ทางรอด อุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของไทย เมื่อสหรัฐฯ ขึ้นภาษี



กรกฎาคม 2568 วิจัยกรุงศรี

บทนำ

แม้ว่ามาตรการภาษีตอบโต้ (Reciprocal tariff) ของสหรัฐฯ จะส่งผลกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของไทย เนื่องจากสหรัฐฯ เป็นตลาดส่งออกสำคัญ แต่ผลกระทบยังอยู่ในขอบเขตที่ผู้ประกอบการมีโอกาสปรับตัวเพื่อลดทอนผลได้ เนื่องจากไทยมีความได้เปรียบด้านขนาดของการผลิต ทำให้ราคาส่งออกโดยเฉลี่ยของไทยยังต่ำกว่าประเทศคู่แข่งหลักอย่างเวียดนามและเอกวาดอร์ ทำให้ไทยยังสามารถแข่งขันด้านราคาได้แม้หลังจากขึ้นภาษีแล้ว นอกจากนี้ ไทยยังมีโอกาสขยายช่องทางไปยังตลาดฮาลาลเพื่อทดแทน โดยเฉพาะตลาดตะวันออกกลางที่มีกำลังซื้อสูงและเชื่อมั่นสินค้าไทยในด้านความปลอดภัยตามมาตรฐานฮาลาล ซึ่งหากรวมกับประเทศมุสลิมบางประเทศในแถบแอฟริกาเหนือ ก็จะมีโอกาสเพิ่มช่องทางขยายตลาดได้กว้างขึ้นมาก อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการควรเร่งพัฒนาคุณภาพสินค้าตามมาตรฐานฮาลาล รวมทั้งลงทุนปรับกระบวนการผลิตสู่เทคโนโลยีอัตโนมัติ เพื่อลดต้นทุนและรักษาการเติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

รพีภูมิ ลาภมาก
นักวิเคราะห์
Rapeepoom.lapmak@krungsri.com

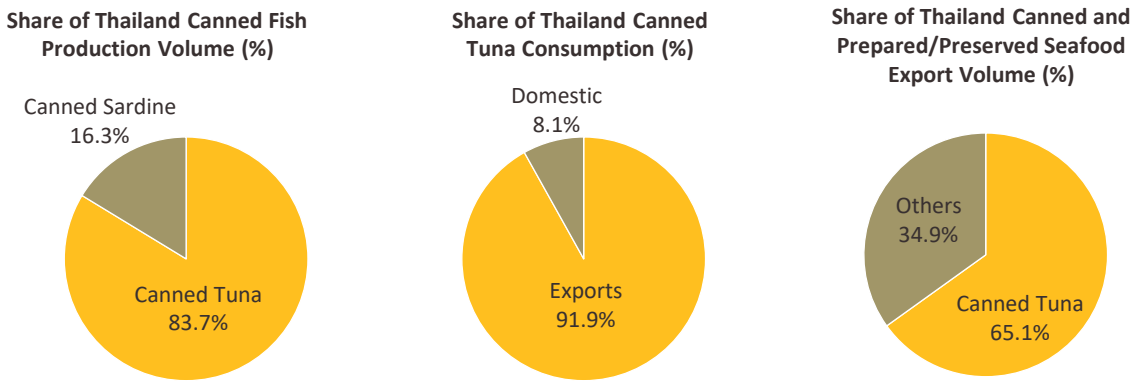


อุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของไทยเน้นส่งออก โดยสหรัฐฯ เป็นตลาดสำคัญ

อุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นตลาดส่งออกเป็นหลัก โดยในปี 2567 การผลิตปลาทูน่ากระป๋องของไทยมีปริมาณ 630,434 ตัน คิดเป็นสัดส่วน 83.7% ของปริมาณการผลิตปลากระป๋องทั้งหมด ในจำนวนนี้เป็นการผลิตเพื่อส่งออกสูงถึง 91.9% ของปริมาณการผลิตปลาทูน่ากระป๋องของไทยทั้งหมด โดยมีมูลค่าส่งออก 2,498 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 88,164 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนกว่า 65.1% ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปทั้งหมดของไทย โดยตลาดส่งออกหลักตามมูลค่าการส่งออกในปี 2567 ได้แก่ สหรัฐฯ (22.3%) ญี่ปุ่น (9.0%) ออสเตรเลีย (7.8%) และ ลิเบีย (6.4%)

ภาพที่ 1

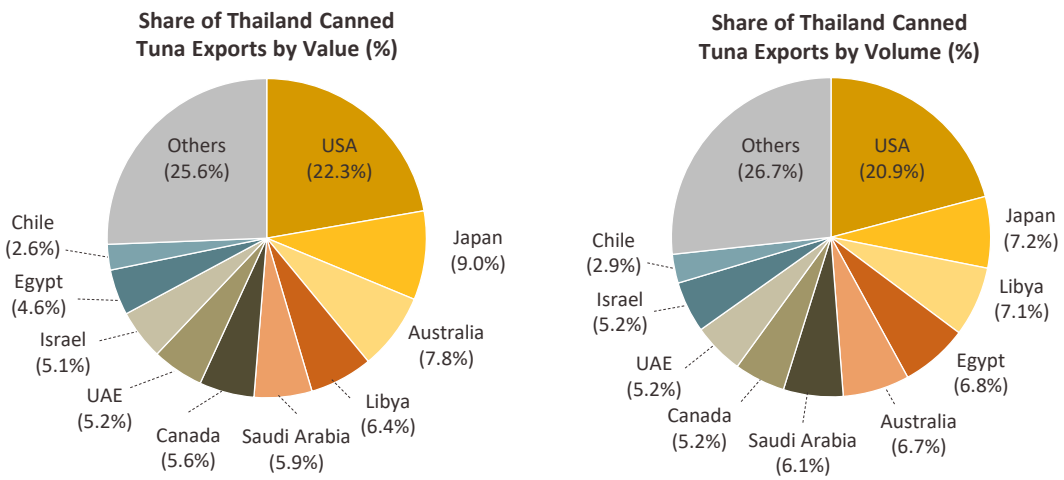
โครงสร้างอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของไทย ปี 2567



Source: OIE, MOC, Krungsri Research

ภาพที่ 2

สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องของไทย ปี 2567

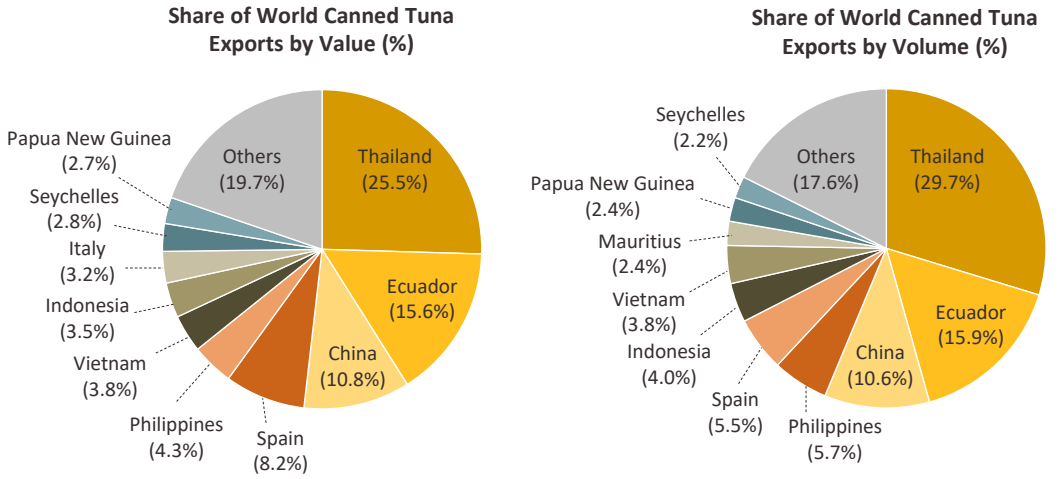


Source: MOC, Krungsri Research

เมื่อพิจารณาโครงสร้างในตลาดโลกปี 2567 **ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องเป็นอันดับ 1 ของโลก** โดยมีส่วนแบ่งตลาดสูงถึง 29.7% ของปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องทั้งโลก ตามด้วย เอกวาดอร์ (15.9%) จีน (10.6%) และฟิลิปปินส์ (5.7%) **ในขณะที่ประเทศผู้นำเข้าหลักของโลกคือ สหรัฐฯ** โดยมีสัดส่วน 13.1% ของปริมาณการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องทั้งหมดของโลก ตามด้วยประเทศในแถบยุโรป อาทิ สเปน (9.9%) อิตาลี (7.4%) สหราชอาณาจักร (5.8%) ฝรั่งเศส (5.2%) และ เยอรมนี (4.9%)

ภาพที่ 3

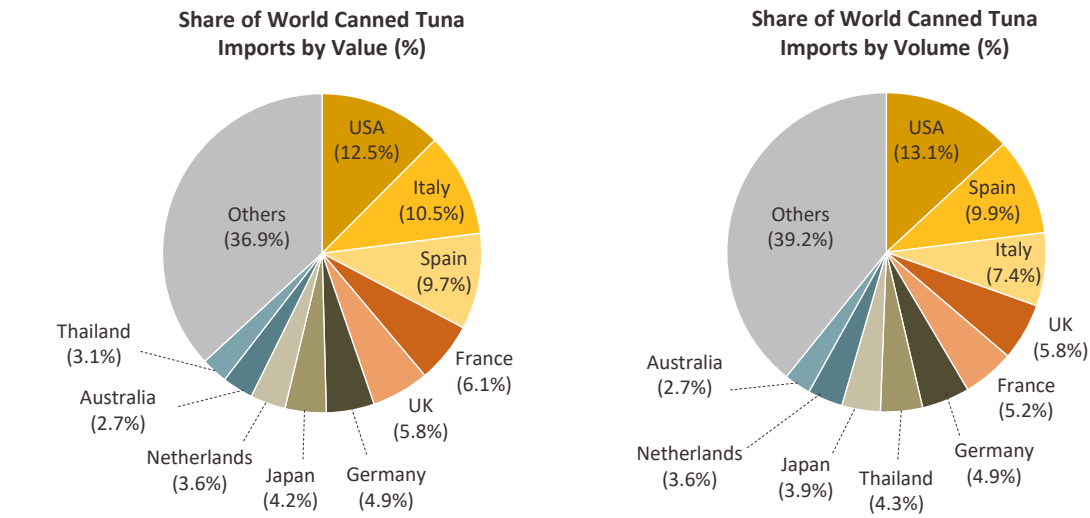
สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องของโลก ปี 2567



Source: Trademap, Krungsri Research

ภาพที่ 4

สัดส่วนการนำเข้าผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องของโลก ปี 2567



Source: Trademap, Krungsri Research

หลังขึ้นภาษี ไทยยังพอจะแข่งขันด้านราคาได้ โดยควรขยายช่องทางสู่ตลาดฮาลาล

วิจัยกรุงศรีได้ประเมินผลกระทบจากมาตรการภาษีตอบโต้ (Reciprocal tariff) ของสหรัฐฯ ต่ออุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของไทย โดยในกรณีสถานการณ์เลวร้าย อุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของไทยอาจต้องเผชิญกับภาษีที่เพิ่มสูงขึ้นเป็น 36% ผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคาและโอกาสในการปรับตัวของอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของไทย จะมีดังนี้

1. หลังขึ้นภาษี คาดว่าราคาปลาทูน่ากระป๋องของไทยที่ส่งออกไปยังสหรัฐฯ จะยังอยู่ในระดับที่พอแข่งขันได้ เมื่อเทียบกับคู่แข่งหลักบางประเทศ โดยเมื่อเทียบราคาส่งออกปลาทูน่ากระป๋องโดยเฉลี่ยของไทย ในปี 2567 อยู่ที่ 4,780 ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน ซึ่งต่ำกว่าประเทศคู่แข่งหลักที่ส่งออกไปยังสหรัฐฯ อย่างเวียดนาม (สัดส่วน 12.1% ของปริมาณการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของสหรัฐฯ) ซึ่งมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 5,360 ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน และเอกวาดอร์ (สัดส่วน 7.7%) ที่ระดับ 6,040 ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน ซึ่งหากรวมผลของการขึ้นภาษีแล้ว ราคาปลาทูน่ากระป๋องของไทยจะอยู่ที่ราว 6,500 ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน ซึ่งยังคงใกล้เคียงกับ 2 ประเทศคู่แข่งหลักนี้ที่ 6,400 และ 6,600 ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน ตามลำดับ ทำให้โอกาสในการแข่งขันของไทยกับคู่แข่งดังกล่าวยังคงมีอยู่ อย่างไรก็ตาม ไทยอาจเสียเปรียบประเทศอื่นที่เป็นคู่แข่งลำดับรอง อย่างเม็กซิโก (สัดส่วน 7.2%) และ อินโดนีเซีย (สัดส่วน 4.4%) ซึ่งส่งออกได้ในราคาที่ถูกกว่าไทยโดยอยู่ที่ระดับเฉลี่ย 4,520 และ 4,700 ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน ตามลำดับ ทำให้โดยภาพรวมแล้ว **แม้ไทยได้รับผลกระทบที่ไม่รุนแรงนัก แต่อาจมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียส่วนแบ่งตลาดบางส่วน**

ภาพที่ 5

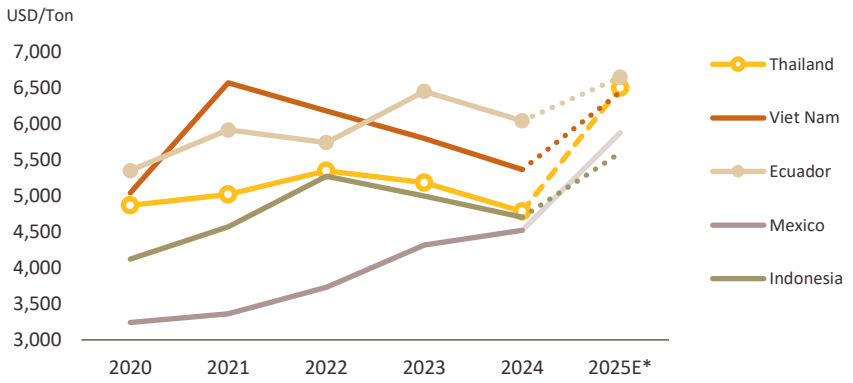
ราคาเฉลี่ยของการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของสหรัฐฯ และสัดส่วนการนำเข้ารายประเทศ

Exporters	Average Price (USD/Ton)					Share of US Import by Volume (2024, %)	Share of US Import by Value (2024, %)
	2020	2021	2022	2023	2024		
Thailand	**4,868**	**5,015**	**5,345**	**5,181**	**4,781**	**49.4**	**47.3**
Viet Nam	5,039	6,568	6,174	5,795	5,364	12.1	13.0
Ecuador	5,349	5,912	5,737	6,448	6,039	7.7	9.3
Mexico	3,238	3,359	3,731	4,315	4,520	7.2	6.5
Senegal	5,636	5,421	6,205	6,432	5,794	4.2	4.9
Fiji	7,261	6,702	6,715	6,240	5,458	4.2	4.5
Indonesia	4,121	4,571	5,272	4,993	4,700	4.4	4.2
Mauritius	7,201	6,526	6,630	6,062	5,281	2.2	2.4
Peru	3,415	4,321	5,847	5,448	4,953	1.8	1.8
Costa Rica	5,241	6,458	6,068	5,248	4,747	1.9	1.8

Source: Trademap, Krungsri Research

ภาพที่ 6

ราคาเฉลี่ยของการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องของสหรัฐฯ และราคาคาดการณ์หลังรวมภาษีตอบโต้ทางศุลกากร

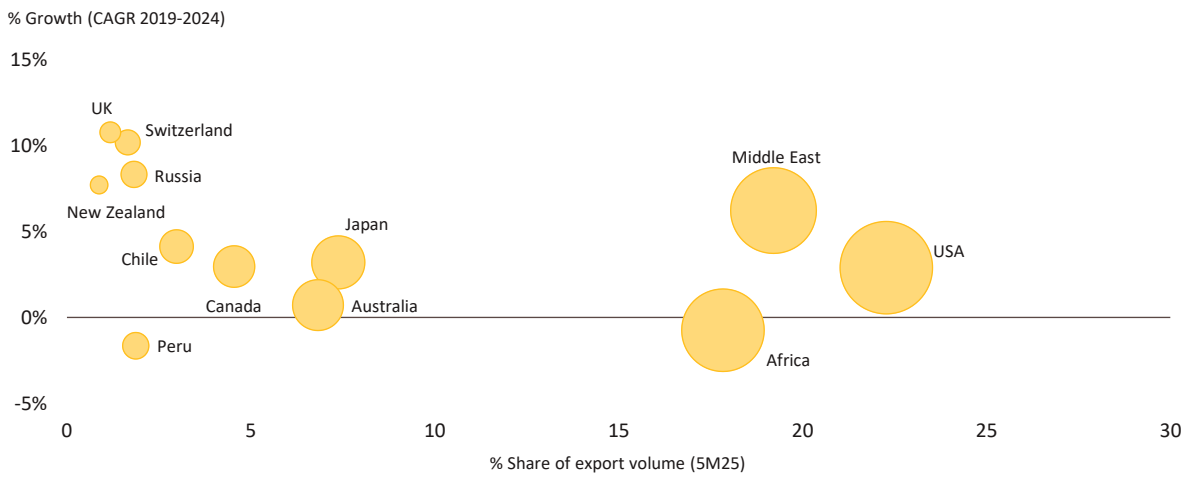


Source: Trademap
Note: *2025E refers to the projected price after incorporating the impact of U.S. reciprocal tariff measures.

2. ไทยมีโอกาสขยายช่องทางไปตลาดฮาลาลทดแทนตลาดสหรัฐฯ บางส่วน โดยเฉพาะประเทศในแถบตะวันออกกลาง อาทิ ซาอุดิอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อิรัก ตุรเกีย และเลบานอน นอกจากนี้ยังมีโอกาสขยายตลาดไปยังประเทศในภูมิภาคนั้นที่ไม่ได้เป็นมุสลิมอย่างอิสราเอลอีกด้วย ซึ่งอัตราการเติบโตของปริมาณส่งออกปลาทูน่ากระป๋องจากไทยไปยังภูมิภาคตะวันออกกลางโดยรวมเฉลี่ยสูงถึง 6.2% ต่อปี (CAGR) ในช่วงปี 2562-2567 เนื่องจากผู้บริโภคชาวมุสลิมเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์อาหารจากไทยที่มีความปลอดภัยในกระบวนการผลิตตามมาตรฐานฮาลาล สะท้อนตัวอย่างจากการที่คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (CICOT) ได้รับการรับรองจากหน่วยงานในซาอุดีอาระเบีย (Saudi Food and Drugs Authority) ในปี 2566 และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (Emirates International Accreditation Centre) ในปี 2563 ซึ่งหากรวมกับประเทศมุสลิมในแถบแอฟริกาเหนือ โดยเฉพาะลิเบีย อียิปต์ และโซมาเลีย ซึ่งมีประชากรมุสลิมสัดส่วนกว่า 90% ก็จะมีโอกาสเพิ่มช่องทางขยายตลาดได้กว้างขึ้น โดยในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2568 ปริมาณส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังประเทศในแถบตะวันออกกลางและแอฟริกามีสัดส่วนรวมกัน 37.0% เพิ่มขึ้นจาก 34.3% ในปี 2563 สวนทางกับสัดส่วนที่ไทยส่งไปสหรัฐฯ ที่ลดลงจาก 24.7% ในปี 2563 เหลือ 22.3% ในช่วง 5 เดือนแรกของปีนี้

ภาพที่ 7

อัตราการเติบโตและสัดส่วนปริมาณการส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยไปยังตลาดหลัก



Source: Trademap
Note: The size of each circle reflects the export volume of canned tuna from Thailand to major markets during the first five months of 2025.

แนวทางปรับตัวสำคัญ: ขยายตลาดใหม่และเร่งพัฒนาคุณภาพสินค้า

วิจัยกรุงศรีคาดว่า แม้มาตรการภาษีตอบโต้ของสหรัฐฯ จะส่งผลกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋อง เนื่องจากสหรัฐฯ เป็นตลาดสำคัญของไทย แต่ยังอยู่ในขอบเขตที่ผู้ประกอบการมีโอกาสปรับตัวเพื่อลดทอนผลกระทบได้ โดยมีแนวทางที่สำคัญ ดังนี้

1. **ขยายตลาดใหม่** เนื่องจากไทยยังมีโอกาสรักษาความสามารถในการแข่งขันด้านราคาในตลาดอื่นๆ เพื่อลดการพึ่งพาตลาดสหรัฐฯ และเลี่ยงความเสี่ยงจากผลกระทบของมาตรการกีดกันทางการค้าที่ยังมีแนวโน้มรุนแรงขึ้นในอนาคต โดยหันไปเน้นตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง และยอมรับมาตรฐานด้านคุณภาพของสินค้าไทย โดยเฉพาะตลาดฮาลาลซึ่งยังมีกำลังซื้อสูง

2. **เร่งพัฒนาคุณภาพสินค้า** โดยเน้นกระบวนการตรวจสอบมาตรฐานต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของกระบวนการผลิต พร้อมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในประเทศนำเข้าอาทิ การศึกษากฎเกณฑ์มาตรฐานการผลิตของอาหารฮาลาลอย่างเข้มงวด รวมถึงปรับกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับกระแสความยั่งยืน (ESG) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ส่งออกเป็นที่ยอมรับของทุกตลาด ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้สามารถเข้าถึงตลาดระดับราคาที่สูงขึ้น (Premium pricing)

3. **ลงทุนปรับกระบวนการผลิต** โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนเครื่องจักรไปสู่การใช้เทคโนโลยีที่อัตโนมัติ แทนการผลิตแบบดั้งเดิมซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้แรงงานแบบเข้มข้น (Labor-intensive) ที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องรับภาระต้นทุนค่าแรงจำนวนมาก ซึ่งหากผู้ประกอบการต้องแบกรับภาระด้านภาษีที่สูงขึ้นอีกเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ ก็จะยิ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร ดังนั้น การปรับเปลี่ยนไปสู่ระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่นอกจากช่วยลดต้นทุนในกระบวนการผลิตแล้ว ยังช่วยควบคุมมาตรฐานด้านคุณภาพของการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเอื้อต่อการเติบโตที่ยั่งยืนได้ในอนาคต

วิจัยกรุงศรี

ดร.พิมพ์นารา หิรัญกสิ

ผู้บริหารสายงานวิจัยและหัวหน้าทีมวิจัยเศรษฐกิจ

ทีมวิจัยเศรษฐกิจ

สุจิต ชัยวิชญชาติ

ผู้บริหารทีมวิจัยเศรษฐกิจมหภาค

วนิชา ดิเรกอุดมศักดิ์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

จุไรลักษณ์ พลศรี

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส (พยากรณ์ตัวเลขเศรษฐกิจ)

ปิยะวดี จิระศิริสุวรรณ

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

ทรรศิน กลิ่นถนอม

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

กฤตพร ศิริใจชิงกุล

นักเศรษฐศาสตร์

ศุภสิน อิทธิพัทธ์วงศ์

นักเศรษฐศาสตร์

ทีมวิเคราะห์และพัฒนางานวิจัย

ดร.พิมพ์นารา หิรัญกสิ

รักษาการผู้บริหารทีมวิเคราะห์และพัฒนางานวิจัย

ณธัญอร รัตนาธรรมวัฒน์

นักวิจัยอาวุโส

นฤชยา สาตแฟง

นักวิจัย

ปริญญา มิ่งสกุล

นักวิจัย

ชณัฐฐา ธาระรส

นักวิจัย

ทีมวิจัยอุตสาหกรรม

ธเนศ มหัทธนาลัย

ผู้บริหารทีมวิจัยอุตสาหกรรม

พูลสุข นิลกิจศรานนท์

นักวิเคราะห์อาวุโส (Healthcare, Mobile Operators)

ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี

นักวิเคราะห์อาวุโส (Transport & Logistics)

เตียร เทียมศักดิ์

นักวิเคราะห์อาวุโส (Energy, Petrochemicals)

ชัยวัช โชวเจริญสุข

นักวิเคราะห์อาวุโส (Agriculture)

นรินทร์ ตันไพบูลย์

นักวิเคราะห์อาวุโส (Power Generation, Modern Trade, Chemicals, Medical Devices)

พุทธชาด ลุนคำ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Construction Contractors, Construction Materials, Hotels, Industrial Estate)

พัชรา กลิ่นชวนชื่น

นักวิเคราะห์อาวุโส (Real Estate)

ประพันธ์ ลีน้อย

นักวิเคราะห์ (ESG)

ศุภวัฒน์ โชคสวัสดิ์ไพศาล

นักวิเคราะห์ (Automobile, Electronics & Electrical Appliances)

รพีภูมิ ลาภมาก

นักวิเคราะห์ (Agriculture, Food & Beverages)

ทีมบริหารระบบข้อมูลวิจัย

ธมณ เสริญสุขสกุล

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล

เชิดศักดิ์ ศรีชัยตัน

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล

วงศกร แก้วอุดทัง

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล