



TUNA INDUSTRY ANALYSIS AND OUTLOOK

แนวโน้มอุตสาหกรรมทูน่า

20 December 2024

TUNA INDUSTRY ANALYSIS AND OUTLOOK

แนวโน้มอุตสาหกรรมทูน่า

KEY SUMMARY

ภาพรวมอุตสาหกรรมทูน่าไทยในปี 2024 ถือว่าเติบโตได้ค่อนข้างดี ในช่วง 10 เดือนแรกที่ผ่านมา มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องซึ่งเป็นสินค้าส่งออกหลักของกลุ่มขยายตัว 24.6% YOY เป็นผลจากปริมาณการส่งออกที่เติบโตสูงถึง 35.2% YOY ทั้งนี้คาดว่ามูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องในปีนี้จะสามารถฟื้นกลับไปอยู่สูงกว่าช่วง Pre-COVID ได้อีกครั้ง สอดคล้องกับภาพรวมการบริโภคในตลาดโลก และประเทศคู่ค้าหลักของไทยที่ทยอยฟื้นตัวดีขึ้น อนึ่ง ปริมาณการส่งออกทูน่ากระป๋องที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวได้รับอานิสงส์จากอุปทานปลาทูน่าจับได้ (Tuna catch) ที่เพิ่มขึ้นมากจากพลพวงของภาวะโลกร้อนที่ส่งผลให้อุณหภูมิในมหาสมุทรอุ่นขึ้น (Ocean warming) ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวนอกจากจะส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศทางทะเลและทำให้มหาสมุทรสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพแล้ว ยังมีผลให้ฝูงปลาทูน่าย้ายถิ่นฐาน (Tuna migration) ชนิดสั้นน้ำอุ่นไปรวมตัวกันในบริเวณใดบริเวณหนึ่งของมหาสมุทรเยอะมากเป็นพิเศษ จึงส่งผลดีต่อการทำประมงในบริเวณนั้น

สำหรับแนวโน้มอุตสาหกรรมทูน่าในปี 2025 คาดว่าจะปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องจากปีนี้ โดยคาดว่ามูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องจะขยายตัวที่ 6.2% YOY สอดคล้องกับภาพรวมแนวโน้มเศรษฐกิจโลกที่ทยอยฟื้นตัวดีขึ้นตามลำดับ นอกจากนี้ การส่งออกที่ดีขึ้นยังเป็นผลจากการเติบโตของความต้องการบริโภคอาหารฮาลาล สะท้อนได้จากมูลค่าการนำเข้าทูน่ากระป๋องจากประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง (Middle East) ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา รวมทั้งอานิสงส์จากความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitical risks) ที่ยังคงยืดเยื้อและมีแนวโน้มขยายวงกว้างขึ้น ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวมีส่วนทำให้หลาย ๆ ประเทศต้องการสต็อกสินค้าอาหารที่สามารถเก็บไว้บริโภคได้นานโดยเฉพาะอาหารกระป๋องเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

ในระยะข้างหน้า ความท้าทายหลักที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทูน่าต้องให้ความสำคัญและเตรียมพร้อมรับมือ คือมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (NTBs) ที่มีแนวโน้มเข้มงวดมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาการกีดกันภาษี การใช้แรงงานทาสและแรงงานผิดกฎหมายในอุตสาหกรรมประมง ซึ่งเป็นประเด็นที่ทางการไทยต้องเร่งแก้ไขเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานขั้นต่ำที่รัฐบาลสหรัฐฯ กำหนด รวมไปถึงการให้ความสำคัญกับมาตรการกำกับดูแลการทำประมงอย่างยั่งยืน (Sustainable fishing) พร้อม ๆ กับการปรับโมเดลธุรกิจและกลยุทธ์การเติบโตให้สอดคล้องกับเมกะเทรนด์สำคัญของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “Healthier choice” เพื่อตอบโจทย์เทรนด์ใส่ใจสุขภาพของผู้บริโภคยุคใหม่ รวมทั้งการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเพื่อตอบโจทย์เทรนด์ ESG โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “Carbon-neutral tuna products” ซึ่งเป็นสิ่งที่กำลังถูกพูดถึงมากขึ้นในปัจจุบัน โดยมีเป้าหมายเพื่อลด Carbon footprint ในห่วงโซาการผลิตทูน่าอย่างครบวงจร เพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย Carbon neutrality ภายในปี 2050 นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ ที่ทันสมัยมาปรับใช้ให้มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับเทรนด์ Digitization และตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการทั้งความทันสมัยและความสะดวกสบาย พร้อม ๆ กับการลดการพึ่งพาแรงงานคน เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก 🌐



Industry overview

ไทยพึ่งพาการนำเข้าทูน่า
จากต่างประเทศมากถึงกว่า

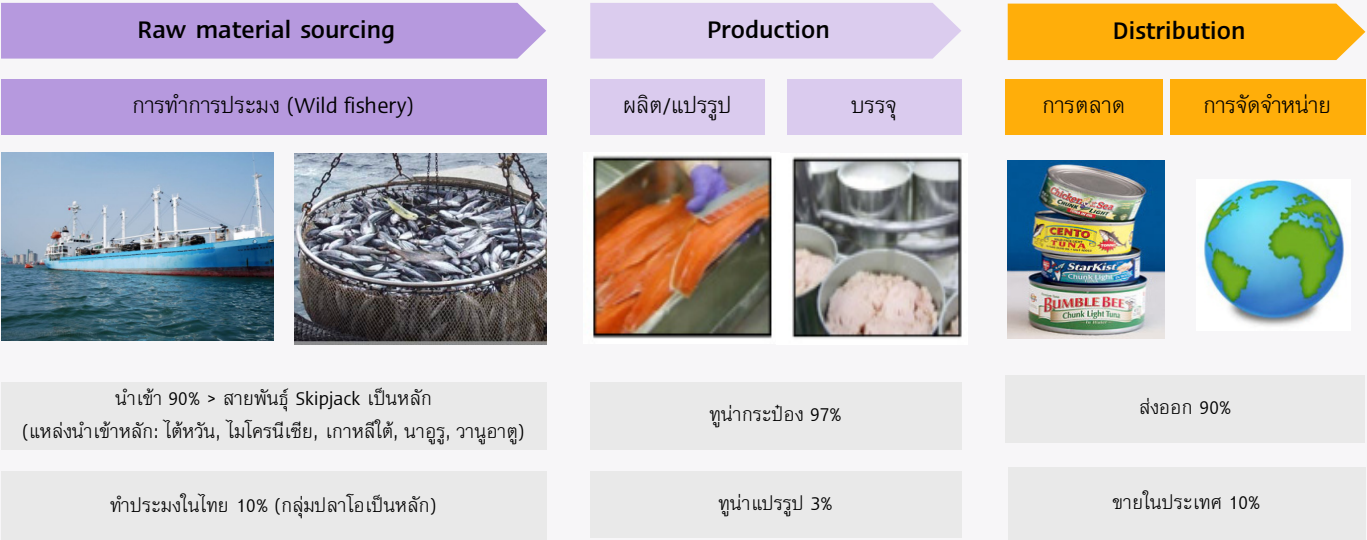
90%

ของความต้องการใช้ทั้งหมด

อุตสาหกรรมทูน่ากระป๋องมีห่วงโซ่มูลค่าเพิ่ม (Value chain) ที่ค่อนข้างยาว โดยเริ่มตั้งแต่การ
จัดหาวัตถุดิบ ซึ่งไทยจำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศทั้งในรูปปลาทูน่าสดและแช่เย็น
แช่แข็ง มากถึงกว่า 90% ของความต้องการใช้ภายในประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นปลาทูน่าสายพันธุ์ทองถิ่น
(Skipjack tuna) ซึ่งเป็นสายพันธุ์หลักที่นิยมนำมาแปรรูปเป็นทูน่ากระป๋องมากที่สุด ส่วนที่เหลืออีกราว 10% ได้จาก
การทำประมงในบริเวณอ่าวไทยและทะเลอันดามันซึ่งจะเป็นกลุ่มปลาโอผิวน้ำเป็นหลัก จากนั้นก็นำวัตถุดิบเข้าสู่
กระบวนการผลิตและแปรรูป ซึ่งส่วนใหญ่จะถูกนำไปผลิตเป็นทูน่ากระป๋องและส่งออกจำหน่ายในต่างประเทศเกือบ
ทั้งหมด (Export-oriented industry) โดยพึ่งพาอุปสงค์จากตลาดภายในประเทศเพียงแค่ว่า 10% เท่านั้น

ปัจจุบันไทยยังคงครองแชมป์ประเทศผู้ส่งออกทูน่ากระป๋องอันดับ 1 ของโลก โดยในปีที่ผ่านมา
(2023) มีส่วนแบ่งในตลาดโลกราว 1 ใน 4 ของมูลค่าการส่งออกรวม 1,924.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทำให้
ทูน่ากระป๋องกลายเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกหลักในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มที่ช่วยสร้างงานและรายได้เข้า
ประเทศจำนวนมหาศาลในแต่ละปี อนึ่ง ความสำเร็จดังกล่าว นอกจากจะเป็นผลจากการที่ผู้เล่นไทยปักหมุด
อยู่ในอุตสาหกรรมนี้อย่างยาวนาน จนทำให้มีความพร้อมด้านทักษะฝีมือแรงงาน มีเทคโนโลยีการผลิตและ
อุตสาหกรรมต่อเนื่องที่แข็งแกร่งและครบวงจรแล้ว ไทยยังมีความได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้งในการรับซื้อวัตถุดิบ
ทูน่าจากแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลก ยิ่งไปกว่านั้น สินค้าทูน่ากระป๋องของไทยยังมีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ
ในระดับสากลอีกด้วย

รูปที่ 1 : ห่วงโซ่มูลค่าเพิ่ม (Value chain) ของอุตสาหกรรมทูน่ากระป๋องในไทย



บริษัทจดทะเบียนในหมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ประกอบธุรกิจผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ทูน่า
กระป๋องและทูน่าแปรรูป ซึ่งทุกรายเป็นผู้ผลิตและแปรรูปปลาทูน่าแบบครบวงจร

TU

TC

ASIAN

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของสมาคมอุตสาหกรรมทูน่าไทย และแหล่งข่าวต่าง ๆ ในเว็บไซต์

ไทยครองแชมป์ผู้ส่งออก
ผลิตภัณฑ์ทูน่าในตลาดโลก
มาอย่างยาวนาน โดยในปี
2023 มีส่วนแบ่งตลาด
อยู่ที่ราว

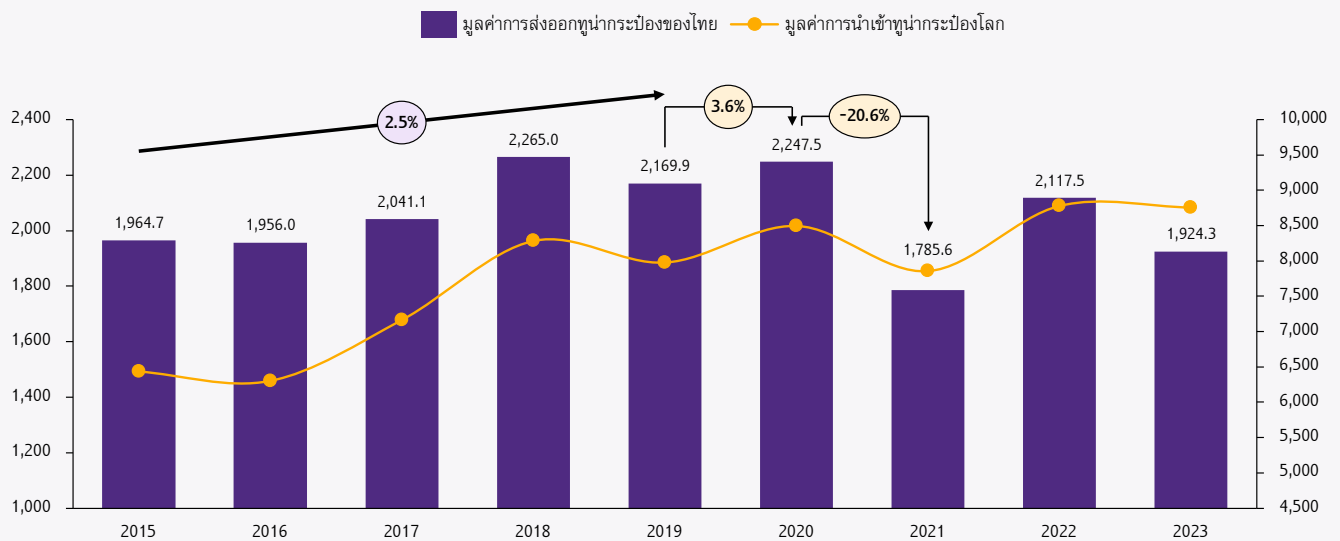
25%

ทั้งนี้จากข้อมูลของสมาคมอุตสาหกรรมทูน่าไทยพบว่า ปัจจุบันมีจำนวนผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมผลิต
ทูน่ากระป๋องและแปรรูปรวมทั้งสิ้น 46 ราย ซึ่งส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในจังหวัดทางภาคใต้และรอบ ๆ อ่าวไทย
ซึ่งเป็นทำเลที่ใกล้แหล่งทำประมงในประเทศหรือใกล้บริเวณท่าเรือที่มีการนำเข้าวัตถุดิบทูน่าจากต่างประเทศ
เพื่อลดต้นทุนการขนส่งไปยังโรงงาน โดยพบว่าเกือบทั้งหมดเป็นผู้ประกอบการรายกลางและรายใหญ่ ซึ่งมีทั้ง
กลุ่มที่ผลิตผลิตภัณฑ์ทูน่าจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทตัวเอง (Own brand) และกลุ่มที่รับจ้างผลิต
ภายใต้เครื่องหมายการค้าของลูกค้า (OEM)

**อนึ่ง ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา ภาพรวมอุปสงค์และอุปทานทูน่ากระป๋องโลกอยู่ในภาวะที่ค่อนข้าง
ผันผวน จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 และปัญหา Climate change** สำหรับ
ด้านอุปสงค์พบว่าในปี 2020 ซึ่งเป็นช่วงที่มีการระบาดของ COVID-19 ระลอกแรกทั่วโลก มูลค่าการส่งออก
ทูน่ากระป๋องของไทยขยายตัว 3.6%YOY ซึ่งถือเป็นอัตราการเติบโตที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยในช่วง 5 ปีก่อนหน้า
(2015-2019) ซึ่งอยู่ที่ราว 2.5% ต่อปี โดยได้รับอานิสงส์จากมาตรการ Lockdown ในหลายประเทศทั่วโลก
ส่งผลให้มีการต้องการสต็อกสินค้าอาหารที่สามารถเก็บไว้บริโภคได้นานเพิ่มขึ้นตามไปด้วยโดยเฉพาะสินค้า
ในกลุ่มอาหารกระป๋องและทูน่ากระป๋อง ต่อมาในปี 2021 มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยได้กลับมา
หดตัวรุนแรงที่ -20.6%YOY สอดคล้องกับความต้องการนำเข้าในตลาดโลกที่ลดลงจากปีก่อนหน้า ซึ่งเป็นผลจาก
การเร่งซื้อสะสมไปแล้วค่อนข้างมากในช่วงก่อนหน้าทำให้มีสินค้าคงคลังในมือสูง กอปรกับความกังวลเกี่ยวกับ
โรคระบาดที่เริ่มคลี่คลายลง

รูปที่ 2 : มูลค่าการนำเข้าทูน่ากระป๋องโลก และมูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องของไทย (ปี 2015-2023)

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ (MOC) และ Trade map

ขณะที่ในฝั่งอุปทานพบว่า ปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate change) เป็นปัจจัยลบที่ส่งผล
ต่อระบบนิเวศทางทะเลและพฤติกรรมตามธรรมชาติของปลาทูน่าโดยเฉพาะอย่างยิ่งการย้ายถิ่นฐาน
(Migration) ไม่ว่าจะเป็นการว่ายหนีร้อนออกไปยังบริเวณทะเลหลวง (Open sea) ซึ่งอยู่นอกเขตจับปลา
ถูกกฎหมาย หรือแม้แต่การอพยพหนีคลื่นน้ำอุ่นไปรวมตัวกันในบริเวณใดบริเวณหนึ่งของมหาสมุทรเยอะมาก
เป็นพิเศษ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมปลาทูน่าดังกล่าว ส่งผลต่อปริมาณปลาทูน่าจับได้และความผันผวน
ของราคาวัตถุดิบในตลาดโลกในแต่ละช่วงเวลา



Industry outlook and trend

ในช่วง ม.ค.-ต.ค. 2024
มูลค่าการส่งออก
ทูน่ากระป๋องขยายตัว

24.6%

ในช่วง 10 เดือนแรกที่ผ่านมา การส่งออกทูน่ากระป๋องของไทยมีมูลค่ารวมอยู่ที่ 1,949.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 24.6% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สอดคล้องกับการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าหลักของไทยอย่างสหรัฐฯ และออสเตรเลียที่ขยายตัว 16.9% และ 17.8% ตามลำดับ ทั้งนี้มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องที่ขยายตัวสูงดังกล่าวได้รับปัจจัยหนุนจากปริมาณส่งออกที่เติบโตสูงถึง 35.2% YOY สอดคล้องกับอุปทานปลาทูน่าจับได้ (Tuna catch) ที่เพิ่มขึ้นมากในช่วงที่ผ่านมา ส่วนทางกับราคาส่งออกที่ปรับลดลง -7.9% YOY ตามทิศทางราคาวัตถุดิบทูน่าในตลาดโลก

สำหรับการส่งออกทูน่ากระป๋องในปี 2025 มีแนวโน้มเติบโตดีต่อเนื่องจากปีนี้ โดยคาดว่าอัตราการขยายตัวจะอยู่ที่ 6.2% YOY สอดคล้องกับความต้องการในตลาดโลกและประเทศคู่ค้าของไทยที่คาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้นตามการทยอยฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ซึ่งจะช่วยหนุนให้มีการใช้จ่ายในสินค้าอุปโภคบริโภคต่าง ๆ รวมทั้งสินค้าอาหารและเครื่องดื่มมากขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ ความกังวลต่อความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ที่ยังคงยืดเยื้อและมีแนวโน้มขยายวงกว้างขึ้นในหลายภูมิภาคของโลก ก็มีผลช่วยหนุนให้หลาย ๆ ประเทศยังมีความต้องการกักตุนสินค้าอาหารที่สามารถเก็บไว้บริโภคได้นานเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เพื่อสร้างความมั่นคงด้านอาหาร (Food security) ให้กับประชาชนในประเทศตนเอง ซึ่งทูน่ากระป๋องก็ถือเป็น

หนึ่งในผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้รับอานิสงส์โดยตรงจากสถานการณ์ดังกล่าว

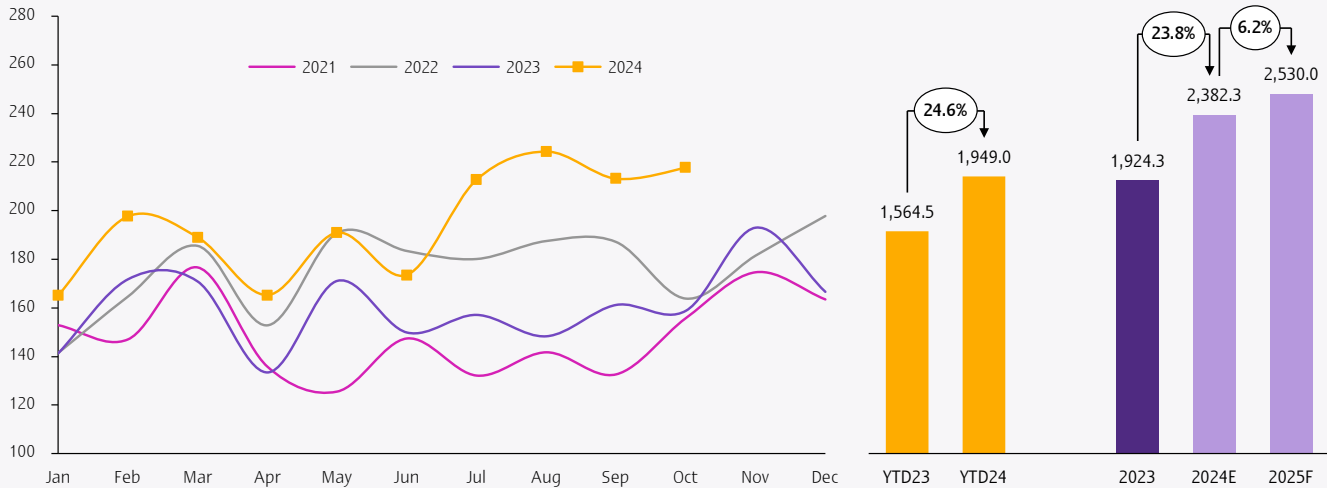
จับตากระแสความนิยมบริโภคอาหารทะเลพรีเมียมของผู้บริโภคชาวอเมริกันที่ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งอาจเป็นโอกาสสำหรับไทยในปรับ Product positioning เพื่อส่งออกทูน่ากระป๋องพรีเมียมไปยังตลาดหลักอย่างสหรัฐฯ ปัจจุบันการบริโภคทูน่ากระป๋องของชาวอเมริกันเริ่มเข้าสู่ภาวะอิ่มตัวแล้ว สะท้อนได้จากการบริโภคทูน่ากระป๋องต่อคนต่อปี (Per capita consumption) ที่ปรับลดลงต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา ส่วนทางกับความนิยมบริโภคอาหารทะเลพรีเมียมประเภทอื่น ๆ เช่น กุ้ง ล็อบสเตอร์ แซลมอนที่เพิ่มสูงขึ้น ดังนั้น สิ่งที่ผู้ประกอบการไทยควรเร่งปรับตัวเพื่อคว้าโอกาสจากสถานการณ์ดังกล่าว คือการยกระดับมาตรฐานการผลิตทูน่ากระป๋อง รวมถึงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและตอบโจทย์ด้านสุขภาพไปพร้อม ๆ กัน เช่น ใช้ทูน่าสายพันธุ์พรีเมียมอย่าง Yellow fin ใช้เกลือที่มีแร่ธาตุสูงอย่างเกลือหิมาลายันสีชมพู หรือเพิ่มส่วนผสมที่ตอบโจทย์ลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เช่น ทูน่าผสมคอลลาเจน เป็นต้น รวมทั้งให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับเทรนด์ ESG โดยเฉพาะประเด็นเรื่องความยั่งยืนและการดูแลสิ่งแวดล้อม เพื่อตอกย้ำความพรีเมียมของสินค้าและหนุนให้ไทยยังคงเป็นซัพพลายเออร์หลักในสหรัฐฯ ต่อไป

มูลค่าการส่งออกทูน่า
กระป๋องในปี 2025 มี
แนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องที่

6.2%

รูปที่ 3 : มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องรายเดือน และคาดการณ์รายปี

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ, % YOY growth



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ (MOC)

ไทยพึ่งพาการส่งออก
ทูน่ากระป๋องไปยังตลาด
ตะวันออกกลางมากถึงราว

1 ใน 3

ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด

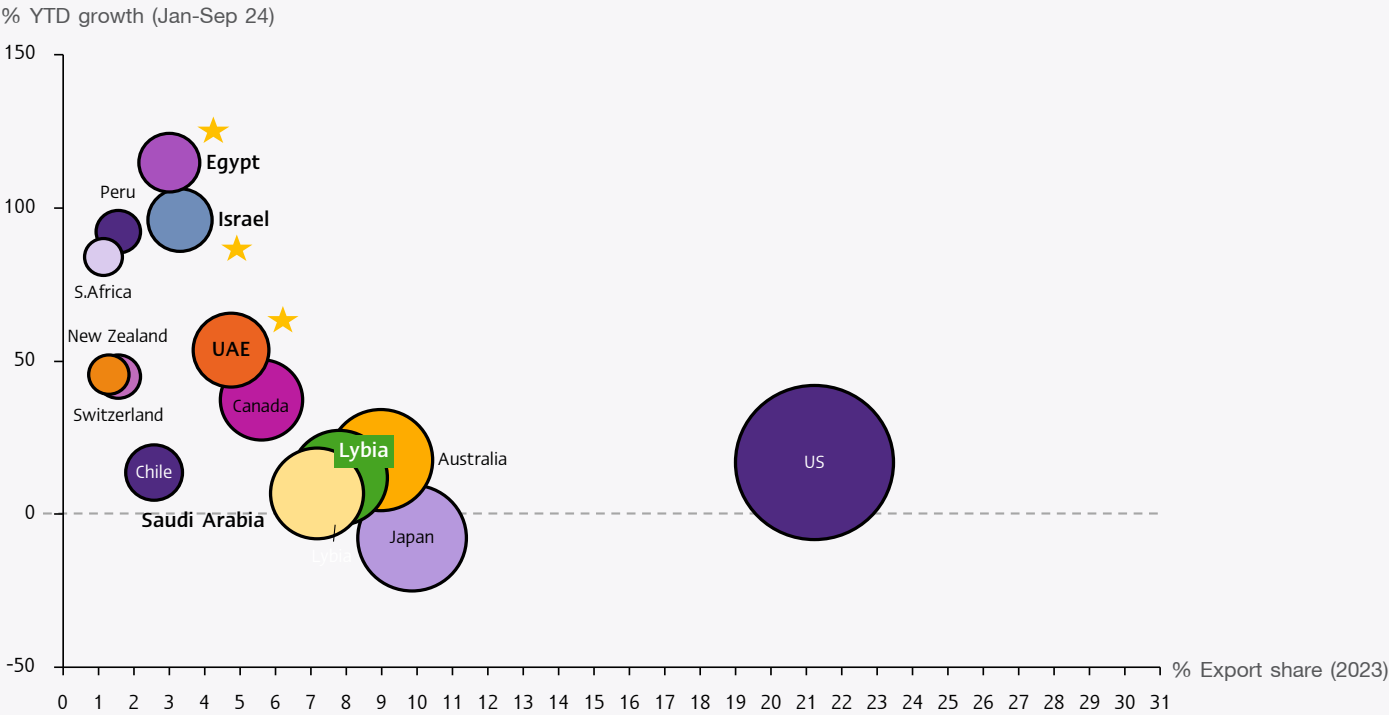
ภูมิภาคตะวันออกกลาง คือตลาดส่งออกที่มีศักยภาพและน่าจับตามอง ... อุปสงค์มีแนวโน้มเติบโตสูงต่อเนื่อง ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูง

ทั้งนี้จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์พบว่า มูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องไปยังภูมิภาคตะวันออกกลางมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยพบว่าการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีอัตราการเติบโตที่สูงกว่าการส่งออกไปยังตลาดหลักดั้งเดิมอย่างสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และญี่ปุ่นค่อนข้างมาก สะท้อนถึงศักยภาพการบริโภคที่น่าจับตามอง โดยในปีที่ผ่านมา (2023) การส่งออกไปยังภูมิภาคนี้มีสัดส่วนรวมกันมากถึงราว 1 ใน 3 ของมูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องทั้งหมดของไทย ทั้งนี้ปัจจัยหลักที่หนุนการเติบโตมาจากความต้องการบริโภคอาหารฮาลาลที่เพิ่มขึ้น ขณะเดียวกัน ความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitical risks) และความกังวลต่อสถานการณ์สงครามในตะวันออกกลางโดยเฉพาะอย่างยิ่งในอิสราเอล อิรัก และเลบานอน ที่ยังคงยืดเยื้อยังเอื้อให้มีความต้องการกักตุนสินค้าอาหารที่สามารถเก็บไว้บริโภคได้นานเพิ่มสูงขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ “ทูน่ากระป๋อง” ยังจัดเป็นสินค้าอาหารพื้นฐานที่ราคาย่อมเยาทำให้เข้าถึงผู้บริโภคในทุกระดับรายได้ จึงสามารถบริโภคทดแทนโปรตีนจากเนื้อไก่หรือเนื้อวัวที่มีราคาสูงกว่าได้ ส่งผลให้ภูมิภาคตะวันออกกลางกลายเป็นตลาดส่งออก

ที่มีศักยภาพเติบโตสูงและน่าจับตามอง สอดรับกับเป้าหมายของไทยในการเป็นมุ่งสู่การเป็นฮับอาหารฮาลาลอีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้น ภูมิภาคตะวันออกกลางยังเป็นประตูการค้าสำคัญที่เชื่อมต่อระหว่างทวีปเอเชีย ยุโรป และแอฟริกา ซึ่งเท่ากับเป็นการช่วยขยายโอกาสทางการค้าในประเทศที่ 3 ให้กับไทยได้อีกทางหนึ่งด้วย



รูปที่ 4 : มูลค่า สัดส่วนการส่งออก และ YTD growth ของการส่งออกทูน่ากระป๋องไปยังตลาดสำคัญในปี 2024



หมายเหตุ : ขนาดของวงกลม สะท้อนถึงมูลค่าการส่งออกทูน่ากระป๋องในปี 2023
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์



Competitive landscape

กลยุทธ์การเติบโตในอนาคตจำเป็นต้องตอบโจทย์เมกะเทรนด์โลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการผลิต และรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น

ในระยะต่อไป กลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทูน่าต้องหันมาให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเพื่อตอบโจทย์เทรนด์ ESG ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบต่อการทำประมงอย่างยั่งยืน (Sustainable fishing) รวมไปถึงการปฏิบัติต่อแรงงานในอุตสาหกรรมประมงอย่างเป็นธรรม (Fair labor practice) ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้น การปรับตัวให้สอดคล้องกับเมกะเทรนด์เหล่านี้จึงกลายเป็นทั้งทางรอดและโอกาสของธุรกิจ เพราะนอกจากจะเป็นการลดอุปสรรคจากมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี (NTBs) และปรับตัวให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์และข้อตกลงทางการค้าที่มีแนวโน้มเข้มงวดและซับซ้อนมากขึ้นแล้ว ยังช่วยเพิ่มโอกาสทางการค้าและยกระดับศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลกได้อีกด้วย

ทั้งนี้หนึ่งในประเด็นหลักที่กำลังถูกพูดถึงมากขึ้นในเวทีโลก คือการปกป้องดูแลสิ่งแวดล้อมโดยการลด Carbon footprint ในห่วงโซ่การผลิตทูน่าอย่างครบวงจร เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน หรือ Carbon neutrality ภายในปี 2050 ซึ่งประเด็นดังกล่าวนี้เป็นสิ่งที่ผู้เล่นในอุตสาหกรรมทูน่าของไทยตระหนักถึงความสำคัญเช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นการปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจและกระบวนการผลิตต่าง ๆ อาทิ การใช้เทคโนโลยีการผลิตและการจัดการของเสียที่สะอาดและมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมไปถึงการปรับเปลี่ยนมาใช้พลังงานสะอาดเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกออกสู่ชั้นบรรยากาศ เป็นต้น แต่หากยังมีการปล่อยคาร์บอนหลงเหลืออยู่ภาคธุรกิจก็อาจเลือกชดเชยผ่านการทำกิจกรรมที่ไปช่วยลดหรือดูดซับคาร์บอนออกจากชั้นบรรยากาศทดแทน เช่น การปลูกป่า การปลูกพืชคลุมดินเพื่อตรึงคาร์บอนในดิน การลงทุนด้านพลังงานหมุนเวียน การซื้อคาร์บอนเครดิต เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทูน่าควรมีการวิจัยและพัฒนาเพื่อต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มจากส่วนสูญเสีย



ของกระบวนการผลิต อาทิ การนำผลพลอยได้จากการผลิตทูน่ากระป๋อง (By-products) ไปผลิตเป็นอาหารสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารเปื่อยสำหรับสุนัขและแมวที่ทำจากปลาชนิดต่าง ๆ รวมทั้งปลาทูน่า หรือแม้แต่การกลั่นและสกัดน้ำมันปลาทูน่าจากเนื้อปลาเพื่อออกผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ ซึ่งนอกจากจะเป็นการขยายไปสู่ธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตดีและมีอัตรากำไรค่อนข้างสูงแล้ว ยังลดความเสี่ยงจากการพึ่งพารายได้จากธุรกิจหลัก (Core business) เพียงทางเดียว อีกทั้ง ยังช่วยหนุนบทบาทของไทยในฐานะประเทศผู้ส่งออกอาหารสุนัขและแมวอันดับต้น ๆ ของโลกอีกด้วย

ขณะเดียวกัน การปรับกลยุทธ์การเติบโตเพื่อรับมือกับความท้าทายจากปัจจัยเสี่ยงรอบด้าน ทั้งเรื่องความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจโลก รสนิยมของผู้บริโภคในตลาดที่เปลี่ยนไป หรือแม้แต่ภาวะโลกร้อนและปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ซึ่งประเด็นเหล่านี้คือโจทย์ใหญ่ที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทูน่าจะมองข้ามไม่ได้ ยิ่งไปกว่านั้น ผู้ประกอบการยังต้องเตรียมรับมือกับการแข่งขันในตลาดที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นอีกด้วย ทั้งจากผู้เล่นในอุตสาหกรรมเดียวกันและจากสินค้านวัตกรรมทางเลือกใหม่ ๆ ในตลาด เช่น โปรตีนทางเลือกจากพืช (Plant-based products) หรือ Alternative protein ที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทั่วโลกมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ๘

ภาคผนวก

ภาพรวมผลประกอบการของบริษัทย่อยที่เบี่ยงเบนในกลุ่มผู้ผลิต
และส่งออกผลิตภัณฑ์ทูน่ากระป๋องและทูน่าแปรรูป

ภาพรวมผลประกอบการ *	2023	9M2024
รายได้รวม (ล้านบาท)	151,826.1	117,306.9
%YOY	-12.7%	+4.6%
กำไรสุทธิ (ล้านบาท)	-13,587.2**	4,767.8
%YOY	-258.5%	+35.9%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	-8.9 **	+4.1
ROE (%)	-20.2	+7.4

หมายเหตุ : *ผลประกอบการในตารางด้านบน ครอบคลุมการวิเคราะห์ผลประกอบการของกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่ประกอบธุรกิจผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ทูน่ากระป๋องและทูน่าแปรรูป
**ผลประกอบการในปี 2023 ที่ติดลบ เป็นผลมาจากการบันทึกการด้อยค่าที่ไม่ใช้เงินสดครั้งเดียวของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในช่วงไตรมาส 4/2023
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



Author

โชติกา ชุ่มมี

ผู้จัดการกลุ่มธุรกิจสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมการผลิต
ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ (SCB EIC)

ข้อสงวนสิทธิ์ : บทความนี้จัดทำขึ้นโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (“ธนาคาร”) เพื่อวัตถุประสงค์ในการนำเสนอข้อมูลและบทวิเคราะห์เท่านั้น ข้อมูลและบทวิเคราะห์ใด ๆ ที่ปรากฏในบทความนี้ ได้ถูกรวบรวมและอ้างอิงมาจากแหล่งข้อมูลสาธารณะ ซึ่งอาจรวมถึงข้อมูลทางเศรษฐกิจ ข้อมูลทางการตลาด หรือข้อมูลอื่น ๆ ที่มีความน่าเชื่อถือก่อนวันที่บทความนี้ได้ถูกจัดทำขึ้น ธนาคารไม่รับประกันหรือรับรองว่าข้อมูลดังกล่าวมีความถูกต้องครบถ้วน สมบูรณ์ และเป็นปัจจุบัน รวมถึงธนาคารไม่มีหน้าที่ในการตรวจสอบข้อมูลหรือดำเนินการใด ๆ ให้ข้อมูลถูกต้องครบถ้วน สมบูรณ์ และเป็นปัจจุบันไม่ว่าในกรณีใด ๆ ทั้งนี้ บทความนี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้คำแนะนำทางกฎหมาย ทางการเงิน ทางภาษี หรือคำแนะนำอื่นใด และไม่ควรถูกใช้เป็นเอกสารอ้างอิงในการดำเนินการใด ๆ นอกจากนี้ ธนาคารไม่ต้องรับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่เกิดจากการใช้ข้อมูลในเอกสารนี้ ไม่ว่าในกรณีใด ๆ ก็ตาม

“Economic and business
intelligence for effective
decision making”



ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์



เจาะลึก

สถานการณ์เศรษฐกิจ



เกาะติด

การเปลี่ยนแปลงที่ส่งพล
ต่อภาคธุรกิจ



อัปเดต

ประเด็นร้อนที่ไม่ควรพลาด



Stay connected

Find us at



@scbeic | 

www.scbeic.com