดับ 2 รองจากแอฟริกาใต้ จะพบว่าการเร่งนำเข้าปลาหูกระป๋องจากไทยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยมูลค่าการนำเข้าเติบโตถึง 86.7% YoY เช่นเดียวกับตลาดสำคัญอย่างญี่ปุ่นยังคงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากปัญหาการลดปริมาณการผลิตปลาหูกระป๋องในประเทศ เช่น ทุนและซาบะ เนื่องจากการขาดแคลนวัตถุดิบและต้นทุนที่สูงขึ้น ส่งผลให้มีความต้องการนำเข้าปลาหูกระป๋องจากไทยมากขึ้น ปัจจัยเหล่านี้สะท้อนถึงโอกาสและศักยภาพของตลาดรองในการเข้ามาชดเชยแรงหนุนจากตลาดหลักที่ชะลอตัว

รูปที่ 7 มูลค่าการส่งออกปลาหูกระป๋องของไทย



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

รูปที่ 8 ตลาดส่งออกปลาหูกระป๋อง ในช่วง 4M68



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

แนวโน้มธุรกิจผลิตและจำหน่ายปลากระป๋อง

- ธุรกิจปลากระป๋องคาดว่าจะขยายตัว จากแนวโน้มการผลิตและจำหน่ายที่คาดว่าจะเติบโตต่อเนื่อง โดยเฉพาะในส่วนของการผลิตหลักอย่างปลาทูน่ากระป๋อง เนื่องจากอุปทานปลาทูน่าเพิ่มขึ้น ซึ่งเอื้อต่อการทำประมงและเพิ่มปริมาณวัตถุดิบสำหรับการผลิตปลากระป๋อง รวมทั้งปัจจัยหนุนจากราคาวัตถุดิบปลาทูน่าที่ลดลง ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง ในส่วนของการผลิตปลาซาร์ดีนกระป๋องมีแนวโน้มเติบโตได้เช่นกัน จากมาตรการควบคุมการทำประมงและการฟื้นฟูแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำที่เริ่มเห็นผล ส่งผลให้ปัจจุบันปริมาณผลผลิตปลาซาร์ดีนในธรรมชาติมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ความต้องการในประเทศยังทรงตัวดี โดยเฉพาะในกลุ่มรายได้ปานกลางถึงน้อยที่ยังพึ่งพาอาหารโปรตีนราคาประหยัดอย่างปลากระป๋อง
- สำหรับแนวโน้มการส่งออกปลากระป๋องของไทยคาดว่าจะเติบโตได้ดี โดยเฉพาะปลาทูน่ากระป๋อง เนื่องจากปัจจัยสนับสนุนจากตลาดส่งออกสำคัญอย่างสหรัฐอเมริกาที่ขยายตัว รวมถึงตลาดรองที่มีศักยภาพอย่างญี่ปุ่น โดยสมาคมอุตสาหกรรมทูน่าไทยเปิดเผยว่า ปัญหาค่าครองชีพที่สูงในสหรัฐที่ผ่านมา ทำให้คนอเมริกันหันมาซื้อปลากระป๋องแทนเนื้อหมู เนื้อไก่แทน เพื่อลดภาระค่าใช้จ่าย โดยความนิยมบริโภคปลากระป๋องในสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัว และผู้บริโภคต้องการอาหารที่เก็บรักษาได้นานและมีราคาย่อมเยา อีกทั้งปลากระป๋องยังพกพาง่าย ตอบโจทย์วิถีชีวิตที่เร่งรีบ ส่งผลให้ปลากระป๋องกลายเป็นสินค้าหลักที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ นอกจากนี้ แม้การส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องได้รับผลกระทบจากการหดตัวของตลาดส่งออกหลักอย่างแอฟริกาใต้ แต่การเติบโตของตลาดรองอย่างสหรัฐฯ และญี่ปุ่น ยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ช่วยสร้างโอกาสในการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกปลาซาร์ดีนกระป๋องของไทยในระยะข้างหน้า อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศที่ยังเผชิญความท้าทายหลายด้าน ทั้งในด้านของสงครามการค้าจากมาตรการภาษีของสหรัฐฯ รวมทั้งปัญหาข้อพิพาทระหว่างไทย-กัมพูชา ซึ่งสร้างความไม่แน่นอนและอาจส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกปลากระป๋องในระยะถัดไป
- ดังนั้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมปลากระป๋องไทย ควรเร่งปรับตัวเพื่อรับมือกับความผันผวนของตลาดโลกและความเสี่ยงเชิงภูมิรัฐศาสตร์ โดยเฉพาะความไม่แน่นอนจากมาตรการภาษีตอบโต้ของประเทศคู่ค้า เช่น สหรัฐอเมริกา หรือความเสี่ยงจากตลาดชายแดนอย่างกัมพูชาที่อาจประสบปัญหาการปิดด่านอย่างไม่มีกำหนด โดยผู้ประกอบการควรกระจายความเสี่ยงด้วยการขยายตลาดส่งออกใหม่ไปยังประเทศที่มีศักยภาพ เช่น ประเทศในตะวันออกกลาง แอฟริกาเหนือ หรือเอเชียกลาง ซึ่งยังมีความต้องการสูงในสินค้าประเภทโปรตีนราคาย่อมเยา พร้อมทั้งใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาในตลาดเป้าหมาย นอกจากนี้ ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภครุ่นใหม่ เช่น ปลากระป๋องที่มีสูตรสุขภาพ โลว์โซเดียม รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานสะดวกและสื่อสารแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การยกระดับคุณภาพมาตรฐานการผลิตและความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) เพื่อเสริมความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคและผู้นำเข้าในต่างประเทศ ขณะเดียวกันควรเตรียมความพร้อมด้านการเงินและบริหารต้นทุนอย่างเป็นระบบ โดยผู้ประกอบการที่สามารถปรับตัวได้เร็ว มีนวัตกรรม และบริหารความเสี่ยงอย่างรอบด้าน จะสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันและสร้างการเติบโตได้อย่างยั่งยืนในเวทีการค้าโลก

ผู้จัดทำบทวิเคราะห์

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

วิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

Disclaimer:

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

LH BANK BUSINESS RESEARCH

**ดร. ธนพล ศรีธัญพงศ์**

ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ

**ณัฐชาติ วิรุฬหัตถ์**

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)

**ธรรตล ศรีทองเต็ม**

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

**เชียวชาญ ศรีชัยยา**

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)

**วิไลดา ดิสรเตตวิวัฒน์**

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

**วัชรพันธ์ นิยม**

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)

**ณวัชร หันสุเวช**

นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)

**ศรีอำไพ อิงคกิตติ**

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

จับใจ

เข้าใจ

ตอบโจทย์

Scan Here
For More Articles<https://www.lhbank.co.th/economic-analysis/>

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง