

ประเทศไทยสู่ประเทศลาว

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์หลักของการวิจัยคือการศึกษาระบบการผลิต โครงสร้างต้นทุนและ
ประเทศไทยสู่ประเทศลาว ใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้เลี้ยงโค
จังหวัดหนองคายเป็นส่วนใหญ่ และบางส่วน และข้อมูลผู้รวบรวมโคมีชีวิต และผู้ค้าโคชำแหละ จำนวน 25
ครัวเรือน ทำการเก็บตัวอย่างเลือดและมูลโคไทยและโคลาว จำนวน 44
ตัวอย่าง เพื่อนำไปวิเคราะห์หาปริมาณและชนิดพยาธิภายในที่พบ รวมทั้งค่าทางชีวเคมีบาง
ประการ การวิเคราะห์ข้อมูลมีการแบ่ง และแบ่งตามชนิดของพันธุ์โค (และลูกผสมบราห์มัน, ชาร์โรเลส
ใช้วิธีการวิเคราะห์ต้นทุนการเลี้ยงโคเนื้อ 2 วิธี คือ การคำนวณต้นทุนการผลิต
(total cost) และต้นทุนเงินสด (cash basis cost) โดยไม่คำนึงถึงค่าเสียโอกาสของ
เกษตรกรที่ใช้แรงงานในการเลี้ยงโคเนื้อ

การศึกษา พบว่า ระบบการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรไทยเป็นแบบผสมผสานกับการ
8.48 ตัวต่อครัวเรือน มีต้นทุนทั้งหมด การผลิตโคเนื้อต่อ
1 กิโลกรัม เท่ากับ 23.64 บาท ประกอบด้วยต้นทุนพ่อแม่พันธุ์ ร้อยละ 49.5
ต้นทุนคงที่ ร้อยละ 6.9 และ ต้นทุนผันแปร ร้อยละ 43.6 ต้นทุนเงินสด การผลิตโคเนื้อต่อ
1 กิโลกรัม เท่ากับ 18.83 บาท ประกอบด้วยต้นทุนพ่อแม่พันธุ์ ร้อยละ 60.0
ต้นทุนคงที่ ร้อยละ 8.4 และ ต้นทุนผันแปร ร้อยละ 31.6 ต้นทุนทั้งหมดต่อกิโลกรัม เท่ากับ 30.94 บาท ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนพ่อแม่พันธุ์
ร้อยละ 50.7 ต้นทุนคงที่ ร้อยละ 1.8 และ ต้นทุนผันแปร ร้อยละ 47.5 ต้นทุนเงินสดต่อกิโลกรัม
เท่ากับ 17.56 บาท ประกอบด้วยต้นทุนพ่อแม่พันธุ์ ร้อยละ 73.8 ต้นทุนคงที่ ร้อยละ 2.6
ต้นทุนผันแปร ร้อยละ 23.6 ส่วนต้นทุนทั้งหมดและต้นทุนเงินสดของเกษตรกรที่เลี้ยงโคจำนวน 1-5
ตัวมีต้นทุนต่อ (29.54 บาท) (24.87 บาท) (6-15 ตัว และมากกว่า 15 ตัว) สำหรับต้นทุนทั้งหมดและ

ต้นทุนเงินสดของการเลี้ยงโคพื้นเมืองมีต้นทุนต่อ  ()  (21.90  16.99 )  ลูกผสมบราห์มัน (24.63  19.90 )  ชาร์โรเลส์ (26.91  26.84 )  (34.27  27.51 )

[illegible]

เมื่อพิจารณาถึงห่วงโซ่มูลค่าโคเนื้อ (คำนวณจากโคทุกพันธุ์) พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ มีต้นทุน 23.64 บาท (พันธุ์ 11.69 บาท ต้นทุน 11.95 บาท) โดยมีรายได้จากการจำหน่ายโคเนื้อ 40.58 บาทต่อตัว 16.94 บาทต่อกิโลกรัม ในขณะที่ผู้รวบรวมโคมีชีวิตมีต้นทุนการตลาด 3.62 บาทต่อตัว และมีรายได้จากการจำหน่ายโคเนื้อ 51.11 บาทต่อกิโลกรัม 6.91 บาทต่อตัว ส่วนผู้ค้าโคชำแหละมีต้นทุนการตลาด 4.96 บาทต่อกิโลกรัม และมีรายได้จากการจำหน่ายโคเนื้อ 65.03 บาทต่อกิโลกรัม 8.96 บาทต่อกิโลกรัม การกระจายผลประโยชน์ ต้นทุนของโคเนื้อ ในส่วนของ 51.63 บาท (ร้อยละ 27.31 13.78) ผู้รวบรวมโคมีชีวิต (ร้อยละ 21.06 10.62) 49.55 บาทต่อตัว 50.45 บาทต่อกิโลกรัม

ปัญหาด้านการผลิตของผู้เลี้ยงโคนม ได้แก่ ปัญหาของเกษตรกรรายผู้
ได้แก่ ปัญหาของเกษตรกรรายผู้
ได้แก่ ปัญหาของเกษตรกรรายผู้
ได้แก่ ปัญหาของเกษตรกรรายผู้
ได้แก่ ปัญหาของเกษตรกรรายผู้

พบว่ามี 2 กลุ่ม
แตกต่างกัน ค่า creatinine
(CRT) ระดับของเอ็นไซม์ aspartate aminotransferase (AST)

Production and Marketing of Beef Cattle Situated Alongside of Thai and Lao Northeast Borders

ABSTRACT

The study was conducted to investigate production, cost structures, and marketing systems of beef cattle raised by smallholders situated alongside of the northeast borders of Thailand to Lao PDR. Three hundred eleven households of beef producer (n=286), beef cattle collector and slaughter merchant (n=25) were purposively randomized to be interviewed in this study. Data collections, using questionnaire, were mostly done in Nong Khai province. Data collections were also partially done in Loei, Nakhon Phanom, and Mukdahan provinces, Thailand and in districts of Vientiane Capital, Lao PDR, (Hadxayfong and Pakngum). Blood and fecal samples (n=44) from Thai and Lao native beef cattle were collected to quantitatively identify type of internal parasite and some blood metabolites. Data analyses were classified by number of beef cattle raised (1-5, 6-15, and >15 heads) and classified by breeds (Native, Brahman Crossbred, Charolais Crossbred, and Indu-Brazil). Total cost of production and cash basis cost (regardless of labor household opportunity cost) were used to evaluate cost structure of beef production.

The results showed that beef cattle production system of Thai smallholder farmers was predominantly integrated with rice production. The average number of beef per household was 8.48 heads. Total unit cost of beef production (/kg of live weight) was evaluated primarily on accounting basis which was 23.64 Bahts and it consisted of breeding stock (49.5%), fixed cost (6.9%), and variable cost (43.6%). Regardless of opportunity labor cost, cash basis cost of beef production (/kg of live weight) was 18.83 Bahts and it was comprised of breeding stock (60.0%), fixed cost (8.4%), and variable cost (31.6 %). The average number of beef per household of Lao farmers was 7.28 heads and total unit cost of beef production (/kg live weight) was 30.94 Bahts which consisted of breeding stock (50.7%), fixed cost (1.8%), and variable cost (47.5%) whereas cash basis cost of beef production (/kg) was 17.56 Bahts. Total and cash basis

costs of beef production were greatest in farm size of 1-5 heads (29.54 and 24.87 Bahts) compared to the larger farm sizes.

Regardless to farm size, Thai-native beef cattle had the lowest total and cash basis costs (21.90 and 16.99 Bahts) compared to Brahman crossbred (24.63 and 19.90 Bahts), Charolais crossbred (26.91 and 26.84 Bahts) and Indu-Brazil (34.27 and 27.51 Bahts), respectively.

Marketing channel was mainly traded between farmer and local collector (88%) at owner farm. Some trading among producers were taken place at the village without the local collector (4%) or producers sold their cattle to the local beef cattle market (3%) or to the beef cooperative (3%) or sold to the slaughter house (2%). The sources of beef cattle distributed in market were also come from the merchant of the northern part of Thailand and from the local beef cattle market. There were some beef cattle trading from Nong Khai to Lao PDR mostly among relative families of both countries.

Based on the value chain (analysis of all breeds), as shown above, the total cost of beef producer was 23.64 Bahts/kg (breeding stock and operation cost were 11.69 and 11.95 Bahts/kg, respectively). Income from beef cattle sale was 40.58 Bahts/kg and thus the profit made of the farmer was 16.94 Bahts/kg. The marketing cost and income of the beef collector were 3.62 and 51.11 Bahts/kg and thus the profit was 6.91 Bahts/kg. While the marketing cost and the income of the beef merchant were 4.96 and 65.03 Bahts/kg and thus the profit was 8.96 Bahts/kg. The share of profit and marketing margin were greatest in the beef producer (51.63 and 26.05%), following by the beef merchant (27.31 and 13.78%), and the beef cattle collector (21.06 and 10.62%). Taken together, the proportions (percentage) of marketing margin and marketing cost were 49.55 and 50.45, respectively.

The most problems of beef production for Thai smallholders were a big fall of beef price and lacking of roughage and raising area. The most problems of beef

production for Lao smallholders were disease and lacking of raising area. Nematode and Trematode internal parasites were observed in both Thai and Lao native beef cattle. Biochemical values, indicators of physiological function, i.e., plasma creatinine (CRT), aspartate aminotransferase (AST), and blood urea nitrogen (BUN) were in a normal range and were not significantly different. Therefore, both Thai and Lao native beef cattle were not affected on beef consumers and related stakeholders.

Suggestions, obtained from the study, could be summarized as follows:

(1) Thai-native beef cattle should be promoted for smallholder farmer by the government due to the lowest cost of production compared to the others breed.

(2) Farm size of 6-15 heads should be promoted due to the lower cost of production compared to 1-5 heads farm size. However, household labor, raising area and market channel availability should be considered.

(3) The smallholders (1-5 heads farm size) should be supported by the related organization, e.g. Department of Livestock Development (DLD) and Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) etc. in order to reduce cost of production.

(4) Agricultural land use of four provinces should be promoted for appropriate area of beef production, e.g. Nakhon Phanom province, was mainly as paddy field, corn, and fertile forest. Thus, it was appropriate for beef production as well as Loei and Mukdahan provinces. On the other hand, agricultural land of Nong Khai province was largely crop and Para rubber. Flood is also the major problem of Nong Khai. Thus, this area was less appropriate for beef cattle production than the others province in this study.

(5) Support and development of value added creation and economic justice in beef production and marketing throughout the value chain, especially for the beef cattle smallholder farmer.

Keywords: Production, Marketing, Beef cattle, Smallholder farmer, The Northeast Borders