

การจัดการอาหารโคเนื้อเพื่อผลิตเนื้อคุณภาพสูง (ตอนที่ 6 การตลาดโคขุน)

ผศ. วิทยา สุมาลย์ สำนักพัฒนาอาหารสัตว์ กรมปศุสัตว์

1. ตลาดโคมีชีวิต แบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1.1 ตลาดทั่วไป เป็นตลาดโคมีชีวิตของผู้เลี้ยงรายย่อยหรือฟาร์มขนาดเล็ก ผู้ซื้อจะเดินทาง ไปติดต่อซื้อและตกลงราคากันที่ฟาร์ม ผู้ซื้อส่วนใหญ่จะเป็นพ่อค้ารายย่อยหรือพ่อค้าชำแหละท้องถิ่น ซึ่งอาจจะรวบรวมซื้อแล้วขายต่อให้ผู้ชำแหละขายในท้องถิ่นหรือพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ลักษณะการซื้อขายเป็นแบบต่อรองราคา และทั้งหมดเป็นแบบขายเหมาเป็นตัวและเกือบทั้งหมดเป็นการซื้อขายไปชำแหละ

1.2 ตลาดนัดโค-กระบือ เป็นตลาดที่จัดตั้งโดยเอกชน ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่ปริมาณโคกระบือเพียงพอ มีวัน-เวลาเปิดที่แน่นอนและเป็นประจำ ผู้ขายต้องนำโคไปยังตลาดนัด ซึ่งมีผู้ซื้อหลายรายการมีตลาดนัดเป็นผลดีต่อทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย กล่าวคือผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อได้ตามต้องการ ส่วนผู้ขายสามารถเสนอขายให้กับผู้ซื้อโคหลายราย แต่จะเป็นผลเสียต่อผู้ขายอย่างมาก ถ้าผู้ซื้อตกลงร่วมกัน ไม่แย่งกันซื้อ เจ้าของตลาดนัดบางตลาดเก็บค่าบริการจากผู้ขายเฉพาะจำนวนโคที่ขายได้เท่านั้น บางตลาดเก็บค่าบริการจากโคทุกตัวที่นำเข้าตลาดและตัวที่ขายได้ต้องจ่ายมากกว่าอัตราและวิธีการเก็บค่าบริการขึ้นอยู่กับเจ้าของตลาด ซึ่งจะตีประกาศให้ทราบ การซื้อขายจะเป็นแบบต่อรองราคาและทั้งหมดเป็นแบบเหมาเป็นตัว ผู้ขายอาจเป็นเกษตรกรรายย่อยหรือพ่อค้าท้องถิ่นที่รวบรวมซื้อโคจากเกษตรกรรายย่อย แล้วมาขายในตลาดนัดอีกต่อหนึ่ง ผู้ซื้อจะเป็นพ่อค้าหลายประเภท อาจเป็นพ่อค้าขายปลีกเนื้อโค พ่อค้าขายส่งชำแหละ หรือพ่อค้าขายส่งโคมีชีวิต หรือเจ้าของโรงงานผลิตภัณฑ์เนื้อโค เป็นส่วนน้อยที่ผู้ซื้อเป็นเกษตรกรที่มาซื้อเพื่อไปเลี้ยงต่อและใช้งาน

1.3 ตลาดโคเนื้อคุณภาพสูง เป็นตลาดที่ทำการซื้อ-ขายโคขุนลูกผสม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกผสมระหว่างโคพื้นเมืองหรือบาร์หมันกับโคพันธุ์ทางยุโรป ได้แก่ Charolais Simmental Hereford ที่ได้ผ่านการเลี้ยงขุนด้วยอาหารพลังงานสูงเป็นเวลานานมากกว่า 3 เดือน ส่วนใหญ่มีตลาดแน่นอน ราคาการซื้อขายขึ้นอยู่กับคุณภาพของเนื้อโคหรือคุณภาพซาก

2. ตลาดเนื้อโค เราสามารถแบ่งตามคุณภาพเนื้อ ได้ดังนี้

2.1 ตลาดเนื้อคุณภาพสูง ตลาดประเภทนี้มีอยู่เฉพาะในเมืองใหญ่ๆ ที่มีชาวต่างประเทศเดินทาง มาท่องเที่ยว หรือคนไทยที่รายได้สูง เนื้อประเภทนี้ใช้ประกอบอาหารในโรงแรมหรือภัตตาคารใหญ่ๆ และวางขายตามห้างสรรพสินค้าบางแห่ง เนื้อคุณภาพสูงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ซึ่งมีข้อมูลในแต่ละระดับ ดังนี้

2.1.1 ระดับ 1

- เป็นโคที่มีเลือดโคเนื้อตระกูลเมืองหนาว เช่น ลูกผสมชาร์โรเลส์ หรือลูกผสมลิมูซิน เป็นต้น
- เนื้อต้องมีไขมันแทรกในระดับสูง
- อายุโคที่เข้าฆ่าอายุน้อย (อายุไม่เกิน 3 ปี)
- น้ำหนักซากโคไม่ต่ำกว่า 200 กิโลกรัม หรือ น้ำหนักมีชีวิตไม่ต่ำกว่า 350 กิโลกรัม
- ซื้อขายกันด้วยน้ำหนักซาก - เนื้อโคขุนที่นำเข้าและขุนในประเทศที่ได้มาตรฐาน ซึ่งขุนด้วยอาหารคุณภาพดี ได้เนื้อที่มีไขมันแทรก

2.1.2 ระดับ 2

- เป็นโคไม่จำกัดพันธุ์ แต่ส่วนใหญ่ใช้โคลูกผสมบราห์มันและลูกโคนมเพศผู้ (โคในระดับ 1 จะนำมาขายในตลาดระดับ 2 ก็ได้)
- เนื้อต้องมีไขมันแทรกในเนื้อพอควร
- อายุโคที่เข้าฆ่าไม่เกิน 3 ปี
- น้ำหนักซากเช่นเดียวกับระดับ 1
- วางขายตลาดซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า และนำมาประกอบอาหารในร้านอาหาร ภัตตาคารและโรงแรมระดับชั้นทั่วไป เนื้อมีการตัดแต่งเป็นชั้นย่อยและบดซื้อชิ้นส่วนและ ตีราคาชัดเจน ปัจจุบันนี้ประเทศไทยส่งเนื้อคุณภาพสูงเข้ามาจากต่างประเทศปีละมากกว่า 100 ตัน เนื้อโคที่ผลิตในประเทศไทยยังเข้าทดแทนได้ไม่ถึง 50 เปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้เพราะธุรกิจโคขุนในประเทศไทยเพิ่งอยู่ในจุดเริ่มต้น ระบบการตลาดยังไม่เข้าที่ น่าจะมีหน่วยงานที่รับผิดชอบช่วยเป็นตัวกลางจัดการ ในเรื่องนี้ให้ผู้ซื้อและผู้ขายได้พบกันเพื่อให้ได้ผลประโยชน์ร่วมกัน ชมรมโคเนื้อแห่งประเทศไทยพยายาม จัดทำหน้าที่นี้ แต่เนื่องจากเป็นเรื่องใหม่จึงยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร

2.2 ตลาดทั่วไป ตลาดประเภทนี้มีอยู่ทั่วไป แบ่งย่อยออกเป็น 2 ระดับ ซึ่งมีข้อมูลในแต่ละระดับ ดังนี้

2.2.1 โคมัน

- ไม่จำกัดพันธุ์และอายุโค ส่วนใหญ่ใช้โคอายุมากจากพม่า นำมาขุนเพียง 3-4 เดือน
- ไม่สนใจเรื่องไขมันแทรก แต่ต้องการไขมันหุ้มซากหนาๆ และชอบไขมันสีเหลือง
- ซื้อขายกันด้วยน้ำหนักซาก น้ำหนักซากโคไม่ต่ำกว่า 170 กิโลกรัม หรือเทียบน้ำหนักมีชีวิต ประมาณ 300 กิโลกรัม
- ส่วนใหญ่เป็นเนื้อที่เหนียว สีแดงเข้ม การใช้เป็นอาหารจะนำไปหั่นเป็นชิ้น บางๆ ต้องต้มเคี่ยว นานๆ เช่นแกงเผ็ด แกงคั่ว และเนื้อตุ๋น หรือ ลาบ ความเหนียวของเนื้อจึงไม่เป็นปัญหาในการปรุง
- เนื้อโคคุณภาพสูงสามารถนำมาขายในตลาดวัวมันได้
- ส่วนใหญ่เป็นโคที่ปลดจากการทำงานในไร่นาแล้ว
- ตลาดเนื้อทั่วไปน่าจะมีประมาณ 35 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนโคที่เข้าฆ่าในแต่ละปี

2.2.2 ตลาดโคลูกชิ้น

- เป็นโคไม่จำกัดพันธุ์ และอายุโค ถึงแม้จะเป็นโคผสมหรือโคไม่ขุนก็ใช้ได้
- ไม่สนใจเรื่องไขมันแทรกและไขมันหุ้มซาก
- ไม่จำกัดน้ำหนักซาก ต้องการเนื้อแดงล้วนๆ ไม่มีไขมันเพราะจะทำให้ได้ลูกชิ้นที่เกาะตัวกันแน่น เมื่อรับประทานจะมีความรู้สึกที่เนื้อแน่นกรอบและรสชาติดี
- ปกติผู้เลี้ยงโคขุนจะไม่นำโคมาขายให้แก่ตลาดนี้ นอกจากกรณีพิเศษ เช่น โคขาหัก โคที่ขุนไม่ขึ้น หรือโคที่ท้องขึ้นตายอย่างกะทันหัน เป็นต้น
- จำนวนโคในตลาดนี้ไม่ต่ำกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ของปริมาณโคทั้งหมดที่เข้าฆ่าทั้งหมด

สรุปได้ว่า ผู้เลี้ยงโคขุนรายย่อยควรรวมกลุ่มกันเพื่อติดต่อตลาดเนื้อในกรุงเทพฯ หรือเมืองใหญ่ๆ ซึ่งจะสามารถจำหน่ายได้ในราคาสูง อย่างไรก็ตาม ถ้าสามารถเลี้ยงโคขุนให้มีอัตราการ

เจริญเติบโตได้ ไม่ต่ำกว่าวันละ 1 กิโลกรัม ถึงแม้จะจำหน่ายในตลาดธรรมดา (ตลาดคอมัน) ก็ยังมีกำไรพอสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าขุนโคเต็มวัยจะเป็นที่ต้องการของตลาดธรรมดา มากกว่าโคขุนอายุน้อยเสียอีก เพราะมีไขมันสีเหลือง ขอย้ำว่าผู้ที่เลี้ยงโคขุนจำหน่ายจะต้องติดต่อกับตลาดให้เป็นที่เรียบร้อยก่อนลงมือขุน เพราะถ้าหากถึงกำหนดขายแล้วแต่ยังขายไม่ได้กำไรจะลดลงเรื่อยๆ เนื่องจากระยะหลังนี้น้ำหนักโคแทบจะไม่เพิ่มขึ้น

การเลี้ยงโคเนื้อเชิงธุรกิจสำหรับอุตสาหกรรมโคเนื้อของไทย

การเลี้ยงโคเนื้อสามารถจำแนกตลาดเนื้อโคตามวิธีการเลี้ยง ได้เป็น 2 ระดับ

(1) การเลี้ยงโคขุนคุณภาพที่ใช้ระยะเวลาขุนตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป จะได้เนื้อโคคุณภาพดี ผู้ผลิตโคกลุ่มนี้จำหน่ายเนื้อโคแปรรูปให้แก่ร้านค้าขนาดใหญ่ ร้านอาหารขนาดใหญ่ ซูเปอร์มาร์เก็ต ที่เป็นแฟรนไชส์ ร้านอาหารฟาสฟูด ร้านสุกี้ก๊วกและร้านสเต็ก เป็นต้น

(2) การเลี้ยงโคขุนระยะสั้นและโคเลี้ยงทุ่งหญ้า ซึ่งจะให้น้ำเนื้อเกรดปานกลางถึงต่ำ ซึ่งจะส่งจำหน่ายในตลาดเนื้อเลี้ยง ตลาดเนื้ออบหรือลูกชิ้น และตลาดเนื้อโคขุนทั่วไป

อย่างไรก็ตาม การตลาดโคเนื้อยังแบ่งตามผู้บริโภคและคุณภาพเนื้อออกเป็น 3 ระดับ คือ ตลาดระดับสูง ตลาดระดับกลาง ตลาดระดับล่าง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดรูปแบบการเลี้ยง

1. ตลาดระดับสูง (1 เปอร์เซ็นต์หรือโค 0.01 ล้านตัว) เนื้อโคมีคุณภาพสูง เพราะเป็นโคที่มาจากลูกผสมชาร์โรเลส์เลี้ยงขุนด้วยอาหารข้นและอาหารหยาบเป็นเวลานาน 12 เดือน จนมีไขมันแทรกในเนื้อ หลังจากชำแหละและตัดแต่งเนื้อแล้ว ต้องนำไปบ่มในห้องเย็นอุณหภูมิ 0-4 องศาเซลเซียส ประมาณ 7-14 วัน ปัจจุบันแหล่งผลิตเนื้อโคคุณภาพอยู่ที่สหกรณ์การเลี้ยงสัตว์ เนื้อชนิดนี้ นิยมนำไปทำอาหารแบบ ตะวันตก เช่น สเต็ก ซึ่งต้องการความนุ่มของเนื้อเป็นสำคัญ ตลาดสำคัญคือ โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารเกาหลี ร้านอาหารตะวันตกและซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ

2. ตลาดระดับกลาง (58.5 เปอร์เซ็นต์หรือ โค 0.63 ล้านตัว) ตลาดระดับนี้มักเป็นตลาดขนาดใหญ่ เช่น ตลาดสดขนาดใหญ่ไปจนถึงซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างค้าปลีก เนื้อโคส่วนใหญ่จะมาจากโคลูกผสมบราห์มัน และลูกผสมชาร์โรเลส์ ซึ่งนำมาขุนด้วยอาหารข้นและอาหารหยาบประมาณ 3-4 เดือน คุณภาพเนื้ออยู่ในระดับปานกลาง คุณภาพด้านความนุ่มไม่สม่ำเสมอ ขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่โคได้รับการขุนและระยะเวลาในการบ่มเนื้อ เนื้อที่ถูกนำมาจำหน่ายมีทั้งเนื้อที่เป็นเนื้อแช่เย็นและเนื้อสดที่จำหน่ายในวันเดียวกับวันที่ฆ่า มาจากโรงฆ่าทั่วไปและไม่ได้มาตรฐาน แต่อาจจะถูกนำมาตัดแต่งในโรงงานตัดแต่งที่ได้มาตรฐานและสามารถจำหน่ายในตลาดโมเดิร์นเทรดได้ ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะซื้อเนื้อไปทำอาหารไทยจนถึงอาหารประเภทตะวันตก แต่คุณภาพของเนื้ออาจไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคอาหารแบบตะวันตก

3. ตลาดระดับล่าง (40 เปอร์เซ็นต์หรือโค 0.74 ล้านตัว) ส่วนใหญ่เป็นเนื้อโคที่ได้จากการเลี้ยงแบบปล่อยให้กินหญ้าตามทุ่งหญ้า โดยทั่วไปมักจะเป็นโคพื้นเมือง โคลูกผสมพื้นเมืองบราห์มัน โคแก่ โคปลดระวาง โคขายแดน หรือโคที่ได้รับการขุนระยะสั้นๆประมาณ 1-4 เดือน ด้วยอาหารข้นและอาหารหยาบให้มีกล้ามเนื้อมากขึ้น มีไขมันพอก หรือเป็นโคอายุมากและโคคัดทิ้ง โดยนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกชิ้น หรือจำหน่ายเป็นเนื้อสดในตลาดสดต่างจังหวัดหรือเชียงใหม่ในตลาดสด เป็นเนื้อที่ถูกนำมาจำหน่ายในวันเดียวกันกับวันที่ฆ่า คุณภาพเนื้อต่ำ เพราะมาจากโรงฆ่าที่ไม่ได้มาตรฐาน และเนื้อค่อนข้างเหนียวเหมาะสำหรับอาหารไทยประเภทแกง ลาบ และอาหารที่ต้องใช้เวลาในการเคี้ยวต้มหรือตุ๋น