

โครงการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย

การสร้างเสถียรภาพและความเข้มแข็งทางการค้าสินค้าปศุสัตว์: โคเนื้อ

สถานการณ์และปัญหาสินค้าโคเนื้อในไทย



- การค้าสินค้าโคเนื้อและผลิตภัณฑ์ขยายตัวตามนวัตกรรมและความต้องการบริโภค
- รัฐส่งเสริมโคเนื้อและผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง แต่ยังมี **ปัญหาต้นทุนสูง ราคาตกต่ำ ขาดการพัฒนาในเชิงอุตสาหกรรมและช่องทางการตลาด**
- เนื้อโคคุณภาพสูงต้องแข่งขันกับสินค้านำเข้าและยังไม่มีที่ยอมรับในตลาดเมื่อเทียบกับเนื้อโคนำเข้า
- อุตสาหกรรมโคเนื้อต้องเร่งยกระดับคุณภาพ มาตรฐานการผลิต และตลาด

สถานการณ์การนำเข้าและส่งออกสินค้าโคเนื้อของไทยปี 2567



การนำเข้า

มูลค่า (บาท)	สัดส่วน
14,722,844	80.04 %
3,671,213	19.96 %

ปัจจุบัน ไทยมีการนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน เช่น ประเทศเมียนมา **ทั้งที่ถูกกฎหมายและลักลอบ**

มูลค่า (บาท)	สัดส่วน
6,650,217,089	73.49 %
1,018,072,139	11.25 %
722,158,285	7.98 %

ปัจจัยที่ทำให้ไทยต้องนำเข้าโคเนื้อและผลิตภัณฑ์ เพราะการผลิตภายในประเทศไม่เพียงพอต่อการบริโภค และยังไม่ตอบสนองความต้องการของตลาดและความนิยม

ภายใต้กรอบความตกลงการค้าเสรีส่งผลให้มีการนำเข้าสินค้าจากประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้น เช่นสินค้านำเข้าจาก **ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และญี่ปุ่น มีการแทรกตลาดภายในประเทศ**

การส่งออก

มูลค่า (บาท)	สัดส่วน
1,625,767,490	51.45 %
882,474,502	27.93 %
637,280,500	20.17 %
12,433,100	0.39 %

ไทยมีการส่งออกโคมีชีวิตไปยังจีน ผ่านเส้นทาง ไทย - สปป.ลาว ทั้งในระบบถูกกฎหมายและลักลอบ

มูลค่า (บาท)	สัดส่วน
90,000	100 %

ไทยยังส่งออกได้อย่างจำกัด เนื่องจากยังไม่เป็นเขตปลอดโรคปากและเท้าเปื่อย (FMD) ทำให้ไทยยังขาดความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกเมื่อเทียบกับผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก

ไทยได้เจรจาเปิดตลาดกับประเทศปลายทางที่มีศักยภาพ เช่น จีน มาเลเซีย เวียดนาม และซาอุดีอาระเบีย

ข้อเสนอแนะ



การสร้างเสถียรภาพและความเข้มแข็งด้านการผลิต: ภาครัฐควรพัฒนาระบบ National Cattle ID (NID) ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร พัฒนาสายพันธุ์ และการใช้เทคโนโลยี ยกกระดับโรงฆ่าและส่งเสริม “โรงฆ่าและชุมชน” รวมถึงสร้างภาพลักษณ์เนื้อโคไทย

การสร้างเสถียรภาพและความเข้มแข็งทางด้านราคา: ภาครัฐควรส่งเสริมอำนาจต่อรองเกษตรกรและลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง ควบคู่กับการพัฒนาระบบตลาดกลางออนไลน์ รวมถึงสนับสนุนระบบสัญญาซื้อขายล่วงหน้าที่มีกลไกประกันความเสี่ยงด้านราคา

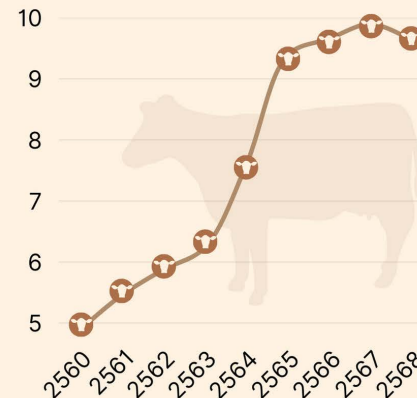
การสร้างเสถียรภาพและความเข้มแข็งด้านเทคโนโลยี: ภาครัฐควรส่งเสริมแพลตฟอร์มการตรวจสอบย้อนกลับควบคู่กับการส่งเสริมเกษตรกรอัจฉริยะ ตลอดจนพัฒนาระบบบริหารจัดการโรงฆ่าและแบบดิจิทัล ส่งเสริมเทคโนโลยีแปรรูป และควรมีระบบตรวจสอบย้อนกลับ เช่น การใช้ QR Code บอกแหล่งที่มา

การสร้างเสถียรภาพและความเข้มแข็งทางการตลาด: ภาครัฐควรส่งเสริมการสร้างแบรนด์ “เนื้อโคไทยคุณภาพ” ที่ได้มาตรฐาน GAP และมีระบบตรวจสอบย้อนกลับ พร้อมประชาสัมพันธ์จุดเด่นด้านความปลอดภัยและรสชาติควบคู่กัน ขณะเดียวกันควรเจรจาเปิดตลาดส่งออกในประเทศสำคัญ เช่น จีน เวียดนาม มาเลเซีย และซาอุดีอาระเบีย รวมถึงผลักดันข้อตกลงทางการค้าใหม่ ๆ และเพิ่มช่องทางจำหน่ายแก่ผู้ซื้อรายใหญ่ เพื่อยกระดับมูลค่าทางการตลาดในระยะยาว ทั้งนี้ ควรคุมเข้มการลักลอบนำเข้าโคเนื้อและเนื้อเถื่อน ซึ่งอาจกระทบต่อความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าไทย

สถิติและแนวโน้มเกษตรกรและการผลิตโคเนื้อไทย

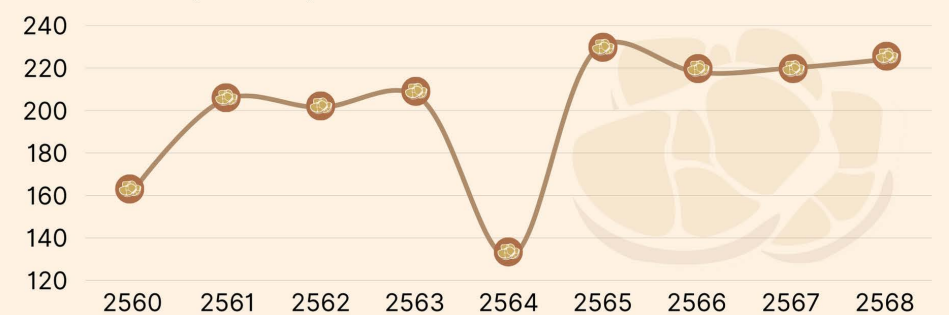


จำนวนโคเนื้อ (ล้านตัว)



- เกษตรกรผู้เลี้ยงโคและจำนวนโคมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในปี 2568 มีเกษตรกร 1.38 ล้านราย เพิ่มขึ้นถึง **74.68 %** จากปี 2560
- ปี 2568 มีโคเนื้อจำนวน 9.93 ล้านตัว มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น **97.7 %** จากปี 2560
- เกษตรกรส่วนใหญ่เลี้ยงโคพันธุ์พื้นเมือง 50% รองลงมา คือ โคพันธุ์ลูกผสม 47% ส่วนโคพันธุ์แท้และโคขุนมีอย่างละ 1.5%
- แนวโน้มการผลิตเนื้อโคไทยเพิ่มขึ้นเป็น 220.00 พันตันซาก ในปี 2567 โดยในปี 2568 คาดว่าจะมีการผลิตเนื้อโคเพิ่มขึ้นเป็น **224.00 พันตันซาก**
- ปี 2564 ปริมาณเนื้อโคสด จากผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ต้นทุนการผลิตสูงจากราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ และการระบาดของโรคในสัตว์

ปริมาณการผลิต (พันตันซาก)

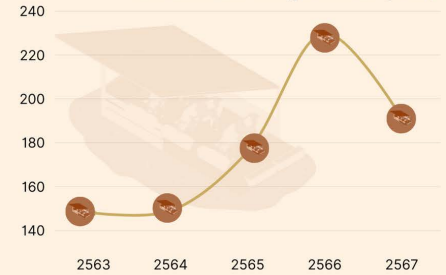


ฟาร์มและโรงฆ่ามาตรฐาน

- ปี 2567 ประเทศไทยมีฟาร์มโคเนื้อมาตรฐาน 191 แห่ง
- ในขณะที่ จำนวนโคที่เลี้ยงในฟาร์มมาตรฐานมีจำนวน 34,691 ซึ่งเพิ่มขึ้น จาก 20,221 ตัว ในปี 2563
- การลดลงของฟาร์มมาตรฐานและปริมาณอัตราส่วนโคในฟาร์มมาตรฐานต่ำ มีสาเหตุจากต้นทุนที่สูงขึ้น นอกจากนี้ ราคาขายโคมีชีวิตลดลง ฟาร์มบางแห่งจึงเลิกกิจการหรือไม่สามารถรักษามาตรฐานได้

- ปี 2567 ประเทศไทยมีจำนวนโรงฆ่าโคเนื้อทั่วประเทศ 488 แห่ง
- จำนวนโรงฆ่าโคเนื้อเพื่อส่งออกทั่วประเทศมีเพียง 5 แห่งเท่านั้น

จำนวนฟาร์มมาตรฐานโคเนื้อ (แห่ง)



จำนวนโคที่อยู่ในฟาร์มมาตรฐานโคเนื้อ (ตัว)



หมายเหตุ: 1. ข้อมูลสถิติทั้งหมดมาจาก ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์ และสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
2. ข้อมูลสถิติในปี 2568 ทั้งหมดเป็นค่าประมาณการจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์ และสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร



โครงการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย

การสร้างเสถียรภาพและความเข้มแข็งทางการค้าสินค้าปศุสัตว์: โคนม

สถานการณ์และปัญหาสินค้าโคนมในไทย

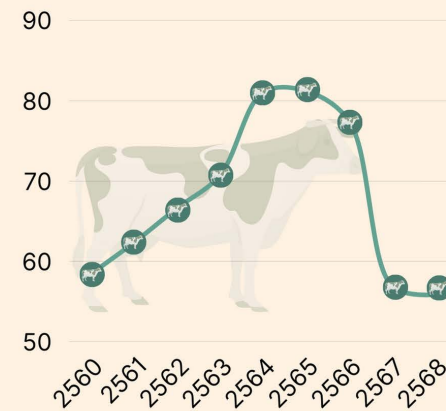


- ประเทศไทยพัฒนาการเลี้ยงโคนมต่อเนื่องกว่า 65 ปี มีการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์ให้เหมาะกับสภาพอากาศและโรคในเขตร้อนชื้น
- เกษตรกรรายย่อย ต้องเผชิญกับความผันผวนของต้นทุนอาหารสัตว์ และข้อจำกัดในการยกระดับมาตรฐานและการลงทุนในเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต
- คนไทยบริโภคโคนมเฉลี่ยเพียง 18 ลิตรต่อคนต่อปี ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโลก 6 เท่า จึงมีโอกาขยายตลาดในประเทศเพื่อส่งเสริมโภชนาการของผู้บริโภคไทย

สถิติและแนวโน้มเกษตรกรและโคนมและผลิตภัณฑ์ไทย



จำนวนโคนม (หมื่นตัว)



- ปี 2568 ประเทศไทยมีเกษตรกรโคนม 15,725 ราย และกว่าร้อยละ 96 เป็นเกษตรกรรายย่อย และมีโคนมจำนวน 5.5 แสนตัว และมีผลผลิตน้ำนมดิบเฉลี่ย 2,965.79 ตันต่อวัน
- ประเทศไทยมีศูนย์รวมรวมน้ำนมดิบ 205 แห่ง รวมน้ำนมดิบเฉลี่ย 2,965.79 ตันต่อวัน
- การผลิตน้ำนมดิบลดลง สาเหตุจากต้นทุนการเลี้ยงที่สูงขึ้น โดยเฉพาะราคาอาหารสัตว์
- การแปรรูปน้ำนมดิบส่วนใหญ่เป็นนมพร้อมดื่ม โดย 1 ใน 3 ของโครงการนมโรงเรียน สำหรับตลาดภายในประเทศเป็นหลัก และมีบางส่วนส่งออกในอาเซียน

สถานการณ์การนำเข้าและส่งออกสินค้าโคนมของไทยปี 2567



การส่งออก

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีการส่งออกผลิตภัณฑ์นม ไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศอาเซียน ซึ่งยังคงมีความต้องการผลิตภัณฑ์นม เช่น นมผงพร้อมดื่ม นมเปรี้ยว และโยเกิร์ต ของไทยอย่างต่อเนื่อง ไทยมีความสนใจในการส่งออกนมและผลิตภัณฑ์นม ไปยังตลาดประเทศจีน และตะวันออกกลาง

มูลค่า (บาท)	สัดส่วน
1,739,447,188	38.13 %
1,495,011,728	32.77 %
1,018,905,909	22.34 %

มูลค่า (บาท)	สัดส่วน
3,068,930,862	54.19 %
657,055,238	11.60 %
617,927,467	10.91 %

มูลค่า (บาท)	สัดส่วน
3,211,822,808	57.27 %
1,426,083,086	25.43 %
540,646,273	9.64 %

นมและครีม ที่ทำให้เข้มข้น หรือเติมน้ำตาล หรือสารที่ทำให้หวานอื่นๆ (พิกัดศุลกากร 0402)

มูลค่า (บาท)	สัดส่วน
9,742,309,829	61.70 %
2,512,165,683	15.91 %
1,497,082,144	9.48 %

มูลค่า (บาท)	สัดส่วน
635,338,423	16.56 %
537,233,038	14 %
380,190,915	9.91 %

มูลค่า (บาท)	สัดส่วน
2,451,972,014	72.55 %
378,611,006	11.20 %
285,917,850	8.46 %

ภายใต้ข้อตกลง FTA ตั้งแต่ปี 2568 เป็นต้นไป การนำเข้าจากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ จะปลอดภาษีและไม่จำกัดโควตา จึงมีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มขึ้นเพื่อการบริโภคภายในประเทศ ทั้งของคนไทยและต่างชาติ

การนำเข้า

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีการนำเข้าเนยผงขาดและเนยผงพร้อมดื่ม และผลิตภัณฑ์นมที่ไม่ใช่เนยพร้อมดื่ม เป็นหลัก

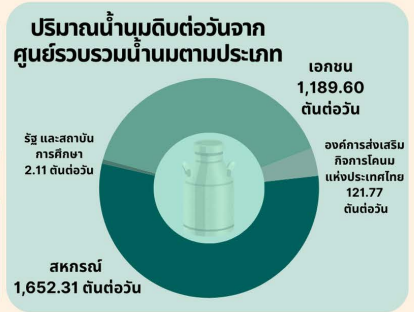
ประเทศไทยมีโควตาการนำเข้าสินค้านม ดังนี้

- WTO: นมผงขาดมันเนย 55,000 ตัน (ภาษี 5%)
- TAFTA: นมผงขาดมันเนย 3,800 ตัน (ภาษี 0% ในปี 2568)
- TNCEP: หางนมผง 20,000 ตัน (ภาษี 0% ในปี 2568)

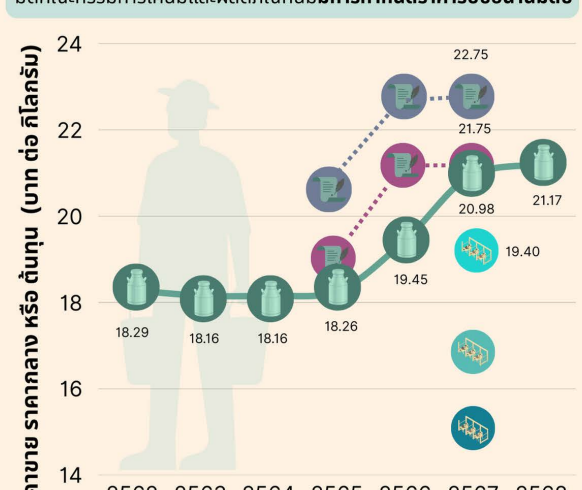
ราคายาน้ำมันดิบ	ต้นทุนสูงสุดของฟาร์มขนาดเล็ก
ราคากลางหน้าโรงงานแปรรูปนม	ต้นทุนสูงสุดของฟาร์มขนาดกลาง
ราคากลางศูนย์รวมรวมน้ำนมดิบ	ต้นทุนสูงสุดของฟาร์มขนาดใหญ่

ฟาร์มมาตรฐานโคนมที่ผ่านมาตรฐาน GAP มีจำนวน 5,322 ฟาร์ม

ศูนย์รวมรวมน้ำนมที่ได้รับการรับรอง GAP มีจำนวน 14 ศูนย์



ราคายาน้ำมันดิบ และต้นทุนเกษตรกร



ข้อเสนอแนะ



การสร้างเสถียรภาพและความเข้มแข็งด้านการผลิต: ภาครัฐควรส่งเสริมเกษตรกรรายย่อยให้รวมกลุ่มเพื่อลดต้นทุนและเข้าถึงสินเชื่อ พัฒนาฟาร์ม และเพิ่มสภาพคล่อง พร้อมสนับสนุนเกษตรกรให้ปรับการผลิตเน้นปริมาณนมตลอดช่วงให้นมแทนรายวัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในระยะยาว รวมถึงการสนับสนุนมาตรฐานคุณภาพนมดิบ และส่งเสริมฟาร์มยั่งยืนเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การสร้างเสถียรภาพและความเข้มแข็งทางด้านราคา: ภาครัฐควรเสริมสร้างศักยภาพเกษตรกรและผู้ประกอบการให้รับมือกับความผันผวนด้านราคาและต้นทุน ควบคู่กับการปรับลดภาษีนำเข้านอกโควตา WTO เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันและสร้างเสถียรภาพด้านราคา ควรสื่อสารให้เข้าใจว่านมผงนำเข้าไม่ใช่สาเหตุหลักของราคานมตกต่ำ แต่เป็นโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และจัดตั้งกองทุนฉุกเฉินรับชื้อน้ำนมส่วนเกินจากตลาด

การสร้างเสถียรภาพและความเข้มแข็งด้านเทคโนโลยี: ภาครัฐควรสนับสนุนเทคโนโลยีการผลิต เช่น การพัฒนาพันธุ์สัตว์ เครื่องรีดนม สูตรอาหาร ระบบลดแรงงาน และคำนวณสารอาหาร พร้อมทั้งร่วมกันพัฒนาฐานข้อมูลสัตว์-คุณภาพนมและระบบตรวจสอบย้อนกลับ

การสร้างเสถียรภาพและความเข้มแข็งทางการตลาด: ภาครัฐและเอกชนควรร่วมกันส่งเสริมการใช้น้ำนมดิบในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อเพิ่มมูลค่าและความต้องการในประเทศ สนับสนุนโครงการนมสำหรับผู้สูงอายุและผู้มีรายได้น้อย ขยายการเข้าถึงนมโรงเรียนตลอดปี ปรับระบบโควตา และพัฒนาผลิตภัณฑ์รองรับสังคมสูงวัย พร้อมทั้งส่งเสริมการเปิดเสรีทางการค้าในระดับภูมิภาค

