



# ส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ไทย ปี 2567

แม้เติบโต 2.0% จากปีก่อน แต่ยังต่ำกว่าการเติบโตเฉลี่ยในอดีต

CURRENT ISSUE

Vol.30 No.3462 5 มีนาคม 2567

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทยปี 2567 จะอยู่ที่ 4.16 พันล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัว 2.0% จากปีก่อนที่เติบโตเพียง 0.2% ทั้งในกลุ่มผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปและผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง
- แม้การส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทยในปี 2567 จะยังเติบโต แต่เป็นการเติบโตที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับอดีต จากการแข่งขันด้านราคาที่สูงขึ้น



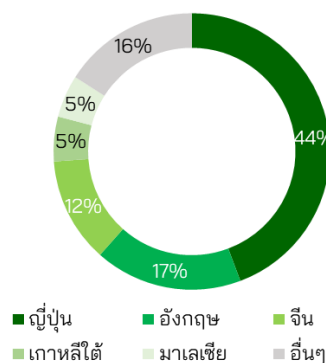
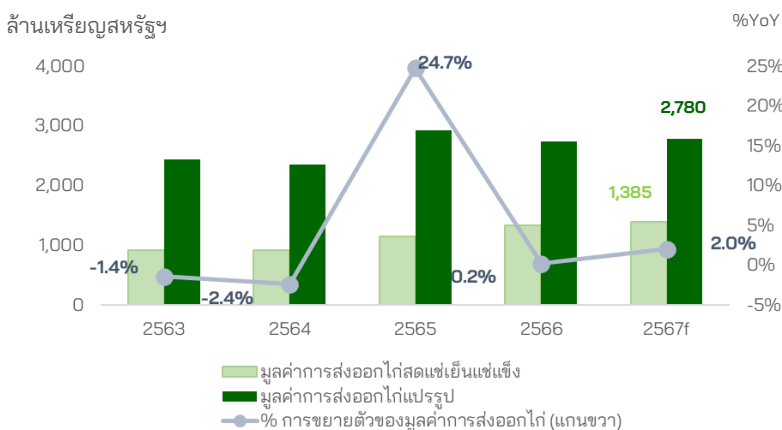
**Kesinee Sasitorn**  
Senior Researcher

kesinee.sa@kasikornresearch.com

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทยปี 2567 จะอยู่ที่ 4.16 พันล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัว 2.0% จากปีก่อนที่เติบโตเพียง 0.2% (รูปที่ 1) โดยแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ 2 กลุ่มหลักคือ

รูปที่ 1 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทยปี 2567  
น่าจะเติบโตได้ 2%YoY

สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทย



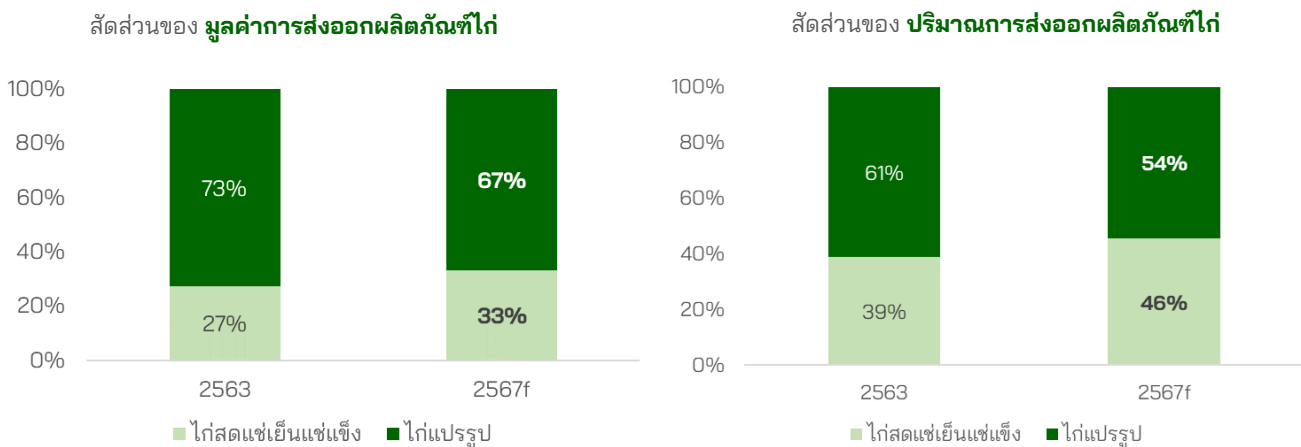
ที่มา: MOC ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย  
หมายเหตุ: \* สัดส่วนมูลค่าการส่งออกปี 2566

- ผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูป ยังเป็นสินค้าหลักคิดเป็นสัดส่วน 67% ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ทั้งหมด (รูปที่ 2) ซึ่งปีนี้คาดว่าจะการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปน่าจะกลับมาเป็นบวกได้ที่ระดับ 1.4% จากปีก่อนที่หดตัวราว 6.5%YoY โดยเฉพาะการส่งออกไปยังอังกฤษ ที่น่าจะทยอยฟื้นตัวจากฐานต่ำในปีก่อน แต่การส่งออกไปยัง

ญี่ปุ่นอาจทรงตัว จากเศรษฐกิจและกำลังซื้อที่ทำให้ยังคงใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง บวกกับการแข่งขันด้านราคารุนแรงขึ้น โดยเฉพาะกับจีน

**-ผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง** แม้จะมีสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกที่น้อยกว่าผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูป (ราว 33% ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ทั้งหมด) แต่ปริมาณการส่งออกมีสัดส่วนเติบโตเพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูป **ซึ่งปีนี้คาดว่า มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง น่าจะเติบโตได้ราว 3.3% จากปีก่อน** ส่วนหนึ่งเพราะเข้าไปทำตลาดคู่ค้าได้มากขึ้น โดยเฉพาะจีน ที่ยังระมัดระวังคำสั่งซื้อจากคู่แข่งที่ยังพบการระบาดใช้หวัดนก จึงคาดว่าคำสั่งซื้อจากไทยจะยังเพิ่มขึ้น จากความเชื่อมั่นด้านมาตรฐานการผลิตและความปลอดภัยด้านอาหาร รวมถึงเกาหลีใต้และซาอุดีอาระเบีย ที่ให้การรับรองโรงงานผลิตภัณฑ์ไก่ของไทยเพิ่มขึ้น

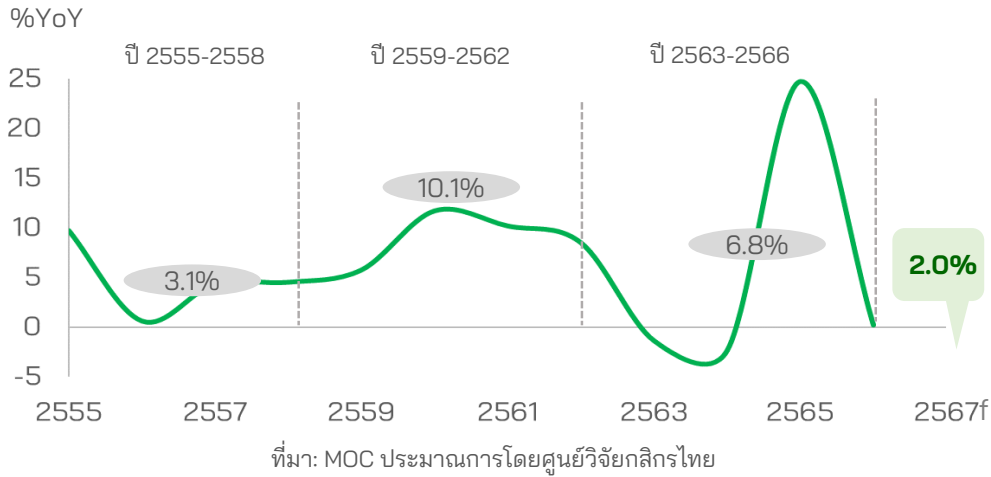
รูปที่ 2 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปยังสูงกว่าผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง แต่ปริมาณการส่งออกมีสัดส่วนใกล้เคียงกันมากขึ้น



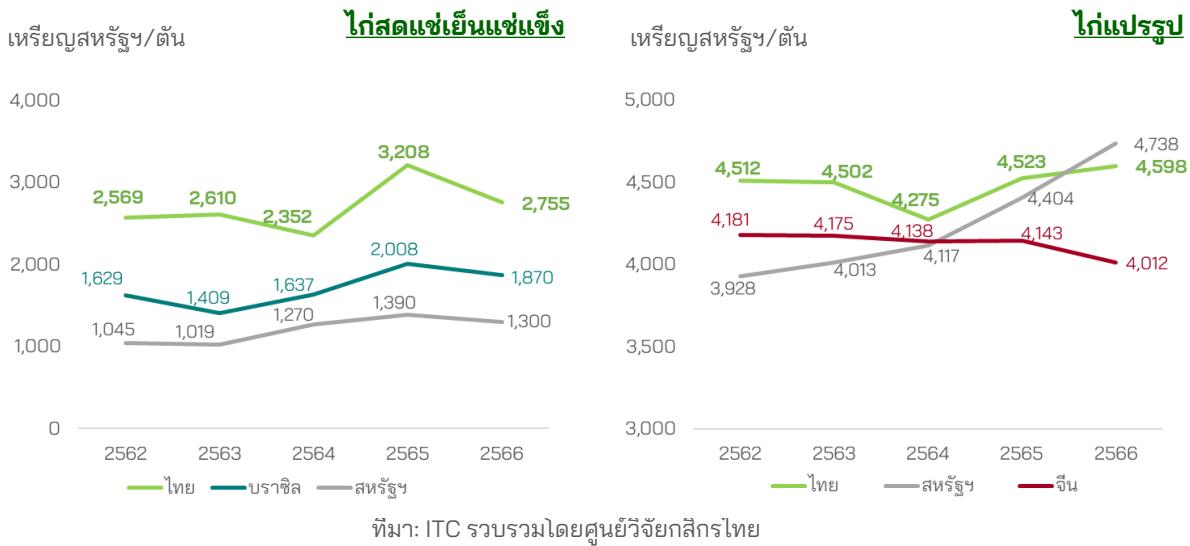
ที่มา: MOC ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

แม้การส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทยในปี 2567 จะยังเติบโต แต่เป็นการเติบโตที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับอดีต สะท้อนจากอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ที่มีแนวโน้มปรับลดลง (รูปที่ 3) จากการแข่งขันด้านราคาที่สูงขึ้น ทั้งนี้ ไทยพึ่งการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์เป็นหลัก (กากถั่วเหลือง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์) คิดเป็นสัดส่วนไม่ต่ำกว่า 60% ของปริมาณความต้องการใช้ในประเทศ ส่งผลให้ไทยมีต้นทุนการผลิตสูง ราคาผลิตภัณฑ์ไก่จึงสูงกว่าคู่แข่ง (รูปที่ 4) ทั้งในผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งและผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูป

รูปที่ 3 อัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ของการส่งออกไก่ของไทย มีแนวโน้มปรับลดลงเทียบกับอดีต



รูปที่ 4 ราคาต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ไก่ไทยสูงกว่าคู่แข่ง



ขณะที่คู่แข่งอย่าง สหรัฐฯ บราซิลและจีน มีจุดแข็งจากต้นทุนวัตถุดิบอาหาร สัตว์ที่ต่ำ สามารถผลิตได้เอง มีปริมาณผลผลิตไก่และ Economy of scale จึงทำให้เป็นผู้ผลิตไก่รายสำคัญของโลกที่มีความได้เปรียบด้านราคา (รูปที่ 5)

รูปที่ 5 สหรัฐฯและบราซิล คือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไก่รายสำคัญของโลก และเป็นคู่แข่งรายสำคัญของไทย



ปริมาณการผลิตไก่โลก\*

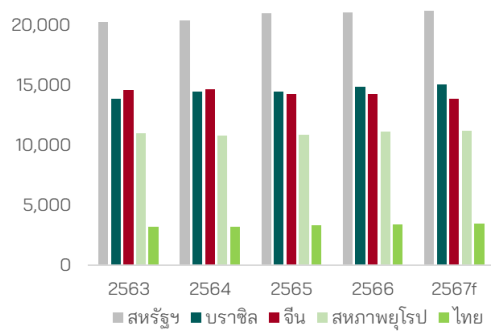


ปริมาณการผลิตตัวเหลืองโลก

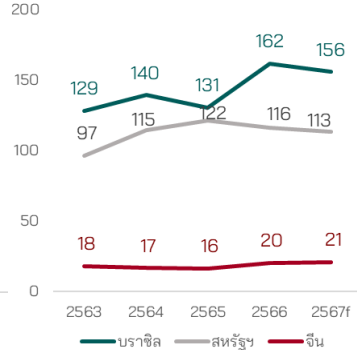


ปริมาณการผลิตข้าวโพดโลก

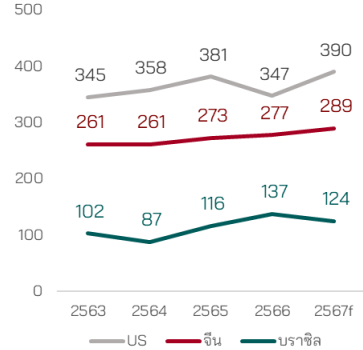
หน่วย: พันตัน



หน่วย: ล้านตัน



หน่วย: ล้านตัน



ที่มา: USDA,OAE รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย  
หมายเหตุ: \* คาดการณ์โดย USDA

- 1) สหรัฐฯ เป็นผู้ผลิตข้าวโพดอันดับ 1 ของโลก และผู้ผลิตตัวเหลืองอันดับ 3 ของโลก
- 2) บราซิล เป็นผู้ผลิตตัวเหลืองอันดับ 1 ของโลก และผู้ผลิตข้าวโพดอันดับ 3 ของโลก

ดังนั้น แม้ว่าคุณภาพผลิตภัณฑ์ไก่ของไทยจะเป็นจุดแข็งสำคัญ แต่ด้วยการแข่งขันด้านราคาที่สูงขึ้น ตลอดจนการออกไปขยายฐานการผลิตในต่างประเทศของผู้ประกอบการไทย เพื่อสร้างรายได้เปรียบด้านการแข่งขัน อาจเป็นข้อจำกัดต่อทิศทางการเติบโตของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่จากฐานการผลิตไทยในอนาคต

**Disclaimers** รายงานวิจัยนี้จัดทำโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย จำกัด (KResearch) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือ ข้อมูลที่เชื่อว่ามีที่น่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่รับผิดชอบต่อผู้ซื้อหรือผู้ขาย เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือสนใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสี่ยงใดๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้า เป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)