

ยุทธศาสตร์การวิจัยประเด็นด้านการพัฒนาการเลี้ยงโคนเนื้อ เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้

๑. หลักการและเหตุผล

๑.๑ ความเป็นมาของงานวิจัยด้านการพัฒนาการเลี้ยงโคนเนื้อเพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้

การเลี้ยงโคนเนื้อเป็นอาชีพทางการเกษตรที่สำคัญอาชีพหนึ่ง มีมูลค่าไม่ต่ำกว่า ๖.๕ หมื่นล้านบาท และเกี่ยวข้องกับเกษตรกรไม่น้อยกว่า ๑.๐๓ ล้านครอบครัว ในอดีตที่ผ่านมาการเลี้ยงโคนเนื้อของเกษตรกรไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้แรงงานทำการเกษตรเป็นหลัก เมื่อใช้งานหมดอายุจึงปลดจำหน่ายเป็นโคนเนื้อ ปัจจุบันรูปแบบการเลี้ยงโคนเนื้อได้เปลี่ยนมาเป็นการเลี้ยงเพื่อจำหน่ายเป็นโคนเนื้อเพื่อผลิตเนื้อโค ทั้งนี้เพราะความต้องการบริโภคเนื้อสัตว์เพิ่มขึ้น ทั้งจากความต้องการของประชากรในประเทศเอง และนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ตลอดจนความต้องการของตลาดต่างประเทศ ลักษณะการเลี้ยงจะเป็นการเลี้ยงครั้งละหลายๆ ตัว และมีรูปแบบเป็นฟาร์มมากขึ้น ในขณะเดียวกันรัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงโคนเนื้อและเป็นโครงการหนึ่งในแผนปรับโครงสร้างระบบการผลิตการเกษตร โดยหวังว่าจะทำให้การเลี้ยงโคนเนื้อเป็นอาชีพที่ทำรายได้ให้เกษตรกรอย่างสม่ำเสมอ

จากสถิติกรมปศุสัตว์ปี ๒๕๕๖ ประเทศไทยมีโคนเนื้อ จำนวน ๔.๕๓ ล้านตัว พบว่ามีจำนวนลดลงเมื่อเทียบกับ ปี ๒๕๕๔ ที่มีจำนวน ๖.๕๘ ล้านตัว และที่เป็นโควัยเจริญพันธุ์ที่ผลิตลูกโค จำนวน ๑.๕๙ ล้านตัว สามารถผลิตลูกโคได้ จำนวน ๐.๘๗ ล้านตัว หรือร้อยละ ๕๕ ของโควัยเจริญพันธุ์เท่านั้น ทั้งนี้เป็นเพราะเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนเนื้อยังประสบปัญหาหลายอย่าง ได้แก่ ขาดความรู้ในด้านการจัดการการเลี้ยงดูโคนเนื้อ ขาดแคลนพืชอาหารสัตว์ทำให้โคได้รับสารอาหารไม่เพียงพอ การปรับปรุงพันธุ์ยังไม่ทั่วถึง ปัญหาโรคระบาดสัตว์ เช่น โรคปากและเท้าเปื่อย โรคพยาธิ เป็นผลทำให้การผลิตโคนเนื้อยังไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ โดยเฉพาะโคนเนื้อคุณภาพสูง (Premium Grade) ซึ่งประเทศไทยมีศักยภาพและความสามารถสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ ในเขตเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASAEN) โดยมีความสามารถที่จะผลิตโคพันธุ์และโคนเนื้อส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศได้ ประกอบกับผลการจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ซึ่งมีผลตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ๒๕๕๓ ทำให้ประเทศไทยมีโอกาสส่งออกโคนเนื้อไปต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น จากสถิติกรมศุลกากร ประเทศไทยมีการส่งออกโคมีชีวิตไปจำหน่ายต่างประเทศ จำนวน ๗๔,๔๘๐ ตัว มูลค่า ๕๔๙.๑๗ ล้านบาท ในปี ๒๕๕๑ เพิ่มเป็นจำนวน ๒๕๔,๖๐๑ ตัว มูลค่า ๑,๔๔๘.๖๐ ล้านบาท ในปี ๒๕๕๓ สำหรับในปี ๒๕๕๔ มีการส่งออกโคนเนื้อปริมาณ ๑๒๑,๗๗๘ ตัว มูลค่า ๙๙๘.๐๔ ล้านบาท และเพิ่มขึ้นในปี ๒๕๕๕ ที่มีการส่งออกโคมีชีวิต ๑๔๗,๐๐๐ ตัว มูลค่า ๑๔,๐๐๐ ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๐.๗๑ และ ๔๐.๒๗ ตามลำดับ ประเทศเพื่อนบ้านยังคงมีความต้องการโคนเนื้อ จากไทย แม้ว่าราคาโคนเนื้อจะปรับตัวสูงขึ้น แต่การส่งออกโคมีชีวิตก็ยังคงเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันก็มีการนำเข้าเนื้อโคคุณภาพจากต่างประเทศปีละประมาณ ๓,๐๐๐ ตัน ทำให้สูญเสียเงินตราออกไปต่างประเทศ ปีละประมาณ ๖๒๐ ล้านบาท

สถานการณ์โคนเนื้อมีชีวิตราคาตกต่ำตั้งแต่ปี ๒๕๕๐-๒๕๕๒ เนื่องจากกระแสการปั่นราคาโคนเนื้อ และเกษตรกรหันไปประกอบอาชีพการเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจที่รัฐบาลประกันรายได้ เช่น ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง หรือปลูกพืชเศรษฐกิจที่ผลผลิตมีราคาสูง เช่น ปาล์มน้ำมัน ยางพารา เป็นต้น ทำให้ขาดพื้นที่เลี้ยงโค

เนื้อ เกษตรกรขาดแรงจูงใจในการเลี้ยงโคเนื้อ จึงเลิกเลี้ยงโคและขายโคทิ้ง ทำให้โคเนื้อถูกส่งเข้าโรงฆ่าสัตว์ และถูกส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศเป็นจำนวนมากทำให้แม่โคพันธุ์เนื้อถูกทำลายอย่างรวดเร็ว ปริมาณโคเนื้อเพศเมียลดลงอย่างรุนแรง จากโคเนื้อเพศเมียวัยเจริญพันธุ์ที่ให้ลูกได้จำนวน ๓.๒๕ ล้านตัวในปี ๒๕๕๐ เหลือเพียง จำนวน ๑.๕๕ ล้านตัว ในปี ๒๕๕๔ คิดเป็นมูลค่าความเสียหายประมาณ ๓๓,๔๐๐ ล้านบาท

การส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อที่ผ่านมายังประสบปัญหาเนื่องจากนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาโคเนื้อขาดความต่อเนื่อง เมื่อเปลี่ยนรัฐบาล นโยบายก็เปลี่ยนแปลงไป

๑.๒ วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับประเด็นการพัฒนา ด้านการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อเพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้

๑) ด้านการผลิตโคเนื้อ

จำนวนโคเนื้อ จากสถิติกรมปศุสัตว์ปี ๒๕๕๖ มีเกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อ จำนวน ๗๖๘,๘๓๔ ราย จำนวนโคเนื้อ ๔,๕๓๐,๙๑๕ ตัว ซึ่งถือว่าลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปี ๒๕๕๔ มีเกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อ ๑,๐๓๕,๐๗๒ ราย จำนวนโคเนื้อ ๖,๕๘๓,๑๐๖ ตัว เฉลี่ยมีเกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อและจำนวนโคเนื้อลดลง ร้อยละ ๓๔.๖ และ ๓๑.๒ จากปี ๒๕๕๔ ถึง ๒๕๕๖ ตามลำดับ

พื้นที่ที่มีการเลี้ยงโคเนื้อมากที่สุด จากสถิติกรมปศุสัตว์ปี ๒๕๕๖ ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๒,๒๔๖,๑๕๗ ตัว (ร้อยละ ๔๙.๖) รองลงมา คือ ภาคกลาง ๙๘๔,๖๕๙ ตัว (ร้อยละ ๒๑.๗) ภาคเหนือ ๗๔๑,๖๗๘ ตัว (ร้อยละ ๑๖.๔) ภาคใต้ ๕๕๘,๔๒๑ ตัว (ร้อยละ ๑๒.๓) จังหวัดที่มีการเลี้ยงโคเนื้อมากที่สุด ได้แก่ นครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษ สกลนคร และร้อยเอ็ด ตามลำดับ

๒) ด้านการแปรรูป

(๑) มีโรงฆ่าโค-กระบือ ทั้งหมดที่เปิดทำการฆ่าโค กระบือ จำนวน ๘๔๖ แห่ง แยกเป็น โรงฆ่าเฉพาะโค และกระบือ ๕๔๔ แห่ง เป็นโรงฆ่าโค กระบือ และสุกร รวม ๓๐๒ แห่ง ซึ่งเป็นโรงฆ่าขนาดใหญ่ที่ได้มาตรฐานการส่งออกจำนวน ๒ แห่ง เป็นโรงฆ่าที่ขึ้นทะเบียน ขจส. ๒ จำนวน ๕๒๖ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๖๒

(๒) มีโรงงานแปรรูป จำนวน ๘๑ แห่ง ได้แก่ โรงงานผลิตภัณฑ์จากเนื้อโค ๙ แห่ง โรงงานทำลูกชิ้น ๗๒ แห่ง โรงงานฟอกหนัง ๑๐๓ แห่ง โรงงานกระดุกป่น ๘ แห่ง

๓) ด้านการตลาดโคเนื้อ

ตลาดในประเทศ แบ่งเป็น ๓ ประเภท

(๑) ตลาดโคมีชีวิต สถิติกรมปศุสัตว์ปี ๒๕๕๕ มีตลาดนัดโค กระบือ ๑๒๗ แห่ง ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๘๑ แห่ง ภาคเหนือ ๑๙ แห่ง ภาคกลาง ๑๕ แห่ง ภาคตะวันออก ๔ แห่ง และภาคตะวันตก ๘ แห่ง ส่วนภาคใต้ไม่มีตลาดนัดโค กระบือ เนื่องจากปริมาณโค กระบือมีน้อยไม่เพียงพอต่อการจัดซื้อขายในตลาดนัด

(๒) ตลาดเนื้อโค

ราคาเนื้อโค ซึ่งจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับคุณภาพของเนื้อโค กล่าวคือ เนื้อโคที่มีคุณภาพสูงจะมีราคาสูงกว่าเนื้อโคคุณภาพทั่วไป เนื้อโคคุณภาพสูงหมายถึงเนื้อโคที่เน้นความนุ่ม ความชุ่มฉ่ำ และมีไขมันแทรกในกล้ามเนื้อเป็นสำคัญ เนื้อโคที่มีคุณภาพสูงจะได้จากโคที่มาจากโคที่มีระบบการเลี้ยงดูและมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องทำให้เนื้อโคมีคุณภาพสูง

ปริมาณการบริโภคเนื้อโค ปริมาณการบริโภคของประเทศไทย จะหามาได้จาก ข้อมูลจำนวนโคที่เข้าโรงฆ่า น้ำหนักซากโค ซึ่งมีปริมาณ ร้อยละ ๕๐-๕๘ ของน้ำหนักโคมีชีวิต ปริมาณเนื้อแดง (เนื้อสะอาด) ที่ได้จากการชำแหละตัดแต่งจะเท่ากับ ร้อยละ ๘๐-๘๕ ของน้ำหนักซาก (ร้อยละ ๔๐-๔๖ ของน้ำหนักโคมีชีวิต) ทั้งนี้เปอร์เซ็นต์ซากและเปอร์เซ็นต์เนื้อแดงที่ได้จากการตัดแต่งจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ ประเภทของโคที่เข้าฆ่า ดังนั้นเมื่อทราบปริมาณเนื้อแดงที่ผลิตได้ทั้งปี ก็ย่อมคำนวณหาปริมาณการบริโภคเนื้อโคได้ แต่เนื่องจากประเทศไทยมีโรงฆ่าที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายอยู่มาก ประกอบกับจำนวนโคที่แจ้งอนุญาตฆ่า หรือมีใบอนุญาตฆ่าต่ำกว่าที่ถูกต้องตามกฎหมายอยู่มาก ประกอบกับจำนวนโคที่แจ้งอนุญาตฆ่า หรือมีใบอนุญาตฆ่า ๕๓๐,๗๐๑ ตัว คาดว่ามีการฆ่าจริงประมาณ ๘๔๒,๙๑๑ ตัว ซึ่งลดลงเมื่อเทียบกับปี ๒๕๕๔ จากรายงานของกรมปศุสัตว์ในปี ๒๕๕๖ มีจำนวนโคเนื้อที่ขออนุญาตฆ่า ๖๒๐,๒๔๕ ตัว คาดว่ามีการฆ่าจริงประมาณ ๙๙๒,๗๒๓ ตัว ประมาณการว่าจะผลิตเนื้อโคได้ทั้งหมด ๑๔๒,๙๕๒ ตัน (ผลิตเนื้อได้ ๑๔๔ กก./ตัว) ในปี ๒๕๕๕ มีการนำเข้าโคเนื้อและผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศจำนวน ๑๐,๘๑๘.๙๓ ตัน ส่งออกไปต่างประเทศจำนวน ๗,๖๕๘.๗๓ ตัน เหลืออยู่ในประเทศ ๓,๑๖๐.๒ ตัน โดยประมาณการแยกเป็นตลาดระดับล่าง ประมาณร้อยละ ๕๓.๕ ตลาดระดับกลาง ประมาณร้อยละ ๔๔.๒ และตลาดระดับสูงประมาณร้อยละ ๒.๓ เฉลี่ยคนไทยบริโภคเนื้อโค ๒.๘ กก./คน/ปี ซึ่งถือว่าปริมาณการบริโภคน้อยมาก สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ อาจเนื่องมาจากประเทศไทยมีเนื้อสัตว์ชนิดอื่นๆ เช่น ปลา ไก่ สุกร ให้เลือกบริโภคได้ และราคาไม่แพง หรืออาจเป็นเพราะความเชื่อเรื่องศาสนา

จากการศึกษาการบริโภคเนื้อโค แบ่งเป็น ๓ ระดับ คือ ตลาดระดับล่าง ผู้บริโภค คือ ผู้ที่ซื้อเนื้อจากเขียงเนื้อในตลาดสดทั่วไปและโรงงานทำลูกชิ้น ตลาดระดับกลาง ผู้บริโภค คือ ผู้ที่ซื้อเนื้อจากตลาดสดขนาดใหญ่ เช่น ตลาดองค์กรเพื่อเกษตรกร (อตก.) จนถึงห้างสรรพสินค้า (Supermarket หรือ Modern Trade) และตลาดระดับสูง ผู้บริโภค คือ ผู้ที่ซื้อเนื้อซึ่งเน้นความนุ่มของเนื้อเป็นสำคัญ เพื่อนำไปทำอาหารประเภทสเต็ก ผู้บริโภคมีตั้งแต่คนไทยที่รู้จักวิธีประกอบอาหารจากเนื้อแบบตะวันตก คนต่างชาติที่อยู่ในประเทศไทย โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ

(๓) ตลาดผลิตภัณฑ์จากโคเนื้อ เนื้อโคใช้แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ลูกชิ้น ไส้กรอก ชนิดต่างๆ และเนื้อกระป๋อง (Can Beef) ส่วนหนึ่งโค ภายในประเทศผลิตได้ปีละ ๔๕,๐๐๐ ตัน หรือร้อยละ ๓๐ ของประมาณความต้องการใช้หนึ่งของประเทศซึ่งยังไม่พอเพียง และส่วนกระดุกและเขา เป็นผลพลอยได้จาก การฆ่าสัตว์ กระดุกจะใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ เช่น กระดุกแตก เจลาติน อาหารสัตว์ ปุ๋ย ส่วนเขาใช้ในกลุ่มงานฝีมือ ตกแต่งบ้าน หวี กระดุม เป็นต้น

ตลาดการค้าระหว่างประเทศ

(๑) ปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ การนำเข้าโคมีชีวิตของไทยเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ ๕๘.๔๗ ต่อปี โดยส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศเมียนมาร์ ปี ๒๕๕๕ การนำเข้าโคมีชีวิตมีปริมาณ ๗๑,๑๔๐ ตัว มูลค่า ๓๐๕ ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๕๔ ซึ่งนำเข้าปริมาณ ๔๖,๑๐๗ ตัว มูลค่า ๒๐๕.๐๓ ล้านบาท ร้อยละ ๕๔.๒๙ และ ๔๘.๗๘ ตามลำดับ ปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ ปริมาณการนำเข้าเนื้อโคและผลิตภัณฑ์ของไทยเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ ๖๔.๓๓ ต่อปี โดยส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าเนื้อโคจากประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอินเดีย ส่วนผลิตภัณฑ์นำเข้าจากประเทศอินเดีย นิวซีแลนด์ และออสเตรเลีย ปี ๒๕๕๕ การนำเข้าเนื้อโคและผลิตภัณฑ์มี

ปริมาณ ๑๑,๔๗๐ ตัน มูลค่า ๑,๗๐๕ ล้านบาท เทียบกับปี ๒๕๕๔ ซึ่งนำเข้าปริมาณ ๗๖๒๖.๓๗ ตัน มูลค่า ๑,๐๗๘.๖๘ ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ ๕๐.๔๐ และ ๕๘.๐๖ ตามลำดับ การนำเข้าเนื้อโคคุณภาพจาก ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา แต่มีการนำเข้าเนื้อโคที่เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ ๔๐ จาก ประเทศ อินเดีย ซึ่งคาดว่าจะเป็นการนำเข้าเพื่อส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านต่อไป

(๒) ปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ การส่งออกโคมีชีวิตของไทยเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ ๘.๒๓ ต่อปี โดยส่วนใหญ่ส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ มาเลเซีย และ สปป. ลาว ปี ๒๕๕๕ การส่งออกโคมีชีวิต มี ปริมาณ ๑๔๗,๐๐๐ ตัว มูลค่า ๑,๔๐๐ ล้านบาท เทียบกับปี ๒๕๕๔ ซึ่งส่งออกปริมาณ ๑๒๑,๗๗๘ ตัว มูลค่า ๙๙๘.๐๔ ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๐.๗๑ และ ๔๐.๒๗ ตามลำดับ ประเทศเพื่อนบ้านยังคงมีความต้องการโค เนื่องจากไทยแม้ว่าราคาโคเนื้อจะปรับตัวสูงขึ้น แต่การส่งออกโคมีชีวิตก็ยังคงเพิ่มขึ้น ปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ ปริมาณ การส่งออกเนื้อโคและผลิตภัณฑ์ของไทยเพิ่มขึ้นในอัตรา ๑.๘๙ เท่าต่อปี เนื่องจากยังคงมีความต้องการเนื้อโค จากประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น ปี ๒๕๕๕ การส่งออก เนื้อโคและผลิตภัณฑ์มีปริมาณ ๖๔๓๐ ตัน มูลค่า ๖๖๕ ล้านบาท เทียบกับปี ๒๕๕๔ ซึ่งส่งออกปริมาณ ๔,๔๖๔ ตัน มูลค่า ๓๘๑ ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ ๔๔.๐๔ และ ๗๔.๕๔ ตามลำดับ เนื่องจากมีการส่งออกเนื้อโค ส่วนใหญ่ส่งไปยัง สปป. ลาว เพิ่มขึ้น

๑.๓ ผลงานวิจัยที่เคยมีมาแล้วในอดีต ช่องว่างการวิจัย และประเด็นที่สำคัญของการวิจัยที่ เกี่ยวข้องงานด้านการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อเพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้ ที่เป็นที่ต้องการของประเทศ

จะเห็นได้ว่าการดำเนินการด้านโคเนื้อ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรง คือ กรมปศุสัตว์ ซึ่ง ข้อมูลต่างๆ มีจำนวนมาก แต่สำหรับประเด็นที่ต้องการเพิ่มเติมด้านการวิจัย คือ

- ๑) การวิจัยด้านสายพันธุ์โคเนื้อ ซึ่งยังขาดสายพันธุ์โคที่เหมาะสมกับประเทศไทย
- ๒) การวิจัยด้านการแปรรูปเนื้อและหนัง กระดูก เพื่อทำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ
- ๓) การวิจัยด้านระบบและกลไกการตลาดทั้งในและต่างประเทศ
- ๔) การวิจัยเรื่องเทคโนโลยีการผลิตโคเนื้อ
- ๕) การวิจัยด้านอาหารและพืชอาหารสัตว์
- ๖) การวิจัยเรื่องโรค และวิธีควบคุมโรคระบาดสัตว์

๑.๔ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจุดแข็งจุดอ่อนในประเด็นการพัฒนาและการวิจัยด้านการ พัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อเพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้ ที่เป็นที่ต้องการของประเทศ

๑) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมปศุสัตว์ กระทรวง พาณิชย์ สถาบันการศึกษา

๒) จุดแข็งจุดอ่อนในประเด็นในการพัฒนาและวิจัยด้านการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อเพื่อ เพิ่มผลผลิตและรายได้

จุดแข็ง

(๑) เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยใช้แรงงานในครัวเรือนใน การเลี้ยงโค ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำ

(๒) มีแหล่งอาหารหยาบที่มีปริมาณมากและราคาถูก และมีผลพลอยได้จากการเกษตรและโรงงานอุตสาหกรรมเกษตร ได้แก่ ข้าวฟ่าง ต้นและเปลือกข้าวโพด เปลือกสับปะรด ต้นกล้วยหลังการเก็บเกี่ยว เศษเหลือจากโรงงานผลไม้กระป๋อง ประเภทอื่นสามารถใช้เป็นอาหารเลี้ยงโคเนื้อ ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำ

(๓) ปลอดภัยจากโรควัวบ้า (Bovine Spongiform Encephalopathy : BSE)

(๔) มีระบบการเลี้ยงที่สอดคล้องกับศักยภาพของเกษตรกรเพื่อผลิตเนื้อโคให้ตรงกับความต้องการของตลาด เช่น เกษตรกรที่ยากจน จะเลี้ยงโคด้วยภูษาธรรมชาติ เพื่อให้ได้น้ำหนักสำหรับเข้าขุนหรือเลี้ยงโคพื้นเมืองแบบปล่อยแทะเล็มตามทุ่งหญ้าสาธารณะ กลุ่มที่มีทุนพอสมควรก็จะเลี้ยงโคมัน ซึ่งใช้ระยะเวลาสั้น ส่วนกลุ่มที่มีเงินทุนหรือมีระบบสหกรณ์ก็สามารถเลี้ยงโคขุนคุณภาพได้

(๕) มีหน่วยงานที่มีศักยภาพในการทำการศึกษาด้านการผลิตสัตว์ ด้านอาหารสัตว์ ด้านการป้องกันกำจัดโรคระบาดสัตว์ ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์ กระจายอยู่ทั่วประเทศ

จุดอ่อน

(๑) เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย มีอายุมาก มีการศึกษาน้อย การยอมรับความรู้หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อการพัฒนาอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อเป็นไปได้ช้า

(๒) ผู้เลี้ยงเป็นเกษตรกรรายย่อยรวมกลุ่มทำให้ยากต่อการควบคุมคุณภาพและปริมาณการผลิต ขาดการสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างการผลิตและการตลาด

(๓) มีปัญหาโรคปาก และเท้าเปื่อยระบาดอยู่ในประเทศ ทำให้มีข้อจำกัดการส่งโคมีชีวิตและเนื้อโคไปขายต่างประเทศ

(๔) มีการใช้พื้นที่การเกษตรยังไม่เหมาะสม ขาดแคลนพื้นที่ที่มีระบบชลประทานสำหรับปลูกพืชอาหารสัตว์ ทำให้มีพืชอาหารสัตว์ไม่เพียงพอในการเลี้ยงโคเนื้อ

(๕) การเลี้ยงโคเนื้อต้องลงทุนสูงผลตอบแทนในระยะเวลานาน และขาดแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ

(๖) โคเพศเมียถูกทำลาย ทำให้ขาดแม่โคพื้นฐานในการผลิตโคเนื้อ

(๗) การซื้อขายโคและเนื้อโคยังไม่มีมาตรฐานทั้งในด้านคุณภาพและราคา ยังไม่มีการจัดแบ่งเกรดคุณภาพเนื้อโค

(๘) โรงฆ่าส่วนใหญ่ยังไม่ได้มาตรฐาน

(๙) วัคซีนสำหรับป้องกันโรคระบาดไม่เพียงพอ เช่น วัคซีนป้องกันโรคปากเท้าเปื่อย โรคไข้สามวัน โรคคอบวม โรคแท้งติดต่อ

(๑๐) ระเบียบข้อบังคับว่าด้วยการเคลื่อนย้ายสัตว์และซากสัตว์ยังไม่เอื้ออำนวยความสะดวกต่อระบบการตลาด

(๑๑) ผู้ประกอบการขาดความรู้ในการจัดการหลังการฆ่า เช่น การเก็บรักษา การตัดแต่งแยกชิ้นส่วนตามการใช้ประโยชน์ การบ่มเนื้อ

(๑๒) การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ยังมีน้อย ส่วนใหญ่ทำลูกชิ้น หรือนิยมบริโภคในรูปเนื้อสด

(๑๓) ขาดการประชาสัมพันธ์การสร้างค่านิยมในการบริโภคเนื้อโคที่ผลิตในประเทศ

๑.๕ นโยบายและยุทธศาสตร์ซึ่งเป็นที่มาของยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นด้านการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อเพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้ที่เป็นที่ต้องการของประเทศ

๑) สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลในเรื่องนโยบายสร้างรายได้ เรื่องเพิ่มศักยภาพกระบวนการผลิตด้านปศุสัตว์ให้ได้มาตรฐานปลอดภัยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพียงพอกับความต้องการภายในประเทศและส่งออก เพิ่มสมรรถนะการควบคุม ป้องกัน วินิจฉัย และบำบัดโรคติดต่อระหว่างสัตว์สู่คน การพัฒนาเทคโนโลยีด้านชีวภัณฑ์สัตว์และการตรวจสอบคุณภาพ

๒) สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ ๘ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) ในยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๒ การสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ด้านกลยุทธ์การวิจัยที่ ๑ สร้างมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรและการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันและการพึ่งตนเองของสินค้าเกษตร ในเรื่องการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับปศุสัตว์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและนำไปสู่การแข่งขันและการพึ่งตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สุกร โคเนื้อ ไก่เนื้อ สัตว์ปีก และแพะ

๒. วิสัยทัศน์การวิจัย

การพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อให้มีผลผลิตและรายได้เพิ่มมากขึ้น

๓. พันธกิจการวิจัย

- ๓.๑ สนับสนุนองค์กรให้มีความเข้มแข็ง
- ๓.๒ ให้เกษตรกรได้รับความรู้ในเรื่องโคเนื้อมากขึ้น
- ๓.๓ สร้างความมั่นคงในอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อ

๔. ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์การวิจัย^๑

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การวิจัยด้านการตลาด

กลยุทธ์ที่ ๑ การให้ความรู้ในการบริโภคเนื้อโคและระบบการผลิตโคเนื้อ

กลยุทธ์ที่ ๒ การรักษาทลาดเดิมที่มีอยู่แล้ว สร้างตลาดเนื้อโคของประเทศไทยที่มีความชัดเจนมากขึ้น

กลยุทธ์ที่ ๓ การสร้างมาตรฐานเนื้อโคเพื่อการค้า

กลยุทธ์ที่ ๔ การศึกษาวิจัยระบบและกลไกการตลาดในรูปแบบต่างๆ

กลยุทธ์ที่ ๕ การศึกษาต้นทุนการผลิตเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูป

ที่มา : ยุทธศาสตร์โคเนื้อ พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙ โดย สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การวิจัยด้านการผลิต

กลยุทธ์ที่ ๑ การเพิ่มจำนวนแม่พันธุ์โคเนื้อ

กลยุทธ์ที่ ๒ การอบรมถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตโคเนื้อสู่เกษตรกร

กลยุทธ์ที่ ๓ การสนับสนุนปัจจัยการผลิตเพื่อรักษาโคเนื้อแม่พันธุ์ตัวเมียขยายพันธุ์

กลยุทธ์ที่ ๔ การทดสอบพันธุ์และกระจายพันธุ์โคเนื้อที่เหมาะสมกับประเทศไทย ควรเน้นการพัฒนาโคเนื้อที่เหมาะสม (ต่อยอดพันธุ์โคเนื้อที่มีอยู่แล้วในขณะนี้) ในการผลิตเนื้อโคคุณภาพ

กลยุทธ์ที่ ๕ การผลิตโคเนื้อคุณภาพควรสนับสนุนงานวิจัยที่นำเอาโคนมเพศผู้หรือแม่โคนมคัดทิ้งมาใช้ในการผลิตเนื้อโคคุณภาพ สนับสนุนงานวิจัยการผลิตเนื้อโคคุณภาพและเนื้อโคเพื่อสุขภาพ

กลยุทธ์ที่ ๖ การผลิตอาหารสัตว์ พันธุ์พืชอาหารสัตว์ และการใช้อาหารสัตว์ และเผยแพร่สู่เกษตรกรเพื่อลดต้นทุนการผลิต

กลยุทธ์ที่ ๗ การศึกษาวิจัยการแปรรูปเนื้อ และผลิตภัณฑ์จากโค

กลยุทธ์ที่ ๘ การเพิ่มประสิทธิภาพการให้ผลผลิตโคเนื้อแบบบูรณาการ

กลยุทธ์ที่ ๙ การวิจัยควบคุมป้องกันโรคระบาดจากโคเนื้อ ที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่และประเทศเพื่อนบ้านประกอบด้วยเพราะโรคสามารถระบาดข้ามประเทศได้

กลยุทธ์ที่ ๑๐ วิจัยและพัฒนาประสิทธิภาพและการผลิตวัคซีนที่สำคัญ เช่น โรคปากและเท้าเปื่อย โรคคอบวม โรคแท้งติดต่อ เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ ๑๑ สนับสนุนการวิจัย/ภาชี ของอุปกรณ์/เครื่องมือ/เครื่องจักร ที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมเลี้ยงโคเนื้อ เพื่อให้เกษตรกรเข้าถึงอุปกรณ์/เครื่องจักรเหล่านี้ได้ง่ายขึ้น

กลยุทธ์ที่ ๑๒ การส่งเสริมมาตรฐานการผลิตตลอดห่วงโซ่ เช่น มาตรฐานฟาร์ม GMP โรงฆ่า เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ ๑๓ ควรศึกษาในประเด็นพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศเพื่อตอบสนองความต้องการให้มากที่สุด

กลยุทธ์ที่ ๑๔ การศึกษาสถานภาพของโคเนื้อในประเทศไทย

กลยุทธ์ที่ ๑๕ การวิจัยเชิงระบบการผลิตโคเนื้อรายย่อย ในรูปกลุ่ม เชื่อมโยงระบบการสหกรณ์ และเชื่อมโยงระบบการตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การวิจัยด้านการบริหารจัดการ

กลยุทธ์ที่ ๑ การศึกษากฎหมายที่เอื้อรองรับการเลี้ยงโคเนื้อ

กลยุทธ์ที่ ๒ การสร้าง NID ของโคเนื้อในระบบโคขุนเพื่อการตรวจสอบย้อนกลับ

กลยุทธ์ที่ ๓ จัดตั้งสมาคมโคเนื้อหรือสหกรณ์โคเนื้อให้เข้มแข็งโดยให้มีสหกรณ์สมาคมโคเนื้อในทุกภาคของประเทศ

กลยุทธ์ที่ ๔ ศึกษาวิจัยวิธีการเลี้ยงแบบใหม่ใช้พื้นที่น้อย สำหรับแก้ปัญหาพื้นที่เลี้ยงไม่เพียงพอ

กลยุทธ์ที่ ๕ การจัดตั้งกองทุนต่ออาชีพการเลี้ยงโคเนื้อพร้อมกับกฎหรือระเบียบที่ทำให้เข้าแหล่งทุนและหลักประกัน

กลยุทธ์ที่ ๖ การวิจัยเชิงข้อมูลเกี่ยวกับการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการจัดทำฐานข้อมูล/การจัดการฟาร์มโคเนื้อ เพื่อตรวจสอบย้อนกลับและเป็นข้อมูล back up ตัวผลิตภัณฑ์เนื้อ

๕. เป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์/กลยุทธ์การวิจัย

- ๕.๑ ให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อมีความเข้มแข็งมากขึ้น
- ๕.๒ มีจำนวนแม่พันธุ์โค เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑ ต่อปี

๖. ผลผลิตและผลลัพธ์ ตัวชี้วัดเป้าหมาย

ตัวชี้วัด

- จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อที่สามารถประกอบอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อได้อย่างยั่งยืน
- ปริมาณการส่งออกโคเนื้อที่มีปริมาณมากขึ้นและได้มาตรฐาน
- ปริมาณการนำเข้าโคเนื้อมากขึ้น

เป้าหมาย

- ให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับโคเนื้อ มีความเข้มแข็งมากขึ้น
- มีจำนวนแม่พันธุ์โค เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑

๗. หน่วยงานหลักและเครือข่ายที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมปศุสัตว์
- เครือข่ายโคเนื้อ สหกรณ์ผู้เลี้ยงโคเนื้อ โคขุน บริษัทเอกชน
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

๘. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของยุทธศาสตร์/กลยุทธ์การวิจัย

- ๘.๑ ความร่วมมือทุกภาคส่วนทั้งเครือข่ายในส่วนภูมิภาค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจัง
- ๘.๒ นโยบายของภาครัฐที่เน้นเฉพาะโคเนื้อโดยตรง ทำให้ตอบสนองกลุ่มเกษตรกรได้ตรงจุด

๙. แนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์/กลยุทธ์การวิจัย

การร่วมคิดยุทธศาสตร์การวิจัยตั้งแต่เริ่มแรกจากผู้ที่เกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วน (หน่วยงานราชการ เอกชน สมาคม และเกษตรกร) และเมื่อได้ทราบปัญหาที่แท้จริงก็นำยุทธศาสตร์การวิจัยลงสู่ภูมิภาคต่างๆ เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนให้เกิดเป็นรูปธรรม

๑๐. แนวทางการติดตามและประเมินผล

ใช้การติดตามประเมินผลโดยผ่าน วช. ภูมิภาคต่างๆ เพื่อได้เข้าถึงกลุ่มเกษตรกรจริงๆ

สรุปยุทธศาสตร์การวิจัยการพัฒนาโคเนื้อเพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้

วิสัยทัศน์/วิจัย

การพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อให้มีผลผลิตและรายได้เพิ่มมากขึ้น

พันธกิจ

1. สนับสนุนองค์กรให้มีความเข้มแข็ง
2. ให้เกษตรกรได้รับความรู้ในเรื่องโคเนื้อมากขึ้น
3. สร้างความมั่นคงในอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อ

เป้าหมาย

1. ให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับโคเนื้อ มีความเข้มแข็งมากขึ้น
2. ให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับโคเนื้อ มีความเข้มแข็งมากขึ้น
3. มีจำนวนแม่พันธุ์โค เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 1

การวิจัยด้านการตลาด

- การให้ความรู้ในการบริโภคเนื้อโคและระบบการผลิตโคเนื้อ
- การรักษาตลาดเดิมที่มีอยู่แล้ว สร้างตลาดเนื้อโคของประเทศไทยที่มีความชัดเจนมากขึ้น
- การสร้างมาตรฐานเนื้อโคเพื่อการค้า
- การศึกษาวิจัยระบบและกลไกการตลาดในรูปแบบต่างๆ
- การศึกษาต้นทุนการผลิตเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูป

การวิจัยด้านการผลิต

- การเพิ่มจำนวนแม่พันธุ์โคเนื้อ
- การอบรมถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตโคเนื้อสู่เกษตรกร
- การสนับสนุนปัจจัยการผลิตเพื่อรักษาโคเนื้อแม่พันธุ์ดีไว้ขยายพันธุ์
- การทดสอบพันธุ์และกระจายพันธุ์โคเนื้อที่เหมาะสมกับประเทศไทย
- การผลิตโคเนื้อคุณภาพ
- การผลิตอาหารสัตว์ พันธุ์พืชอาหารสัตว์ และการใช้อาหารสัตว์ และเผยแพร่สู่เกษตรกรเพื่อลดต้นทุนการผลิต
- การศึกษาวิจัยการแปรรูปเนื้อ และผลิตภัณฑ์จากโค
- การเพิ่มประสิทธิภาพการให้ผลผลิตโคเนื้อแบบบูรณาการ
- การวิจัยควบคุมป้องกันโรคระบาดจากโคเนื้อ

การวิจัยด้านการบริหารจัดการ

- การศึกษากฎหมายที่เอื้อรองรับการเลี้ยงโคเนื้อ
- การสร้าง NID ของโคเนื้อในระบบโคขุนเพื่อการตรวจสอบย้อนกลับ