

รายงานผลการศึกษา

เรื่อง

โอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อเพื่อรองรับ
แผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายสาธารณรัฐประชาชนจีน

โดย

รักธิณา สัตย์ชาพงษ์ ¹

จิตชนก แก้วทองคง ¹

มานพ โชคดี ²

ยุภา ชูดำ ¹

¹ กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์

² สำนักงานปศุสัตว์เขต 6 กรมปศุสัตว์

คำนำ

การผลิตโคเนื้อเพื่อการส่งออกนับเป็นหนึ่งในโอกาสเชิงเศรษฐกิจที่สำคัญสำหรับภาคเกษตรกรรมของประเทศไทย โดยเฉพาะในกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อรายย่อยซึ่งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนระบบการผลิตในประเทศ การเปิดตลาดใหม่ เช่น ตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งมีความต้องการบริโภคเนื้อโคเพิ่มสูงขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศนั้น จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อให้เกษตรกรไทยมีโอกาสขยายตลาดและเพิ่มรายได้จากการเลี้ยงโคเนื้อ อย่างไรก็ตาม โอกาสดังกล่าวมาพร้อมกับความท้าทายที่ต้องเข้าใจและเตรียมพร้อมอย่างรอบด้าน ทั้งในเรื่องของคุณภาพมาตรฐานการผลิต การขนส่ง การปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสุขอนามัย และระบบกฎระเบียบของประเทศปลายทาง

การศึกษาเรื่องโอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อที่มีชีวิตไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในครั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เกษตรกรงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และบทบาทของหน่วยงานรัฐในการกำหนดนโยบายและสนับสนุนการผลิต ตลอดจนพิจารณาสถานการณ์ทางการตลาดโลกและพฤติกรรมผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงแผนการผลิตโคเนื้อของประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม

ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโคเนื้อของไทยในการกำหนดทิศทางที่ชัดเจน มีข้อมูลสนับสนุนที่ถูกต้อง และสามารถต่อยอดสู่การพัฒนาการผลิตโคเนื้อเพื่อการส่งออกได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

รักธิณา สัตย์ชาพงษ์

ธันวาคม 2567

กิตติกรรมประกาศ

การดำเนินการศึกษาเรื่องโอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อที่มีชีวิตไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายภาคส่วน ซึ่งล้วนมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการให้ข้อมูล คำปรึกษา และกำลังใจ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณทุกฝ่ายที่ให้แนวทางการดำเนินการตลอดจนช่วยตรวจสอบ แนะนำ และให้ข้อเสนอแนะอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อให้ผลงานมีความสมบูรณ์และน่าเชื่อถือในเชิงวิชาการข้าพเจ้าขอขอบคุณเจ้าหน้าที่และผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องที่เอื้อเฟื้อข้อมูลสถิติ รายงานการวิจัย และเอกสารสำคัญอื่นๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอแนะในรายงานฉบับนี้ขอขอบคุณเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในหลายพื้นที่ของประเทศไทยที่กรุณาให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นประโยชน์ ซึ่งช่วยให้ข้าพเจ้าสามารถวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ได้อย่างรอบด้านและใกล้เคียงกับข้อเท็จจริงมากที่สุดขอขอบพระคุณเพื่อนร่วมงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้กำลังใจ ช่วยอ่าน ทบทวน และให้ข้อเสนอแนะในระหว่างกระบวนการศึกษาตลอดจนสนับสนุนในด้านต่างๆ จนผลงานฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด ท้ายที่สุด ข้าพเจ้าน้อมรับข้อเสนอแนะและคำติชมทุกประการ เพื่อใช้ในการปรับปรุงผลงานในอนาคตให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป

รักธิณา สัตย์ชาพงษ์

ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องโอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อ มีชีวิตไปจำหน่ายสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นการศึกษาปัจจัยพื้นฐานของเกษตรกร ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สภาพการผลิต สถานการณ์ตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และแนวโน้มความต้องการของจีน ตลอดจนเสนอแนะแนวทางพัฒนาและกลยุทธ์รองรับการส่งออก ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ 400 รายทั่วประเทศ โดยใช้แบบสัมภาษณ์รายบุคคล และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมใช้เครื่องมือวิเคราะห์ TOWS Matrix

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 71.75 อายุเฉลี่ย 50.35 ปี มีรายได้จากโคเนื้อเฉลี่ย 232,771.38 บาท/ปี คิดเป็นร้อยละ 57.21 ของรายได้รวม ส่วนใหญ่เลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพเสริมร้อยละ 44.00 และมีหนี้สินในครัวเรือนร้อยละ 72.00 การผลิตโคเนื้อเน้นลูกผสมบราห์มันร้อยละ 70.00 ขยายพันธุ์โดยการผสมเทียมร้อยละ 52.00 เลี้ยงในระบบกึ่งเชิง - กึ่งปล่อย ร้อยละ 59.50 และใช้แรงงานครอบครัวเฉลี่ย 2.00 คน ฟาร์มมีต้นทุนเฉลี่ย 467,286.80 บาท/ปี โดยมีค่าอาหารชั้นสูงสุดเฉลี่ย 164,567.43 บาท/ปี ช่องทางจำหน่ายหลักคือขายหน้าฟาร์มร้อยละ 68.50 และขายเหมาเป็นตัวร้อยละ 58.50 ได้รับเงินสดทันทีร้อยละ 73.50 ราคาขายโคขุนคุณภาพเฉลี่ย 176.71 บาท/กิโลกรัม

ด้านตลาดจีน ปี 2566 มีการบริโภคเนื้อโค 10.27 ล้านตัน แต่ผลิตได้เพียง 7.53 ล้านตัน จึงต้องนำเข้าโคมีชีวิตและเนื้อแช่แข็งรวมกว่า 2.8 ล้านตัน ผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z ให้ความสำคัญกับเนื้อคุณภาพสูง ปลอดภัย และตรวจสอบย้อนกลับได้ ความท้าทายสำคัญที่ไทยต้องเผชิญ ได้แก่ สายพันธุ์โคที่ไม่ตรงกับตลาดจีนซึ่งกระแสปัจจุบันนิยมแองกัสและวากิว ฟาร์มส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับรองมาตรฐาน GAP หรือ GFM ขาดแคลนเจ้าหน้าที่ผสมเทียม โครงสร้างพื้นฐานยังไม่พร้อม รวมถึงปัญหาการใช้สารเร่งเนื้อแดงและไม่มีเครื่องหมายประจำตัวสัตว์

กลยุทธ์หลักสำคัญที่ได้จากการวิเคราะห์ 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก เช่น การส่งเสริมฟาร์มโคเนื้อคุณภาพสูง และ Smart Farm กลยุทธ์เชิงป้องกัน เช่น การเลี้ยงโคเนื้อสายพันธุ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดและพัฒนาโรงฆ่าสัตว์ชุมชน กลยุทธ์เชิงแก้ไข เช่น ส่งเสริมการรวมกลุ่มและพัฒนาแผนการผสมพันธุ์โคเนื้อ กลยุทธ์เชิงรับ เช่น อบรมด้านการสุขาภิบาลและลดต้นทุนฟาร์มด้วยทรัพยากรท้องถิ่น ข้อเสนอแนะจากการศึกษา ประเทศไทยควรพัฒนาสายพันธุ์โคเนื้อให้ตรงกับความต้องการของตลาด พัฒนาฟาร์มให้ได้มาตรฐาน เพิ่มประสิทธิภาพอาหารและ

การจัดการ พร้อมจัดระบบตรวจสอบย้อนกลับ และสนับสนุนด้านการเงิน การส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรให้เข้มแข็งและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ เช่น โรงฆ่าสัตว์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

คำสำคัญ: การผลิตโคเนื้อ, โอกาสและความท้าทาย, แผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิต

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	6
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และความรู้ทางวิชาการหรือแนวคิด ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	6
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	55
2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา	60
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	61
3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง	61
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	62
3.3 ขอบเขตพื้นที่การศึกษา	63
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	63
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	65
บทที่ 4 ผลการศึกษา และวิจารณ์ผล	66
4.1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สภาพพื้นฐาน การผลิตของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ	66

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2 ข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการ ของผู้บริโภคเนื้อโคของสาธารณรัฐประชาชนจีนและการวิเคราะห์ ปัจจัยที่เป็นความท้าทายในการผลิตและส่งออก	101
4.3 ข้อมูลด้านความรู้ ประสบการณ์และการรับรู้ข่าวสาร ในการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อ ของประเทศไทย	106
4.4 ข้อเสนอแนะในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทยเพื่อรองรับ แผนการส่งออกโคเนื้อที่มีชีวิตไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีน	120
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	123
5.1 สรุปผลการศึกษา	123
5.2 ข้อเสนอแนะ	129
เอกสารอ้างอิง	132
ภาคผนวก	135
แบบสัมภาษณ์สำหรับใช้ในการศึกษา	136
ภาพการสัมภาษณ์เชิงลึก	150

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงโปรแกรมการฉีดวัคซีนป้องกันโรคในโคเนื้อ	22
ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ TOWS Metrix	53
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพื้นที่ 4 ภูมิภาคของประเทศไทย	62
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลพื้นฐาน ทางสังคมและเศรษฐกิจ	66
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อ และการจัดการฟาร์ม	75
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ	94
ตารางที่ 7 แสดงข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการ ของผู้บริโภคโคเนื้อของสาธารณรัฐประชาชนจีน	101
ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นความท้าทายในการผลิตและส่งออก โคเนื้อ	103
ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย จำแนกตาม การวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย : จุดแข็ง	106
ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย จำแนกตาม การวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย : จุดอ่อน	111
ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย จำแนกตาม การวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย : โอกาส	115
ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย จำแนกตาม การวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย : อุปสรรค	117
ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อเสนอแนะของเกษตรกร	119
ตารางที่ 14 แสดงกลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) กลยุทธ์เชิงแก้ไข(WO Strategy) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy)	120

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงแนวทางการจัดทำพื้นที่ปลอดโรคเพื่อการส่งออกโคเนื้อ จากประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน	24
ภาพที่ 2 แสดงวิธีการตลาดโคเนื้อ	31
ภาพที่ 3 กรอบแนวความคิดในการศึกษา	60

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การผลิตโคเนื้อเพื่อส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นโอกาสทางเศรษฐกิจที่สำคัญสำหรับผู้เลี้ยงโคเนื้อในประเทศไทย แต่ก็มีทั้งโอกาสและความท้าทายที่ต้องพิจารณา ซึ่งหากจะพิจารณาเรื่องโอกาสต่างๆ ของประเทศไทยที่น่าจะสามารถส่งออกโคเนื้อไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนนั้น จะเห็นได้ว่าความต้องการโคเนื้อของสาธารณรัฐประชาชนจีนเพิ่มสูงขึ้น โดยสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นตลาดขนาดใหญ่ มีประชากรจำนวนกว่า 1,400 ล้านคน มีความต้องการบริโภคเนื้อสัตว์สูง โดยเฉพาะเนื้อโคที่ยังต้องนำเข้าอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผลผลิตภายในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้เป็นโอกาสสำหรับผู้เลี้ยงโคเนื้อในประเทศไทยในการขยายตลาด นอกจากนี้ หากพิจารณาในด้านภูมิศาสตร์ที่เอื้อต่อการขนส่งพบว่า ประเทศไทยอยู่ใกล้กับสาธารณรัฐประชาชนจีนมากกว่าประเทศผู้ส่งออกโคเนื้อรายใหญ่ในทวีปอเมริกาทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งลดลง และสามารถส่งโคมีชีวิตถึงปลายทางได้อย่างรวดเร็ว ลดความเสี่ยงที่โคเนื้อจะเสียหายระหว่างขนส่ง ประกอบกับในปัจจุบัน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมปศุสัตว์ ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กรมการค้าภายใน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมเอเชียตะวันออก กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ฯลฯ อยู่ระหว่างการดำเนินการด้านการเจรจาเรื่องการจำหน่ายโคเนื้อมีชีวิตไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้หลักการ Zoning/Regionalization จึงเป็นโอกาสอันดีที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อของประเทศไทยจะมีโอกาสมีแหล่งจำหน่ายโคเนื้อเพิ่มขึ้น สามารถสร้างความมั่นคงในอาชีพได้

ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์ถึงโอกาสทางเศรษฐกิจในการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนของประเทศไทยมีค่อนข้างสูง เนื่องจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นตลาดที่ใหญ่ มีความต้องการบริโภคเนื้อโคจำนวนมาก เนื่องจากประชากรเพิ่มขึ้นและมีรายได้มากขึ้น ดังเช่น โอกาสของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวตามกรอบความร่วมมือยุทธศาสตร์ของรัฐบาล 2 ประเทศที่ลงนามร่วมกันเมื่อปี พ.ศ. 2562 โดยรัฐบาลสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวได้รับโควตาการส่งออกโคและกระบือจากรัฐบาลสาธารณรัฐประชาชนจีนจำนวน 500,000 ตัวต่อปี ในเบื้องต้นรัฐบาลสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวตั้งเป้าส่งออกไปสาธารณรัฐประชาชนจีนให้ได้ 200,000 ตัวต่อปีจนถึงปี พ.ศ. 2566 และปี พ.ศ. 2567 เป็นต้นไปกำหนดเป้าหมายการส่งออกให้ได้ 500,000 ตัวต่อปี ทั้งนี้ ในจำนวนโควตา 500,000 ตัวต่อปีนั้นเป็นโควตารวมโดยการนำเข้าไปสาธารณรัฐประชาชนจีนแต่ละครั้งจะมีโควตาเฉพาะ โดยอ้างตามจำนวนสัตว์ที่มีและสามารถรวบรวม

ในเขตกักกันสัตว์ได้ นอกจากโคเวตาการส่งออกสัตว์ใหญ่แล้ว ฝ่ายสาธารณสุขประชาชนจีนยังยกเว้นภาษีบางรายการสินค้าให้แก่ประเทศที่พัฒนาน้อยที่สุด 16 ประเทศ รวมถึง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งคาดว่าจะการเชื่อมโยงระหว่างลาว - จีน รวมทั้งนโยบายต่างๆ อาทิ การผ่อนผันหรือยกเว้นภาษีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่นๆ การอำนวยความสะดวกด้านกฎระเบียบต่าง ๆ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจะสร้างโอกาสใหม่สำหรับความร่วมมือด้านเกษตรระหว่างสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและสาธารณรัฐประชาชนจีนเพิ่มขึ้น(สถานเอกอัครราชทูต ณ เวียงจันทน์ , 2566) แม้ว่าสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจะได้รับสิทธิประโยชน์หลายด้าน แต่ยังไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์เหล่านั้นได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เนื่องจากการผลิตและเลี้ยงสัตว์ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงตามธรรมชาติ ผู้เลี้ยงโคเนื้อและกระบือจำเป็นต้องพัฒนาการเลี้ยงให้ได้ตามข้อกำหนดและมาตรฐานของสาธารณรัฐประชาชนจีน

ในขณะที่ประเทศไทยมีการผลิตโคเนื้อโดยเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อรายย่อยเป็นส่วนใหญ่ จากการสำรวจข้อมูลการเลี้ยงโคเนื้อของกรมปศุสัตว์ (2566) ประเทศไทยมีโคเนื้อจำนวน 9,655,380 ตัว มีเกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อ จำนวน 1,425,414 ราย เกษตรกรมีโคเนื้อเฉลี่ยรายละ 7 ตัว ภูมิภาคที่มีจำนวนโคเนื้อ และเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อมากที่สุด คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 5,405,876 ตัว ร้อยละ 55.99 เกษตรกร จำนวน 979,125 ราย ร้อยละ 68.69 รองลงมา คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคใต้ โดยมีโคเนื้อจำนวน 1,624,420 ตัว ร้อยละ 16.82, 1,484,190 ตัว ร้อยละ 15.37 และ 1,140,894 ตัว ร้อยละ 11.82 ตามลำดับ ภูมิภาคที่มีจำนวนเกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อรองลงมา คือ ภาคใต้ ภาคเหนือ และภาคกลาง มีเกษตรกรจำนวน 216,531 ราย ร้อยละ 15.19, 127,909 ราย ร้อยละ 8.97 และ 101,849 ราย ร้อยละ 7.15 ตามลำดับ สายพันธุ์โคที่เกษตรกรเลี้ยงร้อยละ 49.95 หรือ 4,822,895 ตัว เป็นสายพันธุ์พื้นเมือง รองลงมาร้อยละ 45.33 หรือ 4,377,205 ตัว เป็นสายพันธุ์ลูกผสมพื้นเมือง โดยมีการเลี้ยงโคขุนร้อยละ 3.29 คิดเป็นจำนวน 317,810 ตัว ส่วนที่เหลือเป็นโคพันธุ์แท้ร้อยละ 1.42 คิดเป็นจำนวน 137,470 ตัว อย่างไรก็ตามขนาดฟาร์มโคเนื้อในประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ขนาด ได้แก่ ขนาดย่อย (โคเนื้อจำนวน 1 - 20 ตัว) ขนาดเล็ก (โคเนื้อจำนวน 21 - 100 ตัว) ขนาดกลาง (โคเนื้อจำนวน 101 - 200 ตัว) และขนาดใหญ่ (โคเนื้อมากกว่า 200 ตัว) จากข้อมูลการเลี้ยงโคเนื้อของกรมปศุสัตว์ (2566) มีโคเนื้อในฟาร์มขนาดย่อยร้อยละ 77.49 คิดเป็นโคเนื้อจำนวน 7,482,096 ตัว มีโคเนื้อในฟาร์มขนาดเล็กร้อยละ 18.66 คิดเป็นโคเนื้อจำนวน 1,801,262 ตัว มีโคเนื้อในฟาร์มขนาดกลางร้อยละ 1.77 คิดเป็นโคเนื้อจำนวน 171,177 ตัว และมีโคเนื้อในฟาร์มขนาดใหญ่ร้อยละ 2.08 คิดเป็นโคเนื้อจำนวน 200,845 ตัว ส่วนระบบการเลี้ยงโคเนื้อของไทยสามารถแบ่งการเลี้ยงได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกโคเนื้อ และกลุ่มเกษตรกรที่ซื้อโคจากผู้ผลิตรายอื่นเพื่อนำมาขุนต่อภายในฟาร์มของตนเอง

ในช่วงระยะเวลา 2 – 3 ปีที่ผ่านมาราคาโคเนื้อ (ขนาดกลาง น้ำหนักเฉลี่ย 400 กิโลกรัม/ตัว) ที่เกษตรกรขายได้เริ่มลดต่ำลงตั้งแต่ปี 2566 โดยปรับลดลงเหลือเฉลี่ยกิโลกรัมละ 81.09 บาท จากเฉลี่ยกิโลกรัมละ 87.31 บาท ในปี 2565 และลดลงอีกในปี 2567 เฉลี่ยกิโลกรัมละ 72.62 บาท (กรมปศุสัตว์, 2567) จากสาเหตุต่าง ๆ ได้แก่ ตลาดโคเนื้อในประเทศถูกกดดันจากปริมาณนำเข้าเนื้อแช่เย็นแช่แข็งที่เพิ่มขึ้น โดยปี พ.ศ. 2565 เป็นปีแรกที่มีการนำเข้าสูงที่สุด จำนวน 27.43 พันตัน ต่อมาในปี พ.ศ. 2566 ปริมาณนำเข้าเนื้อโค ฯ จำนวน 25.30 พันตัน และปัจจุบัน ปี พ.ศ. 2567 มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 35.00 พันตัน (กรมปศุสัตว์, 2567) ในขณะที่สถานะเศรษฐกิจตกต่ำจากสถานการณ์โควิดระบอบตั้งแต่ช่วงปลายปี พ.ศ. 2563 ส่งผลให้ความต้องการบริโภคลดลงและทำให้ราคาโคเนื้อตกต่ำอย่างต่อเนื่อง สาเหตุต่อมา คือ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามซึ่งเป็นประเทศที่ไทยส่งออกโคเนื้อไปจำหน่าย มีการบังคับใช้มาตรการควบคุมการนำเข้าโคเนื้อจากประเทศไทย เนื่องจากมีการตรวจพบการใช้สารเร่งเนื้อแดงในฟาร์มโคขุนบางฟาร์มของประเทศไทย ส่งผลทำให้ประเทศไทยส่งออกโคเนื้อไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้น้อยลง และตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2564 สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ไม่อนุญาตให้นำเข้าโค - กระบือระยะสั้น โดยอนุญาตให้นำเข้าได้เฉพาะพ่อแม่พันธุ์และโค - กระบือ อายุไม่เกิน 6 เดือน เพื่อนำมาปรับปรุงพันธุ์เท่านั้น ซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยไม่สามารถส่งออกโค - กระบือไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามผ่านทางสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวได้ ยกเว้นหากมีความต้องการของแขวง ซึ่งแขวงสามารถใช้อำนาจในการอนุญาตให้มีการนำเข้าได้ ส่งผลให้ปริมาณโคเนื้อที่จำหน่ายไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีปริมาณลดลง ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2566 ประเทศไทยส่งออกโคเนื้อรวม 87,144 ตัว ลดลงจาก 156,910 ตัว ของปี พ.ศ. 2565 และในปี พ.ศ. 2567 ส่งออกได้จำนวน 133,416 ตัว และเกิดจากสถานะเศรษฐกิจของโลกชะลอตัว ส่งผลให้ประชาชนลดค่าใช้จ่าย และคุณภาพการผลิตโคเนื้อรวมถึงความน่าเชื่อถือของโคเนื้อไทย ยังไม่สามารถแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตโคเนื้อรายใหญ่ เช่น ออสเตรเลียได้ ผู้บริโภคจึงเลือกซื้อโคเนื้อจากแหล่งจำหน่ายที่มีราคาถูกกว่า มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับมากกว่า

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ดำเนินการกำหนดนโยบาย และแนวทางปฏิบัติตามบทบาทภารกิจเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยมอบหมายให้กรมปศุสัตว์ในฐานะเลขานุการคณะกรรมการนโยบายพัฒนาโคเนื้อ - กระบือ และผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (Beef Board) ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการตามนโยบายและมาตรการเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรทั้งมาตรการภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมาตรการภายในประเทศ ดำเนินการโดยการกำหนดให้มีการผลักดันการกำหนดโครงสร้างราคาให้เหมือนสินค้าปศุสัตว์ชนิดอื่นๆ เช่น สุกร ไก่เนื้อ ไก่ไข่ นำนมดิบ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่การผลิตจนถึงตลาดมีส่วนเหลือจากการตลาดที่เหมาะสมทั้งห่วงโซ่การผลิต การณรงค์ส่งเสริมการบริโภคเนื้อโค เป็นต้น ส่วนมาตรการต่างประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

โดยกรมปศุสัตว์อยู่ระหว่างการเจรจาเพื่อจำหน่ายโคเนื้อตรงไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้หลักการ Zoning / Regionalization ปัจจุบันอยู่ระหว่างรอผลการพิจารณาเดินทางเยือนไทยของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของฝ่ายสาธารณรัฐประชาชนจีน (GACC) เพื่อให้ความคิดเห็นต่อการดำเนินการภายใต้หลักการดังกล่าวให้สอดคล้องกับข้อกำหนดในการนำเข้าโคมีชีวิตและผลิตภัณฑ์ของสาธารณรัฐประชาชนจีนจาก GACC

การศึกษาโอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายสาธารณรัฐประชาชนจีน จึงเป็นแนวทางในการแสวงหาข้อเท็จจริงเพื่อหาข้อสรุปนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการวางแผนการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทยเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายและรองรับแผนการผลิตโคเนื้อมีชีวิตเพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษา เรื่อง โอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายสาธารณรัฐประชาชนจีน มีวัตถุประสงค์สำคัญในการวิจัย ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สภาพพื้นฐานการผลิตของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ
- 2) เพื่อศึกษาสถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคโคเนื้อของสาธารณรัฐประชาชนจีน
- 3) เพื่อวิเคราะห์โอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อมีชีวิตของประเทศไทยเพื่อขยายตลาดไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน
- 4) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทยเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการศึกษาตามวัตถุประสงค์หลักที่กำหนดไว้ คาดว่าจะมีประโยชน์กับผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย ดังนี้

- 1) ทำให้ทราบถึงข้อสรุปโอกาสความท้าทายในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทย รวมทั้งศักยภาพในการส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อให้เกษตรกรสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการผลิต การตลาด เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันในตลาดส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

2) นำข้อสรุปจากผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการจัดทำแผนการส่งออกโคเนื้อที่มีชีวิตไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยใช้กลยุทธ์เชิงรุกเพื่อเร่งพัฒนาการผลิตโคเนื้อของประเทศ ขยายการกำลังผลิต กลยุทธ์เชิงป้องกันเพื่อใช้จุดแข็งที่มีอยู่ในการป้องกันข้อจำกัด เกิดแนวคิดใหม่ๆ ในการแก้ไขจุดอ่อน และการปรับตัวในเชิงรับเพื่อลดผลกระทบที่เกิดจากจุดอ่อนและปัญหาอุปสรรคในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทย

3) เป็นแนวทางในการสร้างมาตรฐานและความน่าเชื่อถือด้านการผลิตโคเนื้อของประเทศไทยต่อความต้องการของสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีความต้องการสินค้าโคเนื้อที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยของสินค้า และเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

1.4 นิยามศัพท์

เกษตรกร หมายถึง บุคคลที่ประกอบอาชีพเป็นผู้เลี้ยงโคเนื้อ

โอกาส หมายถึง เหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เป็นไปได้

ความท้าทาย หมายถึง สถานการณ์หรือปัญหาที่ต้องใช้ความพยายาม ทักษะ หรือความสามารถแก้ไขหรือเอาชนะ อาจเป็นสิ่งที่ยาก ลำบาก หรือเป็นเป้าหมายที่ต้องทำให้สำเร็จเพื่อพัฒนาและก้าวไปข้างหน้า

การผลิตโคเนื้อ หมายถึง กระบวนการเลี้ยงโคเนื้อเพื่อจำหน่ายเป็นโคเนื้อที่มีชีวิต

แผนการส่งออกโคเนื้อ หมายถึง แนวทางหรือกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นเพื่อดำเนินการส่งออกโคเนื้อไปยังตลาดต่างประเทศ โดยครอบคลุมขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่การผลิต การคัดเลือกโคเนื้อ การปฏิบัติตามมาตรฐานสุขอนามัยและกฎระเบียบการส่งออกของประเทศปลายทาง ตลอดจนการวางแผนด้านการตลาดและโลจิสติกส์

ห่วงโซ่อุปทานการผลิตโคเนื้อ หมายถึง กระบวนการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและส่งมอบโคเนื้อ ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

หลักการ Zoning / Regionalization หมายถึง การสร้างพื้นที่ปลอดโรคเพื่อผลักดันการส่งออกโคมีชีวิตและผลิตภัณฑ์ไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยใช้เขตแดนตามธรรมชาติ กฎหมาย หรือแม้แต่นำหนดขึ้นเอง เพื่อประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศ หรือการควบคุมป้องกันโรค

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาโอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อไปจำหน่ายสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยใช้แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและความรู้ทางวิชาการหรือแนวคิดที่ใช้ในการดำเนินการ ประกอบด้วย

2.1 แนวคิด ทฤษฎีและความรู้ทางวิชาการหรือแนวคิดที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย

2.1.1 สถานการณ์การผลิตและการนำเข้า ส่งออกโคเนื้อมีชีวิตของประเทศไทย

เดิมการเลี้ยงโคเนื้อของไทยเป็นการเลี้ยงไว้เพื่อใช้งานในภาคการเกษตรเป็นหลักปัจจุบันรูปแบบการเลี้ยงโคเนื้อได้เปลี่ยนมาเป็นการเลี้ยงเพื่อจำหน่ายเนื่องจากความต้องการบริโภคเนื้อสัตว์เพิ่มสูงขึ้นทั้งจากความต้องการบริโภคภายในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างประเทศลักษณะการเลี้ยงที่เป็นการเลี้ยงครั้งละหลายตัวและมีรูปแบบเป็นฟาร์มมากขึ้นในขณะเดียวกันรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อซึ่งเป็นโครงการหนึ่งในแผนปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตรซึ่งผลจากการที่รัฐบาลให้การสนับสนุนทำให้ปัจจุบันเกษตรกรหันมาเลี้ยงโคเนื้อเพื่อการค้ามากขึ้นและโคเนื้อในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี การผลิตและการค้าโคเนื้อที่เลี้ยงในประเทศไทยแต่เดิมเป็นพันธุ์พื้นเมืองซึ่งโคเนื้อมีน้ำหนักน้อย ประมาณตัวละ 200 - 350 กิโลกรัมสามารถหากินและเติบโตจากการหาหญ้ากินตามธรรมชาติ โตช้า แต่มีความต้านทานโรคเมื่องร้อนได้ดี มีสัดส่วนการเลี้ยงประมาณร้อยละ 67.50 ระยะต่อมามีการนำเข้าพันธุ์ดีจากต่างประเทศเข้ามาผสมกับโคพันธุ์พื้นเมืองเพื่อให้ได้โคลูกผสมที่มีขนาดใหญ่ขึ้น แต่ยังคงมีความต้านทานโรคเมื่องร้อน ซึ่งพันธุ์ที่นิยมและเหมาะสมที่สุดทั้งด้านใช้แรงงานและให้เนื้อคือ พันธุ์บราห์มัน ปัจจุบันนิยมเลี้ยงพันธุ์ออสเตรเลีย บราห์มัน และอเมริกันบราห์มัน ซึ่งเป็นพันธุ์ที่ทางรัฐบาลให้การส่งเสริม นอกจากนี้ยังมีการนำเข้าพันธุ์โคอื่นๆ เข้ามาผสมกับโคพื้นเมืองเพิ่มขึ้น ซึ่งมีคุณสมบัติให้เนื้อโดยตรง และสามารถเติบโตได้ดีในสภาพแวดล้อมของไทยคือ พันธุ์ชาร์โรเลส์ ลิมุซีน และเฮียฟอร์ด ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 3.50 การเลี้ยงโคโดยทั่วไปแล้วจะเป็นการเลี้ยงแบบปล่อยซึ่งค่าใช้จ่ายถูกกว่า เนื่องจากปล่อยให้โคผสมพันธุ์กันตามธรรมชาติ หรือหากินเองตามทุ่งหญ้าสาธารณะ แต่ก็มีส่วนที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อหันมาเลี้ยงโคเนื้อเพื่อการค้ามากขึ้น มีการปรับปรุงการเลี้ยงโดยใช้อาหารข้นเพิ่มเติมร่วมกับอาหารหยาบ ทำให้โคเจริญเติบโตเร็ว ค่าใช้จ่ายในการผลิตส่วนใหญ่ประกอบด้วย ค่าพันธุ์โค และค่าอาหารข้น อาหารหยาบทั้งหมด ปัจจุบันได้มีหน่วยงานสนับสนุนให้เกิดการผลิตเนื้อโคที่มีคุณภาพสูงในประเทศเพื่อทดแทนการนำเข้า หน่วยงานหลักๆ มีอยู่ 2 ราย ที่ทำการตลาดให้กับ

เกษตรกรด้วยโดยมีร้านขายปลีกเนื้อโคคุณภาพดีคือ สหกรณ์การเลี้ยงปศุสัตว์ กรป.กลาง โพนยางคำ จำกัด โดยมีหื้อซื้อเนื้อไทย - ฝรั่งเศส และ (Thai - French meat) และสหกรณ์โคเนื้อ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน จำกัด โดยมีหื้อซื้อ เนื้อ KU Beef ทำให้ปริมาณการเลี้ยงโคเนื้อคุณภาพสูงมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มโคเนื้อลูกผสมสายพันธุ์ชาโรเลส์ที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น (กาญจน์และคณะ, 2563)

ประเทศไทยมีการผลิตโคเนื้อโดยเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อรายย่อยเป็นส่วนใหญ่ จากการสำรวจข้อมูลการเลี้ยงโคเนื้อของกรมปศุสัตว์ในปี พ.ศ. 2566 ประเทศไทยมีโคเนื้อจำนวน 9,655,380 ตัว มีเกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อ จำนวน 1,425,414 ราย เกษตรกรมีโคเนื้อเฉลี่ยรายละ 7 ตัว ภูมิภาคที่มีจำนวนโคเนื้อ และเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อมากที่สุด คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 5,405,876 ตัว ร้อยละ 55.99 เกษตรกร จำนวน 979,125 ราย ร้อยละ 68.69 รองลงมา คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคใต้ โดยมีโคเนื้อจำนวน 1,624,420 ตัว ร้อยละ 16.82, 1,484,190 ตัว ร้อยละ 15.37 และ 1,140,894 ตัว ร้อยละ 11.82 ตามลำดับ ภูมิภาคที่มีจำนวนเกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อรองลงมา คือ ภาคใต้ ภาคเหนือ และภาคกลาง มีเกษตรกรจำนวน 216,531 ราย ร้อยละ 15.19, 127,909 ราย ร้อยละ 8.97 และ 101,849 ราย ร้อยละ 7.15 ตามลำดับ สายพันธุ์โคที่เกษตรกรเลี้ยงร้อยละ 49.95 หรือ 4,822,895 ตัว เป็นสายพันธุ์พื้นเมือง รองมาร้อยละ 45.33 หรือ 4,377,205 ตัว เป็นสายพันธุ์ลูกผสมพื้นเมือง โดยมีการเลี้ยงโคขุนร้อยละ 3.29 คิดเป็นจำนวน 317,810 ตัว ส่วนที่เหลือเป็นโคพันธุ์แท้ร้อยละ 1.42 คิดเป็นจำนวน 137,470 ตัว อย่างไรก็ตามขนาดฟาร์มโคเนื้อในประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ขนาด ได้แก่ ขนาดย่อย (โคเนื้อจำนวน 1 - 20 ตัว) ขนาดเล็ก (โคเนื้อจำนวน 21 - 100 ตัว) ขนาดกลาง (โคเนื้อจำนวน 101 - 200 ตัว) และขนาดใหญ่ (โคเนื้อมากกว่า 200 ตัว) จากข้อมูลการเลี้ยงโคเนื้อของกรมปศุสัตว์ (2566) มีโคเนื้อในฟาร์มขนาดย่อยร้อยละ 77.49 คิดเป็นโคเนื้อจำนวน 7,482,096 ตัว มีโคเนื้อในฟาร์มขนาดเล็กร้อยละ 18.66 คิดเป็นโคเนื้อจำนวน 1,801,262 ตัว มีโคเนื้อในฟาร์มขนาดกลางร้อยละ 1.77 คิดเป็นโคเนื้อจำนวน 171,177 ตัว และมีโคเนื้อในฟาร์มขนาดใหญ่ร้อยละ 2.08 คิดเป็นโคเนื้อจำนวน 200,845 ตัว (กรมปศุสัตว์, 2566)

ในปี 2567 ประเทศไทยมีจำนวนโคเนื้อประมาณ 9.90 ล้านตัว เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.58 จากปี พ.ศ. 2566 ที่มี 9.65 ล้านตัว โดยมีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อจำนวน 1.43 ล้านราย ผลผลิตโคเนื้อคาดว่าจะอยู่ที่ 1.404 ล้านตัว เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.27 จากปี พ.ศ. 2566 สาเหตุหลักมาจากการเปิดตลาดส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปยังหลายประเทศ และการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้านการตลาดราคาโคเนื้อมีชีวิตที่เกษตรกรขายได้ ณ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2567 เฉลี่ยกิโลกรัมละ 69.04 บาท ลดลงร้อยละ 18.23 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ราคา 84.43 บาท ในช่วงเดือนมกราคมถึงกันยายน พ.ศ. 2567 ประเทศไทยนำเข้าเนื้อโคสดและเนื้อโคแปรรูปจำนวน 26,309.00 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 35.95 จากช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2566 โดยส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศออสเตรเลียขณะเดียวกัน การส่งออกโค

มีชีวิตมีจำนวน 94,178 ตัว เพิ่มขึ้นร้อยละ 37.59 จากปี พ.ศ. 2566 ตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ เวียดนาม มาเลเซีย และลาว ส่วนข้อมูลการนำเข้าโคมีชีวิต พบว่า มีการนำเข้าโคเนื้อมีชีวิต จำนวน 53 ตัว ลดลงร้อยละ 99.89 จากปี พ.ศ. 2566 สำหรับการส่งออกเนื้อโคสดและแปรรูปมีปริมาณ 485 ตัน ลดลงร้อยละ 30.71 จากปี พ.ศ. 2566 (กรมปศุสัตว์, 2567)

2.1.2 ระบบการเลี้ยงโคเนื้อของประเทศไทย

ระบบการเลี้ยงโคเนื้อหมายถึงรูปแบบหรือวิธีการจัดการฟาร์มโคเนื้อซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของผู้เลี้ยง พื้นที่เลี้ยง และทรัพยากรที่มีอยู่ โดยทั่วไประบบการเลี้ยงโคเนื้อในประเทศไทยมีหลากหลายระบบ สุวิช (2558) กล่าวถึง ระบบการเลี้ยงโคเนื้อของประเทศไทยโดยทั่วไป ในทางปฏิบัติไม่จำเป็นต้องใช้ระบบใดระบบหนึ่งโดยเด็ดขาด อาจใช้ระบบต่างๆ ผสมผสานกัน เกษตรกรในแต่ละพื้นที่ควรเลือกใช้ระบบการเลี้ยงโคเนื้อที่เหมาะสมกับสถานการณ์ จะส่งผลให้การเลี้ยงโคเนื้อประสบผลสำเร็จและได้กำไรสูงสุด ซึ่งระบบการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรไทย สามารถจำแนกได้ ดังนี้

1) การเลี้ยงแบบไล่ต้อนส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงแบบผสมผสานกับการทำเกษตรกรรมของเกษตรกรรายย่อย เป็นฝูงโคขนาดเล็ก ใช้สมาชิกภายในครอบครัวไล่ต้อนไปเลี้ยงแพะเล็มหญ้าตามแหล่งทำเลเลี้ยงสัตว์ ริมถนนหรือพื้นที่สาธารณะใกล้หมู่บ้าน ตอนเย็นไล่กลับเข้าคอก คอกอาจอยู่ในบริเวณบ้านหรือในชายป่ามีการเสริมฟางข้าวและผลพลอยได้จากการเกษตรให้กินเวลากลางคืน ส่วนใหญ่มักเป็นโคพื้นเมือง หรือโคลูกผสมพื้นเมืองหรือโคลูกผสมอื่นที่มีขนาดรูปร่างไม่ใหญ่มากนัก เลี้ยงง่าย หากินเก่ง หากเกษตรกรสามารถปลูกหญ้าหรือจัดหาหญ้าหรือพืชอาหารสัตว์มาเสริมก็จะทำให้โคเหล่านี้เจริญเติบโตดีขึ้น การเลี้ยงระบบนี้ลงทุนไม่มากนัก อาจเสียค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารชั้นเสริมบ้างในฤดูแล้ง

2) การเลี้ยงแบบฟาร์มเป็นการค้าเป็นการเลี้ยงโคเนื้อแบบประณีต โดยจะเลี้ยงในพื้นที่ของตนเองทั้งหมด มีการทำแปลงหญ้าเลี้ยงสัตว์ แบ่งเป็นแปลงย่อยๆ มีรั้วกัน มีคอกและโรงเรือนต่างๆ มีการเก็บสำรองอาหารสัตว์ เช่น ทำหญ้าหมัก หญ้าแห้งไว้ให้โคกินในฤดูแล้ง อาจหาซื้ออาหารสัตว์จากนอกฟาร์มมาใช้เลี้ยงเสริมบ้าง เช่นผลพลอยได้จากการเกษตรหรืออาหารชั้น การเลี้ยงโคเนื้อแบบนี้มีต้นทุนสูงสุด เพราะต้องใช้พื้นที่มากหากไม่ซื้ออาหารจากนอกฟาร์มมาใช้ ฟาร์มโคเนื้อที่เลี้ยงในระบบนี้ควรตั้งอยู่ในเขตเกษตรกรรมที่มีระบบชลประทาน เนื่องจากต้องมีการปลูกหญ้าเพื่อใช้เลี้ยงโคตลอดปี หากอยู่นอกเขตชลประทานที่อาศัยน้ำฝนต้องใช้พื้นที่ประมาณ 4 ไร่ ต่อการเลี้ยงแม่โค 1 ตัว อย่างไรก็ตาม โคที่เลี้ยงในระบบนี้ ต้องสามารถจำหน่ายได้ราคาสูง เช่น ขายเป็นโคพันธุ์ โคขุนคุณภาพสูง จึงจะคุ้มค่าต่อการลงทุน

วิโรจน์ (2564) กล่าวถึงระบบการผลิตโคเนื้อ ซึ่งเป็นรูปแบบการทำฟาร์มโคเนื้อสมัยใหม่ ซึ่งต้องมีการจัดการฟาร์มอย่างเป็นระบบและมีเป้าหมาย การเลี้ยงสมัยใหม่จะเป็นการใช้พื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ ด้วยการจัดสร้างโรงเรือน แบ่งโซนเลี้ยงตามช่วงวัยของโคและมีการให้อาหารแบบสูตรรวม TMR รวมทั้งการจัดการมูลและของเสียที่เป็นระบบ โดยแบ่งออกเป็น 4 ระบบ ได้แก่

1) ระบบการทำฟาร์มพ่อแม่พันธุ์ ระบบนี้มุ่งเน้นเลี้ยงโคเนื้อสายพันธุ์แท้ที่มีเอกลักษณ์ตนเองที่ให้ผลผลิตดี เพื่อจำหน่ายลูกไปใช้ทำพันธุ์ต่อไป เช่น สายพันธุ์ทางประเทศอังกฤษและประเทศอเมริกา ได้แก่ แองกัส เฮียฟอร์ด เท็กซัสลองฮอร์น สายพันธุ์ประเทศฝรั่งเศส ได้แก่ ชาร์โรเลส์ ซิมเมนทอล ลิมุซีน สายพันธุ์ประเทศออสเตรเลีย ได้แก่ เดรัmmasเตอร์ เบลมอน เรดออสเตรเลียโลว์ไลน์ เป็นต้น การทำฟาร์มใช้เงินลงทุนสูง และต้องเลี้ยงตามหลักวิชาการ เพราะโคพันธุ์นี้มีมูลค่าสูง การซื้อขายมักต้องจองล่วงหน้า การจัดการผสมพันธุ์เพื่อให้ลูกทุกปีเป็นเรื่องสำคัญสุด

2) การทำฟาร์มเลี้ยงแม่ลูก ระบบนี้เป็นฟาร์มต้นน้ำของระบบโคขุน ฟาร์มจะเลี้ยงฝูงแม่พันธุ์เพื่อทำการผสมขยายพันธุ์ ผลิตโคสาว โครุ่นจำหน่ายเพื่อนำไปขุนต่อไปอีกชั้นหนึ่ง ลูกโคเมื่อหย่านมแล้วก็จะเลี้ยงแบบปล่อยแปลงเพื่อให้โครุ่นมีการเจริญเติบโตทางโครงร่างและกล้ามเนื้อเป็นหลัก เหมาะกับผู้ที่มีพื้นที่ว่างปลูกหญ้าเป็นการเลี้ยงที่ใช้ต้นทุนต่ำ เลี้ยงรอเวลาจำหน่ายหรือร่วมกับการขุนขายด้วย

3) การทำฟาร์มโครุ่น ระบบนี้เริ่มจากระยะหย่านมที่น้ำหนัก 150 – 200 กิโลกรัม เลี้ยงจนได้น้ำหนัก 300 – 350 กิโลกรัม จึงส่งขายทั่วไปและตามตลาดนัดโค การทำฟาร์มแบบนี้จะเลี้ยงโครุ่นแบบรวมฝูงอยู่แปลงหญ้าหรือในโรงเรือนได้ ให้กินเน้นหญ้าเสริมอาหารข้นหรืออาหาร TMR ไม่เน้นการเจริญเติบโตเร็ว แต่มุ่งให้โคมีการเจริญเติบโตทางด้านโครงร่างกระดูกร่างกาย ส่วนสูง สะสมเนื้อแดงเป็นหลัก อัตราการเจริญเติบโตที่ 0.5 – 0.8 กิโลกรัม/วัน เลี้ยงรอตลาด การเลี้ยงใช้เวลาสั้น พร้อมส่งขายตลอดเวลาสำหรับผู้ที่ต้องการเนื้อแดง ตลาดกลางโคเป็นตลาดหลัก โคที่ส่งเข้าตลาดจะเป็นโคกลางน้ำอายุตั้งแต่ 1 ปี ขึ้นไป ผู้ซื้อจะนำไปขุนขายต่อไป

4) การทำฟาร์มโคขุน ระบบนี้จะเป็นการเลี้ยงขุนอยู่ในโรงเรือนเพื่อลดการใช้พลังงานจากกิจกรรมโค การเลี้ยงในโรงเรือนจะจัดการจ่ายอาหารและควบคุมปริมาณกินได้ง่ายกว่า สามารถใช้รถจ่ายอาหารได้ง่าย สามารถกำหนดอัตราการเจริญเติบโตได้ง่ายหากจ่ายอาหารระบบ TMR ผู้เลี้ยงจะหาโครุ่นที่ได้น้ำหนัก 300 – 350 กิโลกรัม ซื้อเข้าฟาร์มเพื่อมาเลี้ยงขุนเร่งการสะสมไขมันและเนื้อแดงให้น้ำหนักโตเต็มที่ส่งตลาดที่ 600 – 650 กิโลกรัมขึ้นไป อัตราการเจริญเติบโตที่ 1 – 1.5 กิโลกรัม/วัน ซึ่งมีทั้งการเลี้ยงขุนระยะสั้น 4 – 6 เดือน การเลี้ยงขุนระยะกลาง 8 – 12 เดือน หรือการขุนพรีเมียมที่เลี้ยงนานกว่า 1 ปีขึ้นไประยะเวลาเลี้ยงสั้นยาวยังขึ้นกับสายพันธุ์ที่เลือกมาเลี้ยงด้วย การจัดการด้านอาหารจะมีความสัมพันธ์กับทั้งขนาดโค คุณภาพซากและระยะเวลาที่ใช้ขุน การทำฟาร์มโคขุนแบบนี้จะเป็นฟาร์มโคสมัยใหม่

2.1.3 การผลิตโคเนื้อคุณภาพ

การผลิตโคเนื้อคุณภาพ หมายถึง กระบวนการเลี้ยงและจัดการฟาร์มโคเนื้อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ตรงตามมาตรฐานและความต้องการของตลาด ทั้งในด้านการคัดเลือกสายพันธุ์ อาหารและการจัดการให้อาหาร การจัดการสุขภาพของสัตว์ มาตรฐานการผลิต รายละเอียด ประกอบด้วย

1) การคัดเลือกสายพันธุ์โคเนื้อ ซึ่งจะมีผลต่อคุณภาพของเนื้อโค โดยกรมปศุสัตว์ (2564) กล่าวถึงสายพันธุ์โคเนื้อที่นิยมเลี้ยงในประเทศไทย โดยแบ่งเป็น แม่พันธุ์พื้นฐานและพ่อพันธุ์โคเนื้อดังนี้

(1) แม่พันธุ์พื้นฐาน ประกอบด้วย

ก.แม่โคลูกผสมบราห์มัน – ฟินเมือง เป็นสายพันธุ์โคเนื้อที่นิยมเลี้ยงกันอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้ เนื่องจากกรมปศุสัตว์ได้นำโคบราห์มันพันธุ์แท้เข้ามาปรับปรุงเพื่อยกระดับสายพันธุ์โคเนื้อของเกษตรกร จนทำให้เป็นแม่พันธุ์โคเนื้อพื้นฐานของประเทศในปัจจุบัน ลักษณะคล้ายกับโคอเมริกันบราห์มันพันธุ์แท้ แต่มีขนาดเล็กกว่า และมีหน้าตาที่ต่างออกไปตามยีนของสายพันธุ์ ฟินเมือง มีความทนทานต่อโรคและแมลงสูง มีน้ำหนักเฉลี่ย 500 กิโลกรัม นิยมใช้ในการผสมพันธุ์กับโคเนื้อสายพันธุ์ยุโรปเพื่อผลิตโคเนื้อลูกผสมสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อโคคุณภาพ

ข. โคพันธุ์ฟินเมือง เป็นโคที่มีขนาดเล็ก มีขนสั้นเกรียน ตะโหนักเล็ก ตัวแคบ มีเหนียงคอสั้น และหนังใต้ท้องไม่หย่อนยานมากนัก มีสีไม่แน่นอน เช่น สีแดงอ่อน เหลืองอ่อน ดำ ขาวนวล น้ำตาลอ่อน น้ำหนักเฉลี่ย 300 กิโลกรัม เนื้อโคมีไขมันแทรกน้อย โคฟินเมืองสามารถใช้เป็นโคพื้นฐานในการผสมกับโคเนื้อสายพันธุ์ต่างประเทศที่มีขนาดเล็กถึงขนาดกลางได้ สายพันธุ์โคเนื้อฟินเมืองที่นิยม ได้แก่ โคฟินเมืองอีสาน โคฟินเมืองภาคกลาง โคขาวลำพูน

ค. โคพันธุ์แท้ นิยมเลี้ยงในกลุ่มเกษตรกรบางส่วนที่เป็นฟาร์มโคพันธุ์สำหรับการผลิตและปรับปรุงพันธุ์โคเนื้อเพื่อจำหน่าย ได้แก่ โคพันธุ์อเมริกันบราห์มัน ปีพมาสเตอร์ แบรงกัส ตาก กบินทร์บุรี เป็นต้น

(2) พ่อพันธุ์โคเนื้อ

ก. โคพันธุ์อเมริกันบราห์มัน เป็นโคเมืองร้อนในตระกูลโคอินเดีย ได้รับการปรับปรุงพันธุ์จากประเทศอเมริกา เป็นโคที่มีขนาดรูปร่างใหญ่ปานกลาง มีตะโหนักใหญ่พอประมาณ เนืงคายนค่อนข้างมาก หนังท้องค่อนข้างหย่อนยาน ขนสั้นเกรียน สีขาวเทาและสีแดง หูค่อนข้างยาว และกว้างปานกลาง มีน้ำหนักเฉลี่ย 1,000 กิโลกรัม มีความทนทานต่อโรคและแมลง เจริญเติบโตได้ดีในสภาพภูมิอากาศแบบเมืองร้อน จึงเป็นสายพันธุ์โคเนื้อที่เกษตรกรนิยมเลี้ยงอย่างมากในปัจจุบัน โดยใช้ในการเป็นพ่อพันธุ์คุมฝูงหรือการผลิตน้ำเชื้อ

ข. โคพันธุ์ชาร์โรเลส เป็นโคพันธุ์ตระกูลยุโรป มีขนาดใหญ่ รูปร่างยาวเพรียว แต่มีคอสั้นและไม่มีเขา ผิวสีครีมทั้งตัว มีน้ำหนักเฉลี่ย 1,000 กิโลกรัม โคสายพันธุ์นี้มีคุณลักษณะทางเศรษฐกิจดีเด่นหลายประการ เช่น อัตราการเจริญเติบโตเร็ว ซากมีขนาดใหญ่ เนื้อนุ่ม เนื้อสันมีไขมันแทรก เป็นที่ต้องการของตลาดเนื้อโคคุณภาพสูง ในประเทศไทยนิยมนำน้ำเชื้อมาผสมกับแม่โคบราห์มันหรือลูกผสมบราห์มันเพื่อนำลูกมาเลี้ยงเป็นโคขุน แต่ถ้าเลี้ยงเป็นพันธุ์แท้หรือมีสายเลือดสูงๆ จะไม่ทนต่อสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย และไม่เหมาะที่จะใช้ผสมกับแม่โคขนาดเล็ก เช่น โคพื้นเมืองเพราะอาจทำให้คลอดยาก

ค. โคพันธุ์แองกัส เป็นโคพันธุ์ตระกูลยุโรป มีขนาดเล็กถึงขนาดกลาง โคพันธุ์นี้มีสีดำหรือสีแดงตลอดลำตัว ไม่มีเขา เข้าสู่วัยเจริญพันธุ์เร็ว มีน้ำหนักเฉลี่ย 900 กิโลกรัม โคพันธุ์นี้มีไขมันแทรกในกล้ามเนื้อสูง ทำให้เนื้อมีคุณภาพดีเยี่ยม เหมาะที่จะนำน้ำเชื้อพ่อพันธุ์มาผสมกับโคพื้นเมืองไทยที่มีขนาดใหญ่ จึงได้รับความสนใจจากเกษตรกรจำนวนมาก

ง. โคพันธุ์ปีพาสเตอร์ เป็นโคที่ได้รับการปรับปรุงพันธุ์ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีขนาดรูปร่างใหญ่ มีสีตั้งแต่น้ำตาลอ่อนไปจนถึงเข้ม มีลักษณะรูปร่างความเป็นโคที่มีกล้ามเนื้อชัดเจน ลำตัวมีความลึกและยาวได้สัดส่วน มีน้ำหนักเฉลี่ย 1,200 กิโลกรัม อัตราการเจริญเติบโตดี ความสมบูรณ์พันธุ์สูง เลี้ยงลูกเก่ง เลี้ยงดูง่าย ปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในเขตร้อนและแห้งแล้งได้ดี สามารถใช้เป็นพ่อพันธุ์คุมฝูงหรือผลิตน้ำเชื้อสำหรับการผสมเทียม ซึ่งเป็นที่นิยมเลี้ยงของเกษตรกรในปัจจุบัน

จ. โคพันธุ์วากิว เป็นโคที่ได้รับการปรับปรุงสายพันธุ์ที่ประเทศญี่ปุ่น เป็นโคที่มีขนาดกลาง โคพันธุ์นี้มีสีดำทั้งตัว ความสมบูรณ์พันธุ์สูง ปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ดี มีน้ำหนักเฉลี่ย 800 กิโลกรัม เนื้อมีไขมันแทรกสูง ละเอียด หน้าตัดเนื้อสันใหญ่ ผลผลิตสูง นิยมเลี้ยงเพื่อผลิตเนื้อโคคุณภาพสูง โคสายพันธุ์นี้จึงเป็นที่นิยมของตลาดทั่วโลก มักนำน้ำเชื้อมาผสมเทียมเพื่อการผลิตลูกโคเนื้อสำหรับอุตสาหกรรมเนื้อโคคุณภาพ

2) อาหารและการจัดการให้อาหาร การเลี้ยงโคเนื้อให้ได้คุณภาพดีนั้น ต้องให้ความสำคัญกับโภชนาการอาหารที่เหมาะสมในแต่ละช่วงวัยของโคเนื้อ เพื่อให้สามารถเจริญเติบโตเร็ว มีสุขภาพแข็งแรง ให้ผลผลิตได้เต็มศักยภาพสุวิช (2558)กล่าวว่า อาหารสัตว์หรือวัตถุดิบอาหารสัตว์ (Feedstuffs) หมายถึง สารใดๆ ก็ตามที่ทำให้โภชนะเกิดประโยชน์แก่สัตว์ที่กินเข้าไป โดยวัตถุดิบอาหารสัตว์อาจได้มาจากแหล่งธรรมชาติ เช่น พืช สัตว์ ฯลฯ หรืออาจได้จากการสังเคราะห์ทางเคมี เช่น กรดอะมิโน แร่ธาตุ วิตามินต่างๆ หรือทางชีววิทยา เช่น โปรตีนจากพืชหรือสัตว์เซลล์เดียว การจำแนกวัตถุดิบอาหารสัตว์และการจัดการให้อาหารโคเนื้อ มีข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

(1) ประเภทของวัตถุดิบอาหารสัตว์

ก. อาหารหยาบ (Roughages) หมายถึง วัตถุดิบที่มีโภชนะต่อหน่วยน้ำหนักต่ำ มีเยื่อใยสูงกว่า 18 เปอร์เซ็นต์ แบ่งออกเป็น 3 พวก คือ

ก) อาหารหยาบสด (Green Roughages หรือ Green Forages) หมายถึง อาหารหยาบที่อยู่ในสภาพสด มีความชื้นสูง 70 – 85 เปอร์เซ็นต์ ได้แก่ พืชที่ตัดสดมาให้โคกิน (Soilage) และพืชอาหารสัตว์ในทุ่งที่สัตว์เข้าไปแทะเล็ม (Pasture) อาหารหยาบสด ประกอบด้วย 1) พืชตระกูลหญ้า (Gramineae) ได้แก่ หญ้าขน (Para Grass หรือ Mauritius Grass) หญ้ากีนี (guinea grass) หญ้าเนเปียร์ (Napier Grass) หญ้ารูซี (Ruzi Grass) เป็นต้น ส่วนพืชตระกูลหญ้าซึ่งเป็นพืชที่ให้คาร์โบไฮเดรตเป็นหลัก(แป้งหรือเยื่อใย) หรือบางที่เรียกว่า Carboneaceous Plants 2) พืชตระกูลถั่ว (Leguminosae) ได้แก่ ถั่วลายหรือถั่วเซนโตรซีมา (Centrosema) ถั่วซีราโตร (Siratro) ถั่วสไตโล (Stylo) ฯลฯ พืชตระกูลถั่วจะให้คุณค่าทางโภชนะ เช่น โปรตีนสูงกว่าพืชอื่นมักนิยมปลูกผสมกับหญ้า ทำเป็นทุ่งหญ้าผสมเพื่อเพิ่มคุณค่าทางอาหารให้แก่สัตว์ บางที่เรียกว่า Proteineaceous Plants และ 3) พืชอาหารอื่นๆ (Others) ได้แก่ ผักตบชวา (Water Hyacinth) ต้นข้าวโพด (Corn Stem) ต้นข้าวฟ่าง (Sorghum stem) และเศษเหลือจากอุตสาหกรรมอาหาร เช่น โหมข้าวโพด เปลือกข้าวโพด ฯลฯ

ข) อาหารหยาบแห้ง (Dry Roughages หรือ Dry Forages) อยู่ในรูปที่มีความชื้นไม่เกิน 15 เปอร์เซ็นต์ เพื่อจุดประสงค์ในการเก็บรักษาไว้ใช้ในยามขาดแคลนอาหาร โดยนำเอาอาหารหยาบสดมาระเหยความชื้นออกด้วยการตากแดด 2 – 3 แดด หรือการอบด้วยความร้อนให้เหลือความชื้นไม่เกิน 15 เปอร์เซ็นต์ซึ่งอยู่ในสภาพที่เชื้อราและเมือก ราเจริญได้ยาก จึงสามารถเก็บได้นานขึ้น ตัวอย่างของอาหารหยาบแห้ง ได้แก่ หญ้าแห้ง (Hay) เป็นหญ้าที่เก็บเกี่ยวในระยะที่มีคุณค่าทางอาหารสูงแล้วนำมาระเหยความชื้นออกไป นอกจากนี้อาหารหยาบแห้งยังรวมถึงฟางข้าว (Rice Straws) อีกด้วย

ค) อาหารหยาบหมัก (Ensilage Roughages หรือ Ensilage Forages) อยู่ในรูปที่มีความชื้น 70 – 75 เปอร์เซ็นต์ระดับ pH ประมาณ 4.2 ในหลุมหมักที่มีสภาพไร้ออกซิเจน เพื่อจุดประสงค์ในการเก็บรักษาไว้ในยามขาดแคลนอาหาร และสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานนับสิบปี ถ้าไม่เปิดหลุมหมัก โดยการนำอาหารหยาบสดที่เก็บเกี่ยวในระยะคุณค่าทางอาหารสูงและมีปริมาณของคาร์โบไฮเดรตมากพอ มีความชื้น 70 – 75 เปอร์เซ็นต์ นำมาสับเป็นท่อนเล็กๆ บรรจุอัดแน่นลงหลุมหมักหรือบ่อหมัก (Silo) ปิดปากหลุมหมักให้สนิทแน่นป้องกันไม่ให้อากาศเล็ดลอดเข้าไปประมาณ 21 วัน ขบวนการหมักก็จะเสร็จสมบูรณ์ตัวอย่างอาหารหยาบหมัก ได้แก่ พืชหมัก (Silage) แต่ถ้าใช้อาหารหยาบสดที่มีความชื้น 55 – 60 เปอร์เซ็นต์ มาทำการหมักเรียกว่า พืชหมักแห้ง (Haylages)

ข. อาหารข้น (Concentrate) หมายถึง วัตถุดิบที่มีความเข้มข้นของโภชนะต่อหน่วยน้ำหนักสูง มีเยื่อใยต่ำกว่า 18 เปอร์เซ็นต์ แบ่งออกเป็น 2 พวก ได้แก่

ก) อาหารหลักหรืออาหารพลังงาน (Basal Feed หรือ Energy Feed) คือ วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่ให้พลังงานสูงหรือมีคาร์โบไฮเดรตมาก มีโปรตีนต่ำกว่า 20 เปอร์เซ็นต์ ที่เรียกว่า “อาหารหลัก” เพราะวัตถุดิบที่ใช้ในปริมาณมากถึง 50 – 80 เปอร์เซ็นต์ ในการประกอบสูตรอาหาร ได้แก่ 1) ได้จากพืช ได้แก่ เมล็ดธัญพืชต่างๆ เช่น ข้าวโพด ข้าวฟ่าง ปลายข้าว รำละเอียด เป็นต้น พืชหัว เช่น มันสำปะหลัง (มันเส้น) มันเทศ เป็นต้น และน้ำมันพืชต่างๆ 2) ได้จากสัตว์ เช่น ไขมันโค – กระบือ (Tallow) ไขมันสุกร (Lard) เป็นต้น และ 3) อื่นๆ ได้แก่ กากน้ำตาล เศษเหลือจากอุตสาหกรรมอาหาร เช่น เปลือกสับปะรด เป็นต้น

ข) อาหารเสริม (Supplements) คือ วัตถุดิบที่เสริมลงไปในการประกอบสูตรอาหารสัตว์ เพื่อให้มีโภชนะครบสมบูรณ์ตามความต้องการของสัตว์ แบ่งย่อยออกเป็น

(ก) อาหารเสริมโปรตีน (Protein Supplements) คือ วัตถุดิบที่เป็นแหล่งโปรตีน มีโปรตีนมากกว่า 20 เปอร์เซ็นต์ ได้แก่ ผลพลอยได้จากพืชจากขบวนการแปรรูปอาหารพลังงาน เช่น สาเหล้า ผลพลอยได้จากอุตสาหกรรมพืชน้ำมัน เช่น กากถั่วเหลือง กากถั่วลิสง กากมะพร้าว กากเมล็ดฝ้าย กากเมล็ดถั่วเหลือง กากเมล็ดปาล์ม กากเมล็ดยางพารา เป็นต้น ใบพืชต่างๆ คือ ใบกระถิน ใบมันสำปะหลัง ใบปอ เป็นต้น ผลพลอยได้จากสัตว์จากขบวนการแปรรูป เช่น ปลาป่น เนื้อป่น เลือดป่น เครื่องในป่น ขนไก่ป่น เป็นต้น และได้จากการสังเคราะห์ เช่น โปรตีนจากพืชหรือสัตว์ เซลล์เดียว (single cell proteins) เช่น สาหร่ายเซลล์เดียว ยีสต์ เป็นต้น กรดอะมิโนสังเคราะห์ เช่น ไลซีน เมทไธโอนีน ฟีนิลอะลานีน เป็นต้น

(ข) อาหารเสริมแร่ธาตุ (Mineral Supplements) คือ วัตถุดิบที่มีความเข้มข้นของแร่ธาตุสูง ใช้เสริมลงไปในการประกอบสูตรอาหารสัตว์เพื่อให้มีแร่ธาตุครบสมบูรณ์ตามความต้องการของสัตว์ ได้แก่ วัตถุดิบที่เป็นแหล่งของแคลเซียม เช่น หินปูน (CaCO_3) ปูนขาว (CaO) เปลือกหอยป่น วัตถุดิบที่เป็นแหล่งของแคลเซียมและฟอสฟอรัส เช่น กระดูกป่น ไตแคลเซียมฟอสเฟต วัตถุดิบที่เป็นแหล่งของโซเดียมและคลอรีน เช่น เกลือทะเล วัตถุดิบที่เป็นแหล่งของโปตัสเซียม เช่น กากน้ำตาล

(ค) อาหารเสริมวิตามิน (Vitamin Supplements) คือ วัตถุดิบที่มีความเข้มข้นของวิตามินสูงเสริมลงไปในการประกอบสูตรอาหารสัตว์เพื่อให้วิตามินครบสมบูรณ์ตามความต้องการของโคในระยะเวลาการให้ผลผลิตต่างๆ ได้แก่ วัตถุดิบที่เป็นแหล่งของวิตามินเอ เช่น พืชสีเขียวที่มีแคโรทีน วัตถุดิบที่เป็นแหล่งของวิตามินดี เช่น พืชแห้งแบบตากแดด (field cured hay) วัตถุดิบที่เป็นแหล่งของวิตามินอี เช่น รำละเอียด วัตถุดิบที่เป็นแหล่งของวิตามินเค เช่น ใบกระถิน วัตถุดิบที่เป็น

แหล่งของวิตามินซี เช่น ผลไม้รสเปรี้ยว (citrus fruits) และวัตถุดิบที่เป็นแหล่งของวิตามินบีรวม เช่น ธัญพืช พืชสีเขียว

ค. สารเสริมอาหาร หรือวัตถุดิบในสูตรอาหารสัตว์ (Feed Additives) เป็นวัตถุดิบที่ไม่ใช่โภชนะโดยตรง เป็นสารที่เติมลงไปในการอาหารเพื่อช่วยปรับปรุงคุณภาพอาหาร ทำให้สัตว์ใช้ประโยชน์จากอาหารได้มากขึ้น ใช้เสริมในสูตรอาหารสัตว์เพื่อจุดประสงค์ต่างๆ ในปัจจุบันสารบางอย่างถูกห้ามใช้เสริมในสูตรอาหารสัตว์ เนื่องจากมีผลกระทบต่อสุขภาพสัตว์เลี้ยงโดยตรงและมีผลตกค้างไปถึงผู้บริโภค ในการเลี้ยงโคนมเกษตรกรผู้ใช้สารเสริมอาหารส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม สารเสริมที่เติมลงในอาหารสัตว์ ในปัจจุบันสารบางชนิดห้ามใช้แล้ว ได้แก่

ก) เพื่อยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ เช่น ยาปฏิชีวนะ อาทิ เพนิซิลลิน (Penicillin) ออกซีเตตราไซคลีน (Oxytetracycline) รูเมนซิน (Rumensin) เป็นต้น

ข) เพื่อเร่งการเจริญเติบโต เช่น ฮอร์โมนสังเคราะห์หรือสารคล้ายฮอร์โมน อาทิ ไดเอทิลสทิลเบสทรอล (Diethyl Stilbestrol, DES) เมเลนเจสทรอล อะซีเตท (Melengestrol Acetate, MGA) ซิโนนเวกซ์ (Synovex) เซอรานอล (Zeranol) หรือราลโกร (Ralgro)

ค) เพื่อถ่ายพยาธิ เช่น ไทอาเบนดาโซล (Thiabendazole) ปิเปอร์าซีน (Piperazine)

ง) เพื่อปรุงรสชาติ เช่น กากน้ำตาล (Molasses)

จ) เพื่อป้องกันหืน เช่น เอทอซีควิน (Ethoxyquin) บิวทิลไฮดรอกซีโทลูีน (Butylated HydroxyToluene, BHT) บิวทิลไฮดรอกซีอานีโซล (Butylated Hydroxy Anisole, BHA)

ฉ) เพื่อป้องกันเชื้อรา เช่น เบนโซเอท (Benzoate) ควิโนซาลีน (Quinoxalene)

ช) เพื่อป้องกันโรคบิด (Coccidiostat) เช่น แอมโพรเลียม (Amprolium) บิวทีโนเรท (Butynorate)

ซ) เพื่อรักษาโรค เช่น ฟูราโซลิโดน (Furazolidone) จุนลี (Copperas)

(2) การจัดการให้อาหารโคนม แบ่งตามประเภทและอายุของโคนม ได้ดังนี้

ก. การให้อาหารพ่อพันธุ์และแม่พันธุ์โคนมในสภาพปกติจะจัดการให้อาหาร โดยในฤดูฝนพ่อแม่พันธุ์โคแต่ละตัว ควรให้หญ้าสด 10 เปอร์เซ็นต์ของน้ำหนักตัว ถ้าเป็นหญ้าสด 30 – 40 กิโลกรัมต่อวัน หรือหญ้าแห้ง 12 กิโลกรัมต่อวัน เสริมอาหารชั้นโปรตีน 14 – 16 เปอร์เซ็นต์ 0.5 – 1 กิโลกรัมต่อวัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพร่างกาย แต่หากพ่อแม่พันธุ์โคสมบูรณ์ดีก็ไม่ต้องเสริมอาหารชั้นโปรตีนในฤดูแล้งให้หญ้าหมัก 30 กิโลกรัมต่อวัน เสริมอาหารชั้น 2 กิโลกรัมต่อวัน หรือถ้าใช้ฟางข้าวเป็นอาหารหลักและเสริมรำหยาบ 2 กิโลกรัมต่อวัน และอาหารชั้น 1.5 กิโลกรัมต่อวัน นอกจากนี้ควรฉีดวิตามิน เอดีอี (AD3E) ให้ตัวละ 1 – 2 ซีซี. เนื่องจากในฤดูแล้ง โคจะขาดแคลนพืชอาหารสัตว์

หรือหญ้าสด ซึ่งจะส่งผลต่อความสมบูรณ์พันธุ์ของพ่อแม่พันธุ์ สำหรับน้ำสะอาดต้องมีให้โคกินอย่างน้อย 30 - 40 ลิตรต่อวัน

ข. การให้อาหารและการจัดการลูกโคเมื่อแรกเกิดถึงหย่านมควรมีการเสริมอาหารชั้นโปรตีน 16 - 18 เปอร์เซ็นต์ ให้กิน 0.5 - 1 กิโลกรัมต่อวัน โดยวางที่ให้อาหารชั้นในที่มั่วสุมกัน ไม่ให้แม่โคเข้าไปกินได้ แต่ลูกโคสามารถลอดเข้าไปกินอาหารชั้นได้ จะทำให้ลูกโคได้รับอาหารพอเพียงแก่ความต้องการของร่างกาย เนื่องจากเมื่อลูกโคอายุมากขึ้นจะต้องการโภชนะมากขึ้น และปริมาณน้ำนมจากแม่จะเริ่มลดน้อยลง

ค. การให้อาหารและการจัดการโคเมื่อรุ่นเมื่อโคอายุครบ 1 ปี ทำการคัดเลือกโดยเฉพาะโคเพศเมียเพื่อเป็นโคทดแทนประมาณ 16 - 25 เปอร์เซ็นต์ทุกปี โดยปกติควรคัดแม่โคที่มีอายุมากกว่า 10 ปี ออกจากฝูงปีละ 10 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากแม่โคอายุมากเหล่านี้จะเริ่มให้ลูกห่างขึ้น น้ำมน้อย การเจริญเติบโตของลูกโคเมื่อหย่านมจะต่ำลง ส่วนเพศผู้คัดเลือกไว้เป็นพ่อพันธุ์ ส่วนที่เหลือควรจำหน่ายออกจากฝูง สำหรับการให้อาหารและน้ำควรให้อาหารชั้นโปรตีน 15 เปอร์เซ็นต์วันละ 1 - 2 กิโลกรัม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพร่างกาย หากโคมีสภาพร่างกายสมบูรณ์ก็ไม่ต้องเสริมอาหารชั้น ควรเน้นให้อาหารหยาบเป็นหลัก ซึ่งแต่ละวันควรให้หญ้าสด 20 - 30 กิโลกรัม หรือหญ้าแห้ง 4 - 6 กิโลกรัม มีน้ำสะอาดให้กินวันละ 20 - 30 ลิตรต่อตัว และมีอาหารแร่ธาตุไว้ให้เลียวกินตลอดเวลา

ง. การให้อาหารและการจัดการโคขุน ต้องให้ความสำคัญกับโคทุกช่วงอายุเพื่อเตรียมความพร้อมของร่างกายโคให้สามารถให้ผลผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ วิทยา (2565) รายงานข้อมูลว่าความต้องการโภชนะของโคขุน ซึ่งเป็นสัตว์ที่กำลังเจริญเติบโต มีความต้องการอาหารมากเมื่อเทียบกับน้ำหนักตัว ดังนั้นจึงสามารถเจริญเติบโตได้เมื่อได้รับอาหารสัตว์ที่มีพลังงานระดับกลางในปริมาณสูง โดยต้องมีโปรตีนที่ย่อยสลายได้เพียงพอต่อกิจกรรมของจุลินทรีย์ในกระเพาะรูเมน ดังนั้นต้องให้ความสำคัญในทุกช่วงอายุโค ดังนี้

ก) โคช่วงก่อนหย่านม ต้องมีการให้กินนมในช่วงเล็กอย่างเพียงพอ และมีการฝึกให้กินอาหารลูกโคในปริมาณตามความต้องการเพื่อการเจริญเติบโตของลูกโค รวมทั้งให้ลูกโคฝึกกินอาหารหยาบ หรือปล่อยแทะเล็มในแปลงหญ้าอย่างน้อย 4 สัปดาห์ก่อนหย่านม อาหารลูกโคต้องมีความน่ากินสูง ไม่เป็นฝุ่นมีเยื่อใยที่ย่อยง่ายในระดับสูง มีแร่ธาตุและวิตามินที่จำเป็นครบถ้วน เพื่อเพิ่มภูมิคุ้มกันให้ร่างกาย อาหารที่ให้ต้องมีโปรตีนหยาบ 14 - 16 เปอร์เซ็นต์ มีพลังงานที่ใช้ประโยชน์ได้ 11 - 12 MJ/kg.DM มีผนังเซลล์ (NDF) > 35 เปอร์เซ็นต์ โคช่วงนี้ควรมีการเจริญเติบโตวันละ 0.8 - 1.3 กิโลกรัม

ข) โคช่วงเจริญเติบโต ต้องควบคุมการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยให้โคกินได้ 2.3 เปอร์เซ็นต์ของน้ำหนักตัว ให้โคมีอัตราการเจริญเติบโตวันละ 0.7 - 1.3 กิโลกรัม อาหารที่ให้มั่วสุมแห้ง 30 - 60 เปอร์เซ็นต์ มีโปรตีนหยาบ 15 - 16 เปอร์เซ็นต์ มีพลังงานที่ใช้ประโยชน์ได้ 10.5 - 1.4

MJ/kg.DM มีผนังเซลล์ (NDF) > 40 เปอร์เซ็นต์มีไขมัน <3 เปอร์เซ็นต์ มีแป้งและน้ำตาล <20 เปอร์เซ็นต์ มีแคลเซียม 0.8 เปอร์เซ็นต์อาหารของโคช่วงเจริญเติบโต ควรมีเยื่อใยที่เป็นโครงสร้าง เช่น ฟาง และเยื่อใยที่ย่อยง่าย เช่น น้ำตาลอยู่ในระดับสูง มีโปรตีนสูง มีแร่ธาตุและวิตามินสูง และมีพลังงานปานกลาง ไม่แนะนำให้ใช้แป้งในปริมาณสูงในช่วงเวลานี้ เนื่องจากอาจนำไปสู่การสะสมไขมันที่ไม่ต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโคขนาดเล็กถึงขนาดกลาง เพื่อหลีกเลี่ยงการอ้วนในขณะที่มีน้ำหนักน้อย

ค) โคช่วงขุน มีน้ำหนักมากกว่าช่วงเจริญเติบโต ทำให้เกิดอาการลดความอยากกินอาหารลง ควรให้อาหารที่มีวัตถุดิบ 30 – 60 เปอร์เซ็นต์ มีโปรตีนหยาบ 12 – 15 เปอร์เซ็นต์ มีพลังงานที่ใช้ประโยชน์ได้ > 12.2 MJ/kg.DM มีผนังเซลล์ (NDF) > 25 เปอร์เซ็นต์ มีเส้นใยขนาดยาว 6 – 8 เปอร์เซ็นต์ มีไขมัน < 6 เปอร์เซ็นต์ มีแป้งและน้ำตาล 33 เปอร์เซ็นต์ มีแคลเซียม 0.6 เปอร์เซ็นต์อาหารสำหรับช่วงโคขุน ต้องให้อาหารธัญพืชที่มีพลังงานสูง ระดับแป้งสูง สามารถส่งเสริมการเพิ่มของน้ำหนักตัวได้อย่างรวดเร็ว และเพิ่มการเปลี่ยนอาหารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในสัตว์ที่มีขนาดใหญ่ สิ่งสำคัญในการขุนโคช่วงนี้คือ ประสิทธิภาพในการเปลี่ยนอาหาร(FCR) ที่ได้จากการคงปริมาณการกินอาหารระดับสูง รวมทั้งการเพิ่มน้ำหนักตัวอย่างรวดเร็ว และจำเป็นต้องให้อาหารที่มีปริมาณของเส้นใยโครงสร้างที่เพียงพอ (0.5 - 1.5 กิโลกรัมฟางต่อตัวต่อวัน) เพราะสัตว์ที่ใช้เวลานานในการเคี้ยวเอื้องเป็นสิ่งบ่งชี้ว่าการใช้อาหารอย่างมีประสิทธิภาพและสุขภาพกระเพาะรูเมนที่ดี

นอกจากนี้ วิโรจน์ (2564) ยังได้กล่าวถึงระบบการให้อาหารโคเนื้อของประเทศไทยว่า ที่ผ่านมาประเทศไทยใช้ระบบการให้อาหารแบบแยก คือ ให้อาหารหยาบ เช่น หญ้าสด หญ้าหมัก แยกคนละครั้งกับอาหารข้น ระบบนี้จะใช้ได้ดีหากเกษตรกรมีความเข้าใจเรื่องการคำนวณโภชนาที่โคต้องการ ความถี่ในการจ่ายอาหารและต้องสามารถควบคุมสัดส่วนการกินอาหารได้ หลักการให้อาหารโคเนื้อต้องเลี้ยงโคให้เจริญเติบโตได้เร็วและมีสุขภาพดี ผู้เลี้ยงต้องมีความเข้าใจหลักการให้อาหารที่ถูกต้อง โคเป็นสัตว์กินพืชอาหารหยาบเป็นอาหารหลักเพื่อการดำรงชีวิต แต่ด้วยความที่มนุษย์ต้องการแหล่งโปรตีนมากขึ้น เร็วขึ้น การเลี้ยงโคจึงมีการเสริมวัตถุดิบอาหารหรืออาหารข้นให้กินเพิ่มเพื่อเร่งการเจริญเติบโต แต่หากต้องการทั้งเพิ่มอัตราการเจริญเติบโตต่อวันและการสะสมไขมันและกำหนดวันขายได้ ยังต้องมีการจัดการอาหารที่แม่นยำด้วยการจ่ายอาหารสูตรรวม TMR

อาหารสูตรรวม TMR หมายถึง การจัดการให้อาหารที่มีส่วนผสมของอาหารหยาบ อาทิ หญ้าสด หญ้าแห้งหรือหญ้าหมัก รวมกับเมล็ดธัญพืชทั้งแหล่งอาหารโปรตีน พลังงาน แป้ง และวิตามิน แร่ธาตุ โดยจัดให้มีขนาดขึ้นและสัดส่วนของอาหารหยาบและอาหารข้นที่เหมาะสม นำมาผสมรวมกันเป็นเนื้อเดียวกัน และนำไปจ่ายให้โคกินอย่างเพียงพอเพียงอย่างเดียว ประโยชน์ของอาหาร TMR มีดังนี้

- 1) ทำให้โคกินอาหารได้มากขึ้นและย่อยอาหารและนำไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น
- 2) กระเพาะหมักมีความสมดุล โคมีสุขภาพดีขึ้น ผสมติดง่าย โตเร็ว
- 3) กำหนดอัตราการเจริญเติบโตได้แม่นยำ
- 4) ลดการสูญเสียของอาหารเศษเหลือเป็นศูนย์
- 5) ลดต้นทุนค่าอาหารและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น
- 6) ลดปัญหาแรงงาน ใช้คนน้อย

อาหาร TMR ได้ออกแบบสูตรผสมที่ครอบคลุมทั้งอาหารหยาบ อาหารข้น วิตามิน แร่ธาตุที่ครบตามความต้องการของโค การให้กินจึงต้องนำมาจ่ายให้โคกินทั้งวันสูตรเดียวกันเท่านั้น ซึ่งสูตรอาหารจะคำนวณให้เหมาะสมกับโคแต่ละอายุ โดยทั่วไปจะจ่ายอาหารวันละ 2 ครั้ง เช้า กับ เย็น หรืออาจจ่ายวันละ 1 ครั้ง ให้สังเกตว่าในเช้าวันถัดไปในรางอาหารควรมีอาหารเหลือติดรางอยู่บ้างประมาณ 3 % แต่อาหารที่เหลือไม่ต้องทิ้ง สามารถใช้ต่อโดยจ่ายอาหาร TMR ใหม่ และนำของเดิมมาใส่โรยทับด้านบน โคจะกินจนหมด แบบนี้จะทำให้อาหารสูญเสียเป็นศูนย์ การให้อาหาร TMR ในช่วงแรกต้องให้กินเต็มที่ ไม่ต้องกังวลปริมาณที่ให้ ให้กินจนเหลือแล้วปรับปริมาณให้พอดีในวันถัดไป จนเมื่อโคอ้วนหรือให้น้ำนมเต็มที่แล้ว จึงค่อยลดปริมาณที่ให้กิน การให้ต้องขยันกวาดอาหารเข้าให้โคด้วย เพราะบางครั้งโคกินไม่ถึงจะคิดว่าโคกินเหลือ โคจะกินอาหาร TMR คิดเป็นน้ำหนักแห้ง 2.5 – 3 % ของน้ำหนักตัว หรือคิดเป็น TMR น้ำหนักสด 5 -6 % ของน้ำหนักตัว การเสริมหญ้าแห้ง ฟาง หรือกากเปียกอื่นๆ จะทำให้ระดับโปรตีน พลังงานลดต่ำลงกว่าที่โคต้องการ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการใช้อาหาร TMR เลี้ยงโคเนื้อ คือ 1) ระดับความชื้น 2) ปริมาณอาหารที่ให้กินต่อวัน 3) ปริมาณอาหารที่ให้กินในแต่ละกลุ่ม 4) ขนาดชิ้นของอาหาร 5) คุณภาพอาหาร และ 6) อัตราส่วนอาหารหยาบต่ออาหารข้น

3) การจัดการสุขภาพโคเนื้อ หมายถึง กระบวนการดูแลและควบคุมสุขภาพของโคเนื้อให้แข็งแรง ลดความเสี่ยงจากโรคต่าง ๆ เพื่อให้โคเจริญเติบโตดี มีผลผลิตสูง และลดต้นทุนในการรักษาโรค ซึ่งสุวิช (2558) รวบรวมข้อมูลด้านโรคและการสุขภาพที่สำคัญในโคเนื้อไว้ ดังนี้

(1) สาเหตุของการเกิดโรคในโค เกิดได้จากหลายสาเหตุ ทั้งสาเหตุทางตรงและสาเหตุทางอ้อม ซึ่งอาจเกิดจากตัวสัตว์เอง โรงเรือนและอุปกรณ์ อาหาร น้ำ หรือจากตัวผู้เลี้ยงเอง แบ่งได้ดังนี้

ก. สาเหตุทางอ้อม เป็นสาเหตุที่ไม่ได้เกิดจากเชื้อโรค แต่เกิดจากสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัวสัตว์ ซึ่งชักนำให้สัตว์เกิดโรคทางอ้อม ได้แก่

ก) ความเครียด เช่น สภาพโรงเรือนไม่เหมาะสม มีแมลงรบกวน อากาศร้อนจัด หนาวจัด

ข) การขาดสารอาหาร เช่น ขาดธาตุซิลิเนียมทำให้โคสมไม่ติดขาดโปรตีนทำให้ แคระแกรน เป็นต้น

ค) สาเหตุอื่นๆ เช่น เกิดจากความผิดปกติของระบบฮอร์โมนในร่างกายสัตว์ ความบกพร่องทางพันธุกรรม หรือการได้รับสารพิษในอาหาร เช่น กรดไฮโดรไซยานิก (Hydrocyanic Acid) ในมันสำปะหลังสด สารเคมี หรือยาฆ่าหญ้าในอาหารหยาบ เป็นต้น

ข. สาเหตุทางตรง ได้แก่ การเกิดโรคที่เกิดจากเชื้อจุลินทรีย์ต่างๆ เช่น แบคทีเรีย ไวรัส เชื้อรา โปรโตซัว พยาธิภายนอกและพยาธิภายใน

(2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดโรคในโคเนื้อ การเกิดโรคในสัตว์มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ การที่สัตว์จะเกิดโรคหรือไม่นั้น นอกจากปัจจัยต่างๆ ทั้งด้านการสุขาภิบาล สิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวสัตว์ ชนิดของเชื้อ และปริมาณเชื้อที่สัตว์ได้รับย่อมส่งผลต่อการเกิดโรคระบาดได้ทั้งสิ้น ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดโรคในสัตว์ มีดังนี้

ก. ชนิดและคุณสมบัติของตัวเชื้อโรค เชื้อโรคบางชนิดมีความรุนแรงน้อย บางชนิดมีความรุนแรงมาก และถึงแม้จะเป็นเชื้อชนิดเดียวกัน ถ้าสภาวะแตกต่างกันความรุนแรงของโรคก็อาจแตกต่างกันได้

ข. ปริมาณของเชื้อที่สัตว์ได้รับเข้าไป ถ้าสัตว์ได้รับเชื้อในปริมาณที่มากหรือได้รับเชื้ออยู่ตลอดเวลา โอกาสที่จะเกิดโรคก็มีมากขึ้นด้วย

ค. วิธีทางที่เชื้อโรคเข้าสู่ร่างกาย เชื้อโรคบางชนิดมีความเหมาะสมในการก่อให้เกิดโรคได้ดี ถ้าเชื้อโรคนั้นเข้าสู่ร่างกายโดยวิธีทางจำเพาะ (Affinity) ของเชื้อโรคนั้น แต่ถ้าไม่มีวิธีจำเพาะที่สามารถจับกับเซลล์ร่างกายสัตว์ตัวนั้นได้ การเกิดโรคก็อาจจะไม่เกิดขึ้นได้

ง. ภูมิคุ้มกันของร่างกายสัตว์เอง ถ้าสัตว์มีระบบภูมิคุ้มกันตอบสนองต่อเชื้อได้ดี โอกาสเกิดโรคก็ลดลง

จ. การจัดการด้านสุขาภิบาลที่ดี เช่น การทำความสะอาด ฟันยาฆ่าเชื้อประจำวัน ดูแลสภาพแวดล้อมในโรงเรือนให้เหมาะสม ไม่ร้อน อบอ้าวเกินไป หลีกเลี่ยงการทำให้สัตว์เครียด ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้โอกาสเกิดโรคน้อยลง หรือถ้าเกิดโรคขึ้น อาการจะไม่รุนแรงนัก และสามารถควบคุมความรุนแรงและการระบาดโรคได้ง่าย

(3) การสังเกตพฤติกรรมโคเนื้อเพื่อการจัดการเลี้ยงดู การป้องกันและรักษาโรค พฤติกรรมของสัตว์เลี้ยงที่แสดงออกมานั้นขึ้นอยู่กับ การเลี้ยงดู เอาใจใส่ ซึ่งผู้เลี้ยงสัตว์เป็นผู้กำหนดและวางแผนให้สัตว์เลี้ยงชนิดนั้นๆ สนองตอบความต้องการของผู้เลี้ยงสัตว์ ทั้งในด้านการผสมพันธุ์ การให้ผลผลิต การที่จะมีชีวิตดำรงอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ผู้เลี้ยงสัตว์ต้องการ และการตลาด พฤติกรรมที่สัตว์เลี้ยงแสดงออกมา สิ่ง que ผู้เลี้ยงสังเกตได้นั้นตรงตามความต้องการของสัตว์ หรือต้องการความช่วยเหลือจากผู้เลี้ยงสัตว์ โดยพฤติกรรมปกติของโคเนื้อ และพฤติกรรมที่บ่งชี้ว่าโคป่วย มีดังนี้

ก. พฤติกรรมปกติของโคเนื้อ สามารถสังเกตได้ ดังนี้

ก) เมื่อปล่อยแปลง จะแทะเล็มหญ้าติดต่อกันประมาณ 1 – 3 ชั่วโมง แล้วหยุดนิ่ง ซึ่งอาจยืนหรือนอนประมาณ 10 – 20 นาที จากนั้นจะเริ่มเคี้ยวเอื้องประมาณ 10 – 20 นาที จากนั้นจะแทะเล็มหญ้าสลับกันไป

ข) เมื่ออยู่ในคอก จะเคี้ยวเอื้องแล้วหยุดนิ่งสลับกันไป ขณะหยุดนิ่งอาจยืนหรือนอน บางครั้งก็หลับตา แต่หูและหางยังกระดิกไล่แมลงตลอดเวลา

ค) ในวันหนึ่งๆ โคจะดื่มน้ำ 3 – 4 ครั้ง ถ้าแปลงหญ้าไม่สมบูรณ์ โคจะใช้เวลาแทะเล็มหญ้ามามากขึ้น อาจแทะเล็มหญ้าตลอดวัน ถ้ายังไม่อิ่ม โดยไม่หยุดพักนิ่งและเคี้ยวเอื้องเลย

ง) ปัสสาวะปกติมีสีใสหรือสีเหลืองอ่อนๆ

จ) ปกติโคถ่ายอุจจาระวันละประมาณ 8 ครั้ง คือ กลางวัน 5 ครั้ง และกลางคืน 3 ครั้ง รวมอุจจาระประมาณ 4 – 5% ของน้ำหนักตัว

ฉ) อัตราการเต้นของหัวใจหรือชีพจรปกติ 60 – 70 ครั้งต่อนาที

ช) อัตราการหายใจปกติ 15 – 30 ครั้งต่อนาที

ซ) อุณหภูมิร่างกายโคปกติอยู่ระหว่าง 38 – 39 องศาเซลเซียส โดยวัดอุณหภูมิที่ทวารหนัก

ข. พฤติกรรมที่บ่งชี้ว่าโคป่วย โคที่ป่วยจะแสดงอาการต่างๆ ออกมาให้เห็น อาจแสดงออกทางระบบหายใจ ระบบย่อยอาหาร ระบบขับถ่าย ระบบประสาท และความผิดปกติทางผิวหนัง แต่ส่วนใหญ่แล้วอาการเบื้องต้นจะคล้ายคลึงกัน คือ มีไข้ หงอย ซึม เบื่ออาหาร ลักษณะปลิกย่อยของอาการที่แสดงออกเมื่อโคป่วยหรือเป็นโรคแต่ละชนิดนั้นจะแตกต่างกันออกไป

(4) โรคที่สำคัญในโคเนื้อ กรมปศุสัตว์ (2564) กล่าวถึงโรคที่สำคัญในโคเนื้อ ประกอบด้วย

ก. โรคพยาธิ (Parasitic disease) เกิดจากสิ่งมีชีวิตขนาดเล็กที่มีการดำรงชีพโดยอาศัยอยู่ในร่างกายหรือบริเวณผิวหนังโค ทำให้โคตัวนั้นมีอาการผิดปกติ โรคพยาธิส่วนมากมักไม่ก่อให้เกิดอันตรายถึงตาย เมื่อเทียบกับโรคที่เกิดจากไวรัส หรือแบคทีเรีย แต่มักจะเกิดเป็นโรคเรื้อรัง ซึ่งส่งผลให้สัตว์เติบโตช้าลง มีภูมิคุ้มกันต่ำ ทำให้เกิดโรคแทรกซ้อนอื่นได้ง่าย พยาธิบางชนิดอาจทำให้แท้งลูกได้ หรืออาจรุนแรงถึงขั้นทำให้โคตาย โรคพยาธิแบ่งได้ 3 กลุ่ม คือ 1) พยาธิภายใน เช่น พยาธิใบไม้ พยาธิตัวกลม พยาธิตัวตืด 2) พยาธิภายนอก เช่น เห็บ หมัด ไร แมลง และ 3) โปรโตซัว และริคเกตเซีย

ข. โรคปากและเท้าเปื่อย (Foot and mouth disease) เกิดจากเชื้อไวรัสที่พบในประเทศไทยมี 3 ชนิด คือ โอ เอ และเอเซียวัน มีการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็ว สัตว์ที่ป่วยด้วยโรคนี้จะมีอาการซึม มีไข้ เบื่ออาหาร มีเม็ดตุ่มพองเกิดขึ้นที่ริมฝีปาก เหงือก และลิ้น น้ำลายไหลยืด กินอาหารไม่ได้ และเกิดเม็ดตุ่มที่ระหว่างซอกกีบ ไรกีบ ทำให้เจ็บขา เดินกะเผลก สัตว์จะผอม และ

อัตราการตายสูงในลูกสัตว์ ถ้าไม่มีโรคแทรกซ้อนแล้วแผลจะหายเองภายใน 1 - 2 สัปดาห์ ป้องกันโรคโดยฉีดวัคซีนให้สัตว์ปีละ 2 ครั้ง ห่างกัน 6 เดือน เริ่มฉีดครั้งแรกเมื่ออายุ 6 เดือน และฉีดครั้งที่ 2 หลังจากครั้งแรก 1 เดือน จากนั้นฉีดซ้ำทุก 6 เดือน กรณีมีโรคระบาดเกิดขึ้น ให้ฉีดซ้ำทุกระยะ 4 เดือน

ค. โรคคอบวม (Haemorrhagic septicemia) เกิดจากเชื้อแบคทีเรีย มีอาการที่สำคัญ คือ หายใจหอบลึกมีเสียงดัง คอและหน้าจะบวมแข็ง อัตราการป่วยและตายสูง มีการระบาดมากช่วงต้นและปลายฤดูฝน สัตว์ที่เป็นโรคนี้นี้แบบเฉียบพลัน อาจตายภายในไม่เกิน 24 ชั่วโมง ถ้าแบบเรื้อรังจะมีอาการเสียดื่มน้ำ ท้องอืด อุจจาระมีมูกเลือดปน สัตว์จะตายภายใน 2 - 3 วัน ควบคุมป้องกันโรคนี้ได้โดยเมื่อมีสัตว์ป่วยและตายเนื่องจากโรคนี้นี้ ให้รีบแจ้งเจ้าหน้าที่สัตวแพทย์ในท้องที่โดยเร็ว พร้อมทั้งแยกสัตว์ป่วยออกจากฝูง หลีกเลี่ยงสภาวะที่จะทำให้สัตว์เครียด ทำวัคซีนป้องกันโรคให้สัตว์ที่มีอายุตั้งแต่ 4 เดือนขึ้นไป ทำปีละ 1 ครั้ง

ง. โรคแท้งติดต่อ (Brucellosis) เกิดจากเชื้อแบคทีเรีย ทำให้เกิดการผสมติดยาก เป็นหมัน มักแท้งลูกในช่วงกลางและช่วงท้ายของการตั้งท้อง หรือลูกที่คลอดออกมาไม่แข็งแรง ติดต่อจากการผสมพันธุ์ การกินอาหารหรือน้ำที่มีเชื้อนี้อยู่ การสัมผัสกับสิ่งขับออกทางช่องคลอดของตัวเมียที่เป็นโรค และการรีดนม ถ้าเป็นในพ่อพันธุ์ลูกอันธจะบวมอักเสบข้างใดข้างหนึ่ง ซึ่งสุดท้ายจะเป็นหมัน ป้องกันโดยตรวจโรคทุกๆ 6 เดือน ในฝูงโคที่ยังไม่คลอดโรคและทุกปีในฝูงที่คลอดโรค เมื่อตรวจพบว่าเป็นโรคควรแยกออกจากฝูง คอกสัตว์ที่ป่วยด้วยโรคนี้ต้องใช้น้ำยาฆ่าเชื้อทำความสะอาดแล้วพักคอกไว้อย่างน้อย 1 เดือน ก่อนนำสัตว์ใหม่เข้าคอก

จ. โรคแบล็กเลก (Blackleg) เกิดจากเชื้อแบคทีเรีย ส่วนมากเกิดจากการกินอาหารที่มีเชื้อปะปนอยู่ เมื่อเชื้อเข้าสู่ร่างกายจะไปอยู่ตามบริเวณที่มีกล้ามเนื้อหนาๆ เช่น กล้ามเนื้อสะโพก ขา ไหล่ หน้าอก คอหรือลิ้น เป็นต้น พร้อมกับสร้างสารพิษออกมาทำลายกล้ามเนื้อรอบๆ โคที่เป็นโรคมีอาการซึม เดินขากะเผลกข้างเดียวหรือทั้งสองข้าง หยุดเคี้ยวเอื้อง หายใจเร็ว เกิดการบวมของกล้ามเนื้อบริเวณที่ติดเชื้อ เมื่อกดบริเวณที่บวมจะได้ยินเสียงดังกรอบแกรบเพราะมีฟองอากาศแทรกอยู่ภายใน เมื่อพบการแสดงอาการดังกล่าวต้องแยกสัตว์ออกจากฝูงทันที พร้อมทั้งรีบแจ้งสัตวแพทย์ในพื้นที่ให้เข้ามาดูแล หากสัตว์ได้รับการรักษาไม่ทันจะตายอย่างเฉียบพลัน เมื่อสัตว์ตายจะต้องฝังหรือเผา และสัตว์ที่เหลือนั้นในฝูงต้องทำวัคซีนควบคู่กับการฉีด Penicillin จุดที่เกิดโรคไม่ควรนำสัตว์เข้าไปเลี้ยงในบริเวณนั้นอีกจนกว่าสัตว์จะมีภูมิคุ้มกัน คือ 21 วันหลังการทำวัคซีน

ฉ. โรคลัมปี สกิน (Lumpy skin disease :LSD) เป็นโรคที่เกิดจากเชื้อไวรัส ระบาดในโค - กระบือ มีแมลงดูดเลือดเป็นพาหะนำโรค สัตว์ป่วยจะมีไข้ ซึม เบื่ออาหาร กินได้น้อย เกิดตุ่มนูนตามผิวหนัง ขนาด 2 - 5 ซม. ต่อมาน้ำเหลืองใต้ผิวหนังบวม ลักษณะคล้ายฝี หากปล่อยทิ้งไว้จะกลายเป็นเนื้อตาย สะเก็ดแห้งแข็ง และแผลเป็น บางตัวขาบวม อาจพบตาหรือข้ออักเสบร่วมด้วย มีน้ำมูก มีน้ำตา รักษาให้หายได้ อัตราการตายน้อยกว่า 10% แต่ตายมากในลูกสัตว์ เนื้อโคที่หายจากโรคแล้ว

สามารถบริโภคได้ ไม่ติดต่อกับสัตว์สู่คนและไม่ติดต่อไปยังสัตว์อื่นหลังสัตว์ติดเชื้อแล้วจะมีภูมิคุ้มกันโรค ป้องกันการติดเชื้อได้นานกว่า 150 วัน ดำเนินมาตรการควบคุมโรค โดยการสังเกตสภาพความผิดปกติของโค - กระบือหากพบสัตว์ป่วย หรือมีอาการผิดปกติให้รีบแจ้งเจ้าหน้าที่ปศุสัตว์ในพื้นที่ทันที เก็บกวาด - กางมุ้ง - กำจัด ทำความสะอาดคอกโรงเรือนเป็นประจำทุกวัน ปรับภูมิทัศน์ให้โปร่งโล่ง กางมุ้งให้แก่สัตว์เพื่อป้องกันและกำจัดแมลงที่เป็นพาหะนำโรค กักกันและแยกสัตว์ป่วยออกจากฝูงและห้ามเคลื่อนย้ายสัตว์ออกนอกพื้นที่ ให้ยาตามอาการ รักษาสัตว์ที่ป่วยตามอาการ บำรุงร่างกายสัตว์ให้แข็งแรง และป้องกันการติดเชื้อแบคทีเรียแทรกซ้อน และบริหารจัดการวัคซีนตามแนวทางที่กรมปศุสัตว์กำหนด

(5) หลักการสุขาภิบาลและการควบคุม ป้องกันโรค กรมปศุสัตว์ (2559) กล่าวถึง หลักการสุขาภิบาลและการควบคุม ป้องกันโรคว่าในการเลี้ยงโคเนื้อในระดับฝูงใหญ่ๆ หรือรายย่อยก็ตาม เป็นการนำสัตว์เข้ามาเลี้ยงรวมกันเป็นจำนวนมาก อาจมีปัญหาในเรื่องของโรคติดต่อหรืออาการป่วยจากการจัดการ เลี้ยงดูให้อาหาร ดังนั้นจึงควรมีมาตรการเพื่อควบคุมป้องกันโรค หลักปฏิบัติด้านการสุขาภิบาลและการควบคุมป้องกันโรค ดังนี้

ก. มาตรการเพื่อควบคุมป้องกันโรค

ก) การจัดการด้านคอกพัก โรงเรือน ควรมีขนาดที่กว้างเพียงพอต่อจำนวนสัตว์ที่อยู่รวมกันอย่างสบาย ไม่แออัดเกินไป มีร่มเงา รางน้ำ รางอาหารที่เพียงพอที่สัตว์จะไม่แย่งกันใช้จนเกิดการบาดเจ็บ หรือความเครียด ซึ่งจะเป็นสาเหตุโน้มนำให้เกิดการเจ็บป่วยได้ง่าย มีช่องจับบังคับสัตว์เพื่อสะดวกในการฉีดยา ทำวัคซีนผสมเทียม เจาะเลือดเพื่อตรวจโรค หรือทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อลดอันตรายกับตัวสัตว์และผู้ปฏิบัติงาน ถ้าสัตว์ฝูงใหญ่มากๆ อาจมีช่องขนาดยาวเพื่อไล่ต้อนสัตว์เข้าทำงานได้พร้อมกันที่ละหลายๆ ตัว

ข) การตรวจโรค ทำวัคซีน และถ่ายพยาธิเป็นประจำทุกปี โดยมีการกำหนดการปฏิบัติงานที่แน่นอน ตามเวลาที่กำหนดเพื่อป้องกันโรคที่จะเข้ามาในฝูงสัตว์

ค) การนำสัตว์เข้าฝูง เมื่อจะมีการนำสัตว์เข้าฝูงใหม่ควรมีการทำวัคซีนถ่ายพยาธิให้ครบถ้วน และมีการกักโรคไว้เป็นระยะเวลาหนึ่งเพื่อเฝ้าดูอาการก่อนนำเข้ามารวมในฝูง ควรเลือกซื้อสัตว์ที่มาจากฟาร์ม หรือพื้นที่ที่ปลอดโรค

ง) การควบคุมการเข้าออกในฟาร์ม ควรเข้มงวดในการเข้า - ออกบริเวณที่เลี้ยงสัตว์ทั้งบุคคลและยานพาหนะ มีการทำลายเชื้อก่อนการเข้าฟาร์ม เช่น การทำบ่อจุ่มน้ำยาฆ่าเชื้อ การสเปรย์ยาฆ่าเชื้อก่อนเข้าสู่บริเวณฟาร์ม หรือเขตเลี้ยงสัตว์

จ) การจำหน่ายสัตว์หรือซากสัตว์ เมื่อต้องการจำหน่ายสัตว์ หรือมีสัตว์ป่วยตายควรมีสถานที่เฉพาะ เพื่อทำลายพร้อมฆ่าเชื้อ หรือการคัดสัตว์เพื่อจำหน่ายควรนำออกมาในสถานที่เตรียมจำหน่ายโดยเฉพาะ ไม่ควรให้ผู้ซื้อเข้าไปเลือกในฝูงเนื่องจากจะนำโรคเข้าไปติดต่อกับฝูงสัตว์ได้

ข. หลักปฏิบัติด้านการสุขภาพและการควบคุมป้องกันโรค

ก) รักษาความสะอาดภายในคอกและโรงเรือน โดยทำลายเชื้อโรคด้วยการพ่นยาฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอและกำจัดมูลสัตว์ซึ่งเป็นสาเหตุในการแพร่กระจายของเชื้อ และพยาธิ วางตำแหน่งโรงเรือนให้เหมาะสม อากาศถ่ายเทได้สะดวก

ข) ดูแลเอาใจใส่ อาหารและน้ำให้สะอาดและมีคุณภาพพอเพียง

ค) วางโปรแกรมวัคซีนป้องกันโรค ตามระยะเวลาที่สัตวแพทย์แนะนำ พร้อมทั้งจดบันทึกประวัติ การฉีดวัคซีนและฉีดซ้ำตามกำหนด

ง) มีการดูแลสุขภาพสัตว์อย่างสม่ำเสมอ หมั่นสังเกตความผิดปกติต่างๆ เช่น ซึม กินน้อยลง เอาแต่นอน ขนหยอง ให้รีบแก้ไขก่อนที่จะเกิดปัญหารุนแรงขึ้น

จ) เมื่อพบสัตว์ที่มีอาการผิดปกติหรือสงสัยว่าเป็นโรคติดต่อให้แยกไว้ไม่ให้สัมผัสกับสัตว์ปกติ ทำความสะอาดโรงเรือนด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อและแจ้งเจ้าหน้าที่ปศุสัตว์เพื่อหาสาเหตุต่อไป

ฉ) มีการทำบันทึกประวัติสัตว์เพื่อให้ทราบถึงสภาวะสุขภาพสัตว์ และปัญหาที่อาจแฝงอยู่ในฟาร์ม เพื่อประโยชน์ในการควบคุมป้องกันโรค

ทั้งนี้ ผู้เลี้ยงโคต้องรู้จักการควบคุมป้องกันโรคที่สำคัญในการเลี้ยงโคระยะต่างๆ โปรแกรมการปฏิบัติ ด้านสุขภาพโคโดยสรุปตามตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงโปรแกรมการฉีดวัคซีนป้องกันโรคในโคเนื้อ

การปฏิบัติ	1 เดือน	3 – 8 เดือน	ทุก 6 เดือน	ทุกปี	แม่พันธุ์
1. ถ่ายพยาธิ	ฉีด/กรอก				
2. ฉีดวิตามิน AD3E					ปีละ 2 ครั้ง
3. ฉีดวัคซีนโรคแท้งติดต่อก		2 มล./ตัว ฉีวงนัง			
4. ฉีดวัคซีนโรคคอบวม				1 มล./ กล้ามเนื้อ	
5. ฉีดวัคซีนโรคปากและเท้าเปื่อย			2 มล./ตัว ฉีวงนัง		

ตารางที่ 1 แสดงโปรแกรมการฉีดวัคซีนป้องกันโรคในโคเนื้อ (ต่อ)

การปฏิบัติ	1 เดือน	3 – 8 เดือน	ทุก 6 เดือน	ทุกปี	แม่พันธุ์
6. ฉีดวัคซีน				1 มล./ตัว	
โรคแอนแทรกซ์				ผิวหนัง	
				(เฉพาะพื้นที่เสี่ยง)	
7. ทดสอบ				ทดสอบโรค	
วัณโรค				บริเวณโคนหาง	
8. ตรวจโรค				เจาะเก็บเลือด	
แท้งติดต่อ					
9. ตรวจโรค				เจาะเก็บเลือด	
พารา ที.บี.					

ที่มา: คู่มือปฏิบัติการผลิตโคเนื้อเชิงการค้าสำหรับเกษตรกรรายย่อย กรมปศุสัตว์ (2559)

4) ระบบมาตรฐานการผลิตด้านโคเนื้อตลอดห่วงโซ่อุปทาน และการจัดทำพื้นที่ปลอดโรคเพื่อการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตจากประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้หลักการ Regionalization

การเลี้ยงโคเนื้อเพื่อให้สามารถส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศได้ ต้องมีระบบการเลี้ยงที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ซึ่งระบบมาตรฐานต้องเริ่มจากระดับฟาร์ม และเนื่องจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยการจำหน่ายโคเนื้อไปต่างประเทศต้องมีคอกกัก ซึ่งฟาร์มเลี้ยงต้องได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP หรืออย่างน้อยควรได้รับการรับรองมาตรฐานขั้นต้นเป็น GFM เป็นฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์มปลอดสารเร่งเนื้อแดง หรือตรวจไม่พบสารเร่งเนื้อแดง ได้รับการรับรองเป็นฟาร์มปลอดโรคปากและเท้าเปื่อย และก่อนส่งออกต้องได้รับการกักโรคในคอกกักสัตว์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคอกกักเพื่อการส่งออก รายละเอียดโดยสังเขปของมาตรฐานต่างๆ มีดังนี้

(1) มาตรฐานฟาร์มที่มีระบบการป้องกันโรคและการเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสม (Good Farming Management : GFM) หมายความว่า ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ที่ยกระดับการเลี้ยง การจัดการให้มีความปลอดภัยทางชีวภาพ ระบบการบันทึกข้อมูล การพัฒนาคุณภาพผลผลิต เพื่อให้ได้ปศุสัตว์และผลผลิตที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค (กรมปศุสัตว์, 2560)

(2) การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มโคเนื้อ (Good Agricultural Practice for Beef Cattle Farm) คือ มาตรฐานสินค้าเกษตรที่กำหนดเกณฑ์การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มโคเนื้อตั้งแต่องค์ประกอบฟาร์มอาหารสำหรับโคเนื้อน้ำการจัดการฟาร์มสุขภาพสัตว์สวัสดิภาพ

สัตว์การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและการบันทึกข้อมูลเพื่อผลิตโคที่มีสุขภาพดีและได้เนื้อโคและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่มีคุณภาพเหมาะสมในการนำไปใช้ผลิตเป็นอาหารที่ปลอดภัยต่อการบริโภค (มกอช., 2556)

(3) ฟาร์มปลอดสารเร่งเนื้อแดงหมายถึง ฟาร์มหรือสถานที่เลี้ยงสัตว์ที่เลี้ยงสัตว์ ได้แก่ ฟาร์มสุกรขุน ฟาร์มโคขุนที่เจ้าของหรือผู้ดำเนินการได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข การรับรองฟาร์มเลี้ยงสัตว์ปลอดสารเร่งเนื้อแดงหรือสารกลุ่มเบต้าอะโกนิสต์ และได้รับใบรับรอง (กรมปศุสัตว์, 2562)

(4) ฟาร์มโคเนื้อปลอดโรคปากและเท้าเปื่อย หมายถึง ฟาร์มที่มีการยกระดับฟาร์ม ให้ได้รับการรับรองให้เป็นฟาร์มปลอดโรคปากและเท้าเปื่อย โดยดำเนินการตามหลักวิชาการและเงื่อนไขที่กำหนด (กรมปศุสัตว์, 2563)

(5) การตรวจรับรองสถานกักกันสัตว์และที่พักซากสัตว์ ตามระเบียบกรมปศุสัตว์ว่าด้วยการตรวจรับรองสถานกักกันสัตว์และที่พักซากสัตว์ตามกฎหมายว่าด้วยโรคระบาดสัตว์ พ.ศ. 2555 (กรมปศุสัตว์, 2555)

(6) การจัดทำพื้นที่ปลอดโรคเพื่อการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตจากประเทศไทยไปยัง สาธารณรัฐประชาชนจีน (ภายใต้หลักการ Regionalization) กรมปศุสัตว์ (2567) โดยมีเป้าหมาย ดำเนินการในชนิดสินค้าโคเนื้อมีชีวิตเพื่อการส่งออกและผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สินค้าปศุสัตว์ มีความปลอดภัยทางชีวภาพ และความปลอดภัยทางอาหารยกระดับความน่าเชื่อถือสร้างความเชื่อมั่นแก่ประเทศคู่ค้าและมีความมั่นคงทางการตลาดรายละเอียด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงแนวทางการจัดทำพื้นที่ปลอดโรคเพื่อการส่งออกโคเนื้อจากประเทศไทย

ไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

ที่มา : สำนักควบคุม ป้องกันและบำบัดโรคสัตว์ กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2567)

การจัดทำพื้นที่ปลอดโรคเพื่อการส่งออกโคเนื้อจากไทยไปยังจีน จะอาศัยหลักการ Zoning/Regionalization ขององค์การสุขภาพสัตว์โลก (The World Organisation for Animal Health: WOAH) และเงื่อนไขการส่งออกโคจากลาวไปยังจีนซึ่งประกอบไปด้วยพื้นที่ฟาร์มขุนปลอดโรคเพื่อการส่งออก (Collection farm) พื้นที่กักก่อนการส่งออก (Pre-export quarantine area) และฟาร์มกักก่อนการส่งออก (Pre-export quarantine farm) โดยแต่ละพื้นที่จะมีข้อกำหนดในการดำเนินการดังนี้

ก. ข้อกำหนดการจัดทำฟาร์มขุนปลอดโรคเพื่อการส่งออก (**Collection farm**)

ก) ฟาร์มขุนปลอดโรคเพื่อการส่งออกต้องเป็นฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกรมปศุสัตว์ และปลอดจากโรค FMD

ข) ในระยะรัศมี 10 กิโลเมตรรอบฟาร์มขุนปลอดโรคเพื่อการส่งออก ต้องไม่มีรายงานการเกิดโรค FMD และโรค LSD เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 30 วันก่อนการส่งออก

ค) ฟาร์มขุนปลอดโรคเพื่อการส่งออกมีการจัดการที่สอดคล้องตามมาตรฐานความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) และทำการแยกคอกเลี้ยงระหว่างโคเนื้อเพศผู้และเพศเมีย

ง) ภายในระยะเวลา 6 เดือนก่อนที่จะทำการส่งออกโคเนื้อฟาร์มขุนปลอดโรคเพื่อการส่งออกต้องไม่มีผลทางห้องปฏิบัติการยืนยันการตรวจพบโรค FMD โรค LSD โรคแท้งติดต่อ (Infection with *Brucella abortus*, *Brucella melitensis* and *Brucella suis*) วัณโรคในวัว (Bovine Tuberculosis) และโรคแอนแทรกซ์ (Anthrax)

จ) โคเนื้อที่จะส่งออกเป็นโคเนื้อที่เกิดในประเทศไทยหรือประเทศที่จีนยอมรับและมีการเลี้ยง (ขุน) ในประเทศไทย

ฉ) โคเนื้อที่จะส่งออกต้องมีระบบตรวจสอบย้อนกลับสุขภาพสุขอนามัยสัตว์ โดยมีเครื่องหมายและขึ้นทะเบียนประจำตัวสัตว์ และไม่เลี้ยงร่วมกับสัตว์ชนิดอื่นๆ

ช) โคเนื้อที่จะส่งออกต้องเลี้ยงอยู่ในฟาร์มขุนปลอดโรคเพื่อการส่งออกอย่างน้อย 30 วัน ก่อนที่จะส่งไปยังฟาร์มกักก่อนส่งออก

ซ) เจ้าหน้าที่กรมปศุสัตว์ของฝ่ายไทย รับผิดชอบการดำเนินการกักกัน การติดเครื่องหมายประจำตัวของโคตามข้อกำหนดของกรมปศุสัตว์ มีการยืนยันโคเนื้อตัวเมียไม่มีอาการตั้งครรรภ์ และทำการตรวจร่างกายสัตว์ (Clinical examination) ทุกวัน

ฌ) โคเนื้อในฟาร์มขุนปลอดโรคที่จะส่งเข้าไปยังฟาร์มกักก่อนการส่งออกแต่ละตัวจะต้องได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันโรค FMD โรค LSD และโรค Hemorrhagic septicemia โดยต้องได้รับวัคซีนโรค FMD อย่างน้อย 2 เข็ม วัคซีนที่เลือกใช้และขั้นตอนปฏิบัติการฉีดวัคซีนจะต้องได้รับการยอมรับทั้งจากฝ่ายจีนและฝ่ายไทย

ฎ) หากโคเนื้อในฟาร์มขุนปลอดโรคเพื่อการส่งออกแสดงอาการทางคลินิก สงสัยโรควัวบ้า (Bovine spongiform encephalopathy: BSE) และโรค FMD จะต้องเก็บตัวอย่างเพื่อส่งตรวจทางห้องปฏิบัติการ เพื่อยืนยันการตรวจหาเชื้อก่อโรค หากผลการตรวจหาเชื้อก่อโรคเป็นบวก กรมปศุสัตว์จะต้องระงับการส่งออกและแจ้งผลให้ฝ่ายเงินตราบาทโดยทันที สัตว์ทั้งหมดที่เลี้ยงในฟาร์มปลอดโรคห้ามย้ายเข้าฟาร์มกักกักก่อนการส่งออกหากผลการตรวจหาเชื้อก่อโรคเป็นลบ สัตว์ที่ป่วยจะถูกคัดออกโดยทันที ส่วนโคเนื้ออื่นๆ ที่มีสุขภาพดี ได้รับอนุญาตให้ย้ายเข้าฟาร์มกักกักก่อนการส่งออกได้

ฏ) ยาต้านปรสิต (Antiparasitic drug) ที่ออกฤทธิ์กว้าง ที่ใช้กับโคเนื้อที่ส่งออก ต้องได้รับการยอมรับจากทั้งฝ่ายเงินและฝ่ายไทย

จ) รถที่ขนส่งและอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการขนส่งโคเนื้อจากฟาร์มขุนปลอดโรคเพื่อการส่งออก ไปยังฟาร์มกักกักก่อนการส่งออกจะต้องทำความสะอาดอย่างทั่วถึงและใช้น้ำยาฆ่าเชื้อที่กรมปศุสัตว์อนุญาต

ข. ข้อกำหนดการจัดทำพื้นที่กักกักก่อนการส่งออก (Pre-export quarantine area) พื้นที่กักกักก่อนการส่งออกจะต้องมีการจัดการที่สอดคล้องกับแนวทางการปฏิบัติสำหรับการนำเข้าสัตว์ของ WOAHP สำหรับประเทศหรือพื้นที่ที่ยังพบการระบาดของโรค FMD ที่มีแผนการควบคุมโรค (Official control program) และได้รับการยอมรับจากฝ่ายเงินดังนี้

ก) พื้นที่กักกักก่อนการส่งออกและบริเวณโดยรอบในรัศมี 3 กิโลเมตรต้องไม่มีรายงานการเกิดโรค FMD และโรค LSD มาแล้วอย่างน้อย 1 เดือน ก่อนการนำสัตว์เข้ามาในฟาร์มกักกักก่อนการส่งออกที่อยู่ในพื้นที่ ทั้งนี้ พื้นที่กักกักก่อนการส่งออกจะต้องอยู่ชิดติดกับท่าเรือส่งออกที่อยู่ติดกับทะเลหรือแม่น้ำโขง

ข) พื้นที่กักกักก่อนการส่งออกและบริเวณโดยรอบในรัศมี 3 กิโลเมตรต้องไม่มีรายงานการเกิดโรค FMD และโรค LSD จากการเฝ้าระวังทางอาการ รวมทั้งการเฝ้าระวังโรคโดยสัตว์ที่ไม่มีภูมิอยู่ในพื้นที่และมีผลการตรวจ NSP เป็นลบ

ค) ในพื้นที่ต้องมีระบบรายงานโรคอย่างสม่ำเสมอ และมีมาตรการควบคุมโรคในกรณีที่พบสัตว์ป่วยต้องสงสัย ทุกๆครั้งปี กรมปศุสัตว์จะต้องดำเนินการตรวจหาเชื้อก่อโรค (pathogen detection) กับโรค FMD จากห้องปฏิบัติการ ทั้งนี้หากพบผลการทดสอบโรคเป็นบวก ต้องระงับการส่งออกและแจ้งผลให้ฝ่ายเงินตราบาทโดยทันที

ง) ฝ่ายไทยออกประกาศห้ามใช้อาหารสัตว์เคี้ยวเอื้องด้วยอาหารที่มาจากสัตว์เคี้ยวเอื้องอย่างเด็ดขาด และต้องดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ

จ) มีมาตรการการเฝ้าระวังทางอาการและทางห้องปฏิบัติการของโรควัวบ้า (bovine spongiform encephalopathy : BSE) และมีคำจำกัดความและวิธีการจัดการสารที่มีความเสี่ยงเฉพาะของโค และการกำจัดซากที่ไม่เป็นอันตราย ตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ฉ) มีระบบระบุตัวตนถาวรระดับชาติ (National Identification) ที่สมบูรณ์แบบสำหรับโคเนื้อเพื่อการส่งออก โดยแต่ละตัว มีหมายเลขประจำตัวที่ไม่ซ้ำกัน

ค. ข้อกำหนดการจัดทำฟาร์มกักก่อนการส่งออก (Pre-export quarantine farm)

ก) โคเนื้อซึ่งได้ผ่านการตรวจกักกันจากฟาร์มขุนปลอดโรคเพื่อการส่งออกแล้ว อนุญาตให้เคลื่อนย้ายเข้าฟาร์มกักก่อนการส่งออก โดยมีระยะเวลาที่ต้องกักกันก่อนการส่งออกอย่างน้อย 30 วัน ซึ่งระยะเวลากักกันนั้น นับตั้งแต่สัตว์ตัวสุดท้ายในล็อตนั้นเข้าฟาร์มกักก่อนการส่งออก

ข) ฟาร์มกักก่อนการส่งออกจะต้องตั้งอยู่ในเขตพื้นที่กักก่อนการส่งออก ซึ่งได้รับการยอมรับจากฝ่ายจีน

ค) ฟาร์มกักก่อนการส่งออกจะต้องมีการก่อสร้างตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องของข้อกำหนดการก่อสร้างสถานที่กำหนดในการกักกันโรคสำหรับโคและแพะนำเข้าของประเทศไทย (SN/T 4233-2021) ฟาร์มกักได้รับการยอมรับทั้งจากฝ่ายจีนและฝ่ายไทยโดยอยู่ภายใต้การควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพจากกรมปศุสัตว์

ง) สัตว์ที่เข้าไปในฟาร์มกักก่อนการส่งออกจะมีการจัดแบ่งโซนเลี้ยงตามแต่ละล็อตที่เข้าไปในฟาร์ม เมื่อสัตว์เข้าไปในฟาร์ม เจ้าหน้าที่กรมปศุสัตว์ฝ่ายไทยจะต้องทำการตรวจร่างกายสัตว์ จัดทำเครื่องหมายประจำตัวของสัตว์แต่ละตัว พร้อมตรวจสอบบันทึกการฉีดวัคซีน รวมถึงมีการตรวจสอบสัตว์ทุกวันในช่วงเวลาที่กักกัน หากพบสัตว์ที่แสดงอาการทางคลินิก เช่น โรคติดเชื้อ หรือ โรคพยาธิ (parasitic diseases) ไม่ว่าเป็นชนิดใด สัตว์จะต้องถูกคัดออกจากฝูงโดยทันที

จ) พืชอาหารสัตว์และวัสดุรองพื้นที่ใช้ในช่วงเวลาที่กักกัน จะต้องมาจากพื้นที่ที่ได้รับการเห็นชอบจากทั้งสองฝ่าย และมาจากพื้นที่ที่ไม่อยู่ภายใต้มาตรการกักกันโรคระบาดของโค

ฉ) โคเนื้อที่จะส่งออกจะต้องได้รับการตรวจติดตามการติดเชื้อตามมาตรฐานที่ฝ่ายจีนยอมรับและ WOAH

ง. ข้อกำหนดด้านความปลอดภัยอาหาร

ก) ห้ามใช้ยาใดๆ ที่ไม่ได้รับอนุญาตจากฝ่ายไทยในโคเนื้อที่จะส่งออก

ข) ห้ามใช้โกรทฮอร์โมน (Growth hormone) กับโคเนื้อที่จะส่งออก

ค) ฝ่ายไทยจะทำแผนเฝ้าระวังความเสี่ยงด้านความปลอดภัยด้านอาหาร (Food safety monitoring plan) สำหรับโคเนื้อที่จะส่งออก และปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

จ. ข้อกำหนดสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) การจัดการฟาร์มขุนเพื่อการส่งออก ฟาร์มกักก่อนการส่งออก การขนส่ง รวมถึงการฆ่าสัตว์จะต้องปฏิบัติตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ที่เกี่ยวข้องของ WOAH

ฉ. ข้อกำหนดใบรับรองสุขอนามัยสัตว์ กรมปศุสัตว์ประเทศไทยจะออกใบรับรองสุขอนามัยสัตว์ตามใบรับรองที่ทั้งสองฝ่ายได้ตกลงกันได้ สำหรับโคเนื้อที่มีชีวิตที่ผ่านการตรวจกักกันและผลิตภัณฑ์เนื้อโค

ซ. ข้อกำหนดการขนส่งโคเนื้อที่จะส่งออกป็น

ก) ก่อนการขนส่งโคเนื้อที่จะส่งออกภายใน 24 ชั่วโมง โคเนื้อแต่ละตัวจะได้รับการตรวจ ร่างกาย โดยต้องไม่มีอาการทางคลินิกของโรคติดเชื้อและโรคพยาธิใดๆ และเหมาะสำหรับการขนส่ง

ข) ในพื้นที่ 3 กิโลเมตร ตลอดเส้นทางขนส่งจากฟาร์มกักกันส่งออกถึงด่านที่ออกประเทศ จะต้องไม่พบประวัติการเกิดโรค FMD และ LSD ในช่วงระยะเวลา 1 เดือน

ค) รถที่ขนส่งและอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการขนส่งโคจะต้องทำความสะอาดอย่างทั่วถึงและใช้น้ำยาฆ่าเชื้อที่กรมปศุสัตว์อนุญาต

ง) ในระหว่างการขนส่ง เคลื่อนย้ายและกักกันโคเนื้อที่จะส่งออก ห้ามให้โคเนื้อปะปนกับสัตว์ชนิดอื่นจากผู้รับสินค้าคนอื่นและผู้ส่งสินค้าคนอื่น

จ) พืชอาหารสัตว์และวัสดุรองพื้นที่ใช้ในช่วงเวลาที่ขนส่ง จะต้องมาจากพื้นที่ที่ได้รับการเห็นชอบจากทั้งสองฝ่าย และมาจากพื้นที่ที่ไม่อยู่ภายใต้มาตรการกักกันโรคระบาดของโค

ฉ) การขนส่งจะต้องใช้เส้นทางที่กำหนดตามใบอนุญาตกักกันสัตว์และพืชเข้าประเทศของฝ่ายจีน และนำเข้าผ่านด่านที่กำหนดเข้าสู่ประเทศจีน

ซ) เมื่อพ้นระยะกักกันโรคแล้ว โคที่ผ่านการกักกันโรคครบกำหนดแล้วและผ่านการตรวจรับรองว่าปลอดโรคแล้วจะต้องถูกส่งลงเรือเพื่อส่งต่อโดยตรงไปยังท่าเรือนำเข้าที่สาธารณรัฐประชาชนจีนทันทีโดยไม่มีการย้อนกลับมายังประเทศไทยอีก

ซ. ข้อกำหนดการขนส่งโคเนื้อจากฟาร์มไปยังโรงฆ่าเพื่อการผลิตเนื้อโคส่งออกป็น

ก) โคที่จะเข้าโรงฆ่าต้องมาจากฟาร์มที่ได้ตามข้อกำหนดของฟาร์มปลอดโรคเพื่อการส่งออก

ข) โคที่จะเข้าโรงฆ่าต้องถูกขนส่งด้วยยานพาหนะที่ได้รับการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อก่อนบรรทุกโคโดยตรงจากฟาร์มปลอดโรคหรือฟาร์มกักกันก่อนการส่งออกไปยังโรงฆ่าที่ได้รับการรับรองเพื่อการส่งออกโดยกรมปศุสัตว์ โดยไม่สัมผัสกับสัตว์อื่นตามเงื่อนไขที่กำหนดเพื่อการส่งออก

ค) โคที่จะเข้าโรงฆ่าต้องผ่านการตรวจสุขภาพสัตว์ก่อนเข้าฆ่าและตรวจซากภายหลังการฆ่า (ante- และ post-mortem)

2.1.4 ลักษณะตลาดโคเนื้อ

กรมปศุสัตว์ (2559) กล่าวถึงลักษณะตลาดโคเนื้อแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) ตลาดโคมีชีวิต แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

(1) ตลาดทั่วไป เป็นตลาดโคมีชีวิตของเกษตรกรรายย่อยหรือฟาร์มขนาดเล็ก ผู้ซื้อจะเดินทางไปติดต่อและตกลงราคากันที่ฟาร์ม ผู้ซื้อส่วนมากจะเป็นพ่อค้ารายย่อยหรือพ่อค้าท้องถิ่น ซึ่งจะรวบรวมซื้อแล้วขายต่อให้ผู้ชำแหละขายในท้องถิ่นหรือพ่อค้าต่างถิ่น ลักษณะการขายเป็นแบบต่อรองราคา เป็นการขายแบบเหมาตัว ตลาดประเภทนี้แบ่งย่อยออกได้เป็น 2 ระดับ คือ

ก. โคมัน ไม่จำกัดพันธุ์และอายุโค ไม่สนใจเรื่องไขมันแทรก แต่ต้องการไขมันหุ้มซากหนาๆ และชอบไขมันเป็นสีเหลือง น้ำหนักซากไม่ต่ำกว่า 170 กิโลกรัม หรือเทียบน้ำหนักมีชีวิตประมาณ 300 กิโลกรัม เนื้อโคคุณภาพสูงสามารถนำมาขายในตลาดโคมันได้

ข. ตลาดโคลูกชิ้น เป็นโคไม่จำกัดพันธุ์ และอายุโค ถึงแม้จะเป็นโคหอมหรือโคไม่ขุนก็ใช้ได้ ไม่สนใจเรื่องไขมันแทรกและไขมันหุ้มซาก ไม่จำกัดน้ำหนักซาก โคที่นำมาขายในตลาดนี้ส่วนใหญ่เป็นโคขาหัก ขุนไม่ขึ้น ตายกระทันหัน เป็นต้น

(2) ตลาดนัด เป็นตลาดที่จัดตั้งโดยเอกชน มีสถานที่ วัน เวลาเปิดที่แน่นอน ผู้ขายจะนำโคไปยังตลาด ซึ่งมีผู้ซื้อหลายราย เป็นผลดีต่อผู้ซื้อและผู้ขาย กล่าวคือ ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ ส่วนผู้ขายก็สามารถเสนอขายให้แก่ผู้ซื้อได้หลายราย เจ้าของตลาดจะเป็นผู้เก็บค่าบริการ โดยบางตลาดเก็บจากผู้ขายเฉพาะตัวที่ขายได้ บางตลาดจะเก็บจากโคทุกตัวที่นำเข้าตลาด การซื้อขายเป็นแบบต่อรองราคา เป็นการขายแบบเหมาตัว ผู้ขายอาจเป็นเกษตรกรรายย่อย หรือพ่อค้าท้องถิ่นที่รวบรวมซื้อจากเกษตรกรรายย่อย แล้วมาขายในตลาดนัดอีกต่อหนึ่ง ส่วนผู้ซื้อจะเป็นพ่อค้าหลายประเภท พ่อค้าขายปลีกเนื้อโค พ่อค้าขายส่งโคมีชีวิต รวมถึงเกษตรกรที่มาซื้อเพื่อนำไปเลี้ยงต่อ

(3) ตลาดโคเนื้อคุณภาพสูง เป็นตลาดที่ทำการซื้อ - ขายโคขุน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกผสมโคพันธุ์ทางยุโรป ที่ผ่านการเลี้ยงขุนด้วยอาหารที่มีส่วนประกอบพลังงานสูงเป็นเวลานานมากกว่า 3 เดือน จนมีไขมันแทรกในเนื้อ ส่วนใหญ่มีตลาดที่แน่นอน ราคาการซื้อ - ขาย อยู่ที่คุณภาพของเนื้อโคหรือที่เรียกว่า คุณภาพซาก

2) ตลาดเนื้อโค จำแนกปริมาณการบริโภคตามประเภทโคมีชีวิต แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

(1) ตลาดระดับล่าง เป็นเนื้อในตลาดสดทั่วไป โดยทั่วไปจะเป็นโคพื้นเมืองหรือคือที่ได้รับการขุนระยะสั้น ประมาณ 1 - 4 เดือน ด้วยอาหารข้นและอาหารหยาบ ให้มีกล้ามเนื้อมากขึ้น จะซื้อขายกันเป็นเนื้อสด ฆ่าภายในวันต่อวัน เพื่อนำไปประกอบอาหาร

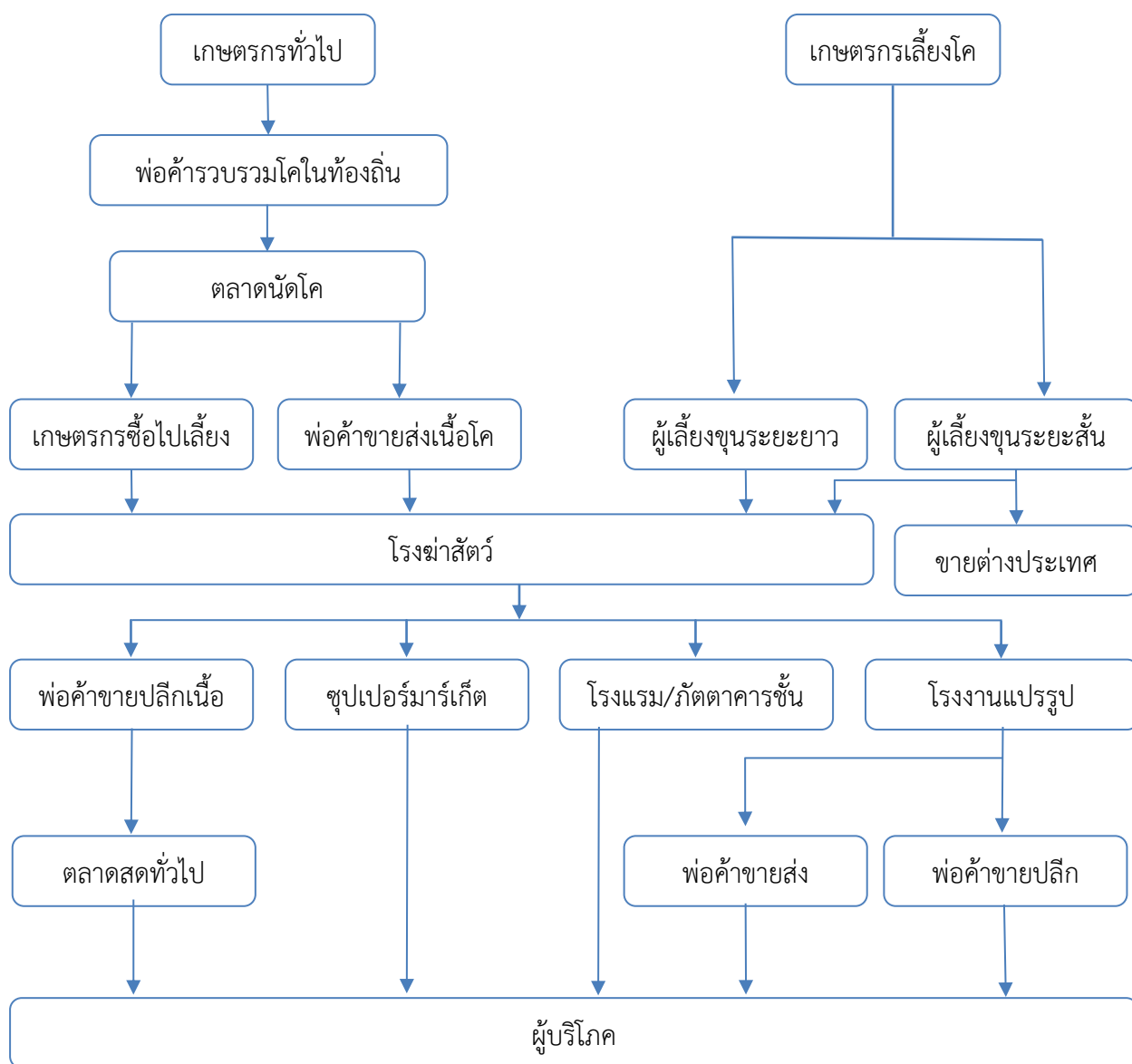
(2) ตลาดระดับกลาง ตลาดระดับนี้เป็นตลาดขนาดใหญ่ เช่น ตลาดสดขนาดใหญ่จนถึงซูเปอร์มาเก็ตในห้าง เนื้อโคส่วนใหญ่มาจากโคลูกผสมบราห์มันและลูกผสมชาร์โรเลส์ ซึ่งผ่านการขุนด้วยอาหารข้น และอาหารหยาบประมาณ 3 - 4 เดือน เนื้อโคระดับนี้นำไปประกอบอาหารได้ทั้ง

อาหารไทยและอาหารแบบตะวันตก แต่คุณภาพของเนื้ออาจไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคอาหารแบบตะวันตก

(3) ตลาดระดับสูง เป็นตลาดของเนื้อโคที่มีคุณภาพสูง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกผสมโคพันธุ์ทางยุโรปที่ผ่านการเลี้ยงขุนด้วยอาหารหยาบและอาหารข้นที่มีส่วนประกอบพลังงานเป็นเวลานานมากกว่า 3 เดือน จนมีไขมันแทรกในเนื้อ (marbling) หลังจากชำแหละและตัดแต่งเนื้อแล้ว ต้องนำไปบ่ม (aging) ในห้องเย็นอุณหภูมิ 0 – 4 องศาเซลเซียส ประมาณ 7 – 14 วัน เนื้อชนิดนี้นิยมนำไปทำอาหารแบบตะวันตก เช่น สเต็ก ซึ่งต้องการความนุ่มของเนื้อ (tenderness) เป็นสำคัญ ตลาดสำคัญจะอยู่ที่โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารตะวันตกและซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ

2.1.5 วิธีการตลาดโคเนื้อและราคาจำหน่ายโคเนื้อ และเนื้อโค กรมปศุสัตว์ (2559) กล่าวถึงวิธีการตลาดโคเนื้อ และราคาจำหน่ายโคเนื้อ และเนื้อโค ดังนี้

1) วิถีตลาดโคเนื้อ เริ่มจากเกษตรกรทั่วไปที่เลี้ยงโคมีชีวิตรูปร่างต่างๆ ไปทำการเลี้ยงโคให้เจริญเติบโตพร้อมที่จะขายแล้ว พ่อค้ารวบรวมโคในท้องถิ่น จะมาทำการรับซื้อจากเกษตรกรในหมู่บ้าน ในบางพื้นที่ที่มีตลาดนัดก็มีการซื้อ - ขายผ่านตลาดนัด โดยผู้ซื้อที่มาซื้อในตลาดมีทั้งเกษตรกรที่ซื้อไปเลี้ยงต่อและพ่อค้าเชือด หรือพ่อค้าขายโคส่งโคชำแหละมาทำการซื้อแล้วส่งโคเข้าโรงฆ่า ส่วนการเลี้ยงโคอีกประเภทหนึ่ง คือ การเลี้ยงโคคุณภาพ เกษตรกรที่เลี้ยงโคขุนคุณภาพ ซึ่งจะมีการเลี้ยงแบบขุนระยะสั้น 3 – 4 เดือน หรือเลี้ยงขุนระยะยาว 8 – 12 เดือน โดยใช้อาหารข้นและอาหารหยาบทำให้คุณภาพเนื้อที่ได้จะดีกว่าโคที่เลี้ยงปล่อยทั่วไป ซึ่งการเลี้ยงประเภทขุนระยะสั้น ในปัจจุบันจะมีผู้ซื้อส่วนหนึ่งส่งขายไปต่างประเทศ อาทิ จีน เป็นต้น อีกส่วนหนึ่งจะทำการซื้อเข้าโรงฆ่า หลังจากโคมีชีวิตรูปร่างที่โรงฆ่าสัตว์แล้ว เนื้อโคที่ชำแหละจะแบ่งตามคุณภาพ สำหรับเนื้อโคทั่วไป จะถูกนำไปขายต่อยังตลาดทั่วไป ส่วนเนื้อโคคุณภาพปานกลาง จะขายตามซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป ส่วนเนื้อโคคุณภาพสูงก็จะถูกส่งไปยังซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำหรือโรงแรมชั้นนำก่อนถึงมือผู้บริโภค และในอีกด้านหนึ่งของการแปรรูปเนื้อส่วนหนึ่งจะถูกนำไปส่งในโรงงานแปรรูป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโรงงานลูกชิ้น เมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการแปรรูปก็จะมีพ่อค้าขายส่งผลิตภัณฑ์และพ่อค้าขายปลีกผลิตภัณฑ์มารับไปขายต่อ ก่อนผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจะถึงมือผู้บริโภค รายละเอียดดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงวิธีการตลาดโคเนื้อ

ที่มา : คู่มือปฏิบัติการผลิตโคเนื้อเชิงการค้าสำหรับเกษตรกร กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2) ราคาโคเนื้อแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

(1) ราคาโคมีชีวิต จะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ซื้อ แบ่งออกเป็น

ก. ซื้อเพื่อใช้ทำพ่อแม่พันธุ์หรือซื้อเพื่อนำไปเลี้ยงเพื่อขุนจำหน่าย ราคาจะขึ้นอยู่กับ

ลักษณะตรงตามแนวสายพันธุ์หรือไม่อายุของโค หากโคอายุน้อยจะมีราคาเมื่อเปรียบเทียบกับน้ำหนักต่อกิโลกรัมสูงกว่าโคที่มีอายุมากพันธุ์ประวัติ โคที่มีพันธุ์ประวัติจะมีราคาสูงกว่าโคที่ไม่มีพันธุ์ประวัติ

ข. ซื้อเพื่อส่งเข้าโรงฆ่า ราคาจะขึ้นอยู่กับปริมาณโคที่ส่งเข้าจำหน่ายในท้องตลาด กล่าวคือ ถ้ามีโคส่งสู่ตลาดมาก ราคาจะถูกนอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับขนาดของโค กล่าวคือ โคที่มีขนาดใหญ่ จะมีราคาเมื่อเปรียบเทียบกับน้ำหนักต่อกิโลกรัมจะสูงกว่าโคที่มีขนาดเล็กและความสมบูรณ์ของโคก็มีผลต่อราคาเช่นกัน กล่าวคือ โคที่มีความสมบูรณ์จะมีราคาสูงกว่าโคผอม เนื่องจากมีปริมาณเนื้อมากกว่าโคผอม

(2) ราคาเนื้อโค จะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับคุณภาพของเนื้อ กล่าวคือ เนื้อโคที่มีคุณภาพสูงจะมีราคาสูงกว่าเนื้อโคคุณภาพทั่วไป เนื้อโคคุณภาพสูง หมายถึง เนื้อโคที่มีความนุ่ม ความชุ่มฉ่ำและมีไขมันแทรกในกล้ามเนื้อเป็นสำคัญ ซึ่งเนื้อโคที่มีคุณภาพสูงจะได้มาจากโคที่มีระบบการเลี้ยงดู และมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ได้เนื้อคุณภาพสูง ดังนี้

ก. สายพันธุ์โค กล่าวคือ โคเนื้อสายพันธุ์ตระกูลเมืองหนาว จะให้เนื้อที่มีคุณภาพมากกว่า โคเนื้อสายพันธุ์ตระกูลเมืองร้อน เนื่องจากมีอัตราการเจริญเติบโตเร็วกว่า มีไขมันแทรกในกล้ามเนื้อมากกว่า เนื้อมีความนุ่มมากกว่า ทำให้เป็นที่ต้องการของตลาดระดับสูง จึงมีราคาแพงกว่าเนื้อโคทั่วไป

ข. อายุ กล่าวคือ โคที่มีอายุน้อยกว่า จะให้เนื้อโคที่มีความนุ่มมากกว่าโคที่มีอายุมาก ราคาเนื้อโคที่มาจากโคอายุน้อย จะสูงกว่าเนื้อโคที่มาจากโคอายุมาก

ค. อาหารที่ใช้เลี้ยงโค กล่าวคือ โคที่เลี้ยงด้วยอาหารข้น จะมีอัตราการเจริญเติบโตเร็วกว่า ทำให้เนื้อมีความนุ่มมากกว่าโคที่เลี้ยงด้วยอาหารหยาบเพียงอย่างเดียว

ง. ชิ้นส่วนของเนื้อ กล่าวคือ เนื้อโคแต่ละชิ้นส่วนจะมีความนุ่ม ความเหนียวแตกต่างกัน ชิ้นส่วนของเนื้อโคที่มีความนุ่มมากได้แก่ เนื้อสันใน เนื้อสันนอก เนื้อ T-bone ชิ้นส่วนเนื้อโคที่มีความนุ่ม ปานกลาง ได้แก่ เนื้อสะโพก เนื้อสันไหล่ และชิ้นส่วนเนื้อโคที่มีความนุ่มน้อย ได้แก่ เนื้อน่อง เนื้อพันท้อง เนื้อเสื่อร้องไห้ เป็นต้น

ราคาโคเนื้อมีชีวิตที่เกษตรกรผู้ผลิตได้รับจากผลการวิจัยเรื่องการตลาดโคเนื้อหลายชิ้นสรุปได้ว่าเมื่อเปรียบเทียบราคาโคเนื้อมีชีวิตที่เกษตรกรผู้ผลิตได้รับกับราคาขายส่ง ขายปลีกจะปรากฏว่า เกษตรกรผู้ผลิตได้รับค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้ เนื่องจากสาเหตุ ที่สำคัญ คือ 1) วิธีการซื้อ-ขาย ซึ่งเป็นแบบเหมาตัวทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงที่ไม่มีความชำนาญเสียเปรียบอยู่เสมอและ 2) ราคาที่เกษตรกรขายได้ เป็นราคาที่เกษตรกรขายได้อาจจะเป็นที่ฟาร์มตนเองหรือที่ตลาดนัด หรือบางแห่งเรียกว่าราคาฟาร์ม เกิดจากการเจรจาต่อรองและจากภาวะโคในตลาดมีมากหรือน้อย แทนที่จะเกิดจากต้นทุนการผลิตจริง กล่าวคือ ราคาที่เกษตรกรผู้ผลิตจะได้รับขึ้นอยู่กับภาวะโคในตลาดว่ามีมากหรือน้อย และจากการเจรจาต่อรองกับพ่อค้ารับซื้อ หากภาวะโคในตลาดมีน้อยหรือขาดตลาด เกษตรกรก็จะสามารถต่อรองได้ แต่หากภาวะโคในตลาดมีมาก หรือเช่น ภาวะที่มีการระบาดของโรค เกษตรกรก็จะไม่สามารถต่อรองได้

2.1.6 สถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคโคเนื้อของสาธารณรัฐประชาชนจีน

ทฤษฎะ (2567) ให้ข้อมูลว่า ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติจีน ระบุว่า ปี พ.ศ.2566 ประเทศจีนมีกำลังการผลิตเนื้อโค 7.53 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.8 ขณะที่กำลังการบริโภคมีสูงถึง 10.27 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จึงพออนุมานได้ว่าการผลิตเนื้อโคในจีนยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการบริโภคได้เพียงพอ จึงต้องพึ่งพาการนำเข้าเพื่อชดเชยส่วนขาด ทั้งการนำเข้าโคมีชีวิตเพื่อชำแหละและเพื่อปรับปรุงพันธุ์และการนำเข้าผลิตภัณฑ์เนื้อโคชำแหละและตัดแต่ง

ข้อมูลปีพ.ศ.2566 ประเทศจีนมีการเลี้ยงโคเนื้ออยู่ราว 50.23 ล้านตัว เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 3.8 โดยพื้นที่เลี้ยงโคเนื้อในจีนอยู่ทางตอนเหนือของประเทศ เนื่องจากสภาพภูมิอากาศเอื้ออำนวยต่อการเจริญเติบโต และเป็นแหล่งที่มีทุ่งหญ้ากว้างใหญ่อุดมสมบูรณ์นอกจากโคพื้นบ้านแล้ว ส่วนใหญ่โคเนื้อในจีนเป็นโคเนื้อลูกผสมสายพันธุ์ต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนเกือบร้อยละ 80 ของโคเนื้อทั้งหมดในจีน อย่างไรก็ตาม การเลี้ยงโคเนื้อในจีนส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ส่งผลให้กำลังการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ทำให้ประเทศจีนต้องนำเข้าโคเนื้อมีชีวิตทั้งเพื่อชำแหละและเพื่อปรับปรุงพันธุ์ให้ได้โคเนื้อคุณภาพ ตัวอย่างโคฮวาซี สถิติจากสำนักงานศุลกากรแห่งชาติจีน ระบุว่า ปีพ.ศ.2566 ประเทศจีนมีการนำเข้าโคมีชีวิตวัตถุประสงค์เพื่อการชำแหละและเพื่อใช้ปรับปรุงพันธุ์รวม 147,661 ตัว รวมน้ำหนัก 42,041 ตัน คิดเป็นมูลค่ารวม 2,218.06 ล้านบาท เป็นการนำเข้าของ 8 มณฑล จาก 5 ประเทศทั่วโลกโดยปีที่ผ่านมาออสเตรเลียจำหน่ายโคเนื้อให้กับจีนมากที่สุดด้วยส่วนแบ่งตลาดสูงถึงร้อยละ 60 ของปริมาณนำเข้ารวม ขณะที่นิวซีแลนด์เป็นอันดับ 2 ด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 29 ตามด้วยอุรุกวัย ร้อยละ 6 ชิลี ร้อยละ 5 และ สเปนลาว ร้อยละ 0.02

ผู้นำเข้ารายใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงปักกิ่ง มีการนำเข้าโคมีชีวิตมากที่สุดในจีนจำนวน 52,211 ตัว ตามด้วยนครเทียนจิน จำนวน 27,170 ตัว มณฑลเหอเป่ย์จำนวน 23,796 ตัว เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงจำนวน 18,955 ตัว มณฑลไต้หวันจำนวน 12,090 ตัว นครเซี่ยงไฮ้ มณฑลซานตง และมณฑลยูนนานโดยเงื่อนไขพื้นฐานของการนำเข้าสินค้าปศุสัตว์ (สัตว์มีชีวิตและผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่เกี่ยวข้อง) ของจีนได้แก่

1) การนำเข้าต้องผ่านด่านนำเข้าโคมีชีวิตที่ได้รับอนุมัติจากสำนักงานศุลกากรแห่งชาติจีน หรือ GACC (General Administration of Customs of the People's Republic of China) เท่านั้น ซึ่งปัจจุบัน มีสำนักงานศุลกากรระดับมณฑลที่ดูแลกำกับการนำเข้าโคมีชีวิต (พิกัด 0102 สัตว์จำพวกโคกระบือ มีชีวิต) จำนวน 12 แห่งใน 11 มณฑลทั่วจีนปัจจุบัน เขตฯ กว่างซีจ้วงมีด่านที่ได้รับอนุมัติการนำเข้าโคมีชีวิต 2 แห่ง คือ ด่านท่าเรือชินโจว (ท่าเรือชินโจว ท่าเรือสินค้าทัณฑ์บนชินโจว) และด่านท่าเรือฝางเฉิงก่าง (ด่านท่าอากาศยานนานาชาติอู่ชวินครหนานหนิง ได้รับอนุมัตินำเข้าสุกรมมีชีวิต)

ปี พ.ศ.2566 กว้างชี้นำเข้าโคมีชีวิตจาก 2 ประเทศ คือ ออสเตรเลียจำนวน 11,969 ตัว และ นิวซีแลนด์ จำนวน 6,986 ตัว ภายหลังการปลดล็อกมาตรการโควิด-19 ในการนำเข้าสินค้าสด และมีชีวิตเมื่อต้นปีพ.ศ.2566 การนำเข้าโคมีชีวิตผ่านด่านในกว้างชีกลับมามีคึกคัก ในเดือนมีนาคม 2566 เปิดประเดิมการนำเข้าล็อตแรกผ่านด่านท่าเรือชินโจว จำนวน 5,725 ตัว เป็นแม่พันธุ์โคสาว พันธุ์ Holstein / Angus Cattle / Limousin และลำเลียงไปกักกันโรค 45 วัน ก่อนที่จะส่งไปขยายพันธุ์ใน กว้างชี รวมถึงมณฑลยูนนาน มณฑลกุ้ยโจว มณฑลเสฉวน เขตฯ ชินเจียงอุยกูร์ และ เขตฯ มองโกเลียใน

2) แหล่งกำเนิดสินค้าต้องไม่อยู่ในบัญชีรายชื่อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่ห้ามนำเข้าจาก ประเทศ/ดินแดนที่มีโรคระบาดในสัตว์ตามประกาศของกรมกักกันพืชและสัตว์ สำนักงานศุลกากร แห่งชาติจีน (บัญชีรายชื่อฯ จะมีการอัปเดตเป็นระยะ)ซึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีเพียง สปป.ลาว กับเมียนมาที่ได้รับอนุญาตให้สามารถส่งออกโคมีชีวิตไปจีน ภายใต้เงื่อนไข/ข้อกำหนดด้านสุขอนามัย และการกักกันโรคสำหรับโคเนื้อที่จีนกำหนด โดยโคมีชีวิตต้องนำไปพักเลี้ยงเพื่อกักกันโรคในเขต ปลอดโรคระบาดที่ผ่านการตรวจรับจากฝ่ายจีนแล้วในทางปฏิบัติ สปป.ลาว เป็นชาติสมาชิกอาเซียน เพียงชาติเดียวที่ส่งออกโคมีชีวิตไปจีนได้จริง โดย สปป.ลาว ได้รับโควตาการส่งออกโคและกระบือไปยังจีน ปีละ 500,000 ตัว การส่งออกแต่ละครั้งจะมีโควตาเฉพาะ โดยอ้างอิงจากจำนวนโคที่สามารถรวบรวม ในเขตกักกันสัตว์ได้ ยังไม่นับรวมมาตรฐาน/ข้อกำหนดอื่นของฝ่ายจีนขณะที่เมียนมายังไม่มีการส่งออก ไปจีนในทางปฏิบัติ เนื่องจากสถานตรวจสอบและกักกันโรคในการส่งออกสัตว์ในพื้นที่ทงซา (International Kawngka Area) ใกล้พรมแดนมณฑลยูนนานของจีนที่เริ่มการก่อสร้างตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2564 จนถึงขณะนี้ยังไม่พบรายงานข่าวการตรวจรับจากฝ่ายจีนแต่อย่างใด

ส่วนประเทศไทยยังอยู่ในบัญชีรายชื่อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่ห้ามนำเข้าจาก ประเทศ/ดินแดนที่มีโรคระบาดในสัตว์ เพราะเป็นพื้นที่ระบาดของโรคปากและเท้าเปื่อย ทำให้โค มีชีวิตและผลิตภัณฑ์เนื้อโคไม่สามารถส่งออกไปประเทศจีนได้โดยตรง แต่ใช้วิธีการส่งออกไปพักเลี้ยง ในเขตปลอดโรคของ สปป.ลาวกล่าวคือ โคเนื้อมีชีวิตของไทยต้องส่งไปพักเลี้ยงเพื่อเข้าสู่กระบวนการ กักกันโรคในเขตพื้นที่ปลอดโรคระบาดปากและเท้าเปื่อยที่ตั้งอยู่ภายใน สปป.ลาว เป็นเวลา 45 วัน จึงจะสามารถส่งออกไปจีนผ่านทางมณฑลยูนนาน และหลังจากเข้าไปยังจีนแล้ว ยังต้องกักกันโรค ที่ชายแดนลาว-จีน อีกอย่างน้อย 30 วัน จึงจะสามารถเข้าสู่กระบวนการผลิตที่จีนได้ ซึ่งวิธีการ ดังกล่าวยังคงมีปัญหา/อุปสรรคทางธุรกิจที่ต้องร่วมกันเจรจาแก้ไขอยู่ภารกิจเร่งด่วนในขณะนี้ คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคต้องให้ความตระหนักรู้ ฝ่าละออง และยกระดับระบบการเลี้ยงสัตว์และการป้องกัน โรคที่ดีตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มเลี้ยงสัตว์ (Good Agricultural Practice : GAP) และเป็นฟาร์มที่มีระบบการป้องกันโรคและการเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสม (Good Farming Management : GFM) รวมถึงการรับวัคซีนป้องกันโรคระบาด และนำไปสู่การกำจัดโรค ปากและเท้าเปื่อยและโรคล้มปัส สกินให้หมดไปจากประเทศไทย

จากข้อมูลของสำนักงานศุลกากรแห่งชาติจีน หรือ GACC (General Administration of Custom of People 's Republic of China) ระบุว่า ปีพ.ศ. 2566 ประเทศจีนมีการนำเข้าเนื้อโค จำนวน 2,736,900 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่ารวม 110,068 ล้านหยวน หรือราว 550,000 ล้านบาทโดย บราซิลมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 43 ตามด้วยอาร์เจนตินา ร้อยละ 19.25 อุรุกวัย ร้อยละ 10.03 ออสเตรเลีย ร้อยละ 8.27 นิวซีแลนด์ ร้อยละ 7.53 สหรัฐอเมริการ้อยละ 5.7 โบลิเวีย ร้อยละ 2.53 เบลารุส ร้อยละ 1.78 ชิลี ร้อยละ 0.69 และรัสเซีย ร้อยละ 0.67 โดยการนำเข้าผลิตภัณฑ์เนื้อโค ส่วนใหญ่เป็นมณฑลเลียวชานยี่งทะเล และเป็นมณฑลเศรษฐกิจขั้นแนวหน้าของจีน โดยมณฑล 5 อันดับแรกที่นำเข้าเนื้อโคมากที่สุด ได้แก่ มณฑลซานตง จำนวน 477,070 ตัน สัดส่วนร้อยละ 17.43 ของปริมาณการนำเข้าทั้งประเทศ นครเซี่ยงไฮ้จำนวน 463,411 ตัน สัดส่วนร้อยละ 16.93 มณฑล กวางตุ้ง จำนวน 349,052 ตัน สัดส่วนร้อยละ 12.75 นครเทียนจิน จำนวน 298,448 ตัน สัดส่วน ร้อยละ 10.9 และมณฑลเจียงซูจำนวน 184,073 ตัน สัดส่วนร้อยละ 6.73

การส่งออกสัตว์มีชีวิตและผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่เกี่ยวข้อง มีข้อกำหนดพื้นฐานว่าจะต้องมาจากแหล่งกำเนิดสินค้าที่ไม่ได้อยู่ในบัญชีรายชื่อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่ห้ามนำเข้าจากประเทศ/ดินแดนที่มีโรคระบาดในสัตว์ตามประกาศของกรมกักกันพืชและสัตว์ สำนักงานศุลกากรแห่งชาติจีน และจะต้องส่งออกไปยังด่านที่ได้รับอนุมัติที่เป็นด่านนำเข้าเนื้อสัตว์แช่เย็น/แช่แข็งเท่านั้นในระดับรัฐบาลต้องมีความตกลงในพิธีสารว่าด้วยหลักเกณฑ์การตรวจสอบการกักกันและสุขอนามัยทาง สัตวแพทย์เพื่อการส่งออกโคมีชีวิตและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องไปจีนระหว่างรัฐบาลประเทศผู้ส่งออก กับรัฐบาลจีน (สำนักงานศุลกากรแห่งชาติจีน) นอกจากนี้ สำนักงานศุลกากรแห่งชาติจีน ยังมี ข้อกำหนดให้โรงงาน/บริษัทของประเทศ/ดินแดนที่ส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อโคไปจีนจะต้องได้รับการ ขึ้นทะเบียนผู้ส่งออกทั้งผลิตภัณฑ์เนื้อโคดิบและที่ปรุงสุกแล้วอีกด้วย

บัญชีรายชื่อโรงงาน/บริษัทผู้ส่งออกต่างประเทศที่อัปเดตเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2567 มี 26 ประเทศที่ได้รับอนุญาตการส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อโคไปจีน ได้แก่ บราซิล อาร์เจนตินา อุรุกวัย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา โบลิเวีย เบลารุส ชิลี รัสเซีย คอสตาริกา ยูเครน ปานามา ไอร์แลนด์ นามิเบีย เซอร์เบีย ฮังการี แอฟริกาใต้ ฝรั่งเศส ลัตเวีย คาซัคสถาน แคนาดา เม็กซิโก นิการากัว โคลัมเบีย โปแลนด์ ขณะที่ปากีสถานและมองโกเลียได้รับอนุญาตเฉพาะเนื้อโคปรุงสุก ผลิตภัณฑ์เนื้อโคที่นำเข้าจากต่างประเทศ ร้อยละ 98 เป็นเนื้อโคแช่แข็ง ทั้งในลักษณะเนื้อสดที่หั่น บรรจุสำเร็จรูปพร้อมปรุง และเนื้อโคแช่แข็งเพื่อส่งไปแปรรูปในโรงงาน (เนื้อหั่นเต๋า เนื้อหั่นชิ้น เนื้อสไลด์บาง และเนื้อปรุงรส) เพื่อป้องกันซุเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ร้านอาหาร สโตร์ฝรั่ง ร้านอาหารปิ้งย่างสโตร์ญี่ปุ่น-เกาหลี หรือร้านอาหารสุกี้ – ชาบู – จัมจัมสโตร์จีน – ญี่ปุ่น

ลูก้าชาวจีน Gen Z (ผู้ที่เกิดระหว่างปี 2540 – 2555) หรือที่เรียกว่า Digital Native ซึ่งเป็นคนกลุ่มแรกที่เกิดมาพร้อมกับอินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟน และโซเชียลมีเดีย เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ได้รับการวางตัวให้เป็นผู้ขับเคลื่อนตลาดบริโภคในจีนแผ่นดินใหญ่ แม้ว่าประชากร Gen Z จะมีสัดส่วนร้อยละ 20 ของประชากรจีน หรือราวๆ 264 ล้านคน แต่กลับมีส่วนช่วยขับเคลื่อนกำลังซื้อในจีนสูงถึงร้อยละ 40 และจากการคาดการณ์ว่าในปี 2578 มูลค่าการบริโภคของชาวจีน Gen Z จะขยายตัวเพิ่มขึ้นถึง 4 เท่า หรือคิดเป็นมูลค่า 16 ล้านล้านหยวน หรือกว่า 80 ล้านล้านบาท ด้วยพื้นฐานสังคมและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น พฤติกรรมชาวจีน Gen Z มีมุมมองความคิดที่เปิดกว้างกว่าคนรุ่นก่อนๆ ยึดตัวเองเป็นหลัก ชอบความแปลกใหม่ เน้นความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งด้านสุขภาพร่างกายและความพึงพอใจทางอารมณ์ ดังนั้น ชาวจีน Gen Z จึงมีทัศนคติต่อการกิน **อยู่เพื่อกิน ไม่ใช่ กินเพื่อยู่** เหมือนคนยุคก่อน

ในรายงานผลสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารของชาวจีน Gen Z ของ Seven-Star Convention Alliance ร่วมกับ Yicai เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2566 ระบุว่า พฤติกรรมการบริโภคของชาวจีน Gen Z เลือกที่คุณค่าทางโภชนาการและคุณภาพ แคลลอรี่ต่ำ เน้นเติมเต็มคุณค่าทางอารมณ์ พร้อมจ่ายเรื่องการกินและซื้อเวลา (ส่งดีลิเวอรี่ อาหารกึ่งสำเร็จรูปอาหารพร้อมรับประทาน หรือไปทานนอกบ้าน) และคำนึงถึงความปลอดภัยอาหารมากขึ้นจึงเป็นเหตุผลว่าทำไมเนื้อโคที่เป็นเนื้อแดงซึ่งมีไขมันต่ำและมีโภชนาการสูง จึงตอบโจทย์ชาวจีน Gen Z โดยเฉพาะเทรนด์อาหาร Light Food ที่กำลังเติบโตได้ดีในกลุ่มคน Fitness และกลุ่ม Office Mom

ในส่วนของประเทศไทย แม้ว่าโคมีชีวิตและผลิตภัณฑ์เนื้อโคของประเทศไทยจะยังไม่สามารถส่งออกไปประเทศจีนได้โดยตรง เนื่องจากปัญหาโรคระบาดในโค (ปากและเท้าเปื่อย / Lumpy Skin Disease) ที่ต้องอาศัยความร่วมมือของเกษตรกรผู้เลี้ยงและโรงงานในการยกระดับระบบการเลี้ยงและการป้องกันโรคที่ดีตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มเลี้ยงสัตว์ (Good Agricultural Practice : GAP) และเป็นฟาร์มที่มีระบบการป้องกันโรคและการเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสม (Good Farming Management : GFM) รวมถึงการรับวัคซีนป้องกันโรคระบาด เพื่อควบคุมและกำจัดโรคระบาดให้หมดไปจากประเทศไทยทั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องพยายามใช้โอกาสจากเวทีการประชุมระดับนานาชาติ เพื่อเจรจาหารือเพื่อแสวงหาแนวทางการกำกับดูแลคุณภาพ มาตรฐานการผลิตสินค้าปศุสัตว์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลด้านความปลอดภัยอาหารและข้อกำหนดของจีน และสร้างความเชื่อมั่นให้กับฝ่ายจีนในการเปิดตลาดสินค้าปศุสัตว์เพิ่มเติมให้กับประเทศไทย โดยเฉพาะสินค้าโคและสุกร เหมือนที่ได้ประสบความสำเร็จในการเจรจาการส่งออกเนื้อสัตว์ปีกแช่แข็งและชิ้นส่วนสัตว์ปีกจากประเทศไทยมายังประเทศจีน

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู (2567) รายงานข้อมูลอุตสาหกรรมโคเนื้อถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในประเทศจีนเนื่องจากเนื้อโคมีประโยชน์ทางโภชนาการสูงและมักนิยมนำมาประกอบอาหารในหลากหลายเมนู จึงทำให้ความต้องการบริโภคเนื้อโคในตลาดจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี อีกทั้งประเทศจีนมีการบริโภคเนื้อโคมากที่สุดเป็นอันดับสองของโลก โดยในปี พ.ศ.2565 ความต้องการบริโภคเนื้อโคของประเทศจีนนั้นมากถึง 986.73 หมื่นตันในด้านการผลิตโคเนื้อในจีนมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นในทุกๆ ปี เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค ในช่วงเวลาที่ผ่านมามีตั้งแต่ปี พ.ศ.2556 – 2566 การผลิตเนื้อโคของจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ.2566 ปริมาณการผลิตเนื้อโคของจีนอยู่ที่ 753 หมื่นตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.83 ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2565 พื้นที่ที่มีปริมาณการผลิตโคเนื้อ 10 อันดับแรกของจีน ได้แก่ เขตปกครองตนเองมองโกเลียใน มณฑลซานตง มณฑลเหอเป่ย์ มณฑลเฮยหลงเจียง เขตปกครองตนเองซินเจียงอุยกูร์ มณฑลจี๋หลิน มณฑลยูนนาน มณฑลเสฉวน มณฑลเหอหนาน และมณฑลเหลียวหนิง ตามลำดับ ซึ่งปริมาณการผลิตรวมของ 10 พื้นที่เหล่านี้คิดเป็นร้อยละ 67.93 ของปริมาณการผลิตทั้งหมดของประเทศ ทั้งนี้ ปริมาณการผลิตเนื้อโคของเขตปกครองตนเองมองโกเลียในเป็นอันดับหนึ่งในประเทศ โดยมีปริมาณ 718,300 ตัน คิดเป็นประมาณร้อยละ 10 ของผลผลิตเนื้อโคของประเทศสถานการณ์การนำเข้าเนื้อโคของจีนในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากการบริโภคเนื้อโคของจีนมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้จีนต้องพึ่งพาการนำเข้าเนื้อโคจากต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ในปี พ.ศ.2565 ประเทศจีนเป็นประเทศที่นำเข้าสินค้าโคเนื้อมากที่สุดในโลก รองลงมาได้แก่ สหรัฐฯ และญี่ปุ่น ตามลำดับ แหล่งนำเข้าเนื้อโคของจีนส่วนใหญ่จะเป็นประเทศแคนาดา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อาร์เจนตินา อูรูกวัย ฯลฯ

ข้อมูลด้านของราคาโคเนื้อในตลาดจีน ในปีพ.ศ.2566 ปริมาณการผลิตเนื้อโคในจีนอยู่ที่ 753 หมื่นตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.8 เมื่อเทียบกับปีก่อน ขณะที่การนำเข้ายังคงอยู่ในระดับสูง ซึ่งทำให้อุปทานของเนื้อโคในประเทศยังคงเพียงพอต่อการบริโภค ตามการติดตามของกระทรวงเกษตรจีนและกิจการชนบท ระบุว่า ในสัปดาห์ที่สองของเดือนมกราคม 2567 ราคาเนื้อโคเฉลี่ยของประเทศอยู่ที่ 80.57 หยวนต่อกิโลกรัม ลดลงร้อยละ 0.5 เมื่อเทียบกับสัปดาห์หนึ่งของเดือนมกราคม 2567 และลดลงร้อยละ 8.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ราคาเนื้อโคมีการทรงตัวและลดลงเล็กน้อยในช่วงเวลาล่าสุดนี้ โดยสาเหตุหลักที่ทำให้ราคาเนื้อโคในตลาดจีนลดลง มีดังนี้

1) การเพิ่มขึ้นของการนำเข้าเนื้อโค เนื่องจากราคาเนื้อโคและเนื้อแกะในการนำเข้ามีราคาที่ต่ำกว่าในประเทศ จึงทำให้จีนมีการนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลศุลกากรจีน ระบุว่า ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงพฤศจิกายน 2566 ปริมาณการนำเข้าเนื้อโคของจีนอยู่ที่ 2.5 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.0 (YoY) แต่มูลค่าการนำเข้าอยู่ที่ 13,052.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 20 (YoY)

2) อุตสาหกรรมนมอยู่ในช่วงขาลง การลดลงของราคานมในปีนี้ทำให้เกษตรกรต้องลดการผลิตโคนมและคัดแยกโคนมที่ให้ผลผลิตต่ำเพื่อส่งขายในตลาดโคเนื้อ ส่งผลให้อุปทานเนื้อโคในตลาดจีนเพิ่มขึ้นด้วย ตามการประมาณการในช่วงระหว่างปี 2565 ถึง 2566 โคนมประมาณ 1.2 ล้านตัวจะเข้าสู่โรงฆ่าสัตว์ และจัดหาเนื้อโคได้ 200,000 ถึง 250,000 ตัน

3) ตลาดการบริโภคเนื้อโคในจีนกำลังเข้าสู่ระยะใหม่ และการชะลอตัวของอุปสงค์ของผู้บริโภคก็นับเป็นปัจจัยที่มองข้ามไม่ได้ ตลาดเนื้อโคของจีนกำลังเข้าสู่ยุคของการให้ความสำคัญต่อคุณภาพจากยุคที่ให้ความสำคัญเรื่องปริมาณโคเนื้อเท่านั้น ปัจจุบัน ผู้บริโภคไม่เพียงแต่มีความต้องการด้านปริมาณ แต่รวมไปถึงคุณภาพของโคเนื้ออีกด้วย

ในปี พ.ศ.2554 - 2566 การนำเข้าเนื้อโคของจีนพุ่งสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว แสดงให้เห็นถึงความนิยมในนำเข้าเนื้อโคคุณภาพสูงในจีนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ การนำเข้าเนื้อโคคุณภาพสูงเหล่านี้ได้ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดเนื้อโคของจีนมีความรุนแรงขึ้น ผู้บริโภคสมัยใหม่มีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อโคที่มีมาตรฐาน และมีการรับประกันคุณภาพมากขึ้น ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีการรับประกันคุณภาพและได้รับความนิยมในตลาดจีน ได้แก่ เนื้อสดแต่จืด เนื้อวัวหลงหัวเหอเป่ย์ ลูกชิ้นฉเวียนโจว ฯลฯ และผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ ได้แก่ เนื้อเลี้ยงด้วยธัญพืชออสเตรเลีย เนื้อวากิวญี่ปุ่น ฯลฯ เป็นต้นการบริโภคเนื้อโคของจีนอยู่ในอันดับที่สองของโลก โดยคิดเป็นร้อยละ 17 แต่อย่างไรก็ตาม การบริโภคเนื้อโคต่อหัวในจีนยังคงเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ ความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นจะกลายเป็นแรงผลักดันหลักสำหรับการพัฒนาตลาดเนื้อโคของจีนในอนาคต และช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อ รวมทั้งกระตุ้นให้ปริมาณการนำเข้าเติบโตต่อไป ทั้งนี้ อุตสาหกรรมโคเนื้อในไทยควรติดตามแนวโน้มการบริโภคในตลาดจีน เพื่อเพิ่มโอกาสในการส่งออกจากความต้องการโคเนื้อของจีนที่เพิ่มมากขึ้น โดยการพัฒนาศายพันธุ์โคเนื้อ และการพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อให้มีมาตรฐาน เช่น มาตรฐานโรงเชือด GMP (หลักปฏิบัติที่ดีในการผลิต Good manufacturing practice) HACCP (การวิเคราะห์อันตรายและการควบคุมจุดวิกฤต Hazard analysis and critical control points) HALAL (ตราซึ่งอนุมัติตามบัญญัติศาสนาอิสลามให้มุสลิมบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้ Halal Food) มาตรฐานของการเลี้ยงแบบ GAP (การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี Good agricultural practice) นอกจากนี้ เนื่องจากจีนห้ามนำเข้าเนื้อโคจากประเทศที่ได้รับผลกระทบจากโรคคว่ำบ้า (Mad Cow Disease) ผู้ส่งออกเนื้อโคของไทยจึงควรให้ความสำคัญกับการป้องกันโรคคว่ำบ้าและการสร้างเขตปลอดโรคด้วย เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผลิตภัณฑ์โคเนื้อไทยให้มายังจีนต่อไป

2.1.7 ประกาศเรื่องข้อกำหนดในการกักกันสุขอนามัยสำหรับการนำเข้าโคเนื้อเพื่อการเชือดจากประเทศลาวประกาศเลขที่ 126 ปี 2565 โดยศุลกากรแห่งชาติจีน (ศุลกากรแห่งชาติจีน, 2565)

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว (2565) ประกาศเรื่องข้อกำหนดในการกักกันสุขอนามัยสำหรับการนำเข้าโคเนื้อเพื่อการเชือดจากประเทศลาวประกาศเลขที่ 126 ปี 2565 โดยศุลกากรแห่งชาติจีนตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของประเทศจีน และพิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดในการกักกันและสุขอนามัยสำหรับโคเนื้อเพื่อการเชือดที่นำเข้าจากประเทศลาวมายังประเทศจีนระหว่างศุลกากรแห่งชาติของสาธารณรัฐประชาชนจีน และกระทรวงเกษตรและปศุสัตว์ของสาธารณรัฐประชาชนลาว อนุญาตให้นำเข้าโคเนื้อเพื่อการเชือดของประเทศลาวที่ตรงตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องได้ โดยมีข้อกำหนดในการกักกันและสุขอนามัยสำหรับการนำเข้าโคเนื้อเพื่อการเชือดจากประเทศลาว ดังนี้

- 1) หลักการตามกฎระเบียบด้านการตรวจสอบและกักกัน
 - (1) กฎหมายความปลอดภัยทางชีวภาพของสาธารณรัฐประชาชนจีน
 - (2) กฎหมายการกักกันพืชและสัตว์สำหรับการนำเข้าส่งออกของสาธารณรัฐประชาชนจีน และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
 - (3) กฎหมายความปลอดภัยด้านอาหารของสาธารณรัฐประชาชนจีน และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
 - (4) พิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดในการกักกันและสุขอนามัยสำหรับโคเนื้อเพื่อการเชือดที่นำเข้าจากประเทศลาวมายังประเทศจีนระหว่างศุลกากรแห่งชาติของสาธารณรัฐประชาชนจีนและกระทรวงเกษตรและปศุสัตว์ของสาธารณรัฐประชาชนลาว
- 2) ชื่อสินค้าที่อนุญาตให้นำเข้าโคเนื้อเพื่อการเชือด หมายถึงโคเนื้อและกระบือที่มีอายุต่ำกว่า 4 ปี ซึ่งพร้อมดำเนินการเชือดภายใน 7 วันหลังจากเข้าประเทศจีนเพื่อให้มนุษย์บริโภค
- 3) ข้อกำหนดการอนุมัติการกักกันกระทรวงเกษตรและปศุสัตว์ของสาธารณรัฐประชาชนลาว (ต่อไปนี้จะเรียกว่า ฝ่ายลาว) ปฏิบัติงานกักกันโคเนื้อเพื่อการเชือดที่ส่งออกไปประเทศจีนตามใบอนุญาตกักกันสัตว์และพืชนำเข้าประเทศของสาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งออกโดยศุลกากรแห่งชาติของสาธารณรัฐประชาชนจีน (ต่อไปนี้จะเรียกว่า ฝ่ายจีน) ใบอนุญาตกักกันสัตว์และพืชนำเข้าประเทศหนึ่งฉบับจะอนุญาตให้นำเข้าโคเนื้อเพื่อการเชือดจากประเทศลาวเพียงหนึ่งล๊อต
- 4) ข้อกำหนดด้านสุขอนามัยสัตว์ของประเทศลาว
 - (1) ตามข้อกำหนดสุขภาพสัตว์บก (Terrestrial Animal Health Code; Terrestrial Code) ขององค์การโรคระบาดสัตว์ระหว่างประเทศ (World Organization for Animal Health: WOAH) การส่งออกโคเนื้อเพื่อการเชือดจะต้องสอดคล้องตามข้อกำหนดการจัดการระดับภูมิภาค

(2) เขตพื้นที่ปลอดโรคระบาดปากและเท้าเปื่อยที่อยู่ภายในประเทศลาวนั้น ควรอยู่ใกล้กับด่านนำเข้าของประเทศจีนให้มากที่สุด ซึ่งมีระยะห่างจากด่านนำเข้าของประเทศจีนมากกว่า 3 กิโลเมตร โดยมีประชากรธรรมชาติและประชากรเทียมช่วยป้องกัน ส่วนสัตว์ที่อ่อนแอ (Susceptible animals) ภายใน 3 กิโลเมตรรอบบริเวณเขตพื้นที่ปลอดโรคระบาด ควรได้รับการฉีดวัคซีนป้องกัน

(3) ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการเขตปลอดโรคระบาดปากและเท้าเปื่อย สอดคล้องกับ WOAH และฝ่ายจีน ซึ่งได้รับการยอมรับจากฝ่ายจีน

(4) ภายในเขตพื้นที่ปลอดโรคระบาดมีตัวแทนโคเนื้อที่เฝ้าระวัง (Sentinel) จำนวนไม่น้อยกว่า 30 ตัว ตัวแทนโคเนื้อที่เฝ้าระวังต้องมีอายุไม่มากกว่า 24 เดือน และห้ามใช้ต่อเนื่องมากกว่า 48 เดือน เมื่อเข้าไปในเขตพื้นที่ปลอดโรคระบาดตัวแทนโคเนื้อที่เฝ้าระวังได้ทำการทดสอบแอนติบอดี (antibody test) ทางเซรุ่มวิทยา (serology) ของโรคปากและเท้าเปื่อย ผลเป็นลบโดยทุกๆ 3 เดือน ตัวแทนโคเนื้อที่เฝ้าระวังต้องทำการทดสอบทางเซรุ่มวิทยาของโรคปากและเท้าเปื่อย และการตรวจหาเชื้อก่อโรค หากพบการทดสอบเชื้อผลเป็นบวก ต้องระงับการส่งออกและแจ้งผลให้ฝ่ายจีนทราบโดยทันที

(5) เขตปลอดโรคระบาดปากและเท้าเปื่อย และบริเวณรอบเขตฟาร์มเลี้ยงโครวมศูนย์ ในระยะ 3 - 50 กิโลเมตร ต้องไม่พบการแพร่ระบาดของโรคปอดและเยื่อหุ้มปอดอักเสบติดต่อในโคและกระบือ (contagious bovine pleuropneumonia) โรคปากและเท้าเปื่อย (foot and mouth disease) และโรครินเดอร์เปสต์ (peste des petits ruminants virus: PPRV) โดยทุกๆ ครั้งปี ฝ่ายลาวจะต้องดำเนินการตรวจหาเชื้อก่อโรค (pathogen detection) กับโรคปอดและเยื่อหุ้มปอดอักเสบติดต่อในโคและกระบือโรคปากและเท้าเปื่อย และโรครินเดอร์เปสต์จากห้องปฏิบัติการ หากพบเคสที่ได้รับการยืนยันสาเหตุของโรคแล้ว ต้องระงับการส่งออกและแจ้งผลให้ฝ่ายจีนทราบโดยทันที

(6) ฝ่ายลาวควรออกประกาศระดับชาติห้ามใช้อาหารสัตว์เคี้ยวเอื้องด้วยอาหารที่มาจากสัตว์อย่างเด็ดขาดและจะต้องดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ

(7) ฝ่ายลาวควรประกาศบังคับตรวจสอบและเฝ้าระวังโคทุกตัวที่แสดงอาการทางคลินิกที่น่าสงสัยของโรควัวบ้า (bovine spongiform encephalopathy: BSE)

(8) สร้างระบบระบุตัวตนถาวรระดับชาติที่สมบูรณ์แบบสำหรับโคเนื้อเพื่อการเชือดที่ส่งออก โดยแต่ละตัวมีหมายเลขประจำตัวที่ไม่ซ้ำกัน

(9) ฝ่ายลาวกำหนดคำจำกัดความและวิธีการจัดการสารที่มีความเสี่ยงเฉพาะของโค และการกำจัดโคที่ตายด้วยวิธีที่ไม่เป็นอันตราย ตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

5) ข้อกำหนดด้านสุขอนามัยสัตว์สำหรับฟาร์มเลี้ยงโคเนื้อ

(1) โคเนื้อเพื่อการเชือดที่ส่งออกเป็นโคเนื้อที่คลอดที่ลาวหรือประเทศที่จีนยอมรับ ซึ่งมีการเลี้ยง(ขุน)ที่ประเทศลาวฝ่ายลาวต้องมีการสร้างระบบตรวจสอบย้อนกลับสุขภาพสุขอนามัยสัตว์โคเนื้อเพื่อการเชือดที่จะส่งออกต้องมีรหัสที่หูจากทางการ มีบันทึกที่สมบูรณ์ซึ่งสามารถรับประกันได้

ว่าจะสับย้อนกลับไปถึงฟาร์มที่คลอด ไม่เลี้ยงโคเนื้อเพื่อการเชือดกับสัตว์ชนิดอื่นๆ โดยต้องเลี้ยงในฟาร์มรวมศูนย์อย่างน้อย 45 วันก่อนส่งออก

(2) ฟาร์มเลี้ยงโคเนื้อรวมศูนย์จะต้องตั้งอยู่ภายในเขตพื้นที่วงแหวน 3 – 50 กิโลเมตร รอบบริเวณเขตพื้นที่ปลอดโรคระบาดปากและเท้าเปื่อย โดยเป็นที่ได้รับการยอมรับจากฝ่ายจีนและผ่านการอนุมัติจัดตั้งจากฝ่ายลาว ฟาร์มเลี้ยงโคเนื้อจะมีการผลิตเชิงอุตสาหกรรมที่มีขนาดพอสมควรและสอดคล้องตามมาตรฐานความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosafety) ของฝ่ายลาว โดยโคเนื้อตัวผู้กับตัวเมียทำการแยกคอกเลี้ยง

(3) ภายในระยะเวลา 6 เดือนก่อนที่จะทำการส่งออกโคเนื้อเพื่อการเชือด ฟาร์มเลี้ยงโคเนื้อรวมศูนย์ต้องไม่มีการระบาดของโรคล้มปัส สกิน (lumpy skin disease) โรคปอดและเยื่อหุ้มปอดอักเสบติดต่อในโคและกระบือ (contagious bovine pleuropneumonia) โรคปากและเท้าเปื่อย (foot and mouth disease) โรคแท้งติดต่อ (Infection with *Brucella abortus*, *Brucella melitensis* and *Brucella suis*) วัณโรคในวัว (Bovine Tuberculosis) โรคแอนแทรกซ์ (Anthrax) และโรครินเดอร์เปสต์ (peste des petits ruminants virus: PPRV) ซึ่งได้ยืนยันการตรวจหาเชื้อก่อโรค (pathogen detection) จากห้องปฏิบัติการ

(4) สัตวแพทย์จากทางราชการของฝ่ายลาว รับผิดชอบปฏิบัติงานกักกันโคเนื้อ มีการติดเครื่องหมายประจำตัวของโคที่ฝ่ายจีนและฝ่ายลาวยอมรับในสัตว์แต่ละตัว มีการยืนยันโคเนื้อตัวเมียไม่มีอาการตั้งครรภ์และทำการตรวจร่างกายสัตว์ (Clinical examination) ทุกวัน

(5) โคเนื้อเพื่อการเชือดที่เข้าไปฟาร์มเลี้ยงโคเนื้อรวมศูนย์นั้น โคเนื้อแต่ละตัวจะต้องได้รับการฉีดวัคซีนที่ผลิตจากเชื้อ *Pasteurella multocida* วัคซีนป้องกันโรคล้มปัส สกิน และฉีดวัคซีนป้องกันโรคปากและเท้าเปื่อยครั้งแรก และปฏิบัติตามขั้นตอนการฉีดวัคซีนเพื่อทำการฉีดวัคซีนป้องกันโรคปากและเท้าเปื่อยครั้งที่สอง วัคซีนที่เลือกใช้และขั้นตอนปฏิบัติการฉีดวัคซีนจะต้องได้รับการยอมรับทั้งจากฝ่ายจีนและฝ่ายลาว

(6) หากโคเนื้อเพื่อการเชือดในฟาร์มเลี้ยงโคเนื้อรวมศูนย์ตรวจพบอาการและอาการแสดงทางคลินิกที่เป็นสัญญาณของโรคปอดและเยื่อหุ้มปอดอักเสบติดต่อในโคและกระบือ (contagious bovine pleuropneumonia) โรควัวบ้า (bovine spongiform encephalopathy: BSE) โรคปากและเท้าเปื่อย (foot and mouth disease) และโรครินเดอร์เปสต์ (peste des petits ruminants virus: PPRV) จะต้องสุ่มตัวอย่างส่งห้องปฏิบัติการ เพื่อยืนยันการตรวจหาเชื้อก่อโรค หากผลการตรวจหาเชื้อก่อโรคเป็นบวก ฝ่ายลาวจะต้องระงับการส่งออกและแจ้งผลให้ฝ่ายจีนทราบ โดยทันที สัตว์ทั้งหมดที่เลี้ยงในฟาร์มรวมศูนย์ห้ามย้ายเข้าสถานที่กักกันในเขตพื้นที่ปลอดโรคระบาด ก่อนการส่งออก หากผลการตรวจหาเชื้อก่อโรคเป็นลบสัตว์ที่ป่วยจะถูกกำจัดโดยทันที ส่วนโคเนื้ออื่นๆ ที่มีสุขภาพดีได้รับอนุญาตให้ย้ายเข้าสถานที่กักกันในเขตพื้นที่ปลอดโรคระบาดก่อนการส่งออกได้

(7) ยาถ่ายพยาธิที่ใช้กับโคเนื้อที่ส่งออก ควรใช้ยาที่ออกฤทธิ์ครอบคลุมเชื้อแบคทีเรียหลายกลุ่ม (Broad-spectrum antibacterial) โดยยาที่ใช้ได้รับการยอมรับทั้งจากฝ่ายจีนและฝ่ายลาว

(8) รถที่ขนส่งและอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการขนส่งโคเนื้อจากฟาร์มเลี้ยงโคเนื้อ รวมศูนย์ไปยังสถานที่กักกันก่อนการส่งออกจะต้องทำความสะอาดอย่างทั่วถึง และใช้ยาฆ่าเชื้อที่ฝ่ายลาวอนุญาตเพื่อดำเนินการฆ่าเชื้อ

6) ข้อกำหนดการกักกันโคเนื้อเพื่อการเชือด

(1) โคเนื้อที่ฟาร์มเลี้ยงโคเนื้อรวมศูนย์ซึ่งได้ผ่านการตรวจกักกันแล้ว อนุญาตให้ย้ายเข้าสถานที่กักกันก่อนการส่งออก โดยมีระยะเวลาที่ต้องกักกันอย่างน้อย 30 วัน ระยะเวลาที่กักกันนั้นนับตั้งแต่สัตว์ตัวสุดท้ายในล็อตนั้นเข้าสถานที่กักกัน

(2) สถานที่กักกันจะต้องตั้งอยู่ภายในเขตพื้นที่ปลอดโรคระบาดปากและเท้าเปื่อย ซึ่งได้รับการยอมรับจากฝ่ายจีน สถานที่มีการก่อสร้างตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องของข้อกำหนดการก่อสร้างสถานที่กำหนดในการกักกันโรคสำหรับโคและแพะนำเข้าของประเทศไทย (SN/T 4233-2021) สถานที่กักกันได้รับการยอมรับทั้งจากฝ่ายจีนและฝ่ายลาว โดยอยู่ภายใต้การควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพจากฝ่ายลาว

(3) สัตว์ที่เข้าไปในสถานที่กักกันจะมีการจัดแบ่งโซนเลี้ยงตามแต่ละล็อตที่เข้าไปในสถานที่กักกัน เมื่อสัตว์เข้าไปในสถานที่กักกัน สัตวแพทย์จากทางราชการของฝ่ายลาวจะต้องปฏิบัติงานทำการตรวจร่างกายสัตว์และเครื่องหมายประจำตัวของสัตว์แต่ละตัว พร้อมตรวจสอบบันทึกการฉีดวัคซีน รวมถึงมีการตรวจสอบสัตว์ทุกวันในช่วงเวลาที่กักกัน หากพบสัตว์ที่เกิดอาการทางคลินิก เช่น โรคติดเชื้อหรือโรคพยาธิ (parasitic disease) ไม่ว่าจะเป็นชนิดใด จะต้องถูกกำจัดโดยทันที

(4) ในช่วงเวลาที่กักกัน พืชที่เป็นอาหารสัตว์และพืชวัสดุรองพื้นที่ใช้ จะต้องมาจากพื้นที่ที่ได้รับการอนุญาตจากฝ่ายจีน และการแจ้งโรคระบาดที่เกี่ยวข้องกับโคซึ่งไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการจัดจำหน่ายพืชอาหารสัตว์และพืชวัสดุรองพื้นที่

(5) โคเนื้อเพื่อการเชือดที่ส่งออกจะต้องทำการควบคุมค่านวณค่าระดับภูมิคุ้มกัน (antibody titer) ที่ฉีดวัคซีนตามมาตรฐานที่ฝ่ายจีนยอมรับ

7) ข้อกำหนดด้านความปลอดภัยอาหาร

(1) ห้ามใช้ยาใดๆ ที่ไม่ได้รับอนุญาตจากฝ่ายลาวในโคเนื้อเพื่อการเชือดที่ส่งออก ยาที่ใช้จะต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้องของฝ่ายจีน และยาที่ตกค้างอยู่ในระดับที่ไม่เป็นอันตรายต่อมนุษย์

(2) ห้ามใช้โกรทฮอร์โมน (Growth hormone) กับโคเนื้อเพื่อการเชือดที่ส่งออก

(3) ฝ่ายลาวจะต้องทำแผนเฝ้าระวังความเสี่ยงด้านความปลอดภัยสำหรับโคเนื้อเพื่อการเชือดที่ส่งออกและปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

8) ข้อกำหนดการขนส่งโคเนื้อเพื่อการเชือด

(1) ก่อนการขนส่งโคเนื้อเพื่อการเชือดที่ส่งออกภายใน 24 ชั่วโมง โคเนื้อแต่ละตัวจะได้รับการตรวจร่างกาย โดยต้องไม่มีอาการทางคลินิกของโรคติดเชื้อและโรคพยาธิใดๆ และเหมาะสำหรับการขนส่ง

(2) ในพื้นที่ 3 กิโลเมตรทั้งสองข้างทางของเส้นทางขนส่งจากสถานที่กักกันถึงด่านที่ออกประเทศในช่วงระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ไม่มีรายงานเรื่องโรคปอดและเยื่อหุ้มปอดอักเสบติดต่อในโค และกระบือ (contagious bovine pleuropneumonia) โรควัวบ้า (bovine spongiform encephalopathy) โรคปากและเท้าเปื่อย (foot and mouth disease) และโรครินเดอร์เปสต์ (peste des petits ruminants virus: PPRV)

(3) รถที่ขนส่งและอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการขนส่งโคจะต้องทำความสะอาดอย่างทั่วถึงและใช้ยาฆ่าเชื้อที่ฝ่ายลาวอนุญาตเพื่อดำเนินการฆ่าเชื้อ

(4) ในช่วงเวลาที่ขนส่งโคเนื้อเพื่อการเชือดที่ส่งออกห้ามปนกับสัตว์จากผู้รับสินค้าคนอื่นและผู้ส่งสินค้าคนอื่น

(5) ในช่วงเวลาที่ขนส่งพืชอาหารสัตว์และพืชวัสดุรองพื้นที่ใช้ จะต้องมาจากพื้นที่ที่ได้รับการอนุญาตจากฝ่ายจีนและฝ่ายลาว การแจ้งโรคระบาดที่เกี่ยวข้องกับโคซึ่งไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการจัดจำหน่ายพืชอาหารสัตว์และพืชวัสดุรองพื้นที่ใช้

(6) การขนส่งจะต้องใช้เส้นทางที่กำหนดตามใบอนุญาตกักกันสัตว์และพืชเข้าประเทศของฝ่ายจีนและนำเข้าผ่านด่านที่กำหนดเข้าสู่ประเทศจีน

9) ข้อกำหนดสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) การบริหารจัดการฟาร์มเลี้ยงโคเนื้อรวมศูนย์ สถานที่กักกัน และการขนส่ง จะต้องปฏิบัติตามคู่มือสวัสดิภาพสัตว์ที่เกี่ยวข้องของ WOAH

10) ข้อกำหนดใบรับรองสุขอนามัยสัตว์โคเนื้อที่ผ่านการตรวจกักกัน ส่วนราชการฝ่ายลาวจะออกใบรับรองสุขอนามัยสัตว์ตามตัวอย่างใบรับรองที่ทั้งสองฝ่ายได้ยืนยันกันไว้

2.1.8 แผนปฏิบัติการโคเนื้อ 5 ปี พ.ศ. 2566 – 2570

กรมปศุสัตว์ (2566) ได้รายงานผลการรวบรวมข้อมูลศักยภาพและโอกาสโคเนื้อไทยจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านโคเนื้อ ผู้ประกอบการ นักวิชาการที่มีประสบการณ์จากสถาบันการศึกษาและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อคิดเห็นของคณะทำงานกรมปศุสัตว์ สรุปจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคภัยคุกคามอุตสาหกรรมโคเนื้อไทย ประกอบด้วย

1) จุดแข็ง (Strength)

(1) วิถีชีวิตเกษตรกรสอดคล้องกับระบบการเลี้ยงโคเนื้อ ซึ่งฐานเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ มีจำนวนมากกว่า 1.3 ล้านครัวเรือน และส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 90 เป็นเกษตรกรรายย่อยที่ใช้แรงงานในครัวเรือนเลี้ยงโคเนื้อทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำ

(2) แหล่งวัตถุดิบอาหารสัตว์ในประเทศมีปริมาณมาก รวมทั้งผลพลอยได้จากการเกษตร และจากโรงงานอุตสาหกรรมเกษตร เช่น มันสำปะหลัง ฟางข้าว ต้นและเปลือกข้าวโพด เปลือกสับปะรด ต้นถั่วต่างๆ หลังการเก็บเกี่ยว ซึ่งมีราคาถูกนำมาใช้เลี้ยงสัตว์ได้ดี นอกจากนี้ยังมีน้ำเสียจากโรงงานแปรงมัน น้ำเสียจากโรงงานต่างๆ ซึ่งสามารถแปรงสภาพให้เป็นน้ำดีใช้รดแปลงพืชอาหารสัตว์ได้

(3) มีภาครัฐ/สถาบันการศึกษา/สถาบันเกษตรกร/เอกชน ที่เข้มแข็งเพียงพอ สามารถช่วยส่งเสริมสนับสนุนทางวิชาการอย่างรอบด้านซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มปริมาณและคุณภาพโคเนื้อ มีเจ้าหน้าที่ภาครัฐเพียงพอสำหรับการตรวจรับรองเพื่อยกระดับการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล มีงานวิจัยเทคโนโลยี นวัตกรรมเพิ่มประสิทธิภาพที่เหมาะสม ทั้งการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์ (ผสมเทียม การย้ายฝากตัวอ่อน มีการรับรองศูนย์ผลิตน้ำเชื้อเอกชนมาตรฐาน ในอนาคตจะพัฒนาการรับรองศูนย์ผลิตตัวอ่อนมาตรฐานด้วย) เพื่อการผลิตโคเนื้อที่สอดคล้องกับศักยภาพของเกษตรกร และตรงกับความต้องการของตลาด มีเทคโนโลยีด้านการจัดการขุนโคมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านอาหารสัตว์ในการผลิตโคเนื้อที่อยู่ในระดับแนวหน้าของอาเซียน

(4) ความต้องการบริโภคเนื้อโคของผู้บริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

(5) โคเนื้อมีความหลากหลายทางพันธุกรรม เป็นข้อดีในการตอบสนองความต้องการเนื้อโคของตลาดที่มีความต้องการที่หลากหลาย

(6) มีเกษตรกรรุ่นใหม่เข้ามาสู่อาชีพการเลี้ยงโคเนื้อเพิ่มมากขึ้นซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีศักยภาพมีความรู้ สามารถพัฒนาให้เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้

2) จุดอ่อน (Weakness)

(1) โรงฆ่าสัตว์มาตรฐานสากลยังไม่เพียงพอ การตัดแต่งและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยังมีน้อย ผู้ประกอบการขาดความรู้ในด้านการจัดการหลังการฆ่า เช่น การเก็บรักษา การตัดแต่งแยกชิ้นส่วน ตามการใช้ประโยชน์ การบ่มเนื้อ การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ยังมีน้อย ส่วนใหญ่ยังทำลูกชิ้น หรือนิยมบริโภคในรูปเนื้อสด

(2) ปัญหาโรคระบาดสัตว์ (โรคปากและเท้าเปื่อย และโรคล้มปัส สกิน) ยังมีอยู่ และมีการลักลอบใช้สารเร่งเนื้อแดงผสมในอาหาร เป็นข้อจำกัดการส่งโคมีชีวิตและเนื้อโคไปขายต่างประเทศ (ตลาดโคเนื้อเป็นตลาดเสรีหากอุตสาหกรรมโคเนื้อมีการที่ชัดเจนจะสามารถสร้างเขตปลอดโรคได้)

(3) การเลี้ยงโคเนื้อต้องลงทุนสูงในระยะเริ่มต้น ใช้ระยะเวลาการเลี้ยงนาน และให้ผลตอบแทนค่อนข้างต่ำต้นทุนอาหารสัตว์สูงกว่าประเทศผู้ผลิตโคเนื้อที่สำคัญ อาทิ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์

(4) ความสามารถในการรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน และเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำยังมีน้อย

(5) เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย จบการศึกษาชั้นพื้นฐาน อายุมาก และยังขาดความรู้หลายเรื่อง เช่น เรื่องการปรับปรุงพันธุ์โคเนื้อให้ตอบสนองความต้องการของตลาด การพัฒนาฟาร์มให้ได้รับรองมาตรฐาน GAP การนำลูกโคนมเพศผู้มาขุนจำหน่ายเพื่อสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่า ฯลฯ ส่งผลให้ไม่สามารถควบคุมปริมาณการผลิตและคุณภาพให้สม่ำเสมอได้ อีกทั้งยังขาดความต่อเนื่องของสินค้าที่ออกสู่ตลาด และไม่สามารถบริหารจัดการกลุ่มหรือสร้างเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดให้มีประสิทธิภาพ ทำให้ขาดอำนาจในการต่อรองโอกาสประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจจากอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อไม่รวดเร็วนัก

(6) การสร้างตราสัญลักษณ์สินค้า และการประชาสัมพันธ์สร้างค่านิยมในการบริโภคเนื้อโคที่ผลิตในประเทศยังมีน้อย

(7) ขาดระบบการเชื่อมโยงข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่ในปัจจุบัน (ข้อมูลด้านการตลาด ด้านราคา ข้อมูลเรื่องโรค ข้อมูลด้านโรงฆ่า และอื่นๆ) ส่งผลให้ไม่สามารถนำข้อมูลพื้นฐานที่มีอยู่ไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(8) การจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการเพิ่มปริมาณและคุณภาพโคเนื้อยังมีจำกัด ไม่เพียงพอต่อการเพิ่มปริมาณโคเนื้อให้เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค

(9) โคเนื้อในประเทศไทยมีจำนวนมาก แต่โคที่มีระดับสายเลือดที่มีประสิทธิภาพที่จะให้ลูกโคคุณภาพยังมีจำนวนน้อย

(10) มาตรการและการบังคับใช้การทำเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ยังไม่ครอบคลุม ทำให้การตรวจสอบย้อนกลับไม่สามารถดำเนินการได้ทั้งระบบ

3) โอกาส (Opportunity)

(1) โคมิชีวิต เนื้อโค และผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของตลาดเอเชีย ชื่อเสียงด้านอาหารไทยเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทำให้มีโอกาสพัฒนาเนื้อโคประเภทพร้อมบริโภคเพื่อการส่งออก สามารถสร้างเอกลักษณ์อาหารไทยโดยใช้เนื้อโคไทย (Thai premium beef brand) และความต้องการบริโภคเนื้อคุณภาพดีเพิ่มขึ้นทั้งจากผู้บริโภคภายในประเทศ และนักท่องเที่ยว

(2) ความต้องการโคเนื้อ และเนื้อโคเพิ่มมากขึ้นในทุกระดับตลาดทั้งจากในและต่างประเทศจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ประกอบกับที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของไทยสามารถเป็นศูนย์กลางการค้าโคเนื้อของเอเชีย อีกทั้งประเทศไทยไม่มีข้อขัดแย้งทางการเมืองกับกลุ่มประเทศมุสลิม ทำให้มีโอกาสส่งออกเนื้อโคได้ทั่วโลก รวมถึงผลจากการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ทำให้ประเทศไทยมีโอกาสพัฒนาการผลิตโคเนื้อในทุกระดับ เพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศ ประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศในเขต ASAEN เพิ่มมากขึ้น

(3) ตลาดฮาลาลขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยจึงมีโอกาสในการส่งออกเนื้อโคไปยังประเทศในกลุ่มมุสลิมค่อนข้างสูง และมีโอกาสในการพัฒนาโรงฆ่าเพื่อรองรับโคเนื้อเข้าเชือด

(4) โอกาสการร่วมลงทุนในประเทศคู่ค้า โดยใช้ฐานการผลิตในประเทศ หรือลงทุนในต่างประเทศแต่ใช้ทรัพยากรของประเทศไทยเป็นหลักในลักษณะของความร่วมมือซึ่งกันและกัน เนื่องจากประเทศเพื่อนบ้านต้องการเทคโนโลยีการผลิตของประเทศไทย

(5) หากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์สามารถจัดทำสัญญาระยะยาวกับสาธารณรัฐประชาชนจีนในการส่งออกโคเนื้อไปสาธารณรัฐประชาชนจีนโดยผ่าน สปป.ลาวได้ จะช่วยให้มีการส่งออกโคเนื้อไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนได้อย่างต่อเนื่อง

(6) การพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อให้มีมาตรฐาน อาทิ มาตรฐานโรงงานและโรงฆ่าแบบ GMP HACCP และ HALAL รวมทั้งมาตรฐานของการเลี้ยงแบบ GAP และการสร้างเขตปลอดโรค จะทำให้ไทยมีโอกาสส่งออกโคเนื้อมีชีวิต และผลิตภัณฑ์เนื้อโคไปต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะตลาดจีน และตลาดในตะวันออกกลาง

(7) นโยบายของรัฐบาลส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มเพื่อเป็นวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจะส่งผลให้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น

(8) นโยบายการเปิดประเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว นโยบาย sandbox โคเนื้อเป็นโอกาสในการพัฒนาศักยภาพการผลิตโคเนื้อเพื่อการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น

4) อุปสรรค/ภัยคุกคาม (Threats)

(1) ปัญหาการลักลอบนำเข้าโคเนื้อมีชีวิต เนื้อโคเถื่อน เครื่องใน และหนังโคเถื่อน จากต่างประเทศ อาจทำให้มีโรคต่างๆ ที่ยังไม่เคยเกิดในประเทศไทยปะปนเข้ามา ถึงแม้จะมีมาตรการควบคุมและปราบปราม แต่ยังมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ

(2) การนำเข้าเนื้อโค เครื่องในโค และผลิตภัณฑ์ราคาถูกจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อเสถียรภาพราคาโคเนื้อ เนื้อโค เครื่องในโค และผลิตภัณฑ์จากโคเนื้อของประเทศไทย

(3) การลดภาษีภายใต้ความตกลงการค้าเสรี (FTA) ทำให้มีสินค้าจากประเทศต่างๆ เข้ามาแข่งขันกับสินค้าในประเทศมากขึ้น

(4) การปรับเปลี่ยนนโยบายของประเทศคู่ค้า เช่น ในอดีตจีนนำเข้าโคมีชีวิต แต่ปัจจุบันนำเข้าเนื้อโค และมีมาตรการตรวจสอบที่เข้มงวด หรือลาว ที่มีคำสั่งเกี่ยวกับการผลักดัน ส่งเสริมกระบวนการเลี้ยงวัวควาย เพื่อส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยระบุว่า “ห้ามไม่ให้กรมเลี้ยงสัตว์และการประมง และแผนกกลไกกรรมและป่าไม้ แขวงนครหลวงเวียงจันทน์ อนุญาตนำเข้าวัว ควาย มาขุนในระยะสั้นเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ แต่อนุญาตให้นำเข้าวัว ควาย พ่อพันธุ์ แม่พันธุ์ และวัวเล็ก ควายเล็ก อายุไม่เกิน 6 เดือน โดยได้รับการรับรองอย่างถูกต้องตามระเบียบ กฎหมายจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อวัตถุประสงค์มาปรับปรุงขยายพันธุ์ และส่งเสริมการเลี้ยงวัว ควายในระยะยาว” ซึ่งคำสั่งดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกโคจากไทยยังจีนผ่านลาวได้

(5) หากเกิดอุบัติการณ์โรคระบาดในคนที่มีลักษณะการแพร่ระบาดในวงกว้างและต้องจำกัดการเคลื่อนย้ายของคนเหมือนเช่นโรคโควิด - 19 อาจส่งผลให้ความต้องการและกำลังซื้อของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศลดลง

(6) ความต้องการของตลาดโคเนื้อ โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ต้องการโคเนื้อที่มาจากฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP แต่เกษตรกรไม่เห็นความสำคัญในการพัฒนาปรับปรุงฟาร์มให้ได้รับการรับรองมาตรฐานดังกล่าว เนื่องจากราคาจำหน่ายโคเนื้อจากฟาร์มที่ได้รับมาตรฐานกับฟาร์มทั่วไปไม่มีความแตกต่างกัน แต่กลับต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มหลายรายการ เช่น ชุดทดสอบ FMD ค่าจ้างสัตวแพทย์ควบคุมฟาร์ม ฯลฯ

(7) เครื่องจักรกลทางการเกษตร/เทคโนโลยีขนาดย่อมมีราคาแพง

(8) มีการลักลอบการใส่สารเร่งเนื้อแดงผสมในอาหารสัตว์ ส่งผลให้โคเนื้อบางส่วนจากประเทศไทยไม่สามารถจำหน่ายไปยังต่างประเทศได้

(9) มีการใช้ Hormone Progesterone ในสารฉีดกับโคขุน ซึ่งเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคเนื้อโค

ผลจากการสังเคราะห์ SWOT โคเนื้อไทยในสถานการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มข้างหน้าของอุตสาหกรรมโคเนื้อไทย คณะทำงานฯ ได้เสนอแนวทางและมาตรการที่ต้องเร่งดำเนินการเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและส่งผลให้ประเทศไทย “เป็นศูนย์กลางการผลิต การตลาดเนื้อโค และผลิตภัณฑ์ในอาเซียน+3” โดยมีประเด็นแนวทางในการพัฒนา รวมทั้งมาตรการต่าง ๆ ภายใต้องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการคือ 1) ด้านเทคโนโลยี 2) ด้านการบริหารจัดการ และ 3) ด้านการสร้างแรงจูงใจ ทั้งนี้ เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทย มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) สามารถวางแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของระบบการค้าโลกใหม่ รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดการขยายตัวในด้านการผลิตและการค้าอย่างต่อเนื่อง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายจึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ของแผนปฏิบัติการด้านโคเนื้อในระยะ 10 ปี พ.ศ.2561 - 2570 ประกอบด้วย

5) วิสัยทัศน์ “เป็นศูนย์กลางการผลิต การตลาดเนื้อโค และผลิตภัณฑ์ในอาเซียน+3”

6) พันธกิจ

(1) สร้างและพัฒนาระบบฐานข้อมูลด้านโคเนื้อที่เป็นปัจจุบัน มีความถูกต้องแม่นยำ สามารถใช้ประโยชน์ได้จริง เข้าถึงการใช้ประโยชน์ได้ง่าย

(2) เสริมสร้างความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเนื้อโคที่มีความปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ และเพียงพอจากระบบการจำหน่ายที่หลากหลายได้มาตรฐาน

(3) ส่งเสริมการพัฒนาด้านการตลาดในประเทศและการส่งออกโคเนื้อ เนื้อโค ผลิตภัณฑ์เนื้อโค และหนังโค ไปตลาดในภูมิภาคและตลาดโลก

(4) สร้างความเข้มแข็งและความสามารถของระบบการผลิตพันธุ์โคต้นน้ำ ด้านพันธุกรรม ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสมรรถนะการผลิต ให้มีปริมาณเพียงพอ มีคุณภาพเหมาะสมต่อการสนับสนุนการผลิตในอุตสาหกรรมโคเนื้อทุกระดับ

(5) สร้างความเข้มแข็ง และการยกระดับการผลิตของเกษตรกรรายย่อย เอกชนให้สามารถเลี้ยงโคเนื้อเชิงอุตสาหกรรมตอบสนองต่อการบริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ สร้างรายได้ เพิ่มความสามารถลดความยากจนของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อได้อย่างยั่งยืน

(6) รับรองระบบโครงสร้างพื้นฐานในกระบวนการแปรรูปโคเนื้อและเนื้อโคที่ได้มาตรฐาน และเพียงพอ มีความสามารถในการบริหารจัดการในกระบวนการฆ่าชำแหละ ตัดแต่งซาก แปรรูปผลิตภัณฑ์เนื้อโค เครื่องใน การแปรรูปหนังและผลิตภัณฑ์หนังในระดับอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก ในตลาดภูมิภาคและตลาดโลก

(7) สร้างความเข้มแข็งขององค์กรภาครัฐ เกษตรกร เอกชน ในการรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายหรือสมาคมที่เป็นทางการ ให้สามารถบริหารจัดการเพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้มีความก้าวหน้า และพัฒนาระบบการผลิตโคเนื้อเชิงอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในระดับอาเซียน+3

(8) สร้างความเข้มแข็งในการวิจัยเพื่อพัฒนาระบบการผลิตโคเนื้อเชิงอุตสาหกรรม มีระบบการติดตามการประเมินผลการดำเนินงานเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อทั้งระบบ

7) วัตถุประสงค์

(1) เพื่อรักษาเสถียรภาพตลาดการเลี้ยงโคเนื้อและการผลิตเนื้อโคคุณภาพให้เพียงพอต่อการบริโภคในประเทศและส่งออกในอาเซียน+3

(2) สร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร องค์กรเกษตรกร เอกชนผู้ประกอบการเลี้ยงโคเนื้อ

(3) เพื่อพัฒนาระบบการผลิตพันธุ์โคต้นน้ำ ด้านพันธุกรรม ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสมรรถนะการผลิต ให้มีปริมาณเพียงพอ มีคุณภาพเหมาะสมต่อการสนับสนุนการผลิตในอุตสาหกรรมโคเนื้อทุกระดับ

(4) เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในทุกระดับ

8) เป้าหมายและตัวชี้วัด

(1) รายได้ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5

(2) คนไทยบริโภคเนื้อโคไทยไม่ต่ำกว่า 5.00 กิโลกรัมต่อคนต่อปี

(3) อัตราการเพิ่มประชากรโคเนื้อ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 11 ต่อปี

(4) ผลิตโคเนื้อจำนวน 2.4 ล้านตัว/ปี (บริโภค 1.9 ล้านตัว/ปี และส่งออก 0.5 ล้านตัว/ปี)

(5) ลดต้นทุนค่าอาหารในการผลิตโคเนื้อในทุกระดับ อย่างน้อยร้อยละ 10

9) เป้าหมายระยะ 10 ปี (ปี 2561 - 2570)

(1) การผลิตโคเนื้อ และเนื้อโคในเชิงอุตสาหกรรมเพื่อการบริโภคและส่งออกไม่น้อยกว่า 2,400,000 ตัว

(2) โรงฆ่าโคมาตรฐานมีเพียงพอรองรับความต้องการการบริโภคเนื้อโคทั้งในประเทศ และส่งออก และมีความสามารถในการบริหารจัดการกระบวนการการฆ่าชำแหละ ตัดแต่งซาก แปรรูปผลิตภัณฑ์เนื้อโคตามมาตรฐานสากล รองรับความต้องการการบริโภคเนื้อโคทั้งในประเทศ และส่งออก ในอาเซียน+3

(3) มีรูปแบบการบริหารจัดการเชิงธุรกิจโคเนื้อตลอดห่วงโซ่การผลิต (ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ) ทั้งในและต่างประเทศที่หลากหลาย

(4) มีการวิจัยและนวัตกรรมด้านการผลิตตลอดห่วงโซ่การผลิตจนถึงการบริโภค โดยการสร้างความเข้มแข็งด้านวิชาการวิจัย และนวัตกรรมทางการผลิตโคเนื้อเชิงอุตสาหกรรม

10) แผนปฏิบัติการด้านโคเนื้อ 3 ประเด็นการพัฒนา

การดำเนินการเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายดังกล่าวข้างต้น จำเป็นที่จะต้องพัฒนาและปรับปรุงอุตสาหกรรมโคเนื้อทั้งระบบ ตลอดทั้งกระบวนการตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบ ซึ่งรวมถึงการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์โคเนื้อ อาหารสัตว์ การจัดการ ไปจนถึงการแปรรูป การแปรรูปในโรงงาน/โรงฆ่า รวมไปถึงการบริหารจัดการด้านการตลาด โดยมีประเด็นการพัฒนา 3 ด้าน ประกอบด้วย ประเด็นการพัฒนาที่ 1 รักษาและขยายตลาดการบริโภคเนื้อโคไทย ประเด็นการพัฒนาที่ 2 ผลักดันการเพิ่มปริมาณและคุณภาพโคเนื้อ ประเด็นการพัฒนาที่ 3 การเพิ่มความมั่นคงทางด้านอาหารโคเนื้อ ซึ่งในแต่ละประเด็นการพัฒนา จะประกอบไปด้วยแนวทาง การพัฒนาต่างๆ และในแต่ละแนวทางการพัฒนาจะประกอบไปด้วย 3 แผนงาน คือ 1) ด้านเทคโนโลยี 2) ด้านการบริหารจัดการ และ 3) ด้านการสร้างแรงจูงใจ

2.1.9 ทฤษฎีการวิเคราะห์ศักยภาพ โอกาสและการเปรียบเทียบการแข่งขันด้านการตลาด

การวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อนและสภาพแวดล้อมภายใน สภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อหาศักยภาพในการแข่งขันขององค์กรนั้นวิธีการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือหรือวิธี SWOT Analysis คือ กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของกิจการ ณ เวลาปัจจุบัน และเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้สามารถกำหนดจุดแข็ง จุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน และเป็นการกำหนดโอกาส อุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก (Kotler, and Armstrong 2018; William, Etzel and Walker, 2007; อดุลย์, 2551) เพื่อให้ทราบศักยภาพที่แท้จริงของกิจการ และนำมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับการดำเนินของกิจการ ณ ปัจจุบัน

1) สภาพแวดล้อมภายใน คือ สิ่งที่เกิดขึ้นภายในของกิจการสภาพแวดล้อมภายใน คือ การวิเคราะห์การดำเนินงานในด้านต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อกิจการ แบ่งออกเป็น ส่วนประสมทางการตลาด การเงิน การผลิตบุคลากร การบริหารงาน และการจัดองค์การ เป็นต้น โดยการวิเคราะห์จะมีลักษณะเป็นการเปรียบเทียบระหว่างกิจการกับคู่แข่ง ดังนี้

(1) จุดแข็ง (Strengths: S) คือ ข้อได้เปรียบที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายใน ข้อมูลที่นำมาใช้จะเป็นทั้งข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น จุดแข็งด้านส่วนประสมการตลาด การเงิน การผลิตบุคลากร การบริหารงาน และการจัดองค์การ โดยบริษัทต้องทำการเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น รวมถึงอธิบายความแตกต่างที่เห็นได้พอสังเขป

(2) จุดอ่อน (Weakness: W) คือ ปัญหาที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายในด้านต่างๆ ของกิจการทั้งข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น จุดอ่อนด้านส่วนประสมการตลาด การเงิน การผลิตบุคลากร การบริหารงาน และการจัดองค์การ โดยบริษัทต้องทำการเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น

ข้อสังเกตในการเขียนจุดแข็งและจุดอ่อน ซึ่งเป็นปัจจัยภายในของกิจการ โดยกิจการต้องเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นทั้งทางตรงและทางอ้อมที่อยู่ในระดับเดียวกับกิจการ และสรุปประเด็นสำคัญที่แสดงถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการรวมการให้รายละเอียดพอสังเขปของจุดแข็งและจุดอ่อนในแต่ละข้อ (ธนภณ, 2562)

2) สภาพแวดล้อมภายนอก คือ สภาวะภายนอกองค์กรที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินกิจการ ซึ่งมีความแตกต่างจากสภาพแวดล้อมภายใน กล่าวคือ สภาพแวดล้อมภายนอกไม่ต้องทำการเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น ด้วยสาเหตุที่ว่าเป็นปัจจัยที่ทุกๆ กิจการที่มีการผลิต ขายสินค้า การจำหน่ายสินค้า หรือบริการในลักษณะเดียวกันจะได้รับผลกระทบเหมือนกัน ประกอบด้วยสิ่งแวดล้อมจุลภาค (ลูกค้า คู่แข่ง ผู้ผลิต คนกลาง) และสิ่งแวดล้อมมหภาค (ประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม วัฒนธรรม การเมือง กฎหมาย ทรัพยากรธรรมชาติ) โดยการวิเคราะห์จะมีลักษณะเป็นการวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคของกิจการที่ได้จากปัจจัยภายนอก ดังนี้

(1) โอกาส (Opportunities: O) คือ ข้อได้เปรียบจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่กิจการแสวงหาโอกาส เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ

(2) อุปสรรค (Threats: T) คือ ปัญหาที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งกิจการจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น และหาทางรับมือกับอุปสรรคที่จะเกิดขึ้น

ข้อสังเกตในการเขียนโอกาสและอุปสรรค ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกที่เข้ามามีผลกระทบกับกิจการ ในการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคในข้อนี้จะแตกต่างจากจุดแข็งและจุดอ่อนตรงที่โอกาสและอุปสรรค ไม่จำเป็นต้องเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น เพราะเนื่องจากกิจการประเภทเดียวกันหรือลักษณะคล้ายคลึงกันก็จะได้รับโอกาสและอุปสรรคคล้ายกัน เช่น โอกาสของร้านกาแฟ

คือ มีแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพที่อยู่ในประเทศ นั่นก็หมายความว่าคู่แข่งก็สามารถซื้อวัตถุดิบภายในประเทศได้ด้วยเช่นกัน (ธนภณ,2562)

การวิเคราะห์ SWOT Analysis มีข้อสังเกตในการเขียนว่า จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่ได้มาเป็นผลจากการระดมสมอง หรือการระดมความคิดในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน แต่ในที่นี้ผู้เขียนเสนอแนวทางการใช้การระดมสมอง หรือการระดมความคิดควบคู่กับสถิติเพื่อช่วยในการวิเคราะห์ SWOT Analysis ดังนี้

1) การระดมสมองหรือการระดมความคิด (Brainstorm) เป็นเทคนิคในการระดมความคิดเพื่อใช้ในวิเคราะห์ SWOT Analysis จากหลายๆ มุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อได้ทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค โดยเรื่องจากการสรุปสาระสำคัญของปัจจัยภายในและภายนอกจากการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้ได้จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งสามารถทำได้ 2 ลักษณะ คือ

(1) การระดมความคิดร่วมกัน กล่าวคือ การให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมาร่วมกันทำการวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นและสรุปผลจากข้อมูลที่มีออกมาเป็น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของกิจการ

(2) การระดมความคิดแบบสรุปประเด็น กล่าวคือ การให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละคนทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของกิจการจากข้อมูลที่มีและหลังจากนั้นนำมาระดมความคิดสรุปประเด็นความเหมือนและแตกต่างออกมาเป็น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของกิจการ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทั้ง 2 วิธีการ เป็นวิธีการวิเคราะห์ที่นิยมนำมาใช้ในการวิเคราะห์ SWOT Analysis ซึ่งในบางครั้งผลของการวิเคราะห์ดังกล่าวจะพบว่ามีจำนวนข้อของการวิเคราะห์จำนวนมากและไม่สามารถเลือกตัดข้อใดออกได้ ทำให้สิ่งที่ได้จากการวิเคราะห์ไม่สอดคล้องกับศักยภาพของกิจการส่งผลต่อการวิเคราะห์ในลำดับถัดไป (ธนภณ,2562)

2) การใช้สถิติเพื่อช่วยในการวิเคราะห์ SWOT Analysis เป็นการนำสถิติมาประกอบประกอบการตัดสินใจในการเลือกจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค หลังจากทำการระดมความคิดเห็น โดยนำแนวคิดการให้คะแนนความสำคัญในการตอบสนองต่อสภาวะแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง หรือ จุดอ่อน) และสภาวะแวดล้อมภายนอก (โอกาส หรือ อุปสรรค) ของกิจการ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ (กัลยา,2553; ศิริชัย,2556; บุญชม,2560) มาเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกข้อที่คะแนนความสำคัญน้อยออกเมื่อเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายภายใต้สมมติฐานว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความคิดเห็นและให้คะแนนความสำคัญในแต่ละข้อแตกต่างกันวิธีการให้คะแนนและการหาค่าเฉลี่ยการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน ทำให้ได้ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคแต่ในบางครั้งอาจพบว่า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่ได้จากการวิเคราะห์มีจำนวน

มากทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกิดความลังเลและไม่สามารถจัดลำดับความสำคัญผลการวิเคราะห์ดังกล่าวได้ส่งผลให้ไม่สามารถตัดผลการวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นของจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่มีความสำคัญน้อยออกได้ ดังนั้น จึงนำหลักการทางสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์ประกอบการตัดสินใจเพื่อให้ได้จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่สมบูรณ์มากขึ้น โดยเป็นการให้คะแนนความสำคัญในแต่ละข้อและทำการหาค่าเฉลี่ย (Mean) (กัลยา, 2553; ศิริชัย, 2556; บุญชม, 2560) มีข้อเสนอแนะในการให้คะแนนความสำคัญดังกล่าว ดังนี้

- (1) การให้คะแนนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องมีความเป็นกลางอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง
- (2) การให้คะแนนต้องเป็นการให้คะแนนในทางลับไม่เปิดเผยตัวผู้ให้คะแนน
- (3) การให้คะแนนและหาค่าเฉลี่ยควรทำแยกกันระหว่างจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคออกเป็นส่วนๆ
- (4) นำคะแนนที่ได้จากการให้คะแนนในทางลับของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมาทำการหาค่าเฉลี่ยในแต่ละส่วน
- (5) นำคะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละส่วนเปรียบเทียบกับเกณฑ์แปลความหมาย และทำการตัดข้อที่มีคะแนนความสำคัญน้อยออก เกณฑ์การให้คะแนนความสำคัญและการแปลความหมายค่าเฉลี่ยการให้คะแนน ความสำคัญในการตอบสนองต่อสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน ที่เป็นทั้งจุดแข็ง หรือ จุดอ่อน และ โอกาส หรือ อุปสรรค ซึ่งสามารถแบ่งเกณฑ์การวัดออกเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ ดังนี้ (กัลยา, 2553; ศิริชัย, 2556; บุญชม, 2560)

5 คะแนน	หมายถึง จุดแข็ง/ จุดอ่อน/ โอกาส/ อุปสรรค ในระดับมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง จุดแข็ง/ จุดอ่อน/ โอกาส/ อุปสรรค ในระดับมาก
3 คะแนน	หมายถึง จุดแข็ง/ จุดอ่อน/ โอกาส/ อุปสรรค ในระดับพอใช้
2 คะแนน	หมายถึง จุดแข็ง/ จุดอ่อน/ โอกาส/ อุปสรรค ในระดับน้อย
1 คะแนน	หมายถึง จุดแข็ง/ จุดอ่อน/ โอกาส/ อุปสรรค ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนเกณฑ์การแปลความหมายของช่วงคะแนนเฉลี่ย ผู้เขียนให้คะแนนแบบมาตราวัดลิเคิร์ท Likert scale) 5 ระดับ ซึ่งผู้เขียนใช้มาตราส่วนประมาณค่า ของ บุญชม (2560) สร้างเกณฑ์การประเมินและการแปลความหมายไว้ ดังนี้

คะแนนระหว่าง 4.51 - 5.00	แสดงว่า เป็น จุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาส/อุปสรรค ในระดับมากที่สุด
คะแนนระหว่าง 3.51 - 4.50	แสดงว่า เป็น จุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาส/อุปสรรค ในระดับมาก
คะแนนระหว่าง 2.51 - 3.50	แสดงว่า เป็น จุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาส/อุปสรรค ในระดับพอใช้
คะแนนระหว่าง 1.51 - 2.50	แสดงว่า เป็น จุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาส/อุปสรรค ในระดับน้อย
คะแนนระหว่าง 1.00 - 1.50	แสดงว่า เป็น จุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาส/อุปสรรค ในระดับน้อยที่สุด

หมายเหตุ

1. เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยที่มีความเหมาะสมจะอยู่ในระดับพอใช้ขึ้นไป กล่าวคือ มีช่วงค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50 ขึ้นไป อย่างไรก็ตามการเลือกค่าช่วงคะแนนค่าเฉลี่ยที่นำมาใช้ควรเลือกค่าช่วงคะแนนเฉลี่ยเดียวกันในทุกๆ การวิเคราะห์ ทั้งนี้ ขึ้นกับดุลยพินิจของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ประชุมตกลงกัน ยกตัวอย่างเช่น ถ้าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเลือกค่าช่วงคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50 ขึ้นไป ในการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths: S) ก็ควรใช้ค่าช่วงคะแนนเฉลี่ยนี้กับทุกๆ ตารางในการวิเคราะห์ด้วยเช่นกัน
2. ในกรณีที่บางประเด็นมีคะแนนความสำคัญต่ำกว่าเกณฑ์ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะประชุมระดมความคิด ในการที่จะพิจารณาเลือกประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำก็ได้ แต่ก็ไม่ควรใช้ค่าคะแนนที่ต่ำมากเกินไป

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ TOWS Metrix

หลังจากที่มีการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคแล้ว นอกจากนี้ยังสามารถพิจารณาใช้เครื่องมือ TOWS Metrix ซึ่งค่อนข้างใกล้เคียงกับ SWOT Analysis ที่มุ่งเน้นไปที่ 4 องค์ประกอบของจุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรค แต่ TOWS Metrix สามารถเป็นทางเลือกที่เป็นประโยชน์ เพราะจะเน้นสภาพแวดล้อมภายนอก จึงนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมทริกซ์ เรียกว่า TOWS Metrix โดยเป็นตารางการวิเคราะห์ที่นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดออกมาเป็นกลยุทธ์ประเภทต่างๆ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ TOWS Metrix

ปัจจัยภายนอก / ปัจจัยภายใน	S จุดแข็งภายในองค์กร	W จุดอ่อนภายในองค์กร
O โอกาสภายนอก	SO การนำข้อได้เปรียบของจุดแข็งภายในและโอกาสภายนอกมาใช้	WO การแก้ไขจุดอ่อนภายในโดยพิจารณาจากโอกาสภายนอกที่เป็นผลดีต่อองค์กร
T อุปสรรคภายนอก	ST การแก้ไขหรือลดปัญหาอุปสรรคภายนอก โดยนำจุดแข็งภายในมาใช้	WT การแก้ไขหรือลดความเสียหายของธุรกิจอันเกิดจากจุดอ่อนภายในองค์กรและอุปสรรคภายนอก

ที่มา : ดำรง (2558)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับอุปสรรค จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับอุปสรรค เป็นผลของการวิเคราะห์ด้านความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ ทำให้เกิดกลยุทธ์สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ

1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็ง และโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก

2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและอุปสรรคมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในข้อจำกัดภายนอกที่องค์กรควบคุมไม่ได้ แต่องค์กรสามารถใช้จุดแข็งที่มีอยู่ในการป้องกันข้อจำกัดที่มาจากภายนอก

3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกันเพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข ทั้งนี้ เนื่องจากองค์กรมีโอกาสดังกล่าวได้แนวคิดหรือวิธีใหม่ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่องค์กรมีอยู่ได้

4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อน และอุปสรรคมาพิจารณาร่วมกันเพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้ เนื่องจากองค์กรเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดภายนอกที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาญจณีและคณะ (2563) ศึกษาโอกาสและความท้าทายของภาคการผลิตโคเนื้อของไทยภายใต้ข้อตกลงอาร์เซ็ปพบว่า ภายใต้บริบทความร่วมมือระหว่างประเทศที่มีอยู่ในปัจจุบัน ทั้งในส่วนที่เกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีกับประเทศคู่ค้าสำคัญ ซึ่งประกอบด้วยข้อตกลงเขตการค้าเสรีออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ รวมถึงความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจอาร์เซ็ปนั้น ในเบื้องต้นอาจพิจารณาได้ว่าการมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีกับออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ทำให้ภาคการผลิตโคเนื้อและเนื้อโคของไทยต้องประสบปัญหาและเสียเปรียบทางการแข่งขันสำหรับตลาดในประเทศ แต่เมื่อพิจารณาในภาพรวมบนข้อเท็จจริงที่ว่าโดยพื้นฐานทางด้านภูมิศาสตร์ การมีองค์ความรู้ทางด้านการเลี้ยงโคเนื้อที่มีความก้าวหน้ามากกว่าประเทศอื่นๆ ในกลุ่มอาเซียน และการเป็นที่ยอมรับด้านการเป็นผู้ผลิตอาหารจากผลิตผลทางการเกษตรที่มีต่อประเทศไทยแล้ว จะเห็นได้ว่าปัญหาที่แท้จริงที่ทำให้ภาคการผลิตโคเนื้อไทยต้องเสียเปรียบทางการแข่งขันภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีนั้น ไม่ใช่ปัญหาจากการเปิดเสรีทางการค้า แต่แท้จริงแล้วปัญหาสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไขนั้น เกิดจากปัจจัยพื้นฐานของห่วงโซ่อุปทานของภาคการผลิตโคเนื้อและต่อเนื่องจนถึงอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อโคและผลิตภัณฑ์เกี่ยวเนื่องที่ยังขาดความพร้อมและยังไม่เป็นไปตามมาตรฐานสากล และจำเป็นต้องมีการปรับปรุงในหลายส่วนอย่างเป็นระบบในทางกลับกันหากปัญหาที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยพื้นฐานทางการผลิตได้รับการแก้ไขอย่างเป็นระบบแล้ว ภาคการผลิตโคเนื้อของไทยก็จะสามารถใช้โอกาสจากความร่วมมือทางการค้าต่างๆ ได้อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถที่จะสร้างการเติบโตได้ภายใต้สภาพการดำเนินธุรกิจที่จะยังคงมีผู้ผลิตที่มีศักยภาพอย่างเช่นออสเตรเลียและนิวซีแลนด์เป็นผู้ส่งออกรายสำคัญเข้ามายังภูมิภาคนี้ โดยแนวทางที่ควรพิจารณาดำเนินการเป็นอันดับแรก คือ การดำเนินการเพื่อปรับปรุงห่วงโซ่อุปทานของภาคการผลิตโคเนื้อของไทยอย่างเป็นระบบ โดยการผลักดันแผนปฏิบัติการภายใต้กรอบยุทธศาสตร์โคเนื้อของกรมปศุสัตว์ซึ่งได้วางกรอบยุทธศาสตร์ไว้ครอบคลุมแล้วให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมในทางปฏิบัติ โดยควรต้องมีการกำหนดลำดับขั้นและกรอบการดำเนินการที่มีขอบเขตการดำเนินการที่ชัดเจนยิ่งขึ้น สามารถติดตามผลได้เป็นระยะ และสอดคล้องกับลำดับขั้นความสำคัญและมีการกำหนดตัวชี้วัดที่มีความท้าทายยิ่งขึ้น รวมถึงการเปิดโอกาสให้มีการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนากระบวนการผลิตโคเนื้อและอุตสาหกรรมเนื้อโคเพื่อการส่งออกในระยะยาว โดยแนวทางที่ควรเร่งผลักดันและส่งเสริม คือ การยกระดับโรงฆ่าและชำแหละที่มีอยู่เดิมให้มีความเพียงพอ ทั้งในด้านปริมาณการผลิตคุณภาพและมาตรฐาน โดยให้มีเป้าหมายยกระดับโรงฆ่าและชำแหละให้เป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานที่สามารถส่งออกได้ โดยพิจารณาครอบคลุมถึงการพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อลดต้นทุนในการขนส่ง การเพิ่มเป้าหมายอัตราการเพิ่มประชากรโคเนื้อให้สูงกว่าร้อยละ 11 ซึ่งในปัจจุบันไม่ท้าทายอีกต่อไป รวมถึงการเพิ่มเป้าหมายโดยพิจารณาสัดส่วนการผลิตของโคเนื้อที่เป็นสายพันธุ์คุณภาพเพิ่มขึ้น และ

สำหรับระยะแรกควรพิจารณาเน้นการส่งเสริมและผลักดันการเพิ่มปริมาณและคุณภาพในกลุ่มผู้เลี้ยงที่มีการเลี้ยงแบบระบบฟาร์มหรือแบบที่มีการรวมกลุ่ม สำหรับระยะปานกลางและระยะยาว จึงขยายผลการผลักดันการเพิ่มคุณภาพของผู้เลี้ยงรายย่อยผ่านกลไกการรวมกลุ่มหรือผ่านการผลักดันการพัฒนาคุณภาพการเลี้ยงให้เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานที่มีคุณภาพสูงขึ้นการเปิดโอกาสให้สามารถแสวงหาความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนากระบวนการผลิตโคเนื้อของไทยกับประเทศคู่ค้าที่มีศักยภาพและสนใจที่จะสร้างโอกาสทางการตลาดในอาเซียนเพิ่มขึ้น เช่น การใช้กลไกการส่งเสริมการลงทุนเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการลงทุนร่วมกันระหว่างภาคการผลิตโคเนื้อของไทยและออสเตรเลีย ซึ่งการดำเนินการตามแนวทางดังกล่าวจะช่วยเร่งการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตให้มีคุณภาพได้เร็วขึ้นและลดการแข่งขันในระยะยาวเมื่อพิจารณาในภาพรวมจึงอาจกล่าวได้ว่า การปรับตัวของภาคการผลิตโคเนื้อของไทยที่ต้องให้ความสำคัญนั้นคือการปรับตัวเชิงคุณภาพเพื่อสร้างการยอมรับในระดับสากล ซึ่งจะทำให้ภาคการผลิตโคเนื้อของไทยที่แม้จะมีที่มาจากการเลี้ยงเป็นอาชีพเสริม จะสามารถก้าวไปสู่การเป็นผู้นำด้านการผลิตโคเนื้อและเนื้อโคที่เป็นเชิงอุตสาหกรรมในอาเซียนได้ไม่ยากจนเกินไป จากพื้นฐานความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์และการมีองค์ความรู้ทางด้านการเลี้ยงและพัฒนาสายพันธุ์โคเนื้อเป็นพื้นฐานเดิมที่ดีประกอบกับการปรับปรุงห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นระบบแล้ว ภาคการผลิตโคเนื้อของไทยก็จะสามารถสร้างการเติบโตโดยใช้โอกาสทางการตลาดภายใต้บริบทของความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาคหรืออาร์เซ็ป รวมถึงการเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารให้กับประเทศและภูมิภาคได้อย่างยั่งยืนต่อไป

โชค (2561) ศึกษาโครงการการจัดการกระบวนการผลิตโคเนื้อเชิงระบบเพื่อมุ่งเป้าสู่การตลาดในเขตภาคเหนือและขยายโอกาสสู่ระดับอาเซียนของสหกรณ์โคขุนดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา จากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า กระบวนการจัดการผลิตเชิงระบบให้ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่อุปทานของการผลิตโคขุนคุณภาพมีความสำคัญ เนื่องจากถ้าขาดห่วงโซ่ใดห่วงโซ่หนึ่งแล้ว อาจจะทำให้ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นไม่มากพอที่จะทำให้เกิดความยั่งยืนในอาชีพการเลี้ยงโค จากการวิเคราะห์พบว่า แม้ว่าชุดโครงการฯ จะสามารถส่งเสริมให้เกษตรกรจัดการการเลี้ยงต้นน้ำให้มีประสิทธิภาพ โดยการลดต้นทุนการเลี้ยงโคลงได้ แต่ถ้าไม่มีสหกรณ์และโรงเชือดในพื้นที่ (การขาดห่วงโซ่อุปทาน) โคขุนที่ผลิตได้ทั้งหมดก็ต้องถูกส่งไปขายในสหกรณ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อให้ได้ราคาที่สูง แต่ก็มีความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร คือ การสูญเสียน้ำหนักโค หรือความเสี่ยงที่โคจะตายระหว่างการเดินทาง อีกทั้งยังมีค่าขนส่งที่สูง ซึ่งอาจจะทำให้ผลตอบแทนโดยรวมไม่คุ้มค่าให้เกษตรกรประกอบอาชีพเลี้ยงโคได้อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีการจัดการการเลี้ยงเพื่อลดต้นทุนการผลิต รวมถึงมีการจัดตั้งสหกรณ์และโรงเชือดขึ้นมาในพื้นที่ แต่ขาดการเชื่อมโยงการผลิตโค จะทำให้เกิดปัญหาขาดสมดุลในการผลิต เนื่องจากโค 1 ตัว ใช้เวลาเลี้ยงไม่ต่ำกว่า 3 ปี จึงจะขายได้เกษตรกรจึงไม่นิยมเลี้ยงโคตลอดทั้งช่วงชีวิต แต่จะแยกกันผลิตโคพ่อแม่พันธุ์ ลูกโค โครุ่น และโคขุน

ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความต้องการของผู้เลี้ยงแต่ละกลุ่มที่ไม่สอดคล้องกัน เช่น อาจจะขาดแคลนลูกโคหรือโครุ่นสำหรับนำไปเลี้ยงขุน ทำให้ไม่สามารถวางแผนการผลิตและขยายการผลิตได้ยาก รวมถึงอาจจะทำให้การใช้ประโยชน์จากโรงเชือดไม่คุ้มค่า ดังนั้น การจัดการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานของการผลิตในการผลิตต้นน้ำโดยผ่านการดำเนินงานของสหกรณ์โคขุนดอกคำใต้ จะทำให้เกิดสมดุลในการผลิตมากขึ้น ทำให้มีผลผลิตส่งเข้าโรงเชือดอย่างต่อเนื่องและมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาด โดยสหกรณ์ฯ จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางให้กลุ่มผู้เลี้ยงโคแต่ละกลุ่มมาพบกัน และยังเป็นผู้รวบรวมโคจากผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม และขายให้เกษตรกรไปเลี้ยงต่อตามความต้องการ นอกจากนี้ ยังรับซื้อโคในราคายุติธรรมด้วยระบบการชั่งที่มีมาตรฐาน ทำให้เกษตรกรมีรายได้ที่แน่นอน ซึ่งจะนำไปสู่ความยั่งยืนในอาชีพการเลี้ยงโคในอนาคตนอกจากผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจแล้ว ชุมโคโครงการฯ ยังได้สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการผลิตโคเนื้อคุณภาพ ชุมโคโครงการฯ นี้ จึงเป็นอีกตัวอย่างของการวิจัยที่อาศัยความร่วมมือกันของหลายฝ่ายที่มีเป้าหมายร่วมกันในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับเกษตรกรรายย่อยผู้เลี้ยงโค จะพบว่า โครงการฯ ทำงานประสานกับหลายหน่วยงานทั้งกลุ่มนักวิจัยของมหาวิทยาลัยพะเยา นักวิจัยศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์พะเยา กรมปศุสัตว์ และ กลุ่มเกษตรกร โดยเน้นกระบวนการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย อีกทั้งยังมีภาคส่วนต่างๆ เข้ามาร่วมสร้างผลลัพธ์ให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเกษตรกร คือกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ที่สนับสนุนเงินทุนเพื่อจัดตั้งโรงเชือดมาตรฐาน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) ที่เป็นแหล่งทุนสำคัญที่สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนดอกเบี้ยต่ำให้กับกลุ่มเกษตรกร เครือข่ายความร่วมมือเหล่านี้ ต่างมีบทบาทสำคัญที่เข้ามาเติมเต็มและผลักดันให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและเกิดผลประโยชน์อย่างยั่งยืน

ภูษนิศา และสุพัฒน์ (2563) ศึกษาสภาพการผลิตและการตลาดโคเนื้อจังหวัดนครปฐม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 45.58 ปี มีแรงงานในฟาร์มเฉลี่ย 1.51 คน มีประสบการณ์เลี้ยงโคเนื้อ 6.67 ปี เลี้ยงโคเนื้อเฉลี่ย 31.65 ตัวต่อราย รูปแบบการเลี้ยงส่วนใหญ่ร้อยละ 96.15 เลี้ยงแบบปล่อยแทะเล็ม และขังคอก พันธุ์โคเนื้อที่เกษตรกรเลี้ยงร้อยละ 87.12 คือโคลูกผสมโคเนื้อต่างประเทศกับพื้นเมือง ในการปรับปรุงพันธุ์โคเนื้อ เกษตรกรร้อยละ 87.00 ใช้วิธีผสมเทียม ด้านการตลาด พบว่า โคเนื้อที่จำหน่ายส่วนใหญ่ร้อยละ 77.20 เป็นลูกโคหย่านม รองลงมาคือ โครุ่นพร้อมขุน ต้นทุนและผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ พบว่า ราคาโคเนื้อที่จำหน่ายโดยชั่งน้ำหนักเฉลี่ย กิโลกรัมละ 98.00 บาท จำหน่ายโดยเหมาตัว ได้แก่ พ่อแม่พันธุ์ เฉลี่ยตัวละ 42,600.00 บาท โคขุนเฉลี่ยตัวละ 45,108.53 บาท และลูกโคเฉลี่ยตัวละ 19,064.10 บาท โคเนื้อที่จำหน่ายในรอบปีที่ผ่านมา (มกราคม - ธันวาคม 2562) เฉลี่ย 25.78 ตัวต่อราย แหล่งจำหน่ายโคเนื้อมากที่สุด คือ จำหน่ายที่หน้าฟาร์มให้กับลูกค้าทั่วไป ร้อยละ 58.61 รองลงมาคือ สหกรณ์โคเนื้อ ร้อยละ 22.25 และพ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 18.18 มีต้นทุนการผลิตโคเนื้อในรอบปีที่ผ่านมา ได้แก่ ค่าพันธุ์สัตว์เฉลี่ย 589,561.86 บาท/ราย ค่าอาหารโคเนื้อเฉลี่ย

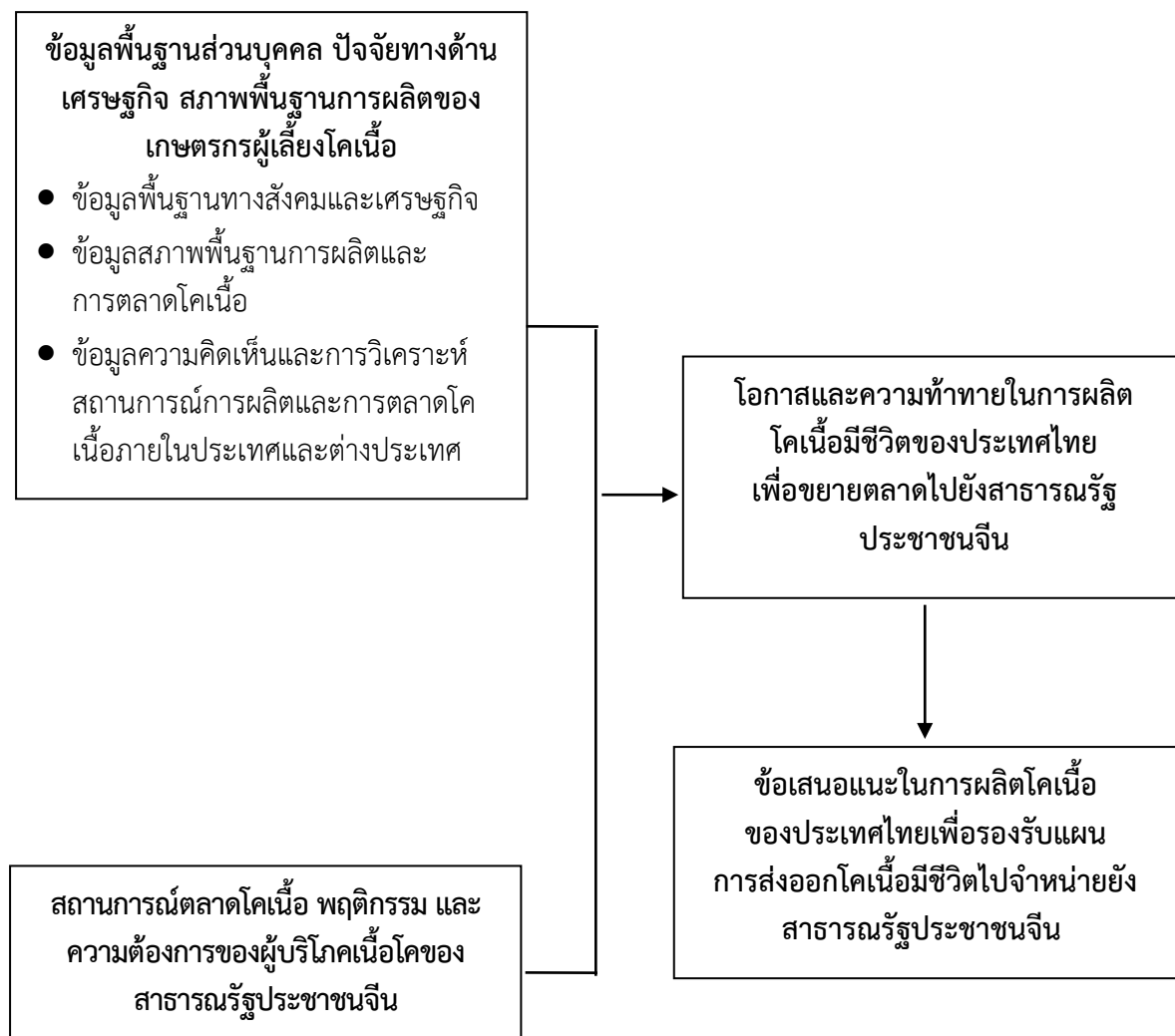
106,183.43 บาท/ราย และค่าใช้จ่ายอื่นๆ 24,778.95 บาท/ราย รวมต้นทุนการผลิตโคเนื้อเฉลี่ย 720,524.24 บาท/ราย รายได้จากการจำหน่ายโคเนื้อและผลพลอยได้จากการเลี้ยงโคเนื้อ ได้แก่ โคฟอ- แม่พันธุ์ เฉลี่ย 3.28 ตัวๆ ละ 47,275.50 บาท โคขุนเฉลี่ย 16.53 ตัวๆ ละ 45,108.53 บาท โคหย่านเฉลี่ย 5.97 ตัวๆ ละ 18,629.03 บาท มูลโคเฉลี่ย 16,910.45 บาท/ราย รวมรายได้จากการผลิตโคเนื้อรอบปีที่ผ่านมาเฉลี่ย 1,028,796.17 บาท/ราย กำไรสุทธิเฉลี่ย 308,271.93 บาท/ราย กำไรสุทธิเฉลี่ยต่อตัว 11,957.79 บาท/ราย กำไรสุทธิเฉลี่ยต่อตัวต่อวัน 32.76 บาท

สุรียพรและคณะ (2562) ศึกษาสภาพการผลิต การจัดการ และห่วงโซ่อุปทานโคเนื้อของเกษตรกรในจังหวัดเชียงรายเพื่อศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม สภาพการเลี้ยง การจัดการ ตลอดจนห่วงโซ่อุปทานโคเนื้อของเกษตรกร 2 กลุ่ม คือ เกษตรกรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม การเลี้ยงโคเนื้อกับเกษตรกรที่ไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มการเลี้ยงโคเนื้อในจังหวัดเชียงราย พบว่า ลักษณะพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรทั้งสองกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 88.89 จบการศึกษาในระดับประถมศึกษามากที่สุด ร้อยละ 65.11 เลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพเสริมจากการทำเกษตร ร้อยละ 83.33 โดยเกษตรกรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มมีรายได้จากการจำหน่ายโคเนื้อสูงกว่าเกษตรกรที่ไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม เป็นเงิน 44,095 และ 37,971 บาท/ปี ตามลำดับ สำหรับสภาพการเลี้ยงทั่วไปพบว่าทั้งสองกลุ่มมีความคล้ายคลึงกัน คือ เกษตรกรร้อยละ 83.56 เลี้ยงโคไม่เกิน 10 ตัวต่อราย มีการทำแปลงหญ้าเพื่อไว้ใช้เป็นแหล่งอาหารหยาบภายในฟาร์ม ร้อยละ 63.78 ส่วนรูปแบบการจัดการฟาร์มพบว่าเกษตรกรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มใช้วิธีผสมเทียมมากกว่าเกษตรกรที่ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่ม ร้อยละ 82.88 และ 58.23 ตามลำดับ และการเข้าถึงการบริการตรวจสุขภาพโคของเกษตรกรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มมีมากกว่าเกษตรกรที่ไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม ร้อยละ 76.03 และ 67.72 ตามลำดับ สำหรับห่วงโซ่อุปทานโคเนื้อพบว่าเกษตรกรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มการเลี้ยงโคเนื้อมีการจำหน่ายโคเนื้อโดยใช้ระบบของกลุ่ม มีระบบการชั่งน้ำหนักตามมาตรฐาน กำหนดราคาตามเกรดและคุณภาพซากของเนื้อ ส่วนเกษตรกรที่ไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มการเลี้ยงโคเนื้อ ส่วนใหญ่จำหน่ายโคโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งมีการกำหนดราคาโดยใช้สายตาทำให้ถูกกดราคาและขายโคได้ในราคาที่ต่ำ ดังนั้นการส่งเสริมให้เกษตรกรมีการเลี้ยงโคเนื้อแบบรวมกลุ่มกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานผ่านการแลกเปลี่ยนความรู้ การวางแผนการผลิต และช่องทางการตลาด

สุรียพรและคณะ (2563) ศึกษาสภาพการเลี้ยง การประเมินปัญหาและโอกาสในการผลิตโคเนื้อคุณภาพ ของเกษตรกรจังหวัดแพร่ผลการศึกษาที่ 1 ลักษณะพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 81.00 มีอายุเฉลี่ย 50.83 ± 10.64 ปีจบระดับประถมศึกษา ร้อยละ 45.00 ส่วนใหญ่เลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพเสริมร้อยละ 76.00 การศึกษาที่ 2 สภาพการเลี้ยงและการจัดการฟาร์ม พบว่าเกษตรกรมีประสบการณ์การเลี้ยงโคเนื้ออยู่ในช่วง 5 ปี ร้อยละ 47.00 มี

วัตถุประสงค์หลักในการเลี้ยงเพื่อผลิตลูกขายร้อยละ 47.33 เป็นฟาร์มขนาดเล็กร้อยละ 35.50 มีลักษณะการเลี้ยงแบบกึ่งเชิงกึ่งปล่อยร้อยละ 79.00 และมีการสำรองฟางข้าวไว้ใช้ในฤดูแล้งร้อยละ 84.00 โคที่เลี้ยงเป็นโคแม่พันธุ์ร้อยละ 53.67 เป็นพันธุ์ลูกผสมพื้นเมืองบราห์มันร้อยละ 67.20 รองลงมาคือ ลูกผสมพื้นเมืองแองกัสร้อยละ 15.51 และลูกผสมพื้นเมืองชาร์โลเลส์ร้อยละ 12.21 ในด้านการผสมพันธุ์ โรค และการสุขาภิบาลโคเนื้อ พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ผสมพันธุ์โคด้วยวิธีผสมเทียมร้อยละ 67.50 โดยมีเจ้าหน้าที่เป็นผู้ผสมให้ร้อยละ 93.33 ด้านสุขาภิบาล เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 81.00 ได้รับการทำวัคซีนโรคปากเท้าเปื่อย โรคคอบวม วัณโรค และอื่นๆ ร้อยละ 91.36, 4.32, 2.47 และ 1.85 ตามลำดับ **การศึกษาที่ 3** ปัญหาและอุปสรรคในการเลี้ยงโคเนื้อ ปัญหาที่พบ คือ การขาดแคลนอาหารหยาบในช่วงฤดูแล้งมากที่สุดร้อยละ 23.61 ขาดแหล่งเงินทุน เกิดการแพร่ระบาดของโรค ขาดความรู้เรื่องการจัดการฟาร์ม และราคาขายไม่แน่นอนร้อยละ 12.50, 12.04, 10.19 และ 9.72 ตามลำดับ และ**การศึกษาที่ 4** การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและโอกาส พบว่าเกษตรกรมีการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นสหกรณ์โคเนื้อคุณภาพดีจังหวัดแพร่ มีการสร้างอัตลักษณ์ให้เป็นโคเนื้อคุณภาพดี และปริมาณความต้องการบริโภคเนื้อโคคุณภาพที่สูงขึ้นของประเทศเพื่อนบ้าน การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมไปถึงการมีโรงฆ่าสัตว์มาตรฐาน จะช่วยเพิ่มโอกาสให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อคุณภาพได้

2.3 กรอบแนวความคิดในการศึกษา



ภาพที่ 3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องโอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อที่มีชีวิตไปจำหน่ายสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Document analysis) การสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อผู้ประกอบการซึ่งเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตและการค้าโคเนื้อที่มีชีวิตตลอดจนหน่วยงานที่กำกับดูแลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย มีรายละเอียดระเบียบวิธีการวิจัย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล ขอบเขตพื้นที่ทำการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ส่วนที่ 1 ศึกษาปัจจัยพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ ข้อมูลสภาพพื้นฐานการผลิตและการตลาดโคเนื้อ รวมถึงข้อมูลความคิดเห็นต่อสถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อใช้วิเคราะห์โอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อที่มีชีวิตของประเทศไทยประชากร คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อของประเทศไทย

จากข้อมูลศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์ ปี 2566 ประเทศไทยมีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ จำนวน 1,425,414 ราย แยกตามพื้นที่การเลี้ยงใน 4 ภูมิภาค กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน (Taro Yamane, 1973) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ระดับ 0.05

$$\begin{aligned} \text{สูตร} \quad n &= N / 1 + Ne^2 \\ \text{แทนค่าในสูตรได้ดังนี้} \quad n &= 1,425,414 / 1 + 1,425,414 (0.05)^2 \\ &= 1,425,414 / 3,564.54 \\ &= 399.89 \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ 400 ราย

รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพื้นที่ 4 ภูมิภาคของประเทศไทย

ลำดับที่	ภูมิภาค	จำนวนประชากร (ราย) (N)	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง (ราย) (n)
1	ภาคเหนือ (เขตปศุสัตว์ที่ 5, 6)	127,909	36
2	ภาคกลาง (เขตปศุสัตว์ที่ 1, 2, 7)	101,849	29
3	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (เขตปศุสัตว์ที่ 3, 4)	979,125	275
4	ภาคใต้ (เขตปศุสัตว์ที่ 8, 9)	216,531	60
รวม		1,425,414	400

3.1.2 ส่วนที่ 2 ศึกษาสถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคเนื้อโคของสาธารณรัฐประชาชนจีนมาตรการที่สาธารณรัฐประชาชนจีนกำหนด ปัจจัยที่เป็นความท้าทายในการผลิตและส่งออก รวมถึงกรณีศึกษาจากประเทศที่ส่งออกโคเนื้อสำเร็จ ดำเนินการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้มีประสบการณ์ยาวนานในการผลิตและการจำหน่ายโคเนื้อทั้งในและต่างประเทศ คือเจ้าของลุงเซวาร์ฟาร์ม และเจ้าหน้าที่กรมปศุสัตว์ที่กำกับดูแลด้านการส่งเสริม การดูแลสุขภาพมาตรฐานการเลี้ยง ตลอดจนนโยบาย และกฎ ระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกโคเนื้อของประเทศไทย ตลอดจนดำเนินการศึกษาจากเอกสารและสิ่งพิมพ์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งงานวิจัยจากเว็บไซต์ต่างๆ

การสุ่มตัวอย่าง (Sampling)

ผู้ศึกษาทำการสุ่มตัวอย่างเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อของประเทศไทยโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามจำนวนตัวอย่างในพื้นที่ที่กำหนด ดังรายละเอียดในตารางที่ 3

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมในการศึกษานี้ ประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) มีรายละเอียด ดังนี้

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบรายบุคคล (Personal Interview) ที่สร้างขึ้นเพื่อการวิจัย มีการตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์ เพื่อนำไปสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อตามจำนวนตัวอย่างที่กำหนด แล้วนำไปวิเคราะห์ทางสถิติและใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ที่กำหนดประเด็นคำถามตาม

วัตถุประสงค์ของการศึกษา แล้วนำไปสัมภาษณ์เจาะลึกผู้มีประสบการณ์ยาวนานในการผลิตและการจำหน่ายโคเนื้อทั้งในและต่างประเทศ และเจ้าหน้าที่กรมปศุสัตว์ที่กำกับดูแลด้านการส่งเสริม การดูแลสุขภาพ มาตรฐานการเลี้ยง ตลอดจนนโยบาย และกฎ ระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกโคเนื้อของประเทศไทย ดำเนินการถอดความจากการสัมภาษณ์ตามประเด็นที่กำหนดตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนตามคำพูดของผู้ให้สัมภาษณ์ อ่านข้อมูลและทำความเข้าใจเนื้อหา วิเคราะห์เนื้อหา จัดหมวดหมู่ ตีความหมาย วิเคราะห์ความเชื่อมโยง สรุปประเด็นสำคัญ นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ พร้อมทั้งตีความในบริบทของงานวิจัย

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและสิ่งพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งงานวิจัยจากเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการบริโภคเนื้อโคของผู้บริโภคของสาธารณรัฐประชาชนจีน รวมถึงกรณีศึกษาจากประเทศที่ส่งออกโคเนื้อสำเร็จ

3.3 ขอบเขตพื้นที่ทำการการศึกษา

การศึกษาเรื่อง โอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายในพื้นที่ประเทศไทยเพื่อให้เห็นภาพรวมของโอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทย เพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายสาธารณรัฐประชาชนจีน

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา รวมถึงดำเนินการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา รายละเอียด ดังนี้

3.4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์รายบุคคล (Personal Interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสัมภาษณ์เป็นแบบกึ่งโครงสร้าง (Structured Interview) ประกอบด้วย คำถามที่มีลักษณะให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ (Open-ended Question) และคำถามที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือก (Close-ended Question) บางส่วนและคำถามมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) สำหรับใช้สถิติช่วยในการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ SWOT Analysis โดยกำหนดเป็นระดับคะแนนของจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค เป็น 5 ระดับ (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2553; ศิริชัย พงษ์วิชัย 2556; บุญชม ศรีสะอาด 2560) คือ

5 คะแนน	หมายถึง	จุดแข็ง/ จุดอ่อน/ โอกาส/ อุปสรรค ในระดับมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	จุดแข็ง/ จุดอ่อน/ โอกาส/ อุปสรรค ในระดับมาก
3 คะแนน	หมายถึง	จุดแข็ง/ จุดอ่อน/ โอกาส/ อุปสรรค ในระดับพอใช้
2 คะแนน	หมายถึง	จุดแข็ง/ จุดอ่อน/ โอกาส/ อุปสรรค ในระดับน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	จุดแข็ง/ จุดอ่อน/ โอกาส/ อุปสรรค ในระดับน้อยที่สุด

ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชุด ประกอบด้วย

1) แบบสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลสภาพพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ

ตอนที่ 2 ข้อมูลสภาพพื้นฐานการผลิตและการตลาดโคเนื้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านความรู้ ประสบการณ์และการรับรู้ข่าวสารในการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย

2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วย ประเด็นคำถามเกี่ยวกับ ข้อมูลด้านการตลาดและความต้องการโคเนื้อของสาธารณรัฐประชาชนจีน จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทยเพื่อจำหน่ายไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

3.4.2 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์การศึกษา ก่อนที่จะนำไปใช้สัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ในพื้นที่เป้าหมาย ผู้ศึกษาจะทำการทดสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ก่อน โดยมีขั้นตอนดำเนินการประกอบด้วย

1) กำหนดวัตถุประสงค์และหัวข้อการศึกษา โดยระบุประเด็นสำคัญที่ต้องการศึกษาและข้อมูลที่ต้องการรวบรวมจากการสัมภาษณ์

2) สร้างแบบสัมภาษณ์โดยร่างคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาจัดเรียงคำถามให้เป็นลำดับที่เหมาะสมและเป็นธรรมชาติ ตรวจสอบความชัดเจนของภาษาและหลีกเลี่ยงคำถามซ้ำ

3) ทดสอบแบบสัมภาษณ์ (Pilot testing) โดยการนำไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงสังเกตการตอบสนองของผู้ถูกสัมภาษณ์และจดบันทึกปัญหาที่เกิดขึ้นพร้อมทั้งขอข้อเสนอแนะจากผู้ถูกสัมภาษณ์เกี่ยวกับความเข้าใจในคำถามและกระบวนการสัมภาษณ์

4) ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์แก้ไขคำถามที่ไม่ชัดเจนหรือเข้าใจยาก ปรับปรุงรูปแบบการสัมภาษณ์ให้เหมาะสมเพิ่มเติมหรือตัดคำถามที่ไม่จำเป็นออก แล้วจึงนำไปใช้ในการสัมภาษณ์จริง

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษานำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจและข้อมูลสภาพพื้นฐานการผลิตและการตลาดโคเนื้อใช้สถิติค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

2) การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคโคเนื้อของสาธารณรัฐประชาชนจีนรวมทั้งการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นความท้าทายในการผลิตและส่งออกโคเนื้อไปจำหน่ายสาธารณรัฐประชาชนจีนผู้ศึกษาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุป ด้วยวิธีการตีความและการวิเคราะห์เนื้อหาสรุปเป็นข้อมูลผลการศึกษาด้านสถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคโคเนื้อของสาธารณรัฐประชาชนจีน

3) การวิเคราะห์โอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อมีชีวิตของประเทศไทย เพื่อขยายตลาดไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนรวมทั้งการจัดทำข้อเสนอแนะในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทยเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ ส่วนที่ 3 ของแบบสัมภาษณ์ นำสถิติมาใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคสรุปเป็นข้อเสนอแนะในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทยเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีนโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับใช้เกณฑ์การแปลความหมายของช่วงคะแนนเฉลี่ย ใช้คะแนนแบบมาตราวัดลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด. 2560) สร้างเกณฑ์การประเมินและการแปลความหมายไว้ ดังนี้

คะแนนระหว่าง 4.51-5.00 แสดงว่า เป็น จุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาส/อุปสรรค ในระดับมากที่สุด

คะแนนระหว่าง 3.51-4.50 แสดงว่า เป็น จุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาส/อุปสรรค ในระดับมาก

คะแนนระหว่าง 2.51-3.50 แสดงว่า เป็น จุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาส/อุปสรรค ในระดับพอใช้

คะแนนระหว่าง 1.51-2.50 แสดงว่า เป็น จุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาส/อุปสรรค ในระดับน้อย

คะแนนระหว่าง 1.00-1.50 แสดงว่า เป็น จุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาส/อุปสรรค ในระดับน้อยที่สุด

นำข้อมูลจากการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรค จาก SWOT Analysis มาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์โดยใช้เครื่องมือ TOWS Matrix กำหนดเป็นกลยุทธ์เป็น 4 ประเภท คือ กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy)

บทที่ 4

ผลการศึกษา และวิจารณ์ผล

การศึกษาเรื่องโอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Document analysis) การสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อผู้ประกอบการซึ่งเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตและการค้าโคเนื้อที่มีชีวิต ตลอดจนหน่วยงานที่กำกับดูแล เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

4.1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สภาพพื้นฐานการผลิตของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ

4.1.1 ข้อมูลสภาพพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ

ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	287	71.75
หญิง	113	28.25
2. อายุ		
ไม่เกิน 30 ปี	15	3.75
31 - 45 ปี	118	29.50
46 – 60 ปี	193	48.25
มากกว่า 60 ปี	74	18.50
สูงสุด 80 ปี ต่ำสุด 19 ปี เฉลี่ย 50.35 ปี S.D. = 10.96		
3. สถานภาพ		
สมรส	322	80.50
โสด	56	14.00
หย่าร้าง / หม้าย	22	5.50

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษาสูงสุด		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	116	29.00
ปริญญาตรี	90	22.50
ประถมศึกษา	69	17.25
อนุปริญญา/ ปวส.	57	14.25
มัธยมศึกษาตอนต้น	55	13.75
สูงกว่าปริญญาตรี	13	3.25
5. ตำแหน่งในสังคม		
ไม่มีตำแหน่งในสังคม	343	85.75
ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน สารวัตรกำนัน	35	8.75
สมาชิก อบต./เทศบาล	11	2.75
ผู้ใหญ่บ้าน	7	1.75
กำนัน	4	1.00
6. จำนวนพื้นที่ถือครองทางการเกษตร		
ไม่เกิน 10 ไร่	157	39.25
11 – 20 ไร่	105	26.25
21 – 30 ไร่	40	10.00
31 – 40 ไร่	26	6.50
41 – 50 ไร่	25	6.25
มากกว่า 50 ไร่	47	11.75
สูงสุด 2,000 ไร่ ต่ำสุด 0.25 ไร่ เฉลี่ย 31.32 ไร่		
S.D. = 105.68		
6.1 เป็นของตนเอง		
ไม่มีพื้นที่เป็นของตนเอง	42	10.50
มีพื้นที่เป็นของตนเอง	358	89.50
ไม่เกิน 10 ไร่	(146)	(36.50)
11 – 20 ไร่	(97)	(24.25)
21 – 30 ไร่	(36)	(9.00)

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
31 – 40 ไร่	(22)	(5.50)
41 – 50 ไร่	(24)	(6.00)
มากกว่า 50 ไร่	(33)	(8.25)
สูงสุด 2,000 ไร่ ต่ำสุด 0 ไร่ เฉลี่ย 26.49 ไร่		
S.D. = 104.81		
6.2 พื้นที่เช่า		
ไม่มีพื้นที่เช่า	315	78.75
มีพื้นที่เช่า	85	21.25
ไม่เกิน 10 ไร่	(47)	(11.75)
11 – 20 ไร่	(17)	(4.25)
21 – 30 ไร่	(8)	(2.00)
31 – 40 ไร่	(3)	(0.75)
41 – 50 ไร่	(1)	(0.25)
มากกว่า 50 ไร่	(9)	(2.25)
สูงสุด 105 ไร่ ต่ำสุด 0 ไร่ เฉลี่ย 4.18 ไร่		
S.D. = 14.08		
6.3 เป็นพื้นที่ของคนในครอบครัว (ไม่ใช่คู่สมรส)		
ไม่มีพื้นที่ของคนในครอบครัว (ไม่ใช่คู่สมรส)	370	92.50
มีพื้นที่ของคนในครอบครัว (ไม่ใช่คู่สมรส)	30	7.50
ไม่เกิน 10 ไร่	(23)	(5.75)
11 – 20 ไร่	(5)	(1.25)
21 – 30 ไร่	(1)	(0.25)
41 – 50 ไร่	(1)	(0.25)
สูงสุด 49 ไร่ ต่ำสุด 0 ไร่ เฉลี่ย 0.66 ไร่		
S.D. = 3.49		
7. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน		
ไม่เกิน 4 คน	239	59.75
5 - 8 คน	151	37.75

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
9 - 12 คน	9	2.25
มากกว่า 20 คน	1	0.25
สูงสุด 21 ราย ต่ำสุด 1 ราย เฉลี่ย 4.52 ราย S.D. = 1.90		
8. จำนวนแรงงานทั้งหมดที่ใช้เลี้ยงโคเนื้อ		
ไม่เกิน 3 คน	372	93.00
4 - 6 คน	15	3.75
7 - 9 คน	8	2.00
10 - 12 คน	3	0.75
มากกว่า 12 คน	2	0.50
สูงสุด 20 ราย ต่ำสุด 1 ราย เฉลี่ย 2.47 ราย S.D. = 1.83		
8.1 จำนวนแรงงานในครอบครัวที่ใช้เลี้ยงโคเนื้อ		
ไม่เกิน 3 คน	388	97.00
4 - 6 คน	8	2.00
7 - 9 คน	3	0.75
10 - 12 คน	1	0.25
สูงสุด 10 ราย ต่ำสุด 0 ราย เฉลี่ย 2.00 ราย S.D. = 1.16		
8.2 จำนวนแรงงานที่จ้างใช้เลี้ยงโคเนื้อ		
ไม่มีแรงงานจ้างเลี้ยง	338	84.50
มีแรงงานจ้างเลี้ยง	62	15.50
ไม่เกิน 3 คน	(46)	(11.50)
4 - 6 คน	(7)	(1.75)
7 - 9 คน	(6)	(1.50)
10 - 12 คน	(1)	(0.25)
มากกว่า 12 คน	(2)	(0.50)

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
สูงสุด 18 ราย ต่ำสุด 0 ราย เฉลี่ย 0.47 ราย S.D. = 1.72		
9. เลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม		
อาชีพหลัก	141	35.25
อาชีพเสริม	259	64.75
มีอาชีพหลักเป็นอาชีพเกษตรกรรม (ทำนา ทำไร่ ทำสวน เลี้ยงสัตว์อื่นๆ)	(176)	(44.00)
มีอาชีพหลักเป็นอาชีพนอกภาคเกษตร	(83)	(20.75)
10. รายได้ของครัวเรือนในรอบปีที่ผ่านมา (12 เดือน)		
ไม่เกิน 600,000 บาท	339	87.75
600,001 – 1,200,000 บาท	40	10.00
1,200,001 – 1,800,000 บาท	8	2.00
1,800,001 – 2,400,000 บาท	7	1.75
2,400,001 – 3,000,000 บาท	1	0.25
3,600,001 – 4,200,000 บาท	1	0.25
4,800,001 – 5,400,000 บาท	2	0.50
7,200,001 – 7,800,000 บาท	1	0.25
มากกว่า 8,400,000 บาท	1	0.25
สูงสุด 10,000,000 บาท ต่ำสุด 7,000บาท เฉลี่ย 406,539.92 บาท S.D. = 796,441.67		
10.1 รายได้จากการเลี้ยงโคเนื้อ		
ไม่มีรายได้จากการเลี้ยงโคเนื้อ	24	6.00
มีรายได้จากการเลี้ยงโคเนื้อ	376	94.00
ไม่เกิน 600,000 บาท	(353)	(88.25)
600,001 – 1,200,000 บาท	(12)	(3.00)
1,200,001 – 1,800,000 บาท	(2)	(0.50)
1,800,001 – 2,400,000 บาท	(5)	(1.25)

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
2,400,001 – 3,000,000 บาท	(1)	(0.25)
4,800,001 – 5,400,000 บาท	(1)	(0.25)
7,200,001 – 7,800,000 บาท	(1)	(0.25)
มากกว่า 8,400,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 10,000,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 232,771.38 บาท S.D. = 725,118.44		
1) รายได้จากการขายลูกโคเนื้อ		
ไม่มีรายได้จากการขายลูกโคเนื้อ	135	33.75
มีรายได้จากการขายลูกโคเนื้อ	265	66.25
ไม่เกิน 600,000 บาท	(259)	(64.75)
600,001 – 1,200,000 บาท	(4)	(1.00)
1,800,001 – 2,400,000 บาท	(1)	(0.25)
มากกว่า 8,400,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 9,800,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 84,616.00 บาท S.D. = 509,803.94		
2) รายได้จากการขายโคแม่พันธุ์		
ไม่มีรายได้จากการขายโคแม่พันธุ์	289	72.25
มีรายได้จากการขายโคแม่พันธุ์	111	27.75
ไม่เกิน 600,000 บาท	(110)	(27.50)
600,001 – 1,200,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 1,000,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 16,086.25 บาท S.D. = 61,691.34		
3) รายได้จากการขายโคพ่อพันธุ์		
ไม่มีรายได้จากการขายโคพ่อพันธุ์	351	87.75
มีรายได้จากการขายโคพ่อพันธุ์	49	12.25
ไม่เกิน 600,000 บาท	(49)	(12.25)
สูงสุด 490,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 8,770.00 บาท S.D. = 38,740.73		

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
4) รายได้จากการขายมูลโค		
ไม่มีรายได้จากการขายมูลโค	172	43.00
มีรายได้จากการขายมูลโค	228	57.00
ไม่เกิน 30,000 บาท	(198)	(49.50)
30,001 – 60,000 บาท	(14)	(3.50)
60,001 – 90,000 บาท	(5)	(1.25)
90,001 – 120,000 บาท	(7)	(1.75)
180,000 – 210,000 บาท	(2)	(0.50)
มากกว่า 270,000 บาท	(2)	(0.50)
สูงสุด 300,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 11,343.25 บาท S.D. = 30,401.84		
5) รายได้จากการขายโคขุน		
ไม่มีรายได้จากการขายโคขุน	289	72.25
มีรายได้จากการขายโคขุน	111	27.75
ไม่เกิน 600,000 บาท	(96)	(24.00)
600,001 – 1,200,000 บาท	(8)	(2.00)
1,200,001 – 1,800,000 บาท	(1)	(0.25)
1,800,001 – 2,400,000 บาท	(4)	(1.00)
4,800,001 – 5,400,000 บาท	(1)	(0.25)
6,600,001 – 7,200,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 7,000,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 111,873.88 บาท S.D. = 498,080.24		
10.2 รายได้จากการทำการเกษตรอื่นๆ(ทำนา ทำไร่ ประมง เลี้ยงสัตว์อื่นๆ)		
ไม่มีรายได้จากการทำการเกษตรอื่นๆ	116	29.00
มีรายได้จากการทำการเกษตรอื่นๆ	284	71.00
ไม่เกิน 600,000 บาท	(277)	(69.25)
600,001 – 1,200,000 บาท	(6)	(1.50)
4,200,001 – 4,800,000 บาท	(1)	(0.25)

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
สูงสุด 4,600,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท เฉลี่ย 95,203.25 บาท S.D. = 268,714.45		
10.3 รายได้นอกภาคการเกษตร		
ไม่มีรายได้นอกภาคการเกษตร	212	53.00
มีรายได้นอกภาคการเกษตร	188	47.00
ไม่เกิน 600,000 บาท	(181)	(45.25)
600,001 – 1,200,000 บาท	(5)	(1.25)
1,200,001 – 1,800,000 บาท	(1)	(0.25)
2,400,001 – 3,000,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 3,000,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท เฉลี่ย 78,647.29 บาท S.D. = 224,719.27		
11. แหล่งเงินทุนจากการเลี้ยงโคเนื้อส่วนใหญ่		
เงินทุนของตนเอง	200	50.00
เงินทุนตัวเองและกู้ยืม	161	40.25
กู้ยืม	38	9.50
เงินทุนจากคนรับซื้อปลายทาง	1	0.25
12. สถานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวในปัจจุบัน		
ไม่มีภาระหนี้สิน	112	28.00
มีภาระหนี้สิน	288	72.00
ไม่ระบุจำนวน	(33)	(8.25)
ไม่เกิน 50,000 บาท	(24)	(6.00)
50,001 – 100,000 บาท	(35)	(8.75)
100,001 – 200,000 บาท	(34)	(8.50)
200,001 – 300,000 บาท	(26)	(6.50)
300,001 – 400,000 บาท	(14)	(3.50)
400,001 – 500,000 บาท	(28)	(7.00)
มากกว่า 500,000 บาท	(94)	(23.50)

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
สูงสุด 10,000,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 473,275.16 บาท S.D. = 936,617.02		

จากข้อมูลในตารางที่ 4 พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 71.75 เพศหญิงมีเพียงร้อยละ 28.25 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 46 – 60 ปี ร้อยละ 48.25 รองลงมาคือช่วงอายุ 31 – 45 ปี ร้อยละ 29.50 โดยมีอายุเฉลี่ย 50.35 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสร้อยละ 80.50 ในด้านการศึกษา เกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. ร้อยละ 29.00 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี ร้อยละ 22.50 และระดับประถมศึกษา ร้อยละ 17.25 ส่วนใหญ่ไม่มีตำแหน่งในสังคม ร้อยละ 85.75 มีเพียงส่วนน้อยที่เป็นผู้นำชุมชน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน หรือสมาชิก อบต./เทศบาล ด้านการถือครองที่ดิน พบว่าทุกครัวเรือนมีพื้นที่ทำการเกษตร โดยถือครองมากที่สุดไม่เกิน 10 ไร่ ร้อยละ 39.25 พื้นที่ถือครองเฉลี่ย 31.32 ไร่ แต่มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูง S.D. = 105.68 แสดงถึงความแปรปรวนของการถือครองพื้นที่ค่อนข้างมาก ทั้งนี้พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นของตนเอง เฉลี่ย 26.49 ไร่ ขณะที่พื้นที่เช่าและพื้นที่ของคนในครอบครัวมีปริมาณน้อยมากเฉลี่ย 4.18 ไร่ และ 0.66 ไร่ ตามลำดับ จำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.52 คน ส่วนใหญ่มีแรงงานที่ใช้เลี้ยงโคเนื้อในระดับครอบครัว โดยเฉลี่ย 2.00 คน และจ้างแรงงานภายนอกน้อยมาก เฉลี่ย 0.47 คนในด้านอาชีพ พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่เลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพเสริม โดยมีอาชีพหลักเป็นการทำเกษตรกรรมอื่น ร้อยละ 44.00 ขณะที่เกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพหลักร้อยละ 35.25 รายได้รวมของครัวเรือนในรอบปีที่ผ่านมามีความแปรปรวนสูง S.D. = 796,441.67 โดยรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 406,539.92 บาท แต่มีค่าสูงสุดถึง 10,000,000 บาท รายได้จากการเลี้ยงโคเนื้อเฉลี่ย 232,689.38 บาท โดยมาจากหลายแหล่งเรียงตามลำดับมากไปหาน้อย ได้แก่ การขายโคขุนรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 111,873.88 บาท ลูกโคเนื้อรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 84,616.0 บาท โคแม่พันธุ์รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 16,086.25 บาท มูลโครายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 11,343.25 บาท และโคพ่อพันธุ์รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 8,770.00 บาท ซึ่งรายได้จากการขายโคขุนและลูกโคเนื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดรายได้จากอาชีพเกษตรอื่น (ทำนา ทำไร่ ประมง ฯลฯ) เฉลี่ย 95,203.25 บาท ขณะที่รายได้จากอาชีพนอกภาคเกษตรเฉลี่ย 78,647.29 บาทแหล่งเงินทุนในการเลี้ยงโคเนื้อส่วนใหญ่เป็นเงินทุนของตนเอง ร้อยละ 50.00 และบางส่วนใช้การกู้ยืมหรือเงินทุนของตนเองผสมผสาน ขณะที่สถานะทางเศรษฐกิจของครัวเรือนโดยรวมยังมีการหนี้สินสูงถึงร้อยละ 72.00 โดยกว่าครึ่งหนึ่งของผู้หนี้สินมีจำนวนหนี้เกิน 200,000.00 บาท

จากผลการศึกษาที่พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่อายุระหว่าง 41 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.00 มีการศึกษาระดับประถมศึกษาร้อยละ 48.00 เลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพเสริม โดยมีอาชีพหลักเป็นการทำเกษตรกรรมอื่น ร้อยละ 44.00 ขณะที่เกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพหลักเพียงร้อยละ 35.25 ซึ่งสะท้อนถึงข้อจำกัดด้านศักยภาพในการพัฒนาเทคโนโลยีฟาร์มสอดคล้องกับข้อมูลของกรมปศุสัตว์ (2566) ที่ระบุว่า ประเทศไทยมีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อจำนวน 1.44 ล้านราย โดยเฉลี่ยเลี้ยงโคเนื้อเพียง 7 ตัวต่อราย ซึ่งถือเป็นฟาร์มขนาดย่อยร้อยละ 77.49 ของโคทั้งประเทศโครงสร้างประชากรเกษตรกรแบบรายย่อยนี้เป็นข้อจำกัดสำคัญต่อการยกระดับการผลิตให้เข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมหรือรองรับการส่งออกในระยะยาวซึ่งผลการศึกษาของกาญจณีและคณะ (2563) ที่ศึกษาโอกาสและความท้าทายของภาคการผลิตโคเนื้อของไทยภายใต้ข้อตกลงอาร์เซ็ปได้นำเสนอว่าแนวทางหนึ่งที่ควรเร่งผลักดันและส่งเสริมการเพิ่มเป้าหมายปริมาณโคเนื้อ คือการพิจารณาสัดส่วนการผลิตของโคเนื้อที่เป็นสายพันธุ์คุณภาพเพิ่มขึ้น โดยระยะแรกควรพิจารณามุ่งเน้นการส่งเสริมและผลักดันการเพิ่มปริมาณและคุณภาพในกลุ่มผู้เลี้ยงที่มีการเลี้ยงแบบระบบฟาร์มหรือแบบที่มีการรวมกลุ่ม สำหรับระยะปานกลางและระยะยาวจึงขยายผลการผลักดันการเพิ่มคุณภาพของผู้เลี้ยงรายย่อยผ่านกลไกการรวมกลุ่มหรือผ่านการผลักดันการพัฒนาคุณภาพการเลี้ยงให้เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานที่มีคุณภาพสูงขึ้น

4.1.2 ข้อมูลสภาพพื้นฐานการผลิตและการตลาดโคเนื้อ

1) ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
1. ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคเนื้อ		
ไม่เกิน 10 ปี	241	60.25
11 – 20 ปี	89	22.25
21 – 30 ปี	45	11.25
31 – 40 ปี	19	4.75
41 – 50 ปี	4	1.00
มากกว่า 50 ปี	2	0.50
สูงสุด 60 ปี ต่ำสุด 1 ปี เฉลี่ย 13.02 ปี		
S.D. = 10.78		
2. วัตถุประสงค์การเลี้ยงโคเนื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ผลิตลูกจำหน่าย	282	70.50
เลี้ยงขุนผลิตเป็นเนื้อโคจำหน่ายตลาดบน	122	30.50

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
เลี้ยงขุนระยะสั้นจำหน่าย	119	29.75
จำหน่ายสายพันธุ์ (พ่อ – แม่)	96	24.00
รวบรวมเพื่อจำหน่าย (นายฮ้อย)	66	16.50
3. รูปแบบการเลี้ยง		
แบบกึ่งขังกึ่งปล่อย	238	59.50
แบบขังคอก	132	33.00
แบบไล่ต้อน	30	7.50
4. พื้นที่เลี้ยงโคเนื้อ (ไร่)		
ไม่เกิน 10 ไร่	358	89.50
11 – 20 ไร่	37	9.25
21 – 30 ไร่	3	0.75
31 – 40 ไร่	1	0.25
41 – 50 ไร่	1	0.25
สูงสุด 50ไร่ ต่ำสุด 0.25 ไร่ เฉลี่ย 4.09 ไร่		
S.D. = 5.82		
5. จำนวนและประเภทโคเนื้อที่มีอยู่ในปัจจุบันทั้งหมด		
ไม่เกิน 20 ตัว	200	50.00
21 - 100 ตัว	163	40.75
101 - 200 ตัว	18	4.50
มากกว่า 200 ตัว	19	4.75
สูงสุด 1,212 ตัว ต่ำสุด 1 ตัว เฉลี่ย 52.02 ตัว		
S.D. = 117.69		
5.1 โคเพศผู้แรกเกิด – ไม่เกิน 1 ปี		
ไม่มีโคเพศผู้แรกเกิด – ไม่เกิน 1 ปี	119	29.75
มีโคเพศผู้แรกเกิด – ไม่เกิน 1 ปี	281	70.25
ไม่เกิน 20 ตัว	(267)	(66.75)
21 - 100 ตัว	(14)	(3.50)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคนเนื้อและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคนเนื้อและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
สูงสุด 100 ตัว ต่ำสุด 0 ตัว เฉลี่ย 4.34 ตัว S.D. = 10.20		
5.2 โคนเพศผู้อายุ 1 – 3 ปี		
ไม่มีโคนเพศผู้อายุ 1 – 3 ปี	133	33.25
มีโคนเพศผู้อายุ 1 – 3 ปี	267	66.75
ไม่เกิน 20 ตัว	(252)	(63.00)
21 - 100 ตัว	(11)	(2.75)
101 - 200 ตัว	(4)	(1.00)
สูงสุด 200 ตัว ต่ำสุด 0 ตัว เฉลี่ย 5.58 ตัว S.D. = 18.67		
5.3 โคนเพศผู้อายุ 3 ปี ขึ้นไป (พ่อพันธุ์)		
ไม่มีโคนเพศผู้อายุ 3 ปี ขึ้นไป (พ่อพันธุ์)	267	66.75
มีโคนเพศผู้อายุ 3 ปี ขึ้นไป (พ่อพันธุ์)	133	33.25
ไม่เกิน 20 ตัว	(128)	(32.00)
21 - 100 ตัว	(4)	(1.00)
101 - 200 ตัว	(1)	(0.25)
สูงสุด 120 ตัว ต่ำสุด 0 ตัว เฉลี่ย 1.65 ตัว S.D. = 8.40		
5.4 โคนเพศเมียแรกเกิด – ไม่เกิน 1 ปี		
ไม่มีโคนเพศเมียแรกเกิด – ไม่เกิน 1 ปี	127	31.75
มีโคนเพศเมียแรกเกิด – ไม่เกิน 1 ปี	273	68.25
ไม่เกิน 20 ตัว	(257)	(64.25)
21 - 100 ตัว	(16)	(4.00)
สูงสุด 100 ตัว ต่ำสุด 0 ตัว เฉลี่ย 4.48 ตัว S.D. = 9.99		
5.5 โคนเพศเมียอายุ 1 – 3 ปี		
ไม่มีโคนเพศเมียอายุ 1 – 3 ปี	107	26.75
มีโคนเพศเมียอายุ 1 – 3 ปี	293	73.25

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ตัว	(264)	(66.00)
21 - 100 ตัว	(26)	(6.50)
101 - 200 ตัว	(3)	(0.75)
สูงสุด 162 ตัว ต่ำสุด 0 ตัว เฉลี่ย 6.57 ตัว S.D. = 15.95		
5.6 โคเพศเมียอายุ 3 ปี ขึ้นไป (แม่พันธุ์)		
ไม่มีโคเพศเมียอายุ 3 ปี ขึ้นไป (แม่พันธุ์)	74	18.50
มีโคเพศเมียอายุ 3 ปี ขึ้นไป (แม่พันธุ์)	326	81.50
ไม่เกิน 20 ตัว	(290)	(72.50)
21 - 100 ตัว	(30)	(7.50)
101 - 200 ตัว	(3)	(0.75)
มากกว่า 200 ตัว	(3)	(0.75)
สูงสุด 807 ตัว ต่ำสุด 0 ตัว เฉลี่ย 12.86 ตัว S.D. = 49.36		
5.7 โคขุนระยะสั้น (ขุนไม่เกิน 3 เดือน)		
ไม่มีโคขุนระยะสั้น (ขุนไม่เกิน 3 เดือน)	340	85.00
มีโคขุนระยะสั้น (ขุนไม่เกิน 3 เดือน)	60	15.00
ไม่เกิน 20 ตัว	(47)	(11.75)
21 - 100 ตัว	(7)	(1.75)
101 - 200 ตัว	(2)	(0.50)
มากกว่า 200 ตัว	(4)	(1.00)
สูงสุด 700 ตัว ต่ำสุด 0 ตัว เฉลี่ย 7.53 ตัว S.D. = 53.28		
5.8 โคขุนคุณภาพ (ขุน 4 -18 เดือน)		
ไม่มีโคขุนคุณภาพ (ขุน 4 -18 เดือน)	293	73.25
มีโคขุนคุณภาพ (ขุน 4 -18 เดือน)	107	26.75
ไม่เกิน 20 ตัว	(94)	(23.50)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
21 - 100 ตัว	(11)	(2.75)
101 - 200 ตัว	(1)	(0.25)
มากกว่า 200 ตัว	(1)	(0.25)
สูงสุด 215 ตัว ต่ำสุด 0 ตัว เฉลี่ย 4.11 ตัว		
S.D. = 18.50		
5.9 โคขุนคุณภาพ (ขุน 18 เดือนขึ้นไป)		
ไม่มีโคขุนคุณภาพ (ขุน 18 เดือนขึ้นไป)	340	85.00
มีโคขุนคุณภาพ (ขุน 18 เดือนขึ้นไป)	60	15.00
ไม่เกิน 20 ตัว	(54)	(13.50)
21 - 100 ตัว	(4)	(1.00)
101 - 200 ตัว	(1)	(0.25)
มากกว่า 200 ตัว	(1)	(0.25)
สูงสุด 300 ตัว ต่ำสุด 0 ตัว เฉลี่ย 2.55 ตัว		
S.D. = 18.33		
5.10 อื่นๆ (โคซาก)		
ไม่มีโคอื่นๆ (โคซาก)	336	84.00
มีโคอื่นๆ (โคซาก)	64	16.00
ไม่เกิน 20 ตัว	(51)	(12.75)
21 - 100 ตัว	(12)	(3.00)
101 - 200 ตัว	(1)	(0.25)
สูงสุด 130 ตัว ต่ำสุด 0 ตัว เฉลี่ย 2.36 ตัว		
S.D. = 9.35		
6. สายพันธุ์โคเนื้อที่เลี้ยงในฟาร์ม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
พันธุ์ลูกผสมบราห์มัน	280	70.00
พันธุ์ลูกผสมยุโรป	163	40.75
พันธุ์พื้นเมือง	129	32.25
พันธุ์ลูกผสมวากิวหรือสายพันธุ์ญี่ปุ่น	91	22.75
พันธุ์แท้ (เลือด 100 %)	42	10.50

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
7. วิธีการผสมพันธุ์โคเนื้อ		
ไม่ได้มีการผสมพันธุ์โคเนื้อ	3	0.75
มีการผสมพันธุ์โคเนื้อ	397	99.25
ผสมเทียม	(208)	(52.00)
ผสมจริงและผสมเทียม	(142)	(35.50)
ผสมจริงโดยใช้พ่อพันธุ์คุมฝูง	(47)	(11.75)
8. ชนิดอาหารสัตว์ที่ใช้ในฟาร์ม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
อาหารหยาบ	333	83.25
อาหารข้นสำเร็จรูป	209	52.25
วัตถุดิบอาหารข้น	81	20.25
อาหารผสมครบส่วน (TMR)	68	17.00
9. การปลูกพืชอาหารสัตว์		
ปลูก	364	91.00
ไม่ได้ปลูก	36	9.00
10. พื้นที่ปลูกพืชอาหารสัตว์ทั้งหมด (ไร่/ราย)		
ไม่มีพื้นที่ปลูกพืชอาหารสัตว์	36	9.00
มีพื้นที่ปลูกพืชอาหารสัตว์	364	91.00
ไม่เกิน 10 ไร่	(309)	(77.25)
11 – 20 ไร่	(25)	(6.25)
21 – 30 ไร่	(9)	(2.25)
31 – 40 ไร่	(3)	(0.75)
41 – 50 ไร่	(4)	(1.00)
มากกว่า 50 ไร่	(14)	(3.50)
สูงสุด 2,000 ไร่ ต่ำสุด 0 ไร่ เฉลี่ย 13.15 ไร่		
S.D. = 101.21		

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
11. ชนิดและจำนวนพื้นที่ปลูกพืชอาหารสัตว์		
11.1 หญ้าเนเปียร์ปากช่อง 1		
ไม่ได้ปลูกหญ้าเนเปียร์ปากช่อง 1	211	52.75
ปลูกหญ้าเนเปียร์ปากช่อง 1	189	47.25
ไม่เกิน 10 ไร่	(174)	(43.50)
11 – 20 ไร่	(4)	(1.00)
21 – 30 ไร่	(4)	(1.00)
31 – 40 ไร่	(3)	(0.75)
41 – 50 ไร่	(2)	(0.50)
มากกว่า 50 ไร่	(2)	(0.50)
สูงสุด 80 ไร่ ต่ำสุด 0 ไร่ เฉลี่ย 2.49 ไร่		
S.D. = 8.20		
11.2 หญ้ารูชี		
ไม่ได้ปลูกหญ้ารูชี	287	71.75
ปลูกหญ้ารูชี	113	28.25
ไม่เกิน 10 ไร่	(96)	(24.00)
11 – 20 ไร่	(5)	(1.25)
21 – 30 ไร่	(5)	(1.25)
31 – 40 ไร่	(2)	(0.50)
41 – 50 ไร่	(2)	(0.50)
มากกว่า 50 ไร่	(3)	(0.75)
สูงสุด 2,000 ไร่ ต่ำสุด 0 ไร่ เฉลี่ย 7.05 ไร่		
S.D. = 100.24		
11.3 หญ้าแพงโกล่า		
ไม่ได้ปลูกหญ้าแพงโกล่า	234	58.50
ปลูกหญ้าแพงโกล่า	166	41.50
ไม่เกิน 10 ไร่	(152)	(38.00)
11 – 20 ไร่	(6)	(1.50)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคนมและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคนมและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
21 – 30 ไร่	(2)	(0.50)
31 – 40 ไร่	(2)	(0.50)
41 – 50 ไร่	(1)	(0.25)
มากกว่า 50 ไร่	(3)	(0.75)
สูงสุด 100 ไร่ ต่ำสุด 0 ไร่ เฉลี่ย 2.50 ไร่		
S.D. = 9.30		
11.4 หญ้าขน		
ไม่ได้ปลูกหญ้าขน	351	87.75
ปลูกหญ้าขน	49	12.25
ไม่เกิน 10 ไร่	(46)	(11.50)
11 – 20 ไร่	(3)	(0.75)
สูงสุด 18 ไร่ ต่ำสุด 0 ไร่ เฉลี่ย 0.37 ไร่		
S.D. = 1.70		
11.5 หญ้ากินนีสีม่วง		
ไม่ได้ปลูกหญ้ากินนีสีม่วง	326	81.50
ปลูกหญ้ากินนีสีม่วง	74	18.50
ไม่เกิน 10 ไร่	(74)	(18.50)
สูงสุด 10 ไร่ ต่ำสุด 0 ไร่ เฉลี่ย 0.35 ไร่		
S.D. = 1.02		
11.6 ถั่วฮามาต้า		
ไม่ได้ปลูกถั่วฮามาต้า	396	99.00
ปลูกถั่วฮามาต้า	4	1.00
ไม่เกิน 10 ไร่	(4)	(1.00)
สูงสุด 5 ไร่ ต่ำสุด 0 ไร่ เฉลี่ย 0.02 ไร่		
S.D. = 0.30		
11.7 ข้าวโพดหวาน		
ไม่ได้ปลูกข้าวโพดหวาน	393	98.25
ปลูกข้าวโพดหวาน	7	1.75

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10 ไร่	(6)	(1.50)
11 – 20 ไร่	(1)	(0.25)
สูงสุด 25 ไร่ ต่ำสุด 0 ไร่ เฉลี่ย 0.14 ไร่		
S.D. = 1.44		
11.8 หญ้าไนล์		
ไม่ได้ปลูกหญ้าไนล์	378	94.50
ปลูกหญ้าไนล์	22	5.50
ไม่เกิน 10 ไร่	(22)	(5.50)
สูงสุด 10 ไร่ ต่ำสุด 0 ไร่ เฉลี่ย 0.16 ไร่		
S.D. = 0.97		
11.9 หญ้าชิกแนล		
ไม่ได้ปลูกหญ้าชิกแนล	396	99.00
ปลูกหญ้าชิกแนล	4	1.00
ไม่เกิน 10 ไร่	(3)	(0.75)
11 – 20 ไร่	(1)	(0.25)
สูงสุด 20 ไร่ ต่ำสุด 0 ไร่ เฉลี่ย 0.07 ไร่		
S.D. = 1.03		
11.10 หญ้าพลิแคตุลัม		
ไม่ได้ปลูกหญ้าพลิแคตุลัม	397	99.25
ปลูกหญ้าพลิแคตุลัม	3	0.75
ไม่เกิน 10 ไร่	(3)	(0.75)
สูงสุด 6 ไร่ ต่ำสุด 0 ไร่ เฉลี่ย 0.04 ไร่		
S.D. = 0.46		
12. การสำรองอาหารหยาบไว้ใช้		
มีการสำรอง	271	67.75
ไม่มีการสำรอง	129	32.25

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
13. การถนอมพืชอาหารสัตว์		
ไม่มีการดำเนินการ	106	26.50
มีการดำเนินการ	294	73.50
จัดทำหญ้าแห้ง หรือพืชอาหารสัตว์แบบแห้ง	(147)	(36.75)
จัดทำหญ้าหมัก หรือพืชอาหารสัตว์แบบหมัก	(69)	(17.25)
จัดทำทั้งแบบแห้งและแบบหมัก	(78)	(19.50)
14. การได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม		
ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานใด	270	67.50
ได้รับการรับรองมาตรฐาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	130	32.50
มาตรฐาน GFM	(113)	(28.25)
มาตรฐานฟาร์มปลอดสารเร่งเนื้อแดง	(23)	(5.75)
มาตรฐาน GAP	(13)	(3.25)
มาตรฐานฟาร์มปลอดโรค FMD	(9)	(2.25)
15. การฉีดวัคซีนป้องกันโรค FMD		
ไม่มีการดำเนินการ	13	3.25
ดำเนินการ	387	96.75
ฉีดวัคซีนป้องกันโรค FMD ปีละ 1 ครั้ง	(67)	(16.75)
ฉีดวัคซีนป้องกันโรค FMD ปีละ 2 ครั้ง	(296)	(74.00)
ฉีดวัคซีนป้องกันโรค FMD ปีละ 3 ครั้ง	(24)	(6.00)
16. การฉีดวัคซีนป้องกันโรค LSD		
ไม่มีการดำเนินการ	70	17.50
ดำเนินการ	330	82.50
ฉีดวัคซีนป้องกันโรค LSD ปีละ 1 ครั้ง	(303)	(75.75)
ฉีดวัคซีนป้องกันโรค LSD ปีละ 2 ครั้ง	(27)	(6.75)
17. การถ่ายพยาธิ		
ไม่มีการถ่ายพยาธิ	2	0.50
มีการถ่ายพยาธิ	398	99.50
ปีละ 1 ครั้ง	(9)	(2.25)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคนมและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคนมและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
ปีละ 2 ครั้ง	(127)	(31.75)
ปีละ 3 ครั้ง	(255)	(63.75)
ปีละ 4 ครั้ง	(6)	(1.50)
ปีละ 5 ครั้ง	(1)	(0.25)
18. การทำเครื่องหมายประจำตัวสัตว์		
ไม่ได้ทำเครื่องหมายประจำตัวสัตว์	242	60.50
มีการทำเครื่องหมายประจำตัวสัตว์	158	39.50
ทำเครื่องหมาย NID เฉพาะตัวที่เคลื่อนย้าย	(89)	(22.25)
ทำเครื่องหมาย NID โคทุกตัวในฟาร์ม	(49)	(12.25)
ทำเครื่องหมาย RFID โคทุกตัวในฟาร์ม	(9)	(2.25)
ทำเครื่องหมาย RFID เฉพาะตัวที่เคลื่อนย้าย	(9)	(2.25)
ทำเครื่องหมายที่กำหนดเอง เช่น ดีเบอร์ร่อน	(7)	(1.75)
โคทุกตัวในฟาร์ม		
19. ค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงโคนม (ในรอบปีที่ผ่านมา)		
ไม่เกิน 500,000 บาท	348	87.00
500,001 – 1,000,000 บาท	21	5.25
1,000,001 – 1,500,000 บาท	8	2.00
1,500,001 - 2,000,000 บาท	6	1.50
2,000,001 - 2,500,000 บาท	2	0.50
2,500,001 - 3,000,000 บาท	3	0.75
3,000,001 - 3,500,000 บาท	1	0.25
3,500,001 - 4,000,000 บาท	1	0.25
4,000,001 - 4,500,000 บาท	1	0.25
5,000,001 - 5,500,000 บาท	2	0.50
5,500,001 - 6,000,000 บาท	2	0.50
6,000,001 - 6,500,000 บาท	1	0.25
มากกว่า 7,000,000 บาท	4	1.00

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
สูงสุด 29,767,000 บาท ต่ำสุด 1,000 บาท เฉลี่ย 467,286.80 บาท S.D. = 1,949,048.80		
19.1 ค่าซื้อโคเนื้อ		
ไม่มีค่าใช้จ่ายซื้อโคเนื้อ	257	64.25
มีค่าใช้จ่ายซื้อโคเนื้อ	143	35.75
ไม่เกิน 300,000 บาท	(120)	(30.00)
300,001 – 600,000 บาท	(11)	(2.75)
600,001 – 900,000 บาท	(2)	(0.50)
900,001 - 1,200,000บาท	(1)	(0.25)
1,200,001 - 1,500,000 บาท	(2)	(0.50)
1,800,001 - 2,100,000 บาท	(3)	(0.75)
2,100,001 - 2,400,000บาท	(1)	(0.25)
3,900,001 - 4,200,000บาท	(2)	(0.50)
มากกว่า 4,200,000บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 5,000,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท เฉลี่ย 101,562.75 บาท S.D. = 449,056.24		
19.2 ค่าจ้างผสมพันธุ์		
ไม่มีค่าใช้จ่ายจ้างผสมพันธุ์	181	45.25
มีค่าใช้จ่ายจ้างผสมพันธุ์	219	54.75
ไม่เกิน 25,000 บาท	(212)	(53.00)
25,001 – 50,000 บาท	(5)	(1.25)
50,001 – 75,000 บาท	(1)	(0.25)
มากกว่า 100,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 125,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท เฉลี่ย 3,723.75 บาท S.D. = 9,010.02		
19.3 ค่าจ้างแรงงาน		
ไม่มีค่าใช้จ่ายจ้างแรงงาน	315	78.75
มีค่าใช้จ่ายจ้างแรงงาน	85	21.25

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
ไม่เกิน 200,000 บาท	(67)	(16.75)
200,001 - 400,000 บาท	(9)	(2.25)
400,001 - 600,000 บาท	(3)	(0.75)
600,001 - 800,000 บาท	(1)	(0.25)
800,001 - 1,000,000 บาท	(1)	(0.25)
1,000,001 - 1,200,000 บาท	(2)	(0.50)
1,400,001 - 1,600,000 บาท	(1)	(0.25)
มากกว่า 1,800,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 2,200,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 41,483.00 บาท S.D. = 178,800.46		
19.4 ค่าอาหารชั้น		
ไม่มีค่าใช้จ่ายอาหารชั้น	143	35.75
มีค่าใช้จ่ายอาหารชั้น	257	64.25
ไม่เกิน 500,000 บาท	(242)	(60.50)
500,001 - 1,000,000 บาท	(5)	(1.25)
1,000,001 - 1,500,000 บาท	(2)	(0.50)
1,500,001 - 2,000,000 บาท	(1)	(0.25)
2,000,001 - 2,500,000 บาท	(1)	(0.25)
2,500,001 - 3,000,000 บาท	(1)	(0.25)
3,500,001 - 4,000,000 บาท	(1)	(0.25)
4,500,001 - 5,000,000 บาท	(2)	(0.50)
มากกว่า 7,000,000 บาท	(2)	(0.50)
สูงสุด 11,500,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 164,567.43 บาท S.D. = 908,259.72		
19.5 ค่าอาหารหยาบ		
ไม่มีค่าใช้จ่ายอาหารหยาบ	149	37.25
มีค่าใช้จ่ายอาหารหยาบ	251	62.75
ไม่เกิน 300,000 บาท	(241)	(60.25)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
300,001 – 600,000 บาท	(2)	(0.50)
600,001 – 900,000 บาท	(4)	(1.00)
900,001 - 1,200,000บาท	(1)	(0.25)
1,200,001 - 1,500,000 บาท	(1)	(0.25)
1,500,001 - 1,800,000 บาท	(1)	(0.25)
มากกว่า 2,700,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 3,000,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 43,909.63 บาท S.D. = 211,794.80		
19.6 ค่าอาหาร TMR		
ไม่มีค่าใช้จ่ายอาหาร TMR	363	90.75
มีค่าใช้จ่ายอาหาร TMR	37	9.25
ไม่เกิน 500,000 บาท	(32)	(8.00)
500,001 – 1,000,000 บาท	(4)	(1.00)
มากกว่า 7,000,000บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 13,000,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 44,855.00 บาท S.D. = 653,931.08		
19.7 ค่ายาป้องกัน/ยารักษาโรค/ค่าเวชภัณฑ์/ค่าวัคซีน		
ไม่มีค่าใช้จ่ายยาป้องกัน/ยารักษาโรคฯ	81	20.25
มีค่าใช้จ่ายยาป้องกัน/ยารักษาโรคฯ	319	79.75
ไม่เกิน 80,000 บาท	(304)	(76.00)
80,001 - 160,000 บาท	(9)	(2.25)
160,001 - 240,000 บาท	(4)	(1.00)
320,001 - 400,000 บาท	(1)	(0.25)
มากกว่า 720,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 800,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 12,177.38 บาท S.D. = 50,677.42		

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคนมและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคนมและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
19.8 ค่าแร่ธาตุ		
ไม่มีค่าใช้จ่ายแร่ธาตุ	121	30.25
มีค่าใช้จ่ายแร่ธาตุ	279	69.75
ไม่เกิน 20,000 บาท	(273)	(68.25)
20,001 – 40,000 บาท	(1)	(0.25)
40,001 – 60,000 บาท	(2)	(0.50)
60,001 – 80,000 บาท	(3)	(0.75)
สูงสุด 80,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 2,596.00 บาท S.D. = 8,144.36		
19.9 ค่าขนส่ง		
ไม่มีค่าใช้จ่ายขนส่ง	295	73.75
มีค่าใช้จ่ายขนส่ง	105	26.25
ไม่เกิน 60,000 บาท	(100)	(25.00)
60,001 – 120,000 บาท	(3)	(0.75)
มากกว่า 240,000 บาท	(2)	(0.50)
สูงสุด 300,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 4,298.50 บาท S.D. = 23,157.21		
19.10 ค่าบริการทางสัตวแพทย์/สัตวบาล		
ไม่มีค่าใช้จ่ายบริการทางสัตวแพทย์/สัตวบาล	281	70.25
มีค่าใช้จ่ายบริการทางสัตวแพทย์/สัตวบาล	119	29.75
ไม่เกิน 25,000 บาท	(112)	28.00
25,001 – 50,000 บาท	(4)	(1.00)
50,001 – 75,000 บาท	(1)	(0.25)
75,001 – 100,000 บาท	(1)	(0.25)
มากกว่า 100,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 120,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 2,194.73 บาท S.D. = 9,480.00		

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
19.11 ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง		
ไม่มีค่าใช้จ่ายน้ำมันเชื้อเพลิง	195	48.75
มีค่าใช้จ่ายน้ำมันเชื้อเพลิง	205	51.25
ไม่เกิน 60,000 บาท	(194)	(48.50)
60,001 – 120,000 บาท	(6)	(1.50)
120,001 – 180,000 บาท	(1)	(0.25)
240,001 – 300,000 บาท	(3)	(0.75)
มากกว่า 300,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 360,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 9,565.38 บาท S.D. = 35,626.22		
19.12 ค่าเช่าที่ดิน		
ไม่มีค่าใช้จ่ายค่าเช่าที่ดิน	364	91.00
มีค่าใช้จ่ายค่าเช่าที่ดิน	36	9.00
ไม่เกิน 25,000 บาท	(29)	(7.25)
25,001 – 50,000 บาท	(5)	(1.25)
50,001 – 75,000 บาท	(1)	(0.25)
มากกว่า 100,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 110,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 1,530.00 บาท S.D. = 8,172.50		
19.13 ค่าน้ำ		
ไม่มีค่าใช้จ่ายค่าน้ำ	287	71.75
มีค่าใช้จ่ายค่าน้ำ	113	28.25
ไม่เกิน 10,000 บาท	(105)	(26.25)
10,001 – 20,000 บาท	(7)	(1.75)
มากกว่า 40,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 48,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 1,028.20 บาท S.D. = 3,269.53		

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
19.14 ค่าไฟฟ้า		
ไม่มีค่าใช้จ่ายค่าไฟฟ้า	208	52.00
มีค่าใช้จ่ายค่าไฟฟ้า	192	48.00
ไม่เกิน 80,000 บาท	(185)	(46.25)
80,001 – 160,000 บาท	(4)	(1.00)
160,001 – 240,000 บาท	(1)	(0.25)
240,001 – 320,000 บาท	(1)	(0.25)
มากกว่า 320,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 400,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 7,218.30 บาท S.D. = 30,779.75		
19.15 ค่าวัสดุสิ้นเปลือง (เช่น เบอร์Hu ไม้กวาด ถูมือยาง ฯลฯ)		
ไม่มีค่าใช้จ่ายค่าวัสดุสิ้นเปลือง	203	50.75
มีค่าใช้จ่ายค่าวัสดุสิ้นเปลือง	197	49.25
ไม่เกิน 15,000 บาท	(187)	(46.75)
15,001 – 30,000 บาท	(5)	(1.25)
30,001 – 45,000 บาท	(1)	(0.25)
45,001 – 60,000 บาท	(2)	(0.50)
มากกว่า 60,000 บาท	(2)	(0.50)
สูงสุด 70,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 2,155.35 บาท S.D. = 6,915.25		
19.16 ดอกเบี้ยเงินกู้		
ไม่มีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยเงินกู้	266	66.50
มีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยเงินกู้	134	33.50
ไม่เกิน 100,000 บาท	(123)	(30.75)
100,001 – 200,000 บาท	(5)	(1.25)
200,001 – 300,000 บาท	(2)	(0.50)
300,001 – 400,000 บาท	(2)	(0.50)
400,001 – 500,000 บาท	(1)	(0.25)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
มากกว่า 900,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 1,000,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 18,306.70 บาท S.D. = 68,778.31		
19.17 อื่นๆ (เช่น เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ค่าซ่อมแซมโรงเรือน ฯลฯ)		
ไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นๆ	235	58.75
มีค่าใช้จ่ายอื่นๆ	165	41.25
ไม่เกิน 50,000 บาท	(157)	(39.25)
50,001 – 100,000 บาท	(4)	(1.00)
100,001 – 150,000 บาท	(2)	(0.50)
150,001 – 200,000 บาท	(1)	(0.25)
มากกว่า 450,000 บาท	(1)	(0.25)
สูงสุด 500,000 บาท ต่ำสุด 0 บาท		
เฉลี่ย 6,114.73 บาท S.D. = 29,805.68		
20. เป้าหมายการเลี้ยงโคในอนาคต		
ยกระดับสายพันธุ์และพัฒนาคุณภาพการผลิต	182	45.50
พร้อมทั้งเพิ่มปริมาณการเลี้ยง		
ยกระดับสายพันธุ์และพัฒนาคุณภาพการผลิตโดยไม่	94	23.50
เพิ่มปริมาณการเลี้ยง		
เลี้ยงแบบเดิมไม่เพิ่มปริมาณและคุณภาพของโค	49	12.25
ลดปริมาณการเลี้ยง หรือมีแนวโน้มเลิกเลี้ยง	39	9.75
เนื่องจาก		
ราคาโคเนื้อตกต่ำ	(35)	(8.75)
ไม่มีเป้าหมายการเลี้ยง	(1)	(0.25)
ประสบภาวะขาดทุน	(2)	(0.50)
ขาดแรงงาน	(1)	(0.25)
เพิ่มปริมาณการเลี้ยง โดยใช้สายพันธุ์เดิม	36	9.00

จากข้อมูลในตารางที่ 5 พบว่า ด้านประสบการณ์ในการเลี้ยงโคเนื้อ ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ระหว่างไม่เกิน 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมา ได้แก่ กลุ่มที่มีประสบการณ์ 11–20 ปี ร้อยละ 22.25 โดยมีประสบการณ์เฉลี่ย 13.02 ปี สำหรับวัตถุประสงค์ในการเลี้ยงโคเนื้อ ส่วนใหญ่มุ่งผลิตลูกจำหน่าย ร้อยละ 70.50 รองลงมาคือการเลี้ยงขุนเพื่อจำหน่ายเนื้อโคในตลาดบน ร้อยละ 30.50 และการเลี้ยงขุนระยะสั้น ร้อยละ 29.75 แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรส่วนมากมีเป้าหมายทางธุรกิจด้านการผลิตลูกโคและการแปรรูปเป็นเนื้อเพื่อจำหน่ายด้านรูปแบบการเลี้ยง พบว่าเกษตรกรนิยมเลี้ยงแบบกึ่งขัง-กึ่งปล่อยมากที่สุด ร้อยละ 59.50 รองลงมาคือแบบขังคอก ร้อยละ 33.00 ซึ่งสะท้อนถึงความพยายามในการจัดการที่ผสมผสานการดูแลอย่างใกล้ชิดกับการปล่อยเลี้ยงแบบธรรมชาติพื้นที่เลี้ยงโคสอดคล้องกับการศึกษาของ สุริย์พรและคณะ (2563) ที่ศึกษาสภาพการเลี้ยง การประเมินปัญหาและโอกาสในการผลิตโคเนื้อคุณภาพ ของเกษตรกรจังหวัดแพร่ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรมีวัตถุประสงค์หลักในการเลี้ยงเพื่อผลิตลูกขายร้อยละ 47.33 มีลักษณะการเลี้ยงแบบกึ่งขังกึ่งปล่อย ร้อยละ 79.00 และโคที่เลี้ยงเป็นโคแม่พันธุ์ร้อยละ 53.67 นอกจากนี้การศึกษาในครั้งนี้ยังพบว่า เกษตรกรมีพื้นที่เลี้ยงโคเนื้อโดยเฉลี่ยจำนวน 4.09 ไร่ โดยส่วนใหญ่มีพื้นที่ไม่เกิน 10 ไร่ ร้อยละ 89.50 จำนวนโคเนื้อที่เลี้ยงในปัจจุบัน พบว่าเกษตรกรมีโคเนื้อไม่เกิน 20 ตัว ร้อยละ 50.00 โดยเฉลี่ยจำนวน 52.02 ตัว และมีความแปรปรวนค่อนข้างสูง $S.D. = 117.69$ สะท้อนถึงความแตกต่างในการถือครองฝูงโคของแต่ละฟาร์มเมื่อพิจารณาประเภทของโคเนื้อในแต่ละช่วงอายุและเพศ พบว่า กลุ่มแม่พันธุ์โคเพศเมียอายุ 3 ปีขึ้นไป มีการเลี้ยงเฉลี่ยมากที่สุดคือ 12.86 ตัว ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการเลี้ยงที่เกษตรกรส่วนมากมีเป้าหมายทางธุรกิจด้านการผลิตลูกโคจำหน่าย ขณะที่โคขุนคุณภาพในช่วงต่างๆ โดยเฉพาะการขุนระยะยาว (มากกว่า 18 เดือน) ยังมีจำนวนน้อยมาก ด้านสายพันธุ์พบว่า พันธุ์ลูกผสมบราห์มันได้รับความนิยมสูงสุด ร้อยละ 70.00 รองลงมาคือพันธุ์ลูกผสมยุโรป ร้อยละ 40.75 ขณะที่พันธุ์วากิวหรือญี่ปุ่นยังมีการเลี้ยงน้อย ร้อยละ 22.75 ซึ่งอาจสะท้อนถึงข้อจำกัดด้านต้นทุนหรือความรู้ด้านสายพันธุ์สำหรับการผสมพันธุ์ ส่วนใหญ่เลือกใช้การผสมเทียมร้อยละ 52.00 ขณะที่การผสมพันธุ์แบบคุมฝูงมีเพียงร้อยละ 11.75 แสดงถึงแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีการปรับปรุงพันธุ์ด้านการให้อาหาร พบว่าอาหารหยาบเป็นอาหารหลักในฟาร์ม ร้อยละ 83.25 ตามด้วยอาหารข้นสำเร็จรูป ร้อยละ 52.25 อย่างไรก็ตาม อาหาร TMR ยังไม่เป็นที่นิยมมากนักมีการใช้เพียงร้อยละ 17.00 ขณะเดียวกันพบว่า ร้อยละ 91.00 ของเกษตรกรมีการปลูกพืชอาหารสัตว์เอง โดยเฉลี่ยปลูกพืชอาหารสัตว์จำนวน 13.15 ไร่ ซึ่งแสดงถึงความสามารถในการพึ่งพาตนเองในการจัดหาอาหารสัตว์พันธุ์พืชอาหารสัตว์ที่เกษตรกรนิยมปลูกมากที่สุดคือหญ้าเนเปียร์ปากช่อง 1 รองลงมาคือหญ้าแพงโกลา และรูชี คิดเป็นร้อยละ 47.25, 41.50 และ 28.25 ตามลำดับ ในส่วนของมาตรฐานฟาร์ม พบว่า มีฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเพียงร้อยละ 32.50 ส่วนมากได้รับรองมาตรฐาน GFM ด้านการจัดการสุขภาพ พบว่า มีการฉีดวัคซีนป้องกันโรค FMD และ LSD ในอัตราสูง คิดเป็น

ร้อยละ 96.75 และ 82.50 ตามลำดับ และมีการถ่ายพยาธิถึงร้อยละ 99.50 โดยส่วนใหญ่ถ่ายพยาธิปีละ 3 ครั้ง แสดงถึงการดูแลสุขภาพสัตว์อย่างทั่วถึงส่วนการจัดทำเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ พบว่าร้อยละ 60.50 ยังไม่มีการดำเนินการ ซึ่งอาจเป็นประเด็นสำคัญที่ควรส่งเสริมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการฝูงโคในด้านค่าใช้จ่าย พบว่า ค่าใช้จ่ายรวมในการเลี้ยงโคเนื้อเฉลี่ยอยู่ที่ 467,286.80 บาทต่อปี โดยค่าอาหารชั้นมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสูงสุด จำนวน 164,567.43 บาท รองลงมาได้แก่ ค่าซื้อโค ค่าอาหาร TMR ค่าอาหารหยาบ และค่าจ้างแรงงาน คิดเป็นเงิน 101,562.75, 44,855.00, 43,909.63 และ 41,483.00 บาท ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าอาหารสัตว์เป็นต้นทุนหลักในการประกอบกิจการเลี้ยงโคเนื้อ ด้านเป้าหมายการเลี้ยง พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มุ่งเน้นการยกระดับสายพันธุ์และพัฒนาคุณภาพการผลิต พร้อมกับเพิ่มปริมาณการเลี้ยง คิดเป็นร้อยละ 45.50 ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มของเกษตรกรในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและการเพิ่มรายได้ในระยะยาวอย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ยังเลี้ยงโคเนื้อแบบดั้งเดิมส่งผลให้ผลผลิตมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดต่างประเทศที่เน้นมาตรฐานสูง

4.1.2 ข้อมูลสภาพพื้นฐานการผลิตและการตลาดโคเนื้อ

2) ข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ

ข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
1. สถานที่จำหน่ายโค (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
จำหน่ายผลผลิตแล้ว	398	99.50
หน้าฟาร์มให้พ่อค้าหรือบุคคลทั่วไป	(274)	(68.50)
สหกรณ์/องค์กรเกษตรกร	(112)	(28.00)
ตลาดนัดโค กระบือ	(74)	(18.50)
คู่ค้าที่ทำสัญญาซื้อขาย/ MOU	(11)	(2.75)
โรงฆ่าสัตว์	(4)	(1.00)
เฟสบุ๊ค	(1)	(0.25)
ยังไม่ได้จำหน่ายผลผลิต	2	0.50
2. ราคาที่จำหน่ายได้		
2.1 โคเพศผู้แรกเกิด – ไม่เกิน 1 ปี		
ไม่มีการจำหน่าย	297	74.25
มีการจำหน่าย	103	25.75

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ (ต่อ)

ข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
ไม่เกิน 60 บาท/ก.ก.	(17)	(4.25)
61 - 80 บาท/ก.ก.	(32)	(8.00)
81 - 100 บาท/ก.ก.	(34)	(8.50)
101 - 120 บาท/ก.ก.	(15)	(3.75)
121 - 140 บาท/ก.ก.	(3)	(0.75)
141 - 160 บาท/ก.ก.	(2)	(0.50)
สูงสุด 160 บาท/ก.ก. ต่ำสุด 40 บาท/ก.ก. เฉลี่ย 87.01 บาท/ก.ก. S.D. = 24.13		
2.2 โคเพศผู้อายุ 1 - 3 ปี		
ไม่มีการจำหน่าย	275	68.75
มีการจำหน่าย	125	31.25
ไม่เกิน 60 บาท/ก.ก.	(20)	(5.00)
61 - 80 บาท/ก.ก.	(49)	(12.25)
81 - 100 บาท/ก.ก.	(41)	(10.25)
101 - 120 บาท/ก.ก.	(12)	(3.00)
141 - 160 บาท/ก.ก.	(1)	(0.25)
มากกว่า 160 บาท/ก.ก.	(2)	(0.50)
สูงสุด 300 บาท/ก.ก.ต่ำสุด 42 บาท/ก.ก. เฉลี่ย 85.55บาท/ก.ก. S.D. = 33.11		
2.3 โคเพศผู้อายุ 3 ปี ขึ้นไป(พ่อพันธุ์)		
ไม่มีการจำหน่าย	341	85.25
มีการจำหน่าย	59	14.75
ไม่เกิน 60 บาท/ก.ก.	(14)	(3.50)
61 - 80 บาท/ก.ก.	(19)	(4.75)
81 - 100 บาท/ก.ก.	(19)	(4.75)
101 - 120 บาท/ก.ก.	(4)	(1.00)
141 - 160 บาท/ก.ก.	(1)	(0.25)
มากกว่า 160 บาท/ก.ก.	(2)	(0.50)

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ (ต่อ)

ข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
สูงสุด 300บาท/ก.ก.ต่ำสุด 45 บาท/ก.ก. เฉลี่ย 85.90 บาท/ก.ก. S.D. = 38.99		
2.4 โคเพศเมียแรกเกิด – ไม่เกิน 1 ปี		
ไม่มีการจำหน่าย	332	83.00
มีการจำหน่าย	68	17.00
ไม่เกิน 60 บาท/ก.ก.	(11)	(2.75)
61 - 80 บาท/ก.ก.	(25)	(6.25)
81 - 100 บาท/ก.ก.	(19)	(4.75)
101 - 120 บาท/ก.ก.	(11)	(2.75)
121 - 140 บาท/ก.ก.	(1)	(0.25)
141 - 160 บาท/ก.ก.	(1)	(0.25)
สูงสุด 150 บาท/ก.ก. ต่ำสุด 40 บาท/ก.ก. เฉลี่ย 85.44 บาท/ก.ก. S.D. = 23.34		
2.5 โคเพศเมียอายุ 1 – 3 ปี		
ไม่มีการจำหน่าย	328	82.00
มีการจำหน่าย	72	18.00
ไม่เกิน 60 บาท/ก.ก.	(13)	(3.25)
61 - 80 บาท/ก.ก.	(30)	(7.50)
81 - 100 บาท/ก.ก.	(21)	(5.25)
101 - 120 บาท/ก.ก.	(7)	(1.75)
141 - 160 บาท/ก.ก.	(1)	(0.25)
สูงสุด 150 บาท/ก.ก.ต่ำสุด 40 บาท/ก.ก. เฉลี่ย 80.93 บาท/ก.ก. S.D. = 20.92		
2.6 โคเพศเมียอายุ 3 ปี ขึ้นไป (แม่พันธุ์)		
ไม่มีการจำหน่าย	338	84.50
มีการจำหน่าย	62	15.50
ไม่เกิน 60 บาท/ก.ก.	(15)	(3.75)
61 - 80 บาท/ก.ก.	(24)	(6.00)

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ (ต่อ)

ข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
81 - 100 บาท/ก.ก.	(18)	(4.50)
101 - 120 บาท/ก.ก.	(4)	(1.00)
141 - 160 บาท/ก.ก.	(1)	(0.25)
สูงสุด 150 บาท/ก.ก.ต่ำสุด 40บาท/ก.ก. เฉลี่ย 79.11 บาท/ก.ก. S.D. = 21.19		
2.7 โคขุนระยะสั้น (ขุนไม่เกิน 3 เดือน)		
ไม่มีการจำหน่าย	337	84.25
มีการจำหน่าย	63	15.75
ไม่เกิน 60 บาท/ก.ก.	(9)	(2.25)
61 - 80 บาท/ก.ก.	(28)	(7.00)
81 - 100 บาท/ก.ก.	(20)	(5.00)
101 - 120 บาท/ก.ก.	(4)	(1.00)
มากกว่า 160 บาท/ก.ก.	(2)	(0.50)
สูงสุด 350บาท/ก.ก. ต่ำสุด 50 บาท/ก.ก. เฉลี่ย 86.65 บาท/ก.ก. S.D. = 40.33		
2.8 โคขุนคุณภาพ (ขุน 4 -18 เดือน)		
ไม่มีการจำหน่าย	323	80.75
มีการจำหน่าย	77	19.25
ไม่เกิน 130 บาท/ก.ก.	(57)	(14.25)
131 - 210 บาท/ก.ก.	(7)	(1.75)
211 - 290 บาท/ก.ก.	(8)	(2.00)
291 - 370 บาท/ก.ก.	(4)	(1.00)
มากกว่า 370 บาท/ก.ก.	(1)	(0.25)
สูงสุด 450 บาท/ก.ก.ต่ำสุด 50 บาท/ก.ก. เฉลี่ย 134.88 บาท/ก.ก. S.D. = 72.52		
2.9 โคขุนคุณภาพ (ขุน 18 เดือนขึ้นไป)		
ไม่มีการจำหน่าย	338	84.50
มีการจำหน่าย	62	15.50

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ (ต่อ)

ข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
ไม่เกิน 130 บาท/ก.ก.	(27)	(6.75)
131 - 210 บาท/ก.ก.	(15)	(3.75)
211 - 290 บาท/ก.ก.	(12)	(3.00)
291 - 370 บาท/ก.ก.	(6)	(1.50)
มากกว่า 370 บาท/ก.ก.	(2)	(0.50)
สูงสุด 450 บาท/ก.ก.ต่ำสุด 50 บาท/ก.ก.		
เฉลี่ย 176.71 บาท/ก.ก. S.D. = 88.51		
2.10 อื่นๆ (ระบุ) โคซาก		
ไม่มีการจำหน่าย	372	93.00
มีการจำหน่าย	28	7.00
ไม่เกิน 60 บาท/ก.ก.	(8)	(2.00)
61 - 80 บาท/ก.ก.	(7)	(1.75)
81 - 100 บาท/ก.ก.	(10)	(2.50)
101 - 120 บาท/ก.ก.	(1)	(0.25)
มากกว่า 160 บาท/ก.ก.	(2)	(0.50)
สูงสุด 300 บาท/ก.ก.ต่ำสุด 50บาท/ก.ก.		
เฉลี่ย 88.89 บาท/ก.ก. S.D. = 50.93		
3. วิธีการจำหน่าย		
มีการจำหน่ายผลผลิตแล้ว	398	99.50
โดยการเหมาตัว	(234)	(58.50)
โดยการชั่งน้ำหนัก	(164)	(41.00)
ยังไม่ได้จำหน่าย	2	0.50
4. รูปแบบการจำหน่าย		
มีการจำหน่ายผลผลิตแล้ว	398	99.50
จำหน่ายด้วยตัวเองคนเดียว	(287)	(71.75)
รวมกันจำหน่ายในรูปแบบองค์กรเกษตรกร	(111)	(27.75)
ยังไม่ได้จำหน่าย	2	0.50

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ (ต่อ)

ข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
5. การได้รับเงินค่าจำหน่ายโคเนื้อ		
ได้รับทันทีหลังการจำหน่าย	294	73.50
ได้รับหลังจากการจำหน่าย	106	26.50
หลังจากการจำหน่ายไม่เกิน 10 วัน	(13)	(3.25)
หลังจากการจำหน่าย 10 - 20 วัน	(38)	(9.50)
หลังจากการจำหน่าย 21 - 30 วัน	(48)	(12.00)
หลังจากการจำหน่าย 41 - 50 วัน	(2)	(0.50)
หลังจากการจำหน่าย 51 - 60 วัน	(4)	(1.00)
หลังจากการจำหน่ายมากกว่า 60 วัน	(1)	(0.25)
สูงสุด 90 วัน ต่ำสุด 2 วัน เฉลี่ย 23.81 วัน		
S.D. = 13.37		

จากตารางที่ 6 พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อจำหน่ายโคเนื้อผ่านหลากหลายช่องทาง โดยช่องทางหลักคือ หน้าฟาร์มให้พ่อค้าหรือบุคคลทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 68.50 รองลงมาคือสหกรณ์/องค์กร เกษตรกรร้อยละ 28.00 และตลาดนัดโค กระบือร้อยละ 18.50 ขณะที่ช่องทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก มีผู้ใช้เพียง 1 ราย ร้อยละ 0.25 สะท้อนถึงการใช้ช่องทางดิจิทัลที่ยังมีน้อยมาก ในด้านราคาจำหน่าย โคเนื้อเมื่อแยกตามประเภท พบว่า โคขุนคุณภาพที่ขุนมากกว่า 18 เดือน มีราคาเฉลี่ยสูงสุดที่ 176.71 บาท/ก.ก. โดยมีราคาสูงสุดถึง 450 บาท/ก.ก. และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ที่สูงถึง 88.51 แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายในระดับราคา ส่วนโคที่มีราคาต่ำสุดคือโคเพศผู้แรกเกิด – ไม่เกิน 1 ปี ซึ่งมีราคาต่ำสุด 40 บาท/ก.ก. และเฉลี่ยอยู่ที่ 87.01 บาท/ก.ก. ในด้านวิธีการจำหน่ายพบว่า เกษตรกรนิยมจำหน่ายโดยการเหมาตัวมากที่สุด ร้อยละ 58.50 ขณะที่การจำหน่ายโดยการชั่งน้ำหนักมีร้อยละ 41.00 สะท้อนถึงแนวโน้มการขายแบบเหมารวมซึ่งอาจไม่สะท้อนราคาที่แท้จริงตามคุณภาพ สำหรับรูปแบบการจำหน่ายส่วนใหญ่เกษตรกรยังคงจำหน่ายด้วยตนเองมากถึงร้อยละ 71.75 ขณะที่มีเพียงร้อยละ 27.75 ที่รวมกลุ่มกันจำหน่ายในรูปแบบองค์กรเกษตรกร ซึ่งแสดงถึงระดับการรวมกลุ่มของเกษตรกรที่ยังไม่มากนัก ในด้านการได้รับเงินค่าจำหน่ายส่วนใหญ่ได้รับเงินทันทีหลังการจำหน่าย ร้อยละ 73.50 และที่เหลือได้รับภายหลัง โดยร้อยละ 12.00 ต้องรอนานถึง 21 - 30 วัน ซึ่งอาจส่งผลต่อสภาพคล่องทางการเงินของเกษตรกร

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรขายโคเนื้อผ่านพ่อค้าคนกลางหน้าฟาร์มเป็นส่วนใหญ่ ปัญหาหลัก คือถูกกดราคารับซื้อไม่มีการกำหนดมาตรฐานการซื้อขาย และขาดอำนาจต่อรอง สอดคล้องกับการศึกษาของ กาญจน์และคณะ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง โอกาสและความท้าทายของภาคการผลิตโคเนื้อของไทยภายใต้ข้อตกลงอาร์เซ็ปซึ่งระบุว่า ประเทศไทยยังขาดกลไกตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยแม้จะมีสหกรณ์การเลี้ยงปศุสัตว์ที่ประสบความสำเร็จ เช่น “โพนยางคำ” และ “KU Beef” แต่ยังคงครอบคลุมเฉพาะพื้นที่เฉพาะกลุ่มเท่านั้น ดังนั้น เกษตรกรส่วนใหญ่จึงยังต้องพึ่งพาโครงสร้างตลาดที่ไม่เป็นธรรม และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรีย์พรและคณะ (2562) ที่ศึกษาสภาพการผลิต การจัดการ และห่วงโซ่อุปทานโคเนื้อของเกษตรกรในจังหวัดเชียงราย เพื่อศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม สภาพการเลี้ยง การจัดการ ตลอดจนห่วงโซ่อุปทานโคเนื้อของเกษตรกร 2 กลุ่ม คือ เกษตรกรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มการเลี้ยงโคเนื้อกับเกษตรกรที่ไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มการเลี้ยงโคเนื้อในจังหวัดเชียงราย พบว่า เกษตรกรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มการเลี้ยงโคเนื้อมีการจำหน่ายโคเนื้อโดยใช้ระบบของกลุ่ม มีระบบการชั่งน้ำหนักตามมาตรฐาน กำหนดราคาตามเกรดและคุณภาพซากของเนื้อ ส่วนเกษตรกรที่ไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มการเลี้ยงโคเนื้อ ส่วนใหญ่จำหน่ายโคโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งมีการกำหนดราคาโดยใช้สายตา ทำให้ถูกกดราคาและขายโคได้ในราคาที่ต่ำ

4.2 ข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคเนื้อโคของ สาธารณรัฐประชาชนจีนและการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นความท้าทายในการผลิตและส่งออก

4.2.1 สถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคเนื้อโคของ สาธารณรัฐประชาชนจีน

ตารางที่ 7 แสดงข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคเนื้อโค
ของสาธารณรัฐประชาชนจีน

หัวข้อ	รายละเอียด
1. สถานการณ์ตลาดโคเนื้อใน สาธารณรัฐประชาชนจีน	- ผลผลิตในปี 2566 จำนวน 7.53 ล้านตันมีความต้องการ บริโภคจำนวน 10.27 ล้านตัน ซึ่งสูงกว่าปริมาณการผลิต ต้องนำเข้าโคมีชีวิตและเนื้อโคจากต่างประเทศ
2. แนวโน้มการนำเข้า	- ในปี 2566 มีการนำเข้าโคมีชีวิตจำนวน 147,661 ตัว ประเทศที่นำเข้าหลักได้แก่ ออสเตรเลียร้อยละ 60, นิวซีแลนด์ร้อยละ 29 มีการนำเข้าเนื้อโคแช่แข็งมากถึง 2.73 ล้านตัน มูลค่ากว่า 110,000 ล้านบาท จากประเทศ บราซิล อาร์เจนตินา อูรุกวัย ออสเตรเลีย และสหรัฐฯ
3. สถานการณ์ราคาเนื้อโคใน สาธารณรัฐประชาชนจีน	- ในปี 2565 – 2566 มีโคนมในประเทศถูกคั้ดทิ้งมากขึ้น โคนมที่ให้ผลผลิตต่ำถูกส่งขายในตลาดโคเนื้อ ทำให้อุปทาน เนื้อโคในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีนเพิ่มขึ้นเดือนมกราคม 2567 ราคาเฉลี่ย 80.57 หยวน/กิโลกรัม (ประมาณ 365 บาท) ซึ่งมีแนวโน้มลดลงจากปี 2566 นอกจากนี้ยังมีนำเข้า เนื้อโคราคาถูกมากขึ้นโดยราคานำเข้ามีราคาถูกกว่าเนื้อโค ภายในประเทศ
4. พฤติกรรมผู้บริโภคสาธารณรัฐ ประชาชนจีน โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z	- ให้ความสำคัญกับคุณภาพ โภชนาการ ชอบสินค้า light food, delivery, เนื้อแดงนุ่ม, ปลอดภัยพร้อมง่าย หากคุณภาพดี มีการรับรอง
5. ช่องทางการบริโภคใน สาธารณรัฐประชาชนจีน	- ซูเปอร์มาร์เก็ต, ร้านอาหารสไตล์ตะวันตก/เกาหลี หรือ ตลาดออนไลน์ และอาหารสำเร็จรูปขยายตัวเร็ว
6. เงื่อนไขการนำเข้าโคมีชีวิตของ สาธารณรัฐประชาชนจีน	- ต้องมาจากพื้นที่ปลอดโรคและผ่านด่านที่GACC อนุญาต

ที่มา : สังเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลสถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค
เนื้อโคของสาธารณรัฐประชาชนจีน (กฤษณะ, 2567)

จากตารางที่ 7 พบว่า สถานการณ์ตลาดโคเนื้อในสาธารณรัฐประชาชนจีนมีความต้องการบริโภคเนื้อโคสูง โดยในปี พ.ศ.2566 สาธารณรัฐประชาชนจีนผลิตเนื้อโคได้ 7.53 ล้านตัน แต่ความต้องการบริโภคสูงถึง 10.27 ล้านตัน ส่งผลให้เกิดช่องว่างของอุปทาน-อุปสงค์ จำเป็นต้องนำเข้าโคมีชีวิตและเนื้อโคจากต่างประเทศเพื่อชดเชยส่วนขาด สะท้อนให้เห็นว่าสาธารณรัฐประชาชนจีนยังพึ่งพาการนำเข้าเนื้อโคจากต่างประเทศและยังมีแนวโน้มพึ่งพาต่อเนื่องในอนาคต หากการผลิตภายในประเทศไม่สามารถเพิ่มขึ้นได้เพียงพอ โดยในปี พ.ศ.2566 สาธารณรัฐประชาชนจีนมีการนำเข้าโคมีชีวิตจำนวน 147,661 ตัว แหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ ออสเตรเลีย ร้อยละ 60 นิวซีแลนด์ ร้อยละ 29 ที่เหลือนำเข้าจากอุรุกวัย ชิลี และลาวนอกจากนี้ สาธารณรัฐประชาชนจีนยังนำเข้าเนื้อโคแช่แข็งมากถึง 2.73 ล้านตัน มูลค่ากว่า 110,000 ล้านบาท จากประเทศหลักคือ บราซิล อาร์เจนตินา อุรุกวัย ออสเตรเลีย และสหรัฐฯ ซึ่งแสดงถึงแนวโน้มที่สาธารณรัฐประชาชนจีนยังมีความต้องการนำเข้าโคและเนื้อโคในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง สถานการณ์ราคาเนื้อโคในสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2567 ราคาเนื้อโคเฉลี่ยอยู่ที่ 80.57 หยวน/กิโลกรัม หรือประมาณ 365 บาท/กิโลกรัม มีแนวโน้มลดลงจากปีก่อน สาเหตุที่ราคาลดลง ได้แก่ การนำเข้าเนื้อโคราคาถูกจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น การคัดทิ้งโคนมที่ให้ผลผลิตต่ำเข้าสู่ตลาดเนื้อโค และความต้องการผู้บริโภคลดลงและเน้นเรื่องคุณภาพมากกว่าปริมาณพฤติกรรมผู้บริโภคสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z ซึ่งเกิด พ.ศ. ปี 2540 – 2555 เป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักของสาธารณรัฐประชาชนจีนในอนาคต โดยมีลักษณะเด่นคือ เน้นคุณภาพ โภชนาการ ปลอดภัย นิยมอาหารประเภท “Light Food” เช่น เนื้อแดงนุ่ม แคลอรีต่ำ พร้อมจ่ายหากคุณภาพดี และมีความปลอดภัย ชอบความสะดวก (delivery, ready-to-eat) และเน้นสุขภาพ พฤติกรรมของกลุ่ม Gen Z เป็นแรงผลักดันสำคัญของตลาดเนื้อโคในสาธารณรัฐประชาชนจีน และกำหนดแนวโน้มการพัฒนาสินค้าให้เน้นคุณภาพมากขึ้นช่องทางการบริโภคในสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า พฤติกรรมการบริโภคเนื้อโคของคนสาธารณรัฐประชาชนจีนเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยช่องทางหลักที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านอาหาร สโตร์ตะวันตก/เกาหลี ตลาดออนไลน์สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับความสะดวก รวดเร็ว และคุณภาพ อย่างไรก็ตามสาธารณรัฐประชาชนจีนมีมาตรการนำเข้าโคมีชีวิตที่เข้มงวด โดยกำหนดเงื่อนไขหลักไว้คือโคต้องมาจากพื้นที่ปลอดโรคระบาด เช่น โรคปากและเท้าเปื่อย ต้องผ่านด่านศุลกากรของสาธารณรัฐประชาชนจีนที่ได้รับอนุญาตจาก GACC โคที่ส่งเข้าสาธารณรัฐประชาชนจีนต้องผ่านการกักกันโรคอย่างน้อย 45 วัน ต้องมีเอกสารรับรองการฉีดวัคซีน ไม่มีสารเร่งเนื้อแดง และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

จะเห็นได้ว่า ความต้องการบริโภคเนื้อโคในสาธารณรัฐประชาชนจีนยังคงสูง โดยเฉพาะในเมืองใหญ่และกลุ่มผู้บริโภคระดับกลาง - ระดับบน ที่ต้องการเนื้อคุณภาพสูง มีระบบตรวจสอบย้อนกลับ แต่เกษตรกรไทยยังไม่สามารถผลิตได้ตามมาตรฐานดังกล่าวโดยข้อมูลของกรมปศุสัตว์ (2567) ระบุว่า ประเทศไทยสามารถส่งออกโคมีชีวิตในช่วงเดือนมกราคม – กันยายน พ.ศ.2567 ได้จำนวน 94,178 ตัว เพิ่มขึ้นร้อยละ 35.95 จากปีก่อน และส่งออกเนื้อโคสดและแปรรูป จำนวน 485 ตัน ลดลงร้อยละ 30.71 จากปี พ.ศ. 2566 ซึ่งยังน้อยมากเมื่อเทียบกับการนำเข้าเนื้อจากออสเตรเลียและอาร์เจนตินา ที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 38.34 ซึ่งถือว่าเป็นโอกาสในการขยายตลาดส่งออกซึ่งมีแนวโน้มเติบโต แต่การผลิตภายในประเทศยังไม่สามารถตอบสนองปริมาณและคุณภาพได้อย่างเพียงพอ จึงต้องยกระดับสายพันธุ์ ระบบฟาร์ม และมาตรฐานเนื้อโคอย่างเร่งด่วน

4.2 ข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคเนื้อโคของสาธารณรัฐประชาชนจีน

4.2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นความท้าทายในการผลิตและส่งออกโคเนื้อ

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการซึ่งเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตและการค้าโคเนื้อมีชีวิตและหน่วยงานที่กำกับดูแลด้านโคเนื้อของกรมปศุสัตว์ รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นความท้าทายในการผลิตและส่งออกโคเนื้อ

หมวดหมู่	ประเด็น	รายละเอียด
1. การผลิต	พันธุ์โคเนื้อ	ส่วนใหญ่เป็นโคลูกผสมพื้นเมือง - บราห์มันต้องส่งเสริมให้ยกระดับสายพันธุ์เป็นลูกผสมยุโรปเพิ่มขึ้นเพื่อให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาดจีน
	อาหารเลี้ยงโคเนื้อ	ประเทศไทยมีพืชอาหารสัตว์เพียงพอ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบผลิตอาหารคุณภาพได้ซึ่งเกษตรกรเริ่มปรับเปลี่ยนจากการเลี้ยงแบบปล่อยหรือตัดหญ้าข้างทาง มาใช้ TMR (Total Mixed Ration) และข้าวโพดหมัก รวมถึงเริ่มปลูกหญ้าคุณภาพเอง เช่น เนเปียร์แพงโกลา รูชี ฯลฯ
	รูปแบบการเลี้ยง	มีความหลากหลายในการเลี้ยงทั้งแบบเลี้ยงไล่ทุ่ง เลี้ยงปล่อยในแปลงหญ้า เลี้ยงแบบขังคอกแต่ส่วนใหญ่ขาดการยกระดับมาตรฐานการเลี้ยง (GFM / GAP)
	ต้นทุนการผลิต	โคขุนใช้ต้นทุนการผลิตสูง

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นความท้าทายในการผลิตและส่งออกโคเนื้อ (ต่อ)

หมวดหมู่	ประเด็น	รายละเอียด
	บุคลากรส่งเสริม	เจ้าหน้าที่ผสมเทียมไม่เพียงพอ กระทบต่อการส่งเสริมการกระจายสายพันธุ์ดีไปสู่เกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อในประเทศ
2. กฎระเบียบ / ระบบราชการ	กฎการส่งออก	ต้องดำเนินการตามมาตรฐานฟาร์มที่ประเทศคู่ค้ากำหนด
	เข้มงวด	
	ขั้นตอนราชการซับซ้อน	ต้องประสานหลายหน่วยงาน ทำให้กระบวนการล่าช้า
3. ทรัพยากรในกระบวนการ	ขาดการรวมกลุ่ม	โคเนื้อกระจายตัวในพื้นที่ทั่วประเทศไม่มีจุดรวบรวมเพียงพอที่จะตอบสนองในเชิงปริมาณตามที่ตลาดต้องการ
	ขาดศูนย์ข้อมูล	ไม่มีระบบฐานข้อมูลโคเนื้อกลาง ทำให้การวางแผนร่วมกันไม่มีประสิทธิภาพ
	โรงเชือด	โรงเชือดขนาดใหญ่ยังขาดแคลน ติดปัญหาชุมชน ไม่สามารถแปรรูปเพื่อส่งออกได้
4. อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	ตลาดไม่ชัดเจน	เกษตรกรยังไม่มั่นใจในการปรับเปลี่ยนสายพันธุ์ เพราะไม่มีตลาดรองรับชัดเจน
	การแข่งขันในประเทศสูง	พ่อค้าในระบบตลาดโคเนื้อตัดราคาซื้อ - ขายกันเอง ขาดกลไกการรวมกลุ่มเพื่อการต่อรองราคา
	การใช้สารเร่งเนื้อแดง	ยังมีการใช้สารเร่งเนื้อแดงในการเลี้ยงโคเนื้อในบางพื้นที่ ทำให้ไม่ได้รับความเชื่อมั่นจากตลาดต่างประเทศ

จากตารางที่ 8 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นความท้าทายในการผลิตและส่งออกโคเนื้อได้ดังนี้

1) ข้อมูลด้านการผลิตโคเนื้อของประเทศไทย

(1) พันธุ์โคส่วนใหญ่ยังเป็นโคลูกผสมพื้นเมือง - บราห์มัน ซึ่งไม่ตรงกับความต้องการของพฤติกรรมผู้บริโภคสาธารณสุขประชาชนจีน โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z ซึ่งเกิดปี พ.ศ.2540 – 2555 ซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญของตลาดเนื้อโคในสาธารณสุขประชาชนจีนเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักในอนาคต โดยมีลักษณะเด่น คือ เน้นคุณภาพ โภชนาการ ปลอดภัย นิยมอาหารประเภท “Light Food” เช่น เนื้อแดงนุ่ม แคลอรีต่ำ พร้อมจ่ายหากคุณภาพดี และมีความปลอดภัย ชอบความสะดวก (delivery, ready-to-eat) และเน้นสุขภาพ

(2) อาหารสัตว์ประเทศไทยมีพืชอาหารสัตว์เพียงพอ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบผลิตอาหารคุณภาพได้ปัจจุบันเกษตรกรเริ่มปลูกหญ้าคุณภาพเพื่อใช้เลี้ยงโคเนื้อของตนเองเพิ่มมากขึ้น แต่อาจยังต้องพัฒนาในเชิงคุณภาพ

(3) รูปแบบการเลี้ยงยังมีความหลากหลาย ส่วนใหญ่ขาดกระบวนการเลี้ยงในระบบมาตรฐาน (GAP หรือ GFM)

(4) ต้นทุนการผลิตยังมีต้นทุนการผลิตสูงโดยเฉพาะการเลี้ยงโคขุนซึ่งใช้อาหารข้นเป็นอาหารหลัก ส่งผลให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันจำกัด

(5) เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ยังมีเจ้าหน้าที่ผสมเทียมไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับปริมาณโคเนื้อในประเทศส่งผลต่อความทั่วถึงในการกระจายสายพันธุ์โคเนื้อพันธุ์ดีไปสู่เกษตรกร

2) ข้อมูลด้านกฎระเบียบและระบบราชการประเทศไทยต้องปฏิบัติตามมาตรฐานของประเทศคู่ค้าอย่างเคร่งครัดแต่กระบวนการของระบบราชการมีขั้นตอนซับซ้อน ต้องประสานงานกับหลายหน่วยงาน ส่งผลให้การดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมีความล่าช้า

3) ข้อมูลด้านทรัพยากรในกระบวนการผลิตการรวมกลุ่มเกษตรกรยังขาดประสิทธิภาพ ส่งผลให้ไม่มีจุดรวบรวมโคที่มีปริมาณโคเนื้อเพียงพอจึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของระบบตลาดปัจจุบันยังขาดศูนย์ข้อมูลกลางด้านโคเนื้อส่งผลให้ยังไม่มีสามารถวางแผนจัดการรวบรวมโคเนื้อได้นอกจากนี้ยังพบว่าโรงเชือดโดยเฉพาะโรงเชือดโคเนื้อขนาดใหญ่ที่ได้มาตรฐานเพื่อรองรับการส่งออกยังมีไม่เพียงพอ

4) ข้อมูลในประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องตลาดจำหน่ายโคเนื้อยังไม่มี ความชัดเจน เกษตรกรไม่มีความมั่นใจในการปรับเปลี่ยนสายพันธุ์โคเนื้อที่เลี้ยงหรือลงทุนเพิ่มเติมมีการแข่งขันกันเองในประเทศสูง พ่อค้าตัดราคาซื้อขายกันเอง ขาดกลไกการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอำนาจต่อรองและที่สำคัญพบว่า ยังมีการใช้สารเร่งเนื้อแดงในการเลี้ยงโคเนื้อในบางพื้นที่ ทำให้โคเนื้อไทยขาดความน่าเชื่อถือในตลาดต่างประเทศ

จากข้อสรุปในตารางที่ 8 สอดคล้องกับการศึกษาของกาญจณีและคณะ (2563) ที่ศึกษาโอกาสและความท้าทายของภาคการผลิตโคเนื้อของไทยภายใต้ข้อตกลงอาร์เซ็ปพบว่า ในภาพรวมบนข้อเท็จจริงที่ว่าโดยพื้นฐานทางด้านภูมิศาสตร์ การมีองค์ความรู้ทางด้านการเลี้ยงโคเนื้อของประเทศไทยมีความก้าวหน้ามากกว่าประเทศอื่นๆ ในกลุ่มอาเซียน แต่ปัญหาที่แท้จริงที่ทำให้ภาคการผลิตโคเนื้อไทยต้องเสียเปรียบทางการแข่งขันภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีนั้น ไม่ใช่ปัญหาจากการเปิดเสรีทางการค้า แต่สิ่งสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไข เกิดจากปัจจัยพื้นฐานของห่วงโซ่อุปทานของภาคการผลิตโคเนื้อและต่อเนื่องจนถึงอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อโคและผลิตภัณฑ์เกี่ยวเนื่องที่ยังขาดความพร้อมและยังไม่เป็นไปตามมาตรฐานสากล และจำเป็นต้องมีการปรับปรุงในหลายส่วนอย่างเป็นระบบ

ซึ่งหากปัญหาที่เกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานทางการผลิตได้รับการแก้ไขอย่างเป็นระบบ ภาคการผลิตโคเนื้อของไทยก็จะสามารถใช้โอกาสจากความร่วมมือทางการค้าต่างๆ ได้อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถที่จะสร้างการเติบโตได้ภายใต้สภาพการดำเนินธุรกิจที่จะยังคงมีผู้ผลิตที่มีศักยภาพอย่างเช่นออสเตรเลียและนิวซีแลนด์โดยแนวทางที่ควรพิจารณาดำเนินการเป็นอันดับแรก คือ การปรับปรุงห่วงโซ่อุปทานของภาคการผลิตโคเนื้อของไทยอย่างเป็นระบบ โดยการผลักดันแผนปฏิบัติการภายใต้กรอบยุทธศาสตร์โคเนื้อของกรมปศุสัตว์ซึ่งได้วางกรอบยุทธศาสตร์ไว้ครอบคลุมแล้วให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมในทางปฏิบัติ โดยควรต้องมีการกำหนดลำดับขั้นและกรอบการดำเนินการที่มีขอบเขตการดำเนินการที่ชัดเจนยิ่งขึ้น สามารถติดตามผลได้เป็นระยะ และสอดคล้องกับลำดับขั้นความสำคัญและมีการกำหนดตัวชี้วัดที่มีความท้าทายยิ่งขึ้น รวมถึงการเปิดโอกาสให้มีการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนากระบวนการผลิตโคเนื้อและอุตสาหกรรมเนื้อโคเพื่อการส่งออกในระยะยาวโดยแนวทางที่ควรเร่งผลักดันและส่งเสริมคือ การยกระดับโรงฆ่าและชำแหละที่มีอยู่เดิมให้มีความเพียงพอ ทั้งในด้านปริมาณการผลิตคุณภาพและมาตรฐาน โดยให้มีเป้าหมายยกระดับโรงฆ่าและชำแหละให้เป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานที่จะสามารถส่งออกได้ โดยพิจารณาครอบคลุมถึงการพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งการเพิ่มเป้าหมายโดยพิจารณาสัดส่วนการผลิตของโคเนื้อที่เป็นสายพันธุ์คุณภาพเพิ่มขึ้น

4.3 ข้อมูลด้านความรู้ ประสบการณ์และการรับรู้ข่าวสารในการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทยจากการสัมภาษณ์เกษตรกรตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

4.3.1 จุดแข็ง

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย จำแนกตามการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย : จุดแข็ง

จุดแข็งด้านการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
1. ด้านตัวเกษตรกร			
1.1 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อมีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการผลิตโคเนื้อที่มีคุณภาพ	3.57	0.98	มาก
1.2 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อและผู้ประกอบการมีความรู้และทักษะในการทำการตลาดโคเนื้อ	3.26	1.05	พอใช้
1.3 เกษตรกรมีการรวมกลุ่มเพื่อการผลิตโคเนื้อ มีการบริหารจัดการกระบวนการกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ	3.22	1.21	พอใช้
1.4 เกษตรกรและผู้ประกอบการมีความเข้าใจด้านการตลาดและติดตามแนวโน้มตลาดอย่างต่อเนื่อง	3.38	1.11	พอใช้

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย จำแนกตามการวิเคราะห์
สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย : จุดแข็ง (ต่อ)

จุดแข็งด้านการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
1.5 มีเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพ มีความรู้ สามารถพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อของประเทศได้	3.53	1.00	มาก
1.6 เกษตรกรมีเงินทุนของตนเองที่เพียงพอต่อการลงทุนผลิตโคเนื้อเพื่อการส่งออก	2.71	1.15	พอใช้
เฉลี่ยรวม	3.28	1.08	พอใช้
2. ด้านความพร้อมในการลงทุน/ความสามารถในการผลิต			
2.1 เกษตรกรเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายและจำนวนเพียงพอต่อการลงทุนเลี้ยงโคเนื้อ	2.69	1.18	พอใช้
2.2 ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการทำธุรกิจการผลิตและการตลาดโคเนื้อที่มีความเข้มแข็ง	3.23	1.14	พอใช้
2.3 การลงทุนในการผลิตโคเนื้อเพื่อการส่งออกมีความคุ้มค่าต่อการลงทุนมีผลตอบแทนที่น่าพึงพอใจ	3.14	1.16	พอใช้
เฉลี่ยรวม	3.02	1.16	พอใช้
3. ด้านความพร้อมของปัจจัยที่เหมาะสมในการเลี้ยงโคเนื้อ			
3.1 ประเทศไทยสายพันธุ์โคเนื้อที่มีความเหมาะสมตรงกับความต้องการของตลาดในต่างประเทศ	3.43	1.03	พอใช้
3.2 ประเทศไทยมีอาหารสัตว์เหมาะสมเพียงพอสำหรับการเลี้ยงโคเนื้อ	3.69	1.01	มาก
3.3 ประเทศไทยมีระบบสนับสนุนด้านการป้องกันโรคการดูแลสุขภาพโคเนื้อที่ดีและเหมาะสม	3.54	1.05	มาก
3.4 ประเทศไทยมีภูมิประเทศและภูมิอากาศเหมาะสมกับการเลี้ยงโคเนื้อ	3.81	0.92	มาก
3.5 ประเทศไทยมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อ	3.42	1.03	พอใช้
3.6 ประเทศไทยมีสินค้าโคเนื้อที่มีชีวิตที่มีคุณภาพดีและได้รับความนิยมจากลูกค้า	3.51	1.01	มาก

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย จำแนกตามการวิเคราะห์

สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย : จุดแข็ง (ต่อ)

จุดแข็งด้านการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
3.7 ประเทศไทยมีระบบและกระบวนการทำงาน ส่งเสริมโคเนื้อที่มีประสิทธิภาพ	3.35	1.05	พอใช้
เฉลี่ยรวม	3.54	1.01	มาก
4. ด้านความพร้อมทางการตลาด			
4.1 มีความคล่องตัวในการผลิตโคเนื้อที่สามารถ ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า	3.33	1.04	พอใช้
4.2 ประเทศไทยมีความสามารถในการปรับปรุงและ พัฒนาสินค้าโคเนื้อให้ตรงกับความต้องการของ ตลาด	3.51	1.02	มาก
4.3 ประเทศไทยมีการวางแผนการตลาดโคเนื้อที่ ชัดเจนและมีเป้าหมายที่มั่นใจ	3.12	1.13	พอใช้
เฉลี่ยรวม	3.32	1.06	พอใช้
5. ด้านความพร้อมนโยบายภาครัฐ			
5.1 ประเทศไทยมีนโยบายการควบคุมคุณภาพ ที่เข้มแข็งและตรวจสอบการผลิตสินค้าโคเนื้อ	3.07	1.12	พอใช้
5.2 ประเทศไทยมีนโยบายการตรวจสอบความ พึงพอใจของลูกค้าและความพร้อมในการปรับปรุง	3.08	1.09	พอใช้
5.3 ประเทศไทยมีการนำเสนอสินค้าและ ประชาสัมพันธ์สินค้าโคเนื้อที่มีความน่าสนใจ และมีการปฏิบัติต่อเนื่อง สม่ำเสมอ	3.02	1.10	พอใช้
เฉลี่ยรวม	3.06	1.10	พอใช้
รวมเฉลี่ยทั้งหมด	3.24	1.08	พอใช้

จากตารางที่ 9 พบว่า จุดแข็งในการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ค่าเฉลี่ย 3.24 โดยด้านที่เป็นจุดแข็งมากที่สุด ได้แก่ ด้านความพร้อมของปัจจัยที่เหมาะสมในการเลี้ยงโคเนื้อค่าเฉลี่ย 3.54 ซึ่งอยู่ในระดับมาก ส่วนอีก 4 ด้านอยู่ในระดับพอใช้ทั้งหมด ได้แก่ ด้านความพร้อมทางการตลาดด้านตัวเกษตรกรด้านความพร้อมนโยบายภาครัฐและด้านความพร้อมในการ

ลงทุน/ความสามารถในการผลิตค่าเฉลี่ย 3.32, 3.28, 3.06 และ 3.02 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลการศึกษา มีดังนี้

1) ด้านตัวเกษตรกร พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ย 3.28 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า มีจุดแข็งในระดับมากอยู่ 2 ประเด็นเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อมีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการผลิตโคเนื้อที่มีคุณภาพ และมีเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพ มีความรู้สามารถพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อของประเทศได้ค่าเฉลี่ย 3.57 และ 3.53 ตามลำดับ ส่วน 4 ประเด็นที่เหลือเป็นจุดแข็งในระดับพอใช้ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เกษตรกรและผู้ประกอบการมีความเข้าใจด้านการตลาดและติดตามแนวโน้มตลาดอย่างต่อเนื่อง เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อและผู้ประกอบการมีความรู้และทักษะในการทำการตลาดโคเนื้อ เกษตรกรมีการรวมกลุ่มเพื่อการผลิตโคเนื้อ มีการบริหารจัดการกระบวนการกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ และเกษตรกรมีเงินทุนของตนเองที่เพียงพอต่อการลงทุนผลิตโคเนื้อเพื่อการส่งออก ค่าเฉลี่ย 3.38, 3.26, 3.22 และ 2.71 ตามลำดับ

2) ด้านความพร้อมในการลงทุน/ความสามารถในการผลิต พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ย 3.02 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า มีจุดแข็งในระดับพอใช้ทั้ง 3 ประเด็นเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการทำธุรกิจการผลิตและการตลาดโคเนื้อ การลงทุนในการผลิตโคเนื้อเพื่อการส่งออกมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน มีผลตอบแทนที่น่าพึงพอใจ และเกษตรกรเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายและจำนวนเพียงพอต่อการลงทุนเลี้ยงโคเนื้อ ค่าเฉลี่ย 3.23, 3.14 และ 2.69 ตามลำดับ

3) ด้านความพร้อมของปัจจัยที่เหมาะสมในการเลี้ยงโคเนื้อ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า มีจุดแข็งในระดับมาก 4 ประเด็นเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ประเทศไทยมีภูมิประเทศและภูมิอากาศเหมาะสมกับการเลี้ยงโคเนื้อ ประเทศไทยมีอาหารสัตว์เหมาะสมเพียงพอสำหรับการเลี้ยงโคเนื้อ ประเทศไทยมีระบบสนับสนุนด้านการป้องกันโรค การดูแลสุขภาพโคเนื้อที่ดีและเหมาะสม และประเทศไทยมีสินค้าโคเนื้อมีชีวิตที่มีคุณภาพดีและได้รับความนิยมจากลูกค้าค่าเฉลี่ย 3.81, 3.69, 3.54 และ 3.51 ตามลำดับ ส่วน 3 ประเด็นที่เหลือเป็นจุดแข็งในระดับพอใช้ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ประเทศไทยมีสายพันธุ์โคเนื้อที่ตรงกับความต้องการของตลาดในต่างประเทศ ประเทศไทยมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อ และประเทศไทยมีระบบและกระบวนการทำงานส่งเสริมโคเนื้อที่มีประสิทธิภาพ ค่าเฉลี่ย 3.43, 3.42 และ 3.35 ตามลำดับ

4) ด้านความพร้อมทางการตลาด พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ย 3.32 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า มีจุดแข็งในระดับมากมี 1 ประเด็น ได้แก่ ประเทศไทยมีความสามารถในการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าโคเนื้อให้ตรงกับความต้องการของตลาด ค่าเฉลี่ย 3.51 ส่วนอีก 2 ประเด็นเป็นจุดแข็งระดับพอใช้ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ มีความคล่องตัวในการผลิต

โคเนื้อที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และประเทศไทยมีการวางแผนการตลาดโคเนื้อที่ชัดเจนและมีเป้าหมายที่มั่นใจ ค่าเฉลี่ย 3.33 และ 3.12 ตามลำดับ

5) ด้านความพร้อมนโยบายภาครัฐ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ย 3.06 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า มีจุดแข็งในระดับพอใช้ทั้ง 3 ประเด็น เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ประเทศไทยมีนโยบายการตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าและความพร้อมในการปรับปรุงประเทศไทยมีนโยบายการควบคุมคุณภาพที่เข้มแข็งและตรวจสอบการผลิตสินค้าโคเนื้อ และประเทศไทยมีการนำเสนอสินค้าและประชาสัมพันธ์สินค้าโคเนื้ออย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.08, 3.07 และ 3.02 ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 9 พบว่า จุดแข็งในการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ยรวม 3.24 โดยประเด็นด้านความพร้อมของปัจจัยที่เหมาะสมในการเลี้ยงโคเนื้อเป็นจุดแข็งที่โดดเด่นที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.54 โดยเฉพาะในเรื่องภูมิประเทศภูมิอากาศ และอาหารสัตว์ที่เหมาะสม รวมถึงระบบการป้องกันโรคและสุขภาพโคที่ดี แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีพื้นฐานทางธรรมชาติและระบบสนับสนุนที่เหมาะสมแก่การเลี้ยงโคเนื้อด้านความพร้อมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ย 3.32 อยู่ในระดับพอใช้ จุดแข็งที่ชัดเจนคือ ความสามารถในการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดในด้านการวางแผนและความคล่องตัวของระบบตลาดโดยรวมด้านตัวเกษตรกรค่าเฉลี่ย 3.28 อยู่ในระดับพอใช้ จุดเด่นอยู่ที่เกษตรกรมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ รวมถึงมีเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพ แต่ยังขาดความเข้มแข็งด้านการรวมกลุ่มและเงินทุน ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของธุรกิจด้านความพร้อมนโยบายภาครัฐ ค่าเฉลี่ย 3.06 อยู่ในระดับพอใช้ โดยมีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมคุณภาพและการประชาสัมพันธ์สินค้า แต่ยังขาดความเข้มแข็งเชิงระบบและขาดกลไกสนับสนุนเชิงรุกที่ชัดเจนด้านความพร้อมในการลงทุน/ความสามารถในการผลิตเป็นด้านที่มีคะแนนต่ำที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.02 แม้จะมีผู้ประกอบการบางส่วนที่พร้อมลงทุนและมีผลตอบแทนที่น่าพอใจ แต่การเข้าถึงแหล่งทุนของเกษตรกรยังคงเป็นข้อจำกัดสำคัญ ดังนั้น แม้ว่าประเทศไทยจะมีข้อได้เปรียบเชิงภูมิประเทศและทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมกับการเลี้ยงโคเนื้อ แต่ยังพบข้อจำกัดในด้านโครงสร้างการลงทุน การสนับสนุนนโยบาย และศักยภาพทางการตลาดของเกษตรกรรายย่อย หากสามารถยกระดับการสนับสนุนเชิงนโยบายและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งทุน จะช่วยเสริมความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมโคเนื้อไทยได้ในระยะยาว

ข้อมูลจากการศึกษา พบว่า จุดแข็ง มีความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการด้านโคเนื้อ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกรมปศุสัตว์ (2566) ในเรื่อง เกษตรกรไทยมีศักยภาพ มีเกษตรกรรุ่นใหม่ ซึ่งแสดงถึงการมีทุนมนุษย์พื้นฐานที่ดี แต่ยังต้องต่อยอดด้วยเทคโนโลยีและการบริหารจัดการกลุ่ม

รวมถึงมีความสอดคล้องในเรื่องของการเพิ่มขึ้นของความต้องการบริโภคเนื้อโคซึ่งประเทศไทยมีความสามารถในการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าโคเนื้อให้ตรงกับความต้องการของตลาด

4.3 ข้อมูลด้านความรู้ ประสบการณ์และการรับรู้ข่าวสารในการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทยจากการสัมภาษณ์เกษตรกรตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

4.3.2 จุดอ่อน

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย จำแนกตามการวิเคราะห์

สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย : จุดอ่อน

จุดอ่อนด้านการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
1. ด้านตัวเกษตรกร			
1.1 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อไม่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในการผลิตโคเนื้อที่มีคุณภาพ	3.00	1.06	พอใช้
1.2 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อและผู้ประกอบการขาดความรู้และทักษะในการทำการตลาดโคเนื้อ	2.96	1.04	พอใช้
1.3 เกษตรกรไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อการผลิตโคเนื้อ หรือบริหารจัดการกระบวนการกลุ่มที่ไม่มีประสิทธิภาพ	2.96	1.12	พอใช้
1.4 เกษตรกรและผู้ประกอบการขาดความเข้าใจและขาดการติดตามแนวโน้มตลาดอย่างต่อเนื่อง	3.01	1.07	พอใช้
1.5 เกษตรกรมีอายุมาก ระดับการศึกษาไม่สูงมาก เป็นข้อจำกัดในการเรียนรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรม	3.01	1.10	พอใช้
เฉลี่ยรวม	2.99	1.08	พอใช้
2. ด้านความพร้อมในการลงทุน/ความสามารถในการผลิต			
2.1 เกษตรกรขาดเงินทุนที่เพียงพอต่อการลงทุนผลิตโคเนื้อเพื่อการส่งออก	3.48	1.26	พอใช้
2.2 เกษตรกรขาดแหล่งเงินทุนที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และจำนวนไม่เพียงพอต่อการลงทุนเลี้ยงโคเนื้อ	3.44	1.25	พอใช้
2.3 ผู้ประกอบการขาดความพร้อมในการทำธุรกิจการผลิตและการตลาดโคเนื้อไม่มีความเข้มแข็ง	3.16	1.16	พอใช้

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย จำแนกตามการวิเคราะห์
สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย : จุดอ่อน (ต่อ)

จุดอ่อนด้านการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
2.4 การลงทุนในการผลิตโคเนื้อเพื่อการส่งออกเป็น การลงทุนที่ไม่มีความคุ้มค่าผลตอบแทนไม่น่า พึงพอใจ	2.99	1.13	พอใช้
เฉลี่ยรวม	3.27	1.20	พอใช้
3. ด้านความพร้อมของปัจจัยที่เหมาะสมในการเลี้ยงโคเนื้อ			
3.1 ประเทศไทยมีอาหารสัตว์ไม่เหมาะสม ไม่เพียงพอ สำหรับการเลี้ยงโคเนื้อ	2.67	1.09	พอใช้
3.2 ประเทศไทยไม่มีระบบสนับสนุนด้านป้องกันโรค การดูแลสุขภาพโคเนื้อที่ดีและเหมาะสม	2.87	1.10	พอใช้
3.3 ภูมิประเทศและภูมิอากาศของประเทศไทย ไม่เหมาะสมกับการเลี้ยงโคเนื้อ	2.66	1.09	พอใช้
3.4 ประเทศไทยขาดการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อ	2.94	1.10	พอใช้
3.5 ประเทศไทยไม่มีระบบและกระบวนการทำงาน ส่งเสริมโคเนื้อที่มีประสิทธิภาพ	3.02	1.15	พอใช้
เฉลี่ยรวม	2.83	1.11	พอใช้
4. ด้านความพร้อมทางการตลาด			
4.1 สินค้าโคเนื้อมีชีวิตมีคุณภาพไม่ดี ไม่สม่ำเสมอ ไม่ได้รับความนิยมจากลูกค้า	2.88	1.09	พอใช้
4.2 การผลิตโคเนื้อไม่มีความคล่องตัว ไม่สามารถ ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้	2.90	1.10	พอใช้
4.3 ประเทศไทยไม่ความสามารถปรับปรุงและพัฒนา สินค้าโคเนื้อให้ตรงกับความต้องการของตลาด	2.81	1.11	พอใช้
4.4 ประเทศไทยไม่มีการวางแผนการตลาดโคเนื้อ ที่ชัดเจนและไม่มีเป้าหมายที่มั่นคง	3.11	1.15	พอใช้
4.5 การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่ครบถ้วน หรือไม่น่าสนใจในสายตาของลูกค้า	2.96	1.08	พอใช้
เฉลี่ยรวม	2.93	1.11	พอใช้

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย จำแนกตามการวิเคราะห์
สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย : จุดอ่อน (ต่อ)

จุดอ่อนด้านการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
5. ด้านความพร้อมนโยบายภาครัฐ			
5.1 ประเทศไทยไม่มีนโยบายการควบคุมคุณภาพ ที่เข้มแข็งและไม่มีการตรวจสอบการผลิตสินค้า โคเนื้อ	3.14	1.16	พอใช้
5.2 ประเทศไทยไม่มีนโยบายการตรวจสอบความ พึงพอใจของลูกค้าและไม่มีความพร้อมในการ ปรับปรุง	3.09	1.14	พอใช้
เฉลี่ยรวม	3.12	1.15	พอใช้
รวมเฉลี่ยทั้งหมด	3.03	1.13	พอใช้

จากตารางที่ 10 พบว่า จุดอ่อนในการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ย 3.03 โดยด้านที่เป็นจุดอ่อนมากที่สุด ได้แก่ ด้านความพร้อมในการลงทุน/ความสามารถในการผลิตค่าเฉลี่ย 3.27 ซึ่งอยู่ในระดับพอใช้ ส่วนอีก 4 ด้านอยู่ในระดับพอใช้ทั้งหมดเช่นกัน ได้แก่ ด้านความพร้อมนโยบายภาครัฐด้านตัวเกษตรกรด้านความพร้อมทางการตลาดและด้านความพร้อมของปัจจัยที่เหมาะสมในการเลี้ยงโคเนื้อค่าเฉลี่ย 3.12, 2.99, 2.93 และ 2.83 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลการศึกษา มีดังนี้

1) **ด้านตัวเกษตรกร** พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ย 2.99 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า มีจุดอ่อนในระดับพอใช้ทั้งหมด 5 ประเด็น เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เกษตรกรมีอายุมาก ระดับการศึกษาไม่สูง เป็นข้อจำกัดในการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับกับขาดความเข้าใจและไม่ติดตามแนวโน้มตลาดคือ 3.01ตามด้วยขาดความรู้ความเชี่ยวชาญในการผลิตโคเนื้อค่าเฉลี่ย 3.00ขาดความรู้และทักษะในการทำตลาดโคเนื้อมีความเฉลี่ยเท่ากับกับการรวมกลุ่มหรือจัดการกลุ่มไม่มีประสิทธิภาพ คือ 2.96

2) **ด้านความพร้อมในการลงทุน/ความสามารถในการผลิต** พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ย 3.27 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า มีจุดอ่อนในระดับพอใช้ทั้งหมด 4 ประเด็น เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เกษตรกรขาดเงินทุนที่เพียงพอต่อการลงทุนผลิตโคเนื้อเพื่อการส่งออก เกษตรกรขาดแหล่งเงินทุนที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและจำนวนไม่เพียงพอผู้ประกอบการขาดความพร้อมในการทำธุรกิจ และการลงทุนผลิตโคเนื้อเพื่อส่งออกไม่คุ้มค่า ค่าเฉลี่ย 3.48, 3.44, 3.16 และ 3.16 ตามลำดับ

3) **ด้านความพร้อมของปัจจัยที่เหมาะสมในการเลี้ยงโคเนื้อ** พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ย 2.83 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า มีจุดอ่อนในระดับพอใช้ทั้งหมด 5 ประเด็น เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ไม่มีระบบและกระบวนการทำงานส่งเสริมที่มีประสิทธิภาพ ขาดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการผลิต ไม่มีระบบป้องกันโรคและดูแลสุขภาพที่ดี อาหารสัตว์ไม่เหมาะสมและไม่เพียงพอ และภูมิประเทศและภูมิอากาศไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.02, 2.94, 2.87, 2.67 และ 2.66 ตามลำดับ

4) **ด้านความพร้อมทางการตลาด** พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ย 2.93 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า มีจุดอ่อนในระดับพอใช้ทั้งหมด 5 ประเด็น เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ไม่มีการวางแผนการตลาดที่ชัดเจน การนำเสนอผลิตภัณฑ์ไม่ครบถ้วน ไม่น่าสนใจ การผลิตไม่มีความคล่องตัว สินค้ามีคุณภาพไม่ดีและไม่สม่ำเสมอ และไม่สามารถพัฒนาสินค้าให้ตรงความต้องการของตลาด ค่าเฉลี่ย 3.11, 2.96, 2.90, 2.88 และ 2.81 ตามลำดับ

5) **ด้านความพร้อมนโยบายภาครัฐ** พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ย 3.12 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า มีจุดอ่อนในระดับพอใช้ทั้งหมด 2 ประเด็น เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ไม่มีนโยบายควบคุมคุณภาพที่เข้มแข็งและไม่มีการตรวจสอบการผลิต และไม่มีนโยบายตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าและไม่พร้อมในการปรับปรุง ค่าเฉลี่ย 3.14 และ 3.09 ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 10 พบว่า จุดอ่อนในการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ยรวม 3.03 โดยด้านความพร้อมในการลงทุน/ความสามารถในการผลิตเป็นจุดอ่อนที่เด่นชัดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.27) แม้ยังอยู่ในระดับพอใช้ แต่สะท้อนถึงปัญหาหลักคือ การขาดแคลนเงินทุน และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ไม่เพียงพอหรือยากต่อการเข้าถึง รวมถึงผู้ประกอบการขาดความพร้อมด้านธุรกิจ และความไม่คุ้มค่าของการลงทุนเพื่อส่งออกด้านนโยบายภาครัฐมีค่าเฉลี่ย 3.12 อยู่ในระดับพอใช้ จุดอ่อนสำคัญคือ ไม่มีนโยบายควบคุมคุณภาพที่เข้มแข็ง และขาดระบบติดตามความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ตรงความต้องการตลาดด้านตัวเกษตรกรมีค่าเฉลี่ย 2.99 สะท้อนถึงจุดอ่อนด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคเนื้อได้แก่ เกษตรกรส่วนใหญ่อายุมากการศึกษาไม่สูงมากนัก ขาดความรู้ด้านการผลิตและตลาดและไม่มีการรวมกลุ่มหรือขาดประสิทธิภาพในการจัดการกลุ่มด้านความพร้อมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ย 2.93 จุดอ่อนที่ชัดเจนคือ ไม่มีแผนการตลาดที่ชัดเจนการนำเสนอสินค้าไม่น่าสนใจสินค้าคุณภาพไม่ดีและไม่สม่ำเสมอและไม่สามารถพัฒนาสินค้าให้ตรงกับตลาดได้และด้านความพร้อมของปัจจัยในการเลี้ยงโคเนื้อเป็นด้านที่มีจุดอ่อนน้อยที่สุดค่าเฉลี่ย 2.83 ซึ่งสะท้อนถึงปัญหาโครงสร้างพื้นฐานแต่ถือว่าไม่มากนักเช่น ขาดระบบสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพ ไม่มีการใช้เทคโนโลยีระบบสุขภาพโคไม่ดีและอาหารสัตว์ไม่เพียงพอ รวมถึงข้อจำกัดด้านภูมิประเทศและภูมิอากาศในบางพื้นที่อย่างไรก็ตามแม้คะแนนเฉลี่ยของจุดอ่อนแต่ละด้านยังอยู่ในระดับพอใช้ แต่

ปัญหาที่พบมีลักษณะเชิงโครงสร้างและเชิงระบบ โดยเฉพาะข้อจำกัดด้านเงินทุนขาดการสนับสนุนจากภาครัฐความรู้ของเกษตรกรและระบบการตลาดที่ไม่มีประสิทธิภาพ ล้วนส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมโคเนื้อของไทยในระยะยาว การแก้ไขจุดอ่อนเหล่านี้ควรมุ่งไปที่การส่งเสริมศักยภาพของเกษตรกร พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี เพิ่มการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และสนับสนุนนโยบายเชิงรุกจากภาครัฐ เพื่อยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมโคเนื้อไทยในภาพรวมต่อไป

ข้อมูลจากการศึกษา พบว่า จุดอ่อน มีความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการด้านโคเนื้อ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกรมปศุสัตว์ (2566) ในเรื่องของเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งทุนซึ่งเป็นข้อจำกัดสำคัญที่ขัดขวางศักยภาพในการเติบโตของฟาร์มเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรรายย่อย จำเป็นต้องมีมาตรการเร่งด่วนด้านสินเชื่อแบบกลุ่มหรือชุมชน นอกจากนี้ ยังเห็นสอดคล้องกันในเรื่องการรวมกลุ่มของเกษตรกรขาดประสิทธิภาพ ขาดอำนาจต่อรอง ขาดโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีของระบบโคเนื้อตลอดห่วงโซ่ เช่น โรงฆ่าสัตว์มาตรฐานยังไม่เพียงพอ รวมถึงยังขาดการเข้าถึงหรือการนำระบบการควบคุมคุณภาพและการตรวจสอบย้อนกลับมาใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

4.3 ข้อมูลด้านความรู้ ประสบการณ์และการรับรู้ข่าวสารในการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทยจากการสัมภาษณ์เกษตรกรตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

4.3.3 โอกาส

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย จำแนกตามการวิเคราะห์

สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย: โอกาส

โอกาสด้านการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
1. ภาครัฐมีนโยบายในการส่งเสริมการผลิตและการตลาดโคเนื้อ	3.07	1.13	พอใช้
2. มีสถาบันการศึกษาในพื้นที่ที่สามารถให้บริการและพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อได้เป็นอย่างดี	3.23	1.10	พอใช้
3. การรวมกลุ่มจะสามารถช่วยให้เกษตรกรเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น	3.42	1.14	พอใช้
4. ความต้องการโคเนื้อภายในประเทศมีเพิ่มมากขึ้น	3.17	1.08	พอใช้
5. การเพิ่มจำนวนประชากรของประเทศจีน ส่งผลให้มีความต้องการบริโภคเนื้อโคเพิ่มมากขึ้น	3.38	1.10	พอใช้
6. ท่าเลที่ตั้งที่เป็นแหล่งผลิตโคเนื้อของไทย มีความสะดวกในการตลาดและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในจีน	3.27	1.09	พอใช้

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย จำแนกตามการวิเคราะห์
สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย: โอกาส (ต่อ)

โอกาสด้านการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
7. เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ตอบสนองต่อการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อของประเทศไทย	3.36	1.03	พอใช้
8. ความสนใจในการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากสังคมออนไลน์และโซเชียลมีเดีย	3.46	1.08	พอใช้
9. ข่าวสารและข้อมูลใหม่ที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ	3.50	1.01	พอใช้
10. ความสนใจในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน	3.47	1.05	พอใช้
รวมเฉลี่ยทั้งหมด	3.33	1.08	พอใช้

จากตารางที่ 11 พบว่า โอกาสในการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ย 3.33 และเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น โอกาสทั้ง 10 ประเด็นอยู่ในระดับพอใช้ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข่าวสารและข้อมูลใหม่ที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ ความสนใจในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน ความสนใจในการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากสังคมออนไลน์และโซเชียลมีเดีย การรวมกลุ่มจะสามารถช่วยให้เกษตรกรเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น การเพิ่มจำนวนประชากรของประเทศจีน ส่งผลให้มีความต้องการบริโภคเนื้อโคเพิ่มมากขึ้น เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ตอบสนองต่อการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อของประเทศไทยทำเลที่ตั้งที่เป็นแหล่งผลิตโคเนื้อของไทย มีความสะดวกในด้านการตลาดและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในจีน มีสถาบันการศึกษาในพื้นที่ที่สามารถให้บริการและพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อได้เป็นอย่างดี ความต้องการโคเนื้อภายในประเทศมีเพิ่มมากขึ้นและภาครัฐมีนโยบายในการส่งเสริมการผลิตและการตลาดโคเนื้อค่าเฉลี่ย 3.50, 3.47, 3.46, 3.42, 3.38, 3.36, 3.27, 3.23, 3.17 และ 3.07 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าโอกาสที่มีอยู่ส่วนใหญ่ยังเป็นโอกาสที่ต้องมีกลไกสนับสนุน และแผนงานบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วน เพื่อเปลี่ยนจากโอกาสเชิงนโยบายหรือแนวโน้ม เป็นผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจจึงควรเน้นพัฒนากลยุทธ์ที่ผสมผสานทั้งด้านการตลาดสมัยใหม่การยกระดับคุณภาพสินค้าและการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อให้สามารถใช้โอกาสที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อมูลจากการศึกษา พบว่า โอกาส มีความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการด้านโคเนื้อ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกรมปศุสัตว์ (2566) ในเรื่องของการรวมกลุ่มและการเข้าถึงแหล่งทุน โดยการรวมกลุ่มจะช่วยให้มีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อต้องมีแรงจูงใจด้วยนโยบายไม่ใช่เพียงทำตามคำแนะนำทั่วไปเท่านั้น

4.3 ข้อมูลด้านความรู้ ประสบการณ์และการรับรู้ข่าวสารในการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทยจากการสัมภาษณ์เกษตรกรตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

4.3.4 อุปสรรค

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย จำแนกตามการวิเคราะห์

สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย : อุปสรรค

อุปสรรคด้านการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
1. สภาพแวดล้อมที่ซับซ้อนและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบต่อการผลิตโคเนื้อ	3.31	1.08	พอใช้
2. สถานการณ์อาหารสัตว์ราคาแพง กระทบต่อต้นทุนการผลิตโคเนื้อและการแข่งขันด้านการตลาด	3.86	1.11	มาก
3. ค่านิยมในการเลี้ยงโคเนื้อแบบเดิม ๆ ของเกษตรกร เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อเพื่อการส่งออก	3.46	1.10	พอใช้
4. เทคโนโลยีมีราคาแพง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตโคเนื้อสูงตามไปด้วย	3.69	1.09	มาก
5. การเปิดการค้าเสรี มีผลกระทบต่อการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย	3.85	1.87	มาก
6. การเปลี่ยนแปลงของนโยบายทางเมืองนโยบายทางการเมืองที่ไม่แน่นอน เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการผลิตและการส่งออกโคเนื้อ	3.79	1.12	มาก
7. ความขัดแย้งกับกฎหมายหรือข้อกำหนดทางกฎหมายและระเบียบที่หน่วยงานราชการ ส่งผลกระทบต่อส่งออกโคเนื้อไปประเทศจีน	3.66	1.13	มาก
8. การลักลอบใช้สารเร่งเนื้อแดง และภาครัฐมีการเข้มงวดปราบปรามการใช้สารเร่งเนื้อแดง มีผลกระทบต่อส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปประเทศจีน	3.57	1.24	มาก
9. ปัญหาการลักลอบนำเข้าเนื้อเถื่อน โคเถื่อน ส่งผลให้ราคาโคเนื้อตกต่ำ มีผลกระทบต่อส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปประเทศจีน	3.87	1.17	มาก
10. ความสามารถในการจัดการของประเทศคู่แข่งที่แข็งแกร่ง เป็นคู่แข่งที่มีความสามารถในการผลิต สามารถเข้าถึงตลาดประเทศจีนได้สูงกว่าประเทศไทย	3.70	1.10	มาก
รวมเฉลี่ยทั้งหมด	3.68	1.20	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า อุปสรรคในการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.68 และเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น มีอุปสรรคจำนวน 8 ประเด็นอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัญหาการลักลอบนำเข้าเนื้อเถื่อน โคเถื่อนส่งผลให้ราคาโคเนื้อตกต่ำ มีผลกระทบต่อการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปประเทศจีน สถานการณ์อาหารสัตว์ราคาแพงกระทบต่อดัชนีการผลิตโคเนื้อและการแข่งขันด้านการตลาด การเปิดการค้าเสรีมีผลกระทบต่อการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงของนโยบายทางเมืองนโยบายทางการเมืองที่ไม่แน่นอนเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการผลิตและการส่งออกโคเนื้อความสามารถในการจัดการของประเทศคู่แข่งที่แข็งแกร่งเป็นคู่แข่งที่มีความสามารถในการผลิต สามารถเข้าถึงตลาดประเทศจีนได้สูงกว่าประเทศไทย เทคโนโลยีมีราคาแพงส่งผลให้ต้นทุนการผลิตโคเนื้อสูงตามไปด้วย ความขัดแย้งกับกฎหมายหรือข้อกำหนดทางกฎหมายและระเบียบของหน่วยงานราชการส่งผลกระทบต่อการส่งออกโคเนื้อไปประเทศจีน และการลักลอบใช้สารเร่งเนื้อแดง และภาครัฐมีการเข้มงวดปราบปรามการใช้สารเร่งเนื้อแดง มีผลกระทบต่อการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปประเทศจีนค่าเฉลี่ย 3.87, 3.86, 3.85, 3.79, 3.70, 3.69, 3.66, และ 3.57 ตามลำดับ และมีอุปสรรค จำนวน 2 ประเด็นอยู่ในระดับพอใช้ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ค่านิยมในการเลี้ยงโคเนื้อแบบเดิมๆ ของเกษตรกร เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อเพื่อการส่งออกและสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อนและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบต่อการผลิตโคเนื้อค่าเฉลี่ย 3.46 และ 3.31 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า อุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อของประเทศไทยอยู่ในระดับมาก และปัญหาในหลายประเด็นมีลักษณะเป็นโครงสร้างระดับประเทศ เช่น ปัญหาการลักลอบนำเข้า การแข่งขันจากประเทศคู่แข่ง และต้นทุนการผลิตที่สูง ซึ่งเป็นอุปสรรคที่ยากต่อการแก้ไขแบบรายบุคคล ขณะเดียวกัน อุปสรรคภายใน เช่น ค่านิยมเดิม และการไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยี ยิ่งทำให้เกษตรกรรายย่อยไม่สามารถรับมือกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ทัน ส่งผลกระทบทั้งต่อคุณภาพสินค้าและโอกาสในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ ซึ่งภาครัฐควรเร่งควบคุมเรื่องการนำเข้าเถื่อนและเสริมสร้างมาตรการความมั่นคงทางอาหารสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สนับสนุนการเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ ในราคาที่จับต้องได้ง่าย และฝึกอบรมเพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติด้านการผลิตโคเนื้อ ตลอดจนกำหนดนโยบายส่งเสริมโคเนื้อระยะยาวที่ต่อเนื่องและชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจแก่เกษตรกรและนักลงทุนในประเทศ

ข้อมูลจากการศึกษา พบว่า อุปสรรค มีความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการด้านโคเนื้อ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกรมปศุสัตว์ (2566) ในเรื่องของการลักลอบนำเข้าและการแข่งขันจากสินค้าต่างประเทศ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญ ส่งผลต่อราคาโคเนื้อภายในประเทศ ซึ่งเป็นปัญหาที่ไม่สามารถแก้ไขได้ เฉพาะในระดับเกษตรกร ต้องอาศัยกลไกของรัฐและความร่วมมือระหว่างประเทศ ปัญหาด้านต้นทุนการผลิต ต้นทุนอาหารสัตว์ ต้นทุนเทคโนโลยีมีราคาแพง ปัญหาเรื่องการใช้สารเร่งเนื้อแดงในการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรบางกลุ่มเป็นข้อจำกัดด้านมาตรฐานสินค้า ส่งผลโดยตรงต่อโอกาสทางการตลาด โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ

4.3 ข้อมูลด้านความรู้ ประสบการณ์และการรับรู้ข่าวสารในการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทยจากการสัมภาษณ์เกษตรกรตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

4.3.5 ข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อเสนอแนะของเกษตรกร

ข้อมูลข้อเสนอแนะของเกษตรกร	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
1. ไม่มีข้อเสนอแนะ	307	76.75
2. ภาครัฐและผู้เกี่ยวข้องต้องกำหนดนโยบายให้ชัดเจน	16	4.00
3. ให้เงินร่วมลงทุนทำโรงเชือดเพื่อส่งจำหน่ายเนื้อโคไปจีน	7	1.75
4. เจริญจากการจำหน่ายเนื้อโคไปจีน	1	0.25
5. พัฒนา ยกระดับสายพันธุ์โค ลดต้นทุน	3	0.75
6. เจริญจากการจำหน่ายโคมีชีวิตไปจีน	28	7.00
7. พัฒนาระบบทะเบียนโคให้สำเร็จ	1	0.25
8. สนับสนุนปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานเรื่องระบบน้ำ ระดับไฟฟ้า	1	0.25
9. ควรมีการกำหนดราคาซื้อขายให้ชัดเจนโดยภาครัฐ	16	4.00
10. ให้ความรู้เรื่องการเลี้ยงโคเนื้อ ส่งเสริมการรวมกลุ่ม	10	2.50
11. ยกเลิกกฎหมายที่ไม่จำเป็น	1	0.25
12. ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน	9	2.25

จากตารางที่ 13 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 76.75 ไม่มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานหรือการพัฒนาต่างๆ ของอุตสาหกรรมโคเนื้อ ซึ่งอาจสะท้อนถึงการขาดข้อมูล ความไม่มั่นใจ หรือความไม่แน่ใจในการแสดงความคิดเห็นต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสำหรับ ข้อเสนอแนะจากเกษตรกรที่มีการให้ความคิดเห็น พบว่า มีความหลากหลาย โดยข้อเสนอแนะที่มี สัดส่วนมากที่สุด คือ เจริญจากการจำหน่ายโคมีชีวิตไปจีนร้อยละ 7.00 แสดงให้เห็นถึงความต้องการ เปิดตลาดส่งออกโคมีชีวิตไปยังประเทศจีนอย่างเร่งด่วน เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและสร้างรายได้ ให้กับเกษตรกรข้อเสนอแนะที่มีจำนวนรองลงมาคือภาครัฐและผู้เกี่ยวข้องต้องกำหนดนโยบาย ให้ชัดเจนและควรมีการกำหนดราคาซื้อขายให้ชัดเจนโดยภาครัฐซึ่งคิดเป็นร้อยละ 4.00 เท่ากัน สะท้อนถึงความคาดหวังของเกษตรกรต่อบทบาทของภาครัฐในการสร้างความชัดเจนด้านนโยบาย และกลไกราคาที่เป็นธรรมนอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอแนะที่น่าสนใจอื่นๆ ได้แก่ ให้ความรู้เรื่องการเลี้ยง โคเนื้อ ส่งเสริมการรวมกลุ่มร้อยละ 2.50 ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนร้อยละ 2.25 ให้เงินร่วมลงทุน ทำโรงเชือดเพื่อส่งจำหน่ายเนื้อโคไปจีนร้อยละ 1.75 พัฒนาระดับสายพันธุ์โค ลดต้นทุนร้อยละ 0.70 และข้อเสนอแนะเฉพาะราย เช่น การพัฒนาระบบทะเบียนโค สนับสนุนระบบน้ำ-ไฟฟ้ายกเลิก

กฎหมายที่ไม่จำเป็น และเจรจาการจำหน่ายเนื้อโคไปจีน คิดเป็นร้อยละ 0.25ในแต่ละข้อ ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า แม้ส่วนใหญ่ของเกษตรกรจะไม่มีข้อเสนอแนะ แต่กลุ่มที่ให้ความสนใจก็ได้สะท้อนถึงประเด็นสำคัญที่ต้องการให้หน่วยงานรัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องพิจารณาอย่างจริงจัง โดยเฉพาะในด้านการตลาด การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน การส่งออก และการส่งเสริมศักยภาพการผลิตภายในประเทศ

4.4 ข้อเสนอแนะในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทยเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลจากการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค จาก SWOT Analysis มาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์โดยใช้เครื่องมือ TOWS Metrix กำหนดเป็นกลยุทธ์เป็น 4 ประเภท คือ กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทย เพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ ดังแสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงกลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy)

ลำดับที่	ประเด็น	ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์
1	กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy)	- ส่งเสริมฟาร์มโคเนื้อคุณภาพสูงเข้าสู่ตลาดพรีเมียมในจีน - พัฒนา Smart Farm ขนาดเล็กสำหรับเกษตรกรรายย่อย - รวมกลุ่มผลิตโคเนื้อคุณภาพเพื่อเข้าสู่มาตรฐานส่งออก
2	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy)	- ใช้สายพันธุ์โคเนื้อที่ตรงตามความต้องการของตลาดจีน - จัดตั้งศูนย์รวมข้อมูลและอบรมเรื่องมาตรฐาน GFM/GAP ผ่านหน่วยงานท้องถิ่น - พัฒนาโรงฆ่าโคเนื้อระดับชุมชนให้ได้มาตรฐาน

ตารางที่ 14 แสดงกลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) (ต่อ)

ลำดับที่	ประเด็น	ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์
3	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy)	1. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการจัดการฟาร์มแบบง่าย 2. ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อเข้าถึงมาตรฐานและตลาดส่งออก 3. พัฒนาแผนผสมพันธุ์โคเพื่อยกระดับคุณภาพและปริมาณ
4	กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy)	1. พัฒนาหลักสูตรอบรมระยะสั้นด้านสุขาภิบาลและเทคโนโลยีอาหารสัตว์ 2. สร้างระบบเฝ้าระวังโรคสัตว์ระดับชุมชน 3. ลดต้นทุนการผลิตด้วยการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น

จากตารางที่ 14 แสดงข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ซึ่งถูกออกแบบโดยอิงจากหลัก TOWS Matrix ซึ่งผสมผสานจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทยเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยสรุปได้เป็น 4 กลุ่มกลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ควรดำเนินการในประเด็นสำคัญ 3 เรื่อง ได้แก่

1.1 ส่งเสริมฟาร์มโคเนื้อคุณภาพสูงเข้าสู่ตลาดพรีเมียมในจีน เพื่อตอบโจทย์ตลาดจีนที่ต้องการคุณภาพและความปลอดภัย

1.2 พัฒนา Smart Farm ขนาดเล็กสำหรับเกษตรกรรายย่อย ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับระบบฟาร์มขนาดเล็ก เช่น การผสมอาหารแบบแม่นยำ แอปพลิเคชันบันทึกสุขภาพสัตว์ เป็นต้น

1.3 รวมกลุ่มผลิตโคเนื้อคุณภาพเพื่อเข้าสู่มาตรฐานส่งออก ใช้ความสามารถในการปรับตัวของเกษตรกรร่วมกับการสนับสนุนจากรัฐ รวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อสร้างเครือข่ายฟาร์มโคเนื้อมาตรฐาน GFM/GAP ขยายเครือข่ายการผลิตและการตลาดให้สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการโคเนื้อในตลาดจีน

2. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ควรดำเนินการในประเด็นสำคัญ 3 เรื่อง ได้แก่

- 2.1 ใช้สายพันธุ์โคเนื้อที่ตรงตามความต้องการของตลาดจีนที่มีความต้านทานโรคและปรับตัวได้ดี เพื่อลดผลกระทบจากโรคระบาด
- 2.2 จัดตั้งศูนย์รวมข้อมูลและอบรมเรื่องมาตรฐาน GFM/GAP ผ่านหน่วยงานท้องถิ่น ใช้ความร่วมมือจากสมาคม ชมรม สหกรณ์ องค์กรเกษตรกรด้านโคเนื้อ เป็นศูนย์กลางถ่ายทอดความรู้เพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าสู่มาตรฐานได้โดยไม่ต้องลงทุนสูง
- 2.3 พัฒนาโรงฆ่าโคเนื้อระดับชุมชนให้ได้มาตรฐาน โดยประสานความร่วมมือระดับท้องถิ่นในการดำเนินการ เพื่อลดข้อจำกัดด้านการแปรรูปและส่งออก

3. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ควรดำเนินการในประเด็นสำคัญ 3 เรื่อง ได้แก่

- 3.1 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการจัดการฟาร์มแบบง่ายด้านพันธุ์ อาหาร การจัดการฟาร์ม การควบคุมป้องกันโรค การยกระดับมาตรฐานการผลิต ฯลฯ ผ่านโครงการร่วมกับรัฐ/เอกชน ใช้โอกาสจากความต้องการเนื้อโคคุณภาพของจีนเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาเกษตรกรสู่ Smart Farmer
- 3.2 ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อเข้าถึงมาตรฐานและตลาดส่งออก ใช้โอกาสจากการส่งออกที่เพิ่มขึ้น สร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรรวมกลุ่มเพื่อเข้าถึงโครงการส่งเสริม GFM/GAP
- 3.3 พัฒนาแผนผสมพันธุ์โคเพื่อยกระดับคุณภาพและปริมาณ พัฒนาแผนการคัดเลือกพันธุ์และวางแผนผสมพันธุ์ร่วมกับหน่วยงานวิชาการ เพื่อเพิ่มสัดส่วนโคขุนคุณภาพที่ตอบโจทย์ตลาดต่างประเทศ

4. กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ควรดำเนินการในประเด็นสำคัญ 3 เรื่อง ได้แก่

- 4.1 พัฒนาหลักสูตรอบรมระยะสั้นด้านสุขาภิบาลและเทคโนโลยีอาหารสัตว์ จัดอบรมให้เกษตรกรในเรื่องสุขอนามัยฟาร์ม โภชนาการโค และวิธีให้อาหารแบบ TMR เพื่อให้สามารถรับมือกับข้อกำหนดของจีน
- 4.2 สร้างระบบเฝ้าระวังโรคสัตว์ระดับชุมชนโดย ทำงานร่วมกับภาครัฐและท้องถิ่นในการจัดทำแผนควบคุมโรคระบาด เพื่อป้องกันความเสียหายที่กระทบต่อการส่งออก
- 4.3 ลดต้นทุนการผลิตด้วยการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น สร้างระบบฟาร์มแบบหมุนเวียนพลังงาน ใช้หญ้า/ฟาง พืชอาหารสัตว์พื้นถิ่นลดการพึ่งพาวัตถุดิบนำเข้า เพื่อการลดต้นทุน

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องโอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายสาธารณรัฐประชาชนจีน มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สภาพพื้นฐานการผลิตของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อสถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคเนื้อโคของสาธารณรัฐประชาชนจีนวิเคราะห์โอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อที่มีชีวิตของประเทศไทยเพื่อขยายตลาดไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน และจัดทำข้อเสนอแนะในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทยเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อที่มีชีวิตไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในการศึกษารั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Document analysis) การสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อทั่วประเทศ จำนวน 400 ราย ตามพื้นที่การเลี้ยงใน 4 ภูมิภาคของไทย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ระดับ 0.05 โดยใช้แบบสัมภาษณ์รายบุคคล (Personal Interview) และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการซึ่งเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตและการค้าโคเนื้อที่มีชีวิต ตลอดจนหน่วยงานที่กำกับดูแล โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยวิเคราะห์ตามระเบียบวิธีการศึกษา ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

5.1.1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สภาพพื้นฐานการผลิตของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ

1) ข้อมูลสภาพพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ

จากผลการศึกษาข้อมูลสภาพพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจสรุปได้ว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 71.75 อายุเฉลี่ย 50.35 ปี โดยมีอายุอยู่ในช่วงอายุ 46 – 60 ปี มากที่สุด ร้อยละ 48.25 สถานภาพสมรสแล้วเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 80.50 จบการศึกษาในระดับมัธยมปลาย/ปวช. มากที่สุด ร้อยละ 29.00 ไม่มีตำแหน่งในสังคมเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 85.75 ทุกรับเงินเดือนทำการเกษตร ส่วนใหญ่ร้อยละ 39.25 มีพื้นที่ไม่เกิน 10 ไร่ โดยมีพื้นที่เฉลี่ย 31.32 ไร่/ราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นของตนเองเฉลี่ย 26.49 ไร่ มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.52 คน ใช้แรงงานในการเลี้ยงโคเนื้อจากแรงงานในครอบครัวเฉลี่ย 2.00 คน เกษตรกรส่วนใหญ่เลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพเสริมร้อยละ 44.00 โดยอาชีพหลักคืออาชีพเกษตรกรรมอื่น มีผู้เลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพหลัก ร้อยละ 35.25 รายได้รวมเฉลี่ยต่อปี 406,852.42 บาท เป็นรายได้จากเลี้ยงโคเนื้อเฉลี่ย 232,771.38

บาท ส่วนใหญ่มาจากการขายลูกโคและโคขุนรายได้จากเกษตรกรอื่นเฉลี่ย 95,270.75 บาท และรายได้นอกภาคเกษตร เฉลี่ย 78,810.29 บาท แหล่งลงทุนหลักในการเลี้ยงโคเนื้อมาจากเงินของตนเอง ร้อยละ 50.00 ครัวเรือนส่วนใหญ่ร้อยละ 72.00 มีหนี้สิน โดยมากกว่าครึ่งหนึ่งมีหนี้สินมากกว่า 200,000.00 บาท โดยสรุปในภาพรวมเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อส่วนใหญ่เป็นผู้ขายวัยกลางคนที่มี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีที่ดินทำการเกษตรของตนเองและใช้แรงงานภายในครอบครัว ในการเลี้ยงโคเนื้อ อย่างไรก็ตาม การเลี้ยงโคเนื้อยังคงเป็นอาชีพเสริมของเกษตรกรส่วนใหญ่ โดยมีรายได้จากหลากหลายแหล่ง แต่มีความแปรปรวนสูง และยังเผชิญกับภาระหนี้สินในระดับสูง

2) ข้อมูลสภาพพื้นฐานการผลิตและการตลาดโคเนื้อ

2.1) ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม

จากผลการศึกษาข้อมูลสภาพพื้นฐานการผลิตและการตลาดโคเนื้อด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม สรุปได้ว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงโคเนื้อไม่เกิน 10 ปี ร้อยละ 60.25 โดยมีค่าเฉลี่ย 13.02 ปี มีวัตถุประสงค์ในการเลี้ยงโคเนื้อเพื่อผลิตลูกจำหน่ายมากที่สุดร้อยละ 70.50 รูปแบบการเลี้ยงเป็นแบบกึ่งเชิงกึ่งปล่อยมากที่สุดร้อยละ 59.50 มีพื้นที่เลี้ยงโคเนื้อเฉลี่ย 4.09 ไร่ ส่วนใหญ่ไม่เกิน 10 ไร่ ร้อยละ 89.50 จำนวนโคเนื้อที่เลี้ยงส่วนใหญ่ไม่เกิน 20 ตัว ร้อยละ 50 เฉลี่ย 52.02 ตัว เลี้ยงโคแม่พันธุ์เพศเมียอายุ 3 ปีขึ้นไปเฉลี่ย 12.86 ตัว โคขุนระยะยาวมีจำนวนน้อย พันธุ์โคเนื้อที่นิยมเลี้ยงมากที่สุดคือ ลูกผสมบราห์มัน ร้อยละ 70.00 รองลงมาคือลูกผสมยุโรป ร้อยละ 40.75 ผสมพันธุ์โดยการผสมเทียมมากที่สุดร้อยละ 52.00 ใช้อาหารหยาบเป็นอาหารหลักในการเลี้ยงโคเนื้อมากที่สุดร้อยละ 83.25 รองลงมาเป็นอาหารข้นสำเร็จรูปร้อยละ 52.25 มีการใช้อาหาร TMR บ้างร้อยละ 17.00 เกษตรกรปลูกพืชอาหารสัตว์เองเป็นส่วนใหญ่ร้อยละ 91.00 พื้นที่ปลูกเฉลี่ย 13.15 ไร่ พันธุ์พืชอาหารสัตว์ที่นิยมปลูกคือหญ้าเนเปียร์ปากช่อง 1 ร้อยละ 47.25 รองลงมาเป็นหญ้าแพงโกลาร้อยละ 41.50 ฟาร์มเลี้ยงโคเนื้อได้รับการรับรองมาตรฐานเพียงร้อยละ 32.50 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นมาตรฐาน GFM มีการฉีดวัคซีนป้องกันโรคปากและเท้าเปื่อยร้อยละ 96.75 และฉีดวัคซีนล้มปี สกิน ร้อยละ 82.50 และถ่ายพยาธิประจำร้อยละ 99.50 ไม่มีการทำเครื่องหมายประจำตัวสัตว์ถึงร้อยละ 60.50 มีต้นทุนการเลี้ยงโคเนื้อเฉลี่ย 467,286.80 บาท/ปี ค่าอาหารข้นสูงสุดเฉลี่ย 164,567.43 บาท แผนในอนาคตเกษตรกรมุ่งพัฒนาสายพันธุ์คุณภาพ และเพิ่มจำนวนโคเป็นส่วนใหญ่ร้อยละ 45.50 สะท้อนถึงการปรับตัวเพื่อเพิ่มรายได้และตอบสนองตลาดในระยะยาว

2) ข้อมูลสภาพพื้นฐานการผลิตและการตลาดโคเนื้อ

2.2) ข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ

จากผลการศึกษาข้อมูลสภาพพื้นฐานการผลิตและการตลาดโคเนื้อด้านการตลาดโคเนื้อ สรุปได้ว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อมีการจำหน่ายโคเนื้อผ่านหลายช่องทาง โดยช่องทางหลัก คือ ขายหน้าฟาร์มให้พ่อค้าหรือบุคคลทั่วไปร้อยละ 68.50 รองลงมาคือ สหกรณ์/องค์กรเกษตรกร ร้อยละ 28.00 และตลาดนัดโค กระบือร้อยละ 18.50 ส่วนช่องทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก มีการใช้น้อยมากเพียงร้อยละ 0.25 ด้านราคาจำหน่าย พบว่าโคขุนคุณภาพใช้เวลาการขุนมากกว่า 18 เดือน มีราคาสูงสุดเฉลี่ย 176.71 บาท/กิโลกรัม โคเพศผู้แรกเกิด – ไม่เกิน 1 ปี มีราคาต่ำสุดเฉลี่ยที่ 87.01 บาท/กิโลกรัม ในด้านวิธีการจำหน่ายเกษตรกรขายแบบเหมาตัวมากกว่าการชั่งน้ำหนักร้อยละ 58.50 และ 41.00 ตามลำดับ ซึ่งอาจไม่สะท้อนราคาตามคุณภาพจริงรูปแบบการขายส่วนใหญ่ ขายด้วยตนเอง ร้อยละ 71.75 ขณะที่มีเพียงร้อยละ 27.75 ที่รวมกลุ่มขายผ่านองค์กรเกษตรกร ส่วนใหญ่เกษตรกรได้รับเงินสดทันทีร้อยละ 73.50 แต่ยังมีบางส่วน ต้องรอนานถึง 21– 30 วัน ร้อยละ 12.00 ส่งผลต่อสภาพคล่องทางการเงินของเกษตรกร

5.1.2 ข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคเนื้อโคของสาธารณรัฐประชาชนจีนและการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นความท้าทายในการผลิตและส่งออก

1) สถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคเนื้อโคของสาธารณรัฐประชาชนจีน

จากผลการศึกษาสถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคเนื้อโคของสาธารณรัฐประชาชนจีน สรุปได้ว่า สาธารณรัฐประชาชนจีนมีความต้องการเนื้อโคสูง แต่ผลผลิตภายในประเทศไม่เพียงพอ ปี พ.ศ. 2566 ผลิตได้ 7.53 ล้านตัน แต่บริโภคถึง 10.27 ล้านตัน จำเป็นต้องนำเข้าโคมีชีวิตและเนื้อโคแช่แข็งจากต่างประเทศโดยนำเข้าโคมีชีวิต ในปี พ.ศ.2566 จำนวน 147,661 ตัว จากออสเตรเลียร้อยละ 60.00 นิวซีแลนด์ร้อยละ 29.00 ตามด้วยอุรุกวัย ชิลี และลาว นอกจากนี้ยังนำเข้าเนื้อโคแช่แข็งปริมาณ 2.73 ล้านตัน มูลค่ากว่า 110,000 ล้านบาท จากบราซิล อาร์เจนตินา อุรุกวัย ออสเตรเลีย สหรัฐฯ คาดการณ์ว่าสาธารณรัฐประชาชนจีนยังต้องพึ่งพาการนำเข้าอย่างต่อเนื่อง หากการผลิตภายในยังไม่เพียงพอ ราคาเนื้อโคของจีนในเดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2567 เฉลี่ย 80.57 หยวน/กิโลกรัม หรือประมาณ 365 บาท/กิโลกรัม ซึ่งปรับลดลงจากปี พ.ศ. 2566 ซึ่งมีสาเหตุมาจากการนำเข้าเนื้อโคราคาถูกเพิ่มขึ้น โคนมปลดระวางเข้าสู่ตลาดและความต้องการบริโภคลดลง ผู้บริโภคของจีนในปัจจุบันเน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ พฤติกรรมผู้บริโภคจีนกลุ่มเป้าหมายหลักคือกลุ่ม Gen Z ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2540 – 2555 ใส่ใจสุขภาพ เน้นโภชนาการ ปลอดภัย นิยมอาหาร Light Food เช่น เนื้อแดงนุ่ม แคลอรีต่ำ พร้อมจ่ายหากสินค้ามีคุณภาพ ชอบความสะดวก พฤติกรรมเหล่านี้ส่งผลต่อแนวโน้มการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพสูง

ช่องทางการบริโภคที่นิยมคือ ซูเปอร์มาร์เก็ตร้านอาหารตะวันตก/เกาหลีตลาดออนไลน์ ข้อกำหนดการนำเข้าโคมีชีวิตของจีนต้องมาจากพื้นที่ปลอดโรค เช่น โรคปากและเท้าเปื่อยต้องผ่านด่านศุลกากรที่ได้รับอนุญาตจาก GACC ต้องกักกันโรคอย่างน้อย 45 วัน ต้องมีเอกสารรับรองการฉีดวัคซีน ไม่มีสารเร่งเนื้อแดง และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

5.1.2 ข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดโคเนื้อ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคเนื้อโคของสาธารณรัฐประชาชนจีนและการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นความท้าทายในการผลิตและส่งออก

2) การวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นความท้าทายในการผลิตและส่งออก

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นความท้าทายในการผลิตและส่งออกโคเนื้อของไทย ไปสาธารณรัฐประชาชนจีน สรุปได้ว่า ประเทศไทยยังเผชิญกับอุปสรรคหลายประการในการผลิตและส่งออกโคเนื้อ โดยสามารถสรุปเป็นประเด็นหลักได้ดังนี้

(1) สายพันธุ์โคเนื้อที่เลี้ยงส่วนใหญ่ยังไม่ตรงกับความต้องการของตลาดจีนโดยประเทศไทยมีการผลิตโคเนื้อพันธุ์ลูกผสมพื้นเมืองบราห์มันเป็นส่วนใหญ่ แต่ปัจจุบันและอนาคตตลาดจีนที่ต้องการโคเนื้อสายพันธุ์ยุโรป เช่น แองกัสหรือโคสายพันธุ์ญี่ปุ่น เช่น วากิว

(2) อาหารสัตว์และการเลี้ยงแม่ประเทศไทยจะมีพืชอาหารสัตว์เพียงพอ แต่การพัฒนาในด้านคุณภาพและปริมาณยังไม่เพียงพอ รูปแบบการเลี้ยงส่วนใหญ่ยังไม่เป็นระบบมาตรฐาน (GAP หรือ GFM) ต้นทุนการเลี้ยงโคขุนซึ่งต้องใช้อาหารชั้นเป็นหลักยังคงสูง

(3) ด้านบุคลากรและเทคโนโลยีเจ้าหน้าที่ผสมเทียมมีไม่เพียงพอ ทำให้กระจายพันธุ์โคพันธุ์ดีได้ไม่ทั่วถึง

(4) ระบบราชการและกฎระเบียบขั้นตอนราชการซับซ้อน ต้องประสานหลายหน่วยงาน ทำให้การส่งออกเกิดความล่าช้า

(5) โครงสร้างพื้นฐานการผลิตการรวมกลุ่มเกษตรกรยังไม่มีประสิทธิภาพ ไม่มีจุดรวบรวมโคที่เพียงพอ ขาดศูนย์ข้อมูลกลางด้านโคเนื้อ โรงเชือดมาตรฐานเพื่อส่งออกยังไม่เพียงพอ

(6) ปัญหาในตลาดและความเชื่อมั่นตลาดโคเนื้อยังไม่มี ความชัดเจน เกษตรกรไม่มีความมั่นใจในการลงทุนเพื่อปรับเปลี่ยนสายพันธุ์โค มีการแข่งขันตัดราคากันเองระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขายภายในประเทศ ขาดกลไกการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอำนาจต่อรอง

(7) ยังขาดความน่าเชื่อถือในตลาดต่างประเทศเนื่องจากยังพบการใช้สารเร่งเนื้อแดงเลี้ยงโคเนื้อในบางพื้นที่

สรุปโดยรวมคือการผลิตและส่งออกโคเนื้อของไทยยังมีข้อจำกัดทั้งด้านพันธุ์โค ระบบเลี้ยง โครงสร้างพื้นฐาน การรวมกลุ่ม และความน่าเชื่อถือ ซึ่งต้องมีการพัฒนาอย่างครบวงจรเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดจีนได้

5.1.3 ข้อมูลด้านความรู้ ประสบการณ์และการรับรู้ข่าวสารในการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย

1) จุดแข็ง

จุดแข็งในการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.24 แต่มีบางด้านที่มีจุดแข็งระดับมากโดยสรุปภาพรวมประเทศไทยมีจุดแข็งหลักในด้านภูมิประเทศ ภูมิอากาศ อาหารสัตว์ และประสบการณ์ของเกษตรกร ส่วนด้านนโยบาย การเงิน และการตลาด ยังอยู่ในระดับพอใช้ ต้องการการสนับสนุนเพิ่มเติมเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการผลิต และการส่งออกโคเนื้อในอนาคต

2) จุดอ่อน

จุดอ่อนโดยรวมของการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทยอยู่ในระดับพอใช้ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.03 โดยจุดอ่อนที่ชัดเจนที่สุด คือ ด้านความพร้อมในการลงทุน/ความสามารถในการผลิต ค่าเฉลี่ย 3.27 โดยสรุปภาพรวมแม้ระดับคะแนนจะอยู่ในเกณฑ์พอใช้ แต่ทุกด้านยังสะท้อนถึงข้อจำกัดที่สำคัญ ทั้งในระดับเกษตรกร โครงสร้างพื้นฐาน และนโยบายรัฐ ซึ่งล้วนเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาและส่งออกโคเนื้อไทยอย่างยั่งยืน

3) โอกาส

โอกาสโดยรวมของการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทยอยู่ในระดับพอใช้ มีค่าเฉลี่ย 3.33 โดยโอกาสทั้งหมด 10 ประเด็น อยู่ในระดับพอใช้ โดยสามารถเรียงลำดับโอกาสจากมากไปน้อย 3 อันดับแรกได้แก่ ข่าวสารและข้อมูลใหม่ที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาธุรกิจความสนใจในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนและความสนใจในการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากสังคมออนไลน์และโซเชียลมีเดียซึ่งอาจจะช่วยให้เกิดการพัฒนาและส่งออกโคเนื้อของไทยได้

4) อุปสรรค

อุปสรรคโดยรวมของการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 มี 8 ประเด็นจากทั้งหมด 10 ประเด็นอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัญหาการลักลอบนำเข้าเนื้อเถื่อน โคเถื่อน ส่งผลให้ราคาโคเนื้อตกต่ำ มีผลกระทบต่อการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปประเทศจีน สถานการณ์อาหารสัตว์ราคาแพง กระทบต่อต้นทุนการผลิตโคเนื้อ และการแข่งขันด้านการตลาด การเปิดการค้าเสรีมีผลกระทบต่อการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย ซึ่งต้องเร่งช่วยกันขจัดอุปสรรคต่างๆ เหล่านี้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อต่อไป

5) ข้อเสนอแนะ

เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 76.75% ไม่มีข้อเสนอแนะ ซึ่งสะท้อนถึงการขาดข้อมูล ความไม่มั่นใจ หรือไม่กล้าแสดงความคิดเห็นส่วนข้อเสนอแนะหลักๆ จากผู้ให้ความเห็น 3 อันดับแรก ได้แก่ ขอให้เร่งเปิดตลาดส่งออกโคมีชีวิตไปจีน ภาครัฐควรกำหนดนโยบายและราคาซื้อขายให้ชัดเจน และส่งเสริมความรู้ และการรวมกลุ่ม โดยสรุปภาพรวมแม้จะมีข้อเสนอแนะเพียงบางส่วน แต่สะท้อนความต้องการที่ชัดเจนด้านการเปิดตลาด การกำหนดนโยบาย การสนับสนุนในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อในประเทศ

5.1.4 ข้อเสนอแนะในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทยเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

ข้อเสนอแนะในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทยเพื่อรองรับแผนการส่งออกไปยังจีน โดยอิงจาก TOWS Matrix แบ่งเป็น 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ใช้จุดแข็งเพื่อคว้าโอกาสในการส่งเสริมฟาร์มโคเนื้อคุณภาพสูงเข้าสู่ตลาดพรีเมียมในจีน พัฒนา Smart Farm ขนาดเล็กสำหรับเกษตรกรรายย่อย และรวมกลุ่มผลิตโคเนื้อคุณภาพเพื่อเข้าสู่มาตรฐานส่งออก

2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ใช้จุดแข็งเพื่อลดผลกระทบจากอุปสรรค โดยการใช้สายพันธุ์โคเนื้อที่ตรงตามความต้องการของตลาดจีน จัดตั้งศูนย์รวมข้อมูลและอบรมเรื่องมาตรฐาน GFM หรือ GAP ผ่านหน่วยงานท้องถิ่น และพัฒนาโรงฆ่าโคเนื้อระดับชุมชนให้ได้มาตรฐาน

3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ลดจุดอ่อนด้วยการใช้โอกาส โดยการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการจัดการฟาร์มแบบง่าย ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร จัดตั้งวิสาหกิจเพื่อเข้าถึงมาตรฐานและตลาดส่งออก และพัฒนาแผนผสมพันธุ์โคเพื่อยกระดับคุณภาพและปริมาณ

4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) รับมือทั้งจุดอ่อนและอุปสรรคโดยการพัฒนาหลักสูตรอบรมระยะสั้นด้านสุขาภิบาลและเทคโนโลยีอาหารสัตว์ สร้างระบบเฝ้าระวังโรคสัตว์ระดับชุมชนและลดต้นทุนการผลิตด้วยการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง โอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อ มีชีวิตไปจำหน่ายสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากการศึกษาเพื่อเสนอแนะให้ภาครัฐ สมาคม เอกชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้ในการวางแผนในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทย เพื่อให้เกิดประโยชน์และสามารถสร้างความมั่นคงในอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อให้กับเกษตรกรของประเทศไทย ดังนี้

5.2.1 จากผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย มีประสบการณ์เลี้ยงโคเนื้อ ไม่เกิน 10 ปี ร้อยละ 58.00 และเลี้ยงโคเป็นอาชีพเสริม ร้อยละ 44.00 รายได้จากการเลี้ยงโคเนื้อเฉลี่ย 232,771.38 บาท/ปี คิดเป็นรายได้หลักอันดับหนึ่งของครัวเรือน เกษตรกรร้อยละ 72.00 มีหนี้สิน โดยมากกว่าครึ่งมีหนี้เกิน 200,000.00 บาท จึงควรส่งเสริมการเลี้ยงการจัดการฟาร์มในรูปแบบกลุ่ม เกษตรกรเพื่อให้มีวัตถุประสงค์หลักในการประกอบอาชีพร่วมกัน เจ้าหน้าที่ปศุสัตว์ทั้งสองกลาง ส่วน ภูมิภาค ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าไปส่งเสริม พัฒนา ยกระดับ สร้างโอกาสให้กับกลุ่ม ได้อย่างทั่วถึง สามารถช่วยเชื่อมโยงข้อมูลและจัดทำแผนการผลิตและการตลาดให้เหมาะสมกับบริบท ของแต่ละพื้นที่ โรค รวมถึงต้องยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน เช่น จุลรวบรวมโค ศูนย์ข้อมูลเพื่อให้ สามารถเข้าถึงการตลาดได้ง่ายขึ้น พร้อมทั้งควรจัดระบบการจัดการหนี้สินให้กับเกษตรกร กรณี เกษตรกรต้องการขอรับบริการผ่านการให้คำปรึกษาทางการเงินหรือโครงการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ โดยการประสานสถาบันการเงินเข้าไปให้คำแนะนำ

5.2.2 ผู้บริโภคเนื้อโคของสาธารณรัฐประชาชนจีนในปัจจุบันให้ความนิยมโคเนื้อสายพันธุ์ยุโรป และญี่ปุ่น ขณะที่ไทยเลี้ยงลูกผสมพื้นเมือง –บราห์มันเป็นหลักจึงควรดำเนินการด้านการพัฒนาและ กระจายสายพันธุ์โคเนื้อไปยังกลุ่มเกษตรกรให้ตรงกับความต้องการของตลาด เช่น สายพันธุ์เอนกัส หรือวากิว รวมถึงสร้างอาสาปศุสัตว์ผสมเทียม หรือจัดฝึกอบรมการผสมเทียมให้กับตัวแทนของกลุ่ม เกษตรกรเพื่อให้จำนวนเจ้าหน้าที่ผสมเทียมมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของเกษตรกร ในปัจจุบัน นอกจากนี้ ผู้บริโภคของสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยเฉพาะ Gen Z ให้ความสำคัญกับ คุณภาพ ปลอดภัย และตรวจสอบย้อนกลับ ได้จึงต้องดำเนินการส่งเสริมพัฒนาเนื้อโคคุณภาพสูง ปลอดภัย ไร้สารเร่งเนื้อแดง และมีระบบตรวจสอบย้อนกลับได้ โดยกำหนดให้มีการจัดทำเครื่องหมาย ประจำตัวสัตว์กับโคทุกตัวที่เลี้ยงในประเทศไทย แบบ 1 หมายเลข 1 ตัว ผลักดันและสร้างแรงจูงใจให้ เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาฟาร์มเลี้ยงโคเนื้อให้เข้าสู่มาตรฐาน GFM หรือ GAP ฟาร์มปลอดสาร เร่งเนื้อแดง ฟาร์มปลอดโรค เพื่อตอบโจทย์ “คุณภาพ” ตามที่ผู้บริโภคสาธารณรัฐประชาชนจีน ต้องการ

5.2.3 จากผลการศึกษา พบว่า ต้นทุนการเลี้ยงโคเนื้อเป็นค่าอาหารชั้นเฉลี่ยฟาร์มละ 164,567.43 บาท/ปี แม้จะมีการปลูกหญ้าเนเปียร์/แพงโกลาเองร้อยละ 91.00 แต่การเลี้ยงโคขุนจำเป็นต้องมีการใช้อาหารชั้นเป็นอาหารหลัก จึงต้องมีการส่งเสริมการผสมอาหารสัตว์และจัดการให้อาหารสัตว์แบบแม่นยำ (Precision Feeding) เพื่อลดการสูญเสีย ลดต้นทุนค่าใช้จ่าย เพิ่มผลผลิต และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

5.2.4 พิจารณาใช้ข้อเสนอแนะในการผลิตโคเนื้อของประเทศไทยเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีน จาก 4 กลุ่มกลยุทธ์หลัก ทั้ง**กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy)** ในประเด็นสำคัญ 3 เรื่อง คือ ส่งเสริมฟาร์มโคเนื้อคุณภาพสูงเข้าสู่ตลาดพรีเมียมในจีน พัฒนา Smart Farm ขนาดเล็กสำหรับเกษตรกรรายย่อย รวมกลุ่มผลิตโคเนื้อคุณภาพเพื่อเข้าสู่มาตรฐานส่งออก **กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy)** ในประเด็นสำคัญ 3 เรื่อง คือ ใช้สายพันธุ์โคเนื้อที่ตรงตามความต้องการของตลาดจีนที่มีความต้านทานโรคและปรับตัวได้ดี เพื่อลดผลกระทบจากโรคระบาด จัดตั้งศูนย์รวมข้อมูลและอบรมเรื่องมาตรฐาน GFM หรือ GAP ผ่านหน่วยงานท้องถิ่น พัฒนาโรงฆ่าโคเนื้อระดับชุมชนให้ได้มาตรฐาน **กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy)** ในประเด็นสำคัญ 3 เรื่อง คือ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการจัดการฟาร์มแบบง่ายด้านพันธุ์ อาหาร การจัดการฟาร์ม การควบคุมป้องกันโรค การยกระดับมาตรฐานการผลิต ฯลฯ ผ่านโครงการร่วมกับรัฐ/เอกชนส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อเข้าถึงมาตรฐานและตลาดส่งออก พัฒนาแผนผสมพันธุ์โคเพื่อยกระดับคุณภาพและปริมาณ และ**กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy)** ในประเด็นสำคัญ 3 เรื่อง คือ การพัฒนาหลักสูตรอบรมระยะสั้น ด้านสุขาภิบาลและเทคโนโลยีอาหารสัตว์ การสร้างระบบเฝ้าระวังโรคสัตว์ระดับชุมชน และลดต้นทุนการผลิตด้วยการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น เป็นเครื่องมือในการบูรณาการทำงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมการผลิตโคเนื้อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายสาธารณรัฐประชาชนจีนให้สำเร็จซึ่งจะเป็นช่องทางการจำหน่ายโคเนื้ออีกช่องทางหนึ่งสำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อของประเทศไทย

5.2.5 ประเทศไทยต้องกำหนดแนวทางในการใช้โอกาสที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยพัฒนาสายพันธุ์โคให้ตรงกับความต้องการของตลาดจีน สนับสนุนการผลิตน้ำเชื้อพ่อพันธุ์ในประเทศ หรืออาจมีการนำเข้าจากต่างประเทศร่วมด้วย ดำเนินการอบรมเกษตรกรเรื่องเทคนิคการปรับปรุงพันธุ์ยกระดับฟาร์มโคเนื้อให้ได้รับรองมาตรฐาน สร้างระบบตรวจสอบย้อนกลับและความปลอดภัยอาหาร รวมถึงการสร้างเครือข่ายการตลาด และความร่วมมือระหว่างประเทศ สร้างพันธมิตรกับผู้นำเข้าในจีนเข้าร่วมงานแสดงสินค้าด้านปศุสัตว์ในต่างประเทศ ส่วนแนวทางในการแปลงความท้าทายให้เป็นโอกาสในการพัฒนา ต้องส่งเสริมการปรับปรุงสายพันธุ์โคเนื้อของเกษตรกรให้สอดคล้องกับตลาด เชื่อมโยงการจัดทำแผนผสมพันธุ์ระดับพื้นที่ในกลุ่มเกษตรกรและเครือข่าย พัฒนาศักยภาพเกษตรกรและบุคลากรด้านโคเนื้อ ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ผสมเทียมให้เพียงพอ รวมทั้งสร้างเครือข่ายอาสาสมัคร

ผสมเทียมในชุมชน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการผลิต โดยส่งเสริมการสร้างโรงฆ่าสัตว์ชุมชนให้ได้มาตรฐาน ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีลดต้นทุน เช่น เครื่องผสมอาหาร ระบบให้น้ำอัตโนมัติ ควบคุม และธรรงค์ไม่ใช้สารเร่งเนื้อแดงโดยการสร้างแรงจูงใจ เช่น กำหนดราคาซื้อที่สูงขึ้นหรือรับรองมาตรฐาน กำหนดให้มีการใช้เครื่องหมายประจำตัวสัตว์เป็นข้อบังคับในการส่งออก ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรส่งเสริมการจัดตั้งสหกรณ์หรือวิสาหกิจชุมชนเพื่อรวบรวมผลผลิตเพิ่มอำนาจต่อรองในตลาดและช่วยให้เข้าถึงการสนับสนุนจากภาครัฐง่ายขึ้น

5.2.6 การศึกษาครั้งต่อไป ควรดำเนินการศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) ศึกษาศักยภาพฟาร์มของเกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อไทยในการเข้าสู่มาตรฐาน GFM หรือ GAP โดยศึกษาความพร้อมทั้งด้านเงินทุน เทคโนโลยี ความรู้ และระบบตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อให้สามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนสนับสนุนได้อย่างเหมาะสม

2) ศึกษาโครงสร้างและประสิทธิภาพของกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์ในแต่ละภูมิภาค เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาสำหรับใช้เป็นกลไกหลักในการรวบรวมผลผลิตและต่อรองในตลาดส่งออก

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2553. สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมปศุสัตว์. 2555. ระเบียบกรมปศุสัตว์ว่าด้วยการตรวจรับรองสถานกักกันสัตว์และที่พักซากสัตว์ตามกฎหมายว่าด้วยโรคระบาดสัตว์ พ.ศ. 2555.
- กรมปศุสัตว์. 2559. คู่มือปฏิบัติการผลิตโคเนื้อเชิงการค้าสำหรับเกษตรกร กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์. พิมพ์ครั้งที่ 1 บริษัทนิเวศรรวมการพิมพ์ (ประเทศไทย) จำกัด, กรุงเทพฯ
- กรมปศุสัตว์. 2562. ประกาศกรมปศุสัตว์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการรับรองฟาร์มเลี้ยงสัตว์ปลอดสารเร่งเนื้อแดงหรือสารกลุ่มเบต้าอะโกนิสท์.
- กรมปศุสัตว์. 2563. ระเบียบกรมปศุสัตว์ ว่าด้วยการขอรับและออกใบรับรองสถานภาพฟาร์มปลอดโรค พ.ศ. 2563.
- กรมปศุสัตว์. 2564. คู่มือส่งเสริมการเลี้ยงเนื้อ - กระบือ “โคต้นน้ำ”. พิมพ์ครั้งที่ 1 โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด กรุงเทพฯ
- กรมปศุสัตว์. 2566. ข้อมูลจำนวนปศุสัตว์ประเทศไทย 2566.
- กรมปศุสัตว์ .2566. แผนปฏิบัติการด้านโคเนื้อ 5 ปี พ.ศ. 2566 – 2570. พิมพ์ที่บริษัท นิเวศรรวมการพิมพ์ (ประเทศไทย) จำกัด
- กรมปศุสัตว์. 2567. เอกสารประกอบการประชุมคณะกรรมการนโยบายพัฒนาโคเนื้อ กระบือ และผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ครั้งที่ 2/2567.
- กรมปศุสัตว์. 2567. การจัดทำพื้นที่ปลอดโรคเพื่อการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตจากประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้หลักการ Regionalization. เอกสารไม่ตีพิมพ์.
- กาญจณี อุดมพรชัย, ชัยชนะ ไพรัมย์, ถนอมศักดิ์เฉียบแหลม, ทิฆัมพร ดาวโรจน์, นวรัตน์ กาญจนกำเนิด, นัทธมน แสงไทย, พรหมพร พจนานนท์, ภิรมพัฒน์ โสมเกษตรรินทร์, โยธิน ลีอนฤมล, วินนีปายะนันท์, สถิตย์ พรหมอุทัย สุปรียา ขาดิรุ่งอนุชิต ชุ่มใจ. 2563. โอกาสและความท้าทายของภาคการผลิตโคเนื้อของไทย ภายใต้ข้อตกลงอาร์เซ็ป. เอกสารวิชาการหลักสูตรประกาศนียบัตรไทยกับประชาคมอาเซียนในเศรษฐกิจการเมืองโลก รุ่นที่ 10. สถาบันพระปกเกล้า.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- กฤษณะ สุกันตพงศ์,เรียบเรียง. 2567. เนื้อเน้น ๆ จับเทรนด์การบริโภคเนื้อวัวในตลาดจีน.ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC)สถานกงสุลใหญ่ ณ นครหนานหนิง. สืบค้นจาก https://thaibizchina.com/article/bicnng2024-05-24/?utm_source=chatgpt.com, 10 ตุลาคม 2567.
- โชค โสรังกุล. 2561. การจัดการกระบวนการผลิตเนื้อเชิงระบบเพื่อมุ่งเข้าสู่การตลาดในเขตภาคเหนือและขยายโอกาสสู่ระดับอาเซียน ของสหกรณ์โคขุนดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา. มหาวิทยาลัยพะเยา, จังหวัดพะเยา.
- ธณณ นิธิชาวกุล. 2562. การจัดการการตลาด: เอกสารคำสอน. ชลบุรี: คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2560. การวิจัยเบื้องต้น.พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สุวีริยาสาส์น.
- ภูษณิศ กาญจนโกมล และสุพัฒน์ เอี่ยมสะอาด. 2563. สภาพการผลิตและการตลาดโคเนื้อจังหวัดนครปฐม.สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดนครปฐม, จังหวัดนครปฐม.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย.2556. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์เน้นสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุลกากรแห่งชาติจีน. 2565. ประกาศเรื่องข้อกำหนดในการกักกันสุขอนามัยสำหรับการนำเข้าโคเนื้อเพื่อการเชือดจากประเทศลาวประกาศเลขที่ 126ปี 2565โดยศุลกากรแห่งชาติจีน. สืบค้นจาก <https://www.moac.go.th/foreignagri-news-files-431991791310>, 1 ตุลาคม 2567.
- สถานเอกอัครราชทูต ณ เวียงจันทน์. 2566. การส่งเสริมเลี้ยงโคและกระบือใน สปป. ลาว เพื่อส่งออกไปจีน.สืบค้นจาก <https://vientiane.thaiembassy.org/th/content /การส่งเสริมเลี้ยงโคและกระบือใน-สปป-ลาว-เพื่อส่งออก?cate=63a3d866f0a06a1b236609b3>. (15 กันยายน 2567).
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู .2567. สถานการณ์ตลาดโคเนื้อในจีนและมณฑลเสฉวน. สืบค้นจาก <https://www.ditp.go.th/post/161294>, 10 ตุลาคม 2567.
- สุรีย์พร แสงวงศ์, วีรณัฐ ทันนิต, จักรกฤษ วิชาพร และพยุงค์ศักดิ์ อินตะวิชา. 2562. สภาพการผลิตการจัดการและห่วงโซ่อุปทานโคเนื้อของเกษตรกรในจังหวัดเชียงราย. บทความวิจัย. Thai Science and Tecnology Journal. Vol 28 (8). Pages 1403-1414.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สุรีย์พร แสงวงศ์, วีรณัฐ ทันนินิ, จักรกฤษ วิชาพร และพยุงค์กดี อินต๊ะวิชา. 2563. การศึกษาสภาพการเลี้ยงการประเมินปัญหาและโอกาสในการผลิตโคเนื้อคุณภาพของเกษตรกรจังหวัดแพร่. วารสารเกษตรพระจอมเกล้า. ปีที่ 38 (2). หน้า 254-262.
- สุวิษ บัญโปรง. 2558. คู่มือการเลี้ยงโคเนื้อสำหรับเกษตรกรไทย. โรงพิมพ์รุ่งนเกียรติ, จังหวัดสุรินทร์.
- สำนักมาตรฐานอาหารและเกษตรแห่งชาติ. 2556. การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มโคเนื้อ ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศและงานทั่วไป เล่ม 130 ตอนพิเศษ 14 งวันที่ 30 มกราคม พุทธศักราช 2556.
- วีโรจน์ ภัทรจินดา. 2564. TMRยุคใหม่โคเนื้อไทยเกรดพรีเมียม. พิมพ์ครั้งที่ 1 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น.
- วิทยา สุมาลย์. 2565. คู่มือการจัดการให้อาหารโคขุนเพื่อผลิตเนื้อคุณภาพสูง. สำนักพัฒนาอาหารสัตว์ กรมปศุสัตว์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2551. การบริหารตลาด ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Kotler P, and Armstrong G. 2018. Principles of marketing. 17th ed. Harlow, England : Pearson.
- Yamane,Taro. 1973. Statistics : An Introductory Analysis. 3rd ed .Harper and Row, New York.

ภาคผนวก

เลขที่.....

วันที่.....

แบบสัมภาษณ์สำหรับใช้ในการศึกษา
เรื่องการศึกษาเรื่องโอกาสและความท้าทายในการผลิตโคเนื้อ
เพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปจำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

สำหรับ : เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ

.....

ชื่อผู้ตอบแบบสัมภาษณ์.....

ที่อยู่ เลขที่..... หมู่ที่..... ตำบล..... อำเภอ..... จังหวัด.....

เบอร์โทรศัพท์.....

คำชี้แจง : แบบสัมภาษณ์นี้ มีทั้งหมด 3 ตอน ขอความร่วมมือผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ทุกท่าน กรุณาตอบคำถามในแบบสัมภาษณ์ให้ครบทุกข้อ ตามข้อเท็จจริง โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () หรือตาราง และเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

ตอนที่ 1 ข้อมูลสภาพพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ

1. เพศ () 1.1 ชาย () 1.2 หญิง

2. อายุปี (6 เดือนขึ้นไป นับเป็น 1 ปี)

3. สถานภาพ

() 3.1 โสด () 3.2 สมรส

() 3.3 หย่าร้าง / หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

() 4.1 ประถมศึกษา

() 4.2 มัธยมศึกษาตอนต้น

() 4.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

() 4.4 อนุปริญญา/ปวส.

() 4.5 ปริญญาตรี

() 4.6 สูงกว่าปริญญาตรี

5. ตำแหน่งในสังคม

() 5.1 ไม่มีตำแหน่งในสังคม

() 5.2 มีตำแหน่งในสังคม (ระบุ)

() 5.2.1 ผู้ใหญ่บ้าน

() 5.2.2 กำนัน

() 5.2.3 สมาชิก อบต./เทศบาล

() 5.2.4 ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน/สารวัตร

กำนัน

6. พื้นที่ถือครองทางการเกษตร รวมทั้งหมด.....ไร่
- () 6.1 เป็นของตนเอง จำนวน.....ไร่
- () 6.2 พื้นที่เช่า จำนวน.....ไร่
- () 6.3 อื่น ๆ (ระบุ)..... จำนวน.....ไร่
7. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน จำนวน.....คน
8. จำนวนแรงงานที่ใช้เลี้ยงโคเนื้อ จำนวน.....คน
- () 8.1 จำนวนแรงงานในครอบครัวที่ใช้เลี้ยงโคเนื้อ จำนวน.....คน
- () 8.2 จำนวนแรงงานที่จ้างใช้เลี้ยงโคเนื้อ จำนวน.....คน
9. เลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพ
- () 9.1 อาชีพหลัก () 9.2 อาชีพเสริม โดยมีอาชีพหลัก คือ.....
10. รายได้ของครัวเรือนในรอบปีที่ผ่านมา (รอบ 12 เดือน)
- () 10.1 รายได้จากการเลี้ยงโคเนื้อ เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () ขายลูกโคเนื้อ เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () ขายโคแม่พันธุ์ เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () ขายโคพ่อพันธุ์ เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () ขายมูลโค เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () ขายโคขุน เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () อื่นๆ (ระบุ)..... เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 10.2 รายได้จากการทำการเกษตรอื่นๆ (ทำนา ทำไร่ ประมง เลี้ยงสัตว์อื่นๆ)
- เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 10.3 รายได้นอกภาคการเกษตรกร เป็นเงิน.....บาท/ปี
- รวมรายได้ทั้งหมด เป็นเงิน.....บาท/ปี
11. แหล่งเงินทุนจากการเลี้ยงโคเนื้อส่วนใหญ่
- () 11.1 เงินทุนของตนเอง () 11.2 กู้ยืม
- () 11.3 เงินทุนตัวเองและกู้ยืม () 11.4 อื่น ๆ (ระบุ).....
12. สถานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวในปัจจุบัน
- () 12.1 ไม่มีภาระหนี้สิน () 12.2 มีภาระหนี้สิน (ระบุ).....บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลสภาพพื้นฐานการผลิตและการตลาดโคเนื้อ

2.1 ข้อมูลด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการจัดการฟาร์ม

1. ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคเนื้อ.....ปี
2. วัตถุประสงค์การเลี้ยงโคเนื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () 2.1 จำหน่ายสายพันธุ์ (พ่อ – แม่)
 - () 2.2 ผลิตลูกจำหน่าย
 - () 2.3 เลี้ยงขุนระยะสั้นจำหน่าย
 - () 2.4 เลี้ยงขุนผลิตเป็นเนื้อโคจำหน่ายตลาดบน
 - () 2.5 รวบรวมเพื่อจำหน่าย (นายฮ้อย)
 - () 2.6 อื่นๆ (ระบุ).....
3. รูปแบบการเลี้ยง
 - () 3.1 แบบไล่ต้อน
 - () 3.2 แบบขังคอก
 - () 3.3 แบบกึ่งขังกึ่งปล่อย
4. พื้นที่เลี้ยงโคเนื้อ (โรงเรือน) จำนวน.....ไร่
5. จำนวนและประเภทโคเนื้อที่มีอยู่ในปัจจุบัน

() 5.1 โคเพศผู้แรกเกิด – ไม่เกิน 1 ปี	จำนวน.....ตัว
() 5.2 โคเพศผู้อายุ 1 – 3 ปี	จำนวน.....ตัว
() 5.3 โคเพศผู้อายุ 3 ปี ขึ้นไป (พ่อพันธุ์)	จำนวน.....ตัว
() 5.4 โคเพศเมียแรกเกิด – ไม่เกิน 1 ปี	จำนวน.....ตัว
() 5.5 โคเพศเมียอายุ 1 – 3 ปี	จำนวน.....ตัว
() 5.6 โคเพศเมียอายุ 3 ปี ขึ้นไป (แม่พันธุ์)	จำนวน.....ตัว
() 5.7 โคขุนระยะสั้น (ขุนไม่เกิน 3 เดือน)	จำนวน.....ตัว
() 5.8 โคขุนคุณภาพ (ขุน 4 -18 เดือน)	จำนวน.....ตัว
() 5.9 โคขุนคุณภาพ (ขุน 18 เดือนขึ้นไป)	จำนวน.....ตัว
() 5.10 อื่นๆ (ระบุ)	จำนวน.....ตัว
รวมทั้งหมด	จำนวน.....ตัว
6. สายพันธุ์โคเนื้อที่เลี้ยงในฟาร์ม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 6.1 พันธุ์พื้นเมือง	() 6.2 ลูกผสมบราห์มัน
() 6.3 ลูกผสมยุโรป	() 6.4 ลูกผสมวากิวหรือสายพันธุ์ญี่ปุ่น
() 6.5 พันธุ์แท้ (เลือด 100 %)	

7. วิธีการผสมพันธุ์โคเนื้อ

- () 7.1 ผสมจริงโดยใช้พ่อพันธุ์คุมฝูง () 7.2 ผสมเทียม
() 7.3 ผสมจริงและผสมเทียม () อื่น ๆ (ระบุ).....

8. ชนิดอาหารสัตว์ที่ใช้ในฟาร์ม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 8.1 อาหารหยاب () 8.2 อาหารข้นสำเร็จรูป
() 8.3 อาหารผสมครบส่วน (TMR) () 8.4 วัตถุดิบอาหารข้น

9. การปลูกพืชอาหารสัตว์

- () 9.1 ปลูก () 9.2 ไม่ได้ปลูก

10. พื้นที่ปลูกพืชอาหารสัตว์ทั้งหมด จำนวน.....ไร่

11. ชนิดพืชอาหารสัตว์ที่ปลูก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 11.1 หญ้าเนเปียร์ปากช่อง 1 จำนวน.....ไร่
() 11.2 หญ้ารูชี จำนวน.....ไร่
() 11.3 หญ้าแพงโกล่า จำนวน.....ไร่
() 11.4 หญ้าขน จำนวน.....ไร่
() 11.5 หญ้ากินนีสีม่วง จำนวน.....ไร่
() 11.6 ถั่วพืชอาหารสัตว์ (ระบุ).....จำนวน.....ไร่
() 11.7 อื่นๆ (ระบุ).....จำนวน.....ไร่

12. การสำรองอาหารหยابไว้ใช้

- () 12.1 มี (ระบุ)
() 12.2 ไม่มีการสำรอง เนื่องจาก.....

13. การถนอมพืชอาหารสัตว์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 13.1 ไม่มีการดำเนินการ
() 13.2 มีการดำเนินการ
() 13.2.1 การทำหญ้าแห้ง หรือพืชอาหารสัตว์แบบแห้ง
() 13.2.2 การทำหญ้าหมัก หรือพืชอาหารสัตว์แบบหมัก
() 13.2.3 จัดทำทั้งแบบแห้งและแบบหมัก

14. การได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 14.1 ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานใด
() 14.2 ได้รับการรับรองมาตรฐาน
() 14.2.1 มาตรฐาน GFM
() 14.2.2 มาตรฐาน GAP

- () 14.2.3 มาตรฐานฟาร์มปลอดโรค FMD
- () 14.2.4 มาตรฐานฟาร์มปลอดสารเร่งเนื้อแดง
- () 14.2.5 อื่นๆ (ระบุ).....
15. การฉีดวัคซีนป้องกันโรคFMD (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 15.1 ไม่มีการดำเนินการ
- () 15.2 ฉีดวัคซีนป้องกันโรค FMDปีละ.....ครั้ง
16. การฉีดวัคซีนป้องกันโรคLSD (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 16.1 ไม่มีการดำเนินการ
- () 16.2 ฉีดวัคซีนป้องกันโรค LSDปีละ.....ครั้ง
- 17.การถ่ายพยาธิ
- () 17.1 ไม่มีการดำเนินการ
- () 17.2 ปีละ.....ครั้ง
18. การทำเครื่องหมายประจำตัวสัตว์
- () 18.1 ไม่ได้ทำเครื่องหมายประจำตัวสัตว์
- () 18.2 จัดทำเครื่องหมายประจำตัวสัตว์
- () 18.2.1 ทำเครื่องหมาย NIDประจำตัวสัตว์โคทุกตัวในฟาร์ม
- () 18.2.2 ทำเครื่องหมาย RFIDประจำตัวสัตว์โคทุกตัวในฟาร์ม
- () 18.2.3 ทำเครื่องหมายที่กำหนดเอง เช่น ดีเบอร์รอนประจำตัวสัตว์โคทุกตัวในฟาร์ม
- () 18.2.4 ทำเครื่องหมาย NIDประจำตัวสัตว์เฉพาะตัวที่เคลื่อนย้าย
- () 18.2.5 ทำเครื่องหมาย RFIDประจำตัวสัตว์เฉพาะตัวที่เคลื่อนย้าย
19. ค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงโคเนื้อ (ในรอบปีที่ผ่านมา) เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 19.1 ค่าซื้อโคเนื้อ เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 19.2 ค่าจ้างผสมพันธุ์ เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 19.3 ค่าจ้างแรงงาน เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 19.4 ค่าอาหารข้น เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 19.5 ค่าอาหารหยาบ เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 19.6 ค่าอาหาร TMR เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 19.7 ค่ายาป้องกัน/ยารักษาโรค/ เป็นเงิน.....บาท/ปี
ค่าเวชภัณฑ์/ค่าวัคซีน
- () 19.8 ค่าแร่ธาตุ เป็นเงิน.....บาท/ปี

- () 19.9 ค่าขนส่ง เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 19.10 ค่าบริการทางสัตวแพทย์/ สัตวบาล เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 19.11 ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 19.12 ค่าเช่าที่ดิน เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 19.13 ค่าน้ำ เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 19.14 ค่าไฟฟ้า เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 19.15 ค่าวัสดุสิ้นเปลือง (เช่น เบอร์Hu เป็นเงิน.....บาท/ปี
ไม้โครชิฟ ไม้กวาด ถุงม้อย่าง รองเท้าบูท อุปกรณ์ตักอาหาร,
พลั่ว สายยาง คราด จอบ เป็นต้น)
- () 19.16 ดอกเบี้ยเงินกู้ เป็นเงิน.....บาท/ปี
- () 19.17 อื่นๆ (ระบุ) (เช่น ค่าเมล็ดพันธุ์ เป็นเงิน.....บาท/ปี
ท่อนพันธุ์ ปุ๋ย ค่าซ่อมแซมโรงเรือน/คอก ค่าตอนสัตว์ เป็นต้น)

20. เป้าหมายการเลี้ยงโคในอนาคต

- () 20.1 เลี้ยงแบบเดิมไม่เพิ่มปริมาณและคุณภาพของโค
- () 20.2 เพิ่มปริมาณการเลี้ยง โดยใช้สายพันธุ์เดิม
- () 20.3 ยกระดับสายพันธุ์และพัฒนาคุณภาพการผลิตโดยไม่เพิ่มปริมาณการเลี้ยง
- () 20.4 ยกระดับสายพันธุ์และพัฒนาคุณภาพการผลิต พร้อมทั้งเพิ่มปริมาณการเลี้ยง
- () 20.5 ลดปริมาณการเลี้ยง หรือมีแนวโน้มเล็กลง เนื่องจาก.....
- () 20.6 อื่นๆ (ระบุ).....

2.2 ข้อมูลด้านการตลาดโคเนื้อ

1. สถานที่จำหน่ายโค (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1.1 หน้าฟาร์มให้พ่อค้าหรือบุคคลทั่วไป
- () 1.2 ตลาดนัดโค กระบือ
- () 1.3 สหกรณ์/องค์กรเกษตรกร
- () 1.4 อื่นๆ (ระบุ)

2. ราคาที่จำหน่ายได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 2.1 โคเพศผู้แรกเกิด – ไม่เกิน 1 ปี ราคา.....บาท/กิโลกรัม
- () 2.2 โคเพศผู้อายุ 1 – 3 ปี ราคา.....บาท/กิโลกรัม
- () 2.3 โคเพศผู้อายุ 3 ปี ขึ้นไป (พ่อพันธุ์) ราคา.....บาท/กิโลกรัม
- () 2.4 โคเพศเมียแรกเกิด – ไม่เกิน 1 ปี ราคา.....บาท/กิโลกรัม

- () 2.5 โคเพศเมียอายุ 1 – 3 ปี ราคา.....บาท/กิโลกรัม
- () 2.6 โคเพศเมียอายุ 3 ปี ขึ้นไป (แม่พันธุ์)ราคา.....บาท/กิโลกรัม
- () 2.7 โคขุนระยะสั้น (ขุนไม่เกิน 3 เดือน)ราคา.....บาท/กิโลกรัม
- () 2.8 โคขุนคุณภาพ (ขุน 4 -18 เดือน) ราคา.....บาท/กิโลกรัม
- () 2.9 โคขุนคุณภาพ (ขุน 18 เดือนขึ้นไป)ราคา.....บาท/กิโลกรัม
- () 2.10 อื่นๆ (ระบุ).....ราคา.....บาท/กิโลกรัม

3. วิธีการจำหน่าย

- () 3.1 โดยการชั่งน้ำหนัก () 3.2 โดยการเหมาตัว
- () 3.3 อื่นๆ (ระบุ).....

4. รูปแบบการจำหน่าย

- () 4.1 จำหน่ายด้วยตัวเองคนเดียว
- () 4.2 รวมกันจำหน่ายในรูปแบบองค์กรเกษตรกร

5. การได้รับเงินค่าจำหน่ายโคเนื้อ

- () 5.1 ได้รับทันทีหลังการจำหน่าย
- () 5.2 ได้รับหลังจากการจำหน่าย.....วัน
- () 5.3 อื่นๆ (ระบุ).....

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านความรู้ ประสบการณ์และการรับรู้ข่าวสารในการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย

คำชี้แจง : ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์การผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย 4 ด้าน คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค โดยให้ท่านใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับคะแนนที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 = ระดับมากที่สุด

ระดับ 4 = ระดับมาก

ระดับ 3 = ระดับปานกลาง

ระดับ 2 = ระดับน้อย

ระดับ 1 = ระดับน้อยที่สุด

จุดแข็ง	ระดับคะแนนตามความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านตัวเกษตรกร					
1.1 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อมีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการผลิตโคเนื้อที่มีคุณภาพ					
1.2 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อและผู้ประกอบการมีความรู้และทักษะในการทำการตลาดโคเนื้อ					
1.3 เกษตรกรมีการรวมกลุ่มเพื่อการผลิตโคเนื้อ มีการบริหารจัดการกระบวนการกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ					
1.4 เกษตรกรและผู้ประกอบการมีความเข้าใจด้านการตลาดและติดตามแนวโน้มตลาดอย่างต่อเนื่อง					
1.5 มีเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพ มีความรู้ สามารถพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อของประเทศไทยได้					
1.6 เกษตรกรมีเงินทุนของตนเองที่เพียงพอต่อการลงทุนผลิตโคเนื้อเพื่อการส่งออก					
2. ด้านความพร้อมในการลงทุน/ความสามารถในการผลิต					
2.1 เกษตรกรเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายและจำนวนเพียงพอต่อการลงทุนเลี้ยงโคเนื้อ					

จุดแข็ง	ระดับคะแนนตามความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2.2 ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการทำธุรกิจการผลิตและการตลาดโคเนื้อที่มีความเข้มแข็ง					
2.3 การลงทุนในการผลิตโคเนื้อเพื่อการส่งออกมีความคุ้มค่าต่อการลงทุนมีผลตอบแทนที่น่าพึงพอใจ					
3. ด้านความพร้อมของปัจจัยที่เหมาะสมในการเลี้ยงโคเนื้อ					
3.1 ประเทศไทยสายพันธุ์โคเนื้อที่มีความเหมาะสมตรงกับความต้องการของตลาดในต่างประเทศ					
3.2 ประเทศไทยมีอาหารสัตว์เหมาะสมเพียงพอสำหรับการเลี้ยงโคเนื้อ					
3.3 ประเทศไทยมีระบบสนับสนุนด้านการป้องกันโรค การดูแลสุขภาพโคเนื้อที่ดีและเหมาะสม					
3.4 ประเทศไทยมีภูมิประเทศและภูมิอากาศเหมาะสมกับการเลี้ยงโคเนื้อ					
3.5 ประเทศไทยมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อ					
3.6 ประเทศไทยมีสินค้าโคเนื้อที่มีชีวิตที่มีคุณภาพดีและได้รับความนิยมจากลูกค้า					
3.7 ประเทศไทยมีระบบและกระบวนการทำงานส่งเสริมโคเนื้อที่มีประสิทธิภาพ					
4. ด้านความพร้อมทางการตลาด					
4.1 มีความคล่องตัวในการผลิตโคเนื้อที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า					
4.2 ประเทศไทยมีความสามารถในการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าโคเนื้อให้ตรงกับความต้องการของตลาด					
4.3 ประเทศไทยมีการวางแผนการตลาดโคเนื้อที่ชัดเจนและมีเป้าหมายที่มั่นใจ					

จุดแข็ง	ระดับคะแนนตามความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
5. ด้านความพร้อมนโยบายภาครัฐ					
5.1 ประเทศไทยมีนโยบายการควบคุมคุณภาพที่เข้มแข็งและตรวจสอบการผลิตสินค้าโคเนื้อ					
5.2 ประเทศไทยมีนโยบายการตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าและความพร้อมในการปรับปรุง					
5.3 ประเทศไทยมีการนำเสนอสินค้าและประชาสัมพันธ์สินค้าโคเนื้อที่มีความน่าสนใจ และมีการปฏิบัติต่อเนื่อง สม่ำเสมอ					

จุดอ่อน	ระดับคะแนนตามความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านตัวเกษตรกร					
1.1 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อไม่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการผลิตโคเนื้อที่มีคุณภาพ					
1.2 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อและผู้ประกอบการขาดความรู้และทักษะในการทำการตลาดโคเนื้อ					
1.3 เกษตรกรไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อการผลิตโคเนื้อหรือบริหารจัดการกระบวนการกลุ่มที่ไม่มีประสิทธิภาพ					
1.4 เกษตรกรและผู้ประกอบการขาดความเข้าใจและขาดการติดตามแนวโน้มตลาดอย่างต่อเนื่อง					
1.5 เกษตรกรมีอายุมาก ระดับการศึกษาไม่สูงมาก เป็นข้อจำกัดในการเรียนรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรม					
2. ด้านความพร้อมในการลงทุน/ความสามารถในการผลิต					
2.1 เกษตรกรขาดเงินทุนที่เพียงพอต่อการลงทุนผลิตโคเนื้อเพื่อการส่งออก					

จุดอ่อน	ระดับคะแนนตามความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2.2 เกษตรกรขาดแหล่งเงินทุนที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและจำนวนไม่เพียงพอต่อการลงทุนเลี้ยงโคเนื้อ					
2.3 ผู้ประกอบการขาดความพร้อมในการทำธุรกิจการผลิตและการตลาดโคเนื้อไม่มีความเข้มแข็ง					
2.4 การลงทุนในการผลิตโคเนื้อเพื่อการส่งออกเป็นการลงทุนที่ไม่มีความคุ้มค่าผลตอบแทนไม่น่าพึงพอใจ					
3. ด้านความพร้อมของปัจจัยที่เหมาะสมในการเลี้ยงโคเนื้อ					
3.1 ประเทศไทยมีอาหารสัตว์ไม่เหมาะสม ไม่เพียงพอสำหรับการเลี้ยงโคเนื้อ					
3.2 ประเทศไทยไม่มีระบบสนับสนุนด้านป้องกันโรค การดูแลสุขภาพโคเนื้อที่ดีและเหมาะสม					
3.3 ภูมิประเทศและภูมิอากาศของประเทศไทยไม่เหมาะสมกับการเลี้ยงโคเนื้อ					
3.4 ประเทศไทยขาดการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อ					
3.5 ประเทศไทยไม่มีระบบและกระบวนการทำงานส่งเสริมโคเนื้อที่มีประสิทธิภาพ					
4. ด้านความพร้อมทางการตลาด					
4.1 สินค้าโคเนื้อไม่ีชีวิตมีคุณภาพไม่ดี ไม่สม่ำเสมอ ไม่ได้รับความนิยมจากลูกค้า					
4.2 การผลิตโคเนื้อไม่มีความคล่องตัว ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้					
4.3 ประเทศไทยไม่ความสามารถปรับปรุงและพัฒนาสินค้าโคเนื้อให้ตรงกับความต้องการของตลาด					
4.4 ประเทศไทยไม่มีการวางแผนการตลาดโคเนื้อที่ชัดเจนและไม่มีเป้าหมายที่มั่นคง					

จุดอ่อน	ระดับคะแนนตามความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4.5 การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่ครบถ้วนหรือไม่น่าสนใจในสายตาของลูกค้า					
5. ด้านความพร้อมนโยบายภาครัฐ					
5.1 ประเทศไทยไม่มีนโยบายการควบคุมคุณภาพที่เข้มแข็งและไม่มีการตรวจสอบการผลิตสินค้าโคเนื้อ					
5.2 ประเทศไทยไม่มีนโยบายการตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าและไม่มีความพร้อมในการปรับปรุง					

โอกาส	ระดับคะแนนตามความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ภาครัฐมีนโยบายในการส่งเสริมการผลิตและการตลาดโคเนื้อ					
2. มีสถาบันการศึกษาในพื้นที่ที่สามารถให้บริการและพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อได้เป็นอย่างดี					
3. การรวมกลุ่มจะสามารถช่วยให้เกษตรกรเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น					
4. ความต้องการโคเนื้อภายในประเทศมีเพิ่มมากขึ้น					
5. การเพิ่มจำนวนประชากรของประเทศจีน ส่งผลให้มีความต้องการบริโภคโคเนื้อเพิ่มมากขึ้น					
6. ท่าเลที่ตั้งที่เป็นแหล่งผลิตโคเนื้อของไทย มีความสะดวกในด้านการตลาดและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในจีน					
7. เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ตอบสนองต่อการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อของประเทศไทย					
8. ความสนใจในการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากสังคมออนไลน์และโซเชียลมีเดีย					

โอกาส	ระดับคะแนนตามความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
9. ข่าวสารและข้อมูลใหม่ที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ					
10. ความสนใจในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน					

อุปสรรค	ระดับคะแนนตามความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. สภาพแวดล้อมที่ซับซ้อนและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบต่อการผลิตโคเนื้อ					
2. สถานการณ์อาหารสัตว์ราคาแพง กระทบต่อต้นทุนการผลิตโคเนื้อและการแข่งขันด้านการตลาด					
3. ค่านิยมในการเลี้ยงโคเนื้อแบบเดิม ๆ ของเกษตรกร เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อเพื่อการส่งออก					
4. เทคโนโลยีมีราคาแพง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตโคเนื้อสูงตามไปด้วย					
5. การเปิดการค้าเสรี มีผลกระทบต่อการผลิตและการตลาดโคเนื้อของประเทศไทย					
6. การเปลี่ยนแปลงของนโยบายทางเมืองนโยบายทางการเมืองที่ไม่แน่นอน เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการผลิตและการส่งออกโคเนื้อ					
7. ความขัดแย้งกับกฎหมายหรือข้อกำหนดทางกฎหมายและระเบียบที่หน่วยงานราชการ ส่งผลกระทบต่อการส่งออกโคเนื้อไปประเทศจีน					
8. การลักลอบใช้สารเร่งเนื้อแดง และภาครัฐมีการเข้มงวดปราบปรามการใช้สารเร่งเนื้อแดง มีผลกระทบต่อส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปประเทศจีน					

อุปสรรค	ระดับคะแนนตามความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
9. ปัญหาการลักลอบนำเข้าเนื้อเถื่อน โคเถื่อน ส่งผลให้ราคาโคเนื้อตกต่ำ มีผลกระทบต่อการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไปประเทศจีน					
10. ความสามารถในการจัดการของประเทศคู่แข่งที่แข็งแกร่งเป็นคู่แข่งที่มีความสามารถในการผลิตสามารถเข้าถึงตลาดประเทศจีนได้สูงกว่าประเทศไทย					

ข้อเสนอแนะในการสร้างโอกาสในการผลิตโคเนื้อเพื่อรองรับแผนการส่งออกโคเนื้อมีชีวิตไป
จำหน่ายยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน
กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์

ภาพการสัมภาษณ์เชิงลึก

ณ ลุงเซวาร์ฟาร์ม อำเภอดำรงนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี

