

(ร่าง)ยุทธศาสตร์แพะ เขต ๗  
ปีงบประมาณ ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔

๑. ข้อเท็จจริง

๑.๑ ด้านการผลิต

ปี ๒๕๕๘ ประเทศไทยมีจำนวนแพะทั้งหมด ๕๓๙,๕๘๓ ตัว โดยกระจายอยู่ตามเขตต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ ๑ แสดงจำนวนแพะ แบ่งตามเขตปศุสัตว์ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๘

เขตปศุสัตว์	จำนวนแพะ (ตัว)			เกษตรกร (ครัวเรือน)
	แพะเนื้อ	แพะนม	รวม	
เขต ๑	๖๕,๐๕๕	๘,๙๘๐	๗๔,๐๓๕	๑,๖๒๗
เขต ๒	๙,๙๔๐	๙๕๖	๑๐,๘๙๖	๔๕๗
เขต ๓	๑๔,๑๖๙	๗๖๕	๑๔,๙๓๔	๔๖๖
เขต ๔	๔,๕๑๗	๓๗๑	๔,๘๘๘	๒๔๑
เขต ๕	๕,๕๗๙	๖๗๔	๖,๒๕๓	๓๐๔
เขต ๖	๓๑,๙๗๐	๖๕๓	๓๒,๖๒๓	๖๙๘
เขต ๗	๑๒๐,๕๕๐	๓,๖๗๔	๑๒๔,๒๒๔	๓,๑๒๙
เขต ๘	๗๕,๔๕๘	๔,๐๓๙	๗๙,๔๙๗	๕,๖๔๖
เขต ๙	๑๘๗,๘๕๕	๔,๓๗๘	๑๙๒,๒๓๓	๓๐,๕๕๐
รวม	๕๑๕,๐๙๓	๒๔,๔๙๐	๕๓๙,๕๘๓	๔๓,๑๑๘

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์ (๒๕๕๘)

พื้นที่ปศุสัตว์เขต ๗ ปี ๒๕๕๘ มีจำนวนแพะทั้งหมด ๑๒๔,๒๒๔ ตัว เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ ๓,๑๒๙ ครัวเรือน โดยกระจายการเลี้ยงอยู่ในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ ๒ แสดงสถิติการเลี้ยงแพะในพื้นที่ปศุสัตว์เขต ๗ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๘

จังหวัด	จำนวนแพะ (ตัว)			เกษตรกร (ครัวเรือน)
	แพะเนื้อ	แพะนม	รวม	
นครปฐม	๙,๒๘๘	๒๖๖	๙,๕๕๔	๑๓๖
กาญจนบุรี	๓๐,๘๘๒	๙๕๖	๓๑,๘๓๘	๖๕๙
ราชบุรี	๑๗,๔๓๕	๘๗๐	๑๘,๓๐๕	๗๐๖
เพชรบุรี	๑๒,๘๖๔	๓๙๘	๑๓,๒๖๒	๓๔๒
ประจวบคีรีขันธ์	๓๔,๓๒๗	๔๔๙	๓๔,๗๗๖	๙๓๐
สมุทรสาคร	๑,๐๙๓	๒๕	๑,๑๑๘	๕๘
สมุทรสงคราม	๓๕๙	๑๐	๓๖๙	๑๖
สุพรรณบุรี	๑๔,๓๐๒	๗๐๐	๑๕,๐๐๒	๒๘๒
รวม	๑๒๐,๕๕๐	๓,๖๗๔	๑๒๔,๒๒๔	๓,๑๒๙

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์ (๒๕๕๘)

## ๑.๒ การตลาดและการบริโภคแพะในพื้นที่เขต ๗

๑) การซื้อขายเป็นแพะมีชีวิต จำหน่ายผ่านพ่อค้ารวบรวมและจำหน่ายโดยตรงให้ผู้ซื้อทั่ว ๆ ไป ประกอบด้วย

๑.๑) ตลาดภายในประเทศ ส่วนใหญ่ส่งจำหน่ายไปจังหวัดต่าง ๆ ทางภาคใต้ และ กรุงเทพมหานคร ราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ ๙๐ - ๑๐๕ บาท

๑.๒) ตลาดภายนอกประเทศ ส่งจำหน่ายประเทศมาเลเซีย เวียดนาม ลาว จีน ราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ ๙๕ - ๑๑๐ บาท

๒) ราคาน้ำนมแพะ เฉลี่ยกิโลกรัมละ ๕๐ - ๖๐ บาท แปรรูปเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น นมพาสเจอร์ไรส์ เครื่องสำอาง สบู่ ครีมอาบน้ำ ฯลฯ รวมทั้งนำไปผลิตฮอโมนฉีดพ่นข้าวเพื่อเพิ่มผลผลิต

## การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และศักยภาพ (SWOT Analysis) การเลี้ยงแพะในพื้นที่เขต ๗

### จุดแข็ง (Strengths)

๑. เกษตรกรมีประสบการณ์และมีการบริหารจัดการที่ดี
๒. เกษตรกรมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากแพะที่หลากหลาย
๓. การเลี้ยงแพะใช้เงินลงทุนต่ำ เป็นอาชีพที่สร้างรายได้สูงและให้ผลตอบแทนเร็ว
๔. สภาพพื้นที่มีความเหมาะสม มีแหล่งน้ำสาธารณะและชลประทาน ทำให้มีพืชอาหารสัตว์เพียงพอ
๕. สามารถใช้พืชอาหารสัตว์ตามธรรมชาติหลากหลาย
๖. สามารถเลี้ยงร่วมกับพืชเศรษฐกิจต่างๆ ได้ เช่น สวนผลไม้
๗. เกษตรกรมีศักยภาพที่จะปรับปรุงและขยายพันธุ์ได้
๘. เกษตรกรมีการรวมกลุ่มจัดตั้งชมรมผู้เลี้ยงแพะ
๙. หน่วยงานปศุสัตว์ในพื้นที่ มีศักยภาพและมีการบูรณาการในการพัฒนาการเลี้ยงแพะ

### จุดอ่อน (Weaknesses)

๑. เกษตรกรยังไม่ให้ความสำคัญในการรวมกลุ่ม
๒. ปริมาณแพะพันธุ์ดียังไม่เพียงพอและต้องมีการปรับปรุงพันธุ์ให้ได้พ่อแม่พันธุ์ที่ดี
๓. เกษตรกรขาดประสบการณ์ในการเลี้ยงแพะเชิงธุรกิจ
๔. เกษตรกรไม่เห็นความสำคัญในการจัดการพืชอาหารสัตว์ให้มีคุณภาพและเพียงพอตลอดทั้งปี
๕. ฐานข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดแพะไม่เป็นปัจจุบัน
๖. ขาดปัจจัยสนับสนุนด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากแพะเพื่อเพิ่มมูลค่าอย่างครบวงจร
๗. ขาดโรงฆ่ามาตรฐานและเขียงสะอาด
๘. การส่งเสริมการบริโภคเนื้อแพะยังไม่เพียงพอ
๙. งบประมาณมีจำกัด
๑๐. เจ้าหน้าที่ขาดทักษะและประสบการณ์เฉพาะด้าน
๑๑. ขาดการนำแผนไปใช้ในการปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

### โอกาส (Opportunities)

๑. นโยบายภาครัฐกำหนดให้แพะเป็นสินค้าในยุทธศาสตร์ส่งเสริมสินค้าฮาลาลเพื่อการส่งออก
๒. ผลผลิตจากแพะสร้างผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย และมีรายได้เพิ่มขึ้น
๓. ภาครัฐมีนโยบายสร้างและพัฒนาเครือข่ายให้เข้มแข็ง
๔. ผลิตภัณฑ์จากแพะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสินค้าด้านสุขภาพ
๕. ความต้องการปุ๋ยอินทรีย์จากมูลแพะทดแทนปุ๋ยเคมีเพิ่มขึ้น

๖. การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สร้างโอกาสการส่งออกสู่ตลาดอาเซียน
๗. เป็นศูนย์กลางการผลิตแพะพันธุ์ดีและแพะขุนคุณภาพ
๘. มีการทำข้อตกลงการค้าขายแพะมีชีวิตเพื่อการบริโภคกับต่างประเทศ
๙. มีโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์แบบแปลงใหญ่กรมปศุสัตว์
๑๐. มีตลาดใหม่ๆ ในประเทศเป็นช่องทางในการจำหน่ายผลผลิตได้มากขึ้น
๑๑. มีเทคโนโลยีด้านการผลิตแพะที่เหมาะสม
๑๒. ภาครัฐมีกฎ ระเบียบที่ดูแลตั้งแต่ระบบการผลิตถึงผู้บริโภค ทำให้เกิดความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค
๑๓. ได้เปรียบด้านระบบโลจิสติกส์
๑๔. ผลพลอยได้ทางการเกษตรมีจำนวนมาก สามารถนำมาใช้ในการผลิตแพะ

### อุปสรรค (Threats)

๑. มีการลักลอบเคลื่อนย้าย แพะ
๒. ปัญหาโรคระบาดสำคัญต่อการเลี้ยงแพะ เช่น Brucellosis CAE และ FMD
๓. ผู้บริโภคมีความรู้และทัศนคติในการบริโภคแพะและผลิตภัณฑ์ไม่ถูกต้อง มีเฉพาะในบางกลุ่ม รวมทั้งต้องพึ่งพาตลาดภายนอก
  ๔. การสนับสนุนและการพัฒนาด้านตลาดไม่เพียงพอ
  ๕. แหล่งเงินทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสมยังไม่เพียงพอ
  ๖. พื้นที่การเลี้ยงแพะลดลง เนื่องจากการขยายของเมืองและพื้นที่ปลูกพืชเศรษฐกิจ
  ๗. ข้อจำกัดการทำฟาร์มมาตรฐานต้องมีนายสัตวแพทย์คุมฟาร์ม
  ๘. งานวิจัยเพื่อพัฒนาการเลี้ยงแพะยังมีน้อย
  ๙. มีการส่งเสริมการเลี้ยงแพะในประเทศเพื่อนบ้าน

### **๒. วิสัยทัศน์**

พัฒนาอาชีพการเลี้ยงแพะให้ยั่งยืน ผลผลิตมีคุณภาพได้มาตรฐาน และพัฒนาสู่ตลาดเพื่อการส่งออก

### **๓. พันธกิจ**

- ๓.๑ สร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร และสถาบันเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ ตลอดห่วงโซ่การผลิต
- ๓.๒ พัฒนาระบบการตลาดภายในประเทศเชื่อมโยงกับต่างประเทศ
- ๓.๓ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการแปรรูปผลผลิตจากการเลี้ยงแพะ
- ๓.๔ เพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพในการตรวจรับรองมาตรฐานและความปลอดภัย
- ๓.๕ พัฒนาองค์ความรู้และเทคโนโลยีด้านการผลิตและการตลาด

### **๔. วัตถุประสงค์**

- ๔.๑ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร และสถาบันเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ
- ๔.๒ เพื่อพัฒนาการเลี้ยงแพะของเกษตรกรรายย่อยไปสู่ระบบการเลี้ยงเป็นอาชีพที่มั่นคง
- ๔.๓ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกร
- ๔.๔ เพื่อพัฒนาผลผลิตและผลิตภัณฑ์แพะให้ได้มาตรฐาน และปลอดภัย

### **๕. ระยะเวลาดำเนินการ**

๕ ปี (๒๕๖๐-๒๕๖๔)

## ๖. เป้าหมาย

- ๖.๑ ผลิตแพะขุนเพศผู้พร้อมจำหน่ายปีละไม่น้อยกว่า ๒๔,๐๐๐ ตัว
- ๖.๒ มีสหกรณ์และชมรมผู้เลี้ยงแพะที่เข้มแข็ง จำนวน ๘ ชมรม ๑ สหกรณ์
- ๖.๓ มีฟาร์มที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน จำนวน ๓๐๐ ฟาร์ม
- ๖.๔ มีฟาร์มที่ปลอดโรค布鲁เซลโลซิส จำนวน ๕๐๐ ฟาร์ม
- ๖.๕ มีฟาร์มที่ปลอดโรคปากและเท้าเปื่อย จำนวน ๓๐๐ ฟาร์ม
- ๖.๖ มีโรงฆ่าแพะที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน จำนวน ๑ แห่ง
- ๖.๗ มีเขียงสะอาด จำนวน ๘ แห่ง
- ๖.๘ มีร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากแพะและศูนย์กระจายสินค้า จำนวน ๑ แห่ง
- ๖.๙ มีอาสาดูแลสุขภาพแพะที่ได้รับการอบรม จำนวน ๑๒๔ คนต่อปี
- ๖.๑๐ มีโรงแปรรูปผลิตภัณฑ์จากแพะ จำนวน ๑ แห่ง
- ๖.๑๑ มีโรงผลิตอาหารแพะ จำนวน ๑ แห่ง
- ๖.๑๒ มีเว็บไซต์จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากแพะออนไลน์ จำนวน ๑ เว็บไซต์
- ๖.๑๓ มีการจัดงานเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการตลาด จำนวน ๑๕ ครั้ง (ปข : ขอเพิ่มเป้าหมาย)

## ๗. ยุทธศาสตร์แพะ ประกอบด้วยประเด็นยุทธศาสตร์หลัก ๓ ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและองค์กรเกษตรกรเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

กลยุทธ์ : การเพิ่มขีดความสามารถและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกรและองค์กรเกษตรกร

๑. โครงการวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงแพะ (นฐ)
๒. โครงการพัฒนาอาชีพการเลี้ยงสัตว์แบบผสมผสานในเกษตรกรรายย่อย (ทุกจังหวัด)
๓. โครงการฝึกอบรมเพื่อสร้างอาสาดูแลสุขภาพแพะ (นฐ/พบ)
๔. โครงการส่งเสริมการเลี้ยงแพะภายใต้โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ (กจ/ปข)
๕. โครงการส่งเสริมการผลิตและเลี้ยงแพะเนื้อทดแทนอาชีพการเพาะปลูกเนื่องจากผลกระทบจากภัยแล้ง อำเภอห้วยกระเจา จังหวัดกาญจนบุรี
๖. โครงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนากลุ่มผู้เลี้ยงแพะ (พบ)
๗. โครงการประชุมสัมมนาขับเคลื่อนเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะ (พบ)
๘. กิจกรรมการประกวดแพะ (ปข/สพ)
๙. โครงการอบรมเรื่องการจัดการด้านอาหารแพะ (ทุกจังหวัด)
๑๐. โครงการฝึกอบรมการจัดตั้งสหกรณ์เครือข่ายผู้เลี้ยงแพะ เขต ๗ (ทุกจังหวัด)
๑๑. โครงการฝึกอบรมการผลิตแพะเนื้อคุณภาพเพื่อการส่งออก (ทุกจังหวัด)
๑๒. โครงการฝึกอบรมฟาร์มปลอดโรคกับการผลิตแพะเพื่อส่งออก (ทุกจังหวัด)
๑๓. โครงการฝึกอบรมฟาร์มมาตรฐานกับการผลิตแพะเพื่อส่งออก (ทุกจังหวัด)

กลยุทธ์ : การพัฒนาเครือข่ายการผลิตและการตลาด

๑. โครงการพัฒนาเครือข่ายการผลิตและการตลาดแพะ (ทุกจังหวัด)
๒. โครงการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม (นฐ)
๓. โครงการพัฒนาการเลี้ยงแพะนม (สพ)
๔. โครงการปศุสัตว์อินทรีย์ (สพ)

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาการผลิตและผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานและปลอดภัย

กลยุทธ์ : การเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนการเลี้ยงแพะ

๑. กิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงแพะในระบบประณีต (พบ)

๒. กิจกรรมการปรับปรุงพันธุ์โดยใช้พ่อพันธุ์ดีผสมเทียม (พบ)
๓. โครงการเพิ่มศักยภาพการเลี้ยงแพะในพื้นที่สวนมะพร้าว (ปข)
๔. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตแพะ (สค)

กลยุทธ์ : การเร่งรัดพัฒนาเพื่อเพิ่มปริมาณอาหารแพะ

๑. กิจกรรมการจัดการอาหารอย่างเพียงพอ – แพลงหญ้า กระจดิน ทีเอมอาร์ มันหมักกียส์ต์ หรือวัสดุท้องถิ่น (พบ)
๒. โครงการจัดตั้งฟาร์มต้นแบบผลิตพืชอาหารแพะคุณภาพ (ปข)
๓. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพสินค้าปศุสัตว์ให้ได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย และปลอดภัยมลภาวะ (สส)
๔. กิจกรรมส่งเสริมการปลูกพืชอาหารสัตว์สำหรับเลี้ยงแพะ (สพ)

กลยุทธ์ : การพัฒนาระบบการผลิตแพะและผลิตภัณฑ์แพะให้ได้มาตรฐาน ปลอดภัย และยั่งยืน

๑. การอบรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ (นฐ)
๒. การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ (นฐ)
๓. การอบรมการทำปุ๋ยหมักจากมูลแพะเพื่อจำหน่าย (นฐ)
๔. โครงการส่งเสริมและพัฒนาฟาร์มแพะสู่มาตรฐาน (กจ/ปข)
๕. กิจกรรมพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์แพะให้ได้มาตรฐานปลอดภัย (สพ)
๖. กิจกรรมเฝ้าระวังป้องกัน ควบคุม บำบัด และชันสูตรโรคสัตว์ (กจ/พบ/สพ)
๗. กิจกรรมสร้างสถานภาพฟาร์มปลอดโรคแห่งติดต่อในแพะ (กจ/พบ/ปข/สพ)
๘. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมป้องกันโรคระบาดแพะ (กจ/ปข)
๙. โครงการส่งเสริมและพัฒนาฟาร์มแพะสู่มาตรฐาน
๑๐. กิจกรรมฟาร์มแพะมาตรฐาน (พบ/สพ)
๑๑. กิจกรรมการเฝ้าระวังโรคปากเท้าเปื่อย (กจ)
๑๒. กิจกรรมทำลายเชื้อโรคในพื้นที่เสี่ยง (กจ)
๑๓. กิจกรรมโรงฆ่าแพะมาตรฐาน (สพ)

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การส่งเสริมการบริโภคและพัฒนาระบบตลาดสู่อุตสาหกรรมฮาลาล

กลยุทธ์ : การส่งเสริมและพัฒนาระบบการตลาด

๑. กิจกรรมส่งเสริมตลาดเชิงรุก (นฐ)
๒. กิจกรรมพัฒนาระบบการตลาดฮาลาล (กจ/พบ)
๓. กิจกรรมส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์แพะ (พบ/สพ)
๔. โครงการสัมมนาผู้ผลิตพบผู้บริโภคแพะระดับชาติสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ปข)

## ๘. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๘.๑ เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะมีประสิทธิภาพในการผลิตที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม

๘.๒ ผลผลิตและผลิตภัณฑ์จากแพะที่เกษตรกรผลิตได้มีเสถียรภาพด้านราคา และตลาดรองรับได้ตลอดปี

๘.๓ มีผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผลผลิตแพะมีจำนวนหลากหลายชนิดเพิ่มมากขึ้น

๘.๔ องค์กรเกษตรกรหรือสถาบันเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะมีความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น