

เอกสารวิชาการ

เรื่องที่ 2

การศึกษาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าโคเนื้อ

โดย

สมาร์ท บุญจันทร์

เลขทะเบียนผลงาน
ระยะเวลาดำเนินการ
สถานที่ดำเนินการ
การเผยแพร่

65(2)-0509-067
มกราคม - มิถุนายน 2565
กองแผนงาน กรมปศุสัตว์
เว็บไซต์กองแผนงาน

การศึกษาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าโคเนื้อ

สมาร์ท บุญจันทร์

บทคัดย่อ

การศึกษารังนี้ ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าโคเนื้อ เนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทย ซึ่งมีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ ด้านอุตสาหกรรมและด้านเทคโนโลยี ด้านเศรษฐกิจมีการเติบโต ทั้งภาคอุตสาหกรรม เกษตรกรรมและบริการ ซึ่งมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ภาคการเกษตรนับว่าเป็นภาคหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญ รัฐบาลมีนโยบายและยุทธศาสตร์เพิ่มศักยภาพการผลิต สร้างมูลค่าเพิ่มภายใต้แผนพัฒนายุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) แผนการปฏิรูปประเทศ ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566 – 2570 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580 แผนยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2560 - 2579 เพื่อให้เพิ่มผลิตภัณฑ์ มวลรวมในประเทศภาคการเกษตรเพิ่มขึ้น คาดว่าอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยมีอัตราการขยายตัวผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคการเกษตรเพิ่มขึ้น ร้อยละ 4.50 ภายในปี พ.ศ. 2575

ผลการศึกษา พบว่าการผลิตเนื้อโคของโลกเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2564 การผลิตเนื้อโคของโลก มีปริมาณ 61.45 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2563 ซึ่งมีปริมาณการผลิต 60.43 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 1.69 การบริโภคของโลก ปี พ.ศ. 2564 มีปริมาณ 59.95 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.43 จากปี พ.ศ. 2563 ซึ่งมีปริมาณ การบริโภค 59.12 ล้านตัน โดยประเทศผู้บริโภคนเนื้อโคที่สำคัญของโลก คือ อินเดีย มีการขยายตัวร้อยละ 5.76 สำหรับประเทศไทยมีแนวโน้มการผลิตโคเนื้อเพิ่มมากขึ้น ปี พ.ศ. 2564 มีจำนวนโคเนื้อ 7,582,406 ตัว คิดเป็น ร้อยละ 21.70 โดยเฉลี่ยปริมาณโคเนื้อตั้งแต่ปี พ.ศ.2560 – 2564 เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 13.34 ต่อปี สำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อที่มีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 1,142,614 ราย เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2563 จำนวน 909,324 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.61 โดยเฉลี่ยเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 – 2564 เพิ่มขึ้น ประมาณร้อยละ 11.20 ต่อปี ซึ่งพื้นที่เลี้ยงโคเนื้อมากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยปริมาณโคเนื้อ ปี พ.ศ. 2564 มีจำนวนโคเนื้อรวมทั้งสิ้น 3,966,980 ตัว คิดเป็นร้อยละ 29.79 การเปิดตลาดโคเนื้อเพื่อส่งออก ของภาครัฐบาลสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งมีการเชื่อมโยงระบบโลจิสติกส์กับรถไฟจีน - ลาว โดยส่งออก ผลิตภัณฑ์โคเนื้อของประเทศไทยสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นตลาดใหญ่ที่ประชากรมีความต้องการบริโภคเนื้อโค ปริมาณสูงขึ้น รัฐบาลควรมีนโยบายเพิ่มศักยภาพการผลิตโคเนื้อในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ปริมาณมาก ขึ้น ด้วยการพัฒนามาตรฐานนิคมอุตสาหกรรมผลิตโคเนื้อแปรรูป ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่มีคุณภาพสูง เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่ม และอาหารพร้อมรับประทานในพื้นที่ท่องเที่ยวหัวเมืองหลัก ตลอดทั้งส่งออกผลิตภัณฑ์โคเนื้อของ ประเทศไทยสู่ประเทศในแถบตะวันออกกลาง ซึ่งประเทศไทยได้รับการรับรองการผลิตสินค้าฮาลาล ที่ถือเป็น การรับรองตามมาตรฐานของประเทศกลุ่มอ่าวอาหรับ (GCC) ประกอบด้วยประเทศสมาชิกในตะวันออกกลาง จำนวน 6 ประเทศ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย กาตาร์ คูเวต โอมาน และบาห์เรน ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ดีในการขยายตลาดส่งออกของไทยไปตลาดตะวันออกกลางที่มีกำลังซื้อสูง รวมทั้งประเทศคู่ค้า ที่ต้องการสินค้าปศุสัตว์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของประเทศผู้นำเข้าด้านความเชื่อมั่นคุณภาพ และความปลอดภัยของสินค้าปศุสัตว์โคเนื้อ ซึ่งทำให้มีการนำเข้าเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้นำเข้าสินค้าปศุสัตว์จากประเทศไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งถือเป็นโอกาสดีในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค ในการบริโภคสินค้าอาหารที่มีคุณภาพปลอดภัยและได้มาตรฐาน อย่างไรก็ตามเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อและผู้ผลิต

สินค้าโคเนื้อแปรรูปเพื่อการส่งออก ต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับมาตรฐานการผลิตโคเนื้อ เนื่องจากประเทศผู้นำเข้าให้ความสำคัญด้านสุขภาพ ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ผ่านกระบวนการผลิตที่ส่งโคเนื้อเข้าโรงฆ่าชำแหละให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนพัฒนาสร้างแบรนด์สินค้าผลิตภัณฑ์โคเนื้อ สำหรับกรมปศุสัตว์เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินงานด้านการปรับปรุงขยายพันธุ์สัตว์ ด้านการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อ ด้านสุขภาพสัตว์ ด้านบำบัดโรคสัตว์ และด้านการแปรรูปเนื้อโคให้เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยกำกับควบคุมคุณภาพเนื้อโค และผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อการส่งออกต่างประเทศ

คำสำคัญ การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าโคเนื้อ

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อ		2
บทที่ 1	บทนำ	7
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	7
	วัตถุประสงค์การศึกษา	8
	ขอบเขตการศึกษาและกรอบแนวคิด	8
	วิธีการดำเนินการศึกษา	8
	นิยามศัพท์เฉพาะ	8
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
	ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับนโยบาย	10
	ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการผลิต	14
	ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับศักยภาพ	17
	ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับสร้างมูลค่าเพิ่ม	18
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
บทที่ 3	การศึกษาศักยภาพการผลิตโคเนื้อ	23
	สภาพปัญหาของโคเนื้อ	23
	การผลิตและการตลาดของโคเนื้อ	24
	การบริโภคสินค้าเนื้อโคของโลก	26
	การส่งออกสินค้าเนื้อโคของโลก	27
	การนำเข้าสินค้าเนื้อโคของโลก	28
	การส่งออกโคเนื้อมีชีวิตสำหรับทำพันธุ์ของไทย	29
	สถานการณ์การนำเข้าโคเนื้อไทยจากตลาดโลก	30
	สถานภาพการผลิตโคเนื้อในประเทศ	31
	การเลี้ยงโคเนื้อของไทยจำแนกรายภาค	32
	การเลี้ยงโคเนื้อของไทยจำแนกตามประเภท	33
	เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อของไทยจำแนกรายภาค	34
	เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อของไทยจำแนกตามปริมาณ	35
	กระบวนการเพิ่มศักยภาพการผลิตโคเนื้อ	35
บทที่ 4	การผลิตสร้างมูลค่าสินค้าโคเนื้อ	40
	กรอบแนวคิดยุทธศาสตร์กรมปศุสัตว์	40
	แนวคิดการผลิตสินค้าโคเนื้อ	41
	การผลิตสร้างมูลค่าสินค้าโคเนื้อ	42
	ตลาดโคเนื้อภายในประเทศ	43
	ลักษณะตลาดเนื้อโคในประเทศไทย	43
	การเพิ่มศักยภาพผลิตโคเนื้อ	44

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 5	
การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าโคเนื้อ	45
ทิศทางการเพิ่มศักยภาพโคเนื้อของประเทศ	46
การพัฒนาเพิ่มศักยภาพ Bio Circular Green Economy Model	55
สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	58
สรุปผลการศึกษา	58
ปัญหาและอุปสรรค	58
ข้อเสนอแนะ	59
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	60
บรรณานุกรม	61

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 การผลิตสินค้าเนื้อโคของโลก ปี พ.ศ. 2560 - 2564	24
ตารางที่ 2 สินค้าโคเนื้อมีชีวิต เนื้อโคและผลิตภัณฑ์ของไทย ปี พ.ศ. 2560 - 2564	25
ตารางที่ 3 การบริโภคสินค้าเนื้อโคของโลก ปี พ.ศ. 2560 - 2564	26
ตารางที่ 4 สถิติการส่งออกสินค้าเนื้อโคของโลก ปี พ.ศ. 2560 - 2564	27
ตารางที่ 5 สถิติการนำเข้าสินค้าเนื้อโคของโลก ปี พ.ศ. 2560 - 2564	28
ตารางที่ 6 การส่งออกสินค้าโคเนื้อมีชีวิต เนื้อโคและผลิตภัณฑ์ของไทย ปี พ.ศ. 2560 - 2563	29
ตารางที่ 7 การนำเข้าสินค้าโคเนื้อมีชีวิต เนื้อโคและผลิตภัณฑ์ของไทย ปี พ.ศ. 2560 - 2563	30
ตารางที่ 8 จำนวนของโคเนื้อ และเกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อ ปี พ.ศ. 2560 - 2564	31
ตารางที่ 9 จำนวนของโคเนื้อจำแนกรายภาค ปี พ.ศ. 2560 - 2564	32
ตารางที่ 10 จำนวนของโคเนื้อจำแนกตามประเภท ปี พ.ศ. 2560 - 2564	33
ตารางที่ 11 จำนวนของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อจำแนกรายภาค ปี พ.ศ. 2560 - 2564	34
ตารางที่ 12 จำนวนของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อจำแนกตามปริมาณ	35

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 เป็นต้นมา ได้ส่งผลให้ประเทศมีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจที่ประเทศไทยได้รับการยกระดับเป็นประเทศกลุ่มบนของกลุ่มประเทศระดับรายได้ปานกลาง รวมทั้งด้านสังคมมีการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนส่งผลให้ประเทศไทยหลุดพ้นจากการเป็นประเทศยากจน และด้านสิ่งแวดล้อมที่ประเทศไทยมีความหลากหลายเชิงนิเวศ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังมีความท้าทายต่อการพัฒนาที่สำคัญ และมีสาเหตุหลักจากการชะลอตัวของการลงทุนภายในประเทศ ตลอดจนสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัวได้เต็มที่ โครงสร้างเศรษฐกิจไทยที่ยังไม่สามารถขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ภาคบริการและภาคเกษตรมีการผลิตระดับต่ำ ขาดการนำเทคโนโลยีเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ประกอบกับแรงงานไทยยังมีปัญหาเรื่องคุณภาพ สมรรถนะที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการ ในการขับเคลื่อนการพัฒนาของประเทศ สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกประเทศมีแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีความซับซ้อนหลากหลายมิติ ที่ส่งผลต่ออนาคตการพัฒนาประเทศอย่างมาก อย่างไรก็ตามได้เงื่อนไขโครงสร้างประชากร โครงสร้างเศรษฐกิจ สภาพสังคม สภาพภูมิอากาศ สิ่งแวดล้อมและปัจจัยการพัฒนาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างเป็นบูรณาการ กรมปศุสัตว์กำหนดนโยบายการเพิ่มศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มที่สอดคล้องกับการกำหนดกรอบแผนยุทธศาสตร์พัฒนาปศุสัตว์ภายใต้ ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566 - 2570 และได้กำหนดว่าประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตสินค้าปศุสัตว์ที่มีคุณภาพ มีความหลากหลายไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นผู้ส่งออกสินค้าปศุสัตว์ที่สำคัญของโลกโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เกษตรกรไทยมีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สำหรับด้านการพัฒนาเกษตรกรได้กำหนดว่าเกษตรกรเป็นปัจจัยที่สำคัญของความสำเร็จในการพัฒนาปศุสัตว์ของประเทศ การพัฒนาให้เกษตรกรมีความเข้มแข็ง สามารถประกอบอาชีพได้อย่างยั่งยืน มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีรายได้ที่เพียงพออย่างมั่นคงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อเป็นการสนองนโยบายดังกล่าว กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีบทบาทในการดำเนินการตามนโยบายการปรับโครงสร้างการผลิตการเกษตร ตามที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - 2564 เพื่อยกระดับรายได้ของเกษตรกรให้สร้างมูลค่าสูงขึ้น ซึ่งต้องดำเนินการเพิ่มศักยภาพการผลิตปศุสัตว์ของเกษตรกรให้สูงขึ้นและให้เป็นอาชีพหนึ่งในการทดแทนการปลูกข้าว มันสำปะหลัง และพืชผลที่มีราคาตกต่ำ โดยดำเนินการส่งเสริมให้เกษตรกรเลี้ยงปศุสัตว์ เช่น โคเนื้อ โคนม กระบือ แพะ แกะ และสัตว์ปีก เป็นต้น

ดังนั้น การศึกษาฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปี และสถานการณ์โคเนื้อที่แท้จริง ซึ่งจะไปสู่การแก้ไขในกรณีที่มีจุดอ่อนหรือข้อบกพร่องของศักยภาพการสร้างมูลค่าสินค้าโคเนื้อ การกำหนดแนวทางการบริหารจัดการที่เพิ่มศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าโคเนื้อในอนาคต เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นต่อไป

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

- 2.1 เพื่อศึกษาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าโคเนื้อ
- 2.2 เพื่อเสนอแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าโคเนื้อ

3. ขอบเขตของการศึกษาและกรอบแนวคิด

3.1 ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ วิเคราะห์ศักยภาพ ความพร้อม เป้าหมาย รูปแบบการดำเนินการจัดทำแผนศักยภาพการผลิตสร้างมูลค่าสินค้าโคเนื้อให้เพิ่มขึ้น

3.2 กำหนดนิยาม ขอบเขต โดยศึกษาทบทวนข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสถานะแวดล้อมของนโยบายเพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าโคเนื้อ

3.3 ศึกษาทบทวนรูปแบบการดำเนินการจัดทำยุทธศาสตร์ศักยภาพการผลิตสร้างมูลค่าสินค้าโคเนื้อให้เพิ่มมากขึ้น กำหนดประเด็นปัญหาการบริหารจัดการเพิ่มศักยภาพการผลิตสร้างมูลค่าสินค้าโคเนื้อให้บรรลุเป้าหมาย ตลอดจนศึกษากระบวนการ กลไกจัดทำแผนงาน โครงการศักยภาพการผลิตสร้างมูลค่าสินค้าโคเนื้อให้เพิ่มขึ้นทุกระดับ

3.4 ศึกษาทบทวนความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ระดับภาพรวมการบริหารจัดการเพิ่มศักยภาพการผลิตสร้างมูลค่าสินค้าโคเนื้อ

3.5 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะทางการดำเนินนโยบายเพิ่มศักยภาพการผลิตสร้างมูลค่าสินค้าโคเนื้อ

4. วิธีดำเนินการศึกษา

4.1 ระเบียบวิธีการศึกษา ใช้สถิติแบบบรรยายค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไป และบรรยายพรรณนาค่าร้อยละของข้อมูลการผลิต การตลาด การส่งออก ใช้วิธีศึกษาจากเอกสาร

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้วิจัยค้นคว้าจากเอกสาร รวบรวม วิเคราะห์ สรุปเชิงเปรียบเทียบศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าโคเนื้อ

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 นโยบาย หมายถึง ข้อความหรือสิ่งที่องค์การระบุไว้ว่าปฏิบัติหรือกระทำ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งการกำหนดนโยบายจึงเป็นการกำหนดกรอบ กำหนดเกณฑ์ในการปฏิบัติให้กระชับและมีประสิทธิภาพ

5.2 การผลิตโคเนื้อ หมายถึง กระบวนการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรตั้งแต่ระดับฟาร์ม การนำไปฆ่าชำแหละที่โรงฆ่าสัตว์ และจำหน่ายที่สถานที่จำหน่ายเนื้อสัตว์ ตลอดจนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ ไปผ่านกระบวนการ (Process) แปรรูปการผลิตหรือกรรมวิธีในการผลิต จนได้ออกเป็นสินค้าหรือ บริการสำเร็จรูปเพื่อให้สนองความต้องการของผู้บริโภค

5.3 ศักยภาพ หมายถึง ภาวะแฝง อำนาจหรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่างๆ อาจทำให้พัฒนาหรือให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ (พจนานุกรมไทย, ม.ป.ป., ออนไลน์)

5.4 การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคสูงสุด และเกินความคาดหมายของผู้บริโภค

5.5 สินค้าโคเนื้อ หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือผลผลิตที่ได้จากโคเนื้อ

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 ผู้บริหารได้ข้อมูลใช้ประกอบการกำหนดยุทธศาสตร์เพิ่มศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าโคนม

6.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำข้อเสนอแนะไปประกอบการจัดทำคำของบประมาณรายจ่ายประจำปี และในแนวทางการเพิ่มศักยภาพสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าโคนมให้มีประสิทธิภาพ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาศักยภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าโคเนื้อ ทฤษฎีและผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
พอสรุปได้ดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ
- 2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการผลิต
- 2.3 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับศักยภาพ
- 2.4 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับสร้างมูลค่าเพิ่ม
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ

นโยบายสาธารณะเกี่ยวข้องกับกระบวนการทั้งทางการเมืองและสังคมอย่างกว้างขวาง เพราะนโยบายสาธารณะมีรากฐานมาจากสภาพปัญหาต่างๆ ของสังคม เป็นปัญหาที่ประชาชนคาดหวังว่ารัฐจะต้องรับผิดชอบการแก้ไข ซึ่งทำให้ปัญหาเหล่านี้ต้องเข้าสู่กระบวนการทางการเมือง โดยเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างประชาชน (Public) พรรคการเมือง (Political parties) รัฐสภา (Congress) ตุลาการ (Courts) ระบบราชการ (Bureaucracy) ระบบบริหาร (Executive) และราชการส่วนท้องถิ่น (Local governments) เป็นต้น สิ่งที่น่าสนใจก็คือ บุคคลหรือองค์กรต่างๆ ดังกล่าว มีบทบาทหรือมีส่วนร่วมต่อการกำหนดนโยบายสาธารณะอย่างไรและมากน้อยเพียงใด อย่างไรก็ตามเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า นโยบายสาธารณะเป็นผลผลิตของระบบการเมือง และนโยบายสาธารณะจะมีผลกระทบทางใดทางหนึ่งต่อวิถีการดำรงชีวิตของประชาชน อาทิเช่น สิ่งที่รัฐบาลกระทำ หรือไม่กระทำเกี่ยวกับปัญหามลพิษ ปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัว ปัญหาการจราจรหรือปัญหาความปลอดภัยของสาธารณชน ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้นหรือเลวลง สิ่งที่ต้องทำความเข้าใจให้ชัดเจนอีกประการหนึ่งก็คือ นโยบายสาธารณะมิได้ทำให้ประชาชนได้รับผลกระทบเหมือนกันหมดทุกกรณี (สมบัติ ธำรงธัญวงศ์, 2556) ซึ่งแนวความคิดเกี่ยวกับนโยบายมีนักวิชาการหลายท่านได้กำหนดแนวคิดและหลักการเบื้องต้นของนโยบายสาธารณะ ดังนี้

Anderson, D. T. (1994) นโยบายสาธารณะ หมายถึง แนวทางการปฏิบัติของรัฐที่มีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างและติดตามด้วยผู้กระทำหรือการปฏิบัติซึ่งอาจปฏิบัติโดยคนคนเดียวหรือคณะบุคคลก็ได้ ในการแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ต้องมีวัตถุประสงค์เป็นแนวทางปฏิบัติ การปฏิบัติต้องเกิดขึ้นจริง การปฏิบัติเป็นไปในเชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ (Anderson, D. T., 1994)

David Easton (1953) นโยบายสาธารณะ หมายถึง การจัดสรรผลประโยชน์หรือคุณค่าแก่สังคม ซึ่งกิจกรรมของระบบการเมืองนี้กระทำโดยบุคคลผู้มีอำนาจสั่งการ ซึ่งสิ่งที่รัฐบาลตัดสินใจที่กระทำหรือไม่กระทำเป็นผลมาจาก “การจัดสรรค่านิยมของสังคม” ทั้งนี้ Easton ได้ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ตัดสินใจนโยบายกับประชาชนในสังคมว่า การตัดสินใจ นโยบายใดๆ ของรัฐบาลต้องคำนึงถึงค่านิยมและระบบความเชื่อของประชาชนในสังคมเป็นสำคัญ

Datye, K. & Mishra, S. (1984) นโยบายสาธารณะ หมายถึง สิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ สิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำ ครอบคลุมกิจกรรมต่างๆ ทั้งหมด ของรัฐบาล ในส่วนของการเลือกที่ไม่กระทำนั้น Datye, K. & Mishra, S. ก็ถือว่า เป็นนโยบายสาธารณะเช่นเดียวกัน (Datye, K. & Mishra, S., 1984)

Thomas R. Dye (2002) นโยบายสาธารณะ หมายถึง สิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ สิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำ จึงครอบคลุมกิจกรรมต่างๆ ทั้งหมดของรัฐบาล ทั้งกิจกรรมที่เป็นกิจวัตร และกิจกรรมที่เกิดขึ้นในบางโอกาส ในส่วนของการเลือกที่ไม่กระทำนั้น Dye ก็ถือว่า เป็นนโยบายสาธารณะเช่นเดียวกัน อาทิเช่น การที่รัฐบาลบางประเทศยกเลิกนโยบาย การเกณฑ์ทหาร นั่นคือ รัฐบาลเลือกที่ไม่บังคับให้ชายฉกรรจ์ทุกคนต้องเป็นทหารรับใช้ชาติ แต่เปลี่ยนเป็นการรับตามความสมัครใจ

Thomas R. Dye (2002) ได้ระบุถึงกระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะว่าเป็นกิจกรรมทางการเมืองที่อาจสรุปขึ้น เป็นขั้นตอนใหญ่ๆ 5 ขั้นตอน คือ

1. การระบุปัญหาเป็นขั้นตอน ที่มีการแสดงออกถึงความต้องการต่างๆ ที่เรียกร้องให้รัฐบาลดำเนินการ
2. การจัดทำข้อเสนอนโยบายเป็นขั้นตอนที่มีการจัดระเบียบวาระเพื่อให้มีการอภิปรายกันอย่างกว้างขวาง และจัดทำข้อเสนอแผนงานเกี่ยวกับแนวทางแก้ไขปัญหา
3. การประกาศเป็นนโยบายเป็น ขั้นตอนที่มีการคัดเลือกข้อเสนอแนะนโยบายเสริมสร้างแรงสนับสนุนทางการเมืองและการประกาศใช้นโยบาย
4. การดำเนินการตามนโยบาย เป็นขั้นตอนของการจัดหน่วยงานรับผิดชอบ จัดหาค่าใช้จ่าย หรือบริการที่จำเป็นให้และทำการจัดเก็บภาษีอากร
5. การประเมินผล ในขั้นตอนนี้จะมีการศึกษาแผนงานต่างๆ รายงานผลที่เกิดจากแผนงานเหล่านั้นประเมินผล ผลกระทบของโครงการที่มีต่อสังคม ทั้งที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มที่ไม่เป็นเป้าหมาย ตลอดจนเสนอแนะแนวทางการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงต่อไป

Carl J. Friedrich (1963) นโยบายสาธารณะ หมายถึง ชุดของข้อเสนอเกี่ยวกับ การกระทำของบุคคล กลุ่มบุคคล หรือรัฐบาล ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่ประกอบไปด้วยปัญหา อุปสรรค (Obstacles) และโอกาส (Opportunity) ซึ่งนโยบายถูกนำเสนอเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการแก้ไข ปัญหาของประชาชนโดยมุ่งที่จะกระทำให้บรรลุเป้าหมาย หรือกระทำให้วัตถุประสงค์ปรากฏเป็นจริง นอกจากนี้ นโยบายสาธารณะจะต้องประกอบด้วยแนวความคิดที่สำคัญเกี่ยวกับเป้าหมาย (Goal) วัตถุประสงค์ (Objective) หรือจุดมุ่งหมาย (Purpose) ของสิ่งที่รัฐกระทำ

Clarke Cochran and Other (1982) ได้กำหนดความหมายของนโยบายสาธารณะ หมายถึง ขั้นตอนการปฏิบัติที่เกิดขึ้นโดยเจตนาเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานหรือบุคลากร ของรัฐในการแก้ไข ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสาธารณะชน

Ira Sharkansky (1980) นโยบายสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมที่กระทำโดยรัฐบาล ครอบคลุมกิจกรรมทั้งหมดของรัฐบาล อาทิเช่น การจัดการศึกษา การจัดสวัสดิการ และการก่อสร้างทางหลวงโดยรัฐ รวมทั้งข้อกำหนดและระเบียบในการควบคุมและกำกับกับการดำเนิน กิจกรรมของปัจเจกบุคคลและนิติบุคคล ทั้งหมดจนการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐ (Ira Sharkansky, 1980)

กระบวนการกำหนดนโยบายแนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายสาธารณะเป็นการกำหนดแนวทางการดำเนินกิจกรรมของภาครัฐบาล การตัดสินใจดำเนินการของรัฐบาล การจัดสรรทรัพยากรทั้งหมดให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชน นักวิชาการหลายท่านกำหนดขั้นตอนในการกำหนดนโยบายไว้มากมายอย่างน่าศึกษา ดังนี้

Harold D. Lasswell and Abraham Kaplan (1970) ได้จำแนกกระบวนการกำหนดนโยบายออกเป็นขั้นตอน ได้แก่ การค้นหาและรวบรวมข้อมูล การรับรองและสนับสนุนการกำหนดนโยบาย การดำเนินงานและการกำหนดนโยบาย การกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม การนำนโยบายไปประยุกต์ปฏิบัติ การประเมินผลนโยบาย การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงขั้นการแสวงหาทางเลือกเพื่อนโยบาย

Lynton K. Caldwell (1970) นโยบายสาธารณะ ได้แก่ การตัดสินใจอย่างสัมฤทธิ์ผลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการต่างๆที่สังคมดำเนินการ ยินยอม หรือ ห้ามกระทำนั้นๆ Clarke Cochran and Other 19 ได้กำหนดความหมายของนโยบายสาธารณะ หมายถึง ขั้นตอนการปฏิบัติที่เกิดขึ้นโดยเจตนาเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานหรือบุคลากรของรัฐในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสาธารณะชน

Lasswell & Kaplan (1970) นโยบายสาธารณะ หมายถึง การกำหนด เป้าประสงค์ (Goals) ค่านิยม (Values) และการปฏิบัติ (Practices) ของโครงการของรัฐ เป็นการระบุ อย่างชัดเจนว่า กิจกรรมที่เป็นแผนงานหรือโครงการของรัฐที่เรียกว่า นโยบายสาธารณะนั้น จะต้อง สอดคล้องกับค่านิยมของสังคม รวมถึงแนวทางปฏิบัติที่ทำให้บรรลุเป้าหมาย แนวความคิดของ Lasswell & Kaplan ซึ่งให้ความชัดเจนเกี่ยวกับสาระสำคัญของนโยบายสาธารณะพอสมควร

Vilfredo Pareto (1935) กล่าวว่าทางเลือกที่ทำให้คนอย่างน้อยที่สุด หนึ่งคนรู้สึกดีขึ้นกว่าเดิม โดยที่ไม่ทำให้ใครรู้สึกแย่ลงกว่าเดิม ทางเลือกนั้นเป็นทางเลือกที่ ควรเลือก รัฐบาลต้องเปิดโอกาสให้คนที่รู้สึกแย่ลงกว่าเดิมอันเนื่องมาจากทางเลือกของ นโยบายหนึ่งๆ สามารถคัดค้านได้ซึ่งการคัดค้านนั้นอาจมีผลให้ทางเลือกนั้นถูกยกเลิกไป หรือทางเลือกนั้นถูกเลือกกำหนดเป็นนโยบาย แต่มีการชดเชยให้แก่คนที่รู้สึกว่าการตนเองได้รับผลเสียจากทางเลือกนั้น

John B. Rawls (1971) กล่าวว่าสิ่งที่มีคุณค่าทั้งหลายในสังคมควรถูกแบ่งหรือจัดสรรให้ทุกคนอย่างเท่าเทียม แต่ถ้าไม่สามารถจัดสรรให้เท่าเทียมจำเป็นต้อง ให้ทุกคนได้รับประโยชน์และความแตกต่างที่ไม่เท่าเทียมนั้น ควรจะมีช่องว่างหรือความแตกต่างกันให้น้อยที่สุด เพื่อความยุติธรรม

John E., Milan J. Dluhy & Roger M. Lind (1981) จำแนกกระบวนการในการดำเนินนโยบายออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ ขั้นวิจัยและวิเคราะห์นโยบาย ขั้นการพัฒนาและกำหนดโครงสร้างนโยบาย ขั้นการเสนอใช้และการนำนโยบายไปปฏิบัติ ขั้นการประมาณการและการประเมินผลนโยบาย

William W. Boyer (1975) ให้ข้อเสนอการกำหนดนโยบายดังนี้ 1) เสนอความคิดริเริ่ม 2) ยกร่างนโยบายขั้นต้น 3) การเข้ามีส่วนร่วมของสาธารณชน 4) การเข้ามีส่วนร่วมขั้นสุดท้าย 5) การประเมินผลทบทวนนโยบาย

กุลธนา พงศธร (2528) อธิบาย กระบวนการกำหนดนโยบายประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ได้แก่

1. การพิจารณาถึงปัญหาต่างๆ ที่ต้องการแก้ไข กล่าวคือ ก่อนที่มีการกำหนดนโยบาย อย่างใดอย่างหนึ่งนั้นย่อมต้องมีการพิจารณาถึงปัญหาที่ต้องแก้ไขโดยนโยบายนั้นๆ

2. การเสนอความคิดริเริ่มเป็นขั้นของการเสนอแนะความคิดริเริ่มต่างๆ ที่เป็นหนทางในการแก้ไขปัญหาที่ได้รับการคัดเลือกแล้วว่ามีมีความสำคัญระดับมากที่สุด

3. การค้นหารวบรวม ข่าวสารข้อมูลและปัจจัยต่างๆ เพื่อเป็นหลักประกันได้ว่าความคิดริเริ่มต่างๆ ที่สามารถนำมาปฏิบัติได้และสามารถแก้ไขปัญหาได้สำเร็จตามเป้าหมาย

4. การยกร่างนโยบายเบื้องต้น เมื่อได้ประมวลรวบรวมข่าวสารข้อมูลและปัจจัยต่างๆ ซึ่งเป็นเครื่องตัดสินใจเอาไว้เรียบร้อยแล้ว โดยอาจที่มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้ในภายหลัง

5. การแก้ไขเปลี่ยนแปลงร่างนโยบาย ผู้กำหนดนโยบายควรได้รับฟังความคิดเห็นทัศนคติและปฏิกิริยาจากประชาชน กลุ่มชนและองค์กรต่างๆ เกี่ยวกับร่างนโยบายเปิดโอกาสให้ประชาชนและกลุ่มอิทธิพลต่างๆ ได้แสดงทรรศนะที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับร่างนโยบายนั้นๆ

6. การกำหนดหรือวางนโยบายดำเนินการ วางหรือกำหนดนโยบาย เป็นขั้นสุดท้ายซึ่งเท่ากับว่าภารกิจในการกำหนดนโยบายใกล้สิ้นสุดลงแล้ว

7. การประกาศใช้นโยบายเป็นขั้นตอนสุดท้าย ของกระบวนการกำหนดนโยบาย และเป็น การเริ่มต้นของการนำเอานโยบายไปปฏิบัติอาจเป็นการประกาศในรัฐสภาซึ่งถือว่า เป็นการแถลงนโยบาย โดยประกาศโดยตรงต่อประชาชนหรือโดยผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เป็นต้น

นโยบายสาธารณะเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐในการบริหารและพัฒนาประเทศทั้ง ด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ซึ่งนโยบายมีความสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อได้รับการนำไปปฏิบัติให้ปรากฏเป็นจริง (สมบัติ อารังธัญวงศ์, 2545, หน้า 42 - 45) จำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ

1. การนำนโยบายของรัฐบาลไปปฏิบัติโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบได้ทันที โดยไม่ต้องจัดทำแผน หรือการวางแผนรองรับ อาทิ การประกาศนโยบายภาษีสรรพสามิต

2. การนำนโยบายของรัฐบาลไปปฏิบัติโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบต้องทำการวางแผนรองรับ (วางจรรยาบรรณ) เป็นแผนระยะยาว

สำหรับนโยบายที่สำคัญต้องใช้เวลาในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย ล้วนมีความจำเป็นที่ ต้องทำการวางแผนรองรับ เพื่อเป็นหลักประกันว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายที่พึงประสงค์ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (ถวัลย์รัฐ วรเทพพิพนธ์, 2541, หน้า 67) สามารถจำแนกความสัมพันธ์ ระหว่างนโยบายและแผนออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ความสัมพันธ์ในแนวดิ่งหรือแนวตั้ง หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายและ แผนซึ่งมี ลักษณะเป็นความสัมพันธ์ตามลำดับชั้น

2. ความสัมพันธ์ในแนวราบ (Horizontal Relationship) หมายถึง ความสัมพันธ์ในแนวนอน มีแผนเป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างนโยบายกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ หลังจากแปลงเป็นรูปธรรมแล้ว หรือเรียกว่า The PPIP Model (Alexander, 1985, pp. 410-413)

ปธาน สุวรรณมงคล นโยบายสาธารณะ หมายถึง สิ่ง que แสดงถึงความต้องการที่ทำได้หรือไม่ได้ การทำของผู้มีอำนาจรัฐที่เกี่ยวข้องกับส่วนรวมหรือคนจำนวนมาก (ปธาน สุวรรณมงคล, 2552) โดยมาก ก็ได้แก่รัฐบาลหรือผู้บริหารท้องถิ่นเป็นผู้มีบทบาทหน้าที่ในการกำหนดนโยบายสาธารณะ แต่่นโยบายสาธารณะ ก็มีใช้สิ่งที่มาจากรัฐบาล หรือผู้บริหารท้องถิ่นเท่านั้นแต่ยังมาจากพรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ ประชาคม

เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ นโยบายสาธารณะ หมายถึง การนำความรู้ ความคิดที่มีเหตุผลและตั้งใจ เพื่อนำไปแก้ปัญหา เป็นการกำหนดกฎเกณฑ์เพื่อการปฏิบัติของ รัฐบาล เป็นการกำหนดแนวทางในอนาคต เน้นเป้าหมาย วัตถุประสงค์ เงื่อนไข ผลลัพธ์ และเป็นความพยายามที่จะกระทำเพื่อให้บรรลุผลประโยชน์ สาธารณะ (เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ, 2550)

สร้อยตระกูล (ติวานนท์) อรรถมานะ นโยบายสาธารณะ หมายถึง แนวทางในการปฏิบัติงาน ของรัฐบาลหรือโครงการที่รัฐบาลกำหนดให้มีขึ้น โดยบ่งบอกถึง เป้าหมาย หรือปัญหาในสังคม และวิธีการเพื่อให้ บรรลุ ทั้งนี้เพื่อจะได้เป็นการจัดสรรคุณค่าต่าง ๆ แก่สังคมส่วนรวม ดังนั้นการกำหนดนโยบายสาธารณะจึงเป็น การกำหนดขอบเขตของรัฐบาล และเขตแดนของหน่วยงานราชการและองค์กรสาธารณะอื่นๆ ที่อยู่สังกัด ภาครัฐบาล (สร้อยตระกูล (ติวานนท์) อรรถมานะ, 2553)

มยุรี อนุมานราชธน (2549) นโยบายสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำของรัฐบาล และมติการเลือกตั้งตติสใจของรัฐบาล ซึ่งรัฐบาลได้ทำการตติสใจและกำหนดไว้ล่วงหน้า เพื่อชี้แนะให้มีกิจกรรม หรือหรือการกระทำต่างๆ เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือ วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (มยุรี อนุมานราชธน, 2549) โดยมีการวางแผน การจัดทำโครงการ วิธีการบริหารหรือกระบวนการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ในเรื่องใด เรื่องหนึ่ง ด้วยวิธีปฏิบัติงานที่ถูกต้อง เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง และความต้องการของ ประชาชนหรือผู้ใช้บริการในแต่ละเรื่อง

สรุปได้ว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง แนวทางกว้างๆ ที่รัฐบาลของประเทศหนึ่งๆ ได้กำหนด ขึ้นเป็นโครงการ แผนการหรือกำหนดการเอาไว้ล่วงหน้า เพื่อเป็นหนทางชี้แนะให้มีการปฏิบัติต่างๆ ตามมาทั้ง เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการผลิต

การผลิต หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงสภาพปัจจัยการผลิตให้เป็นสินค้าและบริการหรือ การสร้างอรรถประโยชน์ของปัจจัยการผลิตชนิดใดชนิดหนึ่งขึ้นมาใหม่ เพื่อก่อให้เกิดเป็นสินค้าและบริการต่างๆ สามารถสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ รวมทั้งการผลิตในที่นี้ไม่ได้ หมายถึงการเปลี่ยนแปลงวัตถุดิบ หรือปัจจัยการผลิตให้กลายเป็นสินค้าเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงการก่อให้เกิดอรรถประโยชน์เพิ่มขึ้นตลอดจน การนำเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ มาแปรรูปหรือผสมเข้าด้วยกันให้เป็นสินค้าและบริการ ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน พุน วัตถุดิบและผู้ประกอบการการผลิต ไปผ่านกระบวนการผลิต หรือกรรมวิธีในการผลิตจนกระทั่ง ออกเป็นสินค้า หรือบริการสำเร็จรูปเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค การผลิตมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจมากเพราะ ถ้าไม่มีการผลิตเกิดขึ้น ผู้บริโภคต้องได้รับความเดือดร้อนในการดำรงชีวิตอย่างมากเนื่องจากไม่มีสินค้าและ บริการตอบสนองความต้องการ การผลิตเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอย่างใกล้ชิด เนื่องจากการบริโภค เป็นเป้าหมายสูงสุดของการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การบริโภคเกิดขึ้นได้ต้องมีการผลิตเกิดขึ้นก่อน โดยทั่วไปการที่ผู้ผลิตตติสใจผลิตสินค้าและบริการชนิดใดบ้างนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ หลายประการ เช่น ปริมาณและคุณภาพของทรัพยากร หรือปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ ความถนัดและชำนาญในการผลิตนโยบาย เกี่ยวกับ การผลิต ซึ่งมีผลทำให้สังคม ระบบเศรษฐกิจ หรือประเภททำการผลิต สินค้าแตกต่างกันออกไป แต่การผลิตสินค้า และบริการต่างๆ นั้น เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคทั้งสิ้น ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้กำหนด แนวคิดและหลักการเบื้องต้นของการผลิตไว้ ดังต่อไปนี้

กระบวนการของการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิต (Input) ที่ใส่ในกระบวนการผลิตออกมาเป็น ผลผลิต (Output) โดยปัจจัยการผลิตในที่นี้ หมายถึง ปัจจัยการผลิตในความหมายทั่วๆ ไปทางเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ ที่ดิน และ ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน พุน และผู้ประกอบการแล้ว ยังรวมถึงสินค้าทุกชนิดที่ใช้อยู่ใน กระบวนการผลิตด้วย ส่วนผลผลิตหมายถึง สินค้าและบริการทุกชนิดที่ได้จากกระบวนการผลิตนั้นๆ ดังนั้น การผลิตจึงไม่จำเป็นต้องหมายถึงการเปลี่ยนวัตถุดิบออกมาเป็นดังที่เข้าใจกันโดยทั่วๆ ไป (นราทิพย์ ชุตติวงศ์. 2548:183)

ทฤษฎีหน่วยผลิต นับได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐศาสตร์จุลภาคของสำนักนีโอคลาสสิก นักเศรษฐศาสตร์สำนักนี้ให้ความสนใจเป็นอย่างมากในเรื่องความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยผลิตกับผลผลิต และ ในเรื่องนโยบายราคากับปริมาณผลผลิต กล่าวโดยทั่วไป ทฤษฎีหน่วยผลิตของสำนักนีโอคลาสสิกเป็นทฤษฎีว่า ด้วยพฤติกรรมของตลาด โดยมีจุดมุ่งหมาย อธิบายถึงพฤติกรรมของหน่วยผลิตและขบวนการจัดสรรทรัพยากร แก่หน่วยผลิตต่างๆ (Clarkson : 339-361) สมมติฐานสำคัญที่ใช้มีอยู่ 3 ประการด้วยกัน ประการแรก ภาวะ การแข่งขันในตลาดเป็นการแข่งขันแบบสมบูรณ์ (Perfect Competition) ประการที่สอง หน่วยผลิตมีจุดมุ่งหมาย

ในการแสวงหากำไรให้มากที่สุดเท่าที่ทำได้ (Profit - Maximisation) ประการที่สาม โลกของพวกนีโอคลาสสิกเป็นโลกที่มีแต่สภาวะความแน่นอน (Certainty) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีถูกกำหนดให้คงที่ หน่วยผลิตทุกหน่วยสามารถใช้เทคนิค การผลิตที่ดีที่สุด ในขณะที่ขณะหนึ่งขณะใดได้ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะการณ์ในตลาดผลผลิตและตลาดปัจจัย การผลิต ตลอดจนวิธีการผลิตของหน่วยผลิตอื่นสามารถได้มาโดยไม่ต้องเสียต้นทุนแม้แต่หน่วย ทั้งผู้ประกอบการก็สามารถคาดการณ์ในอนาคตได้อย่างถูกต้องแม่นยำ (Perfect Foresight) ตลอดระยะเวลาหลายทศวรรษที่ผ่านมา ทฤษฎีหน่วยผลิตของสำนักนีโอคลาสสิกถูกโจมตีเป็นอย่างมากในข้อที่ว่า ยึดมั่นในสมมติฐานที่มีได้เป็นจริงในโลกซึ่งทำให้ชวนสงสัยว่าทฤษฎีของพวกนี้สามารถนำไปใช้ในชีวิตจริงได้หรือไม่ นับตั้งแต่ต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 เป็นต้น นักเศรษฐศาสตร์มากมายได้ใช้ความพยายามอย่างยิ่งยวดในการปรับปรุงทฤษฎีหน่วยผลิตเริ่มต้นด้วยนางโจน โรบินสัน และนายเอ็ดเวิร์ด แชมเบอร์ลิน (Robinson 1969 ; Chamberlin 1960) นำเสนอทฤษฎีหน่วยผลิตโดยอาศัยสมมติฐานที่ว่า ภาวะการแข่งขันในตลาด ผลผลิตเป็นการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์ (Imperfect or Monopolistic Competition) ซึ่งเป็นสมมติฐานที่ใกล้เคียงความเป็นจริงในโลก ต่อมานายทิมเบอร์ สกิตตอฟสกีเสนอวิธีการวิเคราะห์โดยอาศัยสมมติฐานที่ว่า การแข่งขันในตลาดผลผลิตเป็นการแข่งขันที่สมบูรณ์แต่การแข่งขันในตลาดปัจจัยผลิตเป็นการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์ (Scitovsky 1966 : Chapter 10) ปรากฏว่า ผลการวิเคราะห์ ยังคงให้คำทำนายและข้อเสนอแนะทางนโยบายในข้อใหญ่ใจความตรงกับทฤษฎีดั้งเดิมของ สำนักนีโอคลาสสิกแม้งานชิ้นหลังๆ เกี่ยวกับภาวะการแข่งขันที่มีผู้แข่งขันไม่กี่คน (Oligopoly) อย่างเช่น งานของนายไซลอส ลาบินิและนายฟรังโก โมดิเกลียนิ (Sylos - Labini 1962 ; Modigliani 1958) ก็ยังคงให้ข้อสรุปทำนองเดียวกัน ที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะทฤษฎีเหล่านี้ยังคงยึดถือสมมติฐานดั้งเดิมของสำนักนีโอคลาสสิกที่ว่า หน่วยผลิตมีจุดมุ่งหมายในการแสวงหากำไรสูงสุด โดยไม่ได้ให้ความสนใจแม้แต่อย่างใดว่า ในโลกแห่งความเป็นจริง หน่วยผลิตมีพฤติกรรมในการแสวงหากำไรสูงสุดจริงหรือไม่

Frederick W. Taylor เฟรดเดอริก ดับบลิว เทเลอร์ ได้นำแนวคิดตามหลักวิทยาศาสตร์มาใช้ในการบริหารช่วงปี ค.ศ. 1911 โดยเริ่มศึกษา และหาวิธีการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิต อันเนื่องมาจากปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นผลมาจากวิธีการจัดการที่ยังมีข้อบกพร่อง ทั้งในด้านความรับผิดชอบของพนักงาน มาตรฐานการปฏิบัติงาน นโยบายของผู้บริหาร ซึ่งอยู่ในสภาวะการณ์ที่ไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอน พนักงานอาจได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานที่ตนเองไม่มีความรู้หรือขาดความถนัด ขาดทักษะในการทำงาน สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้การผลิตตกต่ำลงได้ทั้งสิ้น เทเลอร์สนใจการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ไม่เพียงแต่ลดต้นทุนและเพิ่มกำไรเท่านั้น แต่ยังเพิ่มค่าตอบแทนสำหรับแรงงาน โดยผ่านการเพิ่มผลผลิต เนื่องจากความกลัวของคนงาน ที่ว่าพวกเขาอาจต้องออกจากงาน จากการผลิตที่น้อยลงแทนที่จะมากขึ้น เทเลอร์คิดว่าปัญหาของการผลิต เนื่องมาจากฝ่ายการจัดการ และฝ่ายแรงงาน ผู้บริหาร และคนงาน มุ่งส่วนที่เป็นส่วนเกินที่ได้จากผลผลิต ซึ่งมีความเกี่ยวข้องระหว่างค่าจ้างและกำไร เทเลอร์พิจารณาการเพิ่มผลผลิตโดยปราศจากการใช้แรงงาน และแรงจูงใจของคนเพิ่มขึ้น หลักการดังกล่าวถูกนำเข้าสู่ภาคปฏิบัติโดยพิจารณาปริมาณงานต่อวัน การค้นหาวีธีที่ดี ที่สุด ในการทำงานที่ได้รับมอบหมาย การศึกษาเวลา และการเคลื่อนไหวในการทำงานได้นำมาใช้ อย่างมาก แผนการจ่ายเงินขึ้นอยู่กัผลผลิตที่ใช้โดยพยายามเพิ่มส่วนเกิน ซึ่งเทเลอร์เรียกว่า การเพิ่มผลผลิต (Productivity) เพื่อให้แน่ใจว่าคนงานที่ทำการผลิตได้รับค่าจ้างขึ้นอยู่กัผลผลิตของเขา ทำให้เกิดสิ่งจูงใจแก่คนงานในการทำงาน เกิดการปรับปรุงการผลิต และการให้ผลตอบแทนตามผลผลิต เทคนิคนี้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย (วันชัย ริจิรวนิจ, 2545: 10 - 12)

นักเศรษฐศาสตร์นิยามหน่วยผลิตให้หมายถึง หน่วยงานพื้นฐานที่มีหน้าที่จัดองค์การเกี่ยวกับการผลิต ทฤษฎีหน่วยผลิตในทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาและปริมาณการผลิตสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งของหน่วยผลิตหนึ่งๆ อย่างไรก็ตามการนิยามหน่วยผลิตทางเศรษฐศาสตร์ เน้นถึงความสำคัญของปัจจัยหนึ่งปัจจัยใด ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้กำหนดแนวคิดและหลักการการผลิต ดังต่อไปนี้

นิโคลัส คาลดอร์ (1934) หน่วยผลิต หมายถึง หน่วยงานในการผลิต ซึ่งมีความสามารถในการประสานงานระดับหนึ่ง ดังนั้นหากความสามารถในการประสานงาน (Co – Coordinating Ability) เปลี่ยนแปลงไป ลักษณะของหน่วยผลิตที่ตรงประเด็นต่อการวิเคราะห์ทางทฤษฎี ก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย ในกรณีเช่นนี้ อาจถือได้ว่าหน่วยผลิตที่เปลี่ยนแปลงไปนี้เป็นคนละหน่วย กับหน่วยผลิตเดิม กล่าวอีกนัยหนึ่ง ถ้าหากลักษณะของหน่วยผลิตหนึ่งๆ เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านความสามารถในการจัดการ การเปลี่ยนแปลงด้านการคาดคะเนของผู้ประกอบการเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอนาคต ฯลฯ ซึ่งอาจถือได้ว่าสิ่งเหล่านี้ทำให้นิยามของหน่วยผลิตเปลี่ยนแปลงไป หรือมีหน่วยผลิตใหม่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม ถ้าหากพิจารณาหน่วยผลิตฐานองค์การที่มีการความเติบโต มิใช่เป็นเพียงหน่วยงานที่มีหน้าที่ตัดสินใจเกี่ยวกับปริมาณและราคาผลผลิตเท่านั้น

อิดิธ เพ็นโรส (1959) เสนอให้นิยามคำว่าหน่วยผลิต โดยเน้นถึงหน้าที่ที่สำคัญในระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน้าที่ในการจัดสรรทรัพยากรในการผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ดังนั้น คำนิยามของ หน่วยผลิต ซึ่งควรกล่าวถึงบทบาทของหน่วยผลิตในฐานะที่เป็นหน่วยวางแผนในการบริหารที่มีอิสระเสรีและในฐานะที่เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทในการรวบรวมทรัพยากรการผลิต โดยที่การตัดสินใจใช้ทรัพยากรเหล่านี้เป็นหน้าที่ของผู้มีอำนาจบริหารจัดการหน่วยผลิตนั้น ด้วยการนิยามเช่นนี้ ซึ่งสามารถพิจารณาความเติบโตของหน่วยผลิตได้จากวงเขตในการประสานงาน (Area of Co-Ordination) และวงเขตการประสานงานที่เป็นปัจจัยกำหนดขอบข่ายงานของหน่วยผลิต การมีแหล่งเงินทุนแหล่งเดียวกันกับการดำเนินการภายใต้เจ้าของเดียวกัน โดยวัดขนาดของหน่วยผลิตจากปริมาณทรัพยากรที่หน่วยผลิตที่มีอยู่ ซึ่งครอบคลุมทั้งทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) และทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources)

โรบิน แมร์ริส (1971) หน่วยผลิต คือ องค์การในการบริหารและในทางการเงิน ซึ่งดำรงอยู่ได้ด้วยผลแห่งกระบวนการ ทางประวัติศาสตร์ในการเกิด การเจริญเติบโต และการรวมตัวกันในหมู่หน่วยผลิตด้วยกัน ซึ่งเห็นได้ว่า คำนิยามดังกล่าวนี้เน้นถึงการอยู่รอดและการเจริญเติบโตของหน่วยผลิต โดยได้รับอิทธิพลจากแนวคิดทางชีววิทยาอย่างกระฉับกระเฉง ในการอธิบายถึงกระบวนการเกิด การอยู่รอด การเจริญเติบโตและการตายของหน่วยผลิต เราไม่อาจหลีกเลี่ยงที่ไม่กล่าวถึงกลไกการดำเนินการภายในหน่วยผลิตได้ ทฤษฎีหน่วยผลิตสมัยใหม่เองก็พยายามที่จะวิเคราะห์กลไกการตัดสินใจภายในหน่วยผลิตยิ่งกว่าที่กล่าวถึงพฤติกรรมของหน่วยผลิตในตลาด ซึ่งเป็นพฤติกรรมภายนอกหน่วยผลิต ดังที่ทฤษฎีของสำนักนีโอคลาสสิก ซึ่งไม่อาจกล่าวได้ว่า คำนิยามข้างต้นนี้ยึดถือแนวคิดที่ว่าด้วยหน่วยผลิตตาม Holistic Concepts และแท้ที่จริงแล้ว หน่วยผลิตตามทฤษฎีสมัยใหม่เป็นไปตาม Behavioural Concepts มากขึ้น

แนวคิดหน่วยผลิตตาม Cybernetics เป็นแขนงวิชาหนึ่งของวิชาฟิสิกส์ ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการรหัส (Theory of Coding) และการส่งข่าวสารทางวิศวกรรมไฟฟ้า และโดยที่เป็นวิชาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและการควบคุม นักเศรษฐศาสตร์ซึ่งได้หยิบยืมแนวคิดบางประการมาใช้วิเคราะห์พฤติกรรมของหน่วยผลิต แต่ความที่วิเคราะห์พฤติกรรมของหน่วยผลิต โดยอาศัยแนวความคิดของ Cybernetics ดังกล่าวนี้นี้ ยังคงจำกัดในหมู่นักเศรษฐศาสตร์กลุ่มน้อย ทฤษฎีหน่วยผลิตในแนวนี้นี้ ซึ่งไม่มีการพัฒนามากนัก โดยทั่วไปการนำแนวความคิด Cybernetics มาใช้อธิบายพฤติกรรมของหน่วยผลิต มักอ้างถึงแนวความคิดว่าด้วย

Homeostasis ซึ่งหมายถึงกระบวนการ เพื่อให้ได้มาซึ่งเสถียรภาพและความอยู่รอด การวิเคราะห์พฤติกรรมของหน่วยผลิต ซึ่งเน้นถึงเสถียรภาพและความอยู่รอดของหน่วยผลิตดังกล่าวนี้เป็นวิธีการที่ใช้กันมาก ทฤษฎีชีววิทยาว่าด้วยหน่วยผลิต (Biological theory of the firm)

วิจิต พามาตี (2549) การผลิต (Production) หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงหรือรูปแบบปัจจัยการผลิตให้เป็นการผลิต ได้แก่ สินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า การผลิตเป็นสิ่งที่สำคัญที่ก่อให้เกิดการใช้ปัจจัยการผลิตและก่อให้เกิดสินค้าและบริการต่างๆ ขึ้นในระบบเศรษฐกิจ หน่วยเศรษฐกิจที่ทำหน้าที่ในการผลิตก็คือ ผู้ผลิตหรือหน่วยธุรกิจ ซึ่งมีอยู่หลายประเภท ได้แก่ ผู้ผลิตที่เป็นเจ้าของคนเดียว เช่น เกษตรกร พ่อค้า แม่ค้า ฯลฯ ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัท ผู้ผลิตเหล่านี้พยายามหาวิธีการผลิตให้เกิดผลผลิตมากที่สุด เท่าที่ทำได้ หรือพยายามทำการผลิตให้เสียต้นทุนต่ำที่สุด เพื่อได้กำไรมากที่สุด การผลิตสินค้าที่ได้คุณภาพและตรงตามความต้องการของลูกค้ามีความสำคัญต่อโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน เพื่อที่ส่งสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด และประหยัดต้นทุน ดังนั้น การจัดการการผลิตจึงเริ่มตั้งแต่การพยากรณ์ โดยอาจใช้เทคนิคและประสบการณ์ของผู้ปฏิบัติงาน หรือเกิดจากการพิจารณาจากสมรรถนะและการออกแบบตารางการผลิต เพื่อให้ทราบข้อมูลสำหรับการบริหารจัดการกระบวนการผลิตทั้งวัตถุดิบจนกระทั่งการกระจายสินค้าให้ถึงมือลูกค้า ดังนั้นการผลิตที่นำวัตถุดิบเข้ากระบวนการเพื่อแปรสภาพผ่านกระบวนการได้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกมาต้องมีคุณภาพและตรงต่อความต้องการของลูกค้า และต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่สำคัญนั้นก็คือ ต้นทุน

สรุปได้ว่า การผลิต หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงสภาพปัจจัยการผลิตให้เป็นสินค้าและบริการหรือการสร้างอรรถประโยชน์ของปัจจัยการผลิตชนิดใดชนิดหนึ่งขึ้นมาใหม่ เพื่อก่อให้เกิดเป็นสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งสามารถสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ ซึ่งทำให้เกิดอรรถประโยชน์เพิ่มขึ้นตลอดจนการนำเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ มาแปรรูปหรือผสมเข้าด้วยกันให้เป็นสินค้าและบริการตามลำดับขั้นตอนต่อไป

2.3 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับศักยภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพเริ่มจากการนำเสนอบทความทางวิชาการของเดวิด แมคเคลแลนด์ (David C. McClelland) นักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดเมื่อปี ค.ศ.1960 ซึ่งกล่าวถึง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของบุคคล (excellent performer) ในองค์กรกับระดับทักษะ ความรู้ ความสามารถ โดยกล่าวว่า การวัด IQ และการทดสอบบุคลิกภาพ ยังไม่เหมาะสมในการทำนายความสามารถหรือสมรรถนะของบุคคลได้ เพราะไม่ได้สะท้อนความสามารถที่แท้จริงออกมาได้

ปี ค.ศ.1970 US State Department ได้ติดต่อบริษัท Mc Ber ซึ่งแมคเคลแลนด์ เป็นผู้บริหารอยู่ เพื่อให้หาเครื่องมือชนิดใหม่ที่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ได้อย่างแม่นยำ แทนแบบทดสอบเก่า ซึ่งไม่สัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน เนื่องจากคนได้คะแนนดีแต่ปฏิบัติงานไม่ประสบผลสำเร็จ ทำให้ต้องเปลี่ยนแปลงวิธีการใหม่ แมคเคลแลนด์ได้เขียนบทความ “Testing for competence rather than for intelligence” ในวารสาร American Psychologist เพื่อเผยแพร่แนวคิดและสร้างแบบประเมินแบบใหม่ที่เรียกว่า Behavioral Event Interview (BEI) เป็นเครื่องมือประเมินที่ค้นหาผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานดี ซึ่งแมคเคลแลนด์ เรียกว่า สมรรถนะ (competency)

ปี ค.ศ.1982 ริชาร์ด โบยัตซิส (Richard Boyatzis) ได้เขียนหนังสือชื่อ The Competent Manager : A Model of Effective Performance และได้นิยามคำว่า competencies เป็นความสามารถในงานหรือเป็นคุณลักษณะที่อยู่ภายในบุคคลที่นำไปสู่การปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพ ปี ค.ศ.1994 แกรีแฮมเมล และซีเค.พราฮาลาด (Gary Hamel และ C.K.Prahalad) ได้เขียนหนังสือชื่อ Competing for The Future ซึ่งได้นำเสนอแนวคิดที่สำคัญ คือ Core Competencies เป็นความสามารถหลักของธุรกิจ ซึ่งถือว่าใน

การประกอบธุรกิจนั้นต้องมีเนื้อหาสาระหลัก เช่น พื้นฐานความรู้ ทักษะ และความสามารถในการทำงานอะไรได้บ้างและอยู่ในระดับใด ซึ่งทำงานได้มีประสิทธิภาพสูงสุดตรงตามความต้องการขององค์กร

สรีสา ตระกูลวงษ์ (2540, หน้า 9, อ้างถึงในภวัต ธนสารแสนล้าน, ม.ป.ป. : หน้า 79) ศักยภาพ หมายถึง สภาวะความสมบูรณ์ทางร่างกาย จิตใจ สติปัญญาและอารมณ์ของบุคคลที่พร้อมตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยวิธีการหนึ่งเพื่อก่อให้เกิดการกระทำที่มีแนวโน้ม ทำให้เกิดความสำเร็จ ความพร้อมเกิดขึ้นได้อยู่กับองค์ประกอบ ดังนี้ วุฒิภาวะ ประสบการณ์ ทางสังคมหรือความรู้เดิมหรือแรงจูงใจ

มณฑิรา ยืนนาน (2544, หน้า 17 , อ้างถึงในงานฐานันดรศักดิ์ บวรนนท์กุล, 2557 : หน้า 187) ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถสูงสุดในการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล หรือองค์กรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ภายใต้สภาวะแวดล้อมที่เป็นศักยภาพจึงเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้การทำงานสำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่า ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถหรือคุณสมบัติที่มีแฝงในตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งสามารถทำให้ปรากฏหากได้รับการพัฒนา หรือกระตุ้นจากภายนอก อันส่งผลต่อความสำเร็จและความพึงพอใจสูงสุด ศักยภาพเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของคนอันนำไปสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน โดยจะต้องมีการพัฒนาด้านการฝึกอบรม การศึกษา การพัฒนา จนเกิดทักษะ ความรู้ หรือทัศนคติ เป็นสำคัญ เพื่อให้ความสามารถที่แฝงอยู่ในตัวบุคคลได้แสดงออกมาเป็นผลงานที่มีคุณค่าขององค์กร

2.4 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับสร้างมูลค่าเพิ่ม

สร้างมูลค่าเพิ่ม Value Added หมายถึง การเพิ่มลักษณะพิเศษหรือจุดเด่นให้แก่สินค้าและบริการ เพื่อให้สินค้าและบริการนั้นใช้ประโยชน์ได้มากกว่าเดิมหรือมีจุดเด่นที่มากกว่าเดิม โดยมีเป้าหมายเพื่อให้สามารถขายผลิตภัณฑ์หรือบริการได้แพงขึ้นมากกว่าการขายแบบที่ไม่ได้สร้างมูลค่าเพิ่ม รวมถึงทำให้สินค้าและบริการมีความโดดเด่นเมื่อเทียบกับสินค้าและบริการอื่นๆ แบบเดียวกันในตลาด

สร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การนำทรัพยากรไปใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างมูลค่าได้สูงสุด (Argandona, 2011) ได้กล่าวว่า มูลค่าทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นได้เมื่อผู้บริโภคพึงพอใจที่ซื้อผลิตภัณฑ์และถ้ายิ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางด้านต่างๆ ต่อผู้บริโภคมากขึ้นในการตอบสนองความคาดหวังในอนาคต ผู้บริโภคก็พร้อมจ่ายเพื่อผลิตภัณฑ์นั้น และหากได้มีโครงสร้างองค์กรที่ตอบสนอง ต่อการดำเนินงานทางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ต่างๆ และมีการบริหารจัดการที่ดีในกระบวนการ รวมถึงการบริหาร ผู้มีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในห่วงโซ่แห่งคุณค่าก็ทำให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ รวมถึงประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดทั้งห่วงโซ่แห่งคุณค่านั้น

ทศธรรม สิงคาลวนิช (2553) มูลค่าเพิ่ม หมายถึง การตรวจสอบสิ่งที่ได้รับจากการสร้างคุณค่า (Benefit-Cost) ซึ่งมีทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพและในขณะเดียวกันนั้นการบริการต้องมีการจัดทำเพิ่มหรือสร้างเพิ่มขึ้นมานอกเหนือจากธุรกิจหลักขององค์กร (Core value) (Raval & Gronroos, 1996) สำหรับในด้านของการตลาด มูลค่าเพิ่ม คือ การทำให้ผลิตภัณฑ์ เกินความคาดหวังของผู้บริโภค โดยการพัฒนาหรือการเพิ่มสิ่งที้นอกเหนือจากการที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับ และต้องทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อลูกค้า (Nilson, 1992; Naumann, 1995; Levitt, 1980) โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มหรือเสริมสิ่งใหม่ๆ เข้าไปซึ่งจะต้องมีความเกี่ยวข้องและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Chematory, Harris & Riley, 2000) การสร้างมูลค่าเพิ่มจะเป็นการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งที่จะส่งผลให้เกิดความสำเร็จกับโครงการ หรือผลิตภัณฑ์ในระยะยาว (Chematory, Harris & Riley, 2000; Naumann, 1995)

แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคได้มีทางเลือกมากขึ้นและมีอีกสิ่งหนึ่งที่เมื่อก่อนอาจเล่นบทเป็นแค่ตัวประกอบเท่านั้น แต่ปัจจุบันก้าวขึ้นมามีความสำคัญไม่แพ้กันเลยทีเดียวที่มีส่วนช่วยทั้งดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ เข้ามารวมถึงรักษาผู้บริโภครายเดิมให้อยู่ไปนานๆ ก็คือ เรื่องของการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยในอดีตนั้น หากผลิตภัณฑ์หรือบริการหนึ่งประสบความสำเร็จได้ในท้องตลาดสิ่งที่สำคัญที่สุดก็คงเป็นตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักนั่นเอง ที่ต้องมีคุณภาพที่เยี่ยมยอดกว่าคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน พบว่าจริงอยู่ที่บ่อยครั้งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือ บริการหลักอาจยังเป็นเรื่องสำคัญมาก แต่อีกสิ่งหนึ่งที่ก้าวขึ้นมามีส่วนสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ก็คือ เรื่อง ของ“มูลค่าเพิ่ม” ที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักนั้นๆ ในบางกรณีส่วนของมูลค่าเพิ่มก็เป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคให้หันมามองหรือตัดสินใจที่ซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลัก ดังนั้นธุรกิจในปัจจุบันเห็นว่า ไม่ใช่เป็นการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักอย่างเดียว แต่ต้องมีส่วนเพิ่มมูลค่าที่ทำให้ ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย (พูนลาภ ทิพชาติโยธิน, 2553, หน้า 87-88)

ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation) ในการให้ความหมาย และคำจำกัดความของการสร้างมูลค่าเพิ่ม ได้มีการให้นิยามไว้ในหลายๆ ด้าน ดังต่อไปนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542, หน้า 868) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง ความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้ามากขึ้น Louis (อ้างถึงดเนีย จันทรฉาย, 2547 หน้า 239) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพ บริการ และราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการซื้อ ครอบครอง และใช้ประโยชน์ ทั้งนี้ ในความหมายด้านการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคสูงสุด และเกินความคาดหวังของผู้บริโภค อีกทั้งมูลค่าเพิ่มอาจเกิดจากการเพิ่มสิ่งที่ นอกเหนือจากสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังจะได้รับ (Nilson, 1992) นอกจากนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มที่เป็นการเพิ่มหรือเสริมสิ่งใหม่ๆ สู่ตัวผลิตภัณฑ์ ควรมีความเกี่ยวข้อง และเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (Chematony & Harris, 1998)

ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่ม ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันอย่างรุนแรง และพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น ธุรกิจต่างๆ จึงต้องมีการปรับปรุงแนวคิด กลยุทธ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ (พินพสนีย์ พรหมศิริ, 2547, หน้า 20) ดังต่อไปนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มที่มากกว่าคู่แข่ง ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มอาจทำได้ด้วยการเสนอผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการ

- 2 การสร้างมูลค่าเพิ่มสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากผู้บริโภคที่ดีที่สุด เพราะทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ธุรกิจมอบให้

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มทำให้ธุรกิจสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้ และทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation) ในตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และอุตสาหกรรมอยู่ในภาวะอิ่มตัว ซึ่งเห็นว่าผลิตภัณฑ์หลักไม่ค่อยมีความแตกต่างกันเท่าใดนัก ดังนั้นธุรกิจแต่ละรายจึงพยายามหาโอกาสพัฒนา และยกระดับคุณลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์เสนอแก่ลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 45) เครื่องมือที่ช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโต โดยสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเหนือคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้นั้นก็คือ การดึงดูดด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจ (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2547, หน้า 79) การสร้าง

มูลค่าเพิ่มนั้น ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าทั้ง 4 ด้าน ซึ่งคุณค่าทั้ง 4 ด้านนี้เรียกว่า คุณค่ารวมสำหรับลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 46)

สำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการสร้างคุณค่า โดยการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงนั้นคือการดึงดูด ด้วยการสร้างคุณค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ลูกค้า ซึ่งถือได้ว่าเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขัน เติบโตและอยู่รอดในตลาดได้ การสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539, หน้า 204) กล่าวถึง การสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไว้ ดังนี้

1. กำหนดโมเดลของลูกค้า (Defining the Customer Value Model) ในขั้นนี้ เริ่มต้นด้วยการที่บริษัทจะระบุปัจจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ในคุณค่าของลูกค้า

2. กำหนดลำดับขั้นตอนของคุณค่าในสายตาลูกค้า (Building the Customer Value Hierarchy) มีหลักการพิจารณาหาแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มจากโอกาสต่างๆ ดังนี้

2.1 การเพิ่มคุณค่า ต้องพิจารณาจากความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคเป็นหลัก โดยต้องศึกษาทำความเข้าใจว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติอย่างไรในการบริโภคผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นๆ ทั้งด้านกายภาพและด้านอารมณ์ความรู้สึก ปัจจัยใดบ้างที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกหรือไม่เลือกสิ่งใด เพื่อการดำรงชีวิต เมื่อศึกษาข้อมูลครบถ้วนจนเข้าใจผู้บริโภค ซึ่งพิจารณาโอกาสต่างๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

2.2 การพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการ แนวคิด (Concept) เป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดในการบริหารธุรกิจเชิงกลยุทธ์ ทั้งนี้ต้องมีความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจพื้นฐานเรื่องของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ และบริบทของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และต้องใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) และความคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Thinking) ในการสร้างสรรค์แนวคิดที่แตกต่างและโดดเด่น

2.3 การพิจารณาวัตถุดิบ คัดเลือกวัตถุดิบที่มีเรื่องราวที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น การเลือกวัตถุดิบที่เป็นของท้องถิ่น ซึ่งมีเรื่องราวและความแตกต่างที่โดดเด่น และเป็นคุณค่า

2.4 การพิจารณาวิธีการกระบวนการผลิต หรือวิธีการผลิต ที่อาจจะดัดแปลงให้เกิดคุณค่ามากขึ้น

2.5 การพิจารณาบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่สัมผัสแรก ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาจสร้างมูลค่าเพิ่ม ในเรื่องของความสะดวก การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือความสวยงาม

2.6 การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้กับบริการ เช่น การบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย การบริการจัดส่ง การให้บริการข้อมูลเพิ่มเติม หรือการรับคืนเมื่อไม่พึงพอใจ เป็นต้น

2.7 การสร้างแบรนด์ เป็นประเด็นที่สำคัญที่สุด ในการเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ต้องดำเนินควบคู่กับการสื่อสารแบรนด์ การสร้างแบรนด์เป็นการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ ในภาพรวมเป็นการนำมูลค่าเพิ่มมาแปลงเป็นคุณค่า เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้

2.8 การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่ม เรื่องการนำผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่เป็นการเพิ่มคุณค่าต่อผู้บริโภคในด้านความสะดวก

สรุปได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งสามารถสร้างได้หลายทาง เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการผลิต และบางครั้งต้องกระทำไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้ผลสำเร็จสุดท้าย คือ การได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่าเพิ่มสำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายต่อไป

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุทธิพงศ์ อริยะพงศ์สรรค์ และคณะ (2546 : 50-54) ได้ทำการศึกษาสถานภาพองค์ความรู้และศักยภาพการผลิตโคพื้นเมืองของเกษตรกรรายย่อยภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพและข้อจำกัดของการเลี้ยงโคพื้นเมือง คุณสมบัติเฉพาะในด้านการผลิตและการใช้ประโยชน์ รวมถึงศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการผลิตโคพื้นเมืองของภาคตะวันออกเฉียงเหนือในอนาคต ผลการศึกษาพบว่า การเลี้ยงโคพื้นเมืองส่วนมากยังเป็นเกษตรกรรายย่อย ในลักษณะที่ผสมผสานในระบบไร่นาสภาพพื้นที่เลี้ยงตั้งอยู่ในทำเลเลี้ยงสัตว์สาธารณะของหมู่บ้าน ซึ่งเป็นพื้นที่ป่าห่างไกลจากชุมชน อาศัยอาหารตามแหล่งธรรมชาติเป็นหลักและบางส่วนมีการผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นบ้าง เกษตรกรยังขาดการรวมกลุ่มอย่างเป็นระบบ ขาดข้อมูลด้านพื้นที่เลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสม ขาดข้อมูลด้านประชากรโคพื้นเมืองที่ชัดเจน ขาดแคลนอาหารสัตว์ตามฤดูกาล ขาดเทคนิคการคัดเลือก และปรับปรุงพันธุ์ รวมถึงเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการจัดการเลี้ยง การตลาด และขาดการจัดการด้านสุขภาพสัตว์

บุญมี โสภักดิ์ และคณะ (2548 : 95-104) ได้ศึกษารูปแบบการเลี้ยงโค - กระบือ ที่เหมาะสมกับพื้นที่ป่าหาม ตำบลดอนแรด อำเภอรัตนบุรี จังหวัดสุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา รูปแบบวิธีการเลี้ยงโค - กระบือ ของชาวบ้านจากอดีตถึงปัจจุบัน รูปแบบการเลี้ยงที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ในด้านอาหาร การสุขาภิบาลรักษาแบบพื้นบ้าน การจัดการโรงเรือน และศึกษาการนำรูปแบบ วิธีการเลี้ยงโค - กระบือ ที่เหมาะสมไปปฏิบัติ ผลการศึกษาพบว่า การเลี้ยงของชาวบ้านในปัจจุบันมี การปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการเลี้ยงเนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่ทำเลการเลี้ยงลดน้อยลงไป เพราะพื้นที่เกิดน้ำท่วม ซึ่งเป็นผลกระทบที่เกิดจากการสร้างเขื่อนราศีไศลขวางกั้นแม่น้ำมูล และพื้นที่ทุ่งได้มีการบุกเบิกทำการเกษตร ซึ่งเกิดจากการขยายตัวของชุมชนเมือง ในปัจจุบันมีวัตถุประสงค์การเลี้ยงที่เปลี่ยนไป จากอดีตที่เลี้ยงเพื่อไว้ใช้แรงงานในการทำนา และเดินทาง ปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้แทนแรงงานโค-กระบือ ชาวบ้านจึงเปลี่ยนวิธีการผลิตตามการเปลี่ยนแปลง ของยุคสมัย ชาวบ้านได้มีการปรับเปลี่ยนไปเลี้ยงโคลูกผสม เนื่องจากขายได้ราคาสูงกว่าโคพื้นเมือง โดยไม่เลี้ยงเป็นฝูงใหญ่เหมือนในอดีต และมีการเลี้ยงลดจำนวนลงเพื่อเน้นคุณภาพ และราคาที่สูงขึ้น เมื่อถึงเวลาซื้อขาย

สุรศักดิ์ พัฒนสุวรรณ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้เลี้ยงโคเนื้อ อำเภอสังคม จังหวัดหนองคาย ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้เงินทุนตัวเองและครอบครัว ในการเลี้ยง พันธุ์ที่เลี้ยงส่วนใหญ่เป็นพื้นเมือง รองลงมาเป็นลูกผสมอเมริกันบราห์มันกับพื้นเมือง การผสมพันธุ์ใช้การจูงผสม และใช้พ่อพันธุ์คุมฝูง มีการคัดโคที่ลักษณะไม่ดีขาย เกือบทั้งหมดมีการสร้างคอกอยู่นอกบ้าน มีหลังคากันแดดกันฝน ไม่มีการให้อาหารข้น มีการถ่ายพยาธิ เป็นครั้งคราว

ธีรชัย ช่อไม้ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการเลี้ยงโคกบินทร์บุรีโดยใช้พื้นที่จำกัด พบว่าการเลี้ยงโคเนื้อต้องใช้พื้นที่อย่างเหมาะสมโดยกำหนดอัตราส่วนระหว่างแปลงหญ้าต่อ หน่วยปศุสัตว์เท่ากับ 2.4 ไร่ เห็นได้ว่าใช้พื้นที่พอสมควร แต่ปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนไป พื้นที่เพื่อการเกษตรน้อยลง เกษตรกรมักประสบกับปัญหาด้านแหล่งอาหารสัตว์ตามธรรมชาติเนื่องจากพื้นที่ปลูกพืชอาหารสัตว์ได้นำไปใช้ปลูกพืชเศรษฐกิจ สร้างโรงงานอุตสาหกรรม ที่อยู่อาศัย ดังนั้นเกษตรกรจำเป็นต้องปลูกพืชอาหารสัตว์ของตนเอง

พัชนี และมานะ (2550) ได้ศึกษาความต้องการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรอำเภอมือง จังหวัดระยอง พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อเป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 45.33 ปี มีอาชีพหลัก ทำสวน มีพื้นที่ทำการเกษตรเฉลี่ย 13.88 ไร่ และพบว่า มีความต้องการ 1) ด้านความรู้และการฝึกอบรมเกี่ยวกับการเลี้ยงโคเนื้อ ได้แก่ การผสมพันธุ์และการปรับปรุงพันธุ์โคเนื้อ วิธีการรักษาโรคโคเนื้อ อาหารและการให้

อาหารโคเนื้อ การปลูกและการจัดการแปลงหญ้าเลี้ยงโคเนื้อ 2) ด้านการสนับสนุนการเลี้ยงโคเนื้อ คือ การผสมเทียมพ่อพันธุ์โคเนื้อ การฉีดวัคซีนป้องกันโรค ยากำจัดพยาธิภายใน แร่ธาตุอาหารเสริม เมล็ดพันธุ์หญ้า การผลิตเสบียงสัตว์และการจัดทำแปลงหญ้า 3) ด้านวิธีการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อ คือ การเยี่ยมเยียนเป็นรายบุคคลถึงบ้าน ฟาร์มและการจัดตั้งฟาร์มสาธิต 4) ด้านสื่อที่ใช้ในการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อ คือ เอกสารคู่มือหรือวารสารและสื่อ วีดีโอ ซีดี ส่วนปัญหาอุปสรรค การเลี้ยงโคเนื้อ พบในระดับมากได้แก่ ไม่มีความรู้ในการเลี้ยงโคเนื้อ ถูกหลักวิชาการ โคเนื้อพันธุ์ดีและราคาแพง ไม่มีเจ้าหน้าที่ปศุสัตว์มาให้คำปรึกษาแนะนำทำให้ขายโคเนื้อได้ราคาต่ำ อาหารเสริมแร่ธาตุราคาแพง และพื้นที่เลี้ยงไม่เพียงพอ

มินิสา นวลเต็ม (2556) กล่าวว่า ปัจจุบันไทยมีพ่อ – แม่พันธุ์โคเนื้อชั้นดีอยู่ในประเทศเป็นจำนวนพอสมควรและที่สำคัญการเลี้ยงดูพ่อ – แม่พันธุ์โคเนื้อชั้นดีของประเทศไทยเป็นไปตามมาตรฐานฟาร์มโคเนื้อของกรมปศุสัตว์ นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีทั้งเทคโนโลยีการเลี้ยงและการปรับปรุงพันธุ์ที่มีศักยภาพเหนือประเทศผู้ผลิตอื่นๆ ในอาเซียน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้นับว่าเป็นจุดแข็งด้านการผลิตของประเทศไทย สำหรับโอกาสด้านการผลิตของประเทศไทย คือ มีความหลากหลายในการผลิตอาหารสัตว์เพื่อใช้ในการขุนโคเนื้อ ซึ่งทำให้เนื้อโคที่ผลิตได้มีคุณภาพดี สำหรับโอกาส ด้านการตลาดมองว่าการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ. 2558 ทำให้ตลาดเนื้อโคใหญ่ขึ้น จากประชากรเกือบ 600 ล้านคน ซึ่งความต้องการบริโภคเนื้อโคย่อมสูงขึ้นตามไปด้วย ไทยนับเป็นประเทศที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมเนื้อโคมากที่สุดในภูมิภาคอาเซียน จึงเป็นโอกาสที่ดีของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อของไทยที่จะหันกลับมาเลี้ยงโคเนื้ออีกครั้ง เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการในประเทศและเพื่อการส่งออกไปยังประเทศอื่นใน AEC โดยอาจต้องมีการขยายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อลดต้นทุนการผลิต ซึ่งจากศักยภาพที่ประเทศไทยมี ทั้งเทคโนโลยี การเลี้ยงและการปรับปรุงพันธุ์ คาดว่าน่าจะสร้างมาตรฐานการส่งออกได้ไม่ยาก แต่อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เราควรระวังสำหรับการผลิตโคเนื้อของไทย คือ การเปิดเสรีทางการค้า (FTA) กับประเทศนิวซีแลนด์ และออสเตรเลีย ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคต้องแข่งขันกับคู่แข่งที่มีศักยภาพสูงทั้ง จากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ นอกจากนี้การไม่ควบคุมกฎหมายอย่างเคร่งครัดทำให้เกิดปัญหาหลักลอบนำเข้าโคเนื้อมีชีวิต และเนื้อโคจากประเทศเพื่อนบ้านและประเทศอินเดีย

ณัฐภูมิ มณีรัตน์ (2548) ได้ศึกษาความต้องการการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรในจังหวัดปราจีนบุรี พบว่า ปัญหาการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกร ได้แก่ ไม่มีความรู้ด้านการจัดการ พื้นที่ใช้เลี้ยงโคไม่เพียงพอ พื้นที่ปลูกหญ้าไม่เพียงพอ เกษตรกรต้องการความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงโคเพิ่มเติม ได้แก่ การฝึกอบรม การดูแลสุขภาพสัตว์ สัตว์ป่วย การคลอดลูก การจัดตั้งกลุ่มโคเนื้อสาธิต ส่วนความต้องการสนับสนุนการเลี้ยงโค คือ การให้บริการฉีดวัคซีนป้องกันโรคติดต่อ สนับสนุนยากำจัดพยาธิภายในและภายนอก การให้บริการผสมเทียมราคาถูกลง และสนับสนุนเมล็ดพันธุ์พืชอาหารสัตว์ราคาถูก

อดุลย์ แหะละห๊ะ (2537 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาสภาพการเลี้ยงโคพื้นเมืองใน อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงเพื่อเสริมรายได้ ส่วนอาหารที่เกษตรกรใช้เลี้ยงโคพื้นเมือง คือ หญ้าตามธรรมชาติไม่นิยมปลูกหญ้าหรือให้อาหารข้นและไม่เคยให้แร่ธาตุ เกษตรกรส่วนน้อยที่ให้แร่ธาตุแก่โคพื้นเมือง โดยจะให้ในรูปของเกลือเป็นส่วนใหญ่ ส่วนโรคและการป้องกันโรค เกษตรกรมักไม่ให้ความสนใจในการทำวัคซีน ส่วนมากได้รับคำแนะนำเรื่องการป้องกันโรคจากเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์ การผสมพันธุ์ส่วนใหญ่ใช้พ่อพื้นเมือง ส่วนการจำหน่ายโคพื้นเมืองของเกษตรกรส่วนมากจำหน่ายให้พ่อค้าในท้องถิ่นที่รับซื้อถึงบ้านเกษตรกรผู้เลี้ยงโคพื้นเมืองเกินกว่าครึ่งหนึ่งของเกษตรกรทั้งหมด

บทที่ 3

การศึกษาศักยภาพการผลิตโคเนื้อ

3.1 สภาพปัญหาของโคเนื้อ

การปศุสัตว์ประเทศไทยปัจจุบันที่ประกอบด้วยเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ซึ่งส่วนมากมีกำลังแรงงานภาคปศุสัตว์ไปในแนวโน้มลดลงและเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมากขึ้น ซึ่งคาดว่าเข้าสู่การเป็นสังคมสูงวัยระดับสูงสุดในปี พ.ศ. 2574 ก่อให้เกิดโอกาสใหม่ๆ ในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุที่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลอดทั้งการคาดการณ์ว่าครอบครัวไทยมีขนาดเล็กลงและมีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น ประชากรประเทศไทยมีช่วงอายุที่แตกต่างกันและมีกลุ่มคนช่วงอายุใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้น การเตรียมความพร้อมของประชากรให้มีคุณภาพและการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการผลิตและการบริการของประเทศเป็นความท้าทายสำคัญในระยะต่อไป ซึ่งภาคการปศุสัตว์มีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นคงทางด้านอาหารและสร้างรายได้สู่ประเทศ การพัฒนาภาคการปศุสัตว์ให้มีความศักยภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขัน ซึ่งเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญที่ช่วยให้การดำเนินการด้านยุทธศาสตร์ นโยบายต่างๆ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามเป้าหมาย โดยเฉพาะด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งการยกระดับผลิตภาพการผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์สินค้าปศุสัตว์เพื่อสร้างฐานการผลิตภาคปศุสัตว์ให้เข้มแข็ง ทำให้เกิดความมั่นคงในอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร ประชาชนมีความมั่นคงด้านอาหาร เน้นพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานสินค้าปศุสัตว์ กำหนดเขตปศุสัตว์เศรษฐกิจ พัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพระบบการบริหารจัดการ ระบบโลจิสติกส์ของภาคปศุสัตว์ ส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการพัฒนาระบบตลาดสินค้าปศุสัตว์ สร้างความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจภูมิภาคระหว่างประเทศ

สภาพภูมิอากาศและแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรประเทศไทยตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุม ลมพายุจร ซึ่งฤดูฝนเริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงเดือนกันยายน ฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคมถึงเดือนมกราคม และฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนพฤษภาคม อุณหภูมิปริมาณฝนเฉลี่ยผันแปรตามฤดูกาลในแต่ละปี เนื่องจากอยู่ในเขตอิทธิพลของลมมรสุมและลมพายุจร สภาพทางด้านอุทกวิทยามีความผันแปรสูง ส่งผลให้ประสบปัญหาอุทกภัยในช่วงน้ำหลาก และปัญหาภัยแล้งในช่วงฤดูแล้งอยู่เสมอ ทรัพยากรดินและน้ำเสื่อมโทรมมีการใช้ประโยชน์อย่างไม่มีประสิทธิภาพที่ควรเป็น อีกทั้งยังเผชิญผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก พฤติกรรมการผลิตและกระบวนการผลิต ตลอดจนชนิดและมูลค่าเพิ่มของสินค้าปศุสัตว์ที่ผลิตปัจจุบันที่เน้นการผลิตสร้างสินค้ามูลค่าเพิ่มต่ำ ซึ่งปริมาณคุณภาพมูลค่าการผลิตส่วนใหญ่เป็นของเกษตรกรหรือผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรรายย่อย ซึ่งเริ่มมีผลิตภาพการผลิตที่ถดถอยถอยลงประกอบกับการเผชิญความก้าวหน้าของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งส่งผลให้ระดับความได้เปรียบการแข่งขันของภาคปศุสัตว์ไทยลดลง ซึ่งมีความจำเป็นที่จำเป็นต้องปรับตัวจากการผลิตสินค้าโคเนื้อมูลค่าเพิ่มต่ำไปสู่สินค้าโคเนื้อมูลค่าเพิ่มสูง ซึ่งประชากรในประเทศและต่างประเทศได้มีความต้องการบริโภคเนื้อสูงเพิ่มขึ้นในขณะเดียวกันปริมาณโคเนื้อได้เพิ่มสูงขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นการเลี้ยงโคเนื้อในรูปแบบที่มุ่งผลิตให้ได้เนื้อโคคุณภาพดี สร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของตลาดทดแทนการนำเข้าเนื้อโคจากต่างประเทศ การเลี้ยงโคเนื้อของประเทศไทยในปัจจุบันได้ขยายตัวไปมากแต่อย่างไรก็ตามปริมาณเนื้อโคก็ยังไม่มีเพียงพอกับความต้องการ การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของจำนวนประชากร ตลอดจนการขยายตัวและความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวในประเทศ ต่างมีส่วนผลักดันให้เกิดความต้องการอาหารเพื่อการบริโภคภายในประเทศ ได้มีปริมาณสูงมากขึ้นและคุณภาพดี ปลอดภัยต่อการบริโภคทำให้เป็นแรงจูงใจ

และผลักดันให้มีการพัฒนาอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อให้มีมาตรฐานสูงขึ้น ซึ่งมีการเลี้ยงที่เป็นอาชีพเสริมหรือแบบรายย่อยซึ่งมีการลงทุนต่ำ มาสู่ระบบการเลี้ยงที่อาศัยวิชาการและมีการลงทุนมากขึ้น แต่จากจำนวนผู้เลี้ยงโคเนื้อทั้งหมดภายในประเทศพบว่ากว่าร้อยละ 90 ยังคงเป็นเกษตรกรรายย่อย การพัฒนาวิธีการเลี้ยงไปสู่ระบบฟาร์มขนาดใหญ่ ทำได้ยากเพราะต้องลงทุนสูงมาก โดยเฉพาะปัญหาในเรื่องที่ดินมีราคาแพง การเพิ่มผลผลิตของเนื้อโคให้เพียงพอสำหรับการบริโภคในอนาคต ซึ่งการเลี้ยงโคเนื้อเน้นหนักไปที่เกษตรกรรายย่อยเป็นหลัก เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อควรรวมกลุ่มการผลิต เพื่อให้ผลผลิตมีปริมาณสูงมากขึ้นและคุณภาพดี มีมาตรฐานสู่ตลาดผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง

3.2 การผลิตและการตลาดของโคเนื้อ

ตารางที่ 1 การผลิตสินค้าเนื้อโคของโลก ปี พ.ศ. 2560 - 2564

ประเทศ	ปี พ.ศ. 2560 (ต้น)	ปี พ.ศ. 2561 (ต้น)	ปี พ.ศ. 2562 (ต้น)	ปี พ.ศ. 2563 (ต้น)	ปี พ.ศ. 2564 (ต้น)	อัตรา เปลี่ยนแปลง ปี 64/63 (ร้อยละ)
โลก	59,182,000	60,671,000	61,642,000	60,431,000	61,453,000	1.69
สหรัฐอเมริกา	11,943,000	12,256,000	12,384,000	12,374,000	12,479,000	0.85
บราซิล	9,550,000	9,900,000	10,200,000	10,100,000	10,470,000	3.66
สหภาพยุโรป	7,869,000	8,003,000	7,878,000	7,800,000	7,730,000	-0.89
สาธารณรัฐ ประชาชนจีน	6,346,000	6,440,000	6,670,000	6,780,000	6,900,000	1.77
อินเดีย	4,230,000	4,240,000	4,270,000	3,650,000	3,950,000	8.22

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

จากตารางที่ 1 พบว่าการผลิตสินค้าเนื้อโคของโลกระหว่างปี พ.ศ. 2560 – 2564 ในปี พ.ศ. 2564 การผลิตเนื้อโคของโลกมีปริมาณ 61.45 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2563 ซึ่งมีการผลิตปริมาณ 60.43 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 1.69 ซึ่งประเทศผู้ผลิตเนื้อโคที่สำคัญของโลกเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา บราซิล สหภาพยุโรป สาธารณรัฐประชาชนจีน และอินเดีย

ตารางที่ 2 สินค้าโคเนื้อมีชีวิต เนื้อโคและผลิตภัณฑ์ของไทย ปี พ.ศ. 2560 - 2564

รายการ	ปี พ.ศ. 2560	ปี พ.ศ. 2561	ปี พ.ศ. 2562	ปี พ.ศ. 2563	ปี พ.ศ. 2564
ปริมาณการผลิต (ล้านตัว / ตันน้ำหนักซาก)	0.980/ 164,640	1.223/ 205,460	1.349/ 226,630	1.379/ 231,670	1.389/ 231,670
ปริมาณการบริโภค (ล้านตัว /ตันน้ำหนักซาก)	1.260/ 211,680	1.261/ 211,848	1.262/ 212,020	1.263/ 212,180	1.265/ 212,205
ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กก.)	96.35	90.09	89.00	92.00	98.00
ราคาส่งออก					
- โคมีชีวิต (บาท/ตัว)	11,606.38	16,282.47	18,314.97	17,864.42	19,864.42
- เนื้อและผลิตภัณฑ์ (บาท/กก.)	317.71	469.60	352.77	138.67	141.67
ราคานำเข้า					
- โคมีชีวิต (บาท/ตัว)	14,287.82	15,026.80	15,529.93	18,621.29	19,621.29
- เนื้อและผลิตภัณฑ์ (บาท/กก.)	208.01	210.62	209.85	175.59	185.59

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

จากตารางที่ 2 พบว่า ในปี พ.ศ. 2560 – 2564 มีการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์ของไทยเพิ่มขึ้นโดยในปี พ.ศ. 2560 มีปริมาณ 211,680 ตัน ปี พ.ศ. 2561 มีปริมาณ 211,848 ตัน ปี พ.ศ. 2562 มีปริมาณ 212,020 ตัน ปี พ.ศ. 2563 มีปริมาณ 212,180 ตัน ปี พ.ศ. 2564 มีปริมาณ 212,205 ตัน โดยในปี พ.ศ. 2564 มีปริมาณการบริโภคโคเนื้อ 1.26 ล้านตัว เพิ่มขึ้นเล็กน้อย เนื่องจากความต้องการของตลาดภายในประเทศเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น อีกทั้ง ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมรับประทานเนื้อโคที่มีคุณภาพในรูปแบบ ปิ้งย่างหรือชาบู ซึ่งประเทศไทยนำเข้าเนื้อโคคุณภาพเพื่อรองรับ ปริมาณการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยแหล่งนำเข้าเนื้อโคคุณภาพที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ซึ่งการยกเลิกภาษีภายใต้ความตกลงการค้าเสรีอาเซียนออสเตรเลีย - นิวซีแลนด์ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 และภายใต้ความตกลงการค้าเสรีไทย - ออสเตรเลีย และไทย - นิวซีแลนด์ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 อาจส่งผลให้ไทยนำเข้าโคเนื้อมีชีวิต เนื้อโค และผลิตภัณฑ์จากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์มากขึ้น

3.3 การบริโภคสินค้าเนื้อโคของโลก

ตารางที่ 3 การบริโภคสินค้าเนื้อโคของโลก ปี พ.ศ. 2560 - 2564

ประเทศ	ปี พ.ศ. 2560 (ตัน)	ปี พ.ศ. 2561 (ตัน)	ปี พ.ศ. 2562 (ตัน)	ปี พ.ศ. 2563 (ตัน)	ปี พ.ศ. 2564 (ตัน)	อัตรา เปลี่ยนแปลง ปี 64/63 (ร้อยละ)
โลก	57,137,000	58,657,000	59,586,000	59,105,000	59,951,000	1.43
สหรัฐอเมริกา	12,052,000	12,181,000	12,408,000	12,610,000	12,513,000	-0.77
สาธารณรัฐ ประชาชนจีน	7,236,000	7,808,000	8,826,000	9,515,000	9,730,000	2.25
บราซิล	7,801,000	7,925,000	7,929,000	7,600,000	7,840,000	3.15
สหภาพยุโรป	7,884,000	8,071,000	7,889,000	7,750,000	7,710,000	-0.51
อินเดีย	2,444,000	2,729,000	2,776,000	2,600,000	2,750,000	5.76

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

จากตาราง ที่ 3 พบว่า ปี พ.ศ 2560 – 2564 การบริโภคเนื้อโคของโลกเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2564 การบริโภคของโลกมีปริมาณ 59.95 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.43 จากปี พ.ศ. 2563 ซึ่งมีปริมาณการบริโภค 59.10 ล้านตัน โดยประเทศผู้บริโภคนเนื้อโคที่สำคัญของโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐประชาชนจีน บราซิล สหภาพยุโรป และอินเดีย ซึ่งอินเดียเป็นผู้บริโภคที่มีอัตราการเติบโตสูงสุด โดยในปี พ.ศ. 2564 ปริมาณการบริโภคของอินเดียขยายตัวร้อยละ 5.76 จากปี พ.ศ. 2563

3.4 การส่งออกสินค้าเนื้อโคของโลก

ตารางที่ 4 สถิติการส่งออกสินค้าเนื้อโคของโลก ปี พ.ศ. 2560 - 2564

ประเทศ	ปี พ.ศ. 2560 (ตัน)	ปี พ.ศ. 2561 (ตัน)	ปี พ.ศ. 2562 (ตัน)	ปี พ.ศ. 2563 (ตัน)	ปี พ.ศ. 2564 (ตัน)	อัตรา เปลี่ยนแปลง ปี 64/63 (ร้อยละ)
โลก	9,515,000	10,106,000	10,892,000	10,441,000	10,768,000	3.13
บราซิล	1,803,000	2,021,000	2,314,000	2,550,000	2,670,000	4.70
สหรัฐอเมริกา	1,297,000	1,433,000	1,373,000	1,314,000	1,397,000	6.31
ออสเตรเลีย	1,416,000	1,582,000	1,738,000	1,425,000	1,360,000	-4.56
อินเดีย	1,786,000	1,511,000	1,494,000	1,050,000	1,200,000	14.28
อาร์เจนตินา	283,000	501,000	763,000	810,000	770,000	-4.93

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

จากตารางที่ 4 พบว่า ปี พ.ศ. 2560 – 2564 การส่งออกเนื้อโคของโลกเพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2564 การส่งออกของโลกมีปริมาณ 10.76 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2563 ซึ่งมีปริมาณการส่งออก 10.44 ล้านตัน ร้อยละ 3.13 โดยประเทศผู้ส่งออกเนื้อโคที่สำคัญของโลกได้แก่ บราซิล สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย อินเดีย และ อาร์เจนตินา

3.5 การนำเข้าสินค้าเนื้อโคของโลก

ตารางที่ 5 สถิติการนำเข้าสินค้าเนื้อโคของโลก ปี พ.ศ. 2560 - 2564

ประเทศ	ปี พ.ศ. 2560 (ตัน)	ปี พ.ศ. 2561 (ตัน)	ปี พ.ศ. 2562 (ตัน)	ปี พ.ศ. 2563 (ตัน)	ปี พ.ศ. 2564 (ตัน)	อัตรา เปลี่ยนแปลง ปี 64/63 (ร้อยละ)
โลก	7,408,000	8,099,000	8,820,000	9,140,000	9,261,000	1.32
สาธารณรัฐ ประชาชนจีน	902,000	1,369,000	2,177,000	2,750,000	2,850,000	3.64
สหรัฐอเมริกา	1,358,000	1,360,000	1,387,000	1,563,000	1,422,000	-9.02
ญี่ปุ่น	793,000	840,000	853,000	850,000	860,000	1.17
เกาหลีใต้	468,000	515,000	550,000	530,000	535,000	0.94
ฮ่องกง	524,000	521,000	356,000	430,000	400,000	-6.97

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

จากตารางที่ 5 พบว่า ปี พ.ศ. 2560 – 2564 การนำเข้าเนื้อโคของโลกเพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2564 การนำเข้าของโลกมีปริมาณ 9.26 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2563 ซึ่งมีปริมาณการนำเข้า 9.14 ล้านตัน ร้อยละ 1.32 โดยประเทศผู้นำเข้าเนื้อโคที่สำคัญของโลกได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และฮ่องกง สาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นผู้นำเข้าสูงสุด เนื่องจากสาธารณรัฐประชาชนจีนผลิตโคเนื้อไม่เพียงพอต่อการบริโภค โดยในปี พ.ศ. 2564 ปริมาณการนำเข้าโคเนื้อสาธารณรัฐประชาชนจีนเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 3.64 ของปริมาณการนำเข้าสินค้าเนื้อโค ปี พ.ศ. 2563

3.6 การส่งออกโคเนื้อมีชีวิตสำหรับทำพันธุ์ของไทย

ตารางที่ 6 การส่งออกสินค้าโคเนื้อมีชีวิต เนื้อโคและผลิตภัณฑ์ของไทย ปี พ.ศ. 2560 - 2563

พิกัด	ปี พ.ศ. 2560		ปี พ.ศ. 2561		ปี พ.ศ. 2562		ปี พ.ศ. 2563		อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าปี 63/62 (ร้อยละ)
	มูลค่าล้านบาท	ปริมาณ	มูลค่าล้านบาท	ปริมาณ	มูลค่าล้านบาท	ปริมาณ	มูลค่าล้านบาท	ปริมาณ	
โคเนื้อมีชีวิตสำหรับทำพันธุ์ (ตัว)	14.61	1,019	64.93	3,546	2,277.62	128,832	2,016.64	125,035	-11.46
โคเนื้อมีชีวิตอื่น ๆ (ตัว)	1,554.89	116,333	2,667.99	177,094	3,552.51	189,309	3,392.68	179,332	-4.50
ยอดรวมโคเนื้อมีชีวิต (ตัว)	1,569.50	117,352	2,732.92	180,640	5,830.13	318,141	5,409.32	304,367	-7.22
เนื้อโคสดแช่เย็น (ตัน)	0.22	0.41	0.2	0.2	1.31	2	0	0	-100.00
เนื้อโคแช่แข็ง (ตัน)	0.44	1	2.57	31	13.48	139	13.20	413.22	-2.08
เนื้อโคแปรรูป(ตัน)	32.22	79	43.21	94	27.59	80	39.10	116.88	981.43
เครื่องในโค (ตัน)	1.39	44	3.42	58	2.37	36	25.63	1,066.06	41.72
ยอดรวมเนื้อโคและผลิตภัณฑ์ (ตัน)	34.27	124	49.40	183	44.75	257	77.93	1,596.15	74.15

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

จากตารางที่ 6 พบว่าปี พ.ศ 2563 ประเทศไทยส่งออกโคเนื้อมีชีวิตสำหรับทำพันธุ์จำนวน 125,035 ตัว มูลค่า 2,016.64 ล้านบาท เทียบกับปี พ.ศ 2562 ซึ่งประเทศไทยส่งออกจำนวน 128,832 ตัว มูลค่า 2,277.62 ล้านบาท โดยส่งออกปริมาณลดลงร้อยละ 2.95 มูลค่าลดลงร้อยละ 11.46 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2562 โดยตลาดส่งออกโคเนื้อมีชีวิตสำหรับทำพันธุ์ที่สำคัญของประเทศไทย คือ สปป.ลาว ในปี พ.ศ 2563 ประเทศไทยส่งออกโคเนื้อมีชีวิตคิดเป็นร้อยละ 98.58 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าโคเนื้อมีชีวิต เนื้อโคและผลิตภัณฑ์ของไทยทั้งหมด โดยประเทศไทยส่งออกโคเนื้อมีชีวิตจำนวน 304,367 ตัว มูลค่า 5,409.32 ล้านบาท

3.7 สถานการณ์การนำเข้าโคเนื้อไทยจากตลาดโลก

ตารางที่ 7 การนำเข้าสินค้าโคเนื้อมีชีวิต เนื้อโคและผลิตภัณฑ์ของไทย ปี พ.ศ. 2560 - 2563

รายการ	ปี พ.ศ. 2560		ปี พ.ศ. 2561		ปี พ.ศ. 2562		ปี พ.ศ. 2563		อัตราการเปลี่ยนแปลง ของมูลค่า ปี 63/62 (ร้อยละ)
	มูลค่าล้านบาท	ปริมาณ	มูลค่าล้านบาท	ปริมาณ	มูลค่าล้านบาท	ปริมาณ	มูลค่าล้านบาท	ปริมาณ	
โคเนื้อมีชีวิต สำหรับทำ พันธุ์ (ตัว)	67.83	419	46.64	152	60.69	590	273.81	1,841	351.16
โคเนื้อมีชีวิต อื่นๆ(ตัว)	1663.84	119,176	2,023.08	136,851	1,308.53	87,296	887.89	61,371	-32.15
ยอดรวม โค เนื้อ มีชี วิ ต (ตัว)	1,731.67	119,595	2,069.72	137,003	1,369.22	87,886	1,161.61	63,212	15.16
เนื้อโคสดแช่ เย็น (ตัน)	671.85	1,779	667.09	2,108	597.13	2,097	1,065.57	2,904	78.45
เนื้อโคแช่แข็ง (ตัน)	1,544.11	8,837	1,714.83	9,157	1,749.65	9,600	2,079.50	15,719	18.85
เนื้อโคแปรรูป (ตัน)	327.42	1,597	370.18	1,827	379.21	1,889	232.57	1,068	-38.67
เครื่องในโค (ตัน)	616.27	18,528	527.25	18,010	509.74	19,333	662.86	23,247	30.04
ย อ ด ร ว ม เนื้อโคและ ผลิตภัณฑ์ (ตัน)	3,159.65	30,741	3,279.35	31,102	3,235.73	32,919	4,040.49	42,939	24.87

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

จากตารางที่ 7 พบว่า ปี พ.ศ. 2563 ประเทศไทยนำเข้าโคเนื้อมีชีวิต จำนวน 63,212 ตัว มูลค่า 1,161.61 ล้านบาท เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 15.16 ของการนำเข้าสินค้าโคเนื้อมีชีวิต ในปี พ.ศ. 2562 และนำเข้าเนื้อโคและผลิตภัณฑ์ ปริมาณ 42,939 ตัน มูลค่า 4,040.49 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.87 ของการนำเข้าสินค้าเนื้อโคและผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2562

3.8 สถานภาพการผลิตโคเนื้อในประเทศ

ตารางที่ 8 จำนวนของโคเนื้อ และเกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อ ปี พ.ศ. 2560 - 2564

ปี	โคเนื้อ(ตัว)		อัตรา เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	เกษตรกร (ราย)		อัตรา เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	จำนวน	เพิ่ม/ลด		จำนวน	เพิ่ม/ลด	
ปี พ.ศ. 2560	4,876,228	791,669	19.38	792,148	110,768	16.26
ปี พ.ศ. 2561	5,445,351	569,123	11.67	828,477	36,329	4.59
ปี พ.ศ. 2562	5,871,807	426,456	7.83	871,508	43,031	5.19
ปี พ.ศ. 2563	6,230,140	358,333	6.10	909,324	37,816	4.34
ปี พ.ศ. 2564	7,582,406	1,352,266	21.70	1,142,614	233,290	25.66

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์

จากตารางที่ 8 พบว่าประเทศไทยผลิตโคเนื้อมีชีวิตเนื้อโคและผลิตภัณฑ์มากขึ้น เนื่องจากภาครัฐส่งเสริมให้เกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพหลัก ซึ่งมีการเพิ่มขึ้นตามธรรมชาติของแม่พันธุ์โคเนื้อ ตลอดทั้งมีการปรับปรุงพันธุ์โคเนื้อที่ดี ทำให้อัตราการเกิดในรอบปีดีขึ้น ปริมาณโคเนื้อมีชีวิตทางเพิ่มขึ้นปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนโคเนื้อทั้งหมด 4,876,228 ตัว ซึ่งขยายตัวต่อเนื่องทุกปีในทิศทางที่เพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2564 มีจำนวนโคเนื้อทั้งหมด 7,582,406 ตัว คิดเป็นร้อยละ 21.70 โดยเฉลี่ยโคเนื้อตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 – 2564 เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 13.34 ต่อปี สำหรับเกษตรกรที่เลี้ยงโคเนื้อในปี พ.ศ. 2564 มีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 1,142,614 ราย เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2563 จำนวนทั้งสิ้นประมาณ 233,290 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.66 โดยเฉลี่ยเกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 – 2564 เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 11.21 ต่อปี

3.9 การเลี้ยงโคเนื้อของไทยจำแนกรายภาค

ตารางที่ 9 จำนวนของโคเนื้อจำแนกรายภาค ปี พ.ศ. 2560 - 2564

ปี	รวมทั้งสิ้น	จำนวนโคเนื้อรายภาค (ตัว)							
		ตะวันออก เฉียงเหนือ	ร้อยละ	เหนือ	ร้อยละ	กลาง	ร้อยละ	ใต้	ร้อยละ
ปี พ.ศ. 2560	4,876,228	2,284,682	18.54	861,735	26.7	990,913	10.28	738,898	27.73
ปี พ.ศ. 2561	5,445,351	2,655,382	16.23	925,951	7.45	1,055,365	6.50	808,653	9.44
ปี พ.ศ. 2562	5,871,807	2,889,503	8.82	991,484	7.08	1,080,693	2.40	910,127	12.55
ปี พ.ศ. 2563	6,230,140	3,056,486	5.78	1,026,967	3.58	1,175,335	8.76	971,352	6.73
ปี พ.ศ. 2564	7,582,406	3,966,980	29.79	1,211,027	17.92	1,308,967	11.37	1,095,432	12.77

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์

จากตารางที่ 9 พบว่าประเทศไทยมีการเลี้ยงโคเนื้อปี พ.ศ. 2564 มีจำนวนโคเนื้อทั้งหมด 7,582,406 ตัว คิดเป็นร้อยละ 21.70 ซึ่งแยกเป็นรายภาคที่มากที่สุดอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปริมาณโคเนื้อตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนโคเนื้อทั้งหมด 2,284,682 ตัว ขยายตัวต่อเนื่องทุกปีในทิศทางที่เพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2564 มีจำนวนโคเนื้อทั้งหมด 3,966,980 ตัว คิดเป็นร้อยละ 29.79 ภาคเหนือ ปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนโคเนื้อทั้งหมด 861,735 ตัว ขยายตัวต่อเนื่องทุกปีในทิศทางที่เพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2564 มีจำนวนโคเนื้อทั้งหมด 1,211,027 ตัว คิดเป็นร้อยละ 17.92 ภาคกลาง ปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนโคเนื้อทั้งหมด 990,913 ตัว ขยายตัวต่อเนื่องทุกปีในทิศทางที่เพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2564 มีจำนวนโคเนื้อทั้งหมด 1,308,967 ตัว คิดเป็นร้อยละ 11.37 ภาคใต้ ปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนโคเนื้อทั้งหมด 738,898 ตัว ขยายตัวต่อเนื่องทุกปีในทิศทางที่เพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2564 มีจำนวนโคเนื้อทั้งหมด 1,095,432 ตัว คิดเป็นร้อยละ 12.77

3.10 การเลี้ยงโคเนื้อของไทยจำแนกตามประเภท

ตารางที่ 10 จำนวนของโคเนื้อจำแนกตามประเภท ปี พ.ศ. 2560 - 2564

ปี	รวมทั้งสิ้น	โคพื้นเมือง	อัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ	โคพันธุ์แท้/ลูกผสม	ร้อยละ	โคขุน	ร้อยละ
ปี พ.ศ. 2560	4,876,228	2,813,223	0.00	1,904,783	0.00	158,222	0.00
ปี พ.ศ. 2561	5,445,351	3,082,133	9.56	2,203,465	15.68	159,753	0.97
ปี พ.ศ. 2562	5,871,807	3,338,181	8.31	2,368,862	7.51	164,764	3.14
ปี พ.ศ. 2563	6,230,140	3,502,996	4.94	2,529,475	6.78	197,669	19.97
ปี พ.ศ. 2564	7,582,406	4,166,472	18.94	3,145,325	24.35	270,609	36.90

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์

จากตารางที่ 10 พบว่าการเลี้ยงโคเนื้อแยกเป็นการเลี้ยงโคเนื้อพันธุ์พื้นเมือง โคพันธุ์แท้ โคพันธุ์ลูกผสม โคขุน มีปริมาณโคเนื้อเพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2560 จำนวนโคเนื้อทั้งหมด 4,876,228 ตัว ขยายตัวต่อเนื่องทุกปีในทิศทางที่เพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2564 จำนวนโคเนื้อทั้งหมด 7,582,406 ตัว เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 21.70 แยกเป็นการเลี้ยงโคพื้นเมืองปี 2560 จำนวนทั้งหมด 2,813,223 ตัว ขยายตัวต่อเนื่องทุกปีในทิศทางที่เพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2564 จำนวนทั้งหมด 4,166,472 ตัว เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 18.94 เลี้ยงโคพันธุ์และโคลูกผสม ปี พ.ศ. 2560 จำนวนทั้งหมด 1,904,783 ตัว ขยายตัวต่อเนื่องทุกปีในทิศทางที่เพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2564 จำนวนทั้งหมด 3,145,325 ตัว คิดเป็นร้อยละ 24.35 และเลี้ยงโคขุนปี 2560 จำนวนทั้งหมด 158,222 ตัว ขยายตัวต่อเนื่องทุกปีในทิศทางที่เพิ่มขึ้นปี พ.ศ. 2564 จำนวนทั้งหมด 270,609 ตัว คิดเป็นร้อยละ 36.90

3.11 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อของไทยจำแนกรายภาค

ตารางที่ 11 จำนวนของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อจำแนกรายภาค ปี พ.ศ. 2560 – 2564

ปี	รวมทั้งสิ้น	จำนวนเกษตรกรรายภาค (ราย)							
		ตะวันออก เฉียงเหนือ	อัตราการ เปลี่ยนแปลง ร้อยละ	เหนือ	อัตราการ เปลี่ยนแปลง ร้อยละ	กลาง	อัตราการ เปลี่ยนแปลง ร้อยละ	ใต้	อัตราการ เปลี่ยนแปลง ร้อยละ
ปี พ.ศ. 2560	792,148	488,084	14.53	79,070	28.49	64,688	7.32	160,306	20.18
ปี พ.ศ. 2561	828,477	513,508	5.21	82,004	3.71	67,073	3.69	165,892	3.48
ปี พ.ศ. 2562	871,508	533,318	3.86	85,268	3.98	69,332	3.37	183,590	10.67
ปี พ.ศ. 2563	909,324	557,658	4.56	88,253	3.50	72,679	4.83	190,734	3.89
ปี พ.ศ. 2564	1,142,614	739,280	32.57	107,911	22.27	84,102	15.72	211,321	10.79

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์

จากตารางที่ 11 พบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อมากที่สุดอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี พ.ศ. 2560 มีเกษตรกรจำนวนทั้งหมด 792,148 ราย มีการขยายตัวต่อเนื่องทุกปีในทิศทางที่เพิ่มขึ้น โดยรวมว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี พ.ศ. 2560 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 488,084 ราย ปี พ.ศ. 2564 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 739,280 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.57 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อภาคเหนือ ปี พ.ศ. 2560 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 79,070 ราย ปี พ.ศ. 2564 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 107,911 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.27 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อภาคกลาง ปี พ.ศ. 2560 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 64,688 ราย ปี พ.ศ. 2564 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 84,102 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.72 และเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อภาคใต้ ปี พ.ศ. 2560 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 160,306 ราย ปี พ.ศ. 2564 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 211,321 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.79

3.12 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อของไทยจำแนกตามปริมาณ

ตารางที่ 12 จำนวนของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อจำแนกตามปริมาณ

ปี	เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ (ราย)				รวม	อัตรา เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	1 - 20 ตัว	21 - 100 ตัว	101 - 200 ตัว	>200 ตัว		
ปี พ.ศ. 2560	764,059	27,057	759	273	792,148	16.26
ปี พ.ศ. 2561	797,643	29,755	784	295	828,477	4.59
ปี พ.ศ. 2562	837,959	32,353	902	294	871,508	5.19
ปี พ.ศ. 2563	873,224	34,927	850	323	909,324	4.34
ปี พ.ศ. 2564	1,101,515	39,852	923	324	1,142,614	25.66

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์

จากตารางที่ 12 พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อมากที่สุดอยู่ที่ 1 - 20 ตัว ปี พ.ศ. 2560 มีเกษตรกรจำนวนทั้งหมด 792,148 ราย ขยายตัวต่อเนื่องทุกปีในทิศทางที่เพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2564 มีจำนวนเกษตรกรทั้งหมด 1,142,614 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.66 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อมากที่สุดที่ 1-20 ตัว ปี พ.ศ. 2560 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 764,059 ราย ขยายตัวต่อเนื่องทุกปีในทิศทางที่เพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2564 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 1,101,515 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.14 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อที่ 21-100 ตัว ปี พ.ศ. 2560 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 27,057 ราย ขยายตัวต่อเนื่องทุกปีในทิศทางที่เพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2564 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 39,852 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.10 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อที่ 101-200 ตัว ปี พ.ศ. 2560 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 759 ราย ขยายตัวต่อเนื่องทุกปีในทิศทางที่เพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2564 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 923 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.58 เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อที่มากกว่า 200 ตัว ปี พ.ศ. 2560 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 273 ราย ขยายตัวต่อเนื่องทุกปีในทิศทางที่เพิ่มขึ้น ปี พ.ศ. 2564 จำนวนเกษตรกรทั้งหมด 324 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.30

3.13 กระบวนการเพิ่มศักยภาพผลิตโคเนื้อ

การเพิ่มศักยภาพผลิตโคเนื้อด้วยการเลี้ยงโคเนื้อในรูปแบบที่มุ่งผลิตเนื้อโคคุณภาพดี สร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของตลาดผู้บริโภคเนื้อโค และนักท่องเที่ยว ลดการทดแทนการนำเข้าเนื้อจากต่างประเทศ การเลี้ยงโคเนื้อของประเทศไทยในปัจจุบันได้ขยายตัวไปมาก แต่อย่างไรก็ตามปริมาณเนื้อโคก็ยังไม่เพียงพอกับความต้องการบริโภค ซึ่งเกิดการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของจำนวนประชากรตลอดจนการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวในประเทศต่างมีส่วนผลักดันให้ความต้องการอาหารเพื่อการบริโภคภายในประเทศมีปริมาณสูงมากขึ้นและคุณภาพดี ปลอดภัยต่อการบริโภค ทำให้เป็นแรงจูงใจและผลักดันให้มีการพัฒนาอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อให้มีมาตรฐานสูงขึ้น ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการเลี้ยงที่เป็นอาชีพเสริมหรือแบบรายย่อย ที่มีการลงทุนต่ำ ได้มีการปรับปรุงมาสู่ระบบการเลี้ยงที่อาศัยวิชาการและมีการลงทุนมากขึ้น แต่จำนวนโคเนื้อทั้งหมดภายในประเทศที่เลี้ยงโคเนื้อพบว่ากว่าร้อยละ 90 ยังคงเป็นเกษตรกรรายย่อย การพัฒนาวิธีการเลี้ยงไปสู่ระบบฟาร์มขนาดใหญ่ ทำได้ยากเพราะทำให้ต้องลงทุนสูงมาก โดยเฉพาะปัญหาในเรื่องที่ดินมีราคาแพง เพื่อการเพิ่มผลผลิตของเนื้อโคให้เพียงพอสำหรับการบริโภคในอนาคต สำหรับการเลี้ยงโคเนื้อซึ่งเน้นหนักไปที่เกษตรกรรายย่อยเป็นหลัก เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อรายย่อยควรมีการรวมกลุ่มการผลิตเพื่อให้ผลผลิตมีปริมาณสูงมากขึ้นและคุณภาพดี ได้มาตรฐานสู่ตลาดผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เกษตรกรผู้เลี้ยง

โคเนื้อรายย่อยควรพิจารณาเลือกซื้อพันธุ์โคที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อนำมาผลิตเนื้อโค และเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ สำหรับการเลี้ยงโคให้ประสบผลสำเร็จ คือพันธุ์โคเนื้อซึ่งถือว่ามีความสำคัญมาก เนื่องจากถ้ามีอัตราการเจริญเติบโตต่ำ ทำให้ต้นทุนการเลี้ยงโคเนื้อสูงขึ้น มีพันธุ์โคเนื้อที่เลี้ยงในประเทศไทย ดังนี้

1. โคพันธุ์พื้นเมือง เป็นพันธุ์โคที่มีรูปร่างขนาดเล็ก เพศเมียน้ำหนักประมาณ 200 - 250 กิโลกรัม เพศผู้ น้ำหนักประมาณ 300-350 กิโลกรัม มีอัตราการเจริญเติบโต ก่อนหย่านมประมาณ 390 กรัมต่อวัน อัตราการเจริญเติบโต ระหว่างเลี้ยงขุนประมาณ 500 กรัมต่อวัน

2. โคเนื้อพันธุ์ลูกผสมอเมริกันบราห์มัน เป็นพันธุ์โคที่เกิดจากการใช้โคพันธุ์อเมริกันบราห์มัน ผสมกับโคพันธุ์พื้นเมือง เป็นโคขนาดกลาง เพศเมียน้ำหนักประมาณ 450 กิโลกรัม เพศผู้ น้ำหนักประมาณ 500 - 600 กิโลกรัม อัตราการเจริญเติบโตขณะเลี้ยงขุนประมาณ 900 - 1,100 กรัมต่อวัน

3. โคเนื้อพันธุ์ลูกผสมชาร์โรลส์ เป็นพันธุ์โคที่เกิดจากการใช้โคพันธุ์ชาร์โรลส์ผสมกับโคพันธุ์ลูกผสมอเมริกันบราห์มัน คือ อเมริกันบราห์มันพื้นเมืองโดยบางแห่งจะเรียกชื่อต่างกัน เช่น โคพันธุ์กำแพงแสน โคพันธุ์ตาก เป็นต้น เป็นโคที่มีรูปร่างขนาดใหญ่ เพศเมียน้ำหนักประมาณ 500 - 600 กิโลกรัม เพศผู้ น้ำหนักประมาณ 700 - 800 กิโลกรัม อัตราการเจริญเติบโตระยะเลี้ยงขุนประมาณ 1,100 - 1,400 กรัมต่อวัน

4. โคพันธุ์แองกัส (Angus) มีแหล่งกำเนิดของพันธุ์โคอยู่ที่ประเทศ สกอตแลนด์ มีสีดำล้วน ไม่มีเขา เป็นโคที่ปราดเปรียวแข็งแรง เจริญเติบโตและให้เนื้อมีคุณภาพดี สายพันธุ์ที่มีสีแดง เรียกว่า แองกัสแดง (Red Angus) ซึ่งสีแดงในโคพันธุ์นี้เป็นลักษณะด้อย (Recessive) จากการคัดเลือกพันธุ์และปรับปรุงอย่างต่อเนื่องแม้ว่าโค Angus และ Red Angus ซึ่งมีบรรพบุรุษคล้ายกัน ลักษณะการให้ผลผลิต แตกต่างกัน โคตัวผู้โตเต็มที่หนักประมาณ 900 กิโลกรัม ตัวเมียหนัก 750 กิโลกรัม

5. โคพันธุ์ซิมเมนทอล (Simmental) มีถิ่นกำเนิดเดิมอยู่ในสมาพันธรัฐสวิส ในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี เรียกโคพันธุ์นี้ว่า เฟล็คฟีห์ (Fleckvieh) เป็นโคกึ่งเนื้อกึ่งนม (Dual Purpose) เป็นโคพันธุ์เก่าแก่พันธุ์หนึ่งของยุโรป มีขนาดใหญ่ให้เนื้อดี ลักษณะสีแดงออกเหลืองมีด่างขาวตามลำตัวโดยเฉพาะใบหน้า ใต้ท้องและพุงหาง โตเร็ว มีเนื้อมาก ซากมีไขมันน้อย ตัวผู้หนัก 900 - 1,100 กิโลกรัม ตัวเมียหนัก 680 - 800 กิโลกรัม

6. โคพันธุ์ตาก เป็นพันธุ์โคเนื้อที่สร้างขึ้นใหม่จากการผสมพันธุ์และปรับปรุงพันธุ์ให้เป็นโคเนื้อที่เติบโตเร็วในสภาพแวดล้อมการเลี้ยงดูของประเทศไทย มีสายเลือดโคพันธุ์ชาร์โรลส์ร้อยละ 62.5 โคพันธุ์ไทยอเมริกันบราห์มันร้อยละ 37.5 ให้เนื้อคุณภาพดีที่สามารถสนองความต้องการของตลาดเนื้อโคชั้นสูง ได้แก่ ภัตตาคาร และโรงแรมชั้นนำ การปรับปรุงพันธุ์เพื่อทดแทนการนำเข้าเนื้อโคคุณภาพดีจากต่างประเทศได้ เป็นโคที่มีขนาดใหญ่ปานกลาง ออกกว้างและลึกมาก หลังตรง สะโพกใหญ่ ไหล่หนา คอสั้น ลำตัวมองดูเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีกล้ามเนื้อมาก ขนมีลักษณะสั้นเกรียน สีขาวครีมหรือน้ำตาลอ่อน หูขนาดเล็กและสั้นพอสมควร มีตะโหนักเพียงเล็กน้อย เหนียงคอหอย่อนยานพอสมควร หันงสะดือหอย่อนยานเล็กน้อย เพศผู้โตเต็มที่ น้ำหนักประมาณ 900 - 1,000 กิโลกรัม เพศเมีย 600 - 700 กิโลกรัม น้ำหนักแรกเกิด 29 - 32 กิโลกรัม น้ำหนักหย่านม 170 - 200 กิโลกรัม โคสาวผสมพันธุ์ที่อายุ 14 เดือน น้ำหนัก 280 กิโลกรัม ขึ้นไป ช่วงห่างการให้ลูก 500 วัน อัตราการเจริญเติบโตต่อวันเมื่อขุน 1.1 - 1.4 กิโลกรัมต่อวัน เปอร์เซ็นต์ซากสด 61 - 63 และ เปอร์เซ็นต์ซากเย็น 60 - 62

7. โคพันธุ์กบินทร์บุรี เป็นโคลูกผสมระหว่างพันธุ์ซิมเมนทอลกับพันธุ์อเมริกันบราห์มัน กรมปศุสัตว์ ได้มอบหมายให้ศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ปราชญ์บุรี (ตั้งอยู่ที่ อำเภอกบินทร์บุรี) ดำเนินการสร้างโคพันธุ์ใหม่ให้เป็นโคกึ่งเนื้อกึ่งนม โดยลูกโคเพศผู้ใช้เป็นโคขุนได้และแม่โคใช้รีดนมได้ การสร้างพันธุ์ในฝูงปรับปรุงพันธุ์โดยนำน้ำเชื้อโคพันธุ์ซิมเมนทอล คุณภาพสูงจากสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ผสมกับแม่โค

อเมริกันบราห์มันพันธุ์แท้ ได้โคลูกผสมชั่วที่ 1 ที่มีเลือดร้อยละ 50 ซิมเมนทอล และร้อยละ 50 อเมริกันบราห์มัน แล้วผสมโคชั่วที่ 1 เข้าด้วยกัน คัดเลือกปรับปรุงให้เป็นโคเนื้อพันธุ์ใหม่ เรียกว่าโคพันธุ์กบินทร์บุรี มีสีแดงเข้ม คล้ายโคพันธุ์ซิมเมนทอลเป็นโคขนาดกลาง เพศผู้โตเต็มที่น้ำหนัก ประมาณ 900 - 1,000 กิโลกรัม เพศเมีย 600 - 700 กิโลกรัม โคพันธุ์นี้มีข้อดีคือ หากเลี้ยงแบบโคเนื้อ มีการเติบโตเร็ว ซากมีขนาดใหญ่ที่สนองความต้องการของตลาดเนื้อโคคุณภาพดีได้ ทนทานต่อสภาพอากาศร้อนได้ดีพอสมควรเหมาะที่นำมาผสมกับแม่โคพื้นเมือง โคอเมริกันบราห์มันและลูกผสมอเมริกันบราห์มันเพื่อนำลูกเพศผู้มาเลี้ยงเป็นโคขุน ลูกเพศเมียใช้รีดนมได้มากพอสมควร หากเลี้ยงเป็นโครีดนมควรเลี้ยงใกล้กับแหล่งเลี้ยงโคนมที่สามารถรับซื้อน้ำนมดิบได้ จะได้ไม่มีปัญหาในการจำหน่ายนม แต่การเลี้ยงต้องอาศัยการดูแลเอาใจใส่พอสมควร ไม่เหมาะที่นำไปปล่อยเลี้ยงในป่าหรือปล่อยในทุ่ง และต้องดูแลเอาใจใส่ให้ดี น้ำหนักแรกเกิด 29 - 31 กิโลกรัม น้ำหนักหย่านม 160 - 165 กิโลกรัม เมื่อเลี้ยงขุนโคมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ย วันละ 900 - 1,211 กรัม เปอร์เซ็นต์ซากขุน 56.60 เปอร์เซ็นต์ซากเย็น 53.40 เนื้อมีสีแดงเข้ม อาจเป็นข้อดีของตลาดเนื้อโคคุณภาพดี เมื่อเปรียบเทียบกับโคลูกผสมชาร์โรเลส์ เช่น โคพันธุ์ตาก และโคกำแพงแสน

8. โคพันธุ์กำแพงแสน เป็นโคพันธุ์ที่มีการปรับปรุงพันธุ์โคพื้นเมืองของไทย ที่มีคุณสมบัติที่โดดเด่นในเรื่องความสมบูรณ์ คือ เป็นสัตว์เร็ว ผสมติดง่าย ได้ลูกทุกปี ทั้งที่ได้รับอาหารไม่ค่อยสมบูรณ์นัก แต่เนื่องจากโคพื้นเมืองของไทยไม่สามารถนำมาเลี้ยงเป็นโคขุนในระบบธุรกิจได้ เพราะมีขนาดลำตัวเล็กและโตช้า ซึ่งได้มีการปรับปรุงโคพื้นเมือง โดยนำเชื้อโคอเมริกันบราห์มันเข้ามาผสมเพื่อให้ได้ลูกโคที่มีขนาดใหญ่และโตเร็วขึ้น แต่มีการทราบกันดีอยู่แล้วว่าโคอเมริกันบราห์มัน มีข้อด้อยเรื่องความสมบูรณ์พันธุ์ การยกระดับโคอเมริกันบราห์มันให้สูงขึ้น ซึ่งมีปัญหาการผสมติดยากมากขึ้น ยิ่งถ้าหากได้รับอาหารไม่สมบูรณ์โคไม่ยอมเป็นสัตว์ นอกจากนั้นคุณภาพของโคอเมริกันบราห์มันก็ด้อยกว่าโคเมืองหนาว การผสมโคกำแพงแสน ซึ่งมีเลือดโคพื้นเมืองไว้ร้อยละ 25 เพื่อให้ได้โครงสร้างใหญ่ขึ้นแล้ว ซึ่งมีการคิดนำเอาโคชาร์โรเลส์เข้ามาช่วยในเรื่องการให้เนื้อและการเจริญเติบโต โดยจำกัดเลือดของพันธุ์ชาร์โรเลส์ไว้เพียงร้อยละ 50 โคพันธุ์กำแพงแสนมีเลือดผสมพื้นเมืองร้อยละ 25 อเมริกันบราห์มันร้อยละ 25 ชาร์โรเลส์ร้อยละ 50 ได้ปรับปรุงขึ้นมาโดยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

9. โคเนื้ออุพาน เป็นการปรับปรุงสายพันธุ์หนึ่งของพันธุ์วากิว (Wagyu) มาจากคำผสม 2 คำ คือ Wa หมายถึง ประเทศญี่ปุ่น และ Gyu หมายถึง โค ดังนั้น Wagyu หมายถึง โคญี่ปุ่น สำหรับโคเนื้ออุพานเป็นสายพันธุ์หนึ่งของ Japanese Black ซึ่งผลิตเนื้อที่มีคุณภาพสูงที่สุด มีคุณภาพซากสูงกว่าทุกๆ สายพันธุ์เป็นที่รู้จักในชื่อ Kobe Beef และ Matsusaka Beef ซึ่งถือว่าเป็นโคเนื้อที่ให้เนื้อที่มีคุณภาพดีที่สุดในโลก ลักษณะเนื้อมีความนุ่ม ไขมันแทรกเกรดสูง จุดเด่นที่สำคัญของโคเนื้ออุพานคือมีสัดส่วนของกรดไขมันไม่อิ่มตัวต่อกรดไขมันอิ่มตัวสูงกว่าโคเนื้อทั่วไปคือเท่ากับ 2.0 : 2.2 สำหรับโคเนื้อทั่วไปมีสัดส่วนเท่ากับ 1.8 : 2.2 ซึ่งกรดไขมันไม่อิ่มตัวมีผลทำให้เนื้อโคเนื้ออุพานปลอดภัยต่อการบริโภค

การคัดเลือกโคเนื้อมาขุน โคเนื้อขุนที่ดีควรมีคุณสมบัติ ดังนี้ หาซื้อได้ง่ายและราคาถูก เลี้ยงดูง่าย ทนโรค ทนเห็บ ทนร้อน เติบโตเร็ว ประสิทธิภาพการใช้อาหารสูง คือ สามารถเปลี่ยนอาหารเป็นเนื้อได้ดี คุณภาพซากดี คือ มีเนื้อมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อที่มีราคาแพงคือ เนื้อสันและเนื้อสะโพก ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดและได้ราคาสูง สำหรับแหล่งที่หาซื้อโคเนื้อมาขุนมักได้จากโคเนื้อในคอกของผู้เลี้ยงเอง ซึ่งเลี้ยงแม่ผลิตลูกอยู่แล้ว ซื้อลูกโคเนื้อจากผู้ผลิตลูกโคเนื้อขายหรือซื้อโคเนื้อจากตลาดนัดค้าสัตว์ต่างๆ สามารถสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับตลาดนัดค้าสัตว์ได้หรือสำนักงานปศุสัตว์จังหวัด

ขั้นตอนการเลี้ยงโคขุน การเลี้ยงโคเนื้อให้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยได้รับอาหารที่มีคุณภาพดีอย่างเต็มที่ในช่วงระยะหนึ่ง ซึ่งให้โคเนื้อกินอาหารหยาบหญ้าหรือฟาง แล้วยังต้องมีการให้อาหารข้นเพิ่มเติมอีกด้วย ทำให้โคเนื้อเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ได้เนื้อที่มีคุณภาพดี ความต้องการบริโภคเนื้อได้เพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน แต่ในขณะเดียวกันจำนวนประชากรสัตว์โดยเฉพาะโค มิได้เพิ่มสูงขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค การเลี้ยงโคเนื้อ ซึ่งได้รับการยอมรับกันอย่างแพร่หลายมากขึ้น การเลี้ยงโคขุนเป็นการเลี้ยงโคเนื้ออีกรูปแบบหนึ่งที่มุ่งผลิตเนื้อโคคุณภาพดี เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดทดแทนการนำเข้าเนื้อจากต่างประเทศ การเลี้ยงโคขุนใช้เวลาน้อยกว่าการเลี้ยงโคเนื้อโดยทั่วไป การเลี้ยงโคขุนสามารถยึดเป็นอาชีพได้และเป็นอาชีพที่หารายได้ดี ทำให้ผู้เลี้ยงโคเนื้อใช้เวลาว่างและวัสดุเหลือใช้ เช่น เปลือกสับปะรด มันสำปะหลัง ให้เป็นประโยชน์ตลอดทั้งช่วยแก้ปัญหาการตลาดของพืชไร่ราคาต่ำ โดยนำผลผลิตเหล่านั้นมาเปลี่ยนเป็นอาหารสำหรับเลี้ยงโคเพื่อผลิตเนื้อโคซึ่งทำให้ได้ราคาสูงกว่า ข้อควรพิจารณาก่อนตัดสินใจเลี้ยงโคขุน เพื่อให้ได้กำไร ซึ่งต้องพิจารณาว่าสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ได้หรือไม่ ดังนี้ มีปัญหาทางสังคมหรือไม่ มีทุนพอหรือไม่ หาโคที่ตีมาขุนได้หรือไม่ มีปัญหาเรื่องอาหารโคหรือไม่ มีความรู้ความเข้าใจในการเลี้ยงโคขุนมากพอหรือไม่ มีเวลาดูแลกิจการพอหรือไม่ มีรู้ทางเรื่องตลาดหรือยัง ผู้ที่เลี้ยงโคขุนควรดำเนินพิจารณาถึงความเป็นไปได้หรือความพร้อมดังกล่าวแล้ว ต้องศึกษาวิธีการเลี้ยง อ่านจากเอกสารต่างๆ หรือเข้ารับการฝึกอบรม และควรไปเยี่ยมชมกิจการของเกษตรกรที่เลี้ยงโคขุนอยู่แล้ว รวมกลุ่มผู้สนใจการเลี้ยงโคขุนสำหรับเกษตรกรรายย่อยและรายขนาดกลางให้ได้ผลดี ต้องมีการรวมเป็นกลุ่มผลิตโคเนื้อ ซึ่งทำให้สะดวกและประหยัดหลายๆ ด้าน เช่น การจัดซื้อลูกโคมาขุน การจัดซื้ออาหารและการดำเนินการเรื่องตลาด เพราะผู้ซื้อย่อมต้องการให้มีโคขุนป้อนตลาดอย่างต่อเนื่อง และคุณภาพสม่ำเสมอ การติดต่อตลาดควรทำในนามกลุ่ม การเตรียมเงินทุน จัดเตรียมแปลงหญ้า ต้องลงมือปลูกหญ้าก่อนที่นำโคเข้าคอกขุนประมาณ 2 เดือน สร้างคอก จัดเตรียมอาหารข้น ซื้อโคเข้าคอก ลงมือเลี้ยงโคขุนวางแผนระยะยาว กล่าวคือ คาดว่าอนาคตมีผู้เลี้ยงโคขุนกันมากขึ้น คงหาซื้อลูกโคขุนได้ยากขึ้น หรือซื้อได้ราคาแพง ควรวางแผนระยะยาว โดยหาซื้อแม่โคมาเลี้ยงไว้ปริมาณเพิ่มขึ้น หรือหาช่องทางสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับผู้เลี้ยงแม่โค การขุนโคเนื้อ แบ่งออกเป็น 2 วิธี ตามการให้อาหาร ดังนี้

1. การขุนด้วยการให้อาหารหยาบเพียงอย่างเดียว ซึ่งต้องได้รับหญ้าสดที่มีคุณภาพดี ตัดให้กินหรือปล่อยเลี้ยงโคเนื้อในทุ่งหญ้า การขุนวิธีนี้ไม่แตกต่างกับการเลี้ยงโคเนื้อทั่วๆ ไปมากนัก ต้องใช้ระยะเวลานานในการเพิ่มน้ำหนักตัวตามต้องการอีกทั้งยังได้เนื้อที่ไม่ค่อยมีคุณภาพดีเท่าที่ควร แต่ก็เหมาะสมกับความต้องการของตลาดในท้องถิ่น ซึ่งไม่ต้องการบริโภคเนื้อที่มีคุณภาพสูงนัก และค่าใช้จ่ายการขุนโคเนื้อที่ต้นทุนต่ำ

2. การขุนด้วยอาหารหยาบเสริมด้วยอาหารข้น เป็นธุรกิจการขุนโคที่ต้องลงทุนสูงมุ่งให้ได้เนื้อโคขุนคุณภาพดีส่งขายให้กับตลาดเนื้อชั้นสูง แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ตามอายุและคุณภาพเนื้อที่ได้ ดังนี้

2.1 การขุนลูกโคเนื้ออ่อน เพื่อส่งโรงฆ่าเมื่ออายุน้อย ส่วนใหญ่นิยมใช้ลูกโคนมเพศผู้เริ่มขุน ตั้งแต่ลูกโคอายุได้ 1 สัปดาห์ หรือหลังจากได้รับนมแม่เหลืองตามกำหนดแล้ว อาหารที่ใช้ลงทุนซึ่งใช้หางนมผงเป็นหลัก ใช้เวลาขุนจนลูกโคมีอายุประมาณ 6 - 8 เดือน โคเนื้อมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วได้เนื้อที่มีคุณภาพดี เพื่อจำหน่ายส่งโรงฆ่า

2.2 การขุนโคเนื้อที่เริ่มขุนเมื่อโคเนื้อที่มีอายุประมาณ 1 ปีครึ่ง หรือมีน้ำหนักประมาณ 200 - 250 กิโลกรัม ใช้ระยะเวลาขุนประมาณ 6 เดือน ให้ได้น้ำหนัก 400 - 450 กิโลกรัม แล้วส่งโรงฆ่าเป็นรูปแบบการขุนที่นิยมกันแพร่หลายในปัจจุบัน ส่วนใหญ่นิยมใช้โคเนื้อลูกผสมที่ทดสอบแล้ว ซึ่งมีการเจริญเติบโตดี คุณภาพเนื้อที่ได้ดีกว่าการขุนในรูปแบบอื่นมาก และเกษตรกรหันมายึดเป็นอาชีพกันมากขึ้นในปัจจุบัน

2.3 การขุ่นโคที่มีอายุมาก หรือโคที่โตเต็มวัยแล้ว ส่วนใหญ่จะเป็นโคที่ปลดจากการใช้แรงงานซึ่งมีอายุมักจะไม่ต่ำกว่า 5 ปี เป็นการขุ่นเพื่อเพิ่มกล้ามเนื้อเพียงบางส่วน แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการเพิ่มไขมันหุ้มซาก โดยไม่สนใจไขมันแทรกในเนื้อ จะใช้เวลาในการขุ่นประมาณ 3 เดือน โคที่ได้จากการขุ่นประเภทนี้โดยทั่วไปนิยมเรียกว่าโคมัน ซึ่งหลักในการช่วยพิจารณาจัดหาโคเนื้อเข้ามาขุ่นเพื่อขาย การเลือกซื้อโคเนื้อมาขุ่นควรพิจารณาเลือกซื้อพันธุ์โคเนื้อที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโคเนื้อขุนด้วย เช่น โคเนื้อพันธุ์พื้นเมืองตลาดชั้นสูงไม่ต้องการเพราะซากเล็ก ไขมันแทรกน้อย หน้าตัดเนื้อสันเล็ก พันธุ์โคเนื้อที่เหมาะสมในการนำมาขุ่นควรเป็นโคเนื้อลูกผสมที่มีสายเลือดโคเนื้อยุโรปอยู่ในช่วงร้อยละ 50 - 62.5 เพราะพบว่าโคเนื้อที่มีสายเลือดของโคเนื้อยุโรปอยู่สูงกว่านี้ มีปัญหาการเลี้ยงในสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย

บทที่ 4

การผลิตสร้างมูลค่าสินค้าโคเนื้อ

4.1 กรอบแนวคิดยุทธศาสตร์กรมปศุสัตว์

กรมปศุสัตว์ เป็นหนึ่งองค์การที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทำหน้าที่กำหนดทิศทางและนโยบาย การควบคุม การกำกับ การส่งเสริม การวิจัย การถ่ายทอดเทคโนโลยีและการพัฒนาเทคโนโลยีเกี่ยวกับการปศุสัตว์ รวมทั้งบริหารจัดการทรัพยากรพันธุกรรมและความหลากหลายทางชีวภาพด้านการปศุสัตว์ของประเทศ เพื่อให้มีปริมาณสัตว์ที่เพียงพอและมีมาตรฐาน ถูกสุขอนามัย ปราศจากโรค สารตกค้าง และสารปนเปื้อน มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล นอกจากนี้ยังมีภารกิจสำคัญด้านการส่งออกสินค้าปศุสัตว์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นองค์การหลักแห่งหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก โดยที่ผ่านมานั้นได้มีการแปลงนโยบาย แผนงาน โครงการและกิจกรรมต่างๆ ไปสู่การปฏิบัติ ดำเนินงานตามกรอบของนโยบายรัฐบาลและแผนยุทธศาสตร์กรมปศุสัตว์ พ.ศ. 2561 - 2565 กรมปศุสัตว์ได้ดำเนินงานตามกรอบทิศทางในการพัฒนาการปศุสัตว์ของประเทศทั้งระยะสั้นและระยะยาว ตามแผนยุทธศาสตร์ระยะแรกของแผนแม่บทด้านการปศุสัตว์ไทย พ.ศ. 2556 - 2560 ซึ่งมีการติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อประเมินผลการดำเนินงานว่าสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ มีปัญหาอุปสรรคจากการดำเนินงานอย่างไร และมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ให้เหมาะสมกับการนำไปปฏิบัติอย่างไร ตามสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในการเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี ฯลฯ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป มีความจำเป็นที่ต้องทบทวน แผนยุทธศาสตร์เพื่อปรับปรุงให้มีความเหมาะสมและเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เป็นปัจจุบันมากที่สุด เพื่อให้การดำเนินงานมีความต่อเนื่อง และใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านการปศุสัตว์ของประเทศ ได้มีการกำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องเชื่อมโยงกับการบรรลุเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ชาติ เป้าหมายการให้บริการของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป้าหมายการให้บริการของกรมปศุสัตว์ภายใต้กรอบของแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐตามรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี นโยบายไทยแลนด์ 4.0 แผนพัฒนาการเกษตร ในช่วงร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566 - 2570 ร่างแผนยุทธศาสตร์กรมปศุสัตว์ พ.ศ. 2566 - 2570 รวมทั้งการเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนอย่างสมบูรณ์ และมีความสอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้การขับเคลื่อนการพัฒนางานด้านการปศุสัตว์ของประเทศสามารถดำเนินการได้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เกิดประโยชน์แก่ประชาชนและประเทศชาติอย่างสูงสุด กรมปศุสัตว์ ได้จัดทำยุทธศาสตร์โคเนื้อ 5 ปี พ.ศ. 2561 - 2565 ภายใต้วิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำการผลิตโคเนื้อที่เพียงพอต่อการบริโภค และส่งออกในภูมิภาค” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ เก็บรักษาแม่โคเนื้อพันธุ์ดีไม่ให้ถูกทำลาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อของเกษตรกรและผลิตโคเนื้อและเนื้อโคคุณภาพส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ นอกจากนี้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้มีการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อผ่านโครงการต่างๆ โครงการพัฒนาศักยภาพการผลิตและการตลาดโคเนื้อเพื่อรองรับ FTA การเปิดตลาดโคเนื้อเพื่อส่งออกของภาครัฐบาลสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน ตลอดจนส่งออกผลิตภัณฑ์โคเนื้อของประเทศไทยสู่ประเทศในแถบตะวันออกกลาง

4.2 แนวคิดการผลิตสินค้าโคเนื้อ

การเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรไทย ซึ่งได้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้แรงงานทำการเกษตรเป็นหลัก ปัจจุบันรูปแบบการเลี้ยงโคเนื้อได้เปลี่ยนมาเป็นการเลี้ยงเพื่อจำหน่าย โดยได้เลี้ยงเป็นโคเนื้อเพื่อผลิตเนื้อโค ตามความต้องการบริโภคเนื้อสัตว์ของประชากรเพิ่มขึ้น เพื่อสำหรับความต้องการของประชากรในประเทศ นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ตลอดจนความต้องการของตลาดต่างประเทศ โดยมีลักษณะการเลี้ยงเป็นการเลี้ยงครั้งละหลายๆ ตัวที่มีลักษณะรูปแบบเป็นฟาร์มมากขึ้น ตลอดทั้งรัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อเป็นโครงการหนึ่งในแผนปรับโครงสร้างระบบการผลิตการเกษตร โดยหวังให้การเลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพที่ทำรายได้ให้เกษตรกรอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งการส่งเสริมให้มีการเลี้ยงโคเนื้อเพิ่มขึ้นที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างอาชีพเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร ทำให้ต้องศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลรายได้ ต้นทุนและผลตอบแทนของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ตลอดจนทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานพิจารณากำหนดแนวทางส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ในการวางแผน เพื่อพิจารณาแก้ไขสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต ตลอดจนการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของการผลิตโคเนื้อของเกษตรกร ให้มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อช่วยให้เกษตรกรมีผลกำไรมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อควรศึกษาถึงสมรรถภาพการผลิต ต้นทุน ผลตอบแทน และทัศนคติการผลิตโคเนื้อของเกษตรกร ทำให้เป็นสิ่งจำเป็นและมีบทบาทสำคัญต่อการได้มาซึ่งข้อมูล ที่สามารถนำไปประเมินสถานการณ์ วางแผนคุณภาพการผลิต การป้องกันความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ อาจเกิดขึ้นกับการผลิต และส่งเสริมเกษตรกรให้สามารถผลิตโคเนื้อได้อย่างเหมาะสม และเอื้อต่อการผลิตเนื้อโคที่มีคุณภาพสูงแล้ว ยังช่วยในการพัฒนาพันธุ์โคเนื้อของเกษตรกร ซึ่งเป็นสัตว์ที่มีความสำคัญสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนไทยที่สามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องต่อการพัฒนาให้เป็นสัตว์เศรษฐกิจ และสามารถผลิตได้อย่างเพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศหรือส่งออกขายยังต่างประเทศและการได้มาผลกำไรของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อสามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อที่ผ่านมายังประสบปัญหา เนื่องจากนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาโคเนื้อขาดความต่อเนื่อง เมื่อเปลี่ยนรัฐบาลนโยบายก็เปลี่ยนแปลง และด้วยสถานการณ์ในปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ทำให้อาชีพการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรขาดความมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาโคเนื้อของเกษตรกร มักประสบปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ การปรับปรุงพันธุ์ พบว่าพันธุ์โคเนื้อที่เกษตรกรเลี้ยงเป็นโคเนื้อพันธุ์ลูกผสมเพียงร้อยละ 32.5 ที่เหลืออีกร้อยละ 67.5 เป็นโคพันธุ์พื้นเมือง และลูกผสมพื้นเมือง การปรับปรุงพันธุ์ โดยวิธีผสมเทียมและการใช้พ่อโคพันธุ์ดีผสมพันธุ์ โดยรัฐบาลยังบริการไม่ทั่วถึงทำให้ขาดแคลนพ่อพันธุ์และแม่พันธุ์ที่ดีสำหรับการผลิตลูกโคเนื้อคุณภาพ เพื่อนำมาเลี้ยงเป็นโคขุนได้อย่างเพียงพอ และพืชอาหารสัตว์ ซึ่งเป็นสาเหตุหลัก เนื่องจากการขาดแคลนน้ำเพื่อปลูกพืชอาหารสัตว์ ตลอดทั้งเกษตรกรขาดความรู้ ความเข้าใจถึงความจำเป็นเก็บถนอมพืชอาหารสัตว์ไว้ใช้ยามขาดแคลนหรือฤดูแล้ง และปัญหาด้านการป้องกันและควบคุมโรคระบาด เนื่องจากเกษตรกรที่เลี้ยงโคเนื้อในประเทศไทยเป็นรายย่อย ทำให้ระบบการเลี้ยงไม่ได้มาตรฐาน ลูกโคเนื้อตายจากสาเหตุ โรคพยาธิมีอัตราสูง นอกจากนั้น การผลิตวัคซีนป้องกันโรคระบาดยังมีปริมาณไม่เพียงพอสำหรับการป้องกันโรคระบาด เป็นต้น

การเลี้ยงโคเนื้อ สำหรับการผลิตเพื่อส่งออกเชิงอุตสาหกรรมขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น พื้นที่ เงินทุน เวลา และสภาพภูมิอากาศสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เป็นต้น โดยมีการแบ่งโคที่เลี้ยงเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ ต้นน้ำ กลางน้ำ เลี้ยงจากกลุ่มต้นน้ำแล้วนำมาขุนต่อให้น้ำหนักตามระยะเวลาที่กำหนด และปลายน้ำนำโคที่ขุนเสร็จแล้วจากกลุ่มกลางน้ำและโคเนื้อปลดระวางหรือคัดทิ้งจากกลุ่มต้นน้ำ มาเชือดและชำแหละ ซึ่งปัจจุบันการผลิตโคเนื้อที่มีคุณภาพเป็นที่แพร่หลายมาก เนื่องจากให้ผลตอบแทนทางด้านเศรษฐกิจสูง โดยเกษตรกรบางรายนิยมเลี้ยงโคเนื้อตั้งแต่ต้นน้ำ คือ เลี้ยงตั้งแต่โคแม่พันธุ์เพื่อผลิตเอาลูกโคเนื้อแล้วนำไป

เลี้ยงขุนเพื่อส่งขายตลาด สำหรับบางกลุ่มใช้การนำเข้าจากนอกฟาร์ม ซึ่งใช้เวลาในการเลี้ยงน้อย ก่อนที่นำไปขุนและส่งขาย สำหรับการนำเข้าดังกล่าวมีข้อเสียหลายอย่าง คือ ใช้การลงทุนสูง เพราะโคเนื้อแต่ละตัวมีราคาที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะทางพันธุกรรม ลักษณะภายนอกและองค์ประกอบหลายอย่างและมีความเสี่ยงด้านโรค ซึ่งการนำเข้าทำให้เกิดโรคติดต่อได้ง่ายภายในฟาร์ม สำหรับการเลี้ยงโคต้นน้ำ ข้อดี คือ ไม่ต้องใช้ระยะเวลานานในการเลี้ยงลูกโค เมื่อลูกโคอายุประมาณ 1 ปีสามารถจำหน่ายได้ แต่อย่างไรก็ตามปัญหาการเลี้ยงเกี่ยวกับต้นทุนสำหรับการเลี้ยงโคเนื้อ เนื่องจากระยะเวลาและสภาวะแวดล้อมภายในฟาร์มอาจใช้เวลาการเลี้ยงที่นาน ทำให้ต้องมีการลงทุนกับค่าก่อสร้างวัสดุ ระบบการผลิตอาหาร การตลาดส่งออกและนำเข้า และค่าพันธุ์และอื่นๆ ทำให้เกษตรกรมีการลงทุนโดยสิ้นเปลือง เช่น เกษตรกรจำเป็นต้องใช้อาหารที่มีคุณภาพที่ดี เพื่อขุนให้แม่โคเนื้อในระยะตั้งท้องจนถึงคลอดมีน้ำหนักและสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง ซึ่งค่าอาหารที่นำเข้ามามีราคาที่สูงและต้องใช้ปริมาณมาก ทำให้ตลอดระยะเวลาต้องจ่ายเงินเป็นจำนวนมากส่งผลให้ต้นทุนการเลี้ยงสูงไม่สมดุลต่อกำไรที่ได้รับ เป็นต้น

4.3 การผลิตสร้างมูลค่าสินค้าโคเนื้อ

สินค้าโคเนื้อ ได้มีการแข่งขันภายใต้สภาวะตลาดที่เปิดกว้าง ซึ่งการทำธุรกิจโคเนื้อย่อมต้องคิดให้เหนือชั้นกว่าที่เคยเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งเริ่มมีบทบาทสำคัญในการช่วยเรียกความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ และสามารถรักษากลุ่มผู้บริโภคเดิมให้อยู่ต่อไปนานๆ โดยในอดีตที่ผ่านมาเน้นหากผลิตภัณฑ์โคเนื้อ ซึ่งประสบความสำเร็จได้ในท้องตลาด สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คงเป็นตัวผลิตภัณฑ์โคเนื้อที่ต้องมีคุณภาพที่เยี่ยมยอดกว่าคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า ถึงแม้ว่าปัจจุบันคุณภาพของผลิตภัณฑ์โคเนื้ออาจยังเป็นเรื่องที่สำคัญมาก แต่มีอีกสิ่งหนึ่งที่ก้าวขึ้นมามีส่วนสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ควบคู่ไปเช่นกัน ก็คือเรื่องของสร้างมูลค่าเพิ่มที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์โคเนื้อ ในบางกรณีส่วนของมูลค่าเพิ่มเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจหรือตัดสินใจที่ซื้อผลิตภัณฑ์โคเนื้อ ดังนั้นธุรกิจในปัจจุบันเห็นได้ว่า ไม่ใช่เป็นเพียงการขายผลิตภัณฑ์โคเนื้อเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีส่วนของการเพิ่มมูลค่าที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย ผลิตภัณฑ์โคเนื้อเหล่านั้น ทำให้ประสบความสำเร็จได้อย่างที่ควรเป็นภายใต้สภาวะตลาดที่เปิดกว้าง เพื่อความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์โคเนื้อ ซึ่งผลิตภัณฑ์สินค้าโคเนื้อจำแนกการตัดแต่งซาก ดังนี้

1. การตัดแต่งซากโคเนื้อแบบไทย (Thai Style Carcass Cutting in Cattle) ตัดแต่งซากสัตว์เพื่อการจำหน่าย สะดวกต่อการเก็บรักษา การบรรจุ การขนส่ง และการนำไปประกอบอาหารหรือแปรรูปทำผลิตภัณฑ์ ตลอดทั้งช่วยทำให้เกิดความยุติธรรมระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย เพราะเนื้อส่วนที่มีคุณภาพดีมีราคาถูกกว่าส่วนที่มีคุณภาพรองลงมา ซึ่งการตัดแต่งซากแยกส่วนของเนื้อแต่ละคุณภาพออกไปให้ชัดเจน การตัดแต่งจำเป็นต้องอาศัยความรู้ทางด้านกายวิภาค (Anatomy) และทักษะความชำนาญเป็นพิเศษ ซึ่งทำให้การตัดแต่งเป็นไปด้วยความรวดเร็ว และเกิดการสูญเสียอันเนื่องจากเศษเนืวน้อยที่สุด การตัดแต่งซากสัตว์แบบไทย เป็นวิธีการที่นิยมในแถบทวีปเอเชียและแอฟริกา เพราะวิธีนี้เป็นวิธีการแกะแยกเอาส่วนของเนื้อแดง ไขมัน เศษเนื้อ เอ็นพังผืด และกระดูกออกจากกัน ซึ่งเป็นกรรมวิธีที่ง่ายไม่ยุ่งยาก

2. การตัดแต่งซากโคเนื้อแบบสากล เป็นแบบของ National Livestock and Meat Board ซึ่งทำการตัดแต่งซากหลังจากแช่เย็นที่ 3 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 24 ชั่วโมง โดยก่อนตัดแต่งซากต้องมีการจดบันทึกน้ำหนักซากเย็น เพื่อบันทึกน้ำหนักส่วนที่ตัดออกเป็นส่วนเป็นเปอร์เซ็นต์ต่อน้ำหนักซากเย็น แล้วนำซากจากรางเหนือศีรษะวางลงบนโต๊ะตัดแต่งตามกลุ่มตลาดโคเนื้อคุณภาพ

4.4 ตลาดโคเนื้อภายในประเทศ

เนื่องจากลักษณะโครงสร้างตลาดโคเนื้อภายในประเทศ เป็นตลาดที่มีผู้ซื้อจำกัดแต่มีผู้ขายจำนวนมาก การเข้าตลาดเพื่อทำธุรกิจของพ่อค้าค่อนข้างยาก เนื่องจากต้องมีการลงทุนสูง และมีผลตอบแทนสูงเช่นกัน ทำให้การเข้าตลาดเพื่อทำธุรกิจของผู้ค้ารายใหม่ ต้องเสี่ยงกับอิทธิพลของผู้ค้ารายเดิม เนื่องจากตลาดโคชำแหละค่อนข้างแคบ ตลาดโคมีชีวิตแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ตลาดทั่วไป เป็นตลาดโคมีชีวิตของผู้เลี้ยงรายย่อยหรือฟาร์มขนาดเล็ก ผู้ซื้อเดินทางไปติดต่อซื้อและตกลงราคากันที่ฟาร์ม ผู้ซื้อส่วนมากเป็นพ่อค้ารายย่อยหรือพ่อค้าชำแหละท้องถิ่น ซึ่งทำให้รวบรวมซื้อแล้วขายต่อให้ผู้ชำแหละขายในท้องถิ่นหรือพ่อค้าขายปลีกหรือพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ลักษณะซื้อขายเป็นแบบขายเหมาเป็นหัวโดยต่อรองราคา และส่วนใหญ่ซื้อไปชำแหละขาย

2. ตลาดนัดโคเนื้อ ซึ่งเป็นตลาดที่จัดตั้งโดยเอกชน ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่มีปริมาณโคเนื้อเพียงพอ มีวัน - เวลาเปิดที่แน่นอนและเป็นประจำ ผู้ขายต้องนำโคไปตลาดนัด ซึ่งมีผู้ซื้อจำนวนมากหลายราย การมีตลาดนัดเป็นผลดีต่อทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ทำให้ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อได้ตามต้องการ ส่วนผู้ขายก็สามารถเสนอขายให้กับผู้ซื้อโคหลายรายแต่มีผลเสียต่อผู้ขายอย่างมาก ผู้ซื้อตกลงร่วมกัน ไม่แย่งกันซื้อ เจ้าของตลาดนัดบางตลาดเก็บค่าบริการจากผู้ขายเฉพาะจำนวนโคที่ขายได้เท่านั้น บางตลาดเก็บค่าบริการจากโคทุกตัวที่นำเข้าสู่ตลาด และตัวที่ขายได้ ต้องจ่ายมากกว่า อัตราและวิธีการเก็บค่าบริการขึ้นอยู่กับเจ้าของตลาด ซึ่งติดประกาศให้ทราบ การซื้อขายเป็นแบบต่อรองราคาและทั้งหมดเป็นแบบเหมาเป็นหัว ผู้ขายอาจเป็นเกษตรกรรายย่อยหรือพ่อค้าท้องถิ่นที่รวบรวมซื้อโคจากเกษตรกรรายย่อย แล้วมาขายในตลาดนัดอีกต่อหนึ่ง ผู้ซื้อเป็นพ่อค้าหลายประเภท อาจเป็นพ่อค้าขายปลีกเนื้อโค พ่อค้าขายส่งชำแหละหรือพ่อค้าขายส่งโคเนื้อมีชีวิตหรือเจ้าของโรงงานผลิตภัณฑ์เนื้อโค กรณีผู้ซื้อเป็นเกษตรกรที่มาซื้อเพื่อไปเลี้ยงต่อและใช้งานมีบ้างแต่เป็นส่วนน้อย

3. ตลาดเนื้อโคคุณภาพสูง เป็นตลาดที่ทำการซื้อ - ขายโคขุนลูกผสม ส่วนใหญ่เป็นลูกผสมระหว่างโคพื้นเมืองหรือบราห์มันกับโคพันธุ์ทางยุโรป อันได้แก่ พันธุ์ Charolais, Simmental หรือ Hereford ที่ได้ผ่านการเลี้ยงขุนด้วยอาหารที่มีส่วนประกอบของพลังงานสูงเป็นเวลานาน มากกว่า 3 เดือน ส่วนใหญ่มีตลาดที่แน่นอน ราคาการซื้อ - ขายขึ้นอยู่กับคุณภาพของเนื้อโคหรือ ที่เรียกว่าคุณภาพซาก

4.5 ลักษณะตลาดเนื้อโคในประเทศไทย

การแบ่งกลุ่มตลาดตามคุณภาพของเนื้อโค ได้มาจากแนวคิดที่ว่าผู้บริโภคในประเทศประกอบด้วยผู้ที่มีความหลากหลายในด้านฐานะทางเศรษฐกิจ ซึ่งทำให้มีความต้องการเนื้อโคที่มีคุณภาพและราคาที่หลากหลายแตกต่างกันออกไปอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้เป็นไปตามหลักของการบริโภคที่เชื่อมโยงแนบแน่นอยู่กับฐานะทางเศรษฐกิจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่เคยเกิดขึ้นและยังคงอยู่ในประเทศต่างๆ ทั่วโลก ลักษณะตลาดเนื้อโคประเทศไทยสามารถแบ่งกลุ่มตามคุณภาพเนื้อโคได้เป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ (ชัยณรงค์ คันธพนิต, 2538)

1. ตลาดลูกชิ้นเนื้อ คาดว่าการบริโภคลูกชิ้นของคนไทยได้มาจากชาวจีนในอดีต ซึ่งลูกชิ้นเป็นส่วนประกอบของอาหารจานด่วนในยุคนั้น และจวบจนปัจจุบันลูกชิ้นก็ยังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายสำหรับเนื้อโคที่ใช้ทำลูกชิ้นนั้นต้องการเนื้อแดงล้วนๆ ที่ไม่มีไขมัน ซึ่งทำให้ลูกชิ้นเกาะตัวกันแน่น เมื่อรับประทานเป็นส่วนประกอบกับก๋วยเตี๋ยวแล้วมีความรู้สึกวุ้นๆ เนื้อแน่นกรอบและรสชาติดีถูกปาก

2. ตลาดสดหรือตลาดเนื้อเชียง หมายถึงเนื้อโคที่วางจำหน่ายที่เชียงตามตลาดสดทั่วไปเนื้อโคมีลักษณะเส้นเนื้อหยาบ สีแดงเข้มและไขมันสีเหลืองหุ้มพอประมาณ สำหรับไขมันแทรกนั้นไม่มีเลย

ในด้านความเหนียวนุ่ม กล่าวได้ว่าเป็นเนื้อที่เหนียว ดังนั้นโดยทั่วไป ผู้บริโภคจึงนิยมนำมาหั่นเป็นชิ้นบางๆ สำหรับประกอบอาหารที่ต้องต้มเคี่ยวนานๆ เช่น แกงเผ็ด แกงคั่วและเนื้อตุ๋น เป็นต้น

3. ตลาดห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารและโรงแรมระดับทั่วไป เนื้อโคที่เข้ามาวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ซึ่งผ่านการตัดแต่งเป็นชิ้นส่วนย่อยแล้ว บรรจุกาโดโฟมสีขาวห่อด้วยพลาสติกใสติดสติ๊กเกอร์ บอกชื่อห้างสรรพสินค้า ชื่อชิ้นส่วน ขนาด น้ำหนักและราคาไว้เรียบร้อย โดยวางขายในตู้เย็นที่เปิดด้านบนทำให้หยิบเลือกง่าย รูปแบบเช่นนี้เป็นที่นิยมและยอมรับกันอย่างกว้างขวาง เพราะมีความสะอาด มองเห็นเนื้อง่าย และชัดเจน ทราบราคา ปริมาณหรือน้ำหนักและชื่อชิ้นส่วนแน่นอน ทำให้ผู้บริโภคสามารถ เลือกซื้อได้ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นด้านราคาหรือความเหมาะสมที่นำไปทำอาหารตามความต้องการของตนเอง สำหรับรูปแบบการวางจำหน่ายเจ้าของหรือผู้ดำเนินกิจการห้างสรรพสินค้า ต้องจัดหาเนื้อโคที่มีสีและลักษณะของเนื้อที่ทำให้ผู้บริโภคพอใจ เป็นที่น่าเชื่อถือเป็นแกนหลัก สำหรับเนื้อโคที่นำมาวางจำหน่ายตามตลาดห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารและโรงแรมระดับทั่วไป ซึ่งเป็นเนื้อที่ได้จากโคเนื้อที่ยังมีคุณภาพไม่สูงนัก หากเปรียบเทียบกับมาตรฐานสากล ซึ่งห้างสรรพสินค้าทั่วไปก็ยังคงเน้นการนำเสนอและแข่งขันด้านราคาเป็นหลัก ซึ่งผู้บริโภคเองไม่มีความรู้ ความเข้าใจดีพอ ตลอดจนเนื้อที่ได้ก็เป็นเนื้อที่มีลักษณะหยาบ สีแดงเข้ม มีไขมันหุ้มสีเหลือง อาจมีไขมันแทรก มีความเหนียวเพราะเป็นโคเนื้อที่มีอายุมากแล้ว ก่อนส่งซากเข้าไปยังห้างสรรพสินค้า พ่อค้าเนื้อนำซากไปแขวนบ่มในห้องเย็นอุณหภูมิ 3 - 7 องศาเซลเซียส เป็นระยะเวลา 7 วันขึ้นไป เพื่อให้เอนไซม์ Cathepsins ภายในเนื้อเองนั้นได้มีโอกาสออกมาย่อยเส้นใยของเอ็นและพังผืดภายในก่อนเนื้อจนทำให้เนื้อนุ่มขึ้นเกือบเท่าเนื้อจากโคขุนอายุน้อยได้ ปัจจุบันคาดกันว่าเนื้อชนิดนี้มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 50 ของเนื้อโคที่วางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป

4. ตลาดห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารและโรงแรมระดับชั้น 1 ซึ่งมีความพิถีพิถันเจาะลึกอย่างมีความรู้เรื่องของเนื้อโคที่นำมาบริการลูกค้า มีการวางรายละเอียดเงื่อนไข (Specification) ที่ค่อนข้างเป็นมาตรฐานสากลโดยมีการระบุข้อความที่เข้มงวด ด้านแหล่งที่มาของสัตว์ วิธีการฆ่า แปรสภาพ การแช่เย็น การตัดแต่ง ตลอดจนมาตรฐานของบุคลากรและโรงงานที่ดำเนินการ ทำให้มีผู้จัดส่งสินค้าเนื้อโคไม่กี่รายในประเทศ ทำให้ต้องมีการลงทุนสูงด้านตัวสัตว์ โรงฆ่า ห้องเย็น ห้องตัดแต่งและอุปกรณ์เครื่องมือที่เกี่ยวข้อง

5. ตลาดเนื้อโคนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งนับว่าเป็นเนื้อโคขุนคุณภาพดีที่ยึดครองตลาดห้างสรรพสินค้าของเมืองไทยมาตั้งแต่แรกเริ่ม ซึ่งในอดีตโคเนื้อส่วนใหญ่ที่เข้าโรงฆ่าของประเทศไทยเป็นโคที่มีอายุมากปลดจากงานในไร่นา ซึ่งไม่ได้ผ่านการขุนมาก่อน ทำให้เป็นไปไม่ได้ที่หาเนื้อโคขุนภายในประเทศมาป้อนความต้องการของตลาด ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นคนที่ทำงานตามสถานทูตของประเทศตะวันตกประกอบกับคนเหล่านี้ก็มีสิทธิทางการทูตที่สั่งเนื้อโคขุนคุณภาพดีๆ เข้ามาจากประเทศของตนเองโดยไม่เสียภาษี

4.6 การเพิ่มศักยภาพผลิตโคเนื้อ

ประเทศไทยมีศักยภาพที่สำคัญในฐานะปลายทางสำหรับการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานเนื้อแบบใหม่ และเป็นนวัตกรรมประเทศไทยมีการเลี้ยงโคเนื้อมายาวนานซึ่งรวมถึงอุตสาหกรรมขุนโคเนื้อที่พัฒนามาเป็นอย่างดี การเพิ่มศักยภาพผลิตโคเนื้อเพื่อการอุตสาหกรรมผลิตเนื้อโคของประเทศไทย ซึ่งประเทศไทยตั้งอยู่ในตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ เพื่อตอบสนองอุปสงค์ความต้องการเนื้อโคคุณภาพของเอเชียที่กำลังเติบโตทางด้านเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในช่วงหลายปีข้างหน้า สำหรับการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานใหม่ที่สำคัญโดยใช้การแปรรูปเนื้อโคที่ทันสมัยและการจัดการแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดนั้นมีศักยภาพที่ผลักดันการพัฒนาอุตสาหกรรมเนื้อโคของประเทศไทยให้เป็นที่เชื่อมโยงการค้าที่สำคัญในภูมิภาคอาเซียนและเป็นประตูสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งชื่อเสียงที่ดีของประเทศไทยด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารมีแนวโน้มที่ผลักดันภาคเกษตรและอาหารแปรรูปสินค้า

ปศุสัตว์โคเนื้อ สำหรับผลิตสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนที่เป็นตลาดใหญ่ของการส่งออกโคเนื้อที่มีชีวิตของประเทศไทย อย่างไรก็ตามยังไม่มีตัวเลขสถิติการส่งออกจากประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน เนื่องจากประเทศไทยยังเป็นเขตไม่ปลอดโรคปากและเท้าเปื่อยทำให้ไม่สามารถส่งออกปศุสัตว์ไปสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ ทำให้ปัจจุบันประเทศไทยส่งออกโคเนื้อที่มีชีวิตไปสาธารณรัฐประชาชนจีนต้องผ่านสปป.ลาว เป็นหลัก โดยโคเนื้อที่มีชีวิตที่ส่งไปจากประเทศไทย รัฐบาลได้มีการส่งเสริมอาชีพและเพิ่มศักยภาพการผลิตโคเนื้อให้เพียงพอต่อการบริโภคและส่งออกในภูมิภาค รวมทั้งได้มีการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ โดยการเก็บรักษาแม่โคเนื้อพันธุ์ดีไม่ให้ถูกทำลาย เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อของเกษตรกร และผลิตโคเนื้อ และเนื้อโคคุณภาพส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ ซึ่งมีการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อผ่านโครงการต่างๆ รวมทั้งโครงการพัฒนาศักยภาพการผลิตและการตลาดสินค้าอาหารแปรรูปที่สร้างมูลค่าเพิ่ม

4.7 การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าโคเนื้อ

อุตสาหกรรมการผลิตโคเนื้อ ซึ่งผลผลิตโคเนื้อเป็นปัจจัยการผลิตในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญ ฐานะเป็นแหล่งรองรับผลผลิตโคเนื้อ และเป็นแหล่งเพิ่มรายได้ของครัวเรือน ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ สำหรับผู้เลี้ยงโคเนื้อเพื่อเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น เป็นการสนับสนุนการส่งออกที่ใช้สินค้าโคเนื้อเป็นวัตถุดิบหรือการแปรรูปสินค้าโคเนื้อที่ผลิตโดยผู้ประกอบการรายย่อย เพราะอุตสาหกรรมการผลิตโคเนื้อช่วยแก้ปัญหาการตลาดและราคาผลผลิตโคเนื้อ ได้ดีกับเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการส่งออกและการบริโภคภายในประเทศ ซึ่งมีความสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตโคเนื้อมาก เพราะถ้ารัฐบาลสามารถสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดอุตสาหกรรมการผลิตโคเนื้อขึ้นในประเทศไทยมากๆ แล้ว อุตสาหกรรมการผลิตโคเนื้อเหล่านี้เป็นแหล่งรองรับและเป็นแหล่งตลาดที่แน่นอนของผลผลิตโคเนื้อที่จะนำมาใช้เป็นปัจจัยการผลิตของอุตสาหกรรมอื่นๆ จึงเท่ากับว่าอุตสาหกรรมการผลิตโคเนื้อเป็นทางหนึ่งที่จะช่วยรักษาระดับราคาโคเนื้อ และเป็นหนทางเพิ่มรายได้ให้แก่คนส่วนใหญ่ของประเทศ

การแปรรูปเนื้อ (Meat Processing) ซึ่งเป็นการทำให้เนื้อสดถูกเปลี่ยนแปลงสภาพไปจากเดิมโดยอาจใช้วิธีการเพียง วิธีใดวิธีหนึ่งหรือหลายๆ วิธีรวมกัน เช่น การหั่น (Slicing) การสับละเอียด (Chopping) การใช้เครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส (Seasoning) การใช้วัตถุเจือปนในอาหาร (Food Additives) การบด (Grinding) การหมัก การรมควัน (Smoking) การบรรจุกระป๋อง การทำให้สุกและการแช่แข็ง เป็นต้น เพื่อเปลี่ยนเนื้อให้เป็นผลิตภัณฑ์พร้อมรับประทาน การแปรรูปเนื้อจึงประกอบด้วยการถนอมอาหาร (Food Preservation) ซึ่งหมายถึงการเก็บรักษาอาหารโดยวิธีต่างๆ ให้อาหารมีสภาพใกล้เคียงกับของสดที่สุด โดยสูญเสียคุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการน้อยที่สุด รวมทั้งการแปรรูปอาหาร (Food Processing) ซึ่งเป็นการนำอาหารมาผ่านกระบวนการต่างๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะตามต้องการให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและมีความปลอดภัย การแปรรูปเนื้อสัตว์ยังอาจครอบคลุมตั้งแต่การแปรรูปเนื้อสดเพื่อการบริโภค การผลิตและการเก็บรักษาสัตว์เนื้อ การแปรรูปเนื้อเป็นการผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาและเพิ่มมูลค่าของเนื้อ สำหรับกระบวนการแปรรูปจากเนื้อสดเป็นเนื้อที่พร้อมบริโภคได้ ตัวอย่างเนื้อแปรรูป ได้แก่ แฮม เบคอน คอร์นบีฟ แหนม หมูยอ กุนเชียง และไส้กรอกชนิดต่างๆ อีกหลายชนิด ก่อนที่ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดสำเร็จออกมาต้องผ่านหลายขั้นตอน ซึ่งมีขั้นตอนพื้นฐานที่เหมือนกันแต่แตกต่างกันในข้อปลีกย่อยหรือวัตถุดิบ การแปรรูปเนื้อเป็นการเปลี่ยนสภาพเนื้อไปเป็นผลิตภัณฑ์เนื้อเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาและเพิ่มมูลค่าของเนื้อโค มีขั้นตอนพื้นฐานการแปรรูปเนื้อสัตว์ ได้แก่ การหมัก การสร้างสูตรผสม การลดขนาด การสับ การปั่นผสม การบรรจุใส่ การรมควัน และการเก็บหมัก ในการผลิตผลิตภัณฑ์บางชนิดมีเพียงบางขั้นตอนเท่านั้น แต่บางชนิดต้องดำเนินการทั้งหมดซึ่งแตกต่างกันไปตามชนิดของผลิตภัณฑ์

การหมักเป็นการยืดอายุเก็บรักษาควบคู่ไปกับการเพิ่มรสชาติของเนื้อ เพื่อช่วยให้เกิดลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์ การหมักเนื้อใช้ส่วนประกอบหลักที่สำคัญ 2 ชนิด คือ เกลือ และไนไตรท์ เพื่อสร้างและรักษาสีของเนื้อให้คงทน เพื่อให้มีรสชาติและลักษณะเนื้อน่ารับประทาน

การหมัก (Curing) เป็นการเพิ่มรสชาติของการแปรรูปเนื้อสัตว์ควบคู่ไปกับการยืดอายุการหมักใช้เกลือเป็นส่วนประกอบหลักเพื่อสร้างสีและปรุงรสในเนื้อสัตว์ให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะพิเศษเฉพาะการหมักจะใช้เกลือมากเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาเนื้อเพื่อให้เกลือทำหน้าที่ยับยั้งการเน่าเสียได้ ซึ่งมีการลดปริมาณน้ำที่จุลินทรีย์จะนำไปใช้ในการเจริญเติบโต แต่การใช้เกลือในระดับที่สูงเกินไปนั้นอาจทำให้โมโอโกลบินเกิดออกซิไดส์เป็นผลให้เนื้อมีสีที่ไม่น่ารับประทานจึงมีการใช้สารประกอบพวกไนไตรท์เพื่อช่วยสร้างสีแดงที่ถาวร ซึ่งนับว่ามีความจำเป็นควบคู่ไปกับเกลือด้วย การหมักเนื้อใช้ส่วนประกอบหลักที่สำคัญ 2 ชนิด คือ เกลือ และไนไตรท์ นอกจากนี้ยังเติมส่วนประกอบอื่นๆ เพื่อเร่งการหมักให้ใช้เวลาในการทำผลิตภัณฑ์สั้นลงเพื่อสร้างและรักษาสีของเนื้อให้คงทนรวมทั้งมีรสชาติและลักษณะเนื้อน่ารับประทาน การใช้เกลือในปัจจุบันใช้ที่ระดับต่ำเพื่อการสร้างรสชาติที่ดี โดยที่ระดับนี้เกลือก็ยังสามารถทำหน้าที่ในการเก็บรักษาได้เหมือนเดิม การหมักเนื้อมีเทคนิคหรือวิธีการใช้อยู่หลายวิธี แต่หลักการของการใช้ทุกวิธี มีหลักการเดียวกันคือการกระจายอยู่ในส่วนผสมอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ เนื่องจากการกระจายตัวไม่สม่ำเสมอจะทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่สม่ำเสมอและทำให้ภายในผลิตภัณฑ์มีส่วนเน่าเสียเป็นแห่งๆ เช่น การหมักเปรี้ยวในแฮม ในผลิตภัณฑ์อื่นๆ อาจมีพื้นที่สีเทาเป็นหย่อมๆ อยู่ภายในเนื้อของผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภครังเกียจ การหมักในผลิตภัณฑ์นอกจากต้องการรสชาติแล้วยังต้องการให้เกิดสีที่คงทนและดึงดูดใจผู้บริโภค การเกิดสีในผลิตภัณฑ์เนื้อเริ่มจากการเกิดปฏิกิริยาเคมีในการเปลี่ยนไนเตรต หรือไนไตรท์ไปเป็นไนตริกออกไซด์ซึ่งมีกลไกหลายประการด้วยกันหากใช้ในรูปแบบเกลือบางส่วนของไนไตรท์จะอยู่ในรูปของกรดไนตริก (HNO_2) ซึ่งขณะนั้นความเป็นกรดต่างของเนื้อปกติจะมีค่าประมาณ 5.5 - 6.0 เป็นสภาวะแวดล้อมที่เหมาะสมที่กรดไนตริกแปรสภาพไปเป็นไนตริกออกไซด์

สำหรับความต้องการการบริโภคเนื้อโค ซึ่งได้รับการส่งเสริมความรู้การบริโภคเนื้อโคด้วยวิธีการบริโภคเนื้อโครูปของอาหารพร้อมรับประทาน การเลือกซื้อบริโภค ได้แก่ ลูกชิ้นเนื้อ ไส้กรอกเนื้อโค แห่นมเนื้อโค เนื้อโคฝอย เนื้อโคสวรรค์ เนื้อโคแดดเดียว และเนื้อโคหุบ ซึ่งต้องแปรรูปอาหารและทำเป็นอาชีพด้านความต้องการวิธีการส่งเสริมการบริโภคเนื้อโค ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการต้องได้รับการส่งเสริมในเรื่องการรวมกลุ่มอบรมการแปรรูป เพื่อให้ได้ความรู้ในกระบวนการแปรรูปเนื้อโคและนำไปใช้ประโยชน์สร้างอาชีพทำให้เกิดรายได้ รวมทั้งได้รับการสนับสนุนหรืออำนวยความสะดวกจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการต้องได้รับการสนับสนุนในเรื่อง มาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์ เช่น อาหารฮาลาลที่มีตราฮาลาลและแหล่งจำหน่ายเนื้อโคในพื้นที่ประชากรที่นับถือศาสนาอิสลาม เพื่อให้ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามและมีเชิงชำแหละเนื้อโคขายทุกวัน ราคาเนื้อโคไม่แพงเกินไป มีการส่งเสริมการขายเนื้อโคที่มีความเหมาะสมในการบริโภคและได้มาตรฐาน

4.8 ทิศทางการเพิ่มศักยภาพโคเนื้อของประเทศ

ประเทศไทยสามารถยกระดับการพัฒนาให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และเป้าหมายการพัฒนาประเทศข้างต้น จึงจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศระยะยาวที่ทำให้ประเทศไทยมีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายในและภายนอกประเทศในทุกมิติทุกรูปแบบและทุกระดับ ภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการของประเทศได้รับการพัฒนายกระดับไปสู่การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และพัฒนากลไกที่สำคัญในการ

ขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ที่จะสร้างและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ เพื่อยกระดับฐานรายได้ของประชาชนในภาพรวมและกระจายผลประโยชน์ไปสู่ภาคส่วนต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม คนไทยได้รับการพัฒนาให้เป็นคนดี คนเก่ง มีวินัย คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวม และมีศักยภาพในการคิดวิเคราะห์ สามารถรับรู้ ปรับใช้เทคโนโลยีใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง สามารถเข้าถึงบริการพื้นฐาน ระบบสวัสดิการ และกระบวนการยุติธรรม ได้อย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่มีใครถูกทิ้งไว้ข้างหลัง การพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ จะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนา ความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ โดยแต่ละยุทธศาสตร์มีเป้าหมายและประเด็นการพัฒนา ซึ่งเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความสามารถทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อเนื่อง อาทิ ปัจจัยด้านความผันผวนของเศรษฐกิจโลก กฎระเบียบระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางการค้า ทักษะความสามารถของแรงงาน โครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมสูงวัย และเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วที่ส่งผลให้ภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และภาคบริการต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค รูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายการพัฒนาของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคที่ทำให้เกิดการลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งจากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในอนาคต อาทิ เศรษฐกิจโลก โครงสร้างประชากร เทคโนโลยี ซึ่งทำให้ประเทศไทยเผชิญความท้าทายมากขึ้น ในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะต่อไป โดยยึดเป้าหมายในการยกระดับประเทศไทยให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยจำเป็นต้องปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจทั้งระบบ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันและส่งผลให้เกิดการยกระดับรายได้ และในขณะเดียวกันการพัฒนาดังกล่าว ซึ่งต้องส่งผลให้ความเหลื่อมล้ำลดลง ดังนั้น การพัฒนาประเทศในระยะต่อไป จำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยต้องสร้างเครื่องยนต์ทางเศรษฐกิจใหม่ที่ช่วยยกระดับการพัฒนาประเทศไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งการพัฒนาในช่วง 20 ปีข้างหน้า มุ่งเน้นการวิจัย พัฒนานวัตกรรม และนำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้และต่อยอดภาคการผลิตและบริการในปัจจุบัน เพื่อเพิ่มผลิตภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการในปัจจุบันไปสู่ภาคการผลิตและบริการใหม่ที่มีศักยภาพ การพัฒนารูปแบบการค้าให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป การส่งเสริมให้เกิดสังคมผู้ประกอบการ การพัฒนาทักษะและความสามารถของแรงงาน ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันจึงกำหนดแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ กับการพัฒนากลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคตที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการและการท่องเที่ยว โดยให้ประเทศสามารถยกระดับการผลิตทางการเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าให้สูงขึ้น ขณะที่มียุทธศาสตร์และบริการแห่งอนาคตที่จะเป็นกลไกขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคต รวมทั้งรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก ในขณะเดียวกันจำเป็นต้องพัฒนาปัจจัยสนับสนุนต่างๆ ทั้งในส่วน of โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพในด้านโครงข่ายคมนาคม พื้นที่และเมือง รวมถึงเทคโนโลยี และโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ เพื่ออำนวยความสะดวก และลดต้นทุนในการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน บุคลากร และเชื่อมโยงประเทศไทยกับประชาคมโลก และรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสู่อนาคต

ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน การเกษตรสร้างมูลค่า ประเทศไทยเป็นหนึ่งในความสำคัญด้านการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรในเวทีโลกด้วยพื้นฐานทางพืชเกษตรเขตร้อน และมีข้อได้เปรียบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ที่สามารถพัฒนาต่อยอดโครงสร้างธุรกิจการเกษตร ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม เน้นเกษตรคุณภาพสูงและขับเคลื่อน การเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตร เพื่อรักษารายได้เดิมและสร้างฐานอนาคตใหม่ที่สร้างรายได้สูง ทั้งเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป เกษตรอัจฉริยะ และระบบนิเวศการเกษตร เพื่อให้เกษตรกร มีรายได้สูงขึ้น

เนื่องจากภาคเกษตรมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นคงทางด้านอาหารและสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ รวมทั้งเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญ การพัฒนาภาคการเกษตรให้มีศักยภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขัน จะเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญที่จะช่วยให้การดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติในด้านต่างๆ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามเป้าหมาย โดยเฉพาะด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยการยกระดับผลผลิตการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตร ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม โดยการกระจายรายได้สู่ชุมชน ลดความเหลื่อมล้ำ ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยสร้างการเติบโตที่คำนึงถึงความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ช่วงปี พ.ศ. 2550 – 2560 ภาคเกษตรของไทย มีอัตราการเติบโตในระดับที่น้อยกว่าร้อยละ 1 โดยมีสาเหตุสำคัญจากข้อจำกัดด้านการใช้และเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่ไม่เหมาะสม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ ส่งผลกระทบต่อการยกระดับผลผลิตการผลิตและรายได้ของภาคเกษตร ซึ่งที่ผ่านมาได้มีมาตรการในการบรรเทาปัญหา แต่ส่วนใหญ่เป็นแผนระยะสั้นเพื่อการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า สะท้อนให้เห็นว่าภาคเกษตรของไทยยังได้รับการพัฒนาเพื่อยกระดับศักยภาพ และขีดความสามารถในการแข่งขันให้เทียบเท่ากับภาคการผลิตอื่นๆ และเป็นส่วนหนึ่งในการยกระดับรายได้ ของประเทศให้เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เพื่อเป็นการวางรากฐานการพัฒนาในระยะยาวอันจะนำไปสู่การพัฒนาและแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ จึงจำเป็นต้องมีทิศทางในการพัฒนาเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตรทั้งพืช ปศุสัตว์ และประมง เพื่อนำมาซึ่งโอกาสในการสร้างรายได้สร้างความมั่นคงทางอาหารและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับเกษตรกรในระยะ 20 ปีโดยในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการเกษตรให้ความสำคัญกับการยกระดับการผลิตให้เข้าสู่คุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย การใช้ประโยชน์จากความโดดเด่นและเอกลักษณ์ของสินค้าเกษตร รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพในแต่ละพื้นที่ การพัฒนาสินค้าเกษตรและการแปรรูปสินค้าเกษตร เพื่อสร้างมูลค่าและคุณค่าให้กับสินค้าเกษตร การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ในการผลิตและการจัดการฟาร์ม นอกจากนี้ ยังมีการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาระบบนิเวศของภาคเกษตร เพื่อเสริมสร้างให้การพัฒนามีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและเข้มแข็งประกอบด้วย 6 แผนย่อย โดยสรุป ดังนี้

1. เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้วยการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยีและนวัตกรรม การขึ้นทะเบียนและคุ้มครองสิทธิให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์ การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและผลิตภัณฑ์และการสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกรและชุมชน ในการพัฒนาอัตลักษณ์พื้นถิ่น รวมทั้งสร้างอัตลักษณ์หรือเรื่องราวแหล่งกำเนิด สร้างความแตกต่างและความโดดเด่น และสร้างแบรนด์ให้กับสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น และส่งเสริมการบริโภคสินค้าเกษตรอัตลักษณ์ พื้นถิ่นทั้งในระดับประเทศและเพื่อการส่งออก

2. เกษตรปลอดภัย พัฒนาคุณภาพมาตรฐานและระบบการรับรองความปลอดภัยในระดับต่างๆ รวมถึง การตรวจสอบย้อนกลับให้เป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตสินค้า เกษตรที่ได้คุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย เพิ่มความสามารถในการเข้าถึงอาหารอย่างทั่วถึงและปลอดภัย สร้างความตระหนักรู้ของผู้ผลิตและผู้บริโภคถึงความสำคัญของเกษตรปลอดภัย และส่งเสริมด้านการขยายตลาด บริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย รวมทั้งสนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์ตั้งแต่ระดับอินทรีย์วิถีชาวบ้าน เพื่อต่อยอดสู่ เกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ที่ได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

3. เกษตรชีวภาพ สนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรชีวภาพทางการเกษตรเพื่อนำไปสู่การผลิต และขยายผลเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ส่งเสริมการวิจัยพัฒนาองค์ความรู้และประยุกต์ใช้นวัตกรรมจากภูมิปัญญา ท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเพื่อการแปรรูปสินค้าจากความหลากหลายชีวภาพ ส่งเสริมและ สนับสนุนการผลิต การแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานเกษตรกรรมและฐานทรัพยากรชีวภาพ รวมถึง พัฒนาเชื่อมโยงไปสู่ภาคอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และใช้ฐานการทำเกษตรกรรมยั่งยืนเพื่อใช้ประโยชน์และต่อยอด ไปสู่สินค้าเกษตรชีวภาพ รวมทั้งส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรให้เป็นพืชเศรษฐกิจตามความเหมาะสม และส่งเสริมให้มีการนำวัตถุดิบเหลือทิ้งทางการเกษตรมาใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมและพลังงานที่เกี่ยวข้อง กับชีวภาพ

4. เกษตรแปรรูป สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการแปรรูปสินค้า เกษตรขั้นสูงที่มีคุณค่าเฉพาะ และผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และผลักดัน เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ตลอดจนให้ความสำคัญกับตราสินค้าและปกป้องสิทธิ ในทรัพย์สินทางปัญญา ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและผลิตผลทางการเกษตรเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทานให้แก่เกษตรกรและ สถาบันเกษตรกร รวมทั้งสนับสนุนการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ในการควบคุมคุณภาพและ ความปลอดภัย ติดตามผลิตภัณฑ์ระหว่างขนส่ง และยืดอายุของอาหารและสินค้าเกษตรในบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่ม มูลค่าให้แก่สินค้า

5. เกษตรอัจฉริยะ ส่งเสริมการวิจัยพัฒนาพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ปัจจัยการผลิต เครื่องจักรกลและ อุปกรณ์ทางการเกษตร รวมถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมเกษตรแห่งอนาคต เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการผลิตและ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตการเกษตรทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พัฒนาศักยภาพ เกษตรกรให้เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเกษตร เทคโนโลยีอวกาศและ ภูมิสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อวางแผนการเกษตร และพัฒนาเกษตรกรให้เป็นเกษตรกรอัจฉริยะที่มีขีด ความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งสนับสนุนและส่งเสริมการทำระบบฟาร์มอัจฉริยะ โดยถ่ายทอดและ สนับสนุนเทคโนโลยีให้แก่เกษตรกรในราคาที่สมารถเข้าถึงได้ ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการใช้ ประโยชน์จากข้อมูลในการวางแผนการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการ ของตลาด

6. ระบบนิเวศการเกษตร ให้ความสำคัญกับมาตรการสนับสนุนที่ช่วยให้การสร้างมูลค่า ในภาค เกษตรดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม อาทิ การเพิ่มประสิทธิภาพและการจัดการทรัพยากร ทางการเกษตร และการพัฒนาฐานข้อมูลทรัพยากรทางการเกษตร เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการพื้นที่ เกษตรกรรมอย่างเหมาะสม การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศการเกษตรและระบบติดตาม เฝ้าระวัง และ เตือนภัยสินค้าเกษตรให้ทันกับสถานการณ์ การส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สนับสนุนภาคการเกษตรที่สอดคล้องกับความต้องการและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ใน เชิงพาณิชย์ การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดหรือ

กลุ่มผู้บริโภค การส่งเสริมและขยายตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรในรูปแบบต่างๆ การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทางการค้าและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการให้มีความรวดเร็ว และการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การเกษตรเพื่อลดขั้นตอนและระยะเวลาในการส่งสินค้า

สำหรับความสามารถในการแข่งขันของสาขาการผลิตและบริการเป้าหมายประเทศไทย ซึ่งมีแนวทางการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาต่อยอดภาคการผลิตและอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไปสู่อุตสาหกรรมอนาคต ด้วยการพัฒนาอย่างเป็นระบบเพื่อเชื่อมโยงให้เกิดการส่งเสริมซึ่งกันและกันระหว่างสาขาร่วมกับการสร้างระบบนิเวศให้เอื้อต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ซึ่งมีมิติด้านการยกระดับสมรรถนะบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของการพัฒนาแห่งอนาคต สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมของเกษตรกร การปรับปรุง แก้ไขกฎระเบียบต่างๆ และการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น ทั้งนี้ สาขาการผลิตที่มีความสำคัญในปัจจุบัน และสาขาการผลิตที่ส่งเสริมการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในอนาคตภายใต้กรอบ ยุทธศาสตร์ชาติสาขาภาคการเกษตร ซึ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมาสัดส่วนของมูลค่าเพิ่มของภาคการเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศมีแนวโน้มลดลงจากร้อยละ 11.5 ปี พ.ศ. 2552 เป็นร้อยละ 8.1 ปี พ.ศ. 2561 แต่ภาคการเกษตรยังคงมีส่วนการจ้างงานสูงถึงร้อยละ 30.2 ของการจ้างงานทั้งหมดของประเทศ สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของภาคการเกษตรที่ยังคงเป็นแหล่งรายได้ของประชากรจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของมูลค่าเพิ่มกับสัดส่วนการจ้างงานในภาคการเกษตร กลับพบว่าผลิตภาพของแรงงานในภาคการเกษตรยังอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับภาคการผลิตอื่น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกษตรกรจำนวนมากมีฐานะยากจน สำหรับภาคเกษตรปัจจุบันยังมีจุดอ่อนหลายประการทั้งที่เป็นปัญหาเรื้อรังและเกิดใหม่เป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มผลิตภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากห่วงโซ่มูลค่า ได้แก่

1. ประชากรในภาคเกษตรส่วนใหญ่เป็นประชากรสูงอายุ ไม่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงหรือการนำความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตซึ่งต้องลงทุนจำนวนมาก
2. เกษตรกรทั่วไป ซึ่งมีข้อจำกัดการบริหารเชิงธุรกิจและเชื่อมโยงกับตลาด รวมถึงขาดทุนที่เพียงพอสำหรับปรับเปลี่ยนกิจการและพัฒนาตัวเองเข้าสู่กระบวนการผลิตและธุรกิจยุคดิจิทัล ท่ามกลางตลาดยุคใหม่ที่ถูกครอบงำโดยผู้ประกอบการรายใหญ่เพียงไม่กี่ราย เกษตรกรรายย่อยไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาดขนาดใหญ่
3. ทรัพยากรน้ำ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญของภาคเกษตร ที่ผ่านมามีปริมาณน้ำไม่พอเพียงสำหรับใช้ตลอดปีในหลายพื้นที่ ซึ่งเกษตรกรรายย่อยไม่สามารถเก็บกักน้ำไว้ได้จำนวนมาก
4. สถาบันเกษตรกรในรูปแบบต่างๆ ที่ช่วยสนับสนุนภารกิจด้านธุรกิจให้แก่เกษตรกรส่วนใหญ่ ยังไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างเข้มแข็งเพียงพอ

ความสอดคล้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีความสอดคล้องกับบริบทการพัฒนาภาคการเกษตรระยะยาวในระดับประเทศ เช่น ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) ประเด็นการเกษตรซึ่งเป็นแผนการพัฒนาเชิงเป้าหมายในระยะยาว แผนการปฏิรูปประเทศเป็นแผนที่มุ่งสู่การวางรากฐานการพัฒนาประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 และแผนยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2560 - 2579 ซึ่งแปลงยุทธศาสตร์ชาติสู่การปฏิบัติ สรุปประเด็นได้ ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) กำหนดวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

- 1) ด้านความมั่นคง
- 2) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
- 3) ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์
- 4) ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม
- 5) ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 6) ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

สำหรับยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตรมี 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ (1) ด้านการสร้าง ความสามารถในการแข่งขัน (2) ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม และ (3) ด้านการสร้าง การเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2. แผนการปฏิรูปประเทศ ประกอบด้วย 11 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านการเมือง
- 2) ด้านการบริหารราชการแผ่นดิน
- 3) ด้านกฎหมาย
- 4) ด้านกระบวนการยุติธรรม
- 5) ด้านเศรษฐกิจ
- 6) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 7) ด้านสาธารณสุข
- 8) ด้านสื่อมวลชนเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 9) ด้านสังคม
- 10) ด้านพลังงาน
- 11) ด้านการป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ

สำหรับแผนการปฏิรูปประเทศที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตรมี 6 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านบริหาร ราชการแผ่นดิน (2) ด้านเศรษฐกิจ (3) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (4) ด้านสาธารณสุข (5) ด้านสังคม และ (6) ด้านพลังงาน ซึ่งมีประเด็นปฏิรูปหลักๆ คือด้านเศรษฐกิจ ที่ทำให้ประเทศสามารถ ยกระดับความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการเกษตร โดยมุ่งเน้นตั้งแต่การผลิตผลผลิตการเกษตร (ต้นน้ำ) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการเลือกใช้ทรัพยากรการผลิตที่ตอบสนองต่อตลาด และส่งเสริมการแปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่าในสินค้าเกษตรพื้นฐาน (Commodities) เป็นต้น

3. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580) ประเด็น 3 การเกษตร กำหนดให้ ภาคเกษตรมีบทบาทเป็นผู้สร้างความมั่นคงทางด้านอาหารสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ และเป็นแหล่งจ้างงาน ที่สำคัญ โดยให้ความสำคัญกับ (1) การยกระดับการผลิตให้เข้าสู่คุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย (2) การนำความโดดเด่นและเอกลักษณ์ของสินค้าเกษตร รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพในแต่ละพื้นที่ มาเป็นประโยชน์ (3) การพัฒนาสินค้าเกษตรและการแปรรูปสินค้าเกษตร เพื่อสร้างมูลค่าและคุณค่าให้กับสินค้า เกษตร (4) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ในการผลิตและการจัดการฟาร์ม และ (5) การสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาระบบนิเวศของภาคเกษตร เพื่อเสริมสร้างให้การพัฒนา มีการเติบโต อย่างต่อเนื่องและเข้มแข็ง

4. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564 ซึ่งเกี่ยวกับภาคการเกษตร และให้ความสำคัญกับการต่อยอดจากความสำเร็จเชิงกายภาพสู่การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจและชุมชนตามแนวระเบียงเศรษฐกิจต่างๆ เพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการกระจายความเจริญในการพัฒนาชุมชน จังหวัดและเมืองตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ รวมถึงพื้นที่เชื่อมโยงอื่นภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นการนำความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ การพัฒนาต่อยอดด้วยการใช้นวัตกรรม สำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการทั้งในระดับพื้นบ้านจนถึงระดับสูงซึ่งมีผลต่อคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในวงกว้างใช้ความรู้และทักษะการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการวิจัย และพัฒนาและการพัฒนานวัตกรรมมาใช้ในทุกด้านของการพัฒนา การพัฒนามีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับกรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน การขยายและสร้างฐานรายได้ใหม่ที่ครอบคลุมทั่วถึงมากขึ้นควบคู่ไปกับการต่อยอดฐานรายได้เดิม สังคมไทยมีคุณภาพและมีความเป็นธรรมโดยมีที่ยืนสำหรับทุกคนในสังคมและไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง และเป็นการพัฒนาที่เกิดจากการผนึกกำลังในการผลักดันขับเคลื่อนร่วมกันของทุกภาคส่วน (Thailand 4.0) ยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับภาคเกษตรโดยตรงคือ ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และยุทธศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องอีก 5 ยุทธศาสตร์ คือ (1) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ (2) ยุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม (4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ และ (5) ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา ซึ่งยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และการค้าการลงทุน เพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ สร้างรายได้และกระจายรายได้สู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง นำไปสู่ความเข้มแข็งของทั้งเศรษฐกิจในภาพรวมและเศรษฐกิจฐานรากตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน สำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ในระยะที่ผ่านมา แม้ไม่อาจกล่าวได้ว่าประสบผลสำเร็จในด้านทุกมิติ หากแต่ความพยายามของภาคส่วนที่ร่วมพลังในการขับเคลื่อนประเทศ ภายใต้บริบทความรับผิดชอบของแต่ละองคาพยพ ได้ส่งผลให้การพัฒนาประเทศในหลายด้านมีความก้าวหน้าในหลายมิติ โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการวางรากฐานทางเศรษฐกิจและสังคม ไม่ว่าจะเป็นด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ การยกระดับขีดความสามารถของประเทศ ทั้งในภาคธุรกิจ การผลิต การศึกษา ที่มีการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อผลักดันให้การพัฒนาประเทศเกิดผลสำเร็จมากขึ้นอย่างไรก็ตามประเทศไทยยังคงต้องเผชิญกับข้อจำกัดและความท้าทายในการพัฒนาประเทศในระยะต่อไปอีกหลายประการ ทั้งที่เป็นผลตกค้างจากการไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และความจำเป็นในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในระดับโลก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13

5. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) เป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรก ซึ่งเริ่มต้นกระบวนการยกร่างกรอบแผนภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ให้มีผลในการใช้เป็นกรอบเพื่อกำหนดแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติและแผนปฏิบัติการช่วง 5 ปีที่สองของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) โดยการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) ได้น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็น

หลักนำทางการขับเคลื่อนและวางแผนการพัฒนาประเทศไปสู่การบรรลุเป้าหมายในมิติต่างๆ ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติให้ได้อย่างเป็นรูปธรรม ในช่วงเวลาที่ทั่วโลกรวมถึงประเทศไทยอยู่ในสภาวะที่ต้องเผชิญกับความท้าทายจากภายนอกและภายในประเทศที่มีความผันแปรสูงและมีแนวโน้มจะทวีความรุนแรงมากขึ้นในอนาคต ทั้งที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากการสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และข้อจำกัดของโครงสร้างภายในประเทศที่ยังคงรอการปรับปรุงแก้ไขในหลายมิติ การกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะต่อไปจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้งภายนอกและภายใน ตลอดจนผลจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่จะมีอิทธิพลต่อโครงสร้างและองค์ประกอบของประเทศในทุกมิติ เพื่อนำมาประมวลผลประกอบการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศที่ควรมุ่งไปในอนาคต บนหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่สอดคล้อง กับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (Sustainable Development Goals: SDGs) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นการนำพาประเทศไทยไปสู่การเป็นประเทศที่เศรษฐกิจเติบโตสังคมก้าวหน้าควบคู่ไปกับการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลในระยะยาว เพื่อให้ประเทศไทยสามารถสร้างสรรค์โอกาสจากทั้งความท้าทายภายนอก และสามารถเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายใน ให้สามารถเติบโตต่อไปได้อย่างมั่นคงท่ามกลางความผันแปรที่เกิดขึ้นรอบด้าน สามารถบรรลุเป้าหมายระยะ 20 ปีภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติตามกรอบระยะเวลาที่คาดหวังไว้ได้ ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนนโยบายแห่งรัฐ รวมถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศและโลก เพื่อนำมากำหนดเป็นทิศทางการพัฒนาประเทศได้อย่างเหมาะสม นอกจากต้องคำนึงถึงความสำคัญของมิติการพัฒนาต่างๆ ที่ส่งผลต่อภาพรวมของประเทศ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรมนุษย์ สิ่งแวดล้อม การพัฒนาที่ยั่งยืนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลอดจนการพัฒนาเชิงพื้นที่และความสามารถในการแข่งขันของประเทศแล้ว การประมวลกระบวนการหลักเพื่อสังเคราะห์ประเด็นการพัฒนาที่ประเทศไทยควรให้ความสำคัญและเป็นจุดมุ่งเน้นในระยะของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) ยังเป็นเงื่อนไขที่มีนัยสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาประเทศในระยะยาว โดยแผนที่มีกระบวนการหลักซึ่งมีจุดเน้นชัดเจนช่วยสนับสนุนให้การพัฒนาประเทศในแต่ละมิติที่สำคัญได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนบนเป้าหมายร่วมที่ชัดเจน เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการและวิธีการดำเนินงานให้บรรลุผลลัพธ์ที่มุ่งหวังได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) ประกอบด้วยหมวดหมู่การพัฒนา 13 หมวดหมู่ ที่กำหนดขึ้นเป็นประเด็นเชิงบูรณาการตามมิติการพัฒนา 4 ด้าน ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน โดยมีมิติการพัฒนา 4 ด้าน 13 หมวดหมู่ ได้แก่

1) มิติภาคการผลิตและบริการ เป้าหมายประกอบด้วย 6 หมวดหมู่ คือ (1) ประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง (2) จุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน (3) ฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญของโลก (4) ศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง (5) ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค (6) ศูนย์กลางด้านดิจิทัลและอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะของอาเซียน

2) มิติโอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคม ประกอบด้วย 3 หมวดหมู่ คือ (1) วิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ (2) พื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน (3) ความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอเหมาะสม

3) มิติความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 2 หมวดหมู่ คือ (1) ไทยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ (2) ลดความเสี่ยงและผลกระทบจากภัยธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

4) มิติปัจจัยผลักดันการพลิกโฉมประเทศ ประกอบด้วย 2 หมายความว่า คือ (1) กำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต (2) ภาครัฐทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

หมวดหมู่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านการเกษตร คือ หมวดหมู่ที่ 1 ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง เป้าหมายการพัฒนา คือ (1) มูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปสูงขึ้น (2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริหารจัดการ เพื่อคุณภาพและความยั่งยืนของภาคเกษตร (3) เพิ่มศักยภาพและบทบาทของผู้ประกอบการเกษตรในฐานะหุ้นส่วนเศรษฐกิจของห่วงโซ่อุปทานที่ได้รับส่วนแบ่งประโยชน์อย่างเหมาะสมและเป็นธรรม โดยมีกลยุทธ์การพัฒนา ได้แก่ (1) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมแบบมุ่งเป้าเพื่อให้เกิดการยกระดับกระบวนการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่ม (2) การส่งเสริมการผลิตและการขยายตัวของตลาด ของสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (3) การขยายผลรูปแบบเกษตรยั่งยืนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีมูลค่าเพิ่มสูงจากแบบอย่างความสำเร็จในประเทศ (4) การพัฒนาระบบบริหารจัดการน้ำเพื่อการเกษตรให้มีความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน (5) การส่งเสริมให้เอกชนลงทุนพัฒนาตลาดกลางและตลาดออนไลน์สินค้าเกษตร รวมถึงสินค้ากลุ่มปศุสัตว์และประมง (6) เพิ่มประสิทธิภาพของระบบประกันภัยสินค้าเกษตรให้มีความหลากหลายและเหมาะสมกับรูปแบบการผลิตสินค้าเกษตร (7) การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการฟาร์มและกิจกรรมหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มมูลค่าผลผลิตของเกษตรกร (8) การส่งเสริมให้เกษตรกรมีที่ทำกินและรักษาพื้นที่เกษตรกรรมที่เหมาะสมไว้เป็นฐานการผลิตการเกษตร (9) การพัฒนาฐานข้อมูลและคลังข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร รวมทั้งผลักดันให้มีการใช้ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ (10) การยกระดับขีดความสามารถของเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร (11) การพัฒนากลไกเพื่อเชื่อมโยงภาคีต่างๆ ทั้งภาคเอกชน ส่วนราชการ กลุ่มเกษตรกร และนักวิชาการในพื้นที่ ในการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจในการพัฒนาภาคเกษตรตลอดห่วงโซ่

6) แผนยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ซึ่งเป็นกรอบการดำเนินงานในการพัฒนาภาคการเกษตรของไทย ที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) โดยกำหนดเป้าประสงค์ชัดเจนที่จะยกระดับรายได้ของเกษตรกรให้หลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง หรือเกษตรกรต้องมีรายได้มากกว่า 390,000 บาทต่อคน ด้วยการยกระดับภาคเกษตรไทยให้เป็น Smart Agriculture การสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกร พัฒนาองค์ความรู้ยกระดับสู่การเป็น Smart Farmer การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร โดยขับเคลื่อนการวิจัย เทคโนโลยีและนวัตกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทานสินค้า และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ส่งเสริมการทำเกษตรยั่งยืน และการบริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน ส่งเสริมการทำเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากที่กล่าวมาชี้ได้ว่า ประเทศไทยอยู่ระหว่างการปรับเปลี่ยนจากการทำเกษตรแบบดั้งเดิม สู่การเกษตรสมัยใหม่เป็นเกษตร 4.0 นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ตั้งแต่การปรับปรุงพันธุ์ การเพาะปลูก แปรรูป จนถึงการตลาด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ยกระดับรายได้เกษตรกรและประชากรของประเทศ แต่ที่ผ่านมาประเทศไทยยังมีการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีการเกษตรที่ค่อนข้างจำกัด ยังก้าวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ในขณะที่การพัฒนาเทคโนโลยีในต่างประเทศมีความก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว อาทิ เทคโนโลยีชีวภาพจีโนมิกส์ การใช้ Image Technology ในการตรวจวิเคราะห์และแปลงภาพจำนวนมากเป็นระบบดิจิทัล (Digital) ทำให้ได้ข้อมูลจำนวนมากภายในเวลาสั้น ในขณะที่เดียวกันประเทศไทยยังมีการทำวิจัยไม่เพียงพอโดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิจัยพื้นฐานด้านการเกษตร เช่น วิทยาการพืช (Plant Sciences) สรีรวิทยาของพืช (Plant Physiology) เนื่องจากข้อจำกัดในการลงทุนวิจัยพัฒนา การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น เช่น Plant Phenotyping Screening และการพัฒนากำลังคน

นอกจากนี้ การวิจัยด้านการเกษตรปัจจุบันต้องอาศัยการทำงานร่วมกันระหว่างผู้เชี่ยวชาญหลายสาขา เช่น วิศวกรรมศาสตร์ อดุณิคมวิทยา คณิตศาสตร์และโมเดล (Mathematic and Modelling) ที่ผ่านมาผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้านมีจำกัดและมีความร่วมมือในการดำเนินงานไม่ชัดเจน ทำให้จำเป็นต้องมีความร่วมมือในการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในลักษณะการบูรณาการศาสตร์ ส่งเสริมการวิจัยสร้างความรู้ และพัฒนาเทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการเกษตร ทั้งนี้ การพัฒนาและใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมเกษตรดังกล่าวต้องการโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการวิจัยแบบเข้มข้น กำลังคนเชี่ยวชาญและมาตรการสนับสนุนต่างๆ ในขณะเดียวกันธุรกิจการเกษตรก็ต้องปรับเปลี่ยนจาก Traditional SMEs เป็นธุรกิจแบบ Smart Enterprises & Startup ให้บริการด้านการเกษตรโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นเครื่องมือ อาทิ ธุรกิจ Startup ที่ให้บริการระบบเกษตรแม่นยำ ใช้เทคโนโลยีในการสำรวจ ตรวจสอบ และระบบสารสนเทศเข้ามาช่วยวางแผน การเพาะปลูก การเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลดิน น้ำ อากาศ สภาพแวดล้อมและพืช รวมถึงต้องมุ่งพัฒนาเกษตรกรของประเทศให้เป็น Smart Farmer ที่พร้อมใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการผลิตและการจัดการตลาด มีความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีและแหล่งทุน

4.9 การพัฒนาเพิ่มศักยภาพ Bio Circular Green Economy Model

การพัฒนาของประเทศไทยได้มีบทบาทที่สำคัญ ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ และการค้าได้อย่างแน่นแฟ้นกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งเป็นจุดสำคัญของการเชื่อมโยงภูมิภาค ด้วยการคมนาคมขนส่งสินค้า การผลิต การค้า การลงทุนและการทำธุรกิจ เพื่อให้เป็นพลังการพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญด้านรายได้ และคุณภาพชีวิตของเกษตรกร ประชากรของประเทศให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่อยู่บนหลักการใช้การรักษาและการฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนไม่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติจนเกินพอดี ที่ไม่สร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมจนเกินความสามารถในการรองรับและเยียวยาของระบบนิเวศ การผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์มากขึ้นและสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพดีขึ้น เพื่อการพัฒนาอย่างสมดุล มีเสถียรภาพและยั่งยืน ซึ่งมีความท้าทายที่สำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจไทยในทศวรรษหน้า ของการพัฒนาเพิ่มศักยภาพเลี้ยงปศุสัตว์โคเนื้อ คือ ความผันผวนทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การระบาดของโรคอุบัติใหม่และอุบัติซ้ำ การแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ รวมถึงการลดลงของทรัพยากร ซึ่งการขับเคลื่อนที่เป็นสิ่งสำคัญ สามารถสร้างการพัฒนาได้อย่างสมดุลขึ้น ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม สำหรับเปลี่ยนแรงกดดันหรือข้อจำกัดให้เป็นพลังการขับเคลื่อน เพื่อให้เกิดการเร่งรัดพัฒนาความสามารถการฟื้นตัว และการสร้างภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้รัฐบาลได้ดำเนินเร่งรัดการผลิตสินค้าโคเนื้อให้มีมูลค่าสูงขึ้น ซึ่งเพิ่มศักยภาพการผลิตโคเนื้อให้มีคุณภาพสูง ด้วยรูปแบบที่ก้าวกระโดดของการพัฒนาต่อยอดและสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การกระจายรายได้ การสร้างโอกาสและความมั่งคั่งแบบทั่วถึง (Inclusive Growth) ด้วยการใช้โมเดลเศรษฐกิจใหม่ Bio Circular Green Economy Model ที่เรียกว่า BCG Model ซึ่งเป็นการพัฒนา 3 เศรษฐกิจ คือ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ซึ่งการพัฒนาในระยะเวลาที่ผ่านมาอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยเพียงร้อยละ 3 ต่อปี ด้วยอัตราการเติบโตดังกล่าวไม่เพียงพอในการนำพาประเทศไทยให้ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลางและลดความเหลื่อมล้ำ ทำให้ประเทศไทยมีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยอาศัยฐานความเข้มแข็งของประเทศอันประกอบด้วยความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรม ส่งเสริมและพัฒนาให้ผู้เลี้ยงโคเนื้อเป็นเจ้าของสินค้าและบริการมูลค่าสูงที่ยกระดับมูลค่าในห่วงโซการผลิตสินค้า

โคเนื้อและบริการ โดยการนำเทคโนโลยีนวัตกรรมดิจิทัลสมัยใหม่ที่จะช่วยลดข้อจำกัด เพื่อให้เกิดการก้าวกระโดดของการพัฒนาต่อยอดและสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน กระจายรายได้ โอกาส และความมั่งคั่ง เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรมกับการขับเคลื่อน BCG Model ที่มีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และสอดคล้องกับหลักการของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นหลักสำคัญ การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย เพื่อการพัฒนาศักยภาพสร้างมูลค่าเพิ่มโคเนื้อ ผลิตภัณฑ์โคเนื้อ กับโมเดลเศรษฐกิจ BCG ที่บูรณาการการพัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ซึ่งใช้องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) จากฐานความหลากหลายของทรัพยากรชีวภาพ และวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรโคเนื้อสู่สินค้าปลอดภัยต่อผู้บริโภค

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพ BCG Model ซึ่งมุ่งการพัฒนาเติบโตทางเศรษฐกิจเชิงคุณภาพ การเกษตรและอาหาร ระยะ 5 ปีที่ผ่านมามูลค่า GDP ของสาขาเกษตรเติบโตอัตราติดลบ ซึ่งการปรับโครงสร้างการผลิตสินค้าเกษตรทั้งระบบทำให้มีศักยภาพการเพิ่ม GDP ของภาคเกษตรได้สูงขึ้นเป็น 1.7 ล้านล้านบาท ด้วยการเพิ่มความหลากหลายของผลผลิตทางการเกษตร ทำให้มีระบบสนับสนุนการตัดสินใจจากการนำเทคโนโลยี การวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค (Customer Behavior Analytics) เพื่อก่อให้เกิดการผลิตแม่นยำ สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ลดของเหลือทิ้ง (Optimized Wasted Production) ตรวจสอบและติดตามผลผลิตได้แบบเรียลไทม์ ลดการบุกรุกผืนป่า (Forest Management) เนื่องจากการบริหารจัดการพื้นที่ การเพาะปลูกตามความเหมาะสมของพื้นที่ ซึ่งดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้เทคโนโลยีระบบการผลิต และ เครื่องจักรกลที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงความยั่งยืน การยกระดับสินค้าเกษตรสู่สินค้าปลอดภัย การสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Product Diversification) การสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) การมีระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) และการพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรปศุสัตว์ โคเนื้อให้ที่เป็นที่ยอมรับต่อผู้บริโภคระดับประเทศและระดับสากล

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีของโลก ซึ่งทำให้เกิดผลโดยตรงต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรอาหารดังกล่าว การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่สำคัญ คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามามีบทบาทตั้งแต่ภาคการเกษตรซึ่งเป็นจุดตั้งต้นของการผลิตอาหารด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีกลุ่มหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ (Robotics and AI) ผสมผสานกับเทคโนโลยีด้านเซ็นเซอร์และการตรวจวัด ระบบอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things, IOTs) เทคโนโลยีอากาศยานไร้คนขับ (UAV) ระบบโรงเรือนและวัสดุปลูกแบบใหม่ ทำให้การผลิตอาหารถูกควบคุมได้ด้วยระบบอัตโนมัติ ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ซึ่งปัจจุบันระบบฟาร์มอัจฉริยะหรือระบบการปลูกพืชแบบแนวตั้ง (Vertical Farm) ได้รับการพัฒนาและมีการประยุกต์ใช้ไปทั่วโลก โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีลักษณะภูมิอากาศและภูมิประเทศไม่เอื้ออำนวยต่อการทำการเกษตร ทำให้มีพื้นที่ในการผลิตอาหารของโลกเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกันพื้นที่เดิมที่มีการใช้ประโยชน์ในการผลิตอาหารก็ประสบปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศหรือความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม ทำให้ประสิทธิภาพการผลิตอาหารลดลง ซึ่งเทคโนโลยีกลุ่มต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ช่วยแก้ไขปัญหานี้ได้ นอกจากนี้เทคโนโลยีดิจิทัลยังเข้ามามีบทบาทสำคัญในกระบวนการผลิตและแปรรูปอาหารของโลก ทั้งการประยุกต์ใช้ระบบอัตโนมัติแทนมนุษย์ลดโอกาสการสัมผัสและปนเปื้อนของการผลิตอาหาร ตลอดจนการประยุกต์ใช้ระบบตรวจวัดที่แม่นยำและระบบการคำนวณข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) ที่ช่วยควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหารให้มีความสม่ำเสมอ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Blockchain ในการติดตามและวางแผนการขนส่งอาหาร (logistics) การเก็บรักษาและการกระจายผลิตภัณฑ์อาหาร การบริหารจัดการ Supply Chain รวมไปถึงการสร้างระบบการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) เพื่อตรวจสอบอาหารตั้งแต่ต้นทางการผลิต

ไปจนถึงมือผู้บริโภค นอกจากนี้ การนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้อย่างเต็มรูปแบบช่วยให้อุตสาหกรรมอาหารสามารถวางแผนการผลิตให้เกิดการใช้ประโยชน์ทรัพยากรและวัตถุดิบได้อย่างคุ้มค่าสูงสุด

ความท้าทายสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจไทยในทศวรรษหน้า คือ ความผันผวนทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การระบาดของโรคอุบัติใหม่และอุบัติซ้ำ การแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนการลดลงของทรัพยากร ทำให้การพัฒนาและขับเคลื่อนโมเดลเศรษฐกิจ BCG ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้สามารถสร้างการพัฒนาอย่างสมดุลมากขึ้นในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และเพื่อพัฒนาเปลี่ยนแปลงแรงกดดันหรือข้อจำกัดให้เป็นพลังการขับเคลื่อน ซึ่งทำให้เกิดการเร่งรัดพัฒนาความสามารถการฟื้นตัวและการสร้างภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพในเวลาอันรวดเร็ว ตลอดจนพฤติกรรมผู้บริโภคมีความต้องการการบริโภคที่เพิ่มขึ้น ซึ่งความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีทำให้เกิดการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทั่วถึง และรสนิยมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะความต้องการโปรตีนที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล ซึ่งทำให้มีความท้าทายอย่างยิ่งต่อการเปลี่ยนผ่านจากระบบการเลี้ยงปศุสัตว์แบบดั้งเดิม เพื่อเข้าสู่ลักษณะของระบบการเลี้ยงปศุสัตว์แบบอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตสินค้าปศุสัตว์ที่ให้มีคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) ให้เพียงพอต่อการบริโภคในประเทศ แหล่งท่องเที่ยว และส่งออกผลิตภัณฑ์สินค้าแปรรูปอาหารสุขภาพที่สร้างมูลค่าสูงสู่ต่างประเทศ สำหรับการผลิตสินค้าโคเนื้อ ที่มีการแข่งขันภายใต้สภาวะตลาดที่เปิดกว้าง ซึ่งการทำธุรกิจโคเนื้อย่อมต้องคิดเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งเริ่มมีบทบาทสำคัญในการช่วยเรียกความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ และสามารถรักษากลุ่มผู้บริโภครายเดิมให้อยู่ต่อไปนานๆ โดยในอดีตที่ผ่านมาเน้นหากผลิตภัณฑ์โคเนื้อ ซึ่งประสบความสำเร็จได้ในท้องตลาด สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คงเป็นตัวผลิตภัณฑ์โคเนื้อนั่นเองที่ต้องมีคุณภาพที่เยี่ยมยอดกว่าคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า ถึงแม้ว่าปัจจุบันคุณภาพของผลิตภัณฑ์โคเนื้ออาจยังเป็นเรื่องที่สำคัญมาก แต่มีอีกสิ่งหนึ่งที่ก้าวขึ้นมามีส่วนสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ควบคู่ไปเช่นกัน ก็คือเรื่องของสร้างมูลค่าเพิ่มที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์โคเนื้อ ซึ่งในบางกรณีส่วนของมูลค่าเพิ่มเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจหรือตัดสินใจที่ซื้อผลิตภัณฑ์โคเนื้อ ดังนั้นธุรกิจในปัจจุบันเห็นได้ว่าไม่ใช่เป็นเพียงการขายตัวผลิตภัณฑ์โคเนื้อเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีส่วนของการเพิ่มมูลค่าที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ปัจจุบันการเลี้ยงโคเนื้อของประเทศไทยได้ขยายตัวไปมาก แต่อย่างไรก็ตามปริมาณเนื้อโคยังไม่เพียงพอกับความต้องการ การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของจำนวนประชากร การขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว ตลอดจนความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ ต่างมีส่วนผลักดันให้ความต้องการอาหารที่เป็นโปรตีนจากเนื้อสัตว์เพื่อการบริโภคภายในประเทศ ทั้งปริมาณและคุณภาพที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ทำให้มีแรงจูงใจและผลักดันให้มีการพัฒนาอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อให้มีมาตรฐานสูงขึ้นจากระบบการเลี้ยงที่เป็นอาชีพเสริมหรือแบบรายย่อยที่มีการลงทุนต่ำมาสู่ระบบการเลี้ยงที่อาศัยวิชาการและมีการลงทุนสูงมากขึ้นปริมาณโคเนื้อยังเพิ่มขึ้นไม่มาก ซึ่งจำนวนโคเนื้อทั้งหมดที่เลี้ยงภายในประเทศพบว่ากว่าร้อยละ 90 ซึ่งยังคงอยู่กับเกษตรกรรายย่อย ทำให้การพัฒนาวิธีการเลี้ยงไปสู่ระบบฟาร์มขนาดใหญ่ ดำเนินการได้ยากเพราะต้องลงทุนสูง โดยเฉพาะที่ดินมีราคาแพงขึ้น ซึ่งภาคการเลี้ยงปศุสัตว์โคเนื้อ มีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นคงทางด้านอาหารและสร้างรายได้สู่ประเทศ การพัฒนาภาคการเลี้ยงปศุสัตว์โคเนื้อให้มีศักยภาพสร้างมูลค่าและขีดความสามารถทางการแข่งขัน ซึ่งเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญที่ช่วยให้การดำเนินการด้านยุทธศาสตร์นโยบายต่างๆ ให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามเป้าหมาย โดยเฉพาะด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งการยกระดับผลผลิตภาพการผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์สินค้าโคเนื้อ เพื่อสร้างฐานการผลิตโคเนื้อให้มีความเข้มแข็ง ทำให้เกิดความมั่นคงในอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ และประชาชนให้มีความมั่นคงด้านอาหาร ซึ่งเน้นพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าโคเนื้อ โดยกำหนดเขตปศุสัตว์เศรษฐกิจ การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพระบบการบริหารจัดการ ระบบโลจิสติกส์ของภาคปศุสัตว์ ส่งเสริมการผลิตโคเนื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการพัฒนาระบบตลาดสินค้าปศุสัตว์ สร้างความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจภูมิภาคระหว่างประเทศ เพื่อยกระดับรายได้ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ให้สร้างมูลค่าสูงขึ้น ซึ่งพัฒนาต่อยอดธุรกิจการเกษตรโคเนื้อด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม เน้นเกษตรกรคุณภาพสูงและการแปรรูปด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้ผลิตและแปรรูปอาหารจากวัตถุดิบทางการเกษตร โดยมีแนวคิดนำวัตถุดิบในประเทศแปรรูปผ่านเทคโนโลยีและนวัตกรรม สร้างมูลค่าเพิ่มอุตสาหกรรมอาหาร และเพิ่มความหลากหลายของสินค้าโคเนื้อ เพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น และสร้างเครือข่ายธุรกิจใหม่ให้กับท้องถิ่นแหล่งท่องเที่ยวหัวเมืองหลัก โดยดำเนินการเพิ่มศักยภาพการผลิตของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อให้สูงขึ้น เพื่อเป็นอาชีพหนึ่งที่มีมั่นคงและให้เกิดความยั่งยืน

5.2 ปัญหาและอุปสรรค

1. การศึกษาพัฒนาปรับปรุงพันธุ์โคเนื้อในประเทศไทย ดำเนินการช้ากว่าหลายๆ ประเทศที่เป็นผู้ส่งออกเนื้อรายใหญ่ของโลก ทำให้เกิดการขาดแคลนพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ที่มีคุณภาพในการผลิตโคเนื้อคุณภาพเพื่อผลิตและนำมาเลี้ยงเป็นโคขุนให้ได้เนื้อโคคุณภาพสูง โคเนื้อพันธุ์ผสมที่นำมาเลี้ยงเป็นโคขุนมีจำนวนน้อยเนื่องจากมีต้นทุนที่สูงขึ้น โคเนื้อพันธุ์ผสมที่มีการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์ในปัจจุบันที่มีอยู่ก็มีราคาสูงมาก เมื่อเทียบกับโคพันธุ์พื้นเมือง เนื่องจากต้นทุนของพ่อพันธุ์โคเนื้อที่สูงขึ้น ซึ่งทำให้เกษตรกรรายย่อยมีต้นทุนการเลี้ยงโคเนื้อสูงขึ้น

2. คุณภาพโคเนื้อที่ผลิตได้ไม่เป็นที่ยอมรับของต่างชาติ ซึ่งระบบการเลี้ยงและการควบคุมโรคยังไม่ได้มาตรฐานสากล ตลาดโคเนื้อของประเทศไทยมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่จำกัด ปัญหาเกิดจากโรคระบาด

ระบบการผลิตและการแปรรูปยังไม่ได้ตามมาตรฐานสากลที่กำหนด ซึ่งทำให้ขายได้เฉพาะในประเทศและประเทศเพื่อนบ้านเพียงเล็กน้อย

3. โคนื้อชำแหละราคาตกต่ำขายไม่ได้ราคาเท่าที่ควร เนื่องจากยังมีสินค้าที่สามารถบริโภคทดแทนกันได้ เช่น เนื้อสุกร เนื้อไก่ ซึ่งมีราคาต่อกิโลกรัมต่ำกว่า

4. ตลาดซื้อขายโคนื้อ ไม่มีการซื้อขายระบบชั่ง ตวง วัด ไม่มีระบบมาตรฐาน ตลาดโดยทั่วไปเป็นตลาดนัดต่างๆ พ่อค้าคนกลางเข้าไปหาซื้อกับเกษตรกรรายย่อยและนำไปส่งขายต่อ ทำให้การซื้อขายเป็นไปตามอำเภอใจของพ่อค้า ไม่ยุติธรรมต่อเกษตรกร หากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคที่มีความจำเป็นหรือมีข้อจำกัด เช่น เวลาต้องใช้เงินหรือมีปัญหาเรื่องเงิน ซึ่งจำเป็นต้องรีบขายโค ทำให้ถูกกดราคาที่ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนื้อขายโคเนื้อได้ในราคาที่ต่ำไม่ได้กำไรเท่าที่ควร

5. ตลาดโคนื้อชำแหละส่วนใหญ่เป็นการตัดแต่งซากโคนื้อแบบไทย ทำให้มีราคาจำหน่ายต่ำกว่าการตัดแต่งซากโคนื้อแบบสากล

6. แหล่งเงินทุนของเกษตรกร ด้านเงินทุนขาดแคลนแหล่งเงินทุนหมุนเวียน แหล่งเงินกู้ระยะยาวที่อัตราดอกเบี้ยต่ำ ทำให้ไม่สามารถยืดอกชีพการเลี้ยงโคเป็นอาชีพหลัก เนื่องจากการประกอบอาชีพเลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพหลักต้องใช้เงินทุนสูง โดยเฉพาะการจัดซื้อโคพันธุ์ดี อาหารและยาป้องกันโรคที่มีความจำเป็นต้องใช้ทุนสูงเช่นกัน ตลอดทั้งเกษตรกรรายปานกลางหรือรายใหญ่ ซึ่งหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำไม่ได้ก็ไม่สามารถขยายกิจการฟาร์มเลี้ยงโคเนื้อได้ และทำให้การบริหารจัดการการเลี้ยงโคเนื้อ การให้อาหาร การป้องกันโรค และการบริหารจัดการในเรื่องอื่นๆ ไม่ได้มาตรฐาน

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อเป็นเกษตรกรรายย่อยส่วนมาก ซึ่งปริมาณการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อควรรวมกลุ่มการผลิตเพื่อสร้างความเข้มแข็ง ร่วมกันจัดหาปัจจัยการผลิต การบริหารจัดการผลิต เพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตและคุณภาพการผลิตให้มาตรฐานปลอดภัยต่อผู้บริโภค

2. หน่วยงานรัฐควรสนับสนุนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ เพื่อให้ผลผลิตโคเนื้อที่ได้ตรงตามความต้องการของตลาด โดยให้ความรู้ด้านโภชนาการการเลี้ยงโคเนื้อ ให้ความรู้ด้านการแปรรูปที่หลากหลายแก่ผู้บริโภค สนับสนุนให้เงินกู้ดอกเบี้ยถูก ผ่อนระยะยาว เพื่อส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อให้มากขึ้น โดยการผลิตเนื้อโคคุณภาพให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตลอดจนการแปรรูปจำหน่ายรูปแบบต่างๆ ให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มมูลค่าของเนื้อโค โดยการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ ด้วยการสร้างนิคมอุตสาหกรรมผลิตโคเนื้อ เพื่อความเชื่อมโยงเครือข่าย ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เน้นการเลี้ยงโคเนื้อแบบ Intensive ฟาร์ม และการทำเสบียงอาหารสัตว์สำรองไว้ใช้ยามขาดแคลน มีระบบป้องกันโรค ดำเนินการให้โรงฆ่าได้รับรองมาตรฐาน GMP ตลอดจนการพัฒนาฐานข้อมูลเครือข่ายโคเนื้อที่สมบูรณ์ครบถ้วนเป็นฐานข้อมูลเดียวกัน เพื่อวางแผนการผลิตการตลาดให้มั่นคงและยั่งยืน รวมทั้งขยายตลาดไปสู่ต่างประเทศ เพื่อเป็นการกระตุ้นการผลิตภายในประเทศให้มากขึ้น

3. พัฒนาเครือข่ายการผลิตโคเนื้อ เพื่อให้ผลผลิตตรงตามความต้องการของตลาดและมีปริมาณเพียงพอสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ร่วมกันกระจายผลผลิต สร้างตลาดและกระจายตลาดหรือแหล่งจำหน่ายเนื้อโคชำแหละให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคหาซื้อได้สะดวก และมีผลผลิตที่ต่อเนื่อง

4. พัฒนาตลาดซื้อขายโคเนื้อ ให้มีการซื้อขายระบบชั่ง ตวง วัด ที่มีระบบมาตรฐาน ซึ่งทำให้การซื้อขายมีความยุติธรรมต่อเกษตรกร

5. ควรพัฒนาตลาดโคเนื้อชำแหละ เพื่อให้การจำหน่ายซากโคเนื้อที่มีราคาสูงขึ้น โดยเน้นจำหน่ายราคาซากโคเนื้อตามแหล่งผลิต และมีคุณภาพมาตรฐานสากล

6. พัฒนาระบบการแปรรูปโคเนื้อในระบบอุตสาหกรรมอาหาร อาหารพร้อมรับประทาน อาหารฝากที่ระลึกประจำในพื้นที่ท่องเที่ยวหัวเมืองหลัก ในพื้นที่ท่องเที่ยวหัวเมืองรอง ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพได้มาตรฐานปลอดภัยตรงตามความต้องการของตลาด สร้างมูลค่า ยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรมการบรรจุภัณฑ์ การเก็บรักษา เพื่อยืดอายุสินค้าโคเนื้อ รวมทั้งใช้วิทยาศาสตร์อาหารแปรรูปสุขภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและให้เกิดความยั่งยืน

7. เพิ่มศักยภาพการผลิตโคเนื้อในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มีปริมาณมากขึ้น เชื่อมโยงระบบโลจิสติกส์ระบบรถไฟจีน - ลาว ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนพัฒนาสร้างแบรนด์สินค้าโคเนื้อ เพื่อส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อโคของประเทศไทยสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งเป็นตลาดใหญ่ที่มีประชากรมีความต้องการบริโภคเนื้อโค และมีแนวโน้มความต้องการบริโภคในปริมาณที่สูงขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาการเลี้ยงโคเนื้อตั้งแต่ระบบการผลิตโคเนื้อตามหลักวิชาการ โดยหลักการเพิ่มศักยภาพการผลิตทางวิทยาศาสตร์ การสร้างผลผลิตเนื้อให้มีมูลค่าเพิ่ม รักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ลดต้นทุนการผลิตโคเนื้อ และศึกษาการแปรรูปถนอมอาหารในระบบอุตสาหกรรมอาหาร อาหารพร้อมรับประทาน อาหารฝากที่ระลึกประจำพื้นที่ท่องเที่ยวหัวเมืองหลัก พื้นที่ท่องเที่ยวหัวเมืองรอง วิทยาศาสตร์อาหารแปรรูปสุขภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมปศุสัตว์. การเลี้ยงโคเนื้อ. กรุงเทพฯ: กรมปศุสัตว์. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2548.
- กรมปศุสัตว์. 2564. <http://www.dld.go.th>
- กุลธน ธนาพงศธร. (2528). หลักการกำหนดนโยบายของรัฐ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยณรงค์ คันธพนิต. 2538. คุณภาพซากโคเนื้อของไทยในยุคโลกาภิวัตน์. ศูนย์วิจัยวิทยาศาสตร์เนื้อสัตว์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ณัฐวุฒิ มณีรัตน์. “ความต้องการส่งเสริมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในจังหวัดปราจีนบุรี”. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา ส่งเสริมการเกษตรบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, จังหวัดขอนแก่น, 2548.
- ทศธรรม สิงคาลวณิช. (2553). รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในอาคารชุดพักอาศัยระดับกลางบนถึงระดับบน ในเขตวัฒนา - คลองเตย กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ธีรชัย ช่อไม้. การเลี้ยงโคกบินทร์บุรีโดยใช้พื้นที่แปลงหญ้าแบบจำกัด. ศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ กบินทร์ อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี, สำนักพัฒนาปศุสัตว์และถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมปศุสัตว์, สถานีทดสอบพันธุ์สัตว์ปราจีนบุรี, 2544.
- นราทิพย์ ชุตินวงศ์. (2548). ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญมี ไส่กัง, พิชัย เชิงหอม, สมบัติ ศิลาชัย, ประมวล เขียวอ่อน, ทองจันทร์ พันนา และสุนันท์ นามวิชัย. “รายงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น ฉบับสมบูรณ์”. โครงการวิจัย รูปแบบการเลี้ยงโค - เนื้อ ที่เหมาะสมกับพื้นที่ตำบลดอนเรต อำเภอรันบุรี จังหวัดสุรินทร์ กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2548.
- ปธาน สุวรรณมงคล. (2552). การเมืองท้องถิ่น: การเมืองของใคร โดยใคร เพื่อใคร. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์อักษร.
- พัชนี ขนิษฐวงศ์ และมานะ อ่อนคล้าย. “ความต้องการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกร : กรณีศึกษา อำเภอมือง จังหวัดระยอง”, วารสารสำนักสุศาสตร์สัตว์และสุขอนามัยที่ 2 จังหวัดฉะเชิงเทรา. 2550. หน้า 44.
- มนิสา นวลเต็ม. 2556. สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์. แหล่งสืบค้น: <http://tpso.moc.go.th/img/news/1168-img.pdf>. วันที่สืบค้น 20 ธันวาคม 2564
- มยุรี อนุมานราชธน. (2549). นโยบายสาธารณะ. กรุงเทพมหานคร: ธรรมการพิมพ์.
- เยาวลักษณ์ สุรพันธ์พิษฐ์. (2536). เทคโนโลยีเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สมิตรอฟเซต.
- วัฒน์ บุญวิทยา. (2542). เทคโนโลยีเนื้อและผลิตภัณฑ์. ปทุมธานี: คณะเทคโนโลยีการเกษตร, สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัยการณ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- วันชัย ริจิรวนิจ. 2545. การศึกษาการทำงาน หลักการ และกรณีศึกษา. พิมพ์ ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิต พามาดี. (2549). ระบบการผลิต [เว็บไซต์] วันที่สืบค้น 20 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2564 สืบค้นได้จาก https://www.mtk.ac.th/ebook/forum_posts.asp?TID=1691

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด
- เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. (2550). นโยบายสาธารณะ. กรุงเทพมหานคร: บพิธการพิมพ์.
- สัญญา จตุรสิทธา. เทคโนโลยีเนื้อสัตว์. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543.
- สุกัญญา รัชมีธรรมโชติ, แนวทางการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้วย Competency Based Learning, พิมพ์ครั้งที่ 2, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์จำกัด (มหาชน), 2548), หน้า 13.
- สุรศักดิ์ พัฒนสุวรรณ. “ศึกษาสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ อำเภอสังคม จังหวัดหนองคาย”, วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (สำเนา) 2545.
- สุทธิพงศ์ อริยะพงศ์สรรค์, ประสาน ตั้งควัฒนา, เวชสิทธิ์ โทบุราณ, อดิศักดิ์ สังข์แก้ว และถนอม ทาทอง. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ การศึกษาสถานภาพองค์ความรู้และศักยภาพการผลิตโคพื้นเมืองของเกษตรกรรายย่อยภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. กรุงเทพฯ: สำนักงานสนับสนุนกองทุนการวิจัย, 2546.
- สมบัติ ชำรงธัญวงศ์. (2556). นโยบายสาธารณะ: แนวคิด การวิเคราะห์และกระบวนการ. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร: เสมาธรรม.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2541. การผลิตและการตลาดโคเนื้อ. สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2546. <http://www.oae.or.th>
- อดุลย์ แหะหล๊ะ. “สภาพการเลี้ยงโคเนื้อพื้นเมืองในอำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา”. ปัญหาพิเศษ คณะวิชาสัตวศาสตร์ วิทยาลัยเกษตรกรรมสงขลา. (สำเนา). 2537.
- Anderson, D.T. (1994). Barnacles. Structure, Function, Development and Evolution. London: Chapman & Hall.
- Antonio Argandoña. (2011). Stakeholder Theory and Value Creation. Barcelona, Spain : IESE Business School-University of Navarra.
- Carl J. Friedrich, Man and His Government: An Empirical Theory of Politics, (New York: McGraw-Hill, 1963), p. 70.
- Clarke Cochran and other, American Public Policy: An Introduction, (New York: St. Martin's Press, 1982), p. 4.
- Clarkson, G.P.E. "International of Economic Theory and Operations Research", in A.R. Oxenfeldt (ed.), Models of Markets (Columbia University Press), pp. 339 - 361.
- David Easton, The Political System: An inquiry into the state of political science, (New York : Alfred A. Knopf, 1953), pp. 19 - 20.
- Datye, K. & Mishra, S. (1984). Compatibility of Dye Mixtures. Journal of the Society of Dyers and Colourists, 100(11), 334 - 339.
- Dye, Thomas R. (2002). Understanding Public Policy. (10thed). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice - Hall, Inc.
- E.T. Penrose, "Biological Analogies in the Theory of the Firm" American Economic Review (December 1952)
- E.T. Penrose, The Theory of the Growth of the Firm (New york : Wiley and Sons, 1959), pp. 13 - 26.

- Harold D. Lasswell & Abraham Kaplan. (1970). *Power and Society*. New Haven: Yale University Press.
- Ira Sharkansky. (1980). *Policy Analysis in Political Science*. Chicago: Markham.
- John E., Milan J. Dluhy & Roger M. Lind. (1981). *New Strategic Perspectives on Social Policy*. [Subtitle]: (Pergamon Policy Studies on Social Policy series). Tropman Paperback: Pergamon Press, NY.
- Lynton K. Caldwell, *Environment: A Challenge in Modern Society*, (New York : Double-day, 1970), p. 2.
- Naumann, E. (1995). *Creating Customer Value. The Part to Sustainable Competitive Advantage*, Thompson Executive Press, OH.
- Nicholas Kaldor, "The Equilibrium of the Firm" *Economic Journal* (March 1934), pp. 69 - 70 :
The firm is a productive combination possessing a given unit of co - ordinating ability
- Nilson, H. T. (1992). *Value-Added Marketing. Marketing Management for Superior Results*. London: McGraw-Hill.
- Marris, R. (1971). *The Modern Corporation and Economic Theory*. In: Marris, R., Wood, A. (eds) *The Corporate Economy*. Palgrave Macmillan, London.
- Pareto, Vilfredo. (1935). *The Mind and Society [Trattato Di Sociologia Generale]*,
- Ravald, A. & Grönroos, C. (1996). *The Value Concept and Relationship Marketing*. *European Journal of Marketing*, 30, 19-30. <http://dx.doi.org/10.1108/03090569610106626>
- Robinson, Joan. *The Economics of Imperfect Competition*. Second Edition. London: Macmillan, 1969.
- Scitovsky, T. *Welfare and Competition*. London: Unwin University Books, 1966.
- William, W. Boyer. (1975). *Implementation Analysis and Assessment*. *Policy Analysis*. 1(3), summer.