

บทวิเคราะห์ธุรกิจ

Thai Cocoa

โกโก้ไทยโตไกลด้วยคุณภาพ
ผ่านมุมมองข้อมูลเศรษฐกิจ

COCOA MARKET OUTLOOK

ปัจจุบัน โกล์โกโก้เป็นพืชเศรษฐกิจที่มีบทบาททางการค้าโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากเดิมที่ถูกใช้เป็นวัตถุดิบหลักเพื่อการแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม สู่การเป็นวัตถุดิบที่สามารถต่อยอดได้หลากหลายอุตสาหกรรม ตั้งแต่อาหารและเครื่องดื่ม ไปจนถึงสินค้าอุปโภคบริโภคมูลค่าสูงอย่างเครื่องสำอาง และภาคเภสัชภัณฑ์ ขณะเดียวกัน กระแสความนิยมช็อกโกแลตพรีเมียมและดาร์กช็อกโกแลตที่มีสารต้านอนุมูลอิสระ ตอบรับกับกระแสรักสุขภาพ ได้ช่วยหนุนให้ความต้องการโกล์โกโก้ขยายตัวในหลายภูมิภาค

จากการเป็นวัตถุดิบที่มีบทบาทหลากหลายและเป็นที่ต้องการในตลาดทั่วโลก การแข่งขันในตลาดโกล์โกโก้จึงไม่สามารถพิจารณาเพียงปริมาณโกล์โกโก้ที่ผลิตได้เท่านั้น หากแต่ต้องให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพมาตรฐาน ความปลอดภัย และความสามารถในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน ตลอดจนความพร้อมในการตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ที่คาดหวัง ทั้งรสชาติ คุณประโยชน์ต่อสุขภาพ และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

ดังนั้น การทำความเข้าใจโครงสร้างตลาดและแนวโน้มของธุรกิจโกล์โกโก้อย่างรอบด้าน ทั้งในระดับโลกและระดับประเทศ จึงมีความสำคัญต่อการสนับสนุนการวางกลยุทธ์ การพัฒนาสินค้า และการสร้างโอกาสทางการค้าของผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

มูลค่าตลาดเมล็ดโกล์โกโก้ทั่วโลก

คาดการณ์
มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR)

4.8% ต่อปี

ตั้งแต่ปี 2568 ถึง 2576



The global cocoa beans market

“ตลาดเมล็ดโกล์โกโก้โลกกำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2567 มีมูลค่าราว 15.40 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเพิ่มเป็น **23.68 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2576** ด้วยอัตราเติบโตเฉลี่ย 4.8% ต่อปี (CAGR 2568 - 2576) โดยมีแรงหนุนสำคัญมาจาก กำลังซื้อที่สูงขึ้น โดยเฉพาะในภูมิภาคที่รายได้สุทธิเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมองช็อกโกแลตและผลิตภัณฑ์จากโกล์โกโก้เป็น “ความสุขที่เข้าถึงได้ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ” จึงส่งผลให้ความต้องการวัตถุดิบโกล์โกโก้เติบโตตามไปด้วยอย่างมีนัยสำคัญ”

ทำความรู้จักโกโก้และเส้นทางการผลิต

The Journey of Cocoa

โกโก้ (Cocoa) เป็นพืชยืนต้นในเขตร้อนให้ผลผลิตเป็นเมล็ด ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตช็อกโกแลต ผงโกโก้ และเนยโกโก้ โดยเมล็ดโกโก้จะผ่านกระบวนการสำคัญ เช่น การหมัก การตาก และการแปรรูป เพื่อพัฒนากลิ่นรสและสร้างมูลค่าเพิ่ม จึงนับเป็นพืชเศรษฐกิจที่สามารถต่อยอดได้หลากหลาย

ขั้นตอนการแปรรูปโกโก้

จากต้นน้ำถึงปลายน้ำ



Harvesting and Fermentation

การเก็บเกี่ยวและการหมัก (Harvesting & Fermentation)

เริ่มจากการเก็บเกี่ยวฝักโกโก้ จากนั้นแยกเมล็ดออกจากเนื้อหุ้มเมล็ด แล้วนำเมล็ดไปหมักประมาณ 5-7 วัน เพื่อพัฒนากลิ่นรส ลดความฝาด และสร้างสารตั้งต้นของ “**รสช็อกโกแลต**”

โดยผลพลอยได้อย่าง เปลือก/เศษฝัก สามารถนำไปทำปุ๋ยหรือวัสดุปรับปรุงดินได้

การคั่วและการบดเมล็ดโกโก้ (Roasting & Grinding)

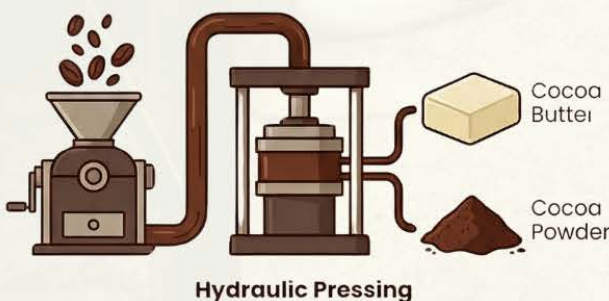
เมล็ดโกโก้จะถูกตากหรืออบให้ความชื้นลดลงจนเหมาะต่อการเก็บรักษาและขนส่ง จากนั้นคั่วเพื่อให้เกิดกลิ่นหอม สร้างรสชาติที่เข้มข้นขึ้น รวมถึงลดความฝาด และทำให้เมล็ดเปราะสำหรับการกระเทาะแยกเปลือก (winnowing) เพื่อให้ได้ “**โกโก้ nibs**” แล้วนำโกโก้ nibs ไปบดจนเกิดความร้อน ทำให้ไขมันละลายและได้เป็น “**โกโก้แมส/โกโก้ลิเควอร์ (cocoa mass/liquor)**” ซึ่งเป็นวัตถุดิบตั้งต้นสำคัญสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์โกโก้หลากหลายชนิด



Drying & Roasting

Winnowing & Grinding

การอัดแยกด้วยแรงดัน (Hydraulic Pressing)

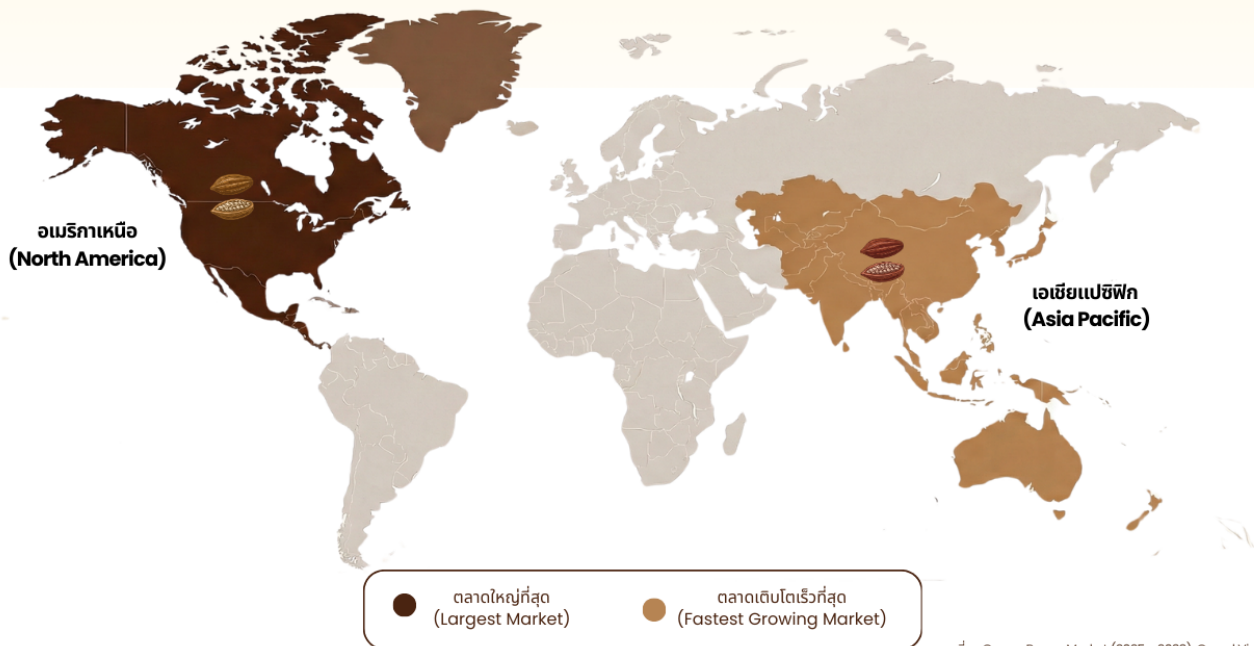


Hydraulic Pressing

เมื่อได้โกโก้แมสแล้ว จะนำไปอัดด้วยเครื่อง hydraulic press เพื่อแยกส่วนประกอบหลักออกเป็นสองส่วน คือ **เนยโกโก้ (cocoa butter)** ซึ่งเป็นไขมันคุณภาพสูงใช้ในช็อกโกแลต เครื่องสำอาง และอาหาร และส่วนที่เหลือเป็น **โกโก้เค้ก (cocoa cake)** ซึ่งจะถูกลบต่อจนเป็น **ผงโกโก้ (cocoa powder)** การอัดแยกจึงเป็นขั้นตอนสำคัญที่เปลี่ยนโกโก้แมสให้กลายเป็นวัตถุดิบอุตสาหกรรมที่นำไปต่อยอดได้กว้าง ทั้งในสายช็อกโกแลต เบเกอรี่ เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มอื่น ๆ

ภูมิภาคที่โดดเด่นในตลาดโกโก้โลก

High-Potential Regions For Cocoa Beans Market Growth



ที่มา: Cocoa Beans Market (2025 - 2033), Grand View Research

Largest Market

อเมริกาเหนือ (North America)

ส่วนแบ่งรายได้ของตลาดอเมริกาเหนือคิดเป็น

29.2%

เมื่อเทียบกับมูลค่าการค้าเมล็ดโกโก้ทั่วโลกในปี 2567

ตลาดเมล็ดโกโก้ของสหรัฐฯ มีแนวโน้มเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ โดยพึ่งพาการนำเข้าเป็นหลักเพื่อรองรับความต้องการโกโก้ของผู้บริโภคที่นิยมช็อกโกแลตพรีเมียมและรสชาติแปลกใหม่ ส่งผลให้บริษัทสหรัฐฯ นำเข้าเมล็ดโกโก้จากประเทศผู้ผลิตสำคัญ เช่น ไควออร์โคสต์ กานา และอินโดนีเซีย โดย กระทรวงเกษตรสหรัฐฯ (USDA) ระบุว่ามูลค่าการนำเข้าเมล็ดโกโก้เฉลี่ยมากกว่า 1.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี

Fastest Growing Market

เอเชียแปซิฟิก (Asia Pacific)

ตลาดเมล็ดโกโก้ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกคาดว่าจะมีการเติบโตเฉลี่ย

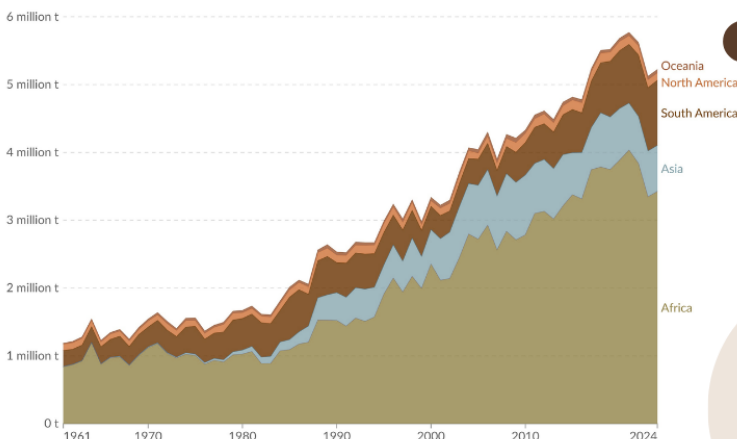
5.8% ต่อปี

ระหว่างปี 2568 ถึง 2576

ตลาดเมล็ดโกโก้ในเอเชียแปซิฟิกถือเป็นตลาดที่มีการเติบโตเร็วที่สุด อันเนื่องมาจากจำนวนประชากรและกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์โกโก้คุณภาพสูงเข้าถึงผู้บริโภคได้กว้างขึ้น

โดย จีน เป็นตลาดที่มีการเติบโตสูงในภูมิภาค ตามรายได้ที่สูงขึ้นและการรับวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามา ส่งผลให้ความต้องการช็อกโกแลตพรีเมียม เมเจอร์เป็นปัจจัยสำคัญในการเร่งการนำเข้าโกโก้ อีกทั้งจำนวนชนชั้นกลางที่ขยายตัวและวัฒนธรรมการให้ของขวัญช่วงเทศกาล ยังหนุนการบริโภคและสร้างความต้องการเมล็ดโกโก้คุณภาพสูงอย่างต่อเนื่อง

ปริมาณและแหล่งผลิตเมล็ดโกโก้ทั่วโลก



ที่มา: Cocoa bean production UN FAO, Our World in Data



จากสถิติการผลิตเมล็ดโกโก้โลกช่วงปี 2504-2567

ปริมาณการผลิตรวมเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดย **แอฟริกา** ยังเป็นฐานผลิตหลักของโลกและเป็นภูมิภาคที่มีปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นมากที่สุด นำโดย ประเทศโกตดิวัวร์ กานา ไนจีเรีย และแคเมอรูน ขณะที่ **เอเชีย** มีอัตราการเติบโตของการผลิตสูงสุด สะท้อนการขยายตัวของฐานการผลิตอย่างรวดเร็ว โดยมี อินโดนีเซีย เป็นประเทศเด่น และมีผู้ผลิตในภูมิภาคที่มีบทบาทมากขึ้น เช่น อินเดียและฟิลิปปินส์

ภูมิภาคเอเชียถือเป็นตลาดโกโก้ที่กำลังเติบโตและมีศักยภาพสูงในอนาคต ดังนั้น หากไทยสามารถยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการผลิตสินค้าโกโก้ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเอเชียที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ก็มีโอกาสในการต่อยอดการเติบโตได้อีกมาก

ทิศทางการตลาดโกโก้ไทยในปัจจุบัน

Thailand Cocoa Landscape

ท่ามกลางกระแสความต้องการผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลตและสินค้าโกโก้ที่ขยายตัวตามเทรนด์พรีเมียมและสุขภาพ ตลาดโกโก้ไทยในปัจจุบันกำลังขยับจาก “วัตถุดิบเพื่อการบริโภคแบบเดิม” เช่น เบเกอรี่ เครื่องดื่ม ไปสู่การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มแบบใหม่ เช่น ผงโกโก้ โกโก้ลิเคอร์ และเนยโกโก้

ขณะเดียวกัน ความผันผวนของราคาและความเสี่ยงด้านอุปทานโลก เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญกับความต่อเนื่องของวัตถุดิบ มาตรฐานความปลอดภัย และการตรวจสอบคุณภาพสินค้า

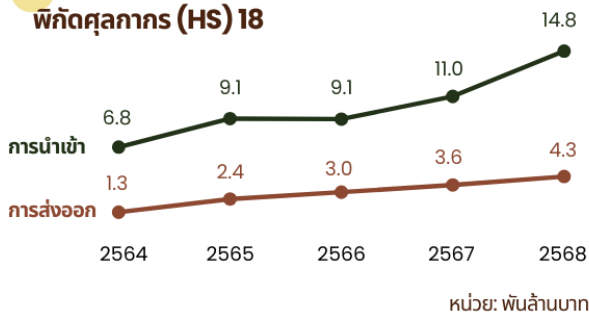
“

ดังนั้น การประเมิน “ทิศทางการตลาดโกโก้ไทย” จึงควรเริ่มจากการมองบทบาทของไทยในระบบการค้าโกโก้โลก ว่าพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศมากน้อยเพียงใด และไทยส่งออกในรูปแบบใด เพื่อสะท้อนถึงโครงสร้างอุปสงค์ภายในประเทศและศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม ”

THAI COCOA IMPORT VS EXPORT

สถานการณ์การนำเข้า-ส่งออกโกโก้ไทยในตลาดโลก

มูลค่าการนำเข้าและส่งออก
พิกัดศุลกากร (HS) 18



จากสถิติการค้าโกโก้ของไทยช่วงปี 2564–2568 มูลค่าการนำเข้าเพิ่มจาก 6.8 เป็น 14.8 พันล้านบาท ขณะที่การส่งออกเพิ่มจาก 1.3 เป็น 4.3 พันล้านบาท โดยในภาพรวม **อุตสาหกรรมโกโก้ในประเทศไทยมีการขยายตัวต่อเนื่องทุกปี** แต่ยังคงมีส่วนต่างของการนำเข้ามากกว่าส่งออกที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสามารถสะท้อนได้ว่าการผลิตและการบริโภคยังต้องพึ่งพาวัตถุดิบ ผลิตภัณ์จากต่างประเทศเป็นหลัก

ในปี 2568 การนำเข้าโดยส่วนใหญ่เป็นสินค้าแปรรูปหรือกึ่งแปรรูป ได้แก่ ช็อกโกแลต 7.85 พันล้านบาท และ ผงโกโก้ 6.06 พันล้านบาท คิดเป็น 53% และ 41% ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด ตามลำดับ สะท้อนการพึ่งพาผลิตภัณฑ์ที่ปลายทางจากต่างประเทศ ขณะที่การส่งออกมีสัดส่วนหลักเป็น ช็อกโกแลต 4.01 พันล้านบาท คิดเป็น 93% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ซึ่งชี้ว่าไทยมียังคงมีบทบาทด้านการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์บางส่วน แต่ยังคงอาศัยการนำเข้าวัตถุดิบและส่วนผสมสำคัญ โดยเฉพาะ ผงโกโก้และโกโก้เพสต์ เป็นหลัก

มูลค่าการนำเข้าและส่งออกของผลิตภัณฑ์โกโก้ ปี 2568

หน่วย: บาท

ประเภทสินค้า	มูลค่าการนำเข้า	ประเภทสินค้า	มูลค่าการส่งออก
เมล็ดโกโก้	2,270,163	เมล็ดโกโก้	99,513,608
เปลือกโกโก้	2,353,051	เปลือกโกโก้	4,673
โกโก้เพสต์	784,947,468	โกโก้เพสต์	41,136,637
เนยโกโก้	85,916,465	เนยโกโก้	27,172,299
ผงโกโก้	6,056,385,208	ผงโกโก้	132,214,599
ช็อกโกแลต	7,845,497,484	ช็อกโกแลต	4,010,774,554

ประเทศคู่ค้าที่ไทยมีการนำเข้าและส่งออกมากที่สุด 3 อันดับแรก

การนำเข้า



มาเลเซีย
6.04 พันล้านบาท
40.9%



อินโดนีเซีย
1.67 พันล้านบาท
11.3%



สิงคโปร์
1.56 พันล้านบาท
10.6%

การส่งออก



ญี่ปุ่น
0.94 พันล้านบาท
21.7%



จีน
0.65 พันล้านบาท
15.1%



เมียนมา
0.49 พันล้านบาท
11.3%

ที่มา: กรมศุลกากร,ประมวลผลโดย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ประเภทธุรกิจ ในอุตสาหกรรมโกโก้ไทย

“ ในบทวิเคราะห์นี้มุ่งเน้นการศึกษาอุตสาหกรรมโกโก้ไทย โดยคัดเลือกเฉพาะการจัดประเภทธุรกิจโกโก้ที่อยู่ในขอบเขตการจดทะเบียนนิติบุคคลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเพื่อให้กรอบการวิเคราะห์มีความชัดเจนและสอดคล้องกับข้อมูลทางสถิติ ”

นียบามตามการจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคล (TSIC)

อ้างอิงตามการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม (ประเทศไทย) ปี 2552 กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน

01 การปลูกโกโก้

01279

การปลูกพืชอื่นๆที่นำไปทำเครื่องดื่มซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น

คำนิยาม

การปลูกโกโก้ การปลูกพืชที่ใช้ทำเครื่องดื่มสมุนไพร (เช่น เก๊กฮวย กระเจี๊ยบแดง หม่อน) และพืชอื่นๆ ที่นำไปทำเครื่องดื่ม ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น



02 การผลิตและแปรรูปโกโก้

10731

การผลิตโกโก้และผลิตภัณฑ์จากโกโก้

คำนิยาม

การแกะเปลือก การอบ การบดเมล็ดโกโก้และการผลิตผลิตภัณฑ์โกโก้ เนยโกโก้ ไขมันและน้ำมันโกโก้ การผลิตโกโก้ผงที่ไม่เติมน้ำตาลหรือสารทำให้หวานอื่นๆ

10732

การผลิตผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลตและขนมหวานจากช็อกโกแลต

คำนิยาม

การผลิตช็อกโกแลตและขนมหวานจากช็อกโกแลต ช็อกโกแลตที่ใช้ในการเคลือบ การผลิตลูกอม ลูกกวาด การผลิตโกโก้ผงที่เติมน้ำตาลหรือสารทำให้หวานอื่นๆ การผลิตช็อกโกแลตขาว

03 การขายส่งโกโก้

46318

การขายส่งกาแฟชากโกโก้

คำนิยาม

การขายส่งกาแฟ ชาและชามาเต้ รวมถึงชาสมุนไพร ชนิดกึ่งสำเร็จรูปไม่พร้อมดื่ม การขายส่งโกโก้เพส โกโก้บัตเตอร์ ไขมันและน้ำมันของโกโก้ โกโก้ผงที่ไม่เติมน้ำตาลหรือสารทำให้หวานอื่นๆ



แนวโน้มผู้ประกอบการโกโก้ไทย

จากข้อมูลการจัดตั้งนิติบุคคลใหม่สู่ภาพรวมการเติบโต

จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่

ปี 2568

126 ราย

ปี 2567
87 ราย



เพิ่มขึ้น
+ 44.8% (YoY)

ทุนจดทะเบียนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่

ปี 2568

189.56 ล้านบาท

ปี 2567
107 ล้านบาท

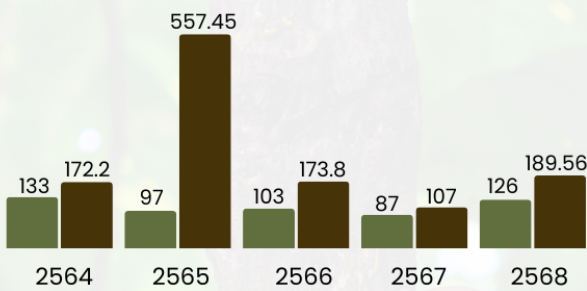


เพิ่มขึ้น
+ 77.2% (YoY)



ข้อมูลการจดทะเบียนจัดตั้ง ย้อนหลัง 5 ปี 2564 - 2568

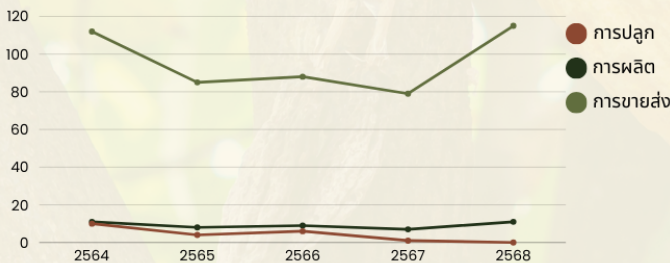
● จำนวนนิติบุคคลจดทะเบียนจัดตั้งใหม่ (ราย) ● มูลค่าทุนจดทะเบียนจัดตั้งใหม่ (ล้านบาท)



“ ดันโกโก้ไทยสู่ฮับในอาเซียน ”

ปี 2568 ผู้ประกอบการใหม่ฟื้นตัวชัดเจนทั้งจำนวนและทุนจดทะเบียน

จำนวนการจัดตั้งตามประเภทธุรกิจ



กลุ่มการขายส่งเป็นหมวดที่มีจำนวนผู้ประกอบการจัดตั้งใหม่มากที่สุด และในปี 2568 มีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนว่าผู้เล่นใหม่จำนวนมากเลือกเข้าสู่ตลาดผ่านบทบาท “การค้าและการกระจายสินค้า” ซึ่งมีความยืดหยุ่นและใช้เวลาเริ่มต้นธุรกิจสั้นกว่า ขณะที่การปลูกโกโก้ไม่ปรากฏนิติบุคคลจัดตั้งใหม่เพิ่มขึ้นในปี 2568 อาจสะท้อนโครงสร้างต้นน้ำที่ยังดำเนินการในรูปแบบครัวเรือนหรือกลุ่มเกษตรกรเป็นหลัก มากกว่าการจัดตั้งเป็นบริษัท และเมื่อพิจารณาภาคการผลิตและแปรรูปมีแนวโน้มคงตัว โดยเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนและมาตรฐานกระบวนการสูงกว่าหมวดขายส่ง

ในปี 2568 จำนวนและทุนจดทะเบียนของผู้ประกอบการโกโก้ในประเทศไทย ฟื้นตัวอย่างชัดเจนจากจุดต่ำสุดในปี 2567 สะท้อนว่าความสนใจของผู้ประกอบการไทยต่อการเข้าสู่ธุรกิจโกโก้กลับมาเพิ่มขึ้นอีกครั้ง โดยมีแรงหนุนสำคัญจากเชิงนโยบายในช่วงปลายปี 2567 ที่ภาครัฐผลักดันให้ไทยเป็น “ฮับโกโก้” ในอาเซียน พร้อมแนวทางยกระดับผู้ประกอบการและผลักดันสู่สินค้า GI ซึ่งมีส่วนกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเร่งจัดตั้งนิติบุคคลเพื่อเข้าถึงโครงการ เครือข่าย และโอกาสทางการตลาดที่ภาครัฐขับเคลื่อน

นอกจากนี้ ในปี 2568 หน่วยงานภาครัฐด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมยังสื่อสารความร่วมมือกับภาคีต่าง ๆ เพื่อผลักดันโกโก้ไทยอย่างต่อเนื่องแบบครบวงจร “ต้นน้ำถึงปลายน้ำ” ส่งผลให้การรับรู้และความเชื่อมั่นของผู้เล่นหน้าใหม่เพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ ภาพรวมตลาดโกโก้ในปี 2567 ขยายตัว 4.7% จากปี 2566 * จึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการมองเห็นทิศทางตลาดและตัดสินใจจัดตั้งนิติบุคคลเพิ่มขึ้นในปีถัดมา

ที่มา: *Chocolate for Sustainability, NIDA

ทุนจดทะเบียนที่จัดตั้งในปี 2568

ทุน 0-1 au.

67%

85 ราย
ทุนรวม 71.56 au.

ทุน 1.01-5 au.

32%

40 ราย
ทุนรวม 111 au.

ทุน 5.01-100 au.

1%

1 ราย
ทุนรวม 7 au.



ในภาพรวมโครงสร้างการจัดตั้งนิติบุคคล มีรูปแบบเป็นรายเล็กจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงทุนจดทะเบียนมีลักษณะกระจุกตัวในกลุ่มที่มีทุนสูงกว่า โดยเฉพาะทุนช่วง 1.01-5 ล้านบาท สะท้อนว่า การขยายตัวของอุตสาหกรรมไม่ได้เกิดจากจำนวนผู้เล่นรายเล็กเพียงอย่างเดียว แต่มีผู้ประกอบการที่ลงทุนในระดับปานกลางเข้ามาหนุนการเติบโตของตลาดด้วยเช่นกัน

ผู้ประกอบการ โกโก้ไทยในปัจจุบัน

สำรวจผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในตลาด

นิติบุคคลดำเนินกิจการอยู่
1,110 ราย

มูลค่าทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น
6,738.72 ล้านบาท

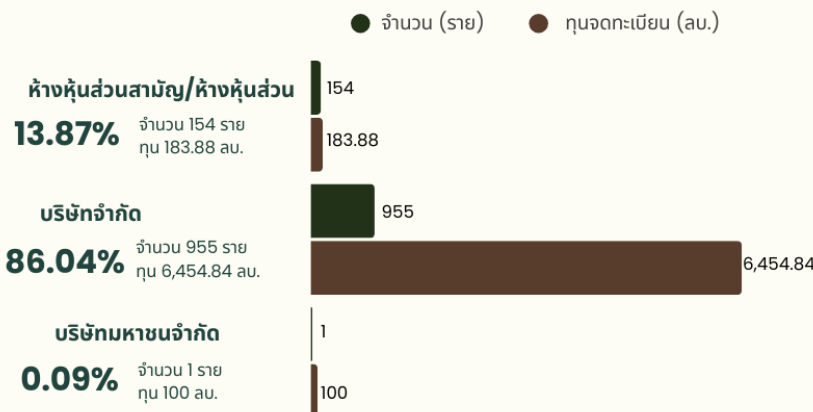
ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ณ วันที่ 28 ก.พ. 2569

	จำนวน (ราย)		ทุน (ล้านบาท)
<ul style="list-style-type: none"> การปลูกโกโก้ TSIC 01279: การปลูกพืชอื่นๆที่นำไปทำเครื่องดื่มซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น 	33	(3%)	138.86
<ul style="list-style-type: none"> การผลิตและแปรรูปโกโก้ TSIC 10731: การผลิตโกโก้และผลิตภัณฑ์จากโกโก้ TSIC 10732: การผลิตผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลตและขนมหวานจากช็อกโกแลต 	45	(4.1%)	286.63
<ul style="list-style-type: none"> การขายส่งโกโก้ TSIC 46318: การขายส่งกาแฟช็อกโกโก้ 	986	(88.8%)	5,649.82

ขนาดธุรกิจที่ดำเนินกิจการอยู่



ประเภทนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่



ภาพรวมผู้ประกอบการโกโก้ไทยในปัจจุบันขับเคลื่อนด้วยการดำเนินธุรกิจปลายน้ำ ฟังพาเครื่องขยายการตลาดและช่องทางจำหน่ายเป็นหลักอย่างชัดเจน โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ 88.8% ทำธุรกิจในบทบาท การขายส่งและกระจายสินค้ามากกว่าการอยู่ในภาคการปลูกและผลิต ขณะที่ ฟังการปลูก มีบทบาทในระบบนิติบุคคลค่อนข้างจำกัด สอดคล้องกับแนวโน้มที่กิจกรรมต้นน้ำจำนวนมากยังดำเนินการในรูปแบบครัวเรือนหรือกลุ่มเกษตรกร มากกว่าการจัดตั้งเป็นบริษัท ส่วนการผลิตและแปรรูป แม้จำนวนผู้เล่นไม่มากเมื่อเทียบกับขายส่ง แต่เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญเชิงคุณภาพและการยกระดับมูลค่าเพิ่ม เพราะอาศัยเงินลงทุนและมาตรฐานกระบวนการมากกว่า

อัตราการอยู่รอดของธุรกิจ (Business Survival Rate)

76.7%

คำนวณจากจำนวนธุรกิจในอุตสาหกรรมโกโก้ที่จัดตั้งในปี 2564 และมีอัตราการอยู่รอด ณ สิ้นปี 2568

จากการวิเคราะห์ อัตราการอยู่รอดของธุรกิจในอุตสาหกรรมโกโก้ประเทศไทยอยู่ที่ 76.7% ซึ่งสะท้อนว่า**นิติบุคคลส่วนใหญ่ คงอยู่ในตลาดได้ต่อเนื่อง ในช่วง 4 ปีแรก** ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นที่ธุรกิจมักมีความเปราะบางสูง ทั้งในด้านการวางระบบธุรกิจ การจัดการซัพพลายเชน การสร้างฐานลูกค้า และการบริหารเงินทุนหมุนเวียน

ทั้งนี้ ยังพบการคัดกรองของตลาดในระดับหนึ่ง เนื่องจากมีธุรกิจราว 23.3% ที่ออกจากตลาด จึงสะท้อนว่าการเติบโตของอุตสาหกรรมไม่ได้เกิดขึ้นโดยง่าย และผู้ประกอบการที่สามารถคงอยู่ได้ จำเป็นต้องมีความสามารถในการปรับตัวและแข่งขันอย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลการเลิกประกอบกิจการ

จดทะเบียนเลิก ปี 2568

29 ราย (ลดลงจากปี 2567 12 ราย -29.27% (YoY))

ทุนจดทะเบียน **43.96 au.** (▼ 12.14 au. -21.63% (YoY))

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีนิติบุคคลจดทะเบียนเลิกกิจการ

เฉลี่ยราว 35 ราย/ปี (พ.ศ.2564-2568)

โดยภาพรวม การเลิกประกอบกิจการกระจุกตัวอยู่ที่ปลายน้ำในกลุ่มค้าส่งกาแฟ-ชา-โกโก้มากที่สุด สะท้อนถึงความผันผวนและการหมุนเวียนของผู้เล่นในตลาดที่ค่อนข้างสูง

อย่างไรก็ดี กลุ่มดังกล่าวไม่ได้เป็น "โกโก้ทั้งหมด" แต่ครอบคลุมกาแฟและชาด้วย จึงควรใช้ข้อมูลนี้เพื่อพิจารณาในเชิงภาพรวมแนวโน้มเป็นหลัก มากกว่าการตีความเฉพาะเจาะจงต่อธุรกิจโกโก้เพียงอย่างเดียว

ผู้ประกอบการโกโก้ไทยในแต่ละภูมิภาค

| Where Thai Cocoa Grows & Scales

ภาคเหนือ

ประเภทธุรกิจ	จำนวนนิติบุคคล	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)
การปลูก	5	9.4
การผลิต	17	69.6
การขายส่ง	185	684.89

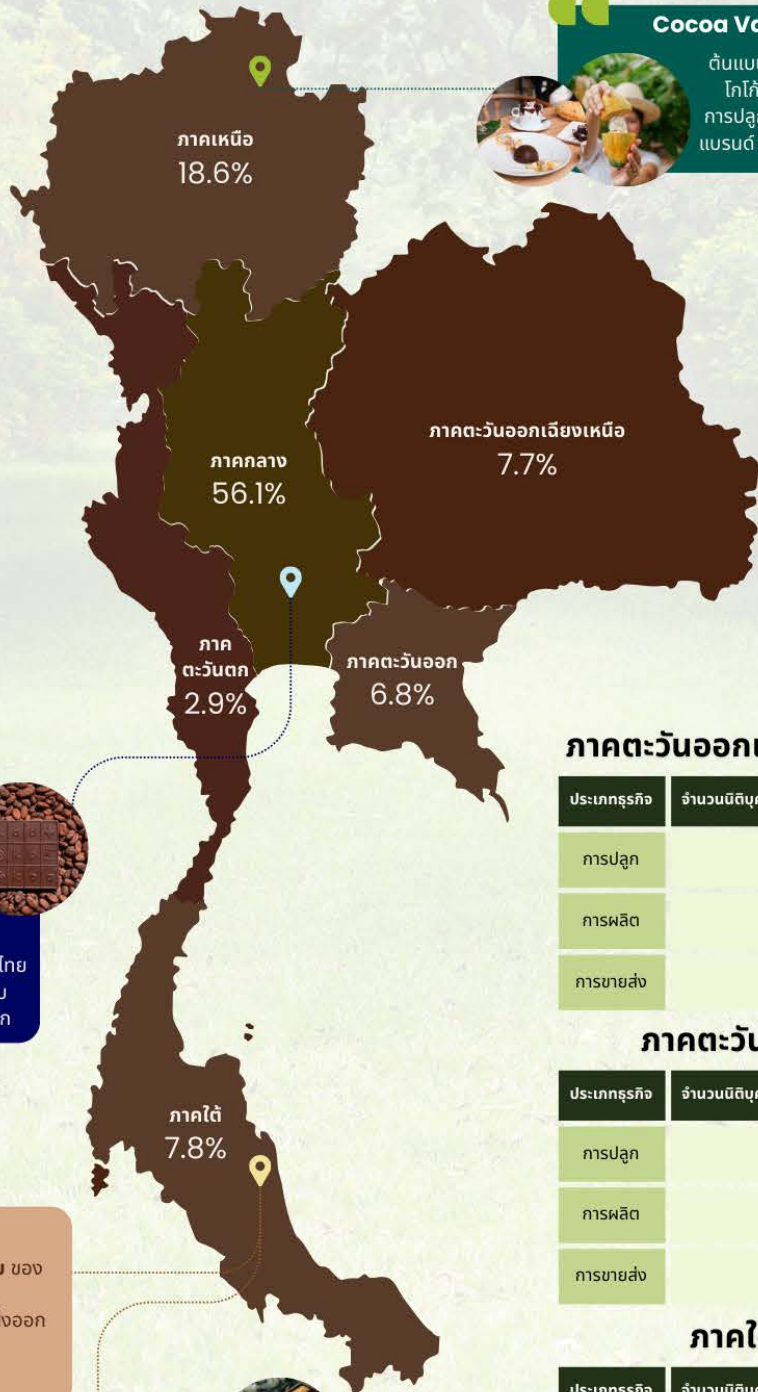
ภาคกลาง

ประเภทธุรกิจ	จำนวนนิติบุคคล	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)
การปลูก	18	120.05
การผลิต	41	170.66
การขายส่ง	564	4,457.57

ภาคตะวันตก

ประเภทธุรกิจ	จำนวนนิติบุคคล	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)
การปลูก	2	5.01
การผลิต	3	7
การขายส่ง	27	35.5

ร้อยละของนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ในธุรกิจโกโก้จำแนกตามภาคของประเทศ
(คำนวณจาก จำนวนนิติบุคคลทั้งหมดในอุตสาหกรรมโกโก้ไทย)



Cocoa Valley อ.ป่าจ๋าน

ต้นแบบความสำเร็จธุรกิจโกโก้ครบวงจรตั้งแต่การปลูก แปรรูป การสร้างแบรนด์ และแหล่งท่องเที่ยว

Kad Kokoa

ธุรกิจช็อกโกแลต bean-to-bar ที่โดดเด่นด้านการใช้ โกโก้ไทยท้องถิ่นแบบยั่งยืน สนับสนุนเกษตรกรไทย ลดการพึ่งพานำเข้าและคาร์บอนฟุตพริ้นต์ พร้อมยกระดับคุณภาพและภาพลักษณ์โกโก้ไทยสู่ตลาดพรีเมียมระดับโลก

นครศรีเมืองโกโก้

โครงการผลิตถัสดิจิทัลจังหวัดนครศรีธรรมราช ให้เป็น **โกโก้ฮับ** ของภาคใต้และของไทย โดยเชื่อมโยงห่วงโซ่ตั้งแต่เกษตรกร-การแปรรูป-การสร้างแบรนด์/การตลาดและส่งออก เพื่อลดการพึ่งพาการนำเข้าและยกระดับ "โกโก้ไทย" ให้เป็นพืชเศรษฐกิจมูลค่าสูงของประเทศ

PARADai

แบรนด์คราฟต์ช็อกโกแลตพรีเมียมที่นำเอาผลผลิตโกโก้ไทยจาก **ท่าศาลา นครศรีธรรมราช** รับซื้อผลผลิตจากชาวบ้านในจังหวัด เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยผู้ผลิตมีส่วนร่วมตั้งแต่กระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ประเภทธุรกิจ	จำนวนนิติบุคคล	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)
การปลูก	1	1
การผลิต	3	1.5
การขายส่ง	82	156.74

ภาคตะวันออก

ประเภทธุรกิจ	จำนวนนิติบุคคล	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)
การปลูก	1	1
การผลิต	15	670.01
การขายส่ง	59	98.7

ภาคใต้

ประเภทธุรกิจ	จำนวนนิติบุคคล	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)
การปลูก	6	2.4
การผลิต	12	31.27
การขายส่ง	69	216.42

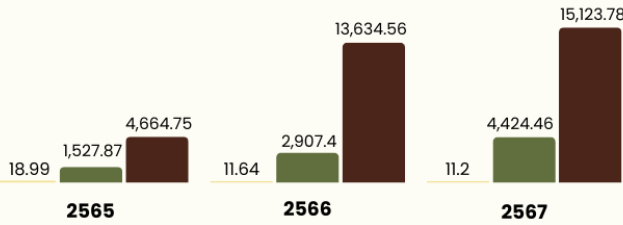
ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ณ วันที่ 28 ก.พ. 2569

หมายเหตุ: จำนวนนิติบุคคลในภาคการปลูกอาจไม่สะท้อนจำนวนผู้ประกอบการจริงทั้งหมด เนื่องจากเกษตรกรในบางพื้นที่ดำเนินการในระดับครัวเรือนหรือกลุ่มย่อย และไม่ได้ออกรายงานจดทะเบียนนิติบุคคล ทำให้ข้อมูลนิติบุคคลมีแนวโน้มต่ำกว่าความเป็นจริง

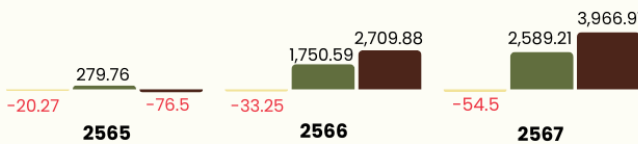
ภาพรวมผลประกอบการ 3 ปีย้อนหลัง (2565 - 2567)

รายได้ (ล้านบาท)

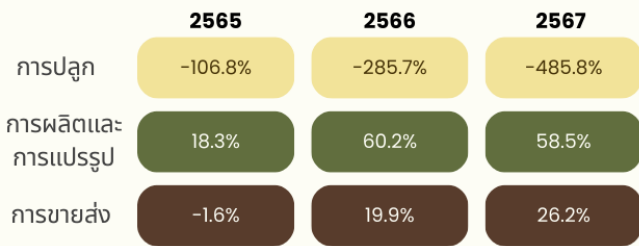
● การปลูกไก่ ● การผลิตและแปรรูปไก่ ● การขายส่งไก่



กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)



อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)



ภาพรวมผลประกอบการในอุตสาหกรรมไก่ไทยขยับขึ้นอย่างชัดเจน รายได้และกำไรถูกขับเคลื่อนโดยภาคการขายส่งและภาคการผลิตและแปรรูป ขณะที่ภาคการปลูก เกษตรกรยังขาดทุนต่อเนื่องและรุนแรงขึ้น สะท้อนโครงสร้างตลาดที่ทำการค้าอยู่ในกิจกรรมการค้า-กระจายสินค้าและการแปรรูปมากกว่า

“แม้ธุรกิจขายส่งจะมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดจำนวนมากและสร้างรายได้สูง แต่ผลประกอบการชั่วคราวภาคการผลิตและแปรรูปมีความสามารถทำกำไรเด่นกว่าอย่างชัดเจน”

เมื่อแยกเป็นรายกลุ่มอุตสาหกรรม กลุ่มผลิตนั้น มีรายได้และกำไรเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ทำให้อัตรากำไรสุทธิเพิ่มสูงขึ้นมากในปี 2566 และทรงตัวระดับสูงในปี 2567 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าความสามารถทำกำไรของภาคการผลิตและแปรรูปดีขึ้นจากการเพิ่มสเกลและมูลค่าเพิ่ม เช่น ผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จหรือสินค้าพรีเมียม ส่วน **ภาคการขายส่ง** พลิกจากการขาดทุนในปี 2565 มาเป็นกำไรขาดในปี 2566-2567 สะท้อนถึงแรงส่งของความต้องการตลาดและอำนาจในการส่งผ่านราคารวมถึงการบริหารสต็อกได้ดีขึ้น ขณะที่ **กลุ่มปลูก** มีรายได้ฐานเล็ก ค่อนข้างคงที่ในแต่ละปีแต่มีการขาดทุนเพิ่มอย่างต่อเนื่อง โดยมีสาเหตุมาจากการที่ต้องใช้ต้นทุนเริ่มต้นสูง มีระยะเวลาคืนทุนยาว และรายได้ในนิติบุคคลอาจไม่สะท้อนกิจกรรมเกษตรจริงทั้งหมด

Big Players vs SMEs

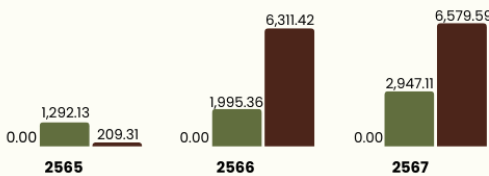
วิเคราะห์ผลประกอบการตามขนาดธุรกิจ

ผู้ประกอบการขนาดใหญ่

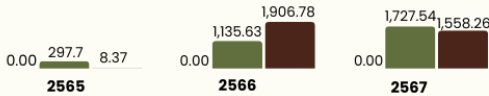
มีนิติบุคคลขนาดใหญ่ มีเพียงแค่ 1% (14 ราย) ของธุรกิจทั้งหมด แต่มีทุนจดทะเบียนสูงถึง 1,391.41 ลบ. คิดเป็นทุนจดทะเบียนโดยเฉลี่ย 99.4 ลบ.ต่อราย

รายได้ (ล้านบาท)

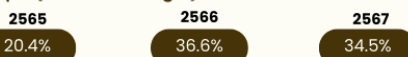
● การปลูกไก่ ● การผลิตและแปรรูปไก่ ● การขายส่งไก่



กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)



อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)

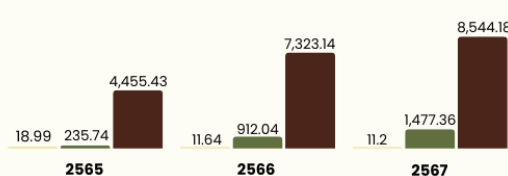


ผู้ประกอบการขนาดกลาง - เล็ก

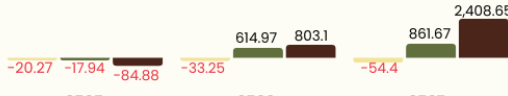
มีนิติบุคคลขนาดกลาง-เล็ก มีมากกว่า 99% (1,092 ราย) ของธุรกิจทั้งหมด มีทุนจดทะเบียน 5,338.04 ลบ. คิดเป็นทุนจดทะเบียนโดยเฉลี่ย 4.9 ลบ.ต่อราย

รายได้ (ล้านบาท)

● การปลูกไก่ ● การผลิตและแปรรูปไก่ ● การขายส่งไก่



กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)



อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)



ภาพรวมทั้ง 2 ขนาดธุรกิจ มีการพึ่งพาการขายส่งเป็นหลัก โดยเฉพาะฝั่ง SMEs มีรายได้จากการขายส่งเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญ ส่วนรายใหญ่มีรายได้จาก ภาคการผลิตและแปรรูป เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีฐานรายได้ที่สมดุลกว่าระหว่างการผลิตกับการขายส่ง ขณะที่ การปลูก มีสัดส่วนเล็กมากในทั้งสองกลุ่ม ในส่วนของกำไร-ขาดทุน รายใหญ่สามารถทำกำไรได้ต่อเนื่องและมี อัตรากำไรสุทธิสูง สะท้อนข้อได้เปรียบด้านการควบคุมต้นทุน และการบริหารการรวมถึงสต็อกสินค้า ขณะที่ขนาดกลาง-เล็ก พลิกจากการขาดทุนปี 2565 เป็นได้กำไรในปี 2566-2567 และมีอัตรากำไรสุทธิ เพิ่มขึ้นชัดเจน สะท้อนการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมไก่ไทยในผู้ประกอบการรายย่อย

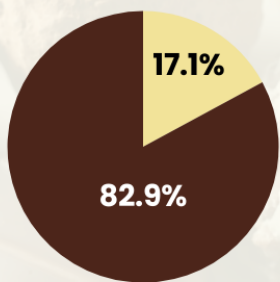
Market Opportunity

จากการวิเคราะห์ธุรกิจ SMEs ไก่ของไทย ยังมีช่องว่างทางการตลาดในการยกระดับเป็น **ตัวกลางการผลิตและแปรรูป** เพื่อลดการแข่งขันราคาในภาคการขายส่งและสร้างกำไรที่สม่ำเสมอในระยะยาว

การลงทุนจากต่างประเทศ ในอุตสาหกรรมโกโก้ไทย



สัดส่วนการลงทุนจากต่างประเทศ



- ลงทุนจากต่างชาติ 17.1%
มูลค่า 1,149.38 au.
- ลงทุนโดยสัญชาติไทย 82.9%
มูลค่า 5,571.69 au.

มูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศ ตามประเภทธุรกิจอุตสาหกรรมโกโก้

มูลค่าทุนจดทะเบียนสะสม

- 1 การขายส่งกาแฟช็อคโกแลต (46318) **582.10 au.**
- 2 การผลิตผลิตภัณฑ์ช็อคโกแลตและขนมหวานจากช็อคโกแลต (10732) **527.01 au.**
- 3 การผลิตโกโก้และผลิตภัณฑ์จากโกโก้ (10731) **39.29 au.**
- 4 การปลูกพืชอื่น ๆ ที่นำไปทำเครื่องดื่มซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น (01279) **0.98 au.**

อุตสาหกรรมโกโก้ไทย ยังขับเคลื่อนด้วยทุนไทยเป็นหลัก ขณะที่ ทุนต่างชาติเข้ามาเสริมในสัดส่วนรอง และมีลักษณะรวมตัวในกิจกรรมที่ต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้รวดเร็ว โดยเฉพาะการขายส่งและการผลิตช็อคโกแลตผลิตภัณฑ์แปรรูป มากกว่าต้นน้ำอย่างการปลูก ซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติธุรกิจที่การค้าและการแปรรูปสามารถเริ่มดำเนินการได้ไวและเข้าถึงตลาดได้กว้าง

สัญชาติที่เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมโกโก้ไทยมากที่สุด 4 อันดับแรก (เมื่อเทียบจากสัดส่วนเงินลงทุนทั้งหมด)



จีน 6.8%
459.67 au.



สิงคโปร์ 2.9%
193.57 au.



ญี่ปุ่น 1.7%
114.94 au.



เบลเยียม 0.7%
45.17 au.

Analysis by Country

จากการวิเคราะห์ **จีน สิงคโปร์ ญี่ปุ่น** ส่วนใหญ่ลงทุนใน**การขายส่งโกโก้** มากกว่า 99% ของธุรกิจที่แต่ละประเทศลงทุน สะท้อนกลยุทธ์การเข้ามาตั้งฐานปฏิบัติการในไทยที่มีความยืดหยุ่นต่อการบริหารซัพพลายเชน ทั้งการนำเข้า-กระจายสินค้า-ส่งต่อไปยังผู้ผลิต และค้าปลีก รวมถึงเงื่อนไขการใช้ไทยเป็นฐานเชื่อมตลาดและโลจิสติกส์ ในภูมิภาค

ขณะที่ **เบลเยียม** มีรูปแบบการลงทุนต่างออกไป โดยการลงทุนที่เข้ามา มุ่งเน้นภาค**การผลิตและแปรรูป** ตั้งแต่วัตถุดิบ/ผลิตภัณฑ์ ซึ่งสำเร็จไปจนถึงการผลิตช็อคโกแลต สอดคล้องกับจุดแข็งและความเชี่ยวชาญของประเทศในด้านการผลิตช็อคโกแลตและการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์โกโก้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจโกโก้

ธุรกิจการปลูกโกโก้

ความต้องการตลาดและ จังหวะตลาด ทำให้ราคาผันผวนสูง

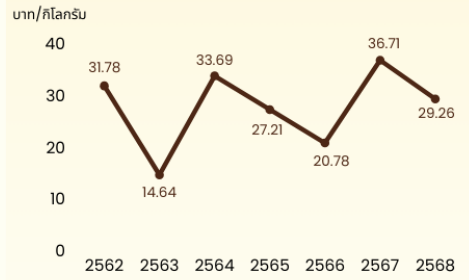
จากกราฟราคาเฉลี่ยผลผลิตโกโก้พบว่า ราคามีความผันผวนสูงตลอดช่วง 7 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2562–2568) ซึ่งให้เห็นว่าธุรกิจปลูกโกโก้กำลังเผชิญความเสี่ยงด้านราคา ในลักษณะเดียวกันกับสินค้าเกษตรที่อิงสภาวะตลาด

ในขณะที่ปริมาณผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้นั้น มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากในปี 2566 และ 2568 ซึ่งบ่งชี้การขยายพื้นที่ปลูกและการเพิ่มผลผลิตภายในประเทศ แต่ในปี 2566 ราคากลับปรับลดลง จึงสามารถตีความได้ว่าเมื่อผลผลิตออกสู่ตลาดจำนวนมาก การแข่งขันในการจำหน่ายสูงขึ้นและกำลังรับซื้อยังรองรับไม่ทัน ส่งผลให้ ราคาเฉลี่ยที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มถูกลง อีกทั้งส่งผลให้อำนาจในการต่อรองต่ำ

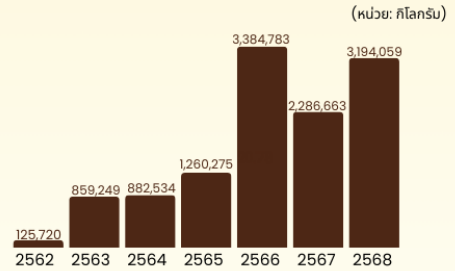
สภาพอากาศ โรคพืช และคุณภาพผลผลิต

แม้ผลผลิตโกโก้โดยรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ยังมีผันผวนจากปัจจัยการผลิต เช่น สภาพอากาศ โรค-แมลง และการจัดการสวน ทำให้ปริมาณและคุณภาพเมล็ดไม่สม่ำเสมอ อีกทั้งราคาที่ขายได้จริงขึ้นอยู่กับคุณภาพหลังเก็บเกี่ยว (หมัก-ตาก-คัดเกรด) เป็นหลัก จึงทำให้รายได้ของผู้ปลูกยังไม่แน่นอนแม้ในปีที่ราคาเฉลี่ยดี

ราคาผลผลิตโกโก้ที่เกษตรกรไทยขายได้เฉลี่ย

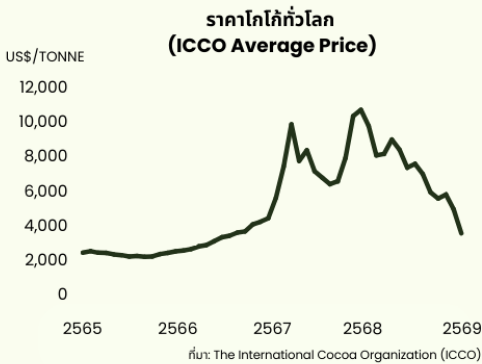


ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้

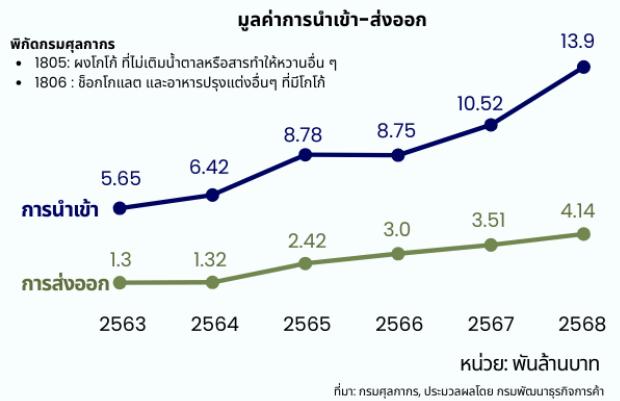


ที่มา: กรมส่งเสริมการเกษตร กรมตรวจพืชและสหกรณ์

ธุรกิจการผลิตและแปรรูปโกโก้



ธุรกิจการขายส่งโกโก้



ราคาค้นทุนวัตถุดิบ

ประเทศไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการขยายการปลูก ทำให้การแปรรูปจำนวนมากยังต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเพื่อให้ได้ปริมาณเพียงพอและควบคุมคุณภาพให้สม่ำเสมอ ดังนั้น เมื่อราคาโกโก้โลกมีความผันผวน จึงอาจส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนการผลิตและความสามารถในการทำกำไรของภาคการผลิตและแปรรูปในประเทศ

การบริหารสินค้า

ในปี 2569 ราคาโกโก้โลกมีแนวโน้มปรับตัวลดลง ซึ่งอาจเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการในมิติของต้นทุนวัตถุดิบ และช่วยเพิ่มมาร์จิ้นได้ อย่างไรก็ตาม หากผู้ประกอบการมีการซื้อสต็อกไว้ในช่วงที่ราคาสูง อาจเผชิญแรงกดดันจากการต้องปรับลดราคาขายตามตลาดหรือจากมูลค่าสินค้าคงเหลือที่ลดลง ส่งผลให้กำไรมีความผันผวนมากขึ้น

การพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบ

Supply ของตลาดโกโก้ไทยยังอิงต่างประเทศเป็นหลัก ทำให้ธุรกิจขายส่งต้องพิจารณา ราคาโกโก้โลก ค่าเงินบาท และต้นทุนขนส่ง/โลจิสติกส์ ซึ่งกระทบต้นทุนสินค้าและมาร์จิ้นโดยตรง

ความสามารถในการส่งออกสินค้า

การส่งออกขยายตัวตามดีมานด์ต่างประเทศและความสามารถในการกระจายสินค้าของผู้ประกอบการ เมื่อมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ธุรกิจขายส่งมีโอกาสดีขึ้นจากการเป็นตัวกลางการค้า เชื่อมไทยกับตลาดต่างประเทศ แต่ก็ขึ้นกับความสามารถในการบริหารสต็อกคุณภาพสินค้า และเครือข่ายคู่ค้า เพื่อรองรับออเดอร์และการแข่งขันในตลาดส่งออก

โครงการความร่วมมือ เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมโกโก้ไทย

ปัจจุบันโกโก้ไทยได้รับการส่งเสริมทั้งจากภาครัฐและการรวมกลุ่มของภาคเอกชน เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมให้เติบโตอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่วัตถุดิบและมาตรฐานการผลิต ไปจนถึงการต่อยอดผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มและการขยายตลาด

ดันโกโก้ไทยสู่ “Thai Cocoa Hub” และยกระดับสู่มาตรฐาน GI

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (DIPROM) วางแผนส่งเสริมโกโก้ระยะ 3 ปี 2567–2569
ครอบคลุม

- การพัฒนาคน รวมถึง เทคนิคคัดเมล็ด-หมัก-รวมคลัสเตอร์ต้นน้ำถึงปลายน้ำ
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการและเทคโนโลยี
- การยกระดับมาตรฐานเมล็ดและผลิตภัณฑ์สู่สินค้า GI

จับมือสมาคมการค้าโกโก้และช็อกโกแลตไทย (TACCO)

- เพื่อเชื่อมระหว่างภาครัฐ สมาคม และผู้ประกอบการรายย่อย
หนุนการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมโกโก้ระดับภูมิภาค

หนุนเทคโนโลยี/เครื่องจักรเกษตรอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับโกโก้

- ผ่านเวที DIPROM Agro-Machinery Award ที่มีตัวอย่าง
“เครื่องแกะเปลือกเมล็ดโกโก้ระบบอัจฉริยะ”

ตั้งศูนย์/เครือข่ายอุตสาหกรรม เพื่อยกระดับมาตรฐานและเชื่อมผู้เล่นทั้งห่วงโซ่

ศูนย์นวัตกรรมวิจัยและพัฒนาโกโก้ไทยเพื่อความยั่งยืน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- เพื่อความยั่งยืน ศึกษากฎราคาโกโก้ตกต่ำด้วยความรู้ที่ถูกต้องให้เกษตรกร
ตั้งแต่การปลูก เก็บเกี่ยว จนถึงการหมัก ส่งเสริมธุรกิจแปรรูปในพื้นที่

สมาคมการค้าโกโก้และช็อกโกแลตไทย (TACCO)

- ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยน
ความรู้ เทคโนโลยี และการพัฒนาคุณภาพ/การตลาด

บทสรุป

โกโก้ถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่กำลังเปลี่ยนบทบาทจาก “วัตถุดิบเพื่ออุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม” ไปสู่ “วัตถุดิบมูลค่าเพิ่ม” ที่ต่อยอดได้หลากหลาย ทั้งอาหาร-เครื่องดื่ม เพื่อสุขภาพ ผู้สินค้าอุปโภคมูลค่าสูง เช่น เครื่องสำอาง และเภสัชภัณฑ์

ในปัจจุบันตลาดเมล็ดโกโก้ทั่วโลกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยอเมริกาเหนือเป็นตลาดมูลค่าสูงสุด และฐานการผลิตหลักยังอยู่ในแอฟริกา ขณะที่เอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่เติบโตเร็ว และมีบทบาทการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ซึ่งสะท้อนโอกาสของไทยในการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานเพื่อเชื่อมเข้าสู่ดีมานด์ที่ขยายตัวในเอเชีย

สำหรับประเทศไทย ภาพรวมชี้ว่าอุตสาหกรรมโกโก้เติบโตทั้งการนำเข้า และส่งออก แม้ยังพึ่งพาการนำเข้า สูง สะท้อนว่าการผลิต การบริโภคในประเทศยังต้องอาศัยวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศเป็นหลัก

ในเชิงผู้ประกอบการ การขายส่งโกโก้ เป็นแกนหลักของตลาดทั้งจำนวนกิจการและทุน ขณะที่ภาคปลูกมีบทบาทจำกัดในระบบนิเวศบุคคล และภาคผลิต/แปรรูป แม้มีผู้เล่นน้อยกว่า แต่สามารถยกระดับการทำการค้าให้ผู้ประกอบการได้รวมถึงมีความสำคัญในบทบาทตัวกลางการผลิต เพื่อเชื่อมต้นน้ำสู่ปลายน้ำ ลดการแข่งขันเชิงราคาในขายส่ง และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของโกโก้ไทยในตลาดที่มุ่งคุณภาพและความยั่งยืนมากขึ้น

ทั้งนี้ การแข่งขันในอุตสาหกรรมโกโก้ไม่ได้วัดกันที่ปริมาณการผลิตหรือ การค้าขายเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการต้องยกระดับ คุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัย ความยั่งยืน และขีดความสามารถแปรรูป เพื่อให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่และสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่โลกได้มากขึ้น