

ไก่เนื้อหอม กระตุ้นการส่งออกไทย

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า ได้ติดตามสถานการณ์และแนวโน้มการค้าสินค้าเนื้อไก่ พบว่า ในปี 2568 คาดการณ์ว่าปริมาณการส่งออกเนื้อไก่โลกจะเพิ่มสูงที่สุดในประวัติศาสตร์ โดยจะเติบโต 2% อยู่ที่ 13.8 ล้านตัน สำหรับไทยซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกเนื้อไก่รายใหญ่ของโลก ก็จะมีการส่งออกเนื้อไก่เพิ่มขึ้นเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ต้องเฝ้าระวังการขยายการส่งออกของบราซิล ซึ่งเป็นผู้ส่งออกเนื้อไก่อันดับที่ 1 ของโลก ที่อาจส่งผลกระทบต่อส่งออกของไทย

สนค. ได้ศึกษาข้อมูลรายงานสถานการณ์ตลาดสินค้าสัตว์ปีก ของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (USDA)¹ พบว่า ปี 2568 การผลิตเนื้อไก่ทั่วโลกคาดว่าจะเพิ่มขึ้นประมาณ 2% หรือประมาณ 104.9 ล้านตัน (ปี 2567 มีการผลิตประมาณ 103.0 ล้านตัน) โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากราคาอาหารสัตว์ที่ปรับตัวลดลงเล็กน้อย และความต้องการผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ รวมทั้งเงินที่จะมีการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างมาก ซึ่งจะทำให้จีนกลับมาเป็นผู้ผลิตเนื้อไก่อันดับที่ 1 ของโลกอีกครั้ง (จีนเคยเป็นผู้ผลิตเนื้อไก่อันดับที่ 1 ของโลก และถูกบราซิลแซงในปี 2565)

สำหรับการส่งออกเนื้อไก่โลกปี 2568 จะเติบโตที่ 2% อยู่ที่ 13.8 ล้านตัน (ปี 2567 มีการส่งออกประมาณ 13.6 ล้านตัน) ซึ่งเพิ่มสูงที่สุดเป็นประวัติศาสตร์ จากความต้องการบริโภคเนื้อไก่เพิ่มขึ้น โดยไก่เป็นโปรตีนราคาถูกที่ดึงดูดผู้บริโภครายได้ปานกลาง รวมทั้งการสนับสนุนจากซัพพลายเออร์ผู้ผลิตเนื้อไก่รายใหญ่ของโลก โดยเฉพาะการขยายการส่งออกของบราซิล ทำให้ส่วนแบ่งการส่งออกของบราซิลขยายตัวต่อเนื่อง และกระทบต่อการส่งออกเนื้อไก่ของยุโรปและสหรัฐฯ โดยเฉพาะในตลาดนำเข้า ได้แก่ เม็กซิโก ซาอุดีอาระเบีย สิงคโปร์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และสหราชอาณาจักร ซึ่งบราซิลสามารถแข่งขันกับซัพพลายเออร์อื่นในด้านราคา และมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ทำให้คาดว่าในอนาคตบราซิลอาจแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของผู้ส่งออกเนื้อไก่รายอื่น ๆ อาทิ สหรัฐฯ ได้เพิ่มขึ้น

การส่งออกเนื้อไก่ของโลกในปี 2568 มีปัจจัยสนับสนุนได้แก่ (1) การควบคุมโรคระบาด บราซิลคงสถานะปลอดโรคไข้หวัดนกชนิดรุนแรง (Highly Pathogenic Avian Influenza: HPAI) การระบาดจำกัดอยู่เฉพาะนกป่าและไม่มีการระบาดเชิงพาณิชย์ จึงไม่ส่งผลกระทบต่อผลิตและการค้า เช่นเดียวกับไทยที่ไม่พบการระบาดเชิงพาณิชย์ตั้งแต่ปี 2552 รวมทั้งการควบคุมการระบาดของโรค HPAI ของสหภาพยุโรป จะช่วยสนับสนุนการส่งออกเนื้อไก่ของโลกไปยังตลาดต่าง ๆ (2) การมุ่งผลิตเพื่อส่งออก บราซิลและไทยมีสัดส่วนการผลิตเพื่อส่งออกมากกว่าเพื่อตลาดภายในประเทศ แตกต่างจากยุโรปและสหรัฐฯ ทำให้บราซิลและไทยสามารถเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้นำเข้า เช่น ไก่ทั้งตัว เนื้อถอดกระดูก เนื้ออก ผลิตภัณฑ์ปรุงแต่ง เป็นต้น และ (3) ต้นทุนการผลิต บราซิลเป็นผู้ผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และกากถั่วเหลืองรายใหญ่ มีความได้เปรียบด้านต้นทุนอาหารสัตว์ที่ต่ำกว่า

ไทยมีการส่งออกสินค้าไก่ ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2567 (ม.ค. – ต.ค.) มูลค่ารวม 3,592.5 ล้านเหรียญสหรัฐ (126,976 ล้านบาท) ขยายตัว 4.9%² โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการส่งออกไก่ปรุงสุกไปตลาดสหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร ทั้งนี้ การส่งออกสินค้าไก่ของไทยประกอบด้วย

¹ <https://fas.usda.gov/data/livestock-and-poultry-world-markets-and-trade-10112024>

² ที่มา ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์

1) **ไม้สัดแช่เย็นแช่แข็ง** มูลค่าส่งออก 1,131.3 ล้านเหรียญสหรัฐ (39,967 ล้านบาท) หดตัว 0.2% ตลาดส่งออกสำคัญได้แก่ (1) ญี่ปุ่น (สัดส่วน 36.85% ของมูลค่าส่งออกไม้สัดแช่เย็นแช่แข็งของไทย) (2) จีน (สัดส่วน 32.39%) (3) มาเลเซีย (สัดส่วน 14.37%) (4) เกาหลีใต้ (สัดส่วน 4.37%) และ (5) ฮ่องกง (สัดส่วน 3.13%)

2) **ไม้แปรรูป** มูลค่าส่งออก 2,461.2 ล้านเหรียญสหรัฐ (87,009 ล้านบาท) ขยายตัว 7.4% ตลาดส่งออกสำคัญได้แก่ (1) ญี่ปุ่น (สัดส่วน 47.58% ของมูลค่าส่งออกไม้แปรรูปของไทย) (2) สหราชอาณาจักร (สัดส่วน 27.21%) (3) เนเธอร์แลนด์ (สัดส่วน 6.13%) (4) เกาหลีใต้ (สัดส่วน 4.47%) และ (5) สิงคโปร์ (สัดส่วน 4.24%)

ผอ. สนค. กล่าวทิ้งท้ายว่า ในปี 2568 การส่งออกเนื้อไม้ของโลกและไทยมีแนวโน้มขยายตัวได้ดี และประเทศผู้ส่งออกเนื้อไม้รายใหญ่อื่น ๆ เช่น บราซิล สหภาพยุโรป ก็มีแนวโน้มขยายตัวดีเช่นกัน ซึ่งไทยเป็นผู้ส่งออกไม้แปรรูป (พิกัดศุลกากร 160232)³ อันดับที่ 1 ของโลกมาอย่างยาวนาน เคยมีสัดส่วนสูงถึง 30% ของมูลค่าการส่งออกไม้แปรรูปของโลก สำหรับปี 2566 ไทยมีสัดส่วนอยู่ที่ 25.8% ของมูลค่าการส่งออกไม้แปรรูปของโลก รองลงมา คือ จีน (สัดส่วน 11.0%) เยอรมนี (สัดส่วน 9.3%) โปแลนด์ (สัดส่วน 8.9%) และเนเธอร์แลนด์ (สัดส่วน 8.6%) ตามลำดับ ดังนั้น ไทยต้องรักษาความสามารถทางการแข่งขัน รักษาส่วนแบ่งตลาด และขยายตลาดส่งออกใหม่ ๆ โดยต้องควบคุมการแพร่ระบาดของโรคต่าง ๆ อย่างเข้มงวด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับประเทศคู่ค้า ดูแลต้นทุนการเลี้ยงไม้ของไทยให้เหมาะสมเพื่อสินค้าไทยแข่งขันได้ ตลอดจนนำเสนอผลิตภัณฑ์เนื้อไม้ที่หลากหลายและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
2 ธันวาคม 2567

³ ที่มา Trademap.org