

# ร่างยุทธศาสตร์สุกรปี 2560-2564 (ฉบับใหม่)

วิสัยทัศน์ : สุกรไทยสู่ตลาดโลก ผู้บริโภคปลอดภัย เกษตรกรไทยยั่งยืน

## พันธกิจ

1. ห่วงโซ่การผลิตสุกรได้มาตรฐานและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
2. เนื้อสุกรและผลิตภัณฑ์ปลอดภัยต่อผู้บริโภค สร้างความมั่นคงทางด้านอาหารสำหรับประชาชนในประเทศไทย
3. เกษตรกรสามารถประกอบเป็นอาชีพได้อย่างยั่งยืน
4. การผลิตสุกรไทยสามารถส่งออกสู่ตลาดโลกได้

## เป้าหมาย

1. เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต
2. การผลิตสุกรที่ได้มาตรฐานตลอดห่วงโซ่เพิ่มขึ้นเพียงพอตามแผนการผลิต
3. ไม่พบปัญหาสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่การผลิตสุกร
4. ประชาชนได้บริโภคเนื้อสุกรและผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและปลอดภัย
5. มีฐานข้อมูลการผลิตที่ชัดเจนเพื่อการวางแผนการผลิตและการตลาดที่มีประสิทธิภาพ
6. การส่งออกสุกรและผลิตภัณฑ์สู่ตลาดโลกเพิ่มขึ้นได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี

## ยุทธศาสตร์



## ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การจัดการข้อมูล ระบบสารสนเทศการผลิตการตลาดและการเตือนภัย

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
การเชื่อมโยงข้อมูลตลอดห่วงโซ่การผลิต		
การประชาสัมพันธ์และเตือนภัย		

## ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การบริหารจัดการการตลาด บรรจุภัณฑ์และการแปรรูป

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
เสริมสร้างความรู้เรื่องการผลิตและการตลาด		
เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเนื้อสุกรและผลิตภัณฑ์		
ศึกษารูปแบบการบริโภค		
การเพิ่มศักยภาพการส่งออก		

### ยุทธศาสตร์ที่ 3 :พัฒนาการผลิตและสร้างความเข้มแข็งในการประกอบอาชีพ

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่การผลิต		
การสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกรและกลุ่มเกษตรกร		

### ยุทธศาสตร์ที่ 4 :การป้องกันและควบคุมโรค

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
การยกระดับมาตรฐานการป้องกันโรคในฟาร์มสุกร		
การสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังโรค		
การพัฒนาวิธีการวินิจฉัยโรคให้ทันสมัย		

## ยุทธศาสตร์ที่ 5 :การยกระดับมาตรฐานสินค้า และการจัดการระบบโลจิสติกส์

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
การผลิตได้มาตรฐานตอบสนองความต้องการผู้บริโภค		
ผลิตภายใต้วิชาการที่ทันสมัยเพิ่มความมั่นใจผู้บริโภค		
ส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และรับผิดชอบต่อสังคม		
การบริหารระบบ logistic ที่มีประสิทธิภาพ		

## ยุทธศาสตร์ที่ 6 :การวิจัยและพัฒนา

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ
ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่อง		
การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น		

# แผนการพัฒนาระบบการจัดการสุกรทั้งระบบ 2561

กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาสัตว์เล็ก (กสส.)

## สถานการณ์ภายในประเทศ

1. การค้าเสรี การนำเข้าสุกรและผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ ตามข้อตกลงทางการค้า
2. การผลิต ประเมินการผลิตสุกรปี 2561 จำนวน 22.18 ล้านตัว

## ศักยภาพการผลิต

- ฟาร์มสุกรขุนทั้งหมด 74,877 ราย ได้มาตรฐาน 3,555 ฟาร์ม
- โรงฆ่าภายใน 1,407 โรง : ส่งออก 10 โรง
- โรงงานแปรรูปเพื่อส่งออก สุกร 4 โรง สุกร+ไก่ 25 โรง
- ห้องเย็น 121 ห้องเย็น
- พ่อค้า-แม่ค้าขายปลีก (เชียงใหม่-หาง 19,205 ราย)

3. การส่งออกสุกรมีชีวิต ปี 2560 จำนวน 390,165 ตัว ปริมาณเนื้อ/ส่วนอื่นของสุกร ปริมาณ 41,149 ตัน การส่งออกเนื้อสุกร และเนื้อสุกรแปรรูปของไทยไปต่างประเทศค่อนข้างจำกัด เนื่องจากประเทศไทยยังไม่ได้การรับรองให้ปลอดโรค FMD

## ต้นน้ำ (Intensive farm)

### 1. การบริหารจัดการข้อมูลการผลิต

- ขึ้นทะเบียนประชากรสุกร
- กำหนดแผนการผลิตให้สอดคล้องกับการตลาด

### 2. การยกระดับการเลี้ยงสู่ระดับมาตรฐาน

โดยมีมาตรฐานต่างๆ ได้แก่ GFM GAP Compartment

### 3. การรวมกลุ่มเกษตรกร

- เพื่อเป็นการเพิ่มอำนาจต่อรอง ทั้งราคาจำหน่ายและปัจจัยการผลิต เพื่อให้ได้กำไรสูงสุด

- การจัดตั้งกองทุนประกันความเสี่ยง

### 4. การลดต้นทุนการผลิต

- การลดต้นทุนด้านอาหารสัตว์
- การลดการใช้ยาปฏิชีวนะ

5. ปรับปรุงกฎหมาย เพื่อใช้ในการควบคุมผู้เลี้ยงสุกรทั้งรายย่อยและรายใหญ่ให้สามารถบริหารจัดการการเลี้ยงสุกรได้อย่างยั่งยืน

## กลางน้ำ (Standard)

1. เพิ่มจำนวนและยกระดับมาตรฐานโรงฆ่าสัตว์ เพิ่มความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้เพื่อการบริโภคภายในประเทศ และการส่งออก

2. พัฒนาการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ตรงความต้องการของผู้บริโภค โดยสินค้าต้องได้มาตรฐาน มีการประกวดแข่งขันเพื่อเป็นการกระตุ้นในการพัฒนาคุณภาพสินค้า ให้ผู้ผลิตมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าในระดับชุมชน สร้างจุดขายเพื่อรองรับผู้บริโภคในชุมชนและนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่

3. ปรับปรุงกฎหมาย ให้มีความเหมาะสมมากขึ้น ในการควบคุมและพัฒนาโรงฆ่าสัตว์ให้มีความทันสมัย สะอาด ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และกฎหมายในการควบคุมและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

## ปลายน้ำ (Branding)

1. การสร้างความรู้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีสุขอนามัย มีมาตรฐานในการผลิต โดยผลิตภัณฑ์ควรมาจากแหล่งผลิตที่เชื่อถือได้

2. เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่าย

2.1 ตลาดในประเทศ

2.1.1 ตลาดทั่วไป

2.1.1.1 ตลาดชุมชน พัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน

2.1.1.2 Modern trade พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในห้าง

2.1.2 ตลาดจำเพาะ พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบจำเพาะ เช่น เนื้อสุกรอินทรีย์ เนื้อสุกรปลอดยาปฏิชีวนะ

2.2 ตลาดต่างประเทศ ทั้งผลิตภัณฑ์แปรรูป แข่งขันและสุกรมีชีวิต

3. การทำ Business matching มีการเจรจาในการซื้อขายระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อ เพื่อให้มีตลาดที่แน่นอน