

สินค้าผัก ผลไม้กระป๋อง และแปรรูป

การส่งออกในเดือน

มกราคม - ธันวาคม 2565

การส่งออกผัก ผลไม้กระป๋อง และแปรรูป เดือน มกราคม - ธันวาคม ปี 2565 มีปริมาณทั้งหมด 1,591,562 ตัน คิดเป็นมูลค่า 2,433.27 ล้านบาทเหรียญสหรัฐฯ (84,235.25 ล้านบาท) **ขยายตัวร้อยละ 15.04** เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2564

การส่งออกผลไม้กระป๋อง และแปรรูป

เดือน ม.ค. - ธ.ค. 2565 มีปริมาณ 1,323,738 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1,974.43 ล้านบาทเหรียญสหรัฐฯ (68,332.48 ล้านบาท) **ขยายตัวร้อยละ 6.21** เมื่อเทียบกับปี 2564 โดยมีตลาดที่สำคัญ 3 อันดับแรกคือ

- สหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนตลาดร้อยละ 37.01
- จีน มีสัดส่วนตลาดร้อยละ 8.80
- ญี่ปุ่น มีสัดส่วนตลาดร้อยละ 4.34

การส่งออกผักกระป๋อง และแปรรูป

เดือน ม.ค. - ธ.ค. 2565 มีปริมาณ 267,824 ตัน คิดเป็นมูลค่า 458.84 ล้านบาทเหรียญสหรัฐฯ (15,902.77 ล้านบาท) **หดตัวร้อยละ 1.73** เมื่อเทียบกับปี 2564 โดยมีตลาดที่สำคัญ 3 อันดับแรกคือ

- ญี่ปุ่น มีสัดส่วนตลาดร้อยละ 18.51
- สหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนตลาดร้อยละ 13.60
- จีน มีสัดส่วนตลาดร้อยละ 7.86

ตลาดอื่นที่มีอัตราการขยายตัวสูง :

- จีน (ผลไม้กระป๋อง และแปรรูป +69.29%)
- เนเธอร์แลนด์ (ผลไม้กระป๋อง และแปรรูป +24.76%)
- กัมพูชา (ผลไม้กระป๋อง และแปรรูป +19.81 %)
- มาเลเซีย (ผักกระป๋อง และแปรรูป +30.64%)
- ฟิลิปปินส์ (ผักกระป๋อง และแปรรูป +30.20%)
- อินโดนีเซีย (ผักกระป๋อง และแปรรูป +20.71%)

คู่แข่งที่สำคัญ : ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย

1. เนื้อที่ให้ผลผลิต และผลผลิตของสินค้าผลไม้

ชนิดสินค้า	เนื้อที่ให้ผลผลิต (ไร่)		ผลผลิต (ตัน)		อัตราขยายตัว (ร้อยละ)	
	2564	2565*	2564	2565*	2564	2565*
1 สับปะรด	459,394	455,574	1,750,000	1,780,000	4.17	1.71
2 พุรีเย็น	868,221	943,765	1,218,195	1,246,098	7.35	2.29
3 มังคุด	424,777	419,377	270,774	251,635	-19.62	-7.07
4 ลำไย	1,650,124	1,702,792	1,567,087	1,687,178	32.53	7.66

HS code : 20 ผักผลไม้ กระป๋องและแปรรูป

*ประมาณการ

ที่มา: สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้มปี 2566 สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

2. สินค้าผัก ผลไม้กระป๋อง และแปรรูป (ทั้งหมด)

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาทเหรียญสหรัฐฯ)		อัตราขยายตัว (ร้อยละ)		สัดส่วนตลาด (ร้อยละ)	
	2564	2565 (ม.ค.-ธ.ค.)	2564	2565 (ม.ค.-ธ.ค.)	2564	2565 (ม.ค.-ธ.ค.)
1 ผลไม้กระป๋อง และแปรรูป	1,859.05	1,974.43	12.56	6.21	79.93	81.14
2 ผักกระป๋อง และแปรรูป	466.91	458.84	-4.32	-1.73	20.07	18.86
รวมทั้งหมด	2,325.96	2,433.27	10.19	15.04	100.00	100.00

2.1 สินค้าผลไม้กระป๋อง และแปรรูป

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาทเหรียญสหรัฐฯ)		อัตราขยายตัว (ร้อยละ)		สัดส่วนตลาด (ร้อยละ)	
	2564	2565	2564	2565	2564	2565
1 สหรัฐอเมริกา	737.78	730.81	11.75	-0.94	39.69	37.01
2 จีน	102.69	173.84	-0.24	69.29	5.52	8.80
3 ญี่ปุ่น	87.58	85.70	0.15	-2.15	4.71	4.34
4 เนเธอร์แลนด์	65.91	82.23	61.31	24.76	3.55	4.16
5 ออสเตรเลีย	61.42	63.11	14.65	2.75	3.30	3.20
6 แคนาดา	57.40	60.74	6.20	5.82	3.09	3.08
7 กัมพูชา	41.44	49.65	16.57	19.81	2.23	2.51
8 รัสเซีย	46.14	45.86	4.65	-0.61	2.48	2.32
9 เกาหลีใต้	40.22	42.30	0.60	5.17	2.16	2.14
10 เยอรมนี	41.89	39.93	35.13	-4.68	2.25	2.02
11 ตลาดอื่น ๆ	576.58	600.26	14.87	4.11	2.69	30.40
รวมทุกตลาด	1,859.05	1,974.43	12.56	6.21	71.67	99.98

การวิเคราะห์ภาพรวม (SWOT) 1. จุดแข็งของไทย 1.1 ผลผลิตหลากหลาย/ต่อเนื่องตลอดปี 1.2 ไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรดรายใหญ่ของโลก 1.3 โรงงานผลิตได้ตามมาตรฐานสากล (HACCP และ GMP) 1.4 สินค้าแปรรูปของไทยมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ 2. จุดอ่อน 2.1 ขาดการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าแปรรูป 2.2 ขาดการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า (Brand) เพื่อเป็นที่รู้จัก และสร้างการจดจำ 2.3 พบปัญหาสารตกค้างปะปนในผักและผลไม้แปรรูปเกินค่ามาตรฐานที่กำหนด 3. อุปสรรค 3.1 EU เก็บอากรตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping) สินค้าข้าวโพดหวานกระป๋องนำเข้าจากไทย (บังคับใช้ตั้งแต่ปี 2007) ในอัตรา 3.1-14.3% 3.2 EU ตัดสิทธิ GSP สินค้าสับปะรดกระป๋องของไทยโดยเสียอัตรา MFN Rate ที่ 17.6% -25.6% ขณะที่คู่แข่งได้รับสิทธิ GSP (อินโดนีเซีย 0% - 22.10%) และ GSP+ (ฟิลิปปินส์ 0%) 3.3 สถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้มีปัญหาการขนส่งโลจิสติกส์ อาทิ การปิดด่าน การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์และเที่ยวบินคาร์โก	2.2 สินค้าผักกระป๋อง และแปรรูป						
	ประเทศ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)		อัตราขยายตัว (ร้อยละ)		สัดส่วนตลาด (ร้อยละ)	
		2564	2565 (ม.ค.-ธ.ค.)	2564	2565 (ม.ค.-ธ.ค.)	2564	2565 (ม.ค.-ธ.ค.)
	1 ญี่ปุ่น	91.57	84.92	-7.05	-7.26	19.61	18.51
	2 สหรัฐอเมริกา	68.06	62.41	0.62	-8.30	14.58	13.60
	3 จีน	36.62	36.07	-36.27	-1.50	7.84	7.86
	4 เกาหลีใต้	36.77	34.35	6.21	-6.58	7.88	7.49
	5 ออสเตรเลีย	22.96	25.55	-0.78	11.28	13.90	5.57
	6 ไต้หวัน	28.75	24.68	15.32	-14.16	6.16	5.38
	7 ฟิลิปปินส์	16.29	21.21	-3.04	30.20	3.49	4.62
	8 มาเลเซีย	16.09	21.02	19.81	30.64	3.45	4.58
	9ฮ่องกง	11.06	12.06	-8.82	9.04	2.37	2.63
	10 อินโดนีเซีย	9.85	11.89	8.60	20.71	2.11	2.59
	11 ตลาดอื่น ๆ	128.89	124.68	-1.05	-3.27	20.80	27.17
	รวมทุกตลาด	466.91	458.84	-4.32	-1.73	102.19	100.00
	2.3 การส่งออกสินค้าผัก ผลไม้กระป๋อง และแปรรูป						
	สินค้า	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)		อัตราขยายตัว (ร้อยละ)		สัดส่วนตลาด (ร้อยละ)	
		2564	2565	2564	2565	2564	2565
	1. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	1,859.05	1,974.43	12.56	6.21	100.00	100.00
	1.1 สับปะรดกระป๋อง	300.55	309.95	24.58	3.13	16.17	15.70
	1.2 ลำไยกระป๋อง	21.04	23.66	-2.32	12.45	1.13	1.20
	1.3 มะม่วงกระป๋อง	47.73	49.64	19.38	4.00	2.57	2.51
	1.4 ลิ้นจี่กระป๋อง	7.46	8.86	9.22	18.77	0.40	0.45
	1.5 น้ำผลไม้	639.37	732.68	14.02	14.59	34.39	37.11
	1.6 ผลไม้แปรรูปอื่น ๆ	709.02	706.21	8.83	-0.40	38.14	35.77
	1.7 อื่น ๆ	133.88	143.43	3.18	7.15	7.20	7.26
	2. ผักกระป๋องและแปรรูป	466.91	458.84	-4.32	-1.73	100.00	100.00
	2.1 ข้าวโพดฝักอ่อนกระป๋อง	18.08	17.40	-2.90	-3.76	3.87	3.79
	2.2 ข้าวโพดหวานกระป๋องแปรรูป	214.62	205.77	-0.76	-4.12	45.97	44.85
	2.3 หม่อไม้กระป๋อง แปรรูป	16.61	14.64	-3.77	-11.86	3.56	3.19
	2.4 พืชผักดองด้วยน้ำส้ม	12.89	11.45	-6.25	-11.17	2.76	2.50
	2.5 ผักกระป๋องและผักแปรรูปอื่น ๆ	200.48	204.59	-4.04	2.05	42.94	44.59
	2.6 อื่น ๆ	4.23	4.99	-68.01	18.01	0.91	1.09

4. โอกาส 4.1 วางแผนการผลิตล่วงหน้าก่อนฤดูกาลผลผลิตออกสู่ตลาด เพื่อช่วยลดความเสี่ยงด้านราคาและโลจิสติกส์ที่แออัดในช่วงฤดูผลไม้ 4.2 พัฒนาระบบการผลิต และระบบควบคุมคุณภาพตลอดสายการผลิต มีการคัดเลือกผลผลิตจากแหล่งปลูกที่ได้มาตรฐาน เช่น GAP 4.3 สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า โดยเน้นการสร้าง Brand พัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อช่วยเพิ่มสัดส่วนตลาด 4.4 ส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการแปรรูปผักและผลไม้ เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ ผักและผลไม้เป็นยา และบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น เพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออก 4.5 เร่งผลักดันการส่งออกผักผลไม้กระป๋องผ่านตลาดที่มีการจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี 4.6 ศึกษาและควบคุมคุณภาพการผลิตสินค้าตามหลักเกณฑ์ หรือมาตรฐานประเทศของประเทศผู้นำเข้า 4.7 บุกเบิกเส้นทางโลจิสติกส์ใหม่ ๆ เพื่อบุกตลาดใหม่ อาทิ ประสานความร่วมมือสายการบินเพื่อเช่าเหมาลำผสมผสานเส้นทางโลจิสติกส์เพื่อเข้าสู่ตลาดศักยภาพ	ฉลากสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง Carbon Foot Print USA  Japan  แบรนด์หลักที่ส่งออก : Dole Thailand, KC, UFC, Grand Asia บริษัทส่งออกผักและผลไม้รายสำคัญของไทย 1 บจก.โดล ไทยแลนด์ 2 บจก.อาหารสยาม (2513) 3 บมจ.ไทย อกริ ฟู้ดส์ 4 บมจ.เจ้าแกน้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง 5 บจก.กฤษณ์ผลไม้กระป๋อง 6 บจก.ยูนิคฟู้ด 7 บจก.ไพรม์ โปรดักส์ อินเตอร์ 8 บจก.เอ็กเซลการเกษตร สับปะรดกระป๋อง 9 บมจ.ชั้น สวีท 10 บจก.เจนเนอรัล เบฟเวอร์เรจ ที่มา ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ รุติรัตน์ อัครมงคลศิริ โทร. 0 2507 8383 มกราคม 2566
--	--