

การพัฒนาศักยภาพสัมมาชีพชุมชน เชื่อมโยงสู่กระดานสินค้า

สถาบันไทยพัฒน์

.. เราจะพัฒนาประเทศไปโดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

ดังนั้น ท่านอย่าลืมนัดประชุมคนอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่ในชุมชนเป้าหมายของ บริษัทประชารัฐรักสามัคคีฯ จะทิ้งไม่ได้ ..

**วิธีการ คือ ท่านต้องใช้กลไกที่ตั้งไว้ ทำงานคู่ขนานไปกับบริษัท
ประชารัฐรักสามัคคีฯ อย่ารอ บริษัทฯ**

เพราะยังมีกลุ่มเป้าหมายอีกมาก ได้แก่ SME 2.7 ล้านราย OTOP
กว่า 40,000 กลุ่ม และกลุ่มองค์กรเครือข่ายในระดับพื้นที่อื่นๆ

ซึ่งเป็นฐานสำคัญในการทำงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการ
เพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจฐานรากและเศรษฐกิจท้องถิ่น ..



*พลเอก อนุพงษ์ เผ่าจินดา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย
ในโอกาส การมอบนโยบายการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐจังหวัด 29 ต.ค. 59*

เป้าหมาย

- OTOP
- SMEs
- CE



ขั้นที่ ๒

ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่ม “OTOP SMEs หรือ ผู้ประกอบการชุมชน (CE)” เพื่อรวมซื้อและรวมขาย ซึ่งเป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า

สัมภาษณ์ ชุมชน

เมื่อพูดถึงเรื่องสัมภาษณ์หลายคนอาจนึกไม่ออกว่า หมายถึงอะไรกันแน่ บ้างก็คิดว่าเป็นเรื่องการประกอบอาชีพที่สุจริต บ้างก็คิดว่าเป็นเรื่องการทำงานที่ไม่โกง ไม่กิน ไม่ทุจริต แต่ในแนวทางการสร้างสัมมาชีพชุมชนของกรมการพัฒนาชุมชน ได้ให้นิยามไว้ว่า “สัมมาชีพ” หมายถึง อาชีพที่ไม่เบียดเบียนตนเอง ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม และมีรายได้มากกว่ารายจ่าย เป็นความพยายามที่จะปรับจากการ “ทำมาหากิน” เป็น “ทำมาค้าขาย” โดยไม่ได้เอากำไรสูงสุดเป็นตัวตั้งหรือเป็นเป้าหมายสุดท้าย

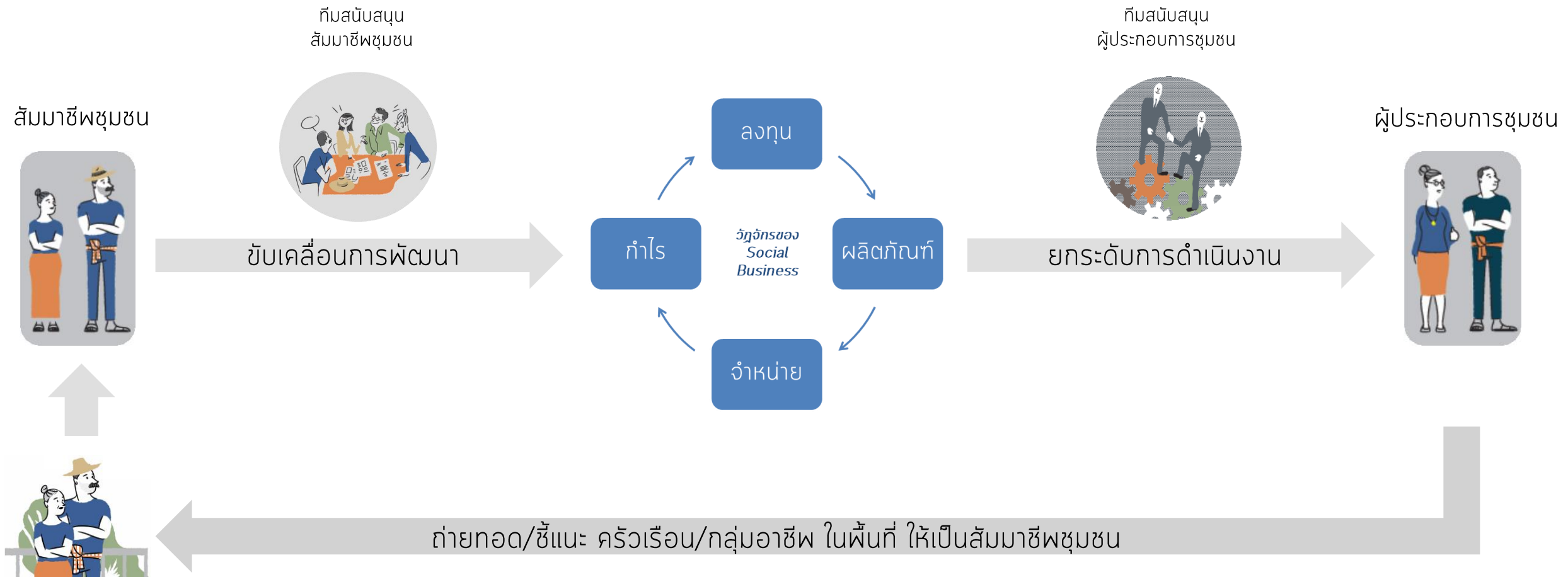


นายอภิชาติ โตดิลกเวชช์
อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน

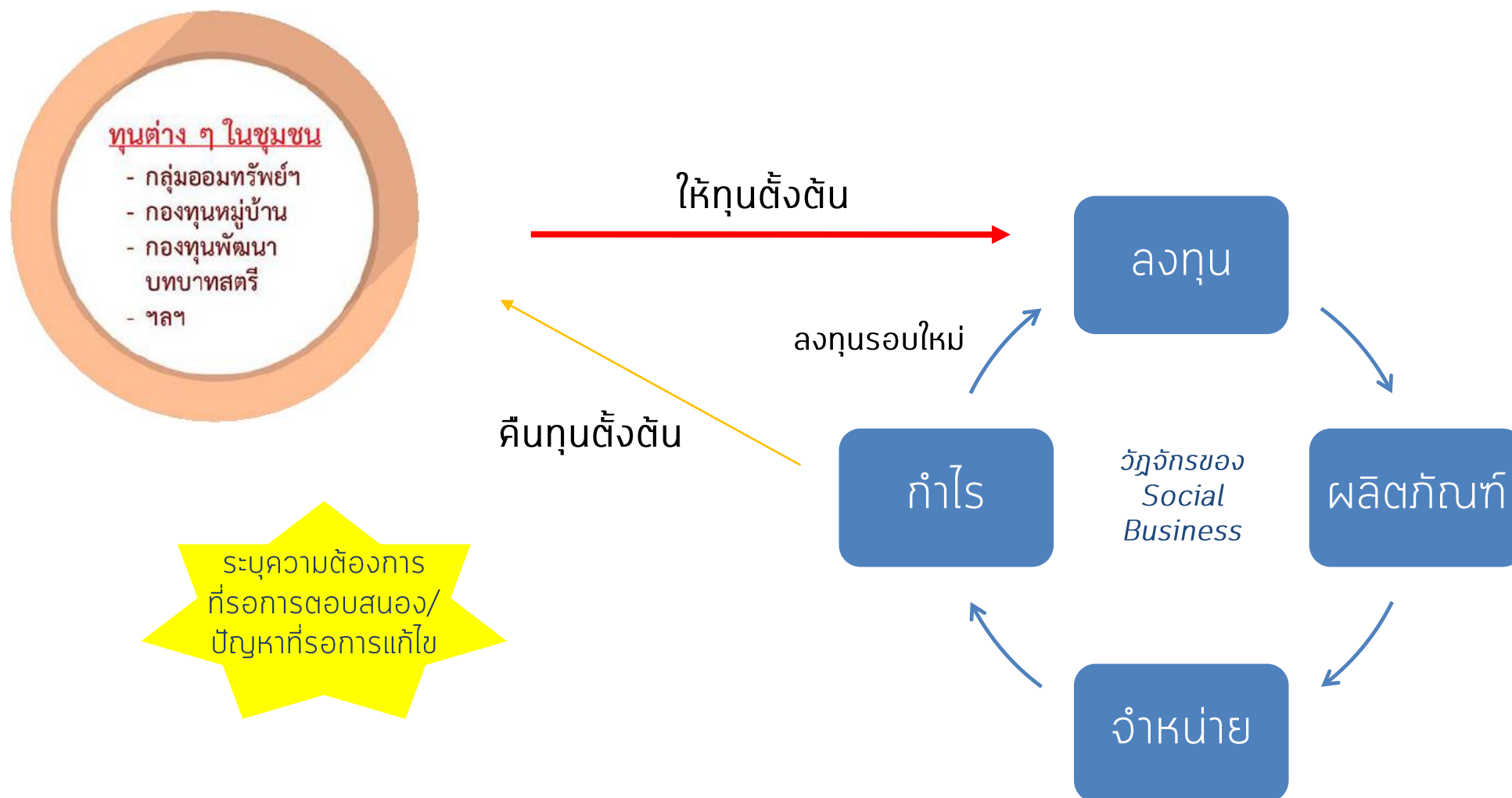
นายอภิชาติ โตดิลกเวชช์ อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน กล่าวว่า กรมการพัฒนาชุมชนมีประสบการณ์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากมานานแล้ว โดยน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทาง ยึดหมู่บ้านชุมชนเป็นตัวตั้ง พัฒนาเป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบขึ้นมา แล้วขยายผลสู่หมู่บ้านอื่น ๆ ซึ่งมีผลงานเป็นรูปธรรมกระจายอยู่ทั่วประเทศ หัวใจสำคัญของการยกระดับเศรษฐกิจฐานราก คือ “รายได้” ต้องทำให้ทุกชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น แล้วอะไรจะเป็นที่มาของรายได้ คำตอบก็คือ “อาชีพ” ทุกคนต้องมีอาชีพ ใครที่อยากทำอาชีพอะไรก็ต้องได้ทำ จึงจะทำให้เกิดรายได้ และนี่จึงเป็นที่มาของ “สัมมาชีพชุมชน”



โมเดลการขับเคลื่อนสังคมสู่ผู้ประกอบการชุมชน



กรอบแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (CE)



ตัวอย่างกิจกรรมสนับสนุนการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร ภายใต้แคมเปญ

ให้ข้าว = ช่วย



เกษตรกร



ประสานงาน

(กรมการพัฒนาชุมชน)

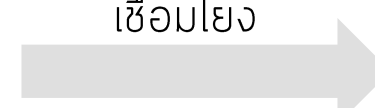


ศอช.ต.



เชื่อมโยง

(สถาบันไทยพัฒน์)



องค์กรธุรกิจ



เริ่มกิจกรรม: พ.ย. 59

กลุ่มเกษตรกรที่ได้รับประโยชน์: 9 กลุ่ม ใน 8 จังหวัด

ปริมาณข้าวที่จำหน่ายผ่านกิจกรรม: 83 ตัน

รายได้ที่กลุ่มได้รับจากกิจกรรม: 2.38 ล้านบาท

ปัจจุบัน กิจกรรมดังกล่าว ยังคงดำเนินอยู่
โดยมีองค์กรธุรกิจที่รับซื้อข้าวจากเกษตรกร
เป็นประจำต่อเนื่อง

ตัวอย่างองค์กรที่สนับสนุนการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร ภายใต้แคมเปญ ไข่ข้าว = ช่วย



บริษัท ฟุจิ ซีร็อกซ์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้เข้าร่วมเป็นองค์กร Pioneer ช่วยเหลือรับซื้อข้าวจากเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบจากราคาผลผลิตข้าว โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ จำนวน 10 ตัน ภายใต้แคมเปญ “ไข่ข้าว = ช่วย” เพื่อประโยชน์สูงสุด โดยได้มอบข้าวทั้งหมดให้แก่สถานสงเคราะห์ทั้ง 4 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนบ้านเด็กรามอินทรา, สถานสงเคราะห์เด็กหญิงบ้านราชวิถี, สถานคุ้มครองและพัฒนาคนพิการหญิงจหวัดนนทบุรี (บ้านราชวดีหญิง) และสถานสงเคราะห์เด็กพิการทางสมองและปัญญาชาย (บ้านราชวดีชาย)



นายชัยยุทธ กรัณโยสภณ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ด้านบริหารศูนย์กระจายสินค้า พร้อมด้วยนางสาววรรณ จันทามงคล ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ด้านบัญชี และการเงิน บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) รับมอบประกาศเกียรติคุณ จาก นางสาวสุริษา เจริญงาม รองผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒนา ภายใต้แคมเปญ “ไข่ข้าว = ช่วย” โดยทางโฮมโปร ได้ช่วยสนับสนุนซื้อข้าวจากชุมชน เพื่อกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจท้องถิ่น อย่างต่อเนื่อง ณ โฮมโปร สำนักงานใหญ่ เมื่อเร็ว ๆ นี้

ปัจจุบัน กิจกรรมสนับสนุนการรับซื้อผลผลิตจาก
เกษตรกรดังกล่าว ได้ยกระดับการดำเนินการไปสู่
สินค้าและผลผลิตอื่นๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจากข้าว
และได้ผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของโครงการส่งเสริม
การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับชุมชน หรือ
Community-Friendly Business

โครงการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับชุมชน

Community-Friendly Business

ธุรกิจที่เป็นมิตรกับชุมชน

ธุรกิจ

เปลี่ยนจาก ‘การใช้’ เป็น ‘การซื้อ’

- ไม่ใช้งบ CSR เพิ่ม
- ใช้งบจัดซื้อก่อนเดิม
- เป็น CSR-in-process

ชุมชน

เปลี่ยนจาก ‘ผู้รับมอบ’ เป็น ‘ผู้ส่งมอบ’

- พัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการ
- มีรายได้ แทนเงิน/สิ่งของรับบริจาค
- ตอบโจทย์การพัฒนาที่ยั่งยืน

โครงการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับชุมชน

ระยะที่หนึ่ง:

กิจกรรมการสำรวจและระบุรายการสินค้าและบริการที่องค์กรใช้สอยอยู่ในปัจจุบัน และเป็นสินค้าและบริการที่ชุมชนสามารถจัดหาได้ตรงกับความต้องการได้ โดยองค์กรมีการ**ให้คำมั่น (Commit)**ที่จะดำเนินการจัดซื้อ/จัดหาจากชุมชน ในวงเงิน 1 ล้านบาทต่อปี

ระยะที่สอง:

กิจกรรมการเชื่อมโยงให้**เกิดธุรกรรม (Transact)** ซื้อ-ขายระหว่างองค์กรและชุมชน ภายใต้แพลตฟอร์มของโครงการ และสนับสนุนชุมชนในการพัฒนาหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร

ระยะที่สาม:

กิจกรรมการต่อยอดชุมชนที่เป็นคู่ธุรกรรม และมีศักยภาพที่จะพัฒนา จากฐานะของผู้ส่งมอบในระยะที่สอง มา**เป็นคู่สัญญา (Contract)** หรือหุ้นส่วนทางธุรกิจ (หรือเทียบเท่า) เพื่อนำไปสู่การสร้างคุณค่าร่วม ด้วยการนำร่องชุมชนที่มีความพร้อม ผลักดันให้เป็นผู้ประกอบการชุมชน และทำ**ให้เป็นกรณีตัวอย่าง** เพื่อการขยายผลกับชุมชนในพื้นที่อื่นๆ ต่อไป

วิสาหกิจที่เข้าร่วมโครงการฯ

1. บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)
2. การทางพิเศษแห่งประเทศไทย
3. การไฟฟ้านครหลวง
4. บริษัท กุลธรเคอร์บี จำกัด (มหาชน)
5. บริษัท คิวทีซี เอนเนอร์ยี จำกัด (มหาชน)
6. บริษัท ช.การช่าง จำกัด (มหาชน)
7. บริษัท ชินเห็ด (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
8. บริษัท ซีเฟรชอินดัสตรี จำกัด (มหาชน)
9. บริษัท ทาทา สตีล (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
10. บริษัท ทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
11. บริษัท ที.ซี.ฟาร์มาซูติคอล อุตสาหกรรม จำกัด
12. บริษัท ทีทีดับบลิว จำกัด (มหาชน)
13. บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)
14. บริษัท ไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
15. บริษัท ไทยออปติคอล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
16. บริษัท นำสินประกันภัย จำกัด (มหาชน)
17. บริษัท ผลิตภัณฑ์ตราเพชร จำกัด (มหาชน)
18. บริษัท พุกชา โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)
19. บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
20. บริษัท โรงพยาบาล ลาตพร้าว จำกัด (มหาชน)
21. บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)
22. บริษัท ตุภาลย์ จำกัด (มหาชน)
23. บริษัท ศูนย์บริการอิเล็กทรอนิกส์ จำกัด (มหาชน)
24. บริษัท สมบูรณ์ แอ็ดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
25. บริษัท สหวิริยาสตีลอินดัสตรี จำกัด (มหาชน)
26. บริษัท อินเตอร์ลิงค์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
27. บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)
28. บริษัท เอเชียน ไฟย์โตซูติคอลลส์ จำกัด (มหาชน)
29. บริษัท เอเซียเซริมิกจิลส์ซิ่ง จำกัด (มหาชน)
30. บริษัท เอ.พี.ฮอนด้า จำกัด
31. บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)
32. บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

เพลส 1: ให้คำมั่น (Commit)



บริษัท กาน โครมบาต จำกัด (มหาชน)



การทางพิเศษแห่งประเทศไทย



การไฟฟ้านครหลวง



บริษัท กุลธรรพ์ จำกัด (มหาชน)



บริษัท ควิซ เอนเนอร์ยี จำกัด (มหาชน)



บริษัท ช.การช่าง จำกัด (มหาชน)



บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)



บริษัท ซีเฟรชอินเตอร์ จำกัด (มหาชน)



บริษัท ทาทา สตีล (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)



บริษัท ทีเอสไอไฟเบอร์ จำกัด (มหาชน)



บริษัท ที.ซี.ฟาร์มาซูติคอล อุตสาหกรรม จำกัด



บริษัท ทีทีดับบลิว จำกัด (มหาชน)



บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)



บริษัท ไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)



บริษัท ไทยออปติคอล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)



บริษัท นาสันประกันภัย จำกัด (มหาชน)



บริษัท ผลิตภัณฑ์ตราเพชร จำกัด (มหาชน)



บริษัท พุกขนา โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)
PRUKSA HOLDING PUBLIC COMPANY LIMITED



บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)



บริษัท โรงพยาบาลลาดพร้าว จำกัด (มหาชน)



บริษัท ศรีตรังแอโรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)



บริษัท สยามสตีล จำกัด (มหาชน)



บริษัท ศูนย์บริการเหล็กสยาม จำกัด (มหาชน)



บริษัท สบสมบูรณ์ แอ็ดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)



บริษัท สหวิทยาลัยอินเตอร์เนชันล จำกัด (มหาชน)



บริษัท อินเตอร์ลิงค์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)



บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)



บริษัท เอเชียไฟเบอร์ออปติกส์ จำกัด (มหาชน)



บริษัท เอเชียเซรมกังซิล จำกัด (มหาชน)



บริษัท เอ.พี. ฮอนด้า จำกัด



บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)



บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

Community-Friendly Business

ธุรกิจที่เป็นมิตรกับชุมชน

ธุรกิจ

เปลี่ยนจาก 'การใช้' เป็น 'การซื้อ'

- ไม่ใช้งบ CSR เพิ่ม
- ใช้งบจัดซื้อก่อนเดิม
- เป็น CSR-in-process

ชุมชน

เปลี่ยนจาก 'ผู้รับมอบ' เป็น 'ผู้ส่งมอบ'

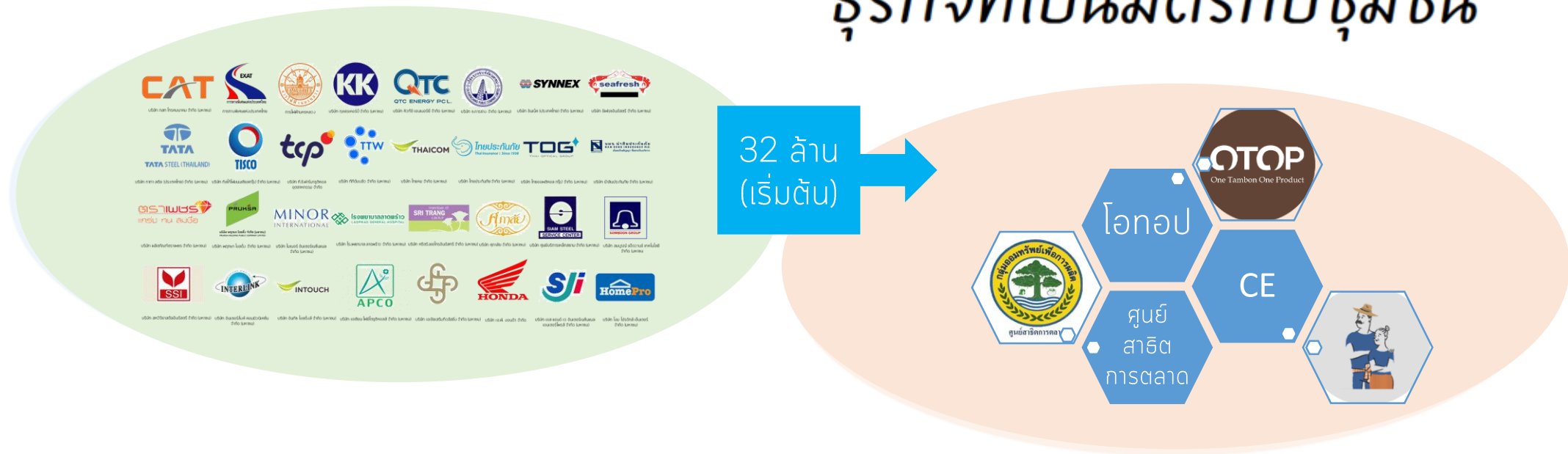
- พัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการ
- มีรายได้ แทนเงิน/สิ่งของรับบริจาค
- ตอบโจทย์การพัฒนาที่ยั่งยืน

เฟส 2: เกิดธุรกรรม (Transact)



Community-Friendly Business

ธุรกิจที่เป็นมิตรกับชุมชน



- ไม่ใช้งบ CSR เพิ่ม
- ใช้งบจัดซื้อก้อนเดิม
- เป็น CSR-in-process

- พัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการ
- มีรายได้ แทนเงิน/สิ่งของรับบริจาค
- ตอบโจทย์การพัฒนาที่ยั่งยืน

ศูนย์สาธิตการตลาดกับการส่งเสริมช่องทางการตลาดรูปแบบกระดานสินค้า

4

กระดานสินค้า

รายการข้อมูลที่รวบรวมสินค้า/ผลิตภัณฑ์/ผลผลิตที่พร้อมขายของชาวบ้านในชุมชน เพื่อให้ผู้ดูแลศูนย์สาธิตการตลาดสามารถเชื่อมโยงไปยังองค์กรที่มีความต้องการสอดคล้องกับสินค้า/ผลิตภัณฑ์/ผลผลิตที่มีอยู่ ผลักดันให้เกิดธุรกรรมซื้อขายระหว่างชุมชนกับองค์กร



ชุมชน

เปลี่ยนจาก “ผู้รับมอบ” เป็น “ผู้ส่งมอบ”

- พัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการ
- มีรายได้ แทนเงิน/สิ่งของบริจาค
- ตอบโจทย์การพัฒนาที่ยั่งยืน



องค์กร/ธุรกิจ

เปลี่ยนจาก “การให้” เป็น “การซื้อ”

- ไม่ใช้ CSR เพิ่ม
- ใช้บริหารจัดการก่อนเดิม
- เป็น CSR-in-process

กลไกการขับเคลื่อน



เป้าหมาย

- ✓ เพิ่มช่องทางการตลาดให้ศูนย์สาธิตการตลาด 790 แห่ง
- ✓ ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น
- ✓ ชุมชนมีความเข้มแข็ง

กระบวนการดำเนินงาน

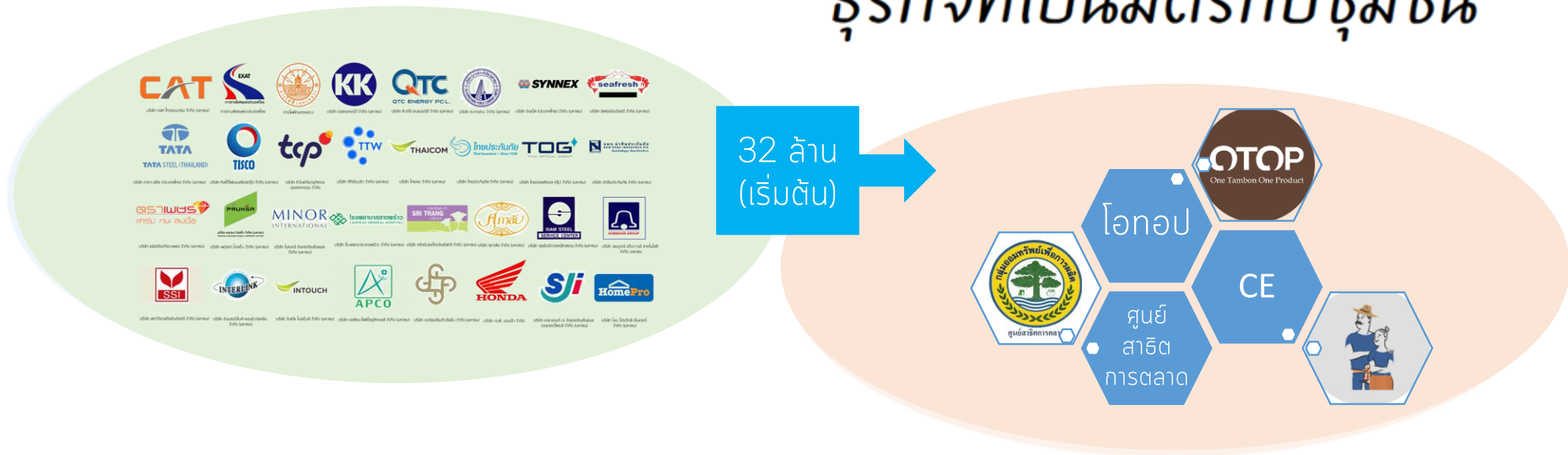


เฟส 2: เกิดธุรกรรม (Transact)



Community-Friendly Business

ธุรกิจที่เป็นมิตรกับชุมชน



- ไม่ใช้งบ CSR เพิ่ม
- ใช้งบจัดซื้อก้อนเดิม
- เป็น CSR-in-process

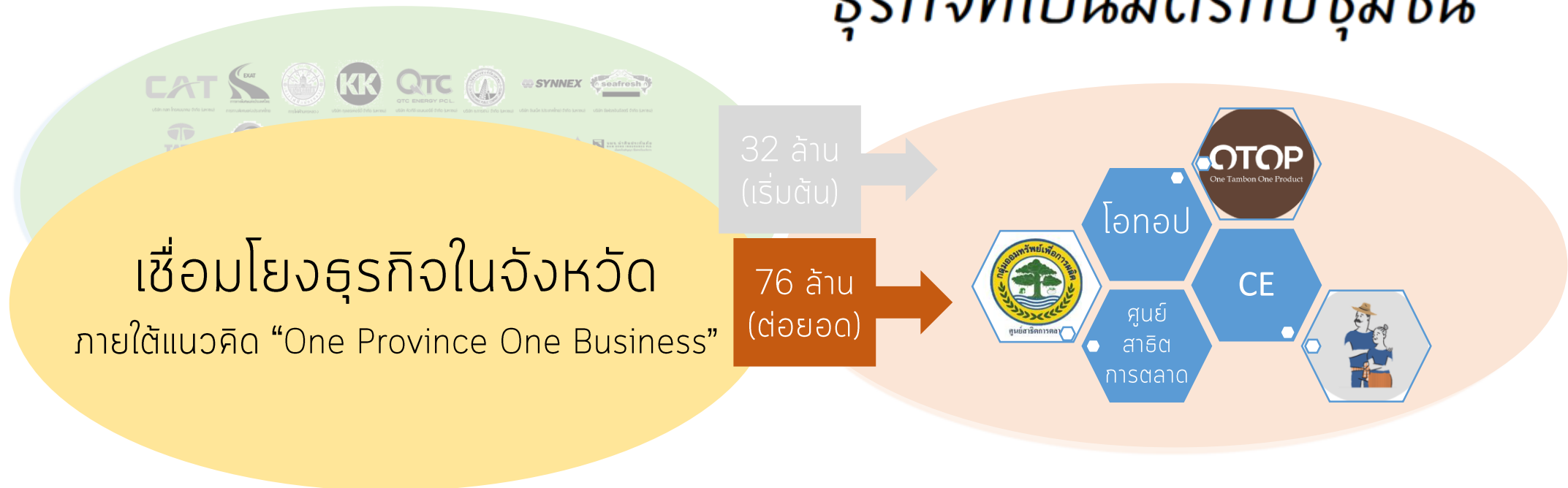
- พัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการ
- มีรายได้ แทนเงิน/สิ่งของรับบริจาค
- ตอบโจทย์การพัฒนาที่ยั่งยืน

เฟส 2: เกิดธุรกรรม (Transact)



Community-Friendly Business

ธุรกิจที่เป็นมิตรกับชุมชน



- ไม่ใช้งบ CSR เพิ่ม
- ใช้งบจัดซื้อก้อนเดิม
- เป็น CSR-in-process

- พัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการ
- มีรายได้ แทนเงิน/สิ่งของรับบริจาค
- ตอบโจทย์การพัฒนาที่ยั่งยืน

วิสาห์กิจในจังหวัดที่เข้าร่วมโครงการฯ

กระบี่	นครราชสีมา	แพร่	สตูล
กาญจนบุรี	นครศรีธรรมราช	พะเยา	สมุทรปราการ
กาฬสินธุ์	นครสวรรค์	ภูเก็ต	สมุทรสงคราม
กำแพงเพชร	นนทบุรี	มหาสารคาม	สมุทรสาคร
ขอนแก่น	นราธิวาส	มุกดาหาร	สระแก้ว
จันทบุรี	น่าน	แม่ฮ่องสอน	สระบุรี
ฉะเชิงเทรา	บึงกาฬ	ยะลา	สิงห์บุรี
ชลบุรี	บุรีรัมย์	ยโสธร	สุโขทัย
ชัยนาท	ปทุมธานี	ร้อยเอ็ด	สุพรรณบุรี
ชัยภูมิ	ประจวบคีรีขันธ์	ระนอง	สุราษฎร์ธานี
ชุมพร	ปราจีนบุรี	ระยอง	สุรินทร์
เชียงราย	ปัตตานี	ราชบุรี	หนองคาย
เชียงใหม่	พระนครศรีอยุธยา	ลพบุรี	หนองบัวลำภู
ตรัง	พังงา	ลำปาง	อ่างทอง
ตราด	พัทลุง	ลำพูน	อุดรธานี
ตาก	พิจิตร	เลย	อุทัยธานี
นครนายก	พิษณุโลก	ศรีสะเกษ	อุตรดิตถ์
นครปฐม	เพชรบุรี	สกลนคร	อุบลราชธานี
นครพนม	เพชรบูรณ์	สงขลา	อำนาจเจริญ

