

แนวโน้มธุรกิจผลิตภัณฑ์ไก่ของไทย

Industry Analysis and Outlook

No.39 27 มิถุนายน 2568

- ปริมาณการผลิตเนื้อไก่ของไทยปี 2568 คาดอยู่ที่ 3.44 ล้านตัน ขยายตัว 1.3% จากปีก่อน สอดคล้องไปกับปริมาณการบริโภคในประเทศที่คาดว่าจะกลับมาขยายตัว 0.7% โดยมีปัจจัยหนุนมาจากราคาเนื้อสุกรที่เป็นสินค้าทดแทนปรับเพิ่มขึ้น รวมถึงความกังวลเกี่ยวกับโรคระบาดในวัว
- มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทยปี 2568 คาดจะอยู่ที่ 4,445 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โต 3.0% ชะลอลงจากปีก่อนที่ 5.7% จากความต้องการในประเทศคู่ค้าหลักอย่างญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และจีนที่โตช้าลง ตามภาวะเศรษฐกิจ รวมถึงยังต้องแข่งขันด้านราคาเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด



เกศินี ศศิธร

เจ้าหน้าที่วิจัยอาวุโส

Kesineer.sa@KasikornResearch.com



อิศราวดี เหมะ

เจ้าหน้าที่วิจัย

itsarawadee.h@kasikornresearch.com

ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมไก่ของไทย

อุตสาหกรรมไก่ของไทยเป็นฐานการผลิตที่มีกระบวนการผลิตแบบครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำ-ปลายน้ำ เริ่มตั้งแต่ฟาร์มเลี้ยงไก่ โรงงานชำแหละและแปรรูป ไปจนถึงผู้จัดจำหน่าย/ผู้บริโภคไก่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการผลิตไก่ของไทยมีจุดแข็งสำคัญคือ ระบบการผลิตที่ได้มาตรฐานและควบคุมโรคระบาดได้ดี รวมถึงมีกระบวนการผลิตที่ทันสมัย ทั้งนี้ ผลผลิตไก่ที่ผลิตได้ทั้งหมดกว่า 70% ป้อนตลาดในประเทศเป็นหลัก ส่วนอีก 30% ส่งออกไปยังตลาดคู่ค้า ซึ่งไทยเป็นตลาดส่งออกไก่อันดับ 4 ของโลก หรือมีส่วนแบ่งในตลาดส่งออกโลกราว 8% โดยสินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ ไก่สด (แช่เย็น/แช่แข็ง) และไก่แปรรูป (รูปที่ 1)

รูปที่ 1 ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมไก่ของไทย



ที่มา: DBD, MOC รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

หมายเหตุ: ข้อมูลจาก DBD จากงบการเงินปี 2566 และข้อมูลจาก MOC ปี 2567

*จำนวนนิติบุคคล TSIC 01191, 10294, 10802

** จำนวนผู้นำเข้าสินค้าพิกัด HS 23

***จำนวนนิติบุคคล TSIC 01462

****จำนวนนิติบุคคล TSIC 10120, 10131, 10132

***** จำนวนผู้ส่งออกสินค้าพิกัด HS 0207, HS 1602

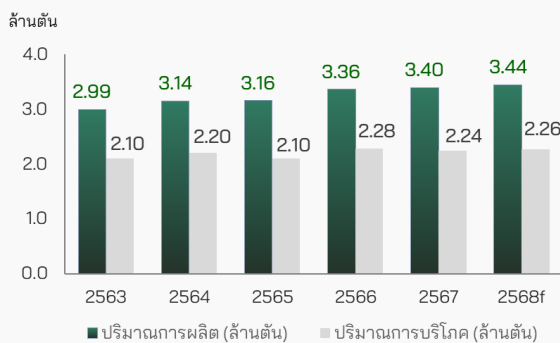
บริการทุกระดับประทับใจ

แนวโน้มธุรกิจผลิตภัณฑ์ไก่ในประเทศ

ปี 2568 คาดว่า ปริมาณการผลิตเนื้อไก่ของไทยจะอยู่ที่ 3.44 ล้านตัน ขยายตัว 1.3% (รูปที่ 2)

ปี 2568 ปริมาณการผลิตและการบริโภคไก่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

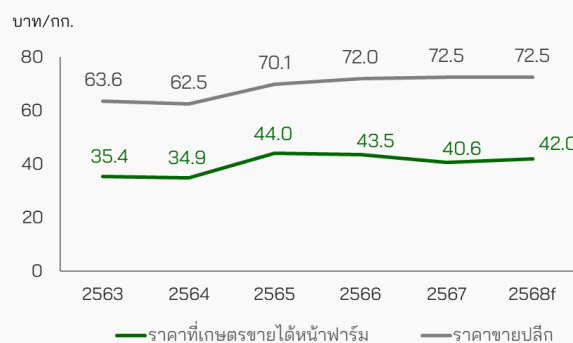
รูปที่ 2 ปริมาณการผลิตและบริโภคไก่ของไทย



ที่มา: OAE ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย

ปี 2568 ราคาไก่มีแนวโน้มขยับขึ้นตามต้นทุนการผลิต

รูปที่ 3 ราคาไก่ที่เกษตรกรขายได้หน้าฟาร์มและราคาขายปลีก*



ที่มา: OAE, DIT ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย
หมายเหตุ: *ราคาขายปลีกไก่ทั้งตัว (รวมเครื่องใน)

ไก่อังเป็นเนื้อสัตว์ที่ผู้บริโภคให้ความนิยมเป็นอันดับ 2 รองจากเนื้อสุกร¹ ทำให้ปริมาณการผลิตสอดคล้องไปกับการต้องการบริโภคในประเทศปีนี้ที่คาดว่าจะกลับมาขยายตัว 0.7% จากปีก่อน เนื่องจากราคาเนื้อสุกรปรับสูงขึ้น รวมถึงความกังวลต่อสถานการณ์โรคระบาดในวัว ส่งผลให้ความต้องการบริโภคเนื้อไก่ที่เป็นสินค้าทดแทนยังคงเติบโต เนื่องจากมีโปรตีนสูง ไขมันต่ำ และราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับเนื้อสัตว์อื่นๆ

ส่วนราคาไก่ที่เกษตรกรขายได้หน้าฟาร์มคาดว่าจะปรับตัวสูงขึ้น 3.5% จากปีก่อน (รูปที่ 3) ตามต้นทุนการผลิตที่ยังทรงตัวสูง ซึ่งแม้วัตถุดิบอาหารสัตว์จะมีทิศทางลดลง แต่ต้นทุนส่วนอื่นๆ มีแนวโน้มขยับขึ้น อาทิ ต้นทุนการจัดการฟาร์มให้ได้มาตรฐานและปลอดภัย รวมถึงค่าสาธารณูปโภคต่างๆ ขณะที่ ราคาขายปลีกขยับขึ้นได้จำกัด เนื่องจากเป็นสินค้าควบคุม ส่งผลให้ผู้ประกอบการยังต้องเน้นเรื่องการบริหารจัดการต้นทุนเพื่อรักษารายได้และอัตรากำไรของธุรกิจ

การแข่งขันของธุรกิจผลิตภัณฑ์ไก่ในประเทศ

ธุรกิจผลิตภัณฑ์ไก่รายใหญ่ยังแข่งขันกันรุนแรงต่อเนื่อง เพื่อครองส่วนแบ่งตลาด

ปัจจุบันมีผู้เล่นในธุรกิจผลิตภัณฑ์ไก่จำนวน 1,252 ราย² (เฉพาะนิติบุคคล) โดยราว 80% เป็นผู้ประกอบการรายย่อย ส่วนอีก 20% เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่และรายกลาง

อย่างไรก็ดี ผลผลิตเนื้อไก่จากฟาร์มเลี้ยงไก่ของเกษตรกรรายย่อย มีสัดส่วนเพียง 10% ของผลผลิตไก่เนื้อทั้งหมด ส่วนอีก 90% มาจากผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ลงทุนแบบครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ทั้งที่เป็นฟาร์มของบริษัทเอง รวมถึงการทำ Contract farming กับเกษตรกรรายย่อย ซึ่งผู้ประกอบการกลุ่มนี้ก็มีการแข่งขันรุนแรงต่อเนื่องทั้งด้านคุณภาพและการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด

¹ คนไทยมีการบริโภคเนื้อสุกรเฉลี่ยที่ 13.0 กก./คน/ปี เนื้อไก่ 11.2 กก./คน/ปี และเนื้อวัวที่ 1.6 กก./คน/ปี อ้างอิงจากข้อมูลของ FAO (ปี 2567)

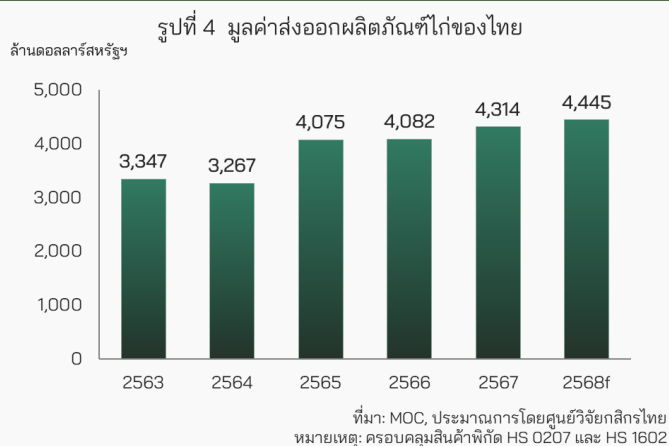
² ครอบคลุมธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ รวมถึงโรงชำแหละและแปรรูป

แนวโน้มการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทย

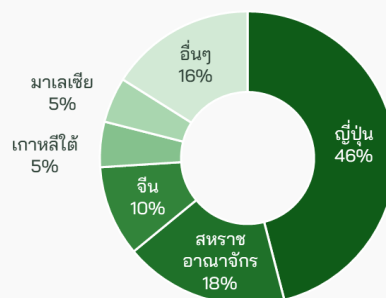
มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทยปี 2568 คาดอยู่ที่ 4,445 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 3.0% แต่ชะลอตัวลงจากปีก่อน ทั้งกลุ่มไก่แปรรูปและไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง (รูปที่ 4)

ปี 2568 คาดมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทยโตชะลอ

ญี่ปุ่นและอังกฤษ ยังเป็นคู่ค้าหลัก ครองส่วนแบ่งตลาดกว่า 64%



รูปที่ 5 มูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทย
แยกตามคู่ค้ารายสำคัญ ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2568



ไก่แปรรูป ส่งออกราว 70% ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ทั้งหมด ปีนี้คาดว่าจะเติบโตได้ราว 3.8% ชะลอตัวจากปีก่อนที่โต 7.7% โดยเป็นผลจากความต้องการในคู่ค้าหลักอย่างญี่ปุ่นและสหราชอาณาจักรที่โตช้าลง (รูปที่ 5)

- **ญี่ปุ่น** แม้การส่งออกไก่แปรรูปจากไทยบางส่วนจะได้านิสงส์จากการระงับนำเข้าไก่จากบราซิลที่มีการระบาดของไข้หวัดนก รวมถึงเผชิญการระบาดในประเทศ แต่ยังมีความเสี่ยงจากการแข่งขันด้านราคารุนแรงกับจีน โดยราคาส่งออกไก่แปรรูปเฉลี่ยของจีนไปญี่ปุ่นในปี 2566-2567 ยังถูกกว่าของไทยราว 13% ส่งผลให้การเติบโตอาจไม่มากนัก
- **สหราชอาณาจักร** แม้จะมีความต้องการบริโภคเพิ่มขึ้น แต่ปริมาณผลผลิตไก่ในประเทศก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยในปี 2568 คาดว่าการผลิตเนื้อสัตว์ปีกในสหราชอาณาจักรจะขยายตัวราว 2-3% ทำให้คำสั่งซื้อจากไทยในปีนี้อาจโตไม่มากเมื่อเทียบกับปีก่อน

ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง ส่งออกราว 30% ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ทั้งหมด ปีนี้คาดว่าจะเติบโตได้ราว 1.3% ชะลอตัวจากปีก่อนที่โต 1.6%

- **จีน** ที่เป็คู่ค้าหลักคาดว่าจะโตต่ำ ตามภาวะเศรษฐกิจจีนที่ยังเผชิญหลายปัจจัยเสี่ยง รวมถึงไทยอาจไม่ได้านิสงส์มากนักจากการที่จีนระงับการนำเข้าไก่สดแช่เย็นแช่แข็งบางส่วนจากบราซิลและสหรัฐฯ ที่มีการระบาดของไข้หวัดนก เนื่องจากผลผลิตไก่ในจีนเพิ่มขึ้น และมีการหันไปนำเข้าจากรัสเซียมากขึ้น สะท้อนจากสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าจากรัสเซียเดิมอยู่ที่ 8% ในปี 2564 สูงขึ้นเป็น 15% ในปี 2567
- **สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์** แม้จะเป็นตลาดใหม่ที่มีส่วนแบ่งในตลาดส่งออกของไทยเพียง 2-3% แต่คาดว่าจะการส่งออกจะยังเติบโต ตามความต้องการไก่ฮาลาลที่เพิ่มขึ้น สะท้อนจากมูลค่าการส่งออกในช่วง 5 เดือนแรกของปีนี้ ที่เพิ่มขึ้นกว่า 5 เท่าเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

นอกจากปัจจัยเฉพาะตัวของคู่ค้าหลักที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกของไทยให้ขยายตัวชะลอลงแล้ว ยังมีปัจจัยเรื่องของค่าเงินบาทที่แกว่งตัวในทิศทางแข็งค่า ซึ่งอาจจะกระทบราคาส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทยให้ปรับสูงขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

การแข่งขันของธุรกิจผลิตภัณฑ์ไก่ในตลาดส่งออก

ผลิตภัณฑ์ไก่ของไทยมีแนวโน้มแข่งขันรุนแรง โดยเฉพาะกับคู่แข่งอย่างบราซิลและจีน ที่ยังมีความได้เปรียบด้านราคา

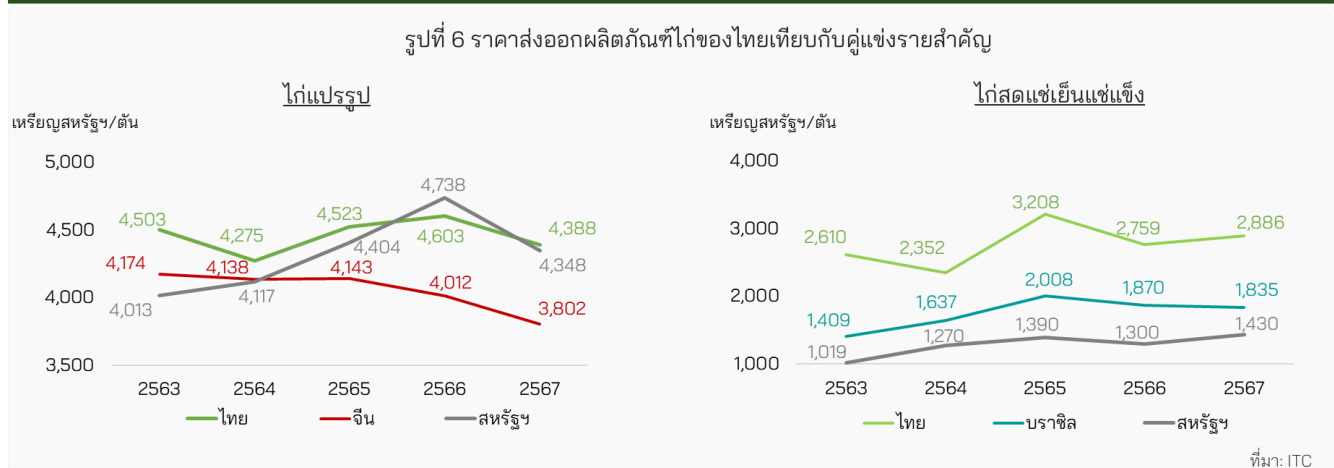
แม้ว่าไทยจะมีจุดแข็งในเรื่องคุณภาพและมาตรฐาน รวมถึงการใช้เทคโนโลยีแปรรูปและพัฒนาสินค้าให้ได้ตามอเดอร์ลูกค้า แต่ก็มีความเสี่ยงจากคู่แข่งรายสำคัญอย่าง สหรัฐฯ บราซิล และจีน ที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่ต่ำ รวมถึงปริมาณการผลิตที่มี Economy of scale

ขณะที่ไทยจำเป็นต้องนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์เป็นหลัก (กากถั่วเหลือง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์) คิดเป็นสัดส่วนไม่ต่ำกว่า 60% ของปริมาณความต้องการใช้ในประเทศ ส่งผลให้ไทยมีต้นทุนการผลิตสูง ราคาผลิตภัณฑ์ไก่จึงสูงกว่าคู่แข่ง (รูปที่ 6)

ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวจะส่งผลกดดันการส่งออกของไทยในช่วง 1-2 ปีข้างหน้า จากการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งในตลาด ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว ทำให้ธุรกิจอาจต้องปรับราคาลดลงมาเพื่อรักษายอดขาย หรือยอมลดอัตรากำไรบางส่วน

นอกจากนี้ การขยายฐานการผลิตภายในอาเซียนของผู้ประกอบการไทย เพื่อสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน ยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลให้การส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทยในระยะต่อไปอาจจะลดลง สะท้อนจากอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ของไทยที่มีแนวโน้มปรับลดลงต่อเนื่อง จากช่วงปี 2558-2562 ที่เติบโตเฉลี่ย 9.0% ลงมาอยู่ที่ 6.5% ในช่วงปี 2563-2567

ราคาต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ไก่ไทยสูงกว่าคู่แข่ง



ความเสี่ยงของธุรกิจผลิตภัณฑ์ไก่ของไทย

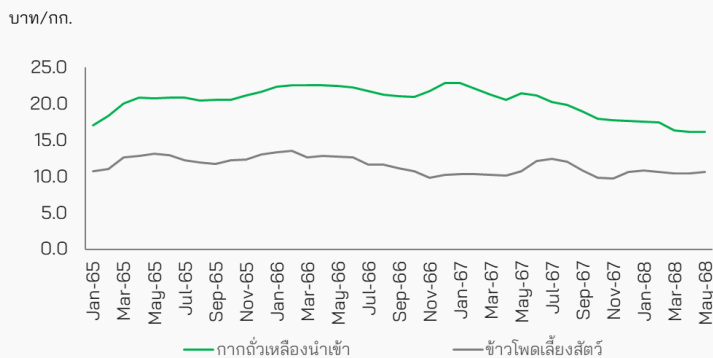
- **ต้นทุนการผลิตยังผันผวน** โดยเฉพาะต้นทุนวัตถุดิบอาหารสัตว์ (รูปที่ 7) ซึ่งมีสัดส่วนราว 60-70% ของต้นทุนการผลิตรวม แต่ไทยยังพึ่งพาการนำเข้าในสัดส่วนที่สูง จึงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของสภาพอากาศและอัตราแลกเปลี่ยน ขณะที่ปัจจัยการผลิตอื่นๆ อาทิ พันธุ์ไก่เนื้อ รวมถึงต้นทุนการจัดการ

บริการทุกระดับประทับใจ

ฟาร์มและสาธารณูปโภค เพื่อให้ได้มาตรฐานด้านความปลอดภัย/โรคระบาด ก็มีแนวโน้มขยับขึ้น ปัจจัยดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่ออัตรากำไรเฉลี่ย (Gross profit margin) ของธุรกิจให้ปรับลดลงจากปัจจุบันที่อยู่ที่ราว 20%-30%

ต้นทุนการผลิตยังผันผวนตามทิศทางราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์

รูปที่ 7 ราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์



ที่มา: DIT

- **อุปสรรคทางการค้าจากทั้งมาตรการทางภาษีและมิใช่ภาษี** อาทิ ผลของสงครามการค้ารอบใหม่ที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง อาจกระทบต่อเศรษฐกิจคู่ค้าหลักให้เติบโตต่ำ และส่งผลกระทบต่อเนืองมายังยอดคำสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ไก่ของไทยให้ลดลง รวมถึงการต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบการส่งออกที่เข้มงวดมากขึ้น เช่น มาตรฐานสุขอนามัยอาหาร (Food safety standards) มาตรฐานด้านสารตกค้างและการใช้ยา มาตรฐานฟาร์มและสวัสดิภาพสัตว์ (Animal welfare) ตลอดจนการปฏิบัติตามเกณฑ์ ESG ที่อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต อาทิ การตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบ และการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ ทำให้ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีการลงทุนในระบบการจัดการและคุณภาพการผลิตเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับคู่ค้า โดยเฉพาะกลุ่มประเทศในฝั่งสหภาพยุโรปและญี่ปุ่น ที่มีแนวโน้มเข้มงวดกับมาตรฐานเหล่านี้
- **การพึ่งพาการส่งออกไปยังตลาดใดตลาดหนึ่งมากเกินไป** โดยไทยพึ่งพาตลาดส่งออกหลักอย่าง ญี่ปุ่นและสหราชอาณาจักรในสัดส่วนที่สูง (มากกว่า 60% ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ทั้งหมด) ซึ่งเป็นตลาดที่มีการแข่งขันรุนแรง ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงด้านการพึ่งพาตลาด จึงควรมองหาโอกาสในการขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่ไปยังตลาดศักยภาพใหม่ๆ อาทิ กลุ่มตะวันออกกลาง นิวซีแลนด์ แคนาดา เป็นต้น

ภาคผนวก: ภาพแสดงผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานการผลิตไก่ไก่ที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์



ผลิตภัณฑ์ไก่

CPF

BTG

TFG

GFPT

FM

CFARM

ภาพรวมผลประกอบการ* ปี 2567	Sales (%YoY)	787,130 ลบ. (2%)
	Operating Profit (%YoY)	64,482 ลบ. (152%)
	Net Income (%YoY)	30,630 ลบ. (1,100%)
	ROE	9%
ไตรมาส 1 ปี 2568	Sales (%YoY)	198,673 ลบ. (5%)
	Operating Profit (%YoY)	24,982 ลบ. (158%)
	Net Income (%YoY)	14,429 ลบ. (555%)
	ROE	4%

* ภาพรวมผลประกอบการอาจจะไม่ได้มีความสัมพันธ์โดยตรงกับธุรกิจผลิตไก่ไก่ทั้งหมด เนื่องจากผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานมักดำเนินธุรกิจและมีผลิตภัณฑ์หลายประเภท

ที่มา: SETSMART

Disclaimers รายงานวิจัยนี้จัดทำโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (KResearch) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือ ข้อมูลที่เชื่อว่ามีที่น่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

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

บริการทุกระดับประทับใจ