

Seafood industry

อุตสาหกรรมอาหารทะเลในปี 2027 มีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างเปราะบาง ท่ามกลางความเสี่ยงในระบบเศรษฐกิจรอบด้าน ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่ยืดเยื้อ และกำลังซื้อผู้บริโภคที่ยังอ่อนแอและฟื้นตัวได้ค่อนข้างจำกัด ขณะเดียวกัน ยังต้องจับตาความเสี่ยงจาก Section 301 ซึ่งจะมีการเชื่อมโยงประเด็นการกำกับเรื่อง Forced labor, Human rights และ Supply chain transparency มากขึ้น และกำลังจะกลายเป็นปัจจัยกดดันเชิงโครงสร้างที่อาจบั่นทอนขีดความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพการส่งออกของสินค้าหลักอย่างทูน่าและกุ้งไปยังตลาดส่งออกหลักอย่างสหรัฐฯ มากขึ้นเรื่อย ๆ ในระยะข้างหน้า

October 2026



Executive summary



อุตสาหกรรมทูน่ายังคงเป็นหนึ่งในจุดแข็งเชิงยุทธศาสตร์ของประเทศไทย โดยไทยยังครองสถานะศูนย์กลางการแปรรูปและส่งออกทูน่าระดับโลก และเป็นซัพพลายเออร์หลักของสหรัฐฯ ด้วยส่วนแบ่งตลาดที่สูงถึง 46.7% ของการนำเข้าทูน่ากระป๋องทั้งหมด และสูงกว่าคู่แข่งหลักในสหรัฐฯ หลายเท่าตัว สะท้อนความได้เปรียบด้านศักยภาพการแปรรูป ความน่าเชื่อถือของห่วงโซ่อุปทาน และความสามารถในการรักษาบทบาทที่สำคัญต่อความมั่นคงทางอาหารของตลาดโลก แม้จะเผชิญแรงกดดันจากสงครามการค้าและความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจโลกก็ตาม



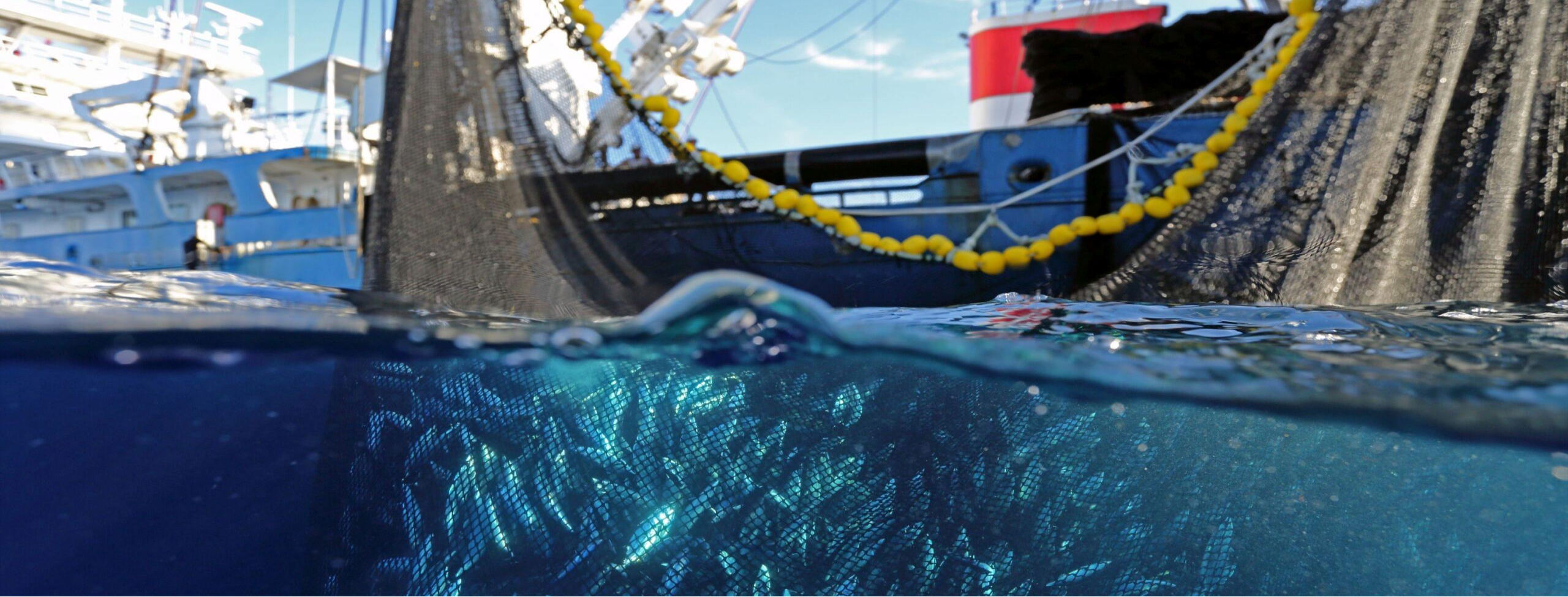
อย่างไรก็ดี การเติบโตของอุตสาหกรรมทูน่าไทยกำลังเปลี่ยนผ่านจากการพึ่งพาตลาดดั้งเดิมไปสู่การขยายตัวในตลาดเกิดใหม่มากขึ้นโดยเฉพาะตลาดกลุ่ม MENA เพื่อตอบโจทย์ Food security ซึ่งมูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยไปยังภูมิภาคดังกล่าวในปี 2025 คาดจะเกือบ 800 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขณะที่การส่งออกไปตลาดอียิปต์เติบโตสูงถึง 32.9% ในช่วง 8 เดือนแรกปี 2026 สะท้อนว่าความต้องการอาหารฮาลาลและโปรตีนที่เก็บรักษาได้นานกำลังกลายเป็นแรงขับเคลื่อนใหม่ของอุตสาหกรรมทูน่า ท่ามกลางความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ที่ยังคงมีแนวโน้มยืดเยื้อและอาจขยายวงกว้างขึ้นในอนาคต



อุตสาหกรรมกุ้งไทยเริ่มกลับเข้าสู่ช่วงฟื้นตัว แต่มูลค่าการส่งออกกุ้งในปีหน้ายังมีแนวโน้มต่ำกว่าช่วงก่อน COVID อย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนว่าความท้าทายในปัจจุบันไม่ได้อยู่ที่อุปสงค์เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการสูญเสียความสามารถทางการแข่งขันในตลาดกุ้งให้แก่ประเทศผู้ผลิตต้นทุนต่ำ โดยคาดมูลค่าส่งออกกุ้งไทยปี 2027 จะเติบโตเพียง 1.7%YOY ไปอยู่ที่ราว 1.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เทียบกับระดับสูงสุดที่เกือบ 2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในอดีต ขณะที่คู่แข่งอย่างเอกวาดอร์และอินเดียยังคงเร่งขยายส่วนแบ่งตลาดโลกอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การเติบโตในระยะกลางและยาวจะขึ้นอยู่กับการยกระดับสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เช่น กลุ่มกุ้งพรีเมียม (เช่น กุ้งออร์แกนิก, กุ้งปลอดสาร (Antibiotic-free), กุ้งที่มีความยั่งยืน) กุ้งปรุงสุกพร้อมรับประทาน (Ready-to-eat) กุ้งพร้อมปรุง (Ready-to-cook) เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันในตลาด Mass ซึ่งแข่งขันบนปัจจัยด้านราคาเป็นหลัก



แม้ว่าอุตสาหกรรมอาหารทะเลไทยจะยังคงมีความได้เปรียบจากความแข็งแกร่งด้านมาตรฐานการแปรรูปและเครือข่ายส่งออก แต่แนวโน้มการเติบโตในระยะข้างหน้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับต้นทุนหรือกำลังการผลิตเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า ยกกระดับมาตรฐานด้านความยั่งยืน มาตรฐานแรงงาน และตอบโจทย์ข้อกำหนดด้าน Traceability และ ESG ที่กำลังกลายเป็นมาตรฐานใหม่ของการค้าโลกและมีแนวโน้มเข้มงวดขึ้นเรื่อย ๆ



อุตสาหกรรมทูน่า

ไทยยังคงครองบทบาทผู้นำในห่วงโซ่อุปทานโลก แต่การเติบโตระยะลมหักัดไปจะถูกขับเคลื่อนด้วย Food security, Sustainability และการขยายสู่ตลาดเกิดใหม่ มากกว่าการพึ่งพาตลาดดั้งเดิมอย่างสหรัฐฯ เพียงอย่างเดียว

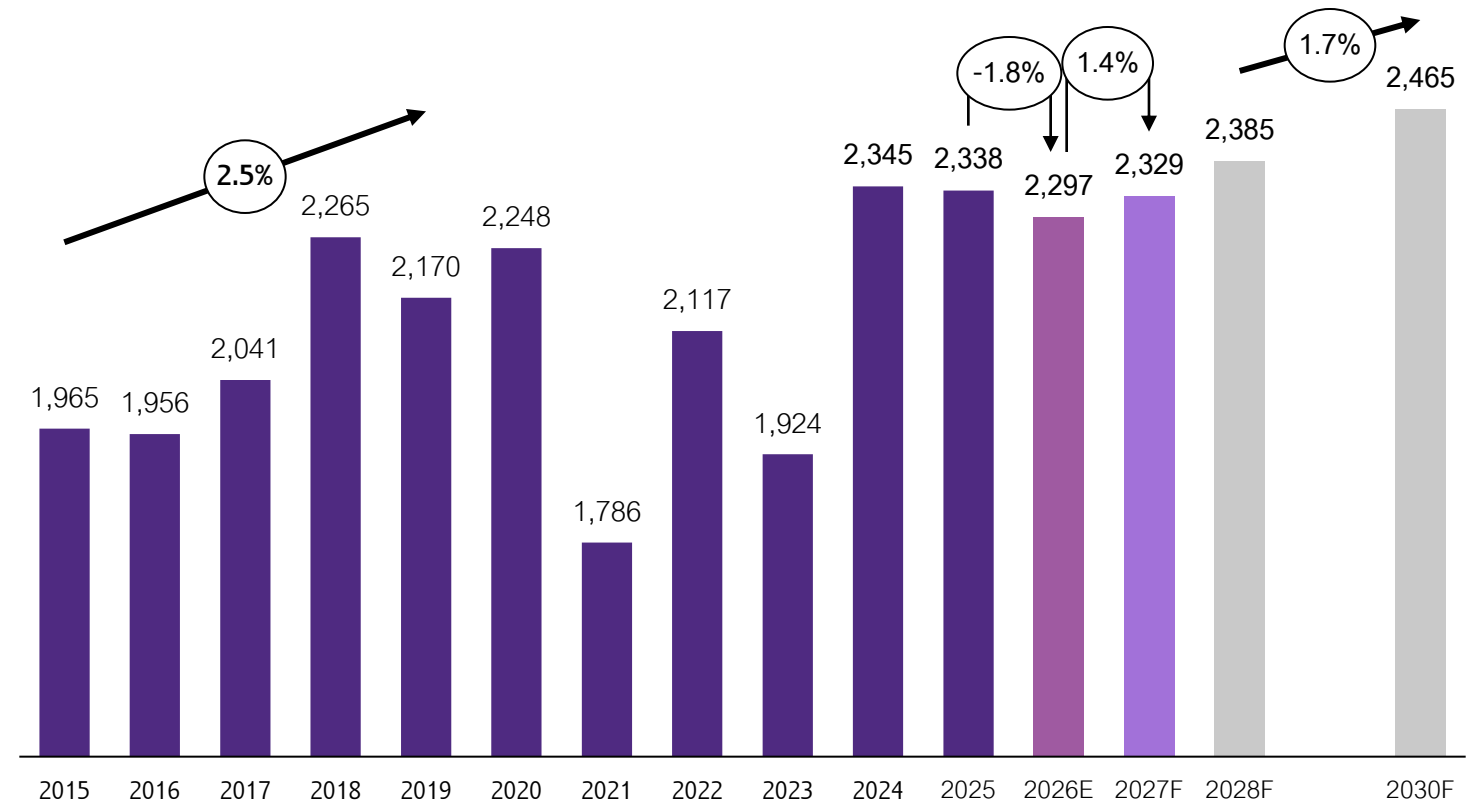
อุตสาหกรรมทูน่ามีแนวโน้มเติบโตแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยคาดว่ามูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องในปี 2027 จะขยายตัว 1.4%YOY และมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องในระยะกลาง จากการกระจายตลาดส่งออกและการสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้น

ภาพรวมภาวะธุรกิจและแนวโน้มในระยะต่อไป

- การส่งออกทูน่ากระป๋องในปี 2027 คาดว่าจะกลับมาขยายตัวเป็นบวกได้เล็กน้อยหลังจากคาดว่าจะหดตัวในปีนี้ โดยคาดว่าอัตราการขยายตัวในปีหน้าจะอยู่ที่ 1.4%YOY ทั้งนี้ปัจจัยหนุนการเติบโตในปีหน้าจะมาจากการทยอยฟื้นตัวของอุปสงค์ในตลาดโลก และความต้องการอาหารฮาลาลในภูมิภาคตะวันออกกลางที่ยังคงเติบโตต่อเนื่อง สะท้อนได้จากมูลค่าการนำเข้าทูน่ากระป๋องของประเทศในกลุ่ม MENA ที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา รวมทั้งความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ที่ทำให้หลายประเทศยังมีแนวโน้มต้องการสต็อกผลิตภัณฑ์อาหารที่สามารถเก็บไว้บริโภคได้นานเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ส่งผลดีต่อความต้องการนำเข้าทูน่ากระป๋องในระยะข้างหน้า
- สำหรับในระยะกลาง คาดว่ามูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องในระดับต่ำ ๆ เนื่องจากความต้องการของสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดผู้บริโภคหลักในสินค้าทูน่ากระป๋องที่เริ่มเข้าสู่ภาวะอิ่มตัว กอปรกับการที่ผู้ผลิตไทยได้มีการทยอยออกไปซื้อกิจการและขยายฐานการผลิตทูน่าในต่างประเทศมาระยะหนึ่งแล้ว เพื่อให้อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบทูน่าและใกล้ตลาดปลายทางมากขึ้น
- อนึ่ง ปัจจัยสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจทูน่ากระป๋องในอนาคตจะมาจากความต้องการในตลาดเกิดใหม่ อาทิ Middle East, แอฟริกาเหนือ, ลาตินอเมริกา, กลุ่ม CLMV รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มและความหลากหลายของสินค้าเพื่อตอบสนองโจทย์พฤติกรรมและความต้องการผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทย

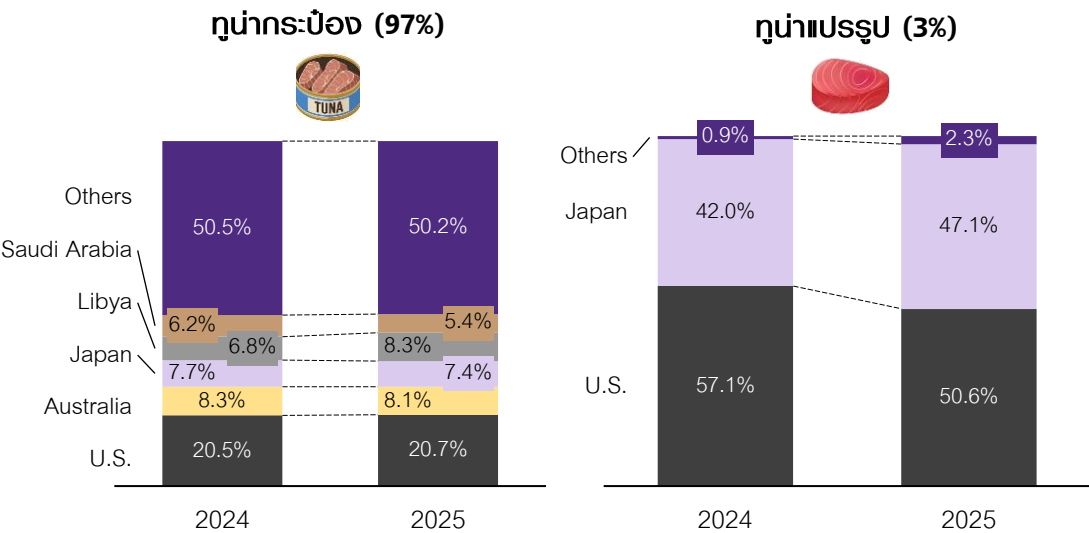
หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ



แม้ว่าอุตสาหกรรมทูน่าของไทยจะยังสามารถรักษาระดับการแข่งขันได้ดี ท่ามกลางความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก และสงครามการค้า แต่แรงขับเคลื่อนการเติบโตเริ่มย้ายจากตลาดดั้งเดิมอย่างสหรัฐฯ ไปสู่ตลาดทางเลือกอื่นมากขึ้น

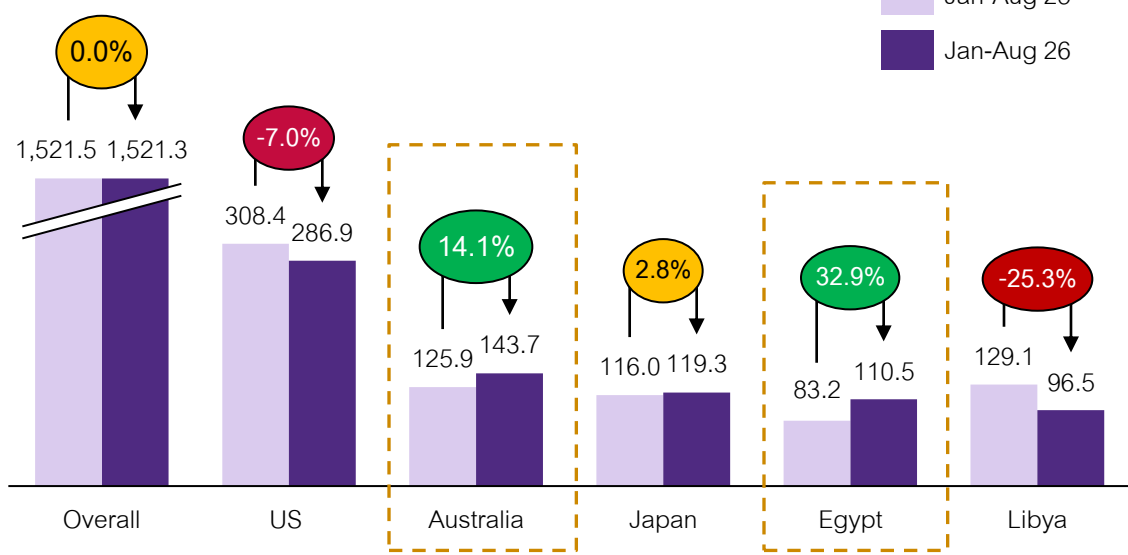
โครงสร้างการส่งออกทูน่าของไทยในปี 2025 จำแนกตามหมวดสินค้าและตลาดส่งออกสำคัญ

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ



มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยไปยังตลาดส่งออกหลัก 5 อันดับแรก ในปี 2026

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

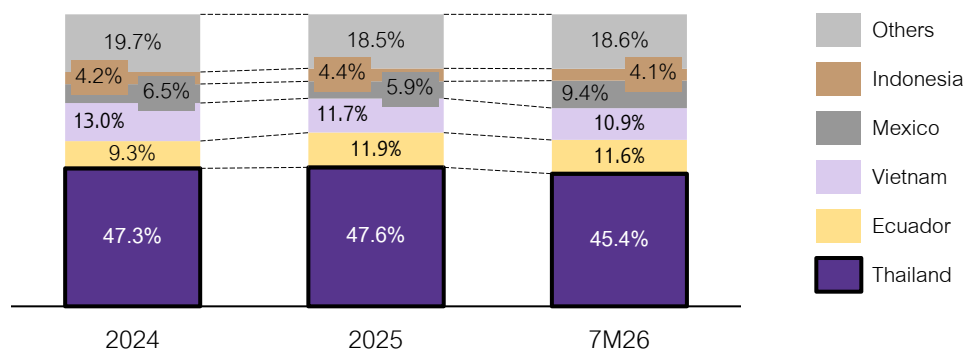


- ทูน่ากระป๋อง คือสินค้าส่งออกหลัก โดยมีสัดส่วนมากถึงราว 97% ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ทูน่าทั้งหมดของไทย โดยมีสหรัฐฯ เป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 สัดส่วนราว 21% ของมูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องทั้งหมด ดังนั้น หากมาตรการกีดกันทางการค้าของสหรัฐฯ (Trade tariffs and Non-tariff barriers) เข้มงวดขึ้น หรือกำลังซื้อผู้บริโภคสหรัฐฯ ชะลอลง อาจกดดันการเติบโตของการส่งออกในระยะต่อไปได้
- Trade war ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกทูน่าของไทยอย่างมีนัยสำคัญ โดยในช่วง 8 เดือนแรกปี 2026 มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องอยู่ที่ราว 1.52 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ทรงตัวจากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนว่าความต้องการทูน่าในตลาดโลกยังคงแข็งแกร่งและได้รับผลกระทบจาก Trade war ค่อนข้างจำกัด แต่ความท้าทายหลักในระยะต่อไป คือการลดการพึ่งพาสหรัฐฯ และเร่งสร้างการเติบโตจากตลาดทางเลือกอื่น ๆ ที่กำลังขยายตัว โดยในช่วง 8 เดือนแรก การส่งออกไปตลาดอียิปต์ (+32.9%) และออสเตรเลีย (+14.1%) เติบโตดี และช่วยชดเชยการส่งออกไปสหรัฐฯ ที่ลดลงได้บางส่วน สะท้อนถึงความสามารถของผู้ส่งออกไทยในการกระจายตลาดและปรับตัวต่อภูมิทัศน์การค้าโลกที่เปลี่ยนแปลง

ไทยยังคงเป็นผู้นำในตลาดทูน่ากระป๋องสหรัฐฯ โดยมีส่วนแบ่งตลาดมากถึงเกือบครึ่งหนึ่งของการนำเข้าทั้งหมด แต่ Price competitiveness ของไทยเริ่มลดลง สะท้อนจากต้นทุนการนำเข้าในสหรัฐฯ ที่เพิ่มสูงขึ้นในปีที่ผ่านมา

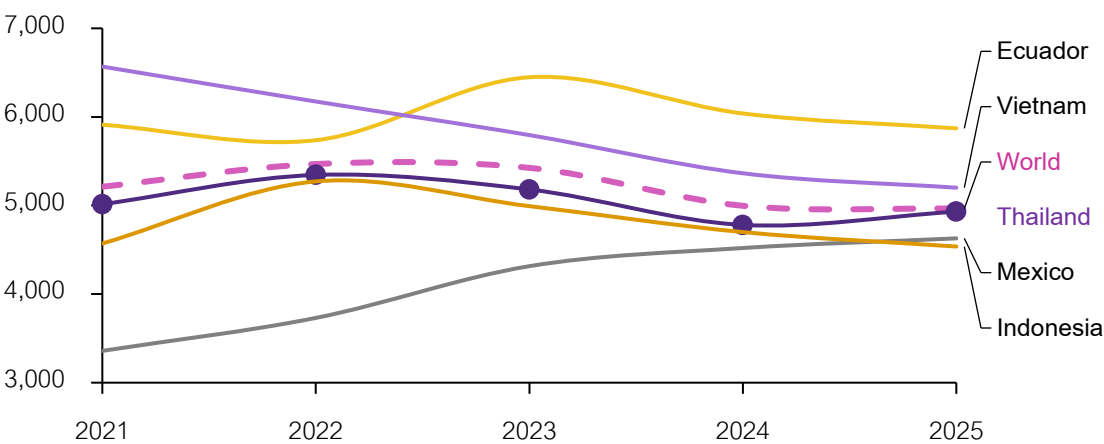
โครงสร้างการนำเข้าทูน่ากระป๋องของสหรัฐฯ

หน่วย : % ของมูลค่าการนำเข้าทูน่ากระป๋องทั้งหมด



ราคานำเข้าทูน่ากระป๋องต่อหน่วยของสหรัฐฯ

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐฯต่อตัน



- **ไทยยังเป็นผู้นำตลาดทูน่ากระป๋องในสหรัฐฯ แต่ส่วนแบ่งเริ่มถูกแย่งจากคู่แข่งต้นทุนต่ำ** แม้ว่าไทยจะยังเป็นซัพพลายเออร์อันดับ 1 ของทูน่ากระป๋องในสหรัฐฯ และมีสัดส่วนมากถึงเกือบครึ่งหนึ่งของการนำเข้าทั้งหมด แต่ส่วนแบ่งตลาดในช่วง 7 เดือนแรกปี 2026 ลดลง 2.2% สะท้อนว่า ตลาดสหรัฐฯ กำลังมีการกระจายแหล่งนำเข้ามากขึ้น รวมถึงการแข่งขันรุนแรงขึ้นจากประเทศผู้ผลิตต้นทุนต่ำหรือประเทศที่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้าดีกว่าไทย
- **เม็กซิโก คือคู่แข่งที่น่าจับตามองที่สุด เพราะมีความได้เปรียบทั้ง Geographic advantage และ Cost advantage** แม้ว่าปัจจุบันเม็กซิโกจะเป็นซัพพลายเออร์อันดับ 4 ในสหรัฐฯ และส่วนแบ่งตลาดยังห่างจากไทยหลายเท่าตัว แต่การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐฯ อย่างมีนัยสำคัญในช่วง 7 เดือนแรกปีนี้ (Market Share เพิ่มขึ้นจาก 5.9% เป็น 9.4%) สะท้อนถึงความได้เปรียบเชิงโครงสร้างที่เหนือคู่แข่งรายอื่น ไม่ว่าจะเป็นความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์กับสหรัฐฯ ทำให้ Lead time สั้น Logistics cost ต่ำ อีกทั้ง ยังมีความได้เปรียบด้านข้อตกลงการค้าในภูมิภาคอเมริกาเหนืออีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้น ราคานำเข้าทูน่ากระป๋องต่อหน่วย (Unit price) ของเม็กซิโกยังอยู่ในกลุ่มต่ำสุดอีกด้วย (~US\$4,500/ตัน)
- **ดังนั้น ความเสี่ยงในระยะข้างหน้าอยู่ที่ “ส่วนต่างภาษี” ระหว่างไทยและคู่แข่ง** แม้ว่าปัจจุบันไทยจะยังคงมีความได้เปรียบด้านขนาดการผลิต ประสิทธิภาพการแปรรูป และเครือข่ายลูกค้า แต่หากคู่แข่งโดนเก็บอัตราภาษีต่ำกว่าไทย ก็อาจทำให้เกิดการย้ายคำสั่งซื้อจากผู้นำเข้าฝั่งสหรัฐฯ โดยเฉพาะในสินค้าที่แข่งขันกันด้านราคาเป็นหลักอย่างทูน่ากระป๋อง
- **ไทยควรใช้ประโยชน์จาก Scale advantage ที่ยิ่งเหนือกว่าคู่แข่งค่อนข้างมาก** โดยควรมุ่งเน้นที่ระบบอัตโนมัติและใช้ประโยชน์จาก AI เพื่อลดต้นทุนต่อหน่วยและรักษาความสามารถทางการแข่งขันในระยะยาว

USTR Section 301 คือ Downside risk ในระยะข้างหน้า แต่ก็อาจจะไม่ได้ทำให้ไทยเสียเปรียบคู่แข่งหลักในตลาดสหรัฐฯ มากนัก เนื่องจากผู้เล่นไทยยังมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งในอีกหลายด้านสำคัญ

ความเสี่ยงหลักต่อไทย

ความสามารถในการแข่งขันในตลาดสหรัฐฯ จะถูกกดดันจากต้นทุนด้านภาษี (Import tariffs) ที่สูงขึ้น

- สหรัฐฯ เป็นตลาดส่งออกผู้นำกระป๋องอันดับ 1 ของไทย คิดเป็นกว่า 20% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ดังนั้น ภาษีเพิ่มเติมภายใต้ Section 301 จะเพิ่มภาระต้นทุนของผู้นำเข้าและอาจทำให้ผู้ซื้อบางส่วนหันไปกระจายแหล่งนำเข้าเพื่อลดต้นทุน
- การที่ USTR นำประเด็น Forced labor และ Supply chain transparency มาเชื่อมโยงกับการค้า ทำให้ผู้ส่งออกไทยต้องเผชิญกับต้นทุนด้าน Compliance และ Traceability ที่เพิ่มขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทาน



	ไทย	เอกวาดอร์	เวียดนาม
Additional tariffs under Section 301	12.5%	10.0%	12.5%
Key strengths	ผู้ส่งออกผู้นำกระป๋องอันดับ 1 ของโลก คุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในตลาดโลกมาอย่างยาวนาน	อยู่ใกล้ตลาดสหรัฐฯ มากกว่า (Lead time สั้นกว่าขนส่งต่ำกว่า) ได้ประโยชน์จากกระแส Nearshoring ของสหรัฐฯ และการลดการพึ่งพาสหรัฐอเมริกา	ได้เปรียบด้านข้อตกลง FTA กับคู่ค้าหลายประเทศ
	Processing capability ได้เปรียบด้าน EOS และ Supply reliability	เข้าถึงวัตถุดิบใกล้แหล่งจับปลาหลักของโลก มีความยืดหยุ่นในการจัดหาปลาเมื่อราคาปลาพุ่งขึ้น	มีฐานวัตถุดิบภายในประเทศ
	มี Global brands และผู้เล่นระดับโลก เช่น TU	ลงทุนด้าน Traceability และ Sustainable fishing มาก ทำให้มีภาพลักษณ์ด้านความยั่งยืนสูง	ได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะต้นทุนแรงงานที่ต่ำกว่าไทย
	มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและมีเครือข่ายลูกค้าระดับโลกจำนวนมาก	Fully-integrated ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ (กองเรือประมง/โรงงานแปรรูป/ระบบ Cold Storage/เครือข่ายส่งออก)	
Key weaknesses	ไม่มีฐานวัตถุดิบในประเทศ นำเข้าเกือบ 100%/ต้นทุนแรงงานเพิ่มสูงขึ้น	ขาดเครือข่ายแบรนด์ระดับโลก ไม่มี Global brand พึ่ง OEM เป็นหลัก	Scale ยังเล็กกว่าไทยมาก/ ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบประมงสูงกว่า

Long-term risk assessment under Trump 2.0 and USTR Section 301 :
ความเสี่ยงในระยะยาว กำลังเปลี่ยนจาก "ความเสี่ยงด้านอุปสงค์" ไปสู่ "ความเสี่ยงเชิงโครงสร้างการแบ่งปัน"

ในระยะยาว หากไทยไม่เร่งยกระดับประสิทธิภาพการผลิต มาตรฐาน ESG และความโปร่งใสของ Supply chain อาจเพิ่มความเสี่ยงสูญเสียส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐฯ แบบค่อยเป็นค่อยไปในช่วง 5-10 ปีข้างหน้า แม้ยังสามารถรักษาสถานะผู้นำโลกได้ในระยะสั้นก็ตาม



Gradual diversification away from Thailand

- ผู้ค้าปลีกและผู้นำเข้าพว่นำกระป๋องในสหรัฐฯ มีแนวโน้มจะกระจายแหล่งจัดซื้อเพื่อลดความเสี่ยงด้าน Concentration risk มากขึ้นเรื่อย ๆ
- ในกรณีนี้ ไทยอาจทยอยสูญเสียส่วนแบ่งตลาดสหรัฐฯ ที่ละน้อย



Tariff differentiation

- ความเสี่ยงที่น่ากังวลคือ "ส่วนต่างภาษี" ระหว่างไทยกับคู่แข่งหลักในสหรัฐฯ
- อุตสาหกรรมพว่นำกระป๋องมี Margin ค่อนข้างต่ำ และการแข่งขันด้านราคาสูง ดังนั้น แม้ส่วนต่างภาษีจะต่ำเพียง 2-3% ก็อาจทำให้ผู้ซื้อในสหรัฐฯ ย้ายคำสั่งซื้อบางส่วนไปยังประเทศอื่นได้



Ecuador's structural advantage

- "เอกวาดอร์" เป็นคู่แข่งที่ต้องจับตามากที่สุด เพราะมีข้อได้เปรียบทั้งในเรื่องภาษีและข้อได้เปรียบเชิงโครงสร้าง
- เอกวาดอร์อยู่ใกล้ตลาดสหรัฐฯ ทำให้มีค่าขนส่งต่ำกว่า Lead time สั้นกว่า มีวัตถุดิบปลาพว่นำอยู่ใกล้แหล่งผลิต และได้ประโยชน์จาก Nearshoring policy



Supply chain traceability & ESG requirement

- ประเด็นที่ USTR หยิบยกขึ้นมาไม่ใช่แค่เรื่องภาษี แต่ยังรวมถึงเรื่อง Forced labor, Supply chain traceability และ Sustainability
- ดังนั้น ผู้ส่งออกไทยจำเป็นต้องลงทุนเพิ่มด้าน Digital traceability, Vessel monitoring และ Labor compliance
- ESG disclosure



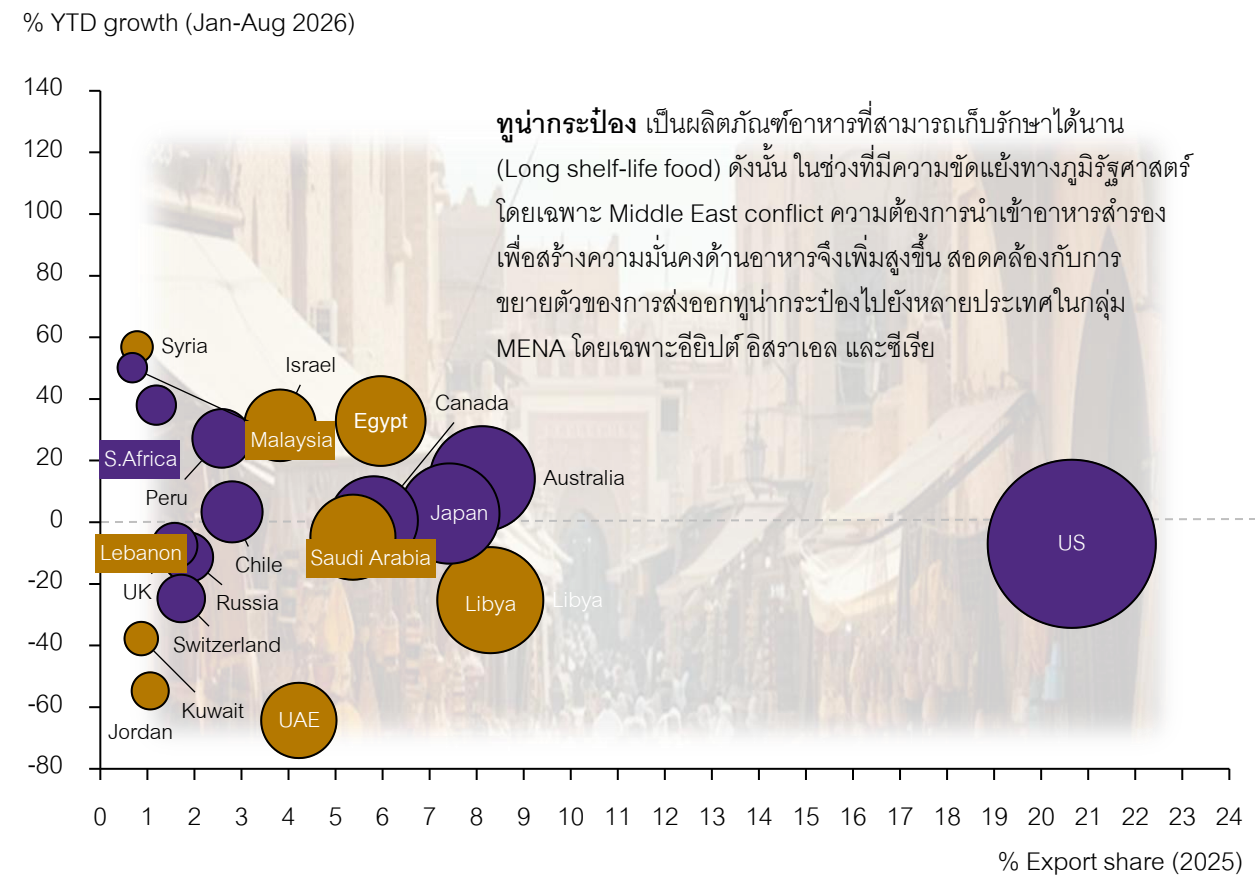
Overdependence on the US market

- การพึ่งพาดตลาดเดียวในระดับสูงทำให้ไทยมีความอ่อนไหวต่อนโยบายการค้าของสหรัฐฯ สูงเช่นกัน
- ผู้ส่งออกไทยต้องเร่งกระจายตลาดส่งออกเพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาดตลาดสหรัฐฯ มากเกินไป (Concentration risk)

ในทางกลับกัน Geopolitical risks คือโอกาสทางการค้าสำหรับกลุ่มอาหารจำเป็น ทำให้ MENA กลายเป็น Growth market ที่มีบทบาทต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมน่าน้ำกระป๋องโดยมีอียิปต์และลิเบียเป็นแรงขับเคลื่อนหลัก

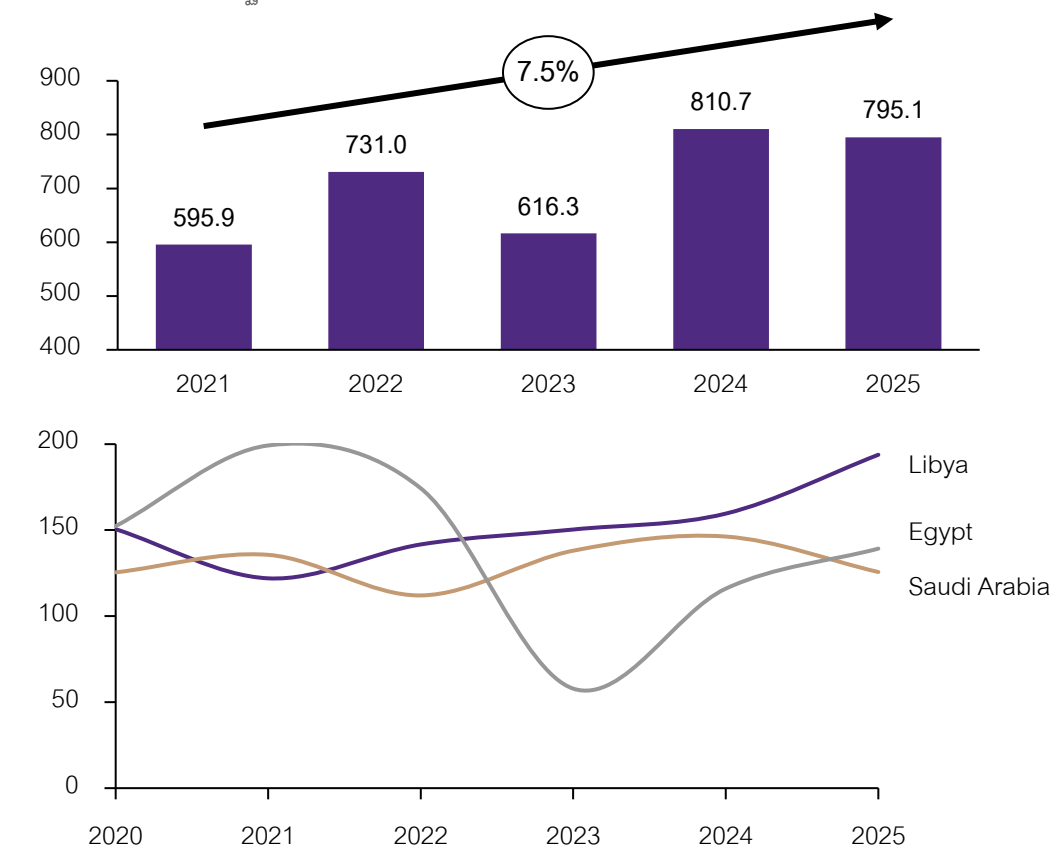
โครงสร้างการส่งออกน่าน้ำกระป๋องไปยังตลาดสำคัญของไทยในปี 2025 และ YTD growth ปี 2026

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ



มูลค่าการส่งออกน่าน้ำกระป๋องไปยังกลุ่ม MENA และประเทศสำคัญ 3 อันดับแรก

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ



หมายเหตุ : *MENA คือ กลุ่มตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ ประกอบด้วย 21 ประเทศ ได้แก่ 1. แอลจีเรีย 2. บาห์เรน 3. จิบูตี 4. อียิปต์ (สาธารณรัฐอาหรับอียิปต์) 5. อิหร่าน (สาธารณรัฐอิสลามอิหร่าน) 6. อิรัก 7. อิสราเอล 8. จอร์แดน 9. คูเวต 10. เลบานอน 11. ลิเบีย 12. มอลตา 13. โมร็อกโก 14. โอมาน 15. กาตาร์ 16. ซาอุดีอาระเบีย 17. ซีเรีย (สาธารณรัฐอาหรับซีเรีย) 18. ตูนิเซีย 19. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ 20. เวสต์แบงก์และฉนวนกาซา 21. เยเมน (สาธารณรัฐเยเมน)

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์, ขนาดของวงกลม หมายถึง มูลค่าการส่งออกน่าน้ำกระป๋องในปี 2025

Business implication : พุ่งส่งออกผู้นำกระป๋องควรปรับการมองตลาด MENA จาก “ตลาดส่งออกทางเลือก” ไปสู่ “ตลาดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์” ที่ตอบโจทย์ด้าน Food security และ Halal lifestyle



เน้น Positioning ด้าน Food security

- สื่อสารจุดขายในเรื่องเก็บรักษาได้นาน (Long shelf-life) ตอบโจทย์ความสะดวกสบาย และเป็นแหล่งโปรตีนราคาถูกที่เข้าถึงได้
- ตอบโจทย์พฤติกรรมกักตุนอาหารและการเตรียมความพร้อมสร้างความมั่นคงด้านอาหารในภาวะสงคราม หรือความขัดแย้งด้านภูมิรัฐศาสตร์



ทำตลาดเชิงรุก ในตลาดดาวเด่น

- ลงทุนด้านการตลาดและช่องทางจัดจำหน่ายในตลาด Egypt, Libya และ Saudi Arabia ซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในกลุ่ม MENA รวมทั้งอาจพิจารณาตลาดอื่นที่มีศักยภาพทั้งในเชิง Market size และ Growth ควบคู่กันไป
- เลือก Partner กับ Local distributor ในตลาดปลายทางที่มีเครือข่ายกระจายสินค้าครอบคลุมทั้ง Modern trade และ Traditional trade



สร้างความแตกต่างด้วย Halal branding

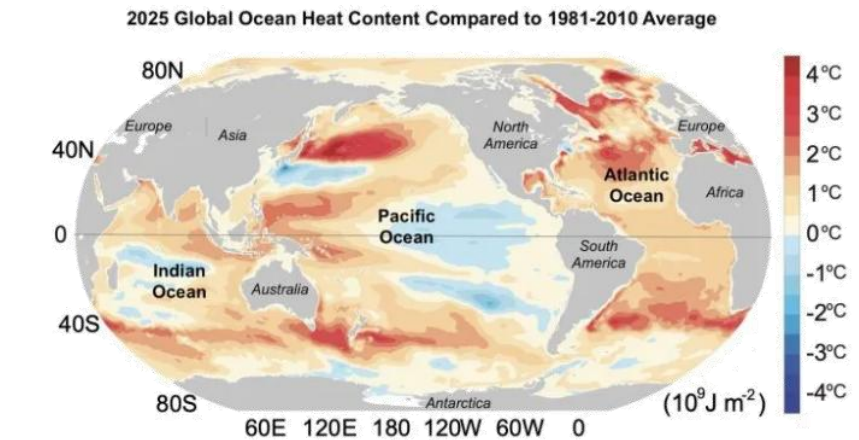
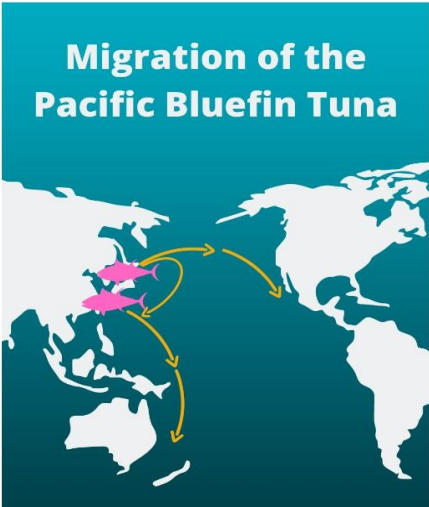
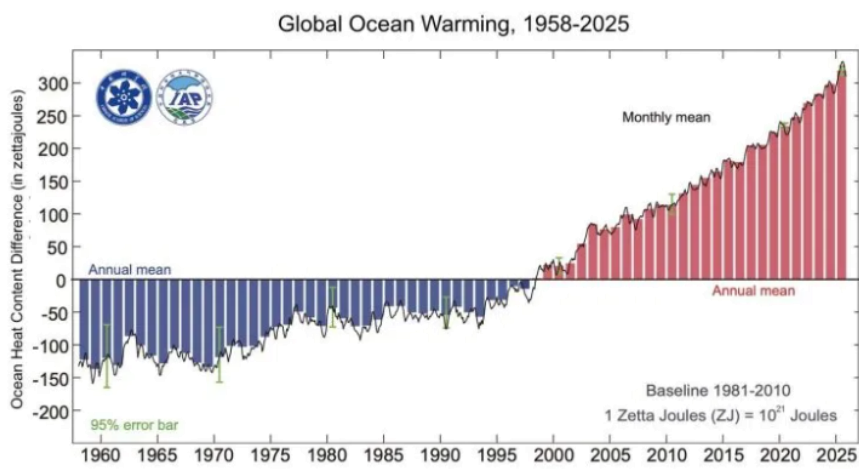
- ตอกย้ำมาตรฐาน Halal ของไทย โดยเชื่อมโยงภาพลักษณ์ในเรื่องคุณภาพมาตรฐานสากล และความปลอดภัยของอาหาร
- ใช้ตรารับรอง Halal เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารแบรนด์



ความท้าทายและประเด็นสำคัญในอุตสาหกรรมทูน่าที่ต้องจับตา ...

1) ปรากฏการณ์ El Nino ทำให้ Ocean Warming ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศทางทะเลและห่วงโซ่อาหาร รวมทั้งมีผลให้ปลาทูน่าอพยพย้ายถิ่นฐานไปยังทะเลหลวง (Open sea) ซึ่งอยู่นอกเขตจับปลาถูกกฎหมาย

Climate change is causing tuna migration and result in a drop of tuna – It is driving tuna stocks to cooler water

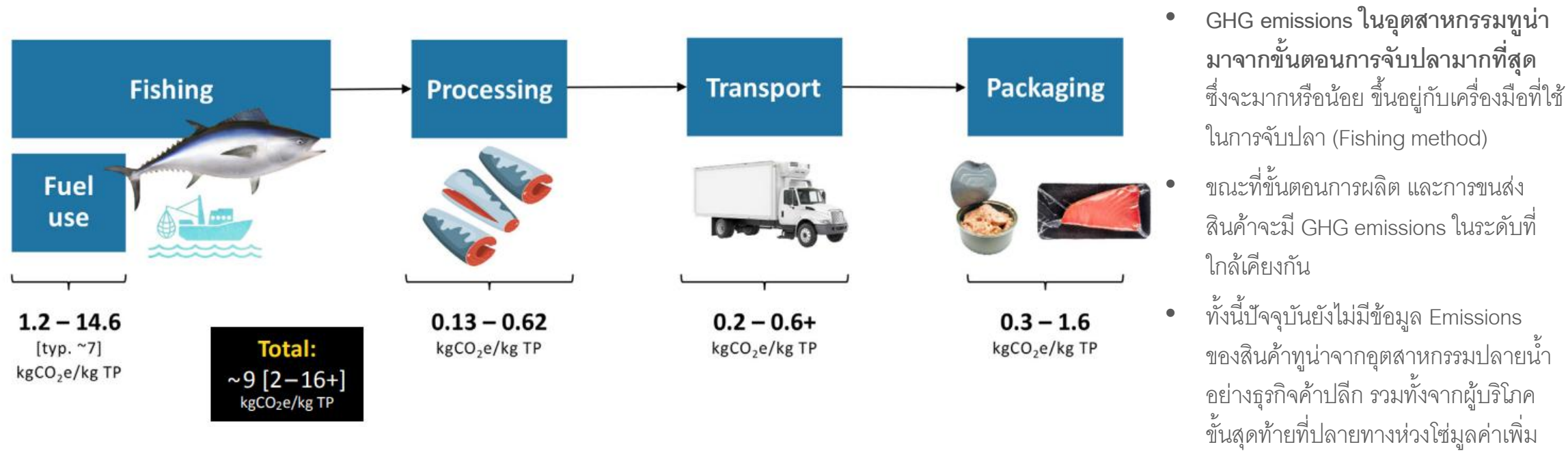


- อุณหภูมิพื้นผิวมหาสมุทรโลก (Global ocean surface temperatures) มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นหนึ่งในความเสี่ยงเชิงโครงสร้างที่สำคัญที่สุดของอุตสาหกรรมทูน่าโลก เนื่องจากทูน่าเป็นปลาที่อาศัยอยู่ในทะเลเปิดและมีพฤติกรรมอพยพตามอุณหภูมิ น้ำ กระแสน้ำ และปริมาณอาหารในระบบนิเวศ จึงได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และกระทบต่ออุตสาหกรรมประมงทั่วโลก
- ปลาทูน่า มีแนวโน้ม Migrate ห่างจากประเทศหมู่เกาะในมหาสมุทรแปซิฟิก ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบหลักที่ไทยนำเข้ามากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนในการ Sourcing วัตถุดิบในระยะยาวเพิ่มสูงขึ้น
- ขณะเดียวกัน ภาวะโลกร้อนยังส่งผลกระทบต่อการขยายพันธุ์และขนาดของปลาทูน่าอีกด้วย

2 ปัจจุบันטרนด์ “Carbon-neutral tuna products” กำลังถูกพูดถึงมากขึ้นในเวทีโลก โดยมีเป้าหมายเพื่อลด Carbon footprint ในห่วงโซ่การผลิต เริ่มตั้งแต่การจับปลา กระบวนการผลิต การบริโภค และการกำจัดขยะ

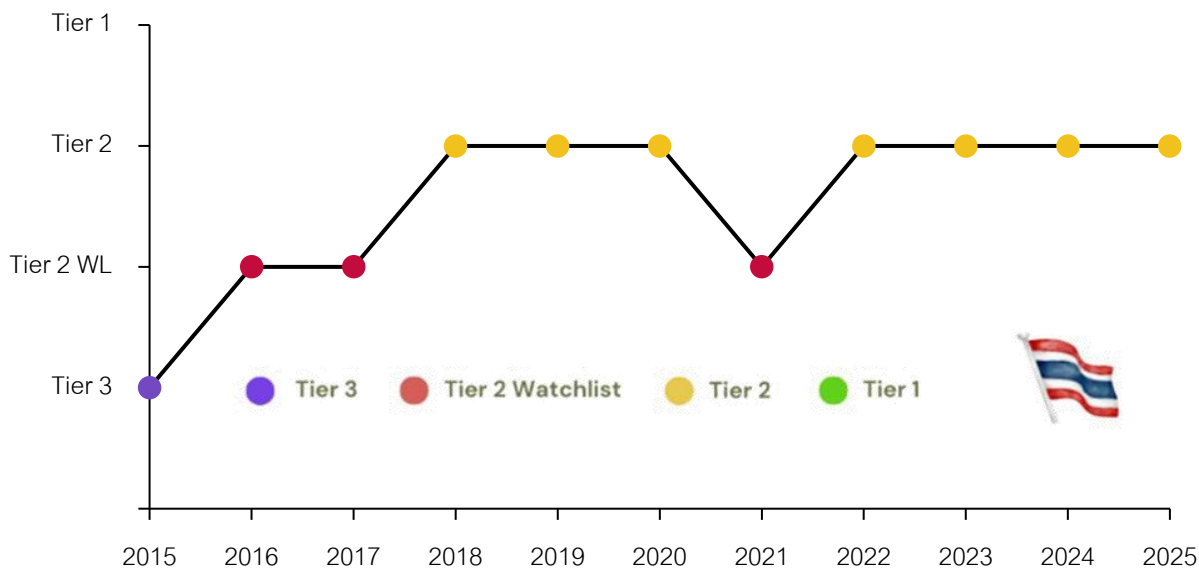
ผู้บริโภคในตลาดโลกมีแนวโน้มต้องการผลิตภัณฑ์ทูน่าที่ถูก Classify ว่าเป็น “Carbon-neutral tuna products” มากขึ้นเรื่อย ๆ โดยพบว่าปัจจุบันประเทศผู้ผลิตทูน่ากระป๋องหลายประเทศในกลุ่ม EU ได้ตั้งเป้าลดการปล่อยคาร์บอนจากขั้นตอนการจับปลา กระบวนการผลิตทูน่ากระป๋องและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากทูน่า เพื่อบู๊ตสู่เป้าหมาย Carbon neutral ภายในปี 2050 แล้ว และเป็นความท้าทายสำคัญสำหรับผู้ผลิตและส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยในการเร่งปรับตัวเพื่อตอบโจทย์เทรนด์นี้

Range of GHG emissions from wild-caught tuna supply chain



3 รายงาน TIP Report ล่าสุดในปี 2025 ไทยยังถูกจัดอยู่ที่ Tier 2 เป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน สะท้อนถึงความพยายามด้านการค้ามนุษย์อย่างมีนัยสำคัญ แต่ยังไม่สอดคล้องกับมาตรฐานขั้นต่ำของสหรัฐฯ และต้องปรับปรุงต่อเนื่อง

การจัดอันดับการค้ามนุษย์ของไทยโดยรัฐบาลสหรัฐฯ (Thailand's TIP Report results over the past decade)



ในปี 2025 ประเทศไทยยังได้รับการจัดระดับให้อยู่ใน Tier 2 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 สะท้อนถึงพัฒนาการสำคัญซึ่งรัฐบาลไทยและภาคส่วนต่าง ๆ ได้บูรณาการร่วมกันในการดำเนินงานป้องกันและปราบปรามการค้ามนุษย์ในปีที่ผ่านมา อาทิ การเพิ่มจำนวนการสืบสวนสอบสวน, การดำเนินคดีและตัดสินลงโทษคดีการค้ามนุษย์ในไทย, ความร่วมมือกับรัฐบาลต่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งกลับผู้เสียหายชาวต่างชาติ, รวมถึงการระงับตัวตนผู้เสียหายที่เพิ่มขึ้น การสืบสวนสอบสวนเจ้าหน้าที่รัฐที่กระทำผิด การจ่ายเงินชดเชยให้แก่ผู้เสียหายมากขึ้น และการจัดตั้งศูนย์คัดแยกผู้เสียหาย ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะที่ไทยอาจพิจารณาดำเนินการในการป้องกันและปราบปรามการค้ามนุษย์ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

- ความหมายของการจัดอันดับในแต่ละ Tier :
- Tier 1 – รัฐบาลพยายามดำเนินการอย่างจริงจังจนอัตราการค้ามนุษย์อยู่ในระดับต่ำ
 - Tier 2 – รัฐบาลยังดำเนินการไม่สอดคล้องกับมาตรฐานขั้นต่ำของสหรัฐฯ แต่มีความพยายามปรับปรุงอย่างมีนัยสำคัญ
 - Tier 2 Watch List – กลุ่มประเทศที่ต้องจับตามอง เพราะมีเหยื่อจากการค้ามนุษย์เพิ่มสูงขึ้น และไม่มีหลักฐาน/มีหลักฐานไม่เพียงพอที่จะบ่งชี้ว่ารัฐบาลกำลังพยายามปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาดังกล่าว
 - Tier 3 – รัฐบาลดำเนินการไม่สอดคล้องกับมาตรฐานขั้นต่ำของสหรัฐฯ และไม่มี ความพยายามปรับปรุงแก้ไข

Key takeaway : ความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมกำลังเปลี่ยนเงื่อนไขการแข่งขันของอุตสาหกรรมทูน่า ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องสร้าง Supply chain ที่ยืดหยุ่น โปร่งใส และยั่งยืน เพื่อรองรับข้อกำหนดที่เข้มงวดขึ้น

1

Super El Nino and ocean warming



- ทูน่า เป็นกลุ่มปลาที่อพยพค่อนข้างบ่อยตามสภาพของมหาสมุทร ซึ่งจากปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate change) คาดว่าทูน่าจะเคลื่อนตัวไปทางทิศตะวันออก จากน่านน้ำอินโดนีเซียไปสู่ทะเลหลวง หรือส่วนของทะเลที่ไม่ได้รวมอยู่ในเขตเศรษฐกิจจำเพาะในทะเลอาณาเขต หรือในน่านน้ำภายในของประเทศหรือรัฐต่างๆ ในหมู่เกาะแปซิฟิก มากขึ้นเรื่อยๆ
- **แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการ :** เช่น ปรับกลยุทธ์การจัดหาวัตถุดิบ (Sourcing strategy) เพื่อกระจายแหล่งจัดหาทูน่า, ใช้ข้อมูล Ocean data และ Climate forecast ในการวางแผนจัดซื้อวัตถุดิบ หรือสร้างความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทาน ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่ม Supplier สำรอง หรือเพิ่มความสามารถในการเก็บวัตถุดิบทูน่าแช่แข็ง

2

Sustainability and ESG issues



- การทำประมงอย่างยั่งยืน (Sustainable fishing) จะทวีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ และจะมีผลให้การจับปลาทูน่าถูกควบคุมอย่างเข้มงวดมากขึ้น อาทิ ลด Carbon footprint ในห่วงโซ่อุปทานการผลิต, ไม่จับปลานอกฤดูที่ได้รับอนุญาต หรือห้ามใช้เครื่องมือจับปลาที่ทำลายสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล ซึ่งประเด็นเหล่านี้จะกลายเป็น Non-tariff barriers และเงื่อนไขการค้าที่เข้มงวดขึ้นเรื่อย ๆ
- **แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการ :** เช่น เลือกซื้อปลาทูน่าจากแหล่งประมงที่มีการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างเหมาะสมและได้รับการรับรองมาตรฐานสากล, นำระบบตรวจสอบย้อนกลับมาใช้ เช่น เทคโนโลยี Blockchain, สร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อให้สอดคล้องกับเทรนด์ความยั่งยืน (พัฒนาผลิตภัณฑ์ Sustainably Sourced Tuna, ใช้ฉลากรับรองมาตรฐานบนบรรจุภัณฑ์, จัดทำ Sustainability report เป็นต้น)

3

Human trafficking



- ในปี 2025 ประเทศไทยยังได้รับการจัดระดับให้อยู่ใน Tier 2 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยในรายงานได้สะท้อนถึงพัฒนาการที่สำคัญของรัฐบาลไทยและภาคส่วนต่างๆ ในการร่วมมือกันดำเนินการเพื่อป้องกันและปราบปรามการค้ามนุษย์ในปีที่ผ่านมา สะท้อนถึงความพยายามอย่างมีนัยสำคัญแต่ก็ยังไม่สอดคล้องกับมาตรฐานขั้นต่ำของรัฐบาลสหรัฐฯ
- **แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการ :** เช่น ตรวจสอบย้อนกลับห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Traceability) เพื่อลดความเสี่ยงการค้ามนุษย์ซึ่งมักเกิดในต้นน้ำของห่วงโซ่อุปทาน เช่น บนเรือประมง, พัฒนาแรงงานและระบบจ้างงานที่ถูกต้องหรือใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความโปร่งใส (Vessel Monitoring System (VMS), Electronic Monitoring (EM), ติดกล้องบนเรือประมง เป็นต้น)



อุตสาหกรรมกุ้ง

กุ้งไทยกำลังเปลี่ยนผ่านจากการแข่งขันด้านต้นทุนไปสู่การแข่งขันด้านมูลค่าเพิ่ม โดยการเติบโตในอนาคตจะขึ้นอยู่กับศักยภาพในการยกระดับห่วงโซ่การผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์กุ้งพรีเมียม และปรับตัวเพื่อรองรับมาตรฐานโลกที่เข้มงวดขึ้น

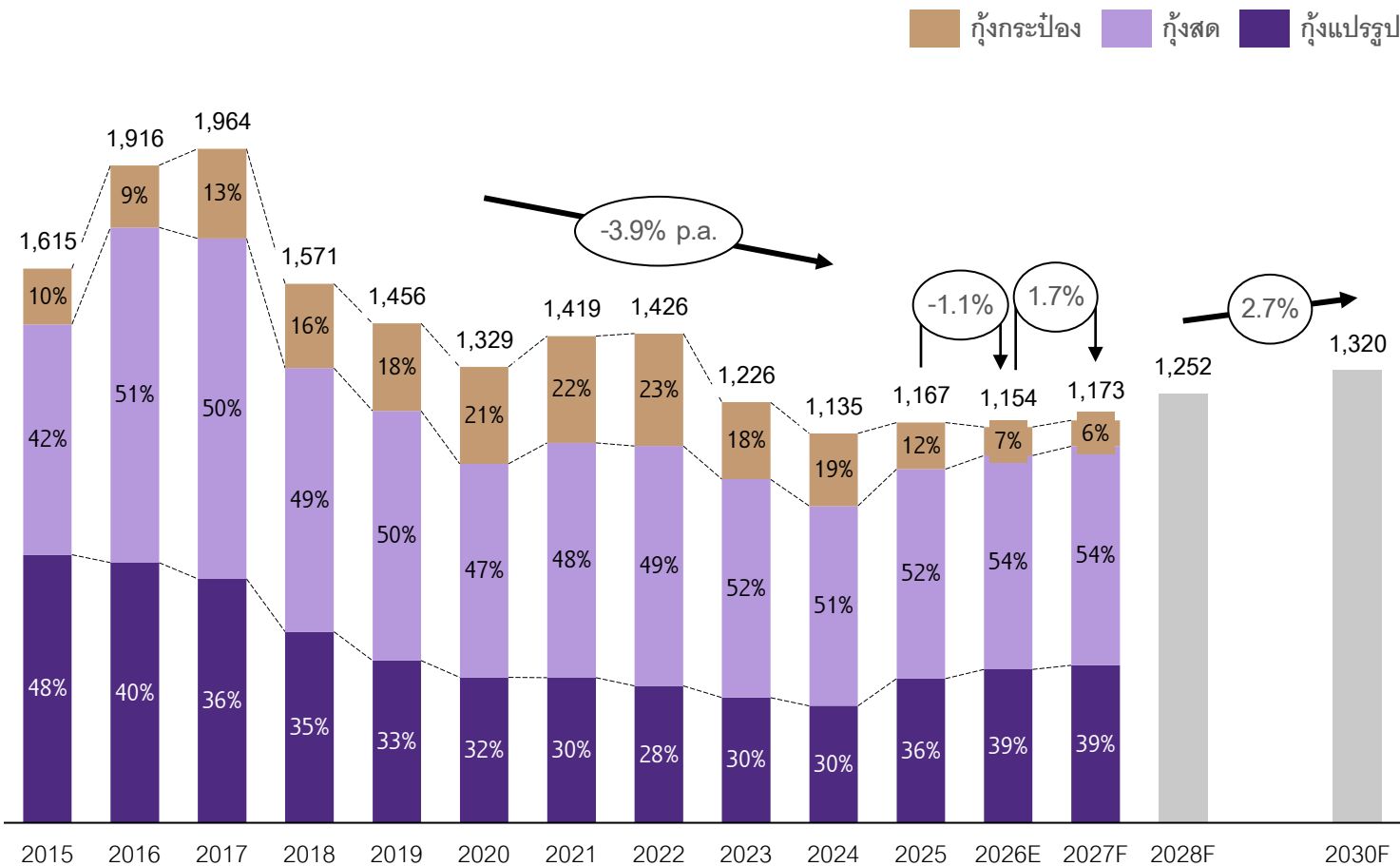
อุตสาหกรรมกุ้งไทยมีแนวโน้มกลับเข้าสู่ช่วงทยอยฟื้นตัวในปีหน้า แต่การเติบโตในระยะต่อไปจะขึ้นอยู่กับ การเร่งยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ท่ามกลางอุปสงค์ในตลาดโลกที่ยังคงเปราะบาง

ภาพรวมภาวะธุรกิจและแนวโน้มในระยะต่อไป

- มูลค่าการส่งออกกุ้งของไทยในปี 2027 มีแนวโน้มกลับมาขยายตัวเป็นบวกเล็กน้อยที่ 1.7%YOY หลังจากคาดว่าจะหดตัวเล็กน้อยในปีนี้ สอดคล้องกับแนวโน้มอุปสงค์ในตลาดโลกที่จะค่อย ๆ ทยอยฟื้นตัวดีขึ้น ขณะที่นโยบายภาษีที่ปรับจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคาของสินค้ากุ้งไทย โดยเฉพาะในกลุ่มกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งซึ่งจัดเป็นสินค้า Commodity และแข่งขันด้านราคาเป็นหลัก ดังนั้น ผู้ส่งออกไทยจะเสียเปรียบคู่แข่งที่มีต้นทุนต่ำกว่าหรือโดนเก็บภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า โดยคาดว่าจะมูลค่าส่งออกกุ้งในปีหน้าจะยังต่ำกว่าช่วง Pre-COVID อีกมากพอสมควร
- ภายใต้สถานการณ์ที่แนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกยังคงเปราะบางและมีความเสี่ยงสูง กอปรกับกำลังซื้อในตลาดโลกที่ยังอ่อนแอและฟื้นตัวได้ไม่เต็มที่ ผู้บริโภคในตลาดยังมีแนวโน้มต้องการสินค้ากุ้งที่มีราคาไม่แพงมากนัก ดังนั้น การปรับขึ้นราคาขายจึงทำได้ค่อนข้างยาก
- สำหรับในระยะ Medium-term การส่งออกกุ้งมีแนวโน้มทยอยเติบโตสูงขึ้น ตามการทยอยฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก และความต้องการจากกลุ่ม Emerging Markets ที่เพิ่มขึ้น

มูลค่าการส่งออกกุ้งของไทย

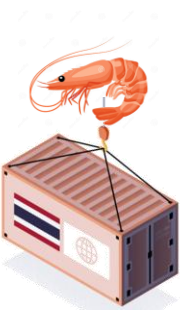
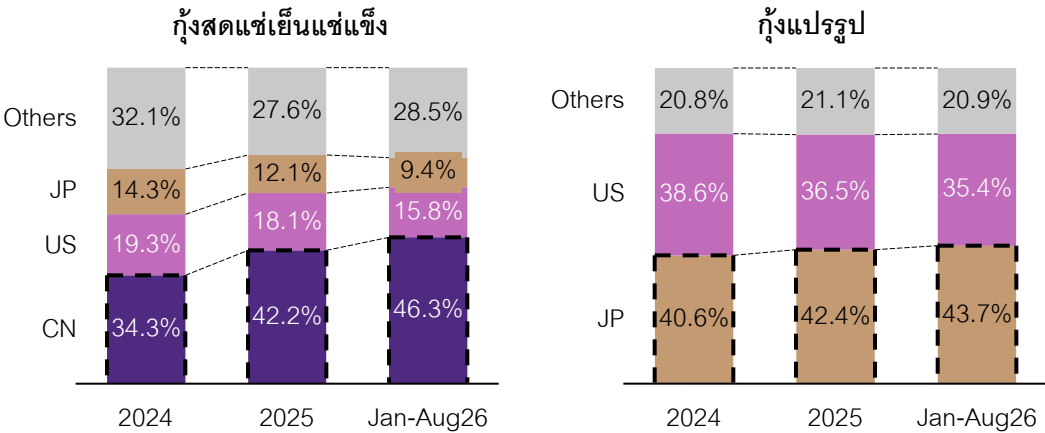
หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ



ไทยยังคงพึ่งพาตลาดหลักเดิม แต่โครงสร้างการส่งออกในบางกลุ่มสินค้าเริ่มเปลี่ยนไป โดยส่งออกกุ้งสดไปจีนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ขณะที่กุ้งแปรรูปยังพึ่งพาญี่ปุ่นและสหรัฐฯ เป็นหลัก สัดส่วนราว 80% ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด

โครงสร้างการส่งออกกุ้งของไทยจำแนกตามกลุ่มสินค้าและตลาดส่งออกสำคัญ

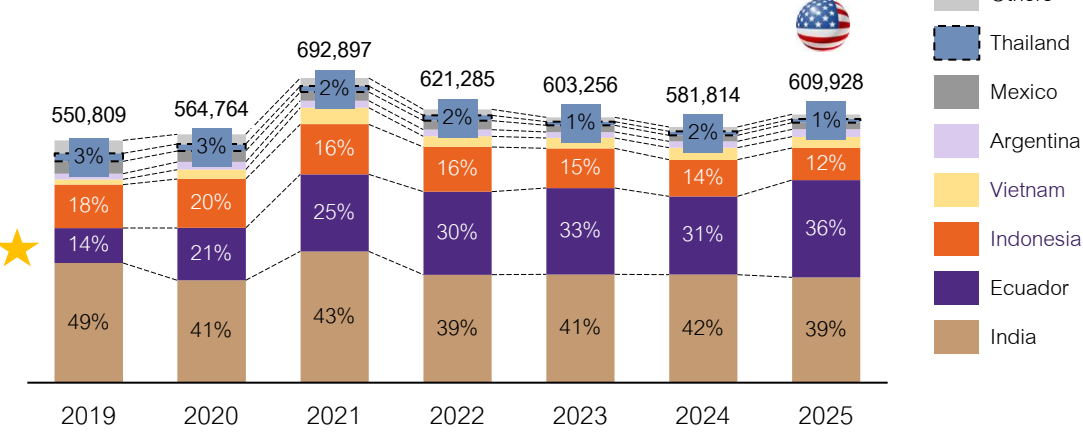
หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ



- ไทยยังมีฐานตลาดส่งออกหลักที่แข็งแกร่ง แต่กำลังเผชิญการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในแต่ละตลาด
- ตลาดกุ้งในสหรัฐฯ กำลังเปลี่ยนดุลยภาพการแข่งขัน โดยส่วนแบ่งตลาดกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของเอกวาดอร์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่สำหรับกุ้งแปรรูป ส่วนแบ่งตลาดของอินเดียเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง สวนทางกับไทยที่ส่วนแบ่งตลาดลดลงจาก 18% เหลือ 10% ในปีที่ผ่านมา สะท้อนการแข่งขันในตลาดสหรัฐฯ ที่รุนแรงขึ้น และมีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น

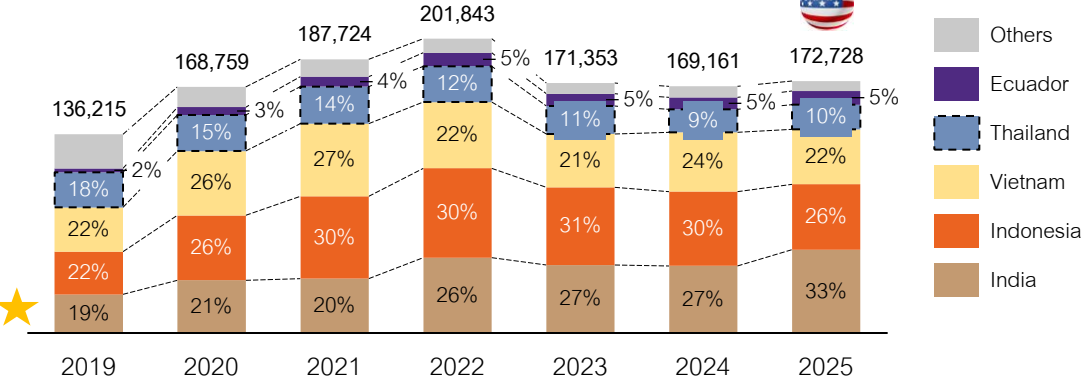
โครงสร้างการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของสหรัฐฯ

หน่วย : ตัน, % ของปริมาณการนำเข้าทั้งหมด



โครงสร้างการนำเข้ากุ้งแปรรูปของสหรัฐฯ

หน่วย : ตัน, % ของปริมาณการนำเข้าทั้งหมด



สำหรับตลาดสหรัฐฯ Section 301 (Forced labor) กำลังเป็นปัจจัยเร่งให้ตลาดกุ้งปรับเปลี่ยนจากการแข่งขันด้านราคา (Price war) ไปสู่การแข่งขันด้านมาตรฐานแรงงาน และความโปร่งใสของห่วงโซ่อุปทานมากยิ่งขึ้น

ไทยโดนเก็บภาษีในอัตรา 12.5% เนื่องจาก USTR พิจารณาว่า ไทยยังไม่มีกฎหมายหรือมาตรการควบคุมการนำเข้าสินค้าจากประเทศที่มีการใช้แรงงานบังคับ (ไม่ใช่เรื่องการดูแลแรงงาน บังคับในไทย) อย่างไรก็ตาม ไทยยังมีโอกาสเจรจาลดอัตราภาษีจาก 12.5% ให้ลงมาเหลือ 10% หากสามารถยกระดับมาตรฐานภายในประเทศให้สอดคล้องกับข้อเรียกร้องของสหรัฐฯ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนด หรือปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการห้ามนำเข้าสินค้าที่ผลิตจากแรงงานบังคับ การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบศุลกากร และการตรวจสอบความโปร่งใสของห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งถือเป็นประเด็นที่สามารถเจรจาและปรับปรุงได้ในเชิงนโยบาย

Suppliers หลักในตลาดกุ้งสหรัฐฯ	อัตราภาษีภายใต้ Section 301 (Since 24 Jul 2026)
ไทย	12.5%
เวียดนาม	12.5%
อินเดีย	10%
อินโดนีเซีย	10%
เอกวาดอร์	10%
เม็กซิโก	10%
อาร์เจนตินา	10%

คู่แข่งสำคัญที่ต้องจับตามอง คือ **อินเดีย** (มีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุด ทั้งกุ้งสดและกุ้งแปรรูป) **เอกวาดอร์** (ต้นทุนต่ำและส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเร็วมาก) และ **อินโดนีเซีย** (สินค้าใกล้เคียงกับไทย)

01



ความเสี่ยงด้านต้นทุนและ
ความสามารถในการแข่งขัน

Implications :

- ต้นทุนภาษีเพิ่ม ราคากุ้งไทยใน US สูงขึ้น
- ผู้นำเข้าอาจกระจายคำสั่งซื้อไปยังประเทศ คู่ค้าที่มีต้นทุนต่ำกว่า กดดันผู้ส่งออกที่แข่งขันบนราคาในตลาด Mass market

02



กุ้งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่
ถูกจับตาเรื่องแรงงานมากที่สุด

Implications :

- ผู้นำเข้าสหรัฐฯ จะให้ความสำคัญกับเรื่อง Traceability และมาตรฐานแรงงานมากขึ้น
- ต้นทุนด้าน Compliance สำหรับผู้ส่งออกไทยเพิ่มสูงขึ้น

03



ไทยมีโอกาสพลิกวิกฤตเป็น
ข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

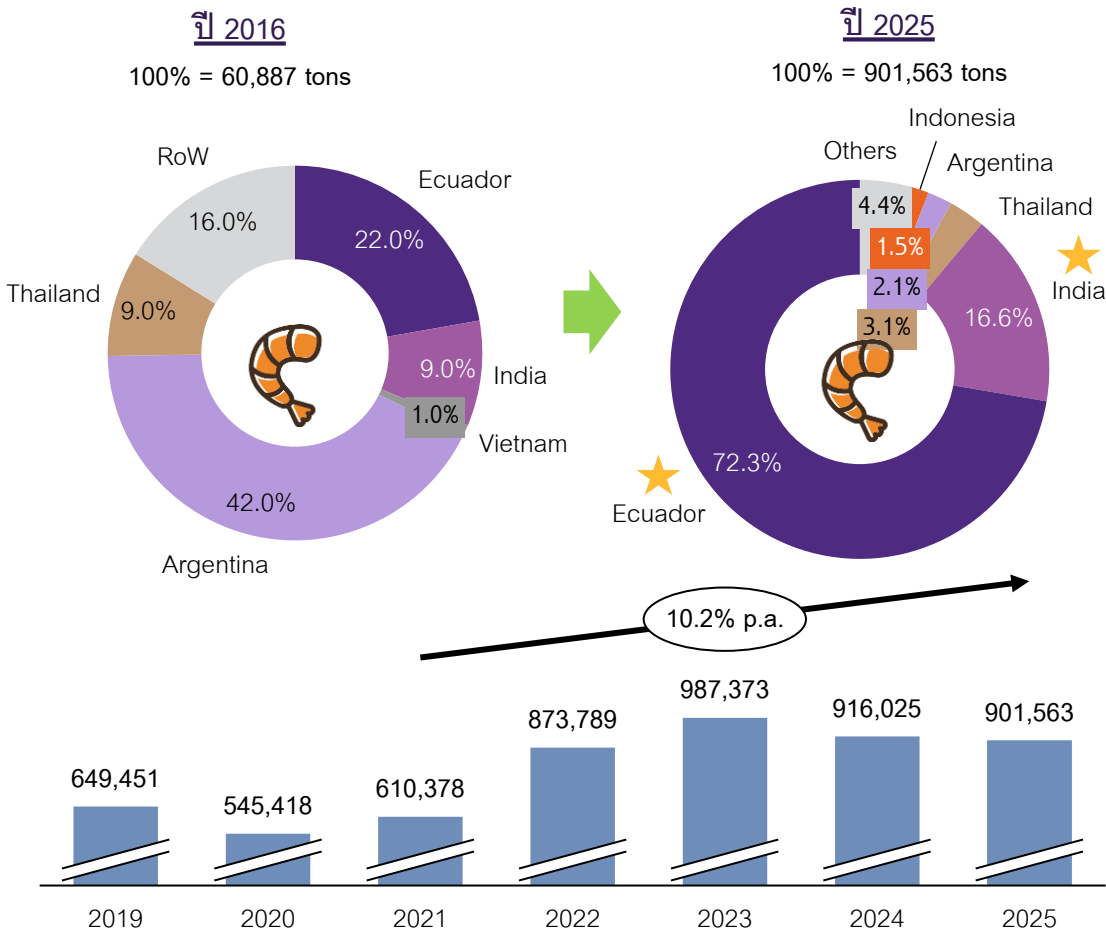
Implications :

- หากไทยสามารถยกระดับมาตรฐานแรงงาน และระบบตรวจสอบย้อนกลับได้เร็ว จะเปลี่ยนแรงกดดันให้เป็นความได้เปรียบเหนือคู่แข่งในระยะยาว

ขณะที่สำหรับตลาดจีน ความท้าทายหลักคือ "Price Gap" ดังนั้น หากไทยต้องการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในจีน ต้องเน้นเจาะตลาดกุ้งพรีเมียม รวมถึงขยายด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และความโปร่งใสของห่วงโซ่อุปทานกุ้ง

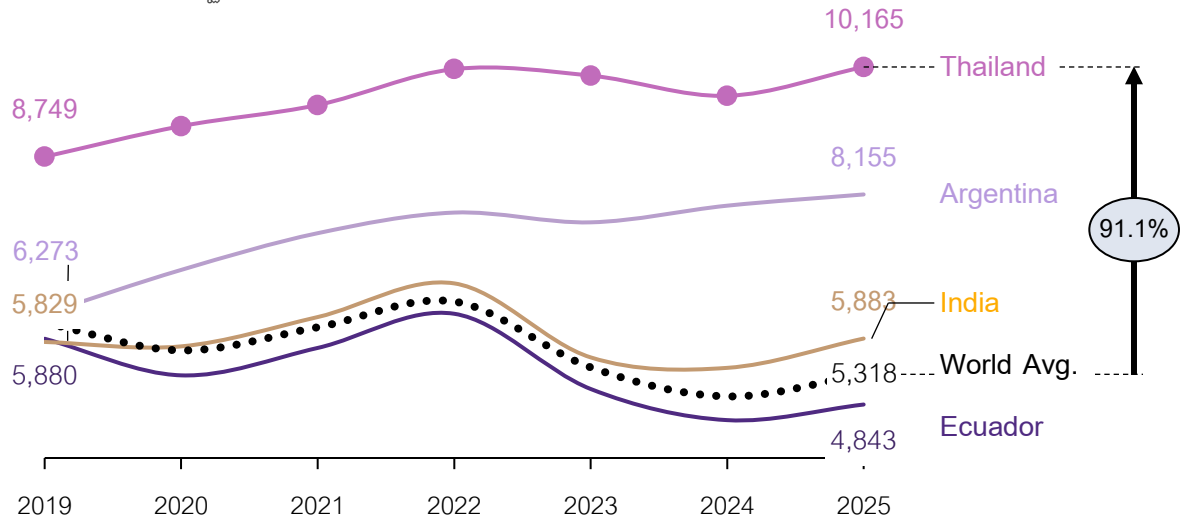
สัดส่วนการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของจีน

หน่วย : ตัน, % ของปริมาณการนำเข้าทั้งหมด



ราคานำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของจีนจาก Supplier สำคัญ

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน

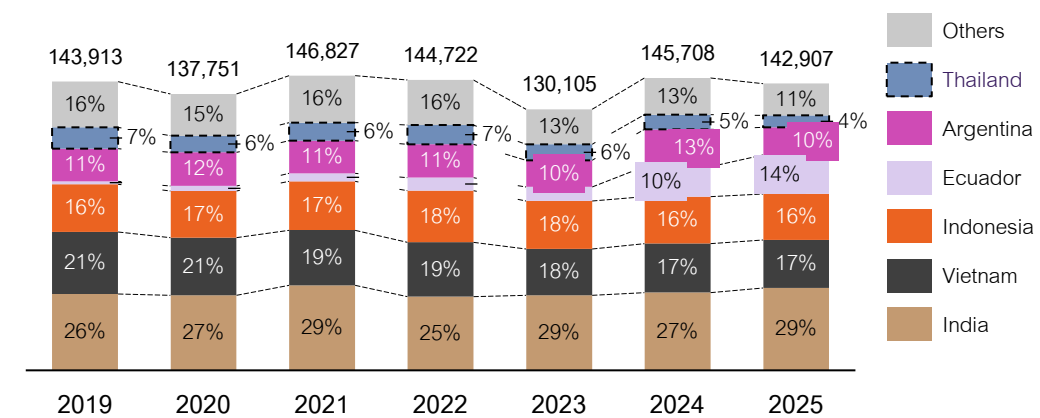


- จีนมีแนวโน้มนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง แต่โครงสร้าง Supplier ของจีนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา โดยนำเข้าจากเอกวาดอร์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจาก 22% เป็น 72.3% ในปีที่ผ่านๆมา ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจาก Price competitiveness จากต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่นมาก
- ไทยจัดอยู่ในกลุ่ม Supplier ที่มีราคาสูงสุดในตลาดจีน สูงกว่าคู่แข่งสำคัญค่อนข้างมากและสูงกว่าราคานำเข้าเฉลี่ยโลกประมาณ 91% สะท้อนว่าผู้ส่งออกไทยแข่งขันด้วย Positioning ระดับ Premium มากกว่าการแข่งขันด้านราคา ดังนั้น Price gap ที่สูง จึงทำให้ไทยขยายส่วนแบ่งตลาดกุ้งในตลาด Mass Market ของจีนได้ยาก จึงจำเป็นต้องปรับ Positioning ไปแข่งในตลาดกุ้งพรีเมียม มากขึ้นแทน

ไทยยังคงสามารถรักษาบทบาทและความสำคัญในตลาดญี่ปุ่นได้ค่อนข้างดีเมื่อเทียบกับตลาดจีน โดยเฉพาะในตลาดกุ้งแปรรูป สะท้อนถึงความได้เปรียบด้านการแปรรูป คุณภาพมาตรฐาน และความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าในประเทศญี่ปุ่น

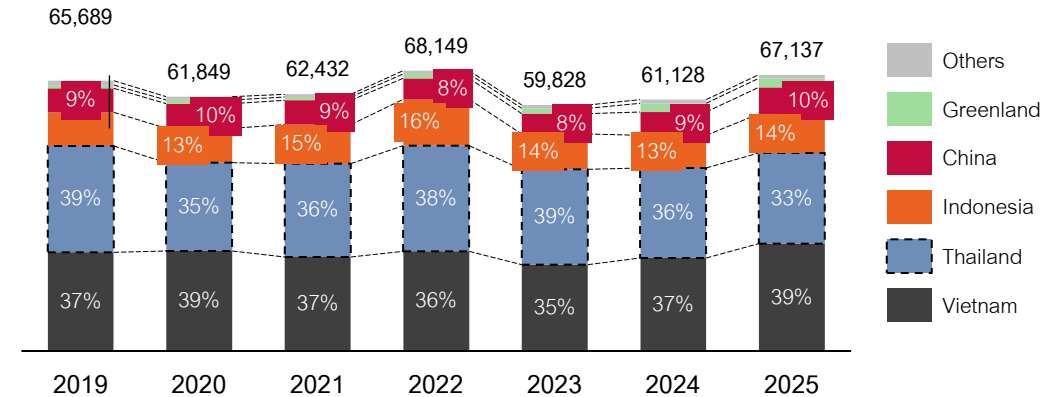
สัดส่วนการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของญี่ปุ่น

หน่วย : ตัน, % ของปริมาณการนำเข้าทั้งหมด



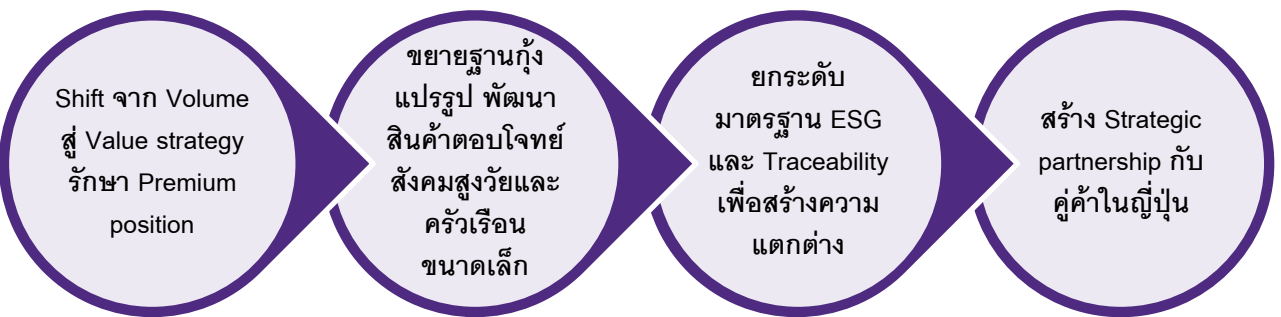
สัดส่วนการนำเข้ากุ้งแปรรูปของญี่ปุ่น

หน่วย : ตัน, % ของปริมาณการนำเข้าทั้งหมด



- ตลาดญี่ปุ่น จัดเป็น Mature market สะท้อนจากปริมาณการนำเข้ากุ้งที่ค่อนข้างทรงตัว ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ไม่ได้เติบโตหรือหดตัวเหมือนตลาดจีน ดังนั้น กลยุทธ์การแข่งขันจึงมาจาก “การแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด” มากกว่าอาศัยการเติบโตของตลาด
- ญี่ปุ่น เป็นตลาดมูลค่าสูงที่ “เน้นคุณภาพ” มากกว่าราคา โดยไทยยังคงเป็นผู้เล่นหลักในกุ้งแปรรูป > ผู้ซื้อญี่ปุ่นยังให้น้ำหนักกับคุณภาพ ความสม่ำเสมอ มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร และความสามารถในการแปรรูป มากกว่าการแข่งขันด้านราคาเพียงอย่างเดียว
- โอกาสของไทยในญี่ปุ่น ไม่ได้อยู่ที่การเพิ่มปริมาณส่งออกกุ้งสด แต่คือการต่อยอดความเป็นผู้นำในสินค้ากุ้งแปรรูปและมูลค่าเพิ่ม ซึ่งยังเป็นจุดแข็งสำคัญของไทยในตลาดญี่ปุ่น

Business implication : กลยุทธ์การเติบโตในตลาดญี่ปุ่น



ไทยต้องเปลี่ยนบทบาทจากการเป็น “ผู้ส่งออกกุ้ง” ไปสู่ “พันธมิตรด้านผลิตภัณฑ์อาหารทะเลมูลค่าเพิ่ม” เพื่อรักษาบทบาทในฐานะซัพพลายเออร์หลักในตลาดกุ้งแปรรูปญี่ปุ่น และลดแรงกดดันจากการแข่งขันด้านราคา (Price war)



เน้นสร้างมูลค่าเพิ่ม
ร่วมกัน มากกว่าการ
ขายสินค้าแบบ
Commodity

 Joint product development	 Private label partnership	 Premium position	 Exclusive supply program	 Data sharing partnership
✓ ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับ Retailer รายใหญ่ ✓ ช่วยเพิ่ม Margin ลดการแข่งขันด้านราคา และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งอื่นในตลาด	✓ ผลิตสินค้าให้ภายใต้แบรนด์ของซูเปอร์มาร์เก็ต ✓ สร้างความสัมพันธ์ระยะยาว ช่วยให้มีความมั่นใจซื้อสินค้าสม่ำเสมอ ลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยน Supplier	✓ เน้นจุดขายด้านคุณภาพสูง, อาหารปลอดภัย ความโปร่งใสและตรวจสอบย้อนกลับได้ของห่วงโซ่อุปทาน และความยั่งยืน	✓ ทำข้อตกลงส่งมอบสินค้าพิเศษเฉพาะคู่ค้ารายนั้น เช่น Organic Shrimp, ASC/BAP Certified Shrimp, Carbon-reduced Shrimp, Traceable Shrimp	✓ วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค/สินค้าขายดี/Seasonal Demand หรือ Packaging Preference ร่วมกัน เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาสินค้าใหม่ได้เร็วขึ้น



อุตสาหกรรมกุ้งไทยโตต่ออย่างไรดี ...
ท่ามกลางแรงกดดันด้านต้นทุนการผลิต และกระแส ESG

กรมประมงกำลังเร่งขับเคลื่อนโครงการเลี้ยงกุ้งแอมันย่า ด้วยการนำเทคโนโลยีและพลังงานสะอาดมาใช้ในฟาร์มกุ้ง ซึ่งเป็นทิศทางสำคัญของอุตสาหกรรมกุ้งไทย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และตอบโจทย์มาตรฐานโลก

รายละเอียดโครงการ “กุ้งแอมันย่า”

กรมประมงเปิดรับเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลเข้าร่วมโครงการนำร่องประมาณ 150 ราย ใน 36 จังหวัด สนับสนุนงบประมาณรายละเอียด: 100,000 บาท สำหรับติดตั้งระบบนวัตกรรมในฟาร์มกุ้ง



Solar cell

- ผลิตไฟฟ้าใช้ในฟาร์ม
- ลดค่าไฟฟ้าสำหรับเครื่องตีน้ำและระบบเติมอากาศ
- ลดการปล่อยคาร์บอน



DO sensor

- วัดค่าออกซิเจนละลายน้ำ (Dissolved Oxygen)
- ส่งข้อมูลแบบ Real-time
- ป้องกันภาวะออกซิเจนต่ำที่ทำให้กุ้งเครียดหรือตาย



DO controller

- ควบคุมเครื่องให้อากาศอัตโนมัติ
- เปิด-ปิด ตามระดับออกซิเจนจริง
- ลดการใช้ไฟฟ้าโดยไม่จำเป็น



ระบบเก็บข้อมูลฟาร์ม

- เก็บข้อมูลการเลี้ยงในฟาร์ม
- บันทึกคุณภาพน้ำ ผลผลิต และการใช้พลังงาน
- นำไปพัฒนาระบบ Precision Aquaculture

เสาหลักสำคัญ 3 ด้าน (3 Key pillars)

- 1. Digitalization (ระบบเซ็นเซอร์และข้อมูล)
- 2. Decarbonization (พลังงานแสงอาทิตย์)
- 3. Traceability (การตรวจสอบย้อนกลับ)

ผลดีต่ออุตสาหกรรมกุ้งไทย		
ระยะสั้น	ระยะกลาง	ระยะยาว
- ลดค่าไฟฟ้า - ลดค่าตรวจสอบบ่อ - ลดอัตราการตายของกุ้งจากคุณภาพน้ำผิดปกติ - เพิ่มอัตราการรอด	- ได้ข้อมูลฟาร์มแบบดิจิทัล - บริหารจัดการการเลี้ยงได้แม่นยำขึ้น - ผ่านมาตรฐานฟาร์มได้ง่ายขึ้น	- ยกระดับสู่ Smart Shrimp Farm - รองรับมาตรฐานส่งออกตลาด EU สหรัฐ และญี่ปุ่น - เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน - สนับสนุนเป้าหมายเศรษฐกิจสีเขียว

หมายเหตุ : ต้นทุนหลักของฟาร์มกุ้งในไทยคือ ค่าอาหารกุ้ง (50-60%) ค่าไฟฟ้า (10-20%) และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าแรงงาน ค่าพันธุ์กุ้ง ค่าสารปรับสภาพน้ำ โดยเครื่องเติมอากาศเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ไฟฟ้าสูงที่สุดในฟาร์มกุ้ง ที่มา : ข้อมูลจากกรมประมง

กฎ APD ฉบับปี 2026 บังคับใช้แล้ว และกำลังเป็น "Game Changer" ของอุตสาหกรรมกุ้งไทย โดยสาระสำคัญคือ การบันทึกเอกสารซื้อ-ขายกุ้งในระบบดิจิทัลให้ชัดเจน เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการตรวจสอบย้อนกลับ

ประกาศ APD ฉบับปี 2026 มีเป้าหมายเพื่อยกระดับระบบการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ของอุตสาหกรรมกุ้งไทย โดยได้มีการยุบรวมกฎเดิม 7 ฉบับ ไว้ในประกาศเดียว และเตรียมบังคับใช้ระบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในปี 2027



APD คืออะไร ?

- Aquaculture Purchase Document (APD) คือ หนังสือกำกับการซื้อ-ขายสัตว์น้ำ ซึ่งเป็นระบบดิจิทัลที่พัฒนาขึ้นโดยกรมประมง สำหรับให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลและผู้ประกอบการใช้บันทึกข้อมูลและออกเอกสารกำกับดูแลการซื้อขายสัตว์น้ำ เพื่อช่วยให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของกุ้งได้ตามกฎหมาย จึงทำหน้าที่เสมือน Digital footprint ของฟาร์มกุ้ง

หน้าที่หลักของระบบ APD ในฟาร์มกุ้ง

- บันทึกข้อมูลลูกพันธุ์กุ้ง ใช้เปรียบเสมือน "ใบเกิด" เมื่อฟาร์มทำการซื้อลูกกุ้งมาจากโรงเพาะฟักหรือโรงอนุบาล
- บันทึกการซื้อขายกุ้งเนื้อ ให้เป็นใบกำกับการจำหน่าย หรือ "ใบตาย" เมื่อฟาร์มขายกุ้งออกจากบ่อให้แก่ผู้ซื้อหรือแปรรูป
- บันทึกการซื้อขายระหว่างฟาร์ม ใช้กำกับการส่งมอบกุ้งระหว่างฟาร์ม เช่น การขายต่อเพื่อเป็นพ่อแม่พันธุ์
- การจัดการบ่อเลี้ยง ช่วยบันทึกข้อมูลรอบการเลี้ยง การปล่อยกุ้ง และการปิดบ่อ ในระบบดิจิทัล

ประโยชน์ต่อฟาร์มเลี้ยงกุ้ง

- ✓ เพิ่มความน่าเชื่อถือของสินค้ากุ้งไทย
- ✓ เข้าถึงตลาดส่งออกได้ง่ายขึ้น
- ✓ โอกาสเข้าสู่ Supply chain ของผู้ประกอบการรายใหญ่เพิ่มขึ้น
- ✓ เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการฟาร์มกุ้ง
- ✓ เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงสินค้ามากขึ้น



นัยต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารทะเล
และกลยุทธ์การเติบโตในระยะข้างหน้า

ผู้ประกอบการต้องเปลี่ยนจากการขายสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity) ไปสู่การเป็นผู้ส่งมอบโปรตีนอาหารทะเลคุณภาพสูงที่มีความโปร่งใส ยั่งยืน และสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งเร่งกระจายตลาดส่งออกเพื่อลดความเสี่ยง

3 Strategic moves กับก้าวต่อไปของอุตสาหกรรมอาหารทะเลไทย

1

Move up the value chain



เปลี่ยนจากการแข่งขันด้านต้นทุน (Cost-led) ไปสู่การแข่งขันด้านมูลค่าเพิ่ม (Value-led) โดยเน้นการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น และตอบโจทย์ตลาด เช่น

- Ready-to-eat
- Ready-to-cook
- Premium & Functional Seafood
- Halal & Wellness products
- Organic seafood products
- Functional seafood

2

Build transparency & Sustainable supply chain



ลงทุนและพัฒนาเทคโนโลยีและระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ตลอดห่วงโซ่อุปทานเพื่อตอบโจทย์เทรนด์การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และ ESG ท่ามกลางเงื่อนไขทางการค้าระหว่างประเทศที่ซับซ้อนมากขึ้น

- Digital traceability และ Supply chain transparency เช่น เทคโนโลยี Blockchain, Vessel monitoring
- ESG compliance และ Carbon reduction
- Labor compliance ทั้งในเรื่องการดูแลสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม รวมทั้งเร่งแก้ไขปัญหาค้ามนุษย์ในอุตสาหกรรมประมง

3

Diversity market & Reduce concentration risk



ลดการพึ่งพาส่งออกเดิม ๆ ซึ่งอุปสงค์ในประเทศอาจทยอยเข้าสู่ภาวะอิ่มตัวและเปลี่ยนการแข่งขันรุนแรง รวมทั้งเร่งกระจาย/ขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่ ๆ เพื่อลดความเสี่ยงด้าน Concentration risk และหารายได้ โดยตลาดส่งออกอาหารทะเลที่น่าสนใจ เช่น

- MENA (Middle East and North Africa)
- กลุ่มยุโรปเหนือ (Nordics) และยุโรปตะวันตก
- Emerging markets อื่น ๆ เช่น กลุ่ม CLMV

ผู้จัดทำ



โชติกา ชุ่มมี

ผู้จัดการกลุ่มธุรกิจสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมการผลิต

✉ chotika.chummee@scb.co.th

Disclaimer

This document is made by The Siam Commercial Bank Public Company Limited (“SCB”) for the purpose of providing information summary only. Any information and analysis herein are collected and referred from public sources which may include economic information, marketing information or any reliable information prior to the date of this document. SCB makes no representation or warranty as to the accuracy, completeness and up-to-dateness of such information and SCB has no responsibility to verify or to proceed any action to make such information to be accurate, complete, and up-to-date in any respect. The information contained herein is not intended to provide legal, financial or tax advice or any other advice, and it shall not be relied or referred upon proceeding any transaction. In addition, SCB shall not be liable for any damages arising from the use of information contained herein in any respect.



ท่านพึงพอใจต่อบทวิเคราะห์นี้เพียงใด?

ความเห็นของท่าน สำคัญกับเรา

ร่วมตอบแบบสอบถาม 7 ข้อ
เพื่อนำไปพัฒนามาตรการของ
SCB EIC ต่อไป

คลิกเพื่อทำ
แบบสอบถาม

SCB EIC | ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER



INSIGHTFUL ECONOMIC AND BUSINESS
INTELLIGENCE FOR EFFECTIVE DECISION MAKING

■ WEBSITE

www.scbeic.com

up-to-date with email notification

■ LINE OFFICIAL ACCOUNT



SCB EIC

SCB♠EIC