



การผลิตและการตลาดแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2



สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 12
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
เอกสารวิจัยเศรษฐกิจการเกษตรเลขที่ 109
มีนาคม 2565

REGIONAL OFFICE OF AGRICULTURAL ECONOMICS 12
OFFICE OF AGRICULTURAL ECONOMICS
MINISTRY OF AGRICULTURE AND COOPERATIVES
AGRICULTURAL ECONOMICS RESEARCH NO. 109
MARCH 2022

การผลิตและการตลาดแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2

โดย

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 12

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

บทคัดย่อ

การศึกษางานวิจัยเรื่อง การผลิตและการตลาดแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาด้านทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นของเกษตรกร และต้นทุนการตลาด วิธีการตลาด และส่วนเหลืออมการตลาด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรุ่น ในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 จำนวน 56 ราย จำนวนทั้งสิ้น 7 ราย ได้แบ่งขนาดฟาร์มออกเป็น 4 ขนาด คือ ฟาร์มขนาดย่อมมีจำนวนแพะ 1-20 ตัว ฟาร์มขนาดเล็กมีจำนวนแพะ 21-50 ตัว ฟาร์มขนาดกลางมีจำนวนแพะ 51-100 ตัว และฟาร์มขนาดใหญ่มีจำนวนแพะมากกว่า 100 ตัว ผลการศึกษามีดังนี้

ฟาร์มขนาดย่อม มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 4,184.23 บาทต่อตัว จำหน่ายแพะรุ่นได้เฉลี่ย 3,041.65 บาทต่อตัว มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย -1,142.58 บาทต่อตัว ฟาร์มขนาดเล็ก มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 3,687.17 บาทต่อตัว จำหน่ายแพะรุ่นได้เฉลี่ย 2,695.01 บาทต่อตัว มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย -992.16 บาทต่อตัว ฟาร์มขนาดกลาง มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 2,722.52 บาทต่อตัว จำหน่ายแพะรุ่นได้เฉลี่ย 2,995.60 บาทต่อตัว มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 273.09 บาทต่อตัว ฟาร์มขนาดใหญ่ ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 2,027.93 บาทต่อตัว จำหน่ายแพะรุ่นได้เฉลี่ย 2,544.69 บาทต่อตัว มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 516.77 บาทต่อตัว ภาพรวมเกษตรกรมีต้นทุนการผลิตแพะรุ่นเฉลี่ย 3,503.76 บาทต่อตัว จำหน่ายแพะรุ่นได้เฉลี่ย 2,833.26 บาทต่อตัว มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยรวม -670.49 บาทต่อตัว

วิถีตลาด เริ่มจากเกษตรกรจำหน่ายแพะรุ่นให้กับพ่อค้ารวบรวมที่เข้ามารับซื้อถึงฟาร์มของเกษตรกร เกษตรกรจำหน่ายแพะรุ่นให้พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นซึ่งเป็นพ่อค้าในพื้นที่จังหวัดเดียวกัน และอีกส่วนจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นที่ บางส่วนเล็กน้อยจำหน่ายให้เกษตรกรที่ต้องการนำไปเป็นพ่อ-แม่พันธุ์ ด้านพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะทำการรวบรวมแพะรุ่นจากเกษตรกรภายในอำเภอหรือพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงที่มีพื้นที่ติดต่อกัน และจำหน่ายต่อไปยังพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นซึ่งทำการรวบรวมแพะรุ่นจากทั้งเกษตรกรและพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น จากนั้นจำหน่ายต่อไปยังผู้รับซื้อในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้รวบรวมในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ส่วนเหลืออมการตลาดของผู้ค้า ในระดับต่าง ๆ แบ่งส่วนเหลืออมการตลาดออกเป็น 3 กรณี คือ (1) พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นที่ซื้อแพะรุ่นจากเกษตรกร มีส่วนเหลืออมการตลาด 5.00 บาทต่อกิโลกรัม เป็นต้นทุนการตลาด 2.38 บาทต่อกิโลกรัม มีผลตอบแทนเท่ากับ 2.63 บาทต่อกิโลกรัม (2) พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นซื้อแพะรุ่นจากเกษตรกร มีส่วนเหลืออมการตลาด 7.70 บาทต่อกิโลกรัม เป็นต้นทุนการตลาด 2.17 บาทต่อกิโลกรัม มีผลตอบแทนเท่ากับ 5.53 บาทต่อกิโลกรัม (3) พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นซื้อแพะรุ่นจากพ่อค้าท้องถิ่นที่มีส่วนเหลืออมการตลาด 2.70 บาทต่อกิโลกรัม เป็นต้นทุนการตลาด 2.17 บาทต่อกิโลกรัม มีผลตอบแทนเท่ากับ 0.53 บาทต่อกิโลกรัม

ข้อเสนอแนะ ควรส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการผลิตแพะเนื้อ รวมไปถึงส่งเสริมให้เกษตรกรให้ความสำคัญเรื่องการขอรับมาตรฐานฟาร์มปลอดภัยเพื่อยกระดับการเลี้ยงแพะในภูมิภาค ควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาสายพันธุ์เพื่อให้แพะมีโครงสร้างที่ดี โตไว แข็งแรง โดยใช้พ่อ-แม่พันธุ์ที่มีโครงสร้างดี เพื่อยกระดับ

การเลี้ยงแพะ และตอบสนองกับความต้องการของตลาดแพะเนื้อ และควรส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มเกษตรกร เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการภายในกลุ่ม ทั้งด้านการผลิต และการตลาด โดยการส่งเสริมสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ เพื่อจูงใจให้เกิดการรวมตัวของเกษตรกร ทั้งยังเป็นการอำนวยความสะดวกแก่เกษตรกรที่มีความต้องการเลี้ยงแพะแต่ยังขาดเงินทุน สามารถเข้ามารวมกลุ่มและเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ ควรมีการส่งเสริมให้มีการบริโภคเนื้อแพะ และแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า และควรส่งเสริมการบริโภคเนื้อแพะภายในประเทศให้มากขึ้น

คำสำคัญ: แพะเนื้อ แพะรุ่น การผลิต การตลาด

Abstract

A Study on the Production and Marketing of Young Goats in Lower Northern Region 2 aimed to study the production cost and return, marketing cost, marketing channel, and marketing margin of goats. Data were collected from interviews with 52 samples of young goat farmers in Lower Northern Region 2 in the year 2020 and 7 samples of purchasers collecting young goats. This study divided the farm size into 4 sizes. Sub small size farms there had 1-20 goats, small sizes farm had 21-50 goats, medium farms size had 51-100 goats, and large size farms had more than 100 goats.

The results of the study showed that sub small farm size had an average production cost of 4,184.23 baht per head and sold for an average price of 3,041.65 baht per head, resulting in a net return of -1,142.58 baht per head. The small farm size had an average production cost of 3,687.17 baht per head and sold for an average price of 2,695.01 baht per head, resulting in a net return of -992.16 baht per head. The medium farm size had an average production cost of 2,722.52 baht per head and sold for an average price of 2,995.60 baht per head, resulting in a net return of 273.09 baht per head. The Large farm size had an average production cost of 2,027.93 baht per head and sold for an average price of 2,544.69 baht per head, resulting in a net return of 516.77 baht per head. Overall, farmers had a production cost of young goats at 3,503.76 baht per head and sold for an average price of 2,833.26 baht per head, resulting in a net return of -670.49 baht per head.

The marketing channels started with farmers raising young goats. The young goat was sold to local gathering merchants in the province. While the other group sold them to local farmers who want to be breeders. After that, the local merchants had gathered the young goats in provinces, and sold them to the provincial merchants, nearby and the three Southern Border Provinces, Prachuap Khiri Khan Province, and Northeastern area.

In terms of the marketing margin between farmers and gathering merchants in the province. There was a market margin of 5.00 baht per kilogram. Marketing cost of 2.38 baht per kilogram, resulting in a profit of 2.63 baht per kilogram. While, for the marketing margin between farmers and provincial merchants, there was a market margin of 7.70 baht per kilogram. Marketing cost of 2.17 baht per kilogram, resulting in a profit of 5.53 baht per kilogram. And the marketing margin between merchants gathered in the province and provincial merchants, there was a market margin of 2.70 baht per kilogram. Marketing cost of 2.17 baht per kilogram, resulting in a profit of 0.53 baht per kilogram.

Therefore, the findings and recommendations for this study included that the relevant agencies should be supported about goat farming training and raise farm standards up to good farming management (GFM), supporting the farmers to procure good breeders for goat farmers to develop their goat breeds for raising the level of goat farming and should be funding or low-interest loans to support farmers to procure good breeders for goat farmers to develop their goat breeds. Moreover, the farmers should be formed a group to help reduce production costs and increase marketing bargaining power. And promote domestic goat consumption.

Keywords: Goats Production Marketing

คำนำ

แพะเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่เลี้ยงง่าย โตไว กินอาหารได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็นต้นกระถิน หญ้าเนเปียร์ หญ้าแพงโกล่า ไม้พุ่ม ไม้เลื้อย วัชพืชในเรือกสวนไร่นา วัสดุเศษเหลือจากการเกษตร และสามารถปล่อยลงแพะ เล็มในทุ่งหญ้าสาธารณะ ทำให้มีต้นทุนค่าอาหารต่ำ สามารถเลี้ยงได้ในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างและภาคกลาง ของประเทศไทย เนื่องจากมีสภาพอากาศร้อนเกือบทั้งปี และไม่มีฝนตกชุกซึ่งทำให้อากาศชื้นเหมือนภาคใต้ และกำลังได้รับความสนใจในปัจจุบันเนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรได้รับผลกระทบจากภัยแล้ง ทั้งราคา เกษตรผันผวน การเลี้ยงแพะจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการเพิ่มรายได้ของเกษตรกร ทั้งในพื้นที่ภาคเหนือ ตอนล่าง 2 มีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ โดยเกษตรกรในพื้นที่เลี้ยงและจำหน่ายเป็นแพะรุ่น ขนาดเล็ก น้ำหนักตั้งแต่ 10 กิโลกรัมขึ้นไป อีกในตลาดทั้งยังมีแนวโน้มความต้องการจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะประเทศลาว และเวียดนาม

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 12 ในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบในระดับพื้นที่ จึงทำการศึกษาวิจัย เรื่องการผลิตแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจและหา แนวทางในการพัฒนาการเลี้ยงแพะของเกษตรกรในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

ขอขอบคุณเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ปศุสัตว์ในพื้นที่ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์และให้ข้อมูลเป็นอย่างดี ผู้จัดหวังว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านทุก ๆ ท่าน

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 12

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

มีนาคม 2565

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ค
Abstract	จ
คำนำ	ช
สารบัญ	ณ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 นิยามศัพท์	2
1.5 วิธีการวิจัย	2
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร แนวคิด และทฤษฎี	5
2.1 การตรวจเอกสาร	5
2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไป	19
3.1 สถานการณ์แพะเนื้อในประเทศไทย	19
3.2 ข้อมูลทั่วไปของครัวเรือนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2	23
บทที่ 4 ผลการวิจัย	31
4.1 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่น	31
4.2 วิถีตลาดแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563	42
4.3 ส่วนเหลือมการตลาด และประสิทธิภาพการตลาด	43
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	47
5.1 สรุป	47
5.2 ข้อเสนอแนะ	50
บรรณานุกรม	51

ญ
สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	53
ภาคผนวกที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกษตรกร	55
ภาคผนวกที่ 2 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	69

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1.1	จำนวนแพะเนื้อ และจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อ จังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานี และพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563	3
ตารางที่ 3.1	ข้อมูลการเลี้ยงแพะ ปี 2563	19
ตารางที่ 3.2	ประชากรแพะ และเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อพื้นที่ภาคกลางเหนือตอนล่าง 2 ปี 2560-2563	20
ตารางที่ 3.3	ข้อมูลทั่วไปของครัวเรือนเกษตรกร	25
ตารางที่ 3.4	เนื้อที่การถือครองทางการเกษตรของเกษตรกร	26
ตารางที่ 3.5	ประสบการณ์เลี้ยงปศุสัตว์ของเกษตรกร	27
ตารางที่ 3.6	การเลี้ยงแพะรุ่นของเกษตรกร	29
ตารางที่ 3.7	แหล่งเงินทุนของเกษตรกร	30
ตารางที่ 3.8	การอบรมความรู้ด้านการผลิตและการตลาด	30
ตารางที่ 4.1	ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นในฟาร์มขนาดย่อย พื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563	32
ตารางที่ 4.2	ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นในฟาร์มขนาดเล็ก พื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563	34
ตารางที่ 4.3	ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นในฟาร์มขนาดกลาง พื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563	36
ตารางที่ 4.4	ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นในฟาร์มขนาดใหญ่ พื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563	38
ตารางที่ 4.5	ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่น พื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563	41
ตารางที่ 4.6	ส่วนเหลืออมการตลาดแพะรุ่นแต่ละระดับ	44

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย	4
ภาพที่ 4.1	วิถีตลาดพะรุณมีชีวิตในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563	43

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความสำคัญของการวิจัย

แพะเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่กำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในปัจจุบัน (ปี 2564) รวมทั้งเป็นสินค้าทางเลือกอีกชนิดหนึ่งที่สามารถผลิตในเชิงพาณิชย์ได้ เนื่องจากเป็นสัตว์ที่โตเร็ว ให้ลูกเร็ว อีกทั้งไม่จำเป็นต้องใช้พื้นที่จำนวนมาก สามารถกินอาหารได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็นต้นกระถิน หญ้าเนเปียร์ หญ้าแพงโกล่า ไม้พุ่ม ไม้เลื้อย วัชพืชในเรือกสวนไร่นา วัสดุเศษเหลือจากการเกษตร และสามารถปล่อยลงแพะเล็มในทุ่งหญ้าสาธารณะ ทำให้มีต้นทุนค่าอาหารต่ำ จึงได้ผลตอบแทนและคืนทุนให้กับผู้เลี้ยงได้ไม่ยาก การเลี้ยงแพะสามารถเลือกเลี้ยงได้หลายรูปแบบ เช่น เลี้ยงแพะสวยงามเพื่อประกวด เลี้ยงเป็นแพะเนื้อเพื่อบริโภค หรือผลิตพ่อแม่พันธุ์และลูกแพะสายพันธุ์ดีให้กับผู้ที่สนใจนำไปเลี้ยงต่อ

จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลปี 2563 มีจำนวนเกษตรกรเลี้ยงแพะ 71,039 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ที่มีเกษตรกรเลี้ยงแพะ 65,850 ราย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.88 แพะที่เลี้ยงร้อยละ 97.22 เป็นแพะเนื้อ โดยภาคใต้มีการเลี้ยงแพะมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.46 รองลงมา คือ ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 13.69 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 8.13 และภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 4.72 ตามลำดับ (กรมปศุสัตว์, 2563) การเลี้ยงแพะเนื้อในภาคเหนือตอนล่าง 2 (จังหวัดกำแพงเพชร นครสวรรค์ พิจิตร และอุทัยธานี) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยปี 2563 มีเกษตรกรเลี้ยงแพะเนื้อ 936 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ซึ่งมีเกษตรกรเลี้ยงแพะเนื้อจำนวน 691 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.5 หรือเพิ่มขึ้นช่วงปี 2560 - 2563 เฉลี่ยร้อยละ 34.4 ต่อปี ลักษณะการจำหน่ายแพะเนื้อของเกษตรกรในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายแพะเนื้อขนาดเล็กหรือแพะรุ่น (ขนาด 15-20 กิโลกรัมต่อตัว) ให้แก่พ่อค้ารวบรวมในพื้นที่เพื่อส่งต่อไปยังภูมิภาคอื่นเพื่อนำไปเลี้ยงต่อเพื่อเพิ่มน้ำหนักสำหรับใช้เนื้อในการบริโภค ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้และพื้นที่อื่นขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด

ตลาดในการจำหน่ายแพะของประเทศ พบว่า มีการส่งออกต่างประเทศประมาณปีละ 150,000 - 180,000 ตัวต่อปี ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย ลาว และเวียดนาม และมีการบริโภคในประเทศประมาณปีละ 80,000 - 100,000 ตัวต่อปี สำหรับราคาแพะเนื้อเพศผู้ จะมีราคาขายระหว่าง 120-130 บาทต่อกิโลกรัม และแพะเนื้อเพศเมีย จะมีราคาขายระหว่าง 80 - 100 บาทต่อกิโลกรัม (เครือข่ายเกษตรกรเลี้ยงแพะประเทศไทย, 2562)

การเลี้ยงแพะมีทั้งแบบปล่อยทุ่ง และแบบขังคอก ซึ่งการเลี้ยงแบบปล่อยทุ่ง มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการถ่ายพยาธิและค่าแรงงานในการต้อนแพะ สูงกว่าการเลี้ยงแบบขังคอก อีกทั้งแพะจะได้รับคุณค่าทางโภชนาการไม่เพียงพอ สำหรับการเลี้ยงแบบขังคอก แม้การลงทุนช่วงแรกจะสูงแต่เป็นการเลี้ยงที่เหมาะสมกับสภาพในปัจจุบันที่มีพื้นที่เลี้ยงแพะจำกัด ช่วยลดความสูญเสียจากอุบัติเหตุ โรคพยาธิ สารพิษตกค้าง และปัญหาแพะรุกเข้าไปในที่สวน ไร่นา เมื่อเปรียบเทียบผลได้กับผลเสียก็ยังคงคุ้มกว่าการเลี้ยงแบบปล่อยทุ่ง (โสภณ ชินเวโรจน์, 2559) แต่การเลี้ยงแพะมีปัจจัยที่สำคัญที่ควรคำนึงถึง คือ การคัดเลือกสายพันธุ์ที่เหมาะสม การเลือกอาหารที่

มีคุณประโยชน์ด้านโภชนาการที่ดีสำหรับแพะ รวมทั้งการเลี้ยงแพะมีจุดเสี่ยงในเรื่องโรคบ้าง เช่น โรคปาก เกลื่อน โรคปากเปื่อย โรคพยาธิ เป็นต้น ดังนั้น เพื่อให้เกษตรกรสามารถแข่งขันในตลาดได้ จึงจำเป็นต้องหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการผลิตแพะให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 12 ได้ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว จึงได้ทำการศึกษาการผลิต และการตลาดแพะรุ่นในพื้นที่ภาคกลางตอนบน เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการบริหารจัดการหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้สนใจในการเลี้ยงแพะเนื้อให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นของเกษตรกร
- 1.2.2 เพื่อศึกษาต้นทุนการตลาด วิธีการตลาด และส่วนเหลือมการตลาดของแพะรุ่น

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

- 1.3.1 ประชากรที่ศึกษา เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรุ่น ในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2
- 1.3.2 พื้นที่ที่ศึกษา พื้นที่เลี้ยงแพะรุ่นจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ได้แก่ นครสวรรค์ และอุทัยธานี
- 1.3.3 ข้อมูลการผลิตและการตลาดแพะรุ่น ปี 2563 (มกราคม - ธันวาคม ปี 2563)

1.4 นิยามศัพท์

แพะเนื้อ หมายถึง แพะที่เกษตรกรเลี้ยงไว้เพื่อวัตถุประสงค์ขายเป็นแพะเนื้อเพื่อนำไปฆ่าบริโภค ไม่ใช่แพะที่เลี้ยงไว้ขายพันธุ์ หรือนำไปเลี้ยงต่อ

ลูกแพะ หมายถึง แพะเนื้อตั้งแต่แรกเกิดจนถึงหย่านม ระยะเวลาประมาณ 3-4 เดือน

แพะรุ่น หมายถึง แพะเนื้อหลังหย่านมอายุตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไปจนถึง 8 เดือน ซึ่งยังไม่นิยมนำมาผสมพันธุ์เนื่องจากยังไม่สามารถเป็นแม่พันธุ์หรือพ่อพันธุ์คุณภาพ

ฟาร์มขนาดย่อย หมายถึง ฟาร์มที่มีการเลี้ยงแพะเนื้อตั้งแต่ 1 - 20 ตัว

ฟาร์มขนาดเล็ก หมายถึง ฟาร์มที่มีการเลี้ยงแพะเนื้อตั้งแต่ 21- 50 ตัว

ฟาร์มขนาดกลาง หมายถึง ฟาร์มที่มีการเลี้ยงแพะเนื้อตั้งแต่ 51 - 100 ตัว

ฟาร์มขนาดใหญ่ หมายถึง ฟาร์มที่มีการเลี้ยงแพะเนื้อมากกว่า 100 ตัว

1.5 วิธีการวิจัย

1.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสัมภาษณ์รวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้เลี้ยง แพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2

(1) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรุ่น ปี 2563 ในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 โดยเลือกสำรวจในพื้นที่ 2 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครสวรรค์ และอุทัยธานี ซึ่งมีปริมาณแพะเนื้อ 24,029 คิดเป็นร้อยละ 74.21 ของพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 จำนวนเกษตรกร 564 ราย

การคำนวณขนาดตัวอย่างใช้วิธีเทียบอัตราส่วนของขนาดประชากร (Neuman, 1991) ดังนี้
 ถ้าประชากรน้อยกว่า 1,000 คน ใช้อัตราส่วนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 30
 ถ้าประชากรอยู่ระหว่าง 1,001-10,000 คน ใช้อัตราส่วนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 10
 ถ้าประชากรอยู่ระหว่าง 10,001 - 150,000 คน ใช้อัตราส่วนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 1
 จะได้จำนวนตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 169 ราย แต่เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ข้อจำกัดด้านเวลาและบุคลากร จึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างที่ร้อยละ 10 และจัดสรรจำนวนเกษตรกรตัวอย่างในแต่ละจังหวัดตามสัดส่วน (Proportional Allocation) นำมากำหนดตามขนาดฟาร์มเป็น 4 ขนาด ด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง ได้แก่ ขนาดย่อย 18 ราย ขนาดเล็ก 18 ราย ขนาดกลาง 10 ราย และขนาดใหญ่ 10 ราย ได้จำนวนเกษตรกรตัวอย่าง จำนวน 56 ราย รายละเอียดดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 จำนวนแพะเนื้อ และจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อ จังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานี และพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563

จังหวัด	จำนวนแพะเนื้อ (ตัว)*	จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อ (ราย)**
พื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2	32,380	936
นครสวรรค์	16,466	336
อุทัยธานี	7,563	228
รวม	24,029	564

ที่มา : * กรมปศุสัตว์, 2563

** สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดนครสวรรค์ และสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดอุทัยธานี, 2563

*** จากการคำนวณ

(2) กำหนดวิธีการสุ่มเกษตรกรตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายแบบไม่ใส่คืน (Simple Random Sampling Without Replacement)

(3) เก็บรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการโดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 7 ราย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการรวบรวมจากงานวิจัยของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ งานวิจัยของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมทั้งข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

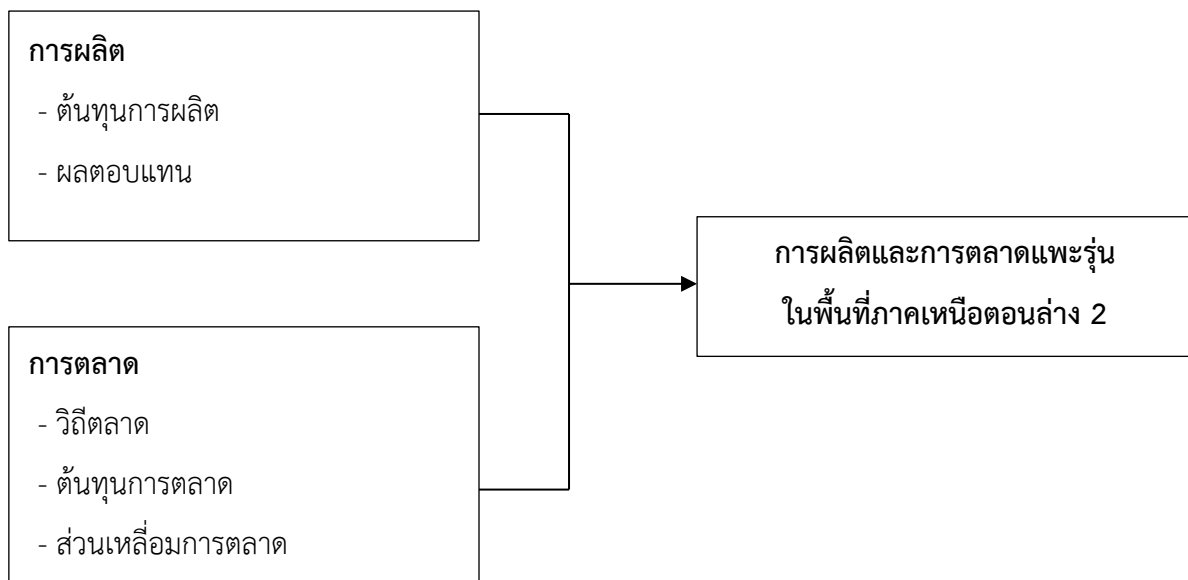
1.5.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แบ่งการวิเคราะห์ ดังนี้

1) การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน เป็นการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนที่ได้จากการผลิตแพะขุน โดยการคำนวณหาผลรวม ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

2) การวิเคราะห์วิธีการตลาด ต้นทุนการตลาด ส่วนเหลือการตลาด และการตลาดของแพะขุน เป็นการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือทางสถิติอย่างง่ายในการอธิบาย ในรูปแบบของการหาค่าสัดส่วน ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เกษตรกรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการบริหารจัดการ และวางแผนการผลิตแพะเนื้อและแพะขุน เพื่อสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรอย่างยั่งยืน

1.6.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาจัดทำนโยบาย มาตรการ และแผนพัฒนาการผลิตแพะเนื้อให้เกิดประสิทธิภาพ ตลอดจนใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริม และพัฒนา เพื่อให้เกษตรกรได้รับผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี

2.1 การตรวจเอกสาร

2.1.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตแพะ

ในการตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการตลาด ผลการตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการผลิตปศุสัตว์นั้น จะกล่าวถึงต้นทุนและผลตอบแทนการผลิต ซึ่งจากการศึกษาการผลิตโคเนื้อ สุภาวดี แหยมคง (2558) ได้ทำการศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตโคเนื้อของเกษตรกรในอำเภอวัดโบสถ์ และอำเภอพรหมพิราม จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ในการผลิตโคขุนมีต้นทุนรวม 36,082.86 และ $\pm 20,514.87$ บาทต่อตัว จำหน่ายได้ 50,725.00 และ $\pm 35,871.35$ บาทต่อตัว มีผลตอบแทนสุทธิ 14,642.14 และ $\pm 5,814.98$ บาทต่อตัว เลี้ยงแม่เพื่อผลิตลูกมีต้นทุนรวม 18,898.45 $\pm 10,152.28$ บาทต่อตัว ซึ่งจำหน่ายได้ 28,440.23 และ $\pm 11,241.10$ บาทต่อตัว มีผลตอบแทนสุทธิ 9,541.78 และ $\pm 2,548.59$ บาทต่อตัว เมื่อพิจารณาเฉพาะผลตอบแทนในรูปเงินสดเกษตรกรผู้เลี้ยงโคขุนจะมีกำไร 19,207.81 และ $\pm 7,243.85$ บาทต่อตัว และเกษตรกรผู้เลี้ยงแม่เพื่อผลิตลูกจะมีกำไร 15,266.71 และ $\pm 9,412.54$ บาทต่อตัว และการศึกษาด้านโซ่อุปทานสุกร ของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2562) รูปแบบการเลี้ยงสุกร มีทั้งการเลี้ยงแบบอิสระและแบบรับจ้างเลี้ยง การเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกสุกรใช้ในการขุนและเลี้ยงสุกรโดยการซื้อลูกสุกรมาขุน และการทำฟาร์มเลี้ยงสุกรขุนในโรงเรือนแบบปิดและแบบเปิด พบว่า ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตสุกร ในส่วนของการผลิตสุกรอิสระแบบผลิตลูกสุกรเอง มีต้นทุนการผลิตตัวละ 5,653.85 บาท ขาดทุนตัวละ 32.85 บาท การผลิตสุกรอิสระแบบซื้อลูกสุกรมาเลี้ยงขุน มีต้นทุนการผลิตตัวละ 5,846.00 บาท ขาดทุนตัวละ 2.25 บาท การผลิตสุกรเกษตรกรพันธุ์สัญญาแบบรับจ้างเลี้ยง มีต้นทุนการผลิตตัวละ 5,713.14 บาท ขาดทุนตัวละ 92.14 บาท และการผลิตสุกรเกษตรกรพันธุ์สัญญาแบบประกันราคา มีต้นทุนการผลิตตัวละ 6,035.17 บาท ขาดทุนตัวละ 35.17 บาท ซึ่งต้นทุนการผลิตทุกประเภทมีต้นทุนที่สูงที่สุด คือ ค่าอาหาร

สำหรับการศึกษาวิจัยด้านการผลิตแพะเนื้อแต่ละพื้นที่ของประเทศ จากการศึกษาศักยภาพการผลิตการตลาดแพะเนื้อในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ปี 2552 ของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2557) พบว่า ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส มีการเลี้ยงแพะ 2 รูปแบบ ได้แก่ เกษตรกรรายย่อย และการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงพาณิชย์ โดยทั้งสองรูปแบบเลี้ยงแพะเนื้อเป็นอาชีพเสริม เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อรายย่อยมีการเลี้ยงแบบปล่อยและแบบผูกถ้ำ นิยมเลี้ยงแพะสายพันธุ์พื้นเมือง พันธุ์แองโกลนูเบีย และพันธุ์ลูกผสม ในขณะที่ผู้เลี้ยงแพะเนื้อเชิงพาณิชย์มีการเลี้ยงแพะแบบขังคอก และแบบขังสลับปล่อย ใช้สายพันธุ์ลูกผสมเท่านั้น โดยแหล่งที่มาของพ่อแม่พันธุ์ของทั้งสองประเภทเป็นการซื้อพ่อแม่พันธุ์มาจากที่อื่น ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะเนื้อ จำแนกตามประเภทการผลิตและอายุ ดังนี้ 1) ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนแพะเนื้อรายย่อย อายุ 1 ปี ต้นทุนรวม 1,878.39

บาทต่อตัว ผลตอบแทนสุทธิ 1,121.61 บาทต่อตัว 2) ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนแพะเนื้อรายย่อย อายุ 2 ปี ต้นทุนรวม 2,628.92 บาทต่อตัว ผลตอบแทนสุทธิ 3,3371.08 บาทต่อตัว 3) ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนแพะเนื้อเชิงพาณิชย์ อายุ 1 ปี ต้นทุนรวม 1,938.31 บาทต่อตัว ผลตอบแทนสุทธิ 1,061.69 บาทต่อตัว 4) ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนแพะเนื้อเชิงพาณิชย์ อายุ 2 ปี ต้นทุนรวม 2,657.37 บาทต่อตัว ผลตอบแทนสุทธิ 3,371.08 บาทต่อตัว เมื่อเปรียบเทียบผลตอบแทนต่อตัวแล้ว การเลี้ยงแพะเนื้อรายย่อย ให้ผลตอบแทนต่อตัวสูงกว่า เกษตรกรควรเลือกเลี้ยงให้เหมาะสมกับตนเอง หากเกษตรกรมีรายได้หลักจากอาชีพอื่นอยู่แล้ว แต่ต้องการมีรายได้เสริมควรเลี้ยงแบบรายย่อย ในขณะที่การเลี้ยงเชิงพาณิชย์แม้ให้ผลตอบแทนต่อตัวน้อยกว่า แต่การเลี้ยงเชิงพาณิชย์เป็นการเลี้ยงในปริมาณมาก จะส่งผลให้มีรายได้มากกว่า โดยการเลี้ยงแพะเนื้อรายย่อยมีจำนวนการเลี้ยงเฉลี่ย 9 ตัวต่อราย ในขณะที่การเลี้ยงแพะเนื้อเชิงพาณิชย์เกษตรกรมีปริมาณการเลี้ยงเฉลี่ย 26 ตัวต่อราย

นอกจากนี้ มีการศึกษาแบ่งเป็นรายจังหวัด ได้แก่ จังหวัดสตูล จากการศึกษาาระบบการจัดการโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมแพะในจังหวัดสตูล ของ เสกสรร สุธรรมานนท์ และคณะ (2556) พบว่าในจังหวัดมีการเลี้ยงแพะเนื้อ 2 ระบบ ได้แก่ การเลี้ยงแพะเชิงพาณิชย์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.6 และการเลี้ยงแพะขนาดกลางซึ่งเป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล 2 โครงการ คือ โครงการพัฒนาศักยภาพการเลี้ยงแพะเนื้อเพื่อรองรับอุตสาหกรรมฮาลาล และโครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการเลี้ยงแพะในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 91.4 ของการเลี้ยงทั้งหมด โดยการเลี้ยงแพะเชิงพาณิชย์เป็นการเลี้ยงในเชิงธุรกิจเป็นการเลี้ยงตามหลักวิชาการ มีการลงทุนสูง วางแผนการผลิตอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน และมีการปรับปรุงพันธุ์แพะในฟาร์ม ในขณะที่การเลี้ยงแพะขนาดกลางเกษตรกรเริ่มเลี้ยงแพะจนสามารถผสมพันธุ์ได้ประมาณ 8 เดือน แม่แพะจะตั้งครรภ์ประมาณ 5 เดือน เมื่อลูกแพะมีอายุ 3 เดือนขึ้นไปจึงสามารถจำหน่ายได้ โดยลูกค้าหรือพ่อค้าคนกลางเป็นผู้มาเลือกซื้อที่ฟาร์มของเกษตรกรโดยตรง และฆ่าแพะที่ฟาร์มของเกษตรกรหรือนำไปส่งต่อให้ลูกค้า ด้านต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงแพะรายย่อยโครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการเลี้ยงแพะในพื้นที่ชายแดนภาคใต้มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 2,752 บาทต่อตัว หรือ 141.64 บาทต่อกิโลกรัม โครงการพัฒนาศักยภาพการเลี้ยงแพะเนื้อเพื่อรองรับอุตสาหกรรมฮาลาล มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 2,523.77 บาทต่อตัว หรือ 126.19 บาทต่อกิโลกรัม และการเลี้ยงแพะเชิงพาณิชย์มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 1,471.25 บาทต่อตัว หรือ 73.56 บาทต่อกิโลกรัม

จังหวัดกระบี่ จากการศึกษาการพัฒนาการเลี้ยงแพะสู่อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในจังหวัดกระบี่ ของวีระศักดิ์ ตูลยาพร และคณะ (2557) พบว่า มีผู้ประกอบการเลี้ยงแพะประมาณ 80 ราย ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจค้าขายแพะมีอยู่ประมาณ 20 ราย รายได้จากทั้งสองอาชีพสามารถเลี้ยงครอบครัวได้ แต่ยังถือเป็นอาชีพรอง ด้านเกษตรกรมีการรวมกลุ่มเพื่อเลี้ยงแพะเป็นอาชีพเสริม ไม่ใช่อาชีพหลัก โดยลักษณะการเลี้ยงเป็นการเลี้ยงเพื่อฆ่าและจำหน่ายตามใบสั่งซื้อ เกษตรกรมีทัศนคติการเลี้ยงแพะแบบพอเพียงแบบค่อยเป็นค่อยไป ไม่ชอบความวุ่นวาย ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยมุสลิม เพราะฉะนั้นเกษตรกรจะมีความรู้ความเข้าใจในการทำเป็นฮาลาลเป็นอย่างดี

จังหวัดชัยนาท จากการศึกษาการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมของการค้าแพะเนื้อ ในจังหวัดชัยนาท ของกรมพรชช บัญญู (2557) พบว่าส่วนใหญ่เป็นฟาร์มที่เลี้ยงขายลูกตัวผู้เป็นแพะเนื้อ และเก็บตัวเมียไว้ทำพันธุ์ มีบางฟาร์มที่มีพ่อและแม่พันธุ์เป็นสายพันธุ์บอร์สายเลือดสูง จึงทำให้การขายลูกเป็นลักษณะขายเพื่อเป็นพ่อแม่พันธุ์ซึ่งจะได้ราคาต่อตัวสูงกว่า

จังหวัดสงขลา พบว่า จากการศึกษาการพัฒนาการตลาดแพะเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในจังหวัดสงขลา ของชุตตา แก้วละเอียด (2558) พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อและแพะนมส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม มีการจัดการเลี้ยงแพะคล้ายกันทั้งจำนวนแรงงานที่ใช้เลี้ยงแพะพื้นที่เลี้ยง และประสบการณ์เลี้ยงแพะ เป็นการเลี้ยงเพื่อจำหน่ายผลผลิตเป็นหลัก ด้านต้นทุนและผลตอบแทน พบว่าค่าพันธุ์แพะมีสัดส่วนมูลค่าสูงที่สุด ปริมาณผลผลิตที่จุดคุ้มทุนโดยคำนวณจากราคาขายเฉลี่ย 7,000 บาท ต่อตัว คือ เกษตรกรต้องเลี้ยงแพะให้ได้น้ำหนักอยู่ที่ 17.1 กิโลกรัมต่อตัว จึงจะคุ้มทุนโดยจำหน่ายที่ราคา 152.7 บาทต่อกิโลกรัม

จังหวัดอุบลราชธานี จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเลี้ยงแพะเนื้อเพื่อเป็นอาชีพเสริม ในจังหวัดอุบลราชธานีของชาญชัย วงษาเสน (2560) พบว่า การเลี้ยงแพะเนื้อของเกษตรกรรายย่อย เพื่อเป็นอาชีพเสริม ส่วนใหญ่เกษตรกรมักเริ่มเลี้ยงฟาร์มขนาดเล็ก (พ่อพันธุ์เฉลี่ย 1 ตัว แม่พันธุ์เฉลี่ย 20 ตัว) ต้นทุนรวมทั้งสิ้น (TC) 688,005 บาท จำแนกเป็นต้นทุนคงที่ (TFC) 322,400 บาท ต้นทุนผันแปร (TVC) 365,605 บาท และต้นทุนเฉลี่ย 3,887 บาทต่อตัว ส่วนใหญ่จำหน่ายแพะเพศเมียเพื่อทำพันธุ์ในราคา 5,500 บาทต่อตัว และแพะเพศผู้สำหรับบริโภค (แพะมีชีวิต) ในราคา 3,500 บาทต่อตัว เฉลี่ยกำไรสุทธิ 1,262 บาทต่อตัว การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 84,363 บาท อัตราผลตอบแทนภายในของฟาร์ม (IRR) เท่ากับร้อยละ 22 และมีระยะคืนทุนโครงการเลี้ยงแพะเนื้อ (PB) 3 ปี 9 เดือน ตามลำดับ ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุนเลี้ยงแพะเนื้อ

และจังหวัดนครสวรรค์ จากการศึกษาสภาพการผลิตและวิถีการตลาดแพะเนื้อจังหวัดนครสวรรค์ ของนราพร นาเอก (2562) พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรเลี้ยงแพะเนื้อเป็นอาชีพรอง นับถือศาสนาพุทธ มีรายได้จากการจำหน่ายแพะเนื้อเฉลี่ย 85,145.75 บาทต่อปี เลี้ยงแพะเนื้อเฉลี่ย 74 ตัว พันธุ์ลูกผสมสายพันธุ์บอร์ ใช้พ่อพันธุ์ที่ซื้อจากฟาร์มเกษตรกรที่เลี้ยงแพะเนื้อหรือฟาร์มเอกชน เป็นการเลี้ยงเพื่อจำหน่ายแพะรุ่น และลูกแพะ แรงงานเฉลี่ย 2 คน เป็นแรงงานในครัวเรือน ลักษณะการเลี้ยงแบบปล่อยให้แพะหะเล็มหญ้า ในบริเวณฟาร์มของตนเอง ร่วมกับการใช้พื้นที่สาธารณะ พื้นที่การเลี้ยงแพะเฉลี่ย 12.2 ไร่ ค่าใช้จ่ายส่วนมากเป็นค่ารักษาแพะป่วยและค้ายา ปัญหาอุปสรรคในการเลี้ยงแพะเนื้อที่มีระดับมากที่สุด มี 1 ปัญหา ได้แก่ ปัญหาพ่อพันธุ์แพะราคาแพง

2.1.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดแพะ

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2557) ได้ศึกษาการตลาดแพะเนื้อ พบว่าโครงสร้างตลาดแพะเนื้อมีชีวิตของประเทศไทยเป็นลักษณะผู้ขายมากมาย มีวิถีการตลาดแพะเนื้อเริ่มจากเกษตรกรที่ต้องการจะขายแพะเนื้อ ขายเป็นแพะเนื้อมีชีวิตให้แก่เกษตรกรด้วยกันเองเพื่อนำไปเลี้ยงเพื่อขุนต่อ ขายให้ผู้บริโภคโดยตรง และขายให้

พ่อค้าขายปลีกเนื้อแพะชำแหละ นอกจากนั้นขายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น โดยพ่อค้าเข้าไปรับซื้อจากเกษตรกรถึงหมู่บ้าน หลังจากนั้นพ่อค้ารวบรวมแพะเนื้อมีชีวิตก็จะขายแพะเนื้อให้กับผู้บริโภค เกษตรกร และพ่อค้าขายปลีกชำแหละเนื้อต่อไป โดยส่วนใหญ่เนื้อแพะชำแหละขายให้แก่ร้านอาหารและโรงแรม ส่วนเหลืออมการตลาดและต้นทุนการตลาดของพ่อค้าในระดับต่าง ๆ ในตลาดแพะเนื้อ ส่วนเหลืออมการตลาดแพะเนื้อมีชีวิตจนกระทั่งขายปลีกเป็นเนื้อแพะชำแหละเท่ากับ 106.32 บาทต่อกิโลกรัม โดยแยกเป็นต้นทุนการตลาด 89.51 บาทต่อกิโลกรัม และกำไรทั้งหมดของพ่อค้าคนกลางเท่ากับ 16.81 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนพ่อค้ารวบรวมแพะเนื้อมีชีวิตมีต้นทุนการตลาด 5.11 บาทต่อกิโลกรัม โดยส่วนใหญ่เป็นค่าขนส่ง 2.46 บาทต่อกิโลกรัม ปัจจัยที่มีผลต่อส่วนเหลืออมการตลาด คือ ราคาเนื้อแพะ ปริมาณแพะเนื้อ และค่าใช้จ่ายทางการตลาด ส่วนประสิทธิภาพการตลาดแพะเนื้อมีค่าเท่ากับ 261.54 ซึ่งมีค่าสูง แสดงให้เห็นว่าตลาดแพะเนื้อของประเทศไทยมีประสิทธิภาพ

นอกจากการศึกษาการตลาดแพะเนื้อของไทยแล้วยังมีการศึกษาการตลาดแพะเนื้อในระดับภูมิภาคพบว่า จากการศึกษาศักยภาพการผลิตการตลาดแพะเนื้อในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ปี 2552 ของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2557) พบว่าตลาดของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตแพะจากเกษตรกรโดยใช้วิธีติดต่อ เครือข่ายผู้ผลิตแพะเนื้อรายอื่น ๆ ทางโทรศัพท์หรือเดินทางไปฟาร์ม ปริมาณการรับซื้อเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค เช่น ช่วงเดือนที่มีพิธีกรรมทางศาสนา ได้แก่ หลังเดือนรอมฎอน เดือนถือศีลอด หรือเดือนที่มีการคัดเลือกทหารเกณฑ์ประมาณเดือนเมษายน ซึ่งปริมาณความต้องการซื้อสูงกว่าช่วงเวลาอื่นและราคาสูงขึ้นจากราคาปกติประมาณกิโลกรัมละ 20 บาทจากการสำรวจพบว่าพ่อค้ารวบรวมจะจ่ายเป็นเงินสดให้แก่ผู้ขายซึ่งก็คือเกษตรกร ผู้เลี้ยงแพะเป็นผู้กำหนดราคาโดยอ้างอิงจากเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะ เกษตรกรขายแพะที่ฟาร์มด้วยโดยขายให้กับผู้บริโภคหรือพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นโดยตรง โดยผู้ซื้อจะเป็นผู้เลือกตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ เช่น ทำพิธีกรรมทางศาสนาหรือแก่น เกษตรกรเป็นผู้กำหนดราคาขายซึ่งจะแตกต่างจากสินค้าเกษตรอื่น ๆ ที่ส่วนใหญ่ผู้ซื้อจะเป็นผู้กำหนดราคา ทั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นการขายแบบใช้การประเมินด้วยสายตาและประสบการณ์โดยเฉพาะ ในเกษตรกรรายย่อยขนาดของแพะที่จำหน่ายเป็นแพะขนาดเล็กน้ำหนักไม่เกิน 25 กิโลกรัมต่อตัว ตัวละประมาณ 3,000 บาท ส่วนแพะขนาดใหญ่เป็นแพะที่มีอายุไม่เกิน 2 ปี จะใช้วิธีชั่งน้ำหนักเพราะอาจจะได้ราคาดีกว่า ราคาขายประมาณ 140-150 บาทต่อกิโลกรัม เมื่อตกลงราคาซื้อขายเสร็จแล้วผู้ซื้อจะจ่ายเงินสดแล้วนำแพะไปทันทีโดยวิธีบรรทุกจักรยานยนต์หรือรถบรรทุกขนาดเล็ก เกษตรกรรับฟังข่าวสารการตลาดด้านราคาและปริมาณรับซื้อจากเพื่อนบ้าน เครือข่ายผู้เลี้ยงแพะที่ตนเองเป็นสมาชิก โดยมีการติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ ทั้งนี้ราคาซื้อขายแพะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงมากนัก ส่วนพ่อค้าท้องถิ่นจะสอบถามราคาจากแหล่งจำหน่ายแพะจากภาคกลาง ได้แก่ จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดนครปฐม เป็นต้น ภาคตะวันตก ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น หรือภาคใต้ตอนบน ได้แก่ จังหวัดชุมพร และจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น เนื่องจากพ่อค้ารวบรวมจะรวบรวมแพะจากแหล่งดังกล่าวด้วย ทั้งนี้ เมื่อทราบราคาแล้วพ่อค้ารวบรวมจะเพิ่มราคาให้สูงขึ้นอีกกิโลกรัมละ 20 ถึง 30 บาท (ร้อยละ 25) เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการตั้งราคาจำหน่ายแพะ ตลาดแพะเนื้อในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีเพียงลักษณะเดียวคือตลาดท้องถิ่นซึ่งจะมีพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นเป็นคนกลางอยู่ระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภค ส่วนเหลืออมการตลาดระหว่างราคาที่เกษตรกรได้รับกับราคาที่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นได้รับกิโลกรัมละ

10 บาท หรือร้อยละ 7.9 ของราคาที่ได้เกษตรกรได้รับ ต้นทุนการตลาดแพะเนื้อ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายการตลาด ในการดำเนินงานซื้อขายแพะเนื้อที่มีชีวิตนับตั้งแต่เกษตรกรผ่านมือพ่อค้าระดับต่าง ๆ ไปยังผู้บริโภคประกอบด้วย ค่าขนส่ง ค่าแรงงาน อาหาร ค่าโรงเรือน และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ พบว่าต้นทุนการตลาดที่มากที่สุดคือค่าอาหาร รองลงมา ได้แก่ค่าขนส่งแพะเนื้อให้แก่พ่อค้ารวบรวม

นอกจากนี้มีการศึกษาการตลาดในพื้นที่ ระดับจังหวัดที่สำคัญ ได้แก่ จังหวัดสตูล จากการศึกษากระบวนการจัดการโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมแพะในจังหวัดสตูล ของเสกสรร สุธรรมานนท์ และคณะ (2556) พบว่า มีการเลี้ยงแพะเนื้อ 2 ระบบ ได้แก่ การเลี้ยงแพะเชิงพาณิชย์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8 และการเลี้ยงแพะขนาดกลางซึ่งเป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล 2 โครงการ คือ โครงการพัฒนาศักยภาพการเลี้ยงแพะเนื้อเพื่อรองรับอุตสาหกรรมฮาลาล และโครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการเลี้ยงแพะในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 85 ของการเลี้ยงทั้งหมด และการรับแพะมาจากต่างจังหวัด ของพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7 โดยการเลี้ยงแพะเชิงพาณิชย์ ร้อยละ 10 จำหน่ายให้ฟาร์มขนาดกลางและฟาร์มขนาดเล็ก โดยลูกค้ามารับที่ฟาร์มโดยตรง และร้อยละ 90 เลี้ยงเป็นแพะขุนจนมีอายุประมาณ 6 เดือน จะขนส่งแพะด้วยรถกระบะไปยังศูนย์จำหน่ายของฟาร์ม ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง โดยใช้เวลา 2 วัน ในการจำหน่ายแพะในแต่ละครั้งโดยลูกค้าเป็นผู้มาซื้อที่ศูนย์จำหน่ายโดยตรง ในขณะที่การเลี้ยงแพะขนาดกลาง ลูกค้าหรือพ่อค้าคนกลางเป็นผู้มาเลือกซื้อที่ฟาร์มของเกษตรกรโดยตรงและฆ่าแพะที่ฟาร์มของเกษตรกร หรือนำไปส่งต่อให้ลูกค้า ด้านการรับแพะจากต่างจังหวัด มีพ่อค้าคนกลางที่รับแพะจากต่างจังหวัดเพื่อมาจำหน่าย จำนวน 3 ราย ส่วนใหญ่รับมาจากจังหวัดพัทลุงและจังหวัดสงขลา มีต้นทุนการผลิตทั้งหมดเฉลี่ย 3,694.24 บาทต่อตัว หรือ 105.55 บาทต่อกิโลกรัม

จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการศึกษารูปแบบการเลี้ยงและวิธีการตลาดแพะเนื้อ กรณีศึกษาจังหวัดสุราษฎร์ธานี ของสุธา โอมณี (2560) พบว่า เกษตรกรจำหน่ายแพะเนื้อ 3 แหล่ง คือ 1) ภายในจังหวัด โดยจำหน่ายให้กับผู้บริโภค หรือพ่อค้าคนกลาง 2) ภายในจังหวัดและแหล่งต่างจังหวัด และ 3) แหล่งต่างจังหวัด โดยส่วนใหญ่เกษตรกรจะจำหน่ายแพะภายในจังหวัดให้กับเพื่อนเกษตรกร เพื่อนำไปเลี้ยงต่อ และจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรง การจำหน่ายใช้วิธีชั่งน้ำหนัก ราคา 70-120 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งจากการศึกษายังพบว่าเกษตรกรประสบปัญหาไม่ทราบแหล่งจำหน่ายที่แน่นอน

และจังหวัดนครสวรรค์ จากการศึกษาสภาพการผลิตและวิธีการตลาดแพะเนื้อจังหวัดนครสวรรค์ ของนราพร นาเอก (2562) พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่จำหน่ายแพะรุ่นและลูกแพะให้กับพ่อค้าในจังหวัด ราคาเฉลี่ย 116.5 บาทต่อกิโลกรัม โดยใช้ช่องทางการติดต่อระหว่างเกษตรกรและพ่อค้ารวบรวมทางโทรศัพท์เป็นหลัก ขนาดน้ำหนักเฉลี่ย 20.6 กิโลกรัม โดยพ่อค้าจำหน่ายต่อไปยังโรงฆ่าต่างจังหวัด ด้านพ่อค้ารวบรวมเป็นผู้กำหนดราคา โดยอ้างอิงกับราคาแพะในท้องตลาด พันธุ์แพะเนื้อที่มีการซื้อขายมากที่สุดได้แก่ พันธุ์บอร์หรือลูกผสมพันธุ์บอร์

อีกทั้ง พัฒนศักดิ์ ปทุมวัน และคณะ (2562) ได้ทำการศึกษาการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศสนับสนุนเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อ ในเขตภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า องค์ประกอบด้านการตลาด มี 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรให้ความนิยมมากที่สุดคือ แปะเนื้อที่จำหน่ายแบบมีชีวิต 2) ด้านราคา พบว่า เกษตรกรนิยมจำหน่ายแปะเนื้อมีชีวิตแบบซึ่งน้ำหนักโดยคิดราคาตามน้ำหนักตัวของแปะเนื้อ รองลงมาคือการซื้อขายพ่อแม่พันธุ์ที่ดูจากความสมบูรณ์และสายพันธุ์ของพ่อแม่พันธุ์ 3) ด้านช่องทางการจำหน่าย พบว่า รูปแบบช่องทางการจำหน่ายระหว่างเกษตรกรกับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อยคือรูปแบบที่ใช้ในการติดต่อซื้อขายมากที่สุดในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 1.4) ด้านการสื่อสารการตลาด พบว่า เป็นลักษณะรูปแบบการตลาดทางตรง โดยเกษตรกรใช้โทรศัพท์ และแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในการติดต่อสื่อสารมากที่สุด ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่ายแปะของเกษตรกร มี 6 ช่องทาง ประกอบด้วย การจำหน่ายพ่อแม่พันธุ์ระหว่างเกษตรกรด้วยกัน การจำหน่ายให้กับชาวบ้านทั่วไป การจำหน่ายให้ชาวมุสลิม การจำหน่ายให้กับกลุ่มหรือเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแปะ การจำหน่ายให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงแปะที่รับซื้อเพื่อรวบรวมแปะขายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายใหญ่ และการจำหน่ายให้พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อย

2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิดต้นทุนการผลิต

1) แนวคิดการวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนการเลี้ยงแปะรุ่น

การศึกษาต้นทุนการผลิตแปะรุ่น เป็นค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงแปะพ่อแม่พันธุ์ตลอดระยะเวลาที่ให้ผลผลิตเฉลี่ยต่อลูกแปะ 1 ตัว รวมกับค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงลูกแปะตั้งแต่แรกคลอดจนได้น้ำหนักตั้งแต่ 10 กิโลกรัมขึ้นไปจนได้ขนาดจำหน่ายเป็นแปะรุ่น แบ่งออกเป็นต้นทุนผันแปร และต้นทุนคงที่ ดังนี้

(1) ต้นทุนผันแปร ประกอบด้วย

ค่าอาหาร ได้แก่ ค่าอาหารชั้นและอาหารหยาบ ก้อนแร่ธาตุ และเกลือ ในกรณีต้นทุนการผลิตลูกแปะ ค่าอาหารหมายถึง ค่าอาหารของพ่อแม่พันธุ์และลูกแปะ

ค่าแรงงาน เป็นค่าแรงในการเลี้ยงแปะ รวมถึงการตัดหญ้า โดยคิดค่าแรงเป็นเงินสด กรณีมีการจ้างแรงงาน คิดค่าแรงไม่เป็นเงินสด กรณีเป็นแรงงานในครัวเรือนโดยประเมินตามอัตราค่าจ้างแรงงานในท้องถิ่น

ค่ายาป้องกันและรักษาโรค ได้แก่ ค่าวัคซีน ยาถ่ายพยาธิ ยาบำรุง ฮอโมน และยาอื่น ๆ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง รวมทั้งน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้กับเครื่องตัดหญ้า ค่าวัสดุอุปกรณ์ที่มีอายุการใช้งานไม่เกิน 1 ปี หรือราคาไม่เกิน 100 บาท

ค่าเสียโอกาสเงินทุน เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นเงินสด คำนวณจากต้นทุนผันแปรที่เป็นเงินสด โดยคิดตามอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) ร้อยละ 6.5 ต่อปี

(2) ต้นทุนคงที่ เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นเงินสด ประกอบด้วย

ค่าใช้ที่ดิน ประเมินจากค่าเช่าที่ดินในพื้นที่

ค่าเสื่อมคอก โรงเรือน และอุปกรณ์ คำนวณจากมูลค่าและอายุการใช้งานของคอก โรงเรือนและอุปกรณ์

ค่าเสียโอกาสคอกโรงเรือนและอุปกรณ์ คำนวณจากมูลค่าของคอกโรงเรือนและอุปกรณ์ ตามอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของ ธ.ก.ส. ร้อยละ 6.5 ต่อปี

ค่าเสื่อมราคาพ่อแม่พันธุ์ คำนวณจาก มูลค่าพ่อแม่พันธุ์หักมูลค่าซาก (ราคาพ่อแม่พันธุ์คัดทิ้ง) มูลค่าแม่พันธุ์หักมูลค่าซาก (ราคาแม่พันธุ์คัดทิ้ง) เฉลี่ยต่อจำนวนลูกแพะเนื้อที่ได้ในช่วงอายุใช้งาน

ค่าเสียโอกาสพ่อแม่พันธุ์ คำนวณจากมูลค่าของแม่พันธุ์คิดตามอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของ ธ.ก.ส. ร้อยละ 6.5 ต่อปี

การคำนวณต้นทุนผลตอบแทนในการเลี้ยงแพะรุ่นจึงคิดเป็นต้นทุนการผลิตแพะรุ่น โดยต้นทุนการผลิตแพะรุ่นเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเลี้ยงพ่อแม่พันธุ์เฉลี่ยต่อการให้ลูก 1 ตัว รวมกับค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงลูกแพะตั้งแต่แรกคลอดจนเป็นแพะรุ่น ระยะเวลา 4-5 เดือน หรือน้ำหนักตั้งแต่ 10 กิโลกรัมขึ้นไป แต่เนื่องจากการเลี้ยงแพะรุ่นประกอบด้วยแพะเนื้อหลายพันธุ์ ดังนั้นจึงต้องคิดค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงแพะทั้งฝูงต่อปี แล้วนำมาแยกคิดเฉพาะค่าใช้จ่ายในส่วนพ่อแม่พันธุ์ตามระยะเวลาที่ให้ลูก 1 ตัว และค่าใช้จ่ายของลูกแพะตามระยะเวลาที่เลี้ยง

2.2.2 การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตปศุสัตว์

ต้นทุนการผลิตปศุสัตว์ตามความหมายของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร คือ

1) ต้นทุนของผลผลิตปศุสัตว์ที่ยังอยู่ในฟาร์มของเกษตรกร ค่าใช้จ่ายที่นำมาคำนวณต้นทุนการผลิตครอบคลุมตั้งแต่กิจกรรมเลี้ยงจนกระทั่งโตได้ขนาดและน้ำหนักตามมาตรฐาน หรือสามารถให้ผลผลิตตามมาตรฐานกำหนดจึงสามารถนำมาคำนวณเป็นต้นทุนการผลิตได้ หากลงทุนแล้วไม่มีผลผลิตหรือผลผลิตเสียหายหมดก็ไม่สามารถคำนวณหาต้นทุนของผลผลิตได้จึงไม่นับเป็นต้นทุนการผลิต

2) เป็นต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ คือ คิดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดในช่วงเวลาของการผลิต โดยใช้เท่าไรก็คิดเป็นค่าใช้จ่ายเท่านั้น คิดทั้งที่จ่ายเป็นเงินสดและประเมินค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้จ่ายเป็นเงินสด และ

3) เป็นต้นทุนเฉลี่ย คือการคิดค่าใช้จ่ายของเกษตรกรทุกรายที่เป็นตัวอย่าง และคิดเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักด้วยจำนวนตัวสัตว์ที่เลี้ยง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2557)

โครงสร้างต้นทุนการผลิตปศุสัตว์ ประกอบด้วยปัจจัยผันแปรต่าง ๆ ดังนี้

(1) ต้นทุนผันแปร ประกอบด้วย

(ก) ค่าแรงงาน หมายถึงแรงงานที่นำมาใช้ในการผลิตในกิจกรรมนั้น ๆ เป็นค่าใช้จ่ายที่แสดงในรูปของเงินสด ในกรณีที่มีการใช้แรงงาน แต่ไม่ได้มีการจ่ายเป็นเงินสดหรือเป็นแรงงานในครัวเรือน ให้ใช้อัตราค่าจ้างรายวันขั้นต่ำในท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นค่าจ้างของแรงงาน

(ข) ค่าบริหารจัดการ หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการบริหารงานของฟาร์ม โดยเจ้าของฟาร์ม ผู้จัดการ เสมียน สัตวแพทย์ สัตวบาล เป็นต้น

(ค) ค่าวัสดุ หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการผลิตและหมดสภาพไปรวมทั้งอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตบางชนิดที่ใช้ได้เพียงรุ่นการผลิตนั้นเพียงครั้งเดียว ประกอบด้วย ค่าพันธุ์สัตว์ ค่าอาหาร ค่ายาป้องกันโรค ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าค่าน้ำมันเชื้อเพลิง และอื่น ๆ ค่าวัสดุสิ้นเปลือง ค่าซ่อมแซมโรงเรือนอุปกรณ์ เป็นต้น

(ง) ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการประเมินการลงทุนในมูลค่าปัจจัยผันแปรเฉพาะที่เป็นเงินสดทั้งหมดของการผลิตปศุสัตว์ในรุ่นการผลิตนั้น มีสูตรคำนวณ ดังนี้

$$OPC = TVC \times M \times i$$

โดยที่ OPC = ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนต่อรุ่น

TVC = ต้นทุนผันแปรทั้งหมดต่อหน่วย เฉพาะที่เป็นเงินสด

M = ช่วงเวลาการผลิต ตั้งแต่เริ่มการผลิตจนถึงเก็บผลผลิต

i = อัตราค่าเสียโอกาส ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

(2) ต้นทุนคงที่ ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

(ก) ค่าเช่าที่ดิน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการนำที่ดินไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรมทำฟาร์มปศุสัตว์ชนิดนั้น ซึ่งจะแสดงเป็นเงินสดในกรณีที่มีการเช่าที่ดินเกิดขึ้นจริงและไม่เป็นเงินสดในกรณีที่ดินนั้นเป็นที่ดินของตนเองซึ่งจะต้องประเมินมูลค่าของค่าเช่าที่ดิน ทั้งนี้ค่าเช่าที่ดินได้รวมถึงค่าภาษีที่ดินเรียบร้อยแล้ว ซึ่งค่าภาษีที่ดินจะต้องแสดงเป็นเงินสดแต่เนื่องจากมีมูลค่าเพียงเล็กน้อยจึงไม่ได้แจ้งมูลค่าออกมาชัดเจนดังนั้นจึงถือรวมเป็นค่าเช่าที่ดินเพียงรายการเดียว

(ข) ค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการประเมินกระจายมูลค่าของทรัพย์สินที่ซื้อไว้ใช้งานไปสู่ช่วงการผลิตต่าง ๆ ตลอดอายุการใช้งานของทรัพย์สินนั้น และจะแสดงมูลค่าไม่เป็นเงินสด มีวิธีการคำนวณดังนี้

$$D = \frac{(P - S)}{N} \times \frac{M}{12} \times U$$

โดยที่ D = ค่าเสื่อมราคาต่อรุ่น

P = มูลค่าแรกซื้อหรือสร้าง

S = มูลค่าซาก

N = อายุการใช้งาน

M = ช่วงเวลาการผลิต (เดือน) ตั้งแต่เริ่มการผลิตจนถึงเก็บผลผลิต (รุ่น)

U = ร้อยละการใช้งานของทรัพย์สินในการผลิตปศุสัตว์นี้

(ค) ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในทรัพย์สิน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการประเมินมูลค่าทรัพย์สินที่เสียโอกาสได้รับผลตอบแทนจากการนำปัจจัยประเภททุนไปใช้ในกิจกรรมอื่น ๆ ที่สามารถสร้างผลผลิตได้และการคิดอัตราค่าเสียโอกาสนั้นจะใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ สำหรับการคำนวณค่าเสียโอกาสเงินลงทุนนั้นทรัพย์สินนั้น ในครั้งนี้ใช้การคำนวณค่าเสียโอกาสแบบคงที่ทุกปีเมื่อไม่มีมูลค่าทรานหรือให้มูลค่าซากเป็นศูนย์ สูตรคำนวณ ดังนี้

$$OPI = \frac{P + 0}{2} \times \frac{M}{12} \times i \times U$$

- โดยที่ OPI = ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในทรัพย์สินต่อรุ่น
 P = มูลค่าต้นปีแรกซื้อหรือสร้าง
 i = อัตราค่าเสียโอกาสใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้
 M = ช่วงเวลาการผลิต (เดือน) ตั้งแต่เริ่มการผลิตจนถึงเก็บผลผลิต (รุ่น)
 U = ร้อยละการใช้งานของทรัพย์สินในการผลิตปศุสัตว์นี้

(ง) ค่าเสื่อมราคาพ่อแม่พันธุ์สัตว์

ค่าเสื่อมราคาพ่อแม่พันธุ์สัตว์ หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ได้มีการกระจายมูลค่าของพ่อแม่พันธุ์ตามอายุการใช้งาน โดยมูลค่านั้นต้องกระจายค่าเสื่อมพ่อแม่พันธุ์ลงในตัวลูกด้วย

$$\frac{(P - S)}{N}$$

- โดยที่ D = ค่าเสื่อมราคาพ่อแม่พันธุ์เฉพาะเนื้อต่อปี
 P = มูลค่าพ่อแม่พันธุ์พร้อมผสมพันธุ์
 S = มูลค่าซากหรือมูลค่าปลดระหว่างพ่อแม่พันธุ์
 N = อายุการใช้งานผสมพันธุ์

ค่าเสื่อมราคาแม่พันธุ์สัตว์ หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ได้มีการกระจายมูลค่าของแม่พันธุ์ตามอายุการใช้งาน โดยมูลค่านั้นต้องกระจายค่าเสื่อมแม่พันธุ์ลงในตัวลูกด้วย วิธีคำนวณ ดังนี้

$$D = \frac{(P - S)}{N}$$

- โดยที่ D = ค่าเสื่อมราคาแม่พันธุ์เฉพาะเนื้อต่อปี
 P = มูลค่าแพะสาวท้อง
 S = มูลค่าซากหรือมูลค่าปลดระหว่างแม่พันธุ์
 N = อายุการให้ลูก

(จ) ค่าเสียโอกาสพ่อแม่พันธุ์สัตว์ ค่าใช้จ่ายที่ประเมินขึ้นจากมูลค่าแม่พันธุ์ที่เจ้าของฟาร์มเสียโอกาสในการนำเงินไปลงทุนอย่างอื่น ซึ่งอัตราค่าเสียโอกาสนั้นใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้จาก ธกส. ซึ่งในการคำนวณจะใช้มูลค่าปศุสัตว์ต้นปีบวกด้วยมูลค่าคงเหลือปลายปีแล้วหารด้วย 2 มีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$I = \frac{(P + S)}{2} \times i$$

- โดยที่ I = ค่าเสียโอกาสพ่อแม่พันธุ์แพะเนื้อ
 P = มูลค่าต้นปีของพ่อแม่พันธุ์แพะเนื้อ
 S = มูลค่าปลายปีของพ่อแม่พันธุ์แพะเนื้อ
 i = อัตราดอกเบี้ยเงินกู้อัตราต่อปี

(3) ต้นทุนการผลิตทั้งหมด หมายถึง ผลรวมค่าใช้จ่ายทั้งหมดของต้นทุนผันแปร และต้นทุนคงที่ ทั้งที่เป็นเงินสดและประเมิน ประกอบด้วย

(ก) ต้นทุนการผลิตปศุสัตว์ทั้งหมดเฉลี่ยต่อตัว หมายถึง ค่าใช้จ่ายหรือมูลค่าการใช้ปัจจัยการผลิตทั้งปัจจัยผันแปร ทั้งที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสด ที่นำมาใช้ในการประกอบการผลิตเพื่อให้การผลิตดำเนินการไปจนถึงสิ้นสุดขบวนการในระยะเวลาหรือรุ่นของการผลิต หาดด้วยจำนวนปศุสัตว์ (ตัว) ที่ขายหรือเก็บผลผลิต หน่วยเป็น บาทต่อตัว

(ข) ต้นทุนการผลิตปศุสัตว์ทั้งหมดเฉลี่ยต่อ 1 กิโลกรัม หมายถึง ต้นทุนการผลิตปศุสัตว์ทั้งหมดเฉลี่ยต่อตัวหารด้วยน้ำหนักเฉลี่ยต่อตัว (กิโลกรัม) หน่วยเป็น บาทต่อกิโลกรัม

(ค) ต้นทุนการผลิตทั้งหมดเมื่อหักผลพลอยได้และสัตว์ปลดระวาง หมายถึง ต้นทุนการผลิตทั้งหมดหักออกด้วยผลพลอยได้จากการเลี้ยงสัตว์และมูลค่าสัตว์ปลดระวาง

ในการคำนวณต้นทุนการผลิตปศุสัตว์จะมีบางรายการที่เป็นผลพลอยได้จากการเลี้ยงสัตว์สามารถนำมาคำนวณเป็นรายได้จากการเลี้ยงปศุสัตว์ชนิดนั้น ๆ ได้แก่ มูลค่าสัตว์ปลดระวาง มูลสัตว์ ฤๅอาหาร โดยจะนำรายการดังกล่าวมาหักออกจากต้นทุนการผลิตทั้งหมด (ค่าใช้จ่าย) ดังนี้

มูลค่าสัตว์ปลดระวาง หมายถึง ราคาสัตว์ที่ใช้งานหรือให้ผลผลิตมาระยะหนึ่งแล้วปลดระวางหรือคัดออกขาย เนื่องจากให้ผลผลิตไม่คุ้มค่าใช้จ่าย เช่น แม่ไก่ไข่ เป็นต้น

ผลพลอยได้จากการเลี้ยงสัตว์ หมายถึง ผลผลิตรองที่ไม่ใช่ผลผลิตหลักจากการเลี้ยงปศุสัตว์ชนิดนั้น เช่น มูลสัตว์ที่ขายได้ของรุ่นนั้น ๆ ฤๅอาหารสัตว์ เป็นต้น (ศูนย์สารสนเทศการเกษตร, 2561)

2.2.3 แนวคิดการตลาด

1) ช่องทางการตลาด (Marketing Channel)

สินค้าและบริการจากผู้ผลิตไม่สามารถไปถึงมือผู้บริโภคได้โดยอัตโนมัติ การเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคจะต้องมีช่องทางการจำหน่ายเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายจึงเป็นสถาบันหนึ่งที่เกิดขึ้นและเข้ามาเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยงานของผู้บริหาร การตลาด หน้าที่ของสถาบันทางการตลาดนี้ส่วนใหญ่จะทำหน้าที่ซื้อสินค้ามาเพื่อขายต่อ จัดการเกี่ยวกับการบริการ การซ่อมแซม การส่งคืนสินค้า การเก็บรักษาสินค้า การขนส่งและการเก็บรวบรวมข้อมูลทางการตลาดตลอดจนจะทำหน้าที่ทางการเงินด้วย ดังนั้น สถาบันการตลาดจะเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ผลิตผู้บริโภคคนสุดท้ายหรือผู้ใช้ รูปแบบพื้นฐานของช่องทางการจัดจำหน่ายเมื่อผู้ผลิตได้ผลิตสินค้าออกมาแล้วและพร้อมที่จะกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาดจะต้องพยายามเลือกช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสมและดีที่สุดสำหรับสินค้าของตนเอง

(1) ลักษณะของช่องทางการจำหน่ายอาจกำหนดรูปแบบให้เป็นช่องทางการจำหน่ายทางตรง (Direct Channel) กับช่องทางการจำหน่ายทางอ้อม (Indirect Channel)

(ก) ช่องทางการจำหน่ายโดยตรง (Direct Channel) เป็นช่องทางการจำหน่ายขั้นที่สุด เพราะสินค้าจะผ่านมือจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง ไม่มีสถาบันคนกลางเข้ามาเกี่ยวข้อง การใช้ช่องทางการจำหน่ายแบบนี้ นิยมใช้ในตลาดธุรกิจน้อยกว่าตลาดบริโภคเพราะสินค้าที่ขายในตลาดธุรกิจ

มีผู้ซื้อน้อยราย การซื้อสินค้าปริมาณมากต่อครั้ง สินค้าในตลาดธุรกิจจำเป็นต้องมีการบริการพิเศษ เช่น การติดตั้ง ซึ่งผู้ผลิตจำเป็นต้องเข้ามาดูแลลูกค้า ผู้จำหน่ายในตลาดธุรกิจจะต้องมีพนักงานที่มีความชำนาญ เฉพาะทางสายวิชาชีพ เช่น วิศวกร สถาปนิก แพทย์ คอยให้คำแนะนำแก่ลูกค้าหรือผู้ซื้อ ในตลาดธุรกิจต้องการลดต้นทุนของตนเองจึงตัดคนกลางออกจากการจัดจำหน่าย การใช้ช่องทางการจำหน่ายโดยตรงสำหรับสินค้าในตลาดผู้บริโภคจะมีบ้างแต่ค่อนข้างน้อย ส่วนมากมักจะใช้กับสินค้าที่เสียหายง่ายหรือสินค้าที่มีความจำเป็นต้องถึงมือผู้บริโภคอย่างรวดเร็วเพื่อรักษาความสดใหม่และคุณภาพของสินค้านั้นเอาไว้ เช่น ผลผลิต การเกษตร เบเกอรี่ อาหารที่ปรุงแต่งแล้ว

ข้อดีของการใช้ช่องทางการจำหน่ายโดยตรงคือได้ติดต่อใกล้ชิดกับลูกค้า สามารถทราบถึงความต้องการของลูกค้าในตลาดได้ ทำให้ผู้ผลิตทราบถึงข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์และหาโอกาสปรับปรุงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย สินค้าสามารถถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วเพราะตัดคนกลางออกจากช่องทางการจำหน่ายแล้วสามารถขายสินค้าให้กับผู้บริโภคได้ในราคาถูกลงเพราะกำไรส่วนเพิ่มที่ควรจัดสรรให้กับพ่อค้าคนกลางนั้นไม่ได้ถูกแบ่งออกไป ทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่

ส่วนข้อเสียของการใช้ช่องทางการจำหน่ายโดยตรงคือไม่สามารถกระจายสินค้าไปถึงตัวผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง ถ้าผู้บริโภคอยู่กันอยู่กันอย่างกระจัดกระจาย ประกอบกับปริมาณการซื้อสินค้าหากมีปริมาณน้อยจะเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูง ซึ่งอาจทำให้ต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าสูง ผู้ผลิตจะต้องรับภาระเกี่ยวกับสินค้าคงเหลือทั้งหมดที่มีอยู่ทำให้เงินทุนจมอยู่ในสินค้าคงเหลือมากเกินไป

(ข) ช่องทางการจำหน่ายโดยทางอ้อม (Indirect Channel) เป็นช่องทางการจำหน่ายที่มีสถาบันคนกลางเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นที่นิยมในตลาดผู้บริโภคมากกว่าตลาดธุรกิจ การที่มีสถาบันคนกลางเข้ามาช่วยในช่องทางการจัดจำหน่ายจะเข้ามาช่วยทำให้วัตถุประสงค์ของทางผู้ผลิตและผู้ซื้อบรรลุเป้าหมายที่ตนต้องการได้ ถ้าพิจารณาจากผู้ผลิตผู้ผลิตเองต้องการผลิตสินค้าออกมาจำหน่ายโดยหวังว่าผู้ซื้อจะซื้อครั้งละปริมาณมาก ส่วนผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าบ่อยครั้ง ครั้งละปริมาณน้อย แต่ต้องการมีสินค้าหลายอย่างให้เลือกด้วยเหตุนี้สถาบันคนกลางจะเข้ามามีส่วนทำให้ทั้งสองฝ่าย บรรลุเป้าหมายได้ เพราะผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีกซื้อสินค้าจากผู้ผลิตจำนวนมาก แล้วนำมาแบ่งเป็นหน่วยย่อยขายให้กับผู้บริโภค และยังให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนทำให้การแลกเปลี่ยนง่ายและสะดวกขึ้น

ข้อดีของการใช้ช่องทางการจำหน่ายโดยทางอ้อม การนำสถาบันคนกลางเข้ามาช่วยในช่องทางการจำหน่ายจะทำให้สินค้ากระจายไปได้กว้างขวาง ปริมาณการขายสินค้าของผู้ผลิตจะเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมเมื่อมีสถาบันคนกลางเข้ามาในช่องทางการจำหน่ายจะมีผู้ช่วยรับภาระความเสี่ยงภัยเนื่องจากการถือครองสินค้าจากผู้ผลิตทำให้ผู้ผลิตใช้ทุนน้อยกว่าเดิม ถ้าหากมีสถาบันคนกลางเข้ามาช่วยในช่องทางการจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพทำให้ผู้ผลิตได้รับประโยชน์มากยิ่งขึ้น

ข้อเสียของการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยอ้อม เมื่อมีสถาบันคนกลางเข้ามาในช่องทางการจำหน่ายทำให้ผู้ผลิตไม่ได้ใกล้ชิดกับผู้บริโภค การที่ทราบถึงความเป็นไปเกี่ยวกับข้อมูลทางการตลาดจึงเป็นไปได้น้อย ราคาสินค้าที่จะสูงขึ้นเพราะยังผ่านสถาบันคนกลางระดับแต่ละระดับจะทำการบวกเพิ่มผลตอบแทนของตนเองเข้าไปในราคาสินค้าทำให้ราคาต่อหน่วยสูงขึ้น

(2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นกิจกรรมการตลาดอย่างหนึ่งจึงอยู่ภายใต้อิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

(ก) ลักษณะของผู้บริโภค ในแหล่งที่ผู้บริโภคอยู่ร่วมกันอย่างหนาแน่นสามารถใช้ช่องทางการจำหน่ายโดยตรง แต่ถ้าผู้บริโภคอยู่กันอย่างกระจายตัวมีความจำเป็นต้องผ่านคนกลาง

(ข) ลักษณะของสินค้าบางชนิดอาจไม่มีผลกระทบต่อวิธีการจำหน่าย แต่สินค้าบางอย่างที่มีคุณลักษณะพิเศษ เช่น เน้าเสียง่าย มีน้ำหนักเบา สินค้าที่สำคัญเป็นพิเศษ

(ค) สภาวะขององค์การ โดยเฉพาะนโยบายขององค์การมีการกำหนดไว้อย่างไรความชำนาญในการเสนอขายอาจมีส่วนกำหนดระบบการจัดจำหน่ายได้

(ง) สภาพและลักษณะของผู้แข่งขัน บางครั้งเราจะต้องพิจารณาว่าคู่แข่งใช้ช่องทางการจำหน่ายอย่างไรซึ่งธุรกิจต้องพิจารณาว่าการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้านั้นมีความจำเป็นจะต้องคล้ายคลึงกับคู่แข่งหรือไม่

(จ) สิ่งแวดล้อมและกฎหมาย ในบางสถานการณ์ธุรกิจอาจถูกควบคุมโดยกฎหมายหรือสิ่งแวดล้อมซึ่งมีผลต่อการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้า

(3) การตัดสินใจเลือกจำนวนคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย ในการกำหนดว่าองค์การจะใช้คนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายปริมาณมากน้อยเพียงใดให้เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของตนนั้น ผู้ผลิตจะพิจารณาถึงปริมาณของคนกลางที่ตนจะเลือกให้ทำหน้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าของตนว่าควรจะใช้คนกลางในปริมาณมากน้อยอย่างไรจึงจะเหมาะสมซึ่งมีแนวทางให้เลือกอยู่ 3 รูปแบบคือ

(ก) พยายามเลือกกระจายคนกลางให้ได้มากที่สุด คือการที่ผู้ผลิตจัดจำหน่ายสินค้าโดยให้คนกลางที่สนใจจะเป็นผู้จำหน่ายโดยถือว่าจะต้องพยายามกระจายสินค้าไปยังคนกลางในช่องทางการจำหน่ายให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้เพื่อให้สินค้าถึงมือผู้บริโภคจำนวนมาก ลักษณะของการเลือกการจัดจำหน่ายแบบนี้เหมาะสมกับสินค้าประเภทสะดวกซื้อที่ต้องวางสินค้าจำหน่ายทั่วไป

(ข) การเลือกคนกลางเฉพาะที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสม หมายถึง การที่ผู้ผลิตเรียกคนกลางที่จะมาเป็นผู้จำหน่ายสินค้าเฉพาะคนกลางที่มีคุณสมบัติพิเศษตามความต้องการของผู้ผลิต เช่น จัดวางสินค้าและจัดตกแต่งสินค้าให้สวยงาม สนใจที่จะขายสินค้าของเรา และพยายามส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการให้ได้

(ค) การรวมช่องทางการจัดจำหน่าย สถาบันทางการตลาดที่เข้ามาเป็นกลไกสำคัญในช่องทางการจำหน่าย สามารถสร้างความเจริญเติบโตและขยายกิจการได้ โดยการรวมช่องทางการจำหน่ายในแต่ละระดับเข้าด้วยกัน หรือเพิ่มช่องทางการจำหน่ายในระดับเดียวกันให้มากขึ้น

(4) สถาบันคนกลางที่สำคัญในช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่

(ก) ผู้ค้าส่ง (Wholesaler) หมายถึง พ่อค้าคนกลางที่ซื้อสินค้าจากผู้ผลิตใด ๆ มีวัตถุประสงค์ในการขายสินค้าให้กับผู้ค้าปลีกและอื่น ๆ หรือผู้ซื้อในตลาดธุรกิจ ดังนั้นผู้ค้าส่งจะมีหน้าที่ให้บริการในช่องทางการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ผู้บริโภคคนสุดท้าย

(ข) ผู้ค้าปลีก (Retailers) หมายถึง พ่อค้าคนกลางที่ซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ค้าส่งหรือจากตัวแทนคนกลาง เพื่อขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายเท่านั้น

(ค) ตัวแทนคนกลาง (Agent Middlemen) หมายถึง พ่อค้าคนกลางที่เข้ามาทำหน้าที่ช่วยเหลือในช่องทางการจำหน่าย และคนกลางประเภทนี้ไม่ได้ซื้อสินค้ามาไว้เพื่อขายขาด แต่ทำหน้าที่เป็นคนกลางเข้ามาช่วยผู้ผลิตในการจำหน่าย แต่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้าที่จำหน่ายอยู่

(ง) คนกลางที่เข้ามาทำหน้าที่อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางการตลาด (Facilitators) หมายถึง คนกลางที่เข้ามาทำหน้าที่ช่วยเหลือให้ช่องทางการจำหน่ายสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ คนกลุ่มนี้เข้ามามีส่วนร่วมทำหน้าที่ช่วยเหลือเท่านั้น แต่ไม่มีสิทธิ์ตกลงในการซื้อขาย และไม่ได้มีกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้า สถาบันคนกลางประเภทนี้ได้แก่ บริษัทขนส่ง วิทยาลัยตลาด คลังสินค้า ธนาคาร ธุรกิจประกันภัย ฯลฯ

(5) ลักษณะและความแตกต่างระหว่างผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกในช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกต่างก็มีลักษณะที่เด่นชัดเป็นของตนเองรวมทั้งมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ประการ ซึ่งสามารถสรุปได้จากหลักเกณฑ์ต่อไปนี้ คือ

(ก) การให้บริการตลาด (Market Service) การให้บริการทางการตลาดของผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกแตกต่างกันตรงกลุ่มบุคคลและวัตถุประสงค์ของการให้บริการ เพราะผู้ค้าส่งจะต้องให้บริการทางการตลาดแก่สถาบันคนกลาง ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการ ผู้ค้าปลีก ดังนั้น สรุปได้ว่าผู้ค้าส่งเป็นผู้ให้บริการในตลาดธุรกิจ ส่วนผู้ค้าปลีกให้บริการแก่กลุ่มผู้บริโภคในตลาดผู้บริโภค หมายถึงการให้บริการแก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย

(ข) ขนาดของการซื้อ (Size of Purchases) ผู้ค้าส่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการหรือตัวแทนจำหน่ายในปริมาณมาก เพราะลูกค้าจะซื้อสินค้าครั้งละมาก ๆ เพื่อไปขายหรือผลิตต่อหรือเป็นอุปกรณ์ประกอบการดำเนินงาน ส่วนผู้ค้าปลีกซื้อสินค้ามาเป็นกรรมสิทธิ์เพื่อรอจำหน่ายในปริมาณที่น้อยกว่ากิจการค้าส่ง ยกเว้นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่หรือร้านค้าปลีกแบบลูกโซ่

(ค) วิธีการดำเนินงาน (Method of Operation) การดำเนินงานของกิจการค้าส่งและกิจการค้าปลีกแตกต่างกัน วิธีการดำเนินงานของกิจการค้าส่งจะต้องใช้เงินทุนมาก มีโกดังสำหรับจัดเก็บสินค้าไว้รอจำหน่าย ไม่จำเป็นต้องจัดตั้งร้านค้าให้สวยงาม เพราะการซื้อมักจะซื้อขายโดยใช้โทรศัพท์หรือผู้ค้าส่งไปติดต่อเพื่อเสนอขาย ทำเลของสถานที่ตั้งไม่จำเป็นต้องอยู่ในชุมชน สำหรับการดำเนินงานของร้านค้าปลีก ร้านค้าปลีกจะซื้อสินค้ามาจำหน่ายแต่ละประเภทจำนวนไม่มากแต่ต้องมีสินค้าหลายแบบ หลายชนิด ให้ลูกค้าเลือก แหล่งขายเป็นสิ่งสำคัญ ผู้ค้าปลีกจะต้องเลือกทำเลการขายที่ดี และตกแต่งสถานที่จำหน่ายให้สวยงามเพื่อจูงใจผู้บริโภคให้เกิดความสนใจที่จะซื้อสินค้า

(จ) อาณาเขตการขาย (Area Served) กิจการค้าส่งจะมีอาณาเขตการขายกว้าง เพราะมีบริการทางด้านขนส่งเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ส่วนกิจการค้าปลีกจะมีอาณาเขตการขายแคบเพราะขายให้เฉพาะผู้บริโภคที่อยู่ในอาณาเขตใกล้เคียงเท่านั้น

(จ) ต้นทุนของสินค้า (Cost Goods) ส่วนใหญ่ต้นทุนของสินค้าของกิจการค้าส่งหรือกิจการค้าปลีกมักจะใช้วิธีการบวกเพิ่ม (Markup) เข้าไป ส่วนที่บวกเพิ่มคือกำไรที่ต้องการ เมื่อผู้ค้าซื้อสินค้ามาจำหน่ายจะซื้อปริมาณมากจากผู้ผลิตจึงได้ราคาถูก เนื่องจากผ่านคนกลางน้อยและได้ส่วนลดจากปริมาณ และผู้ค้าส่งก็จะมาบวกเพิ่มเพื่อขายให้กับผู้ค้าปลีก ดังนั้นต้นทุนตัวสินค้าที่ซื้อมาร้านค้าปลีกจะมีต้นทุนที่สูงกว่า

จะเห็นได้ว่ากิจการบางกิจการจะทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกประกอบกัน ซึ่งจะไม่สามารถนำหลักการเหล่านี้ไปแยกศึกษาอย่างเด่นชัดได้ ดังนั้นการแยกกิจการค้าปลีกและค้าส่งสามารถแยกอย่างหยาบโดยค้ำนึ่งถึงว่ากิจการนั้นมีรายได้หลักมาจากการค้าส่งและค้าปลีก ถ้ารายได้หลักจากการดำเนินงานนั้นมาจากกิจการค้าส่งก็ถือว่ากิจการนั้นเป็นกิจการค้าส่ง และถ้ารายได้มาจากกิจการค้าปลีกก็ถือว่าเป็นกิจการค้าปลีก (สมพร นันทะชัย, 2543)

3) ส่วนเหลือการตลาด (Marketing Margin)

คือ ความแตกต่างระหว่างราคาของผู้บริโภคจ่าย หรือราคาขายปลีก (Retail Price: P_r) กับราคาของผู้ผลิตหรือเกษตรกรได้รับ (Farmer Price: P_f) หรือ Marketing Margin: $MM = P_r - P_f$ ค่าส่วนเหลือการตลาดประกอบด้วย ต้นทุนการตลาด และกำไรของคนกลางประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ส่วนเหลือการตลาดสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับการทำหน้าที่ทางการตลาดของพ่อค้าคนกลางมีมากน้อยเพียงใด กล่าวคือหากมีกิจกรรมมากต้นทุนก็จะสูง และการบวกกำไรของคนกลางมากน้อยเพียงใด

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงส่วนเหลือการตลาด ได้แก่ 1) ระดับราคาสินค้าโดยทั่วไปเปลี่ยนแปลง เช่น ค่าบรรจุภัณฑ์ ราคาน้ำมัน 2) ปริมาณสินค้าที่เข้าสู่ตลาด ถ้าปริมาณสินค้ามากส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง 3) การปรับปรุงเทคโนโลยีต่าง ๆ ในการทำหน้าที่การตลาดอาจจะส่งผลต่อต้นทุนการตลาดเพิ่มขึ้นหรือลดลง 4) การเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค เช่น ความต้องการสินค้าสำเร็จรูปมากขึ้น (มนต์ชัย วัฒนเชื้อ, 2562)

บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไป

การศึกษาการผลิตและการตลาดแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ โดยการเก็บข้อมูลได้มีการแบ่งขนาดฟาร์มตามจำนวนของแพะในฟาร์ม จำแนกฟาร์ม ได้ 4 ขนาด ดังนี้ ฟาร์มที่มีจำนวนแพะ 1-20 ตัว เป็นฟาร์มขนาดย่อย ฟาร์มที่มีจำนวนแพะ 21-50 ตัว เป็นฟาร์มขนาดเล็ก ฟาร์มที่มีจำนวนแพะ 51-100 ตัว เป็นฟาร์มขนาดกลาง และฟาร์มที่มีจำนวนแพะมากกว่า 100 ตัวขึ้นไป เป็นฟาร์มขนาดใหญ่ มีรายละเอียดได้ดังนี้

3.1 สถานการณ์แพะเนื้อในประเทศไทย

3.1.1 การผลิตแพะเนื้อ

ปี 2563 ประเทศไทยมีเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อจำนวน 70,070 ราย โดยมีแพะจำนวน 936,204 ตัว ซึ่งในภาคเหนือตอนล่าง 2 มีจำนวนผู้เลี้ยงแพะเนื้อ 936 ราย ร้อยละ 1.34 ของเกษตรกรทั้งหมด และมีแพะเนื้อทั้งหมด 32,380 ตัว คิดเป็นร้อยละ 3.46 ของจำนวนทั้งหมด สภาพการเลี้ยงแพะของภาคเหนือตอนล่าง 2 ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยที่เลี้ยงเป็นอาชีพหลัก และเลี้ยงเป็นอาชีพเสริมควบคู่กับการทำเกษตรอย่างอื่น เช่น ข้าว มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยเลี้ยงแพะเพื่อจำหน่ายแพะรุ่นตัวผู้ น้ำหนัก 15 – 30 กิโลกรัม ให้แก่พ่อค้ารวบรวมในพื้นที่เพื่อส่งต่อไปยังภูมิภาคอื่นเพื่อนำไปเลี้ยงต่อเพื่อเพิ่มน้ำหนักสำหรับใช้เนื้อในการบริโภค รายละเอียดดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ข้อมูลการเลี้ยงแพะ ปี 2563

ระดับ	เกษตรกร (ราย)		แพะ (ตัว)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประเทศ	70,070	100	936,204	100
ภาคเหนือตอนล่าง 2	936	1.34	32,380	3.46

(10 สิงหาคม 2563)

พื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 (จังหวัดกำแพงเพชร นครสวรรค์ พิจิตร และอุทัยธานี) การเลี้ยงแพะเนื้อ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี 2563 มีเกษตรกรเลี้ยงแพะเนื้อ 936 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ซึ่งมีเกษตรกรเลี้ยงแพะเนื้อจำนวน 691 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.5 หรือเพิ่มขึ้นช่วงปี 2560 – 2563 เฉลี่ยร้อยละ 34.4 ต่อปี เนื่องจากเกษตรกรประสบกับภาวะภัยแล้ง ประกอบกับราคาแพะมีแนวโน้มอยู่ในเกณฑ์ดี เกษตรกรจึงปรับเปลี่ยนมาเลี้ยงแพะกันมากขึ้น รายละเอียดดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ประชากรแพะ และเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อในพื้นที่ภาคกลางเหนือตอนล่าง 2 ปี 2560-2563

ปี พ.ศ.	ประชากรแพะ (ตัว)			อัตราการเปลี่ยนแปลง ประชากรแพะเนื้อ (ร้อยละ)	เกษตรกร (ราย)	อัตราการเปลี่ยนแปลง เกษตรกร (ร้อยละ)
	เพศผู้	เพศเมีย	รวม			
	(ตัว)	(ตัว)	(ตัว)			
2560	4,283	13,513	17,796		388	
2561	4,356	14,813	19,169	7.7	479	23.5
2562	5,282	19,944	25,226	31.6	691	44.3
2563	6,069	26,311	32,380	28.4	936	35.5
อัตราการเติบโตเฉลี่ย				22.6		34.4

ที่มา : * กรมปศุสัตว์, 2563

3.1.2 สายพันธุ์แพะที่นิยมเลี้ยงในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2

1) แพะพันธุ์บอร์ (Boer) เป็นที่นิยมในหมู่เกษตรกรในพื้นที่ เนื่องจากมีรูปร่างใหญ่ ลำสัน มีลำตัวยาวใหญ่และกว้าง มีกล้ามเนื้อมาก และมีลักษณะของกระดูกโครงร่างแข็งแรง ลักษณะสีลำตัวเป็นสีขาวมีสีน้ำตาลแดงที่หัวและคอลักษณะสีลำตัวเป็นสีขาวมีสีน้ำตาลแดงที่หัวและคอ หัวโหนกนูน ตั้งจมูกโด่งและงุ้มลง เขาเอนไปด้านหลังและงอโค้งลงด้านล่าง ใบหูยาวและห้อยลง มีเครา แต่ไม่มีติ่งที่ใต้คอ น้ำหนักตัวเฉลี่ยของตัวผู้อยู่ที่ประมาณ 70-90 กิโลกรัม ส่วนตัวเมียมีน้ำหนักตัวเฉลี่ยอยู่ที่ 50-65 กิโลกรัม แม่แพะมีอัตราการให้ลูกแฝดสูง โดยมีจำนวนลูก 2-3 ตัวต่อครอก แพะพันธุ์นี้มีข้อดีในการเลี้ยงเป็นแพะเนื้อเพราะมีขนาดใหญ่ ให้เนื้อมาก หนึ่งจะมีคุณภาพดี อัตราการเจริญเติบโตดีหากมีการให้อาหารชั้นเสริมแต่มีข้อด้อยในเรื่องของการที่แม่แพะให้นมน้อยไม่เพียงพอในการเลี้ยงลูกแฝด

2) พันธุ์แองโกลนูเบีย (Anglo Nubian) เป็นพันธุ์ที่เกิดจากการปรับปรุงพันธุ์โดยผสมพันธุ์ระหว่างแพะอียิปต์ พันธุ์ซาโรบี แพะอินเดียพันธุ์จามาปารี และแพะจากสวีตเซอร์แลนด์ พันธุ์ทอร์กเก้นเบิร์ก ซึ่งได้มีการดำเนินการพัฒนาสายพันธุ์ในประเทศอังกฤษ เนื่องจากแพะพันธุ์แองโกลนูเบียสืบเชื้อสายมาจากแพะในเขตร้อนการปรับปรุงพันธุ์จึงสามารถที่จะปรับตัวเข้ากับสภาพอากาศร้อนได้ดีกว่าแพะพันธุ์ยุโรป แพะพันธุ์แองโกลนูเบียนี้มีสีหลายสี ตั้งแต่สีดำ น้ำตาล เทา และสีขาว แพะพันธุ์นี้มีสีอะไรก็ได้ไม่ถือว่าเป็นผิดลักษณะประจำพันธุ์ ลักษณะทั่วไปเป็นแพะขนาดใหญ่ ลำตัวยาวและกว้างเมื่อโตเต็มวัย เพศผู้มีน้ำหนักประมาณ 70 กิโลกรัม เพศเมียหนักประมาณ 60 กิโลกรัม กิโลกรัมความสุข กิโลกรัมความสูงที่ 74 เซนติเมตร หัวโหนกนูน ใบหูใหญ่ยาว และห้อยตกลง ตั้งจมูกโด่งและงุ้มลงงุ้มไม่มีติ่งใต้คอ ตัวผู้มักมีเคราแต่ตัวเมียไม่มี ปกติไม่มีเขาแต่บางตัวอาจมีเขานขนาดเล็ก เขาจะมีลักษณะสั้นเอนแนบติดกับหลังหัว แพะพันธุ์นี้ให้นมเฉลี่ยประมาณวันละ 1 กิโลกรัม สามารถผลิตน้ำนมได้เฉลี่ยประมาณ 300 กิโลกรัมตลอดระยะเวลาการให้นมนานประมาณ 300 วัน แม่แพะมีอัตราการคลอดลูกแฝดสูง โดยจะมีอัตราการคลอดลูกเฉลี่ยอยู่ที่ครอกละ 1.6 - 1.9 ตัว ข้อดีของแพะพันธุ์นี้คือมีขนที่สั้นและนุ่มละเอียดเป็นมัน จึงสามารถทนทานและสามารถปรับตัวในสภาพอากาศร้อนได้ดี รวมทั้งแพะพันธุ์นี้มีช่วงขาวยาวซึ่งเป็นลักษณะดีที่จะช่วยทำให้การรีดนมง่ายอีกทั้งไม่เสี่ยงต่อการเป็นโรคเต้านมอักเสบ

3) แพะพื้นเมือง (Native Goats) เป็นแพะที่มีขนาดเล็กมีการเลี้ยงและขยายพันธุ์กันอย่างแพร่หลายในแถบชนบทในเขตภาคใต้ของประเทศไทย โดยมากแพะพื้นเมืองที่มีอยู่มีการสันนิษฐานว่าการนำเข้ามาเลี้ยงนั้นได้มาจากสายพันธุ์แพะในประเทศอินเดียและประเทศมาเลเซียด้วยเหตุผลของการเผยแพร่ศาสนาและวัฒนธรรมการเลี้ยงแพะของประชาชนที่นับถือศาสนาอิสลามการเลี้ยงแพะในเขตภาคใต้ของประเทศไทยนั้นมักจะเป็นการเลี้ยงแบบปล่อยให้หากินไปตามพื้นที่ที่รกร้างเลือกสวนไร่นาทุ่งหญ้าสาธารณะเขตสวนยางหรือป่าพรุเป็นต้นและพื้นเมืองเป็นแพะที่มีขนาดตัวเล็กลักษณะของแพะมักจะค่อนข้างแปรผันมากทั้งในส่วนของการรูปร่างและสีขนของลำตัวแพะคือมีมากมายหลายสีตั้งแต่สีเหลืองแดงสีน้ำตาลแดงน้ำตาลเข้มดำหรืออาจมีลักษณะแบบสีผสมเช่นขาวน้ำตาลขาวดำน้ำตาลดำอาจพบลำตัวแพะมีลายจุดหรือลายเป็นวง เป็นแต้ม หรือมีลายกระด้างกระดามีการผสมสีกับขนสีของลำตัวดูไปทั้งตัวเป็นต้นลักษณะนิสัยแพะพื้นเมืองจะค่อนข้างร่าเริงและมีความอดทนสูงต่อสภาพแวดล้อม ที่ไม่เหมาะสมหลายอย่างเช่นสภาพอากาศร้อนหรือความชื้นที่มาจากสภาพฝนตกชุกในเขตภาคใต้ของไทย แพะพื้นเมืองมีขนาดเล็กจึงทำให้ประตูเปรี๊ยวค่องตัวในการสอดแทรกหากินใบไม้ตามพุ่มไม้และป็นปายค่องแคล่ว เชื่อง ไม่ตื่นคน หากินเก่ง กินอาหารได้หลากหลาย ทั้งผลพลอยได้ทางการเกษตร เศษพืชผักหรือเศษอาหารที่เหลือจากครัวเรือน แพะพื้นเมืองจะค่อนข้างเป็นสัตว์เร็วแต่ก็เลี้ยงลูกเก่งสอนให้หากินได้เร็วซึ่งถือเป็นลักษณะเด่นของแท้พื้นเมืองนั่นเอง

4) แพะลูกผสม (Mixed breed) เป็นลูกแพะที่เกิดจากการผสมพันธุ์ของพ่อแม่แพะต่างพันธุ์ ซึ่งอาจเป็นการผสมพันธุ์กันระหว่างพันธุ์ซาแนนกับพันธุ์แองโกลนูเบียน พันธุ์ซาแนนกับพันธุ์พื้นเมือง พันธุ์ซาแนนกับพันธุ์บอร์ เป็นต้น การปรับปรุงพันธุ์ให้ได้ลูกผสมระหว่างสายพันธุ์แท้ทั้งของแพะเนื้อและแพะนมเข้าด้วยกันทำขึ้นเพื่อจุดประสงค์ในแง่ของการใช้ประโยชน์จากพอดิ และลดข้อด้อยของสายพันธุ์ที่เป็นพันธุ์แท้แต่ละพันธุ์ ตัวอย่างเช่น การผสมพันธุ์แพะเนื้อกับแพะนมจะทำให้ได้ลูกที่มีขนาดใหญ่ใช้เป็นแพะเนื้อจะให้คุณภาพดีมีเนื้อมาก และยังเกิดลักษณะเด่นของแพะนมที่ให้นมมากทำให้มีน้ำนมเลี้ยงลูกได้ดีและมีนมเพียงพอที่จะใช้ในการเลี้ยงดูลูกที่เกิดเป็นลูกแฝดสอง หรือแฝดสามในแต่ละครอก ช่วยให้ลูกที่เกิดมาได้กินนมมากเพียงพอทำให้ลูกมีอัตราการเจริญเติบโตที่ดีและรวดเร็ว และยังช่วยให้ลูกแพะมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง อีกครั้งหากมีการผสมพันธุ์แพะสายพันธุ์แท้กับแพะพื้นเมืองลูกผสมก็สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมในเขตร้อนได้ดีมีความทนต่อโรคและแมลงที่มักพบได้ในพื้นที่เขตร้อนชื้น รวมถึงแพะยังจะมีการเป็นหนุ่มสาวได้เร็วตามลักษณะเด่นในเรื่องของระบบสืบพันธุ์ที่มีในแพะพื้นเมืองสามารถช่วยให้เกษตรกรได้ผลผลิตที่เป็นตัวลูกแพะที่เพิ่มจำนวนขึ้นในฝูงได้อย่างรวดเร็วในระยะเวลาไม่นานอีกทั้งแม่แพะจะเลี้ยงลูกเก่งมีการดูแลลูกได้ดีทำให้ลูกมีน้ำหนักตัวที่ดีเมื่อถึงช่วงอายุหย่านม โดยในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 จากการสำรวจพบว่าเกษตรกรนิยมลูกผสมสายพันธุ์บอร์ เพื่อให้ลูกที่ได้มีโครงสร้างใหญ่ โตไว

3.1.3 การเลี้ยงแพะในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2

1) ลักษณะการเลี้ยงแพะของเกษตรกรในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2

(1) การเลี้ยงแบบปล่อย เกษตรกรมักปล่อยแพะให้ออกหากินอาหารในเวลากลางวันโดยเจ้าของจะคอยดูแลตลอดเวลาหรือเป็นบางเวลา การปล่อยแพะหาอาหารกินอาจปล่อยในพื้นที่ไร่ นา หลังการเก็บเกี่ยว พื้นที่สาธารณะที่มีพืชขึ้นตามข้างทาง หรือตามบริเวณเชิงเขาที่ปล่อยวาง แต่ต้องระมัดระวังอย่าให้แพะทำความเสียหายให้แก่แปลงเพาะปลูกของเกษตรกรรายอื่น ทั้งนี้เพราะแพะกินพืชได้หลายชนิด การปล่อยแพะออกหากินไม่ควรปล่อยเวลาที่แดดร้อนจัดหรือฝนตก เพราะแพะอาจจะป่วยได้ โดยปกติเกษตรกรมักปล่อยแพะหาอาหารกินอาหารตอนสายแล้วไล่ต้อนกลับเข้าคอกตอนเที่ยง หรือให้แพะออกหากินอาหารตอนบ่ายแล้วไล่ต้อนกลับเข้าคอกตอนเย็นหากพื้นที่มีหญ้าอุดมสมบูรณ์แพะจะกินอาหารเพียง 1-2 ชั่วโมงก็เพียงพอ

(2) การเลี้ยงแบบขังคอก การเลี้ยงแบบนี้เกษตรกรขังแพะไว้ในคอก อาจมีแปลงหญ้าและรั้วรอบแปลงหญ้าเพื่อให้แพะได้ออกกินหญ้าในแปลง บางครั้งเกษตรกรต้องตัดหญ้าเนเปียร์หรือหญ้าชนิดอื่นให้แพะกินบ้าง ในคอกต้องมีน้ำและอาหารชั้นให้กิน การเลี้ยงวิธีนี้ประหยัดพื้นที่และแรงงานในการดูแลแพะแต่ต้องลงทุนสูงเกษตรกรจึงไม่นิยมทำการเลี้ยงกัน

(3) การเลี้ยงแบบทั้งขังคอกและปล่อย ลักษณะการเลี้ยงคล้ายกับแบบปล่อย แต่จะสร้างคอกหรือโรงเรือนสำหรับกักขังตอนกลางคืน โดยในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 สามารถแบ่งได้ออก 2 รูปแบบ ได้แก่ (ก) การเลี้ยงแบบทั้งขังคอกและปล่อยแบบไล่ทุ่ง แบบมีโรงเรือนสำหรับกักขังตอนกลางคืน โดยในตอนกลางวันจะต้อนแพะให้ออกหากินตามทุ่งหญ้าในที่สาธารณะตลอดทั้งปี (ข) การเลี้ยงแบบขังคอกในช่วงฤดูการเพาะปลูกและปล่อยไล่ทุ่งช่วงหลังการเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร โดยเกษตรกรจะเลี้ยงแพะในบริเวณคอกในฤดูการที่มีการเพาะปลูก โดยตัดหญ้า กระจิน หรือซื้ออาหารชั้นในการเลี้ยงแพะ เพื่อป้องกันไม่ให้แพะไปกินพืชผลของผู้อื่นในฤดูการเพาะปลูก แต่เมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้ว เกษตรกรจะปล่อยให้แพะออกไปหากินตามพื้นที่ไร่ นา และทุ่งหญ้าสาธารณะ

2) ปัญหา/ อุปสรรค ที่เกษตรกรพบในการเลี้ยงแพะเนื้อ จากการสำรวจพบว่าเกษตรกรประสบกับปัญหาขาดแคลนพื้นที่เลี้ยงแพะ เนื่องจากช่วงปี 2561-2562 เกษตรกรประสบกับภาวะภัยแล้ง ปริมาณน้ำฝนน้อย ทำให้ทุ่งหญ้าสาธารณะลดลง ปริมาณหญ้าไม่เพียงพอ เกษตรกรมีการปรับเปลี่ยนเป็นปล่อยให้แพะออกหากินในที่สาธารณะลดลง เปลี่ยนเป็นจัดหาแปลงหญ้าเพื่อปลูกหญ้าชนิดต่าง ๆ อาทิ หญ้าเนเปียร์ หญ้าแพงโกลา เพื่อเลี้ยงแพะ ในส่วนของเกษตรกรรายใหม่ ยังขาดองค์ความรู้ในการเลี้ยงดูแลแพะให้แข็งแรง โดยส่วนใหญ่จะขอความช่วยเหลือจากเพื่อนเกษตรกรด้วยกันในการแก้ปัญหาเวลาประสบกับปัญหาแพะป่วย เกษตรกรมีความต้องการอยากได้รับการสนับสนุนความรู้ในการเลี้ยง และดูแลแพะ รวมไปถึงการสนับสนุนปัจจัยการผลิต อาทิ วัคซีน ยาถ่ายพยาธิชนิดต่างๆ และยารักษาโรค

3.2 ข้อมูลทั่วไปของครัวเรือนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 จำนวน 56 ราย สามารถอธิบายลักษณะทั่วไปของครัวเรือนเกษตรกร ดังนี้

3.2.1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร

ฟาร์มขนาดย่อม พบว่า เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.56 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 44.44 มีอายุเฉลี่ย 50.14 ปี ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 50-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุมากกว่า 40-50 ปี มากกว่า 30-40 ปี และมากกว่า 60 ปีขึ้นไป คิดเป็น ร้อยละ 27.78 11.11 และ 11.11 ตามลำดับ ด้านอาชีพหลักประกอบอาชีพทำนา และทำไร่มากที่สุด มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 27.78 รองลงมาประกอบอาชีพเลี้ยงแพะ และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 11.10 ด้านระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.22 รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มัธยมศึกษาตอนต้น ปวส./อนุปริญญา และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 11.10 5.56 5.56 5.56 ตามลำดับ

ฟาร์มขนาดเล็ก พบว่า เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 66.67 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 33.33 มีอายุเฉลี่ย 49.67 ปี ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 50-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.44 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี มากกว่า 40-50 ปี มากกว่า 60 ปีขึ้นไป และมากกว่า 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.67 16.67 16.67 และ 5.55 ตามลำดับ ด้านอาชีพหลักประกอบอาชีพเลี้ยงแพะมากที่สุด ร้อยละ 38.89 รองลงมาค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 22.22 ทำนา คิดเป็นร้อยละ 16.67 ทำไร่ และรับจ้างทั่วไปมีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 11.11 ด้านระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 22.22 16.66 และ 5.56 ตามลำดับ

ฟาร์มขนาดกลาง พบว่า เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 80 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 20 มีอายุเฉลี่ย 56.33 ปี ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 50-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.00 ส่วนที่เหลืออยู่ในช่วงอายุมากกว่า 40-50 ปี และ มากกว่า 60 ปีขึ้นไป ที่สัดส่วนเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 30.00 ด้านอาชีพหลักประกอบอาชีพเลี้ยงแพะมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา ทำนาและทำไร่ มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และที่เหลือรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 10 ด้านระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และปริญญาตรี มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ฟาร์มขนาดใหญ่ พบว่า เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 80 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 20 มีอายุเฉลี่ย 48.22 ปี ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 40-50 ปี และมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ในสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุมากกว่า 20-30 ปี และมากกว่า 50-60 ปี ในสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 20.00 ด้านอาชีพหลักประกอบอาชีพเลี้ยงแพะมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาทำนา คิดเป็นร้อยละ 30.00 และทำไร่ คิดเป็นร้อยละ 20.00 ด้านระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา

มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ภาพรวมทั้งหมดของเกษตรกรที่เลี้ยงแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 67.86 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 32.14 มีอายุเฉลี่ย 50.98 ปี โดยอยู่ในช่วงอายุมากกว่า 50-60 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.07 รองลงมาอยู่ในช่วงมากกว่า 40-50 ปี อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ช่วงอายุมากกว่า 20-30 ปี และช่วงอายุมากกว่า 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.00 19.64 8.93 5.36 ตามลำดับ ด้านอาชีพหลักประกอบอาชีพเลี้ยงแพะมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.72 รองลงมาทำนา คิดเป็นร้อยละ 23.21 ทำไร่ คิดเป็นร้อยละ 19.64 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 12.50 และรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 8.93 จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่เกษตรกรไม่ได้ยึดอาชีพเลี้ยงแพะเป็นอาชีพหลักเพียงอาชีพเดียว แต่เป็นการเลี้ยงแพะเพื่อเป็นรายได้เสริม เนื่องจากการเลี้ยงแพะไม่ต้องการพื้นที่เยอะ และได้ผลตอบแทนไว ด้านระดับการศึกษาจบการศึกษาระดับประถมศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.64 รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มัธยมศึกษาตอนต้น สูงกว่าปริญญาตรี ปสว./อนุปริญญา และปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.50 10.71 3.57 1.79 และ 1.79 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.3 ข้อมูลทั่วไปของครัวเรือนเกษตรกร

หน่วย: ร้อยละ

รายการ	ขนาดฟาร์ม									
	ขนาดย่อย		ขนาดเล็ก		ขนาดกลาง		ขนาดใหญ่		รวม	
	จำนวน (N=18)	ร้อยละ	จำนวน (N=18)	ร้อยละ	จำนวน (N=10)	ร้อยละ	จำนวน (N=10)	ร้อยละ	จำนวน (N=56)	ร้อยละ
1. เพศ										
ชาย	10	55.56	12	66.67	8	80.00	8	80.00	38	67.86
หญิง	8	44.44	6	33.33	2	20.00	2	20.00	18	32.14
2. อายุ										
21-30 ปี	-	-	3	16.67	-	-	2	20.00	5	8.93
มากกว่า 30-40 ปี	2	11.11	1	5.55	-	-	-	-	3	5.36
มากกว่า 40-50 ปี	5	27.78	3	16.67	3	30.00	3	30.00	14	25.00
มากกว่า 50-60 ปี	9	50.00	8	44.44	4	40.00	2	20.00	23	41.07
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	2	11.11	3	16.67	3	30.00	3	30.00	11	19.64
อายุเฉลี่ย (ปี)	50.14		49.67		56.33		48.22		50.98	
3. อาชีพหลัก										
เลี้ยงแพะ	3	16.67	7	38.89	5	50.00	5	50.00	20	35.72
ทำนา	5	27.78	3	16.67	2	20.00	3	30.00	13	23.21
ทำไร่	5	27.78	2	11.11	2	20.00	2	20.00	11	19.64
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3	16.67	4	22.22	-	-	-	-	7	12.50
รับจ้างทั่วไป	2	11.10	2	11.11	1	10.00	-	-	5	8.93
4. ระดับการศึกษา										
ประถมศึกษา	13	72.22	10	55.56	8	80.00	8	80.00	39	69.64
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	5.56	4	22.22	-	-	1	10.00	6	10.71
มัธยมศึกษาตอนปลาย	2	11.10	3	16.66	1	10.00	1	10.00	7	12.50
ปวส./อนุปริญญา	1	5.56	-	-	-	-	-	-	1	1.79
ปริญญาตรี	-	-	-	-	1	10.00	-	-	1	1.79
สูงกว่าปริญญาตรี	1	5.56	1	5.56	-	-	-	-	2	3.57

ที่มา: จากการสำรวจ

3.2.2 เนื้อที่ถือครองทางการเกษตร

1) เนื้อที่ถือครองทางการเกษตรของเกษตรกร ในฟาร์มขนาดย่อย มีเนื้อที่ถือครองทางการเกษตรเฉลี่ย 17.1 ไร่ ฟาร์มขนาดเล็กมีเนื้อที่ถือครองทางการเกษตรเฉลี่ย 15.7 ไร่ ฟาร์มขนาดกลางมีเนื้อที่ถือครองทางการเกษตรเฉลี่ย 30.2 ไร่ และฟาร์มขนาดใหญ่มีเนื้อที่ถือครองทางการเกษตรเฉลี่ย 47.7 ไร่ และในภาพรวมเกษตรกรมีเนื้อที่ถือครองทางการเกษตรเฉลี่ย 24.7 ไร่

2) เนื้อที่เลี้ยงแพะของเกษตรกร ในฟาร์มขนาดย่อย มีเนื้อที่เฉลี่ย 2.0 ไร่ ฟาร์มขนาดเล็กมีเนื้อที่เฉลี่ย 1.8 ไร่ ฟาร์มขนาดกลางมีเนื้อที่เฉลี่ย 8.0 ไร่ และฟาร์มขนาดใหญ่มีเนื้อที่เฉลี่ย 6.8 ไร่ และในภาพรวมเกษตรกรมีเนื้อที่เลี้ยงแพะเฉลี่ย 4.0 ไร่

รายละเอียดดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.4 เนื้อที่การถือครองทางการเกษตรของเกษตรกร

หน่วย: ไร่

รายการ	ขนาดฟาร์ม				รวม จำนวน (N=56)
	ขนาดย่อย	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง	ขนาดใหญ่	
	จำนวน (N=18)	จำนวน (N=18)	จำนวน (N=10)	จำนวน (N=10)	
เนื้อที่การถือครองทางการเกษตร					
เนื้อที่ถือครองทางการเกษตรทั้งหมดเฉลี่ย	17.1	15.7	30.2	47.7	24.7
เนื้อที่เลี้ยงแพะเฉลี่ย	2.0	1.8	8.0	6.8	4.0

ที่มา: จากการสำรวจ

3.2.3 ประสบการณ์เลี้ยงปศุสัตว์

เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ในฟาร์มขนาดย่อยมีประสบการณ์เลี้ยงปศุสัตว์ เฉลี่ย 10.29 ปี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์อยู่ในช่วง 1-5 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.22 รองลงมามีประสบการณ์เลี้ยงปศุสัตว์ 16 ปีขึ้นไป และอยู่ในช่วง 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.22 และ 5.56 ตามลำดับ สำหรับการเลี้ยงแพะ เกษตรกรมีประสบการณ์เฉลี่ย 6.57 ปี โดยมีประสบการณ์เลี้ยงแพะอยู่ในช่วง 1-5 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมามีประสบการณ์เลี้ยงแพะ 16 ปีขึ้นไป และอยู่ในช่วง 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.11 และ 5.56 ตามลำดับ ด้านฟาร์มขนาดเล็ก เกษตรกรมีประสบการณ์เลี้ยงปศุสัตว์เฉลี่ย 10.5 ปี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์อยู่ในช่วง 1-5 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.34 รองลงมา มีประสบการณ์ 6-10 ปี 11-15 ปี และ 16 ปีขึ้นไป ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 22.22 สำหรับการเลี้ยงแพะ เกษตรกรมีประสบการณ์ เฉลี่ย 5.83 ปี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์อยู่ในช่วง 1-5 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมามีประสบการณ์ 6-10 ปี และ 16 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.56 ด้านฟาร์มขนาดกลางเกษตรกรมีประสบการณ์เลี้ยงปศุสัตว์เฉลี่ย 15.83 ปี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์เลี้ยงปศุสัตว์อยู่ในช่วง 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา 11-15 ปี 16 ปีขึ้นไป และ 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.00 20.00 และ 10.00 ตามลำดับ สำหรับการเลี้ยงแพะ เกษตรกร

มีประสบการณ์เฉลี่ย 8.01 ปี ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์อยู่ในช่วง 1-5 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา 6-10 ปี 16 ปีขึ้นไป และ 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.00 20.00 และ 10.00 ตามลำดับ ด้านฟาร์มขนาดใหญ่ เกษตรกรมีประสบการณ์เลี้ยงปลุสสัตว์เฉลี่ย 10.44 ปี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์เลี้ยงปลุสสัตว์อยู่ในช่วง 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา 1-5 ปี 11-15 ปี และ 16 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.00 10.00 และ 10.00 ตามลำดับ สำหรับการเลี้ยงแพะ เกษตรกรมีประสบการณ์เฉลี่ย 5.22 ปี ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์อยู่ในช่วง 1-5 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.00 และรองลงมา 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

ภาพรวมเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 มีประสบการณ์เลี้ยงปลุสสัตว์ เฉลี่ย 11.58 ปี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์เลี้ยงปลุสสัตว์อยู่ในช่วง 1-5 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.29 รองลงมา อยู่ในช่วง 6-10 ปี 16 ปีขึ้นไป และ 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.43 25.00 และ 14.29 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นประสบการณ์จากการเลี้ยงโคเนื้อ สุกร แพะ และไก่เนื้อ ด้านประสบการณ์เลี้ยงแพะเกษตรกรมีประสบการณ์เฉลี่ย 6.40 ปี โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1-5 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.71 ในส่วนนี้เกษตรกรเริ่มต้นเลี้ยงแพะเนื่องจากประสบกับภาวะภัยแล้งในแปลงนาข้าว/พืชไร่ ประกอบกับราคาพืชผลที่ไม่คงที่ และมีเพื่อนเกษตรกรในพื้นที่เลี้ยงแพะ เห็นว่าเลี้ยงง่าย โตไว ราคาอยู่ในเกณฑ์ดี มีพ่อค้าเข้ามารับซื้อถึงที่ จึงปรับเปลี่ยนมาเลี้ยงแพะเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ในครัวเรือน รองลงมา มีประสบการณ์อยู่ในช่วง 6-10 ปี 16 ปีขึ้นไป และ 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.79 8.93 และ 3.57 รายละเอียดดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.5 ประสบการณ์เลี้ยงปลุสสัตว์ของเกษตรกร

หน่วย: ร้อยละ

รายการ	ขนาดฟาร์ม									
	ขนาดย่อย		ขนาดเล็ก		ขนาดกลาง		ขนาดใหญ่		รวม	
	จำนวน (N=18)	ร้อยละ	จำนวน (N=18)	ร้อยละ	จำนวน (N=10)	ร้อยละ	จำนวน (N=10)	ร้อยละ	จำนวน (N=56)	ร้อยละ
1. ประสบการณ์เลี้ยงปลุสสัตว์										
1-5 ปี	13	72.22	6	33.34	1	10.00	2	20.00	22	39.29
6-10 ปี	-	-	4	22.22	4	40.00	6	60.00	14	25.00
11-15 ปี	1	5.56	4	22.22	2	20.00	1	10.00	8	14.29
16 ปีขึ้นไป	4	22.22	4	22.22	3	30.00	1	10.00	12	21.43
เฉลี่ย (ปี)	10.29		10.5		15.83		10.44		11.58	
2. ประสบการณ์เลี้ยงแพะรุ่น										
1-5 ปี	15	83.33	10	55.56	5	50.00	4	40.00	34	60.71
6-10 ปี	-	-	7	38.88	2	20.00	6	60.00	15	26.79
11-15 ปี	1	5.56	-	-	1	10.00	-	-	2	3.57
16 ปีขึ้นไป	2	11.11	1	5.56	2	20.00	-	-	5	8.93
เฉลี่ย (ปี)	6.57		5.83		8.01		5.22		6.40	

ที่มา: จากการสำรวจ

3.2.4 รูปแบบการเลี้ยงแพะของเกษตรกร

ในฟาร์มขนาดย่อยส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงแบบกึ่งชังคอกและปล่อย คิดเป็นร้อยละ 55.56 เลี้ยงแบบชังคอก คิดเป็นร้อยละ 44.44 ฟาร์มขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงแบบกึ่งชังคอกและปล่อย คิดเป็นร้อยละ 88.89 เลี้ยงแบบชังคอก คิดเป็นร้อยละ 11.11 ฟาร์มขนาดกลางส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงแบบกึ่งชังคอกและปล่อย คิดเป็นร้อยละ 80.00 เลี้ยงแบบชังคอก คิดเป็นร้อยละ 20.00 และฟาร์มขนาดใหญ่ เลี้ยงแบบชังคอกทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100.00 ในภาพรวมส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงแบบกึ่งชังคอกและปล่อย คิดเป็นร้อยละ 78.57 โดยส่วนใหญ่เกษตรกรจะปล่อยให้แพะกินหญ้า/กระถินตามพื้นที่สาธารณะ หรือกินหญ้าในแปลงหญ้าที่เกษตรกรปลูกไว้ในบริเวณฟาร์มในช่วงเวลากลางวัน และมีการตัดหญ้า/กระถิน รวมถึงอาหารชั้นให้แพะในช่วงเวลาชังคอก ส่วนที่เหลือร้อยละ 21.43 เลี้ยงแบบชังคอก เป็นลักษณะเลี้ยงแค่บริเวณในฟาร์ม ไม่มีการปล่อยแพะออกไปหาอาหารนอกฟาร์ม

3.2.5 แรงงานที่ใช้ในการเลี้ยงแพะ

แรงงานที่ใช้ในการเลี้ยงแพะส่วนใหญ่เป็นแรงงานในครัวเรือน โดยในฟาร์มขนาดย่อยเฉลี่ย 1.79 คน ขนาดเล็กเฉลี่ย 1.95 คน ขนาดกลางเฉลี่ย 1.5 คน และขนาดใหญ่เฉลี่ย 2.11 คน ในภาพรวมใช้แรงงานในครัวเรือนเฉลี่ย 1.88 คน เป็นลักษณะช่วยกันดูแลในระบบครัวเรือน สับเปลี่ยนกันดูแลแพะในช่วงที่ปล่อยให้แพะออกไปกินอาหารนอกฟาร์มเพื่อไม่ให้แพะไปกินอาหารแปลกปลอม หรือผลผลิตทางการเกษตรในฟาร์มอื่น รวมไปถึงสับเปลี่ยนกันทำกิจกรรมอื่นๆ ในฟาร์ม อาทิ ตัดหญ้า/กระถิน ให้อาหารแพะ ทำความสะอาดคอกแพะ ดูแลแพะ

3.2.6 มาตรฐานการเลี้ยง

ภาพรวมเกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 89.29 ยังไม่ได้รับมาตรฐานฟาร์ม จากการสำรวจ พบว่าเกษตรกรไม่ได้ขอรับมาตรฐานฟาร์มเนื่องจากเห็นว่าในพื้นที่ไม่เคยเกิดโรคระบาด (โรค Brucellosis) จึงยังไม่ขอรับมาตรฐานฟาร์ม และร้อยละ 10.71 ได้รับมาตรฐานฟาร์มปลอดภัย

3.2.7 การจัดทำบัญชีฟาร์มและการจัดทำบัญชีประวัติแพะเนื้อ

ภาพรวมเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่จัดทำบัญชีฟาร์ม คิดเป็นร้อยละ 80.36 เนื่องจากเลี้ยงแพะเป็นรายได้เสริม ไม่มีเวลาว่างจากงานประจำ และไม่รื้อหนังสือ ส่วนการจัดทำบัญชีประวัติแพะเนื้อ เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 75.00 ยังไม่มีการจัดทำ และร้อยละ 25.00 มีการทำประวัติแพะเนื้อเป็นประจำ รายละเอียดดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.6 การเลี้ยงแพะรุ่นของเกษตรกร

หน่วย: ร้อยละ

รายการ	ขนาดฟาร์ม									
	ขนาดย่อย		ขนาดเล็ก		ขนาดกลาง		ขนาดใหญ่		รวม	
	จำนวน (N=18)	ร้อยละ	จำนวน (N=18)	ร้อยละ	จำนวน (N=10)	ร้อยละ	จำนวน (N=10)	ร้อยละ	จำนวน (N=56)	ร้อยละ
1. รูปแบบการเลี้ยง										
เลี้ยงแบบขังคอก	8	44.44	2	11.11	2	20.00	-	-	12	21.43
เลี้ยงแบบกึ่งขังกึ่งปล่อย	10	55.56	16	88.89	8	80.00	10	100.00	44	78.57
2. แรงงานที่ใช้ในการเลี้ยงแพะ										
แรงงานในครัวเรือน เฉลี่ย (คน)	1.79		1.95		1.50		2.11		1.88	
แรงงานจ้าง เฉลี่ย (คน)	-		-		1		1		2	
3. มาตรฐานการเลี้ยง										
มี	1	5.56	1	5.56	1	10.00	3	30.00	6	10.71
ไม่มี	17	94.44	17	94.44	9	90.00	7	70.00	50	89.29
4. การจัดทำบัญชีฟาร์มแพะเนื้อ										
มี	6	33.33	1	5.56	1	10.00	3	30.00	11	19.64
ไม่มี	12	66.67	17	94.44	9	90.00	7	70.00	45	80.36
5. การจัดทำบัญชีประวัติแพะเนื้อ										
มี	4	22.22	4	22.22	3	30.00	3	30.00	14	25.00
ไม่มี	14	77.78	14	77.78	7	70.00	7	70.00	42	75.00

ที่มา: จากการสำรวจ

3.2.8 แหล่งเงินทุนของเกษตรกร

ด้านแหล่งเงินทุนของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรใช้เงินทุนของตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.00 โดยเงินทุนส่วนใหญ่มาจากการขายผลผลิตทางการเกษตร เมื่อมีเงินเพียงพอก็จะนำมาซื้อแม่พันธุ์ และพ่อพันธุ์สายพันธุ์ดี เพื่อนำมาปรับปรุงสายพันธุ์ในฟาร์ม หรือในรายฟาร์มขนาดย่อยหรือขนาดเล็กนำเงินทุนส่วนนี้ซื้อแม่พันธุ์เข้ามาในฟาร์มเพื่อให้มีแม่พันธุ์ในฟาร์มเพิ่มมากขึ้น รองลงมากู้ยืมสินเชื่อเงินทุน คิดเป็นร้อยละ 21.43 โดยกู้ยืมสินเชื่อจาก ธ.ก.ส. กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี และใช้ทั้งเงินทุนของตนเองและกู้ยืมสินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 3.57 ในความเห็นของเกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่าการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการเลี้ยงแพะเข้าถึงได้ยาก คิดเป็นร้อยละ 75.00 และมองว่าการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการเลี้ยงแพะเข้าถึงได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 25.00 รายละเอียดดังตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.7 แหล่งเงินทุนของเกษตรกร

หน่วย: ร้อยละ

รายการ	ขนาดฟาร์ม									
	ขนาดย่อย		ขนาดเล็ก		ขนาดกลาง		ขนาดใหญ่		รวม	
	จำนวน (N=18)	ร้อยละ	จำนวน (N=18)	ร้อยละ	จำนวน (N=10)	ร้อยละ	จำนวน (N=10)	ร้อยละ	จำนวน (N=56)	ร้อยละ
1. แหล่งเงินทุนของเกษตรกร										
เงินทุนของตนเอง	13	72.22	12	66.67	9	90.00	8	80.00	42	75.00
กู้ยืม	4	22.22	6	33.33	-	-	2	20.00	12	21.43
เงินทุนของตนเอง และกู้ยืม	1	5.56	-	-	1	10.00	-	-	2	3.57
2. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน										
เข้าถึงได้ง่าย	3	16.67	6	33.33	3	30.00	2	20.00	14	25.00
เข้าถึงได้ยาก	15	83.33	12	66.67	7	70.00	8	80.00	42	75.00

ที่มา: จากการสำรวจ

3.2.9 การอบรมความรู้ด้านการผลิตและการตลาด

ภาพรวมเกษตรกร ส่วนใหญ่ไม่ได้รับการอบรม คิดเป็นร้อยละ 76.79 เนื่องจากแพะไม่ใช่ปศุสัตว์หลักในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 จึงยังไม่ค่อยมีการส่งเสริมจากหน่วยงานในพื้นที่ การส่งเสริมความรู้ส่วนใหญ่ในพื้นที่จะเป็นสินค้าปศุสัตว์ที่สำคัญในพื้นที่ เช่น โคเนื้อ กระบือ โดยเกษตรกรยังมีความต้องการอบรมด้านการผลิตและการตลาด โดยเฉพาะความรู้ด้านการดูแลแพะเนื่องจากยังขาดองค์ความรู้ในเรื่องโรคต่าง ๆ ของแพะ และที่เหลือร้อยละ 23.21 ได้รับการอบรมเรื่องการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีปศุสัตว์สำหรับผู้ประกอบการฟาร์มแพะ-แกะเนื้อ การเลี้ยงวัวและการเลี้ยงแพะ จากหน่วยงานส่งเสริมปศุสัตว์ในพื้นที่ รายละเอียดดังตารางที่ 3.6

ตารางที่ 3.8 การอบรมความรู้ด้านการผลิตและการตลาด

หน่วย: ร้อยละ

รายการ	ขนาดฟาร์ม									
	ขนาดย่อย		ขนาดเล็ก		ขนาดกลาง		ขนาดใหญ่		รวม	
	จำนวน (N=18)	ร้อยละ	จำนวน (N=18)	ร้อยละ	จำนวน (N=10)	ร้อยละ	จำนวน (N=10)	ร้อยละ	จำนวน (N=56)	ร้อยละ
1. ได้รับการอบรม	1	5.56	6	33.33	3	30.00	3	30.00	13	23.21
2. ไม่ได้รับการอบรม	17	94.44	12	66.67	7	70.00	7	70.00	43	76.79

ที่มา: จากการสำรวจ

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาการผลิตและการตลาดแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาด้านทุนและผลตอบแทนการผลิต ต้นทุนการตลาด วิธีการตลาด และส่วนเหลือการตลาดของแพะรุ่นในพื้นที่จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ซึ่งมีประชากรกลุ่มเป้าหมายคือเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรุ่นปี 2563 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคมถึง 31 ธันวาคม 2563 พื้นที่ทำการศึกษาคือจังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดอุทัยธานี ใช้เครื่องมือทางสถิติเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยใช้ค่าสถิติในการอธิบายในรูปแบบของค่าสัดส่วน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย มีผลการศึกษาดังนี้

4.1 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่น

ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นของเกษตรกรในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 จำแนกตามขนาดฟาร์ม ดังนี้

4.1.1 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นในฟาร์มขนาดย่อย

เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตแพะรุ่นเฉลี่ย 4,184.23 บาทต่อตัว แยกเป็นต้นทุนเงินสด 779.41 บาทต่อตัว และต้นทุนไม่เป็นเงินสด 3,404.82 บาทต่อตัว เมื่อพิจารณาตามกิจกรรม พบว่า เป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 2,782.15 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 66.49 จำแนกเป็น ค่าแรงงานในการเลี้ยง เฉลี่ย 1,278.33 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 30.55 และค่าวัสดุเฉลี่ย 1,453.16 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 34.73 ส่วนที่เหลือได้แก่ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน เฉลี่ย 50.66 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 1.21 และต้นทุนคงที่เฉลี่ย 1,402.08 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 33.51 เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นเงินสดทั้งหมด จำแนกเป็น ค่าเสื่อมแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์ 540.01 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 12.91 ค่าเสียโอกาสแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์ 307.99 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 7.36 ค่าเสื่อมโรงเรือนและอุปกรณ์ 305.93 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 7.31 ค่าเสียโอกาสโรงเรือนและอุปกรณ์ 156.26 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 3.73 และค่าเช่าที่ดิน 91.89 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 2.20

เมื่อพิจารณาด้านทุนทั้งหมด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นค่าแรงงานในการเลี้ยง ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายไม่เป็นตัวเงินทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 30.55 เนื่องจากเกษตรกรใช้แรงงานในครัวเรือนในการเลี้ยงดูด้วยตนเอง รองลงมาเป็นค่าวัสดุ ซึ่งเป็นค่าอาหารเฉลี่ย 732.27 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 17.50 จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เลี้ยงแพะเป็นรายได้เสริม เป็นผู้เลี้ยงรายใหม่ มีรูปแบบการเลี้ยงทั้งแบบเลี้ยงในลักษณะขังคอกอย่างเดียว หรือล่อมรั้วปล่อยเลี้ยงในทุ่งหญ้าของตนเอง มีการตัดหญ้าและกระถินในพื้นที่สาธารณะ เพื่อนำมาเลี้ยงแพะในฟาร์ม ทั้งหมด

ด้านผลตอบแทน พบว่า จำหน่ายแพะรุ่นได้เฉลี่ย 3,041.65 บาทต่อตัว ทำให้มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยรวม -1,142.58 บาทต่อตัว หรืออธิบายได้ว่าการผลิตแพะรุ่น 1 กิโลกรัม มีต้นทุนเฉลี่ย 147.96 บาท จำหน่ายได้ 136.70 บาท ทำให้เกษตรกรขาดทุน 51.35 บาท รายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นในฟาร์มขนาดย่อย พื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563

หน่วย : บาท/ตัว

รายการ	ฟาร์มขนาดย่อย			
	เงินสด	ประเมิน	รวม	ร้อยละ
1. ต้นทุนผันแปร	779.41	2,002.74	2,782.15	66.49
1.1 ค่าแรงงานในการเลี้ยง	0.00	1,278.33	1,278.33	30.55
1.2 ค่าวัสดุ	779.41	673.75	1,453.16	34.73
1) ค่าอาหาร	85.14	647.14	732.27	17.50
ค่าอาหารพ่อแม่พันธุ์				0.00
- อาหารชั้น	26.61	0.00	26.61	0.64
- อาหารหยาบ	25.81	350.56	376.36	8.99
ค่าอาหารลูกแพะแรกเกิดถึงก่อนผสมพันธุ์ (แพะรุ่น)				0.00
- อาหารชั้น	2.84	0.00	2.84	0.07
- อาหารหยาบ	29.88	296.58	326.46	7.80
2) ค่ายาและวัคซีน	53.26	0.90	54.16	1.29
- ค่ายาพ่อแม่พันธุ์	13.94	0.24	14.18	0.34
- ค่ายาลูกแพะแรกเกิดถึงก่อนผสมพันธุ์ (แพะรุ่น)	39.32	0.66	39.98	0.96
3) ค่าน้ำ,ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำมัน	336.34	0.00	336.34	8.04
4) ค่าวัสดุสิ้นเปลืองและอื่นๆ	280.75	1.00	281.75	6.73
5) ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์การเกษตร	23.92	24.72	48.64	1.16
1.3 ค่าเสียโอกาสในการลงทุน (6.50%)	0.00	50.66	50.66	1.21
2. ต้นทุนคงที่	0.00	1,402.08	1,402.08	33.51
2.1 ค่าเช่าที่ดิน	0.00	91.89	91.89	2.20
2.2 ค่าเสื่อมโรงเรือนและอุปกรณ์	0.00	305.93	305.93	7.31
2.3 ค่าเสียโอกาสโรงเรือนและอุปกรณ์	0.00	156.26	156.26	3.73
2.4 ค่าเสื่อมแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์	0.00	540.01	540.01	12.91
2.5 ค่าเสียโอกาสแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์	0.00	307.99	307.99	7.36
3. ต้นทุนการผลิตทั้งหมด	779.41	3,404.82	4,184.23	100.00
4. น้ำหนักเฉลี่ย (กิโลกรัม/ตัว)			22.25	
5. ต้นทุนผันแปรต่อน้ำหนัก 1 กิโลกรัม	27.56	70.82	98.38	
6. ต้นทุนทั้งหมดต่อน้ำหนัก 1 กิโลกรัม	27.56	120.40	147.96	
7. ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/ตัว)			3,041.65	
8. ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กิโลกรัม)			136.70	
9. ผลตอบแทนต่อตัว			-1,142.58	
10. ผลตอบแทนต่อกิโลกรัม (บาท/กิโลกรัม)			-51.35	
11. จำนวนวันที่เลี้ยงเฉลี่ย (วัน)			144.00	

ที่มา: จากการสำรวจ

4.1.2 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นในฟาร์มขนาดเล็ก

ฟาร์มขนาดเล็ก เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตแพะรุ่นเฉลี่ย 3,687.17 บาทต่อตัว แยกเป็นต้นทุนเงินสด 629.87 บาทต่อตัว และต้นทุนไม่เป็นเงินสด 3,057.30 บาทต่อตัว เมื่อพิจารณาตามกิจกรรม พบว่าเป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 2,679.48 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 72.67 จำแนกเป็น ค่าแรงงานในการเลี้ยง เฉลี่ย 1,415.66 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 38.39 และค่าวัสดุเฉลี่ย 1,222.88 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 33.17 ส่วนที่เหลือได้แก่ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน เฉลี่ย 40.94 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 1.11 และต้นทุนคงที่เฉลี่ย 1,007.69 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 27.33 เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นเงินสดทั้งหมด จำแนกเป็น ค่าเสื่อมแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์ 429.13 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 11.64 ค่าเสียโอกาสแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์ 292.08 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 7.92 ค่าเสื่อมโรงเรือนและอุปกรณ์ 175.05 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 4.75 ค่าเสียโอกาสโรงเรือนและอุปกรณ์ 77.31 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 2.10 และค่าเช่าที่ดิน 34.12 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 0.93

เมื่อพิจารณาต้นทุนทั้งหมด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นค่าแรงงานในการเลี้ยง ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายไม่เป็นตัวเงินทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 38.39 เนื่องจากเกษตรกรใช้แรงงานในครัวเรือนในการเลี้ยงดูด้วยตนเอง รองลงมาเป็นค่าวัสดุ ซึ่งเป็นค่าอาหาร เฉลี่ย 620.50 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 16.83 จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เลี้ยงแพะเป็นรายได้หลัก พร้อมกับทำเกษตรอย่างอื่นไปด้วย อาทิ นาข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง มีรูปแบบการเลี้ยงทั้งแบบเลี้ยงในลักษณะขังคอกอย่างเดียว หรือปล่อยปล่อยเลี้ยงในทุ่งหญ้าของตนเอง มีการตัดหญ้าและกระถินในพื้นที่สาธารณะ รวมทั้งซื้ออาหารหยาบที่หาได้ตามฤดูกาล อาทิ ละอองข้าวโพด ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ หญ้าอัดแห้ง กระถินหมัก หญ้าหมักเพื่อนำมาเลี้ยงแพะในฟาร์ม

ด้านผลตอบแทน พบว่า จำหน่ายแพะรุ่นได้เฉลี่ย 2,695.01 บาทต่อตัว ทำให้มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยรวม -992.16 บาทต่อตัว หรืออธิบายได้ว่าการผลิตแพะรุ่น 1 กิโลกรัม มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 134.18 บาท จำหน่ายได้ 125.9 บาท ทำให้เกษตรกรขาดทุน 46.36 บาท รายละเอียดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นในฟาร์มขนาดเล็ก พื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563

หน่วย : บาท/ตัว

รายการ	ฟาร์มขนาดเล็ก			
	เงินสด	ประเมิน	รวม	ร้อยละ
1. ต้นทุนผันแปร	629.87	2,049.61	2,679.48	72.67
1.1 ค่าแรงงานในการเลี้ยง	0.00	1,415.66	1,415.66	38.39
1.2 ค่าวัสดุ	629.87	593.01	1,222.88	33.17
1) ค่าอาหาร	62.33	558.17	620.50	16.83
ค่าอาหารพ่อแม่พันธุ์				0.00
- อาหารชั้น	10.67	0.00	10.67	0.29
- อาหารหยาบ	9.71	243.20	252.91	6.86
ค่าอาหารลูกแพะแรกเกิดถึงก่อนผสมพันธุ์ (แพะรุ่น)				0.00
- อาหารชั้น	17.49	0.00	17.49	0.47
- อาหารหยาบ	24.46	314.97	339.43	9.21
2) ค่ายาและวัคซีน	74.52	7.85	82.37	2.23
- ค่ายาพ่อแม่พันธุ์	16.15	1.70	17.85	0.48
- ค่ายาลูกแพะแรกเกิดถึงก่อนผสมพันธุ์ (แพะรุ่น)	58.37	6.15	64.52	1.75
3) ค่าน้ำ,ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำมัน	249.60	0.00	249.60	6.77
4) ค่าวัสดุสิ้นเปลืองและอื่นๆ	222.08	4.97	227.05	6.16
5) ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์การเกษตร	21.35	22.02	43.37	1.18
1.3 ค่าเสียโอกาสในการลงทุน (6.50%)	0.00	40.94	40.94	1.11
2. ต้นทุนคงที่	0.00	1,007.69	1,007.69	27.33
2.1 ค่าเช่าที่ดิน	0.00	34.12	34.12	0.93
2.2 ค่าเสื่อมโรงเรือนและอุปกรณ์	0.00	175.05	175.05	4.75
2.3 ค่าเสียโอกาสโรงเรือนและอุปกรณ์	0.00	77.31	77.31	2.10
2.4 ค่าเสื่อมแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์	0.00	429.13	429.13	11.64
2.5 ค่าเสียโอกาสแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์	0.00	292.08	292.08	7.92
3. ต้นทุนการผลิตทั้งหมด	629.87	3,057.30	3,687.17	100.00
4. น้ำหนักเฉลี่ย (กิโลกรัม/ตัว)			21.40	
5. ต้นทุนผันแปรต่อน้ำหนัก 1 กิโลกรัม	22.92	74.59	97.51	
6. ต้นทุนทั้งหมดต่อน้ำหนัก 1 กิโลกรัม	22.92	111.26	134.18	
7. ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/ตัว)			2,695.01	
8. ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กิโลกรัม)			125.94	
9. ผลตอบแทนต่อตัว			-992.16	
10. ผลตอบแทนต่อกิโลกรัม (บาท/กิโลกรัม)			-46.36	
11. จำนวนวันที่เลี้ยงเฉลี่ย (วัน)			136.00	

ที่มา: จากการสำรวจ

4.1.3 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นในฟาร์มขนาดกลาง

เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตแพะรุ่นเฉลี่ย 2,722.52 บาทต่อตัว แยกเป็นต้นทุนเงินสด 575.91 บาทต่อตัว และต้นทุนไม่เป็นเงินสด 2,146.61 บาทต่อตัว เมื่อพิจารณาตามกิจกรรม พบว่า เป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 1,984.44 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 72.89 จำแนกเป็น ค่าแรงงานในการเลี้ยง เฉลี่ย 979.82 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 35.99 และค่าวัสดุเฉลี่ย 968.00 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 35.56 ส่วนที่เหลือได้แก่ ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน เฉลี่ย 36.62 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 1.35 และต้นทุนคงที่เฉลี่ย 738.08 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 27.11 จำแนกเป็น ค่าเสื่อมแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์ 286.02 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 10.51 ค่าเสียโอกาสแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์ 260.30 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 9.56 ค่าเสื่อมโรงเรือนและอุปกรณ์ 100.07 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 3.68 ค่าเสียโอกาสโรงเรือนและอุปกรณ์ 39.86 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 3.68 และค่าเช่าที่ดิน 91.89 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 2.20 ในส่วนนี้มีค่าเช่าที่ดินที่จำแนกได้ทั้งเป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสด เนื่องจากเกษตรกรบางส่วนมีการเช่าที่ดินทางการเกษตรเพื่อใช้เลี้ยงแพะ

เมื่อพิจารณาด้านต้นทุนทั้งหมด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นค่าแรงงานในการเลี้ยง คิดเป็นร้อยละ 35.99 ในส่วนนี้เกษตรกรบางส่วนมีการจ้างแรงงานเพื่อดูแลและเลี้ยงแพะในฟาร์มเป็นรายวัน ค่าแรง 200-250 บาทต่อวัน แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้แรงงานในครัวเรือนเป็นหลัก รองลงมาเป็นค่าวัสดุ ซึ่งเป็นค่าอาหารเฉลี่ย 556.03 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 20.42 จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เลี้ยงแพะเป็นรายได้หลัก พร้อมกับทำเกษตรอย่างอื่นควบคู่ไปด้วย อาทิ นาข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง มีรูปแบบการเลี้ยงทั้งแบบเลี้ยงในลักษณะขังคอกอย่างเดียว หรือล่อมรั้วปล่อยเลี้ยงในทุ่งหญ้าของตนเอง ส่วนใหญ่เน้นการตัดหญ้าและกระถินในพื้นที่สาธารณะเป็นอาหารหลักในการเลี้ยงแพะ มีการซื้ออาหารหยابที่หาได้ตามฤดูกาล อาทิ ต้นข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และหญ้าหมักเพื่อนำมาเลี้ยงแพะในฟาร์ม

ด้านผลตอบแทน พบว่า จำหน่ายแพะรุ่นได้เฉลี่ย 2,995.60 บาทต่อตัว ทำให้มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยรวม 273.09 บาทต่อตัว หรืออธิบายได้ว่าการผลิตแพะรุ่น 1 กิโลกรัม มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 97.72 บาท จำหน่ายได้ 133.3 บาท ทำให้เกษตรกรมีกำไร 12.15 บาท รายละเอียดดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นในฟาร์มขนาดกลาง พื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563

หน่วย : บาท/ตัว

รายการ	ฟาร์มขนาดกลาง			
	เงินสด	ประเมิน	รวม	ร้อยละ
1. ต้นทุนผันแปร	563.35	1,421.09	1,984.44	72.89
1.1 ค่าแรงงานในการเลี้ยง	154.88	824.94	979.82	35.99
1.2 ค่าวัสดุ	408.47	559.53	968.00	35.56
1) ค่าอาหาร	21.30	534.73	556.03	20.42
ค่าอาหารพ่อแม่พันธุ์				0.00
- อาหารชั้น	8.36	0.00	8.36	0.31
- อาหารหยาบ	4.87	256.36	261.23	9.59
ค่าอาหารลูกแพะแรกเกิดถึงก่อนผสมพันธุ์ (แพะรุ่น)				0.00
- อาหารชั้น	4.80	0.00	4.80	0.18
- อาหารหยาบ	3.27	278.37	281.64	10.34
2) ค่ายาและวัคซีน	45.12	3.75	48.86	1.79
- ค่ายาพ่อแม่พันธุ์	9.21	0.77	9.97	0.37
- ค่ายาลูกแพะแรกเกิดถึงก่อนผสมพันธุ์ (แพะรุ่น)	35.91	2.98	38.89	1.43
3) ค่าน้ำ,ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำมัน	112.21	0.00	112.21	4.12
4) ค่าวัสดุสิ้นเปลืองและอื่นๆ	209.20	1.75	210.95	7.75
5) ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์การเกษตร	20.65	19.30	39.95	1.47
1.3 ค่าเสียโอกาสในการลงทุน (6.50%)	0.00	36.62	36.62	1.35
2. ต้นทุนคงที่	12.56	725.52	738.08	27.11
2.1 ค่าเช่าที่ดิน	12.56	39.27	51.83	1.90
2.2 ค่าเสื่อมโรงเรือนและอุปกรณ์	0.00	100.07	100.07	3.68
2.3 ค่าเสียโอกาสโรงเรือนและอุปกรณ์	0.00	39.86	39.86	1.46
2.4 ค่าเสื่อมแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์	0.00	286.02	286.02	10.51
2.5 ค่าเสียโอกาสแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์	0.00	260.30	260.30	9.56
3. ต้นทุนการผลิตทั้งหมด	575.91	2,146.61	2,722.52	100.00
4. น้ำหนักเฉลี่ย (กิโลกรัม/ตัว)			22.48	
5. ต้นทุนผันแปรต่อน้ำหนัก 1 กิโลกรัม	20.22	51.01	71.23	
6. ต้นทุนทั้งหมดต่อน้ำหนัก 1 กิโลกรัม	20.67	77.05	97.72	
7. ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/ตัว)			2,995.60	
8. ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กิโลกรัม)			133.26	
9. ผลตอบแทนต่อตัว			273.09	
10. ผลตอบแทนต่อกิโลกรัม (บาท/กิโลกรัม)			12.15	
11. จำนวนวันที่เลี้ยงเฉลี่ย (วัน)			148.00	

ที่มา: จากการสำรวจ

4.1.4 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นในฟาร์มขนาดใหญ่

เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตแพะรุ่นเฉลี่ย 2,027.93 บาทต่อตัว แยกเป็นต้นทุนเงินสด 231.43 บาทต่อตัว และต้นทุนไม่เป็นเงินสด 1,796.50 บาทต่อตัว เมื่อพิจารณาตามกิจกรรม พบว่า เป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 1,284.56 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 63.64 จำแนกเป็น ค่าแรงงานในการเลี้ยง เฉลี่ย 591.26 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 29.16 และค่าวัสดุเฉลี่ย 678.26 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 33.45 ส่วนที่เหลือได้แก่ ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน เฉลี่ย 15.04 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 0.74 และต้นทุนคงที่เฉลี่ย 743.37 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 36.66 จำแนกเป็น ค่าเสื่อมแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์ 308.86 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 15.23 ค่าเสียโอกาสแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์ 281.78 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 13.89 ค่าเสื่อมโรงเรือนและอุปกรณ์ 76.88 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 3.79 ค่าเสียโอกาสโรงเรือนและอุปกรณ์ 30.57 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 1.51 และค่าเช่าที่ดิน 45.28 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 2.23

เมื่อพิจารณาต้นทุนทั้งหมด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นค่าแรงงานในการเลี้ยง คิดเป็นร้อยละ 29.16 ในส่วนนี้เกษตรกรบางส่วนมีการจ้างแรงงานเพื่อดูแลและเลี้ยงแพะในฟาร์มเป็นรายวัน ค่าแรง 300 บาทต่อวัน แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ยังเป็นลักษณะใช้แรงงานในครัวเรือนเป็นหลัก รองลงมาเป็นค่าวัสดุ ซึ่งเป็นค่าอาหารเฉลี่ย 477.97 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 23.57 จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เลี้ยงแพะเป็นรายได้หลัก พร้อมทั้งทำเกษตรอย่างอื่นควบคู่ไปด้วย มีรูปแบบการเลี้ยงล้อมรั้วปล่อยเลี้ยงในทุ่งหญ้าของตนเอง ในช่วงฤดูเพาะปลูก และมีการปล่อยให้แพะหากินในที่สาธารณะหลังฤดูเก็บเกี่ยว

ด้านผลตอบแทน พบว่า จำหน่ายแพะรุ่นได้เฉลี่ย 2,544.69 บาทต่อตัว ทำให้มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยรวม 516.77 บาทต่อตัว หรืออธิบายได้ว่าการผลิตแพะรุ่น 1 กิโลกรัม มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 74.10 บาท จำหน่ายได้ 127.6 บาท ทำให้เกษตรกรมีกำไร 25.90 บาท รายละเอียดดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตพะรุ่นในฟาร์มขนาดใหญ่ พื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563

หน่วย : บาท/ตัว

รายการ	ฟาร์มขนาดใหญ่			
	เงินสด	ประเมิน	รวม	ร้อยละ
1. ต้นทุนผันแปร	231.43	1,053.13	1,284.56	63.34
1.1 ค่าแรงงานในการเลี้ยง	30.25	561.01	591.26	29.16
1.2 ค่าวัสดุ	201.18	477.08	678.26	33.45
1) ค่าอาหาร	12.54	465.43	477.97	23.57
ค่าอาหารพ่อแม่พันธุ์				0.00
- อาหารชั้น	-0.97	0.00	-0.97	-0.05
- อาหารหยาบ	1.18	186.02	187.20	9.23
ค่าอาหารลูกพะรุ่นแรกเกิดถึงก่อนผสมพันธุ์ (พะรุ่น)				0.00
- อาหารชั้น	9.89	0.00	9.89	0.49
- อาหารหยาบ	2.44	279.41	281.85	13.90
2) ค่ายาและวัคซีน	50.17	9.05	59.21	2.92
- ค่ายาพ่อแม่พันธุ์	11.74	2.12	13.85	0.68
- ค่ายาลูกพะรุ่นแรกเกิดถึงก่อนผสมพันธุ์ (พะรุ่น)	38.43	6.93	45.36	2.24
3) ค่าน้ำ,ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำมัน	66.69	0.00	66.69	3.29
4) ค่าวัสดุสิ้นเปลืองและอื่นๆ	67.02	0.12	67.14	3.31
5) ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์การเกษตร	4.77	2.48	7.25	0.36
1.3 ค่าเสียโอกาสในการลงทุน (6.50%)	0.00	15.04	15.04	0.74
2. ต้นทุนคงที่	0.00	743.37	743.37	36.66
2.1 ค่าเช่าที่ดิน	0.00	45.28	45.28	2.23
2.2 ค่าเสื่อมโรงเรือนและอุปกรณ์	0.00	76.88	76.88	3.79
2.3 ค่าเสียโอกาสโรงเรือนและอุปกรณ์	0.00	30.57	30.57	1.51
2.4 ค่าเสื่อมแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์	0.00	308.86	308.86	15.23
2.5 ค่าเสียโอกาสแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์	0.00	281.78	281.78	13.89
3. ต้นทุนการผลิตทั้งหมด	231.43	1,796.50	2,027.93	100.00
4. น้ำหนักเฉลี่ย (กิโลกรัม/ตัว)			19.95	
5. ต้นทุนผันแปรต่อน้ำหนัก 1 กิโลกรัม	8.46	38.48	46.93	
6. ต้นทุนทั้งหมดต่อน้ำหนัก 1 กิโลกรัม	8.46	65.64	74.10	
7. ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/ตัว)			2,544.69	
8. ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กิโลกรัม)			127.55	
9. ผลตอบแทนต่อตัว			516.77	
10. ผลตอบแทนต่อกิโลกรัม (บาท/กิโลกรัม)			25.90	
11. จำนวนวันที่เลี้ยงเฉลี่ย (วัน)			137.00	

ที่มา: จากการสำรวจ

4.1.5 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นในภาพรวม

ภาพรวมเกษตรกรมีต้นทุนการผลิตแพะรุ่นเฉลี่ย 3,503.76 บาทต่อตัว แยกเป็นต้นทุนเงินสด 577.90 บาทต่อตัว และต้นทุนไม่เป็นเงินสด 2,925.86 บาทต่อตัว เมื่อพิจารณาตามกิจกรรม พบว่า เป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 2,485.74 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 70.97 จำแนกเป็น ค่าแรงงานในการเลี้ยง เฉลี่ย 1,330.24 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 37.97 และค่าวัสดุเฉลี่ย 1,118.08 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 31.91 ส่วนที่เหลือได้แก่ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน เฉลี่ย 37.42 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 1.07 และต้นทุนคงที่เฉลี่ย 1,018.02 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 29.06 จำแนกเป็น ค่าเสื่อมแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์ 414.47 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 13.40 ค่าเสียโอกาสแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์ 286.89 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 9.28 ค่าเสื่อมโรงเรือนและอุปกรณ์ 178.03 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 5.76 ค่าเสียโอกาสโรงเรือนและอุปกรณ์ 83.34 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 2.70 และค่าเช่าที่ดิน 55.29 บาทต่อตัว คิดเป็นร้อยละ 1.79

เมื่อพิจารณาต้นทุนตามขนาดฟาร์ม พบว่า ปริมาณการเลี้ยงที่เพิ่มขึ้นหรือขนาดฟาร์มที่ใหญ่ขึ้นส่งผลให้ต้นทุนการผลิตลดลง เนื่องจากกิจกรรมการดูแลและเลี้ยงแพะ อาทิ การทำความสะอาดคอก การตัดหญ้า/กระถินจากนอกฟาร์ม รวมไปถึงการพาแพะออกไปกินหญ้านอกฟาร์ม โดยแพะใช้เวลาในการกินต่อวันประมาณ 1-2 ชั่วโมง เมื่อพิจารณาด้านต้นทุนค่าแรงการดูแลและเลี้ยงแพะในฟาร์มทำให้ ต้นทุนค่าแรงงานในการเลี้ยงแพะต่อตัวต่อวันของฟาร์มขนาดย่อย สูงกว่าขนาดฟาร์มอื่น ๆ ด้านค่าเสื่อมแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์ และค่าเสียโอกาสแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์ ซึ่งเป็นต้นทุนคงที่นั้นขึ้นอยู่กับสายพันธุ์ที่เกษตรกรคัดเลือกมาใช้เลี้ยงในฟาร์ม ราคาซื้อขายพ่อ-แม่พันธุ์ขึ้นอยู่กับสายพันธุ์และความสมบูรณ์ของแพะหากเป็นแพะสายพันธุ์ดีราคาก็จะสูงกว่าแพะสายพันธุ์เลือดผสมหรือแพะพื้นเมือง แม่พันธุ์แพะในฟาร์มส่วนใหญ่เป็นผลผลิตจากในฟาร์ม โดยเมื่อแม่พันธุ์แพะคลอดลูกเพศผู้เกษตรกรจะเลี้ยงขุนและจำหน่ายเป็นแพะรุ่น ส่วนลูกเพศเมียเกษตรกรจะเลี้ยงไว้เพื่อเป็นแม่พันธุ์ในฟาร์มต่อไป โดยสามารถเริ่มผสมพันธุ์ครั้งแรกเมื่ออายุตั้งแต่ 8 เดือนขึ้นไป แม่แพะที่มีความสมบูรณ์พันธุ์สูงมักคลอดลูกแฝด ส่วนพ่อพันธุ์เกษตรกรนิยมให้ผสมพันธุ์ครั้งแรกเมื่ออายุตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป โดยพ่อพันธุ์ 1 ตัวสามารถควบคุมฝูงแม่พันธุ์ได้ 20-30 ตัว และมีการเปลี่ยนพ่อพันธุ์ในฟาร์มทุก 2-3 ปี เพื่อป้องกันการผสมสายเลือดใกล้ชิด

ด้านผลตอบแทน พบว่า จำหน่ายแพะรุ่นได้เฉลี่ย 2,833.26 บาทต่อตัว ราคาและน้ำหนักตัวเฉลี่ยที่จำหน่ายนั้นขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่พ่อค้ารวบรวมเข้ามารับซื้อซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามความต้องการของตลาด โดยในปี 2563 ราคารับซื้ออยู่ช่วงราคา 100-150 บาทต่อกิโลกรัม จำแนกราคาเป็น 2 ขนาด ได้แก่ แพะรุ่นขนาดเล็ก คือ น้ำหนัก 10-20 กิโลกรัม และแพะรุ่นขนาดกลาง คือน้ำหนักตั้งแต่ 20 กิโลกรัมขึ้นไป โดยราคาจำหน่ายของแพะขนาดกลางจะต่ำกว่าขนาดเล็ก 10 บาทต่อกิโลกรัม ด้านปริมาณการจำหน่ายแพะรุ่นของเกษตรกรต่อครั้งนั้นขึ้นอยู่กับ ณ ช่วงเวลาที่พ่อค้าเข้ามารวบรวมซื้อ มีแพะรุ่นพร้อมจำหน่ายอยู่ที่ตัว เนื่องจากแพะยังไม่นิยมผสมเทียม และยังไม่สามารถควบคุมช่วงเวลาผสมพันธุ์และกำหนดเพศลูกแพะได้ ทำให้ไม่สามารถคาดการณ์ได้ทั้งปริมาณลูกและเพศของลูกแพะ จากการสำรวจพบว่าเกษตรกรจำหน่ายแพะรุ่น 2-3 ครั้งต่อปี ขึ้นอยู่กับว่า ณ เวลาที่พ่อค้าเข้ามารวบรวมในละแวกพื้นที่มีแพะรุ่นที่ได้ขนาด

น้ำหนักพร้อมจำหน่ายอยู่ที่ตัว ดังนั้น ในแต่ละคราวที่จำหน่ายจึงมีทั้งแพะขนาดเล็กและขนาดกลาง ส่งผลให้มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยรวม -670.49 บาทต่อตัว หรืออธิบายได้ว่าการผลิตแพะขุน 1 กิโลกรัม มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 121.07 บาท จำหน่ายได้ 131.13 บาท ทำให้เกษตรกรขาดทุน 31.03 บาท เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ยังเลี้ยงในปริมาณน้อยส่งผลให้ภาพรวมการเลี้ยงแพะรุ่นของภาคเหนือตอนล่าง 2 ขาดทุน ควรส่งเสริมให้เกษตรกรเพิ่มปริมาณการเลี้ยงเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทั้งด้านการใช้แรงงานและการลงทุน หรือการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale)

รายละเอียดดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่น พื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563

หน่วย : บาท/ตัว

รายการ	รวม			
	เงินสด	ประเมิน	รวม	ร้อยละ
1. ต้นทุนผันแปร	565.49	1,508.65	2,074.14	67.08
1.1 ค่าแรงงานในการเลี้ยง	23.08	896.22	919.30	29.73
1.2 ค่าวัสดุ	542.41	575.67	1,118.08	36.16
1) ค่าอาหาร	50.56	549.95	600.50	19.42
ค่าอาหารพ่อแม่พันธุ์				0.00
- อาหารชั้น	11.85	0.00	11.85	0.38
- อาหารหยาบ	11.06	253.77	264.84	8.56
ค่าอาหารลูกแพะแรกเกิดถึงก่อนผสมพันธุ์ (แพะรุ่น)				0.00
- อาหารชั้น	9.16	0.00	9.16	0.30
- อาหารหยาบ	18.49	296.17	314.66	10.18
2) ค่ายาและวัคซีน	57.47	5.13	62.60	2.02
- ค่ายาพ่อแม่พันธุ์	12.80	1.17	13.97	0.45
- ค่ายาลูกแพะแรกเกิดถึงก่อนผสมพันธุ์ (แพะรุ่น)	44.68	3.96	48.63	1.57
3) ค่าน้ำ,ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำมัน	211.77	0.00	211.77	6.85
4) ค่าวัสดุสิ้นเปลืองและอื่นๆ	204.08	2.27	206.35	6.67
5) ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์การเกษตร	18.53	18.32	36.85	1.19
1.3 ค่าเสียโอกาสในการลงทุน (6.50%)	0.00	36.76	36.76	1.19
2. ต้นทุนคงที่	2.25	1,015.77	1,018.02	32.92
2.1 ค่าเช่าที่ดิน	2.25	53.04	55.29	1.79
2.2 ค่าเสื่อมโรงเรือนและอุปกรณ์	0.00	178.03	178.03	5.76
2.3 ค่าเสียโอกาสโรงเรือนและอุปกรณ์	0.00	83.34	83.34	2.70
2.4 ค่าเสื่อมแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์	0.00	414.47	414.47	13.40
2.5 ค่าเสียโอกาสแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์	0.00	286.89	286.89	9.28
3. ต้นทุนการผลิตทั้งหมด	567.74	2,524.42	3,092.16	100.00
4. น้ำหนักเฉลี่ย (กิโลกรัม/ตัว)			21.61	
5. ต้นทุนผันแปรต่อน้ำหนัก 1 กิโลกรัม	19.54	52.13	71.67	
6. ต้นทุนทั้งหมดต่อน้ำหนัก 1 กิโลกรัม	19.62	87.23	106.85	
7. ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/ตัว)			2,833.26	
8. ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กิโลกรัม)			131.13	
9. ผลตอบแทนต่อตัว			-258.89	
10. ผลตอบแทนต่อกิโลกรัม (บาท/กิโลกรัม)			-11.98	
11. จำนวนวันที่เลี้ยงเฉลี่ย (วัน)			140.89	

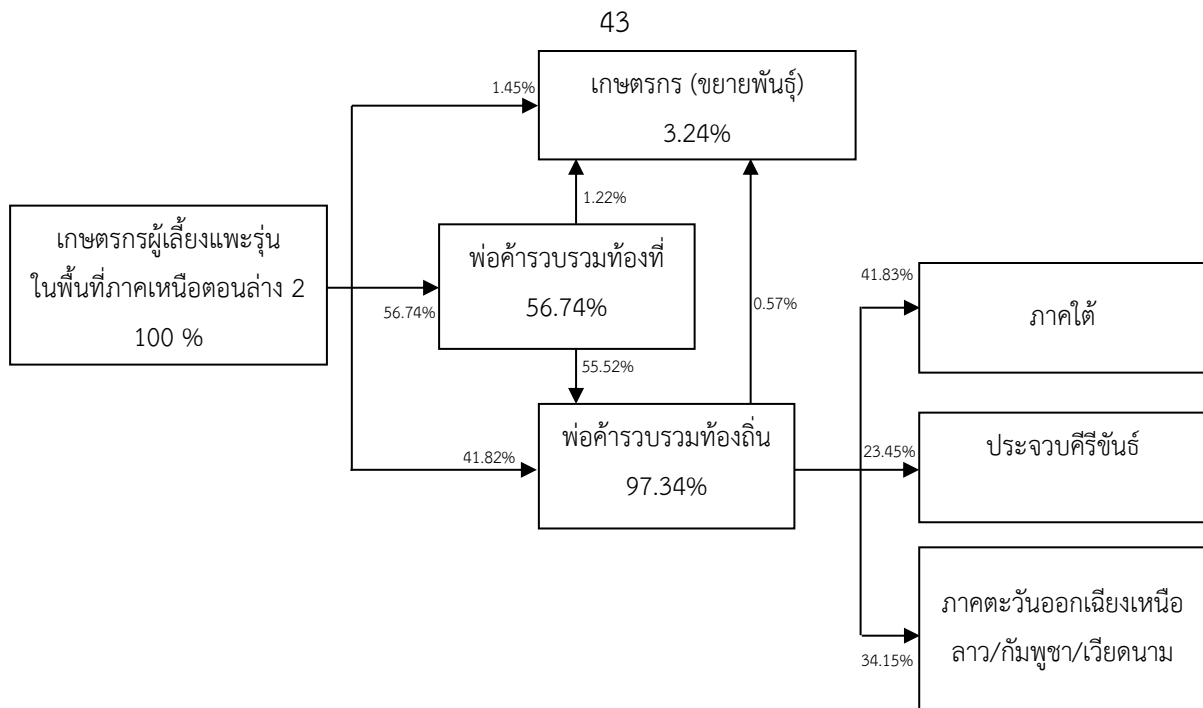
ที่มา: จากการสำรวจ

4.2 วิถีตลาดแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563

วิถีตลาดแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 เป็นการแสดงการกระจายผลผลิตแพะรุ่นจากเกษตรกรผู้ผลิตไปสู่ปลายทาง โดยเริ่มต้นจากเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อผลิตแพะรุ่นจากฟาร์มของตนเอง เมื่อแม่แพะคลอดลูก ลูกแพะจะกินนมจากแม่เป็นหลักเสริมกับกับอาหารหยาดและอาหารข้นระยะเวลาประมาณ 1-5 เดือน เมื่อลูกแพะหย่านม หากเป็นแพะตัวผู้ น้ำหนักตั้งแต่ 15 กิโลกรัมขึ้นไป เกษตรกรจำหน่ายเป็นแพะรุ่นรวมไปถึงจำหน่ายพ่อ-แม่พันธุ์ปลดระวางที่ใช้ขยายพันธุ์ต่อไม่ได้แล้วให้กับพ่อค้ารวบรวมที่เข้ามารับซื้อถึงฟาร์มของเกษตรกร ส่วนลูกแพะตัวเมียเกษตรกรนิยมเลี้ยงไว้เพื่อเป็นแม่พันธุ์ต่อไป โดยในปี 2563 เกษตรกรจำหน่ายแพะรุ่นให้พ่อค้ารวบรวมท้องที่ซึ่งเป็นพ่อค้าในพื้นที่จังหวัดเดียวกันหรือพ่อค้าจังหวัดข้างเคียงซึ่งมีพื้นที่ติดต่อกัน คิดเป็นร้อยละ 56.74 จำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 41.82 และจำหน่ายให้เกษตรกรที่ต้องการนำไปเป็นพ่อ-แม่พันธุ์ คิดเป็นร้อยละ 1.45

พ่อค้ารวบรวมท้องที่ จะทำการรวบรวมแพะรุ่นจากเกษตรกรภายในอำเภอหรือพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงที่มีพื้นที่ติดต่อกัน เมื่อมีคำสั่งซื้อมาจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นอีกทีหนึ่งโดยใช้รถกระบะติดตั้งโครงเหล็กบรรทุกรวบรวมแพะมาไว้ที่คอกพักของพ่อค้าเองมีปริมาณการรวบรวมแพะรุ่น 20-30 ตัวต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55.52 ทั้งนี้พ่อค้ารวบรวมยังทำหน้าที่เป็นคนกลางระหว่างเกษตรกรในการจัดหาพ่อ-แม่พันธุ์ ให้แก่เกษตรกรในพื้นที่ด้วย คิดเป็นร้อยละ 1.22

พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น จะทำการรวบรวมแพะรุ่นน้ำหนักตั้งแต่ 15 กิโลกรัมขึ้นไปตามคำสั่งซื้อจากปลายทาง โดยส่วนใหญ่เป็นการซื้อเพื่อนำไปขุนต่อให้ได้น้ำหนัก 35-40 กิโลกรัม มีปริมาณการรวบรวมแพะรุ่น 100-200 ตัวต่อครั้ง โดยใช้รถกระบะติดตั้งโครงเหล็กสองชั้นบรรทุกรวบรวมแพะจากเกษตรกรทั้งในและนอกพื้นที่จังหวัดเดียวกันและพื้นที่จังหวัดข้างเคียง รวมถึงรวบรวมจากพ่อค้ารวบรวมท้องที่มาไว้ที่คอกพักของพ่อค้าจนกว่าจะรวบรวมได้ครบจำนวนคำสั่งซื้อ ใช้ระยะเวลา 2-5 วัน ขึ้นอยู่กับคำสั่งซื้อและปริมาณที่รวบรวมได้จากเกษตรกร จากนั้นจึงส่งต่อไปยังผู้รับซื้อปลายทาง ทั้งนี้แพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 จำหน่ายไปยังพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นหลัก คิดเป็น ร้อยละ 41.83 จำหน่ายไปยังผู้รวบรวมในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คิดเป็นร้อยละ 23.45 จำหน่ายไปยังพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อส่งออกไปยังประเทศลาว กัมพูชา และเวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 34.15 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 0.57 พ่อค้ารวบรวมพื้นที่มีการรวบรวมและจำหน่ายเพื่อเป็นพ่อ-แม่พันธุ์ จำหน่ายให้เกษตรกรทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.1 วิถีตลาดแพะรุ่นมีชีวิตในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563

4.3 ส่วนเหลือจากการตลาด

4.3.1 ส่วนเหลือจากการตลาดของผู้ค้า ในระดับต่าง ๆ ในการซื้อขายแพะรุ่น ในการศึกษารั้งนี้ แบ่งส่วนเหลือจากการตลาดออกเป็น 3 กรณี คือ พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นซื้อแพะรุ่นจากเกษตรกร พ่อค้ารวบรวมท้องที่ซื้อแพะรุ่นจากเกษตรกร และพ่อค้ารวบรวมท้องที่ซื้อแพะรุ่นจากพ่อค้าท้องถิ่น มีรายละเอียดแตกต่างกันไปดังนี้

1) พ่อค้ารวบรวมท้องที่ซื้อแพะรุ่นจากเกษตรกร พ่อค้าจะทำการโทรติดต่อกับเกษตรกรเพื่อรวบรวมแพะรุ่นไว้ที่คอกพักของพ่อค้าเพื่อรอผู้รับซื้อเข้ามารับที่จุดรวบรวม จากการศึกษาพบว่า ราคาเฉลี่ยของแพะรุ่นที่เกษตรกรได้รับเท่ากับ 125.60 บาทต่อกิโลกรัม ในขณะที่ราคาเฉลี่ยที่พ่อค้ารวบรวมท้องที่ได้รับเฉลี่ย 130.60 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีส่วนเหลือจากการตลาดเท่ากับ 5.00 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 3.83 ของราคาซื้อที่พ่อค้ารวบรวมท้องที่ได้รับ โดยสามารถแยกเป็นต้นทุนการตลาด 2.38 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 1.82 ของราคาซื้อที่พ่อค้ารวบรวมท้องที่ได้รับ ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะอยู่ในส่วนของค่าแรงงาน และค่าขนส่ง และมีผลตอบแทนเท่ากับ 2.63 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 2.01 ของราคาซื้อที่พ่อค้ารวบรวมท้องที่ได้รับ

2) พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นซื้อแพะรุ่นจากเกษตรกร พ่อค้าจะทำการโทรติดต่อกับเกษตรกรเพื่อเข้าไปรวบรวมแพะรุ่นจากเกษตรกรและนำมาพักไว้ที่คอกพักของพ่อค้าจนกว่าจะรวบรวมแพะได้ตามจำนวนคำสั่งซื้อ จากการศึกษาพบว่า ราคาเฉลี่ยของแพะรุ่นที่เกษตรกรได้รับเท่ากับ 125.60 บาทต่อกิโลกรัม ในขณะที่ราคาเฉลี่ยที่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นได้รับเฉลี่ย 133.30 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีส่วนเหลือจากการตลาดเท่ากับ 7.70 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 5.78 ของราคาซื้อที่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นได้รับ โดยสามารถแยกเป็นต้นทุน

การตลาด 2.17 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 1.63 ของราคาที่พักค้ารวบรวมท้องถิ่นได้รับ ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะอยู่ในส่วนของค่าแรงงาน และค่าขนส่ง และมีผลตอบแทนเท่ากับ 5.53 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 4.15 ของราคาที่พักค้ารวบรวมท้องถิ่นได้รับ

3) ที่พักค้ารวบรวมท้องถิ่นซื้อแพะรุ่นจากพักค้าท้องถิ่น เมื่อได้รับคำสั่งซื้อพักค้าท้องถิ่นจะประสานกับพักค้าท้องถิ่นเพื่อรวบรวมแพะรุ่นให้ได้ตามคำสั่งซื้อ จากการศึกษาพบว่า ราคาเฉลี่ยของแพะรุ่นที่พักค้าท้องถิ่นได้รับเท่ากับ 130.60 บาทต่อกิโลกรัม ในขณะที่ราคาเฉลี่ยที่พักค้ารวบรวมท้องถิ่นที่ได้รับเฉลี่ย 133.30 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีส่วนเหลือการตลาดเท่ากับ 2.7 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 1.63 ของราคาที่พักค้ารวบรวมท้องถิ่นได้รับ โดยสามารถแยกเป็นต้นทุนการตลาด 2.17 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 1.63 ของราคาที่พักค้ารวบรวมท้องถิ่นได้รับ ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะอยู่ในส่วนของค่าแรงงาน และค่าขนส่ง และมีผลตอบแทนเท่ากับ 0.53 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 0.4 ของราคาที่พักค้ารวบรวมท้องถิ่นได้รับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.6 ส่วนเหลือการตลาดแพะรุ่นแต่ละระดับ

รายการ	ที่พักค้ารวบรวมท้องถิ่น ซื้อจากเกษตรกร		ที่พักค้ารวบรวมท้องถิ่น ซื้อจากเกษตรกร		ที่พักค้ารวบรวมท้องถิ่น ซื้อจากพักค้าท้องถิ่น	
	บาท/ กิโลกรัม	ร้อยละ	บาท/ กิโลกรัม	ร้อยละ	บาท/ กิโลกรัม	ร้อยละ
1. ราคาเฉลี่ยที่ผู้ขายได้รับ	125.60		125.60		130.60	
2. ราคาเฉลี่ยที่ผู้รวบรวมได้รับ	130.60		133.30		133.30	
3. ส่วนเหลือการตลาด (2-1)	5.00	3.83	7.70	5.78	2.70	2.03
4. ต้นทุนการตลาด	2.38	1.82	2.17	1.63	2.17	1.63
- ค่าขนส่ง (ค่าน้ำมัน ค่ารถยนต์)	0.75	0.57	0.77	0.58	0.77	0.58
- ค่าแรงงาน	1.25	0.96	0.90	0.68	0.90	0.68
- ค่าธรรมเนียมและใบอนุญาต	0.13	0.10	0.40	0.30	0.40	0.30
เคลื่อนย้าย						
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0.25	0.19	0.10	0.07	0.10	0.07
5. ผลตอบแทน (3-4)	2.62	2.01	5.53	4.15	0.53	0.40

ที่มา: จากการสำรวจ

4.3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อส่วนเหลือการตลาด

1) ปริมาณการรวบรวมแพะเนื้อ หากพ่อค้ารวบรวมจำนวนแพะเนื้อได้จำนวนตัวแพะต่อครั้งได้มากขึ้น จะทำให้ต้นทุนการตลาดลดลง โดยเฉพาะต้นทุนด้านการขนส่ง และด้านค่าจ้างแรงงาน

2) ค่าใช้จ่ายทางการตลาด อาทิ ค่าน้ำมัน ค่าโทรศัพท์ ค่าอาหาร ค่าอุปกรณ์ หากปรับตัวสูงขึ้น รวมไปถึงค่าธรรมเนียมรายทางซึ่งไม่คงที่ ก็จะส่งผลต่อต้นทุนการตลาดเพิ่มขึ้น ส่วนเหลือการตลาดก็จะลดลง

3) ปริมาณพ่อค้ารวบรวมในตลาด ส่งผลให้พ่อค้าแข่งขันด้านราคารับซื้อเพื่อให้ได้ปริมาณแพะที่คุ้มทุนในการรวบรวมแต่ละรอบ ยังมีผู้รวบรวมจำนวนมากในตลาดจะเกิดการแข่งขันด้านราคารับซื้อของพ่อค้ารวบรวมเพื่อจูงใจให้เกษตรกรจำหน่ายแพะให้ตนเอง ส่งผลให้ส่วนเหลือการตลาดของพ่อค้ารวบรวมลดลง

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

การศึกษางานวิจัยเรื่อง การผลิตและการตลาดแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 เพื่อให้เกษตรกรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการบริหารจัดการ และวางแผนการผลิตแพะเนื้อเพื่อสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรอย่างยั่งยืน รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาจัดทำนโยบาย มาตรการ และแผนพัฒนาการผลิตแพะเนื้อให้เกิดประสิทธิภาพ ทำการศึกษาโดยสัมภาษณ์ข้อมูลการเลี้ยงแพะรุ่น ปี 2563 (มกราคม - ธันวาคม 2563) จากเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรุ่น ในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 จำนวน 56 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มเกษตรกรตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายแบบไม่ใส่คืน (Simple Random Sampling Without Replacement) และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรวบรวมแพะรุ่น ใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 7 ราย มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นของเกษตรกร และต้นทุนการตลาด วิธีการตลาด และส่วนเหลืออมการตลาดของแพะรุ่น สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1.1 สภาพทั่วไปของครัวเรือนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2

เกษตรกรที่เลี้ยงแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ส่วนใหญ่นิยมเลี้ยงแพะรุ่นเพื่อเป็นรายได้เสริมควบคู่ไปกับอาชีพอื่น อาทิ ทำนาข้าว พืชไร่ และธุรกิจส่วนตัว เนื่องจากการเลี้ยงแพะไม่ต้องการพื้นที่เยอะ ใช้เวลาไม่มาก และได้ผลตอบแทนไว ในส่วนของเกษตรกรรายใหม่ที่หันมาเลี้ยงแพะนั้นเนื่องจากประสบกับภาวะภัยแล้งในแปลงนาข้าว/พืชไร่ ประกอบกับราคาพืชผลที่ไม่คงที่ และมีเพื่อนเกษตรกรในพื้นที่เลี้ยงแพะอยู่แล้ว เห็นว่าเลี้ยงง่าย โตไว ราคาอยู่ในเกณฑ์ดี มีพ่อค้าเข้ามารับซื้อถึงที่ จึงปรับเปลี่ยนมาเลี้ยงแพะเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ในครัวเรือน รูปแบบการเลี้ยงส่วนมี 2 รูปแบบ ได้แก่ เลี้ยงแบบผสมผสานระหว่างขังคอกและปล่อย และเลี้ยงแบบขังคอกอย่างเดียว แรงงานที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นแรงงานในครัวเรือน ด้านการดูแลรักษาเกษตรกรนิยมตัดหญ้าและกระถินจากพื้นที่สาธารณะเพื่อนำมาเป็นอาหารเลี้ยงแพะในฟาร์ม เพื่อเป็นการลดต้นทุนในส่วนของค่าอาหาร รวมถึงในรายเกษตรกรที่สามารถนำแพะไปในที่สาธารณะบางส่วนนิยมปล่อยให้แพะออกมากินหญ้าที่ขึ้นในพื้นที่สาธารณะโดยมีเกษตรกรเฝ้าดูแลไม่ให้ไปกินพืชผลทางการเกษตรของผู้อื่น ด้านมาตรฐานการเลี้ยงส่วนใหญ่เกษตรกรยังไม่ขอรับมาตรฐานฟาร์มปลอดภัยเนื่องจากยังไม่พบการระบาดของโรคติดต่อในพื้นที่ ด้านเงินทุนที่ใช้เลี้ยงส่วนใหญ่เกษตรกรใช้เงินทุนของตนเอง และยังไม่ค่อยมีการจดบันทึกบัญชีฟาร์มและบัญชีประวัติแพะเนื้อ เนื่องจากทำเป็นรายได้เสริมและไม่มีเวลา ด้านการอบรมความรู้ด้านการผลิตและการตลาดเกษตรกรยังไม่เข้าถึงมากนักเนื่องจากแพะเนื้อไม่ใช่สินค้าปศุสัตว์หลักในพื้นที่ การส่งเสริมความรู้ส่วนใหญ่ในพื้นที่จะเป็นสินค้าปศุสัตว์ที่สำคัญในพื้นที่ เช่น โคเนื้อ กระบือ

5.1.2 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี2563

ฟาร์มขนาดย่อย เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตแพะรุ่นเฉลี่ย 4,184.23 บาทต่อตัว จำหน่ายแพะรุ่นได้เฉลี่ย 3,041.65 บาทต่อตัว ทำให้มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยรวม -1,142.58 บาทต่อตัว เกษตรกรกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เลี้ยงแพะเป็นรายได้เสริม เป็นผู้เลี้ยงรายใหม่ มีรูปแบบการเลี้ยงทั้งแบบเลี้ยงในลักษณะขังคอกอย่างเดียว หรือล้อมรั้วปล่อยเลี้ยงในทุ่งหญ้าของตนเอง มีการตัดหญ้าและกระถินในพื้นที่สาธารณะ เพื่อนำมาเลี้ยงแพะในฟาร์ม

ฟาร์มขนาดเล็ก เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตแพะรุ่นเฉลี่ย 3,687.17 บาทต่อตัว จำหน่ายแพะรุ่นได้เฉลี่ย 2,695.01 บาทต่อตัว ทำให้มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยรวม -992.16 บาทต่อตัว เกษตรกรกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เลี้ยงแพะเป็นรายได้หลัก พร้อมกับทำเกษตรอย่างอื่นไปด้วย อาทิ นาข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง มีรูปแบบการเลี้ยงทั้งแบบเลี้ยงในลักษณะขังคอกอย่างเดียว หรือล้อมรั้วปล่อยเลี้ยงในทุ่งหญ้าของตนเอง มีการตัดหญ้าและกระถินในพื้นที่สาธารณะ รวมทั้งซื้ออาหารหยابที่หาได้ตามฤดูกาล อาทิ ละอองข้าวโพด ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ หญ้าอัดแห้ง กระถินหมัก หญ้าหมักเพื่อนำมาเลี้ยงแพะในฟาร์ม

ฟาร์มขนาดกลาง เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตแพะรุ่นเฉลี่ย 2,722.52 บาทต่อตัว จำหน่ายแพะรุ่นได้เฉลี่ย 2,995.60 บาทต่อตัว ทำให้มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยรวม 273.09 บาทต่อตัว เกษตรกรกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เลี้ยงแพะเป็นรายได้หลัก พร้อมกับทำเกษตรอย่างอื่นควบคู่ไปด้วย อาทิ นาข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง มีรูปแบบการเลี้ยงทั้งแบบเลี้ยงในลักษณะขังคอกอย่างเดียว หรือล้อมรั้วปล่อยเลี้ยงในทุ่งหญ้าของตนเอง ส่วนใหญ่เน้นการตัดหญ้าและกระถินในพื้นที่สาธารณะเป็นอาหารหลักในการเลี้ยงแพะ มีการซื้ออาหารหยابที่หาได้ตามฤดูกาล อาทิ ต้นข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และหญ้าหมักเพื่อนำมาเลี้ยงแพะในฟาร์ม

ฟาร์มขนาดใหญ่ เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตแพะรุ่นเฉลี่ย 2,027.93 บาทต่อตัว จำหน่ายแพะรุ่นได้เฉลี่ย 2,544.69 บาทต่อตัว ทำให้มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยรวม 516.77 บาทต่อตัว เกษตรกรกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เลี้ยงแพะเป็นรายได้หลัก พร้อมกับทำเกษตรอย่างอื่นควบคู่ไปด้วย มีรูปแบบการเลี้ยงล้อมรั้วปล่อยเลี้ยงในทุ่งหญ้าของตนเองในช่วงฤดูเพาะปลูก และมีการปล่อยให้แพะหากินในที่สาธารณะหลังฤดูเก็บเกี่ยว

ภาพรวมเกษตรกรมีต้นทุนการผลิตแพะรุ่นเฉลี่ย 3,503.76 บาทต่อตัว เกษตรกรจำหน่ายแพะรุ่นได้เฉลี่ย 2,833.26 บาทต่อตัว ทำให้มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยขาดทุน 670.49 บาทต่อตัว แสดงให้เห็นว่าการผลิตแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ยังไม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจากรายละเอียดต้นทุนจำแนกตามขนาดฟาร์มข้างต้น จะเห็นได้ว่าจำนวนการผลิตที่ขนาดฟาร์มที่ใหญ่ขึ้นนั้นส่งผลต่อศักยภาพการผลิตทำให้ต้นทุนต่อตัวลดลง ควรส่งเสริมให้เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรุ่นเลี้ยงในปริมาณฟาร์มขนาดกลาง-ขนาดใหญ่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิต ด้านการจำหน่าย

5.1.3 วิธีการตลาดแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี2563

วิธีการตลาดแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 เริ่มจากเกษตรกรจำหน่ายแพะรุ่นรวมไปถึงจำหน่ายพ่อ-แม่พันธุ์ปลดระวางที่ใช้ขยายพันธุ์ต่อไม่ได้แล้วให้กับพ่อค้ารวบรวมที่เข้ามารับซื้อถึงฟาร์มของเกษตรกร ส่วนลูกแพะตัวเมียเกษตรกรนิยมเลี้ยงไว้เพื่อเป็นแม่พันธุ์ต่อไป โดยในปี 2563 เกษตรกรจำหน่ายแพะรุ่นให้พ่อค้ารวบรวมท้องที่ซึ่งเป็นพ่อค้าในพื้นที่จังหวัดเดียวกันหรือพ่อค้าจังหวัดข้างเคียงซึ่งมีพื้นที่ติดต่อกัน และอีกส่วนจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น และบางส่วนเล็กน้อยจำหน่ายให้เกษตรกรที่ต้องการนำไปเป็นพ่อ-แม่พันธุ์

พ่อค้ารวบรวมท้องที่จะทำการรวบรวมแพะรุ่นจากเกษตรกรภายในอำเภอหรือพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงที่มีพื้นที่ติดต่อกัน เมื่อมีคำสั่งซื้อมาจากพ่อค้ารวบรวมท้องที่อีกที่หนึ่ง

พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น จะทำการรวบรวมแพะรุ่นจากเกษตรกรทั้งในละแวกพื้นที่จังหวัดเดียวกันและพื้นที่จังหวัดข้างเคียง รวมถึงรวบรวมจากพ่อค้ารวบรวมท้องที่มาและจำหน่ายต่อไปยังผู้รับซื้อในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้รวบรวมในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

5.1.4 ต้นทุนการตลาด วิธีการตลาด และส่วนเหลือการตลาด ของแพะรุ่น ในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ปี 2563

ส่วนเหลือการตลาดของผู้ค้า ในระดับต่าง ๆ แบ่งส่วนเหลือการตลาดออกเป็น 3 กรณี คือ

1) พ่อค้ารวบรวมท้องที่ซื้อแพะรุ่นจากเกษตรกร พ่อค้าจะทำการโทรติดต่อกับเกษตรกรเพื่อรวบรวมแพะรุ่นไว้ที่คอกพักของพ่อค้าเพื่อรอผู้รับซื้อเข้ามารับที่จุดรวบรวม ราคาเฉลี่ยของแพะรุ่นที่เกษตรกรได้รับเท่ากับ 125.60 บาทต่อกิโลกรัม ในขณะที่ราคาเฉลี่ยที่พ่อค้ารวบรวมท้องที่ได้รับเฉลี่ย 130.60 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีส่วนเหลือการตลาดเท่ากับ 5.00 บาทต่อกิโลกรัม โดยสามารถแยกเป็นต้นทุนการตลาด 2.38 บาทต่อกิโลกรัม ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะอยู่ในส่วนของค่าแรงงานและค่าขนส่ง และมีผลตอบแทนเท่ากับ 2.63 บาทต่อกิโลกรัม ของราคาที่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นได้รับ

2) พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นซื้อแพะรุ่นจากเกษตรกร พ่อค้าจะทำการโทรติดต่อกับเกษตรกรเพื่อเข้าไปรวบรวมแพะรุ่นจากเกษตรกรและนำมาพักไว้ที่คอกพักของพ่อค้าจนกว่าจะรวบรวมแพะได้ตามจำนวนคำสั่งซื้อ จากการศึกษาพบว่า ราคาเฉลี่ยของแพะรุ่นที่เกษตรกรได้รับเท่ากับ 125.60 บาทต่อกิโลกรัม ในขณะที่ราคาเฉลี่ยที่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นได้รับเฉลี่ย 133.30 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีส่วนเหลือการตลาดเท่ากับ 7.70 บาทต่อกิโลกรัม โดยสามารถแยกเป็นต้นทุนการตลาด 2.17 บาทต่อกิโลกรัม ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะอยู่ในส่วนของค่าแรงงาน และค่าขนส่ง และมีผลตอบแทนเท่ากับ 5.53 บาทต่อกิโลกรัม

3) พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นซื้อแพะรุ่นจากพ่อค้าท้องที่ เมื่อได้รับคำสั่งซื้อ พ่อค้าท้องถิ่นจะประสานกับพ่อค้าท้องที่เพื่อรวบรวมแพะรุ่นให้ได้ตามคำสั่งซื้อ จากการศึกษาพบว่า ราคาเฉลี่ยของแพะรุ่นที่พ่อค้าท้องที่ได้รับเท่ากับ 130.60 บาทต่อกิโลกรัม ในขณะที่ราคาเฉลี่ยที่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นได้รับเฉลี่ย 133.30 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีส่วนเหลือการตลาดเท่ากับ 2.7 บาทต่อกิโลกรัม โดยสามารถแยกเป็นต้นทุน

การตลาด 2.17 บาทต่อกิโลกรัม ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะอยู่ในส่วนของค่าแรงงาน และค่าขนส่ง และมีผลตอบแทนเท่ากับ 0.53 บาทต่อกิโลกรัม

เมื่อพิจารณาราคาในระดับต่าง ๆ พบว่า พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นได้รับราคาสูงที่สุด 133.30 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาคือพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น 130.60 บาทต่อกิโลกรัม และเกษตรกรได้รับราคาต่ำที่สุดที่ราคา 125.60 บาทต่อกิโลกรัม ในขณะที่พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นมีส่วนเหลือมการตลาดสูงที่สุด เท่ากับ 7.70 บาทต่อกิโลกรัม และพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นมีส่วนเหลือมการตลาด 5.00 บาทต่อกิโลกรัม

จากการศึกษาพบว่า ราคาที่เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2 ได้รับเฉลี่ย 125.60 บาทต่อกิโลกรัม ในขณะที่ราคาพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นที่ส่งออกแพะไปยังภูมิภาคอื่นในประเทศเฉลี่ย 133.30 บาทต่อกิโลกรัม

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ควรส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการผลิตแพะเนื้อ เพื่อให้เกษตรกรมีองค์ความรู้ในการบริหารจัดการฟาร์ม รวมไปถึงส่งเสริมให้เกษตรกรให้ความสำคัญเรื่องการขอรับมาตรฐานฟาร์มปลอดภัยเพื่อยกระดับการเลี้ยงแพะในภูมิภาค

5.2.2 ควรส่งเสริมด้านการพัฒนาสายพันธุ์แพะเนื้อ เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความสำคัญด้านสายพันธุ์มากนัก การส่งเสริมให้มีการพัฒนาสายพันธุ์เพื่อให้แพะมีโครงสร้างที่ดี โตไว แข็งแรง โดยใช้พ่อแม่พันธุ์ที่มีโครงสร้างดี เพื่อยกระดับการเลี้ยงแพะ และตอบสนองกับความต้องการของตลาดแพะเนื้อ

5.2.3 ควรส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อให้เกิดการบริหารจัดการภายในกลุ่ม ทั้งด้านการผลิตและการตลาด โดยการส่งเสริมสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเพื่อการเลี้ยงแพะในรูปแบบของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ เพื่อจูงใจให้เกิดการรวมตัวของเกษตรกร ทั้งยังเป็นการอำนวยความสะดวกให้เกษตรกรที่มีความต้องการเลี้ยงแพะแต่ยังขาดเงินทุน สามารถเข้ามารวมกลุ่มและเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้

5.2.4 ส่งเสริมให้มีการทำ MOU ระหว่างกลุ่มเกษตรกรและพ่อค้ารับซื้อแพะมีชีวิต เพื่อให้เกษตรกรและพ่อค้ารวบรวมสามารถบริหารจัดการแพะได้อย่างเป็นระบบ

5.2.5 ควรมีการส่งเสริมให้มีการบริโภคเนื้อแพะ และแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า

5.2.6 จากการศึกษาพบว่าตลาดหลักของแพะพึ่งพาการส่งออกเป็นหลัก หากไม่สามารถส่งออกได้จะกระทบกับราคาจำหน่ายแพะในประเทศ เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว จึงควรส่งเสริมการบริโภคเนื้อแพะภายในประเทศให้มากขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (ม.ป.ป.). *โครงการคลินิกเกษตรเคลื่อนที่ในพระราชานุเคราะห์ สมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร การเลี้ยงแพะ* [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER28/DRAWER090/GENERAL/DATA0000/00000096.PDF> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 5 พฤศจิกายน 2563)
- กรมปศุสัตว์. (2563). *ข้อมูลเกษตรกร/ปศุสัตว์* [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://ict.dld.go.th/webnew/index.php/th/service-ict/report/247-report-thailand-livestock> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 13 พฤศจิกายน 2563).
- ชมพรรัช บุญญา. (2557). *การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมของการค้าแพะเนื้อในจังหวัดชัยนาท*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เครือข่ายเกษตรกรเลี้ยงแพะประเทศไทย. (2562). *ตลาดของเนื้อแพะ* [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.youtube.com/watch?v=B4yx5L67Lj0> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 21 ธันวาคม 2563).
- ชาญชัย วงษาเสน. (2560). *ความเป็นไปได้ในการลงทุนเลี้ยงแพะเนื้อเพื่อเป็นอาชีพเสริมในจังหวัดอุบลราชธานี*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.agri.ubu.ac.th/mis/seminar/upload/60.pdf> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 25 พฤศจิกายน 2563).
- ชุตตา แก้วละเอียด. (2558). *การพัฒนาการตลาดแพะเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในจังหวัดสงขลา*. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- นราพร นาเอก. (2562). *สภาพการผลิตและวิถีการตลาดแพะเนื้อจังหวัดนครสวรรค์*. นครสวรรค์: สำนักงานปศุสัตว์นครสวรรค์.
- พัฒนศักดิ์ ปทุมวัน, สราญ ปรีสุทธิกุล, พิมุทธิ์ สมชอบ, นิษฐา คนกล้า, นันทพงศ์ นันทสำเร็จ, ก้องเกียรติ สหายรักษ์ และเกรียงศักดิ์ รักภักดี. (2562). *การศึกษาดูงานตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศสนับสนุนเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วารสารการจัดการและการพัฒนา. 6(1). 201-203.
- มนต์ชัย วัฒนเชื้อ. (2562). *องค์ความรู้ (Knowledge Management: KM) สรุปรื่องหาวิชาผู้ได้รับทุนการศึกษา ระดับปริญญาโท* [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.fio.co.th/fio/km/docKM62/km3-7-1.pdf> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 13 พฤศจิกายน 2563).
- วีระศักดิ์ ตุลยาพร. (2557). *การพัฒนาการเลี้ยงแพะสู่อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในจังหวัดกระบี่*. สงขลา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.

- สมคิด ทักษิณาวินธุ์. (2548). *หลักการตลาดสินค้าเกษตร*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมพร นันทะชัย. (2543). *โครงสร้างตลาดและวิถีตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งปีการผลิต 2543*. เชียงใหม่: สำนักหอสมุด.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2557). *การศึกษาการตลาดแพะเนื้อ*. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2557). *ศักยภาพการผลิตการตลาดแพะเนื้อในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ปี 2552*. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). การวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิตปศุสัตว์และประมง. ใน *การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเพิ่มทักษะการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้าเกษตร: ภายใต้โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสารสนเทศต้นทุนการผลิต เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตภาคการเกษตร* (หน้า 1-11). ม.ป.ท.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). *การศึกษาโซ่อุปทานสุกร*. กรุงเทพฯ. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2563). *สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2562*. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์..
- สุธา โอมณี. (2560). *การศึกษารูปแบบการเลี้ยงและวิถีการตลาดแพะเนื้อ กรณีศึกษาจังหวัดสุราษฎร์ธานี*. สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สุภาวดี แหยมคง. (2558). *ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตโคเนื้อของเกษตรกรในอำเภอวัดโบสถ์ และอำเภอยะรัง จังหวัดพิษณุโลก*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: www.researchgate.net (วันที่สืบค้นข้อมูล: 25 พฤศจิกายน 2563).
- เสกสรร สุธรรมานนท์ และคณะ. (2556). *โครงการการศึกษาระบบการจัดการโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมแพะในจังหวัดสตูล: รายงานฉบับสมบูรณ์*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:58977 (วันที่สืบค้นข้อมูล: 25 พฤศจิกายน 2563).
- Neuman. W.L. (1991). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Allyn and Bacon.

ภาคผนวก

ภาคผนวกที่ 1

แบบสัมภาษณ์เกษตรกร

ชื่อผู้สำรวจ		สศท.	จังหวัด	อำเภอ	ตำบล	หมู่ที่	คร.ตย.ที่	ชื่อผู้	
ว/ด/ป								บันทึก	
รหัส								ว/ด/ป	
								รหัส	

ข้อมูลทั้งหมดที่สอบถามนี้ ทางราชการจะเก็บไว้เป็นความลับ และจะนำไปเผยแพร่เฉพาะค่าประมาณทางสถิติที่เป็นส่วนรวมเท่านั้น

A :

ชื่อเจ้าของฟาร์มครัวเรือนตัวอย่างที่.....
 บ้านเลขที่หมู่ที่ ชื่อหมู่บ้าน.....ตำบล.....
 อำเภอ..... จังหวัด..... สศท.....โทร.....
 ตำแหน่งพิกัด GPS E..... N.....

B : เลือกขนาดฟาร์ม

1. ขนาดย่อย เลี้ยง 1-20 ตัว 2. ขนาดเล็ก เลี้ยง 21 -50 ตัว
 3. ขนาดกลาง 51 - 100 ตัว 4. ขนาดใหญ่ เลี้ยงมากกว่า 100 ตัว

C: ลักษณะการเลี้ยง

1. ชังคอก 2. ไล่ทุ่ง 3. ทั้งสองอย่าง

D : ลักษณะการใช้ที่ดิน

อัตราค่าเช่าที่ดิน บาท/ไร่/ปี
 เนื้อที่ทำฟาร์มแพะเนื้อทั้งหมด ของตนเองไร่ เช่าไร่

E : ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม และค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกิดขึ้นในการเลี้ยงแพะเนื้อ

ช่วงอายุ	แรกเกิด ถึง ก่อนผสมพันธุ์	แม่พันธุ์	พ่อพันธุ์	รวมทั้งหมด
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ข้อ 1 จำนวน ณ ต้นปี				
1.1 เพศผู้				
1) จำนวนตัวที่เลี้ยงทั้งหมด(ตัว)*				
2) น้ำหนักเฉลี่ย (กก./ตัว)				
3) ราคาเฉลี่ย (บาท/ตัว)				
4) ราคาเฉลี่ย (บาท/กก.)				
1.2 เพศเมีย				
1) จำนวนตัวที่เลี้ยงทั้งหมด(ตัว)*				
2) น้ำหนักเฉลี่ย (กก./ตัว)				
3) ราคาเฉลี่ย (บาท/ตัว)				
4) ราคาเฉลี่ย (บาท/กก.)				

ข้อ 2 การเปลี่ยนแปลงระหว่างปีที่สำรวจ แยกตามประเภท และอายุ รวมทั้งคาดคะเนการเกิดลูกและการขาย

รายการ	แรกเกิดถึง ก่อนผสมพันธุ์	แม่พันธุ์	พ่อพันธุ์	รวมทั้งหมด
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2.1 เพศผู้ ที่ซื้อและที่ขาย				
ซื้อ 1) จำนวนตัวที่ซื้อ (ตัว)*				
2) น้ำหนักเฉลี่ยที่ซื้อ (กก./ตัว)				
3) ราคาเฉลี่ยที่ซื้อ (บาท/ตัว)				
4) ราคาเฉลี่ยที่ซื้อ (บาท/กก.)				
ขาย 5) จำนวนตัวที่ขาย (ตัว)*				
6) น้ำหนักเฉลี่ยที่ขาย (กก./ตัว)				
7) ราคาเฉลี่ยที่ขาย (บาท/ตัว)				
8) ราคาเฉลี่ยที่ขาย (บาท/กก.)				
จำนวนวันที่เลี้ยง				
2.2 เพศเมีย หรือเพศเมียที่ไม่ท้อง ที่ซื้อและที่ขาย				
ซื้อ 1) จำนวนตัวที่ซื้อ (ตัว)*				
2) น้ำหนักเฉลี่ยที่ซื้อ (กก./ตัว)				
3) ราคาเฉลี่ยที่ซื้อ (บาท/ตัว)				
4) ราคาเฉลี่ยที่ซื้อ (บาท/กก.)				
ขาย 5) จำนวนตัวที่ขาย (ตัว)*				
6) น้ำหนักเฉลี่ยที่ขาย (กก./ตัว)				
7) ราคาเฉลี่ยที่ขาย (บาท/ตัว)				
8) ราคาเฉลี่ยที่ขาย (บาท/กก.)				
จำนวนวันที่เลี้ยง				
2.3 เพศเมียที่กำลังท้อง ที่ซื้อและที่ขาย				
ซื้อ 1) จำนวนตัวที่ซื้อ (ตัว)*				
2) น้ำหนักเฉลี่ยที่ซื้อ (กก./ตัว)				
3) ราคาเฉลี่ยที่ซื้อ (บาท/ตัว)				
4) ราคาเฉลี่ยที่ซื้อ (บาท/กก.)				
ขาย 5) จำนวนตัวที่ขาย (ตัว)*				
6) น้ำหนักเฉลี่ยที่ขาย (กก./ตัว)				
7) ราคาเฉลี่ยที่ขาย (บาท/ตัว)				
8) ราคาเฉลี่ยที่ขาย (บาท/กก.)				
2.4 การเกิดลูก และการขาย ในรอบปี				
จำนวนลูกที่คาดว่าจะเกิดในรอบปี (ตัว)				
จำนวนตัวที่คาดว่าจะขายในรอบปี (ตัว)				

ข้อ 2 การเปลี่ยนแปลงระหว่างปีที่สำรวจ แยกตามประเภท และอายุ รวมทั้งการคาดคะเนเกิดลูกและการขาย(ต่อ)

รายการ	แรกเกิดถึง ก่อนผสมพันธุ์	แม่พันธุ์	พ่อพันธุ์	รวมทั้งหมด
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2.5 จำนวนตัวทั้งหมด ณ วันที่ 31 ธันวาคม(ตัว)*				
2.6 ค่าพันธุ์สัตว์				
1) แม่พันธุ์				
(1) อายุเมื่อเริ่มผสมพันธุ์ครั้งแรก เดือน*				
(2) ราคาเมื่อเป็นแพะสาวพร้อมท้อง ตัวละ บาท				
(3) จำนวนวันที่อุ้มท้อง วัน				
(4) จำนวนลูกเฉลี่ยต่อครอก ตัว				
(5) จำนวนครอก/แม่/ปี ครอก				
(6) คาดคะเนจำนวนปีที่ให้ลูกจนปลดระวางและขาย ปี*				
(7) ราคาเมื่อปลดขาย ตัวละ บาท				
2) พ่อพันธุ์				
(1) อายุเมื่อเริ่มผสมพันธุ์ครั้งแรก เดือน*				
(2) ราคาเมื่อเป็นพ่อพันธุ์ครั้งแรก ตัวละ บาท				
(3) คาดคะเนจำนวนปีที่ใช้งานจนปลดระวางและขาย ปี*				
(4) ราคาเมื่อปลดขาย ตัวละ บาท				
2.7 ผลพลอยได้จากการเลี้ยงแพะเนื้อ				
(1) มูลแพะ จำนวน กก.				
(2) ราคา กิโลกรัมละ บาท				
(3) มูลค่า บาท				
(4) จำนวนวันที่เก็บมูลแพะขายต่อครั้ง วัน				

หมายเหตุ 1. ข้อ 2.5 ได้จาก จำนวน ณ วันที่สำรวจ + เกิด - ขาย

2. ข้อ 2.6 ต้องกรอกข้อมูลทุกช่อง เพื่อคำนวณค่าเสื่อมแม่พันธุ์-พ่อพันธุ์

ข้อที่ 3 การใช้แรงงาน และอัตราค่าจ้างแรงงาน *ที่ใช้เลี้ยงแพะเนื้อ* ในรอบปี

ลำดับ ที่	รหัสประเภท แรงงาน	จำนวนคน (คน)	อัตราค่าจ้าง (บาท)		จำนวนวันที่ใช้ แรงงาน(วัน/ปี)	จำนวน ชม./วัน ที่ใช้แรงงาน(ชม.)
			บาท/คน/วัน	บาท/คน/เดือน		
			(1)	(2)		
1						
2						
3						
4						

หมายเหตุ สดมภ์ที่ 1 ประเภทแรงงาน ใส่เฉพาะรหัสเท่านั้น ซึ่งรหัสประกอบด้วย

รหัส 1 = แรงงานครัวเรือน

รหัส 2 = แรงงานจ้างชั่วคราว หรือจ้างรายวัน

รหัส 3 = แรงงานจ้างประจำเป็นรายเดือน

ข้อที่ 4. ปริมาณ ราคา และมูลค่าอาหารที่ใช้เลี้ยงแพะเนื้อ ที่สำรวจในรอบปี

4.1 อาหารหยาบ ที่ใช้เลี้ยงแพะเนื้อ ต่อวัน ทุกตัวในแต่ละประเภท ในรอบปี

(จำนวนตัวที่อ้างอิงในการสอบถามการกินอาหารหยาบ ให้ใช้จำนวนตัวที่มีอยู่ ณ วันที่สำรวจ (ข้อ 1))

รายการ	ชื่อ				ตนเอง/ได้ฟรี ที่ยืนคอก/ไล่ทุ่ง			
	ปริมาณ ที่ใช้(กก./วัน)	ราคา (บาท/กก.)	มูลค่า (บาท)	จน.เดือนให้ อาหาร(เดือน)	ปริมาณ ที่ใช้(กก./วัน)	ราคา (บาท/กก.)	มูลค่า (บาท)	จน.เดือนให้ อาหาร(เดือน)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
(1) ต้นกระถิน								
(2) ฟางข้าว								
(3) หญ้าสด (นอกฟาร์ม)								
(4) หญ้าสด (ในฟาร์ม)								
(ถ้าไม่ทราบข้อมูลให้สอบถามข้อ 8)								
(5) หญ้าแห้ง (นอกฟาร์ม)								
(6) หญ้าแห้ง (ในฟาร์ม)								
(7) ต้นข้าวโพดสด								
(8) เปลือกข้าวโพด								
(9) เปลือกสับปะรด								
(10) เปลือกถั่วต่างๆ								
(11) กากถั่วเหลืองสด								
(12) ต้นถั่วลิสง								
(13) ถั่วฮามาต้าแห้ง								
(14) มันสำปะหลัง								
(15) ยอดอ้อย								
(16) กากน้ำตาล								
(17) ยูเรีย								
(18) อื่นๆ ระบุ.....								
(19) อื่นๆ ระบุ.....								

หมายเหตุ 1. นอกฟาร์ม หมายถึง ต้องไปหามาจากที่อื่น โดยไม่มีการปลูกหรือทำแปลงหญ้าหรือทำหญ้าแห้งไว้ในฟาร์มตนเอง

2. ในฟาร์ม หมายถึง การปลูกหรือทำแปลงหญ้าหรือทำหญ้าแห้งในฟาร์มตนเอง

ปริมาณการกินอาหารหยาบ ต่อวัน ทุกตัว แต่ละอายุ แยกตามประเภท			
รายการ	แรกเกิด ถึง ก่อนผสมพันธุ์	แม่พันธุ์	พ่อพันธุ์
(1)	(2)	(3)	(4)
กินอาหารหยาบต่อวัน (กก.)			

ข้อที่ 4 (ต่อ) ปริมาณ ราคา และมูลค่าอาหารที่ใช้เลี้ยงแพะเนื้อ ในรอบปีสำรวจ

4.2 อาหารชั้น ที่ใช้เลี้ยง แพะเนื้อ ต่อวัน ทุกตัว

รายการ	จำนวนตัวที่กิน* (ตัว)	ปริมาณที่ใช้ต่อวัน (กก.)	ราคา (บาท/กก.)	มูลค่า (บาท)	จำนวนวัน ให้อาหาร* (วัน)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1) อาหารสำเร็จรูป					
2) อาหารผสมวัตถุดิบ					

หมายเหตุ : สดมภ์ที่ 6 ให้ใส่จำนวนวันทั้งหมดที่ให้อาหารชั้นตลอดปี

รายการ ข้อ 2) สดมภ์ที่ 4 ได้จากการคำนวณ ราคาในข้อ 4.3

ปริมาณการกินอาหารชั้น ต่อวัน ทุกตัว แต่ละอายุ แยกตามประเภท			
รายการ	แรกเกิด ถึง ก่อนผสมพันธุ์	แม่พันธุ์	พ่อพันธุ์
(1)	(2)	(3)	(4)
กินอาหารชั้นต่อวัน (กก.)			

4.3 วัตถุดิบที่ใช้ผสมอาหาร ต่อ 1 ครั้ง ให้สอบถามปริมาณ ราคา แต่ละรายการ ดังนี้

รายการ	ชื่อ			ตนเอง/ ได้ฟรี		
	ปริมาณ (กก.)	ราคา (บาท/กก.)	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ (กก.)	ราคา (บาท/กก.)	มูลค่า (บาท)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
(1) หัวอาหาร						
(2) ข้าวโพด						
(3) ฟุ่นข้าวโพด						
(4) มันเส้น						
(5) รำข้าวสาลี						
(6) ปลายข้าว						
(7) รำข้าวละเอียด						
(8) ปลาป่น						
(9) กากถั่วเหลือง						
(10) กากถั่วเขียว						
(11) กากถั่วเขียวบด						
(12) กากถั่วลิสงบด						
(13) กากเบียร์						
(14) กากเมล็ดปาล์ม						
(15) กากเมล็ดยางพารา						
(16) กากมะพร้าว						
(17) อื่นๆ (ระบุ).....						
(18) อื่นๆ (ระบุ).....						
(19) อื่นๆ (ระบุ).....						

ข้อที่ 5 ค่ายาและวัคซีน

5.1 ค่าวัคซีนป้องกันโรค ที่ใช้ทุกตัวแต่ละประเภท และอายุในรอบปี

รายการ	ปริมาณที่ใช้/ครั้ง		ราคา (บาท/หน่วย)	มูลค่า (บาท/ครั้ง)	จำนวนครั้ง (ครั้ง/ปี)
	ชื่อ	ตนเอง/ฟรี			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1. วัคซีนป้องกันโรคปากเท้าเปื่อย(ก๊ิบ)					
2. วัคซีนป้องกันโรคแอนแทรกซ์					
3. วัคซีน อื่นๆ (ระบุ)					
4. วัคซีน อื่นๆ (ระบุ)					
5. วัคซีน อื่นๆ (ระบุ)					
6. วัคซีน อื่นๆ (ระบุ)					
7. วัคซีน อื่นๆ (ระบุ)					

5.2 ค่ายารักษาโรค ที่ใช้ ทุกตัว ทุกประเภทและอายุ ในรอบปี

รายการ	ปริมาณที่ใช้		ราคา (บาท/หน่วย)	มูลค่า (บาท)
	ชื่อ	ตนเอง/ฟรี		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. ยาถ่ายพยาธิ				
2. ยาบำรุง				
3. ธาตุเหล็ก				
4. ยาฆ่าเห็บ เหา				
5. ฮอริโมน				
6. ยาแก้อักเสบ				
7. ยาแก้ไอ				
8. ยาฆ่าเชื้อ /ทิงเจอร์ไอโอดีน				
9. ยาอื่นๆ เกี่ยวกับท้องอืด.....				
10. ยาอื่นๆ (ระบุ)				
11. ยาอื่นๆ (ระบุ)				
12. ยาอื่นๆ (ระบุ)				
13. ยาอื่นๆ (ระบุ)				
14. ยาอื่นๆ (ระบุ)				

ข้อที่ 6 ค่าวัสดุและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ได้ใช้ในฝูงที่สำรวจเท่านั้น

6.1 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ต่อเดือน ต่อฝูง ที่สำรวจ ในรอบปี

รายการ	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	หมายเหตุ
(1)	(2)	(3)
1. ค่าบริการสัตวแพทย์		
2. ค่าน้ำ		
3. ค่าไฟฟ้า		
4. ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง		
5. ค่าโทรศัพท์		
6. แร่ธาตุก้อน ที่วางให้แพะกิน		
7. ค่าตรวจเลือด		
8. ค่านมเลี้ยงลูกแพะ		
9. อื่นๆ (ระบุ)		
10. อื่นๆ (ระบุ)		

6.2 ค่าวัสดุอุปกรณ์ ที่ใช้ ต่อฝูง ในรอบปี

รายการ	จำนวนที่ใช้ทั้งหมด		ราคา (บาท/หน่วย)	อายุใช้งาน* (เดือน)
	ซื้อ	ตนเอง/ได้ฟรี		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. ไม้กวาด				
2. ไข่มดตัดหญ้า				
3. ถุงมือยาง				
4. รองเท้าบูท				
5. ที่ตักอาหาร				
6. สวด				
7. พลั่ว				
8. สายยาง				
9. คราด				
10. ส้อมแทงหญ้า				
11. อื่นๆ				
12. อื่นๆ				

ข้อ 7 เครื่องมืออุปกรณ์และโรงเรือน รวมทั้งค่าซ่อมที่เกิดขึ้นในรอบปีสำรวจ

รายการ	มูลค่าแรก ซื้อหรือสร้าง ทั้งหมด(บาท)	อายุการ ใช้งาน* (ปี)	% ที่ใช้ เฉพาะ ฝูง	ค่าซ่อมระหว่างปี		
				จ้าง (บาท)	ตนเอง (บาท)	อายุใช้งาน หลังซ่อม(ปี)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1. โรงเรือน หลังที่ 1						
โรงเรือน หลังที่ 2						
2. รั้ว						
3. คอกขังรวม						
4. โรงเก็บอาหาร						
5. โรงผสมอาหาร						
6. โรงเก็บและผสมอาหาร						
7. เครื่องผสมอาหาร						
8. เครื่องสับกระถิน						
9. เครื่องพ่นยาฆ่าเห็บ						
10. เครื่องขอป ดัดหญ้า						
11. เครื่องตัดหญ้าสะพาย						
12. เทเลอร์รองรับหญ้าฟังกกับขอป						
13. บ่อบาดาล						
14. ร่องปูนใส่น้ำ						
15. โถ่งน้ำ						
16. แทงค์ค้ำน้ำ						
17. สระน้ำ						
18. เครื่องปั้มน้ำ						
19. รถเข็น						
20. รถสาลี						
21. รถยนต์บรรทุก						
22. มอเตอร์ไซด์						
23. ตราซัง						
24. ถังใส่น้ำยาฆ่าเชื้อ						
25. อื่นๆ ระบุ.....						
26. อื่นๆ ระบุ.....						

ข้อ 8 แปลงหญ้า การปลูกและค่าใช้จ่ายระหว่างปีของแปลงหญ้า รวมคาดคะเน ตลอดปี

แปลง ที่	จำนวนเนื้อที่ ปลูกหญ้า		อัตรา ค่าเช่า (บาท/ไร่ /ปี)	แปลงหญ้ารุ่นปัจจุบัน			ค่าใช้จ่ายเมื่อเริ่มปลูก			ค่าใช้จ่ายปี (ม.ค- 5.ค)			การเก็บผลผลิต	
	ตนเอง (ไร่)	เช่า (ไร่)		ปลูกปี พ.ศ.	คาดว่า จะรี้อ ปลูกใหม่ ปี พ.ศ.	ค่าบุกเบิก และ เตรียมดิน (บาท)	ค่า พันธุ์ หญ้า (บาท)	ค่าแรง ปลูกและ ดูแลอื่นๆ (บาท)	ค่าปุ๋ย- ยา-น้ำ- ปูนขาว (บาท)	ค่าปุ๋ย ยา-น้ำ และอื่นๆ (บาท)	ค่าแรงงาน		ทั้งหมด ต่อรุ่น	จำนวน รุ่นต่อปี
											ปลูก-ซ่อม เก็บเกี่ยว (บาท)	ดูแล อื่นๆ (บาท)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)
1														
2														
3														
4														
5														
6														
7														
8														
9														
10														

หมายเหตุ สดมภ์ที่ 11 อื่นๆ ได้แก่ ค่าซ่อมอุปกรณ์ ค่าซื้ออุปกรณ์ ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง เช่น ขนหญ้า ตัดหญ้า เป็นต้น
ต้องสอบถามและกรอกข้อมูลสดมภ์ที่ 6 ด้วย เพราะถ้าไม่มีข้อมูลการคำนวณผลไม่ออก



แบบสัมภาษณ์ เกษตรกร (ส่วนที่ 2)

เรื่อง การศึกษาการผลิตและการตลาดแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 12 จังหวัดนครสวรรค์

13. ประเภทการจำหน่าย

1. ลูกแพะเนื้อ

ผู้รับซื้อ ราคา.....บาท/ตัว

อายุลูกแพะที่จำหน่าย.....เดือน น้ำหนัก.....กิโลกรัม/ตัว ปริมาณที่จำหน่ายในปี 2563ตัว

การขนส่ง ส่งเอง จ้างส่ง ผู้ซื้อตนเอง

ระยะทางเฉลี่ย/เที่ยวกิโลเมตร ค่าใช้จ่าย/เที่ยว.....บาท จำนวนตัว/เที่ยว.....ตัว

ค่าใช้จ่ายในการจำหน่าย.....

2. แพะมีชีวิต

-ผู้รับซื้อสัดส่วน.....% ราคา.....บาท/.....

อายุแพะที่จำหน่าย.....เดือน น้ำหนัก.....กิโลกรัม/ตัว ปริมาณที่จำหน่ายในปี 2563ตัว

การขนส่ง ส่งเอง จ้างส่ง ผู้ซื้อตนเอง

ระยะทางเฉลี่ย/เที่ยวกิโลเมตร ค่าใช้จ่าย/เที่ยว.....บาท จำนวนตัว/เที่ยว.....ตัว

-ผู้รับซื้อสัดส่วน.....% ราคา.....บาท/.....

อายุแพะที่จำหน่าย.....เดือน น้ำหนัก.....กิโลกรัม/ตัว ปริมาณที่จำหน่ายในปี 2563ตัว

การขนส่ง ส่งเอง จ้างส่ง ผู้ซื้อตนเอง

ระยะทางเฉลี่ย/เที่ยวกิโลเมตร ค่าใช้จ่าย/เที่ยว.....บาท จำนวนตัว/เที่ยว.....ตัว

ค่าใช้จ่ายในการจำหน่าย.....

14. การกำหนดราคา 1. กำหนดเอง 2. ผู้ซื้อกำหนด 3. ราคากลาง 4. อื่น ๆ

15. แหล่งเงินทุน 1. เงินทุนของตนเอง 2. กู้ยืม จาก..... อัตราดอกเบี้ย บาท/ปี

16. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน 1. ยาก 2. ง่าย

17. การทำบัญชี รายรับ-รายจ่าย ในการผลิตแพะเนื้อ 1. ทำเป็นประจำ
2. ทำแต่ไม่ครบ เหตุผล.....
3. ไม่ทำ เหตุผล.....

18. การอบรมความรู้ด้านการผลิต/การตลาดแพะเนื้อ
- 1.อบรม เรื่อง.....หน่วยงาน.....
- อบรม เรื่อง.....หน่วยงาน.....
- 2.ไม่ได้อบรม

19. ปัญหาอุปสรรค

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

20. ความต้องการด้านการส่งเสริมและพัฒนา/ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวกที่ 2

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ



แบบสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ

เรื่อง การศึกษาการผลิตและการตลาดแพะรุ่นในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง 2

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 12 จังหวัดนครสวรรค์

ข้อมูลที่ถูกบันทึกในแบบสอบถามนี้ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับอย่างเคร่งครัด โดยจะนำไปประมวลผลและนำเสนอในลักษณะภาพรวมเท่านั้น และไม่ได้เกี่ยวข้องกับการเรียกเก็บภาษีใด ๆ

1. ชื่อผู้ให้ข้อมูล(นาย/นาง/น.ส.).....นามสกุล.....โทรศัพท์.....
บ้านเลขที่ หมู่ที่ ชื่อบ้าน ตำบล อำเภอ..... จังหวัด.....
เพศ.....อายุ.....ศาสนา.....การศึกษา.....
ประสบการณ์ธุรกิจแพะเนื้อ.....ปี

2. กิจกรรมของท่านเป็นองค์กรประเภทใด

- กลุ่มเกษตรกร (โปรดระบุ) จำนวนสมาชิก ราย ปีที่ก่อตั้ง
- เกษตรกร/รวบรวม ผู้ค้าปลีก/ชำแหละ (ข้ามไปทำข้อ 5)
- ผู้รวบรวมรายย่อย/ท้องถิ่น ผู้รวบรวมรายใหญ่/ท้องที่/กระจายผลผลิต/ส่งออก
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

3. ปริมาณรับซื้อ

รายการ	สัดส่วนที่รับซื้อ (ร้อยละ)	ปริมาณ (ตัว/ปี)	น้ำหนักเฉลี่ย (กก./ตัว)	ราคาที่รับซื้อเฉลี่ย
แพะเนื้อทั้งหมด***	100			บาท/.....
3.1 ลูกแพะหย่านมสำหรับขุน				บาท/.....
3.2 แม่พันธุ์				บาท/.....
3.3 พ่อพันธุ์				บาท/.....
3.4 แพะอื่น.....				บาท/.....
3.5 แพะอื่น.....				บาท/.....

4. ค่าใช้จ่ายในการรับซื้อ

ค่าขนส่ง.....บาท/เที่ยว เทียวละ.....ตัว (***)ขนส่ง.....เที่ยว/ปี)

ค่าแรงงาน.....บาท/เที่ยว หรือบาท/เดือน

ค่าอาหาร/ยา.....บาท/เที่ยว ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตเคลื่อนย้าย.....บาท/ปี

ค่าด่าน/ค่าผ่านทาง.....บาท/เที่ยว ค่าใช้จ่ายอื่นๆ.....บาท/ปี

เวลาที่ใช้ในการขนส่ง.....ชั่วโมง/.....

น้ำหนักที่สูญเสียในการขนส่ง.....กก./ตัว

6. การจำหน่ายแพะ

แหล่งจำหน่าย	ประเภท	สัดส่วน	ราคาจำหน่าย		การขนส่ง (ทำเครื่องหมาย ✓)			ค่าใช้จ่าย /เที่ยว	ระยะทาง	จำนวน เที่ยว	ปริมาณ ขนส่งต่อ เที่ยว
		(ร้อยละ)	บาท	หน่วย	ขนส่ง เอง	จ้าง	ผู้ซื้อ ขนส่งเอง	(บาท)	(กิโลเมตร)	เที่ยว/ ปี	ตัว
	แพะเนื้อ										
	แม่พันธุ์										
	พ่อพันธุ์										
	อื่นๆ										
	แพะเนื้อ										
	แม่พันธุ์										
	พ่อพันธุ์										
	อื่นๆ										
	แพะเนื้อ										
	แม่พันธุ์										
	พ่อพันธุ์										
	อื่นๆ										

ค่าใช้จ่ายในการจำหน่าย.....

7. จำนวนพ่อค้าในพื้นที่.....ราย วิธีหาลูกค้าใหม่.....
8. ราคารับซื้อขึ้นกับ แหล่ง/ปัจจัย ไต.....
9. ราคาจำหน่ายขึ้นกับ แหล่ง/ปัจจัย ไต.....
10. สถานการณ์การตลาดแพะในมุมมองของท่าน.....
 ความต้องการภายในประเทศ.....
 ความต้องการของต่างประเทศ.....
11. ปัญหาและอุปสรรค.....

11. ข้อคิดเห็นอื่น ๆ.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

