

การจัดการโซ่อุปทานแพะเนื้อในภาคใต้ของประเทศไทย

Supply Chain Management of Meat Goats in the South of Thailand

พิไลวรรณ ประพฤติ¹ ศรัณยู กาญจนสุวรรณ² อีรศักดิ์ จินดาบ³

Pilaiwan Prapruit, Sarunyoo Kanchanasuwan, Teerasak Jondabot

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโซ่อุปทานแพะเนื้อของภาคใต้ เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักในกิจกรรมของโซ่อุปทาน ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะจำนวน 23 ราย ผู้รวบรวมแพะ/นายหน้า จำนวน 11 ราย และโรงเชือดจำนวน 11 ราย และเจ้าหน้าที่ปศุสัตว์ จำนวน 2 ราย รวมผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 47 ราย ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าและใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์/สังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างโซ่อุปทานแพะเนื้อในภาคใต้ ประกอบด้วยโซ่ต้นน้ำ คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ โซ่กลางน้ำ คือ ผู้รวบรวมแพะในท้องถิ่น/นายหน้า/กลุ่มเกษตรกร และพ่อค้าคนกลาง/โรงเชือดแพะ และโซ่ปลายน้ำ คือ ผู้บริโภคทั้งที่เป็นแพะมีชีวิต และเนื้อแพะชำแหละ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งพบว่า พ่อค้าคนกลาง/โรงเชือดแพะในโซ่กลางน้ำ เป็นจุดเชื่อมโยงการไหลของแพะระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคเพื่อการบริโภคในภูมิภาค จากการที่พ่อค้าคนกลาง/โรงเชือดมีเฉพาะพ่อค้าที่เป็นคนไทยมุสลิมเท่านั้น ส่งผลให้การบริโภคในส่วนของปลายน้ำเป็นแพะประเพณีเป็นส่วนใหญ่ ส่วนผู้รวบรวม/นายหน้าในโซ่กลางน้ำเป็นจุดเชื่อมโยงการไหลของแพะไปประเทศมาเลเซียและประเทศเวียดนาม แนวทางการพัฒนาโซ่อุปทานแพะเนื้อในภาคใต้ ได้แก่ 1) กิจกรรมต้นน้ำ ควรพัฒนาศักยภาพและคุณภาพการผลิตให้เป็นการเลี้ยงเชิงพาณิชย์มากขึ้น 2) กิจกรรมกลางน้ำ ควรพัฒนาการตลาดเนื้อแพะให้มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย การสื่อสารข้อมูลทางการตลาดอย่างชัดเจนกับผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน และการส่งเสริมโรงเชือดให้มีมาตรฐาน และ 3) กิจกรรมปลายน้ำ ควรส่งเสริมการบริโภคเนื้อแพะในกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย สร้างการรับรู้คุณค่าจากการบริโภคเนื้อแพะผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

คำสำคัญ (Keywords): โซ่อุปทาน; แพะเนื้อ; ภาคใต้

Received: 2021-09-21 Revised: 2021-10-30 Accepted: 2021-11-04

¹ สาขาวิชานวัตกรรมและการเกษตรและการจัดการ คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ Agricultural Innovation and Management Division, Faculty of Natural Resources, Prince of Songkla University. Corresponding Author e-mail: ppilaiwa@gmail.com

² สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ Faculty of Management Science, Prince of Songkla University

³ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ Business Administration Division, Faculty of Management Science, Prince of Songkla University

Abstract

This study was qualitative research that aimed to examine the supply chain of meat goats in the South. The data collection was through stakeholder involving in the supply chain activities. Those were 23 goat-raising farmers, 11 goat collectors/brokers, 11 slaughters, and 2-livestock officers for the total of 47 informants. A semi-structured interview and non-participatory observation methods were tools for data collection. Data triangulation and content analysis were for all data synthesis. Results of this study indicated the following parts of the supply chain of meat goats in the South: The upstream part consisted of goat-raising farmers.; the midstream part consisted of local goat collectors/brokers/farmer groups/slaughter.; and the downstream part consisted of consumers who consumed alive-meat goats and slaughtered-goat meat both domestic and foreign ones. The study found that brokers/slaughters at the midstream supply chain were connecting points for the flow of meat goats between producers and consumers for regional consumption. Because brokers/slaughters were only Thai Muslims, this affected the most consumption at the portion of the downstream supply chain to be only the traditional meat goats. For collectors/brokers at the midstream supply chain, those were the connecting points for the flow of meat goats to Malaysia and Vietnam. The directions for developing the supply chain of meat goats in the South should be the following. 1) Upstream activities: There should be developing potential and quality into more commercial production. 2) Midstream activities: There should be a developing meat goat market to have more various meat goat products, having clear marketing communication among people involved in the supply chain, and promoting slaughterhouses to be the standard ones. 3) Downstream activities: There should be promoting goat meat consumption in various consumer groups and building perception of consuming values of goat meat through public relation media.

Keywords: Supply Chain; Meat Goat; South

บทนำ (Introduction)

แพะเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่มีการเลี้ยงกระจายอยู่ทั่วโลก ประเทศไทยมีการเลี้ยงแพะเป็นอันดับที่ 6 ของกลุ่มประเทศอาเซียน (FAO STAT, 2020) แนวโน้มการบริโภคแพะสูงขึ้น เนื่องจากคนมีความต้องการแพะเป็นอาหารและใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา (เสกสรร สุธรรมานนท์ และคณะ, 2556) จากการประเมินขององค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติพบว่ามีความ

ต้องการบริโภคแพะมากถึง 2 เท่าของจำนวนแพะที่มีอยู่ทั่วโลก ในภูมิภาคเอเชียมีความต้องการมากถึง 210 ล้านตัวต่อปี (FAO STAT, 2020) ส่งผลให้แนวโน้มการเลี้ยงแพะในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ภาคใต้ของประเทศไทยมีการเลี้ยงแพะเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ มีเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะทั้งหมดจำนวน 51,183 ครัวเรือน (ร้อยละ 77.73 ของประเทศ) รองลงมาคือ ภาคกลางจำนวน 8,224 ครัวเรือน (ร้อยละ 12.49) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 3,821 ครัวเรือน (ร้อยละ 5.80) และภาคเหนือ จำนวน 2,622 ครัวเรือน (ร้อยละ 3.98) ตามลำดับ ซึ่งจังหวัดที่มีการเลี้ยงแพะมากที่สุดในปี พ.ศ. 2562 คือจังหวัดยะลา (13,963 ครัวเรือน) รองลงมาคือจังหวัดนราธิวาส (9,885 ครัวเรือน) ปัตตานี (9,776 ครัวเรือน) และสงขลา (5,771 ครัวเรือน) ตามลำดับ (กรมปศุสัตว์, 2563) อย่างไรก็ตามแม้ว่าการผลิตแพะในปัจจุบันจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น แต่ปริมาณผลผลิตยังไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

เนื้อแพะเป็นเนื้อคุณภาพดีที่มีโปรตีนและธาตุเหล็กสูง อีกทั้งมีแคลอรีและไขมันอิ่มตัวต่ำกว่าเนื้อชนิดอื่น ๆ เหมาะสำหรับผู้ที่สนใจดูแลสุขภาพ (ปริญญา เติตโณม และคณะ, 2558) นอกจากนี้ยังพบว่ากระบวนการผลิตเนื้อแพะเป็นกระบวนการที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์น้อยกว่ากระบวนการผลิตเนื้อสัตว์อื่น ๆ ซึ่งทำให้ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีการประชาสัมพันธ์ให้เกิดการเลือกบริโภคเนื้อแพะเป็นทางเลือกเพื่อสุขภาพและยั่งยืนแทนที่การเลือกบริโภคเนื้อสัตว์ประเภทอื่น ๆ (วิรัช วิโรจน์แสงอรุณ, 2556) จากคุณภาพของเนื้อแพะดังกล่าว ทำให้เริ่มมีแนวโน้มความต้องการของตลาดเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ภาครัฐเริ่มมีการส่งเสริมให้เกิดการเลี้ยงแพะเพิ่มสูงขึ้น ในปี พ.ศ. 2562 มีเกษตรกรที่เลี้ยงแพะเนื้อในภาคใต้จำนวน 51,752 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 73.86 ของเกษตรกรเลี้ยงแพะเนื้อทั้งประเทศ (กลุ่มสารสนเทศและข้อมูลสถิติ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2563) ทั้งนี้กรมปศุสัตว์ได้ให้ความสำคัญกับการเลี้ยงแพะ โดยมีการส่งเสริมการเลี้ยงแพะอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน สิ่งที่ต้องศึกษาตามมาจากการส่งเสริมให้มีการเลี้ยงแพะมากขึ้นคือการสร้างสมดุลให้เกิดขึ้นตลอดโซ่อุปทานระหว่างจำนวนการผลิตและปริมาณการบริโภคเนื้อแพะในประเทศ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอสถานการณ์ปัจจุบันของโซ่อุปทานเนื้อแพะในภาคใต้ของประเทศไทยเพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างในระบบโซ่อุปทานและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโซ่อุปทานเนื้อแพะ การไหลของเนื้อตั้งแต่ฟาร์มเกษตรกรจนถึงการบริโภคในรูปแบบแพะมีชีวิตและเนื้อแพะชำแหละพร้อมปรุงเสร็จ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจกระบวนการดำเนินงานและสามารถมองเห็นภาพโดยรวมเพื่อการจัดการโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพได้อย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research objective)

เพื่อศึกษาการดำเนินงานโซ่อุปทานเนื้อแพะในภาคใต้ของประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research methods)

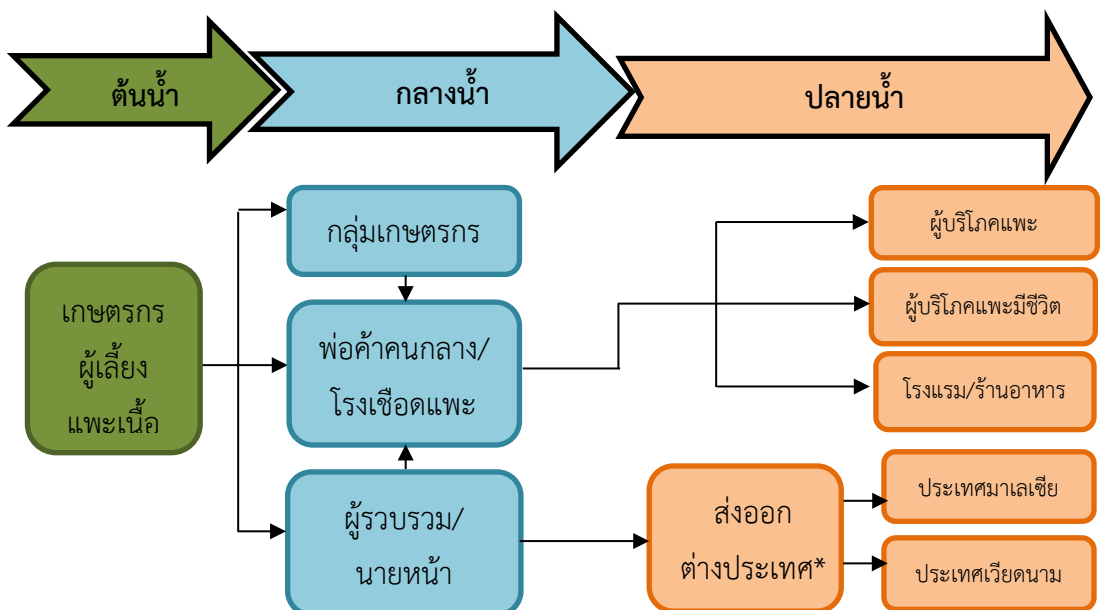
ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก ประชากรคือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่อุปทานแพะเนื้อของภาคใต้ ประกอบด้วย เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ ผู้รวบรวมแพะ/พ่อค้าคนกลาง และโรงเชือดแพะ กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) โดยใช้เทคนิคการบอกต่อ (Snow Ball) จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งที่มีความเชื่อมโยงตลอดโซ่อุปทาน โดยเป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะจำนวน 23 ราย ผู้รวบรวมแพะ/นายหน้า จำนวน 11 ราย และโรงเชือดจำนวน 11 ราย และเจ้าหน้าที่ปศุสัตว์ จำนวน 2 ราย รวมผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 47 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ผ่านเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) จากผู้ให้ข้อมูลหลักที่อยู่โซ่อุปทานท่านอื่น และเก็บข้อมูลจนกระทั่งข้อมูลมีความอิ่มตัว

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์/สังเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิตามภายใต้การไหลของแพะเนื้อในโซ่อุปทาน

ผลการวิจัย (Research results)

ผลจากการวิจัยพบว่าโครงสร้างโซ่อุปทานในภาคใต้ (ภาพที่ 1) ประกอบด้วย เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ ผู้รวบรวมแพะในท้องถิ่น/นายหน้า โรงเชือด และผู้บริโภค โดยสามารถอธิบายรายละเอียดของแต่ละห่วงโซ่ตามโครงสร้างดังกล่าว ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 โครงสร้างโซ่อุปทานแพะเนื้อในภาคใต้ของประเทศไทย

หมายเหตุ: *ส่งออกต่างประเทศเฉพาะแพะมีชีวิต

กลุ่มต้นน้ำ พบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ชายแดน ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นรายย่อย มีการเลี้ยงแบบดั้งเดิมปล่อยตามธรรมชาติ ปล่อยแพะทะเล็มในพื้นที่หญ้าตามธรรมชาติ ในสวนยางพารา สวนปาล์มน้ำมัน มีระยะเวลาการเลี้ยงแพะ 7-8 เดือน ถึงจะสามารถออกสู่ตลาดได้ ซึ่งมีน้ำหนักไม่เกิน 20 กิโลกรัม หรือบางครั้งมีการขายเหมาเป็นตัว เกษตรกรแต่ละรายมีจำนวนแพะรายละไม่เกิน 10 - 20 ตัว การเลี้ยงยังไม่เป็นแบบมาตรฐานฟาร์ม ยังคงเลี้ยงแพะแบบดั้งเดิม ไม่เน้นเรื่องสายพันธุ์ ส่วนใหญ่เลี้ยงแพะพันธุ์พื้นเมือง หรือเป็นแพะสายพันธุ์ผสมที่มีเลือดต่ำ อาศัยอาหารจากหญ้าตามธรรมชาติ ไม่มีการจัดการเรื่องโรค โรงเรือนมีสภาพไม่เป็นมาตรฐานเท่าที่ควร ส่วนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน มีการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ เช่น การรวมกลุ่มของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง และบางส่วนของจังหวัดกระบี่ ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มในลักษณะของการช่วยเหลือกันในการผลิตและจำหน่ายเป็นหลัก มีระบบฟาร์มที่เป็นมาตรฐานมากขึ้น ใช้พันธุ์แพะลูกผสม มีการจัดการโรคและอาหาร ทำให้แพะที่เกษตรกรเลี้ยงได้มีน้ำหนักสูงกว่าการเลี้ยงแบบปล่อยธรรมชาติ ใช้เวลาขุนเพียงไม่เกิน 6 เดือน สามารถจำหน่ายแพะออกสู่ตลาดได้ โดยราคาแพะที่มีขนาดเล็กจะสูงกว่าแพะที่มีขนาดใหญ่กิโลกรัมละ 10 บาท

การเลี้ยงในระดับฟาร์มหรือรายเกษตรกร นอกจากเกษตรกรต้องมีการจัดการฟาร์มเพื่อให้แพะที่เลี้ยงเติบโตอย่างคุ้มกับต้นทุนที่ลงไป ซึ่งหมายถึงการลงทุนในโรงเรือน อุปกรณ์ ระบบฟาร์มทั้งหมดแล้วนั้น การดำเนินการต้องมีความเชื่อมโยงกับแหล่งปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ที่ต้องนำมาใช้ในการเลี้ยงแพะ เช่น แหล่งพันธุ์ อาหาร ยาและเวชภัณฑ์ และเมื่อสามารถผลิตแพะออกมาได้ ย่อมต้องอาศัยตลาดจำหน่ายแพะ หรือผ่านไปสู่ผู้ประกอบการกลางน้ำหรือผู้รวบรวมแพะในท้องถิ่นหรือต่างท้องถิ่นที่มีการสื่อสารข้อมูลทางการตลาดทั้งโดยตรงและโดยอ้อมผ่านระบบนายหน้า (ซื้อเป่าแหล่งจับแพะ) ในบางพื้นที่

เกษตรกรต้นน้ำผู้ผลิตแพะเนื้อในภาคใต้ ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่ขายผลผลิตตามความต้องการของผู้บริโภคผ่านการสื่อสารจากพ่อค้าคนกลาง โดยพบว่าผู้บริโภคในภาคใต้ต้องการแพะขนาดเล็กที่ใช้ในพิธีกรรมทางศาสนาเป็นหลัก อย่างไรก็ตามปัจจุบันมีเกษตรกรต้นน้ำหลายรายหันมาผลิตแพะขนาดใหญ่มากขึ้น ส่วนใหญ่เป็นการรวมตัวเป็นกลุ่มเกษตรกรหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ผลิตแพะขนาดใหญ่จะมีการจัดการฟาร์มที่มีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น ผลิตโดยคำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุน โดยเฉพาะการลงทุนในสายพันธุ์แพะ มีการจัดการอาหารและแปลงหญ้า มีการจัดการโรคอย่างเป็นระบบ มีการบริหารจัดการกลุ่มเพื่อลดต้นทุนในการผลิต และมีความพยายามในการติดต่อสื่อสารกับผู้รวบรวมแพะที่สามารถรับซื้อแพะขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจุบันคือผู้รวบรวมแพะที่อยู่นอกภูมิภาค คือ จังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ (ส่งต่อไปประเทศเวียดนาม) ซึ่งกิจกรรมหลักของเกษตรกรที่ต้องทำในกรณีที่แพะมีน้ำหนักพร้อมขายประกอบด้วย การเลือกแพะที่มีคุณภาพที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า การจับแพะ การชั่งน้ำหนัก การยกขึ้นรถกระบะเพื่อขนไปยังเกษตรกรรายอื่น ๆ หรือผู้รวบรวมแพะ

กลุ่มกลางน้ำ คือ กลุ่มเกษตรกร (ที่ทำหน้าที่รวบรวมแพะ) ผู้รวบรวมแพะ และโรงเชือด ทำหน้าที่รับซื้อแพะเนื่องจากเกษตรกรต้นน้ำ และดำเนินการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อส่งต่อแพะเนื้อไปยังผู้บริโภคกลุ่มปลายน้ำ ลักษณะการดำเนินการ ได้แก่ การรวบรวม ขำแหละเนื้อ และแปรรูปเป็นอาหาร ผู้ซื้อแพะทั้งหมดเป็นคนไทยมุสลิม ซึ่งส่วนใหญ่อยู่พื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้มากที่สุด ที่เหลือกระจายอยู่ในพื้นที่ชุมชนมุสลิมของจังหวัดต่าง ๆ ของภาคใต้ ทั้งนี้เนื่องจากการบริโภคผลผลิตแพะหลักของภาคใต้คือเป็นสินค้าประเพณีของผู้บริโภคทั้งไทยมุสลิมและไทยพุทธ ที่เหลือเป็นการบริโภคเพื่อเป็นอาหาร

ผู้รวบรวม/นายหน้าแพะเนื้อ มีทั้งผู้รวบรวมในระดับท้องถิ่นและต่างท้องถิ่น ลักษณะของการรวบรวมแพะ คือ การนำแพะจากแหล่งผลิตให้ได้ตามขนาดและจำนวนของการสั่งซื้อ ไปสู่พ่อค้าคนกลาง/โรงเชือดและผู้บริโภคตามวัตถุประสงค์ของการบริโภค ทั้งในลักษณะของแพะมีชีวิต และแพะชำแหละ ทำให้กิจกรรมของโซ่กลางน้ำอุปทานแพะเนื้อ ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก ๆ ดังนี้

(1) กิจกรรมรวบรวมแพะ

การรวบรวมแพะแต่ละครั้ง ผู้รวบรวมแพะส่วนใหญ่ใช้รถกระบะต่อรั้วเหล็กที่สามารถบรรทุกแพะมีชีวิตได้ประมาณ 25-30 ตัวต่อครั้ง ใช้อุปกรณ์เครื่องซังแบบแขวน ใช้แรงงานในการรวบรวม 1-2 คน ช่วงเวลาในการขนส่ง หากระยะทางไกล มักใช้เวลาช่วงเย็นหรือค่ำ เพื่อลดความเสียหายที่เกิดขึ้นกับแพะ กรณีรวบรวมในพื้นที่ที่ไม่ไกลกับโรงเชือดหรือสถานประกอบการของพ่อค้า การรวบรวมแพะมักจะดำเนินการในช่วงเช้า เมื่อแขวนซังแพะเสร็จ จะแขวนตัวเลขน้ำหนักที่คอของแพะแต่ละตัว น้ำหนักของแพะจะยึดน้ำหนักหน้าฟาร์มเกษตรกรเป็นน้ำหนักที่ใช้ไปจนถึงพ่อค้าคนกลาง/โรงเชือดแพะ การประสานงานในการรวบรวมแพะ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

(1.1) ผู้รวบรวมประสานงานกับนายหน้าที่อยู่ในพื้นที่ในการจัดหาแพะจากเกษตรกรรายย่อย ให้ได้แพะตามขนาดและจำนวนที่ต้องการ หลังจากนั้นจะเดินทางมารับแพะที่จัดหาได้ โดยมีรูปแบบการรวบรวม 2 วิธี คือ 1) ผู้รวบรวมมารับแพะ ณ จุดรวบรวม (ส่วนใหญ่จะเป็นที่บ้านของนายหน้า) และ 2) ผู้รวบรวมตระเวนรับแพะจากฟาร์มของเกษตรกรรายย่อยตามที่นายหน้าได้ประสานงานไว้แล้ว ลักษณะการรวบรวมนี้อาจเกิดขึ้นเด่นชัดในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ชายแดนและภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

(1.2) ผู้รวบรวมประสานงานกับกลุ่มเกษตรกร เพื่อให้ทางกลุ่มฯ ทำหน้าที่รวบรวมแพะจากสมาชิกในกลุ่ม สมาชิกในกลุ่มจะจับแพะจากฟาร์มของตัวเอง มาซังน้ำหนักที่จุดรวบรวมในวันที่มีการนัดหมายส่งแพะให้ผู้รวบรวม เช่น ที่ทำการของกลุ่ม บ้านของประธานกลุ่ม หรือจุดนัดพบ เป็นต้น ผู้รวบรวมจะมารับแพะตามขนาดและจำนวนที่ต้องการ ลักษณะดังกล่าวนี้เกิดขึ้นเด่นชัดในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย (เช่น จังหวัดสุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช)

(1.3) ผู้รวบรวมประสานงานโดยตรงกับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ โดยผู้รวบรวมมักจะเป็นผู้รวบรวมที่อยู่ในท้องถิ่นและรู้จักสนิทสนมกับเกษตรกรค่อนข้างดี การรับแพะมีทั้งแบบผู้รวบรวมทำ

การจัดส่งแพะให้กับพ่อค้าคนกลาง/โรงเชือด และแบบพ่อค้าคนกลาง/โรงเชือดมารับแพะที่ผู้รวบรวมเอง ลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้นปกติทั่วไปในทุกจังหวัดของภาคใต้

(2) กิจกรรมจำหน่ายแพะสู่ผู้บริโภค ตามรูปแบบความต้องการของผู้บริโภค ดังนี้

(2.1) การชำแหละแพะ เป็นกิจกรรมหลักของพ่อค้าคนกลาง/โรงเชือดทุกรายในภาคใต้ โดยให้บริการแก่ผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกในการนำเนื้อแพะไปใช้ตามวัตถุประสงค์ของการซื้อ ส่วนใหญ่มักจะเป็นลักษณะโรงเชือดหลังบ้าน การดำเนินงานมีการคิดค่าบริการชำแหละแพะในอัตรา 250 – 300 บาทต่อตัว โดยมีต้นทุนในการชำแหละ ได้แก่ แรงงานในการชำแหละ 1 – 2 คน ค่าเชื้อเพลิงแก๊สหุงต้มในการเผาขน ค่าน้ำ และค่าเสื่อมอุปกรณ์ชำแหละ ได้แก่ มีด เขียง อุปกรณ์เผา เป็นต้น

(2.2) การจำหน่ายแพะมีชีวิต ขึ้นอยู่กับลักษณะความต้องการใช้แพะแบบมีชีวิตตามวัตถุประสงค์ของผู้ซื้อ เช่น ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา (พิธีกรรมที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการแพะมีชีวิตที่แตกต่างกัน) การแก่ง การเลี้ยงแบบขุนต่อ เป็นต้น ต้องมีการเคลื่อนย้ายแพะมีชีวิตต่อไปยังผู้บริโภคในลักษณะดังกล่าวทั้งภายในท้องถิ่น และต่างท้องถิ่น สัดส่วนการจำหน่ายแพะมีชีวิตของภาคใต้มีสูงถึงร้อยละ 80-90 ของผลผลิตแพะทั้งหมด

จะเห็นได้ว่าพ่อค้าคนกลาง/โรงเชือด ทำหน้าที่เป็นจุดศูนย์กลางในการรวบรวมแพะมีชีวิตและกระจายทั้งแพะแบบมีชีวิต และแพะแบบชำแหละไปยังผู้บริโภค โดยการรวบรวมมีทั้งลักษณะรวบรวมที่ฟาร์มเกษตรกรโดยตรง และผ่านระบบนายหน้าจัดหาแพะ โดยข้อมูลที่พ่อค้าคนกลาง/โรงเชือดมีให้กับผู้ผลิต ได้แก่ ขนาดน้ำหนักของแพะที่ตลาดต้องการ ซึ่งผู้บริโภคในภาคใต้นิยมบริโภคแพะขนาดเล็ก แม้ว่าเกษตรกรในระดับฟาร์มปัจจุบันต้องการขายแพะขนาดใหญ่ที่มีน้ำหนักมาก แต่ด้วยข้อจำกัดของลักษณะตลาดแพะเนื้อที่พ่อค้าคนกลาง/โรงเชือดทั้งหมดเป็นพ่อค้าคนไทยมุสลิมที่ต้องการกระจายแพะไปยังผู้บริโภคเพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนา (ที่ต้องการแพะขนาดเล็ก) ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงต้องขายแพะขนาดเล็กตามความต้องการของตลาดในภูมิภาค การดำเนินการของพ่อค้าคนกลาง/โรงเชือดไม่ได้มีรูปแบบการบริหารจัดการที่เป็นระบบมากนัก เป็นลักษณะเจ้าของคนเดียว มีการเชือดในโรงเชือดหลังบ้านที่ยังไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร อาศัยความน่าเชื่อถือจากการประกอบพิธีกรรม กลุ่มพ่อค้าคนกลาง/โรงเชือดมีเครือข่ายของผู้ค้าในระดับเดียวกันเพื่อช่วยเหลือในกรณีที่สินค้าหรือแพะไม่สามารถรวบรวมได้ทันต่อความต้องการของลูกค้า

กลุ่มปลายน้ำ คือผู้บริโภค ซึ่งเป็นผู้ใช้แพะทั้งในรูปแพะเนื้อมีชีวิต เนื้อแพะชำแหละ และผลิตภัณฑ์เนื้อแพะที่ปรุงแปรรูปเป็นอาหารต่าง ๆ ดังนั้นผู้บริโภคจึงเป็นทั้งผู้บริโภคทั่วไปที่บริโภคเนื้อแพะแปรรูปเป็นอาหาร ร้านอาหาร และผู้บริโภคแพะประเพณีที่ใช้แพะมีชีวิต ดังนี้

1) ผู้บริโภคแพะชำแหละ กลุ่มนี้ยังแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ (1) ผู้บริโภคเนื้อสดในลักษณะขายปลีกแบบแยกชิ้นส่วน ได้แก่ ผู้บริโภคทั่วไป โรงแรม/ภัตตาคาร เป็นต้น ราคาเนื้อแพะที่จำหน่ายเฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 400-450 บาท และ (2) ผู้บริโภคเนื้อแพะชำแหละทั้งตัว (สับรวมกันไม่แยกชิ้นส่วน) ได้แก่ ผู้บริโภคทั่วไป ร้านอาหาร/ร้านข้าวแกง เป็นต้น ราคาเนื้อแพะที่จำหน่ายเฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 300-350 บาท

กลุ่มนี้ได้แก่ผู้นำแพะไปใช้เป็นแพะประเพณี ได้แก่ บริโภคในช่วงรอมฎอน การแก้บน การทำบุญในพิธีทางศาสนา (พิธีเลี้ยงรับขวัญบุตร (อาแกเกาะห์), พิธีเชือดสัตว์ (อากีกะฮ์), ประเพณีฮารีรายอ เป็นต้น

2) ผู้บริโภคแพะมีชีวิต กลุ่มนี้ ได้แก่ (1) ผู้นำไปใช้เป็นแพะประเพณี เช่น กรุบัน อากีเกาะห์ เมาลิด พิธีเลี้ยงรับขวัญบุตร (อาแกเกาะห์) พิธีเชือดสัตว์ (อากีกะฮ์) ประเพณีฮารีรายอ และการแก้บน เป็นต้น พบว่าปริมาณการบริโภคแพะในภาคใต้ส่วนใหญ่เป็นการใช้แพะเพื่อประเพณีซึ่งมีสัดส่วนค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับการบริโภคในลักษณะอื่น ๆ โดยผู้บริโภคในกลุ่มนี้มีทั้งชาวไทยมุสลิมและไทยพุทธ และ (2) ผู้นำแพะมีชีวิตไปเลี้ยงหรือขุนต่อ และ (3) ผู้ส่งออกแพะไปขายต่อต่างภูมิภาค (เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์) ผู้ส่งออกไปต่างประเทศ (มาเลเซีย และเวียดนาม) เป็นต้น

จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้บริโภคแพะในภาคใต้ส่วนใหญ่นอกจากบริโภคแพะเป็นอาหารแล้วยังมีวัฒนธรรมการบริโภคทางศาสนา รวมถึงผู้บริโภคคนไทยพุทธที่นิยมบริโภคแพะเพื่อวัฒนธรรม โดยเฉพาะการแก้บน ปัจจุบันความต้องการบริโภคแพะของคนในภาคใต้ยังมีสูงกว่าปริมาณแพะที่ผลิตได้ในพื้นที่ ทำให้ต้องมีการนำแพะจากภาคกลางเข้ามา อย่างไรก็ตาม แม้ความต้องการที่มีมากของผู้บริโภคก็ไม่ได้ทำให้ราคาแพะหน้าฟาร์มเพิ่มขึ้นตามความต้องการเท่าที่ควร

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย (Research Discussion)

ผลผลิตแพะเนื้อในภาคใต้ยังมีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในภูมิภาค โดยเฉพาะความต้องการแพะจากพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งเป็นพื้นที่กลุ่มผู้บริโภคหลัก (ชาวไทยมุสลิม) รูปแบบการบริโภคแพะเนื้อนอกจากการบริโภคเนื้อแพะแล้ว ยังมีการบริโภคแพะที่มีชีวิตในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา เช่น บริโภคในช่วงรอมฎอน กรุบัน อากีเกาะห์ เมาลิด และการแก้บนอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชารีนา สือแม (2550) ที่สรุปว่าความต้องการแพะตามวิถีมุสลิมเพื่อใช้ประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา เช่น พิธีเลี้ยงรับขวัญบุตร (อาแกเกาะห์ อากีกะฮ์หรือพิธีเชือดสัตว์) ประเพณีฮารีรายอ และพิธีนุหรีหรือพิธีแก้บน เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่าในปัจจุบันมีความต้องการใช้แพะเพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนาและความเชื่ออยู่เป็นจำนวนมากในแต่ละปี ทำให้ต้องนำแพะจากนอกพื้นที่ที่เป็นจังหวัดภาคใต้ด้วยกัน และแพะจากนอกภูมิภาค (ภาคกลาง) เข้ามา ซึ่งแพะที่นำเข้ามาส่วนใหญ่เป็นแพะขนาดเล็ก น้ำหนักอยู่ที่ 20 – 25 กิโลกรัม ไม่มีข้อจำกัดด้านพันธุ์แพะ ให้เป็นไปตามหลักของศาสนาเท่านั้น ข้อมูลดังกล่าวเป็นอุปสรรคในการเลี้ยงแพะเชิงพาณิชย์ที่ต้องการน้ำหนักแพะที่มากเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่มากขึ้น ซึ่งประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของธีรยุทธ มุเล็ง และคณะ (2559) ที่สรุปไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มของแพะฮาลาล สามารถทำได้ใน 3 กิจกรรมหลัก ได้แก่ การเลี้ยง การเชือดและชำแหละ และการจำหน่าย/แปรรูปนมแพะ โดยกิจกรรมการเลี้ยงของกลุ่มต้นน้ำ มีต้นทุนรวมทั้ง 5 กิจกรรมหลัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 105.67 บาทต่อกิโลกรัม (แพะมีชีวิต) หากเกษตรกรสามารถผลิตได้น้ำหนักมากขึ้น ก็สามารถทำกำไรหรือสร้างรายได้จากการเลี้ยงได้เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า พ่อค้ากลาง/โรงเชือด ที่อยู่ในโซ่อุปทานกลางน้ำของภาคใต้ ทั้งหมด จะมีเฉพาะพ่อค้าที่เป็นคนไทยมุสลิม นับถือศาสนาอิสลามเท่านั้น ทำให้เห็นว่าการบริโภคในส่วนของปลายน้ำ จึงเป็นไปในลักษณะของแพะประเพณีเป็นส่วนใหญ่ การบริโภคโดยทั่วไปจึงไม่กระจายตัวไปยังผู้บริโภคที่หลากหลายมากนัก สอดคล้องกับศึกษาของปริญา เฉิด โฉมและคณะ (2553) ที่พบปัญหาที่ผู้บริโภคสะท้อน ได้แก่ ปัญหาแหล่งจำหน่ายมีน้อย ปัญหาราคาที่สูงเมื่อเทียบกับเนื้อสัตว์ประเภทอื่น ผลผลิตเนื้อแพะไม่มีความหลากหลาย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงข้อมูลทางโภชนาการมีน้อย ทั้งที่ในความเป็นจริง กลุ่มผู้บริโภคบางกลุ่ม เช่น คนไทยเชื้อสายจีน ก็มีความต้องการเนื้อแพะค่อนข้างสูง และมีกำลังในการซื้อค่อนข้างมากเช่นเดียวกัน เมื่อพิจารณาพร้อมกับโครงสร้างโซ่อุปทานแพะเนื้อในภาคใต้ที่เห็นชัดเจนว่าพ่อค้าคนกลาง/โรงเชือดแพะในโซ่กลางน้ำเป็นจุดเชื่อมโยงการไหลของแพะระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคเพื่อการบริโภคในภูมิภาค ส่วนผู้รวบรวม/นายหน้าในโซ่กลางน้ำเป็นจุดเชื่อมโยงการไหลของแพะไปประเทศมาเลเซียและประเทศเวียดนาม จากลักษณะดังกล่าว จึงเป็นประเด็นของการหาแนวทางการพัฒนาตลาดแพะเนื้อที่เหมาะสมกับการผลิต โดยผลักดันในส่วนของการเพิ่มความต้องการผู้บริโภคให้มากขึ้น เช่น สร้างการรับรู้คุณค่าทางโภชนาการของเนื้อแพะ การสร้างผลิตภัณฑ์จากแพะเนื้อที่หลากหลาย เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Berto et, al. (2019) ที่เสนอทางเลือกในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากแพะโดยการใช้ส่วนต่าง ๆ ของแพะมาสร้างผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น หนังแพะ เนื้อแพะ และมูลแพะ เป็นต้น และผลักดันในส่วนของการผลิตให้มีมาตรฐานสำหรับการบริโภคมากขึ้น โดยพ่อค้าคนกลาง/โรงเชือดเป็นกลไกที่สำคัญของการไหลของข้อมูลดังกล่าว

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้จำแนกตามกิจกรรมในโซ่อุปทาน ได้ดังนี้

1. กิจกรรมต้นน้ำ ควรพัฒนาศักยภาพและคุณภาพการผลิตแพะเนื้อ เช่น
 - พัฒนาการเลี้ยงให้เป็นเชิงพาณิชย์มากขึ้น โดยการส่งเสริมการใช้พันธุ์แพะที่โตเร็ว ทนต่อโรค และสามารถปรับตัวด้านอาหารที่มีในท้องถิ่นเพื่อลดต้นทุนการผลิต
 - ส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้เลี้ยงแพะ และสร้างเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะ เพื่อพัฒนาการสื่อสารกับผู้บริโภคในตลาดให้มีการตัดสินใจซื้อที่หลากหลายขึ้น
2. กิจกรรมกลางน้ำ ควรพัฒนาการตลาดแพะเนื้อ เช่น
 - พัฒนาผลิตภัณฑ์จากแพะเนื้อให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์จากหนังแพะ (เสื้อหนัง เข็มขัด ฯลฯ) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อแพะ (ไส้กรอก ลูกชิ้น เบอร์เกอร์ ฯลฯ) และผลิตภัณฑ์จากมูลแพะ เช่น ปุ๋ยมูลแพะ เป็นต้น
 - ส่งเสริมโรงเชือดให้มีมาตรฐาน
 - สื่อสารข้อมูลทางการตลาดอย่างชัดเจนกับผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน

3. กิจกรรมปลายน้ำ ควรมุ่งเน้นไปยังการส่งเสริมการบริโภคเนื้อแพะในกลุ่มลูกค้าผู้มุ่งหวัง เช่น

- ส่งเสริมการบริโภคเนื้อแพะในกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย เช่น กลุ่มผู้รักสุขภาพ การนำเสนอเมนูอาหารที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภคทั่วไป
- สร้างการรับรู้คุณค่าทางโภชนาการของเนื้อแพะให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายผ่านสื่อต่างๆ

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมปศุสัตว์. (2563). ยุทธศาสตร์แพะปี 2560– 2564. กรุงเทพฯ: กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กลุ่มสารสนเทศและข้อมูลสถิติ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2563). ข้อมูลเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์และแพะรายภาค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563. กรุงเทพฯ: กรมปศุสัตว์.
- ชารีนา สือแม. (2550). การเลี้ยงแพะตามวิถีอิสลาม: แนวทางสู่ความสำเร็จ. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. 2(1), 72-81.
- วีรชัย วิโรจน์แสงอรุณ. (2556). การบริโภคเนื้อแพะเพื่อความยั่งยืน. สืบค้น 26 สิงหาคม 2564 , จาก <http://pvlo-sgk.dld.go.th/webnew/index.php/en/service-menu/learning-sgk/93-2016-03-16-09-27-17>.
- เสกสรร สุธรรมานนท์, นิกร ศิริวงศ์ไพศาล, พัลลภ เพ็ญจำรัส, รัตนา วุ่นชีว์, และกนกวรรณ บัวศิริ. (2556). การศึกษาระบบการจัดการโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมแพะในจังหวัดสตูล. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Berto, M. W., Dewie, S. A. and Ywang, N. P. (2019). Value chain analysis on goat processed products in Surabaya. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. 5(2): 204-213.
- FAO STAT. (2020). สถิติปริมาณการเลี้ยงแพะในโลกสถิติปริมาณการเลี้ยงแพะในโลก. สืบค้น 18 สิงหาคม 2564, จาก <http://faostat.fao.org/>.