



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การพัฒนามาตรฐานโคเนื้อไทยเพื่อการส่งออก:
กรณีศึกษาสุรินทร์วากิว

จัดทำโดย นายอุดม เจือจันทร์
รหัส 16025

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 16 ปี 2568
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การพัฒนามาตรฐานโคเนื้อไทยเพื่อการส่งออก:
กรณีศึกษาสุรินทร์วากิว

จัดทำโดย นายอุดม เจือจันทร์
รหัส 16025

หลักสูตรนักรับบริหารการทูต รุ่นที่ 16 ปี 2568
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ.....

(เอกอัครราชทูตปัญญรักษ์ พูลทรัพย์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....

(เอกอัครราชทูต ดร.จริย์วัฒน์ สันตะบุตร)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....

(ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ไชยวัฒน์ คำชู)

อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนโคเนื้อประมาณ 10.5 ล้านตัว มีปริมาณในการผลิตเป็นเนื้อโคประมาณ 243,000 ตัน หรือ 1.2 ล้านตัวต่อปี ในขณะเดียวกันยังคงนำเข้าเนื้อโคเกรดพรีเมียมด้วยประมาณ 25,000 ตันต่อปี ทำให้ประสบปัญหาโคเนื้อล้นตลาดและราคาตกต่ำ จำเป็นต้องหาทางแก้ไข ทางออก คือ การลดปริมาณการผลิตให้พอดีและพัฒนาให้เน้นคุณภาพมากขึ้น หรือหาวิธีปรับปรุงมาตรฐานเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคและมุ่งส่งออกในระยะยาว เช่น ตลาดจีนที่อยู่ใกล้มีความต้องการเนื้อโคสูงถึง 2.7 ล้านตันต่อปี แต่ประเทศไทยส่งออกได้ยากเนื่องจากติดขัดปัญหา 4 ประเด็น ได้แก่ การกำหนดมาตรฐานของสินค้า การปลอดโรคปากและเท้าเปื่อย (FMD) การปฏิบัติตามขั้นตอนและข้อกำหนด GACC และระบบการตรวจสอบย้อนกลับ

การศึกษานี้มุ่งที่จะหาทางแก้ปัญหาทั้ง 4 ประเด็นในระยะยาว เพื่อการผลิตโคเนื้อที่ได้คุณภาพ ในปริมาณที่เหมาะสม จะส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้อยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยใช้โคสุรินทร์วากิวเป็นกรณีศึกษา ซึ่งเกิดจากการรวมกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์พัฒนาโคเนื้อที่มีไขมันแทรกสูงเป็นที่ต้องการของตลาดเนื้อโคพรีเมียม มีผลตอบแทนที่สูงกว่าโคเนื้อทั่วไป จากการศึกษาพบว่า มีทางเป็นไปได้มากในระยะสั้นที่จะทดแทนการนำเข้าก่อน หากได้ปริมาณและคุณภาพที่เหมาะสมจึงค่อยหาช่องทางการตลาดส่งออก โดยเริ่มจากส่งไปฮ่องกง เนื่องจากมีกำลังซื้อเนื้อโคพรีเมียม และจากการพิจารณาข้อกำหนดการนำเข้าเนื้อโคของฮ่องกงที่กำกับดูแลโดยหน่วยงาน Centre for Food Safety (CFS) มีโอกาสสำเร็จสูง

การศึกษานี้จึงเสนอให้กรมปศุสัตว์มีนโยบายสนับสนุนการผลิตที่เน้นคุณภาพดีที่ตลาดต้องการ และปริมาณการผลิตที่เหมาะสม สนับสนุนกระบวนการผลิตที่มีการควบคุมมาตรฐานตรงกับมาตรฐานสุขอนามัยสากล การขยายผลและส่งเสริมการดำเนินการโครงการสุรินทร์วากิว การพัฒนาสายพันธุ์ที่ดีกว่าเพื่อทดแทนโคลูกผสมบราห์มัน การขยายพื้นที่ปลอดโรค FMD ในพื้นที่ที่มีศักยภาพด้วยระบบ sand box โดยการควบคุมขอบเขตการเลี้ยงอย่างเคร่งครัด การพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ ตลอดห่วงโซ่อุตสาหกรรมโคเนื้อตั้งแต่กำหนดเขตพื้นที่ คัดเลือกพันธุ์ จัดการอาหาร วิธีการเลี้ยงอายุ การฆ่าและชำแหละ การเก็บการบ่ม การขนส่ง และการตลาด โดยกำหนดเป้าหมายทำการตลาดในประเทศเพื่อทดแทนการนำเข้าก่อน หากประสบความสำเร็จจึงมุ่งส่งออกสู่ตลาดฮ่องกงเป็นอันดับแรก การปรับกลยุทธ์นี้จะช่วยให้สร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดภายในประเทศ สามารถผลิตเนื้อโคคุณภาพที่ได้มาตรฐานสากล พร้อมขยายไปสู่ตลาดส่งออกอื่นในระยะยาวต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาส่วนบุคคลเรื่อง การยกระดับการส่งออกโคเนื้อไทยและโครงการนำร่อง “เนื้อสุรินทร์วากิวสู่ฮ่องกง” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาและการสนับสนุนจากหลายฝ่าย ผู้ศึกษาจึงขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงต่อบุคคลและหน่วยงานต่างๆ ดังต่อไปนี้

ขอขอบคุณ ออท.ปัญญรักษ์ พูลทรัพย์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ออท.ดร.จริยวัฒน์ สันตะบุตร อาจารย์ที่ปรึกษา และ ศ.กิตติคุณ ดร.ไชยวัฒน์ คำชู อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ และแนวทางการศึกษาวิจัยที่มีคุณค่า ตลอดจนการตรวจสอบและปรับปรุงเนื้อหาให้มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ ด้านแนวคิดเชิงยุทธศาสตร์และการเชื่อมโยงกับนโยบายระดับชาติ ให้ความรู้เชิงลึกด้านการวิเคราะห์ตลาดและกลยุทธ์เชิงแข่งขัน รวมถึงแนวคิดการนำดิจิทัลมาใช้ในการโครงการ ทำให้การศึกษาค้นนี้มีมุมมองที่กว้างไกลและลึกซึ้งยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ ที่ได้จัดหลักสูตรนักรับราชการทูต รุ่นที่ 16 ปี 2568 ซึ่งเป็นเวทีสำคัญในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านการทูตและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ รวมทั้งการสนับสนุนให้ข้าราชการได้ศึกษาวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของแต่ละหน่วยงาน

ขอขอบคุณอธิบดีกรมปศุสัตว์ และผู้บริหารกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หน่วยงานต้นสังกัดที่ได้ให้การสนับสนุนให้มีโอกาสพัฒนาตนเองด้านการบริหารและการทูต

ขอขอบคุณ นักวิชาการ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมปศุสัตว์ ที่ได้แบ่งปันประสบการณ์และข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสถานการณ์จริง

ขอขอบคุณครอบครัวที่ได้ให้กำลังใจและสนับสนุนเต็มที่ ขอขอบคุณเพื่อนร่วมหลักสูตรที่ให้ความช่วยเหลือและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์

การศึกษาค้นฉบับนี้เป็นความคิดเห็นส่วนบุคคลของผู้ศึกษาที่พัฒนาขึ้นจากการศึกษาข้อมูล การวิเคราะห์ และประสบการณ์การทำงาน ข้อเสนอแนะและข้อสรุปต่าง ๆ ไม่ได้เป็นนโยบายอย่างเป็นทางการของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง หากมีข้อผิดพลาดหรือข้อจำกัดใด ๆ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาขอรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว และหวังว่าการศึกษานี้จะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเข้าใจ และกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อไทยให้เจริญก้าวหน้าต่อไป

อุดม เจือจันทร์

กันยายน 2568

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ภูมิหลัง และความสำคัญของหัวข้อที่จะศึกษา	1
1.2 ความสำคัญของการศึกษา	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	9
บทที่ 2 การวิเคราะห์ประเด็นศึกษาและผลการศึกษา	10
2.1 การวิเคราะห์ตลาดและศักยภาพของสาธารณรัฐประชาชนจีน	10
2.2 การวิเคราะห์ตลาดและศักยภาพของฮ่องกง	10
2.3 การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบเกี่ยวกับประเทศคู่แข่งหลัก	11
2.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)	12
2.5 การวิเคราะห์ช่องว่างเชิงกลยุทธ์ของประเทศไทย	14
2.6 การเปรียบเทียบเชิงกลยุทธ์: เนื้อสรินทร์วากิวกับคู่แข่งในตลาดฮ่องกง	15
2.7 สรุปผลการศึกษา	16
บทที่ 3 ข้อเสนอ	17
3.1 ข้อเสนอเชิงนโยบาย	17
3.2 ข้อเสนอเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ	19
บรรณานุกรม	22
ประวัติผู้เขียน	25

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	การเปรียบเทียบเชิงกลยุทธ์: การแข่งขันในตลาดเนื้อโคพรีเมียมฮ่องกง	15
ตารางที่ 2	แผนปฏิบัติการโครงการนำร่อง “เนื้อสุรินทร์วากิวฮ่องกง”	20

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ภูมิหลัง และความสำคัญของหัวข้อที่จะศึกษา

1.1.1 ศักยภาพการผลิตและบทบาทต่อเศรษฐกิจฐานราก

ประเทศไทยมีศักยภาพมหาศาลในการผลิตโคเนื้อ โดยข้อมูลจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ระบุว่า ณ ช่วงต้นปี พ.ศ. 2567 ประเทศไทยมีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อกว่า 1.4 ล้านราย และมีจำนวนโคเนื้อในประเทศมากกว่า 10 ล้านตัว และในปัจจุบันเพิ่มขึ้นถึง 10.5 ล้านตัว สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของอุตสาหกรรมโคเนื้อต่อเศรษฐกิจฐานรากและชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ชนบท นอกจากปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแล้ว ประเทศไทยยังมีการพัฒนาสายพันธุ์โคเนื้อคุณภาพสูงอย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นการพลิกโฉมอุตสาหกรรมจากที่เคยเน้นเพียงแค่ปริมาณมาสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม โครงการที่โดดเด่นและเป็นรูปธรรมคือโครงการ “สุรินทร์วากิว” ซึ่งเริ่มต้นขึ้นจากวิกฤตราคาโคเนื้อพื้นถิ่นที่ตกต่ำในจังหวัดสุรินทร์เมื่อปี พ.ศ. 2557 โครงการนี้เป็นความพยายามของเกษตรกรในท้องถิ่นที่หันมาเลี้ยงโคเนื้อสายพันธุ์ลูกผสมวากิวอย่างจริงจัง จนกระทั่งได้รับความร่วมมืออย่างเป็นระบบจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีในการอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรกว่า 500 ราย ในการปรับปรุงพันธุ์และขุนโคเนื้อให้มีไขมันแทรกสูงตามมาตรฐานสากล ความสำเร็จที่สำคัญที่สุด คือ การที่ “เนื้อสุรินทร์” ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (geographical Indication: GI) จากกรมทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2567 ซึ่งเป็นการยกระดับคุณภาพของสินค้า สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และเพิ่มโอกาสทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ปัจจุบันเนื้อสุรินทร์วากิวถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบหลักในร้านอาหารญี่ปุ่นระดับพรีเมียมหลายแห่งในกรุงเทพฯ และเมืองใหญ่ และเป็นการทดแทนการนำเข้าเนื้อโคจากต่างประเทศได้อีกด้วย จากสถิติการนำเข้า มักจะรวมเนื้อโคทุกเกรดเข้าด้วยกัน

ช่วงปี 2566-2567 ปริมาณการบริโภคเนื้อโคภายในประเทศเพิ่มขึ้นจาก 236,240 พันตัน ในปี 2566 เป็น 243,210 ตัน ในปี 2567 คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.95 ในขณะเดียวกัน ปริมาณการผลิตเนื้อโคก็เพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน จาก 211.81 พันตัน เป็น 219.21 พันตัน ในคาบเวลาเดียวกัน คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.49 ปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อคนต่อปีก็เพิ่มขึ้นจาก 3.58 กิโลกรัม เป็น 3.69 กิโลกรัม จะเห็นว่า การผลิตยังไม่เพียงพอกับการบริโภคโดยเฉพาะในตลาดที่นิยมบริโภคเนื้อโคพรีเมียมจึงต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศด้วย จากข้อมูลที่มีการเผยแพร่โดย

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ และแหล่งข้อมูลอื่น ๆ พบว่า ปริมาณการนำเข้าเนื้อโคและผลิตภัณฑ์ของไทย (รวมทุกเกรด) ในปี 2565 มีการนำเข้าเนื้อโคและผลิตภัณฑ์ปริมาณ 55,770 ตัน มูลค่า 8,910.92 ล้านบาท ส่วนปี 2566 มีการนำเข้าเนื้อโคและผลิตภัณฑ์รวม 49,253 ตัน มูลค่า 7,754.94 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปี 2565 และในปี 2567 ประเทศไทยนำเข้าเนื้อโคพรีเมียม ประมาณ 25,000 ตัน แหล่งนำเข้าหลักที่ไทยนำเข้าเนื้อโคส่วนใหญ่และเป็นที่นิยมสำหรับผู้บริโภคเนื้อเกรดพรีเมียม ได้แก่ ออสเตรเลียมีมูลค่าการนำเข้าสูงสุด โดยเฉพาะเนื้อโคพันธุ์ แองกัส ซึ่งเป็นที่นิยม ญี่ปุ่นที่ผู้บริโภคไทยนิยมมากที่สุดสำหรับเนื้อวากิว และนิวซีแลนด์เป็นแหล่งนำเข้าเนื้อโคพันธุ์แองกัส

สำหรับแนวโน้มตลาดเนื้อโคพรีเมียมของไทยนั้น ผู้บริโภคชาวไทยมีความต้องการบริโภคเนื้อโคเกรดพรีเมียมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเนื้อที่มีไขมันแทรกสูง เช่น เนื้อวากิวและเนื้อแองกัส ภาครัฐและภาคเอกชนในไทยกำลังเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อโคในประเทศให้มีคุณภาพเทียบเท่าเพื่อนำเข้าเพื่อลดการพึ่งพาจากต่างประเทศ เช่น การพัฒนาโคเนื้อพันธุ์ "โคดำลำตะคอง" "โคไทยแบล็ค DLD" และ "โคสุรินทร์วากิว" ซึ่งมีคุณภาพสูงและสามารถแข่งขันกับเพื่อนำเข้าได้ ซึ่งอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศ แต่สวนทางกับจำนวนโคเนื้อของเกษตรกรรายย่อยซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกผสมพื้นเมืองบราห์มันที่มีจำนวนมากแต่ราคาต่ำ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ "เนื้อสุรินทร์วากิว" มีจุดขายทางการตลาดที่อ้างอิงจากภูมิปัญญาและวัตถุดิบท้องถิ่น ซึ่งก็คือการเลี้ยงโคด้วยฟางข้าวหอมมะลิแต่การวิเคราะห์ในเชิงโภชนาการ แสดงให้เห็นว่า ฟางข้าวมีคุณค่าทางโภชนาการต่ำและมีเยื่อใยสูง ดังนั้น การที่จะผลิตเนื้อโคให้มีไขมันแทรกในระดับสูง (ระดับ 3 ขึ้นไปตามมาตรฐานญี่ปุ่น) ตามที่ระบุไว้ในมาตรฐาน GI ผู้ผลิตจะต้องมีการจัดการโภชนาการที่เข้มงวดด้วยการเสริมโปรตีนและพลังงานอย่างเป็นระบบ การนำเสนอเรื่องราวของ "สุรินทร์วากิว" จึงเป็นกลยุทธ์การตลาดที่น่าสนใจในการสร้างความแตกต่าง แต่ความสำเร็จในระยะยาวจะขึ้นอยู่กับการรักษามาตรฐานการผลิตทางวิทยาศาสตร์ควบคู่ไปกับเรื่องราวมาตรฐาน GI อย่างสม่ำเสมอ

1.1.2 วิฤตราคา

ตลอด 2-3 ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมโคเนื้อไทยต้องเผชิญกับวิกฤตราคาตกต่ำอย่างรุนแรง โดยราคาโคมีชีวิต ณ ต้นปี พ.ศ. 2568 ลดลงเหลือเพียง 76.98 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเป็นราคาที่ใกล้เคียงกับต้นทุนการเลี้ยงเฉลี่ย ทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่แทบไม่มีกำไรหรือขาดทุนในบางกรณี ในทางตรงกันข้าม ราคาเนื้อโคชิ้นส่วนในตลาดค้าปลีกกลับยังคงมีราคาสูงถึง 240-300 บาทต่อกิโลกรัม ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญของราคาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความไม่สมดุลและไร้ประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทาน โดยผู้ผลิตต้นน้ำ คือ เกษตรกรต้องแบกรับภาระและความเสี่ยงเพียงฝ่ายเดียว ในขณะที่ราคาเนื้อโคพรีเมียมที่ผลิตในประเทศไทยหลายสายพันธุ์ มีราคาที่สามาร

แข่งขันกับเนื้อนำเข้าได้และบางสายพันธุ์มีราคาใกล้เคียงหรือสูงกว่าเนื้อนำเข้าบางชนิดด้วยซ้ำ ขึ้นอยู่กับคุณภาพและการตลาด เช่น โคขุนโพนยางคำ ราคาเริ่มต้นที่ 490 บาทต่อกิโลกรัม สำหรับเนื้อสะโพก และสูงถึง 1,400 บาทต่อกิโลกรัม สำหรับเนื้อสันใน โคเนื้อกำแพงแสน ราคาเริ่มต้น 300 บาทต่อกิโลกรัม (เกรด 2 ดาว) และสูงถึง 1,500 บาทต่อกิโลกรัม สำหรับเนื้อโหลมฮอก (เกรด 5 ดาว) สำหรับเนื้อโคสุรินทร์วากิว คุณภาพนั้นมีราคาประมาณ 1,600 บาทต่อกิโลกรัม ราคาอาจแตกต่างกันไปตามส่วนของเนื้อและเกรดไขมันแทรก ซึ่งเทียบเคียงได้กับเนื้อพรีเมียมของไทยสายพันธุ์อื่น ๆ และเนื้อนำเข้าบางส่วน โคดำลำตะคองราคาเริ่มต้นประมาณ 400 บาทต่อกิโลกรัม (BMS 2-4) และราคาสำหรับเนื้อริบอายเกรดซูเปอร์พรีเมียม (BMS 8-9) สามารถพุ่งสูงถึง 4,500 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนราคาเนื้อโคพรีเมียมนำเข้าจากต่างประเทศมักจะสูงกว่าเนื้อโคทั่วไปในประเทศอย่างมีนัยสำคัญ เนื้อวากิวญี่ปุ่น (A5) จัดเป็นเนื้อโคพรีเมียมที่มีราคาสูงที่สุดในตลาดโลก ราคาขายปลีกในไทยเริ่มต้นตั้งแต่หลักพันบาทไปจนถึงหลายหมื่นบาทต่อกิโลกรัมขึ้นอยู่กับส่วนของเนื้อ เนื้อวากิวออสเตรเลียมีราคาหลากหลายตามเกรด แต่โดยทั่วไปจะมีราคาสูงกว่าเนื้อโคพรีเมียมของไทยบางสายพันธุ์ โดยราคาเนื้อส่วนริบอาย (ribeye) อาจสูงกว่า 2,000 บาทต่อกิโลกรัมขึ้นไป เนื้อแองกัสจากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์เป็นเนื้อพรีเมียมอีกชนิดที่นิยมในไทย มีราคาที่เข้าถึงได้ง่ายกว่าวากิว แต่ก็ยังสูงกว่าเนื้อโคทั่วไปในประเทศ จะเห็นว่าราคาเนื้อโคทั่วไปในท้องตลาดเนื้อโคไทยมีราคาถูกกว่าเนื้อโคทั่วไป ส่วนเนื้อโคพรีเมียมที่ผลิตในไทย เช่น โคขุนโพนยางคำ โคเนื้อกำแพงแสน มีราคาที่สามารแข่งขันกับเนื้อพรีเมียมนำเข้าจากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ได้ สำหรับเนื้อโคพรีเมียมระดับสูงสุดของไทย เช่น โคดำลำตะคอง และสุรินทร์วากิว มีคุณภาพและราคาที่เทียบเคียงได้กับเนื้อวากิวญี่ปุ่นและออสเตรเลียในเกรดใกล้เคียงกัน แสดงให้เห็นว่า เนื้อโคไทยมีศักยภาพในการผลิตเนื้อพรีเมียมที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคระดับบนในประเทศได้

1.1.3 ความท้าทายเชิงระบบ

ปัญหาวิกฤตราคาโคเนื้อในประเทศไทยเป็นผลมาจากวงจรเชิงลบที่เกี่ยวข้องกันอย่างซับซ้อน ได้แก่ ภาวะอุปทานส่วนเกินและการสูญเสียตลาดส่งออก การลักลอบนำเข้าเนื้อโค การระบาดของโรคปากและเท้าเปื่อย (FMD) ที่เป็นโรคประจำถิ่น และการขาดระบบตรวจสอบย้อนกลับและมาตรฐานการผลิตที่เชื่อถือได้ในระดับสากล

ปัญหาด้านสุขภาพสัตว์เป็นปัจจัยสำคัญที่บั่นทอนความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก สถานะของโรคปากและเท้าเปื่อย (FMD) ที่เป็นโรคประจำถิ่นมานานกว่า 60 ปี ในประเทศไทยเป็นอุปสรรคสำคัญที่ขัดขวางไม่ให้ประเทศไทยสามารถประกาศสถานะ “ปลอดโรค FMD” ในระดับชาติได้ตามมาตรฐานสากล การระบาดที่ยังคงเกิดขึ้นเป็นระยะในบางพื้นที่ทำให้ไทยไม่สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอย่างออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ที่ปลอดโรคนี้นานมาอย่างยาวนานได้ แม้ว่ากรมปศุสัตว์จะมีความพยายามในการจัดตั้งพื้นที่ควบคุมโรคและพื้นที่ปลอดโรคเป็นโซนในภาคตะวันออก

ของประเทศ แต่การที่ไม่สามารถกำจัดโรคได้อย่างสมบูรณ์ในภาพรวมของประเทศยังคงเป็นข้อจำกัดทางการค้าที่สำคัญที่สุดการที่ไทยยังไม่สามารถประกาศสถานะปลอดโรค FMD ทั่วประเทศได้เป็นเงื่อนไขที่จำเป็นอย่างยิ่งในการเพิ่มโอกาสการส่งออกไปยังต่างประเทศที่มีข้อกำหนดด้านสุขอนามัยที่เข้มงวดอย่างมาก

1.2 ความสำคัญของการศึกษา

การยกระดับมาตรฐานเนื้อโคไทยให้สามารถทดแทนการนำเข้าและแข่งขันในตลาดโลกให้ได้นั้นมีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาในระดับชาติหลายฉบับ รวมถึงบทบาทของกระทรวงที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.2.1 การเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายระดับสูง

ก. การเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)

โครงการพัฒนาระบบมาตรฐานการส่งออกโคเนื้อไทยมีความสอดคล้องอย่างสมบูรณ์กับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งมีวิสัยทัศน์หลัก คือ "ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน"

มิติความมั่นคง การมีตลาดส่งออกที่หลากหลายช่วยลดความเสี่ยงทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการพึ่งพาตลาดใดตลาดหนึ่งซึ่งเป็นการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจในภาคส่วนสำคัญของประเทศและการแก้ไขปัญหาการค้าตกต่ำยังช่วยบรรเทาความเดือดร้อนทางสังคมของเกษตรกรจำนวนมากซึ่งเป็นการเสริมสร้างเสถียรภาพทางสังคมในพื้นที่ชนบท

มิติความมั่งคั่ง การเปิดตลาดส่งออกไปประเทศที่มีกำลังซื้อสูงจะช่วยสร้างรายได้ใหม่ให้กับประเทศและเพิ่มมูลค่าการส่งออกได้หลายหมื่นล้านบาทต่อปีซึ่งจะส่งผลให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ 1.4 ล้านราย มีรายได้ที่มั่นคงขึ้น ทำให้เกิดการกระจายความมั่งคั่งสู่ระดับฐานราก

มิติความยั่งยืน การพัฒนาระบบมาตรฐานการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำรวมถึงการใช้ประโยชน์จากผลพลอยได้เช่นมูลโคเพื่อผลิตปุ๋ยอินทรีย์เป็นการส่งเสริมการเลี้ยงโคที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

นอกจากนี้โครงการยังเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติในด้านอื่นๆ อย่างชัดเจน ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยโครงการนี้มุ่งยกระดับมาตรฐาน การผลิตโคเนื้อให้เทียบเท่าระดับสากล และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของสินค้า ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก

ยุทธศาสตร์ที่ 5: การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติ โดยการสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าผ่านการส่งออกโคเนื้อเป็นการใช้เศรษฐกิจเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างความมั่นคงทางการทูตและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

ข. การเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)

โครงการนี้ถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเป้าหมายของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 ซึ่งมีเป้าหมายหลักในการพลิกโฉมประเทศไทยสู่สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน การวิเคราะห์สถานการณ์แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมโคเนื้อไทยยังคงมีลักษณะเป็นเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมที่พึ่งพิงปริมาณ ทำให้ราคามีความผันผวนสูง การขาดมาตรฐานและระบบการตรวจสอบย้อนกลับ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ โครงการนี้จึงมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงกระบวนการดังกล่าวโดยการยกระดับมาตรฐานการผลิตให้สามารถสร้างสินค้าที่มีคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือในตลาดต่างประเทศซึ่งจะทำให้สินค้าสามารถสร้างมูลค่าได้สูงขึ้นและเป็นไปตามเป้าหมายของแผนที่ต้องการผลักดันรายได้ต่อหัวของประชากรให้สูงขึ้น

โครงการนี้ยังตอบสนองต่อ "หมุดหมาย" สำคัญของแผนพัฒนาฯ ดังนี้:

หมุดหมายที่ 3 การยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการผลิตและบริการ โครงการนี้มุ่งมั่นที่จะพัฒนามาตรฐานการผลิตโคเนื้อให้เป็นไปตามหลักสากล เช่น GMP และ HACCP รวมถึงการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการตรวจสอบคุณภาพ ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการเกษตรไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม

หมุดหมายที่ 4: การสร้างโอกาสและความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจและสังคม การเพิ่มผลผลิตเนื้อโคพรีเมียมจะช่วยให้เกษตรกรรายย่อยได้ช่วยเหลือความเหลื่อมล้ำและสร้าง ความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจให้กับเกษตรกรรายย่อย

1.2.2 การเชื่อมโยงเชิงกลยุทธ์กับนโยบายระดับกระทรวงและกรมปศุสัตว์

ก. การเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579)

โครงการนี้ถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ให้บรรลุวิสัยทัศน์ “เกษตรกรรมมั่นคง ภาคการเกษตรมั่งคั่ง ทรัพยากรการเกษตรยั่งยืน”

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกร : การเปิดตลาดใหม่ในประเทศ จีนช่วยสร้าง ความมั่นคง ทางรายได้ให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อกว่า 1.4 ล้านราย โดยลดการพึ่งพาตลาด ภายในประเทศเพียงอย่างเดียว และลดความเสี่ยงจากภาวะราคาคงต่ำ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร : โครงการนี้มุ่งเน้นการพัฒนาพันธุ์โคเนื้อคุณภาพสูง เช่น โคขุนโพนยางคำ และโคดำลำตะคอง และ

การยกระดับมาตรฐานการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เช่น GMP, HACCP, และ HALAL ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในภาคปศุสัตว์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม: โครงการนี้สนับสนุนการนำนวัตกรรมมาใช้ในกระบวนการผลิตและการตลาด โดยเฉพาะการพัฒนา ระบบตรวจสอบย้อนกลับแบบดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีชีวภาพในการพัฒนาสายพันธุ์

ข. การเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์และบทบาทของกรมปศุสัตว์

กรมปศุสัตว์มีนโยบายและเป้าหมายที่ชัดเจนในการสนับสนุนการเลี้ยงและผลิต โคเนื้อเกรดพรีเมียม เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมปศุสัตว์ของไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ลดการพึ่งพาการนำเข้า และเพิ่มมูลค่าทางการส่งออก โดยสามารถสรุปนโยบายและเป้าหมายสำคัญ ได้ดังต่อไปนี้

เป้าหมายหลัก ได้แก่ การลดการนำเข้าและทดแทนด้วยการผลิตภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นการผลิตเนื้อโคพรีเมียมที่มีคุณภาพเทียบเท่าหรือดีกว่าเนื้อโคที่นำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อ ลดภาระการนำเข้าและเพิ่มโอกาสให้กับเกษตรกรไทย การเพิ่มศักยภาพการส่งออกโดยการผลักดันให้ ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกเนื้อโคคุณภาพสูงไปยังตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศ ที่มีความต้องการเนื้อพรีเมียม ตลอดจนการสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่อุปทานโดยการสนับสนุน การพัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตั้งแต่การปรับปรุงพันธุ์ การจัดการฟาร์ม ไปจนถึงการแปรรูปและ การตลาด เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง

ส่วนนโยบายและมาตรการสำคัญ ได้แก่ การพัฒนาสายพันธุ์โคเนื้อพรีเมียม ซึ่ง กรมปศุสัตว์ได้พัฒนาและส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อพันธุ์ใหม่ชื่อ ไทยแบล็ค DLD ที่เกิดจากการปรับปรุง พันธุ์ด้วยเทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อให้ได้เนื้อโคที่มีคุณภาพสูง มีไขมันแทรกในเนื้อ (marbling) และมี รสชาติที่ดี ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ตลาดต้องการ มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีผสมเทียมด้วยน้ำเชื้อ พ่อโคพันธุ์ดีจากต่างประเทศ เช่น แองกัส (Angus) เพื่อปรับปรุงสายพันธุ์โคพื้นเมืองของไทยให้มี คุณภาพเนื้อที่ดีขึ้น ด้านการยกระดับมาตรฐานการผลิต กรมปศุสัตว์ให้ความสำคัญกับการยกระดับ มาตรฐานฟาร์มปศุสัตว์ให้เป็นไปตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มโคเนื้อ (Good Farming Management: GFM) เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพ ความปลอดภัย และตามหลักของ สวัสดิภาพสัตว์ สนับสนุนการผลิตและใช้พืชอาหารสัตว์ที่มีคุณภาพสูง เช่น หญ้าและพืชตระกูลถั่ว เพื่อให้โคได้รับสารอาหารอย่างครบถ้วนและเหมาะสมสำหรับการผลิตเนื้อพรีเมียม นอกจากนี้กรมปศุสัตว์ มีนโยบายการสนับสนุนการตลาดและการแปรรูป โดยส่งเสริมการสร้างเครือข่ายระหว่างเกษตรกรราย ย่อย สหกรณ์ และผู้ประกอบการ เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลาย น้ำ ผลักดันให้โรงฆ่าสัตว์มีการปรับปรุงมาตรฐานให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ GMP (Good Manufacturing Practice) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความสะอาดและปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

เนื้อโค มีการทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) กับภาคเอกชน เช่น ห้างสรรพสินค้าหรือผู้ประกอบการเนื้อสัตว์รายใหญ่ เพื่อสร้างช่องทางการตลาดสำหรับเนื้อโคพรีเมียมที่ผลิตโดยเกษตรกรไทย

กรมปศุสัตว์มีโครงการต่าง ๆ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเกษตรกรให้มีความรู้และทักษะในการเลี้ยงโคเนื้อคุณภาพสูง โดยมีการจัดฝึกอบรม การให้คำปรึกษา และการสนับสนุนปัจจัยการผลิต มียุทธศาสตร์โคเนื้อ-โคกระบือแห่งชาติ เป็นกรอบการดำเนินงานระยะยาวที่ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งการพัฒนาพันธุ์ การจัดการฟาร์ม การตลาด และการส่งออก โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อของประเทศให้มั่นคงและยั่งยืน

ในด้านบทบาทของกรมปศุสัตว์เพื่อผลักดันมาตรฐานและการส่งออก มีภารกิจด้านการควบคุมโรคสัตว์ การรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์ และการขึ้นทะเบียนผู้ผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของโครงการส่งออกโคเนื้อไทย นอกจากนี้กรมปศุสัตว์ยังมีส่วนการผลักดันเนื้อสุรินทร์วากิวภายใต้มาตรฐาน GI ด้วย การยกระดับมาตรฐานสู่สากล มาตรฐาน GI ไม่ใช่เพียงการรับรองแหล่งกำเนิด แต่ยังรวมถึงคุณภาพและกระบวนการผลิตที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว จะทำให้สามารถควบคุมและตรวจสอบคุณภาพเนื้อตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางได้อย่างเป็นระบบ ยังเป็นการสร้างตำแหน่งทางการตลาด (branding) ที่ชัดเจนให้กับสินค้า โดยกรมปศุสัตว์สามารถใช้มาตรฐาน GI เป็นจุดขายในการเจรจาทางการค้าและเปิดตลาดใหม่ในอนาคตได้ง่ายขึ้นด้วย

1.2.3 บทบาทเชิงบูรณาการของโครงการในห่วงโซ่คุณค่า

ในการผลิตเนื้อโคพรีเมียมเพื่อทดแทนการนำเข้าและแข่งขันในประเทศนั้น ประเทศไทยมีความสามารถในการผลิตโคเนื้อคุณภาพสูงมานานแล้ว แต่ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมนี้ยังคงเน้นการผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศเป็นหลัก หรือส่งออกโคมีชีวิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้ไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ผู้บริโภคชาวไทยที่มีกำลังซื้อสูงยังคงนิยมบริโภคเนื้อวากิวระดับพรีเมียมที่นำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีราคาสูง ทำให้เกษตรกรไทยเสียโอกาสในการแข่งขันในตลาดที่กำลังเติบโต เพื่อเป็นการผลักดันให้อุตสาหกรรมโคเนื้อไทยก้าวไปสู่ระดับสากล โครงการ "การนำร่องส่งออกเนื้อสุรินทร์ไปยังฮ่องกง" จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้าง "เนื้อสุรินทร์วากิว" ให้เป็นสินค้าพรีเมียมที่มีคุณภาพและปริมาณเพียงพอสำหรับแข่งขันในตลาดในประเทศและสามารถทดแทนการนำเข้าเนื้อโคเกรดพรีเมียมจากต่างประเทศได้ในอนาคต ซึ่งจะช่วยยกระดับการผลิตโคเนื้อของไทยให้มีความน่าเชื่อถือและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกในระยะยาว

ในด้านการผลักดันการส่งออกเนื้อสุรินทร์วากิวไปต่างประเทศในอนาคตหากไทยสามารถผลิตเนื้อโคคุณภาพทดแทนการนำเข้าในประเทศเพียงพอแล้ว จะต้องบูรณาการความร่วมมือจากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้ห่วงโซ่อุปทานมีความแข็งแกร่งตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ได้แก่

กรมปศุสัตว์เป็นหน่วยงานหลักในการวางรากฐานและควบคุมคุณภาพการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลและข้อกำหนดของประเทศคู่ค้า ตั้งแต่การตรวจสอบและรับรองมาตรฐานฟาร์มและโรงฆ่าสัตว์ การควบคุมโรคระบาดในสัตว์ ตลอดจนการออกใบรับรองสุขอนามัย (health certificate) ซึ่งเป็นเอกสารสำคัญสำหรับการส่งออก นอกจากนี้ยังเป็นผู้รับผิดชอบในการผลักดันและรับรอง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ให้กับเนื้อสุรินทร์ เพื่อสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานของฮ่องกงเพื่อเชิญมาตรวจประเมินกระบวนการผลิตเมื่อสินค้าพร้อม

กระทรวงพาณิชย์ทำหน้าที่สำคัญในการผลักดันด้านการตลาดและหาช่องทางการจัดจำหน่ายในฮ่องกง พร้อมให้การสนับสนุนผู้ประกอบการในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้และต่อยอดภาพลักษณ์ของ "เนื้อสุรินทร์วากิว" ในฐานะสินค้าพรีเมียม

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ทำหน้าที่กำกับดูแลความปลอดภัยของอาหารตามระเบียบของหน่วยงาน CFS ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ฮ่องกงให้ความสำคัญ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคปลายทางว่าผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน

กระทรวงการต่างประเทศเป็นตัวแทนในการเจรจาทางการทูตกับรัฐบาลฮ่องกง เพื่อสร้างข้อตกลงและเงื่อนไขทางการค้าที่เอื้อต่อการส่งออก รวมถึงการให้ข้อมูลด้านกฎระเบียบและข้อกำหนดของประเทศปลายทาง

เกษตรกรและสหกรณ์ผู้เลี้ยงโคเนื้อสุรินทร์วากิวเป็นผู้มีบทบาทสำคัญที่สุดในห่วงโซ่คุณค่านี้ นับตั้งแต่ต้นน้ำ โดยต้องปรับปรุงและพัฒนากระบวนการเลี้ยงโคให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดเพื่อให้ได้เนื้อที่มีคุณภาพสูง สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และมีมาตรฐานที่น่าเชื่อถือ

การประสานงานของหน่วยงานเหล่านี้จะทำให้ห่วงโซ่อุปทานเนื้อสุรินทร์วากิวมีความแข็งแกร่งตั้งแต่การผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าจนถึงการส่งออก โดยเฉพาะกรมปศุสัตว์ต้องไม่ทำหน้าที่เฉพาะกำกับดูแลเท่านั้น แต่ต้องเป็น "ผู้ผลักดัน" เชิงรุกที่ทำงานร่วมกับผู้ประกอบการและเกษตรกรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยต้องเริ่มสนองตอบตั้งแต่ในระยะเตรียมการเพื่อให้แน่ใจว่าฟาร์มและโรงงานแปรรูปมีมาตรฐานที่สูงกว่าเกณฑ์ภายในประเทศ และพร้อมสำหรับการตรวจสอบจากหน่วยงานต่างประเทศได้ตลอดเวลา การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบันเกี่ยวกับระเบียบการนำเข้าของแต่ละประเทศเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถเจาะตลาดต่างประเทศได้ การผลักดันเหล่านี้จะช่วยให้สินค้ามีความน่าเชื่อถือและสามารถแข่งขันในประเทศและตลาดโลกได้ และการเลือกตลาดฮ่องกงเป็นตลาดนำร่องก่อน ถือเป็นกลยุทธ์ที่น่าสนใจ เพราะฮ่องกงเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงและมีโครงสร้างกฎระเบียบที่ชัดเจน และต่อยอดเพื่อส่งออกไปตลาดอื่นๆ ในอนาคตได้ด้วย

1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1.3.1 ศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของการผลิตเนื้อโคเพื่อทดแทนการนำเข้าเนื้อโคจากต่างประเทศ

1.3.2 วิเคราะห์ข้อกำหนดและโอกาสในการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าและส่งออกตลาดฮ่องกง

1.3.3 วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกับคู่แข่งหลักในมิติ ปริมาณ คุณภาพ ราคาและ โลจิสติกส์

1.3.4 เพื่อเสนอแนวทางเชิงนโยบายและโครงการนำร่องเพื่อขับเคลื่อนการส่งออกเนื้อโคพรีเมียมสู่ตลาดฮ่องกง

บทที่ 2

การวิเคราะห์ประเด็นศึกษาและผลการศึกษา

2.1 การวิเคราะห์ตลาดและศักยภาพของสาธารณรัฐประชาชนจีน

ตลาดเนื้อโคในประเทศจีนเป็นตลาดผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกและเติบโตอย่างรวดเร็ว ด้วยความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากชนชั้นกลางและเศรษฐกิจที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จีนเป็นผู้นำเข้าเนื้อโครายใหญ่ที่สุดในโลกด้วยมูลค่าการนำเข้าสูงถึง 13.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2567 และคาดว่าความต้องการนำเข้าจะยังคงเติบโตต่อไปในระยะยาว ในขณะที่ตลาดจีนนำเสนอโอกาสที่มหาศาล ผู้ส่งออกก็ต้องเผชิญกับกฎระเบียบที่เข้มงวดมากขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบังคับใช้ระเบียบ GACC Decree 248 และ 249 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2565 ซึ่งกำหนดให้ผู้ผลิตอาหารจากต่างประเทศต้องขึ้นทะเบียนกับ GACC ก่อนการส่งออก ซึ่งสำหรับประเทศไทยนอกจากเรื่องกฎระเบียบแล้ว ยังมีปัญหาความพร้อมด้านมาตรการปลอดโรค FMD และ การตรวจสอบย้อนกลับทั้งระบบการผลิต จึงยากลำบากที่จะสามารถส่งออกเนื้อโคไปแข่งขันในตลาดจีนได้

2.2 การวิเคราะห์ตลาดและศักยภาพของฮ่องกง

2.2.1 ขนาดและความต้องการของตลาดฮ่องกง

แม้ว่าจะมีขนาดเล็กกว่าจีนแผ่นดินใหญ่ แต่ตลาดฮ่องกงเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูง และมีความต้องการเนื้อโคคุณภาพสูง โดยเฉพาะเนื้อวากิวพรีเมียม ซึ่งมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ตั้งแต่ร้านค้าออนไลน์ไปจนถึงร้านอาหารพรีเมียมและร้านบุฟเฟต์ที่มีสาขามากมาย ในย่านสำคัญ ราคาของเนื้อวากิวพรีเมียมในฮ่องกง เช่น Wagyu M7 หรือ A4/A5 มีราคาสูง ซึ่งแสดงถึงกำลังซื้อและความเต็มใจของผู้บริโภคที่จะจ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง

2.2.2 ข้อกำหนดและระเบียบการนำเข้า (CFS) และข้อได้เปรียบเชิงกฎระเบียบ

สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ฮ่องกงเป็นตลาดนาร่องที่เหมาะสมคือความแตกต่างเชิงกฎระเบียบจากจีนแผ่นดินใหญ่ ข้อมูลยืนยันว่า กฎระเบียบ GACC Decree 248/249 นั้นครอบคลุมเฉพาะส่วนของจีนแผ่นดินใหญ่ ไม่รวมฮ่องกงและไต้หวัน ข้อกำหนดการนำเข้าเนื้อโคของฮ่องกงอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ Centre for Food Safety (CFS) ซึ่งกำหนดให้ผู้ส่งออกต้องมีใบรับรองสุขภาพ (Health Certificate) ที่ออกโดยหน่วยงานที่ออกเอกสารของประเทศต้นทาง และใบอนุญาตนำเข้าจาก Food and Environmental Hygiene Department (FEHD)

ความแตกต่างเชิงกฎระเบียบนี้มีนัยสำคัญอย่างยิ่งต่อกลยุทธ์การขับเคลื่อนการส่งออกเนื้อโคพรีเมียมของไทย การเจาะตลาดฮ่องกงก่อนจะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถมุ่งเน้นไปที่การสร้างมาตรฐานการผลิตและระบบเอกสารที่ตรงตามข้อกำหนดของ CFS ซึ่งมีความซับซ้อนน้อยกว่า GACC และสามารถทำได้ง่ายกว่าในระยะเริ่มต้น หากโครงการนำร่องประสบความสำเร็จในการผ่านการตรวจสอบและได้รับความเชื่อมั่นจาก CFS ข้อมูลนี้จะกลายเป็น "ประวัติความสำเร็จ" ที่น่าเชื่อถือและเป็นเครื่องมือต่อรองที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งในการเจรจากับ GACC เพื่อเข้าสู่ตลาดจีนแผ่นดินใหญ่ในอนาคต

2.3 การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งหลัก

อุตสาหกรรมโคเนื้อไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เข้มข้นจากผู้ส่งออกรายอื่นที่ได้สร้างตำแหน่งทางการตลาดที่แข็งแกร่งแล้วในตลาดโลก

2.3.1 บราซิล

เป็นผู้ผลิตและส่งออกเนื้อโครายใหญ่ที่สุดไปยังจีน จุดแข็งหลักคือปริมาณการผลิตมหาศาลและต้นทุนที่แข่งขันได้สูง อย่างไรก็ตาม แม้จะเป็นผู้นำด้านปริมาณ แต่บราซิลก็ยังคงเผชิญกับความท้าทายด้านการรักษามาตรฐานและปัญหาด้านสุขอนามัยสัตว์ เช่น กรณีการระงับการส่งออกเนื้อวัวให้กับจีนชั่วคราวหลังจากตรวจพบวัวป่วยด้วยโรคควัวบ้า ความผันผวนด้านการส่งออกจากประเด็นเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความเปราะบางของห่วงโซ่อุปทานที่เน้นปริมาณเป็นหลัก

2.3.2 ออสเตรเลีย

มีจุดยืนที่แข็งแกร่งในฐานะผู้ส่งออกเนื้อโคคุณภาพสูง ความสำเร็จที่สำคัญที่สุดคือ สถานะปลอดโรค FMD มายาวนานควบคู่ไปกับระบบการตรวจสอบย้อนกลับปศุสัตว์แห่งชาติ (National Livestock Identification System: NLIS) ที่เป็นข้อบังคับทางกฎหมาย ระบบนี้สร้างความเชื่อมั่นให้กับคู่ค้าทั่วโลกอย่างไม่มีข้อกังขา อย่างไรก็ตาม ออสเตรเลียต้องเผชิญกับความท้าทายจากความสัมพันธ์ทางการเมืองกับจีนที่ผันผวนและข้อจำกัดด้านโควตาการค้าเสรี

2.3.3 สหรัฐอเมริกา

มุ่งเน้นไปที่ตลาดระดับพรีเมียม จุดแข็งหลักคือชื่อเสียงด้านเนื้อโคคุณภาพสูงที่เลี้ยงด้วยธัญพืช และระบบการจัดเกรดคุณภาพ (USDA Prime, Choice) ที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก แม้จะมีข้อได้เปรียบด้านคุณภาพ แต่สหรัฐฯ ต้องเผชิญกับอัตราภาษีนำเข้าที่สูงกว่าคู่แข่งหลัก และความไม่แน่นอนเชิงนโยบายการค้ากับจีน

2.3.4 นิวซีแลนด์

มีจุดยืนที่แข็งแกร่งด้วยภาพลักษณ์ของความสะอาดและเป็นธรรมชาติเนื่องจากเป็นประเทศที่ปลอดโรค FMD และมีข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) กับจีนที่ช่วยให้สินค้าปศุสัตว์ส่วนใหญ่

ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดหลักคือปริมาณการผลิตที่จำกัด ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการในตลาดวงกว้างได้

ปัญหาการหยุดชะงักในการส่งออกของคู่แข่งรายใหญ่อย่างบราซิล เป็นเครื่องยืนยันว่า ความน่าเชื่อถือและความมั่นคงในการจัดหาสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่ตลาดต้องการอย่างยิ่ง หากประเทศไทยสามารถบรรลุสถานะปลอดโรค FMD ในระดับประเทศได้ และสร้างระบบตรวจสอบย้อนกลับที่เชื่อถือได้ ไทยจะสามารถนำเสนอตัวเองในฐานะ "แหล่งผลิตที่มั่นคงและน่าเชื่อถือ" ซึ่งเป็นจุดขายที่มีมูลค่าสูงและแตกต่างจากคู่แข่งได้

2.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

ในการวิเคราะห์ SWOT analysis เพื่อดูปัจจัยภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการผลิตโคเนื้อไทย จะวิเคราะห์ใน 2 กรณี ได้แก่ กรณีการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า และกรณีการผลิตเพื่อส่งออกไปต่างประเทศ สรุปได้ดังนี้

2.4.1 ด้านการผลิตเนื้อโคพรีเมียมเพื่อทดแทนการนำเข้า

ประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการพัฒนาและผลิตเนื้อโคคุณภาพสูงเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศ และลดการพึ่งพาการนำเข้าเนื้อโคพรีเมียมจากต่างประเทศ โดยมีปัจจัยภายในภายนอก ดังนี้

จุดแข็ง : มีปัจจัยสนับสนุนหลายประการ ได้แก่ ไทยด้านความเชี่ยวชาญด้านสายพันธุ์และเทคโนโลยี ไทยมีความพร้อมในการพัฒนาสายพันธุ์โคเนื้อที่เหมาะสมกับสภาพอากาศในประเทศ เช่น การผสมข้ามสายพันธุ์ระหว่างโคพื้นเมืองกับโคต่างประเทศเพื่อปรับปรุงคุณภาพเนื้อให้เทียบเท่าเนื้อโคพรีเมียมจากต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการจัดการฟาร์ม เช่น ระบบ IoT เพื่อควบคุมสภาพแวดล้อมและสุขภาพโค ทำให้สามารถผลิตเนื้อโคที่มีมาตรฐานสม่ำเสมอ ด้านการยกระดับมาตรฐานการผลิต: การที่ประเทศไทยสามารถพัฒนาเนื้อโคคุณภาพสูง เช่น "โคสุรินทร์" ที่ได้รับรองเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการผลิตเนื้อโคที่มีเอกลักษณ์และมีคุณภาพสูง ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นต้นแบบในการยกระดับมาตรฐานการผลิตโคเนื้อของทั้งประเทศให้ได้มาตรฐานสากล ด้านการเชื่อมโยง supply Chain: การพัฒนาระบบการเลี้ยงโคเนื้อแบบครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตั้งแต่การคัดเลือกสายพันธุ์ การเลี้ยงดู การแปรรูปไปจนถึงการตลาด จะช่วยให้สามารถควบคุมคุณภาพและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค นอกจากนี้ยังสามารถสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างเกษตรกรรายย่อยและผู้ประกอบการรายใหญ่ เพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาดภายในประเทศ และการตลาดและการสร้างแบรนด์: การสร้างแบรนด์เนื้อโคพรีเมียมของไทยเอง จะช่วยเพิ่มมูลค่าและสร้างการรับรู้ในหมู่ผู้บริโภคว่าเนื้อโคไทยมีคุณภาพเทียบเท่าหรือดีกว่าเนื้อโคที่นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งจะกระตุ้น

ให้ผู้บริโภคหันมาสนับสนุนสินค้าในประเทศมากขึ้น เช่น การสื่อสารเรื่องราวรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ความสดใหม่ และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การลงทุนและส่งเสริมศักยภาพเหล่านี้ จะช่วยลดการขาดดุลทางการค้าจากการนำเข้าเนื้อโค และสร้างความมั่นคงทางอาหารให้กับประเทศในระยะยาว

จุดอ่อน : ไทยมีจุดอ่อนด้านมีต้นทุนการผลิตสูงเนื่องจากการเลี้ยงโคขุนคุณภาพสูงต้องใช้ต้นทุนในด้านของอาหารคุณภาพดี การจัดการฟาร์มที่ได้มาตรฐาน และค่าพันธุ์โค ซึ่งอาจทำให้ราคาเนื้อโคที่ผลิตได้สูงกว่าเนื้อโคขุนทั่วไป และอาจแข่งขันด้านราคากับเนื้อโคขุนที่นำเข้าจากต่างประเทศได้ยาก การขาดแคลนข้อมูลและเทคโนโลยี: แม้ว่าจะมีบางพื้นที่ที่พัฒนาไปมากแล้ว แต่โดยรวมแล้วเกษตรกรไทยจำนวนมากยังขาดแคลนองค์ความรู้ด้านการจัดการฟาร์มที่ทันสมัย การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการตลาดที่มีประสิทธิภาพ การขาดแคลนระบบตรวจสอบย้อนกลับที่ได้มาตรฐานสากล: การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคจำเป็นต้องมีระบบตรวจสอบย้อนกลับที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจุบันระบบนี้ยังไม่ได้ครอบคลุมทั่วทั้งอุตสาหกรรม ทำให้ยากต่อการสร้างแบรนด์ที่น่าเชื่อถือในวงกว้าง นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดด้านสายพันธุ์ด้วยถึงแม้จะมีความพยายามในการพัฒนาสายพันธุ์ แต่สายพันธุ์โคเนื้อในประเทศยังไม่หลากหลายเท่าที่ควร และยังไม่สามารถให้ผลผลิตเนื้อโคคุณภาพสูงได้เทียบเท่ากับสายพันธุ์ที่ใช้ในประเทศผู้ส่งออกชั้นนำอย่างสหรัฐอเมริกาหรือออสเตรเลีย

โอกาส : ตลาดเนื้อโคพรีเมียมในไทยมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารมากขึ้น รวมถึงการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารและโรงแรมหรูที่ต้องการวัตถุดิบคุณภาพสูง โดยรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาภาคการเกษตรและการปศุสัตว์ การให้เงินทุนสนับสนุน การวิจัยและพัฒนาสายพันธุ์ การสร้างมาตรฐานการผลิต และการส่งเสริมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เนื้อโคภายในประเทศ การสร้างเรื่องราวและอัตลักษณ์ท้องถิ่นของเนื้อโคที่ผลิตในแต่ละพื้นที่ของไทยสามารถสร้างแบรนด์และเรื่องราวเฉพาะตัวได้ เช่น โคขุนโพธิ์ยางคำ หรือ โคสุรินทร์วากิว ซึ่งเป็นสิ่งที่เนื้อโคที่นำเข้าจากต่างประเทศไม่มี สามารถใช้เป็นจุดขายที่แตกต่างเพื่อดึงดูดผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าที่มีเอกลักษณ์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เช่น IoT และ AI ในการจัดการฟาร์มสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตลดต้นทุน และยกระดับคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากลเป็นโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมในภาพรวม

ภัยคุกคาม : เนื้อโคที่นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาที่แข่งขันได้ดีในตลาดระดับกลางถึงสูง เนื่องจากการผลิตในปริมาณมากและมีต้นทุนต่อหน่วยต่ำ ทำให้เป็นคู่แข่งสำคัญของเนื้อโคที่ผลิตในประเทศ ปัญหาโรคระบาดในโคสามารถสร้างความเสียหายอย่างรุนแรงต่ออุตสาหกรรมและสร้างความไม่มั่นใจให้กับผู้บริโภค หากไม่สามารถควบคุมและป้องกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาจส่งผลกระทบต่อผลผลิตโดยรวม ต้นทุนด้านอาหารสัตว์และปัจจัยการผลิตอื่น ๆ มีความผันผวนสูง

ตามสถานการณ์เศรษฐกิจโลกและสภาพอากาศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและกำไรของเกษตรกร อีกทั้งปัจจัยด้านมาตรฐานการผลิตเนื้อโคของไทยและมาตรฐานสากลยังคงมีความแตกต่างกันอยู่ ทำให้ยากต่อการสร้างการยอมรับในตลาดต่างประเทศ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคหากต้องการส่งออกเนื้อโคในอนาคต

2.4.2 ด้านการผลิตเนื้อโคพรีเมียมเพื่อส่งออก

มีปัจจัยภายในภายนอกที่ต้องพิจารณาดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) : ประเทศไทยมีปริมาณโคเนื้อและเกษตรกรจำนวนมหาศาล มีการพัฒนาพันธุ์โคเนื้อคุณภาพสูงอย่างต่อเนื่อง และมีผลิตภัณฑ์เชิงยุทธศาสตร์อย่าง "เนื้อสุรินทร์" ที่ได้รับรองเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ซึ่งเป็นจุดขายที่ทรงพลัง

จุดอ่อน : อุปสรรคสำคัญเชิงระบบ ได้แก่ การที่โรค FMD ยังคงเป็นโรคประจำถิ่น การขาดระบบตรวจสอบย้อนกลับที่เป็นมาตรฐานระดับชาติ และปัญหาโรงฆ่าสัตว์ที่ยังไม่ได้มาตรฐานสากล

โอกาส : ตลาดจีนและฮ่องกงมีความต้องการนำเข้าสูงและความผันผวนในการส่งออกของประเทศคู่แข่ง นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีเทคโนโลยีฟาร์มอัจฉริยะ (IoT/AI) ที่พัฒนาแล้ว และพร้อมนำมาประยุกต์ใช้

อุปสรรค : การแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ส่งออกรายอื่น ข้อกำหนดด้านมาตรฐานของจีนและฮ่องกงที่เข้มงวดมากขึ้น และความเสี่ยงจากโรคระบาดใหม่ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

2.5 การวิเคราะห์ช่องว่างเชิงกลยุทธ์ของประเทศไทย

การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบเผยให้เห็นช่องว่างทางกลยุทธ์ที่สำคัญซึ่งทำให้ไทยยังไม่สามารถแข่งขันได้อย่างเต็มศักยภาพ:

2.5.1 ช่องว่างด้านการจัดการโรค FMD

แม้ที่ผ่านมาจะมีความพยายามจัดตั้งพื้นที่ปลอดโรคเป็นโซนในภาคตะวันออก แต่สถานะ FMD ในภาพรวมของประเทศยังคงเป็นโรคประจำถิ่น ซึ่งเป็นข้อจำกัดสำคัญที่ต้องปิดให้ได้ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดพรีเมียม

2.5.2 ช่องว่างด้านการควบคุมคุณภาพและการตรวจสอบย้อนกลับ

ปัญหาการตรวจพบสารเร่งเนื้อแดงในโคขุนที่ส่งออกไปเวียดนามเมื่อปลายปี พ.ศ. 2565 แสดงให้เห็นถึงจุดอ่อนในระบบการควบคุมคุณภาพ แม้จะมีการพัฒนาเทคโนโลยี smart Farm และแพลตฟอร์มอื่นๆ แต่ยังขาดการบูรณาการ ระบบนี้เข้ากับห่วงโซ่อุปทานโคเนื้อเพื่อการส่งออกอย่างจริงจัง

2.5.3 ช่องว่างด้านการขึ้นทะเบียน GACC

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ของไทยยังไม่สามารถดำเนินการขึ้นทะเบียนกับ GACC ได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้าสู่ตลาดจีน

2.6 การเปรียบเทียบเชิงกลยุทธ์: เนื้อสุรินทร์วากิวกับคู่แข่งในตลาดฮ่องกง

การวิเคราะห์เชิงลึกเปรียบเทียบระหว่าง "เนื้อสุรินทร์วากิว" กับผู้ค้าหลักในตลาดพรีเมียมของฮ่องกง ชี้ให้เห็นถึงจุดยืนและความได้เปรียบที่แท้จริงที่ไทยสามารถใช้เป็นกลยุทธ์ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบเชิงกลยุทธ์: การแข่งขันในตลาดเนื้อโคพรีเมียมฮ่องกง

ปัจจัยเชิงกลยุทธ์	เนื้อสุรินทร์วากิว (ไทย)	ออสเตรเลียวากิว	วากิวญี่ปุ่น	บราซิล
ปริมาณการผลิต	ปริมาณการผลิตจำกัด (~144,000 กก./ปี)	ปริมาณมหาศาล และเป็นผู้นำตลาดโลก	ปริมาณจำกัด เน้นตลาดซูเปอร์พรีเมียม	ปริมาณมหาศาล เป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุด
สถานะ FMD	เป็นโรคประจำถิ่น	ปลอดโรค FMD มายาวนาน	ปลอดโรค FMD มายาวนาน	ได้รับการรับรอง ปลอด FMD ในบางพื้นที่
ระดับคุณภาพ	ไขมันแทรกระดับ 3 ขึ้นไป (GI)	มาตรฐาน MSA/MB ที่ได้รับการยอมรับ	มาตรฐาน A4-A5 ที่มีชื่อเสียงระดับโลก	ส่วนใหญ่เป็นเนื้อเลี้ยงด้วยหญ้า ราคาต่ำ
ราคาจำหน่าย	ยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ	ราคาสูงแต่เข้าถึงได้ (เทียบญี่ปุ่น)	ราคาสูงที่สุดในตลาดโลก	ราคาต่ำที่สุดในบรรดาผู้ค้าหลัก
โลจิสติกส์	ทางอากาศ (ต้นทุนสูงแต่รวดเร็ว)	ทางเรือ (ต้นทุนต่ำ, ใช้เวลานาน)	ทางอากาศ (ต้นทุนสูงมาก)	ทางเรือ (ต้นทุนต่ำ ใช้เวลานาน)
จุดขายทางการตลาด	GI (เรื่องราว), วัตถุดิบในท้องถิ่น		แบรนด์ที่แข็งแกร่ง, ความน่าเชื่อถือ, NLIS	ชื่อเสียงระดับโลก, คุณภาพสูงสุด

จากตารางจะเห็นว่าไทยไม่สามารถแข่งขันด้านปริมาณได้เหมือนบราซิล หรือด้านชื่อเสียงแบรนด์ที่สั่งสมมานานเหมือนญี่ปุ่น จุดแข็งของไทยคือการสร้างเรื่องราวจากสถานะ GI และความสามารถ

ในการจัดส่งที่รวดเร็ว (ทางอากาศ) หากเทียบกับผู้เล่นในซีกโลกใต้ที่พึ่งพาการขนส่งทางเรือเป็นหลัก ตารางนี้เน้นย้ำว่าเราต้องแข่งขันในมิติที่แตกต่างเพื่อสร้างมูลค่าและตำแหน่งทางการตลาดที่ยั่งยืน

2.7 สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์อุตสาหกรรมเนื้อโคของประเทศไทย สรุปประเด็นได้ดังนี้

2.7.1 การผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า

ไทยมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเนื้อโคพรีเมียมเพื่อตอบสนองความต้องการในประเทศและลดการพึ่งพาการนำเข้า โดยมีจุดแข็งคือความสามารถในการพัฒนาสายพันธุ์และนำเทคโนโลยีมาใช้ในฟาร์ม รวมถึงการสร้างแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์ เช่น เนื้อสุรินทร์วากิว ที่ได้รับการรับรองเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) อย่างไรก็ตาม ยังมีจุดสำคัญที่ต้องแก้ไข ได้แก่ ต้นทุนการผลิตที่สูง และการขาดแคลนองค์ความรู้ด้านการจัดการฟาร์มที่ทันสมัยของเกษตรกรส่วนใหญ่ หากสามารถแก้ไขปัญหาเหล่านี้ได้ การผลิตเนื้อโคในประเทศจะช่วยสร้างความมั่นคงทางอาหาร และลดการขาดดุลการค้าในระยะยาวได้

2.7.2 การผลิตเพื่อส่งออกฮ่องกง

การส่งออกปอฮ่องกงเป็นก้าวแรกเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ เนื่องจากตลาดนี้มีกำลังซื้อสูง และต้องการเนื้อโคคุณภาพพรีเมียม แต่ที่สำคัญที่สุดคือข้อกำหนดการนำเข้าของฮ่องกงภายใต้ CFS (Centre for Food Safety) นั้นซับซ้อนน้อยกว่าของจีนแผ่นดินใหญ่ที่ควบคุมโดย GACC การใช้ฮ่องกงเป็นตลาดนำร่องจะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถมุ่งเน้นการสร้างมาตรฐานการผลิตและระบบเอกสารที่ถูกต้องตามข้อกำหนด ซึ่งจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ และเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งในการเจรจากับ GACC เพื่อเปิดประตูเข้าสู่ตลาดจีนในอนาคตได้

บทที่ 3

ข้อเสนอ

3.1 ข้อเสนอเชิงนโยบาย

3.1.1 สร้างความน่าเชื่อถือและการสร้างแบรนด์

การสร้างความน่าเชื่อถือเป็นหัวใจสำคัญในการแข่งขันกับเนื้อโคคุณภาพสูงจากต่างประเทศและเปิดตลาดส่งออก โดยต้องเน้นการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนและแตกต่าง ได้แก่

ก. การสร้างแบรนด์เนื้อโคพรีเมียมของไทย โดยพัฒนาแบรนด์เนื้อโคขุนของไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากล ไม่ใช่แค่การนำเข้าสายพันธุ์ต่างชาตินำมาเลี้ยงในไทย แต่เป็นการสร้าง "สายพันธุ์เนื้อโคพรีเมียมของไทย" ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น โคเนื้อสุรินทร์วากิว โคเนื้อกำแพงแสน หรือสายพันธุ์ลูกผสมใหม่ที่กรมปศุสัตว์กำลังพัฒนาอย่าง "โคไทยแบล็ค" ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างโคพันธุ์พื้นเมืองของไทยกับสายพันธุ์คุณภาพสูงอย่างแองกัสและวากิว ทำให้ได้เนื้อที่มีคุณภาพดี เหมาะกับสภาพอากาศของไทย และมีต้นทุนการผลิตที่สามารถแข่งขันได้

ข. การสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการรับรองมาตรฐาน: ผู้ผลิตต้องได้รับมาตรฐานการผลิตที่เป็นสากล เช่น GMP (Good Manufacturing Practice) และ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) เพื่อสร้างความมั่นใจในด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ควรสร้างระบบตรวจสอบย้อนกลับ ที่สามารถตรวจสอบได้ตั้งแต่ฟาร์มเลี้ยงไปจนถึงจานอาหาร เช่น การใช้เทคโนโลยี บล็อกเชน (Blockchain) เพื่อบันทึกข้อมูลสำคัญ เช่น สายพันธุ์, อาหารที่ใช้, สุขภาพสัตว์, การให้ยา และสถานที่เชือด เพื่อให้ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ (โดยเฉพาะตลาดส่งออกอย่างฮ่องกงที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย) สามารถสแกนคิวอาร์โค้ดเพื่อเข้าถึงข้อมูลทั้งหมดได้

ค. การสร้างเรื่องราว ควรใช้การตลาดแบบเล่าเรื่องเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การเล่าเรื่องราวของฟาร์มที่ใส่ใจในรายละเอียด การเลี้ยงดูที่เน้นสวัสดิภาพสัตว์ การใช้ภูมิปัญญาไทยในการเลี้ยงดู หรือคุณลักษณะเฉพาะของเนื้อโคที่มาจากสายพันธุ์และแหล่งอาหารท้องถิ่น

3.1.2 การบริหารจัดการสุขภาพสัตว์และป้องกันโรคระบาดสัตว์

การควบคุมโรคระบาดเป็นปัจจัยชี้ขาดสำหรับการเปิดตลาดส่งออก โดยเฉพาะโรคปากและเท้าเปื่อย (FMD) ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการส่งออกเนื้อโคจากไทยมานานหลายสิบปี โดยการสร้างพื้นที่ปลอดโรค FMD (FMD-Free Zone) ตามมาตรฐานสากลขององค์การโรคระบาดสัตว์ระหว่างประเทศ

(World Organisation for Animal Health : WOAH) โดยการเริ่มต้นจากการเลี้ยงและบริหารจัดการสุขภาพสัตว์ในระบบ sandbox หรือ compartmentalization จะเป็นพื้นที่นำร่องในการส่งออกเนื้อสัตว์ไปยังบางประเทศได้ การส่งออกเนื้อโคไปฮ่องกงจำเป็นต้องมาจากฟาร์มที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ปลอดโรค และต้องมีการตรวจรับรองสุขภาพสัตว์และเอกสารที่ครบถ้วน รวมถึงการพัฒนากระบวนการเลี้ยงแบบปิดและโรงฆ่าสัตว์ที่ได้มาตรฐาน มีการควบคุมการเข้า-ออกของบุคคลและยานพาหนะ การฉีดวัคซีนอย่างสม่ำเสมอ และการจัดทำระบบบันทึกสุขภาพสัตว์ที่ครบถ้วน จะช่วยลดความเสี่ยงจากการระบาดของโรค และทำให้ง่ายต่อการตรวจรับรองจากหน่วยงานภาครัฐทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ โรงฆ่าสัตว์ต้องเป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อป้องกันการปนเปื้อนและรับประกันความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

3.1.3 ยกระดับมาตรฐานการผลิต

การยกระดับมาตรฐานการผลิตจะช่วยให้สินค้าเนื้อโคพรีเมียมของไทยสามารถแข่งขันกับเนื้อนำเข้าได้โดยตรง ทั้งในด้านคุณภาพและการจัดเกรดเนื้อ ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีมาตรฐานการจัดเกรดเนื้อที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ผู้ผลิตส่วนใหญ่อ้างอิงตามมาตรฐานของออสเตรเลียหรือญี่ปุ่น (marbling score) เพื่อทดแทนการขาดมาตรฐานในประเทศ แต่การมีมาตรฐานของตัวเองจะช่วยยกระดับอุตสาหกรรมในประเทศให้แข็งแกร่งขึ้น โดยสามารถนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดเกรดได้ เช่น ระบบ "MeatX" ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่ใช้เทคโนโลยี AI และกล้องถ่ายภาพในการวิเคราะห์และประเมินคุณภาพเนื้อ การแทรกของไขมัน สี ความนุ่ม ซึ่งมีความแม่นยำสูงและรวดเร็ว มีการยกระดับอาหารและวิธีการเลี้ยงเพื่อผลิตเนื้อโคพรีเมียมที่สามารถทดแทนการนำเข้าจากญี่ปุ่นและออสเตรเลียได้ ผู้ผลิตต้องให้ความสำคัญกับอาหารที่ใช้เลี้ยงโค โดยอาจต้องใช้สูตรอาหารเฉพาะ เพื่อเพิ่มการสะสมไขมันแทรกในกล้ามเนื้อ และพัฒนาการเลี้ยงดูที่เน้นความเครียดต่ำ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพและความนุ่มของเนื้อโค

3.1.4 การสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

โดยให้การสนับสนุนทางเทคนิคเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรรายย่อยให้สามารถเปลี่ยนมาใช้วิธีการผลิตที่ได้มาตรฐาน ภาครัฐควรมีบทบาทสำคัญในการผลักดันอุตสาหกรรมเนื้อโคพรีเมียมของไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านการทดแทนการนำเข้าและการส่งออก สนับสนุนงบประมาณเพื่อการวิจัยและพัฒนาสายพันธุ์เนื้อโคเนื้อใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพสูงและสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพภูมิอากาศของไทยได้ดี เพื่อลดการพึ่งพาการนำเข้าสายพันธุ์ต่างชาติ มีการวางแผนสนับสนุนการผลิตทั้งต้นน้ำและปลายน้ำ จัดหาแหล่งทุนให้แก่เกษตรกรกู้ยืมในอัตราดอกเบี้ยต่ำ นอกจากนี้ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์เนื้อโคพรีเมียมของไทยทั้งในและต่างประเทศ เช่น การจัดงานแสดงสินค้า การจับคู่ธุรกิจ หรือการสนับสนุนงบประมาณในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารนานาชาติ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้กับผู้ผลิตไทย

3.2 ข้อเสนอเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ

โครงการนำร่อง “เนื้อสุรินทร์วากิวสู่ตลาดโลก” โครงการนี้มีเป้าหมายหลักในการจัดตั้งระบบและสร้างช่องทางการส่งออกเนื้อโคคุณภาพสูงภายใต้แบรนด์ “เนื้อสุรินทร์วากิว” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไปยังตลาดพรีเมียมในฮ่องกง โดยการสร้าง “ศูนย์กลางการส่งออก” (export hub) โดยการเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับผู้ผลิต (กลุ่มวิสาหกิจชุมชน) และผู้แปรรูปที่มีศักยภาพอยู่แล้วในจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งช่วยลดระยะเวลาและเงินลงทุนในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานใหม่ได้อย่างมีนัยสำคัญ

3.2.1 การจัดการคุณภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน

โครงการจะให้ความสำคัญกับการคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจที่มีความพร้อม โดยพิจารณาจากประสบการณ์และคุณภาพการจัดการฟาร์มที่สอดคล้องกับมาตรฐานกรมปศุสัตว์ (DLD GAP) ระบบสุขาภิบาลที่เข้มงวดเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการผลิตเนื้อคุณภาพสูงเพื่อการส่งออก การฉีดวัคซีนป้องกันโรคที่จำเป็นอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะโรคปากและเท้าเปื่อย (FMD) และการตรวจสอบสุขภาพโคอย่างสม่ำเสมอเป็นมาตรการที่ขาดไม่ได้เพื่อให้โคมีสุขภาพแข็งแรงและเป็นไปตามข้อกำหนดในใบรับรองสุขอนามัยสำหรับการส่งออก

3.2.2 การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

โครงการจะนำเทคโนโลยีฟาร์มอัจฉริยะ (IoT/AI) มาใช้เพื่อติดตามและเก็บข้อมูลการเลี้ยง ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต แต่ยังสร้างระบบตรวจสอบย้อนกลับที่แข็งแกร่ง ซึ่งเป็นคุณสมบัติสำคัญสำหรับตลาดพรีเมียม และเป็นข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแลอย่าง GACC ของจีนและ CFS ของฮ่องกง

3.3.3 การตลาดเชิงเรื่องราวและการสร้างแบรนด์

โครงการจะใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงเรื่องราว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยจะนำเสนอเรื่องราวของแบรนด์ “สุรินทร์วากิว” ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตั้งแต่การเป็นโคเนื้อลูกผสมวากิวที่มีสายเลือดอย่างน้อย 50% การเลี้ยงด้วยฟางข้าวหอมมะลิในพื้นที่ และการเป็นผลิตภัณฑ์ GI ที่ได้รับการรับรอง นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีฟาร์มอัจฉริยะเพื่อการติดตามและตรวจสอบย้อนกลับจะถูกนำมาเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสให้กับผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ

ในการดำเนินการให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องอาศัยการบูรณาการจากหลายหน่วยงาน เพื่อให้แต่ละกิจกรรมมีผู้รับผิดชอบแผนงานต่าง ๆ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แผนปฏิบัติการโครงการนำร่อง “เนื้อสุรินทร์วากิวสู่ฮ่องกง”

ระยะ	กิจกรรมหลัก	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ
ระยะที่ 1: การวางแผนเชิงกลยุทธ์และการจัดตั้ง	- จัดตั้งธุรกิจและพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ - ทำสัญญาความร่วมมือกับกลุ่มวิสาหกิจและโรงงานแปรรูปมาตรฐาน - ขอใบอนุญาตและเอกสารในประเทศ (DLD GAP, e-Movement)	กลุ่มวิสาหกิจ, กรมปศุสัตว์	- มีพันธมิตรผู้ผลิตและแปรรูปอย่างเป็นทางการ - ได้รับใบอนุญาตภายในประเทศครบถ้วน
ระยะที่ 2: การผลิตและการจัดการคุณภาพ	- คัดเลือกและบริหารจัดการฟาร์มพันธมิตรให้ได้มาตรฐาน GAP - ดำเนินโปรแกรมการเลี้ยงและโภชนาการสำหรับโคขุน - เริ่มใช้เทคโนโลยีฟาร์มอัจฉริยะ (IoT/AI) เพื่อสร้างระบบตรวจสอบย้อนกลับ	กลุ่มวิสาหกิจ, กรมปศุสัตว์	- จำนวนฟาร์มพันธมิตรที่ผ่านการรับรอง - จำนวนโคที่เข้าสู่ระบบการผลิต - ระบบตรวจสอบย้อนกลับใช้งานได้จริง
ระยะที่ 3: การแปรรูปและการควบคุมคุณภาพ	- นำโคเข้าโรงงานแปรรูปพันธมิตรที่ได้มาตรฐาน GMP, HACCP - ดำเนินกระบวนการแปรรูป, บ่มเนื้อ, ตัดเกรด และบรรจุภัณฑ์ - รักษาห่วงโซ่ความเย็นตลอดกระบวนการ	โรงงานแปรรูปพันธมิตร, อย.	- ได้ผลผลิตเนื้อวากิวตามมาตรฐาน - บรรจุภัณฑ์มีฉลากและรหัสตรวจสอบย้อนกลับ
ระยะที่ 4: โลจิสติกส์และการส่งออก	- เตรียมเอกสารนำเข้าที่จำเป็นสำหรับฮ่องกง (Health Certificate, Import Licence) - ใช้บริการผู้เชี่ยวชาญด้าน โลจิสติกส์ เพื่อจัดการการขนส่งและพิธีการศุลกากร	กรมปศุสัตว์, บริษัทโลจิสติกส์	- การส่งออกครั้งแรกไปยังฮ่องกงสำเร็จลุล่วง - ได้รับการอนุมัติใบอนุญาตนำเข้าจาก CFS
ระยะที่ 5: การตลาดและการเจาะตลาด	- เปิดตัวแคมเปญการตลาดเชิงเรื่องราว "สุรินทร์วากิว" - ดำเนินกลยุทธ์การจัดจำหน่ายในฮ่องกง (B2B, Online)	กระทรวงพาณิชย์	- ผลิตภัณ์ที่วางจำหน่ายในตลาดเป้าหมาย - สร้างการรับรู้ของแบรนด์ในฮ่องกง

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดสรุปได้ว่า มุ่งเน้นการผลิตเนื้อโคพรีเมียมเพื่อทดแทนหรือลดการนำเข้าเนื้อโคจากต่างประเทศให้ประสบความสำเร็จก่อน เมื่อมีความพร้อมด้านปริมาณและคุณภาพที่สม่ำเสมอแล้ว ก็สามารถส่งออกไปจำหน่ายที่ตลาดฮ่องกงได้เป็นลำดับแรก ซึ่งจากการพิจารณาฮ่องกงมีความเหมาะสมอย่างยิ่งในฐานะ "ตลาดนำร่อง" เนื่องจากมีกฎระเบียบที่

ชัดเจนกว่าเงินแผ่นดินใหญ่และสามารถใช้เป็นเวทีในการพิสูจน์ความสามารถในการผลิตที่ได้มาตรฐานสากล หากโครงการสามารถสร้างพันธมิตรที่แข็งแกร่งกับผู้ผลิตและผู้แปรรูปในพื้นที่ และนำเทคโนโลยีมาเพื่อสร้างระบบตรวจสอบย้อนกลับที่โปร่งใสได้ จะทำให้สามารถเข้าสู่ตลาดฮ่องกงและสร้างประวัติความสำเร็จที่น่าเชื่อถือได้ในระยะเวลาอันสั้น การจัดทำพื้นที่ปลอดโรคระบาดสัตว์ โดยเฉพาะ FMD โดยใช้การเลี้ยงในระบบ sandbox เพื่อนำร่องเลี้ยงโคเนื้อสุรินทร์วากิวของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ ในสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้ เพื่อศึกษาและพัฒนาารูปแบบการเลี้ยงที่เหมาะสมที่สุด โดยมีองค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม สภาพภูมิอากาศ อุณหภูมิ ความชื้น และปริมาณแสงที่เหมาะสม สำหรับโคเนื้อวากิว สุขอนามัย มีระบบจัดการของเสีย และการทำความสะอาดคอกเพื่อป้องกันโรค คัดเลือกโคเนื้อพันธุ์สุรินทร์วากิวที่มีสุขภาพแข็งแรงและไม่มีโรค มีลักษณะทางพันธุกรรมที่ดี พัฒนาสูตรอาหารที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัยของโค การจัดการสุขภาพ การป้องกันโรค จัดทำตารางการฉีดวัคซีน และการให้ยาป้องกันปรสิต การสุขภาพโคเป็นประจำ และแผนรับมือฉุกเฉิน การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์โดยบันทึกข้อมูลการเลี้ยงที่สำคัญ เช่น น้ำหนักของโค ปริมาณอาหารที่กินและค่าใช้จ่าย ข้อมูลสุขภาพ บันทึกประวัติการเจ็บป่วยและการรักษา เพื่อนำมาการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของการเลี้ยงให้ได้มาตรฐานที่สม่ำเสมอ

การผลิตโคเนื้อสุรินทร์วากิว สำหรับส่งออกเป็นเนื้อโคคุณภาพสูงไปยังฮ่องกง ถือเป็นโครงการที่มีศักยภาพสูงในการยกระดับอุตสาหกรรมปศุสัตว์ของไทย แต่มีปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณาอย่างรอบด้าน ทั้งในด้านการผลิต การตลาด และข้อจำกัดทางกฎหมาย อย่างไรก็ตาม การจะดำเนินการให้สำเร็จได้นั้นจะต้องมีการแก้ไขปัญหาละเอียดเชิงโครงสร้างอย่างจริงจัง ได้แก่ การจัดการปัญหาโรค FMD อย่างถาวรเพื่อสร้างความมั่นคงในการส่งออก และการผลักดันให้มีการนำระบบตรวจสอบย้อนกลับมาใช้ในวงกว้างมากขึ้น ความสำเร็จในการแก้ไขปัญหาละเอียดเหล่านี้จะทำให้ประเทศไทยสามารถเปลี่ยนวิกฤตราคาตกต่ำให้เป็นโอกาสเชิงยุทธศาสตร์ในการสร้างรายได้ใหม่ และที่สำคัญที่สุดคือการสร้างอนาคตที่มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนให้กับครอบครัวเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อต่อไป

บรรณานุกรม

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมการค้าต่างประเทศ. ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-ฮ่องกง. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<https://www.dft.go.th/th-th/DFT-Service/ServiceData-Information/dft-service-data-privilege/Detail-dft-service-data-privilege/ArticleId/13403/13403> [2025, กันยายน 13].

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. กรมทรัพย์สินทางปัญญา เล่มที่ 95 เลขที่ประกาศ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<https://www.ipthailand.go.th/images/26881/GI-95-267.pdf> [2025, กันยายน 13].

กรมประชาสัมพันธ์. ขึ้นทะเบียน "เนื้อสุรินทร์" GI ตัวใหม่ สร้างรายได้กว่า 43 ล้านบาท/ปี.

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/39/iid/421482> [2025, กันยายน 13].

กรมวิชาการเกษตร. คู่มือ การขึ้นทะเบียนผู้ผลิตอาหารส่งออกไปจีนตามระเบียบ 248 ภายใต้การ

ดำเนินงาน ของกรมวิชาการเกษตร ที่ปรึกษา. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

https://www.doa.go.th/psco/wp-content/uploads/2023/08/คู่มือการขึ้นทะเบียน248_Rev030866.pdf [2025, กันยายน 13].

กระทรวงพาณิชย์. "พาณิชย์" ประกาศ จ่อขึ้นทะเบียน GI "เนื้อสุรินทร์"สินค้าเกษตรคุณภาพ เกรดพรีเมียม ไข่มุนัทรกระดับเนื้อญี่ปุ่น สร้างโอกาส เพิ่มรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน.

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.moc.go.th/th/gallery/article/detail/id/5/iid/944> [2025, กันยายน 13].

กรุงเทพธุรกิจ. วิวร้ายระบอบ! "บราซิล" ระงับส่งออกเนื้อวัวจีน ทันที. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<https://www.bangkokbiznews.com/world/1054572> [2025, กันยายน 15].

กอง สารวัตร และ กักกัน กรมปศุสัตว์. ประกาศชะลอการนำเข้าหรือผ่านราชอาณาจักร ปี 2568.

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://aqi.dld.go.th/webnew/index.php/th/lawdld-menu/announce-delay> [2025, กันยายน 15].

แนวหน้า. ตะวันออกเขตปลอด"ปาก-เท้าเปื่อย" ปศุสัตว์ลุยป่น7จังหวัด-เร่งทำความเข้าใจ

ผู้ประกอบการ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.naewna.com/local/154007> [2025, กันยายน 15].

บ้านเมือง. โรคปากเท้าเปื่อยระบาด กรมปศุสัตว์ ห้ามนำเข้า โค กระบือ หรือซากจากเมียนมาร์ทุกช่องทาง. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.banmuang.co.th/news/region/318776> [2025, กันยายน 15].

เรื่องเล่าชาวเกษตร. นายกฯ ชิมเนื้อวากิวสุรินทร์ ชมอร่อย เร่งพัฒนาสายพันธุ์จ่อดันเป็นสินค้า GI-ต้นตอข้าวผกอำปูลันละแสน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.agrinewsthai.com/news/140038> [2025, กันยายน 13].

AHDB. Asia: How much do they consume?. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://ahdb.org.uk/trade-and-policy/export-opps/regions/asia/consumption> [2025, กันยายน 13].

Asian Agribiz. Thailand gives GI status to local meat. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.asian-agribiz.com/2025/09/08/thailand-gives-gi-status-to-local-meat/> [2025, กันยายน 13].

Coach Natta. บริการขึ้นทะเบียน GACC. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.coachnatta.com/gaccregistration> [2025, กันยายน 13].

Environmental and Ecology Bureau, Hong Kong. Regulation of food imports. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.eeb.gov.hk/food/download/committees/acfeh/doc/2021/paper20210629_04.pdf [2025, กันยายน 15].

GlobalData. Hong Kong meat market analysis and forecasts, 2015-2025 - analyzing product categories and segments, distribution channel, competitive landscape, packaging and consumer segmentation. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.globaldata.com/store/report/hong-kong-meat-market-analysis/> [2025, กันยายน 13].

Hong Kong Information Services Department. LCO17: Bringing regulated food into Hong Kong. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.info.gov.hk/gia/general/202406/12/P2024061200245.htm> [2025, กันยายน 15].

LINE Today. (2025, กันยายน 13). คนเลี้ยงโคขุนเฮ! พณ.จ่อขึ้นทะเบียน GI 'เนื้อสุรินทร์' ไขมัน แทรกเกรดญี่ปุ่น ผลิตได้ปีละ 1.4 แสนกก. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://today.line.me/th/v3/article/2Dl22va> [2025, กันยายน 15].

Meat King. Expert insights: The rise of Wagyu steak popularity in Hong Kong's culinary scene. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://meatking.hk/zh/blogs/others/expert-insights-the-rise-of-wagyu-steak-popularity-in-hong-kongs-culinary-scene> [2025, กันยายน 13].

Meat King. The rise of prime grass-fed beef in Hong Kong's markets: An expert analysis. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://meatking.hk/zh/blogs/others/unlock-the-secrets-of-hong-kongs-best-beef-an-expert-guide-to-meat-kings-finest-cuts> [2025, กันยายน 13].

Meat King. The ultimate guide to steak in Hong Kong: Exploring Wagyu and local meat trends. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://meatking.hk/blogs/others/the-ultimate-guide-to-steak-in-hong-kong-exploring-wagyu-and-local-meat-trends> [2025, กันยายน 13].

Nordic Catch. Japanese Wagyu grading, why choose A5. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://nordiccatch.com/blogs/news/japanese-wagyu-grading-why-choose-a5> [2025, กันยายน 13].

Office of the Trade and Industry Department, Hong Kong. Free trade agreement between Hong Kong, China and the Association of Southeast Asian Nations. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.tid.gov.hk/en/our_work/trade_and_investment_agreements/ftas/hkasean.html [2025, กันยายน 13].

Steak King. Wholesale. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://steak-king.com/pages/wholesale> [2025, กันยายน 13].

The Meatery. What does the "A5" mean in Japanese A5 Wagyu?. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://themeatery.com/blogs/main-blog/what-does-the-a5-mean-in-japanese-a5-wagyu> [2025, กันยายน 13].

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายสัตวแพทย์อุดม เจือจันทร์
ประวัติการศึกษา	– สัตวแพทยศาสตรบัณฑิต (สพ.บ.) มหาวิทยาลัยขอนแก่น – วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (สหวิทยาทางสัตวแพทย์) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ประวัติการทำงาน	เริ่มรับราชการ: 3 มกราคม 2538 ศูนย์วิจัยและชันสูตรโรคสัตว์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น ตำแหน่ง นายสัตวแพทย์ 4 พ.ศ. 2550: ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยและพัฒนาการสัตวแพทย์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จังหวัดสุรินทร์ พ.ศ. 2553: นายสัตวแพทย์เชี่ยวชาญ ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยและพัฒนาการสัตวแพทย์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จ.สุรินทร์ พ.ศ. 2566 จนถึงปัจจุบัน ผู้อำนวยการสำนักตรวจสอบคุณภาพสินค้าปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้อำนวยการสำนักตรวจสอบคุณภาพสินค้าปศุสัตว์ (ผู้อำนวยการ ระดับสูง)
ประวัติการฝึกอบรมด้านการบริหาร	ปี 2566 หลักสูตร ผู้นำในวันพรุ่งนี้(Leader for Tomorrow) รุ่นที่ 1 จัดโดย กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปี 2567 หลักสูตร ผู้นำระดับสูงด้านธุรกิจที่ยั่งยืน(KU Change Agent Readiness Executive Program: KU CARE) รุ่นที่ 2 จัดโดย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ประสบการณ์	การวินิจฉัย สอบสวน แก้ไขปัญหาโรคระบาดในพื้นที่ เช่น โรคล้มปัสกิ้น ไข้หวัดนก และโรคกาฬโรคแอฟริกาในม้า โรคอหิวาต์แอฟริกาในสุกร และโรคระบาดในสัตว์ การบริหารจัดการห้องปฏิบัติการชันสูตรโรคสัตว์และมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์
เครื่องราชอิสริยาภรณ์	สายสะพาย ชั้น 3 มหาวชิรมงกุฏ (ม.ว.ม.)