

## แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากาปคู้ศตวในพ้พื้นที่ภาคเหนือตอนบน ปี 2569

ที่มาและเหตุผลของการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนากาปคู้ศตวในพ้พื้นที่ภาคเหนือตอนบน (เชียงใหม่, ลำพูน, ลำปาง, แม่ฮ่องสอน, พะเยา, เชียงราย, แพร่ และน่าน)

### 1. การปรับเปลี่ยนจากวิถีเดิมสู่ระบบธุรกิจและการท่องเที่ยว

- โคนื้อ: ในอดีตการเลี้ยงโคนื้อมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้แรงงานเป็นหลัก แต่ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นการเลี้ยงเพื่อจำหน่ายเนื่องจากความต้องการบริโภคโคนื้อเพิ่มขึ้น ทั้งจากประชากรในประเทศและนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ
- นโยบายรัฐ: รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงโคนื้อภายใต้แผนปรับโครงสร้างระบบการผลิต การเกษตร เพื่อให้การเลี้ยงโคนื้อเป็นอาชีพที่สร้างรายได้อย่างสม่ำเสมอให้กับเกษตรกร

### 2. การสืบสานและอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ประจำถิ่นตามแผนพัฒนาชาติ

- ไร่พื้นเมือง: มีที่มาจาก การส่งเสริมของกรมปคู้ศตวในการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากไร่พื้นเมือง อย่างจริงจ้งมานานกว่า 2 ทศวรรษ
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ: โครงการพัฒนาสัตว์ปีกถูกบรรจุไว้ใน แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) และ ฉบับที่ 8 โดยมีเป้าหมายเพื่อลดอัตราการตายและเพิ่มผลผลิตเพื่อ ช่วยหมู่บ้านยากจนในชนบท,

### 3. ประวัติศาสตร์ความร่วมมือระหว่างประเทศและการรวมกลุ่มสหกรณ์

- โคนม: การเลี้ยงโคนมในภาคเหนือตอนบนมีจุดเริ่มต้นที่สำคัญในปี พ.ศ. 2508 โดยมีการจัดตั้ง โครงการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมที่สถานีบำรุงพันธุ์สัตว์ห้วยแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้ ความช่วยเหลือจากประเทศเยอรมนี
- ความเข้มแข็งของชุมชน: ต่อมาได้มีการรวมกลุ่มเกษตรกรจัดตั้งสหกรณ์โคนมต่างๆ เช่น สหกรณ์ โคนมเชียงใหม่ จำกัด (พ.ศ. 2517) และขยายตัวไปยังจังหวัดอื่นๆ ผ่านโครงการของรัฐบาลเพื่อ แก้ปัญหาพืชเศรษฐกิจราคาตกต่ำ

### 4. ความจำเป็นด้านมาตรฐานอาหารปลอดภัยและการจัดการโรค

- สุก: เป็นสัตว์เศรษฐกิจที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 2 ของสินค้าปคู้ศตว แต่ประสบปัญหาความไม่ แน่นอนด้านราคาและโรคระบาด
- การยกระดับฟาร์มรายย่อย: ยุทธศาสตร์นี้เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาฟาร์มรายย่อยที่ยังขาดความรู้และ การจัดการที่ถูกสุขลักษณะ เพื่อมุ่งเน้นการผลิตที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม,

### 5. ศักยภาพทางภูมิศาสตร์และโอกาสทางการค้า

- พื้นที่ภาคเหนือตอนบนมี สภาพอากาศที่เอื้ออำนวย ต่อการเลี้ยงสัตว์ (โดยเฉพาะโคนื้อและโคนม),
- เขตการค้าเสรี: การเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA/AEC) และการมีเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นแรงผลักดันให้ต้องมียุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและใช้โอกาสในการส่งออกสินค้าปคู้ศตวไปยังตลาดต่างประเทศ,,

ข้อมูลเหล่านี้คือรากฐานสำคัญที่นำมาสู่การกำหนดวิสัยทัศน์และแนวทางการพัฒนาในแผนยุทธศาสตร์ปี 2569 เพื่อให้สอดคล้องกับทั้งบริบทในอดีตและแนวโน้มในอนาคต

## 1. วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าปศุสัตว์คุณภาพดี ปลอดภัย ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของเกษตรกรอย่างยั่งยืน” ,,,

---

## 2. พันธกิจ (Mission)

- ยกระดับมาตรฐานการผลิต: ส่งเสริมระบบการเลี้ยงสัตว์ที่ปลอดภัย (GAP/GFM) และถูกสุขอนามัย,,
  - อนุรักษ์และพัฒนาสายพันธุ์: รักษาและพัฒนาพันธุ์กรรมสัตว์ประจำถิ่นและสัตว์เศรษฐกิจให้มีประสิทธิภาพการผลิตสูง,,
  - สร้างความเข้มแข็งให้เครือข่าย: ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์ให้มีความสามารถในการบริหารจัดการและอำนาจต่อรอง,,
  - พัฒนาระบบการตลาดและแปรรูป: เพิ่มช่องทางการจำหน่ายและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์,,
- 

## 3. ประเด็นยุทธศาสตร์หลัก (Strategic Pillars)

ยุทธศาสตร์ที่ 1: การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการจัดการฟาร์ม

- โคเนื้อ: ส่งเสริมการเลี้ยงแบบประณีต (โคขุน) และการจัดการแปลงหญ้าเพื่อแก้ปัญหาขาดแคลนอาหารสัตว์,
- โคนม: มุ่งเป้าการผลิตน้ำนมคุณภาพสูง (Lanna Quality) และเพิ่มประสิทธิภาพการสืบพันธุ์เพื่อลดระยะห่างการให้ลูก,,
- ไก่พื้นเมือง: สนับสนุนการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ในท้องถิ่นเพื่อลดต้นทุน และพัฒนาโรงเรือนอย่างง่ายที่ป้องกันโรคได้,
- สุกร: ยกระดับฟาร์มรายย่อยเข้าสู่ระบบการเลี้ยงที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม,

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การควบคุม ป้องกันโรค และสุขอนามัยสัตว์

- พัฒนาระบบเฝ้าระวังโรคระบาดสำคัญ เช่น โรคปากและเท้าเปื่อย (FMD) ในโค และโรคอหิวาต์ในไก่,,
- สร้างเครือข่ายเกษตรกรให้สามารถดูแลสุขภาพสัตว์ขั้นพื้นฐานและฉีดวัคซีนเองได้,
- ควบคุมคุณภาพยาปศุสัตว์ตกค้างในผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในน้ำนมและเนื้อสัตว์,

ยุทธศาสตร์ที่ 3: การพัฒนาการตลาด การแปรรูป และโลจิสติกส์

- การแปรรูป: ส่งเสริมโรงฆ่าสัตว์ที่ได้มาตรฐาน (ขจส.2) และการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP หรือแบรนด์ท้องถิ่น,,
- การตลาด: เชื่อมโยงตลาดการค้าเสรี (AEC) และใช้ประโยชน์จากการเป็นเมืองท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนเพื่อเพิ่มยอดขาย,,
- ระบบขนส่ง: พัฒนาระบบขนส่งผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ที่สะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ 4: การเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรเกษตรกร

- สนับสนุนการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนหรือสหกรณ์ที่มีเอกภาพในการจัดการธุรกิจปศุสัตว์,
  - ถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้สมัยใหม่ให้เข้าถึงเกษตรกรรายย่อยอย่างทั่วถึง,
-

#### 4. เป้าหมายและตัวชี้วัดความสำเร็จ (Goals & KPIs)

- **จำนวนฟาร์มมาตรฐาน:** ฟาร์มรายย่อยได้รับการรับรองมาตรฐาน GFM หรือ GAP เพิ่มขึ้นอย่างน้อยปีละ 5-10%,
- **ประสิทธิภาพการผลิต:** เกษตรกรมีรายได้สุทธิจากการเลี้ยงสัตว์เพิ่มขึ้น และต้นทุนการผลิตลดลงจากการใช้อาหารสัตว์ในท้องถิ่น,,
- **ความปลอดภัยอาหาร:** ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ที่ออกสู่ตลาดต้องไม่มีสารตกค้างและผ่านเกณฑ์คุณภาพที่กำหนด (เช่น มาตรฐานน้ำนมถั่วเหลือง),

---

#### 5. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis - ภาพรวม)

- **จุดแข็ง:** สภาพอากาศเอื้ออำนวย, เกษตรกรมีประสบการณ์สูง, มีสถาบันการศึกษาและวิจัยในพื้นที่สนับสนุน,,
- **จุดอ่อน:** เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นรายย่อยขาดเงินทุน, ขาดแคลนแหล่งพืชอาหารสัตว์, ฟาร์มส่วนใหญ่ยังไม่ได้มาตรฐาน,,
- **โอกาส:** เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ, มีเขตติดต่อเพื่อนบ้าน (การค้าชายแดน), นโยบายรัฐสนับสนุนการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ,,
- **อุปสรรค:** โรคระบาดสัตว์, การนำเข้าเนื้อสัตว์ราคาถูกจากต่างประเทศ (FTA), ราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ผันผวน

””