

แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงไทย

Industry Analysis and Outlook

No.04 19 กันยายน 2567

- มูลค่าตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยปี 2567 คาดโต 15.8% จากปีก่อน จากปริมาณความต้องการอาหารสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนสัตว์เลี้ยง โดยพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเติบโตคือ กรุงเทพฯ และปริมณฑล เนื่องจากมีจำนวนสัตว์เลี้ยงมากที่สุดและผู้เลี้ยงมีกำลังซื้อ
- มูลค่าการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยปี 2567 คาดโต 19.5% จากปีก่อนที่หดตัว 15.0% จากความต้องการของคู่ค้าหลักที่ทยอยฟื้นตัวจากฐานที่ต่ำ อาทิ สหรัฐฯ อิตาลี ญี่ปุ่น ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันกว่า 50% รวมถึงการส่งออกไปยังตลาดรองที่ขยายตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะอังกฤษและนิวซีแลนด์



เกศินี ศศิธร

เจ้าหน้าที่วิจัยอาวุโส

Kesineee.sa@KasikomResearch.com

ห่วงโซ่อุปทานอาหารสัตว์เลี้ยงไทย

ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงของไทย เป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มขยายตัว ปัจจุบันไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่เป็นฐานการผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงที่ครบวงจร อีกทั้งยังเป็นผู้ส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงอันดับ 4 ของโลก ที่มีความได้เปรียบด้านวัตถุดิบที่ใช้ผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง จากผลพลอยได้ของอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารทะเลแปรรูปที่มีอยู่ในประเทศ เช่น แป้ง ธัญพืช เศษอาหารทะเลและผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ (รูปที่ 1) โดยสัดส่วนตลาดในประเทศคิดเป็น 33% ของมูลค่าตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงทั้งหมดของไทย และอีก 67% เป็นมูลค่าตลาดส่งออก

รูปที่ 1 ห่วงโซ่อุปทานอาหารสัตว์เลี้ยงไทย



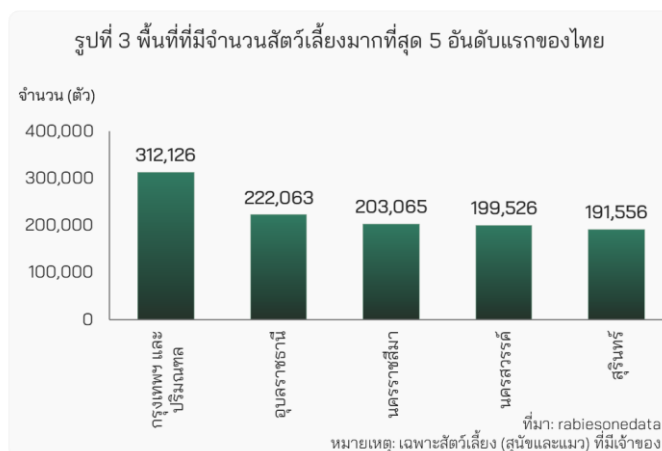
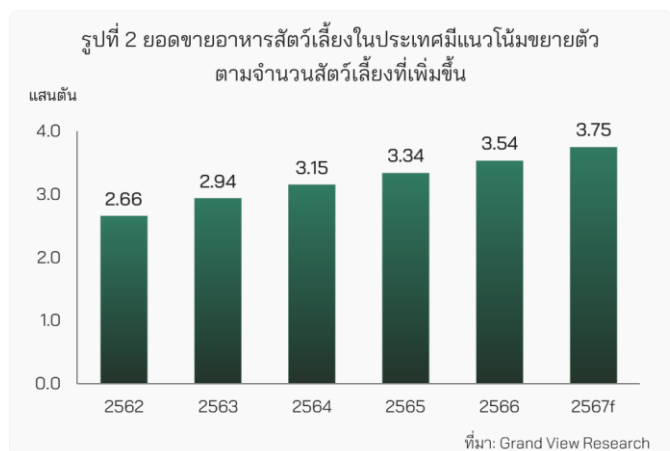
ที่มา: รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

* จำนวนผู้ประกอบการ TSIC 10801 46206, 47897

**จำนวนผู้ส่งออกสินค้าพิกัด HS 2309.10 (ปี 2566)

แนวโน้มตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศ

ปี 2567 คาดว่า ยอดขายอาหารสัตว์เลี้ยงอยู่ที่ประมาณ 3.75 แสนตัน ขยายตัว 5.9% จากปีก่อน ตามจำนวนสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มขึ้น (รูปที่ 2)



จำนวนสัตว์เลี้ยงของไทยโตต่อเนื่อง โดยในปี 2567 คาดว่า สัตว์เลี้ยงที่มีเจ้าของมีอยู่ราว 5.7 ล้านตัว เพิ่มขึ้น 22% แบ่งเป็นสุนัข 3.7 ล้านตัว แมว 2.0 ล้านตัว ส่งผลให้ยอดขายอาหารสัตว์เลี้ยงส่วนใหญ่กว่า 76% จะอยู่ในกลุ่มอาหารสุนัข จากจำนวนสุนัขที่มีมากกว่า

แต่ไปข้างหน้า คาดว่า สัดส่วนยอดขายอาหารแมวน่าจะเพิ่มขึ้น จากความนิยมเลี้ยงแมวที่มีมากขึ้น สะท้อนได้จาก ในช่วงปี 2565-2567 อัตราการเติบโตเฉลี่ยของจำนวนแมวที่เลี้ยงเพิ่มขึ้น 22% ต่อปี ซึ่งสูงกว่าการเพิ่มขึ้นของสุนัขที่ 15% ต่อปี

พื้นที่ศักยภาพในการเติบโตของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง

กรุงเทพฯ และปริมณฑล เป็นพื้นที่ศักยภาพของตลาดอาหารสัตว์เลี้ยง เนื่องจากมีจำนวนสัตว์เลี้ยงมากที่สุดและผู้เลี้ยงมีกำลังซื้อ (รูปที่ 3)

ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงมีโอกาสเติบโต โดยเฉพาะพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งมีสัตว์เลี้ยงอยู่ราว 3.1 แสนตัว คิดเป็น 5% ของจำนวนสัตว์เลี้ยงทั้งหมด อีกทั้งคนในพื้นที่ดังกล่าวมีรายได้เฉลี่ยที่ 35,901 บาท/เดือน ซึ่งสูงกว่ารายได้เฉลี่ยของคนทั้งประเทศที่ 29,030 บาท/เดือน จึงเป็นพื้นที่ศักยภาพในการขยายตลาด เนื่องจากมีกำลังซื้อที่สูงกว่าภูมิภาคอื่น



ดังนั้น จากยอดขายอาหารสัตว์เลี้ยงและจำนวนสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มขึ้น คาดว่า มูลค่าตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศจะอยู่ที่ 41,700 ล้านบาท ในปี 2567 ขยายตัว 15.8% จากปีก่อน (รูปที่ 4) ขณะที่กำไรของธุรกิจคาดว่าจะยังเพิ่มขึ้น สอดคล้องไปกับยอดขายที่โตและต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับลดลง โดยเฉพาะปลาหมึก ที่ปัจจุบันราคาลง 26% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

การแข่งขันของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศ

ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศแข่งขันรุนแรง จากจำนวนผู้เล่นในประเทศที่เพิ่มขึ้น รวมถึงอาหารสัตว์เลี้ยงนำเข้าที่เข้ามาตีตลาดมากขึ้น

ในปี 2566 ผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงมีอยู่ราว 296 ราย ขณะที่ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2567 มีจำนวนนิติบุคคลที่จดทะเบียนจัดตั้งใหม่เพิ่มขึ้นอีก 29 ราย สะท้อนว่า มีผู้เล่นรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงมากขึ้น ซึ่งนอกจากจะเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงแล้ว ยังมีผู้ประกอบการนอกธุรกิจอื่นๆ อาทิ ธุรกิจอาหาร ธุรกิจเอ็นเตอร์เทนเมนท์ ธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอที ฯลฯ ที่เข้ามาลงทุนในธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นด้วย

นอกจากนี้ ยังมีการแข่งขันกับอาหารสัตว์เลี้ยงนำเข้าที่เข้ามาในไทยมากขึ้น สะท้อนจาก อัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ของมูลค่าการนำเข้าอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยปี 2562-2566 อยู่ที่ 6.3%ต่อปี โดยเฉพาะการนำเข้าจากจีน ซึ่งเป็นอันดับ 1 และมีสัดส่วนราว 40%

แนวโน้มการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของไทย

การส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยยังโตโดดเด่น ตามความนิยมเลี้ยงสัตว์ทั่วโลก โดยเฉพาะในสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป ซึ่งเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อและจำนวนสัตว์เลี้ยงมาก (รูปที่ 5)



ปัจจัยที่ทำให้การส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยโต มาจากพฤติกรรมนิยมเลี้ยงสัตว์เสมือนสมาชิกในครอบครัว (Pet Humanization) และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร ทั้งจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น และสภาพสังคมที่มีขนาดครอบครัวเล็กลง เช่น

- **สหรัฐฯ** รายได้เฉลี่ยต่อหัวประชากรสูงราว 81,632 เหรียญสหรัฐฯ อีกทั้งยังมีจำนวนสัตว์เลี้ยงในประเทศสูงถึง 111.6 ล้านตัว สะท้อนถึงมีกำลังซื้อที่พร้อมจะจ่ายเพื่อสัตว์เลี้ยง
- **ญี่ปุ่น** มีสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุ 65 ปีขึ้นไป อยู่เกือบ 30% ของจำนวนประชากรทั้งหมด โดยผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพังมักเลี้ยงสัตว์เลี้ยงไว้เป็นเพื่อน

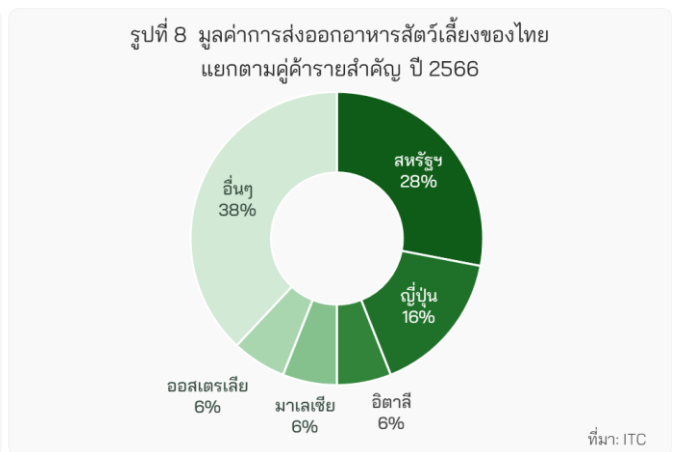
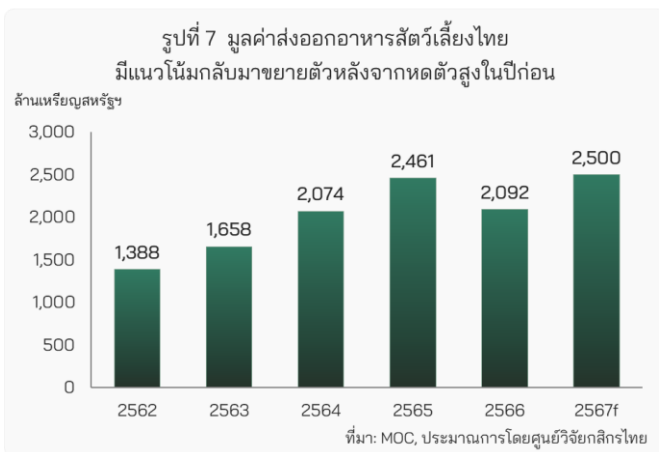
บริการทุกระดับประทับใจ

- **ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์** นิยมเลี้ยงสัตว์มากขึ้นเพื่อเติมเต็มความสุข โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีแนวโน้มบูตซ์หรือไม่แต่งงาน

นอกจากนี้ ในปี 2562-2566 อัตราการนำเข้าอาหารสัตว์เลี้ยงโลกเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ 11% ต่อปี (รูปที่ 6) โดยตลาดที่มีอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าเพิ่มและสูงกว่าค่าเฉลี่ยโลก ส่วนใหญ่เป็นตลาดส่งออกสำคัญของไทย ไม่ว่าจะเป็นสหรัฐฯ สหภาพยุโรป และอาเซียน สะท้อนถึงโอกาสของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยง

ปี 2567 คาดว่า ไทยส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงราว 2,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 19.5% จากปีก่อนที่หดตัว 15.0% (รูปที่ 7)

การส่งออกที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากความต้องการจากตลาดหลัก อาทิ สหรัฐฯ อิตาลี ญี่ปุ่น ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันกว่า 50% ทอยอพื้นตัวจากฐานที่ต่ำ (รูปที่ 8) นอกจากนี้ ยังมีตลาดที่มีศักยภาพอื่นๆ เช่น อังกฤษ ที่จำนวนสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นมากกว่า 3.2 ล้านตัว หลังช่วงโควิด-19 หรือนิวซีแลนด์ จากผลข้อตกลงทางการค้า FTA ไทย-นิวซีแลนด์ ที่ทำให้ภาชนะนำเข้าอาหารสัตว์เลี้ยงเป็น 0% จึงทำให้ยอดการส่งออกไปยังตลาดดังกล่าวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง



การแข่งขันของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงในตลาดส่งออก

การแข่งขันในตลาดส่งออกยังคงมีแนวโน้มรุนแรง โดยเฉพาะกับคู่แข่งที่ได้เปรียบด้านราคาและระยะขนส่งที่ใกล้กับตลาดคู่ค้าสำคัญ

ไทยเจอการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะในตลาดคู่ค้าหลัก เช่น สหรัฐฯ ไทยต้องเจอคู่แข่งที่สำคัญอย่าง เม็กซิโก ที่มีข้อได้เปรียบในเรื่องระยะขนส่งที่ใกล้ หรือญี่ปุ่น ที่ไทยต้องแข่งกับเกาหลีใต้ ซึ่งได้เปรียบด้านราคา สะท้อนได้จากส่วนแบ่งตลาดของเกาหลีใต้ที่ส่งไปญี่ปุ่นปี 2566 เพิ่มขึ้นเท่า 2 เท่าจากปี 2564

ความเสี่ยงของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงไทย

- **ต้นทุนการผลิตยังคงผันผวน** แม้ว่าปัจจุบันต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะวัตถุดิบ อาทิ ปลาหนุ่ ซึ่งมีสัดส่วนกว่า 60% ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด จะปรับลดลง แต่ด้วยสภาพอากาศที่แปรปรวนอาจกระทบกับผลผลิต ทำให้ราคาวัตถุดิบยังคงผันผวนและมีแนวโน้มขยับขึ้นได้

- มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทานที่เข้มงวดขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป เช่น การลดการปล่อยคาร์บอน การตรวจสอบย้อนกลับ รวมถึงมาตรการกีดกันทางการค้ากับการเลือกใช้วัตถุดิบที่อาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำลายสิ่งแวดล้อมหรือไม่เป็นไปตามแนวทางการทำธุรกิจแบบยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน (อาทิ ปลาป่น กากถั่วเหลือง)

ภาคผนวก: ภาพแสดงผู้ประกอบการในห่วงโซ่การผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงไทยที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์

ผู้ผลิตวัตถุดิบต้นน้ำ



TU
ASIAN



BTG CPF
TFG GFPT

ผู้ผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง



AAI CHOTI ITC
LEE PPPM TC

ผู้จัดจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง



RS COM7

ภาพรวมผลประกอบการ*	Sales (%YoY)	914,848 ลบ. (6%)	32,675 ลบ. (-25%)	70,992 ลบ. (10%)
ปี 2566	Operating Profit (%YoY)	34,066 ลบ. (-51%)	2,924 ลบ. (-49%)	5,665 ลบ. (35%)
	Net Income (%YoY)	-16,110 ลบ. (-413%)	2,647 ลบ. (-51%)	4,312 ลบ. (35%)
	ROE	-3.9%	7.6%	39%
ครึ่งแรก ของ ปี 2567	Sales (%YoY)	457,507 ลบ. (0.3%)	17,842 ลบ. (17%)	38,330 ลบ. (13%)
	Operating Profit (%YoY)	33,653 ลบ. (118%)	2,759 ลบ. (174%)	1,871 ลบ. (20%)
	Net Income (%YoY)	15,500 ลบ. (2,627%)	2,557 ลบ. (172%)	1,401 ลบ. (-22%)
	ROE	3.6%	7.2%	13%

* ภาพรวมผลประกอบการอาจจะไม่ได้มีความสัมพันธ์โดยตรงกับอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยง เนื่องจากผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานมักดำเนินธุรกิจและมีผลิตภัณฑ์หลายประเภท

ที่มา: SETSMART

Disclaimers รายงานวิจัยนี้จัดทำโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย จำกัด (KResearch) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือ ข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้รับวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

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)

บริการทุกระดับประทับใจ