



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 12
The 12th STOU National Research Conference

การส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
Extension of Business Meat Goat Farming of Farmers in Suratthani Province

กชพรรณ รักเมือง (Kotchapan Rakmuang)¹ เฉลิมศักดิ์ ตุ่มหิรัญ (Chalernsak Toomhirun)²

จินดา ขลิบทอง (Jinda Khlibtong)³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพทั่วไปและสภาพการเลี้ยง 2) ต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยง 3) ปัญหาและข้อเสนอแนะ 4) การได้รับและความต้องการการส่งเสริม และ 5) วิเคราะห์และสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจ ประชากร คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 557 ราย กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 233 ราย ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 71.1 มีประสบการณ์การเลี้ยงแพะเนื้อเฉลี่ย 4.4 ปี จำหน่ายแพะเนื้อในรูปแบบมีชีวิต มีน้ำหนักเฉลี่ย 27.30 กิโลกรัมต่อตัว และมีราคาเฉลี่ย 134.80 บาทต่อกิโลกรัม โดยส่วนใหญ่จำหน่ายด้วยตนเองภายในจังหวัด 2) ต้นทุนการผลิตสุทธิ 89,531.11 บาทต่อรุ่น และผลตอบแทนสุทธิ 131,576.09 บาทต่อรุ่น 3) ปัญหาของเกษตรกร คือ ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ และมีข้อเสนอแนะให้เจ้าหน้าที่ลงมาเยี่ยมเยียนเกษตรกร 4) การได้รับการส่งเสริมในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด และมีความต้องการการส่งเสริมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ 5) แนวทางการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจ ใช้ทฤษฎีการสื่อสาร โดยมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐเป็นผู้ส่งสาร ให้องค์ความรู้ตามความต้องการของเกษตรกร ผ่านระบบการเยี่ยมเยียน และอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับเกษตรกร

คำสำคัญ การส่งเสริม แพะเนื้อ การเลี้ยงแพะ แพะเชิงธุรกิจ

¹ นักศึกษาหลักสูตรเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช pui_agi@hotmail.com

² รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช artoom@hotmail.com

³ รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช arkjin@hotmail.com



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 12
The 12th STOU National Research Conference

Abstract

The purposes research were to study 1) general and production conditions 2) production costs and returns 3) problems and suggestions 4) the acquisition and need for extension and 5) the analysis and synthesis of extension guidelines. The population of this research was 557 goat farming farmers in Suratthani province. The sample size of 233 was determined by using Taro Yamane formula with the error value of 0.05 and simple random sampling method. Data were collected by conducting interview. Statistics used were such as frequency, percentage, mean, standard deviation, multiple regression analysis, t-test, anova and content analysis. The results of the research found out that 1) 71.1% of farmers were male with the average age of 46.98 years old. They had the average experience in goat raising of 4.40 years. Farmers sold live goats with the average weight of 27.30 kilogram/goat at the average price of 134.80 Baht/kilogram by themselves within the province. 2) The average goat production cost per group was 89,531.11 Baht and the return for goat production per goat group was 131,576.09 Baht. 3) Problem in goat farming was such as the lack of support from government agencies. Suggestion would be to have the officers visiting the farmers. 4) The acquisition of the extension, overall, was at the lowest level. 5) Regarding the extension guidelines would be done by using communication theory (SMCR) which had the government officers as the message sender, giving the knowledge according to the needs of farmers through channels such as visitation system and practice training to farmers by using the development guidelines from the synthesis in the extension operation.

Keywords: Extension, Goat, Goat farming, Goat business



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 12

The 12th STOU National Research Conference

บทนำ

แพะ (goat) เป็นสัตว์เคี้ยวเอื้องขนาดเล็กที่สามารถกินอาหารได้หลายประเภท สามารถปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมได้ดี และใช้พื้นที่ในการเลี้ยงน้อย สามารถผสมพันธุ์ได้ตั้งแต่อายุ 8 เดือน มักจะให้ลูกแฝดและใช้ระยะเวลาในการเลี้ยงลูกสั้น (ไชยวรรณ วัฒนจันทร์ และคณะ, 2564) ซึ่งจำนวนแพะของประเทศไทยตั้งแต่ปี 2560 – 2563 มีแนวโน้มสูงขึ้น โดยในปี 2563 ภาครัฐ มีแพะร้อยละ 40.69 ของจำนวนแพะทั้งหมด ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีจำนวนแพะมากที่สุด (กรมปศุสัตว์, 2564)

สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดสุราษฎร์ธานี (2563) รายงานว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะตั้งแต่ปี 2560 - 2564 มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่เกษตรกรยังประสบปัญหาในการเลี้ยง โดยข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับวิภาวี ศรีเจริญ และคณะ (2563) ซึ่งศึกษาสภาพการเลี้ยงและความต้องการเลี้ยงแพะเชิงธุรกิจของเกษตรกรในเครือข่ายศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์สุราษฎร์ธานี พบว่า เกษตรกรมีความต้องการที่จะได้รับการสนับสนุนด้านการผลิตจากภาครัฐในระดับมาก และปัญหาของเกษตรกรใน 3 อันดับแรก ได้แก่ ขาดแคลนแม่พันธุ์ เวชภัณฑ์ยา และการปรับปรุงสายพันธุ์ และสอดคล้องกับสุธา โอมณี (2560) ซึ่งศึกษารูปแบบการเลี้ยงและวิถีการตลาดแพะเนื้อ กรณีศึกษาจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัญหาของเกษตรกรในการเลี้ยงแพะเนื้อที่พบมากที่สุด คือ ด้านการตลาด โดยเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายแพะที่แน่นอนถึงร้อยละ 95.65 นอกจากนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่มีแผนธุรกิจแพะเนื้อของเกษตรกรในจังหวัดที่สามารถทำให้เห็นภาพรวมของการลงทุน

จากเหตุผลข้างต้นจะเห็นได้ว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและนักวิจัยในพื้นที่ต่างสะท้อนสภาพปัญหาของเกษตรกร แต่ยังไม่มีการศึกษาการได้รับการส่งเสริม ความต้องการการส่งเสริม และความเป็นไปได้ในการลงทุน เพื่อนำข้อมูลมากำหนดแนวทางการส่งเสริม ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมีความสำคัญ เพื่อนำผลไปใช้พัฒนาการเลี้ยงแพะเนื้อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ และช่วยแก้ไขปัญหาให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้ออย่างเป็นรูปธรรม

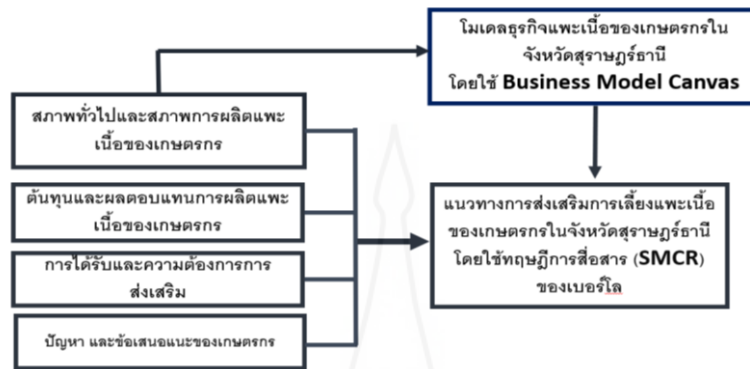
วัตถุประสงค์และกรอบแนวคิด

- 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและสภาพการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร
- 2) เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร
- 3) เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร
- 4) เพื่อศึกษาการได้รับและความต้องการการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร
- 5) เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ได้แก่ บริบทพื้นที่ การเลี้ยงแพะ โมเดลธุรกิจ ทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 12
The 12th STOU National Research Conference



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดในปี 2563 จำนวน 557 ราย กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 (Yamane 1973: 1088) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 233 ราย สุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์ มีลักษณะคำถามทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิด แบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปและสภาพการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร ตอนที่ 2 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตและเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร ตอนที่ 4 การได้รับและความต้องการการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบค่าความสอดคล้อง (IOC) ได้ค่ามากกว่า 0.50 ทุกข้อคำถาม และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Cronbach's alpha) เท่ากับ 0.893 โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยวิธี Enter และข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย

1. สภาพทั่วไปและสภาพการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร

1.1 สภาพทั่วไปของเกษตรกร เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 75.1 มีอายุเฉลี่ย 46.98 ปี นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 39.9 มีแรงงานในครัวเรือนเฉลี่ย 2.73 คน และส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มหรือสถาบันการเกษตร ร้อยละ 62.2 เกษตรกรร้อยละ 29.6 ทำสวนยางพาราเป็นอาชีพหลัก รองลงมาคือปาล์มน้ำมัน ร้อยละ 24.2 และทำฟาร์มเลี้ยงแพะเป็นอาชีพรอง ร้อยละ 88.9 มีรายได้จากการเกษตรเฉลี่ย 153,766.06 บาทต่อปี มีพื้นที่ทำกินที่เป็นของตนเอง เฉลี่ย 16.83 ไร่

1.2 สภาพการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร เกษตรกรมีประสบการณ์การเลี้ยงแพะเฉลี่ย 4.40 ปี ใช้แรงงานในครัวเรือนเป็นหลักเฉลี่ยที่ 1.56 คน ส่วนใหญ่ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มเลี้ยงแพะ ร้อยละ 60.1 รูปแบบการเลี้ยงเป็นแบบขังคอกตลอดเวลา ร้อยละ 48.9 ใช้อาหารข้นควบคู่กับอาหารหยาบ และส่วนใหญ่ไม่ได้ทำวัคซีน ร้อยละ 55.8 เกษตรกรมีขนาดฝูงเฉลี่ย 35.50 ตัว อัตราส่วนพ่อพันธุ์ต่อแม่พันธุ์เฉลี่ย เท่ากับ 1.70 : 18.38 ตัว ราคาพ่อพันธุ์เฉลี่ยตัวละ 12,423.66 บาท และราคาแม่พันธุ์เฉลี่ยตัวละ 6,050.64 บาท ซึ่งสายพันธุ์หลักที่ใช้ คือ พันธุ์ลูกผสม ปริมาณแพะที่ผลิตได้เฉลี่ย 29.18 ตัวต่อปี และมีปริมาณแพะที่



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 12
The 12th STOU National Research Conference

จำหน่ายเฉลี่ย 17.40 ตัวต่อปี โดยจำหน่ายในรูปแบบแพะมีชีวิตที่ 27.30 กิโลกรัมต่อตัว ราคาเฉลี่ย 134.80 บาทต่อกิโลกรัม เกษตรกรจำหน่ายแพะภายในจังหวัด ร้อยละ 51.1 และจำหน่ายผลผลิตด้วยตนเอง ร้อยละ 60.5 นอกจากนี้ เกษตรกรยังมีรายได้จากการจำหน่ายมูลแพะ เฉลี่ย 50.42 กระสอบต่อเดือน และที่ราคาจำหน่ายได้เฉลี่ย 43.62 บาทต่อกระสอบ

2. ต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร

ตารางที่ 1 แสดงต้นทุนการผลิตแพะเนื้อต่อรุ่น

n = 233

รายการ	ต้นทุนที่เป็นเงินสด (บาท)	ต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสด (บาท)	ร้อยละของต้นทุนที่ ไม่เป็นเงินสด (บาท)
1. ค่าใช้จ่ายคงที่			
- ค่าเสื่อมโรงเรือน		3,337	3.7
- ค่าเสื่อมพันธุ์สัตว์		3,804.76	4.3
รวมค่าใช้จ่ายคงที่		7,141.76	
2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน			
- ค่าแรงงาน (ในครัวเรือน)		53,709.49*	60.0*
- ค่าอาหาร	22,015.62		24.6
- ค่ายา วัคซีน แร่ธาตุ และวิตามิน	3,271.67		3.7
- ค่าน้ำ	416.47		0.5
- ค่าไฟฟ้า	616.94		0.7
- ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	2,341.16		2.5
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	28,661.86	82,371.35	
3. ต้นทุนสุทธิต่อรุ่น (บาทต่อรุ่น)		89,531.11	100.00
4. ต้นทุนสุทธิต่อตัว (บาทต่อตัว)		3,067.62	

* คำนวณโดยเทียบเคียงจากค่าจ้างแรงงานรายชั่วโมงของเกษตรกร

จากตารางที่ 1 พบว่า ต้นทุนการผลิตแพะเนื้อต่อรุ่น มีค่าใช้จ่ายคงที่ 7,141.76 บาทต่อรุ่น ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเฉลี่ย 82,371.35 บาทต่อรุ่น ต้นทุนในการผลิตเฉลี่ย 89,531.11 บาทต่อรุ่น และต้นทุนสุทธิเฉลี่ยต่อตัว เท่ากับ 3,067.62 บาท



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 12
The 12th STOU National Research Conference

ตารางที่ 2 แสดงผลตอบแทนการผลิตแพะเนื้อต่อรุ่น

n = 233

รายการ	ผลตอบแทนที่เป็นเงินสด (บาท)	ผลตอบแทนที่ไม่เป็นเงินสด (บาท)
1. ตัวแพะ		
- ปริมาณแพะที่ผลิตได้เฉลี่ยต่อรุ่น (ตัว)	29.18	
- น้ำหนักแพะเฉลี่ย (กิโลกรัมต่อตัว)	27.3	
- ราคาขายเฉลี่ย (บาทต่อกิโลกรัม)	134.80	
รายได้จากการจำหน่ายตัวแพะต่อรุ่น (บาท)		107,383.57
2. มูลแพะ		
- ปริมาณมูลแพะเฉลี่ยต่อรุ่น (กระสอบ)	554.62	
- ราคามูลแพะเฉลี่ย (บาทต่อกระสอบ)	43.62	
รายได้จากมูลแพะ		24,192.52
3. รายได้รวมต่อรุ่น (บาท)		131,576.09
4. กำไรสุทธิต่อรุ่น (บาท)		42,044.89
5. กำไรสุทธิต่อตัว (บาทต่อตัว)		1,440.88*

* คำนวณจากแพะยังไม่ถึงเกณฑ์การจำหน่ายที่อยู่ในฟาร์ม

จากตารางที่ 2 พบว่า เกษตรกรได้รับผลตอบแทนจากตัวแพะ 107,383.57 บาทต่อรุ่น และจากมูล 24,192.52 บาทต่อรุ่น รายได้รวมเป็น 131,576.09 บาทต่อรุ่น มีกำไรสุทธิเฉลี่ย 42,044.89 บาทต่อรุ่น และกำไรเฉลี่ยต่อตัวเท่ากับ 1,440.88 บาท

3. ปัญหาและข้อเสนอแนะในการเลี้ยงแพะเนื้อของเกษตรกร

3.1 ปัญหาของเกษตรกร

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัญหาในการเลี้ยงแพะเนื้อของเกษตรกร

n = 233

ปัญหาในการเลี้ยงแพะของเกษตรกร	$\bar{x}$	SD	แปลผล
1. ด้านความรู้ความสามารถของตัวเกษตรกร	2.89	0.900	ปานกลาง
2. ด้านการผลิตแพะเนื้อ	2.97	0.747	ปานกลาง
3. ด้านการตลาดแพะเนื้อ	2.80	0.926	ปานกลาง
เฉลี่ย	2.89	0.617	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัญหาการเลี้ยงแพะเนื้อของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาที่พบมากที่สุด คือ 1) ด้านความรู้ความสามารถของตัวเกษตรกร และ 3) ด้านการตลาดแพะเนื้อ ตามลำดับ

3.2 ข้อเสนอแนะของเกษตรกร มีทั้งหมด 4 ประเด็น ได้แก่ 1) ด้านเจ้าหน้าที่ และหน่วยงานภาครัฐ ร้อยละ 59.23

2) ด้านการตลาด ร้อยละ 42.92 3) ด้านการผลิตแพะเนื้อ ร้อยละ 42.92 และ 4) ด้านแหล่งเงินทุน ร้อยละ 1.29



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 12
The 12th STOU National Research Conference

4. การได้รับและความต้องการการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อของเกษตรกร

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ของการเปรียบเทียบการได้รับและความต้องการการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจ

n = 233

การส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อ	การได้รับ			ความต้องการ		
	$\bar{x}$	SD.	แปลผล	$\bar{x}$	SD.	แปลผล
1. ด้านการถ่ายทอดความรู้จากเจ้าหน้าที่	1.99	1.157	น้อย	4.05	1.240	มาก
2. ด้านการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ	1.85	0.899	น้อย	4.12	1.221	มาก
3. ด้านแหล่งเงินทุน	1.29	0.611	น้อยที่สุด	3.38	1.602	ปานกลาง
4. ด้านช่องทางในการสื่อสารการเรียนรู้	1.82	0.483	น้อย	3.26	0.871	ปานกลาง
5. ด้านวิธีการส่งเสริม	1.20	0.417	น้อยที่สุด	3.15	0.971	ปานกลาง
รวม	1.63	0.543	น้อยที่สุด	3.59	0.902	มาก

แปลผล 1.00-1.80 = น้อยที่สุด 1.81-2.60 = น้อย 2.61-3.40 = ปานกลาง 3.41-4.20 = มาก 4.21-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า เกษตรกรได้รับการส่งเสริมในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด และมีความต้องการที่จะได้รับการส่งเสริมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาความต้องการการส่งเสริมการเลี้ยงรายประเด็น พบว่า ประเด็นที่เกษตรกรมีความต้องการมากที่สุด ได้แก่ ด้านการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ รองลงมาคือ ด้านการถ่ายทอดความรู้จากเจ้าหน้าที่ และด้านแหล่งเงินทุน ตามลำดับ

5. แนวทางการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร

5.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน พบว่า มีระยะเวลาคืนทุนที่ 4.8 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 40,785.11 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 14.12% และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) เท่ากับ 1.18 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การลงทุนเลี้ยงแพะเนื้อของเกษตรกรจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจ

5.2 การได้รับและความต้องการการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร

ตารางที่ 5 แสดงค่าที (Paired t-test) เปรียบเทียบการได้รับและความต้องการการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อของเกษตรกร

n = 233

การส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อ	การได้รับ		ความต้องการ		t	p
	$\bar{x}$	SD.	$\bar{x}$	SD.		
1. ด้านการถ่ายทอดความรู้จากเจ้าหน้าที่	1.99	1.157	4.05	1.240	-20.455	.000
2. ด้านการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ	1.85	0.899	4.12	1.221	-25.033	.000
3. ด้านแหล่งเงินทุน	1.29	0.611	3.38	1.602	-19.841	.000
4. ด้านช่องทางการสื่อสารเรียนรู้	1.82	0.483	3.26	0.871	-23.550	.000
5. ด้านวิธีการส่งเสริม	1.20	0.417	3.15	0.971	-29.121	.000
รวม	1.63	0.543	3.59	0.902	-31.047	0.000

แปลผล 1.00-1.80 = น้อยที่สุด 1.81-2.60 = น้อย 2.61-3.40 = ปานกลาง 3.41-4.20 = มาก 4.21-5.00 = มากที่สุด



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 12
The 12th STOU National Research Conference

จากตารางที่ 5 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบการได้รับและความต้องการการส่งเสริมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในทุกประเด็นของการส่งเสริม

5.3 การศึกษาตัวแปรสภาพทั่วไปและสภาพการเลี้ยงแพะ (X) ที่มีผลต่อปัจจัยความต้องการการส่งเสริม (Y) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 6 แสดงค่าตัวแปรที่มีผลต่อปัจจัยความต้องการการส่งเสริม

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	4.952	.682		7.264	.000
ประสบการณ์ในการเลี้ยง (X ₂)	-.036	.013	-.171	-2.743	.007**
ขนาดฝูงที่จำหน่าย (X ₆)	.009	.004	.375	2.294	.023*
ราคาแพะที่จำหน่าย (X ₈)	-.009	.004	-.153	-2.373	.019*
R = 0.321, R ² = 0.103, SEE = 0.873, F = 3.169					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 6 พบว่า ประสบการณ์การเลี้ยงมีผลต่อความต้องการการส่งเสริมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติยิ่ง ส่วนขนาดฝูง และราคาแพะที่จำหน่ายมีผลต่อความต้องการการส่งเสริมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยประสบการณ์การเลี้ยงแพะ และราคาแพะที่จำหน่ายต่อกิโลกรัมมีผลต่อความต้องการการส่งเสริมในเชิงลบ กล่าวคือ หากเกษตรกรมีประสบการณ์การเลี้ยงมาก และสามารถจำหน่ายแพะต่อกิโลกรัมได้ในราคาสูง เกษตรกรจะมีความต้องการการส่งเสริมน้อยลง ส่วนขนาดฝูง มีผลต่อความต้องการการส่งเสริมในเชิงบวก กล่าวคือ เมื่อเกษตรกรมีขนาดฝูงมาก เกษตรกรจะมีความต้องการการส่งเสริมมากตามไปด้วย ซึ่งจะได้สมการ ดังนี้ $Y = 4.952 - 0.036X_2 + 0.009X_6 - 0.009X_8$

5.4 การวิเคราะห์โมเดลธุรกิจแพะเนื้อของเกษตรกร โดยใช้แนวคิด Business Model Canvas

จากข้อมูลสภาพการผลิตของเกษตรกรสามารถวิเคราะห์เป็นโมเดลการผลิตแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้แนวคิด Business Model Canvas ดังภาพที่ 2



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 12
The 12th STOU National Research Conference



ภาพที่ 2 โมเดลการผลิตแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากภาพที่ 2 สามารถอธิบายตามองค์ประกอบของ จำนวน 9 องค์ประกอบ ได้ดังนี้

- 1. สินค้า** ได้แก่ 1) แพะเนื้อมีชีวิตที่มีคุณภาพตามความต้องการของตลาดภายใต้มาตรฐานฟาร์มปลอดโรค 2) เนื้อแพะสด และแช่แข็ง ตัดแต่งตามชิ้นส่วน 3) เนื้อแพะแปรรูป และ 4) ปุ๋ยมูลแพะ
- 2. กลุ่มลูกค้า** มีจำนวน 2 กลุ่มประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ลูกค้าตัวแพะ ได้แก่ 1) เกษตรกรที่ต้องการพ่อแม่พันธุ์ใหม่เข้าฟาร์ม หรือพ่อแม่พันธุ์สำหรับทดแทน 2) ผู้บริโภคภายในจังหวัด 3) ลูกค้าชาวไทยมุสลิมที่ใช้แพะในพิธีกรรมที่สำคัญทางศาสนา 4) พ่อค้าคนกลางภายในและภายนอกจังหวัด และกลุ่มที่ 2 ลูกค้ามูลแพะ ได้แก่ เกษตรกรทั่วไป
- 3. ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า** มีทั้งหมด 4 ช่องทาง ได้แก่ 1) จำหน่ายด้วยตนเองหน้าฟาร์ม และผ่านสื่อออนไลน์ 2) ผ่านกลุ่มแพะที่เกษตรกรเป็นสมาชิก 3) ผ่านสภาเกษตรกรจังหวัด
- 4. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า** ได้แก่ 1) สร้างเครือข่ายการตลาด โดยการหาตลาดรับซื้อให้แก่เกษตรกรที่ซื้อพันธุ์สัตว์จากฟาร์ม 2) บริการหลังการขายโดยให้คำปรึกษา และความรู้ด้านการผลิตที่มีประสิทธิภาพ
- 5. รายได้** เกษตรกรมีรายได้มาจาก 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ตัวแพะ ได้แก่ 1) รายได้จากการจำหน่ายแพะเนื้อในรูปแบบแพะมีชีวิต ส่วนที่ 2 จากมูลแพะ ได้แก่ 1) มูลแพะสด และ 2) ปุ๋ยมูลแพะ
- 6. ทรัพยากรหลัก** ได้แก่ 1) เงินทุน 2) โรงเรือนพร้อมอุปกรณ์ 3) พันธุ์สัตว์ และ 4) แรงงาน
- 7. กิจกรรมหลัก** ได้แก่ 1) ผลิตพ่อแม่พันธุ์แพะเนื้อที่มีคุณภาพ 2) ผลิตแพะเนื้อขุนที่ได้น้ำหนักตามความต้องการของตลาด 3) ผลิตแพะเพื่อการที่ตรงตามหลักศาสนาของอิสลาม 4) จำหน่ายเนื้อแพะสด และ 5) จำหน่ายมูลแพะ
- 8. เครือข่ายสนับสนุน** ได้แก่ 1) สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด 2) ศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ 3) ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารสัตว์ 4) สภาเกษตรกรจังหวัด 5) สถานศึกษาที่ผลิตบัณฑิตและมีพันธกิจเกี่ยวกับด้านปศุสัตว์ในพื้นที่
- 9. โครงสร้างต้นทุน** ประกอบด้วย 1) งบประมาณ ได้แก่ โรงเรือนพร้อมอุปกรณ์ และพันธุ์สัตว์ 2) งบดำเนินงาน ได้แก่ ค่าอาหารสัตว์ ค่าเวชภัณฑ์ยา วัคซีน ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง และค่าแรงงาน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 12
The 12th STOU National Research Conference

5.5 การสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจ

5.5.1 การสังเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนาการเลี้ยงแพะเนื้อของเกษตรกร

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาเกษตรกรในการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจ

ปัจจัย	ข้อได้เปรียบ (Advantages)	ข้อเสียเปรียบ (Disadvantages)	แนวทางการพัฒนา (Development)
1. ปัจจัยส่วนบุคคล	1) อายุ 2) ระดับการศึกษา 3) แรงงานในครัวเรือน	1) ประกอบอาชีพหลายอย่าง ทำให้มี ปัญหาเรื่องเวลา 2) เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ได้เข้าร่วม กลุ่มผลิตแพะ	(1) ศึกษาและประเมินพฤติกรรมการรับข้อมูล ข่าวสาร ของเกษตรกร (2) การสร้างกลุ่มหรือเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยง แพะในพื้นที่
2. ปัจจัยด้านการ ผลิต	1) เกษตรกรมีความ พร้อมด้านปัจจัยการ ผลิต ได้แก่ เงินทุน โรงเรือน พันธุ์สัตว์ และ แรงงาน 2) ความอุดมสมบูรณ์ ของพืชอาหารสัตว์	1) การพัฒนาสายพันธุ์ 2) การใช้ยา การรักษาโรค 3) การจัดการสุขาภิบาล และการทำ มาตรฐานฟาร์ม 4) การทำบัญชีฟาร์ม	(3) การพัฒนาและปรับปรุงสายพันธุ์พ่อแม่พันธุ์ แพะเนื้อให้มีคุณภาพ (4) การให้ความรู้และฝึกปฏิบัติการผลิตอาหารสัตว์ ต้นทุนต่ำ (5) ส่งเสริมและพัฒนาพันธุ์พืช การจัดการพืช อาหารสัตว์ และการสำรองพืชอาหารสัตว์ช่วง หน้าแล้ง (6) การให้ความรู้และฝึกปฏิบัติการจัดการ โรงเรือน และการกำจัดของเสีย (7) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเกษตรกรในการ ตรวจสุขภาพสัตว์ และการใช้ยาด้วยตนเอง (8) ส่งเสริมและพัฒนาให้ฟาร์มเกษตรกรให้ได้รับ มาตรฐานฟาร์ม (9) ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชี ฟาร์มแก่เกษตรกร (10) ส่งเสริมและพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมด้าน การผลิตแพะเนื้อ
4. ปัจจัยด้านปัญหา และข้อเสนอแนะ	เกษตรกรมีความพร้อม รับการเรียนรู้ ทั้งใน ภาคทฤษฎีและปฏิบัติ	1) เกษตรกรขาดความรู้เรื่องโรคและ การสุขาภิบาล 2) ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงาน ภาครัฐ 3) ไม่มีตลาดจำหน่ายผลผลิต	(13) การส่งเสริมและพัฒนาความรู้เกษตรกรด้าน โรค การใช้ยา และการสุขาภิบาล (14) การวิจัยเพื่อการพัฒนาตลาดแพะ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 12
The 12th STOU National Research Conference

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาเกษตรกรในการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจ

ปัจจัย	ข้อได้เปรียบ (Advantages)	ข้อเสียเปรียบ (Disadvantages)	แนวทางการพัฒนา (Development)
5. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์และความแตกต่างของตัวแปร	ปัจจัยด้านสภาพการผลิตของเกษตรกร ได้แก่ ประสิทธิภาพการเลี้ยงราคาแพะที่จำหน่ายต่อกิโลกรัม จำนวนแม่พันธุ์ และ ขนาดฝูง มีความสัมพันธ์กับความต้องการการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อของเกษตรกร	1) ประสิทธิภาพต้องใช้เวลาในการลองผิดลองถูก 2) ไม่มีระบบการตลาดรองรับและไม่มีการกำหนดราคาที่เป็นมาตรฐาน 3) จำนวนแม่พันธุ์ และขนาดฝูง ขึ้นอยู่กับระบบการจัดการและประสิทธิภาพการผลิตของเกษตรกร	(15) ส่งเสริมและพัฒนาโดยการแปรรูปตัวแพะและมูลแพะเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า (16) ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์โดยสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการของเนื้อแพะเพื่อเพิ่มการบริโภคเนื้อแพะภายในจังหวัด

5.5.2 การสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
โดยใช้ทฤษฎีการสื่อสาร (SMCR)

จากข้อมูลสามารถสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมโดยใช้แบบจำลองการสื่อสารของเดวิด เบอโรโล (SMCR) ได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แนวทางการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากภาพที่ 3 พบว่า 1) ผู้ส่งสาร (Sender: S) ได้แก่ เจ้าหน้าที่กรมปศุสัตว์ บุคลากรทางการศึกษาและนักวิชาการ และเจ้าหน้าที่ส่งเสริม 2) ข่าวสาร (Message: M) ได้แก่ ความรู้ด้านปัจจัยการผลิตแพะเนื้อ ความรู้ด้านการผลิต



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 12
The 12th STOU National Research Conference

แพะเนื้อ และ ด้านการตลาด 3) ช่องทาง (Channel: C) ได้แก่ ใช้ระบบเยี่ยมน้ำและติดตาม อบรมเชิงปฏิบัติการ และ อบรมสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 4) ผู้รับสาร (Receiver: R) ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพทั่วไปและสภาพการเลี้ยงแพะเนื้อของเกษตรกร

เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 46.98 ปี ทำฟาร์มเลี้ยงแพะเป็นอาชีพรอง ซึ่งสอดคล้องกับสุธา โอมณี (2560) ศึกษาแบบการเลี้ยง และวิธีการตลาดแพะเนื้อในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า เกษตรกรเป็นเพศชาย ทำฟาร์มเลี้ยงแพะเป็นอาชีพรอง เกษตรกรมีประสบการณ์เลี้ยงเฉลี่ย 4.40 ปี ใช้แรงงานในครัวเรือนเป็นแรงงานหลัก ซึ่งสอดคล้องกับวิภาวี ศรีเจริญ และคณะ (2563) ศึกษาสภาพการเลี้ยงและความต้องการเลี้ยงแพะเชิงธุรกิจของเกษตรกรในเครือข่ายศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์สุราษฎร์ธานี พบว่า เกษตรกรมีประสบการณ์การเลี้ยงแพะ ในช่วง 1 – 5 ปี ใช้แรงงานในครัวเรือนเป็นหลัก เกษตรกรไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มเลี้ยงแพะ ซึ่งขัดแย้งกับนิรุจน์ พันธุ์ศรี และพิสมัย พงษ์วัน (2561) พบว่า เกษตรกรมีการรวมกลุ่มหรือสหกรณ์เพื่อใช้เป็นช่องทางการจำหน่ายแพะ และต่อรองทางการตลาด โดยเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในจังหวัดสุราษฎร์ธานียังแยกเป็นอิสระ ซึ่งอาจเกิดจากไม่มีหน่วยงานใดเข้าไปช่วยประสานงานและให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของระบบกลุ่มหรือสหกรณ์ ซึ่งสายพันธุ์หลักที่ในฟาร์มใช้ คือ พันธุ์ลูกผสม ซึ่งสอดคล้องกับสุธา โอมณี และบดี คำสีเขียว (2559) ศึกษาการเลี้ยงแพะเนื้อและการตลาดในภาคใต้กรณีศึกษาจังหวัดสุราษฎร์ธานี และวิภาวี ศรีเจริญ และคณะ (2563) เกษตรกรมีการจำหน่ายแพะในรูปแบบแพะมีชีวิต ในราคาแพะเฉลี่ย 134.80 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งขัดแย้งกับสุธา โอมณี (2560) ที่พบว่า ในช่วงปี 2560 ราคาแพะในจังหวัดสุราษฎร์ธานี อยู่ในช่วง 70-120 บาทต่อกิโลกรัม ตั้งข้อสังเกตได้ว่าราคาแพะมีชีวิตมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปีตามค่าเงิน

2. ต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงแพะเนื้อของเกษตรกร

ต้นทุนทั้งหมดในการผลิตแพะเนื้อต่อรุ่น คือ 89,531.11 บาท ผลตอบแทนในการผลิตแพะเนื้อต่อรุ่น เท่ากับ 107,383.57 บาท เมื่อพิจารณาต้นทุนการผลิตต่อตัวจะได้ เท่ากับ 3,067.62 บาทต่อตัว และกำไรต่อตัว เท่ากับ 1,440.88 บาท ซึ่งสอดคล้องกับชาญชัย วงษาเสน (2563) ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเลี้ยงแพะเนื้อเพื่อเป็นอาชีพเสริมในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ต้นทุนการผลิตแพะเนื้อต่อตัว เท่ากับ 3,887 บาท กำไรสุทธิต่อตัว เท่ากับ 1,262 บาท

3. ปัญหาและข้อเสนอแนะการเลี้ยงแพะเนื้อของเกษตรกร

ปัจจุบันเกษตรกรขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ขาดความรู้ความสามารถของตนเอง และไม่มีแหล่งจำหน่ายผลผลิต ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสุธา โอมณี (2560) พบว่า ปัญหาในการเลี้ยงแพะเนื้อ คือ เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายแพะที่แน่นอน และสอดคล้องกับปริญญญา เฉิดโฉมและคณะ (2559) ที่พบว่า เกษตรกรร้อยละ 78 ประสบปัญหาด้านการผลิต โดยเฉพาะปัญหาด้านโรคสัตว์ เกษตรกรมีข้อเสนอแนะ ได้แก่ 1) ต้องการให้เจ้าหน้าที่ลงพื้นที่มากขึ้นเพื่อมารับทราบสภาพปัญหา และวางแผนแก้ปัญหาให้เกษตรกร 2) ส่งเสริมให้เกิดฟาร์มแพะตามมาตรฐาน เพื่อเพิ่มมูลค่าและสะดวกต่อการเคลื่อนย้ายแพะระหว่างพื้นที่ 3) เพิ่มระบบการส่งเสริมที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่มีระบบหรือแบบแผนการส่งเสริมที่ชัดเจนและทั่วถึง มีเพียงเกษตรกรบางกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ และ 4) การจัดการตลาดแพะในอนาคต ข้อมูลจำนวนเกษตรกรมีแนวโน้มสูงขึ้นในทุกปี จึงสามารถคาดการณ์ได้ว่าในอีก 3 ปีข้างหน้าปริมาณแพะเนื้อภายในจังหวัดจะเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ตลาดรองรับสินค้ายังคงเท่าเดิม ซึ่งจะกลายเป็นวัฏจักรสู่สภาพปัญหาเดิมที่เคยเกิดขึ้น



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 12
The 12th STOU National Research Conference

เมื่อปี 60 คือ เกษตรกรไม่มีแหล่งจำหน่ายแพะ ซึ่งข้อเสนอแนะของเกษตรกรนั้นมีความสอดคล้องกับสภาพปัญหาที่เกษตรกรได้รับ และสอดคล้องกับพืชแพะ สายเชื้อ และคณะ (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินโครงการระบบส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์แบบแปลงใหญ่ด้านปศุสัตว์ กรณีศึกษา : กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่แพะเนื้อเมืองสรรค์ อำเภอสรรค์บุรี พบว่า เกษตรกรมีข้อเสนอแนะให้ภาครัฐสนับสนุนปัจจัยการผลิตและให้ความรู้อย่างเพียงพอและเหมาะสม และควรให้เจ้าหน้าที่เข้าไปติดตามดูแลให้คำแนะนำมากยิ่งขึ้น เพราะว่าเกษตรกรมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับความรู้ด้านเรื่องปัจจัยการผลิต และการตลาด เนื่องจากมีส่วนเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการผลิตที่จะนำไปสู่รายได้ของเกษตรกร

4. การได้รับและความต้องการการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อของเกษตรกร

การได้รับการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด และเกษตรกรมีความต้องการการได้รับการส่งเสริมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า ประเด็นที่เกษตรกรมีความต้องการการส่งเสริมมากที่สุด ได้แก่ ด้านการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกร ซึ่งส่วนใหญ่ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และมีความต้องการให้เจ้าหน้าที่ลงมาเยี่ยมเยียนเพื่อแก้ไขปัญหาให้กับเกษตรกร และสอดคล้องกับภาวิ ศรีเจริญ และคณะ (2563) พบว่า เกษตรกรมีความต้องการการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในด้านการผลิตแพะ

5. แนวทางการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร

การสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกร โดยใช้ทฤษฎี Business Model Canvas เพื่อให้เห็นโมเดลธุรกิจแพะเนื้อของเกษตรกรจังหวัดสุราษฎร์ธานี และทฤษฎีการสื่อสาร (SMRC) ของเบอร์โล ในการสร้างกรอบแนวทางการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงธุรกิจของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งในส่วนของ การสื่อสารทางการส่งเสริมการเกษตรนั้น ประกอบด้วย 1) ผู้ส่งสาร (Sender: S) ได้แก่ เจ้าหน้าที่กรมปศุสัตว์ บุคลากรทางการศึกษาและนักวิชาการ และ เจ้าหน้าที่ส่งเสริม 2) ข่าวสาร (Message: M) ได้แก่ ความรู้ด้านปัจจัยการผลิตแพะเนื้อ ด้านการผลิตแพะ และด้านการตลาด 3) ช่องทาง (Channel: C) ได้แก่ ระบบเยี่ยมเยียนติดตาม อบรมเชิงปฏิบัติการ และอบรมสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และ 4) ผู้รับสาร (Receiver: R) ได้แก่ เกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งสอดคล้องกับสมนึก ลิ้มเจริญ และคณะ (2563) พบว่า โมเดลที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมเพื่อพัฒนาธุรกิจการเลี้ยงแพะเนื้อ คือการถ่ายทอดความรู้ไปสู่เกษตรกรผ่านหลักการสื่อสาร ซึ่งในส่วนของผู้ส่งสาร ได้แก่ เจ้าหน้าที่ปศุสัตว์ และตัวสาร คือ ความรู้ที่เจ้าหน้าที่ปศุสัตว์ถ่ายทอดสู่เกษตรกร ช่องทางการสื่อสารใช้ระบบการฝึกอบรมและเยี่ยมเยียนเกษตรกร โดยผ่านช่องทางที่หลากหลาย และผู้รับสาร คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากสภาพปัญหาการเลี้ยงแพะเนื้อที่มีผลต่อประสิทธิภาพการผลิต และความต้องการการได้รับการส่งเสริมสามารถนำไปกำหนดแนวทางการพัฒนางานแพะของจังหวัด เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่เกษตรกร โดยการบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานอย่างจริงจัง เพื่อประหยัลดทรัพยากรของหน่วยงาน และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่เกษตรกร



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 12
The 12th STOU National Research Conference

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพียงบางส่วน ครั้งถัดไปจึงควรศึกษาข้อมูลให้ครบทั้งห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลมารวบรวมกันกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์งานแพะของจังหวัดสุราษฎร์ธานีต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมปศุสัตว์. (2564). *สรุปข้อมูลเกษตรกรแพะ ปี 2563*. เข้าถึงได้จาก กรมปศุสัตว์:

<http://ict.dld.go.th/webnew/index.php/th/service-ict/report>

ชาญชัย วงษาเสน. (2560). *ความเป็นไปได้ในการลงทุนการเลี้ยงแพะเนื้อเป็นอาชีพเสริมในจังหวัดอุบลราชธานี*. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี: คณะเกษตรศาสตร์.

ไชยวรรณ วัฒนจันทร์, นฤมล พุกษา และประทุม มะลิเครือ. (2564). *คู่มือการเลี้ยงแพะฉบับเกษตรกร*. นนทบุรี: ทวิน 11 คอร์ปอเรชั่น.

ปริญญญา เฉิดโถม, กนกพร ภาคิณาย, อุไรวรรณ อินทสร และบัญชา สัจจาพันธ์. (2558). *ความเป็นไปได้ในการลงทุนเลี้ยงแพะเชิงพาณิชย์ในภาคใต้ของประเทศไทย*. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

เพ็ญแข สายเชื้อ และจิรพรรณ ทองแท่น. (2564). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินโครงการระบบส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์แบบแปลงใหญ่ด้านปศุสัตว์ กรณีศึกษา : กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่แพะเนื้อเมืองสรรค์ อำเภอสรรค์บุรี จังหวัดชัยนาท*. ชัยนาท: สำนักงานปศุสัตว์เขต 1 กรมปศุสัตว์.

วิภาวี ศรีเจริญ, ณัฐชัย จุตอมรเลิศ, ณัฐพร จัษฎกุลเจิม และทวีศิลป์ จินตวง. (2563). *สภาพการเลี้ยงและความต้องการเลี้ยงแพะเชิงธุรกิจของเกษตรกรในเครือข่ายศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์สุราษฎร์ธานี*. สุราษฎร์ธานี: สำนักงานปศุสัตว์เขต 8.

ศรีวรรณ ขำตรัม, กันตภณ มะหาหมัด, บัญชา สัจจาพันธ์, ครวญ บัวศิริ และพูลศักดิ์ โกษียาภรณ์. (2560). *การศึกษาสภาพและความต้องการการเลี้ยงแพะตามโครงการส่งเสริมการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงพาณิชย์ ในเขตพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนใต้*. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

สมนึก ลิ้มเจริญ, ภรณ์ ต่างวิวัฒน์, จินดา ขลิบทอง และสุรศักดิ์ คชภักดี. (2563). *โมเดลการส่งเสริมเพื่อพัฒนาธุรกิจการเลี้ยงแพะเนื้อในจังหวัดชายแดนภาคใต้*. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์, 337-360.

สุธา โอมณี. (2560). *การศึกษารูปแบบการเลี้ยงและวิธีการตลาดแพะเนื้อ กรณีศึกษาจังหวัดสุราษฎร์ธานี*. สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2563). *ข้อมูลรายสินค้า (แพะเนื้อ)*. สุราษฎร์ธานี: สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดสุราษฎร์ธานี.

Yamane, T. (1973) *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd Edition, Harper and Row, New York.