

บทที่ 1

บทนำ

ในอดีตเกษตรกรในชนบทได้เลี้ยงโคไว้เพื่อเป็นอาหาร ใช้แรงงานในการเกษตร และขายเป็นรายได้เมื่อจำเป็น ดังนั้น การเลี้ยงโคจึงเปรียบเสมือนมีธนาคารไว้ประจำบ้าน แต่เนื่องจากในปัจจุบันมีการใช้เครื่องจักรกลทดแทนแรงงานจากโค ดังนั้น เกษตรกรจึงเลี้ยงโคควบคู่ไปกับการเพาะปลูกเพื่อขายเป็นรายได้เท่านั้น ในการเลี้ยงต้องอาศัยแรงงานสมาชิกในครอบครัวเป็นหลัก เมื่อแม่โคให้ลูกจึงขายลูกโคให้แก่พ่อค้าในท้องถิ่น หรือเป็นมรดกสืบทอดให้ลูกหลานต่อไปในอนาคต โคที่นิยมเลี้ยงคือโคพื้นเมือง เช่น เกษตรกรในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยมักจะเลี้ยงโคดอย และโคขาวลำพูน เนื่องจากมีสมรรถนะการสืบพันธุ์ดี เลี้ยงง่าย ทนต่อสภาพแวดล้อมในชนบทได้ดี ต้นทุนในการเลี้ยงต่ำเพราะใช้หญ้าหรือพืชตามแหล่งธรรมชาติมาเป็นอาหาร นอกจากนี้ยังได้มูลโคทำปุ๋ยใส่แปลงพืชอีกด้วย

ในปี 2544 มีจำนวนโคเนื้อในประเทศไทยทั้งสิ้น 5,226,534 ตัว โดยส่วนใหญ่เป็นโคพื้นเมือง (ประมาณ 60 %) จำนวนโคดังกล่าวลดลง 18.78 % เมื่อเทียบกับปี 2534 แต่เพิ่มขึ้น 14.47 % เมื่อเทียบกับปี 2541

โคขาวลำพูนเป็นโคพื้นเมืองของไทยที่พบมากในภาคเหนือตอนบน โดยเฉพาะในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน โคขาวลำพูนเป็นโคที่มีความทนทานต่อโรคและแมลง กินง่าย และอยู่ง่าย ซึ่งเหมาะสมสำหรับเลี้ยงในชนบท นอกจากนี้ยังมีสมรรถนะการสืบพันธุ์ และการเจริญเติบโตที่ค่อนข้างดี

ระหว่างปี 2537 ถึง 2540 โครงการอนุรักษ์และส่งเสริมการเลี้ยงโคขาวลำพูน ภาควิชาสัตวศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้มอบแม่โคขาวลำพูน ในโครงการฯ จำนวน 146 ตัว ให้แก่เกษตรกรในเขตอำเภอหางดง และอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ยืมเพื่อเลี้ยงเอาลูกโค และได้รวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินผลการเลี้ยงภายใต้การดูแลของเกษตรกร ต่อมาในปี 2544 ทางโครงการฯ ได้ร่วมมือกับปศุสัตว์อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จัดทำโครงการเพื่อรักษาและกระจายแหล่งพันธุกรรมของโคขาวลำพูน

(Kao Lamphun Cooperative Program) โดยจัดสรรโคขาวลำพูนรุ่นเพศผู้ไม่ตอนในโครงการฯ จำนวน 26 ตัว ให้แก่เกษตรกรรายย่อยหมู่บ้านร่องแห่่ง ตำบลหนองแก้ว อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 12 ราย โดยเป็นการเลี้ยงแบบแบ่งฝ้า ซึ่งจะแบ่งรายได้จากการขายโค หลังหักต้นทุนค่าพันธุ์โคแล้วให้เกษตรกรในโครงการฯ ครึ่งหนึ่ง

เป็นที่ทราบกันดีว่าข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะการเจริญเติบโต ความสมบูรณ์พันธุ์ และรายได้จากการเลี้ยงโคพื้นเมืองของเกษตรกรในชนบทยังมีไม่มากนัก ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีกรจดบันทึกข้อมูลประจำตัวโค เช่น วันผสมพันธุ์ วันคลอดลูก ตลอดจนรายได้จากการเลี้ยงโค ทำให้นักวิจัยขาดข้อมูลดังกล่าว นอกจากนี้เกษตรกรก็ยังประสบปัญหาการขายโคอีกด้วย ปัญหาที่คือ 1) ไม่ทราบว่าขายโคเมื่อใดจึงจะได้ราคาดี และ 2) พ่อค้าใช้วิธีซื้อเหมา โดยไม่มีการชั่งน้ำหนักตัวโคตามมาตรฐานสากล ทำให้เกษตรกรต้องเสียเปรียบพ่อค้ามาตลอด แต่สำหรับพ่อค้าโคมักจะประสบปัญหาการซื้อโคจากเกษตรกร เพราะว่ามีประสบการณ์ซื้อ-ขายโคมานาน จึงทราบความเคลื่อนไหวของราคาโคอยู่เสมอ และก็ยังสามารถประมาณน้ำหนักโคได้ใกล้เคียงกับน้ำหนักจริงอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้คือ

- 1) เพื่อประเมินความสมบูรณ์พันธุ์ และรายได้จากการเลี้ยง ตลอดจนสร้างสมการทำนายน้ำหนักตัวโค สำหรับโคพื้นเมืองที่ฟาร์มโคของนายโกตต์ ปัญญาพฤกษ์ เกษตรกรหมู่บ้านห้วยเตือ ในเขตอำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ซึ่งได้เลี้ยงโคแบบพึ่งพาธรรมชาติ
- 2) เพื่อประเมินสมรรถนะการเจริญเติบโตของโคที่เลี้ยงโดยเกษตรกรรายย่อยหมู่บ้านร่องแห่่ง ในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเข้าร่วมโครงการเลี้ยงโคขาวลำพูนรุ่นเพศผู้ไม่ตอนแบบแบ่งฝ้า
- 3) เพื่อประเมินอิทธิพลของฤดูกาล เพศโค ความยาวรอบอก ความยาวลำตัว ความสูงอายุโค และปฏิภริยาร่วมระหว่างฤดูกาลกับเพศโคที่มีต่อราคาขายโค และสร้างสมการทำนายราคาขายโค สำหรับโคพื้นเมืองที่ตลาดนัดทุ่งฟ้าบด ในเขตอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

เนื่องจากข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากการเก็บข้อมูลในฟาร์มเกษตรกรเอง ดังนั้นผลการวิจัยครั้งนี้จึงน่าจะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อเกษตรกร ดังนี้

- 1) ข้อมูลสมรรถนะการเจริญเติบโต ความสมบูรณ์พันธุ์ และรายได้จากการเลี้ยงโคสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการเลี้ยง การจัดการ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรที่เลี้ยงโคพื้นเมืองแบบพึ่งพาธรรมชาติ
- 2) เกษตรกรสามารถใช้สมการที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ เพื่อประมาณน้ำหนักตัว และราคาขายโคพื้นเมือง ซึ่งจะช่วยให้เกิดความยุติธรรมในการซื้อ-ขายโคสำหรับเกษตรกร
- 3) ทราบอิทธิพลของฤดูกาล เพศโค ความยาวรอบอก ความยาวลำตัว ความสูง อายุโค และปฏิกริยาร่วมระหว่างฤดูกาลกับเพศโค ว่ามีความสำคัญต่อราคาขายโคพื้นเมืองในตลาดนัดหรือไม่ ทำให้เกษตรกรสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนซื้อ-ขายโคกับพ่อค้าในตลาดนัดได้