

โอกาสทางการตลาด: โคนมเพศผู้และโคนมคัดทิ้งเพื่อทดแทนเนื้อโคขุนคุณภาพ

สรรเพชญ อังกิติตระกูล¹ ชัยวัฒน์ จรัสแสง¹ เสรี แข็งแอ¹ อติศักดิ์ สังข์แก้ว¹ ศิวาพร ฟองทอง²

บทคัดย่อ

ระหว่างเดือนเมษายนถึงพฤศจิกายน 2556 ทำการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิและแบบหัตถภูมิ จากสหกรณ์โคนมและศูนย์รวบรวมน้ำดิบในเขตพื้นที่ที่มีการเลี้ยงโคนมของในประเทศไทย ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเกษตรกรที่มีการเลี้ยงลูกโคนมเพศผู้ เพื่อทำการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ของการเลี้ยงลูกโคนมเพศผู้เพื่อขุนเป็นโคเนื้อ ได้แก่ เชียงใหม่ สระบุรี สระแก้ว ขอนแก่น นครราชสีมา ชัยภูมิ อุดรธานี หนองบัวลำภู บุรีรัมย์ สุรินทร์ และประจวบคีรีขันธ์ ผลจากการศึกษาพบว่า จังหวัดที่มีการเลี้ยงโคนมกันมาก ได้แก่ สระบุรี ลพบุรี นครราชสีมา ราชบุรี สระแก้ว และเชียงใหม่ อย่างไรก็ตาม ฟาร์มโคนมส่วนมากไม่นิยมเลี้ยงลูกโคนมเพศผู้เพื่อขุนเป็นโคเนื้อ เนื่องจากเป็นภาระในการเลี้ยงดูและไม่คุ้มค่า มีเพียงฟาร์มโชคชัยและฟาร์มคุ้มเจริญในจังหวัดนครราชสีมา รวมถึงกลุ่มเกษตรกรที่หมู่บ้านหลังเขา ตำบลมวกเหล็ก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีที่มีการเลี้ยงอย่างจริงจัง ส่วนฟาร์มโคนมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมีการเลี้ยงประมาณ 1-2 ตัวต่อฟาร์มเพื่อเป็นเงินออม โดยเฉพาะในภาวะที่เนื้อโคมีราคาสูงในปัจจุบันเท่านั้น

การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเกษตรกรผู้เลี้ยงลูกโคนมเพศผู้ เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลของการเลี้ยงลูกโคนมเพศผู้ รูปแบบการเลี้ยง การให้อาหารสัตว์ ระยะเวลาในการเลี้ยง รูปแบบการขาย ทั้งในส่วนของรายได้คือ ขนาดโคนมเพศผู้ที่ขายออก จำนวนเดือนที่เลี้ยงขุน จำนวนที่ขายได้ และรายรับต่อตัว ร่วมกับข้อมูลด้านต้นทุนคือ ที่ดิน โรงเรือน ค่าลูกโคนมเพศผู้ ค่าอาหาร ค่าแรงงาน ค่าวัคซีนและยารักษาโรค เป็นต้น จากนั้นทำการวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุนของการเลี้ยงโคนมเพศผู้ พบว่าจุดคุ้มทุนของเกษตรกรที่เลี้ยงลูกโคนมเพศผู้เพื่อขุนเป็นโคเนื้อจากฟาร์มขนาดเล็กมีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 5 ตัว หมายความว่า ในแต่ละปีเกษตรกรต้องเลี้ยงลูกโคนมเพศผู้มากกว่า 5 ตัวในระยะเวลา 7 เดือน จะมีกำไรประมาณ 530 บาทต่อตัว สำหรับการเลี้ยงลูกโคนมเพศผู้ในระบบฟาร์มขนาดกลาง-ใหญ่ พบว่ามีจุดคุ้มทุนที่ 9 ตัว นั่นคือทางฟาร์มมีกำไรเมื่อเลี้ยงโคนมเพศผู้มากกว่า 9 ตัวขึ้นไปในระยะเวลา 15 เดือน โดยมีกำไรต่อตัว 10,994 บาทต่อตัว

คำสำคัญ: โอกาสทางการตลาด โคนมเพศผู้ โคนมคัดทิ้ง เนื้อโคขุนคุณภาพ

1 คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40002

2 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40002

Marketing Chance: Male and Culling Dairy Cow for compensate Quality of Beef

Sunpetch Angkititrakul¹ Chaiwat Jarasseang¹ Seri Kang-air¹ Adisak Sungkeaw¹ Siwaporn Fongthong²

Abstract

During April to November 2013, primary and secondary data collection was performed at dairy cooperatives and milk collecting stations locating in the dairy cattle raising areas in many provinces of Thailand, including Chiang Mai, Saraburi, Srakaew, Khon Kaen, Nakornratchasima, Chaiyapoom, Udonthani, Nongbualampu, Buriram Surin and prachuapkhirikhan. In-depth interviewing with the farmers raising male dairy calves was also conducted in the provinces with high number of cattle, such as Saraburi, Lopburi, Nakornratchasima, Ratchaburi Srakaew and Chiang Mai. The data were analyzed for the economical feasibility of fattening male dairy calves. In general, because it is laborious and unworthy enough, most farmers rarely fatten male dairy newborns, except those of Chokchai Farm, Kumchareon Farm and groups of farmers in Mooban Langkhao, Tambon Muaklek, Amphur Muaklek, Saraburi. Dairy farmers of the northeastern provinces may keep 1-2 male dairy cattle per farm with a purpose of money saving of which the animal will be sold off in a high price as in present.

The economical feasibility was conducted through the in-depth interviewing with the farmers who are raising male dairy cattle. Information regarding the reason, raising pattern, feeding, raising duration and selling pattern was collected. The income was calculated from selling of the newborn, months of fattening, number of cattle and income per cattle. The cost was derived from land use, cattle house, cost of the newborn, feed, labor, vaccines and medication, etc. The breakeven analysis could show that the breakeven point for small farm is to fatten 5 male dairy cattle for 7 months to gain a benefit in the amount of 530 Baht per animal. But for the medium and large farms, farmers have to fatten 9 cattle for 15 months to gain 10,994 Baht per animal.

Keywords: Marketing Chance, Male Dairy Cow, Culling Dairy Cow, Quality of Beef

1 Faculty of Veterinary Medicine, Khon Kaen University, Khon Kaen 40002, Thailand

2 Faculty of Business Management, Khon Kaen University, Khon Kaen 40002, Thailand