

รายงานการศึกษาส่วนบุคคล

(Individual Study)

เรื่อง

การพัฒนาเครือข่ายด้านการส่งเสริมอาชีพ ภูมิศึกษาชุมชนบ้านม้า

จัดทำโดย

นายธนสิทธิ์ เมธพันธ์เมือง

นักพัฒนาสังคมชำนาญการพิเศษ

ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม

สำนักงานเขตประเวศ

หลักสูตรนักบริหารมหานครระดับกลาง รุ่นที่ 14

สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2557

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การศึกษาเรื่องการพัฒนาเครือข่ายด้านการส่งเสริมอาชีพ กรณีศึกษาชุมชนบ้านม้า เป็นชุมชนมุสลิมในพื้นที่เขตประเวศ ชุมชนในพื้นที่เขตประเวศมีจำนวน 43 ชุมชน ส่วนใหญ่เป็นชุมชนที่นับถือศาสนาอิสลาม มีจำนวน 26 ชุมชน เป็นเขตที่มีการขยายตัวเป็นอันดับ 1 ของกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ.2556 ทำให้คนท้องถิ่นที่เป็นชาวมุสลิมกำลังถูกผลักดันด้วยอิทธิพลของความเจริญ อาชีพประจำท้องถิ่นกำลังเลือนหาย การส่งเสริมการเลี้ยงแพะและผลิตภัณฑ์จากแพะ เช่น นมแพะ นมแพะแปรรูป สบู่ นมแพะ โลชั่นนมแพะ นมแพะอัดเม็ด เนื้อแพะ หนังแพะ และขนแพะ กำลังได้รับการอนุรักษ์จากกรุงเทพมหานคร สำนักพัฒนาสังคม สำนักงานเขตประเวศ โดยฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม นั้น

โดยมีวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมาย เพื่อส่งเสริมอาชีพการเลี้ยงแพะ ซึ่งเป็นอาชีพประจำถิ่นให้เป็น ศูนย์กลางการเรียนรู้ด้านการเลี้ยงแพะ การแปรรูปนมแพะ ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้ มาตรฐานของกรุงเทพมหานคร หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยใช้หลักการมีส่วนร่วมในรูปแบบเครือข่าย ผู้เลี้ยงแพะนมเขตประเวศ เพื่อสร้างรายได้ให้เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะชุมชนบ้านม้าและชุมชนมุสลิมในเขตประเวศ มีรายได้ในครัวเรือนเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 20%

การดำเนินงานของเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะนมของชุมชนในพื้นที่เขตประเวศมีแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม โดยใช้หลักการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ทั้ง 3 ส่วนมีความสมดุล สนับสนุนซึ่งกันและกัน

**ต้นน้ำ** ได้แก่ ชุมชน เครือข่ายผู้เลี้ยงแพะนม เอกชน ภาครัฐ สถานศึกษาที่ให้การสนับสนุน ทางภาควิชาการ

**กลางน้ำ** ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ตลาด รวมถึงกระบวนการการผลิตด้วย

**ปลายน้ำ** ได้แก่ ผู้บริโภคทุกกลุ่ม

ผลการดำเนินงานของเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะของชุมชนในพื้นที่เขตประเวศ ถือได้ว่ากำลังเจริญเติบโต แบบค่อยเป็นค่อยไป ด้วยกระแสคนส่วนใหญ่กำลังตื่นตัวด้านการรักษาสุขภาพ ผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ ต่อสุขภาพร่างกาย ผิวกาย และจิตใจ เนื่องจากนมแพะมีคุณสมบัติใกล้เคียงนมมารดามากที่สุด และสามารถ แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพได้หลายอย่าง เช่น นมแพะ ชานมแพะ สบู่ โลชั่น ขนมปังนมแพะ ชีทนมแพะ คุกกี้นมแพะ นมแพะอัดเม็ด เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์จากส่วนอื่น เช่น เนื้อ หนัง และขนแพะ ที่สามารถทำเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเคราแพะที่มีเฉพาะแพะตัวผู้นำมาทอเป็นผ้า จะเป็นผ้าที่มีราคาแพงที่สุดในโลก ด้วยคุณสมบัติพิเศษที่บาง เบา และนุ่มนวล ให้ความอบอุ่นที่เป็นเลิศ ทั้งนี้มีการขยายการผลิตได้กว่า 30% จากยอดการผลิตเดิมในปี พ.ศ.2556

การดำเนินงานดังกล่าวของเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะนมของชุมชนในพื้นที่เขตประเวศ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มี ประโยชน์แก่สุขภาพ สมอง การเจริญเติบโตให้แก่เด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ ผู้สูงอายุ และผู้ป่วยในเขต กรุงเทพมหานคร “แพะ” ยังเป็นสัตว์เศรษฐกิจชุมชนที่มีการเลี้ยงอยู่ในกรุงเทพมหานครตามเขตชั้นนอก ส่วนวัวเป็นสัตว์ที่เลี้ยงจากฟาร์มในต่างจังหวัด จึงเป็นสิ่งที่อาจทำให้ผู้บริหารกรุงเทพมหานครมีนโยบายส่งเสริม

สนับสนุนอย่างจริงจัง ทั้งด้านการผลิตและบริโภคแก่นักเรียนในโรงเรียนกรุงเทพมหานครกว่า 400 แห่ง จะได้มีนมที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงนมมารดามากที่สุดดื่มอย่างมีความสุขกาย สุขใจ ตลอดไป

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารมหานครระดับกลาง (บกน.) รุ่นที่ 14 ระหว่างวันที่ 20 มีนาคม 2557 ถึงวันที่ 20 มิถุนายน 2557 ประกอบวิชาการบริหารเชิงกลยุทธ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ นางคณินิจ ตราชูฉนิช ผู้อำนวยการพัฒนาชุมชน สำนักพัฒนาสังคม อาจารย์ที่ปรึกษาการจัดทำรายงานส่วนบุคคลที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการให้คำปรึกษา แนะนำกระบวนการจัดทำรายงานส่วนบุคคลมาโดยตลอด ทำให้รายงานฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ในเวลาที่รวดเร็ว

นอกจากนี้ยังต้องขอขอบคุณผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร ที่ได้อำนวยความสะดวก ติดต่อประสานงานกับอาจารย์ที่ปรึกษาและให้แนวคิดในการจัดทำรายงาน ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่น บกน. 14 ทุกท่านที่เอื้อเฟื้อข้อมูลที่เป็นประโยชน์และเป็นกำลังใจให้อย่างยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณท่านปลัดกรุงเทพมหานคร (นางนินนาท ชลิตานนท์) ที่ได้ให้โอกาสแก่ผู้ศึกษาได้เข้ารับการอบรมหลักสูตรนักบริหารมหานครระดับกลาง รุ่นที่ 14 ทำให้ผู้ศึกษาได้รับความรู้และวิทยาการต่างๆ เพื่อการพัฒนาการเป็นนักบริหารสูงขึ้นอีกระดับหนึ่ง

ธนะสิทธิ์ เมธพันธ์เมือง

## สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

กิตติกรรมประกาศ

สารบัญ

หลักการและเหตุผล

1

วัตถุประสงค์

5

เป้าหมาย

5

ปัจจัยความสำเร็จ

5

แผนปฏิบัติการและงบประมาณ

10

แนวทางในการบริหารความเสี่ยง

14

การประเมินผล และข้อเสนอแนะ

15

# ประวัติผู้เขียนเอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคล

**โครงการ**      การพัฒนาเครือข่ายด้านการส่งเสริมอาชีพ  กรณีศึกษาชุมชนบ้านม้า

## 1. หลักการและเหตุผล

เขตประเวศเป็นพื้นที่ชั้นนอกด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานคร มีพื้นที่ประมาณ 52 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 160,000 คน เป็นพื้นที่ที่มีการขยายตัวทางกายภาพและเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วเป็นอันดับ 1 ในปี 2556 ประชาชนบางส่วนประกอบอาชีพการเกษตร จำนวนเกษตรกร 222 ครัวเรือน พื้นที่การเกษตรประมาณ 3,500 ไร่ เกษตรกรบางส่วนเป็นชาวมุสลิม ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ดั้งเดิมที่มีอาชีพเกษตรกรรม ด้านการประมง เลี้ยงสัตว์ประเภทแพะและโค เพื่อใช้เป็นอาหารและใช้ในพิธีทางศาสนา หล่อเลี้ยงประชากรของกรุงเทพมหานครและจังหวัดอื่นๆ

ปัญหาที่เกิดจากสภาวะการขยายตัวของเมืองออกสู่พื้นที่ชานเมืองมากขึ้น ทำให้พื้นที่การเกษตรเริ่มลดน้อยลง เนื่องจากที่ดินมีราคาสูงขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหาการทิ้งถิ่นของเกษตรกรและอนุรักษ์วิถีชีวิต บริบทเจ้าของพื้นที่ดั้งเดิมที่เป็นชาวมุสลิมไว้ จึงจำเป็นต้องเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตร เพื่อให้ได้ค่าตอบแทนต่อพื้นที่สูงที่สุด เกษตรกรมีความเป็นอยู่และมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความภาคภูมิใจในวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนเกษตร เกษตรกรที่เป็นชาวมุสลิมในพื้นที่เขตประเวศยังมีการเลี้ยงแพะอยู่ตามบ้านเรือน กระจายอยู่ทั่วไปในพื้นที่ ผลผลิตทั้งเนื้อแพะและนมแพะที่ได้ใช้บริโภคในครัวเรือน ที่เหลือจึงขายในท้องถิ่นและบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง กระบวนการแปรรูปตามภูมิปัญญาชาวบ้าน จึงทำให้มีราคาถูก และจากวัฒนธรรมของชาวมุสลิม เมื่อเชือดแพะเพื่อบริโภคหรือทำพิธีกรรมทางศาสนาแล้วส่วนที่เหลือจะฝังดินตามความเคยชิน ทำให้มูลค่าเพิ่มที่ควรจะได้กลับสูญหายไปโดยเปล่าประโยชน์ ดังนั้นจึงควรส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มกันผลิตรวมกลุ่มกันแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และรวบรวมผลิตภัณฑ์ในนามของกลุ่ม เพื่อเพิ่มมูลค่าการต่อการทางการตลาด ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้มีมาตรฐานระดับหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ของกรุงเทพมหานคร ช่วยให้ชุมชนมีภูมิคุ้มกันจากวิถีความเจริญของเมือง เพื่อรักษาพื้นที่เกษตรและ

พื้นที่ที่เป็นชานเมืองของกรุงเทพมหานครไว้ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีชุมชนบ้านม้าเป็นแกนนำของกลุ่ม เลี้ยงแพะในเขตประเวศ การขับเคลื่อนกลุ่มจึงเป็นลักษณะแบบเครือข่ายอาชีพ เพื่อเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาต่างๆ

### กรอบการวิเคราะห์ ปัญหาและแนวทางการแก้ไข

#### 1. การเปลี่ยนแปลงแนวคิดต่อการประกอบอาชีพการเกษตร

จากการดำเนินงานตามโครงการอบรมวิชาชีพการเกษตรและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องให้กับเกษตรกร และประชาชนทั่วไปนั้น เห็นว่า การน้อมนำแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มาใช้ในการประกอบอาชีพและชีวิตประจำวันนั้นจะสามารถแก้ปัญหาของเกษตรกรได้จริง ซึ่งมี ผู้ประสบความสำเร็จสามารถเป็นต้นแบบของการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี หลักการ คือ ผลิตทุกอย่างที่ต้องบริโภค และบริโภคทุกอย่างที่ตนผลิต เหลือจากบริโภคในครัวเรือนแบ่งปันเพื่อนบ้าน เหลือจากแบ่งปันจึงขายในท้องถิ่น ดังนั้นหลักการในการพัฒนาตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงในลำดับต่อไป คือ การรวมตัวกัน เพื่อร่วมแก้ปัญหาในกลุ่มของตนเอง เพื่อความสามัคคี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เกิดเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

#### 2. นโยบายสนับสนุนส่งเสริมการเลี้ยงแพะของกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครมีนโยบายในการส่งเสริมด้านการเกษตร และได้แต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดแนวทางในการส่งเสริมการเกษตร รวม 5 ด้าน ด้านประมง ด้านพืชสวน ด้านนาข้าว ด้านปศุสัตว์ ด้านการส่งเสริมการตลาด การแปรรูป และท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเฉพาะด้านปศุสัตว์ มี ดร.วัลลภ สุวรรณดี ประธานที่ปรึกษาของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เป็นประธานคณะกรรมการ มีนโยบายในการส่งเสริมเรื่อง การเลี้ยงแพะ และการจัดการผลผลิตจากแพะ เน้นพื้นที่เขตประเวศและเขตทุ่งครุ เนื่องจากเป็นเขตที่มีเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะอยู่เป็นจำนวนมาก

/3. ภาพลักษณ์และคุณประโยชน์...

-2-

#### 3. ภาพลักษณ์และคุณประโยชน์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแพะ

แพะ เป็นชื่อสัตว์เคี้ยวเอื้องชนิด *Capra hircus* ในวงศ์ Bovidae เป็นสัตว์กึ่งคู่ขนาดกลาง มีความอดทนแข็งแรงและทนทานต่อโรคได้ดีกว่าสัตว์กึ่งคู่ชนิดอื่นๆ สามารถปีนป่ายที่สูง โดยเฉพาะโขดหินหรือภูเขาได้ดี ขนหยาบสีดำ ขาว หรือน้ำตาล มีเขา 1 คู่ ตัวผู้มีเครา หางสั้น

แพะ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า GOAT นอกจากจะแปลว่า แพะ แล้วยังแปลว่า คนชั่ว ผู้รับบาป ได้อีกด้วย

แพะเป็นสัตว์เคี้ยวเอื้องเลี้ยงลูกด้วยนม ชอบอาศัยอยู่ในที่สูงชัน วิ่งขึ้นลงได้อย่างคล่องแคล่ว และมั่นคง ปกติแล้วแพะตัวผู้จะอยู่แยกกับตัวเมีย ยกเว้นฤดูผสมพันธุ์ ตามหลักฐานทางโบราณคดี สันนิษฐานว่า มีการเลี้ยงแพะมา 9,000 ปีแล้ว ต้นตระกูล

ปัจจุบันมีหลายประเทศที่นำแพะไปเลี้ยง มีทั้งที่เลี้ยงเพื่อนำขนไปทำเสื่อกันหนาว แพะประเภทนี้มักเลี้ยงในที่ราบสูงเพราะมีอากาศหนาว แพะจึงปรับตัวสร้างขนหนาปกคลุมเพื่อให้ตัวมันอบอุ่น คนเลี้ยงจะตัดขนมาทำเสื่อกันหนาวสวมใส่กันทั่วไปในเขตหนาว แต่บางกลุ่มก็เลี้ยงเพื่อกินเนื้อหรือนม ซึ่งนิยมกันมากในกลุ่มชาวมุสลิม

ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแพะ

**เนื้อ** เนื้อแพะเป็นอาหารที่ให้โปรตีนสูง ไขมันต่ำ ให้รสชาติอร่อยเป็นที่นิยมของคนทั่วไป อาหารที่ทำจากเนื้อแพะ เช่น ข้าวหมกแพะ

**นม** นมแพะ มีคุณสมบัติทั่วไปคล้ายกับนมโค แต่มีสัดส่วนของไขมันเม็ดเล็กมากกว่า ทำให้ร่างกายสามารถย่อยสลายนำไปใช้ประโยชน์ได้เกือบทั้งหมด แต่มีกลิ่นคาวเล็กน้อย ปัจจุบันนมแพะมีการผลิตและจำหน่ายโดยโครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดาคุณค่าสารอาหารในนมมีส่วนสร้างการเจริญเติบโตของโครงสร้างกระดูก และพัฒนาการของระบบลำไส้ ช่วยให้ระบบการย่อยอาหารเป็นไปอย่างสมบูรณ์ และมีระบบเสริมสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีจาก โกรทแฟคเตอร์ ชนิดไอจีเอฟวัน และทีจีเอฟ เบต้าในนมแพะ นอกจากนี้จะมีระบบการสร้างและการหลั่งน้ำนมที่ใกล้เคียงนมแม่บริสุทธิ์แล้ว นมแพะยังมีไขมันชนิดคาโพรอิก คาพริลิก และคาพริก ซึ่งทำหน้าที่ **Anti-bacteria** และ **Anti-virus** ช่วยลดการอักเสบของกระเพาะอาหาร และช่วยให้ระบบขับถ่ายทำงานได้ดี ไม่ก่อให้เกิดอาการแพ้เหมือนในนมวัว มีกรดไขมันโอเมก้า 3 และ 6 ซึ่งเป็นสารตั้งต้นของ DHA และ AA ที่มีส่วนต่อเซลล์สมองในการสร้างโครงข่ายและเส้นใยสมอง ที่ทำให้ลูกฉลาดความจำดี ทอรีน ช่วยเสริมสร้างพัฒนาการทางสมองรุดหน้า โคลีน มีส่วนสำคัญเพื่อพัฒนาศักยภาพสมองและความจำ

**ขน** ผลิตภัณฑ์เส้นใยที่ได้จากแพะมีคุณภาพสูง มีราคาแพงกว่าขนแกะถึง 20 เท่า ผลิตภัณฑ์เส้นใยที่ได้จากแพะแบ่งเป็น 3 ประเภทตามคุณสมบัติ ดังนี้

- ขนหยาบ มีราคาถูก ใช้ทำกระเป๋า เสื้อ พรมและเชือก
- ขนโมแฮร์ (Mohair) ได้จากแพะพันธุ์แองโกรา (Angora) มีราคาสูง มักใช้ทำเครื่องนุ่งห่ม
- ขนละเอียดอ่อน หรือขนแคชเมียร์ (Cashmere) หรือขนแพสมิน่า (Pashmina) ได้จากแพะพันธุ์แคชเมียร์ (Cashmiri) มีราคาสูง เป็นเส้นใยที่มีคุณภาพสูง เป็นที่ต้องการของโรงงานมักใช้ทำเป็นเครื่องนุ่งห่ม หรือเสื้อผ้าราคาแพง

**หนัง** ผลิตภัณฑ์หนังที่ได้จากแพะใช้ทำเครื่องหนังคุณภาพดี เช่น รองเท้า กระเป๋า และเครื่องนุ่งห่ม โดยเฉพาะหนังจากลูกแพะ ซึ่งมีราคาแพงเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ขนแพะ มีความต้องการสินค้าที่ได้จากผลิตภัณฑ์หนังแพะสูงในประเทศที่พัฒนาแล้ว

/แนวทางในการแก้ไขปัญหา...

## แนวทางในการแก้ไขปัญหา

### 1. เครือข่ายผู้เลี้ยงแพะเขตประเวศ

ชุมชนบ้านม้าเป็นชุมชนผู้นับถือศาสนาอิสลาม ปัจจุบันบางครอบครัวที่ยังคงประกอบอาชีพเลี้ยงแพะเพื่อบริโภคนม เนื้อแพะ มาประกอบพิธีทางศาสนา ส่วนที่เหลือจากการบริโภคมาจำหน่าย การที่สำนักงานเขตประเวศ โดยฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคมเข้าไปส่งเสริมการเลี้ยงแพะให้กับชุมชนบ้านม้านั้น เพื่อเป็นการอนุรักษ์อาชีพประจำถิ่น ซึ่งสามารถแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ปัญหายาเสพติด และการว่างงาน ซึ่งได้รับความร่วมมือและมีการพัฒนามาโดยตลอด จนสามารถดำเนินการเป็นธุรกิจภายในครอบครัว ไปจนถึงการจำหน่ายในนามชุมชนบ้านม้าได้แล้ว

เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและพัฒนาอาชีพไปชุมชนอื่นในเขตประเวศ “เครือข่าย” จึงเป็นแนวทางในการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว เครือข่ายเกิดจากการรวมตัวระหว่างผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่มีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญคือ การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้า ด้วยการสร้างโอกาสให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ได้มีเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการพัฒนาการผลิตและการประกอบการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มีคุณภาพและมาตรฐานที่สามารถแข่งขันได้ในเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้การเกิดขึ้นของเครือข่ายยังเป็นช่องทางหรือโอกาสที่จะช่วยส่งเสริมให้คนในชุมชนท้องถิ่นได้มีการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น จากรุ่นสู่รุ่น อันเป็นการอนุรักษ์องค์ความรู้ที่ได้รับการสั่งสมให้ดำรงอยู่และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นได้อีกทางหนึ่ง

การส่งเสริมสินค้า ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีการพัฒนาด้านการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ อย่างเป็นระบบและยั่งยืน มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ คือ การสร้างโอกาสให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ จัดแสดงผลงานที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และการได้รับคำแนะนำจากภาครัฐ ภาคเอกชน ในการดำเนินงาน ซึ่งกลไกการขับเคลื่อน การดำเนินงานโครงการฯ ที่ส่งผลให้โครงการได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง คือ การจัดตั้งเครือข่าย ในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด และระดับประเทศ

#### ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. รวบรวมข้อมูลกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ในระดับพื้นที่การจัดตั้ง
2. เสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญ ประโยชน์และความจำเป็นในการจัดตั้งเครือข่าย ในระดับต่างๆ (ระดับเขต จังหวัดทั่วกรุงเทพมหานคร)
3. กำหนดโครงสร้าง บทบาทหน้าที่ขอบเขตความรับผิดชอบของเครือข่าย ตลอดจนความสัมพันธ์เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน
4. คัดเลือกคณะกรรมการเครือข่ายฯ ตามจำนวนที่เหมาะสมเพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการและประสานการดำเนินงาน
5. กำหนดแนวทางและเป้าหมายการดำเนินงานของเครือข่ายเพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานของเครือข่าย
6. ประกาศรายชื่อและจัดทำทะเบียนคณะกรรมการเครือข่ายจัดส่งสำนักงานเขต สำนักพัฒนาสังคม และกรุงเทพมหานคร

#### บทบาทหน้าที่ของเครือข่าย โดยกำหนดบทบาทของเครือข่าย ไว้ดังนี้

1. ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคณะกรรมการเครือข่าย สมาชิกเครือข่าย และกลุ่ม/ผู้ประกอบการสินค้า
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์
3. ส่งเสริมกิจกรรมด้านการตลาด

/4. เสริมสร้างความเข้มแข็ง...

4. เสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มที่เป็นสมาชิก
5. สร้างพลังต่อรอง

ควรมีการดำเนินกิจกรรมขับเคลื่อนตามโครงการเครือข่าย มิติแห่งความเข้มแข็งชุมชนและเยาวชน จำนวน 5 กิจกรรม คือ

1. จัดทำเอกสารแนวทางการสร้างและพัฒนาเครือข่าย และการบริหารจัดการ / ติดตามผล
2. สัมมนาผู้นำ
3. สัมมนาเครือข่าย ระดับเขต
4. สัมมนาเครือข่าย ระดับจังหวัด
5. สัมมนาเครือข่าย ระดับประเทศ

และ ส่งเสริมให้สมาชิก พัฒนาและสร้างเครือข่ายการผลิตและการตลาด เพื่อเป็นศูนย์กลางในการประสาน เชื่อมโยงระหว่างกันโดยมีเครือข่ายระดับชุมชน เครือข่ายระดับเขต เครือข่ายระดับจังหวัด และระดับประเทศ

มีกิจกรรมที่สนับสนุนการดำเนินการเครือข่าย

1. การประชุมเชิงปฏิบัติการกำหนดแนวทางการดำเนินงานเครือข่าย
2. การจัดทำเอกสารแนวทางการดำเนินงานเครือข่าย
3. การประชุมชี้แจงแนวทางการดำเนินงานของโครงการฯ
4. การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานทุกระดับ

**ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานเครือข่าย**

1. การดำเนินงานเครือข่าย OTOP ยังขาดข้อกำหนด กฎเกณฑ์ และรูปแบบการดำเนินงาน ที่ชัดเจน

2. คณะกรรมการเครือข่าย OTOP ส่วนใหญ่ยังขาดองค์ความรู้ในการบริหารจัดการเครือข่าย
3. การบริหารเครือข่ายยังขาดประสิทธิภาพเท่าที่ควร ยังไม่เกิดผลงานที่ชัดเจน

เกิดปัญหาความขัดแย้งภายใน

4. ขาดการดำเนินงานเป็นทีม ยังมีการแบ่งฝักแบ่งฝ่ายในการทำงาน
5. คณะกรรมการเครือข่าย บางส่วนยังขาดจิตสำนึกร่วม มองประโยชน์ส่วนตนมากกว่า

ประโยชน์ส่วนรวม

6. การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการผลิต การตลาดยังไม่ครอบคลุมทุกประเภทผลิตภัณฑ์

**แนวทางแก้ไขและสนับสนุน**

1. ศึกษาขั้นตอนในการจัดทำร่างระเบียบกรมการพัฒนาชุมชนว่าด้วย การส่งเสริม การดำเนินงานเครือข่าย เพื่อให้การดำเนินงานของเครือข่าย ทุกระดับ เป็นไปอย่างมีระเบียบ ถูกต้อง ชัดเจน และขับเคลื่อนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. เสริมสร้างองค์ความรู้ให้กับเครือข่าย ในทุกด้านเพื่อสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการบริหาร และขับเคลื่อนการดำเนินงานเครือข่าย ให้เกิดประสิทธิภาพ

3. ให้การสนับสนุนการขับเคลื่อนการดำเนินงานของเครือข่าย ทุกระดับโดยคอยเป็น พี่เลี้ยง ให้คำแนะนำ ปรึกษา ทิศทางการดำเนินงานที่ถูกต้องเหมาะสม

4. สนับสนุนให้มีการจัดตั้งเครือข่าย ประเภทผลิตภัณฑ์ (Cluster)

**การดำเนินงานเครือข่ายองค์ความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์**

1. การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์
2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

3. การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค

/4. การสร้างมูลค่าเพิ่ม...

-5-

4. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ (Value added) เช่น การเพิ่มเรื่องราวผลิตภัณฑ์ (Story of Product)

5. การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ (Value Creation Products) โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในกระบวนการผลิต

6. การพัฒนาลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น ลักษณะ สี กลิ่น รสชาติ เนื้อสัมผัส ฯลฯ

#### **แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์**

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำให้มีมูลค่าเพิ่ม (Value Added)

2. ริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ (Value Creative)

#### **2. ด้านการตลาด**

การขยายปริมาณการผลิตสินค้าในรูปแบบเครือข่าย ทำให้มีผลิตภัณฑ์จากแพะออกมามาก การนำสินค้าเข้าสู่ตลาดเป็นปัญหาสำคัญของกลุ่มที่ต้องสร้างสมดุลในวงจรการผลิตกับด้านการตลาดให้มีความเหมาะสม

สำนักงานเขตประเวศและเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะในเขตประเวศ จึงให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอย่างมาก โดยร่วมกันในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ หาดตลาดใหม่ๆ ทั้งของราชการและเอกชน ทั้งในเขตประเวศ เขตใกล้เคียง และจังหวัดใกล้เคียง

#### **2. วัตถุประสงค์**

1. เพื่อส่งเสริมอาชีพด้านการเกษตรตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเฉพาะการเลี้ยงแพะ ซึ่งเป็นสัตว์เศรษฐกิจชนิดหนึ่งของประเทศไทย

2. เพื่อเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้เทคโนโลยีการเลี้ยงแพะ และการแปรรูปผลผลิตจากแพะของเขตประเวศ

3. เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตผลทางการเกษตรและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยกกระดับสู่เกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานครและมาตรฐานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

4. เพื่อยกระดับการพัฒนาตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จากการพึ่งพาตนเองสู่การรวมกลุ่มของเกษตรกรในลักษณะเครือข่าย เพื่อร่วมกันแก้ปัญหา ก่อเกิดความรัก สามัคคี เป็นชุมชนที่เข้มแข็ง

#### **3. เป้าหมาย**

1. สร้างรายได้ในกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะชุมชนบ้านม้า ให้มีรายได้ของครัวเรือนเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 20%

2. สร้างเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะชุมชนบ้านม้า ให้เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และแปรรูปผลิตภัณฑ์จากแพะของเขตประเวศ โดยการถ่ายทอดได้ไม่น้อยกว่า 3 กลุ่มต่อปี

3. ปรับปรุงผลิตภัณฑ์จากแพะให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” และเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้จากนมแพะขึ้นอีกอย่างน้อย 1 ผลิตภัณฑ์

4. ส่งเสริมเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในเขตประเวศ เข้าร่วมเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะเขตประเวศได้ปีละ 3 ราย

#### 4. กำหนดปัจจัยความสำเร็จ Critical Success Factors (CSF)

ความสำเร็จของโครงการเกิดจากปัจจัยหลายด้านประกอบกัน และสนับสนุนซึ่งกันและกัน รวมทั้งกลุ่มคนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ในกระบวนการการผลิต จำหน่าย และการบริโภค ทั้ง 3 ส่วน อดทนกันก็อดทนกัน ประโยชน์ที่ได้รับในแต่ละกลุ่มมีความสมดุลกัน ตามหลักการการมีส่วนร่วมเป็นหลักการสำคัญในการขับเคลื่อนให้ประสบผลสำเร็จ 4 องค์ประกอบ ดังนี้

/4.1 ชุมชนเข้มแข็ง...

-6-

#### **4.1 ชุมชนเข้มแข็ง**

“ชุมชนเข้มแข็ง เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง” การส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน มีเป้าหมายสุดท้ายคือ ประชาชนในหมู่บ้านมีความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ และภูมิปัญญาท้องถิ่นยกระดับไปสู่เศรษฐกิจชุมชน ดังนั้นในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของชุมชนบ้านม้าให้บรรลุ โดยการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน

##### วิสัยทัศน์ (Vision)

“ชุมชนเข้มแข็ง เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง”

##### พันธกิจ (Mission)

ส่งเสริมการพัฒนาระบบกลไกและกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

##### เป้าประสงค์ (Goals)

ภูมิปัญญาท้องถิ่นยกระดับไปสู่เศรษฐกิจชุมชน

##### ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issues)

ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

##### กลยุทธ์ (Strategy)

1. พัฒนาผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และการตลาด
2. ส่งเสริมการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเผยแพร่สู่สากล
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม

ชุมชนบ้านม้า เป็นชุมชนที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนจากการเลี้ยงแพะและสร้างรายได้จากการเลี้ยงแพะด้วยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต่ออยู่แล้ว คือ นมแพะ สบุนมแพะ โลชั่นนมแพะ และกำลังจะเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่คือ ชานมแพะ ชาเขียวนมแพะ และเนื้อแพะอบแห้ง กลุ่มผู้เลี้ยงแพะชุมชนบ้านม้าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในการพัฒนาอาชีพการเลี้ยงแพะ เพื่อเพิ่มรายได้ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการเลี้ยงแพะ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อผู้บริโภคและผู้ผลิต เรียกได้ว่า มี Contribution ต่อสังคมมาก ควรค่าในการส่งเสริมอาชีพการเลี้ยงแพะตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์อาชีพประจำถิ่นของชาวมุสลิมในเขตประเวศอีกด้วย

#### **4.2 เครือข่าย**

เครือข่าย (Network) คือการเชื่อมโยงของกลุ่มของคนหรือกลุ่มองค์กรที่สมัครใจ ที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารร่วมกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดระเบียบโครงสร้างของคนในเครือข่ายด้วยความเป็นอิสระ เท่าเทียมกันภายใต้พื้นฐานของความเคารพสิทธิ เชื่อถือ เอื้ออาทร ซึ่งกันและกัน

### การก่อเกิดของเครือข่าย

เครือข่ายแต่ละเครือข่าย ต่างมีจุดเริ่มต้น หรือถูกสร้างมาด้วยวิธีการต่างๆกัน แบ่งชนิดของเครือข่ายออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

#### 1. เครือข่ายที่เกิดโดยธรรมชาติ

เครือข่ายชนิดนี้มักเกิดจากการที่ผู้คนมีใจตรงกัน ทำงานคล้ายคลึงกันหรือประสบกับสภาพปัญหาเดียวกันมาก่อน เข้ามารวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดและประสบการณ์ ร่วมกันแสวงหาทางเลือกใหม่ที่ดีกว่า การดำรงอยู่ของกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายเป็นแรงกระตุ้นที่เกิดขึ้นภายในตัวสมาชิกเอง (ฉันทะ) เครือข่ายเช่นนี้มักเกิดขึ้นในพื้นที่ อาศัยความเป็นเครือญาติ เป็นคนในชุมชนหรือมาจากภูมิลำเนาเดียวกันที่มีวัฒนธรรมความเป็นอยู่คล้ายคลึงกัน มาอยู่รวมกันเป็นกลุ่มโดยจัดตั้งเป็นชมรมที่มีกิจกรรมร่วมกันก่อน เมื่อมีสมาชิกเพิ่มขึ้นจึงขยายพื้นที่ดำเนินการออกไป หรือมีการขยายเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ ของกลุ่มมากขึ้น ในที่สุดก็พัฒนาขึ้นเป็นเครือข่ายเพื่อให้ครอบคลุมต่อความต้องการของสมาชิกได้กว้างขวางขึ้น

/เครือข่ายประเภทนี้...

-7-

เครือข่ายประเภทนี้ มักใช้เวลาก่อร่างสร้างตัวที่ยาวนาน แต่เมื่อเกิดขึ้นแล้วมักจะเข้มแข็ง ยั่งยืน และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น

#### 2. เครือข่ายจัดตั้ง

เครือข่ายจัดตั้งมักจะมี ความเกี่ยวข้องกับนโยบายหรือการดำเนินงานของภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ การจัดตั้งอยู่ในกรอบความคิดเดิมที่ใช้กลไกของรัฐผลักดันให้เกิดงานที่เป็นรูปธรรมโดยเร็ว และส่วนมากภาคีหรือสมาชิกที่เข้าร่วมเครือข่ายมักจะไม่ได้อาศัยพื้นฐาน ความต้องการ ความคิด ความเข้าใจ หรือมุมมองในการจัดตั้งเครือข่ายที่ตรงกันมาก่อนที่จะเข้ามารวมตัวกัน เป็นการทำงานเฉพาะกิจชั่วคราวที่ไม่มีความต่อเนื่อง และมักจะจางหายไป ในที่สุด เว้นแต่ว่าเครือข่ายจะได้รับการชี้แนะที่ดี ดำเนินงานเป็นขั้นตอน จนสามารถสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เกิดเป็นความผูกพันระหว่างสมาชิกจนนำไปสู่การพัฒนาเป็นเครือข่ายที่แท้จริง อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากลุ่มสมาชิกจะยังคงรักษาสถานภาพของเครือข่ายไว้ได้ แต่มีแนวโน้มที่จะลดขนาดของเครือข่ายลงเมื่อเปรียบเทียบกับระยะก่อตั้ง

#### 3. เครือข่ายวิวัฒนาการ

เป็นการถือกำเนิดโดยไม่ได้เป็นไปตามธรรมชาติตั้งแต่แรก และไม่ได้เกิดจากการจัดตั้งโดยตรงแต่มีกระบวนการพัฒนาผสมผสานอยู่ โดยเริ่มที่กลุ่มบุคคล/องค์กรมารวมกันด้วยวัตถุประสงค์กว้างๆ ในการสนับสนุนกันและเรียนรู้ไปด้วยกัน โดยยังไม่ได้สร้างเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์เฉพาะที่ชัดเจนนัก หรืออีกลักษณะหนึ่งคือถูกจุดประกายความคิดจากภายนอก ไม่ว่าจะเป็นการได้รับฟัง หรือการไปได้เห็นการดำเนินงานของเครือข่ายอื่นๆ มา แล้วเกิดความคิดที่จะรวมตัวกัน สร้างพันธสัญญาเป็นเครือข่ายช่วยเหลือและพัฒนาตนเอง

### การดำเนินงานเครือข่าย

เครือข่ายผู้เลี้ยงแพะชุมชนบ้านม้า เป็นเครือข่ายที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เกิดจากการรวมตัวของกลุ่มสมาชิกผู้เลี้ยงแพะในชุมชน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการพัฒนาการเลี้ยงแพะ การผลิตนมแพะและผลิตภัณฑ์อื่นๆ ให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่สามารถแข่งขันได้ในเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้การเกิดขึ้นของเครือข่ายยังเป็นช่องทางหรือโอกาสที่จะช่วยส่งเสริมให้คนในชุมชนท้องถิ่นได้มีการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น

ปัจจุบันเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะชุมชนบ้านม้า มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น ตลาดเริ่มมีการขยายตัวสู่ผู้บริโภคมากขึ้น จากการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐและภาควิชาการจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ถึงคุณสมบัติของนมแพะที่มีคุณภาพสูงเทียบเท่านมมารดา ทำให้มีการขยายตัวของอาชีพผู้เลี้ยงแพะไปยังชุมชนมุสลิมที่อยู่ใกล้เคียง ซึ่งเป็นอาชีพที่ไม่ยากสำหรับชาวมุสลิม เพราะเป็นอาชีพประจำท้องถิ่น ภูมิปัญญาที่ตกทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นอยู่แล้ว จึงมีการขยายสมาชิกของเครือข่ายเพิ่มขึ้นเป็นระยะๆ

### 4.3 ด้านการตลาด

การขับเคลื่อนด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน ภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคง โดยส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ การพัฒนาอาชีพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยเน้นที่ปริมาณการผลิตในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต รวมทั้งความต้องการของผู้บริโภค ข้อมูลจาก [www.pt.tsu.ac.th](http://www.pt.tsu.ac.th) โดยมีการเก็บข้อมูลจากประชากร 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้บริโภค และหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ จากการศึกษาพบว่าปัจจุบันฟาร์มแพะนมมีการผลิตน้ำนมและแปรรูปเพื่อจำหน่าย โดยพาสเจอร์ไรส์ และมีแนวโน้มการขยายตลาดเพิ่มในรูปผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและแปรรูปอย่างอื่น และพบว่าเกษตรกรมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันว่าการเกิดโรคแท้งติดต่อ และการเลี้ยงแพะนมในเชิงธุรกิจขนาดใหญ่ของฟาร์มเอกชน ไม่มีผลกระทบต่อตลาดน้ำนมแพะของเกษตรกรรายย่อยแต่อย่างใด /นอกจากนี้...

นอกจากนี้ เกษตรกรยังต้องการให้รัฐบาลช่วยจัดหาแพะนมพันธุ์ดี และเทคโนโลยีการเลี้ยงแพะด้านอื่น นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบดื่มน้ำนมพาสเจอร์ไรส์รสจืดบรรจุขวดขนาดเล็ก และนิยมดื่มวันละครั้ง ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับคุณภาพและเครื่องหมายประกันคุณภาพของน้ำนมแพะในการเลือกซื้อมากที่สุด และผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ย 15,000 – 20,000 บาท/เดือน และเป็นผู้ที่ทราบถึงคุณประโยชน์ของการดื่มน้ำนมแพะ น้ำนมแพะเป็นอาหารที่มีจุดเด่นและมีสรรพคุณเป็นยา โดยน้ำนมแพะมีระดับโปรตีนสูงกว่าน้ำนมโคและใกล้เคียงกับน้ำนมมารดา และไม่ทำให้เกิดการแพ้เหมือนน้ำนมโค เม็ดไขมันในน้ำนมแพะมีขนาดเล็กกว่าน้ำนมโคทำให้ย่อยได้ง่ายกว่า มีแคลเซียมต่ำกว่าในน้ำนมโคเล็กน้อย แต่มีวิตามินสูงกว่า จึงช่วยทำให้แคลเซียมในน้ำนมแพะถูกดูดซึมได้มาก นอกจากนี้ที่มีการกล่าวขานกันมากกว่านมแพะเหมาะสำหรับผู้ป่วยโรคภูมิแพ้ และช่วยลดกรดในกระเพาะ อย่างไรก็ตามการบริโภคน้ำนมแพะยังมีน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับน้ำนมโค เนื่องจากปริมาณการผลิตมีน้อยและราคาสูง นอกจากนี้ผู้บริโภคส่วนหนึ่งเชื่อว่าน้ำนมแพะมีกลิ่นสาบ จากข้อมูลของกรมปศุสัตว์ในปี พ.ศ.2548 ประเทศไทยมีประชากรแพะ 340,000 ตัว และส่วนใหญ่เลี้ยงอยู่ในภาคใต้เพื่อบริโภคเนื้อเป็นหลัก อย่างไรก็ตามมีเกษตรกรเลี้ยงแพะนม

เพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เลี้ยงอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว

### **แนวทางการจำหน่าย การขยายตลาด และปัญหาการจำหน่ายน้ำมันแพะ**

สำนักงานเขตประเวศ โดยฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคมประสานกับหน่วยงานของกรุงเทพมหานคร ภาคเอกชน แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตประเวศ เขตใกล้เคียง และจังหวัดใกล้เคียง เพื่อการจำหน่ายและขยายตลาดการบริโภคผลิตภัณฑ์นมแพะ ได้แก่

- โรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร
- โรงเรียนอิสลาม
- ภาคเอกชน เช่น ห้างสรรพสินค้าพาราไดซ์ โดยการจัดงาน “สนามอาชีพ” และพิจารณาให้พื้นที่ในห้างฯ เป็นศูนย์ OTOP ของเขตประเวศต่อไป
- ภาคเอกชน คือ ห้างอื่นๆ และร้านค้าชั้นนำ ซึ่งอยู่ระหว่างการประสานงาน

### **4.4 ผู้บริโภค**

สมัยก่อนกลุ่มผู้บริโภคนมแพะ ส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มพี่น้องชาวมุสลิม เนื่องจากนมแพะมีกลิ่นนมโคง่ายต่อการบริโภคและมีการทำการตลาดในรูปแบบธุรกิจขนาดใหญ่

ด้วยเหตุผลของคุณสมบัติของนมแพะที่มีโปรตีนสูงกว่า และมีวิตามินสูงกว่า จึงช่วยทำให้แคลเซียมในน้ำมันแพะดูดซึมได้ง่าย ประกอบกับวิวัฒนาการของนวัตกรรมในการผลิตที่ทันสมัยนั้น ทำให้เรื่องของกลิ่นสาบจึงหมดได้ด้วยกระบวนการผลิตของเทคโนโลยีสมัยใหม่ ประชาชนนิยมผลิตภัณฑ์นมที่มีประโยชน์มากกว่า จำนวนผู้บริโภคจึงมากขึ้น เป็นตลาดในกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางขึ้นไป ที่หาซื้อผลิตภัณฑ์ในซูเปอร์มาร์เก็ตของห้างสรรพสินค้า

ส่วนผู้บริโภคในชุมชน โรงเรียนอิสลาม เป็นอีกกลุ่มที่เป็นลูกค้าดั้งเดิม และมีการขยายอย่างมากเช่นกัน จากกระแสค่านิยม (Trend) ที่กำลังมาแรงเรื่องสุขภาพกาย สุขภาพผิวพรรณ ในกลุ่มวัยรุ่น

/แนวทาง Road Map...

## **5. แผนปฏิบัติการและงบประมาณ**

การดำเนินการของเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะชุมชนบ้านม้าในพื้นที่เขตประเวศ ในปัจจุบันมีอยู่ 1 เครือข่าย จำนวน 8 ราย โดยมีเป้าหมายที่จะขยายไปยังชุมชนมุสลิมใกล้เคียงและเขตข้างเคียงเพิ่มขึ้นอีก 3 ราย ภายในปี 2557 เริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2557 – เดือนธันวาคม 2557 โดยไม่ใช้งบประมาณ มีแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ดังนี้

โครงการ/กิจกรรมหลัก	รายละเอียดงาน/กิจกรรมหลัก	ผลที่คาดหวัง	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา
---------------------	---------------------------	--------------	----------	--------------	----------

					ดำเนินการ
โครงการพัฒนาเครือข่าย ด้านการส่งเสริมอาชีพ กรณีศึกษาชุมชนบ้านม้า	<b>ขั้นตอนที่ 1 เตรียมความพร้อม</b>				
	1.1 จัดทำแผน/โครงการเสนอ แนวทางขออนุมัติโครงการ	ได้รับการอนุมัติ โครงการ	-	ฝ่ายพัฒนา ชุมชนและ สวัสดิการสังคม	กรกฎาคม 2557
	1.2 จัดตั้งคณะกรรมการเครือข่าย ผู้เลี้ยงแพะระดับเขต รับผิดชอบ ควบคุมกำกับดูแล ให้ การสนับสนุนในการดำเนินโครงการ ประกอบด้วย ผู้อำนวยการเขต เป็นประธานที่ปรึกษา ผู้ช่วย ผู้อำนวยการเขต (ควบคุมฝ่าย พัฒนาชุมชนฯ) เป็นที่ปรึกษา หัวหน้าฝ่ายพัฒนาชุมชนฯ เป็นที่ ปรึกษา นักวิชาการเกษตร ฝ่าย พัฒนาชุมชนฯ เป็นที่ปรึกษา ประธานสภาองค์กรชุมชนเป็นที่ ปรึกษา ประธานเครือข่ายผู้ เลี้ยงแพะชุมชนบ้านม้าเป็น ประธาน ประธานมีประธาน ชุมชนบ้านม้า, ประธานชุมชน หมู่บ้านพัฒนาศาลาลอย, ประธานชุมชนสุเหร่าทางควาย และสมาชิกเครือข่ายอีก 7 คน เป็นกรรมการ	จัดทำคำสั่งแต่งตั้ง คณะกรรมการ	-	ฝ่ายพัฒนา ชุมชนและ สวัสดิการสังคม	กรกฎาคม 2557
1.3 จัดประชุมคณะกรรมการ เครือข่ายผู้เลี้ยงแพะระดับเขต	คณะกรรมการรับทราบ ถึงอำนาจหน้าที่ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย แนวทาง การดำเนินการ โครงการ	-	ฝ่ายพัฒนา ชุมชนและ สวัสดิการสังคม	กรกฎาคม 2557	

/1.4 การจัดการอบรม...

โครงการ/กิจกรรมหลัก	รายละเอียดงาน/กิจกรรมหลัก	ผลที่คาดหวัง	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา ดำเนินการ
	1.4 จัดการอบรมให้ความรู้ด้านการบริหารโครงการแก่สมาชิกเครือข่าย	สมาชิกเครือข่ายรับทราบถึงวัตถุประสงค์ เป้าหมาย แนวทางการดำเนินการโครงการ	-	เครือข่ายผู้เลี้ยงแพะเขตประเวศ	กรกฎาคม 2557
<b>ขั้นตอนที่ 2 การปฏิบัติงานตามโครงการ</b>					
	2.1 อบรมให้ความรู้การเลี้ยงแพะเพื่อประกอบอาชีพและผลผลิตที่ได้จากแพะ	สมาชิกเครือข่ายได้รับความรู้จากหน่วยงานของรัฐและเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน	-	เครือข่ายผู้เลี้ยงแพะเขตประเวศ	สิงหาคม 2557
	2.2 จัดการอบรมให้ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากนมแพะ	สมาชิกเครือข่ายได้รับความรู้ด้านการพัฒนาและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากนมแพะ	-	เครือข่ายผู้เลี้ยงแพะเขตประเวศ	กันยายน 2557
	2.3 จัดการอบรมให้ความรู้ด้านการพัฒนา Packaging ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด	สมาชิกเครือข่ายได้รับความรู้จากมหาวิทยาลัยในพื้นที่ใกล้เคียงมาพัฒนาแนวคิดและนวัตกรรมการ Packaging ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด	-	เครือข่ายผู้เลี้ยงแพะเขตประเวศ	กันยายน 2557
	2.4 จัดการอบรมให้ความรู้ด้านการการตลาดในปัจจุบันและอนาคตของผลิตภัณฑ์ที่มาจากนมแพะ	สมาชิกเครือข่ายได้ทราบถึงภาวะเศรษฐกิจและทิศทางของตลาดนมแพะในปัจจุบันและ	-	เครือข่ายผู้เลี้ยงแพะเขตประเวศ	ตุลาคม 2557

โครงการ/กิจกรรมหลัก	รายละเอียดงาน/กิจกรรมหลัก	ผลที่คาดหวัง	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา ดำเนินการ
การเยี่ยมชมและ ประเมินผล	<b>ขั้นตอนที่ 3 การติดตามผล</b>				
	3.1 ตรวจสอบชมบ้าน/สถานที่ เลี้ยงแพะของสมาชิกเครือข่ายทั้ง 3 ชุมชน ครั้งที่ 1 โดยคณะทำงาน เครือข่ายระดับเขต, หน่วยงาน ภายนอก เช่น เจ้าหน้าที่ปศุสัตว์ มหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง	- การควบคุม กำกับ ดูแล สร้าง ขวัญกำลังใจ ให้กับสมาชิก เครือข่ายอย่าง ใกล้ชิดในสถานที่ เลี้ยงแพะและผลิต สินค้า ครั้งที่ 1  - รับทราบปัญหา และให้คำแนะนำที่ เป็นประโยชน์ต่อ สมาชิกเครือข่าย ครั้งที่ 1	-	สำนักงานเขต ประเวศ โดย ฝ่ายพัฒนา ชุมชนและ สวัสดิการสังคม	ตุลาคม 2557
	3.2 ตรวจสอบชมบ้าน/สถานที่ เลี้ยงแพะของสมาชิกเครือข่ายทั้ง 3 ชุมชน ครั้งที่ 2 โดยติดตาม บัญชีการผลิต การจำหน่ายใน ตลาดต่างๆ รวมถึงการคำนวณ รายได้จากอาชีพมีเพิ่มขึ้นเพียงใด ตามตัวชี้วัดที่กำหนดหรือไม่ และการทำบัญชีครัวเรือนอีกด้วย	-การควบคุมกำกับ ดูแล สร้างขวัญ กำลังใจให้กับ สมาชิกเครือข่าย อย่างใกล้ชิดใน สถานที่เลี้ยงแพะ และผลิตสินค้า ครั้งที่ 2  - รับทราบปัญหา และให้คำแนะนำที่ เป็นประโยชน์ต่อ สมาชิกเครือข่าย ครั้งที่ 2  - รับทราบ	-	สำนักงานเขต ประเวศ โดย ฝ่ายพัฒนา ชุมชนและ สวัสดิการสังคม	ตุลาคม 2557

	ความก้าวหน้าและ ปัญหาด้านการผลิต การตลาด พร้อมทั้ง ให้คำแนะนำต่างๆ ไปปรับใช้ให้ เหมาะสม			
--	--	--	--	--

/3.2 ตรวจเยี่ยมชมบ้าน (ต่อ)...

-13-

โครงการ/กิจกรรมหลัก	รายละเอียดงาน/กิจกรรมหลัก	ผลที่คาดหวัง	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา ดำเนินการ
		-ได้รับคำแนะนำ เกี่ยวกับรายได้ จากอาชีพ และ การทำบัญชี ครัวเรือนที่ถูกต้อง อีกทั้งมีคุณภาพ ชีวิตที่ดีขึ้น	-	สำนักงานเขต ประเวศ โดย ฝ่ายพัฒนา ชุมชนและ สวัสดิการสังคม	ตุลาคม 2557
	3.3 ตรวจเยี่ยมชมบ้าน/สถานที่ เลี้ยงแพะของสมาชิกเครือข่ายทั้ง 3 ชุมชน ครั้งที่ 3 โดยการ ประเมินผลโครงการด้วยวิธีการ ตอบแบบสอบถามและการ สัมภาษณ์	-สามารถเก็บข้อมูลที่ แท้จริงเพื่อนำไป จัดทำโครงการ ดังกล่าวให้มีความ ต่อเนื่อง และ สามารถแก้ไข ปัญหาได้ตรงตาม ความต้องการของ กลุ่มเครือข่าย ผู้เลี้ยงแพะ เขตประเวศ ได้อย่างถูกต้อง	-	สำนักงานเขต ประเวศ โดย ฝ่ายพัฒนา ชุมชนและ สวัสดิการสังคม	ธันวาคม 2557

6. แนวทางการบริหารความเสี่ยง

หัวข้อ	ความเสี่ยงที่เกิดขึ้น	แนวทางการบริหารความเสี่ยง
ปัจจัยภายนอก	<p>1. ผู้บริโภคบางส่วนมีความเชื่อเรื่องกลิ่นสาบของนมแพะ ทำให้ไม่กล้าบริโภค</p> <p>2. ผู้บริโภคบางกลุ่มยังยึดติดราคานมแพะสมัยก่อนมีราคาสูงกว่านมวัว</p> <p>3. ตลาด, ร้านค้า ทราบว่าการจำหน่ายนมแพะมาจากเครือข่ายในชุมชน จึงไม่มีความมั่นใจในคุณภาพของสินค้า และกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน</p> <p>4. ตลาด, ร้านค้าต้องการทราบจำนวนลูกค้าที่นิยม</p>	<p>- การประชาสัมพันธ์ด้านอุปกรณ์การผลิตนวัตกรรมสมัยใหม่ ทำให้ไม่มีกลิ่น และคุณค่าทางอาหารยังมีสมบูรณ์ครบถ้วน</p> <p>- การผลิตนมแพะมีต้นทุนต่ำลง เนื่องจากเป็นการเลี้ยงแบบเศรษฐกิจชุมชน รวมกันในรูปแบบเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะนม</p> <p>- ประชาสัมพันธ์คุณสมบัติของนมแพะที่เทียบเคียงนมแม่ แร่ธาตุ และการดูดซึมสูงกว่านมวัวมาก ถึงราคาจะสูงกว่านิดหน่อย แต่มีประโยชน์กว่ามาก</p> <p>- มีการรับรองจากมหาวิทยาลัยที่เข้าร่วมโครงการ และเครื่องหมายรับรองจากภาครัฐ</p> <p>- จากกระแสการรักสุขภาพที่มาแรงในปัจจุบัน</p>

<p>บริโภคนมแพะ และผลิตภัณฑ์ที่มาจากแพะ โดยมี ส่วนแบ่งการตลาดจากนมวัวมาน้อยเพียงใด</p> <p>5. ตลาด, ร้านค้า ทราบดีว่านมแพะไม่เป็นตลาดใหญ่เท่านมวัว ความต่อเนื่องของสินค้า สามารถ ป้อนตลาดได้ต่อเนื่องหรือไม่</p>	<p>ข้อมูลจากเว็บไซต์สามารถยืนยันการเจริญเติบโต ของนมแพะ และผลิตภัณฑ์จากแพะว่ามีการ ขยายตัวต่อเนื่องแบบค่อยเป็นค่อยไป</p> <p>- การเลี้ยงแพะมีไม่มากที่เลี้ยงแบบฟาร์มแพะ แต่เป็นเศรษฐกิจชุมชนที่มีการขยายตัวตาม กระแสคนรักสุขภาพ โดยมีการบริหารจัดการใน รูปแบบเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะ จึงมีกระบวนการที่มี ส่วนร่วมทั้งภาครัฐ เอกชน มหาวิทยาลัย และชุมชน</p>
--	---

/ปัจจัยภายนอก...

หัวข้อ	ความเสี่ยงที่เกิดขึ้น	แนวทางการบริหารความเสี่ยง
ปัจจัยภายใน	<p>1. ชุมชนมีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูป นมแพะ และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มาจากแพะ และ เป็นชุมชนมุสลิมเกือบทั้งหมด ข้อจำกัดทางศาสนา จึงทำให้เกิดการไม่สมประโยชน์กับวัตถุดิบบางส่วน เช่น เนื้อ มักฝังดินตามความเชื่อทางศาสนา ตรงข้ามกับระบบเศรษฐกิจที่สามารถนำไปผลิต เป็นเนื้อแดดเดียวแปรรูปได้</p> <p>2. ชุมชนมักจะขาดความรู้ด้านการตลาด จะมอง ตลาดใกล้ตัว ไม่มองระบบตลาดที่มาจากเว็บไซต์ และตลาดด้านสุขภาพ</p> <p>3. ทุน เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาสินค้าที่จะเดินสู่</p>	<p>- มีการอบรมถึงหลักศาสนาที่ใช้ในการประกอบ อาชีพ</p> <p>- มีการอบรมเรื่องการบริหารการผลิตที่ครบวงจร เช่น เนื้อ หนัง ขน นม และอื่นๆ</p> <p>- มีการอบรมถึงการตลาดในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตาม Trend ในยุค ปัจจุบัน</p> <p>- รัฐบาลมีการวิเคราะห์ตลาดของผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ</p>

	ตลาดในระบบเศรษฐกิจ ชุมชนส่วนใหญ่ขาดความรู้เรื่องการบริหารทุน จึงมักทำแบบตามมีตามเกิด	และเหมาะสมกับสังคมปัจจุบัน ซึ่งเป็นเป้าหมายของการสนับสนุน และอบรมการบริหารเงินทุนให้กับธุรกิจขนาดเล็ก (SME)
--	--	---

## 7. การประเมินผลและข้อเสนอแนะ

### 7.1 การประเมินผล

โครงการการพัฒนาเครือข่ายด้านการส่งเสริมอาชีพ ทัศนศึกษาชุมชนบ้านม้า มีตัวชี้วัดความสำเร็จ วิธีการประเมินผลและเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผล ดังนี้

ตัวชี้วัดความสำเร็จ คือ

1. เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะสามารถรวมกลุ่มกันได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50
2. มีผลิตภัณฑ์จากแพะในเครื่องหมายการค้าของกลุ่มผู้เลี้ยงแพะเขตประเวศ

วิธีการประเมินผล

1. จากการประชุมเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะเขตประเวศ มีการลงทะเบียนสมาชิกเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเพิ่มขึ้นจากจำนวนผู้เลี้ยงแพะที่กระจายอยู่ตามชุมชนในเขตประเวศ
2. มีผลิตภัณฑ์จากแพะที่จำหน่ายในเครื่องหมายการค้า “เครือข่ายผู้เลี้ยงแพะชุมชนบ้านม้า” ในงาน OTOP ร้านค้าชุมชน และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผล

การติดตามความคืบหน้าโดยการประชุมเครือข่ายผู้เลี้ยงแพะเขตประเวศเป็นประจำทุกเดือนอย่างต่อเนื่อง และสรุปให้คณะกรรมการเครือข่ายระดับเขตทราบ เพื่อนำเสนอผู้บังคับบัญชาทราบตามลำดับชั้น

/7.2 ข้อเสนอแนะ...

-16-

### 7.2 ข้อเสนอแนะ

สำนักงานเขตประเวศ ได้ดำเนินการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพเมือง เพื่อก้าวทันการแข่งขันทางเศรษฐกิจและเป็นมหานครแห่งการเรียนรู้ โดยการนำหลักการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) หลักการสร้างแรงจูงใจ เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติในการประกอบอาชีพผู้เลี้ยงแพะ โดยอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นชาวมุสลิม จนเป็นอาชีพที่มีรายได้เลี้ยงครอบครัว และก้าวสู่เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืนต่อไป

#### 7.2.1 ข้อเสนอแนะในการนำนโยบายสู่การปฏิบัติ

สำนักงานเขตประเวศจัดทำโครงการพัฒนาเครือข่ายด้านการส่งเสริมอาชีพผู้เลี้ยงแพะในเขตประเวศ

- เพื่อเป็นการอนุรักษ์อาชีพประจำถิ่น รวมถึงภูมิปัญญาชาวบ้านให้คงไว้มีเลียนหายไปจากสังคมมุสลิม
- เพื่อเพิ่มรายได้จากอาชีพเลี้ยงแพะแบบชาวบ้านให้เป็นอาชีพที่มีรายได้ดีขึ้น จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากความร่วมมือของภาครัฐ ชุมชน และนักวิชาการจากมหาวิทยาลัยต่างๆ
- เพื่อการใช้แรงงานคนในครอบครัวในรูปแบบของครอบครัวมุสลิมที่มีบุตรจำนวนมากมาเป็นอาชีพในครัวเรือน (ธุรกิจแบบครัวเรือน) ทำให้มีรายได้สู่ครอบครัวอย่างทั่วถึง
- การส่งเสริมการใช้เครือข่ายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน ในรูปแบบคณะกรรมการเครือข่ายระดับเขตของกรุงเทพมหานคร

#### 7.2.2 ข้อเสนอแนะในการนำโครงการพัฒนาต่อไป

กรุงเทพมหานครควรส่งเสริมให้เด็กนักเรียนในโรงเรียนของกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 กว่าแห่ง ตีมนมแพะแทนนมวัวด้วยเหตุผล ดังนี้

- (1) นมแพะมีคุณประโยชน์ใกล้เคียงนมมารามากกว่านมวัว
- (2) นมแพะมีถิ่นฐานการเลี้ยงในเขตกรุงเทพมหานคร เท่ากับเป็นการส่งเสริมอาชีพของคนกรุงเทพมหานครให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ส่วนนมวัวไม่ได้เลี้ยงในเขตกรุงเทพมหานคร จึงไม่ได้สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรชาวกรุงเทพมหานครเลย
- (3) แพะเป็นสัตว์เศรษฐกิจ สร้างรายได้จากเนื้อแพะ นมแพะ นมแพะแปรรูป (เช่น ชานมแพะ นมแพะอัดเม็ด ไอศกรีมนมแพะ) หนังแพะ ขนแพะ ซึ่งสามารถเลี้ยงในครัวเรือน ใช้เนื้อที่ไม่มาก

ซึ่งในระยะแรกควรเริ่มในโรงเรียนนำร่องก่อน เช่น โรงเรียนมุสลิม และเพิ่มขึ้นคู่ขนานกับการเพิ่มปริมาณการผลิตแบบค่อยเป็นค่อยไป ถ้าพิจารณาถึงจำนวนนักเรียนที่ตีมนมแพะแล้วกับปริมาณนมที่ผลิตได้ จะมีผลต่อการสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างความสัมพันธ์ที่จะกลับมาแบบครอบครัวในชุมชน รวมถึงการอนุรักษ์อาชีพประจำถิ่นของชาวมุสลิม วัฒนธรรมและวิถีแบบมุสลิม เพียงแค่การส่งเสริมให้ตีมนมแพะ ได้ทั้งสุขภาพที่ดี มีประโยชน์มากกว่า “แค่เปลี่ยนนม เปลี่ยนคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า”

### ประวัติผู้เขียนเอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคล

ชื่อ	นายธนະสิทธิ์ เมธพันธ์เมือง
วัน เดือน ปี เกิด	19 ธันวาคม พ.ศ. 2505
ตำแหน่งหน้าที่การทำงาน	นักพัฒนาศักยภาพบุคลากรพิเศษ หัวหน้าฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม

	สำนักงานเขตประเวศ
<b>สถานที่ทำงานปัจจุบัน</b>	33 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 ซอย 81 แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250
<b>ประวัติการศึกษา</b>	
พ.ศ. 2533	ศิลปศาสตรบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2552	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
<b>ประวัติรับราชการ</b>	
พ.ศ. 2526	เจ้าหน้าที่ปกครอง 1 งานตำรวจเทศกิจ สำนักงานเขตพญาไท
พ.ศ. 2528	เจ้าหน้าที่ปกครอง 1 งานตำรวจเทศกิจ สำนักงานเขตดุสิต
พ.ศ. 2531	เจ้าหน้าที่ปกครอง 2 งานเทศกิจ สำนักงานเขตดุสิต
พ.ศ. 2532	เจ้าหน้าที่ปกครอง 2 งานเทศกิจ สำนักงานเขตพญาไท
พ.ศ. 2533	เจ้าหน้าที่ปกครอง 2 หมวดยุติการ งานเทศกิจ สำนักงานเขตราชเทวี
พ.ศ. 2536	เจ้าหน้าที่ปกครอง 3 หมวดยุติการ งานเทศกิจ สำนักงานเขตลาดพร้าว
พ.ศ. 2537	นักพัฒนาชุมชน 3 งานพัฒนาชุมชน สำนักงานเขตลาดพร้าว
พ.ศ. 2538	นักพัฒนาชุมชน 4 ฝ่ายพัฒนาชุมชน สำนักงานเขตลาดพร้าว
พ.ศ. 2540	นักพัฒนาชุมชน 4 ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตลาดพร้าว
พ.ศ. 2542	นักพัฒนาชุมชน 5 ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตลาดพร้าว
พ.ศ. 2547	เจ้าพนักงานปกครอง 6 ฝ่ายทะเบียน สำนักงานเขตบึงกุ่ม
พ.ศ. 2548	นักพัฒนาชุมชน 6 ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตบึงกุ่ม
พ.ศ. 2554	นักพัฒนาชุมชน 7ว ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตบึงกุ่ม
พ.ศ. 2555	นักพัฒนาสังคมชำนาญการ ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตบึงกุ่ม
พ.ศ. 2556 ถึงปัจจุบัน	นักพัฒนาสังคมชำนาญการพิเศษ ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตประเวศ