



เอกสารวิชาการ

เรื่อง

ยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรมด้านสัตว์เศรษฐกิจของไทย : แพะ

(พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๖๗)

โดย

นายสุชัย ศุภวัฒนาเจริญ

นักศึกษาหลักสูตรนักยุทธศาสตร์ รุ่นที่ ๑๓

ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

ปีการศึกษา ๒๕๖๓

คำนำ

เอกสารวิชาการ เรื่อง ยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรมด้านสัตว์เศรษฐกิจของไทย : แพะ (พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๖๗) จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการอบรมหลักสูตรนักยุทธศาสตร์ รุ่นที่ ๑๓ ศูนย์ศึกษา ยุทธศาสตร์สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ และเป็นแนวทางการขับเคลื่อนให้ผู้สนใจด้านสัตว์เศรษฐกิจของไทย โดยเฉพาะการเลี้ยงแพะ

เนื้อหาในเอกสารประกอบด้วย ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา สภาพปัญหาแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอก การตรวจสอบสถานะแวดล้อม และการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ โดยการใช้ SWOT Analysis รวมทั้งยุทธศาสตร์และแนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ เพื่อจะยกระดับรายได้ของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะให้มีฐานะดีขึ้น พร้อมทั้งระบุข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนและการนำยุทธศาสตร์ไปใช้ เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกับการดำเนินงานแผนการขับเคลื่อนวิจัยและนวัตกรรมด้วยการให้ทุนและดำเนินกิจกรรมการขับเคลื่อนวิจัยและนวัตกรรม โครงการสัตว์เศรษฐกิจ : ยกระดับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ

กระผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เอกสารวิชาการฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่มีความสนใจในเรื่องดังกล่าว โดยกระผมขอขอบคุณ นาวาอากาศเอก ไชยา ออกแดง ผู้อำนวยการกองศึกษาวิจัยทางยุทธศาสตร์และความมั่นคง ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ผู้ซึ่งคอยให้คำแนะนำในการจัดทำเอกสารวิชาการฉบับนี้เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ถูกต้องตามหลักวิชาการ มา ณ ที่นี้ด้วย

สุชัช ศุภวัฒนาเจริญ

ผู้ศึกษา

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
บทที่ ๑ บทนำ	๑
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	๒
ขอบเขตการศึกษา	๒
ระเบียบวิธีการศึกษา	๒
ข้อจำกัดการศึกษา	๓
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๓
บทที่ ๒ การตรวจสอบสภาวะแวดล้อมและการวิเคราะห์ทางยุทธศาสตร์	๔
นโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง	๔
สภาวะแวดล้อมทั่วไป	๗
สภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง	๘
ประเด็นหารือร่วมกับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้	๑๐
การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์	๑๐
การประเมินสภาพแวดล้อมทางยุทธศาสตร์	๑๒
การสรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	๑๗
การประเมินตำแหน่งของยุทธศาสตร์	๒๑
บทที่ ๓ ยุทธศาสตร์ยกระดับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ	๒๓
เป้าหมายทางยุทธศาสตร์ (END)	๒๓
กลยุทธ์ในการดำเนินการ (WAYS)	๒๔
มาตรการ/ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง (MEANS)	๒๕
บทที่ ๔ ข้อเสนอแนะทางยุทธศาสตร์	๓๘
ปัจจัยแห่งความสำเร็จของยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	๓๘
แนวทางขับเคลื่อนยุทธศาสตร์	๓๘
แนวทางในการติดตามและประเมินผล	๓๙
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	๔๐
ประวัติผู้วิจัย	๔๑

สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก

รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในภาคเหนือ
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้
นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๗๐
ยุทธศาสตร์แพะ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ของกรมปศุสัตว์
งานนำเสนอ นักยุทธศาสตร์

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สัตว์เศรษฐกิจ หมายถึง สัตว์เลี้ยงที่มีคุณค่าและมีปริมาณมากพอที่จะนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ สัตว์เศรษฐกิจที่เป็นที่รู้จักกันมี อาทิเช่น โค กระบือ ไก่ สุกร เป็นต้น ซึ่งผลผลิตสามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ส่งขายไปได้ทั่วโลก ในปัจจุบันมีการพัฒนาสัตว์เศรษฐกิจใหม่ขึ้นอีกหลายชนิดมาเลี้ยงในเชิงพาณิชย์ และการนำเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งสามารถนำมาเพาะเลี้ยงและขยายพันธุ์ โดยมีแนวโน้มจะสามารถผลิตในเชิงพาณิชย์ได้ในอนาคต เพราะสามารถนำทุกส่วนมาทำเป็นผลผลิตขายได้ ทั้งนี้ การเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจถือได้ว่าเป็นอาชีพที่ทำกันอย่างแพร่หลายกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย สัตว์เศรษฐกิจที่นิยมเลี้ยงมีอยู่ด้วยกันหลายประเภท ทั้งเลี้ยงเพื่อบริโภคภายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ

ปัจจุบันแพะเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่ได้รับความนิยมและมีการเลี้ยงมากขึ้นทุกปี ในปี ๒๕๖๒ ประเทศไทยมีแพะจำนวน ๘๓๒,๕๓๓ ตัว เกษตรกร ๖๕,๘๕๕ ราย จำแนกเป็นแพะเนื้อ จำนวน ๘๐๓,๗๖๘ ตัว เกษตรกร ๖๔,๗๓๓ ราย แพะนม จำนวน ๒๘,๗๖๕ ตัว เกษตรกร ๑,๑๒๑ ราย สถานการณ์ด้านการตลาดจากข้อมูลเครือข่ายเกษตรกรเลี้ยงแพะ/แกะแห่งประเทศไทย มีการส่งออกแพะไปต่างประเทศ ได้แก่ เวียดนาม ลาว มาเลเซีย ประมาณปีละ ๑๕๐,๐๐๐ - ๒๐๐,๐๐๐ ตัว/ปี ในภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ราคาเฉลี่ย ๑๒๐ - ๑๒๕ บาท/กิโลกรัม ภาคใต้ตอนบนราคาเฉลี่ย ๑๔๐ - ๑๕๐ บาท/กิโลกรัม ภาคใต้ตอนล่าง ราคาเฉลี่ย ๑๖๐ บาท/กิโลกรัม โดยภาพรวมตลาดยังมีความต้องการแพะอีกมาก ทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งแพะเป็นสัตว์เลี้ยงเศรษฐกิจที่ทำรายได้ให้กับเกษตรกรเช่นเดียวกับสัตว์ชนิดอื่น เพราะแพะเลี้ยงง่าย ขยายพันธุ์ได้เร็ว เป็นสัตว์ที่ใช้พื้นที่ในการเลี้ยงเพียงเล็กน้อยและสามารถปรับเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ดี ทนต่อสภาพอากาศแล้งและร้อนได้ดี รวมทั้งเป็นอาหารบริโภคสำหรับประชาชนทุกศาสนาเพราะไม่มีศาสนาใดห้ามบริโภค

ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินงานแผนการขับเคลื่อนวิจัยและนวัตกรรมด้วยการให้ทุนและดำเนินกิจกรรมการขับเคลื่อนวิจัยและนวัตกรรม โครงการสัตว์เศรษฐกิจ : ยกระดับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะให้มีเป้าหมาย ผลิต ผลลัพธ์ที่ชัดเจน ส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าสูงทางเศรษฐกิจ จึงจำเป็นต้องมีการดำเนินการเพื่อส่งเสริมเป็นช่องทางให้เกษตรกรสามารถเริ่มอาชีพการเลี้ยงแพะ หรือพัฒนาการเลี้ยงแพะให้ตรงตามตลาดต้องการ จนสามารถทำเป็นอาชีพหลักเลี้ยงครอบครัวได้ และสามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรได้อย่าง

ยั่งยืน และเพื่อช่วยสนับสนุนกลุ่มเกษตรกรเป้าหมายในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านปรับปรุงพันธุ์แพะ ด้านพืชอาหารสัตว์ และอาหารแพะ ด้านสุขภาพและมาตรฐานฟาร์ม ด้านผสมเทียม และเทคโนโลยีชีวภาพ และด้านการแปรรูป และเพิ่มมูลค่าผลผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ ด้วย ทั้งนี้ การเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจสามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันการเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจของประเทศไทยถือได้ว่ามีศักยภาพและผลผลิตที่ผลิตได้สามารถตอบสนองต่อความต้องการบริโภคและสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพตามมาตรฐาน

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการศึกษา

๑.๒.๑ เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรมด้านสัตว์เศรษฐกิจของไทย : แพะ (พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๖๗)

๑.๒.๒ เพื่อศึกษาสถานะแวดล้อมที่มีผลต่อการยกระดับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ

๑.๒.๓ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกร รวมทั้งระบบการผลิตให้ได้มาตรฐาน ปลอดภัย และยั่งยืน

๑.๒.๔ เพื่อให้เกิดอาชีพทางเลือกใหม่ให้กับเกษตรกรไทย

๑.๓ ขอบเขตการศึกษา

ดำเนินจัดเก็บข้อมูลใน ๓ ภูมิภาค คือ ภาคใต้ ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมุ่งเน้นการจัดเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงคุณภาพ

๑.๓.๑ **เชิงปริมาณ** ข้อมูลสถิติที่ได้จากหน่วยงานภาครัฐ จัดเก็บและประเมินทั้งข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลเบื้องต้น

๑.๓.๒ **เชิงคุณภาพ** การสัมภาษณ์บุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

- ปศุสัตว์จังหวัด
- นักวิชาการในมหาวิทยาลัยภายในพื้นที่
- เกษตรกรในภูมิภาค

๑.๔ ระเบียบวิธีการศึกษา

๑.๔.๑ **ใช้การวิเคราะห์/สังเคราะห์ข้อมูล**

- แหล่งปฐมภูมิ เป็นข้อมูลทั่วไปมาประกอบการจัดทำยุทธศาสตร์
- แหล่งทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงวิเคราะห์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งจากนักวิชาการในภูมิภาค

๑.๔.๒ การสัมภาษณ์เชิงลึก

- หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย กรมปศุสัตว์
- นักวิชาการในภูมิภาค มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

๑.๔.๓ การสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะและผู้ประกอบการประจำท้องถิ่น

- เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะภาคใต้ และผู้ประกอบการภาคใต้
- เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และผู้ประกอบการภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะภาคเหนือ และผู้ประกอบการภาคเหนือ โครงการหลวง

๑.๔.๔ การวิเคราะห์และประเมินผลข้อมูล

โดยใช้หลัก SWOT มาจัดทำยุทธศาสตร์

๑.๕ ข้อกำหนดการศึกษา

- ๑.๕.๑ ระยะเวลาในการศึกษามีจำกัด การประมวลผลที่ได้จึงมีความชัดเจนระดับหนึ่ง
- ๑.๕.๒ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-๑๙) ทำให้ต้องปรับเปลี่ยนการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่แต่ละบุคคลมีความพร้อม

๑.๖ ประโยชน์ที่ได้รับ

- ๑.๖.๑ ได้ยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรมด้านสัตว์เศรษฐกิจของไทย : แพะ (พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๖๗)
- ๑.๖.๒ ได้ทราบสถานะแวดล้อมที่มีผลต่อการยกระดับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ
- ๑.๖.๓ สามารถนำเอาองค์ความรู้ไปพัฒนาคุณภาพชีวิต และเกิดการจ้างงานในพื้นที่ช่วยลดอัตราการว่างงานและลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำของเกษตรกร
- ๑.๖.๔ มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการนำผลผลิตมาเพิ่มมูลค่า และมีผลิตภัณฑ์แปรรูปที่หลากหลายเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน
- ๑.๖.๕ เป็นอาชีพทางเลือกของเกษตรกร

บทที่ ๒

การตรวจสอบสถานะแวดล้อมและการวิเคราะห์ทางยุทธศาสตร์

๒.๑ นโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

๒.๑.๑ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ ๑๒ ถูกกำหนดจากยุทธศาสตร์ทั้ง ๖ ด้าน ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และกำหนดเป็นแนวทางในรายละเอียดที่แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องและการตอบสนองต่อเป้าหมายที่ต้องบรรลุในระยะ ๕ ปี ที่จะเป็นการวางพื้นฐานที่สามารถสานต่อการพัฒนาในประเด็นสำคัญของประเทศในระยะต่อไปที่สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยน้อมนำหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งนี้ภายใต้ยุทธศาสตร์ทั้ง ๑๐ ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาครอบคลุมรายละเอียดที่ตอบสนองต่อจุดเน้นประเด็นหลักของการพัฒนาในระยะ ๕ ปี และมุ่งต่อยอดผลสัมฤทธิ์ในแผนพัฒนาฯ ฉบับต่อ ๆ ไป โดยจะต้องต่อยอดให้เกิดความต่อเนื่องของการขับเคลื่อนการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและการแก้ปัญหาสำคัญที่เป็นรากเหง้าของปัญหาต่าง ๆ และประเด็นปฏิรูปประเทศให้ลุล่วง รวมทั้งประเด็นร่วมที่มีความเชื่อมโยงกับหลากหลายประเด็นการพัฒนาที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อเนื่องกันไปตลอด ๒๐ ปี ยุทธศาสตร์ที่ถูกกำหนดในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ มีจำนวน ๑๐ ยุทธศาสตร์ ซึ่งมีรายละเอียดมากกว่าในยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นเพราะภายใต้สถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องนั้น เป็นการยากในการกำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาให้มีรายละเอียดที่ชัดเจนในแผนพัฒนาระยะยาว เพราะยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาจำเป็นต้องมีการกำหนดและปรับปรุงให้สอดคล้องกับเงื่อนไขและปัจจัยแวดล้อมในช่วงเวลานั้น ๆ จึงจะสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุดังกล่าวยุทธศาสตร์ชาติจึงเป็นการกำหนดกรอบที่เป็นประเด็นหลักของการพัฒนาประเทศที่ครอบคลุมมิติต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนทั้งในเรื่องการพัฒนาระบบการผลิตและการบริการการพัฒนากลุ่มเป้าหมาย และการพัฒนาในเรื่องกลไกและกฎระเบียบ รวมทั้งการพัฒนาทุนมนุษย์ ภายใต้การกำหนดและยึดหลักการสำคัญของการพัฒนา ดังนั้น ยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ จึงประกอบด้วยยุทธศาสตร์ชาติทั้ง ๖ ยุทธศาสตร์ และอีก ๔ ยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์และกลไกสนับสนุนให้การดำเนินยุทธศาสตร์ทั้ง ๖ ด้านให้สัมฤทธิ์ผล

๒.๑.๒ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

เศรษฐกิจไทยขยายตัวต่ำกว่าศักยภาพต่อเนื่องเป็นเวลาหลายปี ทั้งจากผลกระทบของเศรษฐกิจโลกซบเซาและข้อจำกัดภายในประเทศเองที่เป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มผลิตภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งฐานเศรษฐกิจภายในประเทศขยายตัวช้า การพัฒนา ๕ ปีต่อจากนี้ จะเน้นให้เศรษฐกิจเติบโตได้ตามศักยภาพและมีเสถียรภาพ ภาคการส่งออกมีการพัฒนาจนสามารถขยายตัว และเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ผลิตภาพการผลิตของประเทศเพิ่มขึ้น การลงทุนภาครัฐและเอกชนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมาจากความร่วมมือกันมากขึ้น ประชาชนและผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบภาษีมากขึ้น และประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจสูงขึ้น นอกจากนี้ ยังเน้นให้เศรษฐกิจรายสาขา มีการเติบโตอย่างเข้มแข็ง ภาคการเกษตรเน้นเกษตรกรรมยั่งยืนและให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น มีการพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมนิเวศ การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้และแข่งขันได้มากขึ้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้น ภาคการเงินมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญประกอบด้วย (๑) การบริหารจัดการเศรษฐกิจส่วนร่วม ทั้งในด้านการคลัง อาทิ เพิ่มประสิทธิภาพการจัดแผนงานโครงการ การจัดสรรงบประมาณ การบริหาร และการตรวจสอบกระบวนการงบประมาณ และด้านการเงิน อาทิ เพิ่มประสิทธิภาพของระบบการเงินและสถาบันการเงินทั้งในตลาดเงินและตลาดทุนให้สามารถสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และ (๒) การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการและการค้าการลงทุน เพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ โดยยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารเข้าสู่ระบบมาตรฐาน ต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพปัจจุบัน เพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง วางรากฐานการพัฒนาอุตสาหกรรม เสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบเพื่อส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรมและอำนวยความสะดวกด้านการค้าการลงทุน

๒.๑.๓ ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๙)

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันภาคการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การบริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ

๒.๑.๔ ยุทธศาสตร์แพะ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ของ กรมปศุสัตว์

วิสัยทัศน์: “พัฒนาอาชีพการเลี้ยงแพะให้ยั่งยืน มีผลผลิตที่มีคุณภาพเพียงพอต่อการบริโภค และพัฒนาสู่ตลาดฮาลาล”

พันธกิจ

๑. เพิ่มปริมาณการเลี้ยงแพะและพัฒนาคุณภาพผลผลิตจากการเลี้ยงแพะ
๒. สร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร สถาบันเกษตรกร เครือข่าย และชมรมผู้เลี้ยงแพะ
๓. พัฒนาและเพิ่มจำนวนฟาร์มแพะมาตรฐานและโรงฆ่าแพะมาตรฐานให้มากขึ้น
๔. ส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์แพะที่มีความปลอดภัยทางอาหารและสร้างความมั่นใจให้กับ

ผู้บริโภค

๕. ส่งเสริมการผลิตแพะและผลิตภัณฑ์แพะที่มีความปลอดภัยทางอาหารและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค
๖. พัฒนาระบบการตลาดภายในประเทศเชื่อมโยงกับตลาดต่างประเทศ
๗. เพิ่มปริมาณของผลิตภัณฑ์จากแพะและคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
๘. ประสานความร่วมมือทางด้านการผลิต แปรรูปและการตลาดในพื้นที่ภูมิภาค และระหว่างประเทศ กับหน่วยงานของกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงต่างประเทศ

เป้าหมาย

๑. เป้าหมายประชากรแพะของประเทศเพิ่มขึ้นปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๕
๒. มีเครือข่ายหรือชมรมผู้เลี้ยงแพะประจำจังหวัดไม่ต่ำกว่า ๓๐ จังหวัด
๓. มีฟาร์มแพะที่ผ่านการรับรองเป็นฟาร์มมาตรฐาน จำนวน ๔๕๐ แห่ง
๔. ให้การรับรองฟาร์มปลอดโรค布鲁เซลโลซิส ๑,๐๐๐ แห่ง และฟาร์มปลอดโรค CAE ๔๐๐ แห่ง

ประเด็นยุทธศาสตร์

๑. การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและองค์กรเกษตรกรเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
กลยุทธ์ที่ ๑ : เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและองค์กรเกษตรกร
กลยุทธ์ที่ ๒ : การพัฒนาเครือข่ายการผลิตและการตลาด
๒. การพัฒนาการผลิตและผลิตภัณฑ์ให้เพียงพอได้มาตรฐานและปลอดภัย
กลยุทธ์ที่ ๑ : การเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนการเลี้ยงแพะ
กลยุทธ์ที่ ๒ : การเร่งรัดพัฒนาเพื่อเพิ่มปริมาณอาหารแพะ

กลยุทธ์ที่ ๓ : พัฒนาระบบการผลิตแพะและผลิตภัณฑ์แพะให้ได้มาตรฐาน ปลอดภัยและยั่งยืน

๓. การส่งเสริมการบริโภคและพัฒนาระบบการตลาดสู่อุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

กลยุทธ์ที่ ๑ : การส่งเสริมการบริโภคและพัฒนาระบบการตลาด

จากสถิติในปี ๒๕๕๐ มีแพะที่เลี้ยงรวม ๔๔๔,๗๗๔ ตัว เกษตรกร ๓๘,๖๕๓ ครัวเรือน ซึ่งในปี ๒๕๖๒ ได้มีการสำรวจพบว่า มีแพะรวม ๘๓๒,๕๓๓ ตัว เกษตรกร ๖๕,๘๕๐ ครัวเรือน โดยในระยะเวลา ๑๒ ปีที่ผ่านมา มีแพะเพิ่มขึ้น ๓๘๗,๗๕๙ ตัว เกษตรกรเพิ่มขึ้น ๒๗,๑๙๗ ราย มีกลุ่มเกษตรกรเลี้ยงแพะจำนวน ๕๐๑ กลุ่ม ชมรมแพะระดับจังหวัด ๖๔ ชมรมจังหวัด เครือข่ายระดับเขต ๙ เขต จากการประมาณการพบว่า จำนวนแพะที่ใช้บริโภคในประเทศ ประมาณปีละ ๓๗๗,๐๐๐ ตัว โดยมีการส่งออกแพะไปยังตลาดมาเลเซีย ประมาณ ๑๐๐,๐๐๐ ตัว/ปี ตลาดลาว และเวียดนาม ประมาณ ๔๐,๐๐๐ ตัว/ปี นอกจากนั้น มีการนำเข้าแพะจากประเทศพม่า จำนวน ๓๙,๒๓๑ ตัว/ปี ซึ่งสรุปภาพรวมการผลิตแพะในประเทศยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด

๒.๒ สภาวะแวดล้อมทั่วไป

แพะ (Goat) เป็นสัตว์ให้น้ำนมและเนื้อที่นิยมเลี้ยงชนิดหนึ่ง เนื่องจากนมแพะที่มีคุณค่าทางอาหารสูง ใกล้เคียงหรือสูงกว่านมโค กระบือ และมนุษย์ มีไขมันในระดับต่ำกว่าเนื้อสัตว์ชนิดอื่น ๆ โมเลกุลไขมันมีขนาดเล็ก ทำให้ง่ายต่อการย่อย และการดูดซึมง่ายในระบบทางเดินอาหารสามารถนำใช้บริโภคแทนนมมนุษย์ได้ดีกว่านมโคและนมกระบือ นอกจากนี้ แพะเป็นสัตว์ให้น้ำนมเป็นอาหารที่มีโปรตีนที่ย่อยได้ในระดับสูงกว่าเนื้อโค สุกร และไก่ และมีไขมันในระดับต่ำกว่าเนื้อสัตว์ชนิดอื่น ๆ รวมถึงขน และหนังแพะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลายด้าน อาทิ ใช้ทำกระเป๋า เสื้อ พรม และเชือก ส่วนมูลแพะใช้ทำเป็นปุ๋ย เขา และกีบนำมาทำเป็นเครื่องประดับ เลือด และกระดูกนำมาแปรรูปเป็นอาหารสัตว์

แพะเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่สำคัญประเภทหนึ่ง สามารถเลี้ยงในเชิงพาณิชย์ได้ ทั้งเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริม การส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการในธุรกิจเลี้ยงแพะครบวงจร ตั้งแต่การเพาะเลี้ยง การอนุบาล การขุนแพะเนื้อ แพะนม การแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และด้านการตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญ การเลี้ยงแพะช่วยสร้างอาชีพให้กับประชาชนในพื้นที่ทั้งในระดับฟาร์มครัวเรือน และระดับฟาร์มธุรกิจ และสามารถพัฒนาให้เป็นอาชีพที่สำคัญได้ จะเห็นว่าแพะเป็นสัตว์เคี้ยวเอื้องขนาดเล็ก ดังนั้นแพะจึงเป็นสัตว์ที่สำคัญของประเทศที่ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม แต่ประเทศที่เลี้ยงแพะและจำหน่ายแพะมากที่สุด คือ ประเทศจีน

เพราะคนจีนเชื่อกันว่าเนื้อแพะเป็นยาบำรุงกำลังอย่างหนึ่ง จึงมีเมนูอาหารแพะตุ๋นยาจีน เป็นที่นิยมว่าเป็นอาหารชั้นดี

แหล่งเลี้ยงแพะที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทยอยู่ในภาคใต้ และเป็นแหล่งบริโภคแพะแหล่งใหญ่ของประเทศ เนื่องจากกลุ่มผู้นับถือศาสนาอิสลามนิยมบริโภคแพะ โดยเฉพาะในช่วงวันสำคัญทางศาสนาที่ต้องใช้ประกอบพิธีกรรม รองลงมา ได้แก่ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ

๒.๓ สภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง

สำหรับภาคใต้ถือว่าเป็นภาคที่มีการเลี้ยงแพะและการบริโภคผลผลิตจากแพะมากที่สุดในประเทศ ดังนั้นแพะจึงเป็นสัตว์เศรษฐกิจทางเลือก (Alternative livestock production) ที่สำคัญของเกษตรกร นอกจากนี้การบริโภคผลผลิตจากแพะของภาคใต้ในปัจจุบันยังไม่ได้อยู่เฉพาะในกลุ่มผู้นับถือศาสนาอิสลาม แต่ได้ขยายออกไปสู่ผู้บริโภคที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลามด้วย ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคเชื่อว่าผลผลิตจากแพะไม่ว่าเนื้อและน้ำนมล้วนมีคุณภาพทางโภชนาการที่สูง ดังนั้นเพื่อการเลี้ยงแพะของภาคใต้ได้รับการพัฒนาจากเดิมซึ่งเป็นสัตว์เศรษฐกิจทางเลือกกลายเป็นสัตว์เศรษฐกิจหลักของพื้นที่

จากข้อมูลในปี ๒๕๖๒ พบว่า แพะที่เลี้ยงในภาคเหนือมีจำนวน ๗๕,๓๐๒ ตัว หรือคิดเป็นร้อยละ ๙.๙ ของแพะที่เลี้ยงทั้งหมดในประเทศไทย แต่ด้วยศักยภาพด้านพื้นที่ของภาคเหนือที่เป็นแหล่งสำหรับการผลิตพืชหลายชนิดจึงเหมาะแก่การเลี้ยงแพะ ซึ่งแพะเป็นสัตว์ที่เลี้ยงง่าย ใช้ประโยชน์จากพืชอาหารเปลี่ยนเป็นผลผลิตเนื้อและนมได้ดี นอกจากนี้ใช้พื้นที่การเลี้ยงน้อย และระยะเวลาในการให้ผลผลิตรวดเร็ว ซึ่งปัจจุบันการเลี้ยงแพะเป็นอาชีพที่เกษตรกรในภาคเหนือให้ความสนใจที่จะเลี้ยงเป็นอาชีพเสริมกันมากขึ้น แต่ระบบการเลี้ยงแพะในประเทศไทยเป็นแบบปล่อยตามทุ่งหญ้าธรรมชาติ เป็นระบบการเลี้ยงแบบพื้นบ้านที่ถือปฏิบัติกันมาอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ ๑ ข้อมูลเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรายจังหวัด ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

เขต ปศุสัตว์	แพะ											
	แพะเนื้อ					แพะนม					รวม	
	ผู้ (ตัว)	เมีย (ตัว)		รวม		ผู้ (ตัว)	เมีย (ตัว)		รวม		จำนวน (ตัว)	เกษตรกร (ราย)
		แรกเกิดถึงแพะสาว	ตั้งท้องแรกขึ้นไป	จำนวน (ตัว)	เกษตรกร (ราย)		แรกเกิดถึงแพะสาว	ตั้งท้องแรกขึ้นไป	จำนวน (ตัว)	เกษตรกร (ราย)		
รวม	๒๑๖,๖๓๗	๔๑๔,๑๕๘	๑๗๒,๗๗๓	๘๐๓,๗๖๘	๖๔,๗๓๓	๗,๙๒๔	๑๕,๕๑๑	๕,๓๓๐	๒๘,๗๖๕	๑,๗๕๑	๘๓๒,๕๓๓	๖๕,๘๕๐
เขต ๑	๒๐,๐๘๖	๕๓,๓๓๙	๒๒,๗๒๒	๙๖,๑๕๗	๓,๐๕๙	๑,๖๖๑	๕,๒๐๐	๑,๐๖๑	๗,๙๒๒	๓๗๑	๑๐๔,๐๖๙	๓,๒๘๑
เขต ๒	๔,๕๗๑	๑๑,๓๘๑	๒,๑๕๔	๑๘,๑๐๖	๖๕๒	๒๔๕	๔๒๔	๘๐	๗๔๙	๕๕	๑๘,๘๕๕	๖๘๐
เขต ๓	๑๖,๐๙๑	๓๗,๗๗๓	๑๓,๕๓๗	๖๗,๔๐๑	๒,๕๒๖	๔๘๒	๑,๓๒๙	๘๓๘	๒,๖๔๙	๗๘	๗๐,๐๕๐	๒,๕๘๐
เขต ๔	๖,๐๔๙	๑๒,๙๗๙	๗,๑๓๓	๒๖,๑๖๑	๑,๒๒๑	๖๒	๑๕๙	๕๗	๒๗๘	๒๙	๒๖,๔๓๙	๑,๒๔๑
เขต ๕	๒,๘๕๖	๕,๐๓๙	๑,๕๓๗	๙,๔๓๒	๖๘๕	๑๒๑	๕๒๗	๒๙	๖๗๗	๓๐	๑๐,๑๐๙	๗๐๙
เขต ๖	๑๖,๓๖๗	๓๓,๐๘๐	๑๔,๙๔๙	๖๔,๓๙๖	๑,๘๙๑	๑๔๙	๔๓๐	๒๑๘	๗๙๗	๓๔	๖๕,๑๙๓	๑,๙๑๓
เขต ๗	๔๒,๖๑๔	๘๐,๑๖๙	๓๑,๐๓๒	๑๕๓,๘๑๕	๓,๙๗๑	๓,๓๓๘	๒,๔๙๑	๑,๒๐๐	๗,๐๒๙	๓๒๗	๑๖๐,๘๔๔	๔,๒๖๓
เขต ๘	๓๔,๙๐๐	๖๗,๖๔๓	๒๐,๓๘๓	๑๒๒,๙๒๖	๗,๓๓๒	๖๐๗	๒,๐๐๗	๔๗๖	๓,๐๙๐	๑๙๙	๑๒๖,๐๑๖	๗,๔๒๕
เขต ๙	๗๓,๓๐๓	๑๑๒,๗๕๕	๕๙,๓๒๖	๒๕๕,๓๘๔	๔๓,๓๙๖	๑,๒๕๙	๒,๙๔๔	๑,๓๗๑	๕,๕๗๔	๖๒๘	๒๕๐,๙๕๘	๔๓,๗๕๘

ตารางที่ ๒ ข้อมูลเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรายภาค ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

เขต ปศุสัตว์	แพะ											
	แพะเนื้อ					แพะนม					รวม	
	ผู้ (ตัว)	เมีย (ตัว)		รวม		ผู้ (ตัว)	เมีย (ตัว)		รวม		จำนวน (ตัว)	เกษตรกร (ราย)
		แรกเกิดถึงแพะสาว	ตั้งท้องแรกขึ้นไป	จำนวน (ตัว)	เกษตรกร (ราย)		แรกเกิดถึงแพะสาว	ตั้งท้องแรกขึ้นไป	จำนวน (ตัว)	เกษตรกร (ราย)		
รวม	๒๑๖,๘๓๗	๔๑๔,๑๕๘	๑๗๒,๗๗๓	๘๐๓,๗๖๘	๖๔,๗๓๓	๗,๙๒๔	๑๕,๕๑๑	๕,๓๓๐	๒๘,๗๖๕	๑,๗๕๑	๘๓๒,๕๓๓	๖๕,๘๕๐
เหนือ	๑๙,๒๒๓	๓๘,๑๑๙	๑๖,๔๘๖	๗๓,๘๒๘	๒,๕๗๖	๒๗๐	๙๕๗	๒๔๗	๑,๔๗๔	๖๔	๗๕,๓๐๒	๒,๖๒๒
ตะวันออกเฉียงเหนือ	๒๒,๑๔๐	๕๐,๗๕๒	๒๐,๖๗๐	๙๓,๕๖๒	๓,๗๔๗	๕๔๔	๑,๔๘๘	๘๙๕	๒,๙๒๗	๑๐๗	๙๖,๔๘๙	๓,๘๒๑
กลาง	๖๗,๒๗๑	๑๔๔,๘๘๙	๕๕,๙๐๘	๒๖๘,๐๖๘	๗,๖๘๒	๕,๒๔๔	๘,๑๑๕	๒,๓๔๑	๑๕,๗๐๐	๗๕๓	๒๘๓,๗๖๘	๘,๒๒๔
ใต้	๑๐๘,๒๐๓	๑๘๐,๓๙๘	๗๙,๗๐๙	๓๖๘,๓๑๐	๕๐,๗๒๘	๑,๘๖๖	๔,๙๕๑	๑,๘๘๗	๘,๖๖๔	๘๒๗	๓๗๖,๙๗๔	๕๑,๑๘๓

ที่มา : สำนักงานปศุสัตว์อำเภอ

หมายเหตุ : ภาคเหนือ ได้แก่ เขต ๕, ๖ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ เขต ๓, ๔ ภาคกลาง ได้แก่ เขต ๑, ๒ และ ๗ ภาคใต้ ได้แก่ เขต ๘, ๙

๒.๔ ประเด็นหารือร่วมกับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

ในการลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ได้มีการประชุมปรึกษาหารือร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิและเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในพื้นที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ โดยมีประเด็นการหารือ ดังนี้

- ๒.๔.๑ ปัญหา อุปสรรค ในการเลี้ยงแพะของเกษตรกร
- ๒.๔.๒ จำนวนแพะในพื้นที่ในปัจจุบัน
- ๒.๔.๓ ระบบ ขั้นตอน และวิธีการในการเพิ่มจำนวนแพะ
- ๒.๔.๔ ความต้องการและข้อเสนอแนะของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะที่มีต่อภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้อง

๒.๕ การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์

จากสภาวะแวดล้อมที่ได้กล่าวไว้ใน ๒.๒ และ ๒.๓ และการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ดังข้อ ๒.๔ โดยเป็นผู้มีความรู้ ชาวบ้าน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เราสามารถที่จะสามารถนำมาวิเคราะห์ความได้เปรียบ เสียเปรียบ โดยการใช้ SWOT Analysis ได้ดังนี้

๒.๕.๑ จุดแข็ง (Strengths) มีดังนี้

- ๑) ชาวเกษตรกรมีความพร้อมตั้งเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะ
- ๒) ผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีภาวะทางโภชนาการสูง มีมาตรฐานและมีความหลากหลาย
- ๓) อาชีพเลี้ยงแพะ ทำให้เกษตรกรมีรายได้สูง ให้สามารถให้ผลตอบแทนในระยะเวลายั่งยืน
- ๔) แพะเป็นสัตว์เศรษฐกิจ ที่สามารถปรับปรุงพันธุ์และขยายพันธุ์ได้อย่างรวดเร็ว
- ๕) ภาครัฐ เอกชน และสถานศึกษาให้ความสนใจร่วมและมีการร่วมมือพัฒนาการเลี้ยงแพะ
- ๖) ภาครัฐมีการสนับสนุนตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ
- ๗) การเลี้ยงแพะมีต้นทุนในการเลี้ยงต่ำ เมื่อเทียบกับสัตว์เคี้ยวเอื้องขนาดใหญ่อย่างการเลี้ยงโคและกระบือ เป็นต้น
- ๘) เกษตรกรสามารถเลี้ยงแพะร่วมกับพืชเศรษฐกิจชนิดอื่น ๆ เช่น ยางพารา ปาล์ม เป็นต้น
- ๙) การใช้ผลพลอยได้จากการเกษตรเช่น เปลือกไม้ เศษใบไม้ มาเป็นอาหารแพะได้
- ๑๐) องค์กรเกษตรกรมีความรู้/เทคโนโลยี ที่สามารถปรับปรุงและขยายพันธุ์ได้เอง

๒.๔.๒ จุดอ่อน (Weakness) มีดังนี้

- ๑) เกษตรกรขาดการจัดการเรื่องแปลงหญ้าที่เป็นลำดับขั้นตอน ทำให้ใช้แปลงหญ้าอย่างขาดประสิทธิภาพ
- ๒) แพะไล่ต้นส่วนใหญ่สุขภาพไม่ดี ไม่มีประสิทธิภาพในการผลิต
- ๓) เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะขาดเงินทุนในการสนับสนุนต่อยอดอาชีพการเลี้ยงแพะ
- ๔) มีแพะพันธุ์ดีไม่เพียงพอต่อการขยายพันธุ์
- ๕) มีเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอต่อการให้บริการในพื้นที่
- ๖) โรงฆ่าแพะ สถานที่จำหน่าย ที่ได้มาตรฐานมีน้อย
- ๗) ฟาร์มที่มีการจัดการที่ถูกต้อง ฟาร์มปลอดโรค ฟาร์มมาตรฐานยังคงมีจำนวนน้อยอยู่
- ๘) เกษตรกรขาดความรู้ เทคโนโลยี ธุรกิจการตลาด และความเข้มแข็งของกลุ่ม

๒.๔.๓ โอกาส (Opportunities) มีดังนี้

- ๑) การขยายตลาดการเลี้ยงแพะ ภายในประเทศและกลุ่มประเทศอาเซียน
- ๒) ภาครัฐกำหนดให้แพะเป็นสินค้าในยุคศาสตร์ และการส่งเสริมสินค้าฮาลาล
- ๓) รัฐมีนโยบายสร้างพัฒนาเครือข่ายให้องค์กรที่เข้มแข็ง
- ๔) กลุ่มประเทศมุสลิมต้องการสินค้าและผลิตภัณฑ์จากแพะ
- ๕) ความต้องการปุ๋ยอินทรีย์ทดแทนปุ๋ยเคมีเพิ่มขึ้น
- ๖) ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงแพะแทนการปลูกพืชเศรษฐกิจที่มีราคาตกต่ำ

๒.๔.๔ อุปสรรค (Threats) มีดังนี้

- ๑) มีการลักลอบเคลื่อนย้ายแพะทั้งในประเทศ และระหว่างประเทศ
- ๒) มีการลักลอบเคลื่อนย้ายแพะไม่ถูกต้อง ทำให้เสี่ยงต่อการเกิดและควบคุมโรค
- ๓) ผู้บริโภคมีทัศนคติในการบริโภคแพะที่ตลาดเคลื่อน
- ๔) การขยายตัวของเมือง และอื่น มีผลกระทบต่อพื้นที่เลี้ยงแพะ
- ๕) กฎหมายการส่งออกไม่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจ
- ๖) โรคระบาดที่สำคัญต่อการเลี้ยงแพะ

๒.๕ การประเมินสภาพแวดล้อมทางยุทธศาสตร์

๒.๕.๑ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment Analysis) โดยใช้ C-PEST

๑) Customer : ผู้รับบริการ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๒) Politic : การเมือง

๓) Economic : เศรษฐกิจ

๔) Social : สังคม

๕) Technology : เทคโนโลยี

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นโอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการทำงาน กรอบความคิดในการวิเคราะห์สถานการณ์ที่มีอิทธิพลจากภายนอก ใช้หลักของ “C-PEST Analysis Model” ทำให้เห็นภาพรวมของสภาพแวดล้อมในพื้นที่เชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย

ตารางที่ ๓ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้ C-PEST

กรอบการวิเคราะห์	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threat)
ด้านผู้รับบริการ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Customer)	๑) การขยายตลาดการเลี้ยงแพะภายในประเทศและกลุ่มประเทศอาเซียน (O1)	๑) มีการลักลอบเคลื่อนย้ายแพะทั้งในประเทศ และระหว่างประเทศ (T1) ๒) ผู้บริโภคมีทัศนคติในการบริโภคแพะที่ตลาดเคลื่อน (T2)
ด้านการเมือง (Political Environment)	๑) รัฐมีนโยบายสร้างพัฒนาเครือข่ายให้องค์กรที่เข้มแข็ง (O2) ๒) ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงแพะแทนการปลูกพืชเศรษฐกิจที่มีราคาตกต่ำ (O3)	๑) กฎหมายการส่งออกไม่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจ (T3)

กรอบการวิเคราะห์	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threat)
	๓) ภาครัฐกำหนดให้แพะเป็นสินค้าในยุทธศาสตร์ และการส่งเสริมสินค้าฮาลาล (O4)	
ด้านเศรษฐกิจ (Economic Environment : E)	๑) กลุ่มประเทศมุสลิมต้องการสินค้าและผลิตภัณฑ์จากแพะ (O5)	๑) การขยายตัวของเมือง และอื่นที่มีผลกระทบต่อพื้นที่เลี้ยงแพะ (T4)
ด้านสังคม (Social Environment : S)	๑) ความต้องการปุ๋ยอินทรีย์ทดแทนปุ๋ยเคมีเพิ่มขึ้น (O6)	๑) มีการลักลอบเคลื่อนย้ายแพะไม่ถูกต้อง ทำให้เสี่ยงต่อการเกิดและควบคุมโรค (T5)
ด้านเทคโนโลยี (Technology Environment : T)	๑) การเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่ายและทั่วถึง (O7)	๑) โรคระบาดที่สำคัญต่อการเลี้ยงแพะ (T6)

๒.๕.๒ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมใน (Internal Environment Analysis) โดยใช้ทฤษฎี 7S ของ McKinsey

ตารางที่ ๔ การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายใน

กรอบแนวคิด 7S McKinsey	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
๑. โครงสร้าง (Structure)	๑) อาชีพเลี้ยงแพะ ทำให้เกษตรกรมีรายได้สูง ให้สามารถให้ผลตอบแทนในระยะเวลายั่งยืน (S1) ๒) แพะเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่สามารถปรับปรุงพันธุ์และขยายพันธุ์ได้อย่างรวดเร็ว (S2) ๓) ภาครัฐมีการสนับสนุนตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำจนถึงปลายน้ำ (S3)	๑) แพะไล่ด่อนส่วนใหญ่สุขภาพไม่ดี ไม่มีประสิทธิภาพในการผลิต (W1)

กรอบแนวคิด 7S McKinsey	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
๒. กลยุทธ์ (Strategy)	<p>๑) การใช้ผลพลอยได้จาก การเกษตรเช่น เปลือกไม้ เศษ ใบไม้ /อุตสาหกรรม มาเป็น อาหารแพะได้ (S4)</p> <p>๒) ภาครัฐ เอกชน และ สถานศึกษาให้ความสนใจร่วม และมีการร่วมมือพัฒนาการ เลี้ยงแพะ (S5)</p>	๑) มีแพะพันธุ์ดีไม่เพียงพอต่อการ ขยายพันธุ์ (W2)
๓. ระบบการทำงาน (System)	๑) เกษตรกรสามารถเลี้ยงแพะ ร่วมกับพืชเศรษฐกิจชนิดอื่นๆ เช่น ยางพารา ปาล์ม เป็นต้น (S6)	๑) เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะขาด เงินทุนในการสนับสนุนต่อยอด อาชีพการเลี้ยงแพะ (W3)
๔. รูปแบบการบริหารงาน (Style)	๑) ชาวเกษตรกรมีความพร้อมตั้ง เครือข่ายผู้เลี้ยงแพะ (S7)	๑) ฟาร์มที่มีการจัดการที่ถูกต้อง ฟาร์มปลอดโรค ฟาร์ม มาตรฐานยังคงมีจำนวนน้อย อยู่ (W4)
๕. ความรู้ความสามารถของ บุคลากร (Skill)	๑) ผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีภาวะ ทางโภชนาการสูง มีมาตรฐาน และมีความหลากหลาย (S8)	<p>๑) เกษตรกรขาดการจัดการเรื่อง แปลงหญ้าที่เป็นลำดับขั้นตอน ทำให้ใช้แปลงหญ้าอย่างขาด ประสิทธิภาพ (W5)</p> <p>๒) เกษตรกรขาดความรู้ เทคโนโลยี ธุรกิจการตลาด และความเข้มแข็งของกลุ่ม (W6)</p>

กรอบแนวคิด 7S McKinsey	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
๖. บุคลากรในองค์กร (Staff)	๑) องค์กรเกษตรกรรมมีความรู้/เทคโนโลยี ที่สามารถปรับปรุงและขยายพันธุ์ตัวเอง (S9)	๑) มีเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอต่อการให้บริการในพื้นที่ (W7)
๗. ค่านิยมองค์กร (Shared Value)	๑) การเลี้ยงแพะมีต้นทุนในการเลี้ยงต่ำเมื่อเทียบกับสัตว์เคี้ยวเอื้องขนาดใหญ่อย่างการเลี้ยงโคและกระบือ เป็นต้น (S10)	๑) โรงฆ่าแพะ สถานที่จำหน่าย ที่ได้มาตรฐานมีน้อย (W8)

ทฤษฎี SWOT Analysis คือ การวิเคราะห์สภาพขององค์กร เพื่อค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อน หรือปัญหาที่สำคัญในการดำเนินงาน SWOT มีความหมาย ดังนี้

S : Strengths – จุดแข็ง

W : Weaknesses – จุดอ่อน

O : Opportunities – โอกาสที่จะดำเนินการได้

T : Threats – อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยคุกคามการดำเนินงานขององค์กร

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกเป็นอยู่ในปัจจุบัน โดยการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจะแสดงถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนเมื่อพิจารณาเพื่อให้รู้จักตนเอง และรู้จักคู่แข่ง การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก คือโอกาส และอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อเครื่องมือที่นำมาใช้ คือ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในตามกรอบ McKinsey 7S การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก CPEST Analysis โดยผลการวิเคราะห์จากเครื่องมือดังกล่าว จะนำมาวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ร่วมกับข้อมูลอื่น ๆ เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของ SWOT/TOWS Matrix

๒.๕.๓ การกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนการประเมินสภาวะแวดล้อมภายในและภายนอก

ผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์ และการจัดประชุมเสวนาในภูมิภาครวมถึงการใช้ การประชุมทางไกลผ่านระบบ ZOOM โดย หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

- กรมปศุสัตว์
 - นักวิชาการในภูมิภาค มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
 - การสัมมนาพิเศษเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะและผู้ประกอบการประจำท้องถิ่น
 - เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะภาคใต้ และผู้ประกอบการภาคใต้
 - เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และผู้ประกอบการภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 - เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะภาคเหนือ และผู้ประกอบการภาคเหนือ โครงการหลวง
- ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในท้องถิ่นนั้น ๆ ส่งแบบวิเคราะห์การถ่วงน้ำหนักสภาวะแวดล้อมภายในและนอกให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๕ ท่าน (นักวิชาการในมหาวิทยาลัย เจ้าหน้าที่กรมปศุสัตว์ ผู้ประกอบการต่าง ๆ) โดยให้พิจารณาตามหลักการและความสำคัญว่าปัจจัยด้านใดเป็นจุดแข็งหรือปัญหา
- สัตว์เศรษฐกิจ : แพะ ให้กำหนดน้ำหนักคะแนนมากกว่ารายการที่เป็นจุดอ่อน โดยให้คะแนนรวมของทุกข้อรวมกันเป็น ๑ น้ำหนักในแต่ละด้านอาจเท่ากันหรือไม่เท่ากันก็ได้ขึ้นอยู่กับความสำคัญ จากนั้นนำน้ำหนักคะแนนของกลุ่มตัวอย่างมาคำนวณหาค่าน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยตามรายการปัจจัยภายในของแต่ละด้าน

ตารางที่ ๕ การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายใน

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายใน	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	คนที่ ๔	คนที่ ๕	เฉลี่ย
S๑ โครงสร้าง	๐.๑๕	๐.๑๕	๐.๑๕	๐.๑๕	๐.๑๕	๐.๑๕
S๒ กลยุทธ์	๐.๑๕	๐.๑๐	๐.๑๕	๐.๑๕	๐.๑๐	๐.๑๓
S๓ ระบบการทำงาน	๐.๑๕	๐.๒๐	๐.๑๕	๐.๒๐	๐.๑๐	๐.๑๖
S๔ รูปแบบการบริหารงาน	๐.๑๐	๐.๑๕	๐.๑๕	๐.๑๕	๐.๑๕	๐.๑๔
S๕ ความรู้ความสามารถของบุคลากร	๐.๒๐	๐.๑๐	๐.๑๕	๐.๑๐	๐.๒๐	๐.๑๕
S๖ บุคลากรในองค์กร	๐.๑๕	๐.๒๐	๐.๑๕	๐.๑๕	๐.๒๐	๐.๑๗
S๗ ค่านิยมองค์กร	๐.๑๐	๐.๑๐	๐.๑๐	๐.๑๐	๐.๑๐	๐.๑๐
น้ำหนักคะแนนรวม	๑.๐๐	๑.๐๐	๑.๐๐	๑.๐๐	๑.๐๐	๑.๐๐

ตารางที่ ๖ คำนวณน้ำหนักของรายการปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายใน	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	คนที่ ๔	คนที่ ๕	เฉลี่ย
Customer : ผู้รับบริการ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๐.๒๐	๐.๒๐	๐.๑๕	๐.๑๕	๐.๑๕	๐.๑๖
Politic : การเมือง	๐.๑๕	๐.๑๐	๐.๑๕	๐.๒๐	๐.๑๐	๐.๑๔
Economic : เศรษฐกิจ	๐.๒๕	๐.๓๐	๐.๓๐	๐.๓๐	๐.๓๐	๐.๓๕
Social : สังคม	๐.๒๕	๐.๒๐	๐.๒๕	๐.๒๐	๐.๒๕	๐.๑๘
Technology : เทคโนโลยี	๐.๑๕	๐.๒๐	๐.๑๕	๐.๑๕	๐.๒๐	๐.๑๗
น้ำหนักคะแนนรวม	๑.๐๐	๑.๐๐	๑.๐๐	๑.๐๐	๑.๐๐	๑.๐๐

๒.๖ การสรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

การวิเคราะห์โดยประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ผู้ศึกษาส่งแบบสอบถามโดยให้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักวิชาการ จำนวนทั้งสิ้น ๕ ท่าน พิจารณาประเด็น และวิเคราะห์ และวิเคราะห์ว่าประเด็นดังกล่าวส่งผลต่อการปฏิบัติงานลงในช่องทาง โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

๕ คะแนน หมายถึง ส่งผลต่อการปฏิบัติงานมากที่สุด

๔ คะแนน หมายถึง ส่งผลต่อการปฏิบัติงานมาก

๓ คะแนน หมายถึง ส่งผลต่อการปฏิบัติงานปานกลาง

๒ คะแนน หมายถึง ส่งผลต่อการปฏิบัติงานน้อย

๑ คะแนน หมายถึง ส่งผลต่อการปฏิบัติงานน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้นำผลคะแนนของทุกคนมาหาค่าเฉลี่ย ได้ผลดังตารางด้านล่าง

ตารางที่ ๗ การให้คะแนนสภาพแวดล้อมภายใน 7S

ประเด็นสำคัญ	สภาพแวดล้อมภายใน : จุดแข็ง		สภาพแวดล้อมภายใน : จุดอ่อน	
	คะแนนเฉลี่ย	Strength	คะแนนเฉลี่ย	Weakness
S1 : โครงสร้าง (Structure)	๓.๒๐	S1 อาชีพเลี้ยงแพะ ทำให้เกษตรกรมีรายได้สูง ให้สามารถให้ผลตอบแทนในระยะเวลานานสั้น	๔.๒๖	W1 แพะไล่ต้อนส่วนใหญ่ สุขภาพไม่ดี ไม่มีประสิทธิภาพในการผลิต
	๓.๒๒	S2 แพะเป็นสัตว์เศรษฐกิจ ที่สามารถปรับปรุงพันธุ์และขยายพันธุ์ได้อย่างรวดเร็ว		
	๒.๘๔	S3 ภาครัฐมีการสนับสนุน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำจนถึงปลายน้ำ		
S2 : กลยุทธ์ (Strategy)	๓.๙๔	S4 การใช้ผลพลอยได้จาก การเกษตรเช่น เปลือกไม้ เศษใบไม้ /อุตสาหกรรม มาเป็นอาหารแพะได้	๔.๙๖	W2 มีแพะพันธุ์ดีไม่เพียงพอต่อการขยายพันธุ์
	๓.๒๒	S5 ภาครัฐ เอกชน และสถานศึกษาให้ความสนใจร่วม และมีการร่วมมือพัฒนาการเลี้ยงแพะ		
S3 : ระบบการทำงาน (System)	๔.๔๘	S6 เกษตรกรสามารถเลี้ยงแพะร่วมกับพืชเศรษฐกิจชนิดอื่นๆ เช่น ยางพารา ปาล์ม เป็นต้น	๔.๘๘	W3 เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะขาดเงินทุนในการสนับสนุนต่อยอดอาชีพการเลี้ยงแพะ
S4 : รูปแบบการบริหารงาน (Style)	๑.๗๔	S7 ชาวเกษตรกรมีความพร้อมตั้งเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะ	๔.๙๐	W4 ฟาร์มที่มีการจัดการที่ถูกต้อง ฟาร์มปลอดโรค ฟาร์มมาตรฐานยังคงมีจำนวนน้อยอยู่

ประเด็นสำคัญ	สภาพแวดล้อมภายใน : จุดแข็ง		สภาพแวดล้อมภายใน : จุดอ่อน	
	คะแนนเฉลี่ย	Strength	คะแนนเฉลี่ย	Weakness
S5 : ความรู้ความสามารถของบุคลากร (Skill)	๑.๗๔	S8 ผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีภาวะทางโภชนาการสูง มีมาตรฐานและมีความหลากหลาย	๔.๘๔	W5 เกษตรกรขาดการจัดการเรื่องแปลงหญ้าที่เป็นลำดับขั้นตอน ทำให้ใช้แปลงหญ้าอย่างขาดประสิทธิภาพ
			๔.๙๐	W6 เกษตรกรขาดความรู้เทคโนโลยี ธุรกิจการตลาด และความเข้มแข็งของกลุ่ม
S6 : บุคลากรในองค์กร (Staff)	๑.๑๘	S9 องค์กรเกษตรกรมีความรู้/เทคโนโลยี ที่สามารถปรับปรุงและขยายพันธุ์ได้เอง	๔.๗๘	W7 มีเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอต่อการให้บริการในพื้นที่
S7 : ค่านิยมองค์กร (Shared Value)	๓.๙๒	S10 การเลี้ยงแพะมีต้นทุนในการเลี้ยงต่ำเมื่อเทียบกับสัตว์เคี้ยวเอื้องขนาดใหญ่อย่างการเลี้ยงโคและกระบือ เป็นต้น	๔.๙๔	W8 โรงฆ่าแพะ สถานที่จำหน่าย ที่ได้มาตรฐานมีน้อย

ตารางที่ ๘ การให้คะแนนสภาพแวดล้อมภายนอก C-PEST

ประเด็นสำคัญ	สภาพแวดล้อมภายนอก : โอกาส		สภาพแวดล้อมภายนอก : ภาวะคุกคาม	
	คะแนนเฉลี่ย	Opportunities	คะแนนเฉลี่ย	Treats
Customer : ผู้รับบริการ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๔.๗๐	O1 การขยายตลาดการเลี้ยงแพะ ภายในประเทศและกลุ่มประเทศอาเซียน	๒.๘๒	T1 มีการลักลอบเคลื่อนย้ายแพะทั้งในประเทศ และระหว่างประเทศ
			๑.๖๐	T2 ผู้บริโภคมีทัศนคติในการบริโภคแพะที่ตลาดเคลื่อน
Politic : การเมือง	๔.๗๘	O2 รัฐมีนโยบายสร้างพัฒนาเครือข่ายให้องค์กรที่เข้มแข็ง	๒.๖๖	T3 กฎหมายการส่งออกไม่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจ
	๔.๖๐	O3 ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริม		

ประเด็นสำคัญ	สภาพแวดล้อมภายนอก : โอกาส		สภาพแวดล้อมภายนอก : ภาวะคุกคาม	
	คะแนนเฉลี่ย	Opportunities	คะแนนเฉลี่ย	Treats
		การเลี้ยงแพะแทนการปลูกพืชเศรษฐกิจที่มีราคาตกต่ำ		
	๔.๘๔	O4 ภาครัฐกำหนดให้แพะเป็นสินค้าในยุทธศาสตร์ และการส่งเสริมสินค้าฮาลาล		
Economic : เศรษฐกิจ	๔.๙๔	O5 กลุ่มประเทศมุสลิม ต้องการสินค้าและผลิตภัณฑ์จากแพะ	๒.๕๐	T4 การขยายตัวของเมืองและอื่น มีผลกระทบต่อพื้นที่เลี้ยงแพะ
Social : สังคม	๔.๘๐	O5 ความต้องการปุ๋ยอินทรีย์ทดแทนปุ๋ยเคมีเพิ่มขึ้น	๒.๑๘	T5 มีการลักลอบเคลื่อนย้ายแพะไม่ถูกต้อง ทำให้เสี่ยงต่อการเกิดและควบคุมโรค
Technology : เทคโนโลยี	๓.๔๒	O7 การเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่ายและทั่วถึง	๒.๒๖	T6 โรคระบาดที่สำคัญต่อการเลี้ยงแพะ

ตารางที่ ๙ การสรุปผลการวิเคราะห์สถานภาพของสภาพแวดล้อมภายใน

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายใน	น้ำหนัก	คะแนนเฉลี่ย		คะแนนเฉลี่ย x น้ำหนัก		สรุปผล (จุดแข็ง-จุดอ่อน)
		จุดแข็ง	จุดอ่อน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	
S1 โครงสร้าง	๐.๑๕	๓.๐๙	๔.๒๖	๐.๔๖	๐.๖๔	-๐.๑๘
S2 กลยุทธ์	๐.๑๓	๓.๕๘	๔.๙๖	๐.๔๗	๐.๖๔	-๐.๑๘
S3 ระบบการทำงาน	๐.๑๖	๔.๔๘	๔.๘๘	๐.๗๒	๐.๗๘	-๐.๐๖
S4 รูปแบบการบริหารงาน	๐.๑๔	๑.๗๔	๔.๙๐	๐.๒๔	๐.๖๙	-๐.๔๔
S5 ความรู้ความสามารถของบุคลากร	๐.๑๕	๑.๗๔	๔.๘๗	๐.๒๖	๐.๗๓	-๐.๔๗
S6 บุคลากรในองค์กร	๐.๑๗	๑.๑๘	๔.๗๘	๐.๒๐	๐.๘๑	-๐.๖๑
S7 ค่านิยมองค์กร	๐.๑๐	๓.๙๒	๔.๙๔	๐.๓๙	๐.๔๙	-๐.๑๐
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยภายใน				๒.๗๔	๔.๗๙	
สรุปปัจจัยภายใน				-๑.๙๘		

การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก มีการกำหนดน้ำหนักในแต่ละด้านของ PESTEL ตามความสำคัญ โดยมีหลักการว่าปัจจัยด้านใดที่เป็นโอกาสหรืออุปสรรคมาก จะกำหนดน้ำหนักคะแนนมากกว่ารายการที่เป็นโอกาสหรืออุปสรรคน้อย เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์และจัดลำดับความสำคัญของการพัฒนา

ตารางที่ ๑๐ การสรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์สภาพแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายใน	น้ำหนัก	คะแนนเฉลี่ย		คะแนนเฉลี่ย x น้ำหนัก		สรุปผล (โอกาส-อุปสรรค)
		โอกาส	อุปสรรค	โอกาส	อุปสรรค	
Customer : ผู้รับบริการ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๐.๑๖	๔.๗๐	๒.๒๒	๐.๗๕	๐.๓๖	๐.๔๐
Politic : การเมือง	๐.๑๔	๔.๗๔	๒.๖๖	๐.๖๖	๐.๓๗	๐.๒๙
Economic : เศรษฐกิจ	๐.๓๕	๔.๙๔	๒.๕๐	๑.๗๓	๐.๘๘	๐.๘๕
Social : สังคม	๐.๑๘	๔.๕๘	๒.๑๘	๐.๘๒	๐.๓๙	๐.๔๓
Technology : เทคโนโลยี	๐.๑๗	๓.๔๒	๒.๒๖	๐.๕๘	๐.๓๘	๐.๒๐
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยภายนอก				๔.๕๕	๒.๓๘	
สรุปปัจจัยภายนอก				๒.๑๗		

๒.๗ การประเมินตำแหน่งของยุทธศาสตร์

จากค่าคะแนนข้างต้นจะนำไปสู่การจัดทำกราฟแสดงสถานการณ์ของหน่วยงาน การประเมินสถานการณ์ของหน่วยงานเป็นลักษณะใด ซึ่งการแสดงผลของหน่วยงานจะบ่งบอกถึงสถานการณ์ ๔ ลักษณะ ดังนี้ (BCG, ๑๙๖๘)

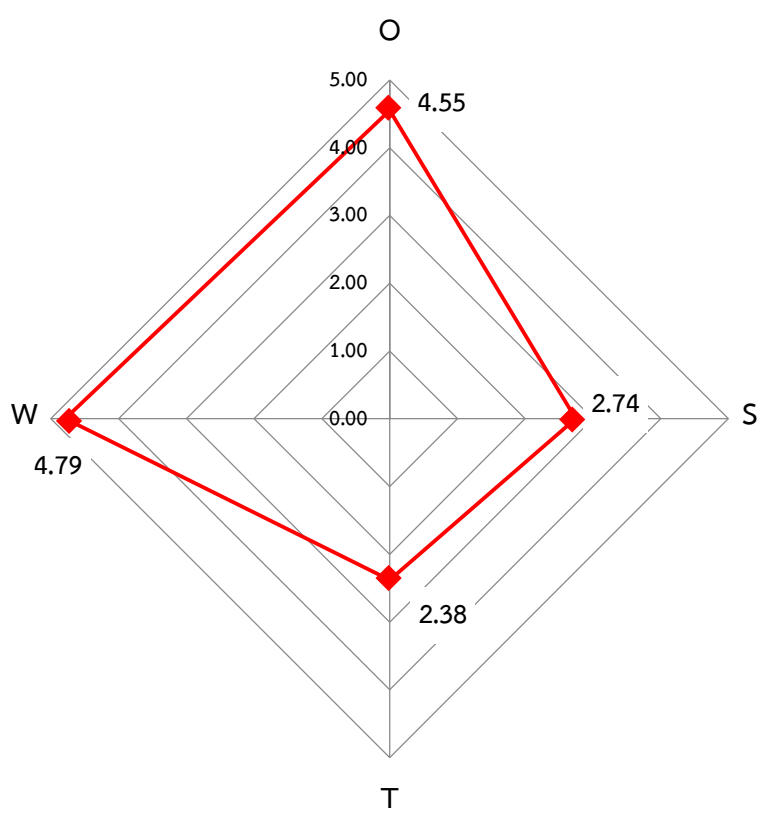
๑. Stars (เอื้อและแข็ง) เป็นตำแหน่งที่บ่งบอกว่าหน่วยงานโดยภาพรวมส่วนใหญ่มีปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาส และมีปัจจัยภายในที่แข็ง เป็นหน่วยงานที่มีความพร้อมสูง เมื่อองค์กรมีสถานการณ์เป็น Stars ให้กำหนดกลยุทธ์เชิงรุก (Aggressive) ต้องรักษาความเป็น Stars ให้ยืนยงต่อไปและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

๒. Question Marks (เอื้อแต่อ่อน) เป็นตำแหน่งที่บ่งบอกว่าหน่วยงานโดยภาพรวมส่วนใหญ่มีปัจจัยภายนอกเอื้อ มีความพร้อมสูงให้การสนับสนุน แต่ปัจจัยภายในหน่วยงานอ่อน หากแก้ปัญหาจุดอ่อนของหน่วยงานได้ จะนำไปสู่สภาพที่เอื้อและแข็ง Stars ได้ ให้กำหนดกลยุทธ์พัฒนาหน่วยงาน (Turnaround)

๓. Cash Cows (ไม่เอื้อแต่แข็ง) เป็นตำแหน่งที่บ่งบอกว่าหน่วยงานในภาพรวม ส่วนใหญ่ภายนอกหน่วยงานมีอุปสรรค มีปัญหา แต่ภายในหน่วยงานแข็ง มีความพร้อมมีความเข้มแข็ง หากรอให้ปัจจัยภายนอก

เป็นโอกาสเอื้อต่อการพัฒนาหน่วยงาน หรือพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาาก็จะสามารถพัฒนาหน่วยงานไปสู่สภาพที่เอื้อและแข็ง Stars ได้ ให้กำหนดกลยุทธ์ป้องกัน/แตกตัว (Defend/Diversify)

๔. Dogs (ไม่เอื้อและอ่อน) เป็นตำแหน่งที่บ่งบอกว่าหน่วยงานโดยภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ทั้งภายนอกไม่เอื้อ ภายในอ่อน มีปัญหาหล่อแหลมต่อการประสบความสำเร็จสูง จึงเป็นไปได้ว่าต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วน เพราะหากดำเนินการต่อไป ปัญหาจะสะสมขึ้นเรื่อยๆ ถึงอาจขั้นแก้ไขไม่ได้ต้องยุบหน่วยงาน ให้กำหนดกลยุทธ์ประคองตัว/ถอย (Retrenchment)



จะเห็นได้ว่า ตำแหน่งของจุดตกลง ใน Question Marks (เอื้อแต่อ่อน) ซึ่งหมายถึงหน่วยงานโดยภาพรวมส่วนใหญ่มีปัจจัยภายนอกเอื้อ มีความพร้อมสูงให้การสนับสนุน แต่ปัจจัยภายในหน่วยงานอ่อน หากแก้ปัญหาจุดอ่อนของหน่วยงานได้ จะนำไปสู่สภาพที่เอื้อและแข็ง Stars ได้ ให้กำหนดกลยุทธ์พัฒนาหน่วยงาน (Turnaround) ซึ่งการกำหนดยุทธศาสตร์ต้องเป็นลักษณะการส่งเสริม ให้ความรู้ และทักษะแก่เกษตรกร เพื่อกำจัดจุดอ่อน สำหรับโอกาสทางการตลาดค่อนข้างมีมากอยู่แล้ว เห็นได้ว่า การวางยุทธศาสตร์ให้เหมาะสมกับพื้นที่หรือภูมิภาคด้วยความแตกต่างในศักยภาพในแต่ละพื้นที่ต่างกัน ดังนั้นจะต้องมียุทธศาสตร์ที่เหมาะสมและในขณะเดียวกัน จะพร้อมการขับเคลื่อนให้เกิดรูปธรรม ไม่เพียงแค่งานยุทธศาสตร์เท่านั้น เพราะเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดและแก้ปัญหาต่าง ๆ

บทที่ ๓

ยุทธศาสตร์ยกระดับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ

จากผลการสัมภาษณ์ การประชุมจากผู้ที่เกี่ยวข้องและรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้ ทำให้เห็นว่าการตั้งยุทธศาสตร์เชิงรับคือการวิจัยโดยอาศัยกรอบการวิจัยเพียงอย่างเดียวคงไม่สามารถแก้ปัญหาที่เรื้อรังได้ จะต้องมีการวางแผนเชิงรุก หลายแนวทางในการร่วมแก้ไขปัญหาที่มีมายาวนาน ด้วย นั่นคือ ยุทธศาสตร์การวิจัยเพื่อกำหนดกรอบการวิจัยแก้ปัญหาเฉพาะด้าน และการดำเนินการขยายผลโครงการ อันเป็นการเสริม และเร่งแก้ปัญหาที่ไม่ได้เกิดจากการหาคำตอบความรู้ในการแก้ปัญหา อันได้แก่ กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ รวมทั้งการขาดการบูรณาการในระหว่างหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนการเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้นของกระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์

๓.๑ เป้าหมายทางยุทธศาสตร์

วิสัยทัศน์ : การยกระดับรายได้ของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะให้สูงขึ้นมูลค่าการซื้อขายแพะจาก ๗๐๐ ล้านบาท เป็น ๒,๐๐๐ ล้านบาท

พันธกิจ : การนำการวิจัยและนวัตกรรมสามารถยกระดับเกษตรกรผู้เลี้ยง

เป้าประสงค์ : ๑) การนำองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาบูรณาการเพื่อยกระดับรายได้เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะให้สูงขึ้น

๒) การหาแนวทางเพื่อลดปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอันไม่ใช่องค์ความรู้มาประยุกต์ใช้

๓) เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเพิ่มขึ้นจาก ๖๕,๐๐๐ คน เป็น ๘๐,๐๐๐ คน รวมทั้งจำนวนแพะเพิ่มขึ้นจาก ๘.๓ แสนตัวเป็น ๑.๖ ล้านตัว

๔) การบริโภคเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๖๐

๕) การส่งออกต่างประเทศให้ครบทั้ง ๙ ประเทศอาเซียน

๖) จำนวนผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย

๗) เพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาด

๓.๒ กลยุทธ์ในการดำเนินการ (WAYS)

TOWS Matrix นั้นมีที่มาจากคำว่า SWOT ที่กลับหัวกลับด้าน ซึ่งเป็นการนำ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่ได้จากกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในขององค์กร (SWOT Analysis) มาทำการจับคู่เข้าด้วยกัน โดยที่สามารถแบ่งรูปแบบการจับคู่กลยุทธ์ของ TOWS ออกเป็น กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์เชิงรับ (ST) และกลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT) ซึ่งหมายความว่า ก่อนที่คุณจะเริ่มทำการวิเคราะห์ TOWS Matrix ได้ นั้นจำเป็นจะต้องผ่านกระบวนการวิเคราะห์ SWOT ให้ดีเสียก่อน

Question Marks (เอื้อแต่อ่อน) ซึ่งหมายถึงหน่วยงานโดยภาพรวมส่วนใหญ่มีปัจจัยภายนอกเอื้อ มีความพร้อมสูงให้การสนับสนุน แต่ปัจจัยภายในหน่วยงานอ่อน หากแก้ปัญหาจุดอ่อนของหน่วยงานได้ จะนำไปสู่สภาพที่เอื้อและแข็ง Stars ได้ ให้กำหนดกลยุทธ์พัฒนาหน่วยงาน (Turnaround) ซึ่งการกำหนด ยุทธศาสตร์ต้องเป็นลักษณะการส่งเสริม ให้ความรู้ และทักษะแก่เกษตรกร เพื่อกำจัดจุดอ่อน สำหรับโอกาสทางการตลาดค่อนข้างมีมากอยู่แล้ว ประกอบด้วยยุทธศาสตร์การวิจัยเพื่อให้เกิดความรู้ในการแก้ปัญหา ซึ่งเราสามารถกำหนดได้กลยุทธ์หลัก ๆ เป็น ๒ กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ที่ ๑ การกำหนดกรอบการวิจัย เพื่อแก้ปัญหาที่ต้องอาศัยการวิจัยเป็นหลักและกลยุทธ์ ๒ การขยายผลการวิจัยเป็นภาคกิจกรรมที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้เกิดแนวทางที่เป็นรูปธรรม

กลยุทธ์ที่ ๑ การกำหนดกรอบการวิจัยเพื่อแก้ปัญหาที่ต้องอาศัยการวิจัยเป็นหลัก ประกอบด้วย ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๑ การวิจัยพันธุ์และการขยายพันธุ์แพะให้สอดคล้องกับประเทศไทย

ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๒ การศึกษาวิจัยด้านอาหารและการให้อาหารแพะที่เหมาะสมและการเพิ่มสารอาหารในเนื้อแพะ

ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๓ การศึกษาวิจัยการจัดการการสืบพันธุ์

ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๔ การศึกษาวิจัยโรค พยาธิและสุขภาพบาล

ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๕ การศึกษาวิจัยเนื้อ นม และผลิตภัณฑ์

ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๖ การศึกษาวิจัยถ่ายทอดเทคโนโลยี และการส่งเสริมการขยายตัว

ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๗ การศึกษาวิจัยการตลาด

กลยุทธ์ที่ ๒ การขยายผลการวิจัยเป็นภาคกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นเพื่อให้เกิดแนวทางที่เป็นรูปธรรม
การขยายผลโครงการ การบูรณาการแบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการขับเคลื่อนการผลิตแพะ
ประกอบด้วย ๘ โครงการย่อย ดังนี้

- (๑) การประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสำหรับกฎและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการผลิตแพะ
- (๒) การผลิตสื่อออนไลน์ในยูทูบเพื่อสร้างการรับรู้ถึงความสำคัญของอาชีพการผลิตแพะ
- (๓) การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบเพื่อการผลิตพ่อ-แม่พันธุ์แพะที่มีคุณภาพ
- (๔) การพัฒนายุวเกษตรกรเพื่อส่งเสริมอาชีพการผลิตแพะ
- (๕) การพัฒนาฟาร์มแพะต้นแบบเพื่อสร้างการรับรู้แก่เกษตรกรเลี้ยงแพะรายใหม่
- (๖) การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการด้าน E-commerce สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากแพะ
- (๗) การจัดเสวนาเพื่อส่งเสริมความรู้ใหม่สู่เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะทั้งในระดับประเทศและระดับสากล
- (๘) การฝึกอบรมด้านการจัดการฟาร์มเพื่อพัฒนาศักยภาพในการผลิตแพะ

๓.๓ มาตรการ/ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง (MEANS)

เพื่อให้ประเด็นยุทธศาสตร์ได้รับการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ตามประเด็นปัญหาต่าง ๆ ต้องมีแผนงานวิจัยรองรับให้ได้ตามเป้าประสงค์ ประกอบด้วย แผนงานวิจัย ๔ แผนงานวิจัย ดังนี้

แผนงานวิจัยที่ ๑ การประยุกต์เทคโนโลยีชีวภาพและการสร้างเครือข่ายเกษตรกรเพื่อผลิตพ่อ-แม่พันธุ์แพะในประเทศไทย ประกอบด้วย ๓ โครงการย่อย

- (๑) ชีววิทยาการสืบพันธุ์ในแพะแม่พันธุ์
- (๒) เทคโนโลยีชีวภาพด้านการจัดการการสืบพันธุ์ในแพะแม่พันธุ์
- (๓) การผลิตน้ำเชื้อแช่แข็งคุณภาพและธนาคารอสุจิแพะพ่อพันธุ์

แผนงานวิจัยที่ ๒ การพัฒนา วิจัย และส่งเสริมการเลี้ยงแพะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย ๗ โครงการย่อย

- (๑) นวัตกรรมด้านการปรับปรุงพันธุ์แพะที่เหมาะสมกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- (๒) การวิจัยและพัฒนา ด้านน้ำเชื้อแช่แข็ง และการผสมเทียมแพะเพื่อสนับสนุนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- (๓) การเพิ่มมูลค่าเนื้อและน้ำมันแพะจากการเลี้ยงด้วยอาหารหยาบคุณภาพสูง
- (๔) การพัฒนาสูตรอาหารแพะ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตการลดพยาธิภายใน และการเพิ่มภูมิคุ้มกันโรค
- (๕) ผลของระดับของเยื่อใย (Physically effective fiber NDF) จากชานอ้อยหมักเชื้อรา ต่อปริมาณการกินได้ การย่อยได้ของโภชนะ ผลผลิตน้ำมัน และการเจริญเติบโตในแพะเมื่อได้รับอาหารผสมครบส่วนอัดเม็ด (ที เอ็มอาร์)
- (๖) การถ่ายทอดนวัตกรรมเทคโนโลยีและการพัฒนาศูนย์เรียนรู้(ห้องเรียนวิชาการแพะ) ผู้เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงแพะ
- (๗) การจัดประชุมวิชาการแพะแห่งชาติ

แผนงานวิจัยที่ ๓ การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตแพะ ประกอบด้วย ๑๒

โครงการย่อย

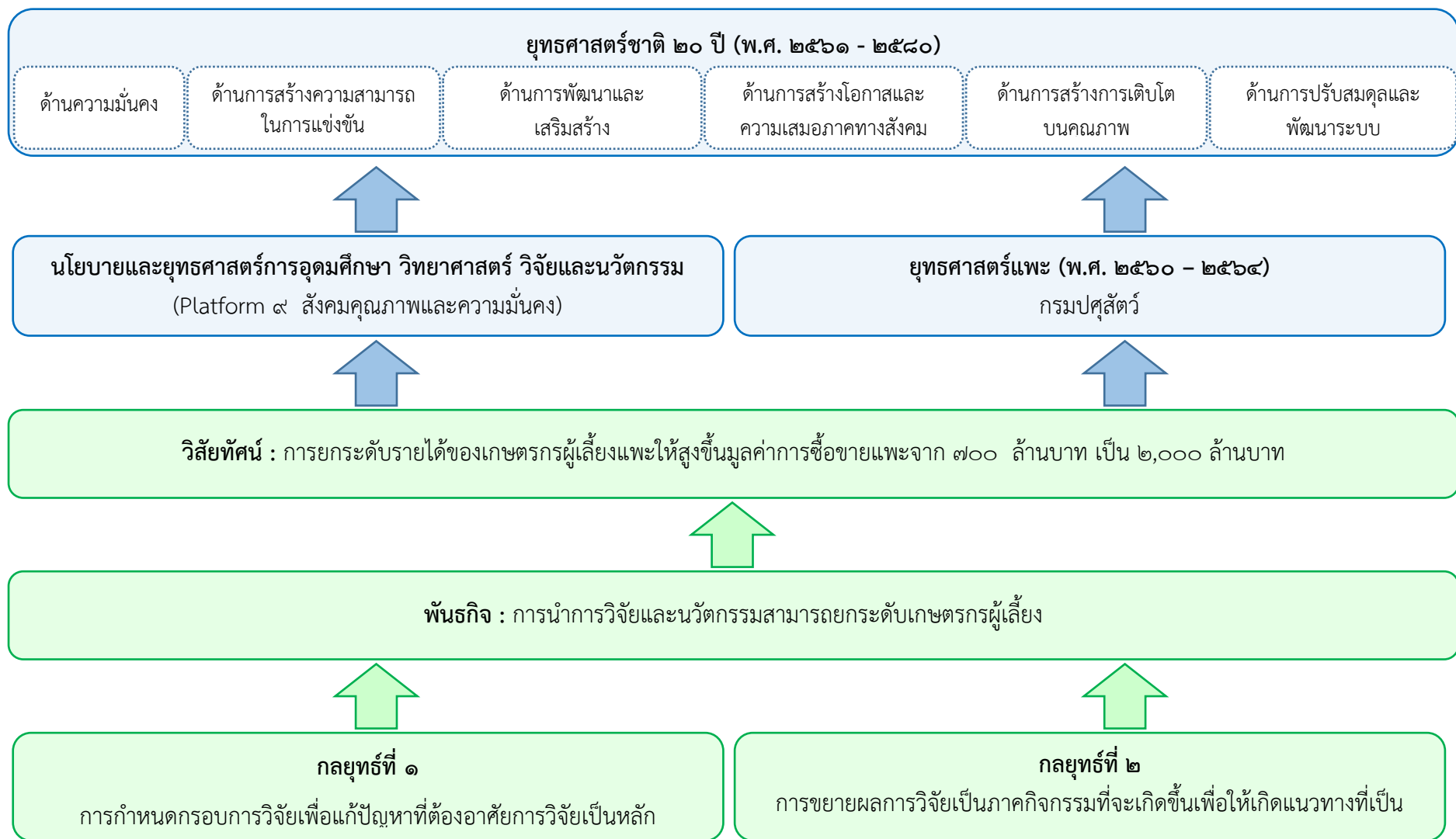
- (๑) การพัฒนาวิธีเหนี่ยวนำการตกไข่อย่างแม่นยำเพื่อเพิ่มอัตราการตั้งท้องในแม่พันธุ์แพะ
- (๒) การพัฒนาเทคนิคผลิตน้ำเชื้อแช่แข็ง การกำหนดผสมเทียม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตแพะพันธุ์ดีในพื้นที่
- (๓) การพัฒนาสูตรอาหารสำหรับแพะจากวัตถุดิบท้องถิ่นในพื้นที่
- (๔) การพัฒนาสูตรอาหารเสริมพลังงานสำหรับแพะจากมันสำปะหลังตัดแปรสภาพ
- (๕) การวิจัยเพื่อป้องกันและกำจัดโรคพยาธิในแพะ
- (๖) การศึกษาการแสดงออกของยีนที่เกี่ยวข้องกับกลิ่นในเนื้อแพะ
- (๗) การจัดตั้งห้องปฏิบัติการเลี้ยงตัวอ่อนนอกร่างกายและการย้ายฝากตัวอ่อนแพะ
- (๘) การยกระดับบรรจุภัณฑ์สำหรับจัดจำหน่ายเนื้อแพะแช่เย็น
- (๙) การพัฒนานวัตกรรมสำหรับป้องกันภาวะเต้านมอักเสบสำหรับแพะนม
- (๑๐) การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อแพะส่วนรอง
- (๑๑) การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากน้ำมันแพะ
- (๑๒) การส่งเสริมการตลาดสำหรับการผลิตแพะในพื้นที่ภาคเหนือ, ประเทศไทย

แผนงานวิจัยที่ ๔ แผนงานวิจัยและพัฒนาขับเคลื่อนการเลี้ยงแพะของภาคใต้ ประกอบด้วย ๑๓

โครงการย่อย

- (๑) ศักยภาพทางการตลาดและการจัดการโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมแพะในภาคใต้
- (๒) การศึกษาและพัฒนาศักยภาพการเลี้ยงแพะนมและการผลิตนํ้านมแพะของเกษตรกรในภาคใต้ตอนล่าง
- (๓) การพัฒนาระบบการเลี้ยงแพะในภาคใต้ตอนบนเพื่อความยั่งยืน
- (๔) นวัตกรรมอาหารผสมสำเร็จจากเศษเหลือทางการเกษตรและอุตสาหกรรม สำหรับแพะเนื้อและแพะนมในภาคใต้
- (๕) การผลิตอาหารหยาดสดคุณภาพดีสำหรับแพะด้วยเทคโนโลยีอัจฉริยะ
- (๖) การค้นหาและจีโนไทป์เครื่องหมายโมเลกุลสลับแบบทั่วทั้งจีโนมด้วยเทคโนโลยี genotyping-by-sequencing (GBS) เพื่อจำแนกอัตลักษณ์พันธุ์จำเพาะและปรับปรุงพันธุ์กรรมของแพะเนื้อพันธุ์ “ทรัพย์ ม.อ.๑”
- (๗) แนวทางการใช้เทคโนโลยีชีวภาพเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสืบพันธุ์แพะ
- (๘) การวิจัยและพัฒนารูปแบบการตรวจวิเคราะห์โรคเมลิออยโดสิสในแพะ
- (๙) การพัฒนาสื่อและดำเนินกิจกรรมวิชาการเพื่อส่งเสริมการเลี้ยงแพะและการบริโภคผลผลิตจากแพะ
- (๑๐) การถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีเพื่อการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการเลี้ยงแพะเนื้อและแพะนมในภาคใต้
- (๑๑) การพัฒนาโรงฆ่าแพะฮาลาลต้นแบบเพื่อการผลิตเนื้อแพะ
- (๑๒) การพัฒนาต้นแบบโรงแปรรูปนํ้านมแพะมาตรฐาน GMP และศูนย์บริการตรวจวิเคราะห์คุณภาพนํ้านมแพะดิบในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย
- (๑๓) การให้บริการตรวจวิเคราะห์คุณภาพอาหารแพะ และคุณภาพดินเพื่อการปลูกพืชอาหารสัตว์สำหรับเลี้ยงแพะเพื่อสนับสนุนการดำเนินการของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ

Strategy map



ตัวอย่างแผนงานและโครงการเป้าหมาย ในช่วงระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๖๗

- วิสัยทัศน์** : การยกระดับรายได้ของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะให้สูงขึ้น มูลค่าการซื้อขายแพะ จาก ๗๐๐ ล้านบาทเป็น ๒,๐๐๐ ล้านบาท
- พันธกิจ** : การนำการวิจัยและนวัตกรรมมายกระดับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ
- เป้าประสงค์** :
- ๑) การนำองค์ความรู้ด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องมาบูรณาการเพื่อยกระดับรายได้เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะให้สูงขึ้น
 - ๒) การหาแนวทางเพื่อลดปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอันไม่ใช่องค์ความรู้มาประยุกต์ใช้
 - ๓) เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเพิ่มขึ้นจาก ๖๕,๐๐๐ คน เป็น ๘๐,๐๐๐ คน รวมทั้ง จำนวนแพะเพิ่มขึ้นจาก ๘.๓ แสนตัวเป็น ๑.๖ ล้านตัว
 - ๔) การบริโภคเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๖๐
 - ๕) การส่งออกต่างประเทศให้ครบทั้ง ๙ ประเทศอาเซียน
 - ๖) จำนวนผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย
 - ๗) เพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาด
- กลยุทธ์** :
๑. การกำหนดกรอบการวิจัยเพื่อแก้ปัญหาที่ต้องอาศัยการวิจัยเป็นหลัก ประกอบด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้
 - ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๑ การวิจัยพันธุ์และการขยายพันธุ์แพะให้สอดคล้องกับประเทศไทย
 - ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๒ การศึกษาวิจัยด้านอาหารและการให้อาหารแพะที่เหมาะสมและการเพิ่มสารอาหารในเนื้อแพะ
 - ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๓ การศึกษาวิจัยการจัดการการสืบพันธุ์
 - ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๔ การศึกษาวิจัยโรค พยาธิและสุขภาพ
 - ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๕ การศึกษาวิจัยเนื้อ นม และผลิตภัณฑ์
 - ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๖ การศึกษาวิจัยถ่ายทอดเทคโนโลยี และการส่งเสริมการขายตัว
 - ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๗ การศึกษาวิจัยการตลาด

๒. การขยายผลการวิจัยเป็นภาคกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นเพื่อให้เกิดแนวทางที่เป็นรูปธรรม โดยการขยายผลโครงการ การบูรณาการแบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการขับเคลื่อนการผลิตแพะ ประกอบด้วย ๘ โครงการย่อย ดังนี้

- (๑) การประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสำหรับกฎและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการผลิตแพะ
- (๒) การผลิตสื่อออนไลน์ในยูทูบเพื่อสร้างการรับรู้ถึงความสำคัญของอาชีพการผลิตแพะ
- (๓) การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบเพื่อการผลิตพ่อ-แม่พันธุ์แพะที่มีคุณภาพ
- (๔) การพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมอาชีพการผลิตแพะ
- (๕) การพัฒนาฟาร์มแพะต้นแบบเพื่อสร้างการรับรู้แก่เกษตรกรเลี้ยงแพะรายใหม่
- (๖) การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการด้าน E-commerce สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากแพะ
- (๗) การจัดเสวนาเพื่อส่งเสริมความรู้ใหม่สู่เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะทั้งในระดับประเทศและระดับสากล
- (๘) การฝึกอบรมด้านการจัดการฟาร์มเพื่อพัฒนาศักยภาพในการผลิตแพะ

ตัวอย่างแผนงานและโครงการเป้าหมาย ในช่วงระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๖๗

กลยุทธ์	ยุทธศาสตร์/โครงการย่อย	วัตถุประสงค์	ผู้รับผิดชอบ
กลยุทธ์ที่ ๑ การกำหนดกรอบการวิจัยเพื่อแก้ปัญหาที่ต้องอาศัยการวิจัยเป็นหลัก	ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๑ การวิจัยพันธุ์และการขยายพันธุ์แพะให้สอดคล้องกับประเทศไทย	๑) เพื่อพัฒนาวิธีเหนี่ยวนำการตกไข่อย่างแม่นยำ และเพิ่มอัตราการตั้งท้องในแม่พันธุ์แพะ	สถาบันการศึกษา/กรมปศุสัตว์
	ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๒ การศึกษาวิจัยด้านอาหารและการให้อาหารแพะที่เหมาะสมและการเพิ่มสารอาหารในเนื้อแพะ	๑) เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางโภชนาการของพืชอาหารสัตว์และวัตถุดิบท้องถิ่นในพื้นที่ ศึกษาวิธีการเพิ่มคุณค่าทางอาหารและการเก็บรักษาพืชอาหารสัตว์และวัตถุดิบท้องถิ่นในพื้นที่ที่เหมาะสมในแพะ และพัฒนาสูตรอาหารที่เหมาะสมในการเพิ่มคุณค่าทางอาหารสำหรับแพะจากพืชอาหารสัตว์และวัตถุดิบท้องถิ่นในพื้นที่	สถาบันการศึกษา/กรมปศุสัตว์
	ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๓ การศึกษาวิจัยการจัดการการสืบพันธุ์	๑) เพื่อพัฒนาสารเจือจางน้ำเชื้อที่ใช้สูตร Freeze-dried egg yolk ทดแทนการใช้ไข่แดงสด พัฒนากระบวนการผลิตน้ำเชื้อโดยเสริม	สถาบันการศึกษา/กรมปศุสัตว์

กลยุทธ์	ยุทธศาสตร์/โครงการย่อย	วัตถุประสงค์	ผู้รับผิดชอบ
		<p>แคนธาแซนธิน (canthaxanthin) ที่เพิ่มคุณภาพน้ำเชื้อแช่แข็งแพะ</p> <p>พ่อพันธุ์ เป็นแหล่งผลิตน้ำเชื้อแพะพันธุ์ดีในพื้นที่สำหรับให้บริการเกษตรกร และ เพิ่มจำนวนแพะพันธุ์ดีให้เกษตรกรในภาคเหนือ</p>	
	<p>ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๔ การศึกษาวิจัยโรค พยาธิและสุขภาพ</p>	<p>๑) เพื่อประมาณค่าความชุกและระบุปัจจัยเสี่ยงของการติดเชื้อปรสิตภายในทางเดินอาหาร และปรสิตในเลือดในแพะที่เลี้ยงในภาคเหนือประเทศไทย ประเมินประสิทธิภาพของยาต้านปรสิตและโปรแกรมการถ่ายพยาธิในแพะ ป้องกันและแก้ไขปัญหาการติดปรสิตภายในทางเดินอาหาร</p> <p>๒) เพื่อพัฒนานวัตกรรมเภสัชภัณฑ์ไมโครอิมัลชันเจลจากน้ำมันขมิ้นชันสำหรับจุ่มหัวนมแพะ และประเมินประสิทธิภาพของเภสัช</p>	<p>สถาบันการศึกษา/กรมปศุสัตว์</p>

กลยุทธ์	ยุทธศาสตร์/โครงการย่อย	วัตถุประสงค์	ผู้รับผิดชอบ
		<p>ภัณฑ์ต้นแบบสำหรับฆ่าเชื้อแบคทีเรียในห้องปฏิบัติการและการป้องกันการติดเชื้อก่อโรคแต้มนมอักเสบในแพะ</p>	
	<p>ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๕ การศึกษาวิจัยเนื้อ นม และผลิตภัณฑ์</p>	<p>๑) เพื่ออธิบายถึงกลไกและระบบการควบคุมกลืนในเนื้อแพะ และศึกษาการแสดงออกของยีนที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมกลืนในเนื้อแพะ</p> <p>๒) ศึกษาผลของการเสริมน้ำมันรำข้าวหอมนิลและสารสกัดจากข้าวไรส์เบอร์รี่ต่อคุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นจากเนื้อแพะ ผลิตภัณฑ์ไส้กรอกเปรี้ยวจากเนื้อแพะ และพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อได้แก่ ลูกชิ้นและไส้กรอกเปรี้ยวในลักษณะของ pilot scale</p>	<p>สถาบันการศึกษา/กรมปศุสัตว์</p>

กลยุทธ์	ยุทธศาสตร์/โครงการย่อย	วัตถุประสงค์	ผู้รับผิดชอบ
	ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๒ การศึกษาวิจัยถ่ายทอดเทคโนโลยี และการส่งเสริมการขยายตัว	<p>๑) เพื่อศึกษาศักยภาพการเลี้ยงแพะของเกษตรกรในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทยในปัจจุบัน ศึกษาห่วงโซ่อุปทาน ต้นทุนโลจิสติกส์ ปัญหา อุปสรรคหรือข้อจำกัดของโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมแพะในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย</p> <p>วิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมแพะในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย พัฒนา รูปแบบธุรกิจ (Business Model) และกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจผู้เลี้ยงแพะ (ต้นแบบ) ในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย และ เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพการผลิตและตลาดแพะของเกษตรกรในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย</p>	สถาบันการศึกษา/กรมปศุสัตว์

กลยุทธ์	ยุทธศาสตร์/โครงการย่อย	วัตถุประสงค์	ผู้รับผิดชอบ
	ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๗ การศึกษาวิจัยการตลาด	<p>๑) เพื่อศึกษาถึงผลของการใช้วิธีการบรรจุภัณฑ์แบบดัดแปรบรรยากาศและการใช้สารจากธรรมชาติการเปลี่ยนแปลงคุณภาพของเนื้อแพะภายใต้สภาวะของการเก็บรักษา โดยการแช่เย็น และพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับเนื้อแพะภายใต้สภาวะของการเก็บรักษาโดยการแช่เย็น</p> <p>๒) ส่งเสริมและยกระดับมาตรฐานการผลิตน้ำนมแพะของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะนมในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำปาง ให้สามารถผลิตน้ำนมที่มีคุณภาพสูงและปลอดภัย มีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม</p>	สถาบันการศึกษา/กรมปศุสัตว์
กลยุทธ์ที่ ๒ การขยายผลการวิจัยเป็นภาคกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นเพื่อให้เกิดแนวทางที่เป็นรูปธรรม	(๑) การประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสำหรับกฎและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการผลิตแพะ	๑) เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทาน ต้นทุนโลจิสติกส์ ปัญหา อุปสรรคหรือข้อจำกัดของโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมแพะในพื้นที่	สถาบันการศึกษา/กรมปศุสัตว์

กลยุทธ์	ยุทธศาสตร์/โครงการย่อย	วัตถุประสงค์	ผู้รับผิดชอบ
	(๒) การผลิตสื่อออนไลน์ในยูทูปเพื่อสร้างการรับรู้ถึงความสำคัญของอาชีพการผลิตแพะ	๑) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพการผลิตและตลาดแพะของเกษตรกรในพื้นที่	สถาบันการศึกษา/กรมปศุสัตว์
	(๓) การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบเพื่อการผลิตฟอ-แม่พันธุ์แพะที่มีคุณภาพ	๑) เพื่อสร้างกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจผู้เลี้ยงแพะ (ต้นแบบ) ในพื้นที่	สถาบันการศึกษา/กรมปศุสัตว์
	(๔) การพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งเสริมอาชีพการผลิตแพะ	๑) เพื่อศึกษาศักยภาพการเลี้ยงแพะของเกษตรกรในพื้นที่	สถาบันการศึกษา/กรมปศุสัตว์
	(๕) การพัฒนาฟาร์มแพะต้นแบบเพื่อสร้างการรับรู้แก่เกษตรกรเลี้ยงแพะรายใหม่	๑) เพื่อสร้างอาชีพทางเลือกให้กับเกษตรกรในพื้นที่	สถาบันการศึกษา/กรมปศุสัตว์
	(๖) การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการด้าน E-commerce สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากแพะ	๑) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมแพะในพื้นที่และพัฒนารูปแบบธุรกิจ (Business Model)	สถาบันการศึกษา/กรมปศุสัตว์
	(๗) การจัดเสวนาเพื่อส่งเสริมความรู้ใหม่สู่เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะทั้งในระดับประเทศและระดับสากล	๑) เพื่อสร้างองค์ความรู้ให้เกษตรกรนำมาประยุกต์ใช้	สถาบันการศึกษา/กรมปศุสัตว์
	(๘) การฝึกอบรมด้านการจัดการฟาร์มเพื่อพัฒนาศักยภาพในการผลิตแพะ	๑) เพื่อให้เกษตรกรมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพการผลิตแพะ	สถาบันการศึกษา/กรมปศุสัตว์

กลยุทธ์	ยุทธศาสตร์/โครงการย่อย	วัตถุประสงค์	ผู้รับผิดชอบ
		<p>ปัจจุบันของเกษตรกร กลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์แพะที่เหมาะสมกับพื้นที่ ซึ่งนำไปสู่การส่งเสริมการตลาดสำหรับการผลิตแพะในอนาคต</p>	

บทที่ ๔

ข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์

ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนและการนำยุทธศาสตร์ไปใช้

การดำเนินการใด ๆ ก็ตาม หากจะทำให้ผลเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมต้องอาศัยหลายด้านประกอบกัน ไม่เพียงแต่กรอบการวิจัยหากแต่การปลดข้อจำกัด หรือทะลายกฎระเบียบที่เป็นเงื่อนไขทำให้งานไม่บรรลุผล เพื่อให้เกษตรกร ได้รับผลประโยชน์สูงสุด จำเป็นต้องการการขับเคลื่อนให้เป็นรูปธรรมอย่างจริงจัง

๔.๑ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของยุทธศาสตร์/กลยุทธ์

๔.๑.๑ รัฐบาลให้ความสำคัญกับนโยบายด้านสัตว์เศรษฐกิจที่เพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม

๔.๑.๒ กระทรวง กรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเตรียมความพร้อมในการดำเนินนโยบายด้านสัตว์เศรษฐกิจ: แพะ

๔.๑.๓ ภาคประชาสังคม ยอมรับและให้การสนับสนุนเนื่องจากเห็นเป็นช่องทางอาชีพทางเลือกใหม่ที่ลงทุนน้อยทั้งพื้นที่และอาหาร

๔.๒ แนวทางขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

๔.๒.๑. สร้างความรู้ความเข้าใจของหน่วยงานและองค์กรภาครัฐให้มีความพร้อมขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ในเชิงบูรณาการร่วมกับนโยบาย ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้อง

๔.๒.๒. พัฒนาระบบ กลไก กฎหมาย กฎระเบียบ และการบริหารจัดการยุทธศาสตร์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๔.๒.๓. พัฒนาระบบการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์อย่างต่อเนื่อง

๔.๒.๔. เสริมสร้างบทบาทภาคีนอกภาครัฐ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานยุทธศาสตร์

๔.๒.๕. ส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทเพื่อการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

๔.๓ แนวทางในการติดตามและประเมินผล

การขับเคลื่อนให้ยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรมด้านสัตว์เศรษฐกิจของไทย : แพะ สามารถบรรลุเป้าหมายและเป้าประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องมีการติดตามและประเมินผลที่ดีควบคู่ไปด้วย โดยใช้การบริหารจัดการซึ่งเป็นกลไกในการติดตามและประเมินผลที่เป็นระบบ ดังนี้

๑. การประเมินก่อนดำเนินการ (Ex-Ante Evaluation) เพื่อวิเคราะห์กั้นกรองข้อเสนอที่เหมาะสมและสอดคล้องตามยุทธศาสตร์ชาติ

๒. การติดตามผลระหว่างดำเนินการ (Ongoing Evaluation) เพื่อรับทราบปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงานที่เกิดจากการนำยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปปฏิบัติ โดยสามารถตอบโจทยความต้องการ ได้อย่างถูกต้องหรือไม่

๓. การประเมินผลหลังดำเนินการ (Ex-Post Evaluation) ของงานวิจัยที่หน่วยงานดำเนินการวิจัยเสร็จสมบูรณ์แล้ว โดยเฉพาะการประเมินผลความคุ้มค่าของการวิจัย เพื่อประเมินผลผลิตและ/หรือผลลัพธ์ของการวิจัยนั้น โดยเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และเป้าประสงค์/ตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์

สรุปผลการศึกษา จากการศึกษาครั้งนี้

๑. เราสามารถสรุปได้ว่าการศึกษายุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรมด้านสัตว์เศรษฐกิจของไทย : แพะ (พ.ศ.๒๕๖๔ - ๒๕๖๗) เนื่องจากช่วงที่ทำการศึกษาทั่วโลก ได้เกิดปัญหาโควิด - ๑๙ ทำให้เกิดข้อจำกัดในหลาย ๆ เรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเก็บรวบรวมข้อมูล การประชุมหาปรึกษาหารือ การลงพื้นที่ในแต่ละภูมิภาค การสัมภาษณ์

๒. ข้อมูลที่รวบรวมได้และการวิเคราะห์ด้วยระยะเวลาที่สั้น หากมีการนำยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรมด้านสัตว์เศรษฐกิจของไทย : แพะ (พ.ศ.๒๕๖๔ - ๒๕๖๗) ไปศึกษาต่อยอดควรมีการนำข้อมูลเหล่านี้ไปปรับใช้ โดยอาจอาศัยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ เพิ่มเติม และแนวความคิดในเรื่องการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของการขนส่งแพะ ให้ครบวงจรโดยการวิจัยและนวัตกรรมเป็นเครื่องมือ

๓. การจัดทำยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรมด้านสัตว์เศรษฐกิจของไทย : แพะ ครั้งต่อไปควรรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กองแผนงาน กรมปศุสัตว์. ๒๕๖๒. รายงานประจำปี ๒๕๖๒. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. กรุงเทพฯ.

สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. ๒๕๖๑. ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ๖๓ หน้า.

กองนโยบายและแผนการวิจัย. ๒๕๕๙. ยุทธศาสตร์การวิจัยประเด็นด้านสัตว์เศรษฐกิจ. หน้า ๑๘๓ -

๑๙๕. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. กรุงเทพฯ.

ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทรายอันเนื่องมาจากพระราชดำริ. อาชีพที่โดดเด่นจากองค์ความรู้ศูนย์ศึกษา

การพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ : การเลี้ยงแพะห้วยทราย. ๒๒ หน้า. สำนักงาน

คณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.).

กรุงเทพฯ.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล

นายสุชัย ศุภวัฒนาเจริญ

วัน เดือน ปีเกิด

วันที่ ๙ พฤศจิกายน ๒๕๑๔

การศึกษา

รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (บริหารรัฐกิจ) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (นโยบายสาธารณะ) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ประวัติการทำงาน

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ

ฝ่ายยุทธศาสตร์การวิจัย กองนโยบายและแผนการวิจัย

สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

ตำแหน่งปัจจุบัน

หัวหน้าภารกิจการวิจัยและนวัตกรรมของประเทศด้านสัตว์เศรษฐกิจ

สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)