



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัย สถานภาพการผลิตโคเนื้อและเนื้อโค
ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

โดยโอภาส พิมพา และคณะ

วันที่ 31 ธันวาคม 2552

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ให้ทุนสนับสนุนในการดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง สถานภาพการผลิตโคเนื้อและเนื้อโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่มีนโยบายสนับสนุนให้บุคลากรมีโอกาสดำเนินงานวิจัยอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งอำนวยความสะดวกในการให้เวลาในการเข้าไปศึกษาวิจัยในพื้นที่อย่างเพียงพอ

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. จันทร์จรัส เรี่ยวเดชะ ผู้อำนวยการฝ่ายเกษตรของ สกว. รองศาสตราจารย์ ดร. ญาณิน โอภาสพัฒนกิจ ผู้ประสานงานระบบการผลิตโคเนื้อของประเทศไทย รองศาสตราจารย์ ดร. จุฑารัตน์ เศรษฐกุล และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธำรงค์เมฆโหรา ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งทุกท่านถือเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการติดตามความก้าวหน้าและให้คำปรึกษาในการดำเนินโครงการวิจัยมาโดยตลอด ขอขอบคุณสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในการอำนวยความสะดวกด้านการติดต่อประสานงานกับเกษตรกรในพื้นที่ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ขอขอบคุณชมรมโคเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการวิจัยแก่เกษตรกร ขอขอบคุณผู้ช่วยวิจัยและนักศึกษาผู้ช่วยวิจัยในการสำรวจข้อมูลด้านการตลาดเนื้อโคและการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์จนกระทั่งงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดียิ่ง

คณะผู้วิจัย

31 ธันวาคม 2552

คำนำ

การศึกษา สถานภาพการผลิตโคเนื้อและเนื้อโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานีนี้ เป็นการศึกษา ข้อมูลตั้งแต่ต้นน้ำของระบบการผลิตโคเนื้อของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี จนกระทั่ง ระบบการไหลของวัตถุดิบคือโคเนื้อสู่โรงฆ่าสัตว์ ไปสู่สินค้าคือเนื้อโค และถึงผู้บริโภคปลายทาง ซึ่งมีรายละเอียดในการส่งมอบผลผลิต และการส่งคืน โดยในการศึกษาได้วิเคราะห์ศักยภาพของ ต้นน้ำ คือเกษตรกรในพื้นที่ การซื้อขายคู่พ่อค้าโรงฆ่าสัตว์ และตลาดผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ศึกษา การเพิ่มมูลค่าของกิจกรรมของการจัดการโซ่อุปทานและลอจิสติกส์ที่เกิดขึ้น จากระบบการจัดการ ทั่วไป ที่เป็นอยู่ของโคเนื้อและเนื้อโค ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำไปสู่การพัฒนา การจัดการธุรกิจโคเนื้อและเนื้อโคที่ได้มาตรฐานในอนาคต ตั้งแต่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคแม่และลูกโค ต้นน้ำ ไปสู่ผู้เลี้ยงขุน โรงฆ่าสัตว์ ตลาดปลายทาง และผู้บริโภค ให้มีประสิทธิภาพและผลตอบแทน ที่สูงสุด ซึ่งในองค์ประกอบควรมีการแลกเปลี่ยนข่าวสาร เชื่อมโยงการค้าอย่างเป็นธรรมชาติ

ขอขอบคุณกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ชมรมผู้เลี้ยงโคเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มพ่อค้าและกลุ่มผู้ประกอบการโรงฆ่าโคในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดใกล้เคียง ในการให้ข้อมูลและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น กลุ่มผู้จำหน่ายเนื้อโคในตลาดสดของอำเภอต่างๆ ที่ให้ ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

ดร. โอภาส พิมพา
หัวหน้าโครงการวิจัย

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีประชากรจำนวน 990,592 คน อาชีพที่สำคัญคือการปลูกปาล์มน้ำมัน ปลูกยางพารา และทำการประมง กิจกรรมที่สำคัญที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดคือการท่องเที่ยว กิจกรรมการเลี้ยงโคเนื้อถือว่ามีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการเกษตรอื่นๆ เพราะเป็นอาชีพเสริมให้กับคนในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี การศึกษาศักยภาพการผลิตโคเนื้อและเนื้อโคจึงมีส่วนในการพัฒนาพื้นที่ ทั้งในด้านการสร้างรายได้ของคนในจังหวัด คุณภาพของเนื้อโค มาตรฐานการเลี้ยง การจัดการ และการจัดการการตลาด โดยเฉพาะโรงฆ่าสัตว์ที่ได้มาตรฐาน

การศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มคนหลายกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับ 3 ประเด็น คือ การเลี้ยงโคเนื้อ การบริหารการผลิตเนื้อโคตั้งแต่โรงฆ่าสัตว์ จนถึงการจำหน่าย และกลุ่มผู้บริโภค โดยมุ่งศึกษาสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นกับการผลิตทั้งโคเนื้อและเนื้อโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการศึกษาพบว่าจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีโคเนื้อจำนวน 85,071 ตัว มีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อจำนวน 17,511 ราย โดยอำเภอท่าชนะ เป็นอำเภอที่มีผู้เลี้ยงและมีจำนวนโคมากที่สุด รองลงมาคือ อำเภอพุนพิน โคที่เลี้ยงจะเป็นโคพื้นเมืองมากกว่าโคเนื้อลูกผสมพันธุ์ยุโรป หรือพันธุ์เมืองร้อน เช่น พันธุ์บราห์มันถึงสองเท่าตัว โดยมีจำนวน 50,346 ตัว และ 34,707 ตัว ตามลำดับ อัตราส่วนเกษตรกรที่เลี้ยงโคพื้นเมืองจะมากกว่ากลุ่มที่เลี้ยงโคพันธุ์ถึงสองเท่าเช่นกัน แนวโน้มในปัจจุบัน เกษตรกรเริ่มปรับปรุงสายเลือดของโคพื้นเมืองให้เป็นลูกผสมสายพันธุ์ยุโรปมากขึ้น ในการดำเนินการมีทั้งเกษตรกรรายย่อย ฟาร์มพ่อค้าขนาดกลาง และมีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคเนื้อถึง 30 กลุ่ม ในพื้นที่ 19 อำเภอ การเลี้ยงโคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นการเลี้ยงโดยกลุ่มเกษตรกรรายย่อยเป็นส่วนใหญ่ มีกิจกรรม 4 แบบ คือการเลี้ยงโคแบบปล่อยแปลงหรือผูกค้ำตามสวนยางพาราและสวนปาล์มน้ำมัน ถือเป็นกลุ่มโคคั้นน้ำที่ผลิตลูกโคจากโคพื้นเมืองและโคลูกผสมพื้นเมือง โดยใช้การผสมเทียมจากเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์ และ ก.ร.ป. กลาง เพื่อให้ได้โคลูกผสมพันธุ์ยุโรป หรือโคบราห์มัน กลุ่มที่สองคือกลุ่มที่เลี้ยงโคแม่พันธุ์แบบประณีต มีการจัดการเป็นระบบ ลูกที่ได้จากการผสมจริงและการผสมเทียมจะขายให้สมาชิกเกษตรกรด้วยกันเพื่อนำไปเลี้ยงเป็นพ่อ-แม่พันธุ์ กลุ่มที่สามคือการเลี้ยงโคขุนแบบอินทรีย์และแบบขังคอกรวม ซึ่งจะทำการรวบรวมลูกโคตัวผู้จากทั้งเกษตรกรกลุ่มแรกและกลุ่มที่สอง หรือจากนอกพื้นที่ เช่น จากจังหวัดชุมพรมาเลี้ยงขุนด้วยหญ้าสด ต้นข้าวโพด ทางใบปาล์มสับเสริมด้วยอาหารข้นที่ทำการผสมเองจากวัตถุดิบในพื้นที่และใช้มันสำปะหลังจากร้านค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ร่วมกับกากปาล์มน้ำมันเป็นแหล่งวัตถุดิบหลักๆ ในช่วงขาดแคลนอาหารหยาบจะใช้ฟางข้าวในการทดแทนหญ้า และกลุ่มที่สี่คือการเลี้ยงเพื่อจำหน่าย โดยจะมีการซื้อโคนอกพื้นที่ที่อายุน้อยน้ำหนัก 150-200 กิโลกรัมจากภาคอีสานและภาค

กลางมาขายกระจายให้เกษตรกรในพื้นที่ โดยเป็นพ่อค้าคนกลางในการจำหน่ายอาหารหยาบและอาหารชั้นด้วย ต้นทุนของการเลี้ยงในสามระบบแรกจะอยู่ที่แรงงานและพันธุ์สัตว์ ส่วนกลุ่มที่เลี้ยงขุนจะมีค่าต้นทุนอาหารชั้นสูงถึง 60% แต่ระยะเวลาในการขุนจะนานถึง 1 ปี เกษตรกรที่เลี้ยงโคเนื้อีมีประสบการณ์มากกว่า 1 ปี และมีศักยภาพพร้อมที่จะเลี้ยงโคให้มีคุณภาพต่อไปได้ ในการจัดการเรื่องอาหาร โคจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีข้อได้เปรียบคือมีผลพลอยได้จากปาล์ม น้ำมัน และอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มในพื้นที่ แต่ในช่วงฤดูแล้งจะใช้ฟางข้าวเข้ามาเสริมแทนหญ้าสด แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ 65% ยังไม่มีการเสริมอาหารชั้นให้กับโค อาหารหยาบส่วนใหญ่ที่เลี้ยงโคจะใช้หญ้าธรรมชาติเป็นอาหารหลักและมี 30% ที่เตรียมแปลงปลูกหญ้าพันธุ์ให้โค

ปัญหาที่สำคัญของกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อคือเรื่องของตลาด ซึ่งเกษตรกรเห็นว่าเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุดโดยคิดเป็น 90% ของปัญหาทั้งหมด เนื่องจากมีพ่อค้ามาติดต่อซื้อโคน้อยราย รูปแบบการซื้อขายโคเนื้อและเนื้อโคจะเป็นการซื้อขายสองระบบ คือการซื้อขายเหมาตัว 75% มีการตกลงราคาตามที่ทั้งสองฝ่ายพึงพอใจ ส่วนใหญ่จะใช้วิธีการนี้ในโคที่เลี้ยงแบบปล่อย เลี้ยงเพื่อขายพันธุ์ และโคเลี้ยงแบบขุน ซึ่งเป็นวิธีการที่พ่อค้าซื้อโคจะได้เปรียบกว่าเนื่องจากมีประสบการณ์ในการประเมินคุณภาพซากและเนื้อที่จะได้ ส่วนการซื้อขายโดยการชั่งน้ำหนักจะเป็นโคที่เลี้ยงแบบขุนอย่างเดียว คิดเป็น 15% ของวิธีการขาย โดยโคจะต้องมีน้ำหนักโคเต็มที่แล้ว ประมาณ 500-600 กิโลกรัม ส่วนใหญ่จะเป็นโคลูกผสมซาโรเลส์ จะมีการให้ราคาตั้งแต่ 45-52 บาทต่อกิโลกรัม โดยพ่อค้าที่ซื้อโคขุนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจะมีอยู่เจ้าเดียว อีก 4 รายจะเป็นพ่อค้าที่มาจากต่างจังหวัด เช่นมาจากจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ราคาโคเนื้อโดยเฉลี่ยประมาณ 40-45 บาทต่อกิโลกรัม และราคาโคขุนประมาณ 48-52 บาทต่อกิโลกรัม พ่อค้าในพื้นที่ที่มาซื้อโคเนื้อส่วนใหญ่จะเป็นพ่อค้าที่มีโรงฆ่าสัตว์เองในอำเภอนั้นๆ ซึ่งการซื้อขายและการขนส่งจะเน้นซื้อขายในพื้นที่ใกล้เคียงก่อน พ่อค้าจะซื้อโคในปริมาณไม่มากนัก 5 ตัวในแต่ละครั้ง โรงฆ่าส่วนใหญ่จะเป็นของส่วนตัว มีของเทศบาลอยู่เพียงแห่งเดียวที่ฆ่าโคคือที่เทศบาลนาสาร จำนวนโคที่ฆ่าโดยเฉลี่ยทั้งจังหวัดตามอาชญาบัตรจำนวน 2.9 ตัวต่อวัน และการฆ่าจริงจะมีจำนวนประมาณ 6.7 ตัวต่อวัน พ่อค้าส่วนใหญ่ในพื้นที่จะเลือกซื้อโคที่เลี้ยงแบบปล่อยหรือเป็นของรายย่อย ไม่มีการขุนชัดเจน เนื่องจากมีราคาที่ถูกลงกว่าโคที่เลี้ยงแบบขุน แต่โคที่ขุนจะขายให้กับพ่อค้าจากต่างจังหวัด ซึ่งจังหวัดที่เข้ามาซื้อโคขุนมากที่สุดคือจากจังหวัดกระบี่ พังงา และภูเก็ต ตามลำดับ ในมุมมองของพ่อค้าส่วนใหญ่เห็นว่าโคเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการตั้งราคาที่สูงจนทำให้ไม่ได้กำไร เมื่อเทียบกับโคเนื้อที่ซื้อจากจังหวัดชุมพร หรือประจวบคีรีขันธ์ นอกจากนี้ยังขาดผู้รวบรวมโคให้ ต้องตระเวนหาซื้อเองทำให้เสียเวลาในการเดินทาง อีกมุมมองหนึ่งคือมีจำนวนโคเนื้อที่จะขายในแต่ละเดือน แต่ในมุมมองของเกษตรกรกลับให้ข้อมูลว่ามีพ่อค้าน้อยราย พ่อค้าไม่ยอมมาซื้อโคตามที่โทรนัดหมายไว้ พ่อค้าต่อรองราคาและกดราคา โดยใช้ระบบข้อมูลรู้ถึงกันแบบเครือข่ายพ่อค้า ทำให้เกษตรกรขาดที่พึ่ง

และต้องยินยอมขายให้พ่อค้าในราคาถูก ดังนั้นจากการสำรวจ เกษตรกรจะบอกว่ามีตลาดแต่เป็นตลาดที่อยู่ในอำนาจซื้อของพ่อค้า เส้นทางการซื้อและการแปรรูปไปเป็นเนื้อไม่จับซ้อน คือพ่อค้าเข้ามาซื้อจากคอกโดยการโทรนัดหมายจากเกษตรกร ตกลงราคาและขนย้ายสัตว์ไปที่โรงฆ่าสัตว์ อาจทำการฆ่าเลยในวันนั้นหรือเก็บคูนไว้ 2-3 วันก่อนการฆ่า ส่วนโคที่ส่งไปจังหวัดกระบี่จะมีการเลี้ยงขุนต่อในระยะสั้นประมาณ 2 สัปดาห์ พ่อค้าจะมีเชิงขายเนื้อของตนเองในตลาดของแต่ละอำเภอที่ทำการฆ่าโค และอำเภอใกล้เคียง โดยไม่มีการแปรรูปเนื้อใดๆ ในพื้นที่

จากการศึกษาตลาดเนื้อโคในกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นตลาดล่าง เป็นตลาดที่ต้องการเนื้อสด ไม่มีการตกแต่งเฉพาะส่วน ลูกค้ายจะเป็นคนในพื้นที่มากที่สุด การศึกษาตลาดที่เป็นตลาดระดับกลางถึงระดับล่างคือ ซูเปอร์มาร์เกต ร้านอาหารทั่วไป ตลาดสด หรือตลาดเนื้อเขียง จนกระทั่งตลาดนัดเปิดท้าย เป็นตลาดที่มีช่องทางการขายมากที่สุด ผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีผู้บริโภคมมากที่สุดคือลูกชิ้น โดยวัตถุดิบที่มาของเนื้อที่ทำลูกชิ้นยังไม่ชัดเจนว่ามาจากโคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานีหรือไม่ แต่ในจังหวัดไม่มีโรงงานแปรรูปเนื้อเป็นผลิตภัณฑ์ กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจโคเนื้อยังขาดการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูล ขาดการวางแผนเพื่อให้เกิดผลตอบแทนสูงสุด อำนาจการซื้อขายถูกกำหนดโดยพ่อค้าทั้งการตกลงใจจะซื้อขาย เกษตรกรผู้เลี้ยงยังขาดความมั่นใจในตลาดและยังไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจนในการเลี้ยง ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเลี้ยงเพราะมีความชอบในการเลี้ยงโคและใช้มูลในการเป็นปุ๋ยใส่สวนตนเอง หรือขายมูลโคเป็นรายได้จากการเลี้ยง กระบวนการจัดการในต้นน้ำ พบว่ายังไม่มี การสำรวจความต้องการของตลาดที่รองรับและพบว่าโคต้นน้ำในการขุนขาดแคลน เกษตรกรต้องมีการซื้อโคจากนอกพื้นที่เข้ามาเป็นโคต้นน้ำในระบบการเลี้ยง เช่นจากจังหวัดชุมพร และจากภาคอีสาน ในการขุนโคนั้นพบว่าเกษตรกรมีองค์ความรู้และประสบการณ์ในระดับที่น่าพอใจ บทบาทของกลุ่มและชมรมยังไม่มีความชัดเจนและยังไม่มีผลต่อการพัฒนาในรูปแบบกลุ่มและเครือข่ายตามเป้าหมาย สำหรับกระบวนการจัดการกลางน้ำคือโรงฆ่าสัตว์ยังไม่มีโรงฆ่าที่ได้มาตรฐานในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และแม้กระทั่งจังหวัดใกล้เคียง หากแต่มีพ่อค้าเอกชนเข้ามาดำเนินการ โดยอาศัยความได้เปรียบในการเชื่อมโยงตลาดปลายน้ำมาสู่กลางน้ำแบบครบวงจร ข้อได้เปรียบของจังหวัดสุราษฎร์ธานีคือมีวัตถุดิบอาหารสัตว์ในพื้นที่คือผลพลอยได้จากโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม เช่นกากปาล์มมาใช้ในการเลี้ยงร่วมกับหญ้าสดในระบบการปลูกปาล์มและยางพารา เป็นต้น

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มหรือลดของการเลี้ยงโคและระบบการผลิต พบว่าการเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตโคเนื้อเกิดจากการประกอบอาชีพหลักของคนในพื้นที่ ซึ่งการเลี้ยงโคเนื้อต้องใช้เวลาในการจัดการวันละไม่ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง ในขณะที่เกษตรกรบางรายมีส่วนยางและกรีดยางด้วยในเวลากลางคืน หากราคายางพาราหรือปาล์มน้ำมันดีขึ้น โดยยางแผ่นราคา 70-100 บาท ต่อกิโลกรัม และปาล์มน้ำมันราคา 3.50-4.50 บาทต่อกิโลกรัม เกษตรกรจะมีความพึงพอใจในการ

หุ้มแท็บข้างพาราและปาล์มน้ำมัน ในขณะที่ราคาของโคเนื้อกลับมีราคาคงที่หรือลดลง ตลอดทั้งมีพ่อค้ามาติดต่อซื้อไม่แน่นอน ทำให้เกษตรกรหันไปสนใจทำการเกษตรเชิงเดี่ยวมากขึ้น และมีการขยายพื้นที่ในการปลูกพืชหลัก มีผลต่อขนาดพื้นที่ว่างเปล่าในการเลี้ยงโคเนื้อ จนในปัจจุบันพบว่า มีปัญหาเรื่องการขาดแคลนอาหารหยาบในพื้นที่ และแรงงานส่วนใหญ่ในการทำการเกษตรจะหุ้มแท็บข้างพาราหรือปาล์มน้ำมัน ทำให้เกษตรกรบางคนรู้สึกว่าการเลี้ยงโคกลายเป็นภาระ ไม่เกิดรายได้ ตลอดทั้งแรงงานในการทำงานเลี้ยงโคก็หายากขึ้นเพราะมีค่าตอบแทนที่น้อยไม่คุ้มกับเวลา อย่างไรก็ตามปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดคือเรื่องของตลาด โคเนื้อที่มีไม่ชัดเจน พ่อค้ากดราคา และมีจำนวนพ่อค้าจำกัด และพ่อค้าส่วนใหญ่ที่อยู่ตามอำเภอต่างๆ ต้องการโคที่เลี้ยงปล่อยทั่วไปเพราะไม่ต้องทำการชั่งน้ำหนักในการซื้อขาย ได้กำไรมากกว่าการซื้อขายโคขุนเพราะราคานี้ที่ขายมีราคาเท่ากันในตลาดล่าง โคพื้นเมืองจะมีการซื้อขายในราคาถูกซึ่งน้ำหนัก 250-300 กิโลกรัมจะได้ราคาประมาณ 7,000-8,000 บาท นอกจากนี้พ่อค้าจะรอซื้อโคชนที่แพ้การชนในสนามซึ่งมีราคาที่ไม่แพงแต่น้ำหนักตัวดี ในฤดูการชนโคเดือนกุมภาพันธ์และมีนาคมจะมีโคชนเข้าสู่โรงฆ่ามากขึ้น ทำให้โคเนื้อปกติขายไม่ได้ ดังนั้นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้ตลาดโคเนื้อไม่ชัดเจนและส่งผลกระทบต่อการกระตุ้นการเลี้ยงโคเนื้อที่มีคุณภาพคือตลาดทั่วไปในจังหวัดเป็นตลาดล่าง ผู้บริโภครส่วนใหญ่ยังบริโภคเนื้อโคเนื้อ ไม่คำนึงถึงเกรดของเนื้อ ปัจจัยภายในนอกจากเวลาในการจัดการสวนที่มากขึ้นและเลี้ยงโคเนื้อที่น้อยลง และมีพื้นที่ปล่อยเลี้ยงจำกัดและมีปัจจัยความแห้งแล้งที่ยาวนานขึ้นทำให้ขาดแคลนอาหารหยาบ ส่วนอาหารข้นมีราคาที่แพงขึ้น แหล่งของอาหารข้นส่วนใหญ่จะใช้กากปาล์มเนื้อในจากจังหวัดชุมพร ซึ่งมีบางครั้งที่ขาดตลาดและโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มไม่ยอมขายให้เกษตรกรโดยตรง เพราะจะส่งให้โรงงานที่ผลิตอาหารสัตว์โดยตรง หรือมีการจัดขายในระบบโควต้าหรือมีพ่อค้าคนกลาง จากปัจจัยที่มีผลต่อการเลี้ยงโคเนื้อเกษตรกรส่วนใหญ่มีการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินการอยู่ได้ในระยะยาวคือเปลี่ยนจากการเลี้ยงโคเพื่อขายตัวโคที่มีการให้อาหารข้นในปริมาณสูงเป็นการเลี้ยงโคแบบพอเพียง หาผลพลอยได้จากการเกษตรในพื้นที่มาเป็นอาหารเสริม ผสมอาหารข้นใช้เอง และปรับมาเป็นการเลี้ยงเพื่อเอามูลมาทำปุ๋ย หรือขายมูลซึ่งมูลค่าในการขายมูลเดือนละ 4,000-5,000 บาทจากการเลี้ยงโคขุนจำนวน 5 ตัว จากการที่เกษตรกรพยายามลดต้นทุนโดยการหาแหล่งอาหารเสริมที่มีในพื้นที่ เช่นกากตะกอนน้ำมันปาล์มจากโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มมาเทให้โคกิน ซึ่งเป็นการให้อาหารโคที่ไม่ตรงตามหลักวิชาการเท่าที่ควร มีเกษตรกรบางกลุ่ม เช่นในกลุ่มของอำเภอพุนพินและอำเภอท่าชนะ จะปลูกหญ้าในร่องสวนยางพาราและสวนปาล์มที่มีอายุไม่มาก ซึ่งเห็นว่าเป็นระบบที่ดีและน่าจะได้รับการขยายผล ส่วนปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่สำคัญคือเรื่องของนโยบายการส่งเสริม เนื่องจากในภาพการทำงานของระดับนโยบายของจังหวัดสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่จะเน้นการท่องเที่ยว ปาล์มน้ำมัน และการประมง ดังนั้นนโยบายระดับจังหวัดในการสนับสนุนอาชีพด้านปศุสัตว์จึงไม่ค่อยมีอย่างชัดเจน ประกอบกับ

เกษตรกรที่ดำเนินการเลี้ยงสัตว์ไม่ได้สะท้อนปัญหาถึงกลุ่มนโยบาย ทั้งนี้เป็นเพราะเกษตรกรไม่มีเวทีการประชุมร่วมกับผู้บริหารระดับจังหวัดในการสะท้อนปัญหาสู่แนวนโยบาย ถึงแม้จะประชุมร่วมกับเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์โดยตรงแต่ก็เป็นกิจกรรมในด้านการส่งเสริมการเลี้ยงมากกว่า การตลาด ดังนั้นจึงทำให้อำนาจการควบคุมการตลาดจึงอยู่ที่พ่อค้าเป็นหลัก ในส่วนการท่องเที่ยว ถือว่าไม่มีผลต่อการเลี้ยงสัตว์เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางไปที่เกาะพะงันและเกาะสมุย และเป็นการท่องเที่ยวแบบมีสถานที่เฉพาะกลุ่มคนตลอดทั้งพื้นที่ในการท่องเที่ยวจะอยู่ตามชายหาด ทะเล หรือบนเกาะจึงไม่มีผลกระทบต่อ การเลี้ยงสัตว์ ในส่วนการบริโภคนั้นมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่บริโภคเนื้อโคในส่วนเนื้อสันข้างตามการสำรวจผู้บริโภคในพื้นที่เกาะสมุย ซึ่งส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวและร้านอาหารต่างมีความต้องการเนื้อที่มีคุณภาพ และเห็นว่าการกำหนดมาตรฐาน โรงฆ่าสัตว์และมีโรงงานแปรรูปเนื้อโคเป็นผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ ตลอดทั้งมีการรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคเนื้อโคอย่างต่อเนื่อง จะมีผลต่อการกระตุ้นความเชื่อมั่นในการบริโภค และเป็นการยกระดับทั้งผู้เลี้ยงและมาตรฐานฟาร์มควบคู่กันไปด้วย นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการแข่งขันในด้านการตลาด ตลอดทั้งเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค การขยายตลาดทั้งตลาดบนและตลาดล่าง โดยการเพิ่มการค้าระหว่างจังหวัดใกล้เคียง จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการพัฒนา เนื่องจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความเหมาะสมในการเป็นจุดศูนย์กลางในการขนส่ง เนื่องจากอยู่ระหว่างจังหวัดต่างๆ ที่แยกออกไปได้ทุกทิศทาง ในเรื่องนโยบายการส่งเสริมของรัฐบาลมีผลต่อการเลี้ยง และการตลาดเป็นอย่างมาก การส่งเสริมเรื่องพันธุ์โค อาหารและการจัดการโรคที่เป็นอยู่จะเป็นในเชิงวิชาการซึ่งถ่ายทอดลงไปในระบบหรือการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมได้ไม่มากนัก

การพัฒนาระบบตลาดและยกมาตรฐาน โรงฆ่าสัตว์ร่วมกับตลาดเนื้อโคจะเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยง โคยกระดับสายเลือดโคที่มีคุณภาพเหมาะสมต่อการเลี้ยงขุน ตามไปด้วย และกำหนดเป้าหมายของการเลี้ยง ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น การสร้างเครือข่ายการตลาดหรือการรวมกลุ่มของผู้เลี้ยงในรูปแบบสหกรณ์เพื่อสร้างอำนาจต่อรองเรื่องการตลาดและช่วยเหลือสมาชิกให้สามารถเลี้ยงโคเนื้อได้อย่างยั่งยืนเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการ และมีการร่วมมือกันระหว่างเกษตรกร และพ่อค้าในการยกระดับคุณภาพเนื้อและตลาดเนื้อสู่ผู้บริโภค เพื่อรองรับการท่องเที่ยวและลดผลกระทบที่อาจเกิดจากการเปิดเสรีการค้าด้านเนื้อสัตว์ในอนาคต มีการประชาสัมพันธ์การบริโภคเนื้อโคของสุราษฎร์ธานี ทั้งในพื้นที่จังหวัดและจังหวัดใกล้เคียงในภาคใต้ ซึ่งจะเป็นการลดการลักลอบนำเข้าเนื้อเถื่อนได้อีกทาง

Executive Summary

Surat Thani province has a population of 990,592. The major occupations are rubber, palm oil plantations and fishery. Tourism is also a major revenue-generating activity for the province. Beef cattle is considered an important part in supporting other agriculture sectors. This study examined the potential that the production of cattle and beef would contribute to the development of the area, increasing the income of the province, improving the quality of beef cattle production, and improve slaughterhouse and marketing management. This study was conducted by survey of several groups, i) beef cattle producer, ii) Management from slaughterhouses iii) consumers. This study also focused on realities that occur in the production of both meat and beef cattle in Surat Thani province.

The results showed that of the 85,071 heads of cattle in Surat Thani province were raised by 17,511 farmers. The greatest populations of cattle were raised in Thachana district and Punpin district, respectively. Rearing of native cattle was twice as popular as rearing European crossed breed (50,346 heads) or Brahman breed (34,707 heads).. The ratio of native cattle farmers was twice as high as crossbred cattle farmers. Most of the farmers were small holder farmers. The establishment of community enterprise involved 30 groups in 19 districts.

Furthermore, in Surat Thani province there were 22 slaughterhouses of which 21 were privately owned, the one slaughter house that was not privately owned belonged to Nasan municipality. Under licensure from the Department of Livestock Development (DLD) an average of 2.9 heads of cattle were allowed to be slaughtered per day. However, it was found that the actual killing of cattle was four time higher than licensure allotments. This study found that each year approximately 2,000 heads of cattle were slaughtered with an average of 6.7 heads per day. The beef cattle of Surat Thani province were raised within four systems. First, leaving the cattle grazing under palm and rubber tree or in natural grass field. With this system artificial insemination was widely used for breeding, serviced by the DLD and military agencies. Most of calves from crossbred and native cattle from this system were sold to fattening group. Second, farmers produced calves for sale to other farmer under DLD Third, farmers used a nose strap or pen to fatten cattle. The cattle were fed either fresh grass or a concentrate, which consisted of cassava chips and palm kernel cakes. During the dry season palm fronds were used as roughage and rice straw replaced grass. Fourth, cattle were purchased from outside the province and resold

to the farmers in the area. The purchaser also acted as a middleman for feed supplies too. The cost of the first three systems included workers, animals and feed. For the fattening group feed costs were 60% higher and up to one year was spent fattening the cattle. Most of farmers had more than one year experience and had shown a potential to produce quality beef cattle. Sixty-five percent of the farmers did not feed concentrate to cattle, and 30% of the farmers provided the cattle with grass fields.

The major problem for beef production was the market due to the low number of merchants. Farmers considered this to be the cause of 90% of all their problems. There were two systems for trading, contract sales and weight scaling. Usually, the contract system was used for native cattle, and not fattened cattle, because this system provided more profit to traders. The weighing system was commonly used for trading fattened cattle, mature and European crossbred weigh between 500-600 kg. There was a merchant who bought fattened beef in Surat Thani province; another four merchants were from other provinces, such as Krabi, Phuket and Phang Nga. The average price for native and non-fattened beef was 40-45 baht per kg, while the price for fattened beef was 48-52 baht per kg. Quality of cattle was important to trade; however, there was not more than five heads in each time. Most of the local merchants preferred to purchase cattle from a small farm because of lower prices. Most of the fattened cattle were sold to merchants from other provinces. The view of most traders showed that Surat Thani cattle were set at a high price and were not as profitable as cattle from Chumporn or Prachuap Khiri Khan Province; this was due to a lack of cattle available and length of travel. There were fewer merchants and they often missed appointments, strongly bargained, and reduced prices.

Therefore, the market was in the purchasing power of buyer. The trading process thus was simple; a farmer made an appointment by calling the merchants, agreed on a price and moved the animals to slaughter. Animal might be slaughter on that day or 2-3 days after moving. Cattle sent to Krabi were fattened for a short term of about 2 weeks before slaughter. Merchants had their own butchers selling meat in the market of each district and nearby. Only fresh meat was sold without any of the meat processing at Surat Thani province. Farmers lost their confidence in the market because of the small market which caused there to be no clear target for raising cattle and a reduction of cattle, including calves for fattening. Most of farmers were raising cattle for manure as fertilizer to use on their rubber and palm oil plantations. While the farmers had sufficient knowledge and experience the market was not profitable.

One factor relating to the increase or decrease of the cattle population was the prices of rubber and palm oil. Normally, the cattle took at least one hour to manage while the farmers also had to manage their rubber and palm oil plantations. If the price of rubber and oil palm was higher than 70 baht and 4 baht per kg, respectively, farmers would be able to make a profit, while the price of cattle was stable or falling. The expansion of the main crop affected the empty area for grazing cattle. Furthermore, when there was along dry season a lack of roughage tended to occur. When there was a shortage of natural feed for cattle concentrate prices tended to increase. Additionally, palm kernel cakes from Chumporn province were sold to factories that manufactured animal feed or to middlemen, who would sell the cakes to farmers at a markup. This led some farmers to feel that the cattle were a burden and not a form of revenue. However, the most important factor was the cattle market. Native cattle were traded on the cheap weight 250-300 kg, which would cost about 7,000-8,000 baht. In the summer, fighting cattle would be slaughtered more than usual, which decreased the profit of raising cattle. This occurred because traders would wait to buy fighting cattle because they had good body weight and were consequently more expensive. Therefore, low markets were the main factor effecting the raising of quality of cattle. Most consumers also consumed less beef, regardless of grade of the meat. Farmers spent more time managing their rubber or palm oil plantation than rearing cattle because of the poor market.

The many restrictions for profitably raising cattle resulted in farmers adapting in order to sustain in the long run. One of these changes was using agriculture by products as supplements, such as mixing their own concentrate or selling manure, which could earn 4,000-5,000 baht per month from 5 breeding cattle. Farmer tried to reduce the raising cost by using supplements such as making decanter cakes from palm oil mill, even though, it was not a proper way of feeding. Farmers in Punpin and Tachana district grew grass in young rubber or palm oil plantations. This proved to be successful was to reduce the cost of raising cattle.

Another important factor was the policies in Surat Thani Province. The policies were mostly focused on tourism, fisheries and palm oil. Therefore, the policies concerning livestock, especially cattle were rarely clear. Tourism was considered to not affect livestock because a majority of the tourists traveled to the beaches of Koh Samui and Koh Phangan. Additionally, foreigner tended to consume beef, particularly beef tenderloin. Clean and quality meat was needed by restaurants in order to promote the consumption of beef.

Development of market system and raising slaughterhouse standards in conjunction with beef markets would encourage farmers to increase the quality of cattle. Target goals and standards could be clearly defined. Building a network for marketing and cooperation would increase the bargaining power of the farmers to improve the profitability of raising cattle. collaboration between farmers and traders to would improve the quality of meat which could improve meat markets, support tourism, and reduce the impact of free trade in meat products in the future. These improvements would benefit both the province and neighboring provinces in the south by reducing the smuggling of illegal meat.

Abstract

This study was conducted by survey of several groups related to three issues. There were i) beef cattle production, ii) Management from the slaughterhouse to the sale and iii) consumers. The study also focused on realities that occur in the production of both beef and cattle of the Surat Thani province.

The results showed that a number of cattle in Surat Thani province were 85,071 heads raised by 17,511 farmers. The most population of cattle was raised at Thachana district and Punpin district, respectively. Rearing of native cattle was double time popular than European crossed breed or Brahman breed. The numbers were 50,346 and 34,707 heads, respectively. Current trends, farmer began rebuilding blood of cattle from native to Europe hybrid. Most of the farmers were small holder farmers. The establishment of community enterprise involved 30 groups in 19 districts.

The beef cattle of Surat Thani province were raised with 4 systems. The first system was leaving the cattle grassing under oil palm and rubber tree or natural grass field. Most of calves from crossbred and native cattle from this system were sold to fattening group. The artificial insemination was a method widely used for animal breeding, serviced by the department of livestock development (DLD) and agencies of the military service. The second system was a group of farm producing calves for sale to other farmer under DLD supporting to be the breeder. The third system was fattening beef by nose strap tied to stand in the pen or let all freedom in the pen. The male calves were collected from the first and second system or from the outside the area. Chumphorn province was the source of calves for fattening. The feeding system was fed by fresh grass and mixed concentrate. The concentrate was consisted with cassava chip and palm kernel cake. The palm oil waste and by product were major sources of raw materials for concentrate. During dry season and feed shortage, oil palm frond was used for a roughage or rice straw to replace grass. The fourth system was a cattle purchaser from outside for resell to the farmer in the area. This farm acted as a middleman in feed supply too. The cost of first 3 systems was workers, animals and feed. The group of fattening cattle, feed cost was higher than 60% and spent long time to fattening (up to 1 year). Most of farmers have more than one year experience and potential to produce quality beef cattle. Most of farmers (65%) did not feed concentrate to cattle, 30% of farmers provided grass field for cattle. Major problem of beef production was the market.

Farmers considered it as the most important problems (90% of all problems). This was due to few numbers of merchants. Trading patterns were of 2 systems (sale contract and weight scale). Usually, contract system was used for native cattle and not fattening cattle. This contract trading gave more profit to traders. Weighing system was commonly used for trading a fattening cattle, mature and European crossbred weight about 500-600 kg. The price of fattening cattle was 45 to 52 Baht per kg. There was a merchant who bought fattening beef in Surat Thani province, another four merchants were from other provinces, such as Krabi, Phuket and Phang Nga. The native and non fattening beef price were 40 to 45 baht per kg by average, fattening beef price was around 48 to 50 baht per kg. The merchant bought cattle in Surat Thani province had his own slaughterhouse in the district. Quality of cattle was important to trade, however, there was not more than five heads in each time. Most of slaughterhouses were owned by private, only one slaughterhouse was under Nasan municipality. Average number of cattle slaughter of each province under the license was 2.9 heads per day, and actually, it was about 6.7 head a day. Most of local merchants preferred to purchase cattle from a small farm because of lower price. Most of fattening cattle were sold to a merchant from other provinces. View of most traders showed that Surat Thani cattle had set a high price and not profit making compared with cattle from Chumporn or Prachuap Khiri Khan province, this was due to lacking of cattle to collect and spending long time to travel. There was less number of merchant and they often miss an appointment, strong bargain and reduce price.

Therefore, the market was in the purchasing power of traders. The trading process thus was simple, farmer made an appointment by calling the merchants, agreed with a price and moving animals to slaughter. Animal might be slaughter on that day or 2-3 days after moving. Cattle sent to Krabi were fattening for short term about 2 weeks before slaughter. Merchants had their own butcher selling meat in the market of each district and nearby. Only fresh meat was sold without any of the meat processing at Surat Thani province.

Studies in the meat market revealed that most consumers were of the low market. Customers were people in most areas. Meat ball was a popular product for consumer. However, there was no meat processing factory in Surat Thani. Power of sale was determined by the decision of merchants. Farmers lost their confidence in the market and there was no clear target on raising cattle. These cause a reduction of cattle. Most of farmers were raising cattle mainly for passion manure as fertilizer to use for their rubber and oil palm plantation. The survey also found that

there was not enough young calf for the market and lacking of the young calf for fattening. It was found that farmer have the sufficient knowledge and experience. The role of groups and farmer clubs were not clear and not much effect on development in the form of targeted groups and networks. There were no standard of slaughterhouse for cattle at Surat Thani province and neighboring provinces. However, private traders have the advantages of connecting to the middle market. Advantage of the Surat Thani province was the feed resources area such as oil palm by products from the factory, fresh grass in the palm and rubber plantation and etc. Factors relating the increase or decrease of cattle population were the price of rubber and oil palm. Normally, the beef cattle took at least 1 hour to manage while some farmers had to cut rubber and tired at the night. If the price of rubber and oil palm was higher than 70 baht per kg and 4 baht per kg, respectively, farmers would have the satisfaction on rubber and oil palm. While the price of cattle was still stable or falling down. The expansion of the main crop affected to the empty area for the cattle. A problem of long dry season caused a lack of roughage. Some farmers feel that the cattle became a burden, not the revenue. They feel that raring was not worth the time. However, the most important factor was the cattle market. Native cattle were trade on the cheap weight, 250-300 kg, which would cost about 7,000-8,000 baht. In addition, traders would wait for buying cattle those loose on the fighting because they had good body weight. In summer, fighting cattle would be slaughtered more than usual and this decreased the sell volume of raising cattle. Therefore, low market was the main factor effecting the raising of quality of beef cattle. Most consumers also consumed less beef, regardless of grade of the meat. There were restrictions in raising cattle. Farmer spent longer time to take care rubber or oil palm plantation. The grassing land was limited and there was a long drought and food shortages. The concentrate price was more expensive. Palm kernel cake from Chumporn province which was sometimes in short supply, and oil palm factory did not sell it directly to farmers was used to feed cattle. It would be sold to factories that manufacture animal feed directly or sale in a quota system or middleman.

Many restrictions in raising cattle resulted in an adaptation of farmer in order to sustain in the long run. Raising cattle in order to sell meat was changes to raising cattle sufficiently. Agriculture by products were used as supplement, mixing their own concentrate or selling manure which earn 4,000-5,000 bath per month from 5 breeding cattle. Farmer tried to reduce the raising cost by using supplement in the area for example decanter cake from oil palm mill, eventhough, it was not a proper way of feeding. Farmers in Punpin and Tachana district grown grass in young rubber

or oil palm plantation. This was a good system which should be expanded. Other important factor was the extension policy

Surat Thani policy was mostly focused on tourism, fisheries and oil palm. Therefore, the policies to support the livestock, especially cattle were rarely clear. The tourist was considered no affect to the animals because most of tourists travel to Koh Samui and Koh Phangan and the area of tourism was the beach, sea or on the island which had no effect on animals. In consumption of foreigner, consuming beef tenderloin was found in some area of Koh Samui. Clean and quality meat was needed for most consumers, restaurants in order to promote meat consumption. Another way of development was to expand the top and bottom market top and bottom market by increasing trade between the neighboring provinces.

There were 22 slaughterhouses at Surat Thani province. There was only a slaughterhouse belong to Nasan municipality. It was found that the actual killing of cattle was four time higher than license information. Cattle were killed about 2,000 head each year. Export of cattle was more than that imported. The export and import value was 5,671 heads and 488 heads, respectively. There were 25 butchers in 13 districts. They did both whole sale and retail 69.2%, only retail 30.8%. Most of their business started for 5-10 years and 96% using their own financial sources. Value of each purchase was more than 20,000 baht. The profit was about 1,500-2,000 per head of cattle. Most butcher bought cattle from Surat Thani province. The purchase of cattle each time was not more than 10 heads. The purchase price was the price that farmer agreed with the butcher. The quality of cattle was visually evaluated. There was no grading system. Purchase price was mainly on the breeding. However, weight and health of cattle were also considered. There was less competition among the butchers. The relationship between buyer and farmer was used to trade. When the buyer could not buy live cattle they may buy carcasses, however, price of cattle carcasses remained 110 baht per kg which was still expensive and it was not a profitable investment. Carcasses were supplied to restaurants, market and consumers. The delivery period was every 5 days. The sale was in cash. Wage costs in the killing cattle and carve was about 400-600 baht and 300 baht for transportation. Cost of electricity was usually about 100 baht and 100 baht for package. The other fee was average 300 baht by average. For killing one cattle, the total cost was about 1,000 baht.

The consumers in Surat Thani province were mostly own private business with average income about 10,000 to 15,000 baht per month. They bought about 100-200 baht or about 1-2 kg

of beef each time. They bought beef every 15 days or in uncertain. They like to buy tenderloin and hip. For meat product, meat ball was a most popular followed by salty meat and sour beef. Freshness of meat was first considered followed by trimming and breeding. The sale price was determined by the seller in the meat market, or there might be middle price announced by the local market prices. Factors affecting purchasing decision is freshness and healthy. The cleanliness of meat was first considered rather than convenience. In modern trade or the company, the purchasing value of all meat was up to 100,000 baht per lot, however, share for beef was about 10,000 baht. The source of beef was from overseas and local. Beef was purchased everyday. They purchased only Tenderloin and hip. The quality of meat was determined from freshness, trimming and fat. The standard purchase price was used, unlike general consumers. Purchasing depended on freshness, trimming, tenderness and grading of meat. Source of beef was also considered. Cleanliness and hygienic of places of store were emphasized. It must be value in quality and price. Discount price was also a main factor for buying. Promotion of beef was carried out by public relation staff. Meat was sold to restaurants much more than to a hotel or resort. The restaurant has an investment from 5,000 to 30,000 baht. Cash flow was less than 5,000 baht. Kour-Kling or dried curry, coconut milk curry were popular dishes. Generally, price per dish was 21-40 baht or 41-60 baht. The customer was local people. Each restaurant bought meat more than 500 baht each time. Beef was bought for about 200-300 baht and sometime was more than 500 baht which was about 2-4 kgs. Some restaurant bought beef more than 8 kgs. They bought by themselves from the local market. They usually bought tenderloin, sirloin and clave. For meat product, they usually bought meat ball followed by sausage and sour meat. They first considered freshness followed by tenderness and trimming. Factors affecting buying were freshness, hygiene, convenient and value price. For restaurants, consumption of beef was less than pork. Import beef were found in supermarket and hotel. Foreign tourist consumer bought the beef from Surat Thani province. They normally bought tenderloin and hip but not much volume. Therefore, most consumers were local people.

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มคนหลายกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับ 3 ประเด็น คือ การเลี้ยงโคเนื้อ การบริหารการผลิตเนื้อโคตั้งแต่โรงฆ่าสัตว์ จนถึงการจำหน่าย และกลุ่มผู้บริโภค โดยมุ่งศึกษาสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นกับการผลิตทั้งโคเนื้อและเนื้อโคของจังหวัด สุราษฎร์ธานี

ผลการศึกษาพบว่าจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีโคเนื้อจำนวน 85,071 ตัว มีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อจำนวน 17,511 ราย โดยอำเภอท่าชนะ เป็นอำเภอที่มีผู้เลี้ยงและมีจำนวนโคมากที่สุด รองลงมาคืออำเภอพุนพิน โคที่เลี้ยงจะเป็นโคพื้นเมืองมากกว่าโคเนื้อลูกผสมพันธุ์ยุโรป หรือพันธุ์เมืองร้อนเช่นพันธุ์บราห์มันถึงสองเท่าตัว โดยมีจำนวน 50,346 ตัว และ 34,707 ตัว ตามลำดับ อัตราส่วนเกษตรกรที่เลี้ยงโคพื้นเมืองจะมากกว่ากลุ่มที่เลี้ยงโคพันธุ์ถึงสองเท่าเช่นกัน แนวโน้มในปัจจุบัน เกษตรกรเริ่มปรับปรุงสายเลือดของโคพื้นเมืองให้เป็นลูกผสมสายพันธุ์ยุโรปมากขึ้น ในการดำเนินการมีทั้งเกษตรกรรายย่อย ฟาร์มพ่อค้าขนาดกลาง และมีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคเนื้อถึง 30 กลุ่ม ในพื้นที่ 19 อำเภอ การเลี้ยงโคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นการเลี้ยงโดยกลุ่มเกษตรกรรายย่อยเป็นส่วนใหญ่ มีกิจกรรม 4 แบบ คือการเลี้ยงโคแบบปล่อยแปลงหรือผูกล่ามตามสวนยางพาราและสวนปาล์มน้ำมัน ถือเป็นกลุ่มโคต้นน้ำที่ผลิตลูกโคจากโคพื้นเมืองและโคลูกผสมพื้นเมือง โดยใช้การผสมเทียมจากเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์ และ ก.ร.ป. กลาง เพื่อให้ได้โคลูกผสมพันธุ์ยุโรป หรือโคบราห์มัน กลุ่มที่สองคือกลุ่มที่เลี้ยงโคแม่พันธุ์แบบประณีต มีการจัดการเป็นระบบ ลูกที่ได้จากการผสมจริงและการผสมเทียมจะขายให้สมาชิกเกษตรกรด้วยกันเพื่อนำไปเลี้ยงเป็นพ่อ-แม่พันธุ์ กลุ่มที่สามคือการเลี้ยงโคขุนแบบยืนโรงและแบบขังคอกรวม ซึ่งจะทำการรวบรวมลูกโคตัวผู้จากทั้งเกษตรกรกลุ่มแรกและกลุ่มที่สอง หรือจากนอกพื้นที่ เช่นจากจังหวัดชุมพรมาเลี้ยงขุนด้วยหญ้าสด ต้นข้าวโพด เสริมด้วยอาหารชั้นที่ทำการผสมเองจากวัตถุดิบในพื้นที่และใช้มันสำปะหลังจากร้านค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ร่วมกับกากปาล์มน้ำมันเป็นแหล่งวัตถุดิบหลักๆ ในช่วงขาดแคลนอาหารหยาบจะใช้ทางปาล์มน้ำมัน หรือฟางข้าวในการทดแทนหญ้า และกลุ่มที่สี่คือการเลี้ยงเพื่อจำหน่ายโดยจะมีการซื้อโคนอกพื้นที่ที่อายุน้อยน้ำหนัก 150-200 กิโลกรัมจากภาคอีสานและภาคกลางมาขายกระจายให้เกษตรกรในพื้นที่ โดยเป็นพ่อค้าคนกลางในการจำหน่ายอาหารหยาบและอาหารชั้นด้วย ต้นทุนของการเลี้ยงในระบบแรกจะอยู่ที่แรงงานและพันธุ์สัตว์ ส่วนกลุ่มที่เลี้ยงขุนจะมีค่าต้นทุนอาหารชั้นสูงถึง 60% แต่ระยะเวลาในการขุนจะนานถึง 1 ปี เกษตรกรที่เลี้ยงโคเนื้อ มีประสบการณ์มากกว่า 1 ปี และมีศักยภาพพร้อมที่จะเลี้ยงโคให้มีคุณภาพต่อไปได้ ในการจัดการเรื่องอาหารโคจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีข้อได้เปรียบคือมีผลพลอยได้จากปาล์มน้ำมัน และอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มในพื้นที่ แต่ในช่วงฤดู

เลี้ยงจะใช้ฟางข้าวเข้ามาเสริมแทนหญ้าสด แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ 65% ยังไม่มีการเสริมอาหารชั้นให้กับโค อาหารหยาบส่วนใหญ่ที่เลี้ยงโคจะใช้หญ้าธรรมชาติเป็นอาหารหลักและมี 30% ที่เตรียมแปลงปลูกหญ้าพันธุ์ให้โค

ปัญหาที่สำคัญของกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อคือเรื่องของตลาด ซึ่งเกษตรกรเห็นว่าเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุดโดยคิดเป็น 90% ของปัญหาทั้งหมด เนื่องจากมีพ่อค้ามาติดต่อซื้อโคน้อยราย รูปแบบการซื้อขายโคเนื้อและเนื้อโคจะเป็นการซื้อขายสองระบบ คือการซื้อขายเหมาตัว 75% มีการตกลงราคาตามที่ทั้งสองฝ่ายพึงพอใจ ส่วนใหญ่จะใช้วิธีการนี้ในโคที่เลี้ยงแบบปล่อย เลี้ยงเพื่อขายพันธุ์ และโคเลี้ยงแบบขุน ซึ่งเป็นวิธีการที่พ่อค้าซื้อโคจะได้เปรียบกว่าเนื่องจากมีประสบการณ์ในการประเมินคุณภาพซากและเนื้อที่จะได้ ส่วนการซื้อขายโดยการชั่งน้ำหนักจะเป็นโคที่เลี้ยงแบบขุนอย่างเดียว คิดเป็น 15% ของวิธีการขาย โดยโคจะต้องมีน้ำหนักโตเต็มที่แล้ว ประมาณ 500-600 กิโลกรัม ส่วนใหญ่จะเป็นโคลูกผสมซาโรเลส จะมีการให้ราคาตั้งแต่ 45-52 บาทต่อกิโลกรัม โดยพ่อค้าที่ซื้อโคขุนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจะมีอยู่เจ้าเดียว อีก4รายจะเป็นพ่อค้าที่มาจากต่างจังหวัด เช่นมาจากจังหวัดกระบี่ภูเก็ต และพังงา ราคาโคเนื้อโดยเฉลี่ยประมาณ 40-45 บาทต่อกิโลกรัม และราคาโคขุนประมาณ 48-52 บาทต่อกิโลกรัม พ่อค้าในพื้นที่ที่มาซื้อโคเนื้อส่วนใหญ่จะเป็นพ่อค้าที่มีโรงฆ่าสัตว์เองในอำเภอต่างๆ ซึ่งการซื้อขายและการขนส่งจะเน้นซื้อขายในพื้นที่ใกล้เคียงก่อน พ่อค้าจะซื้อโคในปริมาณไม่มากเกินไป 5 ตัวในแต่ละครั้ง โรงฆ่าส่วนใหญ่จะเป็นของส่วนตัว มีของเทศบาลอยู่เพียงแห่งเดียวที่ฆ่าโคคือที่เทศบาลนาสาร จำนวนโคที่ฆ่าโดยเฉลี่ยทั้งจังหวัดตามอาชญาบัตรจำนวน 2.9 ตัวต่อวัน และการฆ่าจริงจะมีจำนวนประมาณ 6.7 ตัวต่อวัน พ่อค้าส่วนใหญ่ในพื้นที่จะเลือกซื้อโคที่เลี้ยงแบบปล่อยหรือเป็นของรายย่อย ไม่มีการขุนชัดเจน เนื่องจากมีราคาที่ถูกลงกว่าโคที่เลี้ยงแบบขุน แต่โคที่ขุนจะขายให้กับพ่อค้าจากต่างจังหวัด ซึ่งจังหวัดที่เข้ามาซื้อโคขุนมากที่สุดคือจากจังหวัดกระบี่ พังงา และภูเก็ต ตามลำดับ ในมุมมองของพ่อค้าส่วนใหญ่เห็นว่าโคเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการตั้งราคาที่สูงจนทำให้ไม่ได้กำไร เมื่อเทียบกับโคเนื้อที่ซื้อจากจังหวัดชุมพร หรือประจวบคีรีขันธ์ นอกจากนี้ยังขาดผู้รวบรวมโคให้ ต้องตระเวนหาซื้อเองทำให้เสียเวลาในการเดินทาง อีกมุมมองหนึ่งคือมีจำนวนโคน้อยที่จะขายในแต่ละเดือน แต่ในมุมมองของเกษตรกรกลับให้ข้อมูลว่ามีพ่อค้าน้อยราย พ่อค้าไม่ยอมมาซื้อโคตามที่โทรนัดหมายไว้ พ่อค้าต่อรองราคาและกดราคา โดยใช้ระบบข้อมูลรู้ถึงกันแบบเครือข่ายพ่อค้า ทำให้เกษตรกรขาดที่พึ่งและต้องยินยอมขายให้พ่อค้าในราคาถูก ดังนั้นจากการสำรวจเกษตรกรจะบอกว่ามีตลาดแต่เป็นตลาดที่อยู่ในอำนาจการซื้อของพ่อค้า เส้นทางการซื้อและการแปรรูปไปเป็นเนื้อไม่ซับซ้อน คือพ่อค้าเข้ามาซื้อจากคอกโดยการโทรนัดหมายจากเกษตรกร ตกลงราคาและขนย้ายสัตว์ไปที่โรงฆ่าสัตว์ อาจทำการฆ่าเลยในวันนั้นหรือเก็บคูนไว้ 2-3 วันก่อนการฆ่า ส่วนโคที่ส่งไปจังหวัดกระบี่จะมี

การเลี้ยงขุนต่อในระยะสั้นประมาณ 2 สัปดาห์ พ่อค้าจะมีเพียงขายเนื้อของตนเองในตลาดของแต่ละอำเภอที่ทำการฆ่าโค และอำเภอใกล้เคียง โดยไม่มีการแปรรูปเนื้อใดๆ ในพื้นที่

จากการศึกษาตลาดเนื้อโคในกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นตลาดล่าง เป็นตลาดที่ต้องการเนื้อสด ไม่มีการตัดแต่งเฉพาะส่วน ลูกค้าจะเป็นคนในพื้นที่มากที่สุด การศึกษาตลาดที่เป็นตลาดระดับกลางถึงระดับล่างคือ ซุปเปอร์มาร์เกต ร้านอาหารทั่วไป ตลาดสด หรือตลาดเนื้อเขียง จนกระทั่งตลาดนัดเปิดท้าย เป็นตลาดที่มีช่องทางการขายมากที่สุด ผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีผู้บริโภคมากที่สุดคือลูกชิ้น โดยวัตถุดิบที่มาของเนื้อที่ทำลูกชิ้นยังไม่ชัดเจนว่ามาจากโคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานีหรือไม่ แต่ในจังหวัดไม่มีโรงงานแปรรูปเนื้อเป็นผลิตภัณฑ์ กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจโคเนื้อยังขาดการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูล ขาดการวางแผนเพื่อให้เกิดผลตอบแทนสูงสุด อำนาจการซื้อขายถูกกำหนดโดยพ่อค้าทั้งการตกลงใจจะซื้อขาย เกษตรกรผู้เลี้ยงยังขาดความมั่นใจในตลาดและยังไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจนในการเลี้ยง ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเลี้ยงเพราะมีความชอบในการเลี้ยงโคและใช้มูลในการเป็นปุ๋ยใส่สวนตนเอง หรือขายมูลโคเป็นรายได้จากการเลี้ยง กระบวนการจัดการในต้นน้ำ พบว่ายังไม่มีการสำรวจความต้องการของตลาดที่รองรับและพบว่าโคต้นน้ำในการขุนขาดแคลน เกษตรกรต้องมีการซื้อโคจากนอกพื้นที่เข้ามาเป็นโคต้นน้ำในระบบการเลี้ยง เช่น จากจังหวัดชุมพร และจากภาคอีสาน ในการขุน โคนั้นพบว่าเกษตรกรมีองค์ความรู้และประสบการณ์ในระดับที่น่าพอใจ บทบาทของกลุ่มและชมรมยังไม่มีความชัดเจนและยังไม่มีผลต่อการพัฒนาในรูปแบบกลุ่มและเครือข่ายตามเป้าหมาย สำหรับกระบวนการจัดการกลางน้ำคือ โรงฆ่าสัตว์ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ได้มาตรฐานในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และแม้กระทั่งจังหวัดใกล้เคียง หากแต่มีพ่อค้าเอกชนเข้ามาดำเนินการโดยอาศัยความได้เปรียบในการเชื่อมโยงตลาดปลายทางมาสู่กลางน้ำแบบครบวงจร ข้อได้เปรียบของจังหวัดสุราษฎร์ธานีคือมีวัตถุดิบอาหารสัตว์ในพื้นที่คือผลพลอยได้จากโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม เช่นกากปาล์มมาใช้ในการเลี้ยงร่วมกับหญ้าสดในระบบการปลูกปาล์มและยางพารา เป็นต้น

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มหรือลดของการเลี้ยงโคและระบบการผลิต พบว่าการเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตโคเนื้อเกิดจากการประกอบอาชีพหลักของคนในพื้นที่ ซึ่งการเลี้ยงโคเนื้อต้องใช้เวลาในการจัดการวันละไม่ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง ในขณะที่เกษตรกรบางรายมีส่วนยางและกรีดยางด้วยในเวลากลางคืน หากราคายางพาราหรือปาล์มน้ำมันดีขึ้น โดยยางแผ่นราคา 70-100 บาทต่อกิโลกรัม และปาล์มน้ำมันราคา 3.50-4.50 บาทต่อกิโลกรัม เกษตรกรจะมีความพึงพอใจในการทุ่มเทกับยางพาราและปาล์มน้ำมัน ในขณะที่ราคาของโคเนื้อกลับมีราคาคงที่หรือลดลง ตลอดทั้งมีพ่อค้ามาติดต่อซื้อไม่แน่นอน ทำให้เกษตรกรหันไปสนใจทำการเกษตรเชิงเดี่ยวมากขึ้น และมีการขยายพื้นที่ในการปลูกพืชหลัก มีผลต่อขนาดพื้นที่ว่างเปล่าในการเลี้ยงโคเนื้อ จนในปัจจุบันพบว่ามีปัญหาเรื่องการขาดแคลนอาหารหยาบในพื้นที่ และแรงงานส่วนใหญ่ในการทำการเกษตรจะทุ่มเท

กับยางพาราหรือปาล์มน้ำมัน ทำให้เกษตรกรบางคนรู้สึกว่าการเลี้ยงโคกลายเป็นภาระ ไม่เกิดรายได้ตลอดทั้งแรงงานในการทำงานเลี้ยงโคก็หายากขึ้นเพราะมีค่าตอบแทนที่น้อยไม่คุ้มกับเวลา อย่างไรก็ตามปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดคือเรื่องของตลาดโคเนื้อที่มีไม่ชัดเจน พ่อค้าคนกลาง และมีจำนวนพ่อค้าจำกัด และพ่อค้าส่วนใหญ่ที่อยู่ตามอำเภอต่างๆ ต้องการโคที่เลี้ยงปล่อยทั่วไปเพราะไม่ต้องทำการชั่งน้ำหนักในการซื้อขาย ได้กำไรมากกว่าการซื้อโคขุนเพราะราคาเนื้อที่ขายมีราคาเท่ากันในตลาดล่าง โคพื้นเมืองจะมีการซื้อขายในราคาถูกชั่งน้ำหนัก 250-300 กิโลกรัมจะได้ราคาประมาณ 7,000-8,000 บาท นอกจากนี้พ่อค้าจะรอซื้อโคชนที่แพ้การชนในสนามซึ่งมีราคาที่ไม่แพงแต่น้ำหนักตัวดี ในฤดูการชนโคเดือนกุมภาพันธ์และมีนาคมจะมีโคชนเข้าสู่โรงฆ่ามากขึ้นทำให้โคเนื้อปกติขายไม่ได้ ดังนั้นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้ตลาดโคเนื้อไม่ชัดเจนและส่งผลกระทบต่อเกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อที่มีคุณภาพคือตลาดทั่วไปในจังหวัดเป็นตลาดล่าง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังบริโภคเนื้อโคเนื้อไม่คำนึงถึงเกรดของเนื้อ ปัจจัยภายนอกนอกจากเวลาในการจัดการสวนที่มากขึ้นและเลี้ยงโคเนื้อที่น้อยลง และมีพื้นที่ปล่อยเลี้ยงจำกัดและมีปัจจัยความแห้งแล้งที่ยาวนานขึ้นทำให้ขาดแคลนอาหารหยาบ ส่วนอาหารข้นมีราคาแพงขึ้น แหล่งของอาหารข้นส่วนใหญ่จะใช้กากปาล์มเนื้อในจากจังหวัดชุมพร ซึ่งมีบางครั้งที่ขาดตลาดและโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มไม่ยอมขายให้เกษตรกรโดยตรง เพราะจะส่งให้โรงงานที่ผลิตอาหารสัตว์โดยตรง หรือมีการจัดขายในระบบโควตาหรือมีพ่อค้าคนกลาง จากปัจจัยที่มีผลต่อการเลี้ยงโคเนื้อเกษตรกรส่วนใหญ่มีการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินการอยู่ได้ในระยะยาวคือเปลี่ยนจากการเลี้ยงโคเพื่อขายตัวโคที่มีการให้อาหารข้นในปริมาณสูงเป็นการเลี้ยงโคแบบพอเพียง หาผลพลอยได้จากการเกษตรในพื้นที่มาเป็นอาหารเสริม ผสมอาหารข้นใช้เอง และปรับมาเป็นการเลี้ยงเพื่อเอามูลมาทำปุ๋ย หรือขายมูลซึ่งมูลค่าในการขายมูลเดือนละ 4,000-5,000 บาทจากการเลี้ยงโคขุนจำนวน 5 ตัว จากการที่เกษตรกรพยายามลดต้นทุนโดยการหาแหล่งอาหารเสริมที่มีในพื้นที่ เช่นกากตะกอนน้ำมันปาล์มจากโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มมาทำให้ออกิน ซึ่งเป็นการให้อาหารโคที่ไม่ตรงตามหลักวิชาการเท่าที่ควร มีเกษตรกรบางกลุ่ม เช่นในกลุ่มของอำเภอพุนพินและอำเภอท่าชนะ จะปลูกหญ้าในร่องสวนยางพาราและสวนปาล์มที่มีอายุไม่มาก ซึ่งเห็นว่าเป็นระบบที่ดีและน่าจะได้รับการขยายผล ส่วนปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่สำคัญคือเรื่องของนโยบายการส่งเสริม เนื่องจากในภาพการทำงานของระดับนโยบายของจังหวัดสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่จะเน้นการท่องเที่ยว ปาล์มน้ำมัน และการประมง ดังนั้นนโยบายระดับจังหวัดในการสนับสนุนอาชีพด้านปศุสัตว์จึงไม่ค่อยมีอย่างชัดเจน ประกอบกับเกษตรกรที่ดำเนินการเลี้ยงสัตว์ไม่ได้สะท้อนปัญหาถึงกลุ่มนโยบาย ทั้งนี้เป็นเพราะเกษตรกรไม่มีเวทีการประชุมร่วมกับผู้บริหารระดับจังหวัดในการสะท้อนปัญหาสู่แผนนโยบาย ถึงแม้จะประชุมร่วมกับเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์โดยตรงแต่ก็เป็นกิจกรรมในด้านการส่งเสริมการเลี้ยงมากกว่าการตลาด ดังนั้นจึงทำให้อำนาจการควบคุมการตลาดจึงอยู่ที่พ่อค้าเป็นหลัก ในส่วน

การท่องเที่ยวที่ไม่มีผลต่อการเลี้ยงสัตว์เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางไปเกาะพะงัน และเกาะสมุยและเป็นการท่องเที่ยวแบบมีสถานที่เฉพาะกลุ่มคนตลอดทั้งพื้นที่ในการท่องเที่ยว จะอยู่ตามชายหาดทะเล หรือบนเกาะจึงไม่มีผลกระทบต่อ การเลี้ยงสัตว์ ในส่วนการบริโภคนั้น มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่บริโภคเนื้อโคในส่วนเนื้อสันข้างตามการสำรวจผู้บริโภคในพื้นที่ เกาะสมุย ซึ่งส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวและร้านอาหารต่างมีความต้องการเนื้อที่มี คุณภาพ และเห็นว่าการกำหนดมาตรฐานโรงฆ่าสัตว์และมีโรงงานแปรรูปเนื้อโคเป็นผลิตภัณฑ์ใน พื้นที่ ตลอดทั้งมีการรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคเนื้อโคอย่างต่อเนื่อง จะมีผลต่อการกระตุ้นความ เชื่อมมั่นในการบริโภค และเป็นการยกระดับทั้งผู้เลี้ยงและมาตรฐานฟาร์มควบคู่กัน ไปด้วย นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการแข่งขันในด้านการตลาด ตลอดทั้งเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค การขยายตลาดทั้งตลาดบนและตลาดล่างโดยการเพิ่มการค้าระหว่างจังหวัดใกล้เคียง จะเป็น อีกช่องทางหนึ่งในการพัฒนา เนื่องจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความเหมาะสมในการเป็น จุดศูนย์กลางในการขนส่ง เนื่องจากอยู่ระหว่างจังหวัดต่างๆ ที่แยกออกไปได้ทุกทิศทาง ในเรื่อง นโยบายการส่งเสริมของรัฐบาลมีผลต่อการเลี้ยงและการตลาดเป็นอย่างมาก การส่งเสริมเรื่องพันธุ์ โค อาหารและการจัดการ โรคที่เป็นอยู่จะเป็นในเชิงวิชาการซึ่งถ่ายทอดลงไปในระบบหรือการ ปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมได้ไม่มากนัก

ผู้ประกอบการโรงฆ่าโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีทั้งหมด 22 ราย และมีโรงฆ่าของ เทศบาลจำนวน 1 แห่งคือเทศบาลนคร จากการศึกษาพบว่าการฆ่าจริงมากกว่าข้อมูลอาชญาบัตร 4 เท่าตัว โดยเฉลี่ยจะมีโคถูกฆ่าปีละ 2,000 ตัว การซื้อขายโดยรวมพบว่ามีโคที่ถูกขนย้ายออกจาก จังหวัดสุราษฎร์ธานีมากกว่านำเข้าโดยมีการย้ายเข้ามาเพียง 488 ตัว เมื่อเทียบกับการย้ายออก 5,671 ตัว ในส่วนพ่อค้าโคชำแหละพบว่ามีจำนวน 25 คน ในพื้นที่ 13 อำเภอ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าที่ พร้อมจะขายทั้งปลีกและส่ง 69.2% และขายปลีกอย่างเดียว 30.8% ส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินการ 5-10 ปี โดยใช้แหล่งเงินทุนของตนเอง 96% โดยส่วนใหญ่มีมูลค่าการรับซื้อโคแต่ละครั้งมากกว่า 20,000 บาท กำไรจากการฆ่าโคแต่ละตัวประมาณ 1,500-2,000 บาท ขึ้นอยู่กับราคาการซื้อโคเข้ามา พ่อค้าในพื้นที่ส่วนใหญ่จะซื้อโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีการซื้อโคแต่ละครั้งไม่เกิน 10 ตัว โดยราคาที่ซื้อจะเป็นราคาที่เกษตรกรผู้เลี้ยงและผู้ขายทราบราคากลางด้วยกัน โดยจะใช้การประเมิน ด้วยสายตาเป็นส่วนใหญ่ และยังไม่มีการแบ่งเกรดโคขุน แต่จะมีการประเมินราคาโดยใช้สายพันธุ์ โค และความสมบูรณ์ของร่างกายโคร่วมกับน้ำหนักที่ติดจะได้ราคาดีด้วย แต่ถึงอย่างไรการซื้อโค ของพ่อค้าก็ไม่มีการแข่งขันรุนแรงมากนัก ซึ่งพ่อค้าที่เข้าไปซื้อโคจะอาศัยความสนิทสนมส่วนตัว เป็นจุดสำคัญ แต่เมื่อหาซื้อโคมีชีวิตไม่ได้ก็อาจจะซื้อซากโคที่ฆ่าแล้วจากพ่อค้าขายส่งรายอื่นๆ แต่ปกติจะไม่ซื้อซากโคเพราะราคาซากกิโลกรัมละ 110 บาท ถือเป็นราคาที่แพงและไม่ได้กำไร ในการลงทุน ในการขายพ่อค้าจะจัดส่งที่ร้านอาหาร ตลาดสดและขายให้ผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งการ

จัดส่งจะเว้นช่วงทุก 5 วัน และปกติจะขายเงินสด ต้นทุนในส่วนค่าจ้างฆ่าโคและชำแหละประมาณ 400-600 บาทต่อตัว และมีค่าขนส่งมากกว่า 300 บาทต่อครั้ง ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าส่วนใหญ่จะประมาณ ครั้งละ 100 บาท ค่าบรรจุภัณฑ์ 100 บาท ส่วนค่าธรรมเนียมอื่นๆ ประมาณ 300 บาท ซึ่งโดยเฉลี่ย ในการฆ่าโคแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 1,000 บาท

ในส่วนผู้บริโภคเนื้อโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบธุรกิจอาชีพ ส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ย 10,000-15,000 บาทต่อเดือน ในการซื้อเนื้อจะเลือกซื้อปลีกครั้งละ 100-200 บาท หรือซื้อเนื้อครั้งละ 1-2 กิโลกรัม จากตลาดสดในท้องถิ่นมากที่สุดเพราะสะดวกที่สุด ผู้บริโภค ส่วนใหญ่จะซื้อเนื้อโคเฉลี่ยทุก 15 วัน หรือก็ไม่แน่นอน ขึ้นส่วนที่นิยมซื้อมากที่สุดคือเนื้อสันและ เนื้อสะโพก แต่ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์จากเนื้อโคผู้บริโภคจะเลือกซื้อลูกชิ้นมากที่สุด รองลงมาคือเนื้อเค็ม และเนื้อเปรี้ยว ในการเลือกซื้อเนื้อของผู้บริโภคจะพิจารณาความสดของเนื้อมาก่อนการตัดแต่ง และพันธุ์ของโค โดยราคาซื้อขายจะเป็นไปตามการกำหนดของผู้ขายเนื้อในตลาด หรืออาจจะมี ราคากลางที่ประกาศให้ทราบในท้องถิ่นตามราคาตลาดทั่วไป อย่างไรก็ตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโดยรวมจะเป็นความสด สะอาดและถูกหลักอนามัยของเนื้อมาก่อนความสะดวก และผู้ซื้อยังพิจารณาถึงความคุ้มค่าของราคาต่อคุณภาพของเนื้อที่จะซื้อเป็นหลัก ในกลุ่ม ผู้ประกอบการ modern trade จะเป็นบริษัท และห้างหุ้นส่วน มูลค่าการจัดซื้อเนื้อสัตว์สูงถึง 100,000 บาทต่อครั้ง แต่จะมีส่วนแบ่งเป็นเนื้อโคเพียง 10,000 บาทต่อครั้ง โดยมีแหล่งที่ซื้อทั้งจาก ต่างประเทศและพ่อค้าที่มาจัดส่งให้ โดยจะมีการซื้อเนื้อโคทุกวัน เนื้อที่ซื้อคือชิ้นเนื้อสันและ เนื้อสะโพกเท่านั้น โดยมีการพิจารณาคุณภาพเนื้อตั้งแต่ความสด การตัดแต่งและไขมันแทรก ประกอบด้วย โดยมีการกำหนดราคาซื้อขายตามมาตรฐานราคากลาง ซึ่งต่างจากกลุ่มผู้บริโภค ทั่วไป โดยมีเกณฑ์กำหนดราคาจากความสดและพันธุ์ของโคที่เข้ามาด้วย ในการตัดสินใจซื้อเนื้อโค จะให้ความสำคัญของแหล่งที่มาของเนื้อสัตว์ การตัดแต่งซาก ความสด ความนุ่ม และการจัดแบ่ง เกรดเนื้อเป็นเบื้องต้น ส่วนในการจำหน่ายจะเน้นความสะอาดและถูกสุขลักษณะของสถานที่ จำหน่าย ในเรื่องราคาจะมีการพิจารณาความเหมาะสมของราคาและคุณภาพ และส่วนหนึ่งของการ เลือกซื้อคือการมีส่วนลดในการซื้อขายด้วย นอกจากนี้ในการขายหรือการส่งเสริมการตลาดจะเน้น การให้มีพนักงานขาย การประชาสัมพันธ์เนื้อเป็นต้น กลุ่มผู้ซื้อเนื้อเพื่อประกอบกิจการร้านอาหาร จะมากกว่าโรงแรมหรือรีสอร์ท ซึ่งร้านอาหารมีการลงทุนตั้งแต่ร้านขนาดเล็ก 5,000 บาท จนถึง มากกว่า 30,000 บาท ใช้เงินทุนหมุนเวียนแต่ละวันน้อยกว่า 5,000 บาท อาหารที่นิยมประกอบจาก เนื้อโคคือคั่วกั้ง หรือแกงแห้ง แกงกะทิ ราคาอาหารส่วนใหญ่จานละ 21-40 บาท รองลงมาราคา 41-60 บาท ซึ่งลูกค้าที่มาซื้อจะเป็นคนในท้องถิ่น ในการซื้อเนื้อสัตว์แต่ละครั้งส่วนใหญ่จะซื้อ มากกว่า 500 บาท แต่จะซื้อเนื้อโคกระจายกันไปตั้งแต่ 200-300 บาท และมากกว่า 500 บาท คิดเป็น น้ำหนักประมาณ 2-4 กิโลกรัม มีบางร้านที่ซื้อมากกว่า 8 กิโลกรัม ส่วนใหญ่จะไปซื้อเนื้อด้วย

ตนเองจากตลาดสดในท้องถิ่นทุกวัน โดยเลือกชิ้นส่วนเนื้อสันใน เนื้อสะโพก เนื้อสันนอก และเนื้อน่องมาประกอบอาหารตามลำดับ หากเป็นการซื้อผลิตภัณฑ์จากเนื้อจะเลือกซื้อลูกชิ้นมากที่สุด รองลงมาเป็นไส้กรอกและเนื้อเปรี้ยว การพิจารณาคุณภาพเนื้อจะให้ความสำคัญเรื่องความสดของเนื้อมาก่อน ส่วนความนุ่มและการตัดแต่งเนื้อโคจะให้ความสำคัญน้อยลงมา ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเนื้อ โคก็เหมือนกับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่น คือความสดของเนื้อมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด รองลงมาคือความนุ่ม และการตัดแต่งซาก ส่วนในการเลือกซื้อจะมีความสะอาดและถูกสุขลักษณะ เป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ และสถานที่ขายที่หาง่ายและสะดวก และมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของเนื้อ ในกลุ่มร้านอาหาร มีการใช้เนื้อโคในปริมาณไม่มากเมื่อเทียบกับเนื้อสุกร ชูปเปอร์มาร์เกต และโรงแรม ยังมีการใช้เนื้อโคจากต่างประเทศ ผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมีการซื้อเนื้อโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในส่วนเนื้อสันและเนื้อสะโพกแต่มีปริมาณไม่มาก ดังนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น

สารบัญเรื่อง

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย.....	1
วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการวิจัย.....	3
2 การตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
ระบบการเลี้ยงโคเนื้อ.....	4
ระบบการเลี้ยงโคเนื้อหรือสัตว์เคี้ยวเอื้อง.....	4
แนวทางการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อ.....	9
การเลี้ยงโคเนื้อในภาคใต้.....	10
ปัญหาในการเลี้ยงโคเนื้อของภาคใต้.....	11
องค์ประกอบบริบทด้านอุปทานและอุปสงค์ของโคเนื้อ.....	13
โซ่อุปทานโคเนื้อ.....	14
โซ่อุปทานของโคเนื้อที่เหมาะสม.....	16
โอกาสทางการตลาดเนื้อโคไทย.....	17
สถานภาพการผลิตเนื้อโคไทย.....	18
อุปสรรคและโอกาสของตลาดโคเนื้อไทย.....	19
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	22
4 ผลการทดลองและวิจารณ์.....	26
การรวบรวมข้อมูลปริมาณโคเนื้อ และจำนวนผู้เลี้ยง.....	26
การดำเนินกิจกรรมของเกษตรกรในแต่ละอำเภอ.....	36
ระบบการเลี้ยงโคเนื้อ.....	37

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

บทที่	หน้า
การจัดการด้านสุขภาพ.....	43
การจัดการด้านอาหาร.....	45
การซื้อขายโคเนื้อ.....	48
กลุ่มชมรมผู้เลี้ยง โคเนื้อ.....	59
รายชื่อผู้ประกอบการฆ่าสัตว์ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี	66
ราคาโคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	77
การศึกษาการดำเนินกิจการของพ่อค้าขายเนื้อ โคชำแหละ.....	82
วิธีการดำเนินงานของพ่อค้ารับซื้อ โคมีชีวิตเพื่อชำแหละเอง.....	86
วิถีตลาด การขนส่ง การจำหน่ายเนื้อโค.....	95
ต้นทุนการตลาดและต้นทุนการดำเนินงาน.....	100
การบริโภคนเนื้อโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	104
ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อขายเนื้อโค.....	107
ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโค.....	115
ผู้บริโภค ที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade.....	118
ข้อมูลทั่วไปและขนาดของกิจการ.....	118
ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อขายเนื้อโคของกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade.....	119
ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโค.....	126
ผลการศึกษาผู้บริโภค กลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร.....	128
ข้อมูลทั่วไปและขนาดของกิจการ.....	131
ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อขายเนื้อโคของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร.....	135
ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโค.....	143
สรุปผลการศึกษาตั้งแต่การเลี้ยงโคเนื้อถึงพ่อค้าโคชำแหละโค และผู้บริโภค.....	145
เอกสารอ้างอิง.....	152
บุคลากร.....	155

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. จำนวนโคเนื้อทั้งหมดของ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2548-2551.....	27-28
2. จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ (ราย) ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2548-2551.....	28
3. จำนวน โคพื้นเมืองแยกเพศ และจำนวนเกษตรกรที่เลี้ยง พ.ศ. 2551 จังหวัดสุราษฎร์ธานี	29
4. ประชากร โคเนื้อ (พันธุ์และลูกผสม) แยกเป็นจำนวนที่เลี้ยง และจำนวนเกษตรกรที่เลี้ยง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2551.....	30
5. ข้อมูลประชากร โคเนื้อและเกษตรกรของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในรอบปี พ.ศ. 2552.....	32
6. ข้อมูลประชากร โคพื้นเมืองและเกษตรกร ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในรอบปี พ.ศ. 2552	33
7. ข้อมูลประชากร โคพันธุ์และ โคลูกผสมและเกษตรกร ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในรอบปี พ.ศ. 2552	34
8. ข้อมูลพื้นฐานอาชีพหลักของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	37
9. ข้อมูลระบบการเลี้ยงโคเนื้อ ประสพการณ์ และพันธุ์โคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานี	40
10. ข้อมูลการจัดการด้านอาหารโคเนื้อของเกษตรกรจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	47
11. ข้อมูล แหล่งซื้อขายโคเนื้อของเกษตรกร.....	51
12. ข้อมูลปัญหาด้านการเลี้ยงโคเนื้อ.....	52
13. ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงโคจากระบบและการให้อาหารที่แตกต่างกันของเกษตรกร ผู้เลี้ยงโคเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	55-57
14. ผลการบันทึกข้อมูลการเลี้ยงโคของฟาร์มนายอุทัย จูเส็ง เกษตรกรอำเภอท่าชนะ.....	58-59
15. แสดงราคาของโคส่วนต่างๆ และผลพลอยได้ ณ โรงฆ่าสัตว์.....	64
16. แสดงรายชื่อผู้ประกอบการฆ่าสัตว์ (โค-กระบือ) ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2551.....	73
17. ข้อมูลจำนวนโคเนื้อที่ถูกฆ่าในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เดือน มกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2550.....	74
18. ข้อมูลจำนวนโคเนื้อที่ถูกฆ่าในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เดือนมกราคม-ธันวาคม พ.ศ.2552	75
19. ผู้ประกอบการ โรงฆ่าสุกรที่ขึ้นทะเบียนของจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	76-77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
20. ราคาโคเนื้อที่ขายได้ ณ หน้าฟาร์ม ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เดือน มกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2550.....	78
21.ราคาโคเนื้อที่ขายได้ ณ หน้าฟาร์ม ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พ.ศ. 2551.....	79
22. ราคาโคเนื้อที่ขายได้ ณ หน้าฟาร์ม ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีรายเดือน พ.ศ.2552.....	80
23. สถิติจำนวน โคที่ย้ายเข้ามาในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	80
24. จำนวนโคและกระบือที่มีการขนย้ายเข้าและออกจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีในปี พ.ศ. 2551/2552.....	81
25. รายชื่อพ่อค้าโคชำแหละที่ได้เข้าไปศึกษาข้อมูล ปี พ.ศ. 2551.....	82-83
26. แสดงประเภทพ่อค้าขายเนื้อโค ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2551.....	84
27. ข้อมูลของพ่อค้าเนื้อโคในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2551.....	85
28. แสดงมูลค่ารวมในการรับซื้อเนื้อโคแต่ละครั้งของพ่อค้าขายปลีก.....	86
29. แสดงพื้นที่รับซื้อ โคลักษณะประเภทของสินค้า และจำนวนโคที่รับซื้อแต่ละครั้ง ปี พ.ศ. 2551.....	88
30. การกำหนดราคาและเกณฑ์การซื้อขายของพ่อค้าซื้อโคเนื้อมีชีวิต ปี พ.ศ. 2551.....	89
31. แสดงจำนวนรับซื้อชิ้นส่วนโคเนื้อในแต่ละครั้งการกำหนดราคาและเกณฑ์ในการซื้อของพ่อค้าที่ซื้อซากโค ปี พ.ศ. 2551.....	90-91
32. แสดงวิธีในการตรวจสอบคุณภาพของซากโคชำแหละและชิ้นส่วนเนื้อโคก่อนซื้อ.....	91-92
33. แสดงวิธีการชำระเงินให้กับผู้ขายสินค้า (โคเนื้อมีชีวิต,ซากโคเนื้อ,ชิ้นส่วนโคเนื้อ)....	92
34. แสดงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาของโคเนื้อมีชีวิต.....	93
35. แสดงระดับความรุนแรงในการแข่งขันเพื่อรับโคเนื้อมีชีวิต ซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อ.....	94
36. แสดงแหล่งที่รับซื้อโคเนื้อมีชีวิต.....	95
37. แสดงแหล่งที่รับซื้อซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อ.....	96
38. แสดงแหล่งที่จัดส่งเนื้อโคชำแหละ.....	96
39. แสดงสัดส่วนการจัดส่งเนื้อโคชำแหละไปยังแหล่งรับซื้อต่างๆ.....	97-98

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
40. แสดงการจัดส่งเนื้อโคชำแหละไปยังผู้บริโภครายต่างๆ.....	97-99
41. แสดงความถี่และปริมาณเนื้อโคชำแหละในแต่ละครั้ง.....	99-100
42. แสดงราคาโคเนื้อมีชีวิต.....	101
43. แสดงค่าจ้างฆ่าและชำแหละโคเนื้อมีชีวิตและค่าขนส่งโคชำแหละไปยังพ่อค้าขายปลีก	102
44. แสดงค่าน้ำ – ค่าไฟฟ้าและค่าวัสดุในการบรรจุ.....	103
45. แสดงค่าจ้างแรงงาน.....	104
46. แสดงข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคทั่วไป.....	105-106
47. แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคเนื้อโค.....	107
48. แสดงลักษณะการซื้อเนื้อโคของผู้บริโภค.....	108
49. แสดงแหล่งที่ซื้อเนื้อโคของผู้บริโภค.....	109
50. แสดงลักษณะการจัดส่งเนื้อโคจากแหล่งซื้อของผู้บริโภค.....	110
51. แสดงความถี่ในการจัดซื้อเนื้อโคของผู้บริโภค.....	111
52. แสดงประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ผู้บริโภค.....	111
53. แสดงอันดับประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่เลือกซื้อของผู้บริโภค.....	112
54. แสดงผลิตภัณฑ์จากเนื้อโคผู้บริโภคนิยมซื้อ.....	113
55. แสดงเกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อขายของเนื้อโคของผู้บริโภค.....	113
56. แสดงเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคุณภาพของเนื้อโคของผู้บริโภค.....	114
57. แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโค.....	115-116
58. แสดงลักษณะของกิจการ.....	118
59. แสดงมูลค่าการซื้อวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์และการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้ง ของกลุ่ม ผู้ประกอบการ modern trade.....	119-120
60. แสดงแหล่งที่ซื้อเนื้อโคและการจัดส่งเนื้อโค สู่กลุ่มผู้ประกอบการ modern trade.....	121
61. แสดงประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อของกลุ่มบริษัท ห้างร้าน modern trade.....	122
62. แสดงอันดับประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อมากที่สุดของกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade.....	123
63. แสดงสัดส่วนประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อมากที่สุดของกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade.....	124

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

หน้า

64. แสดงเกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อขายของกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade.....	125
65. แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคของกลุ่ม ผู้ประกอบการ modern trade.....	126-127
66. รายชื่อร้านอาหารที่ทำการสำรวจข้อมูล.....	128-130
67. แสดงลักษณะของการประกอบการของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร.....	131
68. แสดงลักษณะของกิจการของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร.....	131
69. แสดงระยะเวลาที่ดำเนินการมาแล้วของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร.....	132
70. แสดงจำนวนเงินลงทุนของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร.....	132
71. แสดงแหล่งที่มาของเงินลงทุนของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร.....	133
72. แสดงจำนวนเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร.....	133
73. แสดงอันดับอาหารที่ประกอบจากเนื้อ โคมากที่สุดของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ ร้านอาหาร.....	134
74. แสดงราคาอาหารที่ประกอบจากเนื้อ โคของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร	134
75. แสดงประเภทของลูกค้าที่สั่งอาหารที่ประกอบจากโคเนื้อมากที่สุดของกลุ่ม ผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร.....	135
76. แสดงมูลค่าการซื้อวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์เฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มผู้ประกอบการ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร.....	135
77. แสดงมูลค่าการซื้อเนื้อ โคเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร....	136
78. แสดงปริมาณการซื้อเนื้อ โคเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร..	136
79. แสดงแหล่งที่ซื้อเนื้อ โคของร้านอาหาร.....	137
80. แสดงการจัดส่งเนื้อ โคจากแหล่งซื้อของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร.....	137
81. แสดงวิธีและความถี่ในการจัดส่งของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร.....	138
82. แสดงประเภทของชิ้นส่วนเนื้อ โคที่ซื้อของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร...	138-139
83. แสดงผลิตภัณฑ์จากเนื้อ โคที่ซื้อของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร.....	139
84. แสดงอันดับประเภทของชิ้นส่วนเนื้อ โคที่ต้องการซื้อมากที่สุดของกลุ่มผู้ประกอบการ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร.....	140

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
85. แสดงเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคุณภาพของเนื้อโคของกลุ่มผู้ประกอบการกัฏดาการ/ ร้านอาหาร.....	141
86. แสดงผู้กำหนดราคาในการซื้อขายและเกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อของกลุ่ม ผู้ประกอบการกัฏดาการ/ร้านอาหาร.....	142
87. แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคของกลุ่ม ผู้ประกอบการกัฏดาการ/ร้านอาหาร.....	143-144

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. การเลี้ยงโคแบบเร่ร่อนของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	5
2. การเลี้ยงแบบผูกล่าม.....	6
3. การเลี้ยงแบบขุนขึ้นโรง ในฟาร์มรายย่อย (อำเภอพุนพิน).....	6
4. การเลี้ยงแบบฟาร์มรายย่อย (อำเภอนาสาร).....	7
5. การเลี้ยงโคในสวนปาล์ม ของเกษตรกรอำเภอท่าชนะ.....	9
6. โขชาดแคลนอาหาร อำเภอท่าชนะ.....	12
7. ปัญหาน้ำท่วมในอำเภอกาญจนดิษฐ์ และอำเภอดอนสัก.....	12
8. ตลาดสดขายเนื้อโค จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	13
9. การแปรรูปเนื้อโคเพื่อวางขาย ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	19
10. การปลูกหญ้าอัตราเต็ม แทรกระหว่างแถวของยางพารา ในอำเภอพุนพิน.....	39
11. การใช้ทางใบปาล์มสับเป็นอาหารหยาบเลี้ยงโคเนื้อ ร่วมกับกากสับประรด.....	41
12. แปลงปลูกหญ้าสำหรับเลี้ยงโคของเกษตรกร อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	42
13. การชั่งน้ำหนักที่เครื่องชั่งของลานเทรับซื้อปาล์มน้ำมัน.....	44
14. การเสริมกากมะพร้าวและปาล์มให้โคกินในอำเภอนาสาร.....	46
15. กากตะกอนน้ำมันปาล์ม ผลพลอยได้จากโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม.....	47
16. กองมูลโคที่เก็บไว้ใช้ทำปุ๋ยสำหรับสวนปาล์มน้ำมัน ของเกษตรกร อ.พุนพิน.....	51
17. อาหารชั้นที่เกษตรกรผสมใช้เอง.....	54
18. การหมักทางใบปาล์มในถังพลาสติก.....	55
19. แผนผังเครื่องขยชมรมผู้เลี้ยงโคเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	61
20. สภาพโรงฆ่าสัตว์ของเอกชน.....	66
21. การแขวนซากและการวางเนื้อหลังการฆ่า.....	67
22. การบรรจุทุกโคมาที่โรงฆ่าสัตว์.....	67
23. โต๊ะทำการตัดแต่งซาก.....	70
24. บ่อหนึ่งโคหมักเกลือ เพื่อรวบรวมไว้ขาย.....	71
25. กระดุกของโคที่กองรวมกันไว้ รอการเผาให้เป็นถ้ำ ก่อนขายไปทำปุ๋ย.....	71
26. ไขมันที่ได้หลังการชำแหละซาก.....	72
27. ประเภทของพ่อค้าโคชำแหละ.....	84
28. แม่ค้าที่มีโรงฆ่าโคของตนเองและขายเนื้อเอง.....	87

บทที่ 1

ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

ด้วยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้เล็งเห็นถึงการพัฒนาความเข้มแข็งของระบบเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดย สกว. ได้ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ยึดการพัฒนาอาชีพจากฐานภายในอย่างยั่งยืน ซึ่งฐานการประกอบอาชีพของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความหลากหลาย ในส่วนหนึ่งของอาชีพเสริมที่ประกอบอยู่ในระบบการเกษตรอื่นๆ คือการเลี้ยงโคเนื้อ เพราะจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีวัฒนธรรมและพื้นเพเกี่ยวข้องกับ การเลี้ยงโคชนเหมือนกับจังหวัดนครศรีธรรมราช และตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมต่อการเลี้ยงโคเนื้อคุณภาพสูงเพื่อป้อนตลาดแหล่งนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงทั้งทางฝั่งทะเลอันดามัน อย่างเช่นเกาะภูเก็ต และจังหวัดกระบี่ ทางฝั่งอ่าวไทย เช่น เกาะสมุย จากข้อมูลสถิติเกี่ยวกับการเลี้ยงโคเนื้อของจังหวัดพบว่า ปี พ.ศ. 2547 มีผู้เลี้ยงโคเนื้อจำนวน 11,924 ครัวเรือน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย และมีปริมาณโคเนื้อในจังหวัดรวมทั้งสิ้น 60,573 ตัว กระจายอยู่ตามอำเภอต่างๆ เช่น อำเภอพุนพิน อำเภอท่าชนะ อำเภอท่าฉาง และอำเภอไชยา (สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2548) โดยเฉพาะในอำเภอพุนพิน พบว่ามีการเลี้ยงโคเนื้อมากถึง 10,912 ตัว จากสภาพเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2551 ถึงปี พ.ศ. 2552 พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องราคาน้ำมันที่แพงขึ้น การลดลงของนักท่องเที่ยว และพื้นที่ในการปลูกปาล์มน้ำมันมากขึ้น ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อระบบการเลี้ยงและการค้าขายโคเนื้อไม่มากนักน้อย ซึ่งปริมาณของโคเนื้อจะเพิ่มหรือลดลงนั้นเป็นเรื่องที่น่าสนใจติดตาม ในเชิงของงานวิจัย ในภาพของระบบการเลี้ยงโคที่ผ่านมาสามารถแบ่งออกได้ 2 รูปแบบชัดเจนคือ การเลี้ยงเชิงพาณิชย์ และการเลี้ยงแบบวิถีชาวบ้าน ในการเลี้ยงแบบแรกเจ้าของฟาร์มมีการลงทุนในด้านอาหารและการจัดการที่เป็นระบบ ซึ่งทำให้สามารถควบคุมคุณภาพโคมีชีวิตและคุณภาพเนื้อก่อนส่งตลาดได้ ซึ่งเป็นผลดีต่อเจ้าของฟาร์มเองที่มีตลาดรองรับ โดยส่งขายตามโรงฆ่าสัตว์ที่ได้รับมาตรฐาน หรืออาจเป็นภัตตาคารและโรงแรมได้ แต่ทั้งนี้ระบบการเลี้ยงในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้นยังไม่มี ความชัดเจน และที่สำคัญคือเรื่องของตลาดโคและเนื้อโค ที่เห็นโดยทั่วไปคือฟาร์มเลี้ยงโคที่มีการจัดการในลักษณะเชิงการค้ามีน้อยมาก ในขณะที่การเลี้ยงโคของชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงเพื่อเสริมรายได้โดยเฉลี่ยครัวเรือนละ 6-20 ตัว การเลี้ยงดังกล่าวกำลังได้รับความสนใจในกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกปาล์มน้ำมัน โดยเน้นให้เลี้ยงโคลูกผสมพื้นเมืองภาคใต้ที่มีความสามารถในการแทะเล็มและทนทานต่อสภาพอากาศตลอดทั้งปีใช้อาหารหยาบคุณภาพต่ำได้เป็นอย่างดี ในส่วนหนึ่งของเกษตรกรจะนิยมเลี้ยงโคเพื่อการผลิตปุ๋ยคอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะที่ปุ๋ยเคมีราคาแพง จึงมีเกษตรกรสนใจในการเลี้ยงโคเพื่อผลิตปุ๋ยมากขึ้น เช่น

โครงการที่ส่งเสริมโดยสำนักงานปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (ส.ป.ก.) กรมพัฒนาที่ดิน และกรมปศุสัตว์ ได้มีการลงนามบันทึกข้อตกลงว่าด้วย ความร่วมมือเพื่อพัฒนาพื้นที่และพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์โคนมในเขตปฏิรูปที่ดิน โดยส่งเสริมการเลี้ยงโคนมและเร่งสร้างเครือข่ายธนาคารปศุสัตว์เคลื่อนที่ เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการใช้ปุ๋ยเคมี โดยมีโครงการนำร่องสหกรณ์โคนมในเขตปฏิรูปที่ดินสุภาภใต้ เบื้องต้น 3,000 ตัว และจะขยายเพิ่มขึ้นถึงแสนตัวในอนาคต แม้ว่าการส่งเสริมการเลี้ยงและการจัดการเรื่องโรคจะมีกรมปศุสัตว์ดูแลรับผิดชอบ แต่ในส่วนหนึ่งที่สำคัญที่สุดคือเรื่องของการตลาด ซึ่งยังไม่มีหน่วยงานใดกล้ารับรองในเรื่องการตลาดที่ชัดเจน จึงอาจมีผลต่อความมั่นใจและความมุ่งมั่นในการนำโครงการสู่ความสำเร็จของกลุ่มเกษตรกรได้ เนื่องจากในอดีตที่ผ่านมาพบว่าการตลาดที่ไม่ชัดเจนจะส่งผลกระทบต่อ การส่งเสริมในระยะยาว เมื่อเกษตรกรที่เลี้ยง ไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจนทำให้เกิดความเคียดแค้นหรือปัญหาตามมาในที่สุด ในปัจจุบันเกษตรกรในพื้นที่มักกล่าวว่าระบบการตลาดขึ้นอยู่กับพ่อค้าคนกลาง ทั้งในเรื่องราคาและปริมาณการรับซื้อ ดังนั้นในการศึกษาการผลิตโคนมและเนื้อโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานีในครั้งนี้ จะเป็นการศึกษาระบบการซื้อขาย และการตลาดที่เป็นอยู่ ซึ่งจะทำให้มองเห็นจุดอ่อน โอกาสและการพัฒนาการตลาดและการส่งเสริมในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

1. เพื่อสำรวจข้อมูลเส้นทางการซื้อขาย และระบบตลาดของโคนม ตลอดจนเนื้อโคในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ขนาดและพันธุ์โคนมที่เป็นที่ต้องการของพื้นที่โดยคำนึงถึงตลาด
2. เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ของเนื้อโค ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตจนถึงการบริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และจะนำไปสู่การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (supply chain management) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกร
3. เพื่อศึกษาความต้องการร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้ซื้อโคและกลุ่มผู้เลี้ยงที่ทำให้เกิดการเกื้อหนุนของอาชีพทั้งสองอย่างยั่งยืน และรูปแบบเครือข่ายการผลิตและตลาดโคนม

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นถึงการศึกษาวิจัยสภาพการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี สำรวจประชากรโคนม ข้อมูลเส้นทางการซื้อขาย และระบบตลาดของโคนม ตลอดจนเนื้อโค ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ขนาดและพันธุ์โคนมที่เป็นที่ต้องการของพื้นที่โดยคำนึงถึงตลาด ซึ่งในขอบเขตที่ทำการศึกษาเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเชื่อมโยงตามห่วงโซ่อุปทานของเนื้อโค ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตจนถึงการบริโภคใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจะนำไปสู่การจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกร

นอกจากนี้ยังศึกษาความต้องการร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้ซื้อโคและกลุ่มผู้เลี้ยงที่ทำให้เกิดการ
เกื้อหนุนของอาชีพทั้งสองอย่างยั่งยืน และนโยบายในการจัดสร้างโรงฆ่าสัตว์ที่ได้มาตรฐาน เฉพาะ
ของโคเนื้อ ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการวิจัย

1. ทำให้ทราบข้อมูลพื้นฐานการเลี้ยงโคของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี และ
ทราบเส้นทางการซื้อขาย และระบบตลาดของโคเนื้อ ตลอดจนเนื้อโค ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ขนาดและพันธุ์โคเนื้อที่เป็นที่ต้องการของพื้นที่
2. ทำให้ได้ห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ของเนื้อโค ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตจนถึงการ
บริโภคใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี และข้อมูลการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (supply chain management)
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกร
3. ทราบแนวคิดและความต้องการร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้ซื้อโคและกลุ่มผู้เลี้ยงที่ทำให้เกิด
การเกื้อหนุนของอาชีพทั้งสองอย่างยั่งยืน
4. ได้องค์ความรู้เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนางานวิจัย และการส่งเสริมเผยแพร่ข้อมูลที่ต้องการ
ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ และผู้ประกอบการ โรงฆ่าสัตว์

บทที่ 2

การตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ระบบการเลี้ยงโคเนื้อ

ในการทำการเกษตรโดยทั่วไปของประเทศไทย พบว่าสัตว์เคี้ยวเอื้องโดยเฉพาะ โคเนื้อและกระบือมักจะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเกษตรเสมอ เนื่องจากการเลี้ยงโค กระบือเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านที่มีมาช้านานและมีการใช้แรงงานสัตว์เหล่านี้ควบคู่กับการปลูกพืชมาตลอด เช่น การไถพรวนในการปลูกข้าว ปลูกพืชไร่ ตลอดทั้งลากเกวียน การขนส่ง ถ้าเปรียบเทียบระหว่างโคเนื้อและกระบือจะพบว่าโคเนื้อจะมีการเลี้ยงมากกว่ากระบือ และมีการเลี้ยงกระจายไปทั่วทุกภาคของประเทศไทย ในการเลี้ยงโคเนื้อก็มีหลายระบบขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และปัจจัยพื้นฐานในการเลี้ยง ปัจจัยหลักๆ เช่น เงินทุน ซึ่งเป็นค่าพันธุ์สัตว์ ค่าสร้างคอกและโรงเรือน อาหาร โค และค่าจ้างแรงงาน นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับสถานที่ แปลงปลูกหญ้าในการเลี้ยงโค สภาพดินฟ้าอากาศ และแหล่งอาหารเสริมอื่นๆ ในพื้นที่ ถ้าหากมีแหล่งอาหารที่เป็นผลพลอยได้ทางการเกษตรมาก ก็จะส่งผลดีต่อการเลี้ยงโค ทำให้ต้นทุนในการเลี้ยงต่ำลงและการจัดหาอาหารง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังมีระบบการผสมพันธุ์ ที่จะเลือกผสมกับโคพันธุ์โคเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด ความต้องการของตลาดสูงด้วย (ยอดชาย, 2547) หลักการอีกอย่างคือพันธุ์โคที่ดี จะให้ผลผลิตสูง การเจริญเติบโตดี ขนาดตัวโค ซึ่งต้องการอาหารสัตว์คุณภาพดีในปริมาณมาก ดังนั้นจึงมีผลต่อการเลี้ยงการจัดการที่ยากตามไปด้วย โดยจะต้องดูแลเอาใจใส่ดีจึงจะให้ผลผลิตตามต้องการ ต้องใช้เงินลงทุนสูง ในขณะที่พันธุ์ที่ให้ผลผลิตต่ำจะตัวเล็ก กินน้อย ไม่ต้องการคุณภาพอาหารดีมากนัก เลี้ยงง่าย หากกินเก่ง ทนทานให้ลูกดก จึงใช้เงินลงทุนต่ำ ขนาดของแม่โคเป็นต้นทุนที่สำคัญอย่างหนึ่ง แม่โคขนาดเล็กต้องการอาหารเพื่อดำรงชีพน้อยกว่าแม่โคขนาดใหญ่ ซึ่งอาหารเพื่อการดำรงชีพของแม่โคจัดเป็นต้นทุนสูญเสียเปล่า ดังนั้นถ้าหากเลี้ยงแม่โคขนาดเล็กแล้วสามารถผลิตลูกโคขนาดที่สามารถสนองความต้องการของตลาดได้ เช่น ใช้ในการผสมข้ามพันธุ์ ก็ควรเลี้ยงแม่โคขนาดเล็ก เป็นต้น (ยอดชาย, 2547)

ระบบการเลี้ยงโคเนื้อหรือสัตว์เคี้ยวเอื้อง

โดยทั่วไประบบการเลี้ยงโคเนื้อหรือสัตว์เคี้ยวเอื้องจำแนกได้เป็น

1. การเลี้ยงแบบเร่ร่อน เป็นการเลี้ยงสมัยดั้งเดิม หรือการเลี้ยงของชนเผ่าเร่ร่อนในทะเลทราย
2. เลี้ยงโดยการไล่ต้อนไปหากินในทำเลต่างๆ ช่ายคอกไปเรื่อยๆ ตามแหล่งอาหารโคที่มีให้ทะเล็ม เป็นการเลี้ยงที่ใช้ต้นทุนน้อยที่สุด พันธุ์สัตว์ต้องมีความทนทาน หากกินเก่งตัวไม่ใหญ่นัก

พันธุ์ที่เหมาะสมคือโคพื้นเมือง ระบบการเลี้ยงแบบนี้ในประเทศไทยเหลืออยู่ไม่มากนักเพราะต้องมีสมาชิกในครอบครัวคอยเดินตาม คอยต้อนโคที่เลี้ยง (ภาพที่ 1) การเลี้ยงโคของประเทศออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา ส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงแบบปล่อยทุ่ง โดยเกษตรกรจะเช่าพื้นที่ป่าที่รัฐให้เช่าเป็นพื้นที่กว้างขวางมาก จะมีการปล่อยให้โคอยู่ในป่าเกือบตลอดปี เมื่อถึงฤดูหายนมก็จะไล่ต้อน โคมาคีเบอร์แสดงความเป็นเจ้าของ พร้อมกับคัดโคที่ขายได้ออกมาขาย อาจปรับปรุงพันธุ์บ้างเล็กน้อยโดยใช้พืชตระกูลถั่วหวาน เช่น ถั่วทาวน์สวิลล์สไตโด ถั่วฮามาต้า หากลูกค้าต้องการโคขุนคุณภาพดีก็จะนำไปขุนสักกระยะหนึ่ง ให้ได้คุณภาพตามที่ต้องการ ในการขุนอาจมีฟาร์มรับจ้างขุน โดยให้ราคาตามน้ำหนักที่เพิ่มขึ้น อาหารที่ใช้ขุนส่วนใหญ่เป็นอาหารที่ได้จากโรงงานอุตสาหกรรมการเกษตร การลงทุนน้อยมากจึงสามารถส่งไปขายต่างประเทศได้ในราคาถูก



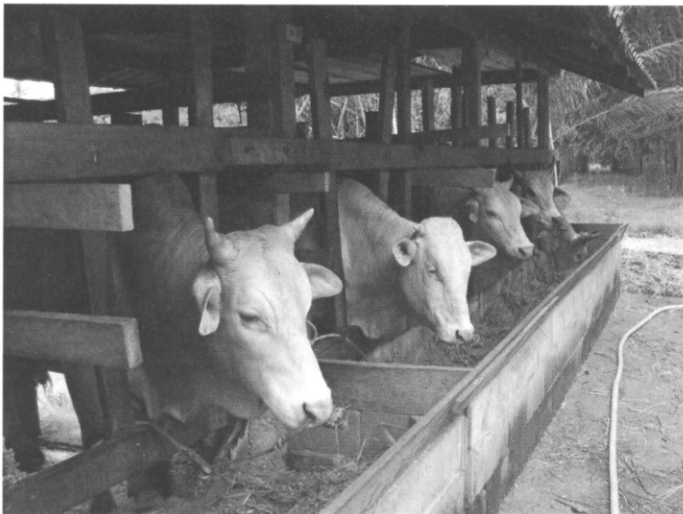
ภาพที่ 1 การเลี้ยงแบบเร่ร่อนของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. การเลี้ยงแบบไล่ต้อน ส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงแบบผสมผสานกับการทำการเกษตรของเกษตรกรรายย่อย ฝูงโคมักมีขนาดเล็ก สามารถให้สมาชิกในครอบครัวไล่ต้อนไปเลี้ยงตามแหล่งอาหารในทำเลต่างๆ ริมถนน หรือในป่าใกล้หมู่บ้าน ตอนเย็นไล่กลับเข้าคอก คอกอาจอยู่ในบริเวณบ้านหรือในชายป่าที่เลี้ยง มีฟางข้าวและผลพลอยได้ทางการเกษตรเป็นอาหารเสริม พันธุ์ที่เหมาะสมได้แก่โคพื้นเมือง หรือโคพันธุ์ลูกผสมที่มีขนาดตัวไม่ใหญ่มากนัก เลี้ยงง่าย หากินเก่ง หากเกษตรกรสามารถปลูกหญ้าหรือสามารถจัดการหญ้าได้เพียงพอจะดำเนินการได้ดี การลงทุนไม่มากนัก อาจมีการเสริมอาหารชั้นบ้าง เกษตรกรของตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จะมีการเลี้ยงโคแบบปล่อยให้แทะเล็มหญ้าในทุ่งหญ้ากว้างใกล้บ้าน หรือเกษตรกรบางกลุ่มของอำเภอพุนพิน จะปลูกหญ้าเนเปียร์แคระแล้วตัดให้โคกินและมีการผูกนมแม่โคเป็นหลัก (ภาพที่ 2)

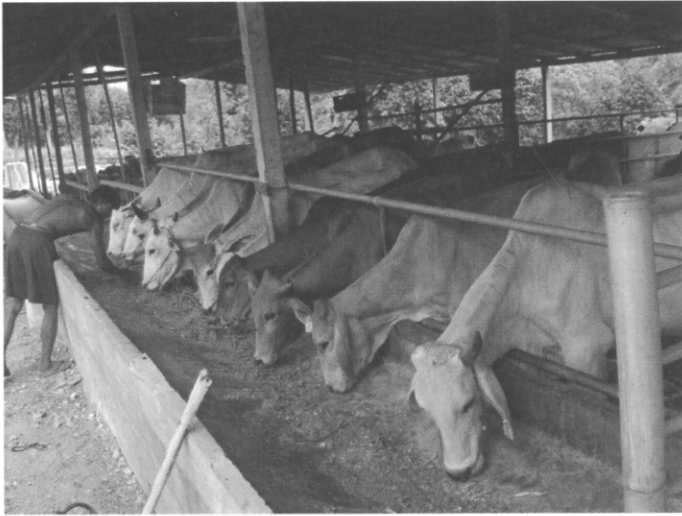


ภาพที่ 2 การเลี้ยงแบบผูกล่าม

3. การเลี้ยงแบบฟาร์มเป็นการค้า เป็นการเลี้ยงในพื้นที่ของตนเองทั้งหมด มีการทำแปลงหญ้าแบ่งเป็นแปลงย่อยๆ มีรั้วกั้น มีคอกและโรงเรือนต่างๆ มีการเก็บสำรองอาหารสัตว์ เช่น ทำหญ้าหมัก หญ้าแห้ง ไร่ให้โคกินในฤดูแล้ง เป็นต้น อาจมีการหาซื้ออาหารสัตว์นอกฟาร์มมาใช้เลี้ยงเสริมบ้าง เช่น ผลพลอยได้ทางการเกษตร หรืออาหารขี้้น เป็นต้น การเลี้ยงระบบนี้ใช้ต้นทุนสูงที่สุด เพราะต้องใช้พื้นที่เป็นจำนวนมากหากไม่มีการซื้ออาหารจากภายนอกฟาร์มมาใช้ ในเขตเกษตรกรรมที่อาศัยน้ำฝนอาจต้องใช้พื้นที่ 4-5 ไร่ในการเลี้ยงโค 1 ตัว นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายในการจัดการปลูกและจัดการแปลงหญ้า โคที่เลี้ยงต้องขายได้ในราคาสูง เช่น การขายเป็นพันธุ์โค เป็นต้น จึงจะคุ้มทุน (ภาพที่ 3 และ 4)



ภาพที่ 3 การเลี้ยงแบบขุนยืนโรง ในฟาร์มรายย่อย (อำเภอพุนพิน)



ภาพที่ 4 การเลี้ยงแบบฟาร์มรายย่อย (อำเภอบ้านนาสาร)

ในระบบการเลี้ยงโคทั้งแบบปล่อยเร่ร่อนและแบบไล่ต้อน ในประเทศไทยสามารถแบ่งตามสถานที่เลี้ยงได้ 2 แบบคือ

1. การเลี้ยงโคในพื้นที่ป่าต้นน้ำลำธาร การเลี้ยงโคในพื้นที่ป่าต้นน้ำลำธารในทางวิชาการไม่ได้รับอนุญาตให้เลี้ยง นักวิชาการป่าไม้บางกลุ่มเชื่อว่าโคจะเหยียบย่ำ ทำให้ดินในพื้นที่ปล่อยสัตว์เลี้ยงแน่นตัว ทำให้ความสามารถในการเก็บกักน้ำและการซึมซับน้ำของดินน้อยลง จะก่อให้เกิดการไหลบ่าของหน้าดิน และการชะล้างพังทลายของดินมากขึ้น แต่การเลี้ยงระบบนี้เป็นการเลี้ยงที่มีมานานแล้วในชุมชน มีการลงทุนที่ไม่มากนัก พันธุ์โคที่นิยมใช้เลี้ยงคือพันธุ์พื้นเมือง ราคาไม่สูงมาก อาหารส่วนใหญ่เป็นหญ้าที่ขึ้นในธรรมชาติและวัสดุเหลือใช้จากการเพาะปลูก การสร้างคอกสามารถทำได้โดยใช้ไม้ไผ่และวัสดุที่หาได้ในพื้นที่เพาะปลูก ดังนั้นวิธีการเลี้ยงแบบนี้จึงเป็นวิธีการเลี้ยงโคของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่สูง (ยอดชาย, 2547) จากรายงานการวิจัยของพรชัย (2533) อ้างโดย ยอดชาย (2547) แสดงให้เห็นว่าโคที่เลี้ยงในป่าไม้จะไม่กัดกินต้นไม้ไม่ทำลายป่าซึ่งมีประโยชน์ในการเลี้ยงโคชัดเจน เช่น ชาวเขามิรายได้เพิ่มขึ้น โคจะช่วยกินเมล็ดและผลไม้บางชนิด หลังจากขับถ่ายเมล็ดออกมาจะทำให้อัตราการงอกเร็วขึ้น นอกจากนี้ยังลดความรุนแรงของไฟไหม้ป่า เพราะป่าจะไม่รกมาก และยังทำให้ความอุดมสมบูรณ์ของดินดีขึ้น เพราะทำให้การหมุนเวียนของธาตุอาหารเร็วขึ้น ปกติถ้าไม่มีโคแทะเล็มจะต้องรอให้หญ้าแก่และร่วงหล่นของใบลงพื้นจึงจะเกิดการย่อยสลายตามธรรมชาติ แต่ถ้าโคกินแล้วจะเกิดการย่อยเร็วขึ้นและขับถ่ายออกมาเป็นมูลโค ทำให้ดินอุดมสมบูรณ์เพิ่มผลผลิตของป่าไม้และความสมบูรณ์ของป่า นอกจากนี้ยังเพิ่มผลผลิตของพืชอาหารสัตว์ เนื่องจากหญ้าที่เกิดภายใต้ร่มเงาใหญ่จะมีความสดและรักษาคุณภาพได้นานกว่าในทุ่งโล่ง ทำให้เพิ่มความชุ่มชื้นให้กับดิน และได้เสนอแนะให้มีการปรับปรุงพืชอาหารที่มีคุณค่าทางอาหารในสภาพร่มเงา และมีการปรับปรุงแหล่งน้ำให้มากขึ้น โดยทำเขื่อน

ขนาดเล็กในลำห้วย มีการตัดไม้ออกบางส่วนเพื่อเพิ่มแสงให้กับพืชอาหารสัตว์ มีการเพิ่มเกลือแร่ โดยการฝังเกลือทะเลเพื่อทดแทนดินโป่ง มีการฉีดวัคซีนป้องกันโรคและปรับปรุงพันธุ์ให้ใหญ่ขึ้น นอกจากนี้ควรมีการศึกษาพื้นที่ต่อโคจำนวน 1 ตัวที่เหมาะสม เช่น โค 1 ตัวอาจใช้พื้นที่มากกว่า 30 ไร่ เป็นต้น แต่ ยอดชาย (2547) แสดงความคิดเห็นว่าโคที่เลี้ยงบนเขาน่าจะเป็นโคพื้นเมืองมากกว่า โคพันธุ์ลูกผสม เพราะขนาดตัวไม่ใหญ่ สามารถปีนขึ้นไปกินอาหาร ได้สะดวก มีศักยภาพในการเปลี่ยนอาหารหยาบคุณภาพต่ำได้ดีกว่าพันธุ์ลูกผสม เลี้ยงดูง่ายทนต่อสภาพแวดล้อม การปรับปรุงพันธุ์ควรเลือกพันธุ์ที่ให้ลูกดก หลีกเลี้ยงการผสมเลือดชิด คัดเลือกพ่อพันธุ์ที่มีลักษณะดีไม่แคระแกรน และควรจัดการตอนลูกโคในฝูงเพื่อป้องกันการผสมเลือดชิด นอกจากนี้จะต้องมีการหมุนเวียนพื้นที่เพาะเลี้ยงให้เหมาะสมตามความอุดมสมบูรณ์ของพืชอาหารสัตว์และแหล่งน้ำ และยังแนะนำว่าการนำแร่ธาตุก้อนแบบแขวนให้เลีย หรือวางในราง หรือใส่กระบอบไม้ไผ่ที่เจาะรู โดยรอบแขวนให้สัตว์เลียกิน น่าจะได้ผลดีกว่าการนำเกลือฝังดิน ในการส่งเสริมนั้นควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดให้กับผู้เลี้ยงให้มากขึ้น เพราะผู้เลี้ยงมักจะเข้าใจว่าต้นทุนมีเฉพาะราคาโคที่ซื้อเท่านั้น ในการเลี้ยงโคระบบนี้มีต้นทุนที่ต่ำและสามารถช่วยนำไปใช้พัฒนาความมั่นคงของประเทศ จึงควรเพิ่มการส่งเสริมให้ชาวบ้านเลี้ยงเพื่อลดการตัดไม้ทำลายป่า และเพิ่มประโยชน์ของป่าไม้

2. การเลี้ยงโคในพื้นที่ปลูกไม้ผลและไม้ยืนต้น ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกไม้ผลและ ไม้ยืนต้นเป็นจำนวนมากประมาณ 20 ล้านไร่ แต่มีการเลี้ยงโคก้นน้อย เนื่องจากเกรงว่าโคจะทำลายต้นไม้ เช่นเดียวกับการเลี้ยงในป่า การเลี้ยงโคเป็นแหล่งรายได้เสริมในแหล่งปลูกยาง ปลูกมะพร้าว และปาล์มน้ำมัน เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ซึ่งในปัจจุบันมีการเลี้ยงในสวนมะพร้าวอยู่บ้าง ส่วนในสวนยางและปาล์มนั้นยังมีรูปแบบไม่ชัดเจน (ยอดชาย, 2547) ในระยะ 2-3 ปีแรกที่ต้นไม้ยังเล็กอยู่นั้นอาจใช้วิธีตัดหรือเกี่ยวหญ้าให้โคกิน เพื่อป้องกันความเสียหายของต้นไม้ ส่วนรูปแบบการเลี้ยงในสวนที่ต้นไม้โตแล้วอาจคล้ายกับการเลี้ยงในพื้นที่ป่าต้นน้ำลำธาร

โดยสรุป ระบบการเลี้ยงโคเนื้อสามารถแบ่งออกเป็น การเลี้ยงแบบปล่อยเร่ร่อน และแบบไล่ต้อน โดยมีพื้นที่เลี้ยงเป็นพื้นที่สาธารณะป่าต้นน้ำลำธาร และพื้นที่ปลูกไม้ผลและ ไม้ยืนต้นของเกษตรกรเอง ส่วนการเลี้ยงแบบธุรกิจ เป็นฟาร์มทางการค้า (เลี้ยงเป็นกลุ่ม เครือข่าย หรือรูปแบบทางธุรกิจชัดเจน) จะมีคอกและโรงเรือนต่างๆ มีการเก็บสำรองอาหาร แต่การเลี้ยงระบบนี้ใช้ต้นทุนสูง เพราะต้องใช้พื้นที่เป็นจำนวนมากหากไม่มีการซื้ออาหารจากภายนอกฟาร์มมาใช้ ในเขตเกษตรกรรมที่อาศัยน้ำฝนอาจต้องใช้พื้นที่ 4-5 ไร่ในการเลี้ยงโค 1 ตัว



ภาพที่ 5 การเลี้ยงโคในสวนปาล์ม ของเกษตรกรอำเภอท่าชนะ

แนวทางการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อ

ในการจัดทำแผนหรือโครงการเลี้ยงโคเนื้อ มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ

1. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เป็นการพัฒนาการผลิตในระบบเดิมที่ปฏิบัติอยู่โดยไม่มี การเปลี่ยนระบบ แต่อาจมีการปรับปรุงพันธุ์เป็นต้น

2. เพื่อเปลี่ยนการผลิตจากระบบเดิมเป็นระบบใหม่ เช่น ส่งเสริมให้เลี้ยงขุนแทนระบบ ปลดอysterและเดิมเป็นต้น

3. เพื่อเพิ่มผู้ผลิตรายใหม่ เช่น ส่งเสริมให้เกษตรกรที่ไม่เคยเลี้ยงโคให้หันมาเลี้ยงในระบบ ไคระบบหนึ่ง หรือให้เปลี่ยนการเกษตรแบบใดแบบหนึ่งเชิงเดี่ยว มาใช้การโคเลี้ยงร่วมเข้าไป ในระบบด้วย เป็นต้น ซึ่งในการเปลี่ยนการผลิตจากระบบเดิมมาเป็นระบบใหม่ ยอดชาย (2547) ได้ให้แนวทางการดำเนินการคือ เนื่องจากการเลี้ยงโคขุนเป็นวิธีการที่ค่อนข้างใหม่ต่อเกษตรกร โดยทั่วไป จึงควรมีการส่งเสริมเน้นหนักเฉพาะแห่ง โดยจะมุ่งเน้นส่งเสริมเกษตรกรรายย่อยที่มี รายได้น้อย ให้มีการเลี้ยงโคขุน 2-3 ตัว เพื่อเป็นการยกระดับรายได้ของเกษตรกร ควรมีการส่งเสริม ให้เกษตรกรรวมกลุ่ม ร่วมมือกันผลิตในรูปกลุ่มหรือสหกรณ์เพื่อดำเนินธุรกิจที่จำเป็น เช่น การผลิต อาหารโคขุนร่วมกัน การร่วมลงทุนระหว่างรัฐบาลและเอกชนในการจัดตั้งโรงฆ่าสัตว์ การทำ ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ รวมทั้งการรับผิดชอบในการให้บริการผสมเทียม และการให้บริการอื่นๆ จากรัฐบาลในอนาคต ควรมีการเจาะตลาดหรือเปิดตลาดเนื้อคุณภาพดี ซึ่งในระยะแรกอาจจะให้ รัฐบาลหรือองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นเป็นผู้เริ่มและเป็นแกนนำ โดยเริ่มมีการดำเนินกิจการ ในเมืองหรือจังหวัดหลักๆ ของภาคต่างๆ และในระยะต่อไปควรมีการส่งเสริมให้มีความร่วมมือกัน ระหว่างภาคเอกชนและรัฐบาลในการพัฒนาเนื้อโคชั้นดี รวมทั้งให้มีการทำผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ชนิด ใหม่ๆ เพื่อเป็นฐานรองรับเนื้อโคชั้นดีที่ผลิตได้สำหรับการบริโภคภายในประเทศ

การเลี้ยงโคเนื้อในภาคใต้

โคเนื้อในประเทศไทยที่เลี้ยงกันส่วนใหญ่เป็นโคพื้นเมือง โดยโคพื้นเมืองหมายถึงโคที่มีพันธุกรรมท้องถิ่นและดำรงชีพอยู่ในท้องถิ่นของประเทศไทยมานานแล้ว จรัญ และคณะ (2515) ให้ข้อสรุปในเรื่องพันธุ์ว่า โคพื้นเมืองอาจจะเป็นโคดั้งเดิมที่เลี้ยงอยู่ในท้องถิ่นของประเทศไทย หรืออาจจะเป็นโคที่ถูกนำมาจากพื้นที่อื่นและนำมาเลี้ยงเป็นเวลาหลายชั่วอายุ หรืออาจจะเป็นโคที่เกิดจากการผสมข้ามอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งไม่อาจจะแยกแยะหรือแจกแจงให้เข้ากับโคพันธุ์โคพันธุ์หนึ่งซึ่งมีอยู่ในท้องถิ่นได้ โคพื้นเมืองทางใต้ (southern indigenous cattle) นิยมเลี้ยงกันมากในบริเวณจังหวัดตรัง นครศรีธรรมราช กระบี่ พังงา สุราษฎร์ธานี พัทลุง สงขลา ปัตตานี และยะลา ซึ่งมีมากที่สุด ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ลักษณะประจำพันธุ์ มีสีแดง สีน้ำตาลอ่อน ดำ และดำ ไม่มีเหนียงสะดือ มีเหนียงคอบาง น้ำหนักโคเต็มทีเพศผู้ 280 ถึง 320 กิโลกรัม เพศเมีย 230 ถึง 280 กิโลกรัม เพศผู้มีหัวไหล่ค่อนข้างหนา โดยมีกล้ามเนื้อในส่วนนี้ค่อนข้างมาก โหนกใหญ่ บั้นท้ายเล็ก ตอนหน้าค่อนข้างใหญ่ เขามีลักษณะตั้งขึ้น และปลายเขารวมเข้า (ศรเทพ, 2539; สวัสดิ์ และวนิดา, 2542) จุดเด่นคือมีความสมบูรณ์และแข็งแรง มีไหวพริบในการชนและอดทนเป็นพิเศษ มีเนื้อแน่นเหมาะกับการประกอบอาหารแบบไทย สามารถใช้งานได้ดี ให้ลูกคอกปีละตัว สันนิษฐานว่ามีเลือดผสมจากโคอินเดีย (*Bos indicus*) บางกลุ่มพันธุ์มานานแล้ว (จรัญ และคณะ 2515) แต่ก็ไม่มียีนหลักฐานชี้ชัดเจน ในปัจจุบันนอกจากโคชนหรือโคพื้นเมืองแล้ว ได้มีการปรับปรุงพันธุ์ให้โคลูกผสมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เช่นโคลูกผสมสายเลือดผสมพื้นเมือง บราห์มัน และชาโรเลส์ เป็นต้น การเลี้ยงโคของภาคใต้ไม่ได้แตกต่างไปมากจากภาคอื่นๆ มากนัก โดยในอดีตมีการเลี้ยงเพื่อใช้เป็นแรงงาน เช่นการไถนา เทียมเกวียน หรือบรรทุกสิ่งของ เป็นต้น และที่ยังมีกิจกรรมสืบทอดมาถึงปัจจุบันคือการเลี้ยงโคชน ทั้งนี้การใช้ประโยชน์จะขึ้นอยู่กับพันธุ์โคที่เลี้ยง ระบบการเลี้ยงโคคือการเลี้ยงในสวนมะพร้าว สวนยางพารา หรือบางสถานที่มีการด้อนโคออกไปแพะเล็มหญ้าตามทุ่งหญ้าธรรมชาติ ทุ่งนา และที่สาธารณะที่กร้างว่างเปล่าทั่วไป ในบางช่วงอาจมีการผูกกล่ามไว้และปล่อยให้กินในบริเวณจำกัด หรือมีการเกี่ยวหญ้าให้โคกิน ถ้าหากเป็นโคชนอาจจะมีการดูแลที่ดีขึ้น โดยมีการทำรางหญ้าและเกี่ยวหญ้าให้กินตลอดทั้งวัน ให้ออกกำลังกายในช่วงเช้าและเย็น โดยการเดิน มีอาหารเสริมหลายอย่างตามสูตรสมุนไพรและอาหารเสริมตามภูมิปัญญาของท้องถิ่น เช่นเสริมกล้วยสุก ไข่ไก่ เป็นต้น

ในการเลี้ยงโคพื้นเมืองถือว่าเป็นจุดที่มีความโดดเด่นเฉพาะเหมือนกัน โดย สมพร และคณะ (2551) รายงานว่าเกษตรกรเลี้ยงโคพื้นเมืองของจังหวัดอุบลราชธานีและบางอำเภอของจังหวัดยโสธร ถือเป็นอาชีพเสริมจากการทำนา มีจำนวนโคเฉลี่ย 10 ตัวต่อครัวเรือน และถือเป็นอาชีพเสริมของเกษตรกรรายย่อยของประเทศอย่างแท้จริง ซึ่งโคพื้นเมืองมีจุดเด่นคือ ตัวเล็ก เลี้ยงง่าย ทนต่อโรค แมลงและสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้ดี มีความสมบูรณ์พันธุ์สูงคือมีวัยเจริญพันธุ์เร็ว

ผสมติดและกลอดลูกง่าย เลี้ยงลูกเก่ง ให้ลูกสม่ำเสมอและอายุยืน โคพื้นเมืองมีส่วนในการเป็นสื่อกลางที่ทำให้ทุกคนในครอบครัวมีกิจกรรมร่วมกัน เกิดการรวมกลุ่มในชุมชนจนเกิดเป็นชุมชนแบบพึ่งตนเอง อย่างไรก็ตามในด้านพันธุกรรมของโคพื้นเมืองในปัจจุบันนับว่ามีโคพื้นเมืองจริงๆ น้อยลงทุกที เนื่องจากโคพื้นเมืองมีขนาดตัวเล็ก นี้อ้อย ราคาถูก เกษตรกรจึงเปลี่ยนพันธุ์โคผสม ทำให้ลูกโคที่เกิดรุ่นใหม่มักเป็นลูกผสมพันธุ์ยุโรปและพื้นเมืองมากขึ้น

ปัญหาในการเลี้ยงโคเนื้อของภาคใต้

การเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรในภาคใต้ส่วนใหญ่ ผู้เลี้ยงเป็นเกษตรกรรายย่อย อาศัยธรรมชาติเป็นหลัก ระบบที่เลี้ยงเป็นแบบเพื่อการดำรงชีพและกึ่งดำรงชีพ (semi-intensive system) ซึ่งปัญหาโดยทั่วไปมีทั้งในด้านการผลิตและการตลาด โดยด้านการผลิตนั้น พบว่าประสิทธิภาพการผลิต การเลี้ยงโคยังไม่ดีเท่าที่ควร มีพื้นที่ทุ่งหญ้าในการเลี้ยงโคค่อนข้างน้อย โดยอาจน้อยกว่า 0.97 ไร่ต่อตัว ที่รายงานโดยกรมปศุสัตว์ การเลี้ยงโคขุนมีจำนวนน้อยมาก นอกจากนี้ยังมีปัญหาในด้านพื้นที่ในการเลี้ยง เนื่องจากภาคใต้เป็นพื้นที่ในการปลูกยางพารา และปาล์มน้ำมัน มีบางจังหวัดเป็นที่ลุ่มสามารถทำนาได้ จึงมีการใช้พื้นที่เพื่อการเกษตรอย่างเต็มที่ มีผลต่อพื้นที่ในการเลี้ยงสัตว์ และส่งผลกระทบต่อปริมาณอาหารหยาบที่ไม่เพียงพอ ถึงแม้ว่าภาคใต้จะมีความชุ่มชื้นและมีช่วงแห้งแล้งสั้นก็ตามแต่อาหารหยาบก็ยังคงขาดแคลนทุกปี ในด้านการตลาด จะไม่มีตลาดนัดโคกระบือเหมือนภาคอื่นๆ แต่จะมีพ่อค้าประจำที่แวะเวียนมาสอบถามราคาในช่วงที่โคมีขนาดตัวและลักษณะสมควรที่จะขายได้ โดยจากการประชุมสมาชิกชมรมโคเนื้อ เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่าราคาโคเนื้อไม่สอดคล้องกับราคาต้นทุนในการผลิต ไม่มีการแบ่งตลาดที่ชัดเจนระหว่างตลาดโคเนื้อพื้นเมืองและตลาดโคขุน เกษตรกรขาดอำนาจในการต่อรองที่เป็นธรรม ตลาดจึงเป็นของผู้ซื้อและสามารถกำหนดราคาเองได้ เกษตรกรมักจะขายโคมีชีวิตในราคาค่อนข้างต่ำ โดยในปี 2548-2550 จะมีราคาประมาณ 40-45 บาทต่อกิโลกรัม และในช่วงปี 2550-2551 พบว่าราคาของอาหารสัตว์เพิ่มมากขึ้นเนื่องมาจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้น แต่ราคาของโคยังคงที่ ทำให้เกษตรกรขาดแรงจูงใจในการเพิ่มการผลิตโคเนื้อ จึงเป็นสิ่งที่น่าเป็นห่วงในจำนวนโคที่กำลังลดลง และในอนาคตจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีกับประเทศออสเตรเลียนั้นอาจส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในประเทศจนทำให้สูญเสียอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อก็ได้ หากการเลี้ยงและการสนับสนุนหรือส่งเสริมยังไม่ชัดเจน โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่ทราบข้อมูลผลที่อาจเกิดขึ้นจากการที่ไม่สนับสนุนเนื้อโคของประเทศไทยเอง หรือระบบการเลี้ยงที่ยังไม่มีระบบที่ชัดเจนตามสภาพความเหมาะสม ดังนั้นจึงสอดคล้องกับรายงานของ จุฑารัตน์ (2552) ที่ให้ความสำคัญในด้านการตลาด เพราะถือว่าเป็นปัญหาส่วนสำคัญของโคพื้นเมือง ซึ่งในอดีตจะขาดการบริหารจัดการด้านการตลาดเนื้อโค ด้านโรงฆ่าสัตว์ที่สะอาด

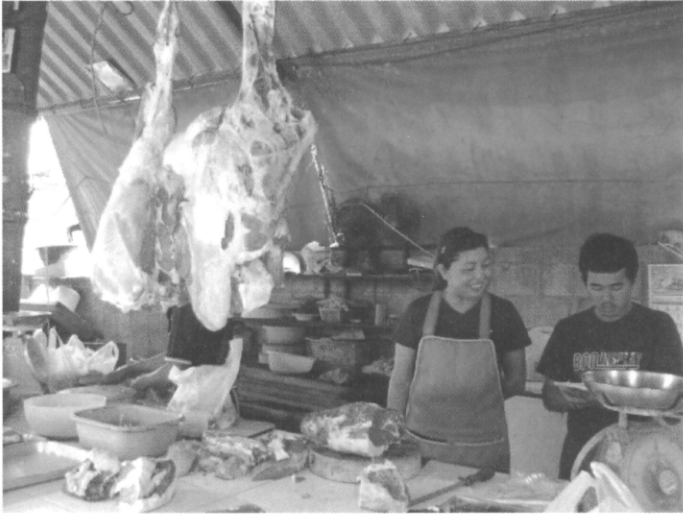
ถูกสุขลักษณะ และเกษตรกรยังขาดการแนะนำในการผลิตหรือหาช่องทางการตลาดที่มีความยั่งยืน ซึ่งตัวอย่างปัญหาที่เกิดขึ้นดังภาพที่ 6 และ 7



ภาพที่ 6 โคขาดแคลนอาหาร อำเภอท่าชนะ



ภาพที่ 7 ปัญหาน้ำท่วมในอำเภอกาญจนดิษฐ์ และอำเภอดอนสัก



ภาพที่ 8 ตลาดสดขายเนื้อโค จังหวัดสุราษฎร์ธานี

องค์ประกอบบริบทด้านอุปทานและอุปสงค์ของโคเนื้อ

ญานิน (2551) รายงานว่า องค์ประกอบและบริบทด้านอุปทาน (supply side) ของโคเนื้อ ได้แก่ แหล่งที่มา (ฟาร์ม ตลาดนัด ลักลอบ) ปัจจัยการผลิต (สายพันธุ์ อาหาร การจัดการ) โรงฆ่า ตัดแต่ง (มาตรฐาน การบ่มเนื้อ การตัดแต่ง) โดยรัฐบาลมีส่วนในการกำหนดนโยบาย องค์ประกอบ และบริบทด้านอุปสงค์ (demand side) ของโคเนื้อ ได้แก่ ตลาด (เนื้อคุณภาพสูง เนื้อคุณภาพ ปานกลาง เนื้อคุณภาพทั่วไป) ผลผลิต (บริโภคสด การแปรรูป เช่น ลูกชิ้น) ผลพลอยได้จากโรงฆ่า (หนัง เครื่องใน กระดูก) โดยองค์ประกอบและบริบทดังกล่าวจะได้รับผลกระทบโดยตรงจากบริบท โลก ในการเปิดเสรีการค้า (FTA) ในการศึกษาของ ธำรงค์ (2550) รายงานว่าในปี พ.ศ. 2549 มีระบบโซ่อุปทานที่มีการเชื่อมต่อกันอย่างชัดเจน 2 ระบบ คือ ระบบแรกเป็นกรณีของโคพื้นเมือง และลูกผสมบราห์มันสายเลือดดำ ระบบที่ 2 เป็นโคบราห์มันและชาโรเลส์ โซ่อุปทานระบบแรก ไม่มีความซับซ้อน มีผู้เกี่ยวข้องไม่มาก ต้องการการบริหารจัดการน้อย ประกอบด้วยกลุ่มเกษตรกร ตันน้ำซึ่งเลี้ยงแม่โคและจัดการให้ได้ลูกโค และเลี้ยงไปจนได้ขนาดที่ตลาดต้องการ ซึ่งจะใช้เวลา 1-1.5 ปี จากนั้นโคจะถูกนำส่งกลางน้ำ คือ ตลาดนัด โรงฆ่าสัตว์ และสู่ปลายทาง คือ ตลาดสด ระบบ นี้มีค่าบริหารจัดการไม่มากนัก มูลค่าของกลุ่มตันน้ำสำหรับโค 250 กิโลกรัม อยู่ที่ตัวละ 3,000-4,000 บาท ส่วนผู้ทำธุรกิจโรงฆ่าและจำหน่ายเนื้อสด จะได้มูลค่าเพิ่มประมาณตัวละ 3,000-3,500 บาท ปัญหาสำคัญของโซ่อุปทานนี้ คือ โรงฆ่าสัตว์ที่ไม่ได้มาตรฐาน โซ่อุปทานระบบที่สอง ประกอบด้วยกลุ่มเกษตรกรตันน้ำ ซึ่งได้แก่ ตลาดนัดโคกระบือ กลุ่มผู้เลี้ยงโคขุน โรงฆ่าสัตว์ โรงงานตัดแต่ง และตลาดปลายทาง (โมเดิร์นเทรด ภัตตาคาร ร้านอาหาร) กลุ่มเกษตรกรตันน้ำ ซึ่งเลี้ยงแม่โคและจัดการให้ได้ลูกโค และเลี้ยงไปจนได้ขนาดที่ขายได้ ซึ่งจะใช้เวลา 2-2.5 ปี ซึ่งจะ

ได้นำหนักประมาณ 350-400 กิโลกรัม โคจะถูกนำเข้าตลาดนัด จากนั้นกลุ่มผู้ขุนโคจะเข้าไปคัดเลือกโคที่มีลักษณะดีมาขุนต่อ 4-8 เดือน ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับสายพันธุ์ของโค จากนั้นโคขุนจะนำเข้ามาฆ่า ณ โรงฆ่ามาตรฐาน ซึ่งในปี พ.ศ. 2549 มีอยู่ไม่กี่แห่ง ซากโคที่ได้จะผ่านการตัดแต่งเนื้อก่อนส่งต่อไปยังปลายทาง ระบบนี้ใช้ช่วงต้นน้ำและตลาดนัด มีค่าบริหารจัดการไม่มากนัก ค่าเพิ่มของกลุ่มต้นน้ำสำหรับโคขนาด 400 กิโลกรัม อาจได้สูงถึงตัวละ 10,000 บาท แต่ใช้เวลานานกว่าการเลี้ยงโคพื้นเมือง

กลุ่มผู้ขุนโคจะต้องบริหารจัดการต้นทุนค่าอาหารให้มีประสิทธิภาพ และควรคัดเลือกสายพันธุ์ที่เหมาะสม เพราะเสี่ยงต่อปัญหาการขาดทุนได้ เช่นเดียวกับผู้ทำธุรกิจโรงฆ่า ตัดแต่งและจำหน่ายเนื้อสด ที่ต้องใช้วิธีการจัดการที่เหมาะสมเพื่อนำเนื้อทุกชิ้นส่วนออกขายให้หมด และต้องมี กระบวนการเก็บรักษาและปรับคุณภาพของเนื้อให้ตรงกับความต้องการของตลาด เนื่องจากวงจรของการเลี้ยงโคยาว อาจถึง 3 ปีกว่าจะได้โคเนื้อที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของตลาด ซึ่งหากต้องผ่านส่วนประกอบในโซ่อุปทานมาก จะเกิดปัญหาของการควบคุมคุณภาพ รวมถึงการจัดสรรส่วนแบ่งและผลประโยชน์ให้กับทุกฝ่าย ในขณะที่ตลาดปลายทางของเนื้อสดมีมูลค่าไม่สูงนัก แต่มีผลกระทบต่อโซ่อุปทานโครุนแรง เช่นในปี 2549 เมื่อราคาโคมีชีวิตเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ราคาตลาดเนื้อสดตกกิโลกรัมละ 120 บาท ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจขายเนื้อสดแทบไม่ได้กำไรเลยจากการขายเนื้อ โดยผลตอบแทนไปอยู่ที่เครื่องในและหนัง แต่ในปี พ.ศ. 2550 ราคาโคมีชีวิตปรับตัวลดลง ผู้ประกอบการปลายทางเริ่มฟื้นตัว แต่เกษตรกรต้นน้ำจะได้รับผลตอบแทนที่ลดลง โดยกลุ่มที่ถูกผลกระทบอย่างรุนแรงจะเป็นกลุ่มที่เข้าสู่ตลาดใหม่ และกลุ่มที่ต้องเสียด้านเปรียบเทียบในราคาสูง (สายพันธุ์ฮินดู- บราซิล) นอกจากนี้ยังมีแนวคิดของการสร้างกลุ่มคลัสเตอร์ (cluster) ขึ้นเพื่อการจัดการ โซ่อุปทานให้เข้ามาอยู่ในระบบการจัดการเดียวกัน หรือความจำเป็นในการสร้างความเท่าเทียมและการให้ความรู้แก่กลุ่มต่างๆ ที่อยู่ในโซ่อุปทานโคเนื้อ โดยในปี พ.ศ. 2550 ยังพบปัญหาที่สำคัญ เช่น ระบบการซื้อขายโคมีชีวิตยังใช้วิธีการขายเหมาแทนการชั่งน้ำหนัก การที่ผู้เลี้ยง (กลุ่มต้นน้ำ) ไม่ทราบคุณภาพเนื้อโคของตนเอง และยังไม่มีการกำหนดเป้าหมายของการผลิตที่ชัดเจน (ธีรพงศ์ และคณะ, 2551)

โซ่อุปทานโคเนื้อ

ในการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อของประเทศไทยจะถูกปัจจัยภายนอกเข้ามาเบียดเบียน เช่น ปัญหากระแสโลกาภิวัตน์ ข้อตกลงการค้าเสรี การขยายโอกาสการค้าในระดับโลก ของประเทศต่างๆ ในเมืองไทยนั้น สิทธิพร (2552) ให้ข้อคิดว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อของไทยจะต้องร่วมสร้างเศรษฐกิจบนฐานความรู้และจะต้องปรับตัว โดยต้องรู้จักตลาดเนื้อโคในประเทศ ต้องรู้จักผู้บริโภค

ตัวสินค้า ระบบการผลิต กฎระเบียบมาตรฐาน ฐานทรัพยากร และระบบตลาด ผู้ผลิตขั้นต้นไม่มีโอกาสกำหนดราคา จึงต้องทราบตำแหน่งของสินค้าก่อนสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยการสื่อสารถึงผู้บริโภคผ่านเมนูอาหารต่างๆ ทั้งไทยและสากล ดังนั้นการจัดการ supply chain เพื่อเชื่อมโยงระบบผลิตผ่านโรงฆ่าแหละที่ได้มาตรฐานถึงผู้บริโภคจึงเป็นเรื่องจำเป็น ระดับของตลาดโคเนื้อที่ ชำรงค์ และคณะ (2551) ได้เปิดเผยแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ คือ ตลาดระดับสูง เช่นภัตตาคาร โรงแรม จะนิยมโคลูกผสมพันธุ์ยุโรป ที่ใช้เวลาการขุน 10-12 เดือน (อายุมากกว่า 3 ปี) และเนื้อโคมีไขมันแทรกมาก ถ้าระยะเวลาการขุน 10 เดือน (อายุมากกว่า 2-2.5 ปี) เนื้อโคจะมีไขมันแทรกพอสมควร ส่วนโคลูกผสมพันธุ์บราห์มันระดับเลือดสูง จะมีการส่งเนื้อขายตามซูเปอร์มาร์เกต โมเดิร์นเทรด ใช้ระยะเวลาการขุน 5 เดือน เนื้อโคจะมีไขมันแทรกน้อย ส่วนตลาดระดับกลางจะเป็นโคลูกผสมพันธุ์บราห์มัน เนื้อโคที่ได้จะส่งขายที่ซูเปอร์มาร์เกต และใช้เปลือกตับประคขุนเป็นระยะเวลา 3-4 เดือน ส่วนตลาดระดับล่างนั้น ได้แก่ โคอายุมาก โคพื้นเมืองและโคคัดทิ้ง เนื้อโคที่ได้จะส่งขายที่ตลาดสด และส่วนใหญ่จะแปรรูปทำลูกชิ้น ใช้ระยะเวลาการขุน 2-3 เดือน ซึ่งผู้เลี้ยงจะเลี้ยงได้โดยใช้ต้นทุนการผลิตต่ำ เพราะส่วนใหญ่ปล่อยเลี้ยงตามธรรมชาติ และอาจมีการเสริมอาหารชั้นบ้างเล็กน้อย ซึ่งการให้อาหารชั้นมากหรือน้อยจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตด้วย ฉายฉิน (2551) รายงานว่าการศึกษาการเลี้ยงโคเนื้ออายุ 1 ปี ในโค 3 ประเภท คือโคพื้นเมือง โคลูกผสมพันธุ์บราห์มัน และโคลูกผสมชาโรเลต์ พบว่ามีต้นทุนการผลิต 4,102 บาท/ตัว 9,420 บาท/ตัว และ 17,105 บาท/ตัว ตามลำดับ โดยค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าอาหารสัตว์ ถึงประมาณ 50-60% ซึ่งจากการศึกษาพบว่าโคพื้นเมืองให้ผลตอบแทนจากการขายโคอายุ 2 ปี มากกว่าโคลูกผสมอเมริกันบราห์มัน และโคลูกผสมชาโรเลต์ ถึงแม้ว่าโคพื้นเมืองจะมีราคาขายที่ต่ำกว่า แต่ต้นทุนการเลี้ยงแทบไม่มี เนื่องจากเป็นการเลี้ยงแบบปล่อยตามธรรมชาติ โดยผลกำไรจากการขายโคอายุ 2 ปี สำหรับโคพื้นเมือง โคลูกผสมอเมริกันบราห์มัน และโคลูกผสมชาโรเลต์ เท่ากับ 3,000 บาท/ตัว 1,600 บาท/ตัว และ 1,200 บาท/ตัว ตามลำดับ

ในการศึกษาเรื่อง ห่วงโซ่อุปทานของการเลี้ยงโคเนื้อ ควรจะต้องพิจารณา คำว่าอุปทานทางเศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการผลิต การมีอยู่ของสิ่งที่เราจะขาย ซึ่งในเรื่องของการเลี้ยงโคจะเกี่ยวกับผู้เลี้ยงซึ่งเป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงโคโดยตรง และเปรียบผู้เลี้ยงเหมือนผู้ประกอบการที่สำคัญในการพัฒนากลุ่มต้นน้ำของระบบห่วงโซ่อุปทานโคเนื้อที่เลี้ยง ผู้ซื้อโคและผู้บริโภคเปรียบเหมือนผู้ที่อยู่ปลายน้ำ จึงควรต้องศึกษาความต้องการสุดท้ายของผู้บริโภคมายังผู้ผลิต โดยไม่ให้ผ่านคนกลาง เมื่อพิจารณาย้อนกลับพอทราบว่า การเลี้ยงโคของชาวบ้านมักขาดการวางแผน ซึ่งถือเป็นปัญหาหลักในประเทศไทย โดยการเลี้ยงจะเป็นการเลี้ยงแบบธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ ระบบการซื้อขายราคาไม่แน่นอน การซื้อขายส่วนใหญ่จะตีราคาเป็นตัวไม่มีการชั่งน้ำหนัก โดยมีพ่อค้ามาซื้อจากผู้เลี้ยงโคโดยตรง หรือมีพ่อค้าซื้อเพื่อนำไปเข้าสู่ตลาดนัด ซึ่งมีพ่อค้าปลายทางเข้าไปดำเนินการซื้อโค

เพื่อส่งเข้าโรงฆ่าสัตว์ แปรสภาพเป็นเนื้อจำหน่ายให้ผู้บริโภคต่อไป โดยเกษตรกรคั้นน้ำจะมีต้นทุน 4,510 บาทต่อตัว มีมูลค่าเพิ่ม 3,723 บาทต่อตัว พ่อค้าที่ซื้อเข้าตลาดนัดมีต้นทุน 9,839 บาทต่อตัว มีมูลค่าเพิ่ม 1,642 บาทต่อวัน ซึ่งธุรกิจตลาดนัดจะมีต้นทุน 6.67 บาทต่อตัว มีมูลค่าเพิ่ม 9.28 บาทต่อตัว ส่วนโรงแปรสภาพทั่วไปจะมีต้นทุน 11,78 บาทต่อตัว มีมูลค่าเพิ่ม 4,500 บาทต่อตัว สำหรับระบบที่ผ่านโรงแปรสภาพมาตรฐาน เกษตรกรคั้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เข้าอยู่ภายใต้กระบวนการจัดการและองค์กรเดียวกัน โดยเกษตรกรคั้นน้ำ ผลิตโคขุนจำหน่ายให้เกษตรกรกลางน้ำเพื่อไปขุนด้วยระบบเงินสดและชั่งน้ำหนัก หรือนำโคขุนของตนเข้าขุน พร้อมการทำทะเบียนประวัติ ดิจิทัลหรือประทับตราเบอร์ที่หู เมื่อโคมีขนาดและคุณภาพที่ตลาดต้องการ จัดส่งโคขุนให้กับส่วนขององค์กรที่รับผิดชอบกระบวนการแปรสภาพ นำซากเข้าสู่กระบวนการจัดการสินค้าคงคลัง บ่มเนื้อเป็นเวลา 7 วัน แล้วนำออกมาประเมินคุณภาพซาก หากมีไขมันแทรกสูงจะเข้าสู่กระบวนการตัดแต่งชิ้นส่วนตามที่ถูกค้าต้องการ หากไขมันแทรกน้อย จะต้องบ่มต่อและนำออกตัดแต่งภายในเวลาที่เหมาะสม ระบบหลังนี้จะมีต้นทุนและมูลค่าเพิ่มของผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานที่เปลี่ยนไป โดยเกษตรกรขุนโคจะมีต้นทุน 32,422 บาทต่อตัว มีมูลค่าเพิ่มจากการขุน 5,231 บาทต่อตัว โรงแปรสภาพมาตรฐานมีต้นทุน 63,226 บาทต่อตัว และมีมูลค่าเพิ่ม 4,820 บาทต่อตัว เมื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพของกิจกรรมการบริหารจัดการของระบบลอจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานของโคเนื้อของทั้งสองตลาดแล้ว พบว่าระบบที่ผ่านโรงฆ่ามาตรฐานมีประสิทธิภาพสูงกว่าสามารถลดต้นทุนบริหารจัดการ และเพิ่มมูลค่าของกิจกรรมต่างๆ ได้สูงกว่า(ธำรงค์, 2552)

โซ่อุปทานของโคเนื้อที่เหมาะสม

ธำรงค์ และคณะ (2551) รายงานว่าการวางแผนที่เหมาะสม เพื่อให้โซ่อุปทานเหลือเพียงต้นน้ำกับปลายน้ำโดยเกษตรกร โรงฆ่าสัตว์ ลูกค้า จะสามารถเชื่อมต่อระหว่างกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคกับผู้บริโภคได้ การทำธุรกิจโคเนื้อ มีระยะเวลาประมาณ 5 ปี และถ้าต้องการโคเนื้อนุ่มต้องผ่านการบ่ม และตัดแต่งก่อนส่งถึงผู้บริโภคเพื่อให้ได้ราคาที่สูงขึ้น ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลการตลาดของโคเนื้อในพื้นที่ภาคใต้ พบว่าเนื้อโคที่ส่งขายในจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่ไม่ได้มาจากภาคใต้ แต่มาจากภาคอีสาน ผ่านจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีจากภาคใต้เพียงบางส่วนเท่านั้น นอกจากนี้วิถีชีวิตและรูปแบบวัฒนธรรมก็มีผลต่อการตลาดโคเนื้อ ตัวอย่างเช่น ในจังหวัดพัทลุง มีการซื้อวัวกันในราคาของวัวชน ราคาประมาณตัวละ 15,000 บาท แต่พ่อขายเป็นเนื้อโคขายได้ราคาเพียง 12,000 บาท เป็นต้น

การเลี้ยงโคในภาคใต้จะเป็นลักษณะเลี้ยงกันแบบพื้นบ้าน ชำแหละและขายกินกันเอง ซึ่งคนในภาคใต้ชอบกินโคพื้นเมืองเพราะมีลักษณะของเนื้อเหมาะต่อการใช้ประกอบอาหารพื้นเมือง ส่วนโคภาคอีสานมักจะเป็นโคพันธุ์ลูกผสมบราห์มัน ในการขนส่งทางรถบรรทุกพบว่า

กว่าจะขนส่งมาถึงภาคใต้หรือส่งต่อไปขายประเทศมาเลเซียต้องผ่านการกักกันเพื่อตรวจโรค 21 วัน ซึ่งต้องมีต้นทุนค่าขนส่งที่สูงหรือมีผลให้โคมีน้ำหนักลดลงจากการขนส่ง ดังนั้นถ้ามองในแง่การเลี้ยงโคเพื่อส่งไปขายให้ประเทศมาเลเซีย หรือบริโภคในพื้นที่การท่องเที่ยวของภาคใต้ คนภาคใต้ที่เลี้ยงโคในพื้นที่น่าจะมีโอกาสดีกว่าคนภาคอื่นๆ เพราะจะมีต้นทุนในการขนส่งที่ถูกกว่าภาคอื่นในการส่งโคเข้าไปขายในประเทศมาเลเซีย (ธีรารักษ์ และคณะ, 2551)

โอกาสทางการตลาดเนื้อโคไทย

ปริมาณการบริโภคเนื้อโคของประเทศไทยอยู่ในระดับต่ำมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ โดยคนไทยบริโภคเนื้อโคประมาณ 5 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ในขณะที่บริโภคเนื้อสุกรและเนื้อไก่ ในอัตราเฉลี่ยใกล้เคียงกัน คือ 12-14 กิโลกรัมต่อคนต่อปี (จดหมายข่าวธุรกิจโคเนื้อ, 2550) การที่คนไทยบริโภคเนื้อโคในปริมาณน้อย มีสาเหตุจากหลายประการคือ เนื้อโคมีความเหนียว มีกลิ่นเฉพาะตัวและมีราคาแพงเมื่อเทียบกับเนื้อสัตว์ประเภทอื่น ดังนั้นหากสามารถประชาสัมพันธ์และเสริมความรู้เรื่องเนื้อโคให้แก่ผู้บริโภค จะทำให้ผู้บริโภครู้ถึงคุณค่าทางโภชนาการของเนื้อโค รู้จักชนิดหรือประเภทของเนื้อโค และสามารถเลือกซื้อเนื้อโคที่สะอาดปลอดภัย เพื่อการประกอบอาหารอย่างถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้คนไทยบริโภคเนื้อโคกันมากขึ้น เป็นผลให้อุตสาหกรรมการผลิตโคเนื้อและอุตสาหกรรมเนื้อโคและผลิตภัณฑ์ในประเทศขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

จรัญ (2550) ได้ให้ข้อคิดข้อเตือนใจแก่ผู้ทำงานวิจัยด้านโคเนื้อว่า “นักวิชาการงานวิจัยโคเนื้อ ต้องมองอะไรเป็นระบบ ต้องทำความเข้าใจถึงเกษตรกรที่เป็นผู้เลี้ยงโคอย่างดี ดังนั้นจำเป็นต้องคิดพลังให้แก่ชาวบ้าน (empowerment) และการแก้ปัญหาที่ตรงนั้นสามารถทำได้โดยงานวิจัยและงานพัฒนาในเรื่องของระบบการผลิตและการตลาดซึ่งเป็นงานด้านพัฒนา ควรจะ “มองป่า ให้เห็นทั้งป่า” หมายถึงการมองเห็นภาพรวมของการผลิตโคเนื้อและตลาดโคเนื้อทั้งหมดของประเทศไทย ตั้งแต่เนื้อโคจากตลาดสดไปจนถึงเนื้อโคคุณภาพสูง อย่างเน้นการส่งออก โดยเฉพาะเนื้อสด เนื่องจากติดปัญหาเรื่องโรคปากและเท้าเปื่อย ควรเน้นในเรื่องของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เช่น ตัวอย่าง ธุรกิจสุกรได้มีการส่งออกหมูหยองแทนเนื้อหมูสด แต่ก็อย่ามองข้ามเนื้อโคไทย เนื่องจาก 90% ของเนื้อโคไทย ผลิตมาจากชาวบ้าน นอกจากนี้โคพื้นเมืองที่ชาวบ้านเลี้ยงมีหลายสายพันธุ์ ได้แก่ โคขาวลำพูน โคน และโคลาน และอนาคตโคเนื้อและเนื้อโคไทยยังไปได้อีกไกล ในอีก 15 ข้างหน้า การบริโภคในภูมิภาคเอเชียจะเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่า รวมทั้งประเทศไทยด้วย เนื่องจากประชากรเพิ่มมากขึ้นทำให้มีคนบริโภคเนื้อเพิ่มขึ้น

จุฑารัตน์ (2551) รายงานว่าการพัฒนาด้านการตลาดควรหาแนวทางเพื่อขยายเข้าสู่ช่องทางตลาด modern trade และการพัฒนาด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ นอกจากนี้การพัฒนาการสร้างแบรนด์และเอกลักษณ์ให้เป็นที่ยอมรับ เช่น ผลิตภัณฑ์จากโคพื้นเมืองของไทย

ที่มีการเลี้ยงแบบไม่ถูกกักขัง กินหญ้าอย่างเดียวเป็น natural beef, organic beef, grass beef เป็นต้น และการผลิตเนื้อโคให้มีเอกลักษณ์ประจำตัว เพื่อเป็นจุดขายให้กับเนื้อโคไทย เช่น แกงมัสมั่น เป็นอาหารที่ชาวต่างชาตินิยมมาก โดยต้องเน้นว่าเมื่อนำเนื้อไปทำแกงมัสมั่นต้องทำจากเนื้อโคพื้นเมือง เป็นต้น ถ้าตลาดในประเทศยอมรับอาหารที่ผลิตจากเนื้อโคดังกล่าวแล้วอาจส่งไปขายตลาดต่างประเทศก็เป็นไปได้ ซึ่งเป็นการขยายช่องทางการตลาดให้แก่เกษตรกรเพิ่มขึ้นด้วย

สถานภาพการผลิตเนื้อโคไทย

จุฑารัตน์ (2550) ได้วิเคราะห์จากมิติด้าน “สินค้า” “คน” และ “ระบบ” ที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจภาคการผลิตเนื้อโค ซึ่งรายงานว่าสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ตลาด ความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคในตัวสินค้าจะขึ้นกับราคาและคุณภาพ โดยคุณภาพของเนื้อนั้น จะมองตั้งแต่กระบวนการผลิตจากฟาร์มถึงผู้บริโภคได้มาตรฐาน และคุณลักษณะที่ดีของคุณภาพเนื้อ และความเหมาะสมในการนำเนื้อนั้นไปใช้ประโยชน์ ทางด้านการผลิตสินค้า (เนื้อโค) คุณลักษณะของเนื้อที่ใช้เป็นตัวกำหนดคุณภาพเนื้อ มีองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการและสุขภาพ คุณค่าทางการบริโภค เช่น ความนุ่ม ความสด และรสชาติ ซึ่งผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับความนุ่มและรสชาติของเนื้อมาก คุณค่าทางด้านความปลอดภัยของอาหาร ได้แก่ ปลอดภัยจากสารตกค้าง สารปนเปื้อนในเนื้อ คุณค่าทางการนำไปแปรรูป ได้แก่ ความสามารถในการอุ้มน้ำของโปรตีนในเนื้อ เฟอร์เซ็นต์ของการสูญเสีย น้ำระหว่างการเก็บรักษาและการสูญเสีย น้ำระหว่างการปรุงอาหาร คุณค่าที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจิตใจ ได้แก่ การยอมรับคุณภาพเนื้อโคที่ได้มาจากการเลี้ยงในระบบปล่อยทุ่งหญ้าธรรมชาติ (grass beef) นอกจากองค์ประกอบเหล่านี้แล้ว เนื้อที่มีคุณภาพยังขึ้นอยู่กับ กระบวนการผลิตทั้ง โข่อุปทาน การผลิตที่ได้มาตรฐาน (การเลี้ยงโรงฆ่า การแปรรูป การเก็บรักษา ฯลฯ) นอกจากนี้คุณภาพยังขึ้นอยู่กับ วัตถุประสงค์และความเหมาะสมกับประเภทของการนำเนื้อไปใช้ เช่น นำไปปรุงอาหารประเภทต่างๆ นำไปแปรรูป เป็นต้น ซึ่งโคเนื้อแต่ละประเภทมีความเหมาะสมในการนำไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันด้วย ดังภาพที่ 9 ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมีการแปรรูปเนื้อโคเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้แก่ ไส้กรอก เนื้อตากแห้ง แหนมห่อ หม่า เป็นต้น ส่วนภาคใต้ไม่มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพราะไม่มีกลุ่มลูกค้ามากนักและเห็นว่าไม่ตรงกับวัฒนธรรมการบริโภคของคนภาคใต้



ภาพที่ 9 การแปรรูปเนื้อโคเพื่อวางขาย ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

อุปสรรคและโอกาสของตลาดโคเนื้อไทย

จากการเสวนาและวิพากษ์เชิงยุทธศาสตร์เรื่อง โอกาสทางการตลาดโคเนื้อโคไทย ในเดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2550 โดย สกว. ข้อคิดเห็นในการพัฒนาของผู้เข้าร่วมหลากหลายกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับโคเนื้อ ซึ่งแต่ละกลุ่มล้วนมีข้อคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนา เช่น กลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีก modern trade จะเน้นตลาดเนื้อระดับกลางเป็นส่วนใหญ่ โดยตลาดเนื้อดิบโต 50-60% ในรอบปี 2549-2550 เนื่องจากผู้บริโภค (ภัตตาคาร โรงแรม ร้านค้าต่างๆ) มีความต้องการเรื่องคุณภาพและความสม่ำเสมอของคุณภาพเนื้อ ดังนั้นทาง modern trade จึงให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพ ตั้งแต่กระบวนการจัดหา-คัดสรรผู้ผลิต การกำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ในขณะที่ยังต้องรักษาระดับราคาซื้อไว้ไม่ให้สูงเกินไป เนื้อโคขุนของไทยนั้นมีความคุณภาพเมื่อเทียบกับต่างประเทศ แต่ต้องขยายการประชาสัมพันธ์ให้ทราบอย่างทั่วถึง โดยควรมีการประกันคุณภาพจากผู้ผลิต และรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภครายได้สูงในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เช่น The Mall, Emporium เป็นต้น ส่วนปัญหาที่พบคือ พนักงานขาดความรู้และทักษะในการตัดแต่ง ซึ่งยังจำเป็นต้องความช่วยเหลือจากภาครัฐ อีกทั้งส่วนใหญ่ผู้บริโภคและพนักงานขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องชิ้นส่วนของเนื้อและการใช้ประโยชน์

กลุ่มผู้ประกอบการขายส่งให้กับ modern trade มีแนวโน้มทำการตลาดและส่งไปจำหน่ายยังร้านอาหารมากขึ้น มีการคัดแต่งส่งทั้งตลาดสดและตลาดสด นับเป็นโอกาสและอีกช่องทางหนึ่งของผู้ประกอบการขายส่ง ส่วนชิ้นส่วนรอง เช่น เนื้อบด เศษเนื้อ เป็นต้น มีแหล่งตลาดรองรับ ได้แก่ ชาวบ้านในชุมชนใกล้เคียง โดยมีเครือข่ายผู้ผลิตและมีโรงคัดแต่งที่เป็นมาตรฐานการที่พบว่าสีเนื้อซีดลง ไม่ได้บ่งบอกว่าเนื้อมีความปลอดภัยดี แต่ยังเป็นปัญหาเชิงจิตวิทยาที่มีผลต่อการยอมรับของผู้บริโภค และเป็นปัญหาของผู้ประกอบการขนส่ง รวมทั้งปัญหาด้าน logistics ซึ่งมีค่าใช้จ่ายและต้นทุนสูง ปัญหาของกลุ่มผู้ประกอบการขนส่ง อยากให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องช่วยอำนวยความสะดวกโดยการแก้กฎระเบียบที่ล้าสมัย เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการมากขึ้นและทำงานในลักษณะประสานงานกัน โดยเฉพาะกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงมหาดไทย และกระทรวงคมนาคม อีกทั้งผลกระทบจาก FTA ทำให้โครงสร้างการผลิตโคเนื้อและโครงสร้างราคาเกิดการเปลี่ยนแปลง เช่น ปัญหาการนำเข้าเครื่องในจากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ เป็นต้น กลุ่มผู้ประกอบการแปรรูป ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของเนื้อโคพื้นเมือง ด้วยคุณลักษณะพิเศษเฉพาะ เนื้อโคพื้นเมืองคือมีเส้นใยกล้ามเนื้อละเอียด ไขมันน้อย ทำให้สามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ เช่น salami, ham, air dried beef, ไส้กรอกเนื้อ เป็นต้น จนสามารถส่งออกแฮมไปยังฮ่องกงได้ และกลุ่มผู้บริโภคนเนื้อมีหลายระดับ ตั้งแต่ระดับเกรดต่ำจนถึงเกรดคุณภาพสูง ตัวอย่างเช่น สเต็กเนื้อ เป็นต้น มีแนวโน้มเพิ่มจำนวนมากขึ้น โดยต้องมีการจัดการในเรื่องของการคัดแต่งและการบ่มเนื้อให้เหมาะสม ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการโรงฆ่าสัตว์ มีปัญหาว่าโรงฆ่าสัตว์ที่ได้มาตรฐานจริงๆ ในประเทศไทยมีจำนวนน้อย (เพียง 7 แห่ง) ซึ่งโรงฆ่าที่ได้มาตรฐาน ทำให้ต้นทุนสูงเพิ่มขึ้นมาก โดยรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนการสร้างโรงฆ่าสัตว์ที่ได้มาตรฐาน มีความสะอาดและถูกสุขอนามัย อีกทั้งไม่มีความสอดคล้องระหว่างปริมาณโคที่เข้าโรงฆ่าและออกจากโรงฆ่า รวมทั้งยังขาดการเชื่อมโยงสู่ตลาด ซึ่งเป็นสิ่งที่โรงฆ่าสัตว์ไม่มีความถนัด ปัญหาที่พบคือไม่สามารถจำหน่ายเนื้อได้หมดทุกส่วน เนื่องจากผู้ซื้อต้องการเฉพาะเนื้อสันในและเนื้อสันนอก การขาดบุคลากรที่มีความรู้และทักษะที่จำเป็น เช่น การบ่ม การคัดแต่ง การแยกประเภทชิ้นเนื้อ ฯลฯ รวมทั้งความรู้ด้านการบริหารจัดการทำให้ไม่สามารถผลิตเนื้อที่ตรงตามความต้องการของตลาดได้

ปัญหาของกลุ่มผู้เลี้ยงโค คือเรื่องค่าขนส่งวัตถุดิบในการผสมอาหารขี้มีราคาแพง ถึงแม้จะมีการเลือกใช้แหล่งอาหารราคาถูกที่มีคุณภาพ ได้แก่ เหย้าสับประรด กากปาล์ม กากมัน รำข้าว และกากน้ำตาล เพื่อลดต้นทุนค่าอาหาร แต่ผลกระทบทางด้านต้นทุน ค่าขนส่งและทำให้ค่าวัตถุดิบอาหารสัตว์สูงขึ้นมีผลทำให้เกษตรกรรายย่อยขาดทุนและเลิกกิจการไป ซึ่งกลุ่มผู้เลี้ยงโคต้องการความช่วยเหลือและความเข้าใจจากภาคอื่นๆ ในเรื่องต้นทุนการผลิต นอกจากนี้ยังได้รับผลกระทบ

จาก “เนื้อเถื่อน” ซึ่งกลุ่มผู้เลี้ยงต้องการให้ภาครัฐปราบปรามอย่างจริงจัง ในกลุ่มสหกรณ์ พยายามพัฒนาโดยการเน้นการสร้างตราสินค้า (brand) และภาพลักษณ์ว่าเป็นเนื้อโคคุณภาพในตลาดระดับบน ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ การสร้างเครือข่ายการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ การแบ่งสัดส่วนการขายให้แก่ร้านค้า 60% และ modern trade 40% ส่วนจีนส่วนรองขายให้แก่ MK, BBQ Plaza ซึ่งเป็นโอกาสขยายช่องทางการตลาด และการนำเอาระบบตรวจสอบย้อนกลับมาใช้ จะช่วยแก้ปัญหาเรื่องการยอมรับและการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคได้

ส่วนปัญหาที่เกิดขึ้นคือ (1) ขาดแคลนโคก่อนขุน จึงต้องพยายามส่งเสริมการเลี้ยงแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกสำหรับขุน (2) ต้นทุนการผลิตโคขุนจะสูงขึ้น เนื่องจากราคาอาหารสัตว์แพง และวัตถุดิบที่ใช้เป็นอาหารสัตว์ในประเทศลดลง โดยส่วนหนึ่งถูกนำไปใช้ด้านอื่น เช่น นำไปผลิตเป็นพืชพลังงาน และค่าขนส่งที่สูงขึ้นเพราะราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเพิ่มขึ้น (3) การจำกัดปริมาณการผลิตโคขุน เนื่องจากปัญหาเรื่องจีนส่วนรองที่มีปริมาณมากและไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งต้องการหาทางแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อไป

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยมีขอบเขตการดำเนินงานเป็นขั้นตอนดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลปริมาณโคเนื้อ จำนวนผู้เลี้ยง วิธีการเลี้ยงการจัดการ สํารวจข้อมูลขนาดฟาร์ม แหล่งขายโค การตั้งราคา ความพึงพอใจในระบบตลาดและแนวทางการพัฒนาระบบตลาดในพื้นที่ จำนวนโรงฆ่าสัตว์ใน 19 อำเภอของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปริมาณโคที่ถูกฆ่าโดยเฉลี่ย

2. เก็บข้อมูลเส้นทางการซื้อขายโคเนื้อ การขนส่ง และตลาดการบริโภคปลายทางทั้งในรูปแบบของตลาดแบบดั้งเดิม (traditional trade) เช่นตลาดสด และตลาดแบบสมัยใหม่ (modern trade) เช่น ซูเปอร์สโตร์ ห้าง โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และกลุ่มโมเดิร์นเทรด และการส่งออกจำหน่ายยังนอกพื้นที่ ลักษณะการบริโภคของผู้บริโภค ตลอดจนสอบถามข้อมูลเพื่อการพัฒนาความร่วมมือด้านการตลาดของทั้งผู้ผลิตและบริโภค เพื่อสร้างความชัดเจนของตลาดโคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. ศึกษาด้าน supply chain management ของการเลี้ยงโคเนื้อและการบริโภคเนื้อโค โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อทราบข้อมูลการเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตและการตลาดโคเนื้อและเนื้อโค ว่าเกิดจากอะไร อะไรเป็นเงื่อนไขสำคัญ ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกมีอะไรบ้าง เช่นการท่องเที่ยว การกำหนดมาตรฐานโรงฆ่าสัตว์ สวนปาล์ม การเชื่อมโยงกับจังหวัดใกล้เคียง นโยบายการส่งเสริมของรัฐบาล ฯลฯ วิธีการปรับตัวของเกษตรกรต่อการเปลี่ยนแปลง

- ข้อมูลการผลิต ได้แก่ระบบการเลี้ยง วิถีชีวิตของเกษตรกร ความหลากหลายของพันธุ์โคแหล่งผลิตที่สำคัญในจังหวัดสุราษฎร์ธานี วิธีการเลี้ยงและระบบการเลี้ยงโคของเกษตรกรจังหวัดสุราษฎร์ธานี การจัดการด้านพืชอาหารสัตว์ โรคและการป้องกันโรค เป็นต้น

- ข้อมูลการตลาด ประกอบด้วยรูปแบบการซื้อขายโคเนื้อและเนื้อโค ศึกษาจำนวนโคเนื้อในพื้นที่ว่ามีเทียบกับปริมาณความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่ ศึกษาจำนวนตลาดนัดที่มีการซื้อขายโค วิถีตลาดโคเนื้อของจังหวัดจากผู้เลี้ยงจนถึงผู้บริโภค พ่อค้าคนกลาง ห่วงโซ่อุปทานกลุ่มคั้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยศึกษาบทบาทหน้าที่ของแต่ละกลุ่ม ตลอดทั้งปริมาณ value chain ของแต่ละกลุ่ม ที่มีการแบ่งสรรรายได้โซ่อุปทานเดียวกัน ศึกษากระบวนการฆ่าและการแปรรูปความเคลื่อนไหวของราคาโคเนื้อและเนื้อโคในรอบปี ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค เช่น ศาสนารูปแบบการบริโภค ชนิดของอาหาร ประเภทของลูกค้ำหลักและสัดส่วนของลูกค้ำแต่ละประเภทในตลาดเนื้อโค ศึกษาชิ้นส่วนเนื้อที่นิยมบริโภค คู่แข่งของเนื้อโค ประเภทของตลาดเนื้อโค การนำเข้าเนื้อจากต่างประเทศ

- ความเชื่อและงานบุญประเพณีที่มีผลต่อการเลี้ยงโคเนื้อและการบริโภคเนื้อโค
- ประเภทของโรงฆ่าสัตว์ การบริหารจัดการ ประมาณการของสัตว์โคเนื้อที่เข้าโรงฆ่าต่อโคเนื้อที่ถูกฆ่าและทั้งเข้าตลาดและไม่เข้าตลาด มูลค่าเพิ่มและการบริหารจัดการจากการขายหนัง และเครื่องใน

สำรวจความคิดเห็นจากผู้ส่งโคไปฆ่าและผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องการมีโรงฆ่ารวมที่ได้มาตรฐาน และปัญหาอุปสรรค หากจะรวมผู้ค้าโคมีชีวิตเข้าโรงฆ่าที่ได้มาตรฐาน

เพื่อให้ได้คำตอบในวัตถุประสงค์ข้อ 1 ดำเนินการวิจัยเชิงสืบเสาะ เพื่อให้ได้เห็นภาพที่เป็นจริงของระบบการซื้อขายโคมีชีวิตและการตลาดในพื้นที่ โดยการสร้างความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่กรมปศุสัตว์ในระดับอำเภอ เกษตรกรในแต่ละอำเภอ และศูนย์รวบรวมข้อมูลของสำนักงานปศุสัตว์จังหวัด โดยในแนวคิดการสร้างตลาดโคเนื้อและเนื้อโคตลอดทั้งความเชื่อมโยงในภาพของประเทศ ได้ศึกษาข้อมูลจากงานของจุฬารัตน์และญาติ (2548) และข้อมูลการศึกษาาระบบลอจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานของโคเนื้อในประเทศไทยของ ชำรงค์ และคณะ (2551) นอกจากนี้ได้ทำการสำรวจโดยใช้แบบสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในทุกอำเภอถึงลักษณะการจัดการเลี้ยงดู แหล่งของโคคั้นน้ำ การขายและการขนส่งถึงโรงฆ่าสัตว์ ในขณะที่เดียวกันได้สำรวจข้อมูลจากกลุ่มพ่อค้าเพื่อหาความสอดคล้องของข้อมูลที่ได้จากเกษตรกรและพ่อค้าโคมีชีวิต พร้อมเชื่อมโยงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในรูปแบบกิจกรรม โดยใช้ผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ เป็นการประเมินปลายน้ำของเนื้อโค และวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อให้ได้คำตอบของวัตถุประสงค์ข้อ 2 นอกจากนี้ข้อมูลด้านต้นทุนการเลี้ยง การจัดการและราคาที่มีการซื้อขายในแต่ละช่วงของห่วงโซ่ได้ถูกพิจารณาเป็นมูลค่าของสินค้า เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ในการปรับปรุงประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทาน จะนำไปสู่การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (supply chain management) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกร รวบรวมปัญหาและความต้องการของกลุ่มต่างๆ ตั้งแต่ผู้เลี้ยง พ่อค้าโคมีชีวิต พ่อค้าเนื้อโคและผู้บริโภค ในการสร้างแนวคิดและความต้องการร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้ซื้อโคและกลุ่มผู้เลี้ยงที่ทำให้เกิดการเกื้อหนุนของอาชีพทั้งสองอย่างยั่งยืน และรูปแบบเครือข่ายการผลิตและตลาดโคเนื้อ โดยขกหลักการมาตรฐานสินค้าคุณภาพ โรงฆ่ามาตรฐาน อาหารปลอดภัย ผู้บริโภคมั่นใจ ผู้ผลิตมีความมั่นคง เป็นเป้าหมายของจตุรร่วมในการพัฒนาโคเนื้อและเนื้อโคจังหวัดสุราษฎร์ธานี การศึกษาได้ใช้แบบสำรวจและ แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยแยกแบบสัมภาษณ์ออกเป็นชุดต่างๆ ตามกลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยแบ่งเป็นเกษตรกร พ่อค้าโคมีชีวิต โรงฆ่าสัตว์ ผู้จำหน่ายเนื้อโคในตลาดสด ผู้บริโภคทั่วไป ร้านอาหารห้างสรรพสินค้า และโรงแรม โดยข้อมูลพื้นฐานในด้านสถิติได้จากการทำงานร่วมกันของนักวิจัยกับสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จำนวนประชากรที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยมีดังนี้

1. สํารวจจำนวนและออกแบบสัมภาษณ์เกษตรกร ผู้เลี้ยงโคเนื้อใน 19 อำเภอของจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 17,511 ราย
2. สัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการโรงฆ่าใน 19 อำเภอของจังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. สัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภคเนื้อโคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยแบ่งการพิจารณาเป็นกลุ่มครัวเรือน และกลุ่มผู้ประกอบการ โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และกลุ่มโมเดิร์นเทรด
4. ประเมินลักษณะของเนื้อโคที่ผู้บริโภคต้องการ และ โอกาสของเนื้อโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

เครื่องมือที่ใช้ในการสอบถาม

- แบบสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ เพื่อทราบปริมาณโค ขนาดฟาร์ม แหล่งขายโค การตั้งราคา ความพึงพอใจในระบบตลาดและแนวทางการพัฒนาระบบตลาดในพื้นที่
- แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงฆ่าสัตว์ เพื่อทราบถึงปริมาณโคที่ฆ่า แหล่งซื้อ ขนาดโค ที่นิยมฆ่า ระบบการตลาด ลักษณะการซื้อขาย การกำหนดราคาซื้อขาย ความแตกต่างของราคาสินค้า วิธีปฏิบัติก่อนการซื้อขาย วิธีการตลาดและการขนส่ง การจำหน่าย กลยุทธ์การตลาด ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ
- แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการขายส่งและขายปลีกเนื้อโค โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และกลุ่มโมเดิร์นเทรด ถึงระบบการตลาด ลักษณะการซื้อขาย การกำหนดราคาการซื้อขาย ความแตกต่างของสินค้า วิธีปฏิบัติก่อนการขาย วิธีการตลาดและลักษณะการขนส่ง การจำหน่าย การแข่งขันและกลยุทธ์การตลาด ตลอดจนทั้งปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจและความช่วยเหลือที่ผู้ประกอบการต้องการ
- แบบสัมภาษณ์ผู้บริโภคเนื้อโค เพื่อทราบถึงปริมาณความต้องการซื้อ ประเภทและชนิดของเนื้อโคที่ต้องการซื้อ ตลอดจนปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้อ เนื้อโค

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- เก็บรวบรวมข้อมูลขั้นทุติยภูมิ รวบรวมข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับ ปริมาณโคเนื้อของจังหวัด และแหล่งโรงฆ่าสัตว์ ขนาดต่างๆ ใน 19 อำเภอ จากสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดและปศุสัตว์อำเภอ
- ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) จะ ได้จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ผู้ค้าโคเนื้อผู้ประกอบการ โรงฆ่าสัตว์ ผู้ประกอบการขายส่งและขายปลีกเนื้อโค ผู้บริโภคเนื้อโคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยแบ่งพิจารณาออกเป็นการบริโภคในพื้นที่ ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มครัวเรือน

กลุ่มผู้ประกอบการด้าน โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และกลุ่มโมเดิร์นเทรด และการส่งออกไปนอกพื้นที่ ตลอดจนเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ศึกษาประกอบด้วยระบบการซื้อขาย แหล่งขาย เส้นทางการขนส่งและตลาดเนื้อเพื่อการบริโภค

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้เพื่อศึกษา

1. ข้อมูลเส้นทางการซื้อขาย และระบบตลาดของโคเนื้อ ตลอดจนเนื้อโค ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ขนาดและพันธุ์โคเนื้อที่เป็นที่ต้องการของพื้นที่โดยคำนึงถึงตลาด
2. ได้ห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ของเนื้อโค ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตจนถึงการบริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และจะนำไปสู่การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (supply chain management) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกร
3. ทราบแนวคิดและความต้องการร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้ซื้อโคและกลุ่มผู้เลี้ยงที่ทำให้เกิดการเกื้อหนุนของอาชีพทั้งสองอย่างยั่งยืน และรูปแบบเครือข่ายการผลิตและตลาดโคเนื้อ

บทที่ 4

ผลการทดลองและวิจารณ์

การรวบรวมข้อมูลปริมาณโคเนื้อ และจำนวนผู้เลี้ยง

จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 12,891 ตารางกิโลเมตรในปี พ.ศ.2551 มีประชากร 990,592 คน และมีอำเภอทั้งหมด 19 อำเภอ จากจังหวัดสุราษฎร์ธานีถึงกรุงเทพมหานคร คิดเป็นระยะทาง 660 กิโลเมตร ห่างจากจังหวัดภูเก็ต 250 กิโลเมตร และห่างจากสงขลาเป็นระยะทาง 300 กิโลเมตร จากข้อมูลสถิติของจังหวัดสุราษฎร์ธานีตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 มีผู้เลี้ยงโคเนื้อจำนวน 11,924 ราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยและมีจำนวนโคเนื้อในจังหวัดรวมทั้งสิ้น 60,573 ตัว กระจายอยู่ตามอำเภอต่าง ๆ ที่สำคัญได้แก่ อำเภอพุนพิน อำเภอท่าชนะ อำเภอท่าฉางและอำเภอไชยา (สถิติจังหวัด, 2548) ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนอกจากเกษตรกรจะเลี้ยงโคเนื้อเพื่อขายแล้ว ยังเลี้ยงไว้เพื่อประกวดความสวยงามและความสมบูรณ์พันธุ์ของโคอีกด้วย จึงสามารถเป็นแรงบันดาลใจและแนวทางให้เกษตรกรปรับปรุงพันธุ์โคเนื้อเพื่อให้ได้โคที่สมบูรณ์พันธุ์มากที่สุด โดยเฉพาะในอำเภอพุนพิน พบว่ามีการเลี้ยงโคเนื้อมากถึง 10,912 ตัว และในปี พ.ศ.2548 จำนวนโคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานีได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 72,522 ตัว และมีเกษตรกรเพิ่มมากขึ้นเป็น 15,707 ราย และในปี พ.ศ. 2549 จำนวนโคเนื้อได้เพิ่มขึ้นเป็น 81,903 ตัว แต่มีเกษตรกรที่เลี้ยงโคเนื้อลดลงเป็น 14,272 ราย และในปี พ.ศ.2550 ทั้งโคเนื้อได้เพิ่มขึ้นเป็น 83,550 ตัว และเกษตรกรผู้เลี้ยงก็เพิ่มขึ้นเป็น 16,102 ราย ในปี พ.ศ. 2551 มีโคเนื้อทั้งจังหวัดจำนวน 85,583 ตัว มีเกษตรกรจำนวน 16,515 ราย (ตารางที่ 1 และตารางที่ 2) โดยในปี พ.ศ. 2551 อำเภอพุนพินมีโคเนื้อมากที่สุดจำนวน 15,302 ตัว และมีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อมากที่สุดเช่นกัน โดยมีจำนวน 2,535 ราย เมื่อมีการแยกโคตามพันธุ์ที่เลี้ยงพบว่า โคเนื้อที่เลี้ยงส่วนใหญ่เป็นพันธุ์พื้นเมือง มีจำนวน 58,390 ตัว (ตารางที่ 3) และโคเนื้อลูกผสมพันธุ์ยุโรป บราห์มัน จำนวน 27,193 ตัว (ตารางที่ 4) ซึ่งโคที่เลี้ยงส่วนใหญ่จะเป็นโคเพศเมียที่ตั้งท้องแรกขึ้นไป เกษตรกรจำนวน 13,488 ราย จะเลี้ยงโคพื้นเมือง และมีจำนวน 5,942 ราย จะเลี้ยงโคพันธุ์และลูกผสม ซึ่งจากจำนวนประชากรของโคเนื้อและจำนวนเกษตรกรตั้งแต่ปี พ.ศ.2548 ถึง ปี พ.ศ.2551 พบว่าจำนวนโคเนื้อและจำนวนเกษตรกรของจังหวัดสุราษฎร์ธานีได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนของสำนักงานปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม และกรมปศุสัตว์ ที่มีโครงการส่งเสริมการเลี้ยงโคในระบบเกษตรกรรมแบบผสมผสาน ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง และโครงการพัฒนารูปแบบการเกษตรในเขตปฏิรูปที่ดิน เช่น โครงการเลี้ยงโคในสวนปาล์ม เป็นต้น แต่จากการสัมภาษณ์นักวิชาการและ

เจ้าหน้าที่ผสมเทียมตลอดทั้งเกษตรกรผู้เลี้ยงโคได้ให้ข้อมูลจากการสังเกตในการทำงานว่าจำนวนโคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานีกำลังลดลง ซึ่งเกิดจากสาเหตุที่ราคาซื้อขายโคไม่ดี ไม่พอใจให้เกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังขายยากหาพ่อค้าที่เข้ามาซื้อขาย ถ้าหากในการติดต่อประสานงาน นอกจากนี้เกษตรกรบางรายบอกว่าการเลี้ยงโคนั้นต้องมีพื้นที่ว่างเปล่า มีหญ้าให้กินอย่างสม่ำเสมอ เมื่อพื้นที่ถูกใช้ในการปลูกปาล์มน้ำมันและยางพารามากขึ้นจึงต้องขายโคออกไป บางรายระบุถึงปริมาณอาหารหยาบที่ขาดแคลนทั้งในช่วงฤดูฝนที่มีน้ำท่วมตัดหญ้าลำบาก และในฤดูแล้งก็เกิดสภาวะปัญหาภัยแล้งทำให้ขาดแคลนอาหารสัตว์ด้วย

ตารางที่ 1 จำนวนโคเนื้อทั้งหมด (ตัว) ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2548-2551

อำเภอ	2548	2549	2550	2551
เมืองสุราษฎร์ธานี	1,423	2,179	2,184	2,189
กาญจนดิษฐ์	3,067	6,023	6,023	10,621
ดอนสัก	2,169	2,140	2,516	4,071
เกาะสมุย	136	233	441	347
เกาะพะงัน	45	92	130	90
ไชยา	8,274	8,304	7,272	6,991
ท่าชนะ	9,181	9,650	9,120	10,017
ศรีรัฐนิคม	4,597	4,420	4,740	4,243
บ้านตาขุน	620	925	945	1,505
พนม	972	6,654	6,739	2,015
ท่าฉาง	5,907	4,811	4,783	5,520
บ้านนาสาร	2,792	3,544	5,441	2,536
บ้านนาเดิม	5,591	4,856	5,310	5,435
เคียนซา	3,004	3,155	3,787	3,380
เวียงสระ	5,324	5,055	5,086	4,637
พระแสง	4,392	5,134	5,334	4,351
พุนพิน	12,538	11,307	9,911	15,302
ชัยบุรี	1,858	2,640	2,900	1,587

ตารางที่ 1 (ต่อ) จำนวนโคเนื้อทั้งหมด (ตัว) ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2548-2551

อำเภอ	2548	2549	2550	2551
กิ่งอำเภอวิภาวดี	632	781	888	746
รวม	72,522	81,903	83,550	85,583

ตารางที่ 2 จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ (ราย) ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2548-2551

อำเภอ	2548	2549	2550	2551
เมืองสุราษฎร์ธานี	221	255	262	280
กาญจนดิษฐ์	587	959	959	1,739
คอนสัก	277	233	357	735
เกาะสมุย	20	27	70	45
เกาะพะงัน	12	20	21	21
ไชยา	2,415	2100	1930	1,732
ท่าชนะ	2,989	2296	3065	1,625
ศรีรัฐนิคม	1,038	1014	1626	984
บ้านตาขุน	131	237	227	423
พนม	213	195	199	531
ท่าฉาง	1,311	1063	975	1,478
บ้านนาสาร	483	565	747	443
บ้านนาเดิม	823	641	641	790
เคียนซา	469	365	496	920
เวียงสระ	985	1060	989	968
พระแสง	838	780	828	810
พุนพิน	2,340	1827	2063	2,535
ชัยบุรี	373	464	497	286
กิ่งอำเภอวิภาวดี	182	171	150	170
รวม	15,707	14,272	16,102	16,515

ตารางที่ 3 จำนวนโคพื้นเมืองแยกเพศ และจำนวนเกษตรกรที่เลี้ยง ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พ.ศ. 2551

อำเภอ	โคพื้นเมือง				เกษตรกร (ราย)
	ผู้(ตัว)	เมีย		รวม ผู้+เมีย (ตัว)	
		แรกเกิดถึง โคสาว (ตัว)	ตั้งท้องแรก ขึ้นไป (ตัว)		
เมืองสุราษฎร์ธานี	322	442	392	1,156	173
กาญจนดิษฐ์	1,247	1,573	2,129	4,949	1,118
คอนสัก	789	1,009	2,237	4,035	731
เกาะสมุย	81	75	108	264	36
เกาะพะงัน	18	45	19	82	20
ไชยา	1,562	1,619	1,794	4,975	1,369
ท่าชนะ	214	395	1,605	2,214	889
ศรีรัฐนิคม	1,152	1,182	1,218	3,552	866
บ้านตาขุน	289	332	638	1,259	368
พนม	583	743	399	1,725	430
ท่าฉาง	1,417	1,626	1,540	4,583	1,344
บ้านนาสาร	735	806	632	2,173	395
บ้านนาเดิม	2,274	1,583	1,048	4,905	760
เคียนซา	570	652	1,746	2,968	804
เวียงสระ	1,494	1,526	1,266	4,286	940
พระแสง	1,476	1,355	1,258	4,089	779
พุนพิน	2,401	2,680	4,164	9,245	2,069
ชัยบุรี	516	387	585	1,488	270
กิ่งอำเภอวิภาวดี	164	54	224	442	127
รวม	17,304	18,084	23,002	58,390	13,488

ตารางที่ 4 ประชากร โคนือ (พันธุ์และลูกผสม) แยกเป็นจำนวนที่เลี้ยง และจำนวนเกษตรกรที่เลี้ยง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2551

อำเภอ	โคนธุ์และโคลูกผสม				เกษตรกร (ราย)
	ผู้(ตัว)	เมีย		รวม ผู้+เมีย (ตัว)	
		แรกเกิดถึง โคสาว (ตัว)	ตั้งท้องแรก ขึ้นไป (ตัว)		
เมืองสุราษฎร์ธานี	231	333	469	1,033	147
กาญจนดิษฐ์	1,275	1,949	2,448	5,672	1,265
ดอนสัก	10	4	22	36	8
เกาะสมุย	32	18	33	83	10
เกาะพะงัน	2	2	4	8	1
ไชยา	694	612	710	2,016	603
ท่าชนะ	3,031	2,600	2,172	7,803	1,514
ศรีวิชัย	236	182	273	691	183
บ้านตาขุน	84	43	119	246	61
พนม	99	138	53	290	112
ท่าฉาง	290	295	352	937	363
บ้านนาสาร	122	145	96	363	63
บ้านนาเค็ม	221	165	144	530	77
เคียนซา	135	43	234	412	143
เวียงสระ	149	113	89	351	64
พระแสง	104	85	73	262	70
พุนพิน	1,576	2,037	2,444	6,057	1,152
ชัยบุรี	53	18	28	99	28
กิ่งอำเภอวิภาวดี	81	56	167	304	78
รวม	8,425	8,838	9,930	27,193	5,942

และจากการศึกษาในปี พ.ศ. 2552 พบว่าจำนวนโคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีจำนวน 85,071 ตัว (ตารางที่ 5) ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2551 เล็กน้อย โดยเกษตรกรผู้เลี้ยงโคมีจำนวน 17,511 รายในปี พ.ศ. 2552 พบว่าอำเภอท่าชนะมีการเลี้ยงโคเพิ่มขึ้นและมีจำนวนโคเนื้อมากที่สุด เมื่อเทียบกับอำเภอพุนพินที่เคยมีจำนวนโคมากที่สุดในปี พ.ศ. 2551 กลับมีจำนวนโคลดลงในปี พ.ศ. 2552 จากการสำรวจ พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการลดลงของโคเนื้อในเขตอำเภอพุนพินคือ ราคาโคเนื้อถูกลง แต่อาหารสัตว์มีราคาแพงขึ้น ค่าขนส่งแพงจากราคาน้ำมันสูงขึ้น ในการซื้อขายพบว่าพ่อค้าในพื้นที่จะเลือกซื้อโคพื้นเมืองไปเข้ามาก่อนพันธุ์ลูกผสมหรือโคที่เลี้ยงขุนเนื่องจากสามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกลง โดยใช้การต่อรองแบบเหมาตัว นอกจากนี้ยังพบปัญหาที่พ่อค้าไม่มาซื้อโคตามเวลาที่ต้องการขายทำให้ผู้เลี้ยงเกิดความเดือดร้อน นอกจากนี้ยังพบว่ามีเกษตรกรซื้อขายเปลี่ยนมือให้เกษตรกรรายอื่นไปเลี้ยงในเขตพื้นที่อำเภอใกล้เคียง เช่น โคจากเขตอำเภอพุนพินจะถูกขายออกไปสู่อำเภออื่นๆ เพราะมีพื้นที่ในการเลี้ยงจำกัด และพื้นที่ใช้ในการปลูกปาล์มน้ำมันเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่อำเภอท่าชนะ มีการปลูกปาล์มน้ำมันอยู่ก่อนการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้ออยู่แล้ว จึงไม่มีผลกระทบต่อ การเลี้ยงโคและอายุของปาล์มน้ำมันในสวนส่วนใหญ่ที่เกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อจะมีอายุประมาณ 8-12 ปี จึงสามารถเลี้ยงโคเนื้อในระบบการปลูกปาล์มน้ำมันได้ โดยไม่มีปัญหาโคกัดกินใบปาล์ม เป็นที่น่าสังเกตว่าในปัจจุบันคือเกษตรกรจะมีการขายโคพื้นเมืองออกจากฟาร์มมากขึ้น และปรับเปลี่ยนเป็นโคพันธุ์และลูกผสม จากตารางที่ 6 พบว่าโคพื้นเมืองมีการเลี้ยงจำนวน 50,364 ตัว โดยเกษตรกร จำนวน 13,188 ราย ในขณะที่โคพันธุ์และลูกผสมจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 34,707 ตัว โดยเกษตรกรจำนวน 7,911 ราย (ตารางที่ 7) อำเภอท่าชนะมีจำนวนโคเนื้อมากที่สุด

ตารางที่ 5 ข้อมูลประชากร โคน้ำและเกษตรกรรมของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในรอบปี พ.ศ. 2552

อำเภอ	ประชากรโคน้ำ (ตัว)	จำนวนเกษตรกร (ราย)
เมืองสุราษฎร์ธานี	1,825	293
กาญจนดิษฐ์	11,451	1,739
คอนสัก	2,888	672
เกาะสมุย	347	43
เกาะพะงัน	116	28
ไชยา	6,998	2,060
ท่าชนะ	17,576	2,962
ศรีรัฐนิคม	4,236	983
บ้านตาขุน	1,505	372
พนม	2,155	581
ท่าฉาง	4,732	1,403
บ้านนาสาร	2,537	443
บ้านนาเค็ม	4,501	880
เคียนซา	2,913	815
เวียงสระ	4,230	805
พระแสง	3,991	903
พุนพิน	10,660	2,050
ชัยบุรี	1,601	293
กิ่งอำเภอวิภาวดี	809	186
รวม	85,071	17,511

ตารางที่ 6 ข้อมูลประชากรโคพื้นเมืองและเกษตรกรของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในรอบปี พ.ศ. 2552

ชื่ออำเภอ	โคพื้นเมือง			รวม (ผู้+เมีย) (ตัว)	เกษตรกร (ราย)
	ผู้ (ตัว)	เมีย			
		แรกเกิด ถึงโคสาว (ตัว)	ตั้งท้องแรก ขึ้นไป (ตัว)		
อำเภอเมือง	276	378	354	1,008	176
อำเภอกาญจนดิษฐ์	1,247	2,073	2,129	5,449	1,118
อำเภอดอนสัก	628	731	1,442	2,801	660
อำเภอเกาะสมุย	81	75	108	264	36
อำเภอเกาะพะงัน	23	50	35	108	27
อำเภอไชยา	1,055	1,634	1,999	4,688	1,519
อำเภอท่าชนะ	191	614	3,992	4,797	1,914
อำเภอกีรีรัฐนิคม	1,152	1,180	1,218	3,550	866
อำเภอบ้านตาขุน	289	332	638	1,259	368
อำเภอพนม	630	726	455	1,811	469
อำเภอท่าฉาง	813	1,027	1,483	3,323	1,207
อำเภอบ้านนาสาร	735	806	633	2,174	395
อำเภอบ้านนาเดิม	1,814	1,351	744	3,909	821
อำเภอเคียนซา	436	628	1,143	2,207	696
อำเภอเวียงสระ	1,137	1,681	662	3,480	780
อำเภอพระแสง	1,416	1,386	949	3,751	855
อำเภอพุนพิน	1,052	1,098	1,645	3,795	860
อำเภอชัยบุรี	523	404	581	1,508	281
อำเภอวิภาวดี	176	80	226	482	140
รวม	13,674	16,254	20,436	50,364	13,188

ตารางที่ 7 ข้อมูลประชากร โศพันธุ์และโศถูกผสมและเกษตรกรของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในรอบปี พ.ศ. 2552

ชื่ออำเภอ	โศพันธุ์และโศถูกผสม				เกษตรกร (ราย)
	ผู้ (ตัว)	เมีย		รวม (ผู้+เมีย) (ตัว)	
		แรกเกิด ถึงโศสาว (ตัว)	ตั้งท้องแรก ขึ้นไป (ตัว)		
อำเภอเมือง	189	270	358	817	123
อำเภอกาญจนดิษฐ์	1,285	1,949	2,768	6,002	1,265
อำเภอดอนสัก	20	40	27	87	19
อำเภอเกาะสมุย	32	18	33	83	10
อำเภอเกาะพะงัน	2	2	4	8	1
อำเภอไชยา	638	735	937	2,310	814
อำเภอท่าชนะ	5,530	4,695	2,554	12,779	2,878
อำเภอกีรีรัฐนิคม	235	177	274	686	186
อำเภอบ้านตาขุน	84	43	119	246	61
อำเภอพนม	112	163	69	344	123
อำเภอท่าฉาง	325	437	647	1,409	358
อำเภอบ้านนาสาร	122	145	96	363	73
อำเภอบ้านนาเดิม	259	258	75	592	99
อำเภอเคียนซา	122	234	350	706	199
อำเภอเวียงสระ	232	452	66	750	251
อำเภอพระแสง	86	76	78	240	68
อำเภอพุนพิน	1,883	2,047	2,935	6,865	1,276
อำเภอชัยบุรี	45	21	27	93	26
อำเภอวิภาวดี	93	57	177	327	81
รวม	1,294	11,819	11,594	34,707	7,911

นอกจากเกษตรกรที่เลี้ยงโคเป็นรายย่อยกระจายอยู่ตามพื้นที่สวนยางพาราและสวนปาล์ม น้ำมันของอำเภอต่างๆ แล้ว ภายใต้การส่งเสริมของกรมปศุสัตว์ และการสร้างเครือข่ายในลักษณะ กลุ่มของสำนักงานเกษตรกรและสหกรณ์จังหวัด ตลอดจน สำนักงานปฎิรูปที่ดินเพื่อการเกษตร ได้มีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโค เพื่อประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรม ส่งเสริมและการพัฒนาการตลาดของเกษตรกร โดยรายชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการ เลี้ยงโคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีทั้งหมด 27 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเนื้อสมอทอง หมู่ 8 ตำบลสมอทอง อำเภอท่าชนะ
2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเนื้อบ้านเขาเพ-ลา หมู่ 9 ตำบลสมอทอง อำเภอท่าชนะ
3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเนื้ออินทรีย์ หมู่ 8 ตำบลคันธุลี อำเภอท่าชนะ
4. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเนื้อชอยมโนราห์ หมู่ 9 ตำบลคันธุลี อำเภอท่าชนะ
5. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคพื้นเมืองบ้านทับขัน หมู่ 9 ตำบลคันธุลี อำเภอท่าชนะ
6. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเนื้อบ้านด่านเสือ หมู่ 12 ตำบลคันธุลี อำเภอท่าชนะ
7. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเนื้อบ้านช่องขลุ่ยทอง หมู่ 13 ตำบลคันธุลี อำเภอท่าชนะ
8. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเนื้อบ้านคลองพา หมู่ 4 ตำบลคลองพา อำเภอท่าชนะ
9. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเนื้อบ้านกลาง หมู่ 5 ตำบลคลองพา อำเภอท่าชนะ
10. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเนื้อบ้านกลางเดิม หมู่ 5 ตำบลคลองพา อำเภอท่าชนะ
11. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคพื้นเมืองบ้านท่าไท หมู่ 6 ตำบลคลองพา อำเภอท่าชนะ
12. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคพื้นเมืองตำบลคลองพา หมู่ 6 ตำบลคลองพา อำเภอท่าชนะ
13. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนราษฎรอุทิศโคเนื้อ หมู่ 9 ตำบลกรูด อำเภอกาญจนดิษฐ์
14. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงวัว (ส.ป.ก.) หมู่ 8 ตำบลท่าอุแท อำเภอกาญจนดิษฐ์
15. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเนื้อบ้านสาขาริ หมู่ 14 ตำบลบ้านเสด็จ อำเภอเคียนซา
16. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคขุนบ้านเสด็จ หมู่ 3 ตำบลบ้านเสด็จ อำเภอเคียนซา
17. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเนื้อคลองศิลา หมู่ 9 ตำบลพ่วงพรมคร อำเภอเคียนซา
18. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงโคบ้านสหกรณ์ หมู่ 4 ตำบลกรูด อำเภอพุนพิน
19. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเพื่อการผลิตตำบลบ้านส้อง หมู่ 13 ตำบลบ้านส้อง อำเภอ เวียงสระ
20. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเนื้อบ้านใหม่สามัคคี หมู่ 14 ตำบลปากแพรก อำเภอ ดอนสัก
21. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคขุนอำเภอไชยา หมู่ 4 ตำบลตลาดไชยา อำเภอไชยา
22. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเนื้อบ้านคีรีรัฐนิคม หมู่ 5 ตำบลคลองปราบ อำเภอนาสาร

23. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคบ้านถ้ำผึ่ง หมู่ 5 ตำบลต้นขวน อำเภอพนม
24. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคบ้านเขานาโน หมู่ 8 ตำบลต้นขวน อำเภอพนม
25. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคบ้านคลองพนม หมู่ 8 ตำบลคลองศก อำเภอพนม
26. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคพื้นเมืองบ้านปากช่อง หมู่ 6 ตำบลสองแพรก อำเภอชัยบุรี
27. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเนื้อบ้านไม้เรียบ หมู่ 9 ตำบลคลองไทร อำเภอท่าฉาง

การดำเนินกิจกรรมของเกษตรกรในแต่ละอำเภอ

จากการศึกษาเกษตรกรทั้งหมดในจังหวัดจำนวน 17,511 ราย พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่จะทำสวนยางพารา สวนปาล์ม น้ำมัน พืชไร่ และอาชีพอื่นๆ (ตารางที่ 8) ซึ่งมีผลต่อการเลี้ยงโคในระบบที่แตกต่างกันออกไป ตามศักยภาพและวัตถุประสงค์ของการเลี้ยง การดำเนินกิจกรรมการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรในแต่ละอำเภอจะได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานปศุสัตว์ของแต่ละอำเภอในการผสมเทียม และได้รับการส่งเสริมด้านวิชาการจากสำนักงานปศุสัตว์จังหวัด สุราษฎร์ธานี ศูนย์วิจัยอาหารสัตว์สุราษฎร์ธานี ศูนย์วิจัยผสมเทียมและเทคโนโลยีชีวภาพ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเกษตร ตลอดทั้งมหาวิทยาลัยในพื้นที่ ในการดำเนินกิจกรรมมีหลายปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้อง มีผลต่อการเพิ่มหรือลดลงของโคเนื้อ ความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีผลต่อความสำเร็จของแต่ละกลุ่ม และพันธุ์โคเนื้อที่นิยมเลี้ยง ผลการสำรวจในพื้นที่อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ไม่สามารถเลี้ยงโคเนื้อได้ เนื่องจากเป็นเขตเทศบาล และมีพื้นที่ในการเลี้ยงจำกัด อนึ่งการประกอบอาชีพของคนในพื้นที่อำเภอเมืองไม่ใช่กลุ่มเกษตรกร หรือเป็นเกษตรกรโดยตรงแต่ก็มีสวนยางพาราหรือสวนปาล์มน้ำมันอยู่ในเขตพื้นที่อำเภออื่น ในกลุ่มคนที่ทำการเลี้ยงโคเนื้อของอำเภอเมืองจะเป็นกลุ่มจัดตั้ง เช่น กลุ่มมะขามเตี้ย กลุ่มวัดประคู้ เป็นต้น ซึ่งมีการเลี้ยงแบบผูกถ้ำ โคที่เลี้ยงไว้โดยเฉลี่ยประมาณ 3-5 ตัว มีบางรายเป็นการเลี้ยงขายพันธุ์โคบราห์มันแดง เช่น ฟาร์มคุณชัยชนะ วงศ์วาณิช มีโคเพศเมียจำนวน 30 ตัว และมีพ่อพันธุ์จำนวน 1 ตัว ในปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นมาเกษตรกรในพื้นที่อำเภอเมืองได้รับโคพระราชทาน ตามโครงการไถ่ถอนชีวิตโคกระบือจำนวน 31 ตัว โดยพระราชทานให้เกษตรกรกลุ่มมะขามเตี้ยจำนวน 13 ตัว และกลุ่มวัดประคู้จำนวน 18 ตัว มีเกษตรกรในตำบลมะขามเตี้ย ตำบลขุนทะเล ทำการปลูกพืชอาหารสัตว์ จัดทำแปลงหญ้า และมีการทำหญ้าหมักเพื่อการเลี้ยงโคเนื้อ และแพะ ส่วนในอำเภอกาญจนดิษฐ์ พบว่าเทศบาลกาญจนดิษฐ์มีการสนับสนุนการเลี้ยงโคเนื้อมาเป็นระยะเวลายาวนานถึง 6 ปี โดยมีกลุ่มผู้ผลิตอาหารสัตว์ โครงการนาหญ้า และการผสมอาหารข้น และมีเกษตรกรจำนวน 1 รายที่ทำบ่อก๊าซชีวภาพจากมูลโค อำเภอกาญจนดิษฐ์เป็นอำเภอหนึ่งที่ได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในการเลี้ยงโคเนื้อ ทั้งจากกรมปศุสัตว์ และสำนักงานปศุสัตว์ที่ดิน

เพื่อการเกษตร และมีพ่อค้าเนื้อในพื้นที่ มีเพียงรองรับการเลี้ยง โดยเป็นพ่อค้าของตลาดท่าทอง ในพื้นที่อำเภอกาญจนดิษฐ์เองถึง 4 รายและมีการส่งโคไปขายที่เกาะสมุยได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ ข้อมูลการเลี้ยงโคของอำเภอคอนสักก็คล้ายกับอำเภอกาญจนดิษฐ์ คือมีระบบการเลี้ยงและการส่งเสริมเหมือนกัน ส่วนในอำเภอพุนพิน อำเภอไชยา และอำเภอท่าชนะมีระบบการเลี้ยงคล้ายคลึงกัน คือมีทั้งกลุ่มผู้เลี้ยงปล่อยแปลงและเลี้ยงขุนขึ้นโรงคั่ว

ตารางที่ 8 ข้อมูลพื้นฐานอาชีพหลักของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

พื้นฐานอาชีพหลักของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรกรรวม สวนยางพารา	1,513	43.2
สวนปาล์มน้ำมัน	854	24.4
สวนผลไม้	133	3.8
ข้าราชการ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	388	11.1
รับจ้าง	168	4.8
ผู้ประกอบการค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ	444	12.7
เลี้ยงโคเนื้ออย่างเดียวเป็นอาชีพหลัก	-	0

ระบบการเลี้ยงโคเนื้อ

การเลี้ยงโคของเกษตรกรทั้งหมดถือว่าเป็นเพียงอาชีพเสริม ไม่มีใครสามารถยึดเป็นอาชีพหลักได้ (ตารางที่ 8) เนื่องจากมีรายได้ไม่สม่ำเสมอ กำหนดระยะเวลาการขายได้ยาก มีการหมุนเวียนเงินลงทุนระยะยาว อย่างไรก็ตามหากแยกการเลี้ยงโคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นกลุ่มตามลักษณะเงินลงทุน สามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบชัดเจนคือการเลี้ยงเชิงพาณิชย์และการเลี้ยงแบบวิถีชาวบ้าน ในการเลี้ยงแบบแรกเป็นการเลี้ยงเชิงพาณิชย์ ซึ่งเกษตรกรประกอบอาชีพทำสวนปาล์ม น้ำมันและสวนยางพาราเป็นอาชีพหลัก ในอำเภอท่าชนะ อำเภอไชยาและอำเภอพุนพิน มีการลงทุนด้านพันธุ์โค ด้านอาหารและการจัดการที่เป็นระบบ ซึ่งทำให้สามารถควบคุมคุณภาพโคมีชีวิตและคุณภาพเนื้อก่อนส่งตลาดได้ ซึ่งเป็นผลดีต่อเจ้าของฟาร์มเองที่มีตลาดรองรับโดยส่งขายตามโรงฆ่าสัตว์ในจังหวัดกระบี่ และพังงา ได้แก่ทั้งนี้ก็ยังไม่ได้ถือว่ามีความชัดเจนในด้านการตลาดของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และพบว่ามีจำนวนของฟาร์มลักษณะนี้ประมาณ 8% ของทั้งหมด ในขณะที่การเลี้ยงโคของชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงเพื่อเสริมรายได้โดยเฉลี่ยครัวเรือนละ 6-15 ตัว การเลี้ยงดังกล่าวกำลังได้รับความสนใจในกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกปาล์ม น้ำมัน โดยเน้นโคลูกผสมพื้นเมือง

ภาคใต้ ที่มีความสามารถในการเพาะเลี้ยงและทนต่อสภาพอากาศตลอดทั้งปีใช้อาหารหยาบคุณภาพต่ำได้อย่างดี และระบบการเลี้ยงโคลูกผสมยุโรปเพื่อขุนแบบขังคอกและผลิตปุ๋ยหมัก โดยจะเรียกว่า “วิสาหกิจ” ซึ่งเกษตรกรนิยมเลี้ยงเพื่อผลิตปุ๋ยคอกในระบบการปลูกยางพาราและปาล์มน้ำมัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการขยายตัวของพื้นที่ปลูกสวนปาล์มน้ำมันเพิ่มขึ้นระบบการเลี้ยงโคเนื้อเพื่อสร้างปุ๋ยคอกดังกล่าวก็ได้รับการสนใจ และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐเพิ่มตามไปด้วย เช่นสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (ส.ป.ก.) กรมพัฒนาที่ดิน และกรมปศุสัตว์ ได้ลงนามบันทึกข้อตกลงว่าด้วย “ความร่วมมือเพื่อพัฒนาพื้นที่และพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์โคเนื้อในเขตปฏิรูปที่ดิน” โดยส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อและเร่งสร้างเครือข่ายธนาคารปุ๋ยคอกเคลื่อนที่ เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการใช้ปุ๋ยเคมี โดยมีโครงการนำร่องสหกรณ์โคเนื้อในเขตปฏิรูปที่ดินสู่ภาคใต้ เบื้องต้น 3,000 ตัว และจะขยายเพิ่มถึง 3 แสนตัว ในอนาคต เน้นเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันในเขตปฏิรูปที่ดิน (หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก วันที่ 17 มีนาคม 2551) ในวันที่ 4 เมษายน 2551 ได้มีการจัดส่งโคจากภาคอีสานชุดแรกไปในพื้นที่ภาคใต้ โดยเฉพาะจังหวัดชุมพร พังงาและสุราษฎร์ธานีไม่น้อยกว่า 1,000 ตัว จากเป้าหมาย 3,000 ตัว และในเดือนพฤษภาคม 2551 ได้มีการขนส่งโคเนื้อจากจังหวัดอุดรธานีมาเพิ่มในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีอีก โดยความร่วมมือครั้งนี้ กรมปศุสัตว์สนับสนุนด้านความรู้และเทคโนโลยีด้านการผลิต การสุขภาพสัตว์ การจัดการฟาร์ม บริการด้านพันธุ์สัตว์ การเคลื่อนย้ายสัตว์ ส่วนกรมพัฒนาที่ดินจะทำหน้าที่ส่งเสริมเกษตรกรด้านความรู้เกี่ยวกับการฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์ของดิน น้ำ ปุ๋ย และพืช ในส่วนการตลาดของโคเนื้อในอนาคตนั้นยังขาดผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน ทั้งๆ ที่เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด และหากไม่มีการกำหนดแหล่งซื้อขายที่ชัดเจน หรือระบบการตลาดที่ยุติธรรม อาจส่งผลกระทบต่อส่งเสริมให้เกษตรกรเลี้ยงโคในระยะยาว เกษตรกรเห็นว่าการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายเพื่อการพัฒนาด้านการตลาดจะทำให้ขายโคได้ง่ายขึ้นและได้ราคาที่ยุติธรรม

ระบบการเลี้ยงโคเนื้อมีความแตกต่างกันจะขึ้นอยู่กับอาชีพหลักของเกษตรกรเนื่องจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการปลูกยางพาราและปลูกปาล์มน้ำมันเป็นพืชเศรษฐกิจหลัก เกษตรกรนิยมเลี้ยงโคเนื้อแบบผูกล้าในสวนยางพาราและสวนปาล์มน้ำมันเป็นส่วนใหญ่ ในพื้นที่ป่าสาธารณะเกษตรกรจะมีการปล่อยเลี้ยงเป็นฝูงขนาด 5-15 ตัว เกษตรกรนิยมใช้หญ้าธรรมชาติเป็นอาหารโค เพราะเป็นหญ้าที่มีตามข้างถนน และพื้นที่ว่างเปล่าในฤดูฝน มีการปลูกพืชอาหารสัตว์ค่อนข้างน้อย ถึงแม้ว่าจะพบว่ามีการปลูกพืชอาหารสัตว์ในทุกอำเภอ แต่ก็มีพื้นที่ปลูกน้อยมากส่วนใหญ่จะปลูกหลังบ้านในพื้นที่ไม่เกิน 1 ไร่และจะมีการปลูกแทรกตามร่องสวนยางพาราและสวนปาล์มน้ำมันที่ยังเล็ก (ภาพที่ 10)



ภาพที่ 10 การปลูกหญ้าอัตราดัม แทรกระหว่างแถวของยางพารา ในอำเภอพุนพิน

ในช่วงที่ขาดแคลนอาหารหยาบเกษตรกรจะใช้ฟางข้าวที่ซื้อจากจังหวัดราชบุรี เพชรบุรี จังหวัดพัทลุงและในพื้นที่อำเภอไชยา มาใช้เป็นอาหารหยาบแทนหญ้าสด โดยมีเกษตรกรบางส่วน ซึ่งถือว่าเป็นส่วนที่น้อยมากมีการนำทางใบปาล์มมาเป็นอาหารโคเนื้อและมีการเสริมอาหารชั้นร่วมกับกากสับปรดจากจังหวัดชุมพร ดังแสดงในภาพที่ 11 เกษตรกรมีความพยายามที่จะพัฒนาระบบการเลี้ยงมาเป็นแบบกึ่งประณีต (semi intensive) ซึ่งมีการขังคอกและปล่อยแปลงในบางช่วงเวลา และหากเป็นโคพื้นเมืองเกษตรกรจะปล่อยเลี้ยงตามพื้นที่สาธารณะและในสวนยางพารา ซึ่งในสวนยางพารานั้นจะนิยมเลี้ยงแบบผูกล้ามเพราะเกรงว่าโคจะไปเหยียบย่ำรากยางและไปทำลายจอกยางพารา ถึงอย่างไรก็ตามไม่พบว่ามีกรเลี้ยงแบบปล่อยไว้ในแปลงตลอดเวลา เกษตรกรส่วนใหญ่ (50%) จะเลี้ยงโคกึ่งปล่อยแปลงและขังคอก ส่วนใหญ่จะเริ่มเลี้ยงไม่เกิน 5 ตัว พันธุ์โคที่เลี้ยงส่วนใหญ่คือโคลูกผสมชาร์โรเลส์ – บราห์มัน (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ข้อมูลระบบการเลี้ยงโคเนื้อ ประสิทธิภาพ และพันธุ์โคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

รูปแบบการเลี้ยงโคเนื้อ	จำนวนเกษตรกร (ราย)	ร้อยละ
ขังคอกตลอดเวลา	556	15.9
ปล่อยแปลงตลอดเวลา	0	0
กึ่งปล่อยแปลงและขังคอก	1,778	50.8
ปล่อยในพื้นที่สาธารณะ และสวนยาง	1,165	33.3
จำนวนโคที่เริ่มต้นเลี้ยง		
1-5 ตัว	2,121	66.6
6-10	672	19.2
11-15	210	6
16-20	497	14.2
จำนวนโคที่เลี้ยงในปัจจุบัน		
1-20 ตัว	1,666	47.6
มากกว่า 20 ตัว	1,834	52.4
ประสิทธิภาพในการเลี้ยงโค		
น้อยกว่า 1 ปี	0	-
1-≤5 ปี	2,779	79.4
มากกว่า 5 ปี	721	20.6
พันธุ์ของโคที่เลี้ยง		
พื้นเมือง	1,333	38.10
ลูกผสมชาร์โรเลส์ - บราห์มัน	1,467	41.90
ลูกผสมพื้นเมือง	700	20



ภาพที่ 11 การใช้ทางใบปาล์มสับเป็นอาหารหยาบเลี้ยงโคเนื้อ ร่วมกับกากสับปะรด

การที่ไม่มีการปล่อยโคไว้ในแปลงตลอดเวลาเพราะมีพื้นที่ในการเลี้ยงจำกัด ในขณะที่การเลี้ยงแบบขังคอกตลอดเวลา มีเพียง 15.9% ซึ่งเป็นกลุ่มที่เลี้ยงแบบขุนยืนโรง เป็นโคลูกผสมสายเลือดผสมยุโรป ให้อาหารข้นเสริม เช่น กากปาล์มผสมมันสำปะหลัง ยูเรีย เกลือ และแร่ธาตุผสมในอัตราส่วน 50:46:2: 1:1 บางรายนิยมให้กากปาล์มเนื้อในทั้งหมด 100% เพื่อทดแทนอาหารข้น ส่วนหญ้าที่นิยมปลูก คือ พันธุ์เนเปียร์แคระ พันธุ์สุราษฎร์ธานี 1 พันธุ์อัตราคม พันธุ์รัฐชี่ และหญ้าขน ดังแสดงในภาพที่ 12 ในช่วงเริ่มแรกของการเลี้ยงโคเนื้อ เกษตรกรส่วนใหญ่จะมีโคไม่เกิน 5 ตัว ซึ่งคิดเป็น 66.6% ของผู้เลี้ยงโค และมีเกษตรกรคิดเป็น 19.2% ที่มีการเลี้ยงโค 6-10 ตัว การเริ่มเลี้ยงโคเกษตรกรจะมีการเริ่มเลี้ยงจำนวน 11-15 ตัว และ 16-20 ตัว คิดเป็น 6 และ 14.2% ตามลำดับ แต่ถึงในปี 2552 พบว่าเกษตรกรมีการเลี้ยงโค ถือครองต่อรายมากขึ้น เป็นมากกว่า 20 ตัว คิดเป็น 52.4% ซึ่งในด้านประสิทธิภาพในการเลี้ยงโคส่วนใหญ่จะไม่เกิน 5 ปี คิดเป็น 79.4% และรองลงมาคือกลุ่มที่มีประสิทธิภาพการเลี้ยงมากกว่า 5 ปีขึ้นไป คิดเป็น 20.6% แต่ไม่พบเกษตรกรที่มีประสิทธิภาพการเลี้ยงต่ำกว่า 1 ปี ถึงแม้ว่าโคเนื้อส่วนใหญ่จะเป็นโคพื้นเมืองและโคลูกผสมพื้นเมือง แต่ในกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่จะมีความนิยมในการเลี้ยงโค ลูกผสมชาร์โรเลส์ - บราห์มัน (41.9%) เพราะเห็นว่าขายได้ราคาดีกว่าโคพื้นเมือง รองลงมาคือโคพื้นเมืองเพราะเห็นว่ามีการดูแลง่ายกว่าโคลูกผสม หากินเก่ง ไม่ต้องให้อาหารข้นหรืออาหารเสริม ถึงแม้จะขายได้ราคาที่ถูกแต่ก็ขายง่าย ที่สำคัญเป็นการเลี้ยงในระบบการปลูกยางพารา ปลูกผลไม้ เช่น เงาะและทุเรียนได้ดี โดยใช้โคทำหน้าที่ในการแกะเล็มหญ้าในสวนและใช้มูลของโคในการผลิตปุ๋ยหมักใช้ในสวน ในกลุ่มที่เลี้ยง

แบบกิ่งขุน จะนิยมโคที่มีเลือดผสมชาร์โรเลส์ 50% หรือต่ำกว่านั้นขึ้นอยู่กับความสามารถในการ
 จัดหา และราคาซื้อขายจะไม่แพงเกินไป แต่การจัดหาแหล่งพันธุ์หรือซื้อลูกโคที่นำมาเลี้ยงนั้น ยังมีลูก
 โคไม่เพียงพอต่อความต้องการ เกษตรกรที่เลี้ยงโคแบบปล่อยในสวนและกิ่งปล่อยร่วมกับขังคอก
 จะมีโคแม่พันธุ์เลี้ยงไว้ใช้ในการผสมเอาลูกโคเอง ในการผสมพันธุ์จะใช้บริการผสมเทียมของ
 กรมปศุสัตว์ และ ก.ร.ป. กลาง ซึ่งในการใช้บริการจะขึ้นอยู่กับเขตพื้นที่การรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่
 ในแต่ละอำเภอ โดย ก.ร.ป. กลาง จะมีพื้นที่บริการในเขตอำเภอเมือง อำเภอเคียนซา และอำเภอนา
 สาร ส่วนเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์จะรับผิดชอบในทุกอำเภอ โดยมีเจ้าหน้าที่และอาสาสมัคร
 ผสมเทียมทำหน้าที่ในจุดบริการของแต่ละอำเภอ เฉลี่ยอำเภอละ 3-4 จุดบริการ



ภาพที่ 12 แปลงปลูกหญ้าสำหรับเลี้ยงโค ของเกษตรกร อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การจัดการด้านสุขภาพ

การศึกษาพบว่าเกษตรกรที่เลี้ยง โคแบบปล่อยแปลงเลี้ยงจะยังมีการจัดการในเรื่องสุขภาพสัตว์ไม่ดีเท่าที่ควร ส่วนใหญ่จะไม่ทราบถึงขั้นตอนการจัดการด้านสุขภาพสัตว์ก่อนเริ่มเลี้ยงโค เช่น การถ่ายพยาธิ การฉีดยา ฉีดวิตามิน หรือการดูแลสุขภาพสัตว์ป่วยเบื้องต้น ตลอดจนการผสมอาหารชั้นอาหารเสริม เนื่องจากลักษณะการเลี้ยงจะเน้นการผูกมัดตามจุดที่มีหญ้าธรรมชาติที่เกิดขึ้นตามสวนและข้างทาง หากเกษตรกรเห็นว่าจุดไหนมีหญ้าก็จะจะไปผูกเอาไว้ โดยในช่วงฤดูฝนพบว่าสภาพร่างกายโคสมบูรณ์ดี แต่ช่วงฤดูแล้งจะผอม ส่วนกลุ่มเกษตรกรที่เลี้ยงแบบประณีต หรือกึ่งประณีตจะมีประสิทธิภาพที่ดีในการจัดการสุขภาพสัตว์ เนื่องจากจะเป็นการเลี้ยงแบบปล่อยแปลงและนำเข้ามาขังคอกในช่วงเวลาเที่ยงและตอนเย็น มีการให้อาหารเสริมหรือตัดหญ้าให้เพิ่มเติมในช่วงเวลากลางคืน ในเรื่องสุขภาพสัตว์มีการดูแลใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มแรก จากปัญหาความเข้าใจด้านสุขภาพสัตว์ที่ยังไม่ดีเท่าที่ควร สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดได้มีการจัดอบรมในพื้นที่ให้กับเกษตรกรในเรื่องการดูแลสุขภาพโค และเมื่อโคเกิดอาการป่วยเกษตรกรส่วนใหญ่จะอาศัยเกษตรกรด้วยกันเองที่มีประสบการณ์มาช่วยดูอาการและฉีดยาสัตว์ และบางส่วนจะไปพบสัตวแพทย์อำเภอเพื่อขอคำปรึกษาและแจ้งเจ้าหน้าที่เข้าไปดูอาการ ซึ่งส่วนใหญ่เกษตรกรมีความพึงพอใจในการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าพนักงาน โดยเฉพาะเกษตรกรในกลุ่มจัดตั้งของกรมปศุสัตว์ แต่เกษตรกรบางรายบอกว่าอาจต้องมีการต้อนรับเจ้าหน้าที่ให้ดี บ้างมีค่าน้ำมันสนับสนุน ซึ่งเป็นการให้กำลังใจเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่ จึงจะได้รับความสะดวกในครั้งต่อไป ในเรื่องวัคซีนมีการฉีดวัคซีนป้องกันโรคเฮโมเรอิกเซฟติซิเมีย และโรคปากเท้าเปื่อย ตามช่วงเวลาฤดูกาลทำวัคซีนที่กำหนดโดยกรมปศุสัตว์ โดยจะมีการกระจายวัคซีนจากสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดมาที่ปศุสัตว์อำเภอ และเนื่องจากเจ้าหน้าที่สัตวแพทย์ และผู้ช่วยเจ้าหน้าที่ระดับอำเภอมีจำนวนจำกัด จึงได้มีอาสาสมัครสนับสนุนการฉีดวัคซีน โดยเป็นเกษตรกรในกลุ่มแต่ละกลุ่มอำเภอ ซึ่งจะมีการเบิกวัคซีนมาเก็บไว้ที่บ้านตามจำนวนโคในกลุ่มสมาชิกและจะนัดวันเวลาที่จะให้สมาชิกร่วมกันฉีดให้โคที่มีอยู่ในกลุ่ม โดยมีเจ้าหน้าที่สัตวแพทย์มาให้คำปรึกษาในการปฏิบัติงานในครั้งแรก ซึ่งในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนโคทั้งหมด 85,583 ตัว เป้าหมายที่จะทำการฉีด 95% คือ 81,348 ตัว โดยในช่วงที่ทำการศึกษาพบว่าสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดฉีดได้ 68.1% คือ 55,408 ตัว ปัญหาของการฉีดวัคซีนที่ล่าช้าเกิดจากระบบการเลี้ยง โคของเกษตรกรที่เป็นการเลี้ยงแบบปล่อย หรือบางรายมีโคน้อยตัว เกษตรกรบางรายไม่สนใจให้ความร่วมมือในการจับโคและอำนวยความสะดวก และแต่ละบ้านอยู่กระจายตัวห่างกันออกไป ยกเว้นกลุ่มที่เลี้ยงแบบขุนยืน โรงจะดำเนินการได้อย่างสะดวก บางครั้งเกษตรกรสามารถรับวัคซีนมาทำการฉีดเองที่ฟาร์มได้ โรคที่สำคัญที่เกษตรกรพบในโคเนื้อคือ โรคปากเท้าเปื่อย โรคพยาธิภายนอกและพยาธิภายใน โดยเฉพาะกลุ่มปล่อยเลี้ยงตามพื้นที่

สาธารณะ ที่มีน้ำท่วมขัง โรคท้องเสียจากการให้อาหารเสริมที่ไม่สมดุล หรือนำผลพลอยได้จากโรงงานอุตสาหกรรมมาใช้โดยไม่มีการปรับความเหมาะสมของพลังงานและโปรตีน หรือความชื้นในส่วนประกอบของอาหาร ในกลุ่มที่เลี้ยงแบบขุนจะพบว่ามีปัญหาในเรื่องยูง และแมลงรบกวนสถานะพื้นที่และในช่วงฤดูฝน การระบายของเสียจากคอก ตลอดจนการจัดการเก็บรักษาอาหารในการขนส่งโค เกษตรกรส่วนใหญ่จะใช้รถกระบะที่มีการต่อโครงสร้างให้เหมาะสมกับการขนส่ง และหากมีการขังน้ำหนักโคจะนำไปขึ้นเครื่องขังของร้านรับซื้อปาล์มน้ำมัน หรือที่เรียกว่า “ลานเท” ดังแสดงในภาพที่ 13 โดยเจ้าของลานเทจะกำหนดราคาค่าขังโคครั้งละ 20 บาท

โดยส่วนใหญ่สภาพของแม่โค และโคสาวจะมีร่างกายที่ค่อนข้างผอม ซึ่งมีผลต่อการผสมติด ในพื้นที่อำเภอท่าชนะ พบว่าโคของเกษตรกรในโครงการเลี้ยงโคในสวนปาล์ม ของ ส.ป.ก. ที่ซื้อโคมาจากภาคเหนือและภาคอีสานจะมีปัญหาในการผสมไม่ติดในช่วงปีแรก และเริ่มผสมติดในปีที่สอง ส่วนในอำเภอกาญจนดิษฐ์ พบปัญหาการผสมไม่ติดน้อยกว่าอำเภออื่นๆ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

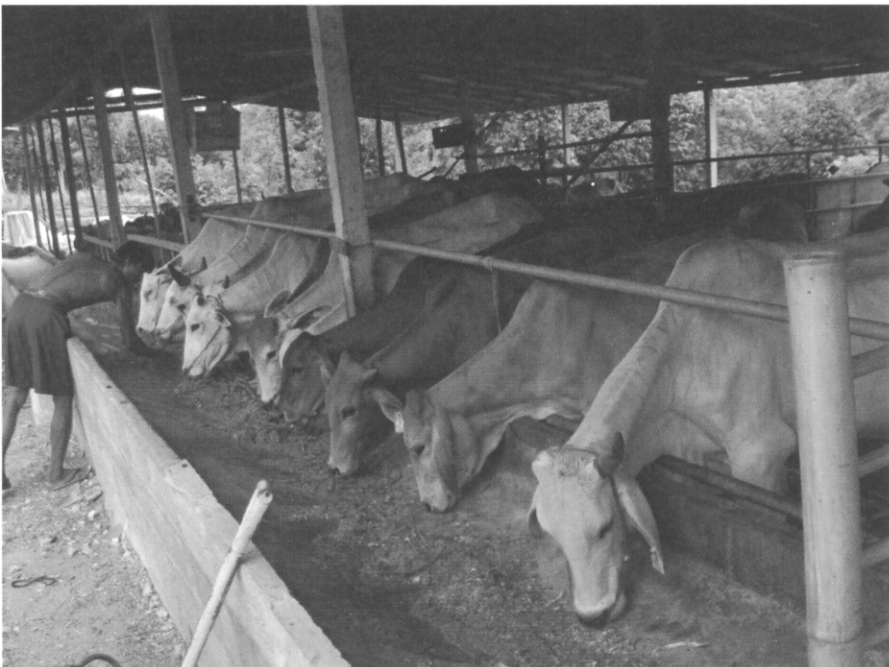


ภาพที่ 13 การขังน้ำหนักโคที่เครื่องขังของลานเทรับซื้อปาล์มน้ำมัน

การจัดการด้านอาหาร

ข้อมูลการจัดการด้านอาหาร โคส่วนใหญ่จะได้รับหญ้าที่มีในธรรมชาติเป็นอาหารหยาบ ถึงแม้ว่าจะมีการปลูกพืชอาหารสัตว์ในพื้นที่ของเกษตรกรเองแต่ก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการของโค ดังนั้นเกษตรกรส่วนใหญ่จึงยังต้องพึ่งพาหญ้าธรรมชาติถึง 60% รองลงมาคือแปลงหญ้าพันธุ์ (30%) และมีการใช้ต้นข้าวโพด ฟางข้าว และเปลือกสับประรด 5% ส่วนทางไบปาล์มมีเกษตรกรที่ใช้เลี้ยงโคจำนวน 5% ของทั้งหมด พันธุ์หญ้าที่ได้รับการส่งเสริมคือพันธุ์เนเปียร์แคระ พันธุ์สุราษฎร์ธานี 1 ซึ่งเป็นพันธุ์หญ้าลูกผสมระหว่างพันธุ์เนเปียร์แคระของกรมปศุสัตว์และองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย และได้รับการปรับปรุงพันธุ์โดยสถานีวิจัยและพัฒนาอาหารสัตว์สุราษฎร์ธานี นอกจากนี้ยังมีการปลูกหญ้ากินนี หญ้าอัลดราดัม และหญ้ารูซี่ ส่วนในพื้นที่ชลประทานจะมีต้นข้าวโพดให้โคกิน โดยมีการสับให้กินสด หรือหมักใส่ถุงพลาสติกหนาที่ใช้บรรจุน้ำยาฆ่าพยาธิให้โคกินในช่วงฤดูแล้ง เช่น อำเภอกาญจนดิษฐ์ พุนพิน นาสาร พนม และอำเภอบ้านนาสาร ซึ่งต้นข้าวโพดจะมีเป็นช่วงเวลาสั้นๆ หลังการเก็บเกี่ยวฝักข้าวโพดในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ อาหารหยาบที่เกษตรกรนิยมเก็บสำรองเอาไว้ให้โคกินในช่วงที่ขาดแคลนหญ้า ได้แก่ ฟางข้าว เนื่องจากฟางข้าวสามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน ขนส่งง่ายหลังจากมีการอัดฟ่อน ซึ่งฟ่อนหนึ่งจะมีน้ำหนักประมาณ 15 กิโลกรัม ถึง 20 กิโลกรัม ราคาอยู่ในช่วง 50-60 บาทต่อฟ่อน ซึ่งพบว่าฟางข้าวมีราคาประมาณ กิโลกรัมละ 2 บาท เกษตรกรและพ่อค้าที่เดินทางมาซื้อพันธุ์โคในภาคกลางจะซื้อฟางข้าวและอาหารชั้นกลับไปด้วยเพื่อจำหน่ายให้สมาชิก ส่วนแหล่งอาหารหยาบอื่นๆ ที่มีการจัดหามาเลี้ยงโคคือ เปลือกสับประรดหมักจากจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และชุมพร ส่วนทางไบปาล์มสับนั้นเกษตรกรนำไปใช้เลี้ยงโคบ้างในบางช่วง ถึงแม้จะมีการส่งเสริม จัดอบรมการใช้ประโยชน์จากทางไบปาล์มน้ำมันมาหลายครั้ง โดยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี แต่เกษตรกรก็ยังไม่นิยมใช้เท่าที่ควร เพราะเครื่องสับย่อยทางไบปาล์มมีราคาแพงเครื่องละประมาณ 50,000-100,000 บาท เกษตรกรส่วนหนึ่งบอกว่าโคไม่ชอบกินทางไบปาล์มสับทางไบปาล์มนั้นย่อยยาก กินได้น้อย ในการขนส่งเพื่อนำมาสับที่ฟาร์มนั้นไม่สะดวกเนื่องจากมีความฟามสูง ขนได้ในปริมาณที่น้อยต่อเที่ยวของการขนส่ง และส่วนหนึ่งเห็นว่าการเก็บรักษายาก เพราะการหมักทางไบปาล์มนั้นจะต้องใช้ถังพลาสติกขนาด 150 ถึง 200 ลิตรมาหมักซึ่งถังดังกล่าวมีราคาแพง โดยเฉลี่ยใบละ 400-800 บาท ขึ้นอยู่กับขนาดและลักษณะของฝาปิดของถัง ส่วนแหล่งอาหารหยาบอื่นๆ นอกจากที่รายงานนี้ยังไม่พบเพิ่มเติม (ตารางที่10) ในเรื่องของอาหารชั้นเกษตรกรส่วนใหญ่ 65% ยังไม่มีการให้อาหารชั้นเสริม เพราะเห็นว่าการเลี้ยงโคถ้าไม่ใช้การเลี้ยงขุน หรือเลี้ยงเพื่อการค้าจะไม่จำเป็นที่จะต้องให้อาหารชั้นเพราะทำให้ไม่คุ้มค่ากับการเลี้ยง เป็นการเพิ่มต้นทุนให้สูงขึ้น ไม่เหมาะกับการเลี้ยงโคในระบบแบบปล่อยเลี้ยงในสวน อย่างไรก็ตามก็ยังมีเกษตรกร

บางส่วน (20%) ที่มีการให้อาหารข้นผสมเอง ซึ่งมีการผสมร่วมกันเป็นกลุ่ม มีการใช้อุปกรณ์เครื่องผสมอาหารร่วมกันโดยได้รับทุนจัดซื้อจากกรมปศุสัตว์ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล สูตรอาหารที่เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมใช้ในการผสมคือ มันเส้น 50% กากปาล์มเนื้อในหรือกากปาล์มรวม 46% เหลือ 1% ยูเรีย 2% แร่ธาตุผสม 0.5-1% (ขึ้นอยู่กับความเข้มข้นและคำแนะนำสินค้า) มีเกษตรกรบางกลุ่ม เช่นกลุ่มที่อำเภอนาสาร ใช้กากมะพร้าว เศษผลไม้ในตลาดสด และเปลือกข้าวโพด ผสมกากน้ำตาล ร่วมกับกากปาล์มเนื้อในและกากปาล์มรวม ดังแสดงในภาพที่ 14 ส่วนในพื้นที่อำเภอท่าชนะจะมีระยะทางไกลกับเขตจังหวัดชุมพร สามารถไปซื้อกากเปลือกสับประดมาเลี้ยงโคได้ ในราคา กิโลกรัมละ 2 บาท มีเกษตรกรที่ให้อาหารข้นอัดเม็ดและอาหารผสมแบบไม่อัดเม็ดของบริษัทที่ขายตามร้านค้ามาเสริมในช่วงที่ขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบอาหารเพราะกากปาล์มไม่มีตลอดทั้งปี ซึ่งเกษตรกรจะให้อาหารของบริษัทเฉพาะในช่วงที่จัดเตรียมไม่ทันหรือขาดวัตถุดิบผสมเอง เพราะเห็นว่าอาหารบริษัทมีราคาแพง และไม่ใช่ออกกำลังกายของเกษตรกรในการเลี้ยงโคเนื้อแบบพึ่งพาตนเอง เกษตรกรในอำเภอเมือง พุนพิน และท่าชนะ มีการซื้อกากตะกอนน้ำมันปาล์มจากโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มมาเทให้โคกินเสริมในตอนเย็น มีราคาตันละ 30 บาท (ยังไม่รวมค่าขนส่งตามระยะทาง) ซึ่งกากตะกอนน้ำมันปาล์มมีมากทุกฤดูกาล ดังแสดงในภาพที่ 15 แต่กากตะกอนน้ำมันปาล์มมีความชื้นสูงในช่วงฤดูฝน เกิดการเน่าเสียง่าย จึงมีการอบแห้งหรือใช้ในส่วนผสมกับวัตถุดิบอื่นๆ เนื่องจากมีไขมันเป็นส่วนผสมประมาณ 2-3% มีโปรตีนประมาณ 14% และพลังงาน 4,100 กิโลแคลอรี ต่อกิโลกรัม (เบญจมาภรณ์ และคณะ 2551)



ภาพที่ 14 การเสริมกากมะพร้าวและปาล์มให้โคกินในอำเภอนาสาร



ภาพที่ 15 กากตะกอนน้ำมันปาล์ม ผลพลอยได้จากโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม

ตารางที่ 10 ข้อมูลการจัดการด้านอาหารโคเนื้อของเกษตรกรจังหวัดสุราษฎร์ธานี

การให้อาหารหยาบโคเนื้อ	จำนวนฟาร์ม (ราย)	เปอร์เซ็นต์
หญ้าธรรมชาติ	2,100	60
แปลงหญ้าพันธุ์	910	30
ต้นข้าวโพด ฟางข้าว และเปลือกสับประรด	175	5
ทางใบปาล์ม	175	5
อื่นๆ	-	-
การให้อาหารข้น		
ให้อาหารข้นผสมเอง	700	20
ให้อาหารข้นบริษัท	525	15
ไม่ให้	3,500	65
อื่นๆ	-	-

การซื้อขายโคเนื้อ

จังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่มีตลาดนัดโคกระบือเหมือนภาคอื่นๆ แต่จะมีพ่อค้าขาประจำที่แวะเวียนมาสอบถามราคาในช่วงที่โคมีขนาดตัวและน้ำหนักสมควรที่จะขายได้ หรือในทางกลับกัน ถ้าหากเกษตรกรต้องการจะขายโคก็จะบอกสมาชิกผู้เลี้ยงรายอื่นๆ ว่าความต้องการขายโคก็จะแพร่ออกไป จนถึงพ่อค้าเอง หรือบางครั้งเกษตรกรจะโทรไปแจ้งพ่อค้าที่มีรายชื่อและเบอร์โทรที่กลุ่มเกษตรกรได้รวบรวมเอาไว้ ในเรื่องราคาซื้อขาย เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่าราคาโคเนื้อไม่สอดคล้องกับราคาต้นทุนในการผลิต ไม่มีการแบ่งตลาดที่ชัดเจนระหว่างตลาดโคเนื้อพื้นเมือง และตลาดโคขุน หรือเลี้ยงเสริมอาหารชั้น ฝ่ายพ่อค้าเป็นผู้ที่ทราบข้อมูลจำนวนโคที่ต้องการขายในพื้นที่ ราคาโดยเฉลี่ยของโคในแต่ละพื้นที่ หรือมีเครือข่ายของพ่อค้าเองในการผลิตเปลี่ยนกันเข้าไปต่อรองราคา เกษตรกรเห็นว่ากลุ่มเกษตรกรเองขาดอำนาจในการต่อรองราคาที่เป็นธรรม ตลาดจึงเป็นของผู้ซื้อและสามารถกำหนดราคาเองได้ เกษตรกรมักจะขายโคมีชีวิตในราคาก่อนข้างต่ำ โดยในปี 2548-25450 จะมีราคาประมาณ 37-45 บาทต่อกิโลกรัม และในช่วงปี 2550-2551 พบว่าราคาของอาหารสัตว์เพิ่มมากขึ้นเนื่องมาจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้น เกิดภาวะช่วงฤดูแล้งที่ยาวนานทำให้ขาดแคลนอาหารหยาบ แต่ราคาของโคเนื้อในการซื้อขายยังคงที่ ทำให้เกษตรกรขาดแรงจูงใจในการเพิ่มการผลิตโคเนื้อ

การซื้อขายโคเนื้อของเกษตรกรตามตารางที่ 11 พบว่าเกษตรกรที่เลี้ยงโคในระบบแบบปล่อยแปลงหรือโคพื้นเมืองจะมีการขายให้กับเกษตรกรด้วยกันเป็นส่วนใหญ่ 40.4% รองลงมาก็คือการขายให้กับพ่อค้าคนกลางหรือนายหน้า (30.4%) ที่เกษตรกรแต่ละคนจะรู้จักในพื้นที่ ซึ่งต้องไปเรียกมาดูโคของตนเองหรือไปบอกว่าต้องการขายและนายหน้าจะไปพาพ่อค้ามาดูอีกทอดหนึ่ง โดยคิดค่านายหน้าประมาณ 200 บาทต่อการซื้อขายโคหนึ่งตัว การซื้อขายปกติจะใช้วิธีการประมาณราคาแบบเหมาตัว ไม่มีการชั่งน้ำหนัก ยกเว้นโคที่เลี้ยงแบบขุนด้วยอาหารชั้น ที่จะมีการชั่งน้ำหนัก โดยพ่อค้าจะเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มารับซื้อจากจังหวัดกระบี่ พังงาและภูเก็ต จะให้ราคาประมาณ 45-52 บาทต่อกิโลกรัม น้ำหนักโคมีชีวิต พ่อค้าอีกกลุ่มจะเป็นพ่อค้าในพื้นที่ของแต่ละอำเภอที่เข้ามาซื้อที่ฟาร์มของเกษตรกร (20.5%) พ่อค้าจะทราบจำนวนเกษตรกรและโคที่เลี้ยงในพื้นที่อย่างดี จะมีการหมุนเวียนเข้ามาติดต่อขอซื้อโคของเกษตรกรเพื่อนำไปชำแหละ โดยพ่อค้าจะมีเขียงในตลาดของอำเภอนั้นๆ จากข้อมูลที่ได้รับจากเกษตรกรพบว่า มีเกษตรกรส่วนน้อยที่ทราบว่าพ่อค้าที่มาซื้อโคเป็นเจ้าของของโรงฆ่าสัตว์เอง หรือมีที่ตั้งของโรงฆ่าโคอยู่ที่ไหน ขายเนื้อโคอย่างไร (10.2%) โคส่วนใหญ่จะถูกซื้อโดยพ่อค้าในพื้นที่อำเภอของเกษตรกรเองเป็นหลัก (31.7%) อาจจะมีบ้างประมาณ 14.3% ที่เป็นพ่อค้าจากต่างจังหวัดเข้ามาซื้อโคของจังหวัด

สุราษฎร์ธานี เช่น จากจังหวัดกระบี่ พังงา และภูเก็ต ส่วนพ่อค้าจากจังหวัดยะลา ปัตตานี และ นราธิวาสมีการซื้อ โคของจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำนวนน้อยมาก และมีความถี่ในการเข้ามาซื้อน้อย โดยโคที่ขายให้กับพ่อค้าจากต่างจังหวัดจะเป็นโคที่เลี้ยงแบบขุน พ่อค้าจากจังหวัดกระบี่ และพังงา จะให้ราคาที่ดี กิโลกรัมละ 50-52 บาท แต่พ่อค้าจะซื้อในปริมาณจำกัดและบางรายมีการติดค้างเงิน ค่าขายโคนานประมาณ 2 สัปดาห์ ถึง 1 เดือน เกษตรกรจะให้ข้อมูลว่าพ่อค้าจะชอบครราคาซื้อโค ในทางกลับกันจากการสอบถามพ่อค้าทราบว่าโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีราคาขายที่แพงกว่าโค ของจังหวัดชุมพร และประจวบคีรีขันธ์ ดังนั้นจากการที่พ่อค้ามาซื้อน้อยรายและมีระยะเวลาซื้อ ไม่ตรงตามความต้องการในการขายของเกษตรกรจึงมีเกษตรกรบางอำเภอที่จำเป็นต้องทำการฆ่า ซ้ำแหละเอง (12.7%) และขายในกลุ่มสมาชิก เช่นในอำเภอนาสาร เป็นต้น ผู้บริโภคนิยมใช้เนื้อโค ประกอบอาหารในงานศพ และงานแต่งงาน หรือฆ่าเพื่อแบ่งกันบริโภค ที่เรียกว่า “แบ่งกอง” นอกจากนี้ยังมีบางกลุ่มที่เลี้ยงโคแม่พันธุ์ลูกผสมพื้นเมืองบราห์มัน เพื่อใช้ในการผสมเทียม และขาย ลูกโคให้กับเกษตรกรรายอื่นๆ นำไปเลี้ยงต่อเพื่อเป็นพ่อแม่พันธุ์ ประมาณ 11.1% เนื่องจากโคเนื้อ ที่เลี้ยงส่วนใหญ่ไม่เป็นการเลี้ยงแบบขุน (มากกว่า 90%) การซื้อขายจึงเป็นการขายแบบเหมาตัว 75% โดยความพึงพอใจของผู้ซื้อและผู้ขาย แต่เกษตรกรส่วนใหญ่จะขายโคในช่วงที่มีความ เค็ดร้อนเรื่องเงิน ถึงแม้พ่อค้าจะให้ราคาที่ถูกก็มักจะยินยอมขายโค ในอีกวิธีหนึ่งที่เป็น การเปรียบเทียบราคาซื้อ โคของพ่อค้าแต่ละราย เกษตรกรจะใช้วิธีโทรศัพท์แจ้งให้พ่อค้ามาประเมิน ราคาเปรียบเทียบกันประมาณ 2 ราย ในช่วงวันเวลาที่ต่างกัน แล้วเลือกขายให้พ่อค้ารายที่ให้ราคาสูง กว่า หากในกลุ่มที่เลี้ยงโคลูกผสมซาโรเลห์ มักมีการซื้อขายทั้งแบบเหมาตัวและชั่งน้ำหนัก โดยการ ขายที่ใช้วิธีการชั่งน้ำหนักคิดเป็น 15% ซึ่งจะน้อยกว่าขายแบบเหมาตัว (75%) การขายในรูปแบบ อื่นๆ (10%) เช่น การกำหนดซื้อต่อรองของพ่อค้าว่าหากใช้วิธีชั่งน้ำหนักจะต้องกำหนดราคาไม่เกิน 37 บาทต่อกิโลกรัม สำหรับโคพื้นเมือง และสำหรับโคลูกผสมสายเลือดยุโรปราคาไม่เกิน 47 บาท ต่อกิโลกรัม หรือเป็นการซื้อขายโดยพ่อค้ายินดีซื้อด้วยวิธีการชั่งน้ำหนักแต่จะไม่จ่ายเงินสดโดยจะ ค้างจ่ายประมาณ 2 สัปดาห์ หรือ 1 เดือน หรือเป็นการซื้อขายตามข้อตกลงตามความสัมพันธ์ส่วน บุคคลระหว่างพ่อค้าและตัวเกษตรกร โดยส่วนใหญ่เกษตรกรต้องการใช้วิธีการชั่งน้ำหนักแต่พ่อค้า นิยมการซื้อเหมาตัว ในการซื้อขายแบบอื่นๆ เกษตรกรหมายถึงการพูดคุย แบบมีข้อตกลงที่ไม่ยึด ติดทั้งรูปแบบการชั่งน้ำหนักหรือเหมาตัว เหมมาทั้งฝูง แต่เป็นความพึงพอใจในข้อตกลงของทั้งสอง ฝ่ายในช่วงที่มีการต่อรองการซื้อขาย ปัญหาที่เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นปัญหาของการเลี้ยงโค มากที่สุดคือเรื่องของการตลาด (ตารางที่ 12) โดย 90% ของเกษตรกรเห็นว่าหากมีตลาดที่ชัดเจน มีการรับซื้อโคได้ทันทีที่เกษตรกรต้องการขาย มีพ่อค้ารองรับการตลาดอย่างเพียงพอ มีราคา ยุติธรรม มีเกณฑ์การซื้อขาย และมีอำนาจในการต่อรองถือเป็นจุดแรกที่จะนำมาซึ่งความมั่นใจ เกิดแรงจูงใจในการเลี้ยงโคและการพัฒนาระบบการเลี้ยง และหากมีการแปรรูปเนื้อตรงตามความ

ต้องการของวัฒนธรรมการบริโภคของคนในพื้นที่แล้วจะส่งผลต่อการขายเนื้อได้อย่างยั่งยืน ในอนาคต เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่าการทำงาน ไส้กรอก เนื้อเปรี้ยว เนื้อแคดเคียว เป็นวัฒนธรรมอาหารทางภาคอื่น คนภาคใต้อาจไม่นิยมบริโภคหากมีการแปรรูป ดังนั้นจึงควรมี การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมหากจะมีการสร้างผลิตภัณฑ์จากเนื้อโคในพื้นที่ ส่วนปัจจัยด้าน การผลิตและเงินทุนนั้นเกษตรกรได้พบว่าเป็นปัญหาเหมือนกันแต่สามารถบริหารจัดการได้ เพราะ ถือว่าเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมด้วยตัวของเกษตรกรเองได้มากกว่าเรื่องของการตลาด เพราะ ในเรื่องทุนและปัจจัยการผลิตนั้น เกษตรกรแต่ละคนจะต้องมีการวางแผน มีความรับผิดชอบ ถ้าใคร ขยัน และเรียนรู้ สร้างประสบการณ์ ตลอดทั้งเก็บออมรายได้ ก็จะสามารถแก้ปัญหาเหล่านี้ได้ ในขณะที่เดียวกันหน่วยงานราชการในพื้นที่ก็ได้อบรมส่งเสริมในเรื่องการเลี้ยง การจัดการอาหาร โค ยารักษาโรค และการป้องกันโรคอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้เกษตรกรต่างมั่นใจว่าองค์ความรู้และ ประสบการณ์ที่มีอยู่สามารถเลี้ยงโคได้ดี หากมีการกำหนดเป้าหมายในการเลี้ยงหรือตลาดที่ชัดเจน การเลี้ยงโคของเกษตรกรมักจะเลี้ยงด้วยความชอบส่วนตัว ใช้แรงงานในครอบครัวไม่มีการจ้าง คนงาน จำนวนโคที่เหมาะสมในการเลี้ยงในครอบครัวจะต้องสอดคล้องกับอาหารที่มีและพื้นที่ของ เกษตรกร จากการสอบถาม เกษตรกร เช่น นายโสภณ ศรีพิทักษ์ เกษตรกรอำเภอพุนพิน “ทราบดีว่า หลังจากเลี้ยงโคแล้วมักมีปัญหาในการขายหรือการตลาดแต่ก็ยังต้องการจะเลี้ยงเพราะมีจิตใจชอบ ที่จะเลี้ยงโค และใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงมาประกอบในการแก้ปัญหาเรื่องการตลาด โดยหวังจะนำ มูลโคมาผลิตปุ๋ยหมักใช้ในระบบการปลูกพืช ทั้งยางพาราและปาล์มน้ำมัน แต่ในใจลึกๆ เพื่อนๆ หลายคนสารภาพและเริ่มตอบว่าท้อแท้เพราะเลี้ยงแล้วเหนื่อย ในที่สุดก็ไม่มิตลาดรองรับที่ชัดเจน แต่ที่เลี้ยงเพราะส่วนหนึ่งต้องการนำมูลโคมาทำปุ๋ยใช้ในสวนปาล์มน้ำมัน สวนยางพารา หรือขาย มูลโคได้เงินมากกว่าขายตัวโค” และจากการศึกษาในพื้นที่พบว่าเกษตรกรมีการเก็บรวบรวมมูลโค เอาไว้ใช้ประโยชน์จริงๆ ตามที่บอกเล่า ดังแสดงในภาพที่ 16 โดยสรุปในด้านการตลาดพบว่าแหล่ง ขายโคยังไม่มี ความชัดเจนเนื่องจากเกษตรกรต้องรอพ่อค้าเข้ามาซื้อ โคที่ฟาร์มเพียงฝ่ายเดียว และ การตั้งราคานั้นยังไม่มีมาตรฐานหรือระเบียบรองรับ จะใช้การประเมินด้วยสายตา ซึ่งแบบเหมาตัว ซึ่งถ้าหากเป็น โคนุนด้วยอาหารขันทันก็จะมีการชั่งน้ำหนักและซื้อตามน้ำหนักแต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความ ต้องการหรือความพึงพอใจของทั้งพ่อค้าและเกษตรกรอีกครั้ง ความพึงพอใจในระบบตลาด คูเหมือนจะเป็นตลาดของกลุ่มพ่อค้าที่สามารถจะเลือกซื้อโคได้ตามที่คาดว่าจะได้กำไร โดย เกษตรกรเองยังไม่มีมาตรการในการต่อรองใดๆ ยกเว้นการพูดคุยต่อรองราคาในช่วงการซื้อขาย หน้าฟาร์ม



ภาพที่ 16 กองมูลโคที่เก็บไว้ใช้ทำปุ๋ยสำหรับสวนปาล์มน้ำมัน ของเกษตรกร อ.พุนพิน

ตารางที่ 11 ข้อมูล แหล่งซื้อขายโคเนื้อของเกษตรกร

ข้อมูลแหล่งซื้อขาย	จำนวนเกษตรกร (ราย)	เปอร์เซ็นต์
มีพ่อค้ามารับซื้อที่ฟาร์ม	665	20.5
ต้องหาคนมาซื้อ	1,064	30.4
ขายโรงฆ่าโดยตรง	357	10.2
ขายให้เกษตรกรด้วยกัน	1,414	40.4
ข้อมูลแหล่งซื้อขาย		
พ่อค้าทั่วไป	1,057	30.2
ขายในพื้นที่อำเภอตนเอง	1,109	31.7
พ่อค้าจังหวัดอื่น	15	14.3
ขายไปเป็นพ่อแม่พันธุ์	500	11.1
ฆ่าแหละเอง	444.5	12.7
วิธีการขายโคเนื้อมีชีวิต		
ซังน้ำหนัก	525	15
เหมาตัว	2,627	75
อื่นๆ เช่น การตกลงวิธีการซื้อขาย โดยมีพ่อแม่ให้ค้ำจ่าย หรือวิธี ประเมินราคาพิเศษตามความสัมพันธ์		
ส่วนตัวของพ่อค้าและเกษตรกร	350	10

ตารางที่ 12 ข้อมูลปัญหาด้านการเลี้ยงโคเนื้อ

ปัญหา	จำนวนเกษตรกร (ราย)	เปอร์เซ็นต์
ด้านปัจจัยการผลิต	175	5
ด้านเงินทุน	175	5
ด้านการจำหน่ายโคมีชีวิต	3,130	90
ตลาดราคาขายโค		
ด้านองค์ความรู้	-	-

จากการศึกษาต้นทุนการเลี้ยงโคพันธุ์ต่างกันและให้อาหารที่แตกต่างกันตามการจัดการจริงของเกษตรกรในพื้นที่ โดยทำแบบฟอร์มให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคได้กรอกรายละเอียด พบว่าโคพันธุ์ลูกผสมพื้นเมือง-บราห์มัน โคบราห์มัน โคลูกผสมบราห์มัน-ชาร์โรเลส์-พื้นเมือง และโคพื้นเมือง พบว่าค่าพันธุ์สัตว์ที่มีการซื้อขายในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จะมีราคาแพงกว่าราคาโคเนื้อปกติ โดยโคบราห์มันจะมีราคา 61 บาทต่อกิโลกรัม ส่วน โคลูกผสมและโคพื้นเมืองจะมีราคาประมาณ 37-40 บาทต่อกิโลกรัม (ตารางที่ 13) ค่าอาหารและเวชภัณฑ์พบว่าการเลี้ยง โคลูกผสมพื้นเมือง-บราห์มันที่เลี้ยงด้วยทางใบปาล์มสดมีต้นทุนค่าอาหารหยาบ 3.93 บาทต่อตัวต่อวันหรือ 118 บาทต่อตัวต่อเดือน เกษตรกรใช้กากปาล์มทดแทนอาหารชั้น กินโดยเฉลี่ย 5.2 กิโลกรัมต่อตัวต่อวัน คิดเป็นเงิน 20.8 บาทต่อตัวต่อวันหรือ 624 บาทต่อตัวต่อเดือน มีค่าเวชภัณฑ์ 12,500 บาทต่อเดือน ซึ่งคิดเฉลี่ยจากโค 210 ตัว จะเป็นต้นทุนค่าเวชภัณฑ์ 59.52 บาทต่อตัวต่อเดือน ซึ่งรวมค่าอาหารและเวชภัณฑ์ของโคลูกผสมพื้นเมือง-บราห์มัน เป็นต้นทุน 801.42 บาทต่อตัวต่อเดือน ในขณะที่การเลี้ยงโคบราห์มัน ที่ใช้ทั้งทางใบปาล์ม ฟางข้าวและหญ้าสด เป็นอาหารหยาบ พบว่ามีต้นทุนค่าอาหารหยาบสูงขึ้นไปเป็น 1.8 บาทต่ออาหารหยาบหนึ่งกิโลกรัม โดยจากการศึกษาพบว่าโคกินอาหารหยาบ 5.4 กิโลกรัมต่อตัวต่อวัน คิดเป็นต้นทุน 9.72 บาทต่อตัวต่อวัน หรือ 291.6 บาทต่อตัวต่อเดือน เกษตรกรใช้อาหารชั้นของบริษัทเสริมด้วยกากปาล์มรวม คิดเป็นต้นทุนค่าอาหารชั้น 577.5 บาทต่อตัวต่อเดือน รวมกับค่าแร่ธาตุ 3.20 บาทต่อตัวต่อเดือน ค่าเวชภัณฑ์ 34.72 บาทต่อตัวต่อวัน ซึ่งรวมค่าอาหารและเวชภัณฑ์ของโคบราห์มันเป็น 907 บาทต่อตัวต่อเดือน ซึ่งมากกว่าโคลูกผสมพื้นเมือง-บราห์มัน สำหรับโคลูกผสมบราห์มัน-ชาร์โรเลส์-พื้นเมือง หรือกำแพงแสน มีการดูแลที่ดีกว่าโดยมีการใช้ทั้งทางปาล์มสดและหมักเป็นอาหารหยาบ คิดเป็นต้นทุน 1 บาทต่อกิโลกรัม โคที่เลี้ยงมีน้ำหนักเฉลี่ย 154.3 กิโลกรัมกินอาหารหยาบ 3.2 กิโลกรัมต่อตัวต่อวัน คิดเป็นต้นทุนค่าอาหารหยาบ 96 บาทต่อตัวต่อเดือน และมีค่าอาหารชั้น 6 บาทต่อกิโลกรัม โดยโคกินอาหารชั้นเฉลี่ย 5.8 กิโลกรัมต่อตัวต่อวัน คิดเป็นเงิน 34.8 บาทต่อวันหรือ 1,044 บาทต่อตัวต่อเดือน

มีค่าแร่ธาตุ 200 บาทต่อโค 18 ตัวต่อเดือน หรือ 11.11 บาทต่อตัวต่อเดือน ทั้งนี้คิดเป็นค่าอาหารเฉลี่ยต่อตัวคือ 1,151 บาทต่อตัวต่อเดือน ค่าเวชภัณฑ์ 5.55 บาทต่อตัวต่อเดือน รวมเป็น 1,156.55 บาทต่อตัวต่อเดือน ในขณะที่โคพื้นเมืองมีน้ำหนักตัวเฉลี่ย 250 กิโลกรัม จะมีการเลี้ยงเป็นฝูงส่วนใหญ่จะเป็นการปล่อยเลี้ยงตามพื้นที่สาธารณะและพื้นที่สวนของตนเอง เกษตรกรเห็นว่าโคพื้นเมืองหากินอาหารเก่ง เลี้ยงง่ายจึงไม่มีการคัดหลัามาเสริมให้โคกินและไม่มีการประเมินปริมาณการกินอาหารหยาบ แต่มีการเสริมอาหารชั้นที่ใช้ผลพลอยได้จากโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มคือกากตะกอนน้ำมันปาล์มร่วมกับกากปาล์มซึ่งทำให้มีราคาที่ถูกต่ำกว่าอาหารชั้น ราคาเฉลี่ย 1.5 บาทต่อกิโลกรัมและโคกินวันละ 5.8 กิโลกรัมต่อตัวต่อวัน คิดเป็นค่าต้นทุนอาหารชั้น 8.7 บาทต่อตัวต่อวัน หรือ 261 บาทต่อตัวต่อเดือน ค่าแร่ธาตุ 100 บาทต่อเดือน หรือ 0.5 บาทต่อตัวต่อเดือน และมีค่าเวชภัณฑ์สำหรับโค 200 ตัวคือ 1,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นต้นทุน 5 บาทต่อตัวต่อเดือน รวมค่าอาหารและเวชภัณฑ์ของการเลี้ยงโคพื้นเมืองคือ 265.50 บาทต่อตัวต่อเดือน ซึ่งน้อยกว่าโคพันธุ์บราห์มันและโคลูกผสมสายเลือดยุโรป

เนื่องจากการศึกษาข้อมูลในฟาร์มที่ปลูกปาล์มน้ำมันจึงมีการใช้ทางปาล์มมาเป็นอาหารหยาบ ร่วมกับหญ้าในสวนปาล์มและฟางข้าว โดยการใช้ทางปาล์มจะมีต้นทุนค่าอาหารหยาบประมาณ 0.5 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเป็นการใช้ทางปาล์มในสวนของเกษตรกรเองไม่มีค่าการขนส่ง หากมีการใช้ทางปาล์มร่วมกับฟางข้าวและหญ้าสดที่ตัดมาให้เป็นอาหารรายจ่ายจะสูงขึ้นเป็น 1.8 บาทต่ออาหารหยาบ 1 กิโลกรัม และเมื่อมีการนำทางปาล์มมาหมักจะเพิ่มต้นทุนอาหารหยาบขึ้นเป็น 1 บาทต่อกิโลกรัม ในส่วนการเลี้ยงแบบปล่อยแทะเล็มหญ้าในสวนถือว่าไม่มีค่าใช้จ่ายเรื่องอาหารหยาบ ส่วนอาหารชั้นมีการให้ในหลายรูปแบบ เช่นการใช้กากปาล์มเนื้อในเสริมให้กินวันละสองครั้ง เช้าและเย็น การใช้ทั้งกากปาล์มและอาหารเม็ดอย่างละครึ่ง การใช้อาหารชั้นผสมเอง (ภาพที่ 17) และมีการใช้กากตะกอนน้ำมันปาล์มหรือขี้เค็กมาให้โคกินร่วมกับกากปาล์มเนื้อใน พบว่าการผสมอาหารชั้นใช้เองมีต้นทุนอาหารชั้นที่สูงที่สุด ประมาณ 6 บาทต่อกิโลกรัม เนื่องจากภาคใต้ไม่มีมันสำปะหลัง หรือแหล่งพลังงาน จากการขนส่งวัตถุดิบดังกล่าวจากภาคอื่นๆ ทำให้มันสำปะหลังมีราคาแพงขึ้นถึง 7 บาทต่อกิโลกรัม และกากปาล์มที่ใช้ในการผสมอาหารของเกษตรกรก็ไม่อาจซื้อได้จากโรงงานปาล์มน้ำมันโดยตรงเพราะจะมีคนรับ โกวด้ามาขายต่อทำให้กากปาล์มมีราคา 5-6 บาทต่อกิโลกรัม หากเป็นกากปาล์มรวมจะมีราคา 3 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเกษตรกรบางรายมีทัศนคติว่ากากปาล์มดำจะมีกะลาเป็นส่วนผสมทำให้ไม่เหมาะที่จะนำมาเลี้ยงโค เป็นต้น การลดต้นทุนเรื่องอาหารชั้นจึงมีการใช้ผลพลอยได้จากโรงงานอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันมาเลี้ยงโค คือการใช้กากตะกอนน้ำมันปาล์ม หรือขี้เค็กมาให้โคกินร่วมกับกากปาล์มน้ำมันสามารถลดต้นทุนค่าอาหารชั้นเหลือ 1.5 บาทต่อกิโลกรัม แต่จากการเลี้ยงที่มีปัจจัยต่างกันตั้งแต่เรื่องพันธุ์โค อาหารหยาบและอาหารชั้น และวิธีการเลี้ยงจึงส่งผลต่อต้นทุนในการจัดหาปัจจัย

ที่แตกต่างกันตามไปด้วย จะเห็นว่าการผสมอาหารขึ้นเองถึงจะมีราคาต่อหน่วยที่สูงแต่โคได้กินอย่างเต็มที่และมีอัตราการเจริญเติบโตค่อนข้างดีถึง 0.77 กิโลกรัมต่อวัน แต่เนื่องจากมีปัจจัยเรื่องพันธุ์โคแตกต่างกันโดยพื้นฐานจึงไม่สามารถเปรียบเทียบการเจริญเติบโตได้ ดังนั้นตารางที่ 13 จึงเป็นผลของการศึกษาที่ให้ให้เห็นว่าการเลี้ยงด้วยวิธีการและอาหารที่ต่างกันจะต้องซื้ออะไรบ้างในเรื่องค่าแรงงานพบว่า เนื่องจากวิธีการเลี้ยงโคทั้งสี่สายพันธุ์มีวิธีการให้อาหารแตกต่างกัน จึงมีผลต่อค่าแรงงานในการเลี้ยง โดยค่าแรงงานสำหรับ โคลูกผสมพื้นเมือง-บราห์มัน โคบราห์มัน โคลูกผสมบราห์มัน-ชาร์โรเลส์-พื้นเมือง และโคพื้นเมือง มีค่า 218, 413.7, 200 และ 30 บาทต่อตัวต่อเดือน ตามลำดับ โดยรายจ่ายอื่นๆ พบว่าการใช้ทางปาล์มสับจะต้องมีต้นทุนเรื่องเครื่องสับทางใบปาล์ม ค่าบรรทุกและขนส่งที่สูง มีค่าแรงงานจากการใช้คนงานในการดำเนินการ หากเป็นการใช้หญ้าสดต้องมีค่าน้ำมันในการตัดหญ้าและการขนส่ง หรือการซื้อฟางข้าวก็เป็นต้นทุนที่สูง หากเป็นการเลี้ยงแบบปล่อยในแปลง หรือในสวนจะมีค่าใช้จ่ายในเรื่องลวดไฟฟ้า การทำทางใบปาล์มหมักพบว่าเกษตรกรจะต้องซื้อถังพลาสติกในการหมักทางใบปาล์ม ดังภาพที่ 18 ในส่วนรายรับของเกษตรกรนอกจากการขายโคแล้วยังมีการขายมูลโคด้วย



ภาพที่ 17 อาหารขึ้นที่เกษตรกรผสมใช้เอง



ภาพที่ 18 การหมักทางใบปาล์มในถังพลาสติก

ตารางที่ 13 ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงโคจากระบบและการให้อาหารที่แตกต่างกันของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานี

พันธุ์โค	ลูกผสม พื้นเมือง +บราห์มัน	บราห์มัน	ลูกผสม บราห์มัน +ชาร์โรเลส์ +พื้นเมือง	พื้นเมือง
ชนิดของอาหารหยาบ	ทางใบปาล์ม	ทางใบปาล์ม ฟางข้าว และ หญ้าสด	ทางปาล์มสด และหมัก	หญ้าในสวน ปาล์ม
อาหารข้น	กากปาล์ม	กากปาล์ม อาหารเม็ด	อาหารผสม เอง	กากตะกอน ปาล์ม, กาก ปาล์ม
จำนวนโค (ตัว)	210	29	18	200
น้ำหนักเฉลี่ย (กก.)	368	205	154.3	250
ค่าพันธุ์สัตว์ (บาท/ตัว)	13,621	12,566	6,172	10,000
ค่าพันธุ์โค (บาท/กก.)	37	61.3	40	40
ปริมาณอาหารหยาบ (กก./ตัว/วัน)	7.85	5.4	3.2	-
ค่าอาหารหยาบ บาท/กก.	0.5	1.8	1	0

ตารางที่ 13 (ต่อ) ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงโคในการให้อาหารที่แตกต่างกันของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานี

พันธุ์โค ลูกผสม	ลูกผสม พื้นเมือง +บราห์มัน	บราห์มัน	ลูกผสม บราห์มัน +ชาร์โรเลส์ +พื้นเมือง	พื้นเมือง
อาหารหยาบ	ทางใบปาล์ม	ทางใบปาล์ม + หญ้า+ ฟาง	ทางปาล์มสด+ หมัก	หญ้าในสวน
อาหารข้น	กากปาล์ม	กากปาล์ม+ อาหารข้นเม็ด	ผสมอาหารข้น เอง	กากตะกอน น้ำมันปาล์ม+ กากปาล์ม
ปริมาณอาหารข้นที่กิน (กก./ตัว/วัน)	5.2	3.5	5.8	5.8
ราคาอาหารข้น (บาท/กก.)	4	5.5	6	1.5
กากปาล์มดำ (บาท/เดือน)	-	103	-	-
มันเส้น (บาท/เดือน)	-	-	179	-
ค่าแร่ธาตุ (บาท/เดือน)	-	93	200	100
อัตราการเจริญเติบโต (กก./วัน)	0.48	0.52	0.77	0.5
ค่าเวชภัณฑ์ (บาท/เดือน)	12,500	1,007	100	1,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ไฟฟ้า น้ำ (บาท/เดือน)	725	150	120	300
ค่าแรงงาน (บาท/ตัว/เดือน)	218	413.7	200	30
ค่าผสมพันธุ์ (บาท/ตัว)	100	200	-	100
ค่าบรรทุกขนส่ง (บาท/เดือน)	15,000	1000	-	-
ค่าโรงเรือน (บาท)	420,000	90,722	12,000	300,000
ค่าเครื่องย่อยทางใบปาล์ม (บาท)	45,000	54,000	45,000	-
ค่าโรงเก็บอาหาร (บาท)	100,000	8,660	-	-
ถังพลาสติก (บาท)	-	-	10,000	-

ตารางที่ 13 (ต่อ) ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงโคในการให้อาหารที่แตกต่างกันของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานี

พันธุ์โค ลูกผสม	ลูกผสม พื้นเมือง +บราห์มัน	บราห์มัน	ลูกผสม บราห์มัน +ชาร์โรเลส์ + พื้นเมือง	พื้นเมือง
อาหารหยาบ	ทางใบปาล์ม	ทางใบปาล์ม + หญ้า+ ฟาง	ทางปาล์มสด+ หมัก	หญ้าในสวน
อาหารข้น	กากปาล์ม	กากปาล์ม+ อาหารข้นเม็ด	ผสมอาหาร ข้นเอง	กากตะกอน น้ำมันปาล์ม+ กากปาล์ม
ค่ารั้ว ลวดไฟฟ้า (บาท)	-	-	-	2,500
ค่าเชือกอุปกรณ์ในฟาร์ม (บาท)	10,000	5,356	-	5,000
ค่าน้ำมันตัดหญ้า (บาท/เดือน)	500	247	100	-
รายจ่าย				
ค่ากากน้ำตาล (บาท/เดือน)	2,000	956	1,600	-
ฟางข้าว (บาท/เดือน)	-	4,595	-	-
รายรับ				
ปริมาณมูลโค (กก./ตัว/เดือน)	112	100	90	ไม่ทราบ
ค่าขายโค (บาท/เดือน)	27,720	20,770	-	-
ค่าขายมูลโค (บาท/เดือน)	35,000	5,000	-	20,000
ขายฟางข้าว อาหารสัตว์ (บาท/ เดือน)	9,800	1,082	-	-

จากการศึกษาเฉพาะเจาะจงเกษตรกร คุณอุทัย ชูเส็ง ต.บ้านกลาง อ.ท่าชนะ จ.สุราษฎร์ธานี ซึ่งมีการจดบันทึกอย่างละเอียดถึงการดำเนินการเลี้ยงโคในรอบ 1 ปี ตามตารางที่ 14 พบว่าการเลี้ยงโค 29 ตัว เป็นโคลูกผสมบราห์มัน-พื้นเมือง ที่ได้รับการจัดซื้อโดยโครงการของสำนักงานปศุสัตว์ที่ดินและกรมปศุสัตว์ ในโครงการเลี้ยงโคในสวนปาล์ม ได้รับโคพ่อพันธุ์จากกรมปศุสัตว์จำนวน 1 ตัว เป็นพันธุ์กบินบุรี มีวัวรุ่น 23 ตัวและแม่พันธุ์ 5 ตัว โดยเริ่มเลี้ยงในปี 2549 ใช้เงินทุนในการซื้อ

โคจำนวน 339,000 บาท โดยมีการกู้ยืมจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และมีค่าขนส่งอีก 10,000 บาท ในการเริ่มเลี้ยงจะมีค่าสร้างโรงเรือนเป็นเงิน 90,722 บาท และในการเลี้ยงโคในสวนปาล์มจะทำการย่อยทางใบปาล์มเพื่อเป็นอาหาร โคจึงมีค่าเครื่องสับย่อยทางใบปาล์มราคา 54,000 บาท ซึ่งไม่ได้ใช้ทุกวัน จะใช้ในช่วงหน้าแล้งที่ขาดแคลนหญ้าสดเท่านั้น เครื่องสับดังกล่าวจะต้องซื้อเครื่องยนต์มาใช้คู่กับเครื่องสับ และมีการสร้างสถานที่เก็บอาหารสัตว์ในการเลี้ยงราคา 8,660 บาท มีการจัดทำรั้วและอุปกรณ์ฟาร์ม ตลอดจนทั้งค่าผสมเทียม และที่เหลื่อจะเป็นค่าอาหารสัตว์ เช่น กากน้ำตาล อาหารข้น กากปาล์มเนื้อในและกากปาล์มรวม ตลอดจนทั้งมันสำปะหลัง และแร่ธาตุก้อน รายรับส่วนใหญ่จะเป็นการขายโคออกไปและขายแร่ธาตุก้อนขายอาหารสัตว์ ส่วนมูลโคจะทำปุ๋ยหมักเพื่อใช้กับสวนปาล์มและสวนผลไม้ของตนเอง

ตารางที่ 14 ผลการบันทึกข้อมูลการเลี้ยงโคของฟาร์มนายอุทัย จูเส็ง เกษตรกรอำเภอท่าชนะ

รายการ	จำนวน
พ่อวัว (ตัว)	1
วัวรุ่น (ตัว)	23
แม่วัว (ตัว)	5
ค่าพันธุ์โค (บาท)	339,000
น้ำหนักเฉลี่ยของโคที่เลี้ยง (กิโลกรัม/ตัว)	205
ค่าบรรทุก (บาท/ปี)	10,000
ค่าโรงเรือน (บาท)	90,722
เครื่องย่อยทางปาล์ม (บาท)	54,000
เครื่องยนต์ (บาท)	20,000
โรงเก็บอาหาร (บาท)	8,660
ทำรั้ว (บาท)	6,300
เชือกวัว อุปกรณ์ฟาร์ม (บาท/ปี)	5,356
ค่ายา รักษา (บาท/ปี)	10,070
ค่าผสมเทียม (บาท/ตัว/ปี)	200
ค่าน้ำมันตัดหญ้า สับ บด (บาท/ปี)	2,470
กากน้ำตาล เสริม (บาท/ปี)	9,560
ฟางข้าวก้อนละ 60 บาท (บาท/ปี)	45,950

ตารางที่ 14 (ต่อ) ผลการบันทึกข้อมูลการเลี้ยงโคของฟาร์มนายอุทัย จูเส็ง เกษตรกรอำเภอท่าชนะ

รายรับ ขายแร้ธาตุ	150
อาหารข้นกระสอบละ 270 บาท (บาท/ปี)	8,740
กากปาล์มขาว กระสอบละ 340 บาท (บาท/ปี)	13,262
กากปาล์มดำ กระสอบละ 270 บาท (บาท/ปี)	1,030
มันเส้น กระสอบละ 450 บาท (บาท/ปี)	1,790
แร้ธาตุ ก้อนละ 40 บาท (บาท/ปี)	930
ขายฟางข้าวฟ่อนละ 65 บาท (บาท/ปี)	10,067
ขายกากปาล์ม (บาท/ปี)	660
ขายวัว (บาท/ปี)	207,700
ลูกวัวเกิด (ตัว)	4

กลุ่มชมรมผู้เลี้ยงโคเนื้อ

การจัดตั้ง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ได้มีการจัดตั้งชมรมผู้เลี้ยงโคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ขึ้น โดยเริ่มจากการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ มีวัตถุประสงค์เพื่อขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง และเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็นของเครือข่ายทั้งผู้เลี้ยง พ่อค้า และนักวิชาการที่ทำหน้าที่ส่งเสริม ทั้งนี้มีแผนโครงสร้างตามรูปภาพที่ 19 ใช้สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นสถานที่ทำการ มีการคัดเลือกประธาน รองประธานและกรรมการฝ่ายต่างๆ ขึ้นมาดำเนินการบริหารกิจกรรมในรอบปี ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์

การเข้าเป็นสมาชิก เกษตรกรของจังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดใกล้เคียงสามารถสมัครเข้าเป็นสมาชิกเครือข่ายโดยกรอกใบสมัครและจ่ายเงินค่าสมัคร 300 บาท ส่งให้คณะกรรมการชมรมพิจารณาและลงบันทึกในทะเบียนสมาชิก โดยในเบื้องต้นได้มีการคัดเลือกตัวแทนเกษตรกรของแต่ละอำเภอ อำเภอละ 2 คนเพื่อทำหน้าที่ในการประสานงานกับชมรมและปศุสัตว์อำเภอของตนเองก่อนนำข้อมูลเข้าหรือในการประชุมสมาชิกในแต่ละเดือน

บทบาทขององค์กรที่ให้การสนับสนุน บทบาทขององค์กรมีหน้าที่ในการประสานงานนัดประชุมสมาชิกชมรมเดือนละครั้ง โดยกำหนดให้เป็นทุกวันพุธ สัปดาห์ที่ 2 ของเดือน สมาชิกกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะได้รับข้อมูลข่าวสารของชมรม และข่าวสาร องค์ความรู้ในด้านวิชาการจากหน่วยงานต่างๆ ที่เข้ามามีส่วนร่วม เช่น มหาวิทยาลัย และกรมปศุสัตว์ ชมรมพยายามประสานงาน

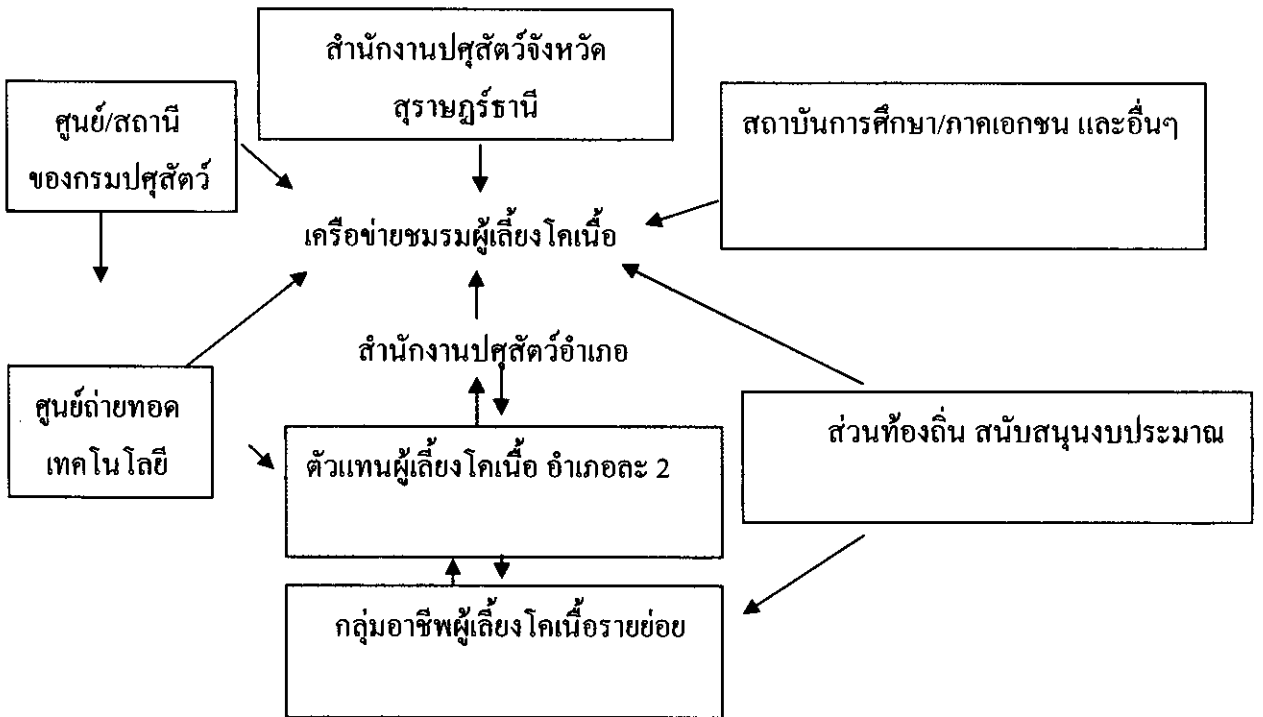
กับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในการขอรับสนับสนุนงบประมาณดำเนินกิจกรรมของชมรม นอกจากนี้ได้มีการทำบัตรสมาชิก บัตรลดราคาของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์และยาสัตว์ของร้านค้าที่เข้ามาสนับสนุนกิจกรรมของชมรม โดยมีการลดราคาประมาณ 15% ของราคาขายทั่วไปให้กับผู้ที่ เป็นสมาชิก ชมรมมีการสั่งกากปาล์มและมันสำปะหลังมาขายให้สมาชิกโดยลดราคาให้กระสอบละ 10 บาท ซึ่งในเบื้องต้นยังไม่ดำเนินการในนามของชมรมแต่ให้กลุ่มเกษตรกรที่อนุญาตให้ใช้สถานที่ บ้านเป็นที่ประชุมของชมรมดำเนินการขาย ชมรมจะทำหน้าที่ในการรวบรวมปัญหาของเกษตรกร ในกลุ่มสมาชิกเพื่อหารือกับเจ้าหน้าที่สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานีในการแก้ปัญหา ด้านต่างๆ

ผลการดำเนินงานของชมรม ตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมาชมรม ได้ประสานงานในการจัด กิจกรรมการประกวด แข่งขัน โคนีอชิงแชมป์ภาคใต้ จำนวน 3 ครั้ง โดยจัดปีละครั้ง มีการ เปลี่ยนแปลงคณะกรรมการชมรมจำนวน 3 ชุด โดยประธานชมรมคนแรกคือ นายชัยชนะ วงศ์วานิชย์ คนที่ 2 คือ นายพลธินันท์ ฉายากุล และประธานในช่วงระหว่างที่ดำเนินการวิจัยคือ นายสมบุญ ทองพัฒน์ ในปี 2553 ได้ย้ายที่ทำการชมรมจากสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดไปตั้งอยู่ที่ ฟาร์มของคุณอนุสรณ์ สุขปาน อำเภอพุนพิน เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่เห็นว่า การร่วมประชุม ในหน่วยงานราชการแต่ละครั้งไม่มีความสะดวก เพราะต้องแต่งตัวให้ดี เดินทางมาอย่างเป็นทางการ ซึ่งถ้ามีสถานที่ประชุมที่ฟาร์มของเกษตรกรจะทำให้บรรยากาศและการเข้าร่วมประชุม เป็นกันเองมากขึ้น ตลอดทั้งสมาชิกไม่จำเป็นต้องอาบน้ำแต่งตัวมาประชุม นอกจากนี้สมาชิกใน ชมรมต้องการให้มีการซื้อขายวัตถุดิบอาหารสัตว์และยาสัตว์ผ่านชมรม โดยมีการทำร้านค้าของกลุ่ม สมาชิกในชมรม ซึ่งจะเกิดประโยชน์ต่อสมาชิกมากยิ่งขึ้น

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการของชมรมประกอบด้วย

1. ความมั่นใจของสมาชิกชมรมในการดำเนินการของผู้นำหรือกรรมการชมรมยังมีน้อย
2. ขาดความร่วมมือของกลุ่มพ่อค้าสัตว์ในการเข้าร่วมเครือข่าย
3. สมาชิกและเกษตรกรยังมีความเข้าใจหลักการและวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งชมรม น้อย
4. กรรมการชมรมยังไม่มีการจัดทำแผนกิจกรรมของชมรมในรอบปี ซึ่งมีผลให้การนำ ชมรมให้ไปสู่เป้าหมายได้ช้าและขาดความต่อเนื่อง
5. กรรมการชมรมที่เลือกเข้ามาขาดความกระตือรือร้นในการดำเนินการประสานงาน อย่างต่อเนื่อง
6. กรรมการชมรมยังไม่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการองค์กรให้ไปสู่เป้าหมาย

7. ประโยชน์ของเกษตรกรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกยังไม่มีชัดเจนและยังไม่บรรลุเป้าหมาย ทำให้ขาดการเข้าร่วมสมัครเพิ่มเติม
8. เกษตรกรผู้เข้าร่วมเป็นสมาชิกส่วนใหญ่มีเป้าหมายหวังพึ่งหน่วยงานราชการค่อนข้างมาก จึงไม่สามารถนำองค์กรไปสู่เป้าหมายได้เอง
9. ศักยภาพด้านทุน และการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มเกษตรกรในชมรมมีน้อย
10. ชมรมที่ตั้งขึ้นยังไม่สนองความต้องการของสมาชิกเกษตรกรได้เท่าที่ควรเนื่องจากอำนาจในการต่อรองกับพ่อค้า และการตลาดยังไม่มีพลัง



ภาพที่ 19 แผนผังเครือข่ายชมรมผู้เลี้ยงโคเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ในด้านหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เช่นศูนย์ผสมเทียมและเทคโนโลยีชีวภาพ จะมีหน่วยบริการย่อยในการผสมเทียมอยู่ 18 หน่วย ในการผสมเทียมที่ผ่านมาพบว่ายอดจำนวนผสมเทียมมีจำนวนลดลงทุกปี นอกจากนี้ยังมีสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดและ

ปศุสัตว์อำเภอทำหน้าที่บริการข้อมูลด้านโรค การรักษาและมีบริการการฉีดวัคซีนโรคปากเท้าเปื่อย ปีละ 2 ครั้ง โดยโรคปากเท้าเปื่อยเมื่อก่อนไม่เคยพบในจังหวัดสุราษฎร์ธานี แต่ด้วยโคที่เลี้ยงในจังหวัดมีน้อยและไม่เพียงพอกับความต้องการ จึงมีการสั่งซื้อโคจากที่อื่นมา นอกจากนี้ในการประกวดนกอกรงหัวจุกมักจะมีการนำโคจากนอกพื้นที่มาเป็นรางวัล ทำให้เกิดการแพร่กระจายของโรคในพื้นที่ ส่วนโรงฆ่าโคในจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่มีโรงฆ่าโคที่ได้มาตรฐาน แต่มีเฉพาะที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น หน่วยงานที่ส่งเสริมด้านอาหารสัตว์คือ ศูนย์วิจัยพัฒนาอาหารสัตว์สุราษฎร์ธานี และมหาวิทยาลัยในพื้นที่ โดยมีสำนักงานปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตรกร ตลอดจนทั้งสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด นอกจากนี้ยังมีตัวบุคคลที่เป็นตัวแทนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น อาจารย์มหาวิทยาลัยในพื้นที่เป็นที่ปรึกษาของชมรม สาระในการประชุมชมรมส่วนใหญ่จะเป็นการพูดคุยเรื่องปัญหาในการเลี้ยงการจัดการ โคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานี และจากการประชุมมาทุกครั้งสรุปได้ว่าปัญหาที่เกิดขึ้นมากที่สุด คือ ปัญหาราคาโคมีชีวิตตกต่ำ ซึ่งมีผลไม่เป็นแรงจูงใจในการเลี้ยงโค ทางชมรมพยายามแก้ปัญหาโดยการส่งเสริมด้านราคาและการตลาด การเพิ่มมูลค่าโค และการประกวดโคเนื้อที่มีลักษณะดี เป็นต้น ซึ่งพบว่า การประกวดโคช่วยให้มูลค่าของวัวเพิ่มมากขึ้นในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะผู้ที่มีการเลี้ยง การปรับปรุงพันธุ์ดี และชนะการประกวด จะทำให้มีเกษตรกรรายอื่นๆ สนใจมาติดต่อซื้อไปเลี้ยงเป็น พ่อ แม่พันธุ์ หรือมาเรียนรู้วิธีการเลี้ยงของฟาร์ม นั้นๆ จากการจัดประกวดทั้งในพื้นที่ อำเภอกาญจนดิษฐ์ และอำเภอนาสาร มีผลช่วย กระตุ้นให้เกษตรกรเลี้ยงโคพันธุ์มากขึ้นเป็นระยะ กิจกรรมการประกวดโคที่ อำเภอนาสาร บริเวณริคคลองฉวางในปี 2550 ถึง 2551 และ 2552 มีการประกวดโคมากถึง 7 ประเภทด้วยกัน เช่น โคชนโคพันธุ์พื้นเมือง โคชัยทุกสายพันธุ์ โคผสมสายพันธุ์ยุโรป ทั้งเพศผู้และเพศเมีย เป็นต้น

จากการศึกษาข้อมูลจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานี พอสรุปข้อมูลได้ว่า สถานการณ์ในปี 2552 โคเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประชากรภายในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีอาชีพเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจ จำนวนประมาณ 17,511 ราย กระจายภายในพื้นที่ 19 อำเภอ มีการเลี้ยงโคเนื้อในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประมาณ 85,071 ตัว โดยส่วนมากเกษตรกรจะเริ่มเลี้ยงไม่เกิน 5 ตัว (66.6%) ในอีกมุมหนึ่งของโคต้นน้ำ สิ่งที่พบกลายเป็นธุรกิจ คือ การนำโคพื้นเมือง โคลูกผสมบราห์มันมาจากภาคเหนือและภาคอีสานมาเลี้ยงและขายต่อกระจายไปในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยไปรับช่วงต่อจากพ่อค้าจังหวัดชุมพร หรือมีเกษตรกรบางรายที่มีรถสิบล้อจะขนส่งโคจากภาคอีสานมากระจายให้เกษตรกรรายอื่นๆ ในพื้นที่เนื่องจากมีราคาถูกกว่าโคในภาคใต้ ถึงแม้จะประสบปัญหาในการเคลื่อนย้ายก็ตาม เมื่อเกษตรกรได้โคมาเลี้ยงแล้วจะมีวิธีการเลี้ยงที่แตกต่างกันไป เช่น

ระบบที่ 1 เป็นระบบการเลี้ยงโคพื้นเมือง และลูกผสมบราห์มันสายเลือดต่ำ เกษตรกรจะปล่อยเลี้ยงตามพื้นที่ว่างเปล่า หรือในสวนปาล์มและยางพารา ซึ่งในช่วงฤดูฝนจะมีหญ้า

ธรรมชาติเกิดขึ้นอย่างเพียงพอ บ้างก็มีการตัดเสริมให้กินในช่วงเย็น แต่ในช่วงฤดูแล้งจะซื้อฟางข้าวมาเสริมให้กิน ร่วมกับการเสริมกากปาล์ม เกษตรกรจะไม่มีการประเมินอัตราการเจริญเติบโตเมื่อเลี้ยงได้ประมาณ 1 ปี จะขายให้กับพ่อค้าที่อยู่ในพื้นที่เพื่อนำไปชำแหละเพื่อขายตามตลาดสดหรือตลาดนัดเปิดท้าย โซอุปทานระบบแรกไม่มีความซับซ้อน มีผู้เกี่ยวข้องไม่มาก ต้องการการบริหารจัดการน้อย ประกอบด้วยกลุ่มเกษตรกรต้นน้ำซึ่งเลี้ยงแม่โคและจัดการให้ได้ลูกโค และเลี้ยงไปจนได้ที่ขนาดที่ขายได้ ซึ่งจะใช้เวลา 1-2 ปี จากนั้นโคจะถูกซื้อขายเปลี่ยนมือในพื้นที่ใกล้เคียงหรือ ไม่ก็ขายให้กับผู้ทำโรงฆ่าสัตว์โดยตรง และสู่ปลายน้ำ คือ ตลาดสด ระบบนี้มีค่าบริหารจัดการไม่มากนัก มูลค่าของกลุ่มต้นน้ำสำหรับโค 250 กิโลกรัม อยู่ที่ตัวละ 6,000-7,000 บาท ส่วนผู้ทำธุรกิจโรงฆ่าและจำหน่ายเนื้อสด จะได้มูลค่าเพิ่มประมาณตัวละ 2,000 บาท โดยราคาของการขายเนื้อโคส่วนต่างๆ แสดงในตารางที่ 15 ปัญหาสำคัญของโซอุปทานนี้ คือ ระบบการซื้อขายไม่มีการกำหนดระยะเวลาซื้อขายชัดเจน เวลาการซื้อขายถูกกำหนดโดยผู้ซื้อมากกว่าผู้ขาย โรงฆ่าสัตว์ที่ไม่ได้มาตรฐาน เป็นการฆ่าหลังบ้านและมีการผูกขาดตลาดสดในพื้นที่ของผู้ฆ่าโคเองในแต่ละอำเภอ ตลาดเนื้อโคเกือบทั้งหมดจึงเป็นตลาดล่าง

ระบบที่ 2 เป็นโคลูกผสมบราห์มันและชาร์โรเลส์ และโคลูกผสมพื้นเมืองบราห์มันและชาร์โรเลส์ โซอุปทานระบบที่สอง ประกอบด้วยกลุ่มเกษตรกรต้นน้ำ ซึ่งได้แก่ เกษตรกรที่เลี้ยงแม่โคกระจายอยู่ในพื้นที่อำเภอไชยา ท่าฉาง พุนพิน และอำเภอท่าชนะ ซึ่งเป็นพื้นที่ลุ่มมีการทำนาในช่วงหน้าฝนและมีพื้นที่ว่างพอที่จะปล่อยโคได้ จึงยังมีลูกโคที่ได้จากแม่พันธุ์พื้นเมือง บราห์มัน โดยเกษตรกรมีการผสมเทียมและเลือกใช้น้ำเชื้อชาร์โรเลส์ ของกรมปศุสัตว์ กลุ่มผู้เลี้ยงโคระบบการขุนนี้จะตระเวนหาซื้อโครุ่นที่มีเลือดผสมชาร์โรเลส์เป็นหลักเพื่อนำมาขุน หากไม่มีเพียงพอจะไปซื้อมาจากจังหวัดชุมพร โดยโครุ่นอายุประมาณ 2 ปี น้ำหนัก 150-200 กิโลกรัม อาจมีราคาถึง 10,000 บาท ซึ่งเกษตรกรที่ซื้อโคมาเลี้ยงขุนจะซื้อตามที่ชอบ หากชอบ และคิดว่าสวยจะให้ราคามากกว่า 10,000 บาท หลังจากนั้นมาขุนจนมีน้ำหนักมากกว่า 500 กิโลกรัมใช้เวลาประมาณปีครึ่งถึง 2 ปี กลุ่มผู้เลี้ยงโคจะติดต่อพ่อค้า ซึ่งส่วนใหญ่จะติดต่อพ่อค้าที่มาจากจังหวัดกระบี่และพังงา หรือพ่อค้าที่เคยมาซื้อโคในฟาร์มใกล้เคียง โดยเกษตรกรจะมีการรวบรวมเบอร์โทรศัพท์เอาไว้ซึ่งปกติจะไม่มีพ่อค้าประจำของแต่ละฟาร์ม เพราะการขายโคแต่ละรุ่นจะใช้ระยะเวลาการเลี้ยงนานถึง 1 ปี ซึ่งไม่มีความต่อเนื่อง และเกษตรกรอีกกลุ่มหนึ่งคือ กลุ่มเกษตรกรต้นน้ำซึ่งเลี้ยงแม่โคและจัดการให้ได้ลูกโค และเลี้ยงไปจนมีขนาดที่ขายได้ ซึ่งจะมีอายุประมาณ 2-3 ปี จะได้น้ำหนักประมาณ 200-300 กิโลกรัม โคจะถูกขายต่อไปหากเป็นตัวผู้ ส่วนตัวเมียจะเลี้ยงไว้เป็นแม่พันธุ์ หากเป็นโคที่เลี้ยงแบบขุนด้วยอาหารข้นอย่างต่อเนื่อง น้ำหนักมากกว่า 500 กิโลกรัมพ่อค้าจากจังหวัดกระบี่จะชำแหละและแบ่งส่วนต่างๆ เพื่อขายตามสถานที่ท่องเที่ยว ตามหมู่เกาะที่มี

นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะส่วนเนื้อสันในและสันนอกจะมีการส่งขายตามโรงแรมและรีสอร์ท
ในจังหวัดกระบี่

ตารางที่ 15 แสดงราคาของเนื้อโคส่วนต่างๆ และผลพลอยได้ ณ โรงฆ่าสัตว์

ชิ้นส่วนจากโค	ราคาที่ขายได้ (บาท)
เนื้อสันนอกและสันใน	140 บาท ต่อกิโลกรัม
เนื้อสะโพก	110 บาท ต่อกิโลกรัม (ส่วนนี้ขายดีที่สุด)
เครื่องใน หัวใจ ปอด ลำไส้	110 บาท ต่อกิโลกรัม
หนังเฉพาะส่วนรูเมน	130 บาท ต่อกิโลกรัม
ตับ	130 บาท ต่อกิโลกรัม
กระดูก (เผาไฟ ปั่น)	1-2 บาท ต่อกิโลกรัม
ข้อเท้า (เผาไฟแล้ว)	50 บาท ต่อกิโลกรัม
หาง (เผาไฟแล้ว)	120 บาท ต่อกิโลกรัม
หนัง แซ่เกลือ	10-12 บาท ต่อกิโลกรัม
ขี้ฟุ้ง และมูล โคหลังฆ่า	50 บาท ต่อกระสอบ

ประเด็นปัญหาที่เกษตรกรประสบและส่งผลต่อการเลี้ยงโคคือ ราคาโคมีชีวิตไม่จูงใจให้
ผู้เลี้ยงขยายกิจการ พื้นที่ในการเลี้ยงสัตว์ลดลงเนื่องจากเกษตรกรหันไปปลูกปาล์มน้ำมัน และ
ยางพาราเพิ่มขึ้น ในพื้นที่ส่วนใหญ่เนื้อโคคุณภาพสูงมีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยมาก ผู้บริโภค
ส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหมูและไก่มากกว่าเนื้อโค แต่ในภาพของร้านอาหารในจังหวัดใกล้เคียง เช่น
จังหวัดกระบี่ยังมีความต้องการสูง การเลี้ยงโคขุนมีส่วนแบ่งการตลาดน้อยเนื่องจากมีต้นทุนในการ
เลี้ยงสูง ดังนั้นจึงควรมีสหกรณ์หรือกลุ่มเพื่อช่วยเหลือกันและลดต้นทุนตลอดทั้งช่วยหาตลาด
ที่แน่นอนให้กลุ่มผู้เลี้ยงด้วย ซึ่งแนวทางในการพัฒนาการเลี้ยงและการตลาดโคเนื้อของจังหวัด
สุราษฎร์ธานีควรมีการดำเนินการหลายประการเช่น

1. ต้นทุนการผลิต

เกษตรกรควรเลือกระบบการเลี้ยงที่เหมาะสมว่าจะเป็นการเลี้ยงเพื่อเอามูลมาทำปุ๋ย เลี้ยง
เพื่อเพาะเล็มห่านในสวน เลี้ยงเพื่อเป็นแม่พันธุ์ หรือเลี้ยงแบบการขุนให้ได้เนื้อคุณภาพดี เพราะการ
เลี้ยงโคเนื้อให้ได้ผลกำไรมากขึ้นนั้นมีความแตกต่างกันตามสายพันธุ์ของโค และระยะเวลาในการ
เลี้ยง บางสายพันธุ์เมื่อเลี้ยงในระยะเวลาสั้นจะได้ผลกำไรในอัตราที่สูงกว่า ดังนั้นเกษตรกรจึงควร

พิจารณา วิธีการเลี้ยงที่เหมาะสมสำหรับโคแต่ละสายพันธุ์เพื่อให้ได้อัตราผลตอบแทนกำไรที่สูงสุด และหาระบบที่เหมาะสมกับปัจจัยพื้นฐานและทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่

2. การเพิ่มรายได้จากการเลี้ยงโคเนื้อ

จากการเลี้ยงโคของเกษตรกรส่วนใหญ่พบว่าใช้ระยะเวลาเลี้ยงนานมากกว่าหนึ่งปี ซึ่งเมื่อประเมินเรื่องแรงงานและระยะเวลาในการเลี้ยงแล้ว เกษตรกรจะมีผลกำไรจากการเลี้ยงโคเนื้อ มีไม่มากนัก และในช่วงที่โคมีน้ำหนักตัวโตเต็มที่เกษตรกรจะประกาศขาย หรือพยายามติดต่อพ่อค้าแต่ก็ต้องพบปัญหาเรื่องการรอคอยเพราะพ่อค้ามักจะไม่ว่างเข้ามาซื้อโคตามเวลาที่เกษตรกรต้องการขาย และเกษตรกรเองก็ไม่สามารถนำโคไปขายได้เนื่องจากไม่มีแหล่งตลาดรับซื้อโคมีชีวิต ดังนั้น แนวทางหนึ่งที่สามารถเพิ่มรายได้และสร้างสินค้าอย่างเหมาะสมกับจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในสถานะที่ไม่มีตลาดนัดโคกระบือ และการซื้อขายโคไม่มีตลาดรับซื้ออย่างสม่ำเสมอ คือ การรวมกลุ่มแปรรูปเนื้อโคเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ และหากสามารถขายโคเนื้อโดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง จะทำให้ได้ผลกำไรเพิ่มมากขึ้น

3. ปัญหาและอุปสรรค

ระบบการซื้อขายตลอดทั้งราคาของโคเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่เป็นที่ดึงดูดใจของเกษตรกร ตลาดไม่มีความชัดเจน เกษตรกรไม่สามารถขายโคได้ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด มีการกดราคารับซื้อจากพ่อค้า ไม่มีโรงฆ่าโคมาตรฐานในจังหวัดสุราษฎร์ธานีซึ่งมีผลต่อการพัฒนาการตลาดของเนื้อโคคุณภาพสูง ในส่วนการเลี้ยงพบว่ามีพื้นที่การเลี้ยงลดลง และปัญหาเรื่องอาหารหาย เพราะมีช่วงฤดูแล้งหรือฝนทิ้งช่วงนานมากขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีตที่ผ่านมา

4. แนวทางการแก้ปัญหา

ต้องมีการวางแผนจัดหาและวางแผนการผลิตโดยมีเครือข่าย เริ่มตั้งแต่เกษตรกร กลุ่มผู้ผลิตอาหาร กลุ่มผู้เลี้ยงหรือรวบรวมลูกโคและแม่โค มีการจัดระบบการเลี้ยงตามสภาพปัจจัยการผลิตที่แตกต่างกันในแต่ละอำเภอ ส่งเสริมการขุนโคคุณภาพดี มีการแปรรูป (ชำแหละ) และกระบวนการตัดแต่งและแปรรูป ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี นอกจากนี้ชมรม หรือเกษตรกรผู้ผลิตต้องมีการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างศักยภาพให้ดียิ่งขึ้น และสร้างอำนาจต่อรอง รวมทั้งลดขั้นตอนการค้าที่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ตลอดทั้งขยายตลาดเนื้อคุณภาพสู่ผู้บริโภคทั้งในจังหวัดและในเขตพื้นที่ภาคใต้ เป็นต้น

รายชื่อผู้ประกอบการฆ่าสัตว์ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ในการศึกษาได้รวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการฆ่าโคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งได้ข้อมูลปริมาณโคที่ถูกฆ่าโดยเฉลี่ย ตลอดทั้งเข้าไปศึกษากระบวนการฆ่าและแปรรูปในโรงฆ่าสัตว์พบว่าโรงฆ่าโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีของเทศบาลอยู่เพียงแห่งเดียวคือเทศบาลนาสาร นอกนั้นเป็นการขออนุญาตฆ่าที่บ้านลักษณะโรงฆ่าสัตว์ตามภาพที่ 20 และภาพที่ 21 โรงฆ่าสัตว์ของเทศบาลจะให้เอกชนเข้ามาประมูลดำเนินการฆ่าสัตว์เป็นรายปี โดยแยกประมูลระหว่างของสุกรและของโคออกจากกัน เช่นที่เทศบาลนาสาร ส่วนโรงฆ่าสัตว์ของผู้ประกอบการที่ดำเนินการที่บ้านมักจะมีการดำเนินการเอง จ้างคนงานทำการฆ่าในอัตราตัวละ 300-500 บาท ขึ้นกับขนาดตัวโค การจัดการเริ่มจากซื้อโคและบรรทุกมารวบรวมไว้ซึ่งจะมีคอกในบริเวณใกล้เคียงกับโรงฆ่า (ภาพที่ 22) มีฟางข้าวและอาหารชั้นไว้เสริมให้โคกินในระยะ 2-3 วันก่อนทำการฆ่า แต่ในช่วงหน้าฝนจะมีหญ้าในสวนยางและสวนปาล์มเป็นอาหาร เช่นเดียวกับเกษตรกรผู้เลี้ยง การเชือดส่วนใหญ่มักจะทำในเวลา กลางคืนประมาณ เวลาตี 2 เป็นต้นไปจนถึงสว่าง



ภาพที่ 20 สภาพโรงฆ่าสัตว์ของเอกชน



ภาพที่ 21 การแขวนซากและการวางเนื้อหลังการฆ่า



ภาพที่ 22 การบรรทุกโคมาที่โรงฆ่าสัตว์

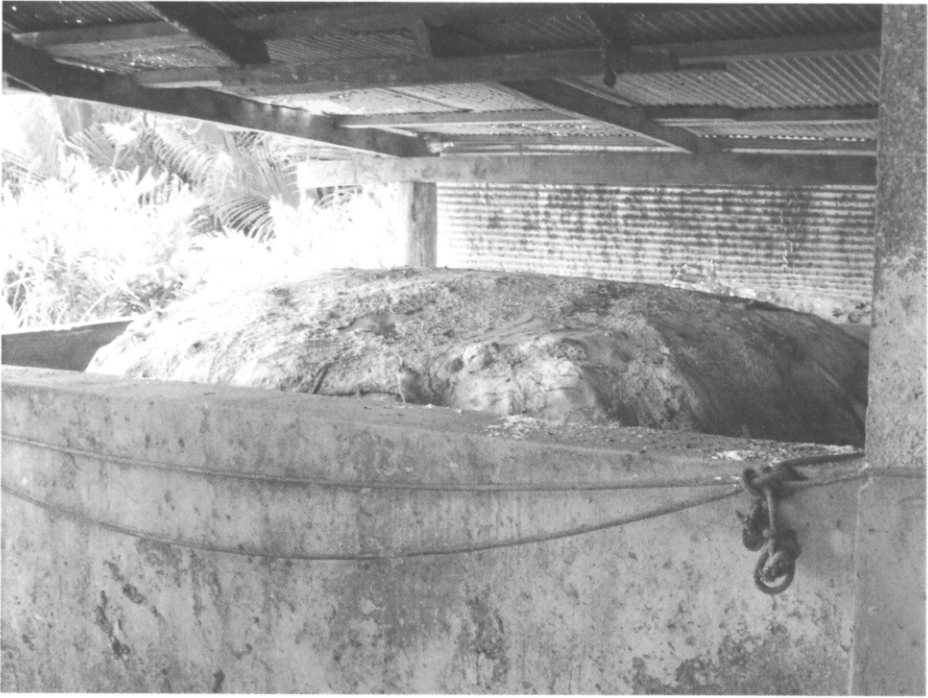
กระบวนการฆ่า เริ่มจากคนเชือดจะนำโคมาผูกกับเสาและใช้ค้อนเหล็กทุบที่ส่วนหัวให้สลบหรือล้มลงและทำการเชือดที่คอเพื่อเอาเลือดออก หากเป็นของมุสลิมจะทำการฆ่าโดยผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม เริ่มจากการมัดเท้าทั้งสี่และดึงให้ตั้งกับเสาเพื่อแยกขาให้โคล้มลงและทำการมัดส่วนหัวดึงให้ตั้งก่อนทำการเชือดคอโดยไม่มีการทำให้สลบ ในการแยกชิ้นส่วนจะทำการตัดแต่งแบบไทยที่จัดทำตามความถนัดของคนเชือดโค (ภาพที่ 23) โดยแยกส่วนเนื้อและกระดูกออกจากกัน ทำการล้างเครื่องในและส่วนเศษอาหารพร้อมมูลโคลงบ่อน้ำเสียด้านข้างของโรงฆ่า ส่วนหนังโคจะทำการวางเป็นแผ่นซ้อนทับกันในบ่อเกลือ (ภาพที่ 24) หมักไว้เพื่อรอการขาย โดยจะขายให้พ่อค้าผู้รวบรวมจากจังหวัดชุมพรหรือนครศรีธรรมราช โดยพ่อค้าจะเข้ามารับซื้อเองเมื่อผู้ฆ่าทำการเก็บรวบรวมไว้มากพอแล้ว และโทรศัพท์บอกพ่อค้าดังกล่าว การขายจะได้ราคาประมาณ 10-15 บาท ต่อกิโลกรัม ซึ่งในปี 2550 ราคาหนังโคจะอยู่ที่กิโลกรัมละ 20 บาท ส่วนกระดูกจะไม่มีใครรับซื้อเนื่องจากไม่มีโรงงานแปรรูป หรือโรงงานบดกระดูกในพื้นที่ ต้องขนส่งโครงกระดูกเป็นระยะทางไกล และมีกลิ่นเหม็น ผู้ฆ่าโคจึงได้รวบรวมกองเอาไว้และทำการเผาไฟให้เป็นเถ้า (ภาพที่ 25) ซึ่งจะมีชาวบ้านที่ปลูกปาล์มน้ำมันมาซื้อเถ้าไปใส่ในสวนปาล์ม กิโลกรัมละ 1-2 บาท ส่วนไขมันจะมีการรวบรวมและขายในราคา กิโลกรัมละ 15 บาท โดยส่วนใหญ่จะมีผู้ซื้อไปต้มเพื่อบรรจุถัง เป็นไขมันสัตว์เพื่อใช้ผลิตไบโอดีเซล (ภาพที่ 26) ในการดำเนินการ โรงฆ่าจะมีสัตวแพทย์จากสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดเป็นผู้รับผิดชอบดูแลด้านสุขภาพโคที่เข้ามา คุณภาพเนื้อโค ความถูกต้องด้านสุขลักษณะและกระบวนการฆ่า เนื่องจากไม่มีโรงฆ่าที่ได้มาตรฐานและโรงฆ่าสัตว์ของเทศบาลก็มีอยู่เพียงแห่งเดียว ซึ่งยังไม่ได้มาตรฐาน จึงเป็นการประมาณการว่า เนื้อส่วนใหญ่จะทำการฆ่าในโรงฆ่าของชาวบ้านหรือผู้ประกอบการ หลังจากการฆ่าเนื้อโคจะส่งไปจำหน่ายตามเชิงเนื้อ โดยมีเนื้อที่ส่งขาย 2 รูปแบบคือ 1. การส่งเนื้อพร้อมกระดูกหรือเป็นการขายซาก โดยจะขายในราคา 80 บาทต่อกิโลกรัมและมีการแยกขายเครื่องในราคา 90 บาทต่อกิโลกรัม 2. การส่งเนื้อแยกกระดูก มีการแบ่งขายเป็นส่วนๆ เช่น โดยเฉลี่ยราคาเนื้อกิโลกรัมละ 110 บาท เครื่องในจะแบ่งขายในราคา กิโลกรัมละ 120 บาท จากการสอบถามนายสมพงษ์ สุลาการ พ่อค้าเนื้อโคจากอำเภอกาญจนดิษฐ์ พบว่าการซื้อซากโคทั้งตัวมาขายจะไม่ใช่ที่นิยมของพ่อค้าขายเนื้อ เพราะไม่ได้กำไรเท่าที่ควร จากตารางที่ 16 จำนวนผู้ประกอบการฆ่าโคและกระบือมีจำนวน 22 ราย แต่รายที่เป็นพ่อค้าหลักๆ ที่เกษตรกรรู้จักกันดีทั้งจังหวัดคือ 4 ฟัน้องที่มีโรงฆ่าที่อำเภอกาญจนดิษฐ์ เนื่องจากมีการตระเวนซื้อโคทั่วทั้งจังหวัด สามารถซื้อได้ทั้งโคที่ขุนและโคที่เลี้ยงโดยทั่วไป นิยมซื้อในลักษณะเหมาตัวมากกว่าการชั่งน้ำหนัก บางครั้งหากเป็นโคที่ขุนเมื่อผู้เลี้ยงต้องการขายแบบชั่งน้ำหนักก็จะซื้อในราคา กิโลกรัมละ 45-48 บาท แต่จะต้องเป็นโคที่มีเนื้อเต็ม น้ำหนัก 500 กิโลกรัมขึ้นไป พ่อค้าจากอำเภอไชยาเคยมีการฆ่าเพื่อส่งซากไปขายที่เกาะสมุยด้วย แต่ในปี 2550 เป็นต้นมามีการฆ่าที่โรงฆ่าของเกาะสมุยโดยการส่งโคมีชีวิตไปแทน ดังนั้นพ่อค้าส่วนใหญ่จะมี

เชียงหลักๆ อยู่ในอำเภอของตนเอง และในรายชื่อของอำเภอกาญจนดิษฐ์จะมีเชียงที่อำเภอเมือง และอำเภอพุนพินด้วย พ่อค้ารายอื่นๆ จะนิยมในการซื้อโคในบริเวณใกล้เคียงพื้นที่ซึ่งโคที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นโคพื้นเมือง หรือโคลูกผสมพื้นเมืองที่เลี้ยงด้วยหญ้า หรือปล่อยเลี้ยงมาเชือด ซึ่งอาจมีการฆ่ากระบือด้วยโดยเนื้อกระบือและเนื้อโคจะมีการผสมรวมกันในการขายในตลาด จำนวนโคที่เชือดตามแจ้งในอาชญาบัตรจะมีจำนวนที่ไม่ตรงตามความเป็นจริงตามที่เข้าไปสั่งเกิดการฆ่า โดยผู้เชือดส่วนใหญ่จะมีการเชือด 5-6 วันต่อสัปดาห์ จะมีการเว้นการฆ่าเพียงวันใดวันหนึ่ง เช่น วันพระ หรือบางรายจะไม่เว้นวันพระแต่จะเว้นในทุกวันพฤหัสบดีของทุกสัปดาห์ จำนวนโคจะเชือด 6 ตัวต่อสัปดาห์แต่จะแจ้งเพียง 1 ตัวต่อสัปดาห์ เป็นต้น ดังนั้นจำนวนโคที่แจ้งกับความเป็นจริงจะมีจำนวนต่างกันประมาณ 5 เท่าตัว ในช่วงที่เป็นช่วงเทศกาลที่มีความต้องการบริโภคเนื้อสูงซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ ผกาพรรณ และคณะ (2548) ในตารางที่ 17 จำนวนโคที่ถูกประมาณว่าฆ่าจริงในปี 2550 จะมากกว่าที่แจ้งประมาณ 3 เท่าตัว และในปี พ.ศ. 2552 (ตารางที่ 18) จำนวนโคเนื้อที่ถูกฆ่าจริงจะมากกว่าที่แจ้งประมาณ 2.3 เท่าตัว ในการขายส่วนมากผู้ประกอบการฆ่าโคจะเป็นคนขายเนื้อในตลาดด้วยตัวเองหรือไม่ก็เป็นญาติใกล้ชิดเช่นลูก หรือ ภรรยา โดยเจ้าที่มีเชียงหรือจุกขายหลายอำเภอก็จะกระจายคนในครอบครัวออกไปขาย หากถามเกษตรกรผู้เลี้ยงโคในพื้นที่บางคนจะไม่ทราบว่ามีการฆ่าสัตว์อยู่ที่ใดบ้าง แต่จะทราบว่ามีการฆ่าโคบ้างที่มาติดต่อซื้อโค ในผู้เลี้ยงที่เป็นรายย่อย หรือเลี้ยงแบบปล่อยทุ่งหรือในสวนจะไม่รู้จักซื้อพ่อค้า แต่จะติดต่อขายหน้าในพื้นที่ ซึ่งขายหน้าจริงๆ แล้วจะเป็นเกษตรกรด้วยกันเองแต่อาจรู้จักพ่อค้ามากกว่าผู้เลี้ยงรายอื่นๆ จากการสัมภาษณ์เกษตรกรในการพัฒนาโรงฆ่าโคที่ได้มาตรฐานในพื้นที่ ว่ามีทางเป็นไปได้หรือไม่ และมีปัญหาด้านใดบ้าง หากจะรวมผู้ค้าโคมีชีวิตเข้าโรงฆ่าที่ได้มาตรฐานซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่มีความหวังและบอกว่าอยากให้มีการดำเนินการในทุกรูปแบบที่สามารถสนับสนุนด้านการตลาดของโคเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานีได้ เพราะตั้งแต่โรงฆ่าและตลาดต่างอยู่ในการดำเนินการของพ่อค้า หากมีโรงฆ่ามาตรฐานเกิดขึ้น การเลี้ยงโคที่มีคุณภาพก็จะตามมาเพราะผู้เลี้ยงมองเห็นตลาดเนื้อโคระดับกลางหรือระดับสูงที่ชัดเจนขึ้น และหวังว่าโรงฆ่ามาตรฐานจะเป็นส่วนที่เปิดทางสู่ตลาดที่มีคุณภาพ แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับว่าใครจะเป็นผู้ดำเนินการ และใครคือเจ้าของตลาดเนื้อโคอีกที เพราะทั้งโรงฆ่าและตลาดจะต้องไม่ใช่การผูกขาด แต่ต้องมีการดำเนินการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งในการดำเนินการในรูปแบบสหกรณ์ หรือกลุ่มชมรม ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายังไม่มีประสบการณ์ในด้านการจัดหาตลาด และบางคนเกรงจะไปกระทบกับตลาดเดิมที่มีพ่อค้าในพื้นที่ดำเนินการอยู่แล้ว และส่วนใหญ่ยังเห็นว่า ชมรม หรือกลุ่มของเกษตรกรยังไม่มีเงินทุนและยังไม่มี ความถนัดในการตลาด จึงต้องอาศัยพ่อค้าผู้ดำเนินการอยู่ก่อนแล้ว หรืออาศัยหน่วยงานข้างนอกที่มีประสบการณ์มาให้คำปรึกษา หรือเป็นผู้ดำเนินการในเบื้องต้น เพื่อเป็นการช่วยเหลือ ให้เกิดเป็นรูปธรรมเสียก่อน ในกลุ่มพ่อค้าหรือคนเชือดที่มีโรงฆ่าของตนเอง มีความคิดเห็นว่โคที่เลี้ยง

โดยทั่วไปไม่ได้คุณภาพพอที่จะมีโรงฆ่าสัตว์แบบมาตรฐาน หรือหากมีโรงฆ่าสัตว์แบบมาตรฐาน จะให้กลุ่มของโรงฆ่าเดิมเข้าร่วมได้อย่างไร จะมีความสะดวกในการดำเนินการหรือไม่ เพราะ ต้นทุนในการเชือดและการขนส่งยอมทำให้มีผลต่อการประกอบการ การกำหนดระยะเวลา ตลอด ทั้งประสบการณ์ของคนเชือดที่มีอยู่แล้วน่าจะเป็นส่วนที่ได้เปรียบในเรื่องการจัดการ อีกอย่างใน แต่ละพื้นที่จะมีเขียงที่ดำเนินการกันอยู่แล้ว หากมีโคที่ฆ่าด้วยโรงฆ่ามาตรฐานควรเป็นโคเนื้อ คุณภาพดี และมีตลาดอีกกลุ่มหนึ่งที่น่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อตลาดล่างในพื้นที่อำเภอต่างๆ



ภาพที่ 23 โตะทำการตัดแต่งซากโค



ภาพที่ 24 บ่อหนั่ง โคมักเกลือ เพื่อรวบรวมไว้ขาย



ภาพที่ 25 กระดูกของโคที่กองรวมกันไว้ รอการเผาให้เป็นเถ้า ก่อนขายไปทำปุ๋ย



ภาพที่ 26 ไขมันโคที่ได้หลังการชำแหละซาก

ตารางที่ 16 แสดงรายชื่อผู้ประกอบการฆ่าสัตว์ (โค-กระบือ) ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2551

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	เลขที่	หมู่	ตำบล	อำเภอ	จำนวนโคที่เชือด
1	นายวิโรจน์ เจริญศักดิ์	7	6	น้ำรอบ	พุนพิน	วันละ 1 ตัว
2	นางวันเพ็ญ เขียวชำนาญ	112	3	ท่าโรงช้าง	พุนพิน	1 ตัว/สัปดาห์
3	นายสุริยา หลุนหิม	52	2	ประสงค์	ท่าชนะ	วันละ 1 ตัว
4	นายนิมิตร ทองเถียว	66	3	ประสงค์	ท่าชนะ	วันละ 1 ตัว
5	นายตำราญ บุญเสื่อ	64	3	ตะกรบ	ไชยา	วันละ 1 ตัว
6	นายสมโชค ชัยสิทธิ์	3/1	4	สาธุ	พระแสง	5 ตัว/สัปดาห์
7	นายสมพงษ์ สุตากากร	22	4	ท่าทองใหม่	กาญจนดิษฐ์	วันละ 2-5 ตัว
8	นายอนันต์ สุตากากร	22	4	ท่าทองใหม่	กาญจนดิษฐ์	วันละ 2 ตัว
9	นายจิตต์ สุตากากร	22	4	ท่าทองใหม่	กาญจนดิษฐ์	วันละ 1 ตัว
10	นายสนั่น สุทธิกานต์	22	4	ท่าทองใหม่	กาญจนดิษฐ์	วันละ 2 ตัว
11	นายโสภณ ศรีสวัสดิ์	309/11	2	บ้านนา	บ้านนาเดิม	3-4 ตัว/สัปดาห์
12	นายประยูร ศรีรัตน์		4	เขาวง	บ้านตาขุน	วันละ 1 ตัว
13	นายพิชิต ทองคำดี	146	4	ทุ่ง	ไชยา	วันละ 1 ตัว
14	นายสุชาติ รำหมาน	81	2	ตลาดไชยา	ไชยา	วันละ 1 ตัว
15	นายบาทลี คัสโล๊ะ	93	2	ตลาดไชยา	ไชยา	วันละ 1 ตัว
16	นางสาคร รำหมาน	7	2	ตลาดไชยา	ไชยา	วันละ 1 ตัว
17	นายกลาวัลย์ เจริญสมถ	18	2	ตลาดไชยา	ไชยา	วันละ 1 ตัว
18	นายถวิล ทองหนู		15	ทุ่งหลวง	เวียงสระ	เดือนละ 2 ตัว
19	นางระนูน จันทร์ณรงค์	117/7	5	คอนสัก	คอนสัก	วันละ 1 ตัว
20	นายวิเชียร แทนอ่อน	36	4	อ่างทอง	เกาะสมุย	วันละ 1 ตัว
21	นายสิน พรหมเจริญ	49	4	อ่างทอง	เกาะสมุย	วันละ 1-2 ตัว
22	นายสมพร ลักระมณัส	66/3		ถ.ศรีเวียง	บ้านนาสาร	3 ตัว/สัปดาห์
23	เทศบาลบ้านนาสาร				บ้านนาสาร	3-5 ตัว/สัปดาห์

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนโรงฆ่าสุกรที่ได้รับการขึ้นทะเบียนของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2551 ซึ่งโรงฆ่าสุกรจะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการฆ่าโค เพราะมีกลุ่มผู้ค้าเนื้อ เขียงเนื้อและ ลูกค้าที่แตกต่างกันในการบริโภค ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบจำนวนระหว่างโรงฆ่าโคกับโรงฆ่าสุกรพบว่า โรงฆ่าสัตว์ส่วนใหญ่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีจะเป็นโรงฆ่าสุกร ซึ่งกระจายอยู่ในทุกอำเภอ จำนวนสุกรที่ฆ่าเมื่อเทียบกับจำนวนที่แจ้งในอาชญาบัตรจะต่างกันมากกว่าของโคเนื้อ เนื่องจากจำนวนเนื้อสุกรที่บริโภคมีมากกว่าเนื้อโค ทั้งนี้จากการศึกษาจะพบเขียงขายเนื้อสุกรจำนวนมาก โดยในอำเภอเดียวจะมีมากกว่า 10 เจ้า ในอำเภอเล็กๆ จะมีประมาณ 3 เจ้าในแต่ละตลาด ดังนั้นเนื้อสุกรจึงถือเป็นเนื้อที่เป็นคู่แข่งกับเนื้อโคที่กำลังศึกษา ค่านิยมในการบริโภคของคนจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการจำหน่ายและการผลิตโคเนื้อ เนื่องจากโดยพื้นฐานของคนสุราษฎร์ธานีจะมีเชื้อสายจีน ไม่นิยมบริโภคเนื้อโค การประกอบอาหารในชีวิตประจำวันจะเป็นอาหารที่ทำจากเนื้อปลา เนื้อสุกรและเนื้อไก่เป็นหลัก แต่เนื้อโคเนื้อแพะจะเป็นกลุ่มคนมอญ พม่า และคนอีสานในพื้นที่ที่ประกอบอาชีพตัดขายพารา หรือร้านอาหารอีสานที่มีในบริเวณใกล้เคียง แต่อาหารอีสานก็เป็นที่นิยมของคนใต้ พอสมควร โดยเฉพาะลาบและเนื้อย่าง

ตารางที่ 17 ข้อมูลจำนวนโคเนื้อที่ถูกฆ่าในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เดือน มกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2550

เดือน	ตามอาชญาบัตรสัตว์	คาดว่าถูกฆ่าจริง
มกราคม	55	149
กุมภาพันธ์	47	113
มีนาคม	43	135
เมษายน	35	115
พฤษภาคม	51	88
มิถุนายน	51	175
กรกฎาคม	50	177
สิงหาคม	52	191
กันยายน	54	191
ตุลาคม	20	125
พฤศจิกายน	22	133
ธันวาคม	77	137
รวม	557	1,729

ตารางที่ 18 ข้อมูลจำนวนโคเนื้อที่ถูกฆ่าในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เดือน มกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2552

เดือน	ตามอาชญาบัตรสัตว์	คาดว่าถูกฆ่าจริง
มกราคม	114	235
กุมภาพันธ์	48	219
มีนาคม	111	224
เมษายน	116	223
พฤษภาคม	111	214
มิถุนายน	64	227
กรกฎาคม	79	185
สิงหาคม	80	154
กันยายน	80	163
ตุลาคม	72	203
พฤศจิกายน	82	198
ธันวาคม	ไม่ทราบ	ไม่ทราบ
รวม	957	2,245

ตารางที่ 19 ผู้ประกอบการโรงฆ่าสุกรที่ขึ้นทะเบียนของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2551

ลำดับ ที่	ชื่อโรงฆ่า	เลขที่	หมู่	ตำบล	อำเภอ	จำนวน สุกรที่ฆ่า (ตัว/วัน)	กำลังการผลิต สูงสุด (ตัว/ วัน)
1	นายสุกิจ พรหมวิเศษ	121	4	ตะกุก เหนือ	วิภาวดี	1	3
2	นายจ้านง สมคง	51/8	3	มะเร็ต	เกาะสมุย	2	2
3	นางกาญจนา พุ่มปลื้ม	-	3	บ่อผุด	เกาะสมุย	2	2
4	นายชาญณรงค์ ศรีแผ้ว	62/2	5	แม่น้ำ	เกาะสมุย	1	1
5	นายวาสนา เอี่ยมจันทร์	82/7	2	บ่อผุด	เกาะสมุย	3	3
6	นางสุจิน จิตเขม้น	79/3	6	มะเร็ต	เกาะสมุย	2	2
7	นางนิตยา มีเพียร	6	2	แม่น้ำ	เกาะสมุย	3	3
8	นางสุกัญญา บุตรเพชรแก้ว	36	3	แม่น้ำ	เกาะสมุย	1	1
9	นายสุภาพ เอี่ยมจันทร์	-	6	มะเร็ต	เกาะสมุย	6	6
10	นางสุนทรีย์ ยี่งยง	187	6	บ่อผุด	เกาะสมุย	5	5
11	นายสุชา ทองเรือง	8/1	1	อ่างทอง	เกาะสมุย	1	1
12	นายถาวร จันทร์อยู่	209/5	3	อ่างทอง	เกาะสมุย	1	1
13	นายสิทธิชัย นาคเพชรพูน	30/17	5	อ่างทอง	เกาะสมุย	4	8
14	นายไพรัช ทองจันทร์	49/1	4	อ่างทอง	เกาะสมุย	1	1
15	นายธงชัย ศิวภักวิฒจวนเลิศ	342/6	3	อ่างทอง	เกาะสมุย	3	3
16	นายอาจिन สุมเจริญ	9/1	1	ลิปะน้อย	เกาะสมุย	2	2
17	นายชำนาญ ลูกเมือง	197/1	3	บาง สวรรค	พระแสง	2	4
18	นายสมโชค อ่อนรู้ที่	30/2	4	บาง สวรรค	พระแสง	2	3
19	นายสว่าง พูลพนัง	343/4	1	อี่ป็น	พระแสง	4	10
20	นางเพ็ญศรี ชูหนาว	208	1	อี่ป็น	พระแสง	7	14
21	นางสุพิศ ศรีทองคำ	48/1	1	อี่ป็น	พระแสง	1	2

ตารางที่ 19 (ต่อ) ผู้ประกอบการโรงฆ่าสุกรที่ขึ้นทะเบียนของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2551

ลำดับ ที่	ชื่อโรงฆ่า	เลขที่ หมู่	ตำบล	อำเภอ	จำนวน สุกรที่ฆ่า (ตัว/วัน)	กำลังการผลิต สูงสุด (ตัว/ วัน)	
22	นางสุดใจ พลายด้วง	259/1	1	อিপิน	พระแสง	1	4
23	นายเกษม ศรีวารินทร์	343/3	1	อิปิน	พระแสง	1	2
24	น.ส. มยุรา จันท์ศรี	420/7	1	อิปิน	พระแสง	5	7

ภาคเนื้อของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากข้อมูลของสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่รวบรวมจากสำนักงานปศุสัตว์อำเภอในปี พ.ศ. 2550 ตามตารางที่ 20 และระหว่างเดือนมิถุนายน ถึงเดือนกรกฎาคมของปี พ.ศ. 2551 ในตารางที่ 21 ราคาของโคเนื้อมีชีวิตโดยทั่วไปจะต่ำกว่าโคขุน 3 บาทต่อกิโลกรัม แต่ทั้งนี้โคเนื้อส่วนใหญ่จะเป็นการขายประเมิณรายตัวไม่ได้ซึ่งน้ำหนักจึงเป็นข้อมูลประมาณจากการซื้อขายเพื่อให้สอดคล้องกับการรายงานอย่างเป็นทางการ หากพิจารณาราคาของโคเนื้อในแต่ละพื้นที่รายอำเภอจะเห็นความแตกต่างในเรื่องราคาอยู่บ้างเนื่องจากพ่อค้าที่ซื้อโคในแต่ละอำเภอจะเป็นคนละกลุ่ม มีตลาดที่ไม่เหมือนกัน บางอำเภอจะเป็นพ่อค้าจากต่างจังหวัด เช่นที่จังหวัดกระบี่ และจังหวัดพังงาจะเข้ามาซื้อโคด้วย อำเภอเกาะพะงันและอำเภอเกาะสมุยจะมีราคาของโคเนื้อและโคขุนที่สูงกว่าอำเภออื่น เนื่องจากมีจำนวนโคที่เลี้ยงบนเกาะน้อย จำนวนไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด และส่วนใหญ่จะเป็นโคที่ขนไปจากพื้นที่อำเภออื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในกลุ่มผู้เลี้ยงว่าการเลี้ยงโคในสวนมะพร้าวบนเกาะสมุยไม่มีปัญหาในเรื่องของการตลาด โดยเฉลี่ยราคาของโคเนื้อมีชีวิตในปี พ.ศ. 2551 จะมีราคา 49.37 บาทต่อกิโลกรัม และโคขุนจะมีราคา 52.25 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเป็นราคาที่เกษตรกรเห็นว่าเป็นราคาที่ดีมาก แต่จากการศึกษาในกลุ่มผู้เลี้ยงพบว่าพ่อค้าจะไม่ซื้อในราคาดังกล่าวหากโคที่เลี้ยงไม่มีสภาพสมบูรณ์จริงๆ น้ำหนักจะต้องสูงถึง 500 กิโลกรัม และมีเลือดผสมโคยุโรป ซึ่งโคที่เลี้ยงกระจายโดยทั่วไปเป็นโคพื้นเมือง จึงไม่สามารถขายได้ในราคาที่รายงานของสำนักงานปศุสัตว์จังหวัด

ตารางที่ 20 ราคาโคเนื้อที่ขายได้ ณ หน้าฟาร์ม ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เดือน มกราคม- ธันวาคม พ.ศ. 2550

เดือน	โคเนื้อ (บาท/กก.)	โคขุน (บาท/กก.)
มกราคม	48.11	52.32
กุมภาพันธ์	47.74	50.95
มีนาคม	48.32	51.52
เมษายน	47.58	50.06
พฤษภาคม	47.68	48.12
มิถุนายน	48.21	51.31
กรกฎาคม	48.11	51.31
สิงหาคม	48.11	51.31
กันยายน	48.11	51.31
ตุลาคม	48.11	48.50
พฤศจิกายน	48.26	51.31
ธันวาคม	48.38	51.37
เฉลี่ย	48.06	50.45

ที่มา: สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานี (2550)

ตารางที่ 21 ราคาโคเนื้อที่ขายได้ ณ หน้าฟาร์ม ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พ.ศ. 2551

อำเภอ	โคเนื้อ (บาท/กก.)	โคขุน (บาท/กก.)
อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี	50	-
อำเภอกาญจนดิษฐ์	45	50
อำเภอดอนสัก	50	55
อำเภอเกาะสมุย	60	70
อำเภอเกาะพะงัน	60	-
อำเภอไชยา	45	49
อำเภอท่าชนะ	45	50
อำเภอดำรงวิทยารัฐนิคม	45	52
อำเภอบ้านตาขุน	50	50
อำเภอพนม	48	50
อำเภอท่าฉาง	48	50
อำเภอบ้านนาสาร	50	55
อำเภอบ้านนาเดิม	48	50
อำเภอเคียนซา	47	50
อำเภอเวียงสระ	50	55
อำเภอพระแสง	50	-
อำเภอพุนพิน	50	52
อำเภอชัยบุรี	46	48
อำเภอวิภาวดี	48	50
เฉลี่ย	49.37	52.25

ที่มา: สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานี (2551)

ตารางที่ 22 ข้อมูลราคาโคเนื้อที่ขายได้ ณ หน้าฟาร์ม ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีรายเดือน พ.ศ. 2552

เดือน	โคเนื้อ (บาท/กก.)	โคขุน (บาท/กก.)
มกราคม	47.66	52.33
กุมภาพันธ์	48.05	52.64
มีนาคม	47.79	52.64
เมษายน	45.16	52.33
พฤษภาคม	45.16	52.33
มิถุนายน	48.33	50.67
กรกฎาคม	50.76	52.2
สิงหาคม	50.76	52.2
กันยายน	50.76	52.2
ตุลาคม	48.22	52.2
พฤศจิกายน	48.22	52.2
ธันวาคม	48.22	52.2
เฉลี่ย	48.25	52.17

ที่มา: สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานี (2552)

ตารางที่ 23 สถิติจำนวนโคที่ย้ายเข้ามาในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จำนวนโคย้ายเข้าจังหวัด	ตัว
ปี พ.ศ. 2548	611
2549	509
2550	935
2551/2552	488

ตารางที่ 24 จำนวน โคนและกระบือที่มีการขนย้ายเข้าและออกจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีใน ปี พ.ศ. 2551/2552

เดือน	จำนวนสัตว์ที่ เคลื่อนย้ายเข้ามา(ตัว)		จำนวนสัตว์ที่ เคลื่อนย้ายออก(ตัว)	
	โค	กระบือ	โค	กระบือ
ตุลาคม 2551	303	-	652	12
พฤศจิกายน 2551	38	1	677	7
ธันวาคม 2551	23	2	502	14
มกราคม 2552	4	-	543	9
กุมภาพันธ์ 2552	-	-	574	20
มีนาคม 2552	13	2	664	32
เมษายน 2552	2	-	425	15
พฤษภาคม 2552	5	1	318	15
มิถุนายน 2552	42	7	334	11
กรกฎาคม 2552	32	1	319	8
สิงหาคม 2552	4	-	358	3
กันยายน 2552	22	4	305	16
รวม	488	18	5,671	162

ที่มา: สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานี (2552)

หากจะมองอีกครั้งจะเห็นว่าจุดด้อยของธุรกิจเลี้ยงโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานีคือที่โรงฆ่าไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดใหญ่มีโรงแรมและร้านอาหารจำนวนมาก เพราะเป็นเมืองท่องเที่ยว ทำอย่างไรจะให้นำเนื้อโคของพื้นที่เข้าไปขายให้กับแหล่งท่องเที่ยวได้ ทำอย่างไรให้มีการบริโภคเนื้อโคจากการเลี้ยงโคในพื้นที่ให้มากขึ้น จากการเปรียบเทียบในตารางที่ 23 จำนวนโคเนื้อที่มีการขนย้ายเข้ามาในพื้นที่อย่างถูกต้องมีจำนวนไม่มาก ซึ่งในปี พ.ศ. 2548 มีจำนวนเพียง 611 ตัว และปี พ.ศ. 2549 มี 509 ตัว ส่วนปี พ.ศ. 2550 มีจำนวน 35 ตัว ซึ่งในปีเดียวกันข้อมูลปริมาณโคที่ส่งออกจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำนวน 8,014 ตัว (ข้อมูลสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2550) และในตารางที่ 24 รายงานจำนวนโคเนื้อ ที่นำเข้ามาในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและมีการขนย้ายออกจากจังหวัดตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2551 ถึงเดือน

กันยายน พ.ศ. 2552 ในช่วงก่อนปีใหม่และหลังปีใหม่จำนวนโคจะถูกขนย้ายออกจากจังหวัดสูงกว่าเดือนอื่นๆ เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดชายแดนติดประเทศมาเลเซีย จำนวนโคที่มีการขนย้ายเข้ามาในรอบ 12 เดือนดังกล่าวจะมีจำนวน 488 ตัว ซึ่งน้อยกว่าโคที่มีการขนย้ายออกจากจังหวัด โดยมีจำนวน 5,671 ตัว แสดงให้เห็นว่าโคเนื้อที่มีอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีอยู่อย่างเพียงพอจึงมีความต้องการในการนำเข้าน้อย หรือก็มีการนำเข้าเฉพาะโคคั้นน้ำเพื่อนำมาเลี้ยงขุนต่อ โดยแหล่งของโคที่นำเข้ามาในจังหวัดสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่จะมาจากจังหวัดชุมพร ประจวบคีรีขันธ์ และมีบางส่วนนำมาจากแถบภาคอีสาน และภาคเหนือ แต่โคส่วนหนึ่งที่ขนส่งผ่านจังหวัดสุราษฎร์ธานีจะถูกขนส่งลงไปที่จังหวัดสงขลา จังหวัดนราธิวาส และปัตตานี เพื่อส่งเข้าไปในประเทศมาเลเซียอีกทอดหนึ่ง

การศึกษาการดำเนินงานกิจการของพ่อค้าขายเนื้อโคชำแหละ

พ่อค้าขายเนื้อโคชำแหละจะทำการศึกษาโดยใช้แบบสัมภาษณ์พ่อค้า แม่ค้าตามตลาดสดในแต่ละอำเภอทั้ง 19 อำเภอ จากตารางที่ 25 และภาพที่ 27 พบว่า พ่อค้าส่วนใหญ่เป็นเจ้าของโรงฆ่าโคเอง มีการจัดฆ่าที่บ้าน ซึ่งส่วนใหญ่ 69.2% มีความพร้อมในการที่จะเป็นทั้งผู้ค้าปลีกและส่ง ซึ่งการจะดำเนินการเป็นพ่อค้าขายส่งอย่างเดียวไม่สามารถดำเนินการได้เนื่องจากไม่มีลูกค้าที่มาซื้อไปขายต่อจำนวนมากพอที่จะเป็นการดำเนินการขายส่งอย่างเดียวได้ จึงต้องมาขายปลีกเอง รองลงมาคือรายที่ขายปลีก (ตารางที่ 26) มีการไปรับเนื้อโคจากโรงฆ่าหรือเป็นญาติกับรายใหญ่ที่ให้นำมาขายปลีกในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อเป็นการขยายตลาด

ตารางที่ 25 รายชื่อพ่อค้าโคชำแหละที่ได้เข้าไปศึกษาข้อมูล ปี พ.ศ. 2551

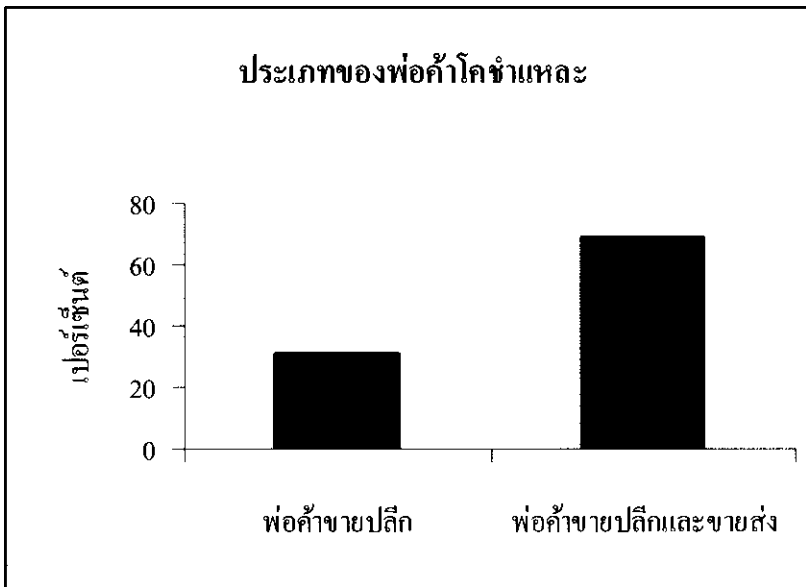
ลำดับ	อำเภอ	ชื่อกิจการ/เจ้าของ	ที่อยู่/สถานที่ตั้ง	โทรศัพท์
1	พุนพิน	นางเฉลิมศรี อองวัง	ตลาดสดยิ่งเจริญ กิจกรรม 18	086-9440562
2		นางสมพิศ เพชรรัตน์	ตลาดสดพุนพิน ท่าข้าม	-
3		นางมารียะ	ตลาดโชคเพ็ญทอง	081-6770226
4		ร้านป่าเพ็ญ	ตลาดยิ่งเจริญ กม. 18	081-0874093
5	เกาะสมุย	ร้านปรีชา	ตลาดแหลมดิน	081-7171288
6		นางสาวสิริธร จิตเขม้น	ตลาดตะไโม	083-6398984

ตารางที่ 25 (ต่อ) รายชื่อพ่อค้าโคชำแหละที่ได้เข้าไปศึกษาข้อมูล ปี พ.ศ. 2551

ลำดับ	อำเภอ	ชื่อกิจการ/เจ้าของ	ที่อยู่/สถานที่ตั้ง	โทรศัพท์
7		ร้านสดมุสลิมสุไรดา	ตลาดหัวถนน	084-1899543
8		นางสาวอภาพร สุริโย	ละไม	089-7316274
9		กนกอร	ตลาดแหลมดิน	087-8900335
10		มาลียะ	ตลาดดาวซีฟู๊ด ตลาดสดไคมอนด์	087-2828015
11	เมือง	ร้านน้องคึกขตัก	อำเภอเมือง	083-6410188
12	ท่าฉาง	เจษฎาภรณ์ จันทนา	ตลาดเสวียด ท่าฉาง บ.ทำเนียบ อ.คีรีรัฐ	084-6281052
13	คีรีรัฐนิคม	พรเพ็ญ เจริญภักดี	นิคม	084-7466060
14	ไชยา	วัลยา	ตลาดสดไชยา	087-8982514
15		แอน	ตลาดสดไชยา 257/1 ม.18 ต.บ้าน	086-9436720
16	เคียนซา	นางสาวพะยอม หนูเอียด	สะเด็ด	084-8424033
17	ท่าชนะ	ร้านเนื้อวัวอิสลาม	ตลาดสดท่าชนะ	084-8424033
18		ปฎิมา ทองเอี้ยว	ตลาดสดหนองนิล ตลาดสดเทศบาลนา	089-7237965
19	นาสาร	ภรรณี อัครมนัส	สาร	-
20		นายนิกร วิชัยชัย	1/8 ต.ลำพูน	085-0370024
21	ตาขุน	นอวาหลัย	ตลาดศรีมงคล	-
22		รอชิดา ศรีรัตน์	ตลาดศรีมงคล	080-2783875
23	นาเคิม	นายโสภณ ศรีสวัสดิ์	309/11 ม.2 ต.บ้านนา	081-8923480
24	พระแสง	ธิดา บุญทีป	ตลาดพระแสง	-
25	ชัยบุรี	นายณัฐวุฒิ สุขสำราญ	ตลาดสดชัยบุรี	086-2805305

ตารางที่ 26 แสดงประเภทพ่อค้าขายเนื้อโค ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2551

ประเภทพ่อค้า	จำนวน	ร้อยละ
พ่อค้าขายส่ง	-	-
พ่อค้าขายปลีก	8	30.8
เป็นทั้งพ่อค้าขายปลีกและขายส่ง	18	69.2
อื่นๆ	-	-
รวม	26	100.0



ภาพที่ 27 ประเภทของพ่อค้าโคชำแหละ

ในส่วนของภูมิภานาของพ่อค้าโคชำแหละ จากการสำรวจพบว่า 65.4% เป็นพ่อค้าโคชำแหละในพื้นที่ ส่วนที่เหลืออีกประมาณ 34.6% เป็นพ่อค้าโคชำแหละไม่ใช้คนในพื้นที่ (ตารางที่ 27) ลักษณะของกิจการส่วนใหญ่ คือ บุคคลธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 96.2 รองลงมา ห้างหุ้นส่วน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ระยะเวลาที่ดำเนินการมาจนถึงปัจจุบันส่วนใหญ่ คือ 5 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.2 และ 11 - 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ จำนวนเงินลงทุนส่วนใหญ่ คือ มากกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา น้อยกว่า 5,000 บาท ส่วนที่มีการลงทุน 5,001 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 และที่มีการลงทุน 15,001 - 20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ แหล่งที่มาของเงินทุนส่วนใหญ่ คือ เงินลงทุนของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 96.0 รองลงมา คือ ได้จากการกู้ยืม คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 ข้อมูลของพ่อค้าเนื้อโคในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2551

พ่อค้าเป็นคนที่มีการซื้อขายหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
เป็นคนในพื้นที่	17	65.4
ไม่ใช่คนในพื้นที่	9	34.6
ลักษณะของกิจการ		
บุคคลธรรมดา	25	96.2
ห้างหุ้นส่วน	1	3.8
บริษัทจำกัด	-	-
ระยะเวลาที่ดำเนินการมาจนถึงปัจจุบัน		
น้อยกว่า 5 ปี	5	19.2
5 - 10 ปี	13	50.0
11 - 15 ปี	4	15.4
16 - 20 ปี	1	3.8
มากกว่า 20 ปี	3	11.5
จำนวนเงินลงทุน (บาท/กิจการ)		
น้อยกว่า 5,000 บาท	4	20.0
5,001 - 10,000 บาท	4	20.0
10,001 - 15,000 บาท	-	-
15,001 - 20,000 บาท	3	15.0
มากกว่า 20,000 บาท	9	45.0
แหล่งที่มาของเงินทุน		
เงินลงทุนตนเอง	24	96.0
กู้ยืม	1	4.0

จากตารางที่ 28 แสดงมูลค่ารวมในการรับซื้อเนื้อโคแต่ละครั้งส่วนใหญ่ คือ มากกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมา 5,001 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.8 และ น้อยกว่า 5,000 บาท มูลค่ารวมในการรับซื้อ 10,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ จำนวนเงินทุนหมุนเวียนส่วนใหญ่ คือ มากกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.6 รองลงมา 5,001 - 10,000

บาท คิดเป็นร้อยละ 28.6 และ 15,001 - 20,000 บาท ส่วนรายเล็กๆ ที่มีเงินทุนหมุนเวียนน้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงมูลค่ารวมในการรับซื้อเนื้อโคแต่ละครั้งของพ่อค้าขายปลีก

มูลค่ารวมในการรับซื้อแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	3	12.5
5,001 - 10,000 บาท	5	20.8
10,001 - 15,000 บาท	3	12.5
15,001 - 20,000 บาท	2	8.3
มากกว่า 20,000 บาท	11	45.8
จำนวนเงินทุนหมุนเวียน		
น้อยกว่า 5,000 บาท	2	9.5
5,001 - 10,000 บาท	6	28.6
10,001 - 15,000 บาท	1	4.8
15,001 - 20,000 บาท	2	9.5
มากกว่า 20,000 บาท	10	47.6
รวม	21	100.0

วิธีการดำเนินงานของพ่อค้ารับซื้อโคมีชีวิตเพื่อฆ่าตนเอง

ในการศึกษาข้อมูลของกลุ่มพ่อค้าซื้อโคมีชีวิตเพื่อฆ่าตนเอง ทางนักวิจัยได้เดินทางไปตลาดสดของแต่ละอำเภอเพื่อศึกษาข้อมูล พบว่าเขียงเนื้อโคของแต่ละอำเภอจะเป็นของพ่อค้าผู้ซื้อโคมีชีวิตเพื่อฆ่าตนเองเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจะมีเจ้าของหรือเครือญาติมาขายเอง ดังแสดงในภาพที่ 28 และผลในตารางที่ 29 จากการสำรวจพ่อค้าจำนวน 26 รายพบว่าพ่อค้าผู้ซื้อโคมีชีวิตเพื่อฆ่าตนเองนี้จะเข้าไปติดต่อซื้อโคจากผู้เลี้ยง โดยส่วนใหญ่พ่อค้ากลุ่มนี้จะไม่ระบุหรือจำกัดพื้นที่ในการเข้าไปซื้อโค จะตระเวนหาซื้อโคทั่วจังหวัด โดยมีสายนายหน้ารายงานโดยการโทรศัพท์แจ้งว่ามีผู้ต้องการขายในแต่ละแห่ง (คิดเป็นร้อยละ 46.2) รองลงมาพ่อค้าผู้ซื้อโคมีชีวิตเพื่อฆ่าตนเองจะมีการซื้อโคเฉพาะในพื้นที่ที่เป็นภูมิลำเนาของตนเองและบริเวณใกล้เคียงกับโรงฆ่าโค คิดเป็นร้อยละ 38.5 และมีการติดต่อซื้อโคลักษณะอื่นๆ เช่น มีการสัญญากับผู้เลี้ยงว่าจะซื้อในราคาสูงหากมีการซื้อขายกันอย่างต่อเนื่อง หรือให้ผู้เลี้ยงทำหน้าที่เป็นนายหน้าจัดหาโคจากเกษตรกรรายอื่นๆ ให้ ซึ่งจะมีพื้นที่

การประสานงานซื้อขายกระจายออกไป โดยขึ้นอยู่กับแหล่งชุมชนที่ทำการค้าเลี้ยงโคในอำเภอต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มโรงฆ่าโคสามารถหาซื้อโคในพื้นที่อำเภอของตนเองได้อย่างเพียงพอหากไม่มีการคัดเลือกเกรดของโค ลักษณะการซื้อโคเนื้อมีชีวิตส่วนใหญ่คือซื้อจากผู้ขายประจำเท่านั้นหรือจากกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงเฉพาะกลุ่มที่มีการค้าขายกันมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาซื้อจากผู้ขายโคทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 38.5 และอื่นๆ เช่น โคที่มีการขนส่งจากนอกพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยจะจัดรถไปซื้อจากจังหวัดชุมพร ประจวบคีรีขันธ์ คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าพ่อค้าและกลุ่มเกษตรกรมีการสร้างพันธมิตรทางใจในระดับหนึ่งในการตกลงซื้อขายในกลุ่มที่เคยซื้อขายกันอย่างต่อเนื่อง ประเภทของสินค้าที่รับซื้อส่วนใหญ่คือ โคเนื้อมีชีวิต คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมา ซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อ คิดเป็นร้อยละ 11.5 ซื้อได้ทั้งโคเนื้อมีชีวิต ซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อ คิดเป็นร้อยละ 3.8 และอื่นๆ เช่น ซื้อทั้งโคมีชีวิต ผลพลอยได้จากโค เช่นหนัง กระดูก ไขมัน เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ จำนวนรับซื้อโคเนื้อมีชีวิตในแต่ละครั้งส่วนใหญ่คือน้อยกว่า 10 ตัว คิดเป็นร้อยละ 85.0 รองลงมา 11 - 20 ตัว, 21 - 30 ตัว และ 41 - 50 ตัว คิดเป็นร้อยละ 5.0 ที่เท่ากัน



ภาพที่ 28 แม่ค้าที่มีโรงฆ่าโคของตนเองและขายเนื้อเอง

ตารางที่ 29 แสดงพื้นที่รับซื้อ โคลักษณะประเภทของสินค้า และจำนวน โคที่รับซื้อแต่ละครั้ง ปี พ.ศ. 2551

พื้นที่เข้าไปรับซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเฉพาะในพื้นที่ที่เป็นภูมิลำเนาของตนเองและบริเวณใกล้เคียง	10	38.5
ไม่จำกัดพื้นที่ในการเข้าไปซื้อ	12	46.2
อื่นๆ เช่น พื้นที่ที่มีการนัดหมาย หรือสัญญาการซื้อขายแบบต่อเนื่อง	4	15.4
ลักษณะการซื้อสินค้า		
ซื้อจากผู้ขายเจ้าประจำเท่านั้น	14	53.8
ซื้อจากผู้ขายทั่วไปในพื้นที่	10	38.5
อื่นๆ ซื้อจากผู้ติดต่อขายนอกจังหวัด แต่ต้องมีราคาที่ไม่แพง เพราะเสียค่าขนส่งแพง	2	7.7
ประเภทของสินค้าที่รับซื้อ		
โคเนื้อมีชีวิต	18	69.2
ซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อ	3	11.5
โคเนื้อมีชีวิต ซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อ	1	3.8
อื่นๆ เช่น โคเนื้อมีชีวิต ผลพลอยได้ กระดูก หนัง และไขมัน	4	15.4
จำนวนรับซื้อโคเนื้อมีชีวิตในแต่ละครั้ง		
น้อยกว่า 10 ตัว	17	85.0
11 - 20 ตัว	1	5.0
21 - 30 ตัว	1	5.0
31 - 40 ตัว	-	-
41 - 50 ตัว	1	5.0
มากกว่า 50 ตัว	-	-

จากตารางที่ 30 การกำหนดราคาในการซื้อขายโคเนื้อมีชีวิตส่วนใหญ่ พ่อค้าให้ข้อมูลว่าจะมีราคากลาง คิดเป็นร้อยละ 46.2 ซึ่งในความหมายของราคากลางคือราคาที่มีการซื้อขายและทราบ

โดยทั่วกันในระดับพื้นที่ เช่น โคลี่แบบปล่อยทั่วไปสภาพร่างกายปานกลางราคาประมาณ 40-45 บาทต่อกิโลกรัม โดยการประเมินน้ำหนักตัว หากเป็น โคขุนที่ตัวยังไม่มีกล้ามเนื้อเต็มที่ราคาจะได้ประมาณ 47-48 บาทต่อกิโลกรัม แต่ถ้าขุนด้วยอาหารข้นและมีน้ำหนักตัว 500 กิโลกรัมขึ้นไปราคาจะขายได้ประมาณ 50-52 บาทต่อกิโลกรัม พ่อค้าจะให้ข้อมูลว่าในการตกลงราคาซื้อขายแบบที่นิยมรองลงมาคือการกำหนดโดยผู้ขาย คิดเป็นร้อยละ 38.5 และกำหนดโดยผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ แต่ทั้งนี้หากเป็นการสำรวจจากกลุ่มเกษตรกรการกำหนดราคาโดยผู้ซื้อจะสูงกว่ากำหนดราคาโดยผู้ขาย ส่วนเกณฑ์วิธีในการตรวจสอบคุณภาพของโคเนื้อที่มีชีวิตก่อนซื้อส่วนใหญ่ คือ ประเมินด้วยสายตา คิดเป็นร้อยละ 84.6 รองลงมา มีเกณฑ์ในการสุ่มตรวจ คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ ในการกำหนดราคาซื้อขายโคเนื้อที่มีชีวิตส่วนใหญ่ คือ ขนาดของโคเนื้อที่มีชีวิต คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมา คือ ความสมบูรณ์ของโคเนื้อที่มีชีวิต คิดเป็นร้อยละ 38.5 และอายุของโคเนื้อที่มีชีวิต คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ ระบบการแบ่งเกรดโคเนื้อที่มีชีวิตส่วนใหญ่ จะมีทั้งแบบซื้อขายที่ไม่มีการแบ่งเกรด คิดเป็นร้อยละ 73.1 รองลงมา มีการคิดเป็นเกรดโคขุนและไม่ขุน คิดเป็นร้อยละ 26.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 การกำหนดราคาและเกณฑ์การซื้อขายของพ่อค้าซื้อโคเนื้อที่มีชีวิต ปี พ.ศ. 2551

การกำหนดราคาในการซื้อขายโคเนื้อที่มีชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
กำหนดโดยผู้ซื้อ	4	15.4
กำหนดโดยผู้ขาย	10	38.5
มีราคากลาง	12	46.2
เกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อขายโคเนื้อที่มีชีวิต		
อายุของโคเนื้อที่มีชีวิต	3	11.5
ขนาดของโคเนื้อที่มีชีวิต	12	46.2
ความสมบูรณ์ของโคเนื้อที่มีชีวิต	10	38.5
อื่นๆ	1	3.8
วิธีในการตรวจสอบคุณภาพของโคเนื้อที่มีชีวิตก่อนซื้อ		
ประเมินด้วยสายตา	22	84.6
มีเกณฑ์ในการสุ่มตรวจ	4	15.4
อื่นๆ	-	-
ระบบการแบ่งเกรดโคเนื้อที่มีชีวิต		
ไม่มี	19	73.1
มี	7	26.9

ในตารางที่ 31 แสดงปริมาณการรับซื้อชิ้นส่วนของโคเนื้อมาขายในรายพ่อค้าที่มีการซื้อชิ้นส่วนของโคเนื้อมาขายต่อ จากการศึกษาพบว่ามีพ่อค้าน้อยรายที่มีการค้าขายลักษณะเช่นนี้ พ่อค้าจะรับซื้อชิ้นส่วนโคเนื้อในแต่ละครั้งส่วนใหญ่ คือ มากกว่า 50 ก.ก. คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา 21 - 30 ก.ก. คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ น้อยกว่า 10 ก.ก., 11 - 20 ก.ก., 31 - 40 ก.ก. คิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากันตามลำดับ การกำหนดราคาในการซื้อขายซากโคชำแหละและชิ้นส่วนเนื้อโคส่วนใหญ่ คือ กำหนดโดยผู้ขาย คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมา กำหนดโดยผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 26.9 และมีราคากลาง คิดเป็นร้อยละ 19.2 ตามลำดับ เกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อขายซากโคชำแหละและชิ้นส่วนเนื้อโคส่วนใหญ่ คือ ปริมาณเนื้อแดง คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ความนุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30.8 และปริมาณไขมันแทรก คิดเป็นร้อยละ 19.2 ตามลำดับ ในการซื้อชิ้นส่วนของโคมาขายจะกำหนดราคาโดยผู้ขายเป็นหลักร้อยละ 53.8 เพราะเป็นอำนาจในการขายหลังจากการประเมินราคาโคมีชีวิตที่ซื้อมา ผู้ฆ่าจึงเป็นผู้ที่ตั้งราคา ในขณะที่เดียวกันจะมีการต่อรองซึ่งถือว่าเป็นการแข่งขันทางการค้าแต่ละเจ้าอาจลดราคาลงตามการต่อรองของผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 26.9 และส่วนที่มีการซื้อตามราคากลางในช่วงเวลาแต่ละเดือนร้อยละ 19.2 และจากตารางที่ 32 วิธีในการตรวจสอบคุณภาพของซากโคชำแหละและชิ้นส่วนเนื้อโคก่อนซื้อส่วนใหญ่ คือ ประเมินด้วยสายตา คิดเป็นร้อยละ 88.5 รองลงมา มีเกณฑ์ในการสุ่มตรวจ คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ ระบบการแบ่งเกรดซากโคชำแหละและชิ้นส่วนเนื้อโคส่วนใหญ่ คือ ไม่มีการแบ่งเกรดซากโค คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมา มีการแบ่งเกรด คิดเป็นร้อยละ 19.2 ตามลำดับ ระยะเวลาโดยเฉลี่ยก่อนส่งสินค้าไปยังพ่อค้าในระดับต่อไปส่วนใหญ่ คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมา 3 - 4 วัน และ 7 - 8 วัน คิดเป็นร้อยละ 7.1 ที่เท่ากันตามลำดับ ซึ่งมีน้อยเพราะส่วนใหญ่จะขายเป็นเนื้อสด

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนรับซื้อชิ้นส่วนโคเนื้อในแต่ละครั้งการกำหนดราคาและเกณฑ์ในการซื้อของพ่อค้าที่ซื้อซากโค ปี พ.ศ. 2551

จำนวนรับซื้อชิ้นส่วนโคเนื้อในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 ก.ก.	1	12.5
11 - 20 ก.ก.	1	12.5
21 - 30 ก.ก.	2	25.0
31 - 40 ก.ก.	1	12.5
41 - 50 ก.ก.	-	-
มากกว่า 50 ก.ก.	3	37.5
รวม	8	100.0

ตารางที่ 31 (ต่อ) แสดงจำนวนรับซื้อชิ้นส่วนโคเนื้อในแต่ละครั้งการกำหนดราคาและเกณฑ์ในการซื้อของพ่อค้าที่ซื้อซากโค ปี พ.ศ. 2551

	จำนวน	ร้อยละ
การกำหนดราคาในการซื้อขายซากโคชำแหละและชิ้นส่วนเนื้อโค		
กำหนดโดยผู้ซื้อ	7	26.9
กำหนดโดยผู้ขาย	14	53.8
มีราคากลาง	5	19.2
รวม	26	100.0
เกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อขายซากโคชำแหละและชิ้นส่วนเนื้อโค		
ความนุ่ม	8	30.8
ปริมาณไขมันแทรก	5	19.2
ปริมาณเนื้อแดง	13	50.0
อื่นๆ	-	-
รวม	26	100.0

ตารางที่ 32 แสดงวิธีในการตรวจสอบคุณภาพของซากโคชำแหละและชิ้นส่วนเนื้อโคก่อนซื้อ

วิธีในการตรวจสอบคุณภาพของซากโคชำแหละ และชิ้นส่วนเนื้อโคก่อนซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ประเมินด้วยสายตา	23	88.5
มีเกณฑ์ในการสุ่มตรวจ	3	11.5
อื่นๆ	-	-
รวม	26	100.0
ระบบการแบ่งเกรดซากโคชำแหละและชิ้นส่วนเนื้อโค		
ไม่มี	21	80.8
มี	5	19.2
รวม	26	100.0

ตารางที่ 32 (ต่อ) แสดงวิธีในการตรวจสอบคุณภาพของซากโคชำแหละและชิ้นส่วนเนื้อโคก่อนซื้อ

วิธีการตรวจสอบคุณภาพของซากโคชำแหละ และชิ้นส่วนเนื้อโคก่อนซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาโดยเฉลี่ยก่อนส่งสินค้าไปยังพ่อค้าในระดับต่อไป		
1 - 2 วัน	12	85.7
3 - 4 วัน	1	7.1
5 - 6 วัน	-	-
7 - 8 วัน	1	7.1
9 - 10 วัน	-	-
รวม	14	100.0

ในเรื่องของวิธีการชำระเงินให้กับผู้ขายสินค้า แสดงในตารางที่ 33 วิธีการชำระเงินให้กับผู้ขายสินค้า (โคเนื้อมีชีวิต, ซากโคเนื้อ, ชิ้นส่วนโคเนื้อ) ส่วนใหญ่ คือ เงินสด คิดเป็นร้อยละ 96.2 รองลงมา และมีการให้เครดิต ตัดค้างหรือนำไปขายก่อนแล้วค่อยจ่ายในงวดต่อไป หรือหลังขายหมดแต่ละวันคิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงวิธีการชำระเงินให้กับผู้ขายสินค้า (โคเนื้อมีชีวิต, ซากโคเนื้อ, ชิ้นส่วนโคเนื้อ)

วิธีการชำระเงินให้กับผู้ขายสินค้า(โคเนื้อมีชีวิต, ซากโคเนื้อ, ชิ้นส่วนโคเนื้อ)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เงินสด	25	96.2
เครดิต	1	3.8
รวม	26	100.0

ในมุมมองของพ่อค้าเห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาของเนื้อโคซึ่งแสดงในตารางที่ 34 โดยหัวข้อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาของโคเนื้อมีชีวิตส่วนใหญ่ คือ สายพันธุ์ คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาขนาดของโคเนื้อ ความสมบูรณ์ของโคเนื้อ คิดเป็นร้อยละ 23.8 เท่ากันตามลำดับ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาของซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อส่วนใหญ่ คือ สายพันธุ์เช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือปริมาณไขมันแทรกกล้ามเนื้อ อายุโคเนื้อลักษณะการตัดแต่งเนื้อโค ความสดของ

เนื้อโค และความนุ่มของเนื้อโค คิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากันตามลำดับ ในขณะที่พ่อค้าที่ทำการสัมภาษณ์มีจำนวนจำกัด เนื่องจากในแต่ละอำเภอมีพ่อค้าเนื้อโคน้อยราย ตลอดทั้งมุมมองที่มีต่อปัจจัยของราคาซากโคเนื้อและชิ้นส่วนเนื้อโค ยังไม่เข้าใจชัดเจนในแต่ละรายที่ทำการสัมภาษณ์

ตารางที่ 34 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาของ โคเนื้อมีชีวิต

ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาของโคเนื้อมีชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
ฤดูกาล	1	4.8
ปริมาณของโคเนื้อ	1	4.8
ความสมบูรณ์ของโคเนื้อ	5	23.8
อายุของโคเนื้อ	1	4.8
ขนาดของโคเนื้อ	5	23.8
สายพันธุ์	6	28.6
อื่นๆ เช่นชนิดของอาหาร และวิธีการเลี้ยง	2	9.5
รวม	21	100.0
ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาของซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อ		
สายพันธุ์โค	2	25.0
ไขมันแทรกกล้ามเนื้อ	1	12.5
อายุโคเนื้อ	1	12.5
แหล่งที่มา	-	-
การตัดแต่งเนื้อโค	1	12.5
ความสดของเนื้อโค	1	12.5
ความนุ่มของเนื้อโค	1	12.5
ปริมาณเนื้อในซาก	1	12.5
รวม	8	100.0

จากตารางที่ 35 ความเห็นของพ่อค้าถึงระดับความรุนแรงในการแข่งขันเพื่อรับซื้อโคเนื้อมีชีวิต ซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อส่วนใหญ่ คือ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาไม่รุนแรง คิดเป็นร้อยละ 28.0 และ คิดว่ามีความรุนแรง คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ กลยุทธ์ในการแข่งขันเพื่อรับซื้อโคเนื้อมีชีวิต ซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อส่วนใหญ่ คือ การใช้ความ

สนิทสนมเป็นการส่วนตัวกับผู้ขายเป็นเรื่องสำคัญที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา เป็นเทคนิคการพูดคุยต่อรองราคาสำคัญที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.3 และคิดว่า การเข้าไปรับซื้อถึงแหล่งเลี้ยงโคเนื้อ ให้ความสำคัญเป็นเรื่องสำคัญที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.1 ตามลำดับ ส่วนการให้ราคาที่ดีสำหรับโคที่สมบูรณ์ มีพ้อค่าให้ความสำคัญในการจัดเป็นกลยุทธ์เพียงร้อยละ 4.5

ตารางที่ 35 แสดงระดับความรุนแรงในการแข่งขันเพื่อรับซื้อโคเนื้อมีชีวิต ซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อ

ระดับความรุนแรงในการแข่งขันเพื่อรับโคเนื้อมีชีวิต		
ชีวิต ซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อ	จำนวน	ร้อยละ
รุนแรง	4	16.0
ปานกลาง	14	56.0
ไม่รุนแรง	7	28.0
รวม	25	100.0
กลยุทธ์ในการแข่งขันเพื่อรับซื้อโคเนื้อมีชีวิต ซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อ		
การต่อรองราคา	6	27.3
ให้ความสำคัญกับความสมบูรณ์ของโคเนื้อ	1	4.5
ความสนิทสนมเป็นการส่วนตัว	10	45.5
รับซื้อถึงแหล่งเลี้ยงโคเนื้อ	2	9.1
อื่นๆ เช่น การจัดนายหน้าติดต่อประสานงานในพื้นที่	3	13.6
รวม	22	100.0

ในส่วนคำถามเปิดที่สัมภาษณ์ถึงขั้นตอนในการดำเนินงาน พ้อค่าจะมีขั้นตอนการดำเนินการจาก

1. ติดต่อหาซื้อโคมีชีวิต โดยมีสายหรือเครือข่ายโทรแจ้งมา หรือออกเดินทางไปสำรวจในพื้นที่ที่เคยไปซื้อ

2. พอได้เห็นตัวโคที่จะขาย จะมีการตกลงราคาซื้อขาย โดยให้เจ้าของโคตั้งราคาก่อนต่อรอง

3. หากตกลงราคาซื้อขายได้แล้ว พ้อค่าจะบรรทุกโคนากลับมาเลี้ยงไว้ที่บ้านรอการ

ชำแหละ

4. ชำแหละโคเนื้อ

5. คัดแยกประเภทเนื้อโค ซึ่งพ่อค้าจะกำหนดราคาตามคู่แข่งว่าส่วนไหนราคาเท่าไร
6. จัดจำหน่ายเนื้อโค วางเขียงในตลาดสด หรือขายตลาดนัดเปิดท้าย

วิถีตลาด การขนส่ง การจำหน่ายเนื้อโค

จากการสำรวจแหล่งจัดซื้อโคของพ่อค้าในพื้นที่ต่างๆ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีแสดงในตารางที่ 36 พบว่าแหล่งที่พ่อค้าไปซื้อโคเนื้อมีชีวิตส่วนใหญ่ จะซื้อจากเกษตรกรรายย่อย คิดเป็นร้อยละ 76.0 เนื่องจากเห็นว่ามีราคาถูก ไม่มีการกำหนดเกณฑ์ราคาขายเหมือนฟาร์ม หรือโคขุน แหล่งที่ซื้อรองลงมาคือ ซื้อจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น หรือนายหน้าที่ไม่ใช่รวบรวมไว้ขายแต่เป็นเพียงผู้ติดต่อประสานงานเอาไว้ให้ คิดเป็นร้อยละ 12.0 และนอกจากนี้ยังมีการซื้อจากฟาร์มขนาดกลาง ซื้อจากพ่อค้าขายส่ง โคมีชีวิต บางรายขึ้นไปซื้อจากภาคอีสานหรือจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ตลาดนัดโคกระบือ คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงแหล่งที่รับซื้อโคเนื้อมีชีวิต

แหล่งที่รับซื้อโคเนื้อมีชีวิต	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เกษตรกรรายย่อย	19	76.0
ฟาร์มขนาดกลาง	1	4.0
ฟาร์มขนาดใหญ่	-	-
พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น	3	12.0
พ่อค้าขายส่ง โคมีชีวิต	1	4.0
ตลาดนัดโคกระบือ	1	4.0
รวม	25	100.0

จากการสำรวจข้อมูลของผู้ชำแหละหรือมีโรงฆ่าในตารางที่ 37 พบว่าแหล่งที่มาซื้อซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อไปขายต่อ ส่วนใหญ่ คือ พ่อค้าขายส่งโคชำแหละ คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมา ตลาดสดท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 44.0 และตลาดสดนอกท้องถิ่นที่ขายตามตำบลต่างๆ หรือตามสวนยางพารา คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงแหล่งที่รับซื้อซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อ

แหล่งที่รับซื้อซากโคเนื้อและชิ้นส่วนโคเนื้อ	จำนวน	ร้อยละ
พ่อค้าขายส่งโคชำแหละ	13	52.0
ตลาดสดท้องถิ่น	11	44.0
ตลาดสดนอกท้องถิ่น	1	4.0
ตลาดต่างประเทศ	-	-
อื่นๆ	-	-
รวม	25	100.0

แต่ถ้าเป็นการขายเนื้อโคชำแหละ พ่อค้าจะให้ข้อมูลดังรายงานในตารางที่ 38 พบว่าแหล่งรับซื้อเนื้อโคชำแหละส่วนใหญ่ คือ ผู้บริโภคทั่วไป ที่ส่วนใหญ่จะมาจากสวนยาง เป็นคนงานมอญ คนอีสาน เป็นต้น ซึ่งมีปริมาณการซื้อเท่าเทียมกับร้านอาหาร/ภัตตาคาร โดยคิดเป็นร้อยละ 34.6 เท่ากัน รองลงมาคือพ่อค้าปลีกจากตลาดสดท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 23.1 และส่วนที่น้อยที่สุดคือ โรงแรม/รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 7.7 โดยจะซื้อเฉพาะส่วนเนื้อสัน จากข้อมูลจะเห็นว่าแหล่งรับซื้อเนื้อโคชำแหละ ที่เป็นแหล่งรับซื้อหลัก คือผู้บริโภค เช่นชาวบ้าน คนงานในสวนยางพารา และร้านอาหารในพื้นที่ โดยเฉพาะร้านอาหารอีสาน พ่อค้าขายเนื้อโคชำแหละนอกจากจะส่งขายตามตลาดที่มีเชิงของตนเองแล้ว ยังจัดรถไปส่งตามร้านอาหารในพื้นที่ห่างไกลออกไป เพื่ออำนวยความสะดวกและเป็นการสร้างเครือข่ายด้านการตลาดอย่างทั่วถึง

ตารางที่ 38 แสดงแหล่งรับซื้อเนื้อโคชำแหละ

แหล่งรับซื้อเนื้อโคชำแหละ	จำนวน	ร้อยละ
โรงงานแปรรูปโคเนื้อ	-	-
ตลาดสดท้องถิ่น	6	23.1
ห้างสรรพสินค้าในท้องถิ่น	-	-
ร้านอาหาร/ภัตตาคาร	9	34.6
โรงแรม/รีสอร์ท	2	7.7
ผู้บริโภคทั่วไป	9	34.6
รวม	26	100.0

ในทางกลับกันหากมีการสำรวจสัดส่วนการจัดส่งเนื้อโคชำแหละของพ่อค้า จากตารางที่ 39 พบว่าสัดส่วนการจัดส่งเนื้อโคชำแหละไปยังแหล่งรับซื้อที่เป็นตลาดสดท้องถิ่นส่วนใหญ่ คือ 21 - 40 % คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของผู้ค้าทั้งหมด รองลงมา 41 - 60 % และ 81 - 100 % คิดเป็นร้อยละ 20.0 เท่ากันตามลำดับ สัดส่วนการจัดส่งเนื้อโคชำแหละไปยังแหล่งรับซื้อ (ภัตตาคาร/ร้านอาหาร) ส่วนใหญ่ คือ 21 - 40 % คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา 0 - 20 % คิดเป็นร้อยละ 33.3 ส่วน 41 - 60 % และ 61 - 80 % คิดเป็นร้อยละ 6.7 ที่เท่ากันตามลำดับ สัดส่วนการจัดส่งเนื้อโคชำแหละไปยังแหล่งรับซื้อ(ผู้บริโภครวม)ส่วนใหญ่ คือ 41 - 60 % คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา 61 - 80 % และ 81 - 100 % คิดเป็นร้อยละ 25.0 ที่เท่ากัน ส่วน 0 - 20 % และ 21 - 40 % คิดเป็นร้อยละ 8.3 ที่เท่ากันตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงสัดส่วนการจัดส่งเนื้อโคชำแหละไปยังแหล่งรับซื้อต่างๆ

สัดส่วนการจัดส่งเนื้อโคชำแหละไปยังแหล่งรับซื้อ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
กรณีตลาดสดท้องถิ่น		
0 - 20 %	-	-
21 - 40 %	3	60.0
41 - 60 %	1	20.0
61 - 80 %	-	-
81 - 100 %	1	20.0
รวม	5	100.0
กรณีภัตตาคาร/ร้านอาหาร		
0 - 20 %	5	33.3
21 - 40 %	8	53.3
41 - 60 %	1	6.7
61 - 80 %	1	6.7
81 - 100 %	-	-
รวม	15	100.0

ตารางที่ 39 (ต่อ) แสดงสัดส่วนการจัดส่งเนื้อโคชำแหละไปยังแหล่งรับซื้อต่างๆ

สัดส่วนการจัดส่งเนื้อโคชำแหละไปยังแหล่งรับซื้อ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
กรณีผู้บริโภครวม		
0 - 20 %	2	8.3
21 - 40 %	2	8.3
41 - 60 %	8	33.3
61 - 80 %	6	25.0
81 - 100 %	6	25.0
รวม	24	100.0

จากตารางที่ 40 จำนวนแหล่งจัดส่งเนื้อโคชำแหละไปยังผู้บริโภครวมแหล่งต่างๆส่วนใหญ่จะมีจำนวน 5 - 6 แห่ง และ 9 - 10 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 40.0 ที่เท่ากัน รองลงมา 3 - 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.0 อันดับแหล่งจัดส่งเนื้อโคชำแหละที่สำคัญส่วนใหญ่เมื่อมีการจัดส่ง โดยไม่ใช่การขายปลีก คือ ร้านอาหาร/ภัตตาคารคิดเป็นร้อยละ 92.3 รองลงมา ห้างสรรพสินค้าในท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงการจัดส่งเนื้อโคชำแหละไปยังผู้บริโภครวมแหล่งต่างๆ

แหล่งที่จัดส่งเนื้อโคชำแหละให้	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริโภครวมแหล่งต่างๆ		
1 - 2 แห่ง	-	-
3 - 4 แห่ง	1	20.0
5 - 6 แห่ง	2	40.0
7 - 8 แห่ง	-	-
9 - 10 แห่ง	2	40.0
รวม	5	100.0

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงการจัดส่งเนื้อ โคชำแหละไปยังผู้บริโภคแหล่งต่างๆ

แหล่งที่จัดส่งเนื้อโคชำแหละให้	จำนวน	ร้อยละ
อันดับแหล่งจัดส่งเนื้อโคชำแหละที่สำคัญ		
โรงงานแปรรูปเนื้อ	-	-
ตลาดสดท้องถิ่น	-	-
ห้างสรรพสินค้าในท้องถิ่น	1	7.7
ร้านอาหาร/ภัตตาคาร	12	92.3
โรงแรม/รีสอร์ท	-	-
ผู้บริโภคทั่วไป	-	-
รวม	13	100.0

จากตารางที่ 41 ความถี่ในการจัดส่งโคชำแหละส่วนใหญ่ คือ 26 - 30 วัน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา 0 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และ การส่งเนื้อโคทุก 6 - 10 วัน และ 11 - 15 วัน คิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากัน ปริมาณเนื้อโคชำแหละที่จัดส่งในแต่ละครั้งส่วนใหญ่ คือ 1 - 2 ตัว คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมา 9 - 10 ตัว คิดเป็นร้อยละ 29.4 และ 3 - 4 ตัว คิดเป็นร้อยละ 17.6 ตามลำดับ วิธีการจัดส่งเนื้อโคชำแหละมีชีวิตมีการจัดส่งด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 100 วิธีการชำระเงินจากผู้ซื้อส่วนใหญ่ คือ เงินสด คิดเป็นร้อยละ 95.8 รองลงมามีเครดิตการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงความถี่และปริมาณเนื้อโคชำแหละในแต่ละครั้ง

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการจัดส่งโคชำแหละ		
0 - 5 วัน	5	31.3
6 - 10 วัน	2	12.5
11 - 15 วัน	2	12.5
16 - 20 วัน	-	-
21 - 25 วัน	1	6.3
26 - 30 วัน	6	37.5
รวม	16	100.0

ตารางที่ 41 (ต่อ) แสดงความถี่และปริมาณเนื้อโคชำแหละในแต่ละครั้ง

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ปริมาณเนื้อโคชำแหละที่จัดส่งในแต่ละครั้ง		
1 - 2 ตัว	7	41.2
3 - 4 ตัว	3	17.6
5 - 6 ตัว	2	11.8
7 - 8 ตัว	-	-
9 - 10 ตัว	5	29.4
รวม	17	100.0
วิธีการจัดส่งเนื้อโคชำแหละมีชีวิต		
จัดส่งด้วยตนเอง	21	100.0
ว่าจ้างรถขนส่ง	-	-
รวม	21	100.0
วิธีการชำระเงินจากผู้ซื้อ		
เงินสด	23	95.8
เครดิต	1	4.2
รวม	24	100.0

ต้นทุนการตลาดและต้นทุนการดำเนินงาน

จากตารางที่ 42 แสดงมูลค่าราคาของโคเนื้อมีชีวิตส่วนใหญ่ที่ซื้อเข้ามา คือ 10,001 - 15,000 บาท/ตัว คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา จะเป็นโคที่มีราคามากกว่า 20,000 บาท/ตัว คิดเป็นร้อยละ 30.0 และโคที่มีราคา 5,001 - 10,000 บาท/ตัว คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่นอกเหนือจากค่าโค เช่น ค่าแรงงาน ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าดูบรรจุ เป็นต้น ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมา มีค่าใช้จ่าย 5,001 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงราคาโคเนื้อมีชีวิตและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าโคเนื้อมีชีวิต		
น้อยกว่า 5,000 บาท/ตัว	1	5.0
5,001 - 10,000 บาท/ตัว	3	15.0
10,001 - 15,000 บาท/ตัว	9	45.0
15,001 - 20,000 บาท/ตัว	1	5.0
มากกว่า 20,000 บาท/ตัว	6	30.0
รวม	20	100.0
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการดำเนินการ		
น้อยกว่า 5,000 บาท	6	85.7
5,001 - 10,000 บาท	1	14.3
10,001 - 15,000 บาท/ตัว	-	-
15,001 - 20,000 บาท/ตัว	-	-
มากกว่า 20,000 บาท/ตัว	-	-
รวม	7	100.0

ค่าแรงงานส่วนหนึ่งคือการจ้างฆ่าโค จะมีคนงานประมาณ 2-3 คนที่ดำเนินการ ร่วมกับเจ้าของโรงฆ่า จากตารางที่ 43 แสดงค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าจ้างฆ่าและฆ่าแหละโคเนื้อมีชีวิต ส่วนใหญ่จะจ้างประมาณ 401 - 600 บาท/ตัว คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมาจะจ้าง 200 - 400 บาท/ตัว คิดเป็นร้อยละ 36.8 และที่มีการจ้างน้อยกว่า 200 บาท/ตัว ก็มี โดยคิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งโคฆ่าแหละไปยังพ่อค้าในระดับต่อไปหลังจากโรงฆ่าดำเนินการแล้ว ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่าย 50 - 100 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา 251 - 300 บาท/ครั้ง หรือมากกว่า 300 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.6 เท่ากัน

ตารางที่ 43 แสดงค่าจ้างฆ่าและฆ่าเหาะ โคนเนื้อมีชีวิตและค่าขนส่ง โคฆ่าเหาะไปยังพ่อค้าขายปลีก

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าจ้างฆ่าและฆ่าเหาะโคนเนื้อมีชีวิต		
น้อยกว่า 200 บาท/ตัว	2	10.5
200 - 400 บาท/ตัว	7	36.8
401 - 600 บาท/ตัว	10	52.6
601 - 800 บาท/ตัว	-	-
801 - 1,000 บาท/ตัว	-	-
รวม	19	100.0
ค่าใช้จ่ายในการขนส่งโคฆ่าเหาะไปยังพ่อค้าขายปลีก		
น้อยกว่า 50 บาท/ครั้ง	-	-
50 - 100 บาท/ครั้ง	3	42.9
101 - 150 บาท/ครั้ง	-	-
151 - 200 บาท/ครั้ง	-	-
201 - 250 บาท/ครั้ง	-	-
251 - 300 บาท/ครั้ง	2	28.6
มากกว่า 300 บาท/ครั้ง	2	28.6
รวม	7	100.0

ค่าน้ำ - ค่าไฟฟ้าในการจัดการฆ่าโคของโรงฆ่าแสดงในตารางที่ 44 พบว่าส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าน้ำและไฟฟ้า 50 - 100 บาท ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาจะมีการจ่ายต่ำกว่า 50 บาทต่อครั้ง ซึ่งถือว่าเป็นโรงฆ่าแบบชาวบ้าน มีส่วนน้อยที่ต้องจ่ายแพงในช่วง 251 บาท จนถึงมากกว่า 300 บาท หลังจากที่ฆ่าเสร็จแล้วจะมีการบรรจุเนื้อใส่ถุงซึ่งถือว่าเป็นค่าต้นทุนในการจัดการส่งเนื้อ ค่าวัสดุในการบรรจุของพ่อค้าส่วนใหญ่จะจ่าย 50 - 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 86.7 มีพ่อค้าบางรายที่จ่ายค่าวัสดุในการบรรจุแพงขึ้นเป็น 151-200 บาทต่อครั้ง หรือสูงถึง 201-250 บาท ต่อครั้ง โดยคิดเป็นร้อยละ 6.7 เท่ากัน

ตารางที่ 44 แสดงค่าน้ำ – ค่าไฟฟ้าและค่าวัสดุในการบรรจุ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าน้ำ - ค่าไฟฟ้า		
น้อยกว่า 50 บาท	4	26.7
50 - 100 บาท	8	53.3
101 - 150 บาท	-	-
151 - 200 บาท	-	-
201 - 250 บาท	-	-
251 - 300 บาท	1	6.7
มากกว่า 300 บาท	2	13.3
รวม	15	100.0
ค่าวัสดุในการบรรจุ		
น้อยกว่า 50 บาท/ครั้ง	-	-
50 - 100 บาท/ครั้ง	13	86.7
101 - 150 บาท/ครั้ง	-	-
151 - 200 บาท/ครั้ง	1	6.7
201 - 250 บาท/ครั้ง	1	6.7
251 - 300 บาท/ครั้ง	-	-
มากกว่า 300 บาท/ครั้ง	-	-
รวม	15	100.0

นอกจากนี้ยังมีค่าจ้างแรงงานในการขนส่งการจัดการโดยรวม ซึ่งแสดงในตารางที่ 45 พบว่าค่าจ้างแรงงานส่วนใหญ่ จะจ่ายมากกว่า 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของพ่อค้าที่ทำการสำรวจ มีบางรายที่จ่ายถูกลงมาเป็น 251-300 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.3 ของพ่อค้าที่ศึกษา มีส่วนน้อยที่จ่ายต่ำกว่า 151-200 บาท และ 50-100 บาทต่อครั้ง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 8.3 เท่ากัน พ่อค้าจะมีค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายอื่นส่วนใหญ่ คือ มากกว่า 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาจะมีการจ่าย 201-250 บาท หรือ 101-150 บาท หรือ 50-100 บาท ต่อครั้ง โดยคิดเป็นร้อยละ 12.5 ของพ่อค้าทั้งหมด เท่าๆ กันทั้งสามกลุ่ม พ่อค้าที่จ่ายน้อยกว่า 50 บาท และ 151-200 บาท จะมีน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 6.3 เท่าๆ กัน

ตารางที่ 45 แสดงค่าจ้างแรงงานในการขนส่งและจัดการ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าจ้างแรงงาน		
น้อยกว่า 50 บาท	-	-
50 - 100 บาท	1	8.3
101 - 150 บาท	-	-
151 - 200 บาท	1	8.3
201 - 250 บาท	-	-
251 - 300 บาท	4	33.3
มากกว่า 300 บาท	6	50.0
รวม	12	100.0
ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายอื่น		
น้อยกว่า 50 บาท	1	6.3
50 - 100 บาท	2	12.5
101 - 150 บาท	2	12.5
151 - 200 บาท	1	6.3
201 - 250 บาท	2	12.5
251 - 300 บาท	-	-
มากกว่า 300 บาท	8	50.0
รวม	16	100.0

การบริโภคเนื้อโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ได้มีการจำแนกผู้บริโภคออกเป็นผู้บริโภคทั่วไป ผู้บริโภคที่เป็นผู้ประกอบการ modern trade และผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร โรงแรม/รีสอร์ท จากการศึกษาข้อมูลของผู้บริโภคทั่วไปในตารางที่ 46 โดยใช้การคัดเลือกสัมภาษณ์เฉพาะผู้ที่บริโภคเนื้อโคในจังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่าเพศของผู้บริโภคเนื้อโคที่ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.2 เนื่องจากการไปสัมภาษณ์ในตลาดที่แม่บ้านมักเป็นผู้มาซื้ออาหารในตลาดสด แต่ก็ยังมีกลุ่มผู้บริโภคเนื้อโคที่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 44.8 อายุของผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ คือ

41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมา 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.5 และมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.7 ตามลำดับ สถานภาพของผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ คือ สมรส คิดเป็นร้อยละ 86.9 รองลงมา เป็น โสด คิดเป็นร้อยละ 11.6 และหม้าย/หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ คือต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายคิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 36.0 และปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ อาชีพของผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ คือ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 73.5 รองลงมา พ่อบ้าน/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 3.7 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคทั่วไป

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	147	44.8
หญิง	181	55.2
รวม	328	100.0
อายุของผู้บริโภคเนื้อโค		
น้อยกว่า 20 ปี	11	3.4
21 - 30 ปี	49	14.9
31 - 40 ปี	100	30.5
41 - 50 ปี	110	33.5
มากกว่า 50 ปี	58	17.7
รวม	328	100.0
สถานภาพ		
โสด	38	11.6
สมรส	285	86.9
หม้าย/หย่าร้าง	5	1.5
รวม	328	100.0

ตารางที่ 46 (ต่อ) แสดงข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคทั่วไป

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	169	51.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	118	36.0
อนุปริญญา/ปวส.	12	3.7
ปริญญาตรี	27	8.2
สูงกว่าปริญญาตรี	2	0.6
รวม	328	100.0
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	3.4
ธุรกิจส่วนตัว	241	73.5
พนักงานบริษัทเอกชน	9	2.7
นักเรียน/นิสิต	5	1.5
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	12	3.7
อื่นๆ เช่น เกษตรกรรม ประมง รับจ้างทั่วไป	50	15.2
รวม	328	100.0

ในส่วนข้อมูลรายได้ของกลุ่มผู้บริโภคเนื้อโคแสดงในตารางที่ 47 พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคเนื้อส่วนใหญ่ คือ 10,000 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมา น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.4 และ 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.9 ตามลำดับ เป็นผู้ที่มีรายได้ 25,001 - 30,000 บาทร้อยละ 6.1 และผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 35,000 บาทน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.4

ตารางที่ 47 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคเนื้อโค

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	103	31.4
10,000 - 15,000 บาท	116	35.4
15,001 - 20,000 บาท	52	15.9
20,001 - 25,000 บาท	19	5.8
25,001 - 30,000 บาท	20	6.1
30,001 - 35,000 บาท	10	3.0
มากกว่า 35,000 บาท	8	2.4
รวม	328	100.0

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อเนื้อโค

ลักษณะการซื้อเนื้อโคของผู้บริโภคแสดงในตารางที่ 48 ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะซื้อเนื้อโคในลักษณะซื้อปลีก คิดเป็นร้อยละ 96.6 รองลงมา ซื้อส่ง คิดเป็นร้อยละ 3.4 มูลค่าการซื้อวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์เฉลี่ยต่อครั้งของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ 101 - 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมาน้อยกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.7 และ 201 - 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ มูลค่าการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้งของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ 101 - 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาน้อยกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.0 และ 201 - 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเทียบเท่ากับการซื้อเนื้อสัตว์ที่สอบถามในแต่ละครั้ง ปริมาณการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้งของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ 1 - 2 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาน้อยกว่า 1 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 45.7 และ 3 - 4 กิโลกรัม และ 5 - 6 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 1.2 ที่เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงลักษณะการซื้อเนื้อโคของผู้บริโภค

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะการซื้อ		
ซื้อปลีก	317	96.6
ซื้อส่ง	11	3.4
มูลค่าการซื้อวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์เฉลี่ยต่อครั้ง*		
น้อยกว่า 100 บาท	138	43.7
101 - 200 บาท	160	50.6
201 - 300 บาท	10	3.2
301 - 400 บาท	5	1.6
401 - 500 บาท	1	0.3
มากกว่า 500 บาท	2	0.6
รวม	316*	100.0
มูลค่าการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้ง		
น้อยกว่า 100 บาท	141	43.0
101 - 200 บาท	168	51.2
201 - 300 บาท	11	3.4
301 - 400 บาท	5	1.5
401 - 500 บาท	1	0.3
มากกว่า 500 บาท	2	0.6
รวม	328	100.0
ปริมาณการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้ง*		
น้อยกว่า 1 กิโลกรัม	149	45.7
1 - 2 กิโลกรัม	168	51.5
3 - 4 กิโลกรัม	4	1.2
5 - 6 กิโลกรัม	4	1.2
มากกว่า 8 กิโลกรัม	1	0.3
รวม	326*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์บางรายไม่ตอบ

จากตารางที่ 49 แหล่งที่ซื้อเนื้อโคของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ ตลาดสดในท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 74.8 รองลงมา คือซื้อจากพ่อค้าขายปลีกเนื้อโคชำแหละซึ่งอาจจะเป็นรถเร่ขายเนื้อนอกตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 14.1 และตลาดสดนอกท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ เมื่อให้ผู้บริโภคจัดอันดับในสามอันดับแรกที่จะเลือกซื้อเนื้อโค พบว่าสามอันดับแรกที่ผู้บริโภคเลือกคือ ตลาดสดในท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 79.5 รองลงมา พ่อค้าขายปลีกเนื้อโคชำแหละ คิดเป็นร้อยละ 9.0 และตลาดสดนอกท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสะดวก และเวลาในการจัดซื้อเนื้อโคของแต่ละครอบครัว

ตารางที่ 49 แสดงแหล่งที่ซื้อเนื้อโคของผู้บริโภค

แหล่งที่ซื้อเนื้อโค	จำนวน	ร้อยละ
พ่อค้าขายส่งเนื้อโคชำแหละ	6	1.8
พ่อค้าขายปลีกเนื้อโคชำแหละนอกตลาดสด	46	14.1
ตลาดสดนอกท้องถิ่น	19	5.8
ตลาดสดในท้องถิ่น	244	74.8
ตลาดต่างประเทศ	4	1.2
ห้างสรรพสินค้า	4	1.2
อื่นๆ เช่นผู้จัดงานบุญ ร้านอาหารตามชนบท	3	0.9
รวม	326	100.0
อันดับแหล่งซื้อเนื้อโค ของผู้บริโภค*		
พ่อค้าขายส่งเนื้อโคชำแหละ	2	0.6
พ่อค้าขายปลีกเนื้อโคชำแหละนอกตลาดสด	29	9.0
ตลาดสดนอกท้องถิ่น	17	5.3
ตลาดสดในท้องถิ่น	256	79.5
ตลาดต่างประเทศ	11	3.4
ห้างสรรพสินค้า	4	1.2
อื่นๆ เช่นผู้จัดงานบุญ ร้านอาหารตามชนบท	3	0.9
รวม	322*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์บางรายไม่ตอบ

จากตารางที่ 50 แสดงลักษณะการจัดส่งเนื้อโคจากแหล่งซื้อพบว่าการจัดส่งโดยผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 95.9 หมายถึงผู้ซื้อเดินทางไปซื้อเอง นอกนั้นจะจัดส่งโดยผู้ขาย ซึ่งหมายถึงรถเร่ขาย หรือตลาดเปิดท้ายที่เข้าไปขายถึงบ้าน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ วิธีการในการจัดส่งของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือรถยนต์ส่วนตัว (ของผู้ซื้อ/ผู้ขาย) คิดเป็นร้อยละ 87.1 รองลงมา ว่าจ้างบริษัทขนส่ง คิดเป็นร้อยละ 1.3 ซึ่งจะเป็นการขนส่งของผู้รับเหมาส่งเนื้อโดยเฉพาะ

ตารางที่ 50 แสดงลักษณะการจัดส่งเนื้อโคจากแหล่งซื้อของผู้บริโภค

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะการจัดส่งเนื้อโคจากแหล่งซื้อ*		
จัดส่งโดยผู้ขาย	11	3.5
ผู้ซื้อต้องไปซื้อเอง	302	95.9
อื่นๆ เช่นกรณีรถเร่ขายของสด	2	0.6
รวม	315*	100.0
วิธีการในการจัดส่ง		
รถยนต์ส่วนตัว(ของผู้ซื้อ/ผู้ขาย)	276	87.1
ว่าจ้างบริษัทขนส่ง (มีผู้รับเหมาขนส่งประจำ เช่น ร้านอาหารอีสานในพื้นที่รอบนอกอำเภอ หรือแหล่ง ท่องเที่ยว)	4	1.3
อื่นๆ เช่นรถประจำทาง รถไฟฟ้าสาธารณะ	37	11.7
รวม	317*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์บางรายไม่ตอบ

จากตารางที่ 51 ความถี่ในการจัดซื้อเนื้อโคของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ 15 วัน คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมา ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 31.1 และ 7 วัน คิดเป็นร้อยละ 20.1 ตามลำดับ และจากตารางที่ 52 ประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ เนื้อสันใน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ เนื้อสันสะโพก คิดเป็นร้อยละ 20.8 และเนื้อสันนอก คิดเป็นร้อยละ 14.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงความถี่ในการจัดซื้อเนื้อโคของผู้บริโภค

ความถี่ในการจัดซื้อเนื้อโค	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	13	4.0
2 - 3 วัน	38	11.6
7 วัน	66	20.1
15 วัน	109	33.2
ไม่แน่นอน	102	31.1
รวม	328	100.0

ตารางที่ 52 แสดงประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อของผู้บริโภค

ประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เนื้อสันคอ	5	1.5
สันนอกติดกระดูก	8	2.4
เนื้อสันนอก	47	14.4
เนื้อสันนอกตอนกลาง	5	1.5
เนื้อสันใน	109	33.3
เนื้อสันสะโพก	68	20.8
เนื้อเสีรื่องให้	3	0.9
ซี่โครง	7	2.1
เนื้อส่วนบนต้นขาหน้า	1	0.3
เนื้อน่อง	9	2.8
หางวัว	2	0.6
เครื่องใน	29	8.9
อื่นๆ เช่น เนื้อผสมไม่ระบุส่วน เนื้อคึดมัน	34	10.4
รวม	327*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์บางรายไม่ตอบ

เมื่อมีการให้เลือกอันดับของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ต้องการซื้อของผู้บริโภค จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อเนื้อสันใน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาคือ เนื้อสันสะโพก คิดเป็นร้อยละ 24.8 และเนื้อสันนอก คิดเป็นร้อยละ 12.1 ตามลำดับ และเนื้อส่วนอื่นๆ มีน้อยลงไปตามลำดับ ตั้งแต่เนื้อ เครื่องใน เนื้อน่อง ชีโครง เนื้อสันคอ เนื้อเสื่อร้องไห้ เนื้อสันนอกติดกระดูก เป็นต้น

ตารางที่ 53 แสดงอันดับประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ต้องการซื้อของผู้บริโภค

อันดับประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ต้องการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เนื้อสันคอ	3	1.0
สันนอกติดกระดูก	2	0.6
เนื้อสันนอก	38	12.1
เนื้อสันนอกตอนกลาง	1	0.3
เนื้อสันใน	102	32.4
เนื้อสันสะโพก	78	24.8
เนื้อเสื่อร้องไห้	2	0.6
ชีโครง	8	2.5
เนื้อใบพาย	1	0.3
เนื้อน่อง	9	2.9
หางวัว	2	0.6
เครื่องใน	23	7.3
อื่นๆ	46	14.6
รวม	315*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์บางรายไม่ตอบ

จากตารางที่ 54 เป็นการสอบถามว่าหากมีการจัดขายผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์จากเนื้อโค ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อคือ ลูกชิ้น คิดเป็นร้อยละ 77.7 รองลงมา เนื้อเค็ม คิดเป็นร้อยละ 8.0 และเนื้อเปรี้ยว คิดเป็นร้อยละ 6.4 ตามลำดับ ส่วนไส้กรอก และเนื้อหุบมีน้อย ทั้งนี้ผู้บริโภคอาจจะยังไม่ทราบหรือเคยกินผลิตภัณฑ์จากเนื้อที่แตกต่างกัน หรืออาจยังไม่มีการขายในพื้นที่ที่ทำการศึกษามากมาย อย่างไรก็ตามถึงแม้ผู้บริโภคจะนิยมในการบริโภคลูกชิ้น แต่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่พบว่า มีโรงงานผลิตลูกชิ้นจากเนื้อโคเลย จะมีที่ระนอง พังงา และภูเก็ต ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ทราบว่า

กระบวนการทำหรือแหล่งของเนื้อโคที่ทำลูกชิ้นได้มาอย่างไร ลูกชิ้นที่บริโภคส่วนใหญ่จะใช้ในอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว และลูกชิ้นย่าง

ตารางที่ 54 แสดงผลิตภัณฑ์จากเนื้อโคของผู้บริโภคนิยมซื้อ

ผลิตภัณฑ์จากเนื้อโคที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ลูกชิ้น	146	77.7
ไส้กรอก	3	1.6
เนื้อเค็ม	15	8.0
เนื้อทุบ	1	0.5
เนื้อเปรี้ยว	12	6.4
อื่นๆ เช่น เนื้อแดดเดียว หม่า แหนม และส้มห่อใบตอง	11	5.9
รวม	188*	100.0

* หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์บางรายไม่ตอบ

จากตารางที่ 55 เกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อขายของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ ความสดของเนื้อโค คิดเป็นร้อยละ 71.3 รองลงมาการตัดแต่งเนื้อโค คิดเป็นร้อยละ 13.1 และสายพันธุ์ (ระหว่างพันธุ์พื้นเมือง และลูกผสมยุโรป) คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงเกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อขายของเนื้อโคของผู้บริโภค

เกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อขาย	จำนวน	ร้อยละ
สายพันธุ์ (ระหว่างพันธุ์พื้นเมือง และลูกผสมยุโรป)	28	8.6
แหล่งที่มาของเนื้อโค	15	4.6
การตัดแต่งเนื้อโค	43	13.1
ไขมันแทรกกล้ามเนื้อ	5	1.5
ความสดของเนื้อโค	233	71.3
ความนุ่มของเนื้อโค	3	0.9
รวม	327*	100.0

* หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์บางรายไม่ตอบ

จากตารางที่ 56 เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคุณภาพของเนื้อโคของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ ความสดของเนื้อโค คิดเป็นร้อยละ 93.0 รองลงมาคือการตัดแต่งเนื้อโค คิดเป็นร้อยละ 2.4 ส่วนสายพันธุ์โค แหล่งที่มาของเนื้อโคและความนุ่มของเนื้อโค คิดเป็นร้อยละ 1.2 เท่ากัน การกำหนดราคาในการซื้อขายเนื้อโคของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ กำหนดโดยผู้ขาย คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมา มีราคากลาง คิดเป็นร้อยละ 10.9 และกำหนดโดยผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 3.4 ซึ่งการกำหนดโดยผู้ซื้อ หมายถึงการที่ผู้บริโภคจะใช้วิธีการสำรวจราคาเนื้อที่ขายในตลาดหลายๆ เจ้าและนำราคาเนื้อที่มีราคาต่ำสุดมาเปรียบเทียบหรือเป็นข้อต่อรองกับผู้ขาย ซึ่งเป็นการกำหนดราคาตามที่ผู้บริโภคต้องการและเห็นว่าไม่แพงเกินไปที่จะซื้อได้

ตารางที่ 56 แสดงเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคุณภาพของเนื้อโคของผู้บริโภค

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคุณภาพของเนื้อโค		
สายพันธุ์ของโค	4	1.2
แหล่งที่มาของเนื้อโค	4	1.2
การตัดแต่งเนื้อโค	8	2.4
ไขมันแทรกกล้ามเนื้อ	1	0.3
ความสดของเนื้อโค	305	93.0
ความนุ่มของเนื้อโค	4	1.2
อื่นๆ	2	0.6
รวม	328	100.0
การกำหนดราคาในการซื้อขาย		
กำหนดโดยผู้ซื้อ	11	3.4
กำหนดโดยผู้ขาย	275	85.7
มีราคากลาง	35	10.9
รวม	321*	100.0

* หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์บางรายไม่ตอบ

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโค

ตารางที่ 57 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโค

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Mean	Std. Deviation	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโค
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
1. แหล่งที่มาของเนื้อสัตว์	3.07	1.162	ปานกลาง
2. พันธุ์โคเนื้อ	2.63	1.120	ปานกลาง
3. วิธีการฆ่า	2.77	1.249	ปานกลาง
4. วิธีการแปรรูป	2.35	0.917	น้อย
5. ขบวนการเก็บรักษาก่อนถึงมือผู้ซื้อ	3.04	1.089	ปานกลาง
6. การตัดแต่งซากโคเนื้อ	3.36	1.141	ปานกลาง
7. การแยกชนิดสินค้าออกเป็นกลุ่ม	2.86	1.072	ปานกลาง
8. ความสดของเนื้อโค	4.70	0.741	สูงมากที่สุด
9. ปริมาณไขมันแทรกในเนื้อโค	3.46	0.979	ปานกลาง
10. ความนุ่มของเนื้อโค	3.59	1.074	สูงมาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
11. สถานที่จำหน่ายหาได้ง่ายและสะดวก	3.52	1.058	สูงมาก
12. ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของสถานที่จำหน่าย	4.15	1.014	สูงมาก
13. ลักษณะและวิธีการในการจัดส่งสินค้า	2.50	1.014	ปานกลาง
14. ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า	2.16	0.937	น้อย
ปัจจัยด้านราคา			
15. มีส่วนลดราคา	2.69	1.348	ปานกลาง
16. ราคาเหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับ	3.48	1.128	ปานกลาง
17. ระยะเวลาในการให้เครดิต	1.87	0.983	น้อย

ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโค

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Mean	Std. Deviation	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโค
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด			
18. การโฆษณา	1.79	0.832	น้อย
19. การประชาสัมพันธ์	1.86	0.823	น้อย
20. การให้คำแนะนำสินค้าของพนักงานขาย	2.19	1.002	น้อย

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	แปลความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	แปลความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	แปลความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	แปลความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	แปลความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคมากที่สุด

จากตารางที่ 57 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโค ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ แหล่งที่มาของเนื้อสัตว์ ($\bar{x} = 3.07$) พันธุ์โคเนื้อ ($\bar{x} = 2.63$) วิธีการฆ่า ($\bar{x} = 2.77$) ขบวนการเก็บรักษาก่อนถึงมือผู้ซื้อ ($\bar{x} = 3.04$) การตัดแต่งซากโคเนื้อ ($\bar{x} = 3.36$) การแยกชนิดสินค้าออกเป็นกลุ่ม ($\bar{x} = 2.86$) ปริมาณไขมันแทรกในเนื้อโค ($\bar{x} = 3.46$) และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคสูงมากคือความนุ่มของเนื้อโค ($\bar{x} = 3.59$) และมีผลต่อการตัดสินใจสูงมากที่สุดคือความสดของเนื้อโค ($\bar{x} = 4.70$) ส่วนวิธีการแปรสภาพเนื้อโคนั้นมีผลต่อการตัดสินใจน้อย ($\bar{x} = 2.35$)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า ($\bar{x} = 2.16$) ระยะเวลาในการให้เครดิต ($\bar{x} = 1.87$) ซึ่งถือว่า มีผลน้อยต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคเพราะส่วนใหญ่ผู้ซื้อจะซื้อในปริมาณไม่มากและระยะเวลาการให้เครดิตก็ไม่แน่นอนพอที่จะเป็นแรงกระตุ้นการตัดสินใจ ส่วนลักษณะและวิธีการในการจัดส่งสินค้า ($\bar{x} = 2.50$) จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการ

ตัดสินใจซื้อเนื้อโคอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีส่วนลดราคา ($\bar{x} = 2.69$) ราคาเหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับ ($\bar{x} = 3.48$)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อเนื้อโคมากคือ เรื่องสถานที่จำหน่ายหาได้ง่ายและสะดวก ($\bar{x} = 3.52$) ตลอดทั้งเรื่องความสะดวกและถูกสุขลักษณะของสถานที่จำหน่าย ($\bar{x} = 4.15$) ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคอยู่ในระดับน้อย ทั้งการโฆษณา ($\bar{x} = 1.79$) การประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 1.86$) และการให้คำแนะนำสินค้าของพนักงานขาย ($\bar{x} = 2.19$) ดังนั้นปัจจัยหลักๆ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคของผู้บริโภคคือ ด้านผลิตภัณฑ์คือความสดของเนื้อโค รองลงมาคือความนุ่มของเนื้อโค ส่วนปัจจัยอื่นๆ เช่น แหล่งที่มาของเนื้อสัตว์ พันธุ์โคเนื้อ วิธีการฆ่า ขบวนการเก็บรักษาก่อนถึงมือผู้ซื้อ การตัดแต่งซากโคเนื้อ การแยกชนิดสินค้าออกเป็นกลุ่ม และปริมาณไขมันแทรกในเนื้อโค จะมีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อปานกลาง ในเรื่องการจัดจำหน่ายนั้นหากสถานที่จำหน่ายหาได้ง่ายและสะดวกเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเนื้อโค ตลอดทั้งเรื่องความสะดวกและถูกสุขลักษณะของสถานที่จำหน่ายด้วย ส่วนในเรื่องราคาขอให้เป็นราคาที่เหมาะสมและอาจมีส่วนลดราคา จะเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ไม่ต้องมีการให้เครดิตใดๆ เพราะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ น้อย นอกจากนี้การส่งเสริมการตลาดเช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ หรือให้คำแนะนำ ผู้บริโภคเห็นว่าไม่จำเป็นและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคน้อย

ผู้บริโภค ที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade

ข้อมูลทั่วไปและขนาดของกิจการ

จากตารางที่ 58 ลักษณะของกิจการส่วนใหญ่ คือ บริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมา ห้างหุ้นส่วน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ระยะเวลาที่ดำเนินการมาแล้วจนถึงช่วงที่สำรวจ คือ น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา 11 - 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 58 แสดงลักษณะของกิจการ

ลักษณะของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลธรรมดา	-	-
ห้างหุ้นส่วน	1	25.0
บริษัทจำกัด	3	75.0
รวม	4	100.0
ระยะเวลาที่ดำเนินการมาแล้ว		
น้อยกว่า 5 ปี	2	66.7
6 - 10 ปี	-	-
11 - 15 ปี	1	33.3
16 - 20 ปี	-	-
มากกว่า 20 ปี	-	-
รวม	3	100.0

จำนวนเงินลงทุน แหล่งที่มาของเงินทุน และจำนวนเงินทุนหมุนเวียน (ในแบบสอบถามพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ไม่สามารถให้ข้อมูลได้)

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อเนื้อโคของกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade

ในการซื้อเนื้อสัตว์ของบริษัท ห้างหุ้นส่วนจากตารางที่ 59 พบว่ามูลค่าการซื้อวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์เฉลี่ยต่อครั้งส่วนใหญ่ คือ น้อยกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา 400,001 - 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 มูลค่าการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้งส่วนใหญ่ คือ น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมา มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.0 ปริมาณการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้งส่วนใหญ่ คือ น้อยกว่า 100 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 50.0 และมากกว่า 500 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 50.0 ซึ่งข้อมูลส่วนนี้มีแหล่งข้อมูลน้อยมากเนื่องจากเป็นห้าง หรือบริษัทใหญ่ในจังหวัด

ตารางที่ 59 แสดงมูลค่าการซื้อวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์และการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้ง ของกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
มูลค่าการซื้อเนื้อสัตว์ต่างๆ เฉลี่ยต่อครั้ง		
น้อยกว่า 100,000 บาท	2	66.7
100,001 - 200,000 บาท	-	-
200,001 - 300,000 บาท	-	-
300,001 - 400,000 บาท	-	-
400,001 - 500,000 บาท	1	33.3
มากกว่า 500,000 บาท	-	-
รวม	3	100.0
มูลค่าการซื้อเฉพาะเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้ง		
น้อยกว่า 10,000 บาท	3	75.0
10,001 - 20,000 บาท	-	-
20,001 - 30,000 บาท	-	-
30,001 - 40,000 บาท	-	-
40,001 - 50,000 บาท	-	-
มากกว่า 50,000 บาท	1	25.0
รวม	4	100.0

ตารางที่ 59 (ต่อ) แสดงมูลค่าการซื้อขายวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์และการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้ง
ของกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade

ปริมาณการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 กิโลกรัม	2	50.0
101 - 200 กิโลกรัม	-	-
201 - 300 กิโลกรัม	-	-
301 - 400 กิโลกรัม	-	-
401 - 500 กิโลกรัม	-	-
มากกว่า 500 กิโลกรัม	2	50.0
รวม	4	100.0

เมื่อพิจารณาแหล่งที่ซื้อเนื้อโค จากตารางที่ 60 พบว่าแหล่งที่ซื้อเนื้อโคส่วนใหญ่ คือ ตลาดต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่วนแหล่งอื่นๆ เช่น พ่อค้าที่มีโรงฆ่าสัตว์ในพื้นที่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี และสหกรณ์โคเนื้อในเมืองไทย ซึ่งจะเป็นแหล่งที่บริษัทจัดหาได้ตามข้อตกลงโดยไม่ยึดติดหรือมีสัญญาผูกมัดกับบริษัทใด การจัดส่งเนื้อโคจากแหล่งซื้อส่วนใหญ่ คือ จัดส่งโดยผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 25.0 วิธีการในการจัดส่งส่วนใหญ่ คือ ว่าจ้างบริษัทขนส่ง คิดเป็นร้อยละ 75.0 และร้อยละ 25 ใช้รถขนส่งของบริษัทผู้ซื้อ ความถี่ในการจัดซื้อเนื้อโคส่วนใหญ่ คือ ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมา 2 - 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 25.0

ตารางที่ 60 แสดงแหล่งที่ซื้อเนื้อโคและการจัดส่งเนื้อโค สู่กลุ่มผู้ประกอบการ modern trade

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งที่ซื้อเนื้อโค		
พ่อค้าขายส่งเนื้อโคชำแหละ	-	-
พ่อค้าขายปลีกเนื้อโคชำแหละ	-	-
ตลาดสดนอกท้องถิ่น	-	-
ตลาดสดท้องถิ่น	-	-
ตลาดต่างประเทศ	1	25.0
สหกรณ์โคเนื้อ	-	-
อื่นๆ เช่นสั่งฆ่าเอง หรือจากโรงฆ่าของเทศบาล	3	75.0
รวม	4	100.0
การจัดส่งเนื้อโคจากแหล่งซื้อ		
จัดส่งโดยพ่อค้าเนื้อโค	-	-
จัดส่งโดยผู้ซื้อ	1	25.0
อื่นๆ เช่น มีผู้รับจัดส่ง พ่อค้าคนกลาง	3	75.0
รวม	4	100.0
วิธีการในการจัดส่ง		
รถยนต์ส่วนตัว(ของผู้ซื้อ/ผู้ขาย)	-	-
ว่าจ้างบริษัทขนส่ง	3	75.0
อื่นๆ เช่นรถขนส่งของบริษัทผู้ซื้อ	1	25.0
รวม	4	100.0
ความถี่ในการจัดซื้อเนื้อโค		
ทุกวัน	3	75.0
2 - 3 วัน	1	25.0
7 วัน	-	-
15 วัน	-	-
รวม	4	100.0

จากตารางที่ 61 ประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อส่วนใหญ่ คือ เนื้อสันนอก คิดเป็นร้อยละ 50.0 และเนื้อสันสะโพก คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 61 แสดงประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อของกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade

ประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เนื้อคอและสันคอ	-	-
สันนอกตอนหน้า	-	-
เนื้อสันนอก	2	50.00
เนื้อสันนอกตอนกลาง	-	-
เนื้อสันใน	-	-
เนื้อสันสะโพก	2	50.00
เนื้อเสื่อร้องไห้	-	-
เนื้อซี่ข้าง	-	-
เนื้อพับใน	-	-
เนื้อพับนอก	-	-
เนื้อลูกมะพร้าว	-	-
เนื้อใบพาย	-	-
เนื้อน่องหน้าและหลัง	-	-
อื่นๆ	-	-
รวม	4	100.0

จากตารางที่ 62 อันดับประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อมากที่สุด ส่วนใหญ่ คือ เนื้อสันสะโพก คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาเนื้อสันใน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อมูลของพ่อค้าที่จัดส่งเนื้อให้กับห้างสรรพสินค้าในจังหวัดที่ระบุว่าจะขายได้เฉพาะเนื้อสัน และส่วนที่ขายดีที่สุดคือเนื้อสะโพก เพราะราคาจะไม่สูงเท่ากับเนื้อสัน

ตารางที่ 62 แสดงอันดับประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อมากที่สุดของกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade

อันดับประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เนื้อสันคอ	-	-
สันนอกติดกระดูก	-	-
เนื้อสันนอก	-	-
เนื้อสันนอกตอนกลาง	-	-
เนื้อสันใน	1	25.0
เนื้อสันสะโพก	3	75.0
เนื้อเสีร่องไห้	-	-
เนื้อซี่โครง	-	-
เนื้อพับใน	-	-
เนื้อตะพาบ	-	-
เนื้อลูกมะพร้าว	-	-
เนื้อปลาบู๋ทอง	-	-
เนื้อใบพาย	-	-
เนื้อหางตะเข้	-	-
เนื้อน่อง	-	-
เนื้อพับนอก	-	-
อื่นๆ	-	-
รวม	4	100.0

จากตารางที่ 64 สัดส่วนประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อมากที่สุดส่วนใหญ่ คือ 41 - 60 % คิดเป็นร้อยละ 75.0 ซึ่งมีความต่อเนื่องกับชิ้นส่วนเนื้อที่เลือกซื้อ โดยในตารางที่ 63 พบว่าเนื้อที่ห้างร้านซื้อมากที่สุดคือเนื้อสะโพกและในการซื้อแต่ละครั้งจะซื้อ 41-60% ของเนื้อทั้งหมด ส่วนเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคุณภาพของเนื้อโคส่วนใหญ่ คือ ความสดของเนื้อโคคิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ไขมันแทรกกล้ามเนื้อและการตัดแต่งเนื้อโค คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ การกำหนดราคาในการซื้อขายส่วนใหญ่ คือ มีราคากลาง คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 63 แสดงสัดส่วนประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อมากที่สุดของกลุ่มผู้ประกอบการ
modern trade

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
สัดส่วนประเภทของชิ้นส่วนเนื้อสันสะโพกเทียบกับเนื้อทั้งหมดที่ซื้อ		
0 - 20 %	-	-
21 - 40 %	1	25.0
41 - 60 %	3	75.0
61 - 80 %	-	-
81 - 100 %	-	-
รวม	4	100.0
เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคุณภาพของเนื้อโค		
สายพันธุ์	-	-
ไขมันแทรกกล้ามเนื้อ	1	25.0
อายุโคเนื้อ	-	-
แหล่งที่มาของเนื้อโค	-	-
การตัดแต่งเนื้อโค	1	25.0
ความสดของเนื้อโค	2	50.0
ความนุ่มของเนื้อโค	-	-
อื่นๆ	-	-
รวม	4	100.0
การกำหนดราคาในการซื้อขาย		
กำหนดโดยผู้ซื้อ	-	-
กำหนดโดยผู้ขาย	-	-
มีราคากลาง	4	100.0
รวม	4	100.0

จากตารางที่ 64 เกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อขายส่วนใหญ่ คือ ความสดของเนื้อโค คิดเป็นร้อยละ 50.0 และ สายพันธุ์คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 64 แสดงเกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อขายของกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade

เกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อขาย	จำนวน	ร้อยละ
สายพันธุ์	2	50.00
ไขมันแทรกกล้ามเนื้อ	-	-
อายุ เนื้อ	-	-
แหล่งที่มาของเนื้อโค	-	-
การตัดแต่งเนื้อโค	-	-
ความสดของเนื้อโค	2	50.0
ความนุ่มของเนื้อโค	-	-
อื่นๆ	-	-
รวม	4	100.0

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโค

ตารางที่ 65 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคของกลุ่ม

ผู้ประกอบการ modern trade

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Mean	Std. Deviation	ระดับที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อ เนื้อโค
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
1. แหล่งที่มาของเนื้อสัตว์	4.25	0.957	มาก
2. พันธุ์โคเนื้อ	3.75	1.500	มาก
3. วิธีการฆ่า	3.00	1.414	ปานกลาง
4. วิธีการแปรรูป	3.00	0.816	ปานกลาง
5. ขบวนการเก็บรักษาก่อนถึงมือผู้ซื้อ	3.50	0.577	มาก
6. การตัดแต่งซากโคเนื้อ	4.50	0.577	มากที่สุด
7. การแยกชนิดสินค้าออกเป็นกลุ่ม	4.25	0.957	มาก
8. ความสดของเนื้อโค	5.00	0.000	มากที่สุด
9. ปริมาณไขมันแทรกในเนื้อโค	3.75	1.500	มาก
10. ความนุ่มของเนื้อโค	4.25	1.500	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
11. สถานที่จำหน่ายหาได้ง่ายและสะดวก	3.00	0.816	ปานกลาง
12. ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของ สถานที่จำหน่าย	5.00	0.000	มากที่สุด
13. ลักษณะและวิธีการในการจัดส่งสินค้า	3.00	0.816	ปานกลาง
14. ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า	3.50	1.291	มาก
ปัจจัยด้านราคา			
15. มีส่วนลดราคา	3.25	1.500	ปานกลาง
16. ราคาเหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับ	4.50	1.000	มาก
17. ระยะเวลาในการให้เครดิต	1.50	0.577	น้อย

ตารางที่ 65 (ต่อ) แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคของกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	Mean	Std. Deviation	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโค
18. การโฆษณา	2.75	0.500	ปานกลาง
19. การประชาสัมพันธ์	3.00	0.816	ปานกลาง
20. การให้คำแนะนำสินค้าของพนักงานขาย	3.25	0.500	ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	แปลความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	แปลความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	แปลความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	แปลความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	แปลความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคมากที่สุด

จากตารางที่ 65 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคของกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade พบว่าปัจจัยที่มีผลด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคมากที่สุดคือ ความสดของเนื้อโค ($\bar{x} = 5.00$) และการตัดแต่งซากโคเนื้อ ($\bar{x} = 4.50$) ตามลำดับ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก ได้แก่ แหล่งที่มาของเนื้อสัตว์ ($\bar{x} = 4.25$) ความนุ่มของเนื้อโค ($\bar{x} = 4.25$) การแยกชนิดสินค้าออกเป็นกลุ่ม ($\bar{x} = 4.25$) พันธุ์โคเนื้อ ($\bar{x} = 3.75$) ปริมาณไขมันแทรกในเนื้อโค ($\bar{x} = 3.75$) และขบวนการเก็บรักษาก่อนถึงมือผู้ซื้อ ($\bar{x} = 3.50$) ตามลำดับ ส่วนวิธีการฆ่า ($\bar{x} = 3.00$) และวิธีการแปรรูป ($\bar{x} = 3.00$) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคของกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของสถานที่จำหน่าย ($\bar{x} = 5.00$) ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า ($\bar{x} = 3.50$) ส่วนสถานที่จำหน่ายหาได้ง่ายและสะดวก ($\bar{x} = 3.00$) และวิธีการในการจัดส่งสินค้า ($\bar{x} = 3.00$) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคของกลุ่มผู้ประกอบการ Modern trade อยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคของกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ เรื่องราคาเหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับ ($\bar{x} = 4.50$) ปัจจัยการ

ให้มีส่วนลดราคา ($\bar{x} = 3.25$) และระยะเวลาในการให้เครดิต ($\bar{x} = 1.50$) ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคปานกลางและน้อยตามลำดับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งการโฆษณา ($\bar{x} = 2.75$) การประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 3.00$) การให้คำแนะนำสินค้าของพนักงานขาย ($\bar{x} = 3.25$) ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาผู้บริโภค กลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ตารางที่ 66 รายชื่อร้านอาหารที่ทำการสำรวจข้อมูล

ลำดับ	อำเภอ	ชื่อกิจการ/เจ้าของ	ที่อยู่/สถานที่ตั้ง	โทรศัพท์
1	กาญจนดิษฐ์	ร้านกะมะนั	-	081-2772452
2		นายยู ศิริสว่าง	อำเภอท่าทองใหม่ 275/3 ม.2 ต.ท่าทอง	077-227749
3		นางนุไอนี	ใหม่	086-9485542
5	พุนพิน	ร้านครัวไทย	ตำบลท่าข้าม	087-8934429
6		จอย & จบ	ท่าข้าม	087-2845144
7		นายชวลิต คชฤทธิ์	ถนนศรีพุนพิน	077-240518
8		ร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้อ วชิชา	อำเภอพุนพิน	085-7913570
9		อาหารตามสั่ง สุภาวดี	อำเภอพุนพิน	086-9032162
12	เวียงสระ	ข้าวแกงป่าส่อง	ตำบลบ้านส่อง	077-364143
13		ร้านบินหลา	อำเภอเวียงสระ	077-257785
14		นายคิม	สถานีบ้านส่อง	086-2806281
15		ร้านข้าวแกงปิ่นเงิน	50/16 ม.8 ต.เวียงสระ	086-2822578
16		นางจงกล ปานชาวนา	ตลาดสดเทศบาล	089-9724325
17	เกาะสมุย	มาริยา ไมทอง	ตลาดสดละไม	087-8945384
18		นางสไลลา มงคลกิจ	ตลาดหัวถนน	-
19		ร้านป้าบุญนอง	ตลาดแขก	-

ตารางที่ 66 (ต่อ) รายชื่อร้านอาหารที่ทำการสำรวจข้อมูล

ลำดับ	อำเภอ	ชื่อกิจการ/เจ้าของ	ที่อยู่/สถานที่ตั้ง	โทรศัพท์
20	เกาะสมุย	แอปเปิ้ล รีสอร์ท	หาดละไม	084-0531516
21	เมือง	อิสารเวียงจันทร์	14/28 ม. 8	077-437229
22		นางจรัสศรี ระอิน	ศาลเจ้า	083-1030484
23		ร้านป่าแดง	หน้าโลดัส	084-0597978
24		โจ้ อาหารอีสาน	หน้าโลดัส	083-5042990
25		ร้านบ้านนายโต	หน้าโลดัส ตำบลเสวียด	077-221756
26	ท่าฉาง	นายสายทอง บุญประคม	อำเภอท่าฉาง	-
27		วันดี ไชสิน	ตลาดนัดบ้านเสวียด ตำบลเสวียด	077-461081
28		ร้านแขกโกชนา	อำเภอท่าฉาง	848516172
29	คีรีรัฐนิคม	วันกลา เศรษฐเชื้อ	ตลาดนัดบ้านท่าเนียบ	-
30		จุฬารัตน	ตลาดนัดบ้านท่าเนียบ	087-3868786
31		นายไพศาล แป๊ะอู๋	ตลาดนัดบ้านท่าเนียบ	077-393056
32		ร้านวรรณา	ตลาดนัดบ้านท่าเนียบ	-
33	พนม	ปราณี แสงศรี	อำเภอพนม	-
34	เคียนซา	อังกริ มะลิจันทร์	อำเภอเคียนซา	080-1852008
35		นางกนกกาญจน์	ตลาดควนสามัคคี	
36	ท่าชนะ	ลาบศรีสะเกษ	-	077-381425
37		กฤษณี สุทธิ	-	080-302776
38		ครัวแสงจันทร์	ตลาดท่าชนะ	081-5751424
39	วิภาวดี	นางกัญญา บัวศรี	อำเภอวิภาวดี	077-292273
40		ร้านเขมขาว	ตลาดสหกรณ์	083-6337506
41		พีดา	ตลาดสดวิภาวดี	086-278938

ตารางที่ 66 (ต่อ) รายชื่อร้านอาหารที่ทำการสำรวจข้อมูล

ลำดับ	อำเภอ	ชื่อกิจการ/เจ้าของ	ที่อยู่/สถานที่ตั้ง	โทรศัพท์
42	นาสาร	นุชรี อุ่นกล้า	ริมคลองฉลาง	-
43		อิสารหนองคาย	ถนนชลประทาน	086-7433313
44		นายอวยชัย แก่นจันทร์	อำเภอนาสาร	077-249549
45	คอนสัก	ร้านวังชะโอน	อำเภอคอนสัก	-
46		นันทนา เคียงใหญ่	อำเภอคอนสัก	085-7395907
			ตลาดสดเทศบาลคอน	
47	คอนสัก	โสภรณ์ หนูแดง	สัก	077-371184
48		ร้านสุกัญญา	ถนนไชยคราม 3	087-3842159
49	ตาขุน	ร้านอาหารดาวเรือง	ตลาดตาขุน	077-397042
50		นางปราณี ประทุมทอง	ตลาดตาขุน	081-8928039
51	นาเดิม	ร้านพีเกียบ	อำเภอบ้านนาเดิม	086-9558034
52		รดาวัลย์ ประชา	หน้าปั้มน้ำมัน ปตท.	-
53	พระแสง	ร้านดวงใจ	หน้าควนสามัคคี	087-2656779
54		ร้านข้าวแกงคนคอน	สี่แยกพระแสง	083-8094810
55		คารุณี สมวาทิ	ต. อีปิ่น	084-0615762
56		ร้านป่าดี	ตลาดไสนา	089-2928972
			หน้าโรงพยาบาลพระ	
57		ป่าการ	แสง	085-4764295
			หน้าโรงพยาบาลพระ	
58		เสาวณี วีระสกุลรัตน์	แสง	-
59	ชัยบุรี	ร้านจ๊ะเอ๋หมูกระทะ	อำเภอชัยบุรี	089-5881987
			หน้าสวนสุขภาภิบาล	
60		นายประคอง ฮามพิทักษ์	เฉลิมพระเกียรติ	081-3446473
61		ถัดดา สุป้านัน	ตลาดสดชัยบุรี	077-257517

ข้อมูลทั่วไปและขนาดของกิจการ

จากตารางที่ 67 ลักษณะของการประกอบการส่วนใหญ่ คือ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 95.1 รองลงมา โรงแรม/รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับและจากตารางที่ 68 พบว่าลักษณะของกิจการส่วนใหญ่ คือ บุคคลธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 98.3 รองลงมา ห้างหุ้นส่วน คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 67 แสดงลักษณะของการประกอบการของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ลักษณะของการประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	58	95.1
โรงแรม/รีสอร์ท	2	3.3
รถเข็นขายอาหาร	1	1.6
รวม	61	100.0

ตารางที่ 68 แสดงลักษณะของกิจการของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ลักษณะของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลธรรมดา	59	98.3
ห้างหุ้นส่วน	1	1.7
บริษัทจำกัด	-	-
รวม	60*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 1 รายที่ไม่ตอบคำถามส่วนนี้

จากตารางที่ 69 ระยะเวลาที่ดำเนินการมาจนถึงวันที่สำรวจส่วนใหญ่ คือ น้อยกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมา 4 - 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.3 และ 10 - 12 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 69 แสดงระยะเวลาที่ดำเนินการมาแล้วของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ระยะเวลาที่ดำเนินการมาแล้ว	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ปี	18	30.0
4 - 6 ปี	14	23.3
7 - 9 ปี	6	10.0
10 - 12 ปี	10	16.7
13 - 15 ปี	3	5.0
มากกว่า 15 ปี	9	15.0
รวม	60*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 1 รายที่ไม่ตอบคำถามส่วนนี้

จากตารางที่ 70 จำนวนเงินลงทุนส่วนใหญ่ คือ น้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมา 25,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.7 ส่วน 5,001 - 10,000 บาท และ มากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.5 ที่เท่ากันตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารในการลงทุนแต่ละวัน จะไม่มีต้นทุนที่สูงมาก จากตารางที่ 71 แหล่งที่มาของเงินลงทุนส่วนใหญ่ คือ เงินทุนตนเอง คิดเป็นร้อยละ 90.2 และ กู้ยืม คิดเป็นร้อยละ 9.8

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนเงินลงทุนของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จำนวนเงินลงทุน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	18	31.0
5,001 - 10,000 บาท	9	15.5
10,001 - 15,000 บาท	2	3.4
15,001 - 20,000 บาท	7	12.1
20,001 - 25,000 บาท	1	1.7
25,001 - 30,000 บาท	12	20.7
มากกว่า 30,000 บาท	9	15.5
รวม	58*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 3 รายที่ไม่ตอบคำถามส่วนนี้

ตารางที่ 71 แสดงแหล่งที่มาของเงินลงทุนของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

แหล่งที่มาของเงินลงทุน	จำนวน	ร้อยละ
เงินทุนตนเอง	55	90.2
กู้ยืม	6	9.8
รวม	61	100.0

จากตารางที่ 72 จำนวนเงินทุนหมุนเวียนส่วนใหญ่ คือ น้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 83.9 รองลงมา 5,001 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.7 และ 10,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จำนวนเงินทุนหมุนเวียน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	47	83.9
5,001 - 10,000 บาท	6	10.7
10,001 - 15,000 บาท	2	3.6
15,001 - 20,000 บาท	-	-
20,001 - 25,000 บาท	-	-
25,001 - 30,000 บาท	-	-
มากกว่า 30,000 บาท	1	1.8
รวม	56*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 5 รายที่ไม่ตอบคำถามส่วนนี้

จากตารางที่ 73 อันดับอาหารที่ประกอบจากเนื้อ โคมมากที่สุดส่วนใหญ่ คือ แกงแห้ง คั่วกลิ้ง คิดเป็นร้อยละ 25.9 รองลงมา แกงกะทิ คิดเป็นร้อยละ 20.4 และ ต้มแซบ คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 73 แสดงอันดับอาหารที่ประกอบจากเนื้อ ไก่มากที่สุดของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/
ร้านอาหาร

อันดับอาหารที่ประกอบจากเนื้อไก่มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
แกงกะทิ	11	20.4
แกงแห้ง คั่วกลิ้ง	14	25.9
ต้มแซบ	3	5.6
แกงจืด	-	-
อื่นๆ เช่น ลาบ ยำ	26	48.1
รวม	54*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 7 รายที่ไม่ตอบคำถามส่วนนี้

จากตารางที่ 74 ราคาอาหารส่วนใหญ่ คือ 21 - 40 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมา 41 - 60 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.8 และ 0 - 20 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 74 แสดงราคาอาหารที่ประกอบจากเนื้อ ไก่ของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ราคาอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
0 - 20 บาท	5	9.3
21 - 40 บาท	32	59.3
41 - 60 บาท	15	27.8
61 - 80 บาท	2	3.7
81 - 100 บาท	-	-
รวม	54*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 7 รายที่ไม่ตอบคำถามส่วนนี้

จากตารางที่ 75 ประเภทของลูกค้าที่สั่งอาหารที่ประกอบจากเนื้อไก่มากที่สุดส่วนใหญ่ คือ
ลูกค้าภายในท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 91.8 รองลงมา นักท่องเที่ยวในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 3.3
ตามลำดับ

ตารางที่ 75 แสดงประเภทของลูกค้าที่สั่งอาหารที่ประกอบจากโคเนื้อมากที่สุดของกลุ่ม
ผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ประเภทของลูกค้าที่สั่งอาหารที่ประกอบจากโคเนื้อมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ	-	-
นักท่องเที่ยวในประเทศ	2	3.3
ลูกค้าภายในท้องถิ่น	56	91.8
อื่นๆ ผู้ป่วยและญาติผู้ป่วยที่มาโรงพยาบาล	3	4.9
รวม	61	100.0

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อเนื้อโคของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากตารางที่ 76 มูลค่าการซื้อวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์เฉลี่ยต่อครั้งส่วนใหญ่ คือมากกว่า
500 บาท คิดเป็นร้อยละ 82.8 รองลงมา 401 - 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.6 และ 201 - 300 บาท คิด
เป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 76 แสดงมูลค่าการซื้อวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์เฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มผู้ประกอบการ
ภัตตาคาร/ร้านอาหาร

มูลค่าการซื้อวัตถุดิบประเภทเนื้อสัตว์เฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	1	1.7
101 - 200 บาท	1	1.7
201 - 300 บาท	2	3.4
301 - 400 บาท	1	1.7
401 - 500 บาท	5	8.6
มากกว่า 500 บาท	48	82.8
รวม	58*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 3 รายที่ไม่ตอบคำถามส่วนนี้

จากตารางที่ 77 มูลค่าการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้งส่วนใหญ่ คือ 201 - 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมา มากกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.2 และ 101 - 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 77 แสดงมูลค่าการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

มูลค่าการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	3	4.9
101 - 200 บาท	12	19.7
201 - 300 บาท	21	34.4
301 - 400 บาท	6	9.8
401 - 500 บาท	3	4.9
มากกว่า 500 บาท	16	26.2
รวม	61	100.0

จากตารางที่ 78 ปริมาณการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้งส่วนใหญ่ คือ 1 - 2 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 50.9 รองลงมา 3 - 4 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 24.5 และ มากกว่า 8 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 78 แสดงปริมาณการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ปริมาณการซื้อเนื้อโคเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 กิโลกรัม	3	5.7
1 - 2 กิโลกรัม	27	50.9
3 - 4 กิโลกรัม	13	24.5
5 - 6 กิโลกรัม	4	7.5
7 - 8 กิโลกรัม	-	-
มากกว่า 8 กิโลกรัม	6	11.3
รวม	53*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 8 รายที่ไม่ตอบคำถามส่วนนี้

จากตารางที่ 79 แหล่งที่ซื้อเนื้อโคส่วนใหญ่ คือ ตลาดสดท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 85.2 รองลงมา ตลาดสดนอกท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 4.9 ส่วนพ่อค้าขายปลีกเนื้อโคชำแหละและนอกตลาดสด และจากตลาดต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 3.3 ที่เท่ากันตามลำดับ

ตารางที่ 79 แสดงแหล่งที่ซื้อเนื้อโคของร้านอาหาร

แหล่งที่ซื้อเนื้อโค	จำนวน	ร้อยละ
พ่อค้าขายส่งเนื้อโคชำแหละ	1	1.6
พ่อค้าขายปลีกเนื้อโคชำแหละและนอกตลาดสด	2	3.3
ตลาดสดนอกท้องถิ่น	3	4.9
ตลาดสดท้องถิ่น	52	85.2
ตลาดต่างประเทศ	2	3.3
ห้างสรรพสินค้า	1	1.6
รวม	61	100.0

จากตารางที่ 80 การจัดส่งเนื้อโคจากแหล่งซื้อส่วนใหญ่ คือ จัดส่งโดยผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 85.0 รองลงมา จัดส่งโดยผู้ขาย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 80 แสดงการจัดส่งเนื้อโคจากแหล่งซื้อของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

การจัดส่งเนื้อโคจากแหล่งซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
จัดส่งโดยผู้ขาย	9	15.0
จัดส่งโดยผู้ซื้อ	51	85.0
อื่นๆ	-	-
รวม	60*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 1 รายที่ไม่ตอบคำถามส่วนนี้

จากตารางที่ 81 วิธีการในการจัดส่งส่วนใหญ่ คือ รถยนต์ส่วนตัว(ของผู้ซื้อ/ผู้ขาย) คิดเป็นร้อยละ 94.9 รองลงมาคือ รถเร่ขายของสด ซึ่งมีเนื้อโครวมอยู่ด้วย หรือผู้ซื้อได้ใช้บริการรถประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 3.4 นอกจากนั้นยังมีการว่าจ้างบริษัทขนส่ง คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ความถี่ในการจัดซื้อเนื้อโคส่วนใหญ่ คือ ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมา 2 - 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ 7 วัน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 81 แสดงวิธีและความถี่ในการจัดส่งของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
วิธีการในการจัดส่ง		
รถยนต์ส่วนตัว(ของผู้ซื้อ/ผู้ขาย)	56	94.9
ว่าจ้างบริษัทขนส่ง	1	1.7
อื่นๆ เช่น รถเร่ขายของสด และรถประจำทาง	2	3.4
รวม	59	100.0
ความถี่ในการจัดซื้อเนื้อโค		
ทุกวัน	46	76.7
2 - 3 วัน	12	20.0
7 วัน	2	3.3
15 วัน	-	-
รวม	60*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 1 รายที่ไม่ตอบคำถามส่วนนี้

จากตารางที่ 82 ประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อส่วนใหญ่ คือ เนื้อสันใน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมา เนื้อสันสะโพก คิดเป็นร้อยละ 22.0 และเนื้อสันนอก คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 82 แสดงประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เนื้อสันคอ	2	3.4
สันนอกติดกระดูก	-	-
เนื้อสันนอก	9	15.3
เนื้อสันนอกตอนกลาง	1	1.7

ตารางที่ 82 (ต่อ) แสดงประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/
ร้านอาหาร

ประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เนื้อสันใน	17	28.8
เนื้อสันสะโพก	13	22.0
เนื้อเสีอร่องไห้	2	3.4
ซี่โครง	1	1.7
เนื้อพับใน	-	-
เนื้อตะพาบ	-	-
เนื้อลูกมะพร้าว	-	-
เนื้อปลาหมูทอง	-	-
เนื้อใบพาย	-	-
เนื้อหางตะเข้	-	-
เนื้อน่อง	4	6.8
เนื้อพับนอก	-	-
อื่นๆ	10	16.9
รวม	59*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 2 รายที่ไม่ตอบคำถามส่วนนี้

จากตารางที่ 83 ผลผลิตจากเนื้อโคที่ซื้อส่วนใหญ่ คือ ลูกชิ้น คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมา ไส้กรอก เนื้อเปรี้ยว และอื่นๆ เช่น เนื้อแคคเคียว หม่า แหนม และส้มห่อ คิดเป็นร้อยละ 3.0 ที่เท่ากันตามลำดับ

ตารางที่ 83 แสดงผลผลิตจากเนื้อโคที่ซื้อของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ผลผลิตจากเนื้อโคที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ลูกชิ้น	30	90.9
ไส้กรอก	1	3.0
เนื้อเปรี้ยว	1	3.0
อื่นๆ เช่น เนื้อแคคเคียว หม่า แหนม และส้มห่อ	1	3.0
รวม	33*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวนเพียง 33 รายที่มีการซื้อผลผลิตจากเนื้อโค ที่เหลือจะซื้อเนื้อสด

จากตารางที่ 84 อันดับประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ต้องการซื้อมากที่สุดส่วนใหญ่ คือ เนื้อสันสะโพกคิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาเนื้อสันใน คิดเป็นร้อยละ 20.7 และเนื้อสันนอก คิดเป็นร้อยละ 12.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 84 แสดงอันดับประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ต้องการซื้อมากที่สุดของกลุ่มผู้ประกอบการ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร

อันดับประเภทของชิ้นส่วนเนื้อโคที่ซื้อมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เนื้อสันคอ	-	-
สันนอกติดกระดูก	-	-
เนื้อสันนอก	7	12.1
เนื้อสันนอกตอนกลาง	1	1.7
เนื้อสันใน	12	20.7
เนื้อสันสะโพก	19	32.8
เนื้อเสีร้องไห้	2	3.4
ซี่โครง	1	1.7
เนื้อพับใน	-	-
เนื้อตะพาน	-	-
เนื้อลูกมะพร้าว	-	-
เนื้อปลาทุทอง	-	-
เนื้อใบพาย	-	-
เนื้อหางตะเข้	-	-
เนื้อน่อง	4	6.9
เนื้อพับนอก	-	-
อื่นๆ	12	20.7
รวม	58*	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 3 รายที่ไม่ตอบคำถามส่วนนี้

จากตารางที่ 85 เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคุณภาพของเนื้อโคส่วนใหญ่ คือ ความสดของเนื้อโค คิดเป็นร้อยละ 88.5 รองลงมา ความนุ่มของเนื้อโค คิดเป็นร้อยละ 9.8 และการตัดแต่งเนื้อโค คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 85 แสดงเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคุณภาพของเนื้อโคของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/
ร้านอาหาร

เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคุณภาพของเนื้อโค	จำนวน	ร้อยละ
สายพันธุ์	-	-
ไขมันแทรกกล้ามเนื้อ	-	-
อายุโคเนื้อ	-	-
แหล่งที่มาของเนื้อโค	-	-
การตัดแต่งเนื้อโค	1	1.6
ความสดของเนื้อโค	54	88.5
ความนุ่มของเนื้อโค	6	9.8
อื่นๆ	-	-
รวม	61	100.0

จากตารางที่ 86 การกำหนดราคาในการซื้อขายส่วนใหญ่ คือ กำหนดโดยผู้ขาย คิดเป็นร้อยละ 94.7 รองลงมา มีราคากลาง คิดเป็นร้อยละ 5.3 ส่วนเกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อขายส่วนใหญ่ คือ ความสดของเนื้อโค คิดเป็นร้อยละ 63.9 รองลงมา การตัดแต่งเนื้อโค คิดเป็นร้อยละ 24.6 และความนุ่มของเนื้อโค คิดเป็นร้อยละ 8.2ตามลำดับ

ตารางที่ 86 แสดงผู้กำหนดราคาในการซื้อขายและเกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อของกลุ่ม
ผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
การกำหนดราคาในการซื้อขาย		
กำหนดโดยผู้ซื้อ	-	-
กำหนดโดยผู้ขาย	54	94.7
มีราคากลาง	3	5.3
รวม	57*	100.0
เกณฑ์ในการกำหนดราคาซื้อขาย		
สายพันธ์	2	3.3
ไขมันแทรกกล้ามเนื้อ	-	-
อายุโคเนื้อ	-	-
แหล่งที่มาของเนื้อโค	-	-
การตัดแต่งเนื้อโค	15	24.6
ความสดของเนื้อโค	39	63.9
ความนุ่มของเนื้อโค	5	8.2
อื่นๆ	-	-
รวม	61	100.0

*หมายเหตุ: มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 4 รายที่ไม่ตอบคำถามส่วนนี้

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโค

ตารางที่ 87 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคของกลุ่ม

ผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Mean	Std. Deviation	ระดับผลต่อการ
			ตัดสินใจ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
1. แหล่งที่มาของเนื้อสัตว์	2.98	0.991	ปานกลาง
2. พันธุ์โคเนื้อ	2.33	1.060	น้อย
3. วิธีการฆ่า	2.87	1.204	ปานกลาง
4. วิธีการแปรรูป	2.43	0.939	น้อย
5. ขบวนการเก็บรักษาก่อนถึงมือผู้ซื้อ	2.95	0.921	ปานกลาง
6. การตัดแต่งซากโคเนื้อ	3.25	1.075	ปานกลาง
7. การแยกชนิดสินค้าออกเป็นกลุ่ม	2.70	0.937	ปานกลาง
8. ความสดของเนื้อโค	4.67	0.701	มากที่สุด
9. ปริมาณไขมันแทรกในเนื้อโค	3.23	0.956	ปานกลาง
10. ความนุ่มของเนื้อโค	3.54	1.010	มาก
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด			
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
11. สถานที่จำหน่ายหาได้ง่ายและสะดวก	3.30	0.955	ปานกลาง
12. ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของ สถานที่จำหน่าย	4.08	0.900	มาก
13. ลักษณะและวิธีการในการจัดส่งสินค้า	2.54	0.941	ปานกลาง
14. ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า	2.11	0.858	น้อย
ปัจจัยด้านราคา			
15. มีส่วนลดราคา	2.51	1.220	ปานกลาง
16. ราคาเหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับ	3.48	1.010	ปานกลาง

ตารางที่ 87 (ต่อ) แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Mean	Std. Deviation	ระดับผลต่อการ
			ตัดสินใจ
17. ระยะเวลาในการให้เครดิต	1.84	0.916	น้อย
18. การโฆษณา	1.70	0.738	น้อย
19. การประชาสัมพันธ์	1.77	0.693	น้อย
20. การให้คำแนะนำสินค้าของพนักงานขาย	2.30	0.972	น้อย

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	แปลความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	แปลความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	แปลความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	แปลความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	แปลความว่า	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคมากที่สุด

จากตารางที่ 87 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคของกลุ่มผู้ประกอบการภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ แหล่งที่มาของเนื้อสัตว์ ($\bar{x} = 2.98$) พันธุ์โคเนื้อ ($\bar{x} = 2.33$) วิธีการฆ่า ($\bar{x} = 2.87$) วิธีการแปรรูป ($\bar{x} = 2.43$) ขบวนการเก็บรักษา ก่อนถึงมือผู้ซื้อ ($\bar{x} = 2.95$) การตัดแต่งซากโคเนื้อ ($\bar{x} = 3.25$) การแยกชนิดสินค้าออกเป็นกลุ่ม ($\bar{x} = 2.70$) ความสดของเนื้อโค ($\bar{x} = 4.67$) ปริมาณไขมันแทรกในเนื้อโค ($\bar{x} = 3.23$) และความนุ่มของเนื้อโค ($\bar{x} = 3.54$)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จำหน่ายหาได้ง่ายและสะดวก ($\bar{x} = 3.30$) ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของสถานที่จำหน่าย ($\bar{x} = 4.08$) ลักษณะและวิธีการในการจัดส่งสินค้า ($\bar{x} = 2.54$) ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า ($\bar{x} = 2.11$)

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีส่วนลดราคา ($\bar{x} = 2.51$) ราคาเหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับ ($\bar{x} = 3.48$) ระยะเวลาในการให้เครดิต ($\bar{x} = 1.84$)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อโคอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณา ($\bar{x} = 1.70$) การประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 1.77$) การให้คำแนะนำสินค้าของพนักงานขาย ($\bar{x} = 2.30$)

สรุปผลการศึกษาดังแต่การเลี้ยงโคเนื้อถึงพ่อค้าผู้ชำแหละโค และผู้บริโภค

1. ข้อมูลการผลิต จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีโคเนื้อจำนวน 85,071 ตัว มีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคจำนวน 17,511 ราย โดยอำเภอท่าชนะเป็นอำเภอที่มีผู้เลี้ยงและมีจำนวนโคมากที่สุด โดยโคที่เลี้ยงจะเป็นโคพื้นเมืองมากกว่าโคเนื้อลูกผสมพันธุ์ยุโรป หรือพันธุ์เมืองร้อน เช่นพันธุ์บราห์มัน โดยคิดอัตราส่วนเกษตรกรที่เลี้ยงโคพื้นเมืองจะมากกว่ากลุ่มที่เลี้ยงโคพันธุ์ถึงสองเท่า และจำนวนโคพื้นเมืองก็มากกว่าโคพันธุ์และลูกผสมถึงสองเท่าตัวเช่นกัน โดยมีจำนวน 50,346 ตัว และ 34,707 ตัว ตามลำดับ แนวโน้มในปัจจุบัน เกษตรกรเริ่มปรับปรุงสายเลือดของโคพื้นเมืองให้เป็นลูกผสมสายพันธุ์ยุโรปมากขึ้น ในการดำเนินการมีทั้งเกษตรกรรายย่อย ฟาร์มพ่อค้าขนาดกลาง และมีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคเนื้อถึง 30 กลุ่ม ในพื้นที่ 11 อำเภอ ระบบการเลี้ยงโคมีอยู่สามระบบคือการเลี้ยงโคพื้นเมือง 3-5 ตัว หรือ โกลูกผสมที่ได้จากการผสมเทียมแม่พื้นเมืองกับโคพันธุ์ยุโรป หรือลูกผสมบราห์มัน ในระบบแบบผสมผสาน ในสวนยางพาราและสวนปาล์ม หรือเลี้ยงตามพื้นที่ข้างบ้านและข้างถนน โดยส่วนใหญ่จะเป็นการผูกถ่วงเพื่อกำจัดวัชพืช มีต้นทุนต่ำ ซึ่งลูกโคจะขายเป็นโคคั้นน้ำที่ใช้ในการเลี้ยงขุนต่อไปให้กลุ่มที่เลี้ยงขุน ดังนั้นเกษตรกรจึงต้องการโคลูกผสมสายเลือดยุโรปจากการผสมเทียมเป็นหลัก เกษตรกรไม่มีการผสมอาหารชั้น หรือเสริมอาหารชั้นให้โคแต่จะมีการหาผลพลอยได้ทางการเกษตรมาเสริมให้โคได้กิน เกษตรกรที่เลี้ยงโคเป็นอาชีพเสริมส่วนใหญ่จะทำสวนยางพารา และสวนปาล์มน้ำมัน ส่วนระบบที่สองคือการเลี้ยงโคเพื่อใช้ประโยชน์ในการกำจัดวัชพืชในสวน ส่วนลูกโคตัวผู้จะขายในอายุประมาณ 1-2 ปี เพื่อให้กลุ่มที่เลี้ยงขุนนำไปเลี้ยงหรือขายให้พ่อค้าที่นำไปเชือดขายในพื้นที่ หลังจากที่มีการเสริมอาหารชั้นเองในระบบ ซึ่งจะมีกลุ่มพ่อค้านายทุนที่ทำสวนนิยมซื้อโคไปให้คนงานเลี้ยงเพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว หรือจัดตั้งฟาร์มในสวนปาล์มของตนเอง ซึ่งเป็นการดำเนินการเลี้ยงโคที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวบ้าน ส่วนใหญ่จะเลี้ยงไม่เกิน 5 ตัว ในกลุ่มผู้ทำการเลี้ยงกุ้ง หรือประมงก็จะมี การเลี้ยงโคในรูปแบบเดียวกันกับกลุ่มผู้ทำสวน ในกลุ่มข้าราชการหรือพ่อค้าสวนใหญ่ที่เลี้ยงโคจะมีสวนยางพาราและสวนปาล์มเช่นเดียวกัน จะให้คนงานที่สวนเลี้ยงเอาไว้ถือว่าเป็นรายได้ที่สนับสนุนคนงานและช่วยจัดการเรื่องวัชพืชในสวนเหมือนกัน ส่วนในกลุ่มที่สามคือเลี้ยงเพื่อปรับปรุงพันธุ์และขายพันธุ์โคจะมีพ่อพันธุ์อเมริกันบราห์มัน หรือบราห์มันแดง ซึ่งเป็นโคที่มีการปรับปรุงพันธุ์ที่ศูนย์วิจัยและปรับปรุงพันธุ์สัตว์สุราษฎร์ธานี โดยมีฟาร์มเครือข่ายในการปรับปรุง

พันธุ์และขยายพันธุ์ และจะมีแม่โคพันธุ์บราห์มัน ลูกผสมพื้นเมืองบราห์มัน ไว้รับการผสมเทียม ในขณะเดียวกัน ลูกที่ได้จะมีการขายทั้งตัวผู้และตัวเมีย และส่วนหนึ่งของลูกโคตัวเมียจะเลี้ยงไว้ใช้ในฝูงโคทดแทน ราคาการซื้อขายลูกโคตัวผู้น้ำหนักตัว 150-200 กิโลกรัม จะมีราคา 7,000 ถึง 30,000 บาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์ ความสวยงามเป็นที่พึงพอใจของทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย เกษตรกรที่มาซื้อจะนำไปเป็นพ่อพันธุ์ต่อไป หรือหากมีลักษณะที่ไม่เป็นพ่อพันธุ์ได้ก็จะนำไปเลี้ยงขุนเพื่อขายให้พ่อค้าต่อไป แหล่งผลิตที่สำคัญในจังหวัดอยู่ที่อำเภอพุนพิน อำเภอเมือง และอำเภอท่าชนะ โดยมีบางฟาร์มจะมีจำนวนโคถึง 200 ตัว ส่วนใหญ่เกษตรกรกลุ่มนี้จะเป็นนักธุรกิจ หรือเป็นนักการเมืองท้องถิ่นที่มีอาชีพเสริมคือสวนปาล์มและยางพาราด้วย โคจะมีการให้อาหารหยาบ ทั้งตัดให้และปล่อยแปลงในช่วงกลางวัน และมีการเสริมกากปาล์มน้ำมันในช่วงเย็นหลังโคกลับมาเข้าคอก กลุ่มที่สี่คือกลุ่มที่เลี้ยงโคขุน ซึ่งแยกได้เป็นสองระบบคือการขุนขึ้นโรงมัดเชือกไว้ที่รางอาหารตลอดเวลา และกลุ่มที่ขุนแบบปล่อยรวมในคอกขนาด 20 ตารางเมตร จำนวน 3-4 ตัว โคทั้งสองกลุ่มจะมีวิธีการเลี้ยงคล้ายคลึงกันคือมีการปลูกหญ้าอาหารสัตว์ในพื้นที่ มีการให้น้ำและหญ้าสดสม่ำเสมอ มีการเก็บหญ้าแห้งและฟางข้าวไว้สำรอง เกษตรกรจะให้อาหารหยาบและอาหารข้นวันละสองครั้ง เวลา 7.00-8.00 น. และ 15.00-16.00 น. โดยหญ้าสดจะถูกคัดจากแปลงด้วยเครื่องตัดหญ้าแบบสะพายหรือเกี่ยวด้วยเคียวเกี่ยวข้าวและนำมาที่คอกโคโดยรถปิกอัพ หรือรถเข็น จากนั้นจะทำการสับด้วยเครื่องสับ และนำไปไว้ในรางอาหาร โรยทับด้วยอาหารข้นที่ผสมเอง โดยมีกากปาล์มน้ำมันและมันสำปะหลังเป็นส่วนประกอบ ในปริมาณ 2-3 กิโลกรัมต่อตัวต่อครั้ง ในกระบวนการเลี้ยงจะใช้เวลาไม่เกินหนึ่งชั่วโมงในแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่เกษตรกรที่เลี้ยงโคขุนจะเลี้ยงไม่เกิน 10 ตัว มีหารายที่เลี้ยงขุนถึง 20 ตัว แต่ต้องมีคนงานช่วยในการดำเนินการ ซึ่งทั้งหมดที่เลี้ยงโคแบบขุนจะเป็นการเลี้ยงดูแลจัดการโดยเจ้าของฟาร์มเองทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีเกษตรกรที่เป็นพ่อค้าซื้อขายโคมีชีวิตและเลี้ยงโคเอง เพื่อเอาไว้ขายต่อ จะมีรถสิบล้อในการขนส่งโคมีชีวิตเดินทางระหว่างจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อมาซื้อโคที่จังหวัดชุมพร ประจวบคีรีขันธ์ และนำไปส่งที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และมีหนึ่งรายที่ขนเข้าไปถึงมาเลเซีย และขนม้าจากมาเลเซียมาขายให้สนามแข่งของไทย มีหนึ่งรายที่เดินทางขึ้นไปซื้อโครุ่นจากจังหวัดชัยภูมิ บุรีรัมย์ และตลาดนัดในภาคอีสานเพื่อนำมาขายเป็นโคคั้นน้ำให้กับเกษตรกรรายอื่นๆ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี นอกจากนี้จะบรรทุกโคลงมาแล้วยังมีการบรรทุกฟางข้าวและอาหารข้นจากจังหวัดราชบุรีและจังหวัดนครปฐมลงมาขายด้วย ซึ่งลูกโคที่นำมาขายน้ำหนัก 120-150 กิโลกรัมจะขายประมาณ 8,000-10,000 บาท โดยสภาพลูกโคที่ซื้อจะมีสุขภาพไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร เพราะเป็นการตระเวนซื้อตามตลาดนัด ต้นทุนของการเลี้ยงในสามระบบแรกจะอยู่ที่แรงงานและพันธุ์สัตว์ ส่วนกลุ่มที่เลี้ยงขุนจะมีค่าต้นทุนอาหารข้นสูงถึง 60% แต่ระยะเวลาในการขุนจะนานถึง 1 ปี เกษตรกรที่เลี้ยงโคเนื้อ มีประสบการณ์มากกว่า 1 ปี และมีศักยภาพพร้อมที่จะเลี้ยงโคให้มีคุณภาพต่อไปได้ ในการจัดการ

เรื่องอาหาร โคจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีข้อได้เปรียบคือมีผลพลอยได้จากปาล์มน้ำมันและอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มในพื้นที่ แต่ในช่วงฤดูแล้งจะใช้ฟางข้าวเข้ามาเสริมแทนหญ้าสด แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ 65% ยังไม่มีการเสริมอาหารชั้นให้กับโค มีการให้อาหารชั้นในอัตรา 20% เกษตรกรส่วนใหญ่ที่เลี้ยงโคจะใช้หญ้าธรรมชาติเป็นอาหารหลักและมี 30% ที่เตรียมแปลงปลูกหญ้าพันธุ์ให้โค

ข้อมูลการตลาด ซึ่งเกษตรกรเห็นว่าเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุด โดยคิดเป็น 90% ของปัญหาทั้งหมด รูปแบบการซื้อขายโคเนื้อและเนื้อโคจะเป็นการซื้อขายสองระบบ คือการซื้อขายเหมาตัว 75% มีการตกลงราคาตามที่ทั้งสองฝ่ายพึงพอใจ ส่วนใหญ่จะใช้วิธีการนี้ในโคที่เลี้ยงแบบปล่อยเลี้ยงเพื่อขายพันธุ์ และโคเลี้ยงแบบขุน ซึ่งเป็นวิธีการที่พ่อค้าซื้อโคจะได้เปรียบกว่าเนื่องจากมีประสบการณ์ในการประเมินคุณภาพซากและเนื้อที่จะได้ ส่วนการซื้อขายโดยการชั่งน้ำหนักจะเป็นโคที่เลี้ยงแบบขุน คิดเป็น 15% ของวิธีการขาย โดยโคจะต้องมีน้ำหนักโคเต็มที่แล้ว ประมาณ 500-600 กิโลกรัม ส่วนใหญ่จะเป็นลูกผสมโคซาโรเลส์ จะมีการให้ราคาตั้งแต่ 45-52 บาทต่อกิโลกรัม โดยพ่อค้าที่ซื้อโคขุนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจะมีอยู่เจ้าเดียว ซึ่งคนเลี้ยงโคเรียกชื่อว่า “บังหลี่” ซึ่งมีญาติในเครือข่ายซื้อโคจำนวน 3 ราย โดยให้ราคาโคขุนที่ 48 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนพ่อค้าต่างจังหวัดเช่นจากกระบี่ จะให้ราคา 50 บาทต่อกิโลกรัม และยังมีพ่อค้าจากพังงาให้ราคาถึง 52 บาทต่อกิโลกรัม แต่ไม่จ่ายเงินสด ซึ่งจะค้างไว้ประมาณ 2-4 สัปดาห์ ในมุมมองของพ่อค้าส่วนใหญ่เห็นว่าโคเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการตั้งราคาที่สูงจนทำให้ไม่ได้กำไร เมื่อเทียบกับโคเนื้อที่ชุมพร หรือประจวบคีรีขันธ์ ขาดผู้รวบรวมโคให้ ต้องตระเวนหาซื้อเองทำให้เสียเวลาในการเดินทาง อีกมุมหนึ่งคือมีจำนวนโคน้อยที่จะขายในแต่ละเดือน แต่ในมุมมองของเกษตรกรกลับให้ข้อมูลว่ามีพ่อค้าน้อยราย พ่อค้าไม่ยอมมาซื้อ โคตามที่โทรนัดหมาย พ่อค้าต่อรองราคาและกดราคาโดยใช้ระบบข้อมูลรู้ถึงกันแบบเครือข่ายพ่อค้า ทำให้เกษตรกรขาดที่พึ่งและต้องยินยอมขายให้พ่อค้าในราคาถูก ดังนั้นเกษตรกรจะบอกว่ามีตลาดแต่เป็นตลาดที่อยู่ในอำนาจการซื้อของพ่อค้าเส้นทางการซื้อและการแปรรูปไปเป็นเนื้อไม่ซบซอน คือพ่อค้าเข้ามาซื้อจากคอกโดยการโทรนัดหมายจากเกษตรกร ตกลงราคาและขนย้ายสัตว์ไปที่โรงฆ่าสัตว์ อาจทำการฆ่าเลยในวันนั้นหรือเก็บคูนไว้ 2-3 วันก่อนการฆ่า ส่วนโคที่ส่งไปจังหวัดกระบี่จะมีการเลี้ยงขุนต่อในระยะเวลาสั้นประมาณ 2 สัปดาห์ พ่อค้าจะมีเขียงขายเนื้อของตนเองในตลาดของแต่ละอำเภอที่ทำการฆ่าโค และอำเภอใกล้เคียง โดยไม่มีการแปรรูปเนื้อใดๆ ในพื้นที่

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มหรือลดของการเลี้ยงโคและระบบการผลิต พบว่าการเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตโคเนื้อเกิดจากการประกอบอาชีพหลักของคนในพื้นที่ ซึ่งการเลี้ยงโคเนื้อต้องใช้เวลาในการจัดการวันละไม่ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง ในขณะที่เกษตรกรบางรายมีส่วน양และกรีดยางด้วยในเวลาากลางคืน หากราคาขางพาราหรือปาล์มน้ำมันดีขึ้น โดยขางแผ่นราคา 70-100 บาท

ต่อกิโลกรัม และปาล์มน้ำมันราคา 3.50-4.50 บาทต่อกิโลกรัม เกษตรกรจะมีความพึงพอใจในการทຸ່ມเทกั๋บขางพาราและปาล์มน้ำมัน ในขณะที่ราคาของโคเนื้อกลับมีราคาคงที่หรือลดลง ตลอดทั้งมีพ้อค้ำมาติดต่อซื้อไม่แน่นอน ทำให้เกษตรกรหันไปสนใจทำการเกษตรเชิงเดี่ยวมากขึ้น และมีการขยายพื้นที่ในการปลูกพืชหลัก มีผลต่อขนาดพื้นที่ว่างเปล่าในการเลี้ยงโคเนื้อ จนในปัจจุบันพบว่า มีปัญหาเรื่องการขาดแคลนอาหารหยาบในพื้นที่ และแรงงานส่วนใหญ่ในการทำการเกษตรจะทຸ່ມเทกั๋บขางพาราหรือปาล์มน้ำมัน ทำให้เกษตรกรบางคนรู้สึกว่เลี้ยงโคกลายเป็นภาระ ไม่เกิดรายได้ ตลอดทั้งแรงงานในการทำงานเลี้ยงโคก็หายากขึ้นเพราะมีค่าตอบแทนที่น้อยไม่คุ้มกับเวลา อย่างไรก็ตามปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดคือเรื่องของตลาดโคเนื้อที่มีไม่ชัดเจน พ้อค้ำคราและ มีจำนวนพ้อค้ำจำกัด และพ้อค้ำส่วนใหญ่ที่อยู่ตามอำเภอต่างๆ ต้องการโคที่เลี้ยงปล่อยทั่วไปเพราะไม่ต้องทำการซังน้ำหนักในการซื้อขาย ได้กำไรมากกว่าการซื้อโคขุนเพราะราคาเนื้อที่ขายมีราคาเท่ากันในตลาดล่าง โคพื้นเมืองจะมีการซื้อขายในราคาถูกซังน้ำหนัก 250-300 กิโลกรัมจะได้ราคาประมาณ 7,000-8,000 บาท นอกจากนี้พ้อค้ำจะรอซื้อโคชนที่แพ้การชนในสนามซึ่งมีราคาที่ไม่แพงแต่มีน้ำหนักตัวดี ในฤดูการชนโคเดือนกุมภาพันธ์และมีนาคมจะมีโคชนเข้าสู่โรงฆ่ามากขึ้น ทำให้โคเนื้อปกติขายไม่ได้ ดังนั้นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้ตลาดโคเนื้อไม่ชัดเจนและส่งผลกระทบต่อการกระตุ้นการเลี้ยงโคเนื้อที่มีคุณภาพคือตลาดทั่วไปในจังหวัดเป็นตลาดล่าง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังบริโภคเนื้อโคเนื้อไม่ค้ำเน็งถึงเกรดของเนื้อ ปัจจัยภายในนอกจากเวลาในการจัดการสวนที่มากขึ้นและเลี้ยงโคเนื้อที่น้อยลง และมีพื้นที่ปล่อยเลี้ยงจำกัดและมีปัจจัยความแห้งแล้งที่ยาวนานขึ้น ทำให้ขาดแคลนอาหารหยาบ ส่วนอาหารขั้มีราคาที่สูงขึ้น แหล่งของอาหารขั้ส่วนใหญ่จะใช้กากปาล์มเนื้อในจากจังหวัดชุมพร ซึ่งมีบางครั้งที่ขาดตลาดและโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มไม่ยอมขายให้เกษตรกรโดยตรง เพราะจะส่งให้โรงงานที่ผลิตอาหารสัตว์โดยตรง หรือมีการจัดขายในระบบโควต้าหรือมีพ้อค้ำคนกลาง จากปัจจัยที่มีผลต่อการเลี้ยงโคเนื้อเกษตรกรส่วนใหญ่มีการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินการอยู่ได้ในระยะยาวคือเปลี่ยนจากการเลี้ยงโคเพื่อขายตัวโคที่มีการให้อาหารขั้ในปริมาณสูงเป็นการเลี้ยงโคแบบพอเพียง หาผลพลอยได้จากการเกษตรในพื้นที่มาเป็นอาหารเสริม ผสมอาหารขั้เอง และปรับมาเป็นการเลี้ยงเพื่อเอามูลมาทำปุ๋ย หรือขายมูลซึ่งมูลค่าในการขายมูลเดือนละ 4,000-5,000 บาทจากการเลี้ยงโคขุนจำนวน 5 ตัว จากการที่เกษตรกรพยายามลดต้นทุนโดยการหาแหล่งอาหารเสริมที่มีในพื้นที่ เช่นกากตะกอนน้ำมันปาล์มจากโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มมาเทให้โคกิน ซึ่งเป็นการให้อาหารโคที่ไม่ตรงตามหลักวิชาการเท่าที่ควร มีเกษตรกรบางกลุ่ม เช่นในกลุ่มของอำเภอพุนพินและอำเภอท่าชนะ จะปลูกหญ้าในร่องสวนขางพาราและสวนปาล์มที่มีอายุไม่มาก ซึ่งเห็นว่าเป็นระบบที่ดีและน่าจะได้รับการขยายผล ส่วนปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่สำคัญคือเรื่องของนโยบายการส่งเสริม เนื่องจากในภาพการทำงานของระดับนโยบายของจังหวัดสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่จะเน้นการท่องเที่ยว ปาล์มน้ำมัน และการ

ประมง ดังนั้นนโยบายระดับจังหวัดในการสนับสนุนอาชีพด้านปศุสัตว์จึงไม่ค่อยมีอย่างชัดเจน ประกอบกับเกษตรกรที่ดำเนินการเลี้ยงสัตว์ไม่ได้สะท้อนปัญหาถึงกลุ่มนโยบาย ทั้งนี้เป็นเพราะเกษตรกร ไม่มีเวทีการประชุมร่วมกับผู้บริหารระดับจังหวัดในการสะท้อนปัญหาสู่แผนนโยบาย ถึงแม้จะประชุมร่วมกับเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์โดยตรงแต่ก็เป็นกิจกรรมในด้านการส่งเสริมการเลี้ยงมากกว่าการตลาด ดังนั้นจึงทำให้อำนาจการควบคุมการตลาดจึงอยู่ที่พ่อค้าเป็นหลัก ในส่วนการท่องเที่ยวถือว่าไม่มีผลต่อการเลี้ยงสัตว์เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางไปเกาะพะงัน และเกาะสมุยและเป็นการท่องเที่ยวแบบมีสถานที่เฉพาะกลุ่มคนตลอดทั้งพื้นที่ในการท่องเที่ยวจะอยู่ตามชายหาดทะเล หรือบนเกาะจึงไม่มีผลกระทบต่อ การเลี้ยงสัตว์ ในส่วนการบริโภคนั้นมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่บริโภคเนื้อโคในส่วนเนื้อสันข้างตามการสำรวจผู้บริโภคในพื้นที่เกาะสมุย ซึ่งส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวและร้านอาหารต่างมีความต้องการเนื้อที่มีคุณภาพ และเห็นว่าการกำหนดมาตรฐานโรงฆ่าสัตว์และมีโรงงานแปรรูปเนื้อโคเป็นผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ ตลอดทั้งมีการณรงค์ส่งเสริมการบริโภคเนื้อโคอย่างต่อเนื่อง จะมีผลกระทบต่อกระแสนิยมในการบริโภค และเป็นการยกระดับทั้งผู้เลี้ยงและมาตรฐานฟาร์มควบคู่กันไปด้วย นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการแข่งขันในด้านการตลาด ตลอดทั้งเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค การขยายตลาดทั้งตลาดบนและตลาดล่าง โดยการเพิ่มการค้าระหว่างจังหวัดใกล้เคียง จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการพัฒนา เนื่องจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความเหมาะสมในการเป็นจุดศูนย์กลางในการขนส่ง เนื่องจากอยู่ระหว่างจังหวัดต่างๆ ที่แยกออกไปได้ทุกทิศทาง เช่น จังหวัดกระบี่ จังหวัดพังงา จังหวัดภูเก็ต จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดชุมพร ซึ่งมีระยะทางไม่ไกลจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีและมีการเดินทางสู่กรุงเทพมหานคร หรือภาคใหญ่ได้โดยตรง ในเรื่องนโยบายการส่งเสริมของรัฐบาลมีผลต่อการเลี้ยงและการตลาดเป็นอย่างมาก เริ่มจากปัจจัยเบื้องต้นในการส่งเสริมการเลี้ยงลูกโคที่ได้จากการผสมเทียม หากมีการปรับปรุงพันธุ์พื้นฐานมาดีแล้วย่อมทำให้เกษตรกรเลี้ยงได้ดีขึ้น การส่งเสริมเรื่องอาหารและการจัดการโรคที่เป็นอยู่จะเป็นในเชิงวิชาการ ซึ่งถ่ายทอดลงไปในระบบหรือการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมได้ไม่มากนัก เนื่องจากมีปัจจัยเรื่องความสนใจ หรือความตั้งใจของเกษตรกรยังไม่มาก หรืออาจต้องใช้เงินทุนในการดำเนินการในเบื้องต้น เช่น การหมักอาหารหยาบหรือสะสมอาหารสัตว์ไว้ใช้ในระยะเวลา การจัดเตรียมอาหาร การสับหรือตาก อัดเม็ดทางใบปาล์มทดแทนการซื้อฟางข้าวมาสะสมจากพื้นที่อื่น หรือการดำเนินการปลูกพืชอาหารสัตว์ตามเขตพื้นที่ที่มีชลประทานเกษตรกรจะต้องมีความพร้อมพอสมควร

ผู้ประกอบการโรงฆ่าโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีทั้งหมดที่แจ้งรายชื่อ 22 ราย และมีโรงฆ่าของเทศบาลจำนวน 1 แห่งคือเทศบาลนาสาร มีจำนวนโคที่เชือดส่วนใหญ่วันละตัว แต่จากการศึกษาพบว่ามีการฆ่าจริงมากกว่าข้อมูลอาชญาบัตร 4 เท่าตัว โดยเฉลี่ยจะมีโคถูกฆ่าปีละ 2,000 ตัว ราคาขายโคเนื้อเฉลี่ยจากข้อมูลกรมปศุสัตว์คือ 48.25 บาทต่อกิโลกรัม และโคขุนราคา 52 บาท

คอกิโลกรัม ซึ่งมีราคาที่สูงกว่าที่เกษตรกรขายได้จริงในพื้นที่ และในการซื้อขายโดยรวมพบว่ามิโคที่ถูกขนย้ายออกจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีมากกว่านำเข้าโดยมีการย้ายเข้ามาเพียง 488 ตัว เมื่อเทียบกับการย้ายออก 5,671 ตัว ในส่วนพ่อค้าโคชำแหละพบว่ามีจำนวน 25 คน ในพื้นที่ 13 อำเภอ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าที่พร้อมจะขายทั้งปลีกและส่ง 69.2% และขายปลีกอย่างเดียว 30.8% ส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินการ 5-10 ปี โดยใช้แหล่งเงินทุนของตนเอง 96% โดยส่วนใหญ่มีมูลค่าการรับซื้อโคแต่ละครั้งมากกว่า 20,000 บาท กำไรจากการฆ่าโคแต่ละตัวประมาณ 1,500-2,000 บาท ขึ้นอยู่กับ การซื้อโคเข้าว่าได้ราคาถูกหรือแพง และส่วนใหญ่จะซื้อโคในพื้นที่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีการซื้อโคแต่ละครั้งไม่เกิน 10 ตัว โดยราคาที่ซื้อจะเป็นราคาที่เกษตรกรผู้เลี้ยงและผู้ขายทราบราคา กลางด้วยกัน โดยมีเกณฑ์กำหนดราคาตามน้ำหนักของโค โดยจะใช้การประเมินด้วยสายตา เป็นส่วนใหญ่ และยังไม่มีการแบ่งเกรดโคขุน แต่จะมีการประเมินราคาโดยใช้สายพันธุ์โค และ ความสมบูรณ์ของร่างกายโคร่วมกับน้ำหนักที่ตีจะได้ราคาดีด้วย แต่ถึงอย่างไรการซื้อโคของพ่อค้า ก็ไม่มีการแข่งขันรุนแรงมากนัก ซึ่งพ่อค้าที่เข้าไปซื้อโคจะอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็น จุดสำคัญ และนิยมซื้อโคจากเกษตรกรรายย่อยมากกว่าซื้อจากฟาร์มเพราะมีราคาที่ดูดีกว่า แต่เมื่อหาซื้อโคมีชีวิตไม่ได้ก็อาจจะซื้อซากโคที่ฆ่าแล้วจากพ่อค้าขายส่งรายอื่นๆ แต่ปกติจะไม่ซื้อซากโค เพราะราคาซากกิโลกรัมละ 110 บาท ถือเป็นราคาที่แพงและไม่ได้กำไรในการลงทุน ในการขาย พ่อค้าจะจัดส่งที่ร้านอาหาร ตลาดสดและขายให้ผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งการจัดส่งจะเว้นช่วงทุก 5 วัน และจะไปส่งด้วยตัวเอง ปกติจะขายเงินสด ต้นทุนในส่วนค่าจ้างฆ่าโคและชำแหละประมาณ 400-600 บาทต่อตัว และมีค่าขนส่งมากกว่า 300 บาทต่อครั้ง ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าส่วนใหญ่จะประมาณ ครั้งละ 100 บาท ค่าบรรจุภัณฑ์ 100 บาท ส่วนค่าธรรมเนียมอื่นๆ ประมาณ 300 บาท ซึ่งโดยเฉลี่ย ในการฆ่าโคแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 1,000 บาท

ในส่วนผู้บริโภคเนื้อโคของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบธุรกิจอาชีพ ส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ย 10,000-15,000 บาทต่อเดือน ในการซื้อเนื้อจะเลือกซื้อปลีกครั้งละ 100-200 บาท หรือซื้อเนื้อครั้งละ 1-2 กิโลกรัม จากตลาดสดในท้องถิ่นมากที่สุดเพราะสะดวกที่สุด แต่ต้อง เป็นตลาดที่ขายเนื้อโคประจำ เพราะเนื้อโคจะไม่มีขายทุกตลาดสด ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อเนื้อโค เฉลี่ยทุก 15 วัน หรือก็ไม่แน่นอน ขึ้นส่วนที่นิยมซื้อมากที่สุดคือเนื้อสันและเนื้อสะโพก แต่ถ้าเป็น ผลิตภัณฑ์จากเนื้อโคผู้บริโภคจะเลือกซื้อลูกชิ้นมากที่สุด รองลงมาคือเนื้อเค็มและเนื้อเปรี้ยว ในการ เลือกซื้อเนื้อของผู้บริโภคจะพิจารณาความสดของเนื้อมาก่อนการตัดแต่งและพันธุ์ของโค โดยราคา ที่ซื้อขายจะเป็นไปตามการกำหนดของผู้ขายเนื้อในตลาด หรืออาจจะมีราคากลางที่ประกาศ ให้ทราบในท้องถิ่นตามราคาตลาดทั่วไป อย่างไรก็ตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโดยรวม จะเป็นความสด สะอาดและถูกหลักอนามัยของเนื้อมาก่อนความสะดวก และผู้ซื้อยังพิจารณาถึง ความคุ้มค่าของราคาต่อคุณภาพของเนื้อที่จะซื้อเป็นหลัก

ในกลุ่มผู้ประกอบการ modern trade จะเป็นบริษัท และห้างหุ้นส่วน มูลค่าการจัดซื้อเนื้อสัตว์สูงถึง 100,000 บาทต่อครั้ง แต่จะมีส่วนแบ่งเป็นเนื้อโคเพียง 10,000 บาทต่อครั้ง โดยมีแหล่งที่ซื้อทั้งจากต่างประเทศและพ่อค้าที่มาจัดส่งให้ โดยจะมีการซื้อเนื้อโคทุกวันมาขาย เนื้อที่ซื้อคือชิ้นส่วนเนื้อสันและเนื้อสะโพก เท่านั้น โดยมีการพิจารณาคุณภาพเนื้อตั้งแต่ความสด การตัดแต่งและไขมันแทรกประกอบด้วย โดยมีการกำหนดราคาซื้อขายตามมาตรฐานราคากลาง ซึ่งต่างจากกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป โดยมีเกณฑ์กำหนดราคาจากความสดและพันธุ์ของโคที่เข้ามาด้วย ในการตัดสินใจซื้อเนื้อโคจะให้ความสำคัญของแหล่งที่มาของเนื้อสัตว์ การตัดแต่งซาก ความสด ความนุ่ม และการจัดแบ่งเกรดเนื้อเป็นเบื้องต้น ส่วนในการจำหน่ายจะเน้นความสะอาดและถูกสุขลักษณะของสถานที่จำหน่าย ในเรื่องราคาจะมีการพิจารณาความเหมาะสมของราคาและคุณภาพ และการมีส่วนลดในการซื้อขายด้วย นอกจากนี้ในการขายหรือการส่งเสริมการตลาดจะเน้นการให้มีพนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น กลุ่มผู้ซื้อเนื้อเพื่อประกอบกิจการร้านอาหารจะมากกว่าโรงแรมหรือรีสอร์ท ซึ่งร้านอาหารมีการลงทุนตั้งแต่ร้านขนาดเล็ก 5,000 บาท จนถึงมากกว่า 30,000 บาท โดยส่วนใหญ่ใช้ทุนของตนเองในการดำเนินการ ใช้เงินทุนหมุนเวียนแต่ละวันน้อยกว่า 5,000 บาท อาหารที่นิยมประกอบจากเนื้อโคคือคั้วกึ่ง หรือแกงแห้ง แกงกะทิ ราคาอาหารส่วนใหญ่จานละ 21-40 บาท รองลงมาราคา 41-60 บาท ซึ่งลูกค้าที่มาซื้อจะเป็นคนในท้องถิ่น ในการซื้อเนื้อสัตว์แต่ละครั้งส่วนใหญ่จะซื้อมากกว่า 500 บาท แต่จะซื้อเนื้อโคกระจายกันไปตั้งแต่ 200-300 บาท และมากกว่า 500 บาทก็มี คิดเป็นน้ำหนักประมาณ 2-4 กิโลกรัม มีบางร้านที่ซื้อมากกว่า 8 กิโลกรัม ส่วนใหญ่จะไปซื้อเนื้อด้วยตนเองจากตลาดสดในท้องถิ่นทุกวัน โดยเลือกชิ้นส่วนเนื้อสันในเนื้อสะโพก เนื้อสันนอก และเนื้อน่องมาประกอบอาหารตามลำดับ หากเป็นการซื้อผลิตภัณฑ์จากเนื้อจะเลือกซื้อลูกชิ้นมากที่สุด รองลงมาเป็นไส้กรอกและเนื้อเปรี้ยว การพิจารณาคุณภาพเนื้อจะให้ความสำคัญเรื่องความสดของเนื้อมาก่อน ส่วนความนุ่มและการตัดแต่งเนื้อโคจะให้ความสำคัญน้อยลงมา ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเนื้อโคก็เหมือนกับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่น คือความสดของเนื้อ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด รองลงมาคือความนุ่ม การตัดแต่งซาก และไขมันแทรก ส่วนในการจำหน่ายจะมีความสะอาดและถูกสุขลักษณะเป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ และสถานที่ขายที่หาง่ายและสะดวกในการซื้อ และมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของเนื้อ

เอกสารอ้างอิง

- จรัญ จันทลักษณ์. 2550. การเสวนาและวิพากษ์เชิงยุทธศาสตร์เรื่อง “โอกาสทางการตลาดเนื้อโคไทย” วันจันทร์ที่ 19 พฤศจิกายน 2550. ณ โรงแรมอมารี ดอนเมือง แอร์พอร์ต กรุงเทพฯ
- จรัญ จันทลักษณ์ ประเสริฐ เจริญแก้ว และบุญเหลือ เร่งศิริกุล. 2515. การผลิตโคเนื้อ. ภาควิชาสัตวบาล คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ.
- จดหมายข่าวธุรกิจ โคเนื้อ. 2550. บทนำการเสวนาและวิพากษ์เชิงยุทธศาสตร์เรื่อง “โอกาสทางการตลาดเนื้อโคไทย” วันจันทร์ที่ 19 พฤศจิกายน 2550. โรงแรมอมารี ดอนเมือง แอร์พอร์ต กรุงเทพฯ
- จุฑารัตน์ เศรษฐกุล. 2550. การเสวนาและวิพากษ์เชิงยุทธศาสตร์เรื่อง “โอกาสทางการตลาดเนื้อโคไทย” วันจันทร์ที่ 19 พฤศจิกายน 2550. ณ โรงแรมอมารี ดอนเมือง แอร์พอร์ต กรุงเทพฯ
- จุฑารัตน์ เศรษฐกุล. 2551. โคเนื้อกับโอกาสทางธุรกิจของเกษตรกร. การบรรยายการพัฒนาอย่างสมดุลและรอบด้านบนฐานความรู้ สกว. และ มรส. จังหวัดสุราษฎร์ธานี ระหว่างวันที่ 12-13 มิถุนายน 2551 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- จุฑารัตน์ เศรษฐกุล. 2552. “เนเชอรัลบีฟ...คุณค่าเนื้อโคจากวิถีเกษตรกรไทย” จดหมายข่าวธุรกิจเนื้อโค ปีที่ 2 ฉบับที่ 14 กันยายน-ตุลาคม 2552.
- จุฑารัตน์ เศรษฐกุล และญาณิน โอกาสพัฒนกิจ. 2548. คุณภาพเนื้อโคภายใต้ระบบการผลิตและการตลาดของประเทศไทย. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพฯ
- ญาณิน โอกาสพัฒนกิจ. 2551. โคเนื้อกับโอกาสทางธุรกิจของเกษตรกร. เอกสารการบรรยายการพัฒนาอย่างสมดุลและรอบด้านบนฐานความรู้ สกว. และ มรส. จังหวัดสุราษฎร์ธานี ระหว่างวันที่ 12-13 มิถุนายน 2551 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ธีรงค์ เมฆโหรา. 2550. ห่วงโซ่อุปทานโคเนื้อที่เสี่ยงในประเทศ เสวนาและวิพากษ์เชิงยุทธศาสตร์เรื่อง “โอกาสทางการตลาดเนื้อโคไทย” วันจันทร์ที่ 19 พฤศจิกายน 2550. โรงแรมอมารี ดอนเมือง แอร์พอร์ต กรุงเทพฯ
- ธีรงค์ เมฆโหรา. 2551. โคเนื้อกับโอกาสทางธุรกิจของเกษตรกร. การบรรยายการพัฒนาอย่างสมดุลและรอบด้านบนฐานความรู้ สกว. และ มรส. จังหวัดสุราษฎร์ธานี ระหว่างวันที่ 12-13 มิถุนายน 2551 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

- ธำรงค์ เมฆโหรา . 2552. การศึกษาระบบลอจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานของโคเนื้อในประเทศไทย. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีเนื้อสัตว์ครั้งที่ 1 “ห่วงโซ่คุณค่าเนื้อโคไทย” วันที่ 17-18 ธันวาคม 2552 ณ โรงแรมรามาร์คเด็นส์ คอนเมือง กรุงเทพฯ
- ธำรงค์ เมฆโหรา ปัญญา หมั่นเก็บ ประเมษฐ์ อิศวเรืองพิภพ และ วลัยลักษณ์ อัคริรวงศ์. 2551. การศึกษาระบบลอจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานของโคเนื้อในประเทศไทย. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- เบญจมาภรณ์ พิมพา โอภาส พิมพา และสาโรจน์ เรืองสุวรรณ 2551. ลักษณะทางกายภาพและทางเคมีของผลพลอยได้จากโรงงานน้ำมันปาล์มสำหรับเป็นอาหารสัตว์เคี้ยวเอื้อง. การสัมมนาวิชาการ ประจำปี 2552 คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น.
- ผกาพรรณ สกุดมัน จารุณี ปลงรัมย์ เปรมฤดี ศรีทัพไทย และปรีชา อินนุรักษ์. 2548. กลไกการตลาดหนังโคกระบือและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคา. อักษรสยามการพิมพ์ กรุงเทพฯ 82 หน้า
- ยอดชาย ทองไทยนันท์ 2547. การเลี้ยงโคเนื้อ. กลุ่มวิจัยและพัฒนาโคเนื้อ กองบำรุงพันธุ์สัตว์ กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรกรและสหกรณ์. 252 หน้า.
- ศรเทพ รัชวาสร. 2539. การเลี้ยงโคเนื้อแนวทางการพัฒนาอาชีพของเกษตรกร. ภาควิชาสัตวบาล. คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ.
- สวัสดิ์ ธรรมบุตร และวนิดา กำเนิดเพชร. 2542. การอนุรักษ์และพัฒนาสัตว์พื้นเมืองของกรมปศุสัตว์. โครงการวิจัยความหลากหลายทางชีวภาพด้านปศุสัตว์ 2542-2546 กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรฯ. 65 หน้า.
- สมพร ควลใหญ่ สุนทรินทร์ ควลใหญ่ และวรวิทย์ ชนสุนทรสุทธิ. 2551. โครงการวิจัยการผลิตเนื้อโคพื้นเมือง กรณีศึกษา จังหวัดอุบลราชธานีและยโสธร. จดหมายข่าวธุรกิจเนื้อโค ปีที่ 1 ฉบับที่ 6 มีนาคม 2551.
- สิทธิพร บุรณัญญ. 2552. โอกาสและความอยู่รอดของแบรนด์เนื้อโคไทย. จดหมายข่าวธุรกิจเนื้อโค ปีที่ 2 ฉบับที่ 11 มีนาคม-เมษายน 2552.
- สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานี. 2548. รายงานข้อมูลราคาสินค้าปศุสัตว์ที่เกษตรกรขายได้ ณ หน้าฟาร์ม และ จำนวนสัตว์ที่ถูกฆ่าสำนักงานปศุสัตว์จังหวัด สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานี.
- สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานี. 2550. รายงานข้อมูลราคาสินค้าปศุสัตว์ที่เกษตรกรขายได้ ณ หน้าฟาร์ม และ จำนวนสัตว์ที่ถูกฆ่าสำนักงานปศุสัตว์จังหวัด ศฐ.01/1

สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานี. 2551. รายงานผลการฉีดวัคซีนโรคปากและเท้าเปื่อย โรค
เฮโมรายิกเซฟติซิเมีย และการทำลายเชื้อโรคในพื้นที่เสี่ยง บันทึกข้อความที่ สฎ 0007/1395
วันที่ 13 สิงหาคม 2551 สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานี.

สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานี. 2552. รายงานข้อมูลราคาสินค้าปศุสัตว์ที่เกษตรกรขายได้
ณ หน้าฟาร์ม และ จำนวนสัตว์ที่ถูกฆ่าสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดตั้งแต่เดือน มกราคม -
ธันวาคม พ.ศ. 2552 สฎ.01/1

บุคลากรกรม

เกรียงศักดิ์ ช่วยอยู่ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 94 หมู่ 4 ต. ตลาดไชยา อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2552

โกมล ประดับ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 106 หมู่ 1 ต. ทรัพย์ทวี อ.บ้านนาเคิม จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2552

จรัญ ทองคำ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 131 หมู่ 6 ต. บางมะเดื่อ อ. พุนพิน จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2552

จิระยุทธ ใจดี ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 27/4 หมู่ 1 ต. กะแตะ อ. กาญจนดิษฐ์ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2552

จ่านง ปานแดง ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ - หมู่ 3 ต. พรายวาด อ.กาญจนดิษฐ์ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2552

ชอบ สันแจ่มใส ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 5 หมู่ 1 ต. พระแสง อ. ตาขุน จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2552

ชัยชนะ วงศ์วานิช ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 130 ต. นาสาร อ.นาสาร จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่
25 มีนาคม 2552

ณรงค์ ไพศิลปี ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 33 หมู่ 9 ต. ถ้ำสิงขอน อ.คีรีรีตน์นิคม จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2552

คุณิต จันทนกุล ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 83 หมู่ 5 ต. อรัญคามวารี อ.เคียนซา จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2552

ทศพล บัวแรม ให้สัมภาษณ์ ณ ต. ควรรุปรณ อ. บ้านนาสาร จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่
15 สิงหาคม 2552

ธนิต กัตถุชสิทธิ์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 17 หมู่ 7 ต. ชุนทะเล อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2552

ธนะ สุชี ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 12 ต. บ้านส้อง อ.เวียงสระ จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่
20 มีนาคม 2552

ธีรศักดิ์ ศักดา ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 94/1 หมู่ 4 ต. บางอน อ. พุนพิน จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2552

นิกร วิชัยดิษฐ์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 1/8 ต. ลำพูน อ.นาสาร จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่ 15
สิงหาคม 2552

บุคลากรกรม (ต่อ)

- นิโชติ อินทรिता ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 113/3 หมู่ 6 ต. บ้านสีอง อ.เวียงสระ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2552
- นิพนธ์ พิมพ์รักษ์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 57/3 หมู่ 3 ต. มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2552
- นิวัช พุฒทอง ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 57/1 หมู่ 3 ต. ท่าเรือ อ.บ้านนาเดิม จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2552
- นิวัต พุทธทอง ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 57/1 หมู่ 3 ต. ท่าเรือ อ.บ้านนาเดิม จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2552
- ประพันธ์ โด๊ะบาย ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 193 ต. มะขามเตี้ย อ. เมือง จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2552
- ประยุทธ ผ่องแก้ว ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 42/2 หมู่ 9 ต. กรูด อ.กาญจนดิษฐ์ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2552
- ประยูร ไชยจันทร์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 2 หมู่ 4 ต. ชลคราม อ. คอนสัก จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2552
- ประวิท วรรณดี ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 127 หมู่ 5 ต. หนองไทร อ.พุนพิน จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2552
- ปรีชา ชูบ่อฝ้าย ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 3 หมู่ 4 ต. ประสงค์ อ.ท่าชนะ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2552
- ปรีชา พิพิง ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 48 หมู่ 2 ต. บ้านยาง อ.คีรีรีตน์นิคม จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2552
- พยุช นรินทร์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 1/9 หมู่ 6 ต. บ้านสีอง อ.เวียงสระ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2552
- พงศ์ศักดิ์ แก่นเพชร ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 31 หมู่ 2 ต. พุนพิน อ.พุนพิน จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2552
- พงศกร เพชรสถิต ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 88 หมู่ 6 ต. พรุไทย อ.บ้านตาขุน จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2552
- พงษ์สรร ลี้มกรองแก้ว ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่- ต. สุบรรณ อ.นาสาร จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่
3 สิงหาคม 2552

บุคลากร (ต่อ)

- ไพศาล ประเสริฐ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 108 หมู่ 6 ต. บ้านส้อง อ.เวียงสระ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2552
- ไพโรจน์ รัศมีพันธ์พงศ์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 89 หมู่ 5 ต. หนองไทร อ.พุนพิน
จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2552
- พุทธพร โชติสิงห์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 116 หมู่ 5 ต. พุงกง อ.กาญจนดิษฐ์ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2552
- ภักดี ชูหนู ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 47 หมู่ 7 ต. บ้านยาง อ.คีรีรีตน์นิคม จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2552
- ภักดี หอยขาว ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 1/13 หมู่ 6 ต. บ้านส้อง อ.เวียงสระ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2552
- รัฐกิจ เวชกุล ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 89 หมู่ 1 ต. พังรัก อ.กาญจนดิษฐ์ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2552
- ระยะ วารวินิช ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 91/3 หมู่ 1 ต. ท่าข้าม อ.พุนพิน จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2552
- วิจิตต์ คำแป้น ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 76 หมู่ 6 ต. วัดประดู่ อ. เมือง จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่
5 พฤษภาคม 2552
- วิชาญ ชัยนาเคนทร์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 190 ต. ตะกูนี้อ อ. วิภาวดี จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2552
- วินัย ประดับ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 31 หมู่ 1 ต. ทรัพย์ทวี อ.บ้านนาเคิม จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2552
- วิวัฒน์ เรืองตระกูล ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 1/51 หมู่ 6 ต. มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2552
- วิศานต์ เต็มศรีภักดิ์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 132 หมู่ 2 ต. กะแดะ อ.กาญจนดิษฐ์
จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2552
- วีรวุฒิ คาชนมาก ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 15 หมู่ 1 ต. ท่าข้าม อ.พุนพิน จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2552

นุคลานุกรม (ต่อ)

- วีรศักดิ์ บัวพิข ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 25 หมู่ 5 ต. ตะเคียนทอง อ. กาญจนดิษฐ์
จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2552
- สุภชัย ศิวายพราหมณ์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 183/14 หมู่ 1 ต. ตลาดไชยา อ. ไชยา
จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2552
- สยาม ชูพนม ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 10 หมู่ 10 ต. พนม อ. พนม จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่ 14
กรกฎาคม 2552
- สมคิด พรหมฤทธิ์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 107 หมู่ 3 ต. ไทรโสภา อ.พระแสง จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2552
- สมชาย คงเจริญ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 8 ต. บ้านเสร็จ อ.เคียนซา จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่
30 เมษายน 2552
- สมพร บวรสุวรรณ ให้สัมภาษณ์ ณ หมู่บ้านเพชริน อ.นาสาร จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม
2552
- สมศักดิ์ ขุนทอง ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่- ต. นาสาร อ.นาสาร จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่
5 สิงหาคม 2552
- สมศักดิ์ รัตนุปกรณ์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 18 หมู่ 5 ต. หนองไทร อ.พุนพิน จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2552
- สำรวม ชูประเสริฐ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 117 หมู่ 6 ต. บ้านยาง อ.คีรีรีตน์นิคม
จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2552
- สุขสวัสดิ์ จิตราภิรม ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 71/1 หมู่ 10 ต. บางอน อ.พุนพิน จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2552
- สุชาติ พรหมเลิศ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 281 หมู่ 6 ต. บ้านส้อง อ.เวียงสระ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2552
- สุเทพ พิษผล ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 28 หมู่ 7 ต. บ้านยาง อ.คีรีรีตน์นิคม จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อ
วันที่ 6 พฤษภาคม 2552
- สุธรรม ฤกษ์เกิด ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 116 หมู่ 6 ต. บ้านยาง อ.คีรีรีตน์นิคม จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2552
- สุวรรณ ศรีเรือง ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 122 หมู่ 5 ต. หนองไทร อ.พุนพิน จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2552

บุคลากรกรม (ต่อ)

- สุนทร นามนึ่ง ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 205 หมู่ 8 ต. มะขามเตี้ย อ. เมือง จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2552
- สุนทร สิทธิรักษ์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 309/1 หมู่ 6 ต. บ้านส้อง อ.เวียงสระ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2552
- สุนทร เนตรอนันต์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 65 หมู่ 5 ต. กรูด อ.กาญจนดิษฐ์ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2552
- สุพฒชัย ระวิวงศ์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 97 หมู่ 13 ต. บ้านส้อง อ.เวียงสระ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2552
- โสภณ มีแสง ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 88 หมู่ 6 ต. บ้านส้อง อ.เวียงสระ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2552
- โสภณ ศรีพิทักษ์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 4 หมู่ 1 ต. ท่าข้าม อ.พุนพิน จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่
2 มิถุนายน 2552
- อนุสรณ์ บุญชู ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 75 หมู่ 4 ต. ทรัพย์ทวี อ.บ้านนาเค็ม จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2552
- อภิรักษ์ ไกรวงศ์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 5 หมู่ 7 ต. บ้านยาง อ.คีรีรีดน์นิคม จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2552
- อภิสิทธิ์ ศรีภักดี ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 100 หมู่ 4 ต. ควนสุบรรณ อ.นาสาร จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2552
- อรุณ จิตราภิรมย์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 37 หมู่ 1 ต. ทรัพย์ทวี อ.บ้านนาเค็ม จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2552
- เอกชัย หิรัญกาญจน์ ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 64 หมู่ 5 ต. เขาถ่าน อ.ท่าฉาง จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2552
- อาวุธ สุทธิเกิด ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 98 หมู่ที่ 4 ต. ชัยบุรี อ. ชัยบุรี จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่
7 กันยายน 2552
- อุคร เกิดขาว ให้สัมภาษณ์ ณ บ้านเลขที่ 114 หมู่ 6 ต. บ้านส้อง อ.เวียงสระ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2552

บุคคลานุกรม (ต่อ)

อำนาจ สาทิ ให้สัมภษณ์ ณ บ้านเลขที่ 94 หมู่ 4 ต. ตลาดไชยา อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่
23 มิถุนายน 2552

เอื้อ แก้วงาม ให้สัมภษณ์ ณ บ้านเลขที่ 1/6 หมู่ 6 ต. บ้านส้อง อ.เวียงสระ จ.สุราษฎร์ธานี
เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2552

ภาคผนวก

รายชื่อโรงแรม

ลำดับ	ชื่อโรงแรม ในอำเภอเมือง สุราษฎร์ธานี	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์	Fax
1	บ้านคอน ไคมอนด์	268/2 ถ.หน้าเมือง อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000 83/27 หมู่ 2 ถ.ศรีวิชัย ต.มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์	0-7727-2167 0-7720-5333-	
2	พลาซ่า	ธานี 84000	0-7727-	0-7720-5352
3	แกรนด์ ซิตี้ แกรนด์	428/6-10 ถ.หน้าเมือง ต.ตลาด อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000	2560,0-7727- 2960	0-7727-2560
4	เสวตักษณ์	99/99 ถ.กาญจนวิถี ต.บางกุ้ง อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000	0-7721-3700- 30	0-7721-3735- 6
5	อินทาวน์	276/1 ถ.หน้าเมือง อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000	0-7721-0145- 47	0-7721-0422
6	ผ่านฟ้า	247/3 ถ.หน้าเมือง อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000	0-7727-2287- 8	
7	เพลินเพชร	112/26 ถ.คอนนงค ต.มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000	2910,0-7727- 3297	0-7727-3584- 0-7722-2071
8	ราชธานี	293/96-98 ตลาดเกษตร 1 ถ.ตลาดใหม่ ต.ตลาด อ.เมือง จ. สุราษฎร์ธานี 84000	5,0-7727- 2143	0-7728-7638
9	ริเวอร์วิว	44/5 หมู่ 2 ถ.ศรีวิชัย ต.มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000	0-7722-0065- 7	0-7722-0068

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์	Fax
	เอส.เอ. เกสท์			
10	เฮ้าส์	157/8 ถ.ตลาดใหม่ ต.ตลาด อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000	0-7721-0415	
	เอส.อาร์. สุ	1/69 หมู่3 ถ.ศรีวิชัย ต.มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี	0-7727-5064-	
11	ราษฎร์ธานี	84000	6	0-7722-1958
			0-7728-	
			8791,0-7721-	
12	สมาภรณ์	100 ถ.หน้าเมือง ต.ตลาด อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000	0188-9	0-7721-0446
13	เสรี	2/2-5 ถ.ตันโพธิ์ ต.ตลาด อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000	0-7727-2279	
			0-7727-3081-	
14	สยามธานี	180 ถ.ศรีวิชัย ต.มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000	5	0-7728-2169
		1/44 ถ.คอกนก ต.มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี	0-7727-3740-	
15	สยามธารา	84000	3	0-7728-7185
	เซาท์เทิร์น		0-7721-6414-	0-7721-6427-
16	สตาร์	253 ถ.ชนเกษม ต.ตลาด อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000	24	8
17	สุราษฎร์	496 ถ.หน้าเมือง ต.ตลาด อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000	0-7727-2505	
			0-7727-	
		442/306-8 ถ.ตลาดใหม่ ต.ตลาด อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี	3586,0-7727-	
18	ไทยธานี	84000	2977	0-7728-6129
		191-199 ถ.มิตรเกษม ต.ตลาด อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี	0-7728-6351-	
19	ไทยรุ่งเรือง	84000	2	0-7728-6353
			0-7728-3020-	
20	วังใต้	1 ถ.ตลาดใหม่ ต.ตลาด อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000	30	0-7728-1007

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์	Fax
	ในอำเภอ			
	บ้านนาสาร			
	อุทยานแห่งชาติใต้	ถ.นาสารบ้านคอน ต.นาสาร อ.บ้านนาสาร จ.สุราษฎร์ธานี 84120	0-7734-4633,0-7729-9214	
21	ร่วมเย็น	ธานี 84120	9214	
	โรงแรมในอำเภอบ้านตาขุน			
	บ้านพักเขื่อน		0-7724-2560-	0-7724-2560
22	รัชชประภา	53 หมู่ 3 ต.เขาพัง อ.บ้านตาขุน จ.สุราษฎร์ธานี 54230	1	Ext.203
23	พี่น้องห้าดาว	30 หมู่ 3 ต.เขาวง อ.บ้านตาขุน จ.สุราษฎร์ธานี 84230	0-7726-1192	
	โรงแรมในอำเภอไชยา			
	แหลมทอง		0-7728-	
	การ์เด็นท์	164 หมู่ 5 แหลมทองกลาง ต.พุมเรียง อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี 84110	0669,08-	
24	ซีฟู้ด	ธานี 84110	1396-0011	
	เพื่อนเดินทาง		0-7743-	
	ร้านอาหาร	15/1 หมู่ 6 ถ.สายเอเชีย ต.เลม็ดอ อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี 84110	1559,0-7743-	
25	และรีสอร์ท	84110	1767	
	รุ่งอรุณ รี		0-7727-	
	รีสอร์ท	112 หมู่ 5 ต.พุมเรียง อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี 84110	0276,08-	
26			1272-0628	
	โรงแรมในอำเภอเกาะพะงัน			
			0-7745-	
		1 หมู่ 1 หาดทรายรี ต.เกาะเต่า อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี 84280	6197,0-7745-	
27	เอซี รีสอร์ท	ธานี 84280	6133	0-7745-6034

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์	Fax
28	อ่าวลึก รีสอร์ท	34 หมู่ 3 ต.เกาะเต่า อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี 84280	0-7745-6692 0-7723- 8599,0-7744-	
	บ้าน ปานบุรี			
29	วิลเลจ	7/8 หมู่ 5 ต.บ้านใต้ อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี 84280	5075 0-7745-	0-7744-5076
		1/4 หมู่ 2 บ้านแม่หาด ต.เกาะเต่า อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี 84280	6201,08-	
30	บ้านเต่า		9873-4534 0-7737-	0-7745-6201
	บ้านค่าย ออ		5156,08-	
31	คิต รีสอร์ท	118 หมู่ 4 ต.บ้านใต้ อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี 84280	1597-6726 0-7745- 6290,08-	0-7737-5156
32	บีกพีช รีสอร์ท บีกบับเบิ้ล ไคฟี่ริง	46/2 หมู่ 3 ต.เกาะเต่า อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี 84280	9874-3262 0-7745-6669-	0-7745-6290
33	บังกะโล	27 หมู่ 3 ต.เกาะเต่า อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี 84280	70	07745-6670
		3/2 หมู่ 1 หาดทรายรี ต.เกาะเต่า อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี 84280		
34	บิงโก บังกะโล		0-7745-6172 0-7737-	
	แบล็ค แอนด์ ไวท์ บังกะโล	110/2 หมู่ 6 ต.บ้านใต้ อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี 84280	5469,0-7737- 5187 0-7737-5557-	0-7737-5186
35	บลู ฮิลล์ รี สอร์ท	117/9 หมู่ 6 หาดรีนโน อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี 84280	9,08-1817- 4746	0-7737-5560
36	บลู วิน รีสอร์ท	14/2 หมู่ 1 ต.เกาะเต่า อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี 84280	0-7745-6116 0-7723-	0-7745-6604
	บุมคาเฟ่	32 หมู่ 4 หาดบ้านค่าย ต.เกาะเต่า อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี 84280	8318,08- 1979-3814	
38	บังกะโล			

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์	Fax
			0-7745-	
39	โบทอง บีช ซี.เอฟ.ที	15/2 หมู่ 1 หาดทรายรี ต.เกาะเต่า อ.เกาะพะงัน จ.สุ ราษฎร์ธานี 84280	6351,0-7745- 6731	
40	บังกะโล คาราบาว ไคฟ	31 หมู่ 1 หาดทรายรี ต.เกาะเต่า อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ ธานี 84280	0-7745-6730	
41	ริสอร์ท	50/1 หมู่ 3 หาดโกลกบ้านเก่า ต.เกาะเต่า อ.เกาะพะงัน จ.สุ ราษฎร์ธานี 84280	0-7745-6402-	
			3	0-7745-6402
			0-7744-	
	เซ็นทรัล คอท		5128,0-7744-	
42	เลจ ริสอร์ท	6/3 หมู่ 5 ต.บ้านใต้ อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี 84280	5031	0-7744-5032
43	ชา บังกะโล	33 หมู่ 2 หาดทรายขาว ต.เกาะเต่า อ.เกาะพะงัน จ.สุ ราษฎร์ธานี 84280	0-7745-6450	
44	โกลกหล้า เบย์ ริสอร์ท	68/1 หมู่ 7 อ่าวโกลกหล้า ต.เกาะพะงัน อ.เกาะพะงัน จ.สุ ราษฎร์ธานี 84280	0-7737-4147-	
			8	0-7737-4222
			0-7745-	
45	ชไมพร เกสต์ เฮ้าส์	1/11 หมู่ 2 บ้านแม่หาด ต.เกาะเต่า อ.เกาะพะงัน จ.สุ ราษฎร์ธานี 84280	6170,0-7745-	
46	ชาร์ม บีช รี สอร์ท	101/2 หมู่ 2 ต.เกาะพะงัน อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี 84280	6555	0-7745-6170
			0-7737-7165	0-7737-7176
			0-7745-	
47	คอรัล วิวไคฟ ริสอร์ท	50 หมู่ 3 หาดทรายแดง ต.เกาะเต่า อ.เกาะพะงัน จ.สุ ราษฎร์ธานี 84280	6058,08-	
			1970-0378	0-7745-6497