

การสร้างเสถียรภาพ และความเข้มแข็งทางการค้า โคเนื้อและโคนมของไทย

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย



การสร้างเสถียรภาพ และความเข้มแข็งทางการค้า โคเนื้อและโคนมของไทย

ชื่อผู้แต่ง	สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ และมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย
พิมพ์ครั้งแรก	กันยายน พุทธศักราช 2568 จำนวน 330 เล่ม
จำนวนหน้า	60 หน้า
จัดพิมพ์โดย	สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ 563 ถนนนนทบุรี อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000 โทรศัพท์ 02-507-7895, 02-507-7907 E-mail: agri.indus.tps@gmail.com Facebook: https://www.facebook.com/TPSO.MOC Website: http://www.tps.go.th
ISBN	978-616-7722-69-6
พิมพ์ที่	บริษัท กู๊ดเฮด พรินท์ติ้ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง กรุ๊ป จำกัด 6/1 ซอยเสรีไทย 58 แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร 10510 โทรศัพท์ 02-126-7042
รายชื่อผู้แต่ง	วิศาล บุปผเวส, สันติ ชัยศรีสวัสดิ์สุข, ขนิษฐา ปะกีนาทัง และวราภรณ์ มนูญสัมฤทธิ์

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า.

การสร้างเสถียรภาพ และความเข้มแข็งทางการค้า โคเนื้อและโคนมของไทย.-- นนทบุรี :

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์, 2568

60 หน้า.

1. โคเนื้อ. 2. โคนม. I. มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, ผู้แต่งร่วม. II. ชื่อเรื่อง.

636.23

ISBN 978-616-7722-69-6

สารบัญ

รายการ

หน้า

1

บทนำ

4

2

โคเนื้อและผลิตภัณฑ์

5

สถานการณ์การผลิตโคเนื้อของโลก

6

สถานการณ์การผลิตโคเนื้อของไทย

8

ห่วงโซ่อุปทานโคเนื้อและผลิตภัณฑ์

12

ต้นทุนการผลิตโคขุน

14

ราคาที่เกษตรกรขายได้

15

สถานการณ์การค้าภายในประเทศและระหว่างประเทศ

18

SWOT โคเนื้อและผลิตภัณฑ์ของไทย

23

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

28

3

โคนมและผลิตภัณฑ์นม

31

สถานการณ์การผลิตโคนมและน้ำนมดิบของโลก

31

สถานการณ์การผลิตโคนมและน้ำนมดิบของไทย

33

ห่วงโซ่อุปทานโคนมและผลิตภัณฑ์นม

37

ต้นทุนน้ำนมดิบของไทย

39

ราคาที่เกษตรกรขายได้

40

สถานการณ์การค้าภายในประเทศและระหว่างประเทศ

41

SWOT โคนมและผลิตภัณฑ์นมของไทย

45

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

50

4

ความยั่งยืนและมาตรการการค้าระหว่างประเทศ

53

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การค้าสินค้าปศุสัตว์ของโลกและของไทยมีการเปลี่ยนแปลงและเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม และความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ไทยยังเผชิญกับข้อจำกัดสำคัญ อาทิ ต้นทุนการผลิตที่สูง การแข่งขันจากการนำเข้าจากต่างประเทศ และแรงกดดันจากการเปิดเสรีทางการค้า โดยเฉพาะโคเนื้อที่ประสบปัญหาโรคปากและเท้าเปื่อยในระดับอุตสาหกรรม ขณะที่โคนม มีต้นทุนการผลิตสูง ทำให้ฟาร์มรายย่อยทยอยออกจากระบบ และไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ ส่งผลให้ทั้งสองอุตสาหกรรมยังขาดเสถียรภาพและความเข้มแข็งในระยะยาว เพื่อรับมือกับความท้าทายดังกล่าว สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) จึงได้ดำเนินโครงการศึกษาเพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการสร้างเสถียรภาพและความเข้มแข็งทางการค้าสินค้าปศุสัตว์ (โคเนื้อและโคนม) โดยมุ่งวิเคราะห์สถานการณ์เชิงลึก จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ตลอดจนห่วงโซ่อุปทานของสินค้า เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ วิชากิจชุมชน และเกษตรกรสามารถนำไปใช้ประโยชน์ ในการยกระดับอุตสาหกรรมโคเนื้อและโคนมไทยให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป



“อุตสาหกรรมโคเนื้อไทย เส้าหลักเศรษฐกิจชุมชน และความมั่นคงทางอาหารของประเทศ”



สร้างงาน สร้างรายได้



เสริมความมั่นคงครัวเรือน
เกษตรกร



กระจายรายได้สู่ชุมชน

อุตสาหกรรมโคเนื้อมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ทั้งการจ้างงาน การสร้างรายได้ โดยเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นรายย่อยที่พึ่งพาการเลี้ยงโคเนื้อเป็นทั้งรายได้หลักและเสริม ช่วยให้ครัวเรือนเกษตรกรมีความมั่นคง มีการกระจายรายได้สู่ชุมชน และส่งผลให้เศรษฐกิจท้องถิ่นเติบโต

โคเนื้อยังเป็นแหล่งโปรตีนคุณภาพที่สำคัญต่อความมั่นคงทางอาหารของประเทศ และมีบทบาทในห่วงโซ่อาหารทั้งเพื่อการบริโภคภายในประเทศและการส่งออก

อย่างไรก็ดี อุตสาหกรรมโคเนื้อไทยยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม มาตรฐานความปลอดภัยอาหารที่เข้มงวด รวมถึงแรงกดดันจากการเปิดเสรีทางการค้า นอกจากนี้ ต้นทุนการผลิตที่สูง ราคาผลผลิตที่ผันผวนและตกต่ำ ประสิทธิภาพการผลิตที่ยังไม่สามารถแข่งขันได้ โครงสร้างพื้นฐานที่ยังมีข้อจำกัด การลักลอบนำเข้า ตลอดจนความเสี่ยงจากโรคระบาดในสัตว์

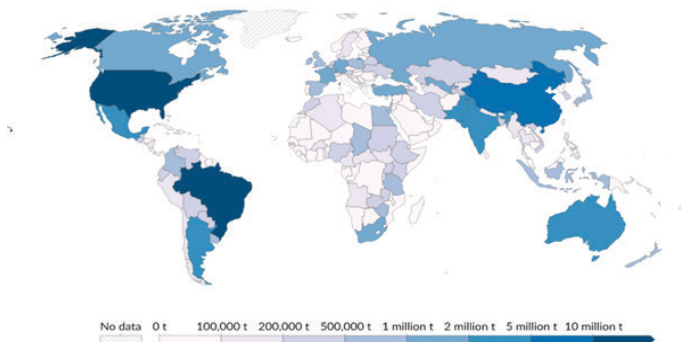
การศึกษาสถานการณ์จึงมีความจำเป็นเพื่อวิเคราะห์ จุดแข็ง-จุดอ่อน-โอกาส-และอุปสรรคตลอดห่วงโซ่อุปทาน และนำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันและพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อไทยอย่างยั่งยืน



สถานการณ์การผลิตโคเนื้อของโลก

Beef production, 2023

Our World
in Data



Data source: Food and Agriculture Organization of the United Nations (2025)

OurWorldinData.org/meat-production | CC BY

Note: Beef and buffalo (cattle) meat production from both commercial and farm slaughter. Data are given in terms of dressed carcass weight, excluding offal and slaughter fats.

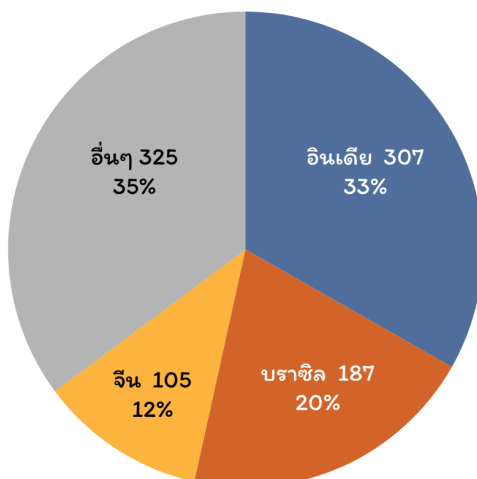
ปัจจุบัน 🌐 โลกมีโคเนื้อกว่า 923 ล้านตัว 🐮

🇮🇳: อินเดียมีโคเนื้อมากที่สุดในโลก 307 ล้านตัว แต่ไม่ได้เป็นผู้นำด้านการผลิตเนื้อโค เนื่องจากข้อจำกัดทางศาสนาและวัฒนธรรมการบริโภค

🇮🇪: บราซิล ผลิตและส่งออกมาก

🇨🇳: จีน ผลิตมากแต่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภค จึงยังจำเป็นต้องนำเข้า
ดังนั้น ประเทศที่มีโคเนื้อ มาก ก็อาจไม่ส่งออกหรืออาจไม่พอบริโภคในประเทศ

จำนวนประชากรโคของโลก เมษายน 2568
(ล้านตัว)



🥩 โลกผลิตเนื้อโค 61.55 ล้านตัน (เม.ย. 2568) 📊

🇺🇸: สหรัฐฯ ครองแชมป์ 12.16 ล้านตัน

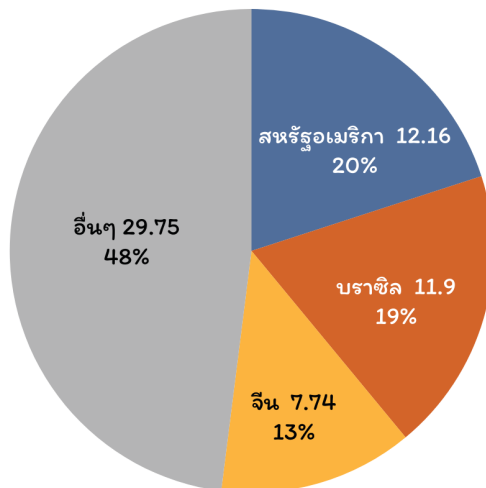
🇧🇷: บราซิล ตามติด 11.90 ล้านตัน

🇨🇳: จีน 7.74 ล้านตัน

🌐 ผลผลิตทั้ง 3 ประเทศรวมกันกว่า 52% หรือเกินกว่าครึ่งหนึ่งของผลผลิตเนื้อโคโลก

🇹🇭: ไทย 0.22 ล้านตัน ถือเป็นรายย่อยของโลก

ปริมาณการผลิตเนื้อโคของโลก เมษายน 2568
(ล้านตันน้ำหนักซาก)



ที่มา: Livestock and Poultry, World Markets and Trade. USDA Foreign Agricultural Service, April 2025



สถานการณ์การผลิตโคเนื้อของไทย

พันธุ์โคเนื้อในประเทศไทยมีอะไรบ้าง กรมปศุสัตว์ แบ่งพันธุ์โคเนื้อออกเป็น 4 พันธุ์ ได้แก่

1. โคพื้นเมือง - โคไทยรูปร่างเล็ก แข็งแรง ทนร้อน ทนโรค กินพืชหญ้าคุณภาพต่ำได้ เหมาะกับเกษตรกรรายย่อย แต่โตช้ากว่าสายพันธุ์ยุโรป เช่น โคขาวลำพูน โคพื้นเมืองอีสาน โคชน โคลาน เป็นต้น

2. โคพันธุ์แท้ - โคสายพันธุ์แท้ที่มีใบรับรอง เช่น บราห์มัน ชาร์โรเลส์ ซิมเมนทาล เป็นโคตัวใหญ่ เนื้อนุ่ม มีไขมันแทรก และคุณภาพซากสูง

3. โคลูกผสม - โคที่เกิดจากการผสมข้ามสายพันธุ์เพื่อปรับปรุงพันธุ์ เช่น พันธุ์ตาก พันธุ์สันกำแพง และพันธุ์กบินทร์บุรี เป็นต้น

4. โคขุน - โคที่เลี้ยงแบบแยกคอก ใช้โคอายุน้อยหรือโคลูกผสม โดยเฉพาะสายเลือดยุโรป ร้อยละ 50 - 62.5 ด้วยการให้อาหารที่มีคุณภาพสูง ทั้งอาหารหยาบ และอาหารข้นในช่วงเวลาหนึ่ง เพื่อเร่งโตและเพิ่มเนื้อในช่วงสั้น ๆ (โดยมาก 4-6 เดือน) เพื่อได้ซากใหญ่ เนื้อนุ่ม และมีลายไขมันแทรก (Marbling)

พันธุ์โคเนื้อที่นิยมเลี้ยงในประเทศไทย



โคพันธุ์ พื้นเมือง



โคพันธุ์ บราห์มัน



โคพันธุ์ ชาร์โรเลส์



โคพันธุ์ ซิมเมนทาล



โคพันธุ์ ตาก



โคพันธุ์ กำแพงแสน



โคพันธุ์ กบินทร์บุรี



โคพันธุ์ อินโดบราซิล

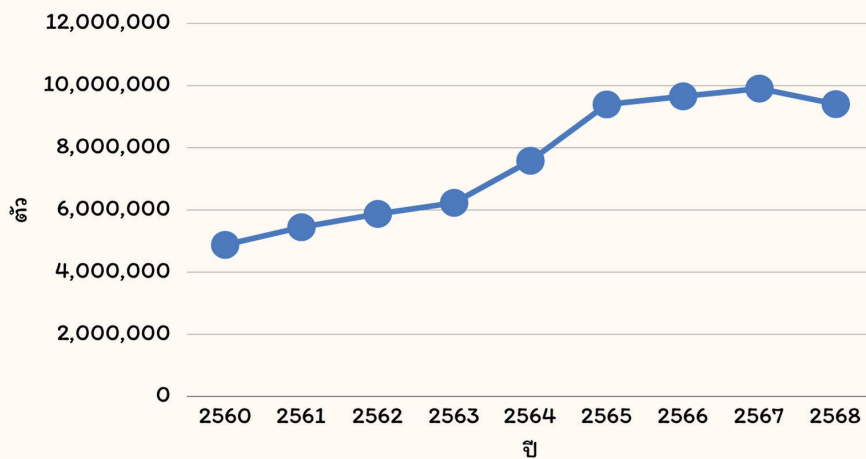
จำนวนประชากรโคเนื้อของไทย

🐮 โคเนื้อไทยพุ่งจาก 4.87 ล้านตัว (2560) ➡ 9.405 ล้านตัว (2568) 📈

🚜 โตเกือบ 2 เท่าในช่วง 8 ปีที่ผ่านมา

💡 เบื้องหลังการเติบโตของจำนวนโคเนื้อ: นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ + ความต้องการบริโภคในประเทศเพิ่มขึ้น

จำนวนประชากรโคเนื้อของไทย ปี 2560 - 2568



2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568*
4,876,200	5,445,300	5,871,800	6,230,100	7,582,400	9,394,100	9,655,300	9,904,000	9,405,000

หมายเหตุ: *ข้อมูล ณ มิถุนายน 2568

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กลุ่มสารสนเทศและข้อมูลสถิติ กรมปศุสัตว์

การผลิตและการบริโภคเนื้อโคของไทย



การผลิตเนื้อโคไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง!

ปี 2563 ผลิต 0.207 ล้านตัน → คาดว่าปี 2568 จะถึง 0.224 ล้านตัน

บริโภคเพิ่มจาก 0.240 ล้านตัน → คาดว่าปี 2568 จะถึง 0.270 ล้านตัน



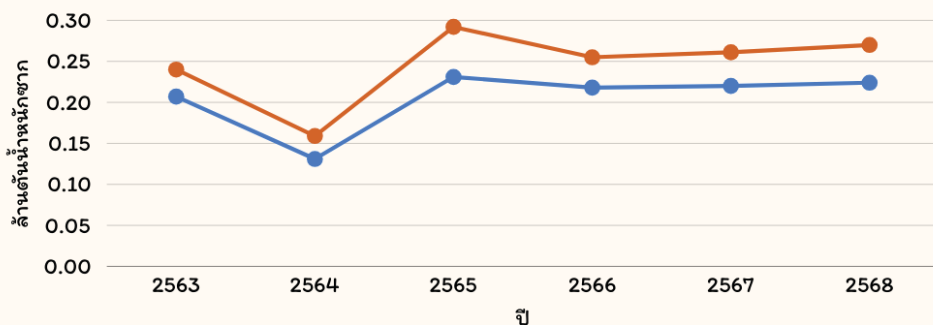
ปี 2563-2564 สะดุด! โควิด-19 + ต้นทุนอาหารสัตว์สูง + ภัยแล้ง

ทำให้เกษตรกรลดการเลี้ยงลง



หลังปี 2565 การผลิตและการบริโภคกลับมาโตอย่างต่อเนื่อง

ปริมาณการผลิตและการบริโภคเนื้อโคของไทย ปี 2563 - 2568



● การผลิต
● การบริโภค

	2563	2564	2565	2566	2567*	2568**
การผลิต	0.207	0.131	0.231	0.218	0.220	0.224
การบริโภค	0.240	0.159	0.292	0.255	0.261	0.270

หมายเหตุ: *ประมาณการ **คาดคะเน

ที่มา: สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม 2559 - 2568 สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

จำนวนโคเนื้อ จำแนกตามสายพันธุ์



โคเนื้อไทย 9.405 ล้านตัว (ม.ย. 2568)



โคลูกผสม 59% | โคพื้นเมือง 33% | โคขุน 7% | โคพันธุ์แท้ 1%



โคลูกผสม+พื้นเมือง = 92% → เกษตรกรผู้เลี้ยงเป็นรายย่อย เลี้ยงทิ้งปล่อยธรรมชาติ เน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ



โคขุนแค่ 7% → เข้าสู่ตลาดพรีเมียมได้ไม่มาก เนื่องจากมีปริมาณจำกัด ต้นทุนสูง และแข่งขันกับเนื้อนำเข้า



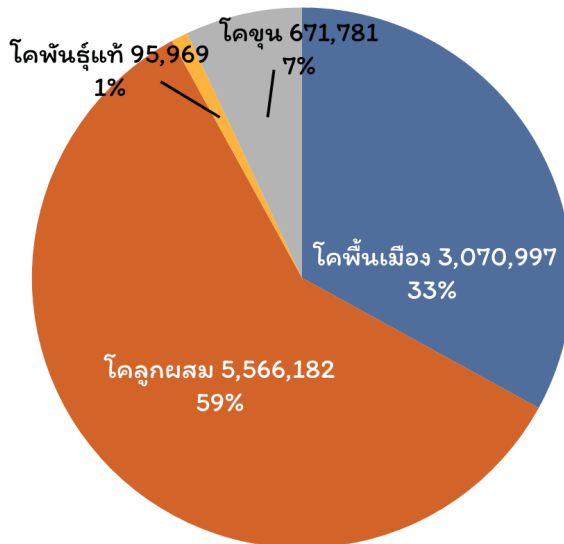
โคพันธุ์แท้เพียง 1% → ส่วนใหญ่เลี้ยงเป็นพ่อแม่พันธุ์ ขาดพื้นฐานพันธุ์กรรมทำให้เนื้อไม่สม่ำเสมอ ต้นทุนสูง



ไทยยังต้องเร่งพัฒนา “พันธุ์+การขุน” หากอยากชิงส่วนแบ่งตลาดเนื้อคุณภาพสูง

ประชากรโคเนื้อ จำแนกตามพันธุ์โค

มิถุนายน 2568



ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กลุ่มสารสนเทศ กรมปศุสัตว์

เมื่อเปรียบเทียบกับการผลิตโคเนื้อโลก พบว่า



โคเนื้อไทย...แค่ 1% ของโลก!

ปี 2568 ไทยมีโคเนื้อเพียง 9.405 ล้านตัว คิดเป็น 1.04% ของโลก

ผลิตเนื้อโคเพียง 0.220 ล้านตัน หรือ 0.36% ของการผลิตโลก

เหตุผล: ส่วนใหญ่ยังเลี้ยงแบบทิ้งปล่อยธรรมชาติ ประสิทธิภาพการผลิตต่ำ และต้นทุนสูง



ถึงเวลาต้องอัปเดต! ยกระดับโคเนื้อไทย สู่เวทีอาเซียนและโลก

จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อของไทย



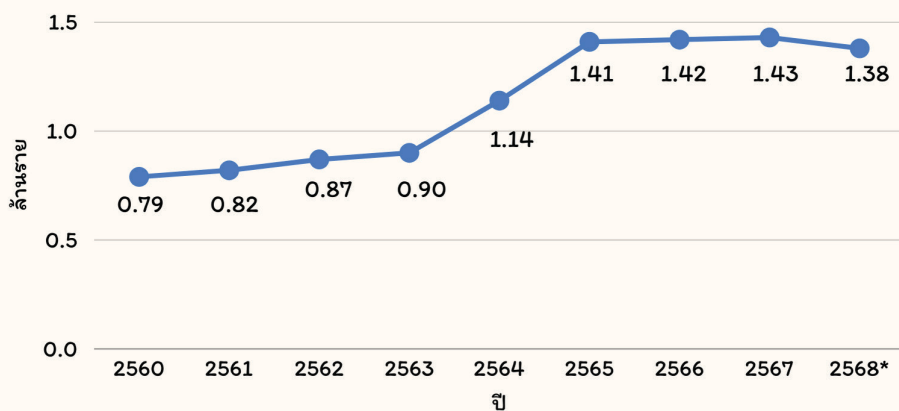
เกษตรกรโคเนื้อไทย หายไปกว่า 50,000 ราย!

ปี 2568 เหลือเพียง 1.38 ล้านราย จาก 1.43 ล้านรายในปีก่อน



สาเหตุหลัก: ต้นทุนอาหารสัตว์พุ่ง โรคระบาดในสัตว์ที่ยากต่อการป้องกันและควบคุม ผลกระทบจากโควิด-19 และสงครามรัสเซีย-ยูเครน ส่งผลให้ราคาวัตถุดิบอาหารปรับตัวสูง และผู้บริโภคหันไปเลือกโปรตีนราคาถูกกว่า เช่น หมู และไก่ เป็นต้น

จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อของไทย ปี 2563 - 2568



หมายเหตุ: *ข้อมูล ณ วันที่ 20 พฤษภาคม 2568

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กลุ่มสารสนเทศและข้อมูลสถิติ กรมปศุสัตว์



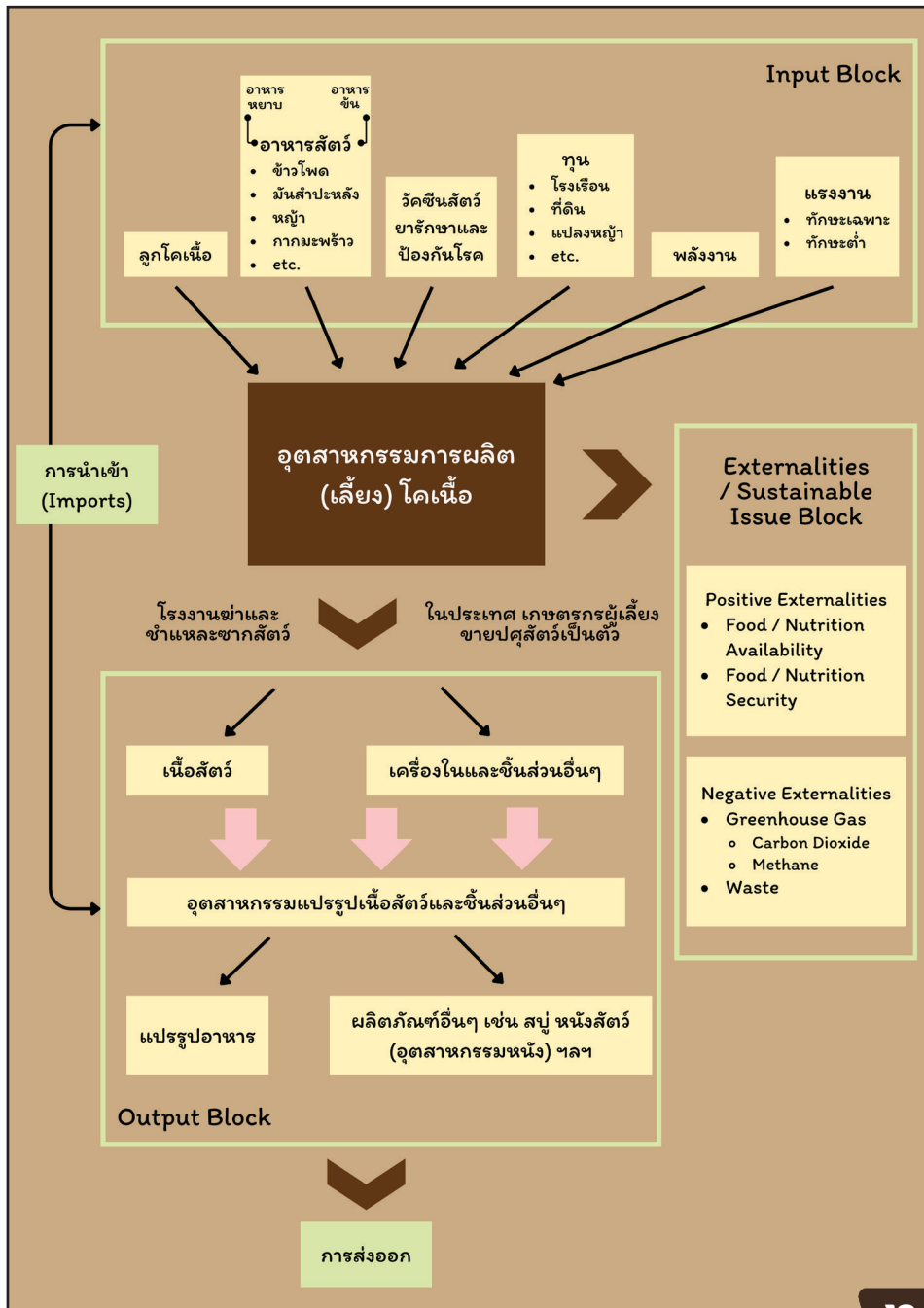
ห่วงโซ่อุปทานโคเนื้อและผลิตภัณฑ์

ต้นน้ำ: จุดเริ่มต้นที่ฟาร์ม! เกษตรกรผู้เลี้ยงเพื่อผลิตลูกโคขุน หรือฟาร์มพ่อพันธุ์ – แม่พันธุ์โค ผู้เลี้ยงลูกโคเพื่อจำหน่าย ผู้เลี้ยงโค และผู้เลี้ยงโคขุน

กลางน้ำ: การเปลี่ยนผ่านที่สำคัญ! โรงฆ่าสัตว์ โรงงานแปรรูป และผู้จัดจำหน่ายคือผู้ขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์เนื้อ

ปลายน้ำ: สู่จานอาหาร! เนื้อโคถึงผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น หนังโค สำหรับอุตสาหกรรมหนังและผลิตภัณฑ์จากหนัง และกระดูกและไขสัตว์ สำหรับเป็นวัตถุดิบผลิตอาหารเสริม

ห่วงโซ่อุปทานโคเนื้อและผลิตภัณฑ์ของไทย





ต้นทุนการผลิตโคขุน

ต้นทุนโคขุนไทย: ต้นทุนสูง เกษตรกรสู้ แต่ยังขาดแรงจูงใจ

ความท้าทายสำคัญของการเลี้ยงโคเนื้อไทยอยู่ที่ ค่าพันธุ์และค่าอาหารสัตว์ ซึ่งเป็นต้นทุนหลักของเกษตรกร โดยเฉพาะการเลี้ยงโคขุน ทั้งการจัดการหาโคเข้าขุนและค่าอาหารข้นและอาหารหยาบตลอดรอบการผลิต ขณะที่ราคาขายโคขุนไม่ได้ปรับตัวเพิ่มขึ้นให้สอดคล้องกับต้นทุน สะท้อนว่าอุตสาหกรรมโคเนื้อไทยกำลังติดอยู่ระหว่าง “ต้นทุนที่สูงขึ้น” และ “ราคาจำหน่ายที่ไม่จูงใจ”

โครงสร้างต้นทุนโคขุนของไทย



ค่าพันธุ์โคที่นำเข้ามาขุน 72% (สัดส่วนมากที่สุด)



อาหารสัตว์ ค่าอาหารข้น 13% และค่าอาหารหยาบ 6%

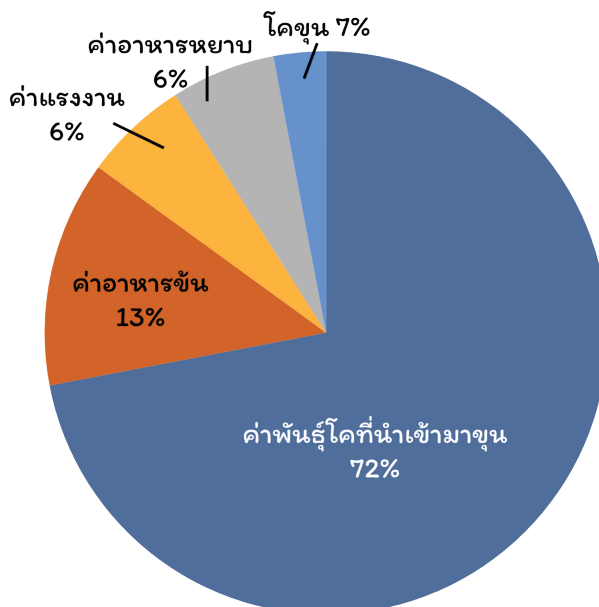


ค่าแรงงาน 6%



ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ 3%

สัดส่วนต้นทุนการผลิตโคขุนของไทย



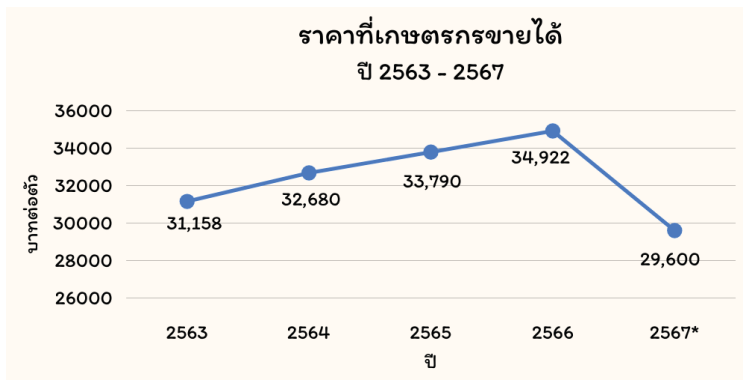


ราคาที่เกษตรกรขายได้

ราคาโคเนื้อลดลงเกือบ 20% ในปี 2567 จากราคาสูงสุดในปี 2565 เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับราคาเนื้อโคที่เกษตรกรขายได้

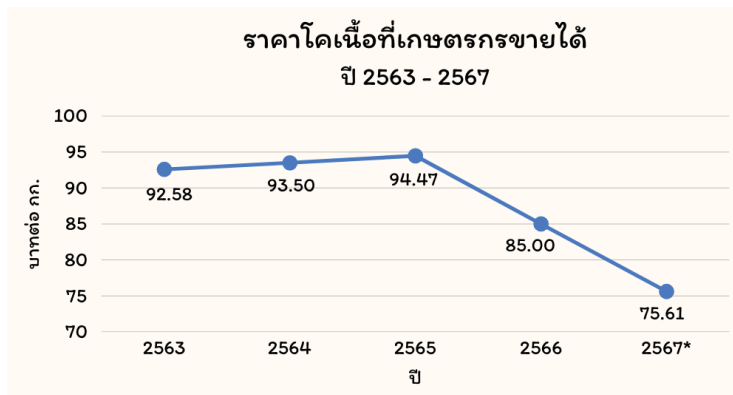
ปัจจัยที่ราคาโคเนื้อตกต่ำมีหลายประการ ได้แก่

- ▶ ต้นทุนการเลี้ยงโคเนื้อสูงขึ้น ทำให้เกษตรกรต้องขายโคเนื้อในราคาต้นทุนเพื่อหลีกเลี่ยงการขาดทุนที่มากขึ้น
- ▶ การเพิ่มปริมาณการเลี้ยงโคเนื้อและการนำเข้าโคข้ามแดนจากประเทศเพื่อนบ้านทั้งแบบถูกกฎหมายและลักลอบ และการนำเข้าเนื้อโคเถื่อนหรือเนื้อมีแหล่งจากต่างประเทศ
- ▶ ไทยประสบปัญหาสารเร่งเนื้อแดง ทำให้ต่างประเทศ เช่น เวียดนาม ระวังการนำเข้าโคขุนจากไทย แม้ปัจจุบันจะส่งออกได้ แต่ก็มีข้อจำกัดด้านกฎระเบียบที่เข้มงวด ส่งผลให้การส่งออกลดลง
- ▶ การนำเข้าจากต่างประเทศมีต้นทุนการผลิตต่ำและคุณภาพดี เช่น ออสเตรเลีย และบราซิล
- ▶ สภาวะเศรษฐกิจไม่ดีในภาพรวม ส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค



หมายเหตุ: *ประมาณการ

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (ราคาโคขนาดน้ำหนัก 350 - 450 กิโลกรัม)

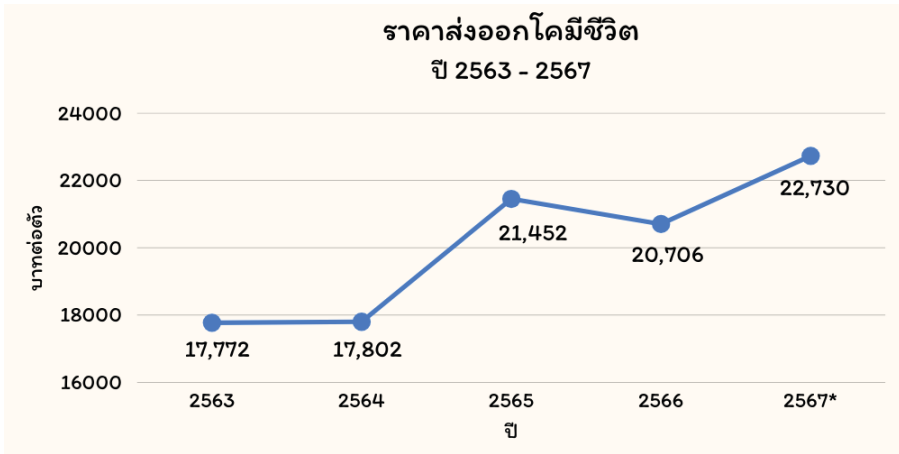


หมายเหตุ: *ประมาณการ

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์

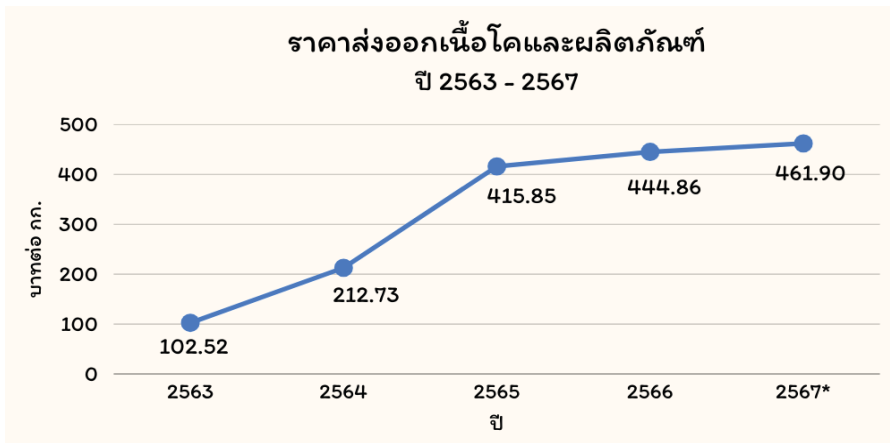
ราคาส่งออก

- ▶ ราคาส่งออกโคมีชีวิตเพิ่มขึ้นเกือบ 10% ในช่วงปี 2567
- ▶ ตลาดเนื้อโคและผลิตภัณฑ์ยังเติบโตได้
- ▶ เป็นโอกาสของไทยในตลาดต่างประเทศ



หมายเหตุ: *ประมาณการ

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (ราคาโคขนาดน้ำหนัก 350 – 450 กิโลกรัม)



หมายเหตุ: *ประมาณการ

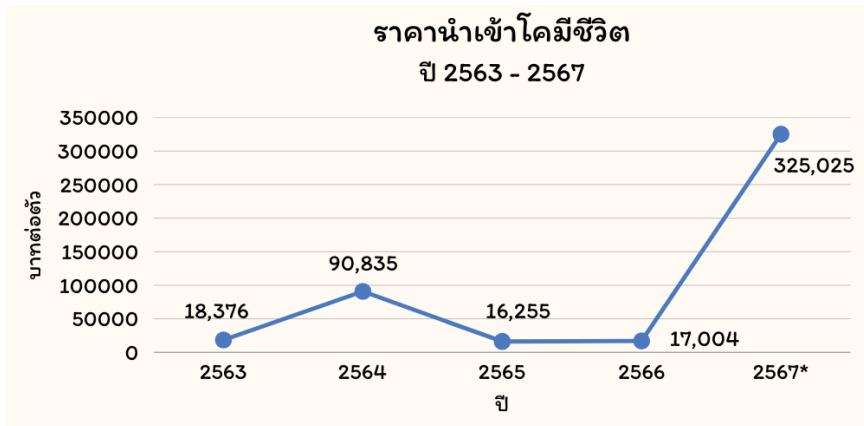
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ราคานำเข้า

นำเข้าเพื่อพันธุ์: ปี 2567 ราคานำเข้าโคพุ่งสูงกว่า 325,000 บาท/ตัว เพราะนำเข้าโคพันธุ์ดี เพื่อพัฒนาสายพันธุ์

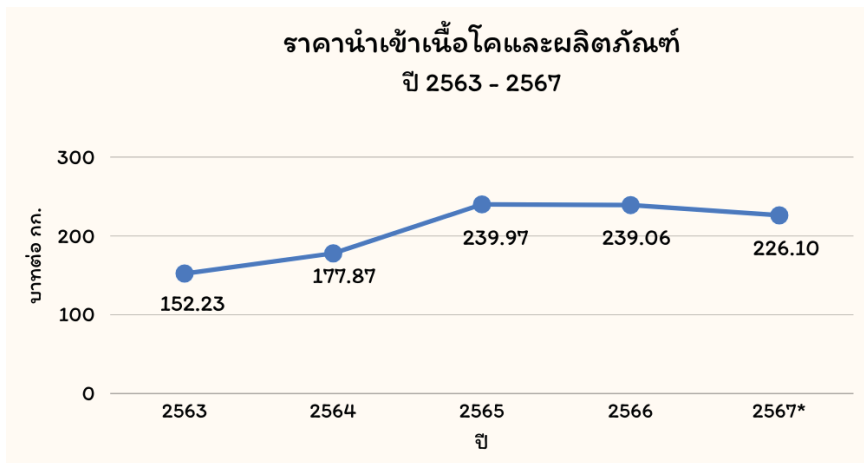
ื่อนำเข้าราคาลด: เนื้อโคจากต่างประเทศมีราคาถูกลงเล็กน้อยกว่า 5%

ราคามีแนวโน้มพุ่งสูง: แม้ราคาจะผันผวน แต่ภาพรวมราคานำเข้าโคและเนื้อยังคงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง



หมายเหตุ: *ประมาณการ **ราคารวมโคสำหรับทำพันธุ์ (ปี 2567 มีการนำเข้าเฉพาะโคสำหรับทำพันธุ์)

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (ราคาโคขนาดน้ำหนัก 350 - 450 กิโลกรัม)



หมายเหตุ: *ประมาณการ

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

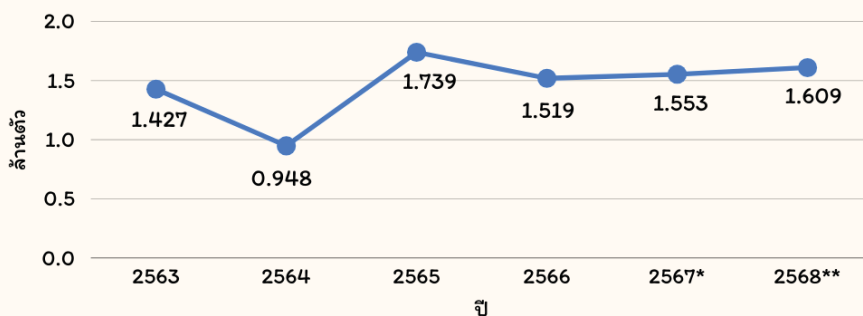


สถานการณ์การค้าภายในประเทศและระหว่างประเทศ

- ▶ คนไทยบริโภคเนื้อโคเพิ่มขึ้น 2.24% ในปี 2567
- ▶ การผลิตในประเทศยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค
- ▶ เทรนด์ใหม่มาแรง: ผู้บริโภคยุคใหม่ใส่ใจในคุณภาพและความปลอดภัยของเนื้อมากขึ้น
- ▶ ดังนั้น ผู้ผลิตต้องปรับตัวเพื่อผลิตเนื้อคุณภาพสูงและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

ปริมาณการบริโภคเนื้อโคของไทย

ปี 2563 - 2568

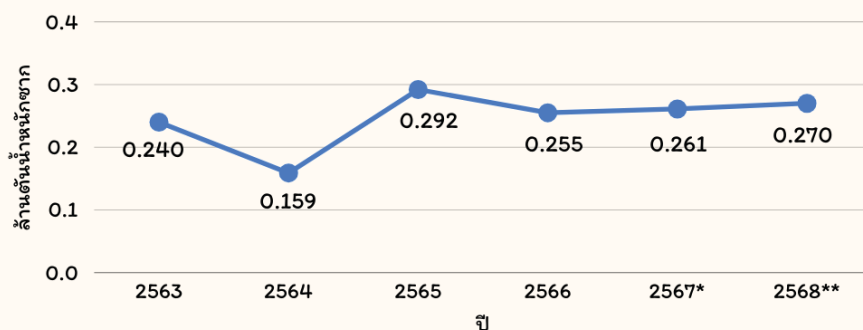


หมายเหตุ: *ประมาณการ **คาดคะเน

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ปริมาณการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์ของไทย

ปี 2563 - 2568



หมายเหตุ: *ประมาณการ **คาดคะเน

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ตลาดการบริโภคเนื้อของไทยยังอยู่ในตลาดล่าง

- เนื้อเขียงยังครองตลาด คนไทยส่วนใหญ่ยังบริโภคเนื้อจากตลาดสดและเขียงชุมชน
- โอกาสของโคขุนในตลาดพรีเมียม (Premium Market): เนื้อโคขุนไทยมีโอกาสเจาะตลาดผู้บริโภคกลุ่มเมืองที่มองหาเนื้อคุณภาพสูง
- แต่ยังมีแรงกดดันจากเนื้อนำเข้า: เนื้อโคขุนนำเข้ายังคงครองตลาดระดับบน ด้วยคุณภาพสม่ำเสมอและการตลาดที่แข็งแกร่ง ผู้บริโภค โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ มองว่าเนื้อนำเข้ามีคุณภาพ รสชาติ และความปลอดภัยที่เหนือกว่า แม้ราคาสูง แต่ยังเป็นที่ต้องการ ส่งผลให้เนื้อโคไทยยังแข่งขันได้ยากในตลาดพรีเมียม
- เนื้อไทยมีคุณภาพดี: แม้สัดส่วนการบริโภคเนื้อไทยจะสูงกว่าเนื้อนำเข้า แต่เนื้อโคขุนไทยยังต้องพัฒนาคุณภาพและสร้างแบรนด์สร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่รู้จัก

ประเภทเนื้อโค	Market Segmentation	สัดส่วนการบริโภค (ร้อยละ)	กลุ่มผู้บริโภค	ช่องทางการจำหน่าย
เนื้อเขียง	ตลาดล่าง Low-tier Market หรือ Economy Market	80	ครัวเรือนทั่วไป, ร้านอาหารท้องถิ่นและร้านอาหารอีสาน	ตลาดสด, ร้านค้าชุมชน
เนื้อโคขุนในประเทศ	ตลาดกลาง Mid-tier Market หรือ Middle Market	15	กลุ่มเมือง, ร้านอาหาร, ร้านอาหารในโรงแรม, ร้านสเต็ก, ร้านปิ้งย่างพรีเมียม, ผู้บริโภคพรีเมียม	Modern trade เช่น Makro Tops และ Lotus's, แบรินด์เนื้อท้องถิ่น
เนื้อโคขุนนำเข้า	ตลาดบน Top-tier Market หรือ Premium Market	5	กลุ่มผู้มีรายได้สูง, ร้านอาหารญี่ปุ่น/สเต็ก, โรงแรมและร้านอาหารหรู	ซูเปอร์มาร์เก็ตพรีเมียม, ร้านค้าออนไลน์

แหล่งส่งออกโคเนื้อมีชีวิต และผลิตภัณฑ์ของไทย

อาเซียน คือ แหล่งส่งออกสำคัญ

- ▶ โคเนื้อชีวิต: อาเซียนเป็นตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ เวียดนาม สปป.ลาว และมาเลเซีย
- ▶ เนื้อโคสดแช่เย็นแช่แข็ง และเนื้อโคแปรรูป: ไทยยังมีการส่งออกน้อย

แหล่งส่งออกโคเนื้อชีวิต เนื้อโคสดแช่เย็นแช่แข็ง และเนื้อโคแปรรูปของไทย ปี 2567

โคมีชีวิต			เนื้อโคสดแช่เย็นแช่แข็ง			เนื้อโคแปรรูป		
ประเทศคู่ค้า	มูลค่า (บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ประเทศ คู่ค้า	มูลค่า (บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ประเทศ คู่ค้า	มูลค่า (บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
เวียดนาม	1,625,767,490	51.45	เมียนมา	90,000	100	ญี่ปุ่น	7,589,615	90.20
สปป. ลาว	882,474,502	27.93	-	-	-	ฮ่องกง	825,000	9.80
มาเลเซีย	637,280,500	20.17	-	-	-	-	-	-
เมียนมา	12,433,100	0.39	-	-	-	-	-	-
อินเดีย	1,260,126	0.04	-	-	-	-	-	-
กัมพูชา	536,000	0.02	-	-	-	-	-	-
รวม	3,159,751,718	100		90,000	100		8,414,615	100

หมายเหตุ: โคเนื้อมีชีวิต ประกอบไปด้วยพิกัดศุลกากร 01022100 01022911 01022919 และ 01022990

เนื้อโค ประกอบไปด้วยพิกัดศุลกากร 02011000 02012000 02013000 02021001 02022000 และ 02023000

เนื้อโคแปรรูป ประกอบไปด้วยพิกัดศุลกากร 02102000 และ 16025000

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

แหล่งนำเข้าโคเนื้อมีชีวิต และผลิตภัณฑ์ของไทย

ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา คือ แหล่งนำเข้าโคเนื้อและเนื้อโคสำคัญของไทย

- ▶ โคมีชีวิต: นำเข้าจากสหรัฐฯ และออสเตรเลียเป็นหลัก เพื่อเป็นพ่อแม่พันธุ์
- ▶ เนื้อโคสดแช่เย็นแช่แข็ง: ออสเตรเลียเป็นแหล่งนำเข้าอันดับหนึ่ง ตามด้วย ญี่ปุ่น และนิวซีแลนด์
- ▶ เนื้อโคแปรรูป: นำเข้าน้อย ส่วนใหญ่นำเข้าจากออสเตรเลีย

แหล่งนำเข้าโคมีชีวิต เนื้อโคสดแช่เย็นแช่แข็ง และเนื้อโคแปรรูปของไทย ปี 2567

โคมีชีวิต			เนื้อโคสดแช่เย็นแช่แข็ง			เนื้อโคแปรรูป		
ประเทศคู่ค้า	มูลค่า (บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ประเทศคู่ค้า	มูลค่า (บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ประเทศคู่ค้า	มูลค่า (บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
สหรัฐอเมริกา	14,722,844	80.04	ออสเตรเลีย	6,650,217,089	73.49	ออสเตรเลีย	64,101,985	93.58
ออสเตรเลีย	3,671,213	19.96	ญี่ปุ่น	1,018,072,139	11.25	บราซิล	2,453,114	3.58
-	-	-	นิวซีแลนด์	722,158,285	7.98	นิวซีแลนด์	1,689,768	2.47
-	-	-	สหรัฐอเมริกา	327,478,807	3.62	สหราชอาณาจักร	233,984	0.34
-	-	-	อาร์เจนตินา	172,161,624	1.9	นอร์เวย์	9,892	0.01
-	-	-	บราซิล	157,593,108	1.74	เกาหลีใต้	6,658	0.01
-	-	-	เนเธอร์แลนด์	677,342	0.01	สหรัฐอเมริกา	1,785	0.00
-	-	-	อุรุกวัย	488,271	0.01	-	-	-
-	-	-	ฝรั่งเศส	195,163	0	-	-	-
-	-	-	สหราชอาณาจักร	132,765	0	-	-	-
-	-	-	สเปน	33,452	0	-	-	-
-	-	-	เดนมาร์ก	365	0	-	-	-
รวม	18,394,057	100		9,049,208,410	100		68,497,186	100

หมายเหตุ: โคเนื้อมีชีวิต ประกอบไปด้วยพิกัดศุลกากร 01022100 01022911 01022919 และ 01022990

เนื้อโค ประกอบไปด้วยพิกัดศุลกากร 02011000 02012000 02013000 02021001 02022000 และ 02023000

เนื้อโคแปรรูป ประกอบไปด้วยพิกัดศุลกากร 02102000 และ 16025000

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์



มาตรการทางภาษีสำหรับการนำเข้าของไทยจากประเทศคู่ค้าสำคัญ

ไทยจัดเก็บภาษีศุลกากรภายใต้กรอบการค้าเสรีต่าง ๆ ดังนี้

- ▶ WTO:
 - โคเนื้อมีชีวิต: 30%
 - เนื้อโคสด แช่เย็นและแช่แข็ง: 50%
- ▶ FTA:
 - อาเซียน: 0% ทุกรายการ
 - ไทย – ออสเตรเลีย: 0% ทุกรายการ
 - ไทย – นิวซีแลนด์: 0% ทุกรายการ
 - ไทย – ญี่ปุ่น: 0% ทุกรายการ
 - อาเซียน - อินเดีย โคมีชีวิตสำหรับทำพันธุ์ 0%, เนื้อโคแปรรูป 5%, โคมีชีวิต เนื้อโคสด แช่เย็นและแช่แข็ง และเครื่องในโค: ไม่ผูกพันการลดภาษี
 - ไทย – อินเดีย: ไม่ผูกพันการลดภาษี





SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats)

โคเนื้อและผลิตภัณฑ์ของไทย

ปัจจัยด้านอุปทาน (Supply Factor Conditions)

จุดแข็ง S

- ใช้แรงงานในครัวเรือนช่วยลดต้นทุนการผลิต
- มีการถ่ายทอดเทคนิคความรู้การเลี้ยงและใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสืบทอดกันมาในครอบครัว
- ภาครัฐ และเกษตรกรมีองค์ความรู้ด้านการปรับปรุงพันธุ์ การคัดเลือกพ่อ - แม่พันธุ์ รวมถึงการพัฒนาคัดเลือกและใช้น้ำเชื้อคุณภาพ
- มีการรวมกลุ่มสหกรณ์ เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล และให้ความช่วยเหลือระหว่างกัน โดยเฉพาะเกษตรกรรุ่นใหม่
- มีพื้นที่เลี้ยงและแหล่งอาหารธรรมชาติที่เหมาะสมต่อการเลี้ยงโคเนื้อ
- ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านการเลี้ยง-การขุนเริ่มแพร่หลาย เช่น การใช้อาหารผสมเสร็จ (TMR) และการจัดการฟาร์มอัจฉริยะ เป็นต้น

จุดอ่อน W

- เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นรายย่อยและสูงวัย เลี้ยงแบบปล่อย ทำให้ผลผลิตและคุณภาพต่ำ
- เกษตรกรขาดแคลนเงินทุนและเงินหมุนเวียน ไม่สามารถพัฒนาฟาร์มได้เต็มที่
- เกษตรกรบางรายขาดทักษะด้านการจัดการฟาร์ม มาตรฐานการผลิต สิ่งแวดล้อม และการตลาด
- ต้นทุนการผลิตสูงเมื่อเทียบกับผลตอบแทน เช่น การจัดหาโคเข้าขุน และค่าอาหารสัตว์
- หนี้สินในเมืองมีโปรตีนต่ำทำให้โคโตช้า และพื้นที่ปลูกพืชอาหารสัตว์ไม่เพียงพอ
- ปริมาณและคุณภาพโคขุนไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดกลางและตลาดบน
- โรงฆ่าแหละที่ได้มาตรฐานมีจำกัด และผู้ประกอบการบางส่วนประสบปัญหาขาดเงินทุนหมุนเวียน เนื่องจากต้องรับภาระเงื่อนไขการชำระเงิน (Credit Term) จากร้าน Modern Trade ที่ยาวถึง 60 วัน ส่งผลต่อสภาพคล่องทางธุรกิจ และกระทบต่อการรับซื้อโคจากเกษตรกรโดยตรง

โอกาส O

- การเปิดเขตการค้าเสรีเออีซีให้ไทยเข้าถึงพันธุ์โคจากต่างประเทศ
- แนวโน้มตลาดโลกที่หันมาสนใจเนื้อคุณภาพสูง และมาตรฐานรับรอง (Halal, Organic และ Traceability)
- การเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานโลก ทำให้ไทยมีโอกาสด้านการผลิตและกระจายสินค้าในอาเซียน
- เกษตรกรรุ่นใหม่เปิดรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม ทำให้สามารถยกระดับคุณภาพการผลิต

อุปสรรค T

- พื้นที่เลี้ยงโคและปลูกหญ้าถูกเปลี่ยนเป็นเขตอุตสาหกรรม ทำให้แหล่งอาหารสัตว์หดตัว
- ความผันผวนของราคาอาหารสัตว์ในตลาดโลก ส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนการเลี้ยง
- การนำเข้าเนื้อโคคุณภาพจากออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น และสหรัฐฯ สร้างแรงกดดันผู้ผลิตภายในประเทศ
- การแข่งขันด้านมาตรฐานสุขอนามัยสัตว์ (SPS) และมาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า
- ความเสี่ยงจากโรคระบาดข้ามพรมแดน และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand (Market) Conditions)

จุดแข็ง S

- ความต้องการบริโภคเนื้อโคเพิ่มสูงขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- การบริโภคเฉลี่ยต่อคนมีแนวโน้มสูงขึ้น สะท้อนถึงโอกาสการเติบโตของตลาด
- ผู้ผลิตไทยสามารถผลิตเนื้อโคที่หลากหลาย ตอบโจทย์ความต้องการที่แตกต่างของลูกค้า

จุดอ่อน W

- ไทยยังเป็นพื้นที่ไม่ปลอดโรคระบาดในโค และยังพบโรคระบาดในสัตว์ เช่น โรคปากและเท้าเปื่อย และโรคล้มปัส สกีน ทำให้ตลาดต่างประเทศขาดความเชื่อมั่น
- มีการตรวจพบสารเร่งเนื้อแดงเกินค่ามาตรฐาน ส่งผลต่อภาพลักษณ์สินค้า
- เศรษฐกิจชะลอตัว ผู้บริโภคหันไปเลือกโปรตีนชนิดอื่นที่ราคาถูกกว่า เช่น หมู และไก่ เป็นต้น

โอกาส O

- ความต้องการบริโภคเนื้อภายในประเทศเพิ่มขึ้น
- ตลาดอาเซียน จีน และตะวันออกกลาง ต้องการนำเข้าโคเนื้อและเนื้อโคเพิ่มขึ้น
- ความต้องการบริโภคที่หลากหลายด้านรสชาติ คุณภาพ ราคา ความพึงพอใจ และระดับรายได้ เปิดโอกาสให้ไทยใช้เป็นจุดแข็งด้านความยืดหยุ่นในการผลิต

อุปสรรค T

- การระงับการนำเข้าโคเนื้อ และเนื้อโค เนื่องจากโรคระบาด และสารเร่งเนื้อแดง กระทบต่อความต่อเนื่องของตลาดส่งออก
- การเติบโตของผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ทางเลือกที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น อาจแย่งผู้บริโภคในอนาคต

โครงสร้างตลาดและกลไกการแข่งขัน (Strategy, Rivalry and Business Policy (Market Structure))

จุดแข็ง S

- ตลาดเนื้อโคตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ครอบคลุมทุก Segment ตั้งแต่ตลาดล่าง กลาง และบน (พรีเมียม)
- มีช่องทางการกระจายสินค้าและจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ครอบคลุมตั้งแต่ตลาดท้องถิ่นถึง Modern Trade และร้านอาหาร
- มียุทธศาสตร์ระดับประเทศในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อ เช่น แผนปฏิบัติการด้านโคเนื้อ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) และโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อของหน่วยงานต่าง ๆ ช่วยสร้างความต่อเนื่องในการพัฒนา

จุดอ่อน W

- ต้นทุนการผลิตสูง ทำให้แข่งขันกับผู้ผลิตรายใหญ่ของโลกได้ยาก
- ขาดการสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ชัดเจนในตลาด เมื่อเทียบกับประเทศผู้ส่งออกสำคัญ เช่น ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา

โอกาส O

- การเปิดการค้าเสรีช่วยกระตุ้นให้เกษตรกรและผู้ประกอบการไทยพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการผลิต
- การเปิดการค้าเสรีทำให้เนื้อโคไทยสามารถเข้าสู่ตลาดอาเซียนได้โดยไม่มีภาษีศุลกากร เป็นโอกาสขยายการส่งออกทั้งโคมีชีวิตและเนื้อโค

อุปสรรค T

- ราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์นำเข้าผันผวน ส่งผลต่อต้นทุนการผลิต
- อุตสาหกรรมเนื้อโคต้องแข่งขันกับอุตสาหกรรมเนื้อไก่ เนื้อหมู และผลิตภัณฑ์โปรตีนทดแทน
- กฎเกณฑ์ด้านคุณภาพและสุขอนามัยที่เข้มงวด ไทยมี ฟาร์มที่ได้รับรอง GAP GFM และโรงงานที่ได้ GMP ยังมีน้อย ประเทศคู่ค้าหลายประเทศเข้มงวดเรื่องมาตรฐาน Halal และSPS ซึ่งเพิ่มต้นทุนต่อผู้ประกอบการไทย
- ต้องแข่งขันจากผู้ผลิตนอกภูมิภาค จากออสเตรเลีย บราซิล และสหรัฐอเมริกา เข้าสู่ตลาดอาเซียนด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าไทย

การเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

(Supporting and Related Industries (Industrial Linkages และ Modern Trade))

จุดแข็ง S

- มีอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ที่เข้มแข็ง และมีความหลากหลาย ทำให้มีอาหารสัตว์ที่เหมาะสมกับต้นทุนการเลี้ยงโคแต่ละชนิด มีสูตรและวัตถุดิบหลากหลาย รวมถึงวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร
- มีตลาดหญ้าอาหารสัตว์กระจายอยู่ทั่วพื้นที่เลี้ยงสัตว์
- ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและสหกรณ์ เช่น สูตรอาหารผสมเสร็จ (TMR) เครื่องจักรกลผสมอาหารสัตว์ เครื่องอัดหญ้า วัคซีนและยาปฏิชีวนะ
- อุตสาหกรรมยาสัตว์และเวชภัณฑ์ในไทยมีขนาดใหญ่และทั่วถึง
- มีจำนวนสถานพยาบาลสัตว์และบริการสัตวแพทย์เพิ่มขึ้น
- มีสหกรณ์ช่วยเหลือสมาชิกทางด้านความรู้ แหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ และการทำเกษตรพันธะสัญญา

จุดอ่อน W

- โรงฆ่าสัตว์ที่ได้มาตรฐานสากลมีน้อย โดยเฉพาะที่ได้รับรองมาตรฐานเพื่อการส่งออกมีเพียง 5 แห่ง
- ผู้ประกอบการขาดทักษะและองค์ความรู้ด้านการจัดการหลังการฆ่า เช่น การเก็บรักษา การตัดแต่งแยกชิ้นส่วน การบ่มเนื้อ และการแปรรูป และขาดแรงงานที่มีทักษะในการตัดแต่งแยกชิ้นส่วน
- การแปรรูปเนื้อโคในประเทศยังจำกัด ไม่หลากหลายเมื่อเทียบกับเนื้อหมูและเนื้อไก่
- ปริมาณการผลิตโคขุนและเนื้อโคขุนยังไม่เพียงพอบริโภค ทำให้ต้องพึ่งพาการนำเข้า

โอกาส O

- ความต้องการวัตถุดิบจากอุตสาหกรรมแปรรูปและอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้น
- การพัฒนาระบบโซ่ความเย็น (Cold Chain) ช่วยยกระดับคุณภาพการจัดเก็บและการกระจายสินค้าส่งผลดีต่อคุณภาพของเนื้อโค
- ช่องทางจำหน่ายหลากหลาย ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ สร้างโอกาสในการสร้างแบรนด์และขยายธุรกิจ
- ความนิยมในการบริโภคเนื้อโคในร้านอาหาร โรงแรม Modern trade และธุรกิจอาหารในภูมิภาคเพิ่มโอกาสผลักดันเนื้อโคไทย
- การเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมเครื่องหนังและเจลาติน เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลพลอยได้ของโค

อุปสรรค T

- อุตสาหกรรมเนื้อโคได้รับผลกระทบจากการนำเข้าผลิตภัณฑ์เนื้อโคคุณภาพสูงจากต่างประเทศ โดยเฉพาะกับประเทศไทยเปิดเสรีทางการค้า เช่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และญี่ปุ่น
- ภาพลักษณ์ คุณภาพ และปริมาณเนื้อโคไทย ยังแข่งกับเนื้อนำเข้าได้ยากจากความนิยมของผู้บริโภคที่คิดว่าเนื้อนำเข้าคุณภาพดีกว่า
- กฎระเบียบด้านสุขอนามัยที่เข้มงวดของประเทศผู้นำเข้าสำคัญ เช่น จีน มาเลเซีย เวียดนาม และตะวันออกกลาง
- ความไม่สม่ำเสมอของปริมาณและคุณภาพวัตถุดิบภายในประเทศ ทำให้เชื่อมโยงอุตสาหกรรมต่อเนื่องได้จำกัด เช่น ร้านอาหาร และโรงแรม

นโยบายรัฐ (Role of Government)

จุดแข็ง S

- นโยบายรัฐในการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อมีความต่อเนื่อง เช่น แผนปฏิบัติการด้านโคเนื้อ 5 ปี พ.ศ. 2566 – 2570 ที่ชัดเจน ช่วยพัฒนาอุตสาหกรรม
- นโยบายสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาพันธุ์โค และการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่เกษตรกรและผู้ประกอบการ
- มีนโยบายและกองทุนสนับสนุนการปรับตัวของเกษตรกร เช่น กองทุน FTA เป็นต้น

จุดอ่อน W

- มีหน่วยงานรับผิดชอบหลายหน่วยงาน แต่ขาดการบูรณาการนโยบายระหว่างหน่วยงาน ทำให้มาตรการกระจุกกระจาย
- สถิติข้อมูลไม่ครอบคลุม ไม่ทันสมัย และไม่สอดคล้องกัน เนื่องจากมีการจัดเก็บโดยหลายหน่วยงาน และต่างคนต่างจัดเก็บ
- ขาดงบประมาณระยะยาวเพื่อพัฒนาตลอดห่วงโซ่อุปทานการผลิต

โอกาส O

- เขตการค้าเสรีอาเซียนเปิดโอกาสให้ไทยเป็นผู้ส่งออกในภูมิภาค และสร้างรายได้ให้ประเทศ
- ความร่วมมือในระดับภูมิภาค ทำให้ไทยมีโอกาสพัฒนาเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าของภูมิภาคอาเซียน
- นโยบายการค้าและความร่วมมือด้านอาหารปลอดภัย ฮาลาลระหว่างประเทศ สอดรับกับความต้องการของผู้บริโภคในตลาดโลก

อุปสรรค T

- นโยบายการขึ้นค่าแรงของรัฐ ส่งผลต่อต้นทุนในฟาร์มขนาดใหญ่และโรงงาน
- การเปิดเสรีการค้ากับผู้ส่งออกรายใหญ่ (ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และญี่ปุ่น) เกิดการแย่งส่วนแบ่งตลาดจากเนื้อโคภายในประเทศ ซึ่งศักยภาพในการแข่งขันของเนื้อโคไทยยังไม่สามารถสู้กับประเทศส่งออกหลักของโลกได้
- ข้อกำหนดด้านมาตรฐานสุขอนามัย (SPS) การตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) และ Carbon Footprint ที่เข้มงวดของประเทศคู่ค้า ทำให้เกษตรกรต้องปรับตัว



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ด้านการผลิต

การพัฒนาปรับปรุงพันธุ์และการเลี้ยง (ต้นน้ำ)

- พัฒนาและใช้ระบบทะเบียนโคระดับชาติ (National Cattle ID: NID) และระบบติดตามตัวโค (Traceability) ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อวางแผนการผลิตมาตรฐานและการตลาด
- สนับสนุนการพัฒนาพันธุ์โคเนื้อที่ให้ผลผลิตสูงและทนต่อสภาพแวดล้อม และส่งเสริมการผลิตอาหารสัตว์ในประเทศ เพื่อลดการพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศ
- ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการผลิต การถ่ายทอดเทคโนโลยี สร้างอำนาจต่อรองด้านการตลาด และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
- พัฒนาเกษตรกรด้วยการถ่ายทอดเทคโนโลยีและฝึกอบรมเรื่องการเลี้ยง การจัดการฟาร์ม และการจัดการสุขภาพสัตว์
- ส่งเสริมการผลิตเนื้อโคคุณภาพสูงให้ตรงตามความต้องการของตลาด พร้อมควบคุมต้นทุนการผลิต

การแปรรูปและการกระจายสินค้า (กลางน้ำ)

- ยกระดับโรงฆ่าและโรงชำแหละท้องถิ่นให้ได้มาตรฐาน GMP ผ่านการสนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ งบประมาณ และความรู้ด้านสุขอนามัย
- สนับสนุน “โรงชำแหละชุมชน” หรือ “เชียงชุมชน” เพื่อลดต้นทุนการขนส่ง กระจายรายได้ในพื้นที่ และเชื่อมโยงตลาดระดับจังหวัด/ภูมิภาค
- พัฒนาทักษะและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านการจัดการหลังการฆ่า เช่น การเก็บรักษา การตัดแต่งแยกชิ้นส่วน การบ่มเนื้อ และการแปรรูป และฝึกอบรมบุคลากรผู้ตัดแต่งเนื้อ (Butcher) ให้มีทักษะในการเตรียมและตัดแต่งแยกชิ้นส่วนเนื้อเพื่อการบริโภค
- สนับสนุนให้ผู้ประกอบการโรงชำแหละเข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำเพื่อมีเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจ อันจะส่งผลดีต่อการรับซื้อโคจากเกษตรกรโดยตรง



ด้านราคา

- ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลาง
- จัดตั้ง “ตลาดกลางออนไลน์” พร้อมระบบรายงานราคาสดแบบรายวัน-รายสัปดาห์ เพื่อสะท้อนราคาที่แท้จริง
- พัฒนา ตลาดประมูลโคมีชีวิต ที่มีความโปร่งใสเพื่อให้เกิดกลไกตลาดที่สร้างราคากลางที่ยุติธรรม โปร่งใส รวมถึงกระตุ้นให้เกษตรกรปรับปรุงการเลี้ยงคุณภาพ เนื่องจากผู้ซื้อยินดีจ่ายสูงขึ้นสำหรับโคที่มีคุณภาพดี
- สนับสนุนระบบการซื้อขายเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) ที่เกษตรกรมีตลาดรองรับแน่นอน มีความมั่นคงด้านราคาเพราะมีการกำหนดราคาไว้ในสัญญา และรัฐช่วยจัดทำ “สัญญามาตรฐาน” เพื่อปกป้องเกษตรกรจากการถูกเอาเปรียบ

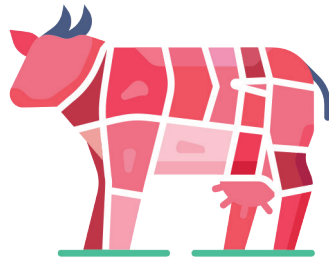
ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

- พัฒนา แพลตฟอร์มดิจิทัล National Cattle Traceability ที่รวมข้อมูลสุขภาพโค การให้อาหาร และการเติบโตของโค และการเคลื่อนย้าย
- ส่งเสริมเกษตรกรรุ่นใหม่เข้าสู่ระบบ Smart Farming เช่น การใช้ IoT เช่น เซนเซอร์สุขภาพ เครื่องวัดพฤติกรรมการกิน เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต
- สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีการแปรรูปเนื้อโค เช่น การบ่มเนื้อแบบดรายเอจ (Dry Age) และ เวทเอจ (Wet Age) การบรรจุแบบสุญญากาศ (Vacuum Packaging) รวมถึงระบบขนส่งเย็น เพื่อยืดอายุสินค้าและเพิ่มมูลค่า



ด้านตลาด

- พัฒนาแบรนด์เนื้อไทย เช่น “Thai Beef” ที่เน้นคุณภาพ ปลอดภัย มีระบบตรวจสอบย้อนกลับ และเนื้อโคได้รับมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) มาตรฐานฟาร์มที่มีระบบการป้องกันโรคและการเลี้ยงที่เหมาะสม (GFM) และมาตรฐานการผลิตอาหารที่ดี (GMP)
- รณรงค์และประชาสัมพันธ์การบริโภคเนื้อโคไทย โดยเน้นจุดเด่นด้านความปลอดภัยจากสารเร่งเนื้อแดงและมาตรฐานสุขอนามัย พร้อมทั้งจัดหาช่องทางจำหน่าย เช่น การออกบูทในงานแสดงสินค้าและงานมหกรรมต่าง ๆ
- ส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มขายตรงกับผู้ซื้อรายใหญ่ เช่น โรงแรมหรือห้างค้าปลีก เพื่อลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง
- พัฒนาทักษะการขาย ผ่านช่องทางออนไลน์ ให้เกษตรกรและผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง
- เร่งเจรจาเปิดตลาดการส่งออกกับประเทศเป้าหมาย เช่น จีน มาเลเซีย เวียดนาม และซาอุดีอาระเบีย
- ส่งเสริมการค้าขาย “เนื้อโค” มากกว่า “โคมีชีวิต” สำหรับตลาดส่งออก เพื่อลดต้นทุนการขนส่ง และการจัดการด้านสุขภาพสัตว์ รวมถึงเพิ่มมูลค่าและความคุ้มค่าให้กับอุตสาหกรรม



ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- ผลักดันไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตโคเนื้อและผลิตภัณฑ์ในภูมิภาค เนื่องจากไทยตั้งอยู่ในทำเลยุทธศาสตร์ที่ดี โดยอาศัยศักยภาพด้านพันธุ์กรรม การเลี้ยง การขุน การชำแหละและการแปรรูปที่ได้มาตรฐาน พร้อมด้วยจำนวนเกษตรกรที่มากและมีความรู้จากภาครัฐและสถาบันการศึกษา รวมทั้งพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ
- ใช้กองทุน FTA เป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนอุตสาหกรรมโคเนื้อ เพื่อช่วยเกษตรกรและผู้ประกอบการปรับตัวต่อผลกระทบจากการเปิดเสรีการค้า ควบคู่ไปกับการยกระดับคุณภาพการผลิต เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีกระบวนการเข้าถึงที่สะดวก และมีระบบติดตามประเมินผลโครงการที่เหมาะสม

โคนมและผลิตภัณฑ์นม

โคนมและผลิตภัณฑ์นมมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และโภชนาการของประเทศ โดยเป็นแหล่งโปรตีนคุณภาพสูงที่จำเป็นต่อการเจริญเติบโตและการพัฒนาการของประชากร โดยเฉพาะเด็กและผู้สูงอายุ อุตสาหกรรมนมยังช่วยสร้างรายได้และยกระดับความเป็นอยู่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมกว่า 15,000 ครัวเรือนทั่วประเทศ และมีส่วนส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

ในขณะเดียวกัน การพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปผลิตภัณฑ์นมหลากหลายประเภท เช่น นมพาสเจอร์ไรส์ นมยูเอชที และโยเกิร์ต ยังช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบ สร้างโอกาสทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ อันนำไปสู่การเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารและการเติบโตของอุตสาหกรรมโคนมไทยอย่างยั่งยืน



สถานการณ์การผลิตโคนมและน้ำนมดิบโลก



ประชากรโคนมโลกเท่ากับ 141 ล้านตัว (USDA FAS, ก.ค. 2568)



อินเดียมีมากที่สุด



สหภาพยุโรป รองลงมา และตามด้วย

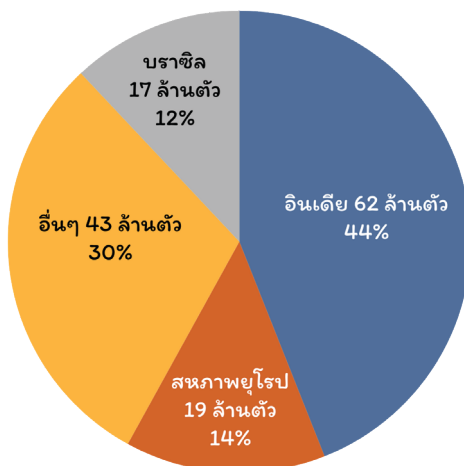


บราซิล

ทั้ง 3 ประเทศรวมกันเท่ากับ 70% ของโคนมทั้งโลก

แนวโน้ม 2564 – 2568 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพราะความต้องการบริโภค รายได้ประชากรที่เพิ่มขึ้น และเทคโนโลยีการเลี้ยงมีประสิทธิภาพขึ้น

จำนวนประชากรโคนมโลก กรกฎาคม 2568
(ล้านตัว)





การผลิตน้ำนมดิบโลก เท่ากับ 559,606 ตัน

ผู้ผลิตรายใหญ่สุด 3 รายแรก



: อันดับ 1 ของโลก มีฟาร์มขนาดกลาง – ใหญ่ มีระบบจัดการฟาร์มที่ทันสมัย



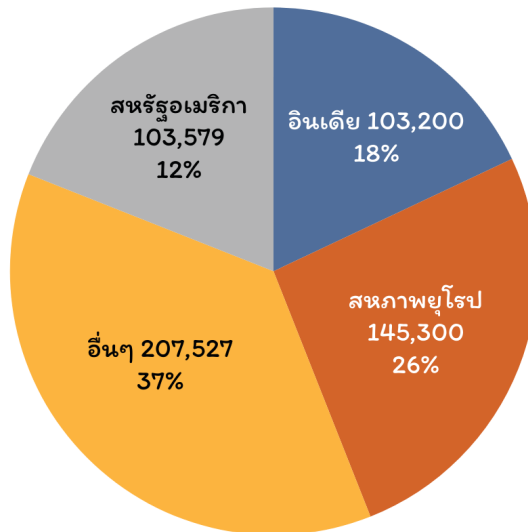
: รองลงมา มีผลิภาพต่อโคสูงที่สุดในโลก ด้วย Precision Dairy Farming มีโรงงานแปรรูปขนาดใหญ่ และส่งออกได้มาก



: อินเดียแม้มีผลิภาพต่อโคต่ำ แต่มีประชากรโคมาก + นมเป็นอาหารหลัก + นโยบายผลิตนมแบบพึ่งพาตนเอง

น้ำนมดิบทั้ง 3 ประเทศรวมกันเท่ากับ 63% ของน้ำนมดิบทั้งโลก

ปริมาณน้ำนมดิบของโลก กรกฎาคม 2568
(ตัน)



ที่มา: Dairy, Livestock and Poultry, World Markets and Trade. USDA Foreign Agricultural Service, July 2025



สถานการณ์การผลิตโคนมและน้ำนมดิบของไทย

โคนม คือ โคที่เลี้ยงเพื่อผลิตน้ำนมดิบ โคนมที่นิยมเลี้ยงในไทย มี 2 พันธุ์ ได้แก่

1. พันธุ์ไทยฟริเซียน (Thai Friesian: TF) เป็นโคนมพันธุ์ผสมที่มีเลือดโคนมพันธุ์โฮลสไตน์ฟริเซียน จนมีเลือดขาว - ดำ สูงกว่า 75% ได้รับการพัฒนาให้ปรับตัวให้เข้ากับสภาพอากาศและระบบการเลี้ยงในประเทศไทยได้ดี ให้ผลผลิตนมสูง เหมาะกับฟาร์มขนาดกลางถึงใหญ่ที่มีการจัดการฟาร์มที่ดี
2. พันธุ์ไทยมิลค์กิ้งซีบู หรือ ที เอ็ม แซด (Thai Milking Zebu: TMZ) พัฒนาจากโคพื้นเมืองและโคพันธุ์ผสม โดยรักษาระดับเลือดขาว-ดำประมาณ 75% ให้น้ำนมปานกลาง ทนต่อโรคและแมลงได้ดี เหมาะกับฟาร์มขนาดเล็กหรือผู้เริ่มเลี้ยง

พันธุ์ไทยฟริเซียน (Thai Friesian: TF)



พันธุ์ไทยมิลค์กิ้งซีบู หรือ ที เอ็ม แซด (Thai Milking Zebu: TMZ)



จาก <https://breeding.dld.go.th/webnew/index.php/en/service-menu/breeding-menu/2024-04-25-07-33-19/1132-2015-07-04-15-35-28>

สถานการณ์โคนมไทย ปี 2568

ประชากรโคนม: 560,551 ตัว  ลดลงจาก 810,518 ตัว จากปี 2564

มีแม่โครีดนม: 242,351 ตัว

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม: 15,638 ราย

 ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย กว่า 96% ของผู้เลี้ยงโคนมของไทย

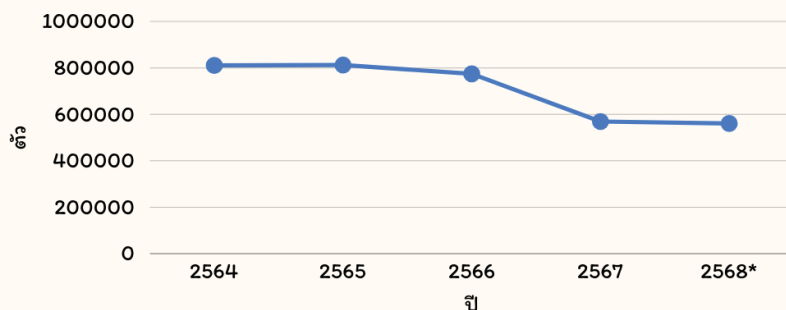
 เหตุผลที่จำนวนโคนม-เกษตรกรลดลง

- ต้นทุนอาหารสัตว์สูง: กากถั่วเหลือง-ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์พุ่งขึ้นจากสถานการณ์โควิด-19 และสงครามรัสเซีย-ยูเครน
- ราคาน้ำนมดิบไม่จูงใจ: รายได้ไม่คุ้มต้นทุน → เกษตรกรจำนวนมากเลิกอาชีพ
- โครงสร้างเกษตรกร: ส่วนใหญ่สูงอายุ ขาดผู้สืบทอด คนรุ่นใหม่ไม่นิยม เพราะงานหนัก ต้องทำทุกวัน ไม่มีวันหยุด



แนวโน้มเชิงโครงสร้าง: ฟาร์มรายย่อยทยอยเลิกเลี้ยง → ไก่ชนถูกขายต่อให้รายที่ยังอยู่ในระบบ ส่งผลให้ขนาดฝูงเฉลี่ยต่อฟาร์มใหญ่ขึ้น ปริมาณผลผลิตน้ำนมดิบคงที่ แม้จำนวนฟาร์มรวมจะลดลง

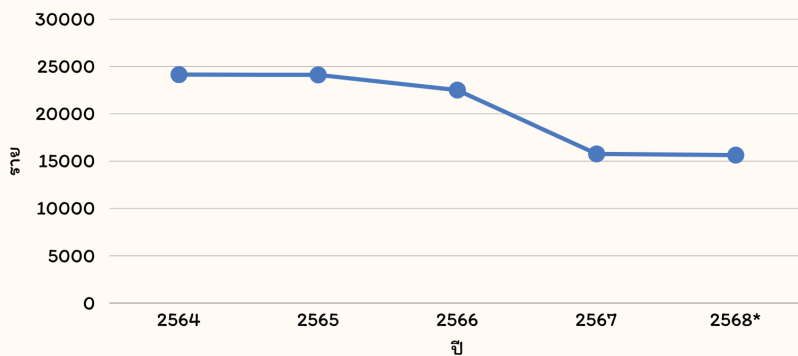
จำนวนประชากรโคนมในไทย ปี 2564 - 2568



หมายเหตุ:*ข้อมูล ณ วันที่ 20 กรกฎาคม 2568

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กลุ่มสารสนเทศและข้อมูลสถิติ กรมปศุสัตว์

จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในไทย ปี 2564 - 2568



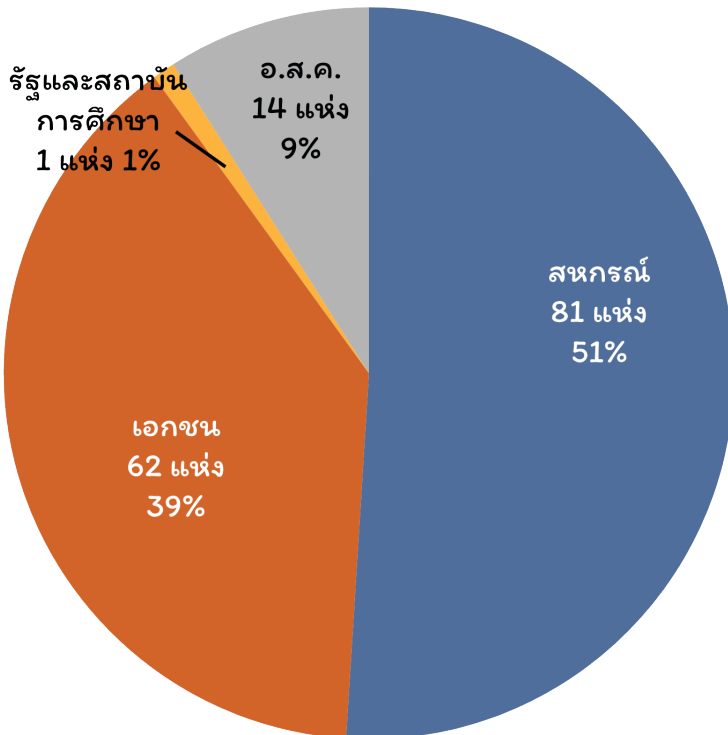
หมายเหตุ:*ข้อมูล ณ วันที่ 20 กรกฎาคม 2568

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กลุ่มสารสนเทศและข้อมูลสถิติ กรมปศุสัตว์

ศูนย์รวบรวมนํ้านมดิบของไทย

- จำนวนศูนย์ 205 แห่งทั่วประเทศ
 - ผ่าน GMP → 186 แห่ง
 - ผ่าน GAP → 14 แห่ง
- รวมนํ้านมดิบเฉลี่ย : 2,818 ตัน/วัน
 - สหกรณ์ 81 แห่ง (51%) → 1,652 ตัน
 - เอกชน 62 แห่ง (39%) → 1,190 ตัน
 - องค์กรส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) 14 แห่ง (9%) → 122 ตัน
 - รัฐ/สถาบันการศึกษา 1 แห่ง (1%) → 2 ตัน

จำนวนศูนย์รวบรวมนํ้านมดิบ จำแนกตามประเภท ปี 2567



ที่มา: กลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์ กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์

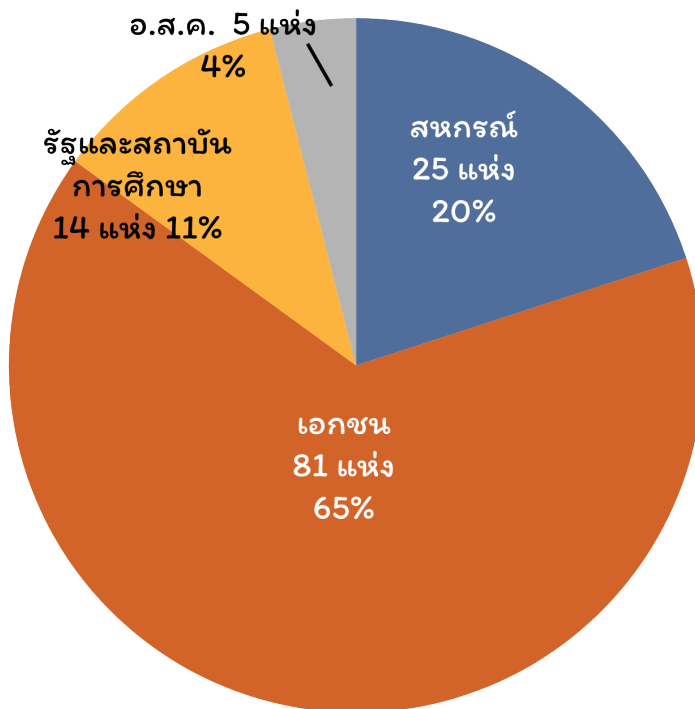


ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมนมไทย

- รวมทั้งหมด : 125 แห่ง
 - เอกชน 81 แห่ง (65%)
 - สหกรณ์ 25 แห่ง (20%)
 - รัฐ/สถาบันการศึกษา 14 แห่ง (11%)
 - อ.ส.ค. 5 แห่ง (4%)
- บทบาท : รับซื้อน้ำนมดิบจากเกษตรกร 🧑🏫/ศูนย์รวบรวม 🥛 → ผลิตนมพร้อมดื่ม & ผลิตก้อนพื้มนม 🏭 ส่งผู้บริโภคร 👤

จำนวนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมนม

จำแนกตามประเภท ปี 2567



ที่มา: กลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์ กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์



ห่วงโซ่อุปทานโคนมและผลิตภัณฑ์นม

ต้นน้ำ: เกษตรกรผู้พัฒนาพันธุ์โคนม 🐄 ผู้ดูแลแม่โค-ลูกโค 🌱 ผู้ผลิตอาหารสัตว์ & เกษตรกรปลูกหญ้า

กลางน้ำ: เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม (รายย่อย – สหกรณ์) ศูนย์รวบรวมนํ้านมดิบ โรงงานแปรรูปผู้ประกอบการขนส่ง และร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม ขนมหวาน เบเกอรี่ เวียโปรตีน และอาหารสุขภาพ

ปลายน้ำ: ผู้บริโภคในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น หนังโค สำหรับอุตสาหกรรมหนังและผลิตภัณฑ์จากหนัง และกระดูกและไขข้อไข สำหรับเป็นวัตถุดิบผลิตอาหารเสริม

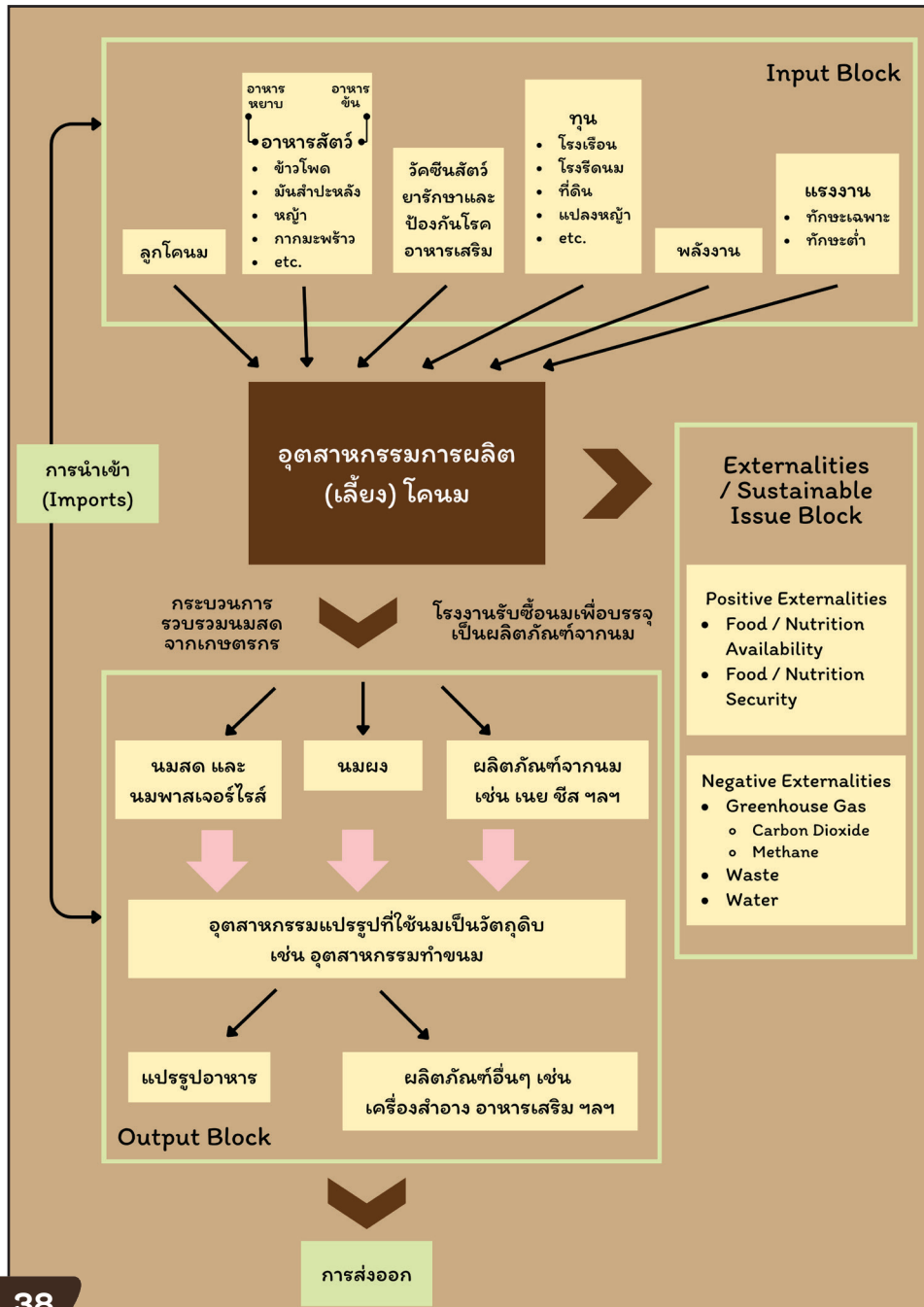
✓ จุดแข็ง ∞

- มีการพัฒนาพันธุ์โคนมต่อเนื่อง
- สหกรณ์ที่เข้มแข็ง → เป็นศูนย์รวบรวมนํ้านมดิบ & การแปรรูป
- มี “โครงการนมโรงเรียน” ช่วยรองรับนํ้านมดิบภายในประเทศ

⚠️ ข้อจำกัด

- ต้นทุนการผลิตสูง โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อย
- พึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ เช่น กากถั่วเหลือง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น
- การแปรรูปยังจำกัด → มูลค่าเพิ่มต่ำ
- การบริโภคนมในประเทศยังต่ำ (เฉลี่ย ~18 ลิตร/คน/ปี)

ห่วงโซ่อุปทานโคนมและผลิตภัณฑ์

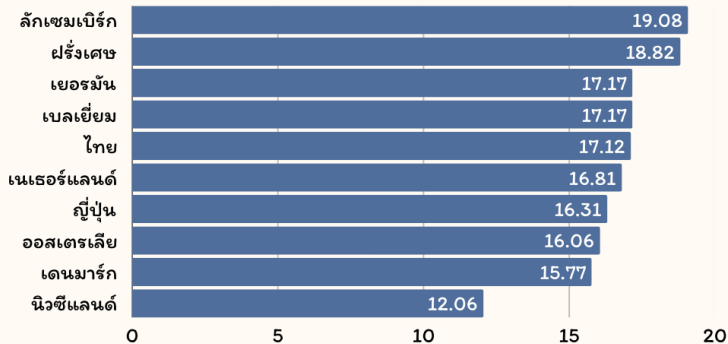




ต้นทุนน้ำนมดิบของไทย

- ต้นทุนการผลิต ปี 2567 เฉลี่ย 17.12 บาท/ลิตร 
- o สูงกว่านิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น และบางประเทศยุโรป
- o ต่ำกว่าเบลเยียม เยอรมนี ฝรั่งเศส และลักเซมเบิร์ก
- o ไทยอยู่ใน ระดับกลาง เมื่อเทียบกับผู้ผลิตน้ำนมดิบโลก

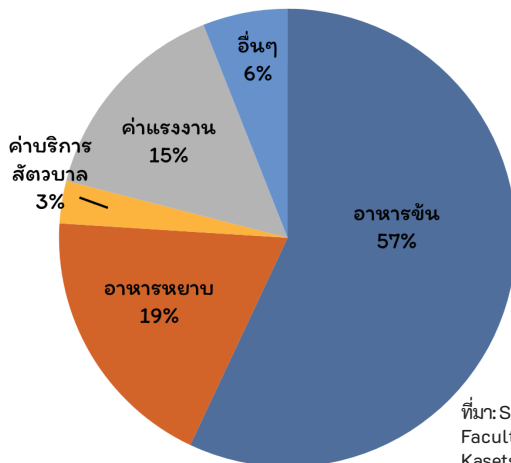
ต้นทุนการผลิตน้ำนมดิบต่อลิตร ปี 2567
(บาทต่อลิตร)



หมายเหตุ: 1 อัตราแลกเปลี่ยนที่ใช้ในการคำนวณเป็นเงินบาท; 32.6 บาท/เหรียญสหรัฐ 0.225 บาท/เยน 22 บาท/ดอลลาร์
ร้อออสเตรเลีย และ 38.2 บาท/ยูโร

ที่มา: รวบรวมโดยคณะผู้วิจัย 2Ministry for Primary Industries, New Zealand Government, "Experiences of Buying, Selling and Consuming Raw Milk: Survey Report, 3Milk Value Portal (ADPF), www.milkvalue.com.au, 4Farm-gate milk prices, Japan – CLAL <https://www.clal.it>, 5European Milk Board (EMB) report "What is the cost of producing milk?"

โครงสร้างต้นทุนการผลิตน้ำนมดิบของไทย



โครงสร้างต้นทุนการผลิตน้ำนมดิบของไทย

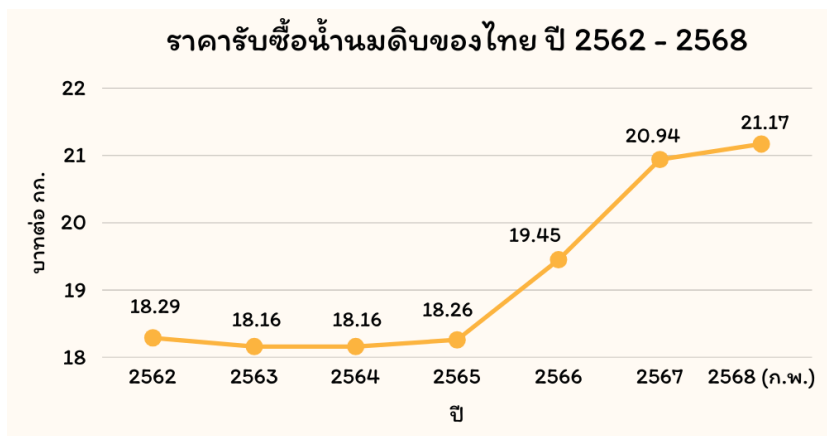
-  อาหารสัตว์ 76% (สัดส่วนหลักที่สุด)
-  ค่าแรงงาน 15%
-  ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ 6%
-  ค่าบริการสัตว์บาล 3%

ที่มา: Sirirat Buaphan, Department of animal science, Faculty of Agriculture at Kamphaeng Saen, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus.



ราคาที่เกษตรกรขายได้

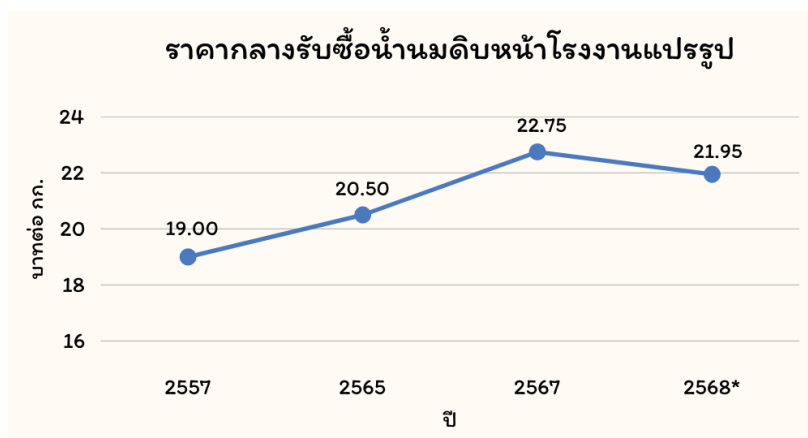
- ราคารับซื้อโดยเฉลี่ยที่เกษตรกรขายได้ในปี 2562–2568: มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อยอย่างต่อเนื่อง



หมายเหตุ * ราคารับซื้อโดยเฉลี่ยที่เกษตรกรขายได้ โดยมีการปรับราคาตามสภาพและคุณภาพของน้ำนมดิบ ตามข้อกำหนดมาตรฐานคุณภาพนม
ที่มา: คัดค้า.com



ราคารับซื้อน้ำนมดิบของไทย: คณะกรรมการโคนมและผลิตภัณฑ์นม (Milk Board) เป็นผู้กำหนดราคารับซื้อน้ำนมดิบให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตของเกษตรกร



หมายเหตุ: *รวมิลค์บอร์ดเห็นชอบ โดยการปรับลดราคาน้ำนมดิบคาดว่าจะมีผลหลังวันที่ 1 ตุลาคม 2568

! ข้อจำกัดในการปรับราคา

- ต้นทุนการผลิตลดลง เมื่อราคาอาหารสัตว์ลดลง หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการเลี้ยงโคนมต่ำลง
- ความต้องการน้ำนมในตลาดลดลง
- การมีน้ำนมปริมาณมากเกินไป
- ปัญหาเรื่องคุณภาพน้ำนม
- ปัญหาเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค ทำให้ยอดขายผลิตภัณฑ์นมลดลง ซึ่งส่งผลต่อการรับซื้อน้ำนมดิบ
- ดังนั้น การเพิ่มอุปสงค์น้ำนมดิบต้องพึ่งการบริโภคนมพร้อมดื่ม (พาสเจอร์ไรส์ & UHT) และอุตสาหกรรมเชื่อมโยง เช่น อาหาร เครื่องดื่ม กาแฟ ขนมหวาน เบเกอรี่ เวียโปรตีน และอาหารสุขภาพ เป็นต้น



สถานการณ์การค้าภายในประเทศและระหว่างประเทศ



ความต้องการบริโภคและการค้าผลิตภัณฑ์นมไทย (ปี 2567)



การบริโภคในประเทศ

- ความต้องการบริโภคนม 1.95 ล้านตัน
- ผลิตได้ในประเทศเพียง 1.01 ล้านตัน → ต้องพึ่งนำเข้า
- การดื่มนมเฉลี่ยคนไทย 21.5 ลิตร/คน/ปี
 - ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยเอเชีย (66 ลิตร) 3 เท่า
 - ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโลก (113 ลิตร) 5 เท่า



การแปรรูปน้ำนมดิบ

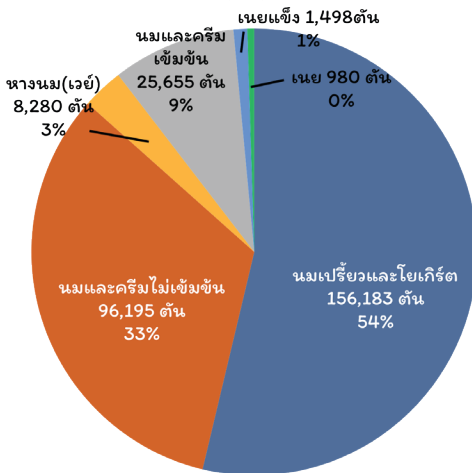
- สหกรณ์โคนม
 - ผลิตนมพร้อมดื่ม (UHT, พาสเจอร์ไรส์)
 - โครงการนมโรงเรียน → 1,843 ตัน/วัน (260 วัน/ปี)
 - ส่งออกนม UHT ไปอาเซียน
- โรงงานเอกชน
 - แปรรูปเล็กน้อย ใช้เป็นวัตถุดิบผสมอาหาร/เครื่องดื่ม



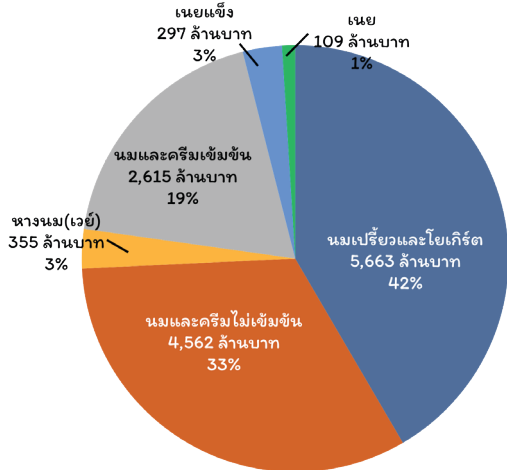
การส่งออกนมและผลิตภัณฑ์นมของไทย ปี 2567

- ปริมาณและมูลค่าการส่งออกนมและผลิตภัณฑ์นมรวม 288,790 ตัน, มูลค่า 1.3 หมื่นล้านบาท
- รายการสำคัญ:
 - นมเปรี้ยวและโยเกิร์ต → 156,183.43 ตัน (มูลค่า 5,662.76 ล้านบาท)
 - นมและครีมไม่เข้มข้น → 96,194.78 ตัน (มูลค่า 4,561.65 ล้านบาท)
 - นมและครีมเข้มข้น → 25,654.95 ตัน (มูลค่า 2,614.93 ล้านบาท)
 - หางนม (เวย์) → 8,279.88 ตัน (มูลค่า 354.51 ล้านบาท)
 - เนยแข็ง → 1,498.02 ตัน (มูลค่า 297.42 ล้านบาท)
 - เนย → 109.21 ตัน (มูลค่า 109.21 ล้านบาท)

ปริมาณการส่งออกนมและผลิตภัณฑ์นมของไทย (ตัน)



มูลค่าการส่งออกนมและผลิตภัณฑ์นมของไทย ปี 2567 (ล้านบาท)



ที่มา: คีตคำ.com

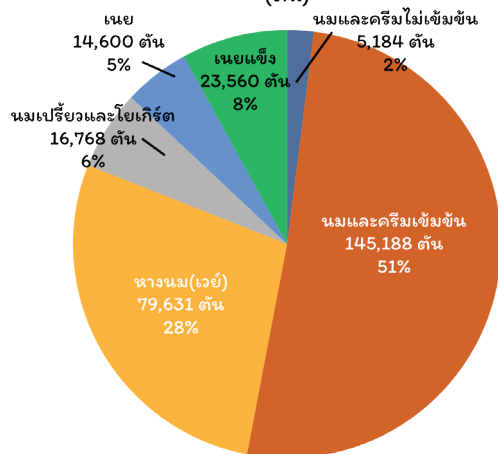
• แหล่งส่งออกหลัก:

ฟิลิปปินส์ 23.59%, กัมพูชา 19.49%, สิงคโปร์ 15.19%, ฮองกง 8.45%
สปป.ลาว 8.10% และประเทศอื่นๆ 25.18%

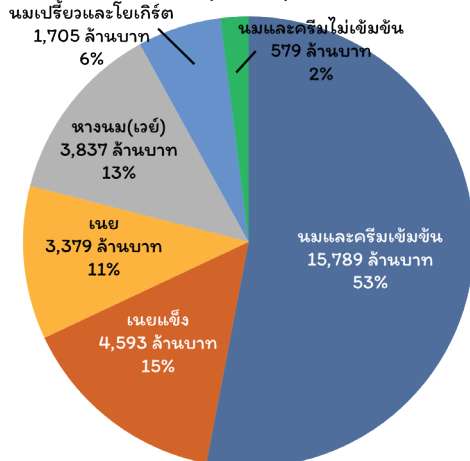
การนำเข้านมและผลิตภัณฑ์นมของไทย ปี 2567

- ปริมาณและมูลค่าการนำเข้านมและผลิตภัณฑ์นมรวม 0.284,931 ตัน, มูลค่า 2.9 หมื่นล้านบาท
- รายการนำเข้าหลัก:
 - นมและครีมเข้มข้น → 145,188 ตัน (15,789.11 ล้านบาท)
 - หางนม (เวย์) → 79,631.07 ตัน (3,836.81 ล้านบาท)
 - เนยแข็ง → 23,560 ตัน (4,592.61 ล้านบาท)
 - นมเปรี้ยวและโยเกิร์ต → 16,768 ตัน (1,705.25 ล้านบาท)
 - เนย → 14,600 ตัน (3,379.49 ล้านบาท)
 - นมและครีมไม่เข้มข้น → 5,184 ตัน (578.97 ล้านบาท)

ปริมาณการนำเข้านมและผลิตภัณฑ์นมของไทย ปี 2567 (ตัน)



มูลค่าการนำเข้านมและผลิตภัณฑ์นมของไทย ปี 2567 (ล้านบาท)



ที่มา: คีตคำ.com

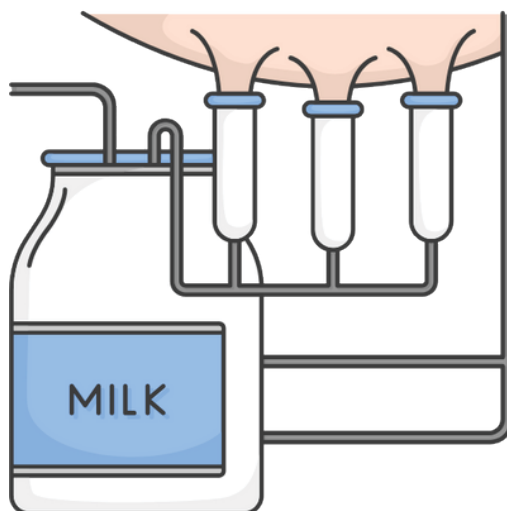
- แหล่งนำเข้าหลัก:
 - นิวซีแลนด์ 50.63%, ออสเตรเลีย 16.45%, สหรัฐอเมริกา 8.02%, ฝรั่งเศส 4.75%, เนเธอร์แลนด์ 3.21% และประเทศอื่นๆ 16.94%

มาตรการทางภาษีศุลกากรและโควตาภาษี (Tariff Rate Quota: TRQ)

ไทยเก็บภาษีนำเข้าสินค้านมและผลิตภัณฑ์นม และโควตาภาษี ดังนี้

นมและครีม HS 0401	→	WTO – TQR (2372.74 ตัน) 20% ในโควตา 40% นอกโควตา	+	5% AKFTA 0% TAFTA 0% TNZCEP
นมผงขาดมันเนย และ หางนมผง HS 0402, HS 0404	→	WTO – TQR (55,000 ตัน) 20% ในโควตา (เก็บจริง 5%) 216% นอกโควตา หางนม 24%-30%	+	0% TAFTA (2568) HS 0402 – TQR 3,875.90 ตัน (ก่อน 2568) 0% TNZCEP (2568) HS 0404 – TQR 20,000 ตัน (ก่อน 2568)
บัตเตอร์มิลค์ โยเกิร์ต นมเปรี้ยว HS 0403	→	WTO – 30%	+	0% TAFTA 0% TNZCEP
เนย เนยแข็ง และไขมัน อื่นๆ จากนม HS 0405, HS 0406	→	HS 0405 WTO – 20%-30% HS 0406 WTO – 30%	+	0% TAFTA 0% TNZCEP
เครื่องดื่มประเภทนม HS 2202	→	WTO – TQR (27.26 ตัน) 20% ในโควตา 84% นอกโควตา	+	0% TAFTA 0% TNZCEP

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์





SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) โคนมและผลิตภัณฑ์นมของไทย

ปัจจัยด้านอุปทาน (Supply Factor Conditions)

จุดแข็ง S

- การพัฒนาปรับปรุงพันธุ์โคนมอย่างต่อเนื่องให้เหมาะสมกับสภาพอากาศเขตร้อน ผลิตน้ำนมดิบในระดับที่เพียงพอและมีคุณภาพ
- เกษตรกรฟาร์มขนาดกลาง - ใหญ่ รวบรวมกลุ่มเป็นสหกรณ์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุน การผลิต และการจัดส่งน้ำนมดิบ
- การพัฒนาสูตรอาหารสัตว์ แปลงหญ้า หญ้าหมัก ช่วยลดต้นทุนค่าอาหาร และเพิ่มคุณภาพน้ำนม

จุดอ่อน W

- เกษตรกรรายย่อยเป็นสัดส่วนสูง ต้นทุนต่อหน่วยสูง และขาดอำนาจต่อรอง
- ราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ เช่น ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ กากถั่วเหลืองผันผวนสูง กระทบต้นทุนการผลิตอย่างมาก
- เกษตรกรบางรายเน้นการเร่งการผลิตให้ได้ปริมาณนมต่อแม่วัวให้มากที่สุด มากกว่าให้ความสำคัญกับความสม่ำเสมอ คุณภาพ และระยะเวลาการให้นม

โอกาส O

- แนวทางการพัฒนาศูนย์ข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมและผลิตภัณฑ์นม (โดยคณะกรรมการโคนมและผลิตภัณฑ์นม) จะช่วยยกระดับการจัดการฟาร์มและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
- เทคโนโลยีการเลี้ยง การให้อาหาร และการรีดนมแบบอัตโนมัติ ช่วยลดต้นทุนแรงงาน และเพิ่มคุณภาพ
- การพัฒนาระบบการตรวจสอบ เฝ้าระวัง และการป้องกันการระบาดของโรคในสัตว์ ทำให้ลดความเสี่ยงจากโรคระบาด

อุปสรรค T

- ปัญหาขาดแคลนแรงงาน และเกษตรกรสูงอายุ ทำให้การเลี้ยงโคนมพึ่งแรงงานครัวเรือนมากเกินไป
- ความเสี่ยงโรคระบาดในสัตว์หลังโควิด-19 มีสูงขึ้น ซึ่งเป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศเขตร้อน
- การกีดกันด้านสิ่งแวดลอม เช่น มาตรฐานลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (มีเทน) อาจเพิ่มต้นทุน โดยเฉพาะฟาร์มรายย่อยที่ปรับตัวยาก

ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand (Market) Conditions)

จุดแข็ง S

- ความนิยมบริโภคนมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในประเทศ
- ภาครัฐมีแผนเพิ่มการบริโภคนมจาก 18 เป็น 25 ลิตร/คน/ปี ภายในปี 2570 จะช่วยขยายตลาดในประเทศ

จุดอ่อน W

- อัตราการเกิดในไทยลดลง ทำให้ตลาดนมเด็กหดตัว
- ตลาดในประเทศยังพึ่งพา “นมโรงเรียน” เป็นสัดส่วนสูง ซึ่งขึ้นอยู่กับงบประมาณรัฐ

โอกาส O

- ตลาดผลิตภัณฑ์นมหลากหลายขึ้น เช่น นมสำหรับผู้สูงอายุ คนรักสุขภาพ และผลิตภัณฑ์ Functional Food
- การพัฒนาสินค้านมที่แตกต่างและมีมูลค่าเพิ่มสูง เช่น นมออร์แกนิก นม Low Fat และนมผสมโปรไบโอติก
- รายได้ประชากรเพิ่มขึ้น ทำให้กลุ่มผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงขึ้น
- ตลาดเพื่อนบ้านในอาเซียนยังเติบโตเร็ว (ประชากรวัยเด็กสูงและบริโภคนมเพิ่มขึ้น) เป็นโอกาสในการส่งออกสำคัญ

อุปสรรค T

- การแข่งขันจากเครื่องดื่มทางเลือก เช่น ชา กาแฟ เครื่องดื่มสุขภาพ
- การนำเข้านมและผลิตภัณฑ์นมจากประเทศคู่ค้า กีดกันตลาดในประเทศ

โครงสร้างตลาดและกลไกการแข่งขัน (Strategy, Rivalry and Business Policy (Market Structure))

จุดแข็ง S

- เกษตรกรผู้เลี้ยงมีจำนวนมากพอ ทำให้เกิดการแข่งขันและการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง
- สหกรณ์บางแห่งมีความเข้มแข็ง ช่วยให้ฟาร์มบริหารจัดการได้มีประสิทธิภาพ
- ผู้ประกอบการแปรรูปนมมีจำนวนมาก มีการแข่งขันกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย

จุดอ่อน W

- ฟาร์มรายย่อยไม่สามารถลงทุนระบบอัตโนมัติ จึงมีต้นทุนต่อหน่วยสูง
- การผลิตสินค้ามูลค่าสูง เช่น เนย ชีส ยังทำได้จำกัด แข่งขันกับสินค้านำเข้ายาก
- ต้นทุนการผลิตสูงทำให้ไทยแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตรายสำคัญของโลกได้ยาก

โอกาส O

- การเปิดการค้าเสรีทำให้เกษตรกรไทยตื่นตัวผลิตสินค้าให้แข่งขันกับประเทศคู่แข่ง และเปิดโอกาสการส่งออกไปตลาดอาเซียนและประเทศเพื่อนบ้าน
- การยกระดับมาตรฐานการผลิตและคุณภาพน้ำนม ทำให้เข้าถึงตลาดพรีเมียมมากขึ้น เช่น นมออร์แกนิก และนมฟังก์ชัน
- มีโอกาสจากโครงสร้างประชากรในภูมิภาค (เด็กมีจำนวนมาก ไทยและหลายประเทศเข้าสู่สังคมสูงวัย) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น นมเสริมสุขภาพ นมสำหรับผู้สูงอายุ และอาหารทางการแพทย์ ฯลฯ

อุปสรรค T

- ตลาดกังวลปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการเลี้ยงโคนม โดยเฉพาะการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในการเลี้ยงโคนม
- ความแตกต่างด้านภาษีศุลกากรสินค้านำเข้าตาม FTA ต่าง ๆ อาจทำให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

การเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (Supporting and Related Industries (Industrial Linkages))

จุดแข็ง S

- รัฐสนับสนุนการวิจัย-พัฒนาพันธุ์โค และการจัดการฟาร์ม
- อุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และการท่องเที่ยวขยายตัว ช่วยเพิ่มความต้องการบริโภคนม
- มีอุตสาหกรรมสนับสนุนที่ครอบคลุมและเข้มแข็ง เช่น อาหารสัตว์ การเกษตรแปรรูป และอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์
- มีจำนวนสถานพยาบาลสัตว์มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น
- มีสหกรณ์ช่วยเหลือสมาชิกทางด้านความรู้ และแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ

จุดอ่อน W

- อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มใช้ “นมผงนำเข้า” ที่มีต้นทุนต่ำกว่า อาจทำให้ลดการใช้วัตถุดิบในประเทศ
- ต้นทุนบรรจุภัณฑ์สูงขึ้น (จากราคาน้ำมัน/พลาสติก) กดดันต้นทุนการผลิตนมพร้อมดื่ม

โอกาส O

- การท่องเที่ยวและจำนวนชาวต่างชาติในไทยเพิ่มขึ้น ช่วยเพิ่มการบริโภคนมในประเทศ
- ความนิยมสินค้าออร์แกนิก และนมปลอดสารพิษ เปิดตลาด Niche Market ที่มีมูลค่าสูง
- มีโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า เช่น นมพรีเมียม และชีสท้องถิ่น

อุปสรรค T

- ความเสี่ยงจากขาดแคลนหญ้าเลี้ยงสัตว์ และวัตถุดิบอาหารสัตว์ โดยเฉพาะถั่วเหลือง ทำให้เกษตรกรควบคุมต้นทุนยาก

นโยบายรัฐ (Role of Government)

จุดแข็ง S

- นโยบายรัฐในการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

จุดอ่อน W

- มีหน่วยงานรับผิดชอบหลายหน่วยงานแต่คนต่างทำ ไม่มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน
- สถิติข้อมูลไม่ครบถ้วน ขาดความถูกต้อง เนื่องจากการจัดเก็บหลายหน่วยงานต่างคนต่างจัดเก็บ

โอกาส O

- เขตการค้าเสรีอาเซียนทำให้ไทยมีโอกาสเป็นผู้นำในตลาดผลิตภัณฑ์นมในภูมิภาคอาเซียน
- รัฐส่งเสริมโครงการนมโรงเรียนเป็นกลไกหลักในการรองรับปริมาณการผลิตน้ำนมดิบ และเป็นประโยชน์ด้านโภชนาการและสุขภาพต่อประชากรกลุ่มเป้าหมาย

อุปสรรค T

- นโยบายรัฐที่เพิ่มอัตราค่าแรงขั้นต่ำ ทำให้ฟาร์มและโรงงานแปรรูปได้รับผลกระทบจากต้นทุนค่าแรงที่สูงขึ้น



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การผลิต/การเลี้ยง – ฟาร์มโคนม (เกษตรกร และสหกรณ์)

- ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรในรูปแบบสหกรณ์ เพื่อเพิ่มประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ให้ครอบคลุมเกษตรกรผู้เลี้ยงรายย่อยให้ได้มากขึ้นเพื่อให้เกษตรกรสามารถปรับตัวต่อปัจจัยเสี่ยง และเพิ่มอำนาจต่อรองและความสามารถในการปรับตัวต่อความผันผวนของต้นทุนการผลิต
- พัฒนาระบบการเลี้ยงที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค
- เพิ่มหรือยกระดับความต้องการอุปสงค์สำหรับตลาดนมสด โดยเน้นคุณภาพ ความสม่ำเสมอ และระยะเวลาให้นม มากกว่าการเร่งการผลิตเพื่อให้ได้ปริมาณนมต่อแม่วัวให้ได้มากที่สุด
- ผลักดันระบบการเลี้ยงที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการหรือลดปริมาณของเสีย บริหารจัดการฟาร์มที่ดีเพื่อให้เกิดการนำของเสียหรือของเหลือภายในฟาร์มกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ได้แก่ การนำแนวทางการเกษตรแบบ Regenerative Farming มาใช้ เป็นต้น
- เพิ่มขีดความสามารถของเกษตรกรและผู้ประกอบการให้สามารถรองรับความผันผวนทางด้านราคา โดยการเพิ่มบทบาทและศักยภาพของสหกรณ์ และให้มีการทำงานเป็นโครงข่ายมากขึ้น นอกเหนือจากบทบาทในการรับซื้อน้ำนมดิบ ทั้งนี้ ความผันผวนของต้นทุนการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ ต้นทุนอาหารสัตว์ ค่าแรงงานในการเลี้ยง และค่าบริการสัตวบาล และพลังงาน เป็นต้น และความผันผวนของราคานม (นมสด และนมพร้อมดื่ม) ราคาสกัดถั่วน้ำนม (เนย ครีม ชีส โยเกิร์ต และนมเปรี้ยว)
- สนับสนุนการพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer) ให้เข้ามาสืบทอดอาชีพด้วยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิต
- เพิ่มบทบาท และการสำรวจเครือข่ายการทำงานของสหกรณ์โคนม (Cooperative Networking) เพื่อบรรเทาปัญหาจากความผันผวนของต้นทุนการผลิต การบริหารสภาพคล่อง และการรองรับผลผลิตที่เพิ่มขึ้น
- สนับสนุนกลไกพัฒนาระดับเทคโนโลยีการผลิต การพัฒนาพันธุ์ ระบบอาหาร อุปกรณ์ และเครื่องจักรนม โดยประยุกต์แนวทางจากประเทศที่มีความก้าวหน้า เช่น ออสเตรเลีย เป็นต้น
- ยกระดับการจัดการฟาร์มด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ เพื่อเพิ่มคุณภาพน้ำนมดิบ ลดความเสี่ยงจากโรคระบาด และเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร



การแปรรูปน้ำนมดิบและผลิตภัณฑ์นม (สหกรณ์ และโรงงานแปรรูป)

- ปรับปรุงระบบโคเวตนมโรงเรียนและโคเวตาการรับซื้อ ให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับความเป็นจริง ลดปัญหามลพิษในตลาดและการปฏิเสธรับซื้อนมซึ่งจะกระทบต่อกระแสเงินสดของเกษตรกร
- เพิ่มความหลากหลายของนมและผลิตภัณฑ์นม เช่น นมฟังก์ชัน นมออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์นมสุขภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน
- ปรับลดอัตราภาษีนอกโควตาสำหรับมาตรการโควตาอัตราภาษี (Tariff Rate Quota: TRQ) เพื่อเพิ่มโอกาสการใช้นมสำหรับอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์สำหรับอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องเป็นการเกื้อกูลต่ออุปสงค์ความต้องการ (Complementary) การบริโภคนมและผลิตภัณฑ์นมภายในประเทศ
- ปรับเปลี่ยนโครงการนมโรงเรียนให้ครอบคลุมอุปสงค์ความต้องการนมภายในประเทศมากขึ้น เช่น “โครงการนมนักเรียน” ดื่มได้ทุกวัน ไม่จำกัดเฉพาะวันที่ไปโรงเรียน รวมถึงขยายกลุ่มเป้าหมายถึง ผู้สูงวัยและผู้ด้อยโอกาส
- โครงการนมโรงเรียนมีบทบาทสำคัญในการสร้างเสถียรภาพราคา ในตลาดนมพร้อมดื่ม และยังช่วยเสริมโภชนาการ และสร้างความมั่นคงทางอาหาร (Food Security) ของประเทศ



การบริโภคและการขยายตลาดนมและผลิตภัณฑ์นม (ผู้บริโภค และอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง)

- ส่งเสริมการบริโภคนมภายในประเทศ เพื่อประโยชน์ด้านโภชนาการและเสริมสร้างสุขภาพ โดยเน้นบทบาทของ โครงการนมโรงเรียน ด้วยการยกระดับการส่งเสริมการบริโภคนมผ่าน โครงการนมโรงเรียน
- สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลกระทบของการเปิดเสรีนำเข้านมผงและผลิตภัณฑ์นมต่อ ราคาและการรับซื้อนมภายในประเทศ ว่าการนำเข้านมผงและผลิตภัณฑ์นมเป็นประโยชน์ต่อ อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และสนับสนุนการบริโภคนมและ ผลิตภัณฑ์นมในทางอ้อม ไม่กระทบต่อการรับซื้อน้ำนมดิบในประเทศ
- เปิดเสรีทางการค้าและอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation) เพื่อเพิ่มโอกาสใน การส่งออกนมพร้อมดื่มและผลิตภัณฑ์นมของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดอาเซียนที่ไทยมี ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ โดยเฉพาะต้นทุนโลจิสติกส์ต่ำ
- การเปิดตลาดและโอกาสเพื่อการส่งออกนม สนับสนุนแนวทางการเปิดเสรีทางการค้า โดยเฉพาะ อย่างยิ่งในระดับภูมิภาคที่เป็นเงื่อนไขสำคัญต่อการส่งออกนมและผลิตภัณฑ์นมของไทยในตลาด ภูมิภาค ซึ่งมีแนวโน้มขยายตัวได้ดีและยังมีโอกาสที่ขยายตัวได้อีกมากตามแนวโน้มการเพิ่มขึ้น ของประชากรในประเทศที่เป็นตลาดส่งออกหลักของไทยที่ยังมีโครงสร้างประชากรในวัยเด็ก มาก ในขณะเดียวกันโครงสร้างประชากรไทยและหลายประเทศในโลกที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ การเป็นสังคมผู้สูงอายุมากขึ้นเป็นโอกาสที่ดีที่จะได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นความต้องการของ ผู้สูงวัย เช่น โยเกิร์ต ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์อาหารทางการแพทย์ ฯลฯ ซึ่งอาศัยนมเป็นวัตถุดิบสำคัญ การพัฒนาคุณภาพน้ำนมให้สามารถใช้ในอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง เหล่านี้จะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเกษตรกรได้
- สนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มมีส่วนสนับสนุนเกื้อกูล (Complementary) ต่ออุปสงค์นมและผลิตภัณฑ์นมสำหรับตลาดภายในประเทศ เช่น เครื่องดื่ม กาแฟ การเพิ่มขึ้นของร้านอาหารที่ใช้ผลิตภัณฑ์นมในการประกอบอาหาร รวมทั้งแนวโน้มการ ขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ให้เติบโตมากขึ้นสอดคล้องกับ การขยายตัวของการผลิตนมและผลิตภัณฑ์นมของไทย

ความยั่งยืนและมาตรการการค้าระหว่างประเทศ

อุตสาหกรรมโคเนื้อและโคนมกับความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม +

- โคเนื้อและโคนมถูกมองว่าเป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกสำคัญ โดยเฉพาะก๊าซมีเทน (CH₄) จากการย่อยอาหารโค และไนตรัสออกไซด์ (N₂O) จากการจัดการมูลสัตว์และปุ๋ย
- โคเนื้อและโคนมปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การผลิต → อาหารสัตว์ → การเลี้ยงในฟาร์ม → การขนส่ง → แปรรูป
- โค 1 ตัว ปล่อยก๊าซมีเทน 290 – 500 ลิตร/วัน เทียบเท่าคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) หลายล้านตัน/ปี

แนวโน้มมาตรการการค้าระหว่างประเทศ

-  ประเทศคู่ค้าสำคัญ เช่น สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เริ่มใช้มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Measures: NTMs) ด้านสิ่งแวดล้อม
- CBAM (Carbon Border Adjustment Mechanism) เป็นการเก็บภาษีคาร์บอนกับสินค้านำเข้าที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูง มีแนวโน้มขยายครอบคลุมสินค้าเกษตร
- EUDR (EU Deforestation Regulation) ห้ามนำสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำลายป่าส่งผลให้สินค้าเกษตรต้องมีการตรวจสอบย้อนกลับ
- Carbon Labeling สินค้าต้องแสดงปริมาณคาร์บอนด้วยการติดฉลาก มีแนวโน้มเป็นมาตรฐานโลก

โอกาสและความจำเป็นในการปรับตัวของไทย

- หากไม่ปรับตัว มีความเสี่ยงจะถูกเก็บภาษีคาร์บอน ถูกจำกัดการเข้าตลาดและเสียโอกาสในการส่งออก
- หากปรับตัวได้ จะยกระดับมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม มีจุดขาย เช่น “นมคาร์บอนต่ำ” หรือ “เนื้อโคคาร์บอนต่ำ”
- รัฐและเอกชนควรเร่งสร้าง ระบบประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ที่เชื่อถือได้ และระบบตรวจสอบย้อนกลับ พัฒนานวัตกรรมลดคาร์บอน และมาตรฐานสิ่งแวดล้อม ดังนั้นโคเนื้อและโคนมไทยต้องเร่ง การผลิตที่ปล่อยคาร์บอนต่ำ เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน และเสริมสร้างภาพลักษณ์สินค้าเกษตรไทย



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

563 ถนนนนทบุรี อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000

โทรศัพท์: 02-507-7895, 02-507-7907

โทรสาร: 02-547-4167, 02-547-5687

E-mail: agri.indus.tps@gmail.com

Facebook: <https://www.facebook.com/TPSO.MOC>

Website: <http://www.tps.go.th>

มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย
(ทีดีอาร์ไอ)

565 ซอยรามคำแหง 39 (เทพลילה)

แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310

โทรศัพท์: 02-718-5460

โทรสาร: 02-718-5461-2

Website: www.tdri.or.th

