

สนค. ชี้โอกาสโคนมไทยปรับตัวสู่ตลาดนมยุคใหม่

นายันทพพงษ์ จิระเลิศพงษ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า สินค้าอาหารจากนมทั่วโลกมีแนวโน้มเติบโตสูง และมูลค่าการส่งออกอาหารจากนมของไทยก็เติบโตอย่างต่อเนื่อง ในปี 2568 มีมูลค่าการส่งออกกว่า 21,000 ล้านบาท สินค้าที่ไทยส่งออกมาก เช่น โยเกิร์ต นมเปรี้ยว นมยูเอชที และไอศกรีม เป็นต้น

รายงานจาก Fortune Business Insights คาดการณ์ว่าตลาดอาหารจากนมทั่วโลก (Global Dairy Food Market) จะมีมูลค่า 1.06 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2569 และจะสูงเกือบ 2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2577 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย 8.18% ต่อปี ในช่วงคาดการณ์ (ปี 2569-2577) ความต้องการบริโภคอาหารจากนมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุด โดยในปี 2568 มีส่วนแบ่งตลาด 41.09% เนื่องจากมีฐานผู้บริโภคขนาดใหญ่ และมีแนวโน้มการบริโภคอาหารที่มีโปรตีนสูง รวมถึงการรับเอารูปแบบการบริโภคอาหารแบบตะวันตกเพิ่มขึ้นในหลายประเทศ เช่น จีน และอินเดีย

นายันทพพงษ์ฯ กล่าวเพิ่มเติมว่า โคนมและผลิตภัณฑ์เป็นอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ให้เกษตรกรและชุมชน และสร้างความมั่นคงทางอาหารของประเทศ จากข้อมูลกรมปศุสัตว์ ในปี 2568 มีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม 15,638 ราย (ปี 2564 มีจำนวน 24,145 ราย) และมีจำนวนประชากรโคนมทั่วประเทศ 560,551 ตัว (ปี 2564 มีจำนวน 810,518 ตัว) ทั้งเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมและประชากรโคนมมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง จากโครงสร้างการผลิตที่เปลี่ยนไป ทำให้ประเทศไทยต้องเร่งปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน

การวิเคราะห์ของ สนค. พบปัญหาสำคัญด้านอุปทาน คือ ต้นทุนการเลี้ยงสูง โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อยและรายเล็กซึ่งมีสัดส่วนมาก ความผันผวนของราคาสินค้าเกษตรที่ใช้ผลิตอาหารสัตว์ ส่งผลให้ต้นทุนการเลี้ยงโคนมมีความเสี่ยงมากขึ้น ปัญหาขาดแคลนแรงงาน และจากการที่เกษตรกรโคนมส่วนใหญ่เป็นรายย่อยและรายเล็กทำให้การบริหารจัดการฟาร์มและการรีดนมไม่สามารถลงทุนเพื่อใช้ระบบอัตโนมัติ สำหรับปัญหาสำคัญด้านอุปสงค์ คือ ตลาดนมในประเทศยังต้องพึ่งพาโครงการนมโรงเรียน ขณะที่จำนวนเด็กนักเรียนลดลง เผชิญการแข่งขันกับสินค้าและผลิตภัณฑ์นมที่นำเข้าจากประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ของโลกที่มีต้นทุนต่ำและคุณภาพสูง เช่น นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย และสหภาพยุโรป

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร. ศรเทพ ธัมวาสร ที่ปรึกษา สมาคมสัตว์บาลแห่งประเทศไทย ให้ความเห็นว่า ต้องมีการปฏิรูปโคนมไทย เปลี่ยนจากระบบ “สงเคราะห์” เป็นระบบ “สร้างโครงสร้างพื้นฐานและข้อมูล” มีข้อเสนอ อาทิ สร้างความมั่นคงด้านวัตถุดิบ โดยจัดตั้งโรงงานนมผงส่วนกลาง 3 จังหวัด (สระบุรี ราชบุรี และนครราชสีมา) รองรับนมส่วนเกินและพ่วงเงื่อนไขให้การนำเข้านมผงจากต่างประเทศต้องซื้อนมผงที่ผลิตจากโรงงานไทย (Local Content Linkage) เร่งพัฒนาประสิทธิภาพ

เกษตรกร และปฏิรูปนมโรงเรียนเปลี่ยนจากโควตาที่ใช้สายสัมพันธ์เป็นระบบประมูลเชิงคุณภาพ วัดกันที่คุณภาพเนื้อมนม รวมทั้งใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน เพื่อแก้ไขปัญหานมผีหรือนมนอกระบบที่กดราคา รับซื้อเนื้อมนมดิบจากเกษตรกร

นายันทพพงษ์ กล่าวทิ้งท้ายว่า สนค. มีข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการบริโภคและขยายตลาด ดังนี้ (1) ส่งเสริมการบริโภคนมและผลิตภัณฑ์นมภายในประเทศ เพื่อสุขภาพที่ดีสำหรับคนทุกวัย (2) สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเปิดตลาดสินค้านมภายใต้ข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) ซึ่งเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมในภาพรวม เพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์นม ซึ่งไทยมีศักยภาพในการผลิต และส่งออกสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (3) เพิ่มความหลากหลายของสินค้านมและผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน เช่น นมฟังก์ชัน และนมคาร์บอนต่ำ และ (4) ผลักดันการส่งออกสินค้าอาหารจากนมสู่ตลาดศักยภาพ โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียนที่ไทยมีความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ และต้นทุนโลจิสติกส์ต่ำกว่า

การส่งออกสินค้าอาหารจากนมของไทย ในปี 2568 มีมูลค่ารวม 662.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (21,761.5 ล้านบาท) สำหรับช่วง 3 เดือนแรกของปี 2569 ไทยส่งออกเป็นมูลค่า 134.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (4,161.7 ล้านบาท) สินค้าส่งออกสำคัญของไทยเรียงตามมูลค่าการส่งออก ดังนี้ (1) โยเกิร์ตและนมเปรี้ยว 35.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 26.1 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารจากนมของไทย) (2) ไอศกรีม 31 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 23.1) (3) นมและครีมไม่เข้มข้น/ไม่เต็มความหวาน 25.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 18.8) (4) เครื่องดื่มที่มีนมยูเอชทีเป็นหลัก 21.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 16.0) (5) นมและครีมเข้มข้นหรือเติมน้ำตาล 16.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 12.2) และ (6) อื่นๆ (เช่น เนย เนยแข็ง และหางนม) 5.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 3.8) ตามลำดับ

โดยในภาพรวมในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2569 อาเซียนยังคงเป็นตลาดส่งออกสินค้าอาหารจากนมที่สำคัญของไทย มีสัดส่วนรวมกัน 81.3% รองลงมา คือ ตลาดเอเชียตะวันออก (จีน ฮองกง ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน) มีสัดส่วนรวมกันราว 13.3% ของมูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้ของไทย

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

1 มิถุนายน 2569