

(ร่าง) แผนยุทธศาสตร์รายชนิดสัตว์

ของ สำนักงานปศุสัตว์เขต 8

พ.ศ. 2567-2569 (ฉบับทบทวน)



สำนักงานปศุสัตว์เขต 8

63/1 ถนนศรีวิชัย ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

โทร. 077-282320 e-mail.....

แผนยุทธศาสตร์แพะ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strengths)

- 1) เกษตรกรมีความต้องการเลี้ยงเป็นอาชีพหลัก
- 2) การเลี้ยงแพะเป็นอาชีพที่สร้างรายได้สูงและให้ผลตอบแทนเร็ว
- 3) การเลี้ยงแพะใช้เงินลงทุนต่ำเมื่อเทียบกับโคและกระบือ
- 4) เกษตรกรสามารถเลี้ยงแพะร่วมกับพืชเชิงเดี่ยวได้
- 5) มีพืชอาหารสัตว์ตามธรรมชาติที่หลากหลาย
- 6) เกษตรกรมีศักยภาพที่จะปรับปรุงและขยายพันธุ์ได้เอง
- 7) มีเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะในพื้นที่

จุดอ่อน (Weaknesses)

- 1) ปริมาณแพะพันธุ์ดีไม่เพียงพอต่อการใช้ขยายพันธุ์
- 2) การขับเคลื่อนเครือข่ายแพะยังไม่ครอบคลุมและไม่เข้มแข็ง
- 3) เกษตรกรไม่ค่อยเห็นความสำคัญในจัดหาพืชอาหารสัตว์ที่มีคุณภาพ
- 4) ข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดไม่เป็นปัจจุบัน
- 5) ขาดงานวิจัยเพื่อพัฒนาการเลี้ยงแพะในระบบการค้าและอุตสาหกรรม
- 6) ขาดโรงฆ่าแพะที่ได้มาตรฐานและจำนวนเขียงมีจำกัดเฉพาะแห่ง
- 7) เกษตรกรขาดแคลนพันธุ์พืชอาหารสัตว์คุณภาพดี
- 8) ขาดแหล่งเงินทุนอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม
- 9) พื้นที่การเลี้ยงแพะเชิงพาณิชย์ไม่เพียงพอ

โอกาส (Opportunities)

- 1) นโยบายภาครัฐกำหนดให้แพะเป็นสินค้าในยุทธศาสตร์
- 2) มีนโยบายพัฒนาแพะในพื้นที่ชายแดนภาคใต้
- 3) นโยบายรัฐส่งเสริมสินค้าฮาลาล
- 4) ผลผลิตแพะสามารถแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย
- 5) ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายให้เข้มแข็ง
- 6) นโยบายภาครัฐส่งเสริมการขยายพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันซึ่งมีโอกาสสร้างพื้นที่ในการเลี้ยงแพะเพิ่มขึ้น
- 7) ตลาดกลุ่มประเทศมุสลิมต้องการสินค้าแพะและผลิตภัณฑ์แพะเพิ่มขึ้น
- 8) ผลิตภัณฑ์แพะสามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคในการบริโภคสินค้าประเภทสุขภาพ
- 9) เกษตรกรมีความต้องการปุ๋ยอินทรีย์ (มูลสัตว์) ทดแทนปุ๋ยเคมีเพิ่มขึ้น
- 10) การเลี้ยงแพะสนับสนุนนโยบายลดภาวะโลกร้อน
- 11) ปริมาณผู้บริโภคเนื้อแพะและผลิตภัณฑ์แพะเพิ่มมากขึ้นจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

อุปสรรค (Threats)

- 1) ขาดการสนับสนุนและการพัฒนาด้านการตลาดจากภาครัฐ
- 2) ขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 3) มีการลักลอบนำเข้าแพะจากประเทศเพื่อนบ้านทำให้เสี่ยงต่อการควบคุมโรค
- 4) ผู้บริโภคบางรายมีความรู้และทัศนคติในการบริโภคเนื้อแพะและผลิตภัณฑ์แพะไม่ถูกต้อง
- 5) การบริโภคเนื้อแพะส่วนใหญ่ยังอยู่เฉพาะในบางกลุ่ม
- 6) ปัญหาโรคระบาดสำคัญต่อการเลี้ยงแพะ
- 7) ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้
- 8) มีการลักลอบการเคลื่อนย้ายสัตว์ระหว่างเขต
- 9) การขยายของเมืองและพื้นที่ปลูกพืชเศรษฐกิจเชิงเดี่ยวมากขึ้นส่งผลให้พื้นที่เลี้ยงแพะลดลง

วิสัยทัศน์ (Vision) 1. : พัฒนาอาชีพการเลี้ยงแพะให้ยั่งยืน มีผลผลิตที่มีคุณภาพ เพียงพอต่อการบริโภคและส่งออก

2. : เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรายได้ดี มีมั่นคง ผลผลิตดีมีคุณภาพ ปลอดภัย ได้มาตรฐาน เชื่อมโยงการตลาดและการส่งออก มอบคุณภาพชีวิตที่ดีแก่เกษตรกรในเขตพื้นที่

พันธกิจ (Mission) :

- 1) เพิ่มปริมาณการเลี้ยงแพะและพัฒนาคุณภาพผลผลิต
- 2) สร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร กลุ่มเกษตรกรและเครือข่าย
- 3) พัฒนาและเพิ่มจำนวนฟาร์มแพะมาตรฐานและโรงฆ่าแพะมาตรฐาน
- 4) ส่งเสริม พัฒนาผลิตภัณฑ์แพะให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
- 5) ประสานความร่วมมือทางด้านการผลิต การแปรรูปและการตลาดในเขตพื้นที่ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เชื่อมโยงสอดคล้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

เป้าประสงค์ (Goals) :

1. เพื่อส่งเสริมอาชีพการเลี้ยงแพะเป็นอาชีพหลัก สร้างรายได้ที่มั่นคงและยั่งยืนแก่เกษตรกร
2. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเลี้ยงแพะและลดต้นทุนการผลิต
3. เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกร กลุ่มเกษตรกรและเครือข่าย
4. เพื่อพัฒนาผลผลิตแพะ เนื้อแพะและผลิตภัณฑ์แพะให้มีคุณภาพ ปลอดภัย ได้มาตรฐาน
5. เพื่อส่งเสริมการบริโภคและการตลาด

เป้าหมาย (Targets) :

- 1) ประชากรแพะที่มีคุณภาพในเขตพื้นที่ เพิ่มขึ้นปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5
- 2) มีกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ/วิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงแพะ อย่างน้อยจังหวัดละ 1 กลุ่ม/วิสาหกิจชุมชน
- 3) ให้การรับรองฟาร์มปลอดโรค布鲁เซลโลซิสเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของกลุ่ม/วิสาหกิจชุมชน
- 4) มีฟาร์มแพะที่ผ่านการรับรองเป็นฟาร์มมาตรฐานเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 2 ของกลุ่ม/วิสาหกิจชุมชน
- 5) มีโรงฆ่าแพะที่ผ่านการรับรองมาตรฐานไม่น้อยกว่าจังหวัดละ 1 โรง
- 6) มีกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคเนื้อแพะและผลิตภัณฑ์แพะอย่างน้อยจังหวัดละ 1 ครั้ง/ปี

ยุทธศาสตร์ (Strategies):

ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์หลัก 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และเครือข่าย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการผลิตแพะที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมการบริโภค และพัฒนาระบบการตลาดสู่มาตรฐานสากลและฮาลาล

กลยุทธ์ :

ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริม พัฒนา เพิ่มทักษะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร เครือข่าย

กลยุทธ์ที่ 2 สนับสนุน ส่งเสริม พัฒนาการผลิตแพะและฟาร์มแพะพันธุ์ดี ปลอดโรคและได้มาตรฐาน

กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมการผลิตเนื้อแพะและผลิตภัณฑ์แพะให้มีคุณภาพ ปลอดภัย ได้มาตรฐาน

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาระบบส่งเสริมการบริโภคและระบบการตลาด เครือข่ายการตลาด สู่มาตรฐานสากลและฮาลาล

แผนยุทธศาสตร์โคเนื้อ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strengths)

- 1) มีการจัดตั้งกลุ่ม/รวมกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่
- 2) มีสภาพพื้นที่เหมาะสมในการเลี้ยง
- 3) การเลี้ยงส่วนใหญ่เป็นแบบรายย่อย ใช้แรงงานในครัวเรือนทำให้ช่วยลดต้นทุนการผลิต
- 4) มีความหลากหลายในลักษณะการเลี้ยงตามศักยภาพของพื้นที่
- 5) มีพืชอาหารสัตว์ตามธรรมชาติที่หลากหลายสามารถนำมาใช้ได้
- 6) มีศักยภาพและปัจจัยการเลี้ยงโคให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- 7) มูลโคเป็นปุ๋ยอินทรีย์ทดแทนปุ๋ยเคมี

จุดอ่อน (Weaknesses)

- 1) เกษตรกรเป็นเกษตรกรรายย่อย การรวมกลุ่มยังไม่เข้มแข็ง
- 2) ขาดความรู้ในการพัฒนาการเลี้ยงหรือการป้องกันโรคระบาด
- 2) พืชอาหารสัตว์ที่มีคุณภาพไม่เพียงพอ
- 3) ขาดการวางแผนในการผลิตโคคุณภาพดี
- 4) โรงฆ่าโคที่ได้มาตรฐานมีจำนวนน้อย
- 5) ต้นทุนสูง ให้ผลตอบแทนใช้ระยะเวลานาน
- 6) ขาดแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ
- 8) การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยังมีน้อย
- 9) ขาดการประชาสัมพันธ์การสร้างค่านิยมในการบริโภค

โอกาส (Opportunities)

- 1) นโยบายภาครัฐส่งเสริมการเลี้ยงโคเป็นอาชีพหลัก
- 2) การเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นโอกาสในการเพิ่มตลาดโคเนื้อ
- 3) นโยบายการสนับสนุนพันธุ์สัตว์ และเครือข่ายสัตว์พันธุ์ดีแก่เกษตรกร
- 4) นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมบริโภคเนื้อโค

อุปสรรค (Threats)

- 1) ราคาเนื้อโคสูงกว่าเนื้อสัตว์ชนิดอื่น ๆ และผู้บริโภคขาดกำลังซื้อ
- 2) การระบาดของโรคในโคในบางช่วง
- 3) พื้นที่เลี้ยงสัตว์สาธารณะมีน้อย และมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่ไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
- 4) มีการลักลอบนำเข้าสัตว์จากต่างประเทศส่งผลให้ราคาตกต่ำ
- 5) ผู้บริโภคบางส่วนมีความเชื่อทางศาสนา ไม่ยอมรับประทานคุณภาพของเนื้อโคไทย

วิสัยทัศน์ (Vision) 1. : มุ่งเน้น ส่งเสริม และพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อให้เป็นอาชีพที่มั่นคง ผลผลิตมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน

2. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อรายได้ดี มั่นคง ผลผลิตดีมีคุณภาพ ปลอดภัย ได้มาตรฐาน เชื่อมโยงการตลาดและการส่งออก มอบคุณภาพชีวิตที่ดีแก่เกษตรกรในเขตพื้นที่

3. อาชีพเลี้ยงโคเนื้อรายได้มั่นคง ผลผลิตดี มีคุณภาพ ปลอดภัย ได้มาตรฐาน

พันธกิจ (Mission)

1. สร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร เครือข่าย
2. เพิ่มผลผลิตและคุณภาพเนื้อโค
3. สร้างความยั่งยืนในอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อแก่เกษตรกร
4. เชื่อมโยงพัฒนาระบบตลาดโคเนื้อในเขตพื้นที่

เป้าประสงค์ (Goals)

1. เพื่อส่งเสริมอาชีพการเลี้ยงโคและสร้างรายได้ที่มั่นคงแก่เกษตรกร
2. เพื่อส่งเสริมการผลิตเนื้อโคและผลิตภัณฑ์โคให้มีคุณภาพ ปลอดภัย ได้มาตรฐาน
3. เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกร/สถาบันเกษตรกร เครือข่าย
4. เพื่อส่งเสริมการบริโภคและพัฒนาระบบการตลาด

เป้าหมาย (Targets)

1. เพิ่มแม่โคพื้นฐานที่ใช้ในการผลิตโคเนื้อ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10
2. เพิ่มโคเนื้อที่เกิดจากแม่โคพื้นฐาน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของแม่โคพื้นฐาน
3. เพิ่มปริมาณการผลิตอาหารสัตว์คุณภาพดีและสำรองเสบียงสัตว์เพียงพอ
4. มีเนื้อโคและผลิตภัณฑ์โคมีคุณภาพ ปลอดภัย ได้มาตรฐานเพิ่มขึ้น

ยุทธศาสตร์ (Strategies)

ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์หลัก 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การควบคุมป้องกันโรคระบาดในโค

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร เครือข่าย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์เนื้อโคและการตลาด

กลยุทธ์

ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1. ส่งเสริม พัฒนาการผลิตโคเนื้อคุณภาพดี

กลยุทธ์ที่ 2. ส่งเสริมการผลิตอาหารสัตว์คุณภาพดีและการลดต้นทุนการผลิต

กลยุทธ์ที่ 3. ส่งเสริม พัฒนา สร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร เครือข่าย

กลยุทธ์ที่ 4. พัฒนาระบบเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคระบาดสัตว์

กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริม พัฒนาผลิตภัณฑ์เนื้อโคมาตรฐาน และส่งเสริมการตลาด

โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์รายชนิดสัตว์
(โคเนื้อ แพะ) ในพื้นที่ปศุสัตว์เขต 8

โคเนื้อ

แพะ

1. จังหวัดตรัง
2. จังหวัดภูเก็ต
3. จังหวัดพัทลุง
4. จังหวัดพังงา
5. จังหวัดกระบี่
5. จังหวัดนครศรีธรรมราช
6. จังหวัดระนอง
7. จังหวัดชุมพร