

การศึกษาการผลิตและการตลาดโคเนื้อเพื่อยกระดับสู่การเกษตรมูลค่าสูง Study of Beef Production and Marketing to Upgrade to High Value Agriculture

สุกัญญา ชาญเขียว¹, กิระลักษณ์ ชุติกานุกุลศิริ², ฉัตริน ช่อนกลิ่น³, สุรเกียรติ์ ปริชาตินนท์^{4*},
กมลทิพย์ ปริชาตินนท์⁵, และ ภรณ์ หลาวทอง⁶

Sukanya Chancheaw¹, Kiralak Chutikarnkulnsiri², Chattarin Sonklin³,
Surakiat Parichatnon^{4*}, Kamonthip Parichatnon⁵, and Poranee Loatong⁶

¹⁻⁴คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์; Faculty of Management
Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Thailand.

*Corresponding Author; e-mail : sukanya.cc@ramuti.ac.th, surakiat.parichatnon@gmail.com

Received : October 20, 2024; Revised November 14, 2024; Accepted : November 15, 2024

บทคัดย่อ (Abstract)

“โคเนื้อ” เป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีมูลค่าการส่งออกไม่สูงเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมทางการเกษตรประเภทอื่นๆ แต่ตลาดการบริโภคในไทยก็นับว่ากำลังคึกคัก บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการผลิตและการตลาดโคเนื้อเพื่อเป็นแนวทางในการยกระดับเกษตรมูลค่าสูงในอุตสาหกรรมโคเนื้อเพื่อเป็นการสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมโคเนื้อ จากการสืบค้นงานวิจัย บทความ และนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการตลาดในอุตสาหกรรมโคเนื้อ จะพบการบริหารจัดการและการไหลเวียนของระบบในรูปแบบของ ห่วงโซ่อุปทาน 3 ระดับคือ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ และมีระบบการบริหารโลจิสติกส์ ภายใต้อุตสาหกรรม 3 ประเด็นคือการจัดส่งวัตถุดิบ การผลิต และการกระจายสินค้า โดยมุ่งเน้นให้เกิดประสิทธิภาพการไหลเวียนที่ไม่สะดุด จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบจากบทความวิชาการและบทความวิจัยซึ่งได้นำไปสู่การเสนอแนวทางในการผลิตและการตลาดโคเนื้อเพื่อยกระดับสู่เกษตรมูลค่าสูงได้ แนวทางเชิงกลยุทธ์ “4 Good” ประกอบด้วย 1) Good Connection Agricultural การเชื่อมต่อแบบการเกษตรแปลงใหญ่ 2) Good Quality and Value Added การยกระดับคุณภาพและการเพิ่มมูลค่า 3) Good Agri Tech Farming การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเกษตรและเพิ่มพูนองค์ความรู้ 4) Good Funding การเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ดี โดยคณะผู้เขียนคาดหวังว่าหากเกษตรกรโคเนื้อดำเนินการตามแนวทางเชิงกลยุทธ์ดังกล่าวแล้วจะสามารถช่วยให้กระบวนการผลิตและการตลาดมีการพัฒนาศักยภาพทำให้เกิดการสร้างมูลค่ากับผลผลิตให้เกิดการเกษตรมูลค่าสูงได้ในยุคปัจจุบัน

คำสำคัญ (Keywords) : โคเนื้อ, เกษตรมูลค่าสูง, เกษตรแปลงใหญ่, ห่วงโซ่อุปทาน

Abstract

“Beef cattle” is an industry that is continuously growing. Although the export value is not high compared to other types of agricultural industries, the consumption market in Thailand is considered lively. This article aims to study the production and marketing of beef cattle as a guideline for upgrading high-value agriculture in the beef cattle industry to create strength and increase value in the beef cattle industry. From searching for research, articles, and policies related to production and marketing in the beef cattle industry, it was found that the management and flow of the system in the form of a 3-level supply chain: upstream, midstream, and downstream, and there is a logistics management system under 3 issues: raw material delivery, production, and distribution, focusing on creating efficient and uninterrupted flow. From the systematic collection and analysis of academic and research articles, which has led to the proposal of guidelines for beef production and marketing to upgrade to high-value agriculture, the strategic guidelines of “4 Good” include 1) Good connection Agricultural, large-scale agricultural connection. 2) Good quality and Value added, improving quality and increasing value. 3) Good Agri tech Farming, promoting the use of agricultural technology and increasing knowledge. 4) Good Funding, access to sources of funding. The authors expect that if beef farmers follow these guidelines, it will help the production and marketing processes develop their potential, resulting in the creation of value for products to create high-value agriculture in the present era.

Keywords : Beef Cattle, High Value Agriculture, Large Scale Agriculture, Supply Chain

บทนำ (Introduction)

“ยุทธศาสตร์ชาติ” เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาในระยะ 20 ปี โดยมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตภาคอุตสาหกรรมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation Drive Economy) ซึ่งต้องขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน 3 มิติที่สำคัญ ได้แก่ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559) ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรธรรมชาติสมบูรณ์และวิถีชีวิตการเกษตรซึ่งอยู่คู่คนไทยมาอย่างช้านานด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดและการเร่งการขยายตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการการบริโภคอย่างไม่จำกัด ด้วยการเร่งผลิตสินค้าและการส่งออกทำให้ประเทศไทยเน้นที่การผลิตและปริมาณทำให้ความสมบูรณ์ของทรัพยากรดิน น้ำ และแร่ธาตุลดลง รัฐบาลจึงได้เสนอ

แนวทางในการปรับตัวเพื่ออนาคตโดยหนึ่งในทางเลือกและเป็นทางรอดคือการปรับตัวและปรับเปลี่ยนจากการทำเกษตรในรูปแบบเดิม ไปสู่ "การทำเกษตรมูลค่าสูง" (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2567) คือการผลิตที่ประณีตและมีความแม่นยำสูงใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีชีวภาพ เทคโนโลยีหุ่นยนต์ เพื่อยกระดับการผลิตและคุณค่าเป็นสินค้าเกษตรโภชนาการสูงเกิดความคุ้มค่าการลงทุนด้านเทคโนโลยี เพื่อการปรับตัวและบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก

ปัจจุบันตลาดโคเนื้อนิยมผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศเป็นหลัก การส่งออกยังมีมูลค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากประเทศไทยยังผลิตได้น้อยและเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย เกษตรกรรายย่อยส่วนใหญ่ยังขาดความรู้เรื่องธุรกิจและเทคโนโลยี จึงไม่สามารถควบคุมปริมาณการผลิตและคุณภาพให้เป็นมาตรฐานได้ รวมถึงการที่ผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในอัตราดอกเบี้ยต่ำได้ ลักษณะการเลี้ยงจะเป็นการเลี้ยงครั้งละหลาย ๆ ตัว และมีรูปแบบเป็นฟาร์มมากขึ้น ในขณะเดียวกันรัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้ออย่างจริงจังและต่อเนื่อง เริ่มต้นจากโครงการในส่วนของกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีการจัดตั้งสถานีบำรุงพันธุ์สัตว์และสถานีย้ายพันธุ์โคขึ้นตามจังหวัดต่าง ๆ การเลี้ยงโคเนื้อ มีหลายระบบด้วยกันขึ้นอยู่กับเงินทุนและความต้องการของตลาดซึ่งสามารถแบ่งระบบการเลี้ยงเป็น 2 ระบบคือ 1) การเลี้ยงโคแบบปล่อยตามทุ่งหญ้าธรรมชาติ ซึ่งจะเป็นการเลี้ยงของเกษตรกรรายย่อยโดยไม่มีการเสริมอาหารข้น 2) การเลี้ยงโคเนื้อเชิงธุรกิจ จะต้องมีการวางระบบการเลี้ยงเพื่อให้คุ้มค่ากับการลงทุน อาจแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ 1) การเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์สำหรับจำหน่ายบางฟาร์มจะขายในรูปแบบของแม่โคตั้งท้องเพื่อให้ผู้ซื้อขายลูกที่เกิดมากให้กับฟาร์มอื่น 2) การผลิตลูกโคจำหน่ายเพื่อนำไปขุน ปัจจุบันนิยมผลิตโดยการผสมเทียม เนื่องจากสะดวกให้ผลแม่นยำ และได้ผลผลิตตามต้องการได้ 3) การเลี้ยงโคขุน เป็นการเลี้ยงโคเนื้อเพื่อให้ได้น้ำหนักและส่งโรงฆ่าสัตว์ที่ได้คุณภาพ ทั้งนี้การผลิตโคเนื้อต้องอาศัยปัจจัยความสำเร็จขั้นพื้นฐานที่ต้องมีกระบวนการที่ได้มาตรฐานและต่อเนื่องตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งเกษตรกร ผู้ประกอบการผลิตสินค้า การแปรรูป และการตลาด (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2567)

จากตารางที่ 1 พบว่า สถานการณ์โคเนื้อในประเทศไทย ในปี 2566 มีจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อทั้งหมด จำนวน 1,425,414 ราย หากแบ่งตามเขตปศุสัตว์แล้วส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่เขต 3 จำนวน 572,565 ราย (40.17%) รองลงมา คือ เขต 4 จำนวน 406,560 ราย (28.52%) และเขต 8 จำนวน 121,327 ราย (8.51%) ตามลำดับ (กรมปศุสัตว์, 2566) โดยจำนวนโคเนื้อทั้งหมดจำนวน 9,655,380 ตัว ซึ่งในเขตพื้นที่เขต 3 เลี้ยงโคเนื้อมากที่สุด จำนวน 3,230,286 ตัว (33.46%) รองลงมา คือ เขต 4 จำนวน 2,175,590 ตัว (22.53%) และเขต 7 จำนวน 1,195,923 ตัว (12.39%) ตามลำดับ (กรมปศุสัตว์, 2566)

ตารางที่ 1 จำนวนเกษตรกรและโคเนื้อ รายเขตปศุสัตว์ ปี 2566

เขตปศุสัตว์	เกษตรกร (ราย)		โคเนื้อ (ตัว)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รวม	1,425,414	100.00	9,655,380	100.00
เขต 1	14,342	1.01	200,473	2.08
เขต 2	21,675	1.52	228,024	2.36
เขต 3	572,565	40.17	3,230,286	33.46
เขต 4	406,560	28.52	2,175,590	22.53
เขต 5	73,669	5.17	722,102	7.48
เขต 6	54,240	3.81	792,088	7.89
เขต 7	65,832	4.62	1,195,923	12.39
เขต 8	121,327	8.51	704,106	7.29
เขต 9	95,204	6.68	436,788	4.52

ที่มา : สำนักงานปศุสัตว์อำเภอ กรมปศุสัตว์ (2566)

รวบรวมโดย : กลุ่มสารสนเทศและข้อมูลสถิติ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์

จากตารางที่ 2 พบว่า จังหวัดอุบลราชธานี มีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อมากที่สุด จำนวน 119,906 ราย (8.41%) รองลงมาคือจังหวัดสุรินทร์ ศรีสะเกษ ร้อยเอ็ด และบุรีรัมย์ ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จังหวัดที่มีจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อมากที่สุด 5 อันดับแรก ปี 2566

จังหวัด	เกษตรกร (ราย)	
	จำนวน	ร้อยละ
อุบลราชธานี	119,906	8.41
สุรินทร์	107,692	7.56
ศรีสะเกษ	105,510	7.40
ร้อยเอ็ด	89,430	6.27
บุรีรัมย์	88,253	6.19

ที่มา : สำนักงานปศุสัตว์อำเภอ กรมปศุสัตว์ (2566)

รวบรวมโดย : กลุ่มสารสนเทศและข้อมูลสถิติ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์

จากตารางที่ 3 พบว่า จังหวัดสุรินทร์ มีการเลี้ยงโคเนื้อมากที่สุด จำนวน 605,956 ตัว (6.28%) รองลงมา คือ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จังหวัดที่มีจำนวนโคเนื้อมากที่สุด 5 อันดับแรก ปี 2566

จังหวัด	เกษตรกร (ราย)	
	จำนวน	ร้อยละ
สุรินทร์	605,956	6.28
นครราชสีมา	577,821	5.98
บุรีรัมย์	558,920	5.79
ศรีสะเกษ	542,677	5.62
อุบลราชธานี	540,705	5.60

ที่มา : สำนักงานปศุสัตว์อำเภอ กรมปศุสัตว์ (2566)

รวบรวมโดย : กลุ่มสารสนเทศและข้อมูลสถิติ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์

จากสถานการณ์ความเสี่ยงของภาคการเกษตรและการวิเคราะห์แนวทางการปรับเปลี่ยนเพื่อการขับเคลื่อนนโยบายสินค้าเกษตรมูลค่าสูง ภาคการเกษตรไทยจึงควรตระหนักและเร่งมือแก้ปัญหาต่างๆ รวมถึงการทำงานเชิงรุก อุตสาหกรรมโคเนื้อในประเทศกำลังเผชิญกับความท้าทายอย่างหนัก เนื่องจากการนำเข้าเนื้อโคจากประเทศเพื่อนบ้านในปริมาณมาก ส่งผลให้ราคาเนื้อโคในตลาดภายในประเทศตกต่ำลงอย่างรุนแรง สถานการณ์นี้ได้สร้างผลกระทบทางลบต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ทำให้หลายรายประสบภาวะขาดทุนอย่างหนัก และเกิดความกังวลต่อความอยู่รอดของธุรกิจในระยะยาว บทบาทของภาครัฐมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ภาคเกษตรกรรมของไทย การกำหนดนโยบายที่เหมาะสม การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของเกษตรกรไทยในระยะยาว ทั้งนี้ต้องสร้างการยอมรับเทคโนโลยีและการสร้างความคิดเกษตรแนวใหม่อาจเริ่มจากกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ (New gen) เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนหลักในการยกระดับการพัฒนาภาคการเกษตรของประเทศ และตอบสนองต่อการใช้เทคโนโลยีเพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศสำหรับการวางแผนและกำหนดนโยบายการผลิต การค้าโคเนื้อตลอดห่วงโซ่อุปทานและระบบโลจิสติกส์ ซึ่งศักยภาพของเกษตรกรรุ่นใหม่ผนวกกับวิถีชีวิตและประสบการณ์จากเกษตรกรรุ่นเก่า อีกทั้งความเข้มแข็งจากภาครัฐจะช่วยนำพาให้ประเทศชาติได้พัฒนาได้อย่างทันท่วงทีในยุคที่การสื่อสารไร้ขีดจำกัด และเกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศในทศวรรษต่อไป

แนวทางในการบริหารจัดการการผลิตและการตลาดของโคเนื้อตลอดห่วงโซ่เพื่อการยกระดับสู่การเกษตรมูลค่าสูง

โซ่อุปทาน หรือ Supply Chain หมายถึง กระบวนการที่ทำให้เกิดสินค้าใดสินค้าหนึ่งขึ้นมา หรือบริการใดบริการหนึ่งขึ้นมา เพื่อตอบสนองความต้องการ (Demand) ของเหล่าลูกค้าต่างๆ โดยกระบวนการดังกล่าวจะมีรูปแบบและการจัดการแยกย่อยออกไป แล้วแต่เรากำลังผลิต Supply ใดขึ้นมาเพื่อตอบสนองผู้ซื้อ และให้เป็นไปอย่างราบรื่น และประหยัดที่สุด (1stCraft Team, 2563) โครงสร้างตลาดของโคเนื้อของไทย ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ ตลาดระดับสูง ตลาดระดับกลาง และตลาดระดับล่าง ตลาดระดับสูงเป็นการเลี้ยงในเชิงธุรกิจโดยใช้โคพันธุ์ลูกผสมสายเลือดสูงนำมาขุนให้ได้คุณภาพเพื่อนำไปประกอบอาหารประเภท สเต็ก ซึ่งมีการเพิ่มมูลค่าโดยการบ่มเนื้อตั้งแต่ 3-20 วัน เพื่อให้ได้คุณภาพตามต้องการ ตลาดระดับกลางผู้บริโภคคือผู้ที่ซื้อเนื้อจากตลาดสดขนาดใหญ่ คุณภาพเนื้อจะต่ำลงมา ตลาดระดับล่าง จะเป็นเนื้อที่ได้จากการเลี้ยงโคพื้นเมือง โคแก่ อาจขุนอาหารระยะสั้น 3 - 4 เดือน ที่เรียกว่า โคมัน โดยส่วนใหญ่แล้วจะนำมาแปรรูป (ญาณิน และจุฑารัตน์, 2548) การจัดการโซ่อุปทานหรือ Supply Chain Management (SCM) เป็นวิธีการที่บูรณาการ (Integrate) หน่วยงานต่าง ๆ ตั้งแต่ ผู้จัดส่งสินค้า หรือวัตถุดิบ (Suppliers) ผู้ผลิต คลังสินค้า และร้านค้า เข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การผลิตและกระจายสินค้าดำเนิน ไปอย่างถูกต้องในแง่ของปริมาณ (Right Quantities) สถานที่ (Right Place) และเวลา (Right Time) โดยมีเป้าหมายเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของทั้งระบบให้ต่ำที่สุด และยังคงสามารถตอบสนองต่อระดับบริการที่ลูกค้าต้องการ (Huang and Sheu, 2005) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “Devising An Efficient Beef Supply Chain: Alignment of Product and Functions” โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะวิเคราะห์โซ่อุปทานของโคเนื้อและพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศไต้หวัน โดยทำการศึกษาทั้งการไหลของวัตถุดิบ ข้อมูลสารสนเทศ และการไหลของเงินตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำในด้านการไหลของสารสนเทศ พบว่ายังขาดการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างคู่ค้า โดยพบว่า Packer จะมีสินค้าคงคลังอยู่เป็นจำนวนมากแต่ไม่สามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากแต่การดำเนินการตามวิธีดังกล่าวเป็นวิธีแบบดั้งเดิมที่ใช้มานาน

ดังนั้นต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวคิดการจัดการการผลิตและการตลาดแบบสมัยใหม่โดยปรับแนวคิดการผลิตขั้นสูงมีความสมบูรณ์ในเรื่องการสื่อสารและการแบ่งปันข้อมูลในโลกที่เชื่อมต่อกัน (Ojanpera, 2019) และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันของการผลิตในศตวรรษที่ 21 จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการเพิ่มคุณค่าของลูกค้า การร่วมมือกับคู่แข่ง การจัดการกับการเปลี่ยนแปลง ความไม่แน่นอน และความซับซ้อน (Guanasekaran, 1999) แนวทางการผลิตแบบ Agile ที่เน้นการปรับตัวอย่างรวดเร็วจะช่วยให้การผลิตมีความยั่งยืนและเพิ่มประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมในระยะยาว การผสมผสานกันของปัจจัยเหล่านี้จะทำให้การผลิตมีความคล่องตัวสูง ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดได้อย่างทันที และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมถึงการสร้างที่ยั่งยืน (Report, 2565)ในระยะยาวให้แก่อุตสาหกรรมโคเนื้อ โดยคณะผู้จัดทำได้เสนอแนะ แนวทางเชิงกลยุทธ์ “4 Good” ดังนี้

1. Good Connection Agricultural การเชื่อมต่อแบบการเกษตรแปลงใหญ่

แนวคิด “เกษตรแปลงใหญ่” เป็นนโยบายที่กำหนดมาจากภาครัฐ โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้มีการประกาศและนำเสนอนโยบายควบคู่กับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 –2564) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าเกษตรตลอดโซ่อุปทาน เพื่อลดต้นทุนการผลิตและสร้างโอกาสในการแข่งขันสินค้าเกษตร ใช้การตลาดนำการผลิตด้วยการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรในรูปแบบแปลงใหญ่ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559) เป็นการดำเนินงานที่เน้นการรวมกลุ่มของเกษตรกรรายย่อยในพื้นที่ โดยวางระบบการผลิตและการบริหารจัดการในแนวทางเดียวกัน เพื่อประหยัดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยมีมุ่งหวังเพิ่มบทบาทภาครัฐและภาคเอกชนให้เข้ามามีส่วนร่วมกับกลุ่มเกษตรกรในการบริหารจัดการการทำการเกษตรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และช่วยยกระดับรายได้เกษตรกร ตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการผลิตจนกระทั่งนำผลผลิตออกสู่ตลาด (Ministry of Agriculture and Cooperatives, 2016) เกษตรแปลงใหญ่จะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่มีการส่งเสริมและการบริหารจัดการจากทางภาครัฐเป็นเสมือนจุดประสานและเชื่อมโยงให้เกิดกิจกรรมขึ้น (ผู้จัดการแปลง) โดยผู้จัดการแปลงจะต้องมีความรอบรู้ทั้งกระบวนการ เพื่อเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มเกษตรกรกับการบริหารจัดการแปลง โดยกระบวนการในขั้นตอนการรวมกลุ่มเกษตรกรประกอบไปด้วย การจัดกระบวนการกลุ่มเพื่อดำเนินการ การร่วมกันวิเคราะห์ กำหนดเป้าหมายการผลิตและการตลาด การจัดทำแผนการดำเนินการ การจัดหาและการใช้เทคโนโลยีการผลิตและการใช้ปัจจัยการผลิตที่เหมาะสม ในกิจกรรมการบริหารจัดการแปลงจะต้องดำเนินการตามขั้นตอนได้แก่ การบริหารจัดการทุกกิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) การบริหารจัดการปัจจัยการผลิต เครื่องจักรกลและเทคโนโลยี การจัดการกระบวนการผลิต การตลาด การเชื่อมโยงการตลาด และกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (ประสาธ, 2559) แนวคิดเกษตรแปลงใหญ่ จึงถือเป็นแนวทางสำคัญต่อการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันของเกษตรกรไทยในอนาคต กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตในภาคเกษตรโดยสนับสนุนการทำการเกษตรแบบร่วมผลิตและร่วมจำหน่าย ส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายทางชีวภาพ การสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) พัฒนาช่องทางเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรทั้งแบบ offline และ online (สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2567)

การขับเคลื่อนการเลี้ยงโคเนื้อในรูปแบบเกษตรแปลงใหญ่เพื่อเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ในประเทศไทย โดยการกำหนดนโยบายการขับเคลื่อนและส่งเสริมการเลี้ยงปศุสัตว์ของเกษตรกรไทยให้มีคุณภาพและมาตรฐานตลอด Value Chain อาทิ การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานฟาร์มปศุสัตว์ ระบบจัดการอาหารสัตว์ การแปรรูปอาหาร และการส่งเสริมตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ อันเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและช่วยลดความเหลื่อมล้ำ ทางรายได้ของเกษตรกร โดยในปี 2560 คณะกรรมการธุรกิจปศุสัตว์และแปรรูป ได้เริ่มต้นโครงการส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรโคเนื้อ นำร่องจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เลี้ยงโคเนื้อมากเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศไทย โดยภาครัฐได้ส่งเสริมการปรับเปลี่ยนกระบวนการเลี้ยงโคแบบพื้นบ้าน มาเป็นการเลี้ยง

แบบซึ่งคอกตามมาตรฐาน GOOD FARMING MANAGEMENT (GFM) ของกรมปศุสัตว์ ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ช่วยยกระดับคุณภาพและมาตรฐานเนื้อโคเมื่อนำไปแปรรูปและจำหน่ายในห้างค้าปลีก (Modern Trade) พร้อมทั้งสนับสนุนองค์ความรู้ ด้านการปรับปรุงพันธุ์โคเนื้อ อาทิ พันธุ์ชาโลเร่ พันธุ์วากิว ที่ตลาดต้องการ และการผลิตอาหารสัตว์คุณภาพสูงในราคาประหยัด อาทิ กากมันหมักยีสต์ ตลอดจนการผลักดันการก่อสร้างโรงฆ่าสัตว์ (โคเนื้อ) และโรงตัดแต่งไปยังภาครัฐ เพื่อประเทศไทยมีจำนวนเพียงพอและลดต้นทุนค่าขนส่งของเกษตรกร อีกทั้ง ส่งเสริมตราสินค้าอาหาร แปรรูปจากเนื้อโค เช่น สะเร็นวากิวของจังหวัดสุรินทร์ โคขุนภูเขาไฟและลูกชิ้นเนื้อดอกคำวนของจังหวัดศรีสะเกษ และสนับสนุนการเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิตและการตลาดโคเนื้อร่วมกับสหกรณ์เครือข่ายโคเนื้อ เพื่อประโยชน์การเข้าถึงความช่วยเหลือจากภาครัฐ โดยสนับสนุนการจัดตั้งสหกรณ์โคเนื้อดอกคำวน จังหวัดศรีสะเกษขึ้นสำเร็จ เมื่อปี พ.ศ. 2562

ปัจจุบัน มีเกษตรกรโคเนื้อเครือข่ายกว่า 500 คน โคเนื้อรวมกว่า 3,500 ตัว ภาครัฐได้ดำเนินการขยายผลโครงการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) ไปยังจังหวัดกลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยตามลำดับ โดยขยายผลไปยังจังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดชุมพร รวมพื้นที่ทั้งหมด 8 จังหวัด ที่เป็นแหล่งผลิตโคเนื้อสำคัญของประเทศกว่า 3.23 ล้านตัว เกษตรกรกว่า 1 ล้านราย หรือคิดเป็นจำนวนโคเนื้อถึง 25% ของภาพรวมในประเทศ (คณะกรรมการธุรกิจปศุสัตว์และแปรรูปสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, 2566) อาจกล่าวสรุปได้ว่าการจัดการจากภาครัฐมีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งจะช่วยให้อุตสาหกรรมโคเนื้อมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และสร้างเครือข่ายครอบคลุมได้ทุกกลุ่มทุกจังหวัดในประเทศไทย เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองลดปัญหาความเหลื่อมล้ำ ราคาผลผลิตที่ตกต่ำ การสร้างมาตรฐานการผลิต ในอนาคตประเทศไทยจะเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงในการผลิตโคเนื้อและสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศ มีผลผลิตทางการเกษตรที่สร้างมูลค่าสู่ความเป็นเนื้อคุณภาพสูง

2. Good Quality and Value Added การยกระดับคุณภาพและการเพิ่มมูลค่า

การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างได้ในหลายทาง เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการผลิต ซึ่งบางครั้งต้องกระทำไปพร้อมๆ กันเพื่อให้ผลสำเร็จสุดท้าย คือการได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มี “คุณค่าเพิ่ม” การเพิ่มมูลค่าที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย ผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้น จึงจะประสบความสำเร็จได้อย่างที่ควรเป็น ดังนั้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม คือสิ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่านการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น (Customer Value) ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกของชุมชนที่ได้รับการเพิ่มมูลค่า จะสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ เมื่อผู้บริโภครับรู้จะช่วยให้สามารถตัดสินใจเลือกหรือซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ ได้ง่ายขึ้น (กำธรและคณะ, 2565) การพัฒนาคุณภาพและยกระดับผลิตภัณฑ์ โดยเชื่อมต่อเกษตรกรที่ขาดทักษะเข้ากับกลุ่มที่มีทักษะแต่ขาดทรัพยากรการผลิต เพื่อให้ได้มีโอกาสส่งเสริมซึ่งกันและกันในธุรกิจรูปแบบการแบ่งปันผลกำไร และใช้องค์ความรู้จากสถาบันการศึกษา เครือข่ายในการพัฒนามาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตร เพื่อพัฒนาและต่อยอดเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน

กิจกรรมและเหตุผลในการแปรรูปเนื้อเพื่อเป็นการถนอมอาหารและยืดอายุการจัดเก็บรักษา เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความหลากหลายเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคและเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มในเนื้อเป็นกระบวนการการผลิตหรือการบริการที่เพิ่มเติมให้แก่ลูกค้า โดยสามารถกำหนดราคาได้สูงขึ้นโดยที่ผู้บริโภคพอใจกับสินค้าในระดับราคาที่สูงนั้น เป็นการเกิดประโยชน์และคุณค่าทางใจที่เป็นนามธรรม การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเนื้อสัตว์แบ่งเป็นการสร้างมูลค่าตั้งแต่กระบวนการผลิต ได้แก่ การขุนด้วยอาหาร การบ่มเนื้อ และการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการบริการ ได้แก่ การรับประทานเนื้อเกรดพรีเมียมในร้านสเต็ก หรือร้านชาบูปิ้งย่าง (พิมพ์จันทร์, 2559)

กล่าวโดยสรุปได้ว่าการยกระดับและการเพิ่มมูลค่า (Value Added) เพื่อสร้างความเข้มแข็งและลดการเหลื่อมล้ำทางภาครัฐควรเข้ามามีบทบาท โดยกำหนดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์อย่างชัดเจน คำนึงถึงความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติและผลลัพธ์ที่วัดผลได้ การเพิ่มมูลค่าด้วยการรวมกลุ่ม การบริหารจัดการฟาร์มให้ได้มาตรฐาน GFM (Good Farming Management) การประชาสัมพันธ์และการจัดการฝึกอบรมให้ความรู้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ การส่งเสริมและเพิ่มจำนวนโรงฆ่าสัตว์ โรงตัดแต่งเนื้อ โรงคัดบรรจุที่มีมาตรฐานเพื่ออำนวยความสะดวกและรองรับการขยายตัวของตลาด รวมไปถึงการสนับสนุนศูนย์กลาง HUB โคเนื้อของประเทศ การส่งเสริมการปลูกพืชอาหารสัตว์แทนการปลูกพืชที่ใช้พื้นที่การเพาะปลูกมากแต่ราคาต่ำรวมไปถึงการมีเอกสารการันตีจากทางภาครัฐ เพื่อรับรองมาตรฐานสินค้ามีคุณภาพจากภาพและสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างการยอมรับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

3. Good Agri Tech Farming การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเกษตรและเพิ่มพูนองค์ความรู้

ตั้งแต่ยุค 80 เทคโนโลยีการเกษตรมีความก้าวหน้าที่สำคัญ และมีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าของการเกษตรและสร้างระบบที่เราใช้กันอยู่ทุกวันนี้ เหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ที่สำคัญได้แก่ สงครามและภัยพิบัติทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ที่ทำให้คนทั่วโลกหวาดกลัวต่อความขาดแคลนอาหาร ส่งผลให้การเกษตรมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่าง เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารเพื่อรองรับประชากรโลกที่กำลังเพิ่มขึ้น และคุณภาพของอาหารเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุที่กำลังขยายตัวไปทั่วทุกมุมโลก วิธีการทำการเกษตรแบบดั้งเดิม ที่มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างขาดความรับผิดชอบ เช่น การใช้ปุ๋ยและพลังงาน ประกอบกับการขาดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการทางการเกษตรที่ดีให้แก่เกษตรกร เป็นผลให้สิ่งเหล่านี้ได้เพิ่มความท้าทายที่ต้องเผชิญ การสิ้นเปลืองน้ำโดยไม่จำเป็น การใช้ปุ๋ยและยาฆ่าแมลงมากเกินไป ทำให้สารพิษซึมลงไปในดินและแหล่งน้ำทำให้เกิดความเสียหายต่อระบบนิเวศ จึงได้เกิดการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการเกษตร โดยเริ่มใช้เทคนิคใหม่ เช่น หุ่นยนต์, GPS, การตรวจสอบสภาพดิน, สภาพอากาศและการทำแผนที่แหล่งน้ำและ IoT (Internet of Things) เป็นต้น เทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยให้ภาคการเกษตรเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีผลกำไร ปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีการเกษตรที่เปลี่ยนแปลงไปได้เปิดมุมมองใหม่ของเกษตรกร นำไปสู่การเพิ่มขึ้นของผลผลิตในพื้นที่เกษตรกรรมและที่สำคัญมากคือการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทุกวันนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการเกษตรสมัยใหม่มีอยู่ในทุกด้านเพื่อทำให้เกษตรกรใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

ที่สุด กระบวนการทำการเกษตรมีประสิทธิภาพ ปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เทคโนโลยีเกษตรกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงการทำการเกษตรผ่านการตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลสภาพอากาศ ศัตรูพืช อุณหภูมิดินและอากาศ เทคโนโลยีเกษตรยังหมายถึงการใช้ระบบอัตโนมัติต่างๆ เช่น การควบคุมเครื่องทำความร้อนและการชลประทาน และใช้การควบคุมศัตรูพืชผ่านการแพร่กระจายทางอากาศ เป็นต้น เทคโนโลยีการเกษตรได้รับการพัฒนาขึ้นมาเพื่อเพิ่มการผลิต ลดข้อจำกัดทางกายภาพ เทคโนโลยีขั้นสูงที่ใช้ในการเกษตรที่เกิดขึ้นทำให้ทุกอย่างขับเคลื่อนไปข้างหน้าเร็วยิ่งขึ้น การส่งมอบผลผลิตจากฟาร์มสู่มือผู้บริโภคง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังคงความสดใหม่ รักษาคุณค่าทางโภชนาการได้ดียิ่งขึ้น

การทำการเกษตรแบบเดิมที่อาศัยทักษะและความเชี่ยวชาญด้านการเกษตรที่มีการทำงานร่วมกับการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม (Miller, 1983) ต้องอาศัยคนรุ่นใหม่ ซึ่งภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญและแก้ปัญหาโดยกำหนดเป็นนโยบายส่งเสริมการเป็นเกษตรกรสำหรับคนรุ่นใหม่ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติ, 2560) ให้เข้ามาเป็นเกษตรกรทดแทนรุ่นเดิม โดยการสร้างแรงจูงใจหรือการสนับสนุน แต่อย่างไรก็ตามภาครัฐต้องเผชิญกับข้อจำกัดและความท้าทายต่างๆ เนื่องจากเรื่องมนุษย์เป็นเรื่องที่คาดเดาได้ยาก โดยลักษณะทั่วไปตามพื้นฐานของการเป็นเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีมีคุณลักษณะเป็นผู้ประกอบการเกษตรที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยี มีการพัฒนาตนเองและปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการผลิตอยู่เสมอ ผู้ประกอบการเกษตรที่มีความสามารถในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์โดยใช้เทคโนโลยีมารองรับ (เพชรดา และยศ. 2565) ตัวอย่างนวัตกรรมจากบริษัทซินเทลลิเจนท์ จำกัด สตาร์ทอัพเทคโนโลยีการเกษตรไทยภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานวิจัยแห่งชาติได้ออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์มบริหารจัดการข้อมูลฟาร์มโคเนื้อผ่านแอปพลิเคชันเซียนบีฟ Zyan Beef ที่มีฟีเจอร์การใช้งานตอบโจทย์เกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อ จุดเด่นนวัตกรรมคือเก็บข้อมูลต่างๆ อย่างเป็นระบบ ออกแบบให้ใช้งานง่ายและสะดวก มีระบบฟังก์ชันที่แจ้งเตือนเกษตรกรเกี่ยวกับกิจกรรมที่ต้องทำในแต่ละวัน ช่วยให้เกษตรกรเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตโคและบริหารจัดการฟาร์มมากยิ่งขึ้น บันทึกข้อมูลเก็บประวัติที่สำคัญซึ่งส่งผลต่อผลผลิตของโคเนื้อ อาทิเช่น 1) ประวัติสายพันธุ์โค 2) ประวัติการเจ็บป่วย การรักษา และการให้ยา 3) ประวัติการเกิดโรคระบาด 4) ประวัติการทำวัคซีนและถ่ายพยาธิ โคเนื้อจำเป็นต้องมีการฉีดวัคซีนเพื่อควบคุมโรคที่สำคัญตามระยะการเจริญเติบโตของโคเนื้อ 5) ประวัติการสืบพันธุ์ของโคเนื้อ เช่น ข้อมูลการผสมพันธุ์ ระยะเวลาการเป็นสัด การตั้งท้องและคลอด 6) อายุและน้ำหนักโคเนื้อ การบันทึกอายุและน้ำหนักของโคจะช่วยให้อาหารได้อย่างถูกต้องตามหลักโภชนาการที่ดี เกษตรกรต้องเก็บบันทึกข้อมูลไว้เพื่อติดตามดูแลการให้วัคซีนได้ครบตามมาตรฐานของตลาดส่งออกเพื่อป้องกันการเกิดโรคแอกไคซุนซึ่งสร้างความเสียหายให้แก่เกษตรกรได้ (ศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเกษตร, 2567)

ดังนั้นการสนับสนุนให้คนรุ่นใหม่เข้ามาเป็นเกษตรกร และพัฒนาต่อเพื่อให้เป็นผู้ประกอบการเกษตรและทดแทนเกษตรกรสูงอายุที่กำลังลดจำนวนลง โดยมุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีความรู้และทักษะทันสมัย พร้อมทั้งส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาและประสบการณ์ระหว่างรุ่น เพื่อรักษา

ความต่อเนื่องและยกระดับศักยภาพของภาคการเกษตรไทย (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2560) โดยมีนโยบายเกษตรปราดเปรื่อง (Smart Farm) เป็นหลักในการสร้างแรงจูงใจให้คนรุ่นใหม่ ให้เข้าสู่การประกอบอาชีพเกษตรกรรม ที่มุ่งเน้นการบูรณาการความรู้ทั้งด้านการเกษตร เทคโนโลยี การสื่อสาร การจัดการ และการตลาดการผลิตภาคเกษตร (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) การศึกษาเพื่อหาแนวทางแก้ปัญหาที่ดีที่สุด เพื่อให้เทคโนโลยีเกษตรสามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกร ปรับปรุงการผลิตอย่างยั่งยืน มีความยืดหยุ่นของระบบการผลิต และลดการปล่อยมลพิษเพื่อรับมือกับสภาพภูมิอากาศและความแปรปรวนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

4. Good Funding การเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ดี

แหล่งเงินทุนที่สถาบันเกษตรกรจะสามารถเข้าถึงได้มีหลายแหล่งเงินทุนทั้งที่อยู่ภายในสังกัดและภายนอกสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งเกษตรกรจะมีขั้นตอน วิธีปฏิบัติที่แตกต่างและคล้ายคลึงกันทั้งนี้ ดังนั้น การจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management) เกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของสถาบันเกษตรกรจะเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรในการกำกับ ดูแล สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร จะต้องคำนึงถึงศักยภาพการดำเนินธุรกิจแผนการของดำเนินธุรกิจ ประสิทธิภาพการดำเนินงาน รวมทั้งความสามารถในการชำระเงินกู้ยืมคืนแหล่งเงินทุนนั้นได้ตรงกำหนดระยะเวลา

ตัวอย่างนโยบายการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ตามแผนการดำเนินงานภายใต้แผนการดำเนินงาน ปี 2567 คือกลุ่มเกษตรกรต้องเข้าถึงแหล่งเงินทุนด้วยต้นทุนที่ต่ำ พร้อมบริการทางการเงินครบวงจรที่รวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีวิทยาการสมัยใหม่ นวัตกรรม และประโยชน์จากฐานข้อมูลที่ดินธนาคารมี นำมาวิเคราะห์และวางแผนสร้างผลิตภัณฑ์และบริการให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของเกษตรกรได้อย่างตรงความต้องการของตลาด ตลอดจนนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับเปลี่ยนกระบวนการให้บริการลูกค้าเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว การขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพชุมชนแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืนภายใต้ BCG Model ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างการเติบโตของภาคเกษตรกรรมไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) โดยส่งเสริมและสนับสนุนเงินทุนให้กับเกษตรกร บุคคล นิติบุคคล กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตรผ่านสินเชื่อภายใต้ BCG Model เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีชีวภาพมาใช้เพิ่มศักยภาพในการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตสินเชื่อเพื่อเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy Credit) การสนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์หรือการผลิตอาหารปลอดภัย (Food Safety) ส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือกหรือพลังงานสะอาด รวมถึงการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สำนักข่าวไทยแลนด์พลัส ออนไลน์, 2563)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ภาครัฐควรผลักดันและส่งเสริมการลงทุน “สตาร์ทอัพด้านการเกษตร หรือ AgTech Startup” กลุ่มคนสำคัญที่มีแนวคิดในการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้แก้ปัญหาด้านการเกษตร

สร้างการเปลี่ยนแปลงและการเติบโตได้อย่างรวดเร็ว โดยในปี พ.ศ. 2567 การลงทุนในสตาร์ทอัพเกษตรไทย ยังได้รับความสนใจจากนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมี 3 การลงทุนที่สำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับเทรนด์เทคโนโลยีเชิงลึกจากทั่วโลก ให้สามารถปรับใช้กับภาคเกษตร ดังนี้ 1) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ใช้ข้อมูลทางการเกษตรขนาดใหญ่คาดการณ์และทำนายการทำเกษตรให้เกิดความแม่นยำขึ้น และสร้างมาตรฐานใหม่ที่มีผลทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีรองรับ 2) หุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ การขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร ผลักดันให้เกิดความต้องการนำหุ่นยนต์ และระบบอัตโนมัติ เข้ามาทำงานแทนที่มากขึ้น 3) เทคโนโลยีชีวภาพทางการเกษตร มีบทบาทสำคัญและได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความต้องการในการปกป้องสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยของผู้บริโภคที่ต้องการอาหารที่ปลอดภัย ลดการใช้ปุ๋ย ยาปฏิชีวนะ หรือสารเคมี ซึ่งเทคโนโลยีชีวภาพขั้นสูงถือเป็นกุญแจสำคัญในการเพิ่มมูลค่าของภาคเกษตรกรรม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2567)

บทสรุป (Conclusion)

จากการศึกษาสามารถอภิปรายผลการศึกษาในการวิเคราะห์แนวคิดและทฤษฎี โดยสามารถสรุปเป็นแนวทางการผลิตและการตลาดเพื่อยกระดับสู่เกษตรมูลค่าสูงได้ ตามแนวทางเชิงกลยุทธ์ “4 Good” ประกอบด้วย 1) Good Connection Agricultural การเชื่อมต่อแบบการเกษตรแปลงใหญ่ การจัดการจากภาครัฐมีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งจะช่วยให้อุตสาหกรรมโคนอมีมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และสร้างเครือข่ายครอบคลุมได้ทุกกลุ่มทุกจังหวัดในประเทศไทย เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองลดปัญหาความเหลื่อมล้ำ ราคาผลผลิตที่ตกต่ำ การสร้างมาตรฐานการผลิต เพื่อให้การผลิตโคนอมีและสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศมีผลผลิตทางการเกษตรที่สร้างมูลค่าสู่ความเป็นเนื้อคุณภาพสูง 2) Good Quality and Value Added การยกระดับคุณภาพและการเพิ่มมูลค่า การยกระดับและการเพิ่มมูลค่า เพื่อสร้างความเข้มแข็งและลดการเหลื่อมล้ำภาครัฐควรเข้ามากำกับดูแลโดยการกำหนดเป้าหมายอย่างจริงจัง การเพิ่มมูลค่าด้วยการรวมกลุ่ม การบริหารจัดการฟาร์มให้ได้มาตรฐาน GFM (Good Farming Management) การประชาสัมพันธ์และการจัดการฝึกอบรมให้ความรู้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนอมี การส่งเสริมและเพิ่มจำนวนโรงฆ่าสัตว์ โรงตัดแต่งเนื้อ โรงคัดบรรจุที่มีมาตรฐานเพื่ออำนวยความสะดวกและรองรับการขยายตัวของตลาด 3) Good Agri Tech Farming การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเกษตรและเพิ่มพูนองค์ความรู้ ต้องอาศัยคนรุ่นใหม่ ซึ่งภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญและแก้ปัญหาโดยกำหนดเป็นนโยบายส่งเสริมการเป็นเกษตรกรสำหรับคนรุ่นใหม่เพื่อรองรับนวัตกรรมต่างๆ ทางด้านการเกษตร เพื่อให้เทคโนโลยีเกษตรสามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกร ปรับปรุงการผลิตอย่างยั่งยืน มีความยืดหยุ่นของระบบการผลิต และลดการปล่อยมลพิษ เพื่อรับมือกับสภาพภูมิอากาศและความแปรปรวนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต 4) Good Funding การเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ดี ภาครัฐควรสนับสนุนนโยบายด้านสินเชื่อของธนาคาร ให้กลุ่มเกษตรกรต้องเข้าถึงแหล่งเงินทุนด้วยต้นทุนที่ต่ำพร้อมบริการทางการเงินครบวงจรที่รวดเร็วพร้อมกับการให้คำปรึกษาวางแผนสร้างผลิตภัณฑ์และบริการให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของเกษตรกรได้อย่างตรง

ความต้องการของตลาด ตลอดจนนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับเปลี่ยนกระบวนการให้บริการลูกค้าเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว การขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพชุมชนแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน จึงสรุปได้ว่าแนวทางในการเข้าสู่ตลาดมูลค่าสูงของโคเนื้อนั้น ควรมีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพโดยนำการบริหารจัดการทั้ง 4 กลยุทธ์นี้มาประยุกต์ใช้จะช่วยให้เกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อบริหารจัดการได้อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับโมเดลความสำเร็จของอุตสาหกรรมโคเนื้อในต่างประเทศ โดยเน้นการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับบริบทของประเทศไทย ควรมีการศึกษากกรณีตัวอย่างจากประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อ เช่น ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา หรือญี่ปุ่น โดยวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ และกลยุทธ์การพัฒนาที่สำคัญ จากนั้นนำมาประเมินความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้กับประเทศไทย โดยคำนึงถึงความแตกต่างทางด้านสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรม การศึกษานี้จะช่วยให้เข้าใจแนวทางการพัฒนาที่ได้ผลในระดับสากล และสามารถนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การวิจัยผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการยกระดับอุตสาหกรรมโคเนื้อในประเทศไทย โดยครอบคลุมทั้งมิติเชิงบวกและเชิงลบ ควรมีการวิเคราะห์ผลกระทบต่อรายได้และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ การสร้างงานและการกระจายรายได้ในชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ควรมีศึกษาผลกระทบต่อความมั่นคงทางอาหารและการพึ่งพาตนเองของประเทศ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่อาจเกิดขึ้นจากการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิต การวิจัยนี้จะช่วยให้เห็นภาพรวมของผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น และเป็นข้อมูลสำคัญในการวางแผนนโยบายและมาตรการรองรับผลกระทบต่างๆ อย่างรอบด้าน

3. การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีเฉพาะทางสำหรับอุตสาหกรรมโคเนื้อไทย โดยเน้นการวิจัยและพัฒนาที่ตอบโจทย์ความต้องการของเกษตรกรและผู้ประกอบการไทยอย่างแท้จริง ควรมีการพัฒนาการพัฒนาระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) และอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (IoT) สำหรับการจัดการฟาร์มอัจฉริยะที่เหมาะสมกับบริบทไทย การวิจัยการใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนเพื่อการตรวจสอบย้อนกลับและรับรองคุณภาพเนื้อโค การพัฒนาแอปพลิเคชันมือถือสำหรับเกษตรกรในการจัดการฟาร์มและเชื่อมต่อกับตลาด รวมถึงการวิจัยการใช้เทคโนโลยีชีวภาพในการปรับปรุงพันธุ์โคเนื้อให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของไทย การวิจัยและพัฒนาเหล่านี้จะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและยกระดับมาตรฐานการผลิตของอุตสาหกรรมโคเนื้อไทยสู่ระดับสากล

4. การศึกษาแนวทางการสร้างแบรนด์และกลยุทธ์การตลาดสำหรับเนื้อโคคุณภาพสูงของไทย โดยเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มและการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ ควรมีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการของตลาดอย่างละเอียด ศึกษากลยุทธ์การสร้างแบรนด์ระดับประเทศสำหรับเนื้อโคไทย วิจัยช่องทางการตลาดออนไลน์และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมการขาย ตลอดจนศึกษา

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคเพื่อเพิ่มมูลค่าและขยายตลาด การศึกษานี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถวางแผนการตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในคุณภาพของเนื้อโคไทยในระดับสากล

5. การวิเคราะห์นโยบายและมาตรการสนับสนุนที่จำเป็นจากภาครัฐในการยกระดับอุตสาหกรรมโคเนื้อไทย โดยครอบคลุมทั้งด้านการเงิน กฎหมาย และการพัฒนาบุคลากร ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งกองทุนพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อแห่งชาติ วิเคราะห์มาตรการทางภาษีและสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมสำหรับการลงทุนในอุตสาหกรรมโคเนื้อ ศึกษาแนวทางการปรับปรุงกฎระเบียบและมาตรฐานการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล รวมถึงวิเคราะห์นโยบายการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา และการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่เกษตรกร การศึกษานี้จะช่วยให้ภาครัฐสามารถกำหนดนโยบายและมาตรการสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพ สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อไทยอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมปศุสัตว์. (2566). รายงานประจำปี สถิติการปศุสัตว์ประเทศไทย. กรุงเทพฯ : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. <https://dld.go.th/th/index.php/th/>
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2560). แผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเกษตร ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560- 2579) และ แผนปฏิบัติงาน ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560 - 2564), 7- 84.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2567). กรมส่งเสริมการเกษตร พร้อมขับเคลื่อน แม่ฮ่องสอนโมเดลให้ได้ตามเป้า 2570 เพิ่มรายได้เกษตรกร 3 เท่าได้จริง. <https://www.doae.go.th/กรมส่งเสริมการเกษตร-พร4/>
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2559). แผนพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564). (สืบค้น 8 เมษายน 2563)
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560- 2579).
- กำธร แจ่มจรัส, นันทนีย์ เอ็บอิม, ญาณิศา เฟื่อนพะ, และ ฤดี เสริมชยุต. (2565). การยกระดับและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตเมืองกรุงเก่าจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารศิลปการจัดการ, 6(3), 1585-1603.
- คณะกรรมการธุรกิจปศุสัตว์และแปรรูป สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย. (2566). การขับเคลื่อนการเลี้ยงโคเนื้อตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain). คณะกรรมการธุรกิจปศุสัตว์และแปรรูป สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย. [https://www.thaichamber.org/news/view/87/2583-การขับเคลื่อนการเลี้ยงโคเนื้อตลอดห่วงโซ่อุปทาน \(Supply Chain\)](https://www.thaichamber.org/news/view/87/2583-การขับเคลื่อนการเลี้ยงโคเนื้อตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain))

- ญาณิน โอภาสพัฒนกิจ, และ จุฑารัตน์ เศรษฐกุล. (2548). *สถานภาพการผลิตและการตลาดเนื้อโคของประเทศไทย*. รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการสถานภาพการผลิตและการตลาดเนื้อโคของประเทศไทย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, กรุงเทพฯ. http://tarr.arda.or.th/static2/docs/development_plan2559.pdf.
- ประสาธน์ เกตุพิทักษ์. (2559). ประเทศไทย 4.0 กับอนาคตเกษตรไทย. *วารสารดินและปุ๋ย*, 38(1-4), 23-31.
- พิมพ์จันทร์ หวลอารมณ์. (2559). *การสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตปศุสัตว์ด้วยเทคโนโลยีแปรรูปอาหาร*. กรมปศุสัตว์. <https://royal.dld.go.th/webnew/images/ungkarn/au/17032565-K1.pdf>
- เพชรดา จันอ้วน, และ ยศ บริสุทธิ. (2565). การเป็นผู้ประกอบการเกษตร: อาชีพที่ท้าทายของคนรุ่นใหม่ X,Y และ Z Generations. *วารสารวิจัยและพัฒนาอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (ออนไลน์)*, 1(1), 82 - 98.
- ศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเกษตร. (2567, 29 มกราคม). *เขียนปีฟ แพลตฟอร์มการบริหารจัดการข้อมูลฟาร์มโคเนื้ออย่างเป็นระบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการฟาร์มอย่างมีมาตรฐาน*. Gosmartfarmer. <https://www.gosmartfarmer.com/innovation/30660>
- สำนักข่าวไทยแลนด์พลัส ออนไลน์. (2563, 15 กรกฎาคม) ธ.ก.ส. ร่วมลงนามโครงการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพเศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (BCG โมเดล). สำนักข่าวไทยแลนด์พลัส ออนไลน์. <https://www.thailandplus.tv/archives/>
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2567, 4 กุมภาพันธ์). *จับตากระแสการลงทุนสตาร์ทอัพเกษตรทั่วโลกและไทยตอบโจทย์แก้วิกฤตภาคเกษตร*. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน). <https://www.nia.or.th/AgTech-Startups-DeepTech-Investment-2023>
- สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2567). ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐาน ตัวอย่างเล่มแผน, 66-70. <https://www.opsmoac.go.th/bpsp-dwl-files-441191791050>.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560, 28 มิถุนายน). *ขับเคลื่อนแผนฯ 12สู่อนาคตประเทศไทย*. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6746&filename=index
- 1stCraft Team. (2563). *Supply Chain คืออะไร? อุตสาหกรรมควรประยุกต์ใช้แบบไหน?*. 1stCraft. <https://1stcraft.com/th/what-is-supply-chain/#>.
- Guanasekaran, A. (1999). Agile manufacturing: A framework for research and development. *International Journal of Production Economics*, 62, 1-2, 87-105.
- Huang and Sheu. (2005). *DEVISING AN EFFICIENT BEEF SUPPLY CHAIN: ALIGNMENT OF PRODUCT AND FUNCTIONS*, 16-17.
- Miller, D. (1983). *The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms*. *Management Science*, 29(7), 770-791.

Ministry of Agriculture and Cooperatives. (2016). *Operation Manual for Large- Scale Agricultural Extension Systems*. Retrieved January 8, 2019, from <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER057/GENERAL/DATA0000/00000233.PDF>

Ojanpera, M.Y. et. (2019). Adapting an agile manufacturing concept to the reference architecture model industry 4.0: A survey and case study. *Journal of Industrial Information Integration*, 15, 147-160.

Report. (2565, 4 พฤษภาคม). สุมิพลา เปิดตัวกราฟิใหม่มุ่งสู่ “องค์กรแห่งเทคโนโลยี – Agile Technology” [http\[s\]://www.mreport.co.th/experts/business-and-management/216-Sumipol-Agile-Technology-by-Thongpol-Oulapathorn-SIMTec](http[s]://www.mreport.co.th/experts/business-and-management/216-Sumipol-Agile-Technology-by-Thongpol-Oulapathorn-SIMTec)