

ถอดรหัสความสำเร็จญี่ปุ่น พลิกโฉมโคเนื้อไทย

นายฉันทพงษ์ จิระเลิศพงษ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เปิดเผยว่า สนค. ได้ศึกษาความสำเร็จของอุตสาหกรรมโคเนื้อของญี่ปุ่น โดยเฉพาะเนื้อวากิว ที่ถือเป็นตัวอย่างความสำเร็จของการพัฒนาสินค้าเกษตรมูลค่าสูงที่ได้รับการยอมรับในตลาดโลก แม้ญี่ปุ่นจะไม่ได้เป็นประเทศผู้ส่งออกเนื้อโครายใหญ่ในเชิงปริมาณ แต่สามารถสร้างมูลค่าการส่งออกต่อหน่วยได้สูงกว่าประเทศคู่แข่งอย่างมีนัยสำคัญ

การผลิต “โคเนื้อ” ในญี่ปุ่น มีบทบาทสำคัญต่อภาคการเกษตรของญี่ปุ่น ด้วยสัดส่วนผลผลิตที่ 39.2% ของภาคการเกษตร¹ ญี่ปุ่นแบ่งการผลิตเนื้อโคเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ โควากิว โคลูกผสม (F1) และโคนม โดยโควากิวเป็นกลุ่มสินค้าพรีเมียมที่มูลค่าสูงสุด ขณะที่โคลูกผสมและเนื้อจากโคนมมีบทบาทสำคัญในการตอบสนองตลาดบริโภคทั่วไปภายในประเทศ

นายฉันทพงษ์ฯ กล่าวต่อไปว่า แม้ว่าปริมาณการผลิตเนื้อโคในญี่ปุ่นจะเพิ่มขึ้น แต่ไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภค ญี่ปุ่นพึ่งพาการนำเข้าเนื้อโคจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก แต่สิ่งสำคัญ คือ กลยุทธ์ของ “มูลค่า” มากกว่า “ปริมาณ” โดยญี่ปุ่นสามารถวางตำแหน่งเนื้อโคส่งออกในตลาดระดับพรีเมียม มีราคาส่งออกต่อหน่วยสูงกว่าประเทศผู้ส่งออกรายสำคัญของโลก เช่น ออสเตรเลีย สหรัฐฯ และแคนาดา สะท้อนความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านคุณภาพ มาตรฐาน และภาพลักษณ์สินค้า

ข้อมูลจาก Trademap (ณ มกราคม 2569) ในปี 2567 ญี่ปุ่นส่งออกเนื้อโคสดหรือแช่เย็น (พิกัดศุลกากร 0201) เป็นปริมาณ 4,777 ตัน มูลค่ากว่า 216 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีราคาต่อหน่วย 45,251 เหรียญสหรัฐฯต่อตัน ซึ่งเป็นราคาต่อหน่วยที่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศผู้ส่งออกรายสำคัญของโลก เช่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และเนเธอร์แลนด์ (11,376 10,421 และ 8,338 เหรียญสหรัฐฯต่อตัน ตามลำดับ) สำหรับเนื้อโคแช่แข็ง (พิกัดศุลกากร 0202) ญี่ปุ่นส่งออก 5,336 ตัน มูลค่ากว่า 204 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีราคาต่อหน่วย 38,269 เหรียญสหรัฐฯต่อตัน สูงกว่าคู่แข่งในตลาดโลกอย่างชัดเจน เทียบกับสหรัฐฯ ออสเตรเลีย และบราซิล (8,187 5,317 และ 4,478 เหรียญสหรัฐฯต่อตัน)

หัวใจสำคัญของความสำเร็จ คือ การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าอย่างบูรณาการ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ในส่วนต้นน้ำ ญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับการปรับปรุงและขยายพันธุ์ ควบคุมคุณภาพและสุขภาพสัตว์อย่างเข้มงวด นำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น AI และ IoT มาใช้จัดการฟาร์ม และส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรในรูปแบบคลัสเตอร์ ชั้นกลางน้ำ ครอบคลุมการแปรรูป จัดระดับคุณภาพ และควบคุมมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร รวมถึงใช้ระบบโลจิสติกส์ควบคุมอุณหภูมิ (Cold Chain) เพื่อรักษาคุณภาพสินค้า สำหรับชั้นปลายน้ำ เน้นการสร้างแบรนด์และความเชื่อมั่นผู้บริโภค ผ่านเครื่องหมายรับรองเนื้อวากิวสากล (Universal Wagyu Mark) และระบบตรวจสอบย้อนกลับ ช่วยยืนยันแหล่งที่มาและคุณภาพสินค้าอย่างโปร่งใส กรณีญี่ปุ่นสะท้อนว่า แม้ประเทศจะมีข้อจำกัดด้านพื้นที่การเลี้ยง แต่สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อให้มีมูลค่าสูงและแข่งขันได้ในตลาดโลก ผ่านการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่คุณค่าอย่างเป็นระบบ เน้นการเพิ่ม “มูลค่า” มากกว่าเพิ่ม “ปริมาณ” ซึ่งแนวทางดังกล่าวสามารถประยุกต์ใช้กับไทย ซึ่งมีข้อจำกัดด้านพื้นที่การเลี้ยงและต้นทุนการผลิต

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.ศรเทพ อัมวาสร ที่ปรึกษา สมาคมสัตวบาลแห่งประเทศไทย ให้ข้อมูลว่า ประเทศไทยมีโคเนื้อประมาณ 9.4 - 9.9 ล้านตัว โดยโคขุนคุณภาพสูงมีสัดส่วนเพียง 7% สำหรับปัญหาหลักที่ขัดขวางการส่งออก คือ “โรคระบาด” และความไม่สม่ำเสมอของมาตรฐานการเลี้ยงแบบรายย่อยที่ขาดการควบคุม

¹ <https://www.nippon.com/en/japan-data/h02433/>

ความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) และมีข้อเสนอการพัฒนาสู่ความเชื่อมั่นระดับสากล ดังนี้ (1) การจัดการ พันธุ์กรรมด้วยระบบสายสายเลือด พัฒนาคุณภาพผสมระหว่างสายพันธุ์ยุโรปและพื้นเมืองบราห์มันร่วมกันกับสายพันธุ์ วากิว โดยรักษาลักษณะดีเด่นของลูกผสม (ค่า Heterosis) ไว้ที่ 67% เพื่อให้ได้โคที่ แข็งแรง เติบโตเร็ว และมีคุณภาพเนื้อตอบโจทย์ความต้องการของตลาดทุกระดับ (2) การจัดทำพื้นที่ Sandbox ในรูปแบบ “นิคมอุตสาหกรรมโคเนื้อเกรดพรีเมียม” ยกกระตือรือร้นการผลิตจากฟาร์มกระจายสู่การบริหารจัดการพื้นที่ แบบนิคมปิด (Zoning) เพื่อสร้างเขตปลอดโรคระบาดที่เป็นมาตรฐานสากล และสามารถบังคับใช้เกณฑ์มาตรฐาน ฟาร์มคุณภาพ (GAP/GFM) ได้เบ็ดเสร็จ 100% สร้างความมั่นใจว่าเนื้อโคไทยมีความปลอดภัยและตรวจสอบ ย้อนกลับได้ด้วย AI และ IoT (3) การผลิตแบบ Zero Waste และความยั่งยืน โดยบูรณาการระบบ Sandbox เข้ากับเทคโนโลยีพลังงานสะอาด เปลี่ยนมูลสัตว์จากนิคมให้เป็นก๊าซชีวภาพ (Biogas) และพลังงานไฟฟ้า เพื่อสร้างภาพลักษณ์ “Green & Clean Beef” ลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ และสร้างอำนาจต่อรองทางการค้าในเวทีโลก และ (4) ความสม่ำเสมอด้วยระบบอาหารแม่นยำ (Total Mixed Ration: TMR) ใช้ระบบอาหารผสมเสร็จควบคุม โภชนาการ เพื่อให้เนื้อโคในนิคม Sandbox มีคุณภาพสม่ำเสมอ

นายสิทธิพร บุรณันท์ อุปนายกสมาคมโคเนื้อแห่งประเทศไทย ให้ความเห็นว่า ในด้านการตลาด เราเสียตลาดโมเดิร์นเทรดให้กับออสเตรเลียและนิวซีแลนด์จากการเปิดเสรีการค้า โดยทั้งสองประเทศส่งเนื้อ โคกินหญ้า (Grass Fed) ซึ่งมีต้นทุนต่ำกว่าวัวที่กินธัญพืช (Grain Fed) และขุนนานไม่เกิน 4 เดือนเข้ามาตีตลาดไทย แต่ประเทศไทยมีระบบน้ำในการปลูกหญ้าที่สมบูรณ์กว่า และเรามีผลพลอยได้ (By Product) คือกากมัน จากโรงผลิตแป้งซึ่งมีต้นทุนต่ำ สามารถนำมาหมักยีสต์เพื่อเพิ่มโปรตีน และใช้เสริมในการขุนให้กับโคกินหญ้า เพื่อให้โตไว แต่ปัญหาของเราคือขาดการรวมกลุ่มผลิตอย่างจริงจัง ปัจจุบันเรามีสหกรณ์ที่ผลิตเนื้อโคพรีเมียม ที่ต้องใช้เวลานานที่ยาวกว่า ทั้งนี้ หากคิดราคาต้นทุนวัวกินหญ้าที่หน้าคอกจะอยู่ที่ 70 บาท/กิโลกรัม เมื่อรวมค่า ขนส่งถึงโรงฆ่าอีก 10 บาท/กิโลกรัม ราคาจะอยู่ที่ 80 บาท/กิโลกรัม จึงเป็นราคาที่เรแข่งขันได้ ซึ่งเนื้อวัว ออสเตรเลียมีราคาเฉลี่ยทุกชิ้นส่วนเมื่อส่งถึงโมเดิร์นเทรดอยู่ที่ 320-350 บาท/กิโลกรัม ดังนั้น ถ้าประเทศไทยเพิ่ม พื้นที่ในเขตชลประทานเพื่อเลี้ยงวัวกินหญ้าก็จะสามารถแข่งขันได้

นายันทพงษ์ กล่าวทิ้งท้ายว่า “ไทยมีโอกาสเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกโคมีชีวิตและเนื้อโค ในตลาดอาเซียน เนื่องจากมีทำเลที่ตั้งเหมาะสม มีโครงสร้างพื้นฐานการเลี้ยงและการขนส่งที่ดี และมีโอกาส ขยายการส่งออกไปยังตลาดศักยภาพสูง เช่น จีน และตะวันออกกลาง หากไทยสามารถยกระดับคุณภาพเนื้อ ได้รับสถานะปลอดโรค และมีระบบตรวจสอบย้อนกลับที่เชื่อถือได้ นอกจากนี้ ตลาดภายในประเทศที่แข็งแกร่ง ถือเป็นรากฐานสำคัญที่จะสนับสนุนให้อุตสาหกรรมโคเนื้อไทยเติบโต จึงขอชวนคนไทยให้บริโภคเนื้อโคไทย เพื่อส่งเสริมเกษตรกรไทยที่มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการผลิตเนื้อโคคุณภาพให้มีความมั่นคงทางรายได้ และเพื่อความมั่นคงทางอาหารของประเทศต่อไป”

สำหรับการค้าโคเนื้อของไทย ในปี 2568 ไทยส่งออกโคมีชีวิต (พิกัดศุลกากร 0102) 548,594 ตัว มูลค่า 351.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (11,474.3 ล้านบาท) มูลค่าการส่งออกโคมีชีวิตเติบโตถึง 182.6% จากปีก่อนหน้า โดยมีตลาดส่งออกสำคัญ คือ เวียดนาม สเปน และมาเลเซีย โดยมีสัดส่วน 66.0% 25.6% และ 8.1% ของมูลค่า การส่งออกโคมีชีวิตของไทย ตามลำดับ ขณะที่ไทยมีความต้องการนำเข้าเนื้อโค (พิกัดศุลกากร 0201 และ 0202) โดยนำเข้า 32,257.3 ตัน มูลค่า 312.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (10,372.8 ล้านบาท) มูลค่าการนำเข้าเนื้อโคเติบโต 22.5% โดยไทยนำเข้าจากออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และนิวซีแลนด์ มีสัดส่วน 81.3% 9.7% และ 7.3% ของมูลค่า การนำเข้าเนื้อโคของไทย ตามลำดับ