**(ร่าง)ยุทธศาสตร์แพะ เขต 7**

**ปีงบประมาณ 2560 – 2564**

---------------------

**๑. ข้อเท็จจริง**

๑.๑ ด้านการผลิต

ปี 2558 ประเทศไทยมีจำนวนแพะทั้งหมด 539,583 ตัว โดยกระจายอยู่ตามเขตต่าง ๆ ดังนี้

**ตารางที่ 1** แสดงจำนวนแพะ แบ่งตามเขตปศุสัตว์ ในปี พ.ศ. 2558

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **เขตปศุสัตว์** | **จำนวนแพะ (ตัว)** | | | **เกษตรกร (ครัวเรือน)** |
| **แพะเนื้อ** | **แพะนม** | **รวม** |
| เขต ๑ | 65,055 | 8,980 | 74,034 | 1,627 |
| เขต ๒ | 9,940 | 956 | 10,896 | 457 |
| เขต ๓ | 14,169 | 765 | 14,934 | 466 |
| เขต ๔ | 4,517 | 371 | 4,888 | 241 |
| เขต ๕ | 5,579 | 674 | 6,253 | 304 |
| เขต ๖ | 31,970 | 653 | 32,623 | 698 |
| เขต ๗ | 120,550 | 3,674 | 124,224 | 3,129 |
| เขต ๘ | 75,458 | 4,039 | 79,497 | 5,646 |
| เขต ๙ | 187,855 | 4,378 | 192,233 | 30,550 |
| **รวม** | **515,093** | **24,490** | **539,583** | **43,118** |

**ที่มา :** ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์ (2558)

พื้นที่ปศุสัตว์เขต 7 ปี 255๘ มีจำนวนแพะทั้งหมด 124,224 ตัว เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ 3,129 ครัวเรือน โดยกระจายการเลี้ยงอยู่ในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ดังนี้

**ตารางที่ ๒** แสดงสถิติการเลี้ยงแพะในพื้นที่ปศุสัตว์เขต 7 ในปี พ.ศ. ๒๕๕๘

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **จังหวัด** | **จำนวนแพะ (ตัว)** | | | **เกษตรกร (ครัวเรือน)** |
| **แพะเนื้อ** | **แพะนม** | **รวม** |
| นครปฐม | 9,288 | 266 | 9,554 | 136 |
| กาญจนบุรี | 30,882 | 956 | 31,838 | 659 |
| ราชบุรี | 17,435 | 870 | 18,305 | 706 |
| เพชรบุรี | 12,864 | 398 | 13,262 | 342 |
| ประจวบคีรีขันธ์ | 34,327 | 449 | 34,776 | 930 |
| สมุทรสาคร | 1,093 | 25 | 1,118 | 58 |
| สมุทรสงคราม | 359 | 10 | 369 | 16 |
| สุพรรณบุรี | 14,302 | 700 | 15,002 | 282 |
| **รวม** | **120,550** | **3,674** | **124,224** | **3,129** |

**ที่มา** : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์ (2558)

1.2 การตลาดและการบริโภคแพะในพื้นที่เขต 7

1) การซื้อขายเป็นแพะมีชีวิต จำหน่ายผ่านพ่อค้ารวบรวมและจำหน่ายโดยตรงให้ผู้ซื้อทั่ว ๆ ไป ประกอบด้วย

1.1) ตลาดภายในประเทศ ส่วนใหญ่ส่งจำหน่ายไปจังหวัดต่าง ๆ ทางภาคใต้ และกรุงเทพมหานคร ราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 90 – ๑๐5 บาท

1.2) ตลาดภายนอกประเทศ ส่งจำหน่ายประเทศมาเลเซีย เวียดนาม ลาว จีน ราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 95 – ๑10 บาท

2) ราคาน้ำนมแพะ เฉลี่ยกิโลกรัมละ 5๐ – 6๐ บาท แปรรูปเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น นมพาสเจอร์ไรส์ เครื่องสำอาง สบู่ ครีมอาบน้ำ ฯลฯ รวมทั้งนำไปผลิตฮอร์โมนฉีดพ่นข้าวเพื่อเพิ่มผลผลิต

**การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และศักยภาพ (SWOT Analysis) การเลี้ยงแพะในพื้นที่เขต 7**

**จุดแข็ง (Strengths)**

1. เกษตรกรมีประสบการณ์และมีการบริหารจัดการที่ดี

2. เกษตรกรมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากแพะที่หลากหลาย

3. การเลี้ยงแพะใช้เงินลงทุนต่ำ เป็นอาชีพที่สร้างรายได้สูงและให้ผลตอบแทนเร็ว

4. สภาพพื้นที่มีความเหมาะสม มีแหล่งน้ำสาธารณะและชลประทาน ทำให้มีพืชอาหารสัตว์เพียงพอ

5. สามารถใช้พืชอาหารสัตว์ตามธรรมชาติหลากหลาย

6. สามารถเลี้ยงร่วมกับพืชเศรษฐกิจต่างๆ ได้ เช่น สวนผลไม้

7. เกษตรกรมีศักยภาพที่จะปรับปรุงและขยายพันธุ์ได้

8. เกษตรกรมีการรวมกลุ่มจัดตั้งชมรมผู้เลี้ยงแพะ

9. หน่วยงานปศุสัตว์ในพื้นที่ มีศักยภาพและมีการบูรณาการในการพัฒนาการเลี้ยงแพะ

**จุดอ่อน (Weaknesses)**

1. เกษตรกรยังไม่ให้ความสำคัญในการรวมกลุ่ม

2. ปริมาณแพะพันธุ์ดียังไม่เพียงพอและต้องมีการปรับปรุงพันธุ์ให้ได้พ่อแม่พันธุ์ที่ดี

3. เกษตรกรขาดประสบการณ์ในการเลี้ยงแพะเชิงธุรกิจ

4. เกษตรกรไม่เห็นความสำคัญในการจัดการพืชอาหารสัตว์ให้มีคุณภาพและเพียงพอตลอดทั้งปี

5. ฐานข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดแพะไม่เป็นปัจจุบัน

6. ขาดปัจจัยสนับสนุนด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากแพะเพื่อเพิ่มมูลค่าอย่างครบวงจร

7. ขาดโรงฆ่ามาตรฐานและเขียงสะอาด

8. การส่งเสริมการบริโภคเนื้อแพะยังไม่เพียงพอ

9. งบประมาณมีจำกัด

10. เจ้าหน้าที่ขาดทักษะและประสบการณ์เฉพาะด้าน

11. ขาดการนำแผนไปใช้ในการปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

**โอกาส (Opportunities)**

1. นโยบายภาครัฐกำหนดให้แพะเป็นสินค้าในยุทธศาสตร์ส่งเสริมสินค้าฮาลาลเพื่อการส่งออก

2. ผลผลิตจากแพะสร้างผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย และมีรายได้เพิ่มขึ้น

3. ภาครัฐมีนโยบายสร้างและพัฒนาเครือข่ายให้เข้มแข็ง

4. ผลิตภัณฑ์จากแพะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสินค้าด้านสุขภาพ

5. ความต้องการปุ๋ยอินทรีย์จากมูลแพะทดแทนปุ๋ยเคมีเพิ่มขึ้น

6. การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สร้างโอกาสการส่งออกสู่ตลาดอาเซียน

7. เป็นศูนย์กลางการผลิตแพะพันธุ์ดีและแพะขุนคุณภาพ

8. มีการทำข้อตกลงการซื้อขายแพะมีชีวิตเพื่อการบริโภคกับต่างประเทศ

9. มีโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์แบบแปลงใหญ่กรมปศุสัตว์

10. มีตลาดใหม่ๆ ในประเทศเป็นช่องทางในการจำหน่ายผลผลิตได้มากขึ้น

11. มีเทคโนโลยีด้านการผลิตแพะที่เหมาะสม

12. ภาครัฐมีกฎ ระเบียบที่ดูแลตั้งแต่ระบบการผลิตถึงผู้บริโภค ทำให้เกิดความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค

13. ได้เปรียบด้านระบบโลจิสติกส์

14. ผลพลอยได้ทางการเกษตรมีจำนวนมาก สามารถนำมาใช้การผลิตแพะ

**อุปสรรค (Threats)**

1. มีการลักลอบเคลื่อนย้าย แพะ

2. ปัญหาโรคระบาดสำคัญต่อการเลี้ยงแพะ เช่น Brucellosis CAE และ FMD

3. ผู้บริโภคมีความรู้และทัศนคติในการบริโภคแพะและผลิตภัณฑ์ไม่ถูกต้อง มีเฉพาะในบางกลุ่ม รวมทั้งต้องพึ่งพาตลาดภายนอก

4. การสนับสนุนและการพัฒนาด้านตลาดไม่เพียงพอ

5. แหล่งเงินทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสมยังไม่เพียงพอ

6. พื้นที่การเลี้ยงแพะลดลง เนื่องจากการขยายของเมืองและพื้นที่ปลูกพืชเศรษฐกิจ

7. ข้อจำกัดการทำฟาร์มมาตรฐานต้องมีนายสัตวแพทย์คุมฟาร์ม

8. งานวิจัยเพื่อพัฒนาการเลี้ยงแพะยังมีน้อย

9. มีการส่งเสริมการเลี้ยงแพะในประเทศเพื่อนบ้าน

**๒. วิสัยทัศน์**

พัฒนาอาชีพการเลี้ยงแพะให้ยั่งยืน ผลผลิตมีคุณภาพได้มาตรฐาน และพัฒนาสู่ตลาดเพื่อการส่งออก

**๓. พันธกิจ**

3.1 สร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร และสถาบันเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ ตลอดห่วงโซ่การผลิต

3.2 พัฒนาระบบการตลาดภายในประเทศเชื่อมโยงกับต่างประเทศ

3.3 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการแปรรูปผลผลิตจากการเลี้ยงแพะ

3.4 เพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพในการตรวจรับรองมาตรฐานและความปลอดภัย

3.5 พัฒนาองค์ความรู้และเทคโนโลยีด้านการผลิตและการตลาด

**๔. วัตถุประสงค์**

4.1 เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร และสถาบันเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ

4.2 เพื่อพัฒนาการเลี้ยงแพะของเกษตรกรรายย่อยไปสู่ระบบการเลี้ยงเป็นอาชีพที่มั่นคง

4.3 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกร

4.4 เพื่อพัฒนาผลผลิตและผลิตภัณฑ์แพะให้ได้มาตรฐาน และปลอดภัย

**5. ระยะเวลาดำเนินการ**

5 ปี (2560-2564)

**6. เป้าหมาย**

6.1 ผลิตแพะขุนเพศผู้พร้อมจำหน่ายปีละไม่น้อยกว่า 24,000 ตัว

6.2 มีสหกรณ์และชมรมผู้เลี้ยงแพะที่เข้มแข็ง จำนวน 8 ชมรม 1 สหกรณ์

6.3 มีฟาร์มที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน จำนวน 300 ฟาร์ม

6.4 มีฟาร์มที่ปลอดโรคบรูเซลโลซิส จำนวน 500 ฟาร์ม

6.5 มีฟาร์มที่ปลอดโรคปากและเท้าเปื่อย จำนวน 300 ฟาร์ม

6.6 มีโรงฆ่าแพะที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน จำนวน 1 แห่ง

6.7 มีเขียงสะอาด จำนวน 8 แห่ง

6.8 มีร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากแพะและศูนย์กระจายสินค้า จำนวน 1 แห่ง

6.9 มีอาสาดูแลสุขภาพแพะที่ได้รับการอบรม จำนวน 124 คนต่อปี

6.10 มีโรงแปรรูปผลิตภัณฑ์จากแพะ จำนวน 1 แห่ง

6.11 มีโรงผลิตอาหารแพะ จำนวน 1 แห่ง

6.12 มีเว็บไซต์จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากแพะออนไลน์ จำนวน 1 เว็บไซต์

6.13 มีการจัดงานเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการตลาด จำนวน 15 ครั้ง (ปข : ขอเพิ่มเป้าหมาย)

**7. ยุทธศาสตร์แพะ ประกอบด้วยประเด็นยุทธศาสตร์หลัก ๓ ประเด็นยุทธศาสตร์** ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและองค์กรเกษตรกรเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

กลยุทธ์ : การเพิ่มขีดความสามารถและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกรและองค์กรเกษตรกร

1. โครงการวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงแพะ (นฐ)

2. โครงการพัฒนาอาชีพการเลี้ยงสัตว์แบบผสมผสานในเกษตรกรรายย่อย (ทุกจังหวัด)

3. โครงการฝึกอบรมเพื่อสร้างอาสาดูแลสุขภาพแพะ (นฐ/พบ)

4. โครงการส่งเสริมการเลี้ยงแพะภายใต้โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ (กจ/ปข)

5. โครงการส่งเสริมการผลิตและเลี้ยงแพะเนื้อทดแทนอาชีพการเพาะปลูกเนื่องจากผลกระทบจากภัยแล้ง อำเภอห้วยกระเจา จังหวัดกาญจนบุรี

6 . โครงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนากลุ่มผู้เลี้ยงแพะ (พบ)

7. โครงการประชุมสัมมนาขับเคลื่อนเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะ (พบ)

8. กิจกรรมการประกวดแพะ (ปข/สพ)

9. โครงการอบรมเรื่องการจัดการด้านอาหารแพะ (ทุกจังหวัด)

10. โครงการฝึกอบรมการจัดตั้งสหกรณ์เครือข่ายผู้เลี้ยงแพะ เขต 7 (ทุกจังหวัด)

11. โครงการฝึกอบรมการผลิตแพะเนื้อคุณภาพเพื่อการส่งออก (ทุกจังหวัด)

12. โครงการฝึกอบรมฟาร์มปลอดโรคกับการผลิตแพะเพื่อส่งออก (ทุกจังหวัด)

13. โครงการฝึกอบรมฟาร์มมาตรฐานกับการผลิตแพะเพื่อส่งออก (ทุกจังหวัด)

กลยุทธ์ : การพัฒนาเครือข่ายการผลิตและการตลาด

1. โครงการพัฒนาเครือข่ายการผลิตและการตลาดแพะ (ทุกจังหวัด)

2. โครงการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม (นฐ)

3. โครงการพัฒนาการเลี้ยงแพะนม (สพ)

4. โครงการปศุสัตว์อินทรีย์ (สพ)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการผลิตและผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานและปลอดภัย

กลยุทธ์ : การเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนการเลี้ยงแพะ

1. กิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงแพะในระบบประณีต (พบ)

2. กิจกรรมการปรับปรุงพันธุ์โดยใช้พ่อพันธุ์ดีผสมเทียม (พบ)

3. โครงการเพิ่มศักยภาพการเลี้ยงแพะในพื้นที่สวนมะพร้าว (ปข)

4. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตแพะ (สค)

กลยุทธ์ : การเร่งรัดพัฒนาเพื่อเพิ่มปริมาณอาหารแพะ

1. กิจกรรมการจัดการอาหารอย่างเพียงพอ – แปลงหญ้า กระถิน ทีเอมอาร์ มันหมักยีสต์ หรือวัสดุท้องถิ่น (พบ)

2. โครงการจัดตั้งฟาร์มต้นแบบผลิตพืชอาหารแพะคุณภาพ (ปข)

3. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพสินค้าปศุสัตว์ให้ได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย และปลอดมลภาวะ (สส)

4. กิจกรรมส่งเสริมการปลูกพืชอาหารสัตว์สำหรับเลี้ยงแพะ (สพ)

กลยุทธ์ : การพัฒนาระบบการผลิตแพะและผลิตภัณฑ์แพะให้ได้มาตรฐาน ปลอดภัย และยั่งยืน

1. การอบรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ (นฐ)

2. การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ (นฐ)

3. การอบรมการทำปุ๋ยหมักจากมูลแพะเพื่อจำหน่าย (นฐ)

4. โครงการส่งเสริมและพัฒนาฟาร์มแพะสู่มาตรฐาน (กจ/ปข)

5. กิจกรรมพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์แพะให้ได้มาตรฐานปลอดภัย (สพ)

6. กิจกรรมเฝ้าระวังป้องกัน ควบคุม บำบัด และชันสูตรโรคสัตว์ (กจ/พบ/สพ)

7. กิจกรรมสร้างสถานภาพฟาร์มปลอดโรคแท้งติดต่อในแพะ (กจ/พบ/ปข/สพ)

8. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมป้องกันโรคระบาดแพะ (กจ/ปข)

9. โครงการส่งเสริมและพัฒนาฟาร์มแพะสู่มาตรฐาน

10. กิจกรรมฟาร์มแพะมาตรฐาน (พบ/สพ)

11. กิจกรรมการเฝ้าระวังโรคปากเท้าเปื่อย (กจ)

12. กิจกรรมทำลายเชื้อโรคในพื้นที่เสี่ยง (กจ)

13. กิจกรรมโรงฆ่าแพะมาตรฐาน (สพ)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมการบริโภคและพัฒนาระบบตลาดสู่อุตสาหกรรมฮาลาล

กลยุทธ์ : การส่งเสริมและพัฒนาระบบการตลาด

1. กิจกรรมส่งเสริมตลาดเชิงรุก (นฐ)

2. กิจกรรมพัฒนาระบบการตลาดฮาลาล (กจ/พบ)

3. กิจกรรมส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์แพะ (พบ/สพ)

4. โครงการสัมมนาผู้ผลิตพบผู้บริโภคแพะระดับชาติสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ปข)

**8. ผลที่คาดว่าจะได้รับ**

8.๑ เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะมีประสิทธิภาพในการผลิตที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม

8.2 ผลผลิตและผลิตภัณฑ์จากแพะที่เกษตรกรผลิตได้มีเสถียรภาพด้านราคา และตลาดรองรับได้ตลอดปี

8.๓ มีผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผลผลิตแพะมีจำนวนหลากหลายชนิดเพิ่มมากขึ้น

8.๔ องค์กรเกษตรกรหรือสถาบันเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะมีความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น