

คำนำ

กรมการพัฒนาชุมชน ได้จัดทำข้อตกลงความร่วมมือ (Memorandum of Understanding : MOU) เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๕๙ ณ ห้องประชุม ๕๐๐๑ ชั้น ๕ กรมการพัฒนาชุมชน เพื่อสร้างสัมมาชีพชุมชนโดยการสนับสนุนการพัฒนากลุ่มอาชีพในพื้นที่ชุมชน/ตำบล ผู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) และพัฒนาไปสู่การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) หรือกิจการแบบธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) มีหน่วยงานร่วมลงนาม ๒ คณะ ประกอบด้วย คณะที่ ๑ กรมการพัฒนาชุมชน กับ มูลนิธิสัมมาชีพ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และคณะที่ ๒ กรมการพัฒนาชุมชน กับ หน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (Thailand Social Business Initiative : TSBI) ประกอบด้วยองค์กรภายใต้หน่วยงาน ๓ องค์กร ได้แก่ (๑) Yunus Center AIT (๒) สถาบันไทยพัฒน์ และ (๓) บริษัท อิมเมจ พลัส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ ครุเวรสัมมาชีพหรือกลุ่มอาชีพในแต่ละจังหวัด ที่ไม่ได้รับการพัฒนาจาก บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี จังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย จึงได้จัดทำโครงการสร้างสัมมาชีพชุมชน ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กิจกรรมสร้างกลุ่มสัมมาชีพผู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE)

เอกสารเล่มนี้ เป็นรายงานสรุปผลการขับเคลื่อนกิจกรรมตามโครงการสร้างสัมมาชีพชุมชนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กิจกรรมสร้างกลุ่มสัมมาชีพผู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) ซึ่งเป็นการสรุปผลการดำเนินการขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือ (Memorandum of Understanding : MOU) ตามกรอบแนวทางการสร้างกลุ่มสัมมาชีพผู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑

หวังเป็นอย่างยิ่งว่าเอกสารฉบับนี้ จะเกิดประโยชน์สำหรับเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนสมาชิกกลุ่มอาชีพในการขับเคลื่อนโครงการฯ เพื่อพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพผู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชนต่อไป

สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
ส่วนที่ ๑ ความเป็นมาของการขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือ (Memorandum of Understanding : MOU)	๖
ส่วนที่ ๒ การเตรียมความพร้อมการสร้างกลุ่มสมาชิกชุมชน สู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน(Community Entrepreneur : CE)	๙
ส่วนที่ ๓ ผลการสร้างและการพัฒนา	๔๐
๑) ผลการลงพื้นที่สำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย	๔๐
๒) ผลการดำเนินการขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการ กลุ่มอาชีพสู่ผู้ประกอบการชุมชน	๔๘
๓) ผลการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ สู่ผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) พัฒนาธุรกิจของกลุ่มสู่การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น	๕๖
๔) สรุปผลการดำเนินการติดตามประเมินผล	๗๕
-การติดตามและประเมินผลโดยการประชุม	๗๕
-การติดตามและประเมินผลโดยบุคคลและการติดตามผล โดยการรายงานผล	๗๗

ส่วนที่ ๑ ความเป็นมา

กรมการพัฒนาชุมชน จัดพิธีลงนามข้อตกลงความร่วมมือกับมูลนิธิ สัมมาชีพ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (Thailand Social Business Initiative : TSBI) เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๕๙ ซึ่งเป็นการ สร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน เพื่อการสร้างสัมมาชีพชุมชน โดยการสนับสนุนการ พัฒนากลุ่มอาชีพในพื้นที่ชุมชน/ตำบล สู่การเป็น ผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) และการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการชุมชน ให้มีการประกอบกิจกรรม ทางเศรษฐกิจเพื่อพัฒนาไปสู่ กิจกรรมแบบธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) หรือ วิชากิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) และเป็นการสร้างสรรค์เศรษฐกิจระดับชุมชน ท้องถิ่นตามแนวทางประชารัฐ โดยพิธีลงนามความร่วมมือดังกล่าว ประกอบด้วย ๒ คณะ ดังนี้



คณะที่ ๑ ระหว่าง กรมการพัฒนาชุมชน กับ มูลนิธิสัมมาชีพ และตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย จะร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและอาชีพระดับชุมชน โดยเน้นกลุ่มอาชีพ ที่มาจากครัวเรือนสัมมาชีพในชุมชน สู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (CE) และวิชากิจเพื่อสังคม (SE) มีระยะเวลาดำเนินการร่วมกัน ๒ ปี โดยมีผู้ร่วมลงนาม ดังนี้

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1) นายอภิชาติ โตดิลกเวชช์ | อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน |
| 2) นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ | ประธานคณะกรรมการบริหารมูลนิธิ
สัมมาชีพ |
| 3) นางเกศรา มัญชุศรี | กรรมการและผู้จัดการตลาด
หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย |
| 4) นายสมพล เกียรติไพบูลย์ | ประธานคณะกรรมการมูลนิธิสัมมาชีพ
(ประธานสภากีฬายาน) |



คณะที่ ๒ ระหว่าง กรมการพัฒนาชุมชน กับ หน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคม แห่งประเทศไทย (Thailand Social Business Initiative : TSBI) ประกอบด้วย ๑) Yunus Center AIT ๒) สถาบันไทยพัฒน์ และ ๓) บริษัท อิมเมจพลัส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด โดยร่วมมือ ในการพัฒนากิจการของผู้ประกอบการชุมชน (CE) สู่การเป็นกิจการแบบธุรกิจเพื่อสังคม (SB) เพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจระดับท้องถิ่นและฐานราก โดยมีผู้ร่วมลงนาม ดังนี้

- | | |
|----------------------------|---|
| ๑) นายอภิชาติ โตดิลกเวชช์ | อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน |
| ๒) Dr. Faiz Shah | ผู้อำนวยการ Yunus Center AIT |
| ๓) ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ | ผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒน์ |
| ๔) นางสาวปาริย์ คุณชัยมั่ง | กรรมการบริษัท อิมเมจพลัส คอมมิวนิเคชั่น |

โดยมีผู้แทนองค์กร กล่าวแสดงเจตนารมณ์ในการลงนามความร่วมมือร่วมกัน ดังนี้

นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ (ประธานคณะกรรมการบริหารมูลนิธิสืมาซีส) กล่าวว่า เจตนารมณ์/ปณิธาน ที่จะต้องดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ คือ มุ่งเน้นการสร้างสัมมาชีพเต็มทุกพื้นที่ โดยประยุกต์ใช้หลักการสามาอาชีพะ ไปเป็นส่วนสำคัญในการประกอบอาชีพชุมชน

นางเกศรา มัญชุศรี (กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย) กล่าวว่า ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ยินดีที่ได้มีโอกาสและมีส่วนร่วมที่จะช่วยเหลือชุมชน ช่วยเหลือ สังคม ภายใต้อาชีพการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน (Sustainability of development and growth)

ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ (ผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒน์) กล่าวว่า สถาบัน ไทยพัฒน์ มีความยินดีที่ได้ร่วมมือกับกรมการพัฒนาชุมชน เพื่อเสริมแรงและช่วยยกระดับ ศักยภาพของชุมชนโดยการปรับใช้แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) นอกจากนี้ สถาบันไทยพัฒน์ ยังมุ่งหวังว่า หากการประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าวเกิดผลเป็นรูปธรรมแล้ว จะส่งผลให้ประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมระดับฐานราก และ กลายเป็นกรณีศึกษา (Case Study) ที่ช่วยให้ชุมชนหรือกลุ่มเกษตรกรทุกอาชีพ ได้มีโอกาส

เข้าถึงช่องทางการตลาด (การระบายสินค้าทางการเกษตร) ซึ่งจะบรรเทาความเดือดร้อนของชุมชน/กลุ่มเกษตรกร ได้เป็นอย่างมาก

นางสาวปาริชาติ คุณชัยมั่ง (กรรมการบริษัท อิมเมจพลัส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด) กล่าวว่า บริษัทฯ ยินดีที่จะร่วมพัฒนาและผลักดันแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) ให้เกิดขึ้นจริงในประเทศไทย บริษัทฯ มีความพร้อมที่จะขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน ให้มีศักยภาพและองค์ความรู้มากยิ่งขึ้น และบริษัทฯ มุ่งหวังที่จะให้มีกรณีศึกษา (Case Study) และการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ที่สามารถนำไปพูดคุย และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเวทีสากลระดับโลกได้

Dr. Faiz Shah (ผู้อำนวยการสถาบัน Yunus Center AIT) กล่าวว่า สถาบัน Yunus Center ยินดีที่จะนำประสบการณ์การดำเนินงานระดับโลก มาแลกเปลี่ยนการดำเนินงานกับประเทศไทย พร้อมทั้งเรียนรู้วิธีการดำเนินงานของประเทศไทยอีกทางหนึ่งด้วย ทั้งนี้ แนวคิดของ Professor Muhammad Yunus มีความสอดคล้องกับพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ที่เน้นการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของประเทศ ด้วยวิธีการพึ่งตนเองและพัฒนาตนเองให้เข้มแข็ง

นายอภิชาติ โตดิลกเวชช์ (อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน) กล่าวว่า ตนเองมั่นใจว่า ถ้าองค์กรร่วมลงนามฯ มีความเชื่อมโยงกันในลักษณะนี้ จะส่งผลให้ชุมชนหรือสังคมที่อยู่ในชนบทสามารถลืมตาอ้าปากได้เร็วขึ้น ดังนั้น ความสำคัญของการลงนามข้อตกลงความร่วมมือในครั้งนี้ จะกำหนดยุทธศาสตร์หรือแนวทางการทำงานร่วมกันเพื่อลงไปช่วยพี่น้องชาวบ้าน องค์กรร่วมลงนามฯ จะเดินจับมือร่วมกันไปสู่เป้าหมายที่จะช่วยเหลือพี่น้องชนบทอย่างแท้จริง

ส่วนที่ ๒ การเตรียมความพร้อม การสร้างกลุ่มสมาชิกชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE)

การเตรียมความพร้อมในขับเคลื่อนกิจกรรมสร้างกลุ่มสมาชิกสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) ภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ๒ คณะ คือ **คณะที่ ๑ (MOU ๑) ระหว่าง กรมการพัฒนาชุมชน กับ มูลนิธิธรรมาชีพ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย** ร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและอาชีพระดับชุมชน โดยเน้นกลุ่มอาชีพที่มาจากครัวเรือนสมาชิกในชุมชน สู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (CE) และวิสาหกิจเพื่อสังคม (SE) และ**คณะที่ ๒ (MOU๒) ระหว่าง กรมการพัฒนาชุมชน กับ หน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคม แห่งประเทศไทย (Thailand Social Business Initiative : TSBI)** ประกอบด้วย ๑) Yunus Center AIT ๒) สถาบันไทยพัฒน์ และ ๓) บริษัท อิมเมจพลัส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ร่วมมือในการพัฒนากิจการของผู้ประกอบการชุมชน (CE) สู่การเป็นกิจการแบบธุรกิจเพื่อสังคม (SB) เพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจระดับท้องถิ่นและฐานราก จึงมีการเตรียมความพร้อมในการขับเคลื่อนกิจกรรม ดังนี้

๑ การสร้างกลไกในการขับเคลื่อนกิจกรรมสร้างกลุ่มสมาชิกสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) ได้ดำเนินการ ดังนี้

๑.๑ แต่งตั้งคณะกรรมการอำนวยการและคณะทำงานขับเคลื่อนกิจกรรม ภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างกรมการพัฒนาชุมชนกับมูลนิธิธรรมาชีพ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (Thailand Social Business Initiative : TSBI) ตามคำสั่งกรมการพัฒนาชุมชนที่ ๗๘/๒๕๖๐ ลงวันที่ ๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐ คำสั่งกรมการพัฒนาชุมชนที่ ๓๒๕/๒๕๖๐ ลงวันที่ ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๐ คำสั่งกรมการพัฒนาชุมชนที่ ๖๒/๒๕๖๑ ลงวันที่ ๑๙ มกราคม ๒๕๖๑ ซึ่งในคำสั่งดังกล่าว ประกอบด้วย ๒ คณะ ประกอบด้วย

๑) คณะกรรมการอำนวยการประกอบด้วย รองอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน เป็นประธาน ผู้แทนจากมูลนิธิธรรมาชีพ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (Thailand Social Business Initiative : TSBI) ประกอบด้วย ๑) สถาบันไทยพัฒน์ ๒) Yunus Center AIT ๓) บริษัท อิมเมจ พลัส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด และผู้อำนวยการกลุ่ม หัวหน้าฝ่าย สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน เป็นกรรมการ โดยมีผู้อำนวยการสำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน เป็นกรรมการและเลขานุการ

๒) คณะทำงานทีมปฏิบัติการ ประกอบด้วย ผู้อำนวยการกลุ่มงานประสานนโยบายและยุทธศาสตร์ (สสช.) เป็นหัวหน้าคณะทำงาน ผู้แทนจากมูลนิธิธรรมาชีพ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (Thailand Social Business

Initiative : TSBI) ประกอบด้วย ๑) สถาบันไทยพัฒน์ ๒) Yunus Center AT ๓) บริษัท อิมเมจ พลัส คอมมูนิเคชั่น จำกัด สำนักงานส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน (สกว.) สำนักพัฒนาทุนและองค์การการเงินชุมชน (สทอ.) กองแผนงาน และเจ้าหน้าที่สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน เป็นกรรมการและเลขานุการ

๑.๒ มอบหมายผู้รับผิดชอบระดับจังหวัดและอำเภอ จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ ผู้แทนศูนย์ประสานงานองค์การชุมชน ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน

๑.๓ การสร้างความเข้าใจในการขับเคลื่อนและประชุมสร้างความเข้าใจระหว่างหน่วยงานร่วมลงนามข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) เกี่ยวกับกรอบคิดการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) และแนวทางการขับเคลื่อนกิจกรรมตามกรอบคิดการพัฒนา มีข้อสรุป ดังนี้

ประเด็นที่ ๑ ทบทวนแผนการดำเนินงานการสร้างผู้ประกอบการชุมชน (CE)

(๑.๑) MOU ๑ : กรอบการพัฒนาชุมชน กับ มูลนิธิสืมาซีส และ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การขับเคลื่อนการดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือที่ ๑ (MOU ๑) นั้น มูลนิธิสืมาซีสวางแผนจะดำเนินการคัดเลือก SME สืมาซีส จำนวน ๑๐ บริษัท เพื่อการขับเคลื่อน การพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) ตามกระบวนการบริหารที่มูลนิธิสืมาซีสกำหนด โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่ที่ริเริ่ม ดังนี้

(๑) ความเข้มแข็งชุมชน กล่าวคือ การพิจารณาความสามารถของชุมชน/กลุ่ม ในการรวมตัว (การจัดตั้งกลุ่ม) และการบริหารจัดการกลุ่มให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการพิจารณาปัจจัยด้านวัยของผู้ก่อการ/วัยของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจด้วย

(๒) ความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ กล่าวคือ การพิจารณาโอกาสที่ธุรกิจนั้น ๆ จะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว รวมถึงการพิจารณาเรื่องกำไร/ขาดทุนในการดำเนินธุรกิจในอนาคต

ทั้งนี้ บทบาทสำคัญของมูลนิธิสืมาซีส และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จะร่วมแสวงหาภาคีเครือข่ายอื่น ๆ พร้อมทั้งเข้าไปสนับสนุนผู้ประกอบการชุมชนในการพัฒนาธุรกิจให้มีศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้น เพื่อพัฒนาสู่การจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม (หรือการพัฒนาเป็นหน่วยธุรกิจในรูปแบบอื่น) กระบวนการบริหาร จะดำเนินการไปตามปัจจัยการขับเคลื่อน ดังนี้

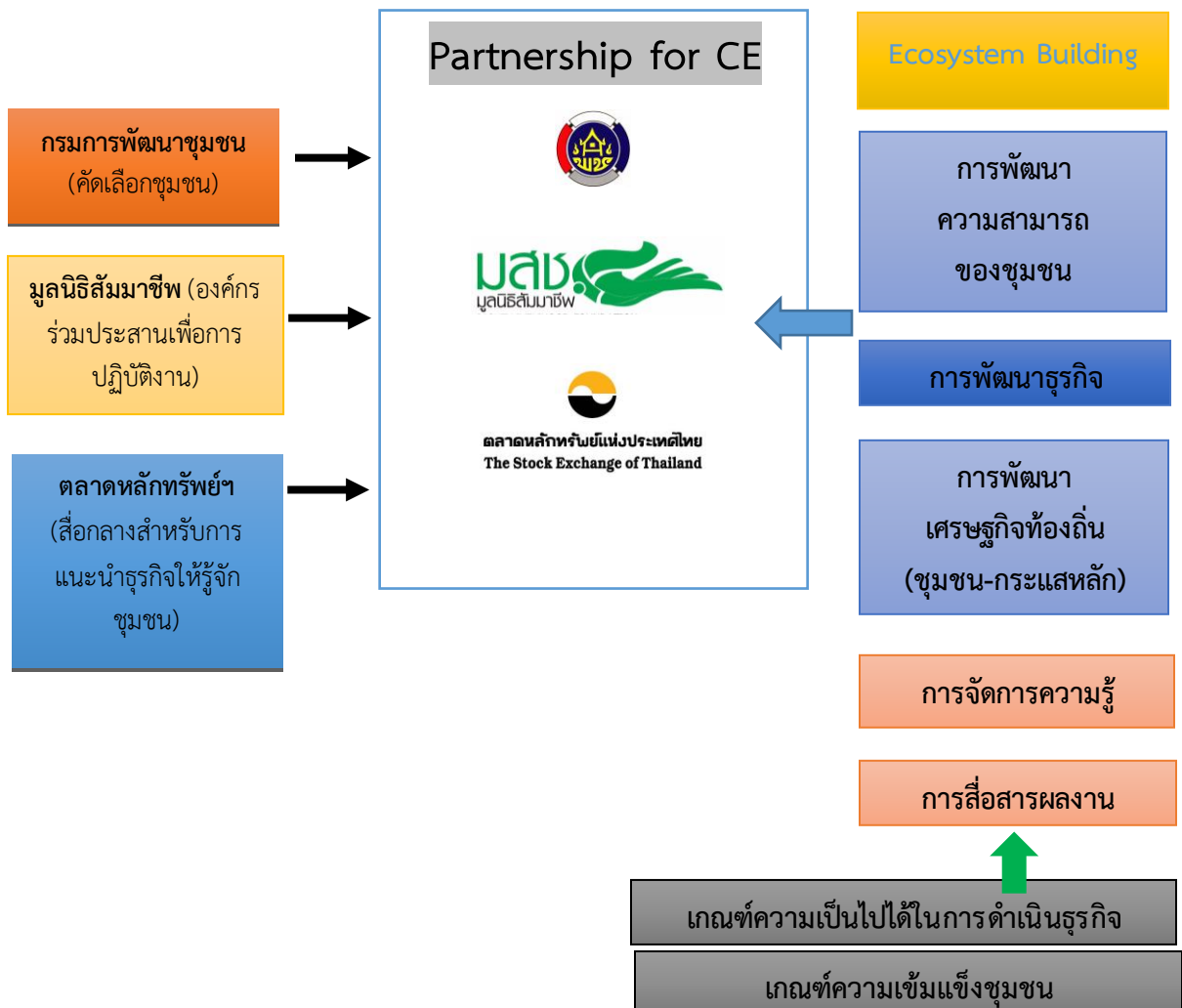
(๑) การพิจารณาคัดเลือกพื้นที่ที่ริเริ่ม ที่มีศักยภาพและมีโอกาสในการประสบความสำเร็จ โดยพิจารณาจากผู้นำชุมชนที่มีศักยภาพ และใช้เกณฑ์การพิจารณาทั้ง ๒ เกณฑ์ประกอบการพิจารณาคัดเลือกพื้นที่

(๒) การขับเคลื่อนปัจจัยด้านการสื่อสารผลงาน ในการดำเนินการ กล่าวคือ การสื่อสารเพื่อสร้างความรู้/ความเข้าใจแก่ผู้นำชุมชน องค์กรเครือข่าย และสมาชิกกลุ่มที่จะเข้าไปดำเนินการ เกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน

(๓) การขับเคลื่อนปัจจัยด้านการจัดการความรู้ แม้ว่าปลายทางของการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน จะพัฒนาไปสู่วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) หรือ กิจกรรมแบบธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) ก็ตาม ควรสนับสนุนการจัดการความรู้เพื่อส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินการ

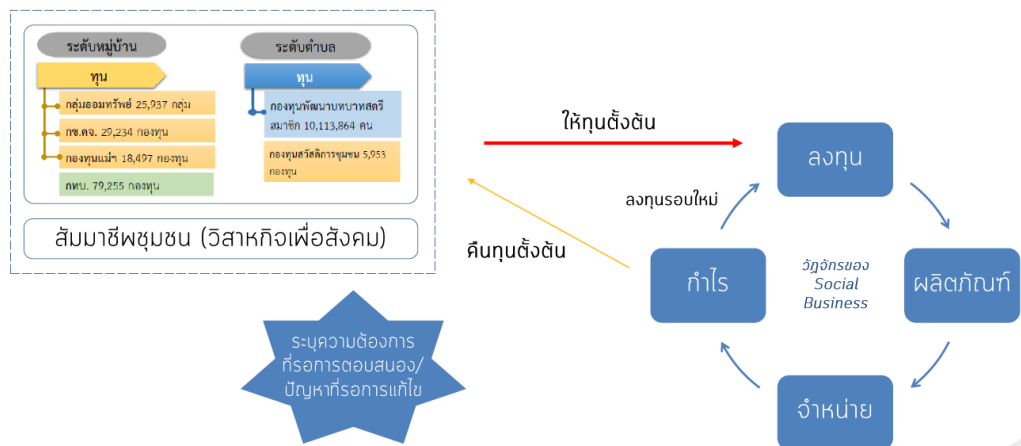
(๔) การขับเคลื่อนปัจจัยด้านการสร้างเศรษฐกิจชุมชน เป็นการวัดผลความสำเร็จของการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน/เศรษฐกิจท้องถิ่น อาทิ การพัฒนาเครื่องมือเพื่อวัดผล การพัฒนาผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ระดับตำบล-อำเภอ, เครื่องมือวัดผลความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชน (ระดับกลุ่ม) เป็นต้น

ดังนั้น กระบวนการบริหารเพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน จึงถูกขับเคลื่อนตามแผนภาพด้านล่าง



(๑.๒) MOU ๒ : กรมการพัฒนาชุมชน กับ หน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคม แห่งประเทศไทย (Thailand Social Business Initiative : TSBI) ขับเคลื่อนตามวงจรกิจการ แบบธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) โดยเริ่มต้นจากการลงทุน ซึ่งเป็นการนำ กองทุนต่าง ๆ ในชุมชน มาเป็นทุนตั้งต้นให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการชุมชน จากนั้นจึงเป็นขั้นตอน ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมาตรฐาน/คุณภาพ แล้วนำเข้าสู่ขั้นตอนการจัดจำหน่ายใน กระดานสินค้าที่จัดไว้เป็นลำดับถัดไป จากนั้น ผลกำไรที่ได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จะนำ คืนทุนตั้งต้นส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่ง จะนำไปลงทุนรอบใหม่ ดังนั้น วงจรการพัฒนา ผู้ประกอบการชุมชนตามที่ TSBI เสนอไว้ จึงขับเคลื่อนตามวงจรดำเนินการ ดังนี้

กรอบแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (CE)



สถาบันไทยพัฒน์

ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการขับเคลื่อนการพัฒนา ผู้ประกอบการชุมชนนี้ คือ ความร่วมมือของผู้นำชุมชนที่จะเข้าไป **ระบุความต้องการที่รอการตอบสนอง (หรือปัญหาที่รอการแก้ไข)** ของกลุ่ม/ชุมชน นั้น ๆ ผู้นำในพื้นที่เริ่มทั้ง ๖ แห่ง จึงถูกคาดหวังว่า จะสามารถวิเคราะห์ศักยภาพชุมชน/กลุ่ม ที่จะลงไปดำเนินการ ได้อย่างตรงประเด็น และชี้ชัดถึง แนวทางการพัฒนาที่จำเป็นต่อการพัฒนากลุ่มและผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถเข้าสู่การจัดจำหน่าย ในกระดานสินค้า และรวมถึงการพัฒนาสู่การเป็นธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) ได้ต่อไป

ประเด็นที่ ๒ กำหนดพื้นที่ดำเนินการ

ผลการประชุมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานเพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมตามข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) มีข้อสรุปเบื้องต้นเกี่ยวกับการคัดเลือกพื้นที่ดำเนินการ ดังนี้

เงื่อนไข	MOU คณะที่ ๑	MOU คณะที่ ๒
๑. พื้นที่ดำเนินการ	- พื้นที่ซึ่งไม่อยู่ในขอบข่ายที่บริษัท ประชาธิรัฐจังหวัดฯ คัดเลือกดำเนินการ - ดำเนินงานใน ๓๖ จังหวัด ๆ ละ ๑ หมู่บ้าน/ชุมชน	- พื้นที่ซึ่งไม่อยู่ในขอบข่ายที่บริษัท ประชาธิรัฐจังหวัดฯ คัดเลือกดำเนินการ - ดำเนินงานใน ๓๖ จังหวัด ๆ ละ ๑ หมู่บ้าน/ชุมชน
๒. กลไกขับเคลื่อน	- ศอช.ต. หรือ ผู้นำ อช. ที่เข้มแข็ง - SMEs ในพื้นที่ (พิจารณาโดยมูลนิธิ สัมมาชีพ และ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย)	- ศอช.ต. หรือ ผู้นำ อช. ที่เข้มแข็ง - หน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (TSBI)
๓. การกิจและบทบาทหน้าที่	- การพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (CE) สู่การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) - การสื่อสารผลงานในระดับสากล - การจัดการความรู้	- การพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (CE) สู่การเป็นธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) - การสื่อสารผลงานในระดับสากล - การจัดการความรู้

สำหรับการขับเคลื่อนการดำเนินงานของคณะ MOU ทั้ง ๒ คณะ โดยสรุปว่า ให้ผู้นำพื้นที่ริเริ่มทั้ง ๖ คน/จังหวัด (จังหวัดปทุมธานี จังหวัดนนทบุรี จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดสมุทรปราการ และ จังหวัดสมุทรสงคราม) พิจารณาคัดเลือกกลุ่มอาชีพที่มีศักยภาพโดดเด่น เพื่อการขับเคลื่อนการดำเนินการให้เห็นผลลัพธ์เป็นรูปธรรมในระยะเวลาที่กำหนด พร้อมทั้ง ให้ผู้นำชุมชนจากแต่ละจังหวัด ได้เสนอผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเป็นหน่วยการวิเคราะห์ข้อมูล (ข้อมูลศักยภาพชุมชน/กลุ่ม) และเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการดำเนินการ สนับสนุนและพัฒนาต่อไป

นอกจากนี้ ที่ประชุมมีมติให้มีการคัดเลือกพื้นที่ (พื้นที่จับคู่พัฒนา) อีก ๖ พื้นที่/จังหวัด เพื่อให้เป็นพื้นที่ดำเนินการในลักษณะคู่ขนานกับพื้นที่ริเริ่ม ๖ พื้นที่ โดยสรุปแล้ว การดำเนินการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) สู่การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) หรือ ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) จะดำเนินการในพื้นที่ริเริ่ม จำนวน ๑๒ พื้นที่/จังหวัด และมีการระบุผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีศักยภาพ รายละเอียด ดังนี้

จังหวัด ริเริ่ม	กลุ่ม/ชุมชน หรือ ผลิตภัณฑ์ชุมชน	จับคู่จังหวัด	กลุ่ม/ชุมชน หรือ ผลิตภัณฑ์ชุมชน
สมุทรสงคราม	กลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตร (กล้วยมูก- หอม) หมู่ที่ ๕ ตำบลเหมืองใหม่ อำเภอมัทพวา	สุราษฎร์ธานี	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนา เศรษฐกิจชุมชน หมู่ที่ ๔ ตำบลเขาถ่าน อำเภอนาทม
สิงห์บุรี	- กลุ่มอาชีพแม่ครัวหัวป่า หมู่ที่ ๓ ตำบลหัว ป่า อำเภอบรมบุรี - กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ข้าวปลอดภัยแม่ครัว หัวป่า หมู่ที่ ๓ ตำบลหัวป่า อำเภอบรมบุรี	สงขลา	- กลุ่มโรงสีข้าวชุมชนบ้าน หนองโสน หมู่ที่ ๖ ตำบลควน รู อำเภอรัตนบุรี - กลุ่มสบู่ตาลโดนด (โหนด นา เล) หมู่ที่ ๗ ตำบลท่าหิน อำเภอสตงพระ
นนทบุรี	กลุ่มอาชีพสตรีแปรรูปอาหารบางเลน หมู่ที่ ๒ ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่	ชัยภูมิ	กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชมรม ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนอำเภอ เกษตรสมบูรณ์ หมู่ที่ ๓ ตำบลบ้านหัน อำเภอเกษตร สมบูรณ์
ปทุมธานี	- กลุ่มศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิง เกษตร) หมู่ที่ ๒ ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุม แก้ว - กลุ่มเกษตรชุมชนตำบลหน้าไม้ หมู่ที่ ๑๑ ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว	ยโสธร	กลุ่มผลิตและแปรรูปผลผลิต ทางการเกษตร (ข้าวหอม มะลิปลอดภัย) หมู่ที่ ๒ ตำบล คูเมือง อำเภอมหาชนะชัย
สมุทรปราการ	- กลุ่มกึ่งก้ามแดงแพรรษา หมู่ที่ ๗ ตำบลแพรรษา อำเภอเมืองฯ - กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์	น่าน	กลุ่มอาชีพเนื้อโคขุนบ้านแหด หมู่ที่ ๑๒ ตำบลฝายแก้ว อำเภอภูเพียง
สุพรรณบุรี	- กลุ่มชาวบ้านบางคันชั่ง หมู่ที่ ๑๒ ตำบล บางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง - กลุ่มผ้าชายกุย หมู่ที่ ๖ ตำบลวังน้ำเย็น อำเภอบางปลาม้า	เพชรบูรณ์	กลุ่มกรีนมาร์เก็ตชัยสมบูรณ์ ตำบลชัยสมบูรณ์ อำเภอ วิเชียรบุรี

ประเด็นที่ ๓ จัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan)

(๑) การกำหนดพื้นที่และกิจกรรมดำเนินการ

ผลการกำหนดแผนการดำเนินการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) สู่การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) หรือ ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) ตามแผนการดำเนินงานที่มูลนิธิสยามกัมมาจลเสนอ รายละเอียดตามตาราง

ที่	กิจกรรม	ปี ๒๕๖๐ (ไตรมาส)			
		๑	๒	๓	๔
๑.	SMEs – มูลนิธิสยามกัมมาจล – กรมการพัฒนาชุมชน				
	การคัดเลือกชุมชน/เอกชน	✓			
	Matching Program	✓			
	Organize and test run business		✓	✓	
๒.	เอกชนในพื้นที่				
	การคัดเลือกชุมชน/เอกชน	✓	✓		
	Matching Program		✓	✓	
	Organize and test run business				✓
๓.	รูปแบบการร่วมงานแบบมีตัวตน				
	การคัดเลือกชุมชน/เอกชน	✓	✓		
	Matching Program		✓	✓	
	Organize and test run business				✓
๔.	การพัฒนาสู่การดำเนินธุรกิจ (Develop to business)				
	Business operation			✓	✓
	Ecosystem building	✓	✓	✓	✓

(๒) การวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่ม/ชุมชนตัวอย่างของพื้นที่ริเริ่ม

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มอาชีพตัวอย่าง ตามกรอบคิดที่พัฒนาโดยสถาบันไทยพัฒน์ ได้พิจารณาคัดเลือกกลุ่มกล้วยมุก-หอม (จังหวัดสมุทรสงคราม) เป็นหน่วยในการวิเคราะห์ มีผลตามแผนภาพ ดังนี้



๑.๔ การกำหนดแผนปฏิบัติการขับเคลื่อน

(๑) การคัดเลือกชุมชน/เอกชน กิจกรรมการคัดเลือกชุมชน/เอกชน เพื่อกำหนดเป็นพื้นที่เป้าหมายสำหรับดำเนินการ ได้ถูกกำหนดเป็น ๓ พื้นที่ คือ (๑) พื้นที่ถอดบทเรียน ต้นแบบ (ถอดโมเดล) ในพื้นที่จังหวัด ๓ จังหวัด คือ จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดลำปาง และ จังหวัดศรีสะเกษ (๒) พื้นที่ริเริ่ม ในพื้นที่จังหวัด นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรสงคราม สมุทรปราการ สิงห์บุรี สุพรรณบุรี และ (๓) พื้นที่จับคู่พัฒนา ในพื้นที่จังหวัด สงขลา สุราษฎร์ธานี ชัยภูมิ ยโสธร น่าน เพชรบูรณ์ ทั้งนี้ เหตุผลสำหรับการเพิ่มจำนวนพื้นที่ขึ้นมาอีก ๑ พื้นที่ เพื่อดันหากกลุ่มอาชีพต้นแบบ (ถอดโมเดล) ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการขยายผลการขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (CE) สู่พื้นที่อื่น ๆ ให้ประสบความสำเร็จ

(๒) การดำเนินการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (CE) ตามแนวทางที่กำหนด

การลงพื้นที่และการวิเคราะห์ข้อมูลชุมชนและศักยภาพของกลุ่มอาชีพ
ต้นแบบ (ถอดโมเดล) คณะทำงานจะได้รู้รูปแบบการพัฒนา

ทั้งนี้ กระบวนการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (CE) ในพื้นที่ริเริ่มและพื้นที่จับคู่
พัฒนา จะดำเนินการไปในทิศทางบูรณาการแนวทางฯ จาก MOU ของคณะที่ ๑ และ คณะ
ที่ ๒ ร่วมกัน ประกอบด้วย การวิเคราะห์โอกาสและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจการ
สนับสนุนการศึกษาดูงาน การพัฒนากลุ่มอาชีพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมช่องทางการ
จำหน่าย และการจัดการกำไร เป็นต้น ซึ่งในท้ายที่สุด กระบวนการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน
(CE) จะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น กล่าวคือ ผู้ประกอบการชุมชน (CE) มีศักยภาพ
เข้มแข็งที่จะพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจ ตามรูปแบบและแนวทางที่ผู้ประกอบการชุมชน (CE)
รายนั้น ๆ ประสงค์

แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) ภายใต้ความร่วมมือ ระหว่างกรมการพัฒนาชุมชน
กับ มูลนิธิสืมาซีสพ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ หน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (Thailand Social Business Initiative : TSBI)

ที่	กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	งบประมาณ	เดือน												
				ม.ค. ๖๑	ก.พ. ๖๑	มี.ค. ๖๑	เม.ย. ๖๑	พ.ค. ๖๑	มิ.ย. ๖๑	ก.ค. ๖๑	ส.ค. ๖๑	ก.ย. ๖๑	ต.ค. ๖๑	พ.ย. ๖๑	ธ.ค. ๖๑	
	ดำเนินการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (CE) ตามแนวทางที่กำหนด (ต่อ)															
	๔.๓ สนับสนุนการดำเนินงานโดย SMEs สืมาซีสพ	• องค์การภาคเอกชนในตลาดหลักทรัพย์ฯ (ถ้ามี)			↔											
	๔.๔ การศึกษาดูงานการพัฒนา (คู่จังหวัด)					↔										
๕.	ติดตาม/ประเมินผลการดำเนินการ															
	๒.๑ รายงานผลการดำเนินการเสนอต่อผู้บริหารระดับสูง	• คณะทำงาน MOU (คณะที่ ๑ และ ๒)											↔			
	๒.๓ การจัดการความรู้					↔					↔					
	๒.๔ การสื่อสารผลงาน						↔					↔			↔	

ระยะที่ ๒ - ๓๖ จังหวัด (๑๒+๖๔)

แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) ภายใต้ความร่วมมือ ระหว่างกรมการพัฒนาชุมชน กับ มูลนิธิธรรมาชีพ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ หน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (Thailand Social Business Initiative : TSBI)

[illegible]

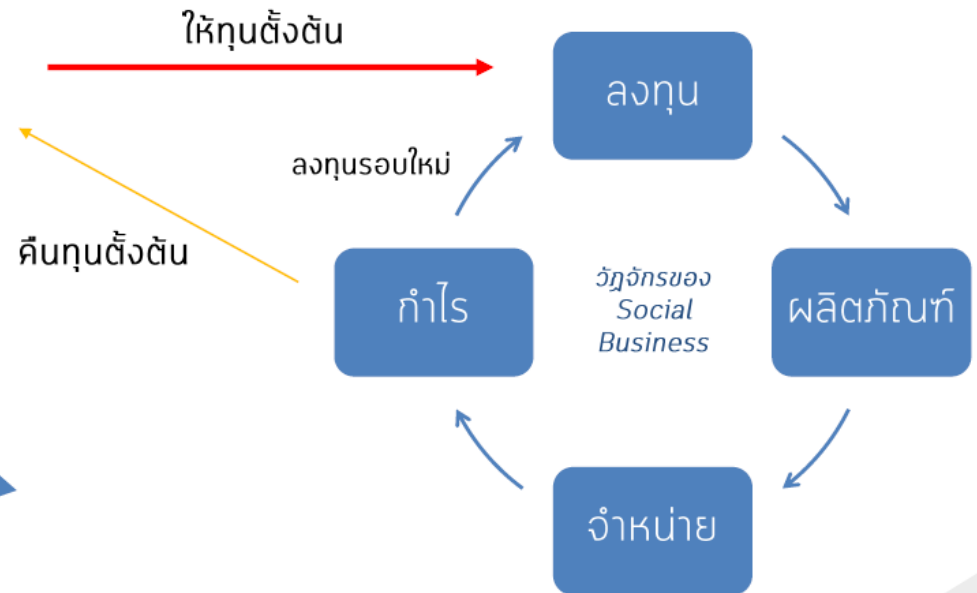
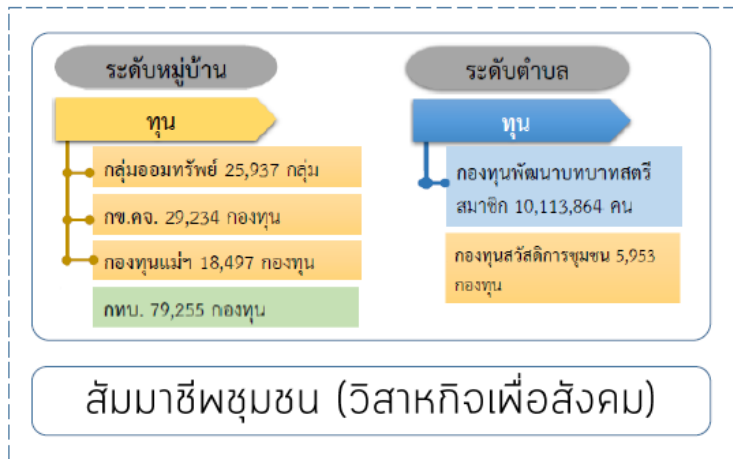
ที่	กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	งบประมาณ	เดือน									
				ม.ค. ๖๒	ก.พ. ๖๒	มี.ค. ๖๒	เม.ย. ๖๒	พ.ค. ๖๒	มิ.ย. ๖๒	ก.ค. ๖๒	ส.ค. ๖๒	ก.ย. ๖๒	
๓.	ดำเนินการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (CE) ตามแนวทางที่กำหนด												
	๓.๑ ระดมทุนชุมชน	• ผู้นำชุมชน • คณะทำงาน MOU (คณะที่ ๑ และ ๒) • ภาคีการพัฒนาในพื้นที่ดำเนินการ (สพจ., สพอ. หน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ)											
	๓.๒ พัฒนาธุรกิจชุมชนตามวงรอบวัฏจักร (ลงทุน – ผลิตภัณฑ์ – จำหน่าย – กำไร)												
	๓.๓ พัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มให้ได้มาตรฐาน/คุณภาพ												
	ดำเนินการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (CE) ตามแนวทางที่กำหนด (ต่อ)												
	๓.๔ สนับสนุนการดำเนินงานโดย SMEs สัมมาชีพ	• องค์การภาคเอกชนในตลาดหลักทรัพย์ฯ (ถ้ามี)											
	๓.๕ พัฒนา/สร้าง Ecosystem												
	๓.๖ การศึกษาดูงานการพัฒนา												

ที่	กิจกรรม	หน่วยงานรับผิดชอบ	งบประมาณ	เดือน								
	ม.ค. ๖๒			ก.พ. ๖๒	มี.ค. ๖๒	เม.ย. ๖๒	พ.ค. ๖๒	มิ.ย. ๖๒	ก.ค. ๖๒	ส.ค. ๖๒	ก.ย. ๖๒	
												
๓.๖	การศึกษาดูงานการพัฒนา (คุ้งจังหวัด)											
๔.	ติดตาม/ประเมินผลการดำเนินการ											
๔.๑	รายงานผลการดำเนินการเสนอต่อ ผู้บริหารระดับสูง	• คณะทำงาน MOU (คณะที่ ๑ และ ๒)										
๔.๒	จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (คุ้งจังหวัด/๑๒ พื้นที่)											
๔.๓	การจัดการความรู้											
๔.๔	การสื่อสารผลงาน											

๒. การสร้างโมเดลขับเคลื่อน : การสร้างกลุ่มสมาชิกผู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE)

ความเชื่อมโยงของโมเดลต้นแบบ ประยุกต์เครื่องมือการทำงาน (เครื่องมือการวิเคราะห์เพื่อให้รางวัลวิสาหกิจชุมชนดีเด่นของมูลนิธิธรรมาภิบาล) มาเป็นเครื่องมือตั้งต้นสำหรับการวิเคราะห์ความเข้มแข็งชุมชนและความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจของพื้นที่เป้าหมายทั้ง ๑๒ จังหวัด โดยเครื่องมือนี้ มีเกณฑ์การพิจารณา จำนวน ๕ ด้าน ซึ่งแต่ละด้านมีตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องแตกต่างกันไป ภายหลังจากนำเครื่องมือดังกล่าวไปวิเคราะห์พื้นที่ปฏิบัติการเป้าหมายแล้ว ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น คือ การจัดประเภทของกลุ่มอาชีพ ตามศักยภาพ จำนวน ๓ ประเภท ได้แก่ **ประเภทที่ ๑** เป็นกลุ่มอาชีพที่สามารถต่อยอดและยกระดับเป็นผู้ประกอบการในลักษณะวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE), กิจการเพื่อสังคม (Social Business : SB) หรือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) **ประเภทที่ ๒** เป็นกลุ่มอาชีพที่ต้องได้รับการบ่มเพาะก่อนการต่อยอดกิจการ กล่าวคือ เป็นการพัฒนากลุ่มอาชีพให้เป็นผู้ประกอบการชุมชน (CE) ที่เข้มแข็ง และ **ประเภทที่ ๓** คือ เป็นกลุ่มอาชีพที่ไม่สามารถพัฒนาได้ด้วยตนเอง ต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กรรัฐและเอกชน ภายหลังจากวิเคราะห์ (ด้วยเครื่องมือ ๕ ด้าน) และจัดประเภทกลุ่ม (๓ ประเภท) แล้วนั้น กระบวนการพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน จะประยุกต์ใช้วงจรการพัฒนาของกิจการเพื่อสังคม (SB) มาเป็นต้นแบบการพัฒนา ซึ่งการขับเคลื่อนตามวงจรดังกล่าว เริ่มต้นจากการลงทุน ซึ่งเป็นการนำกองทุนต่าง ๆ ในชุมชนมาเป็นทุนตั้งต้นให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการชุมชน จากนั้นจึงเป็นขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมาตรฐาน/คุณภาพ แล้วนำเข้าสู่ขั้นตอนการจัดจำหน่ายในระบบตลาด จากนั้น ผลกำไรที่ได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จะนำคืนทุนตั้งต้นและนำไปลงทุนรอบใหม่นั่น วงจรการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชนจะขับเคลื่อนดังนี้

กรอบแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (CE)



1. การวิเคราะห์และจัดประเภทกลุ่มอาชีพ

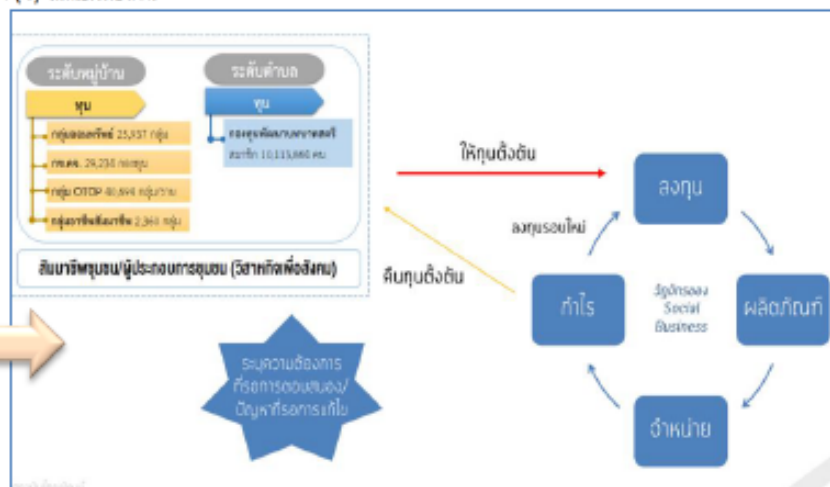


(1) ปฏิบัติขององค์กร (2) แผนงาน (3) ปารสรักษา (4) วัฒนธรรมขององค์กร

1. สามารถต่อ ยอด/ยกระดับ
เป็นผู้ประกอบการ

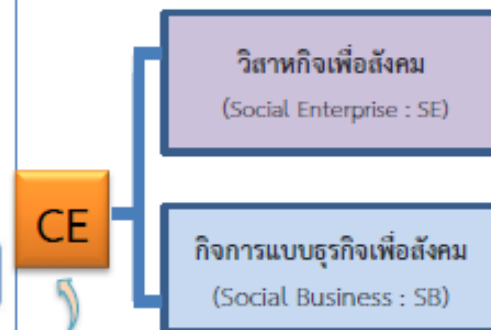
2. บ่มเพาะก่อนต่อยอดกิจการ

3. กิจกรรมสนับสนุนชุมชน ขององค์กรธุรกิจ/รัฐ



โมเดลการดำเนินงานตามโครงการสร้างสัมมาชีพชุมชน
สู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur: CE)

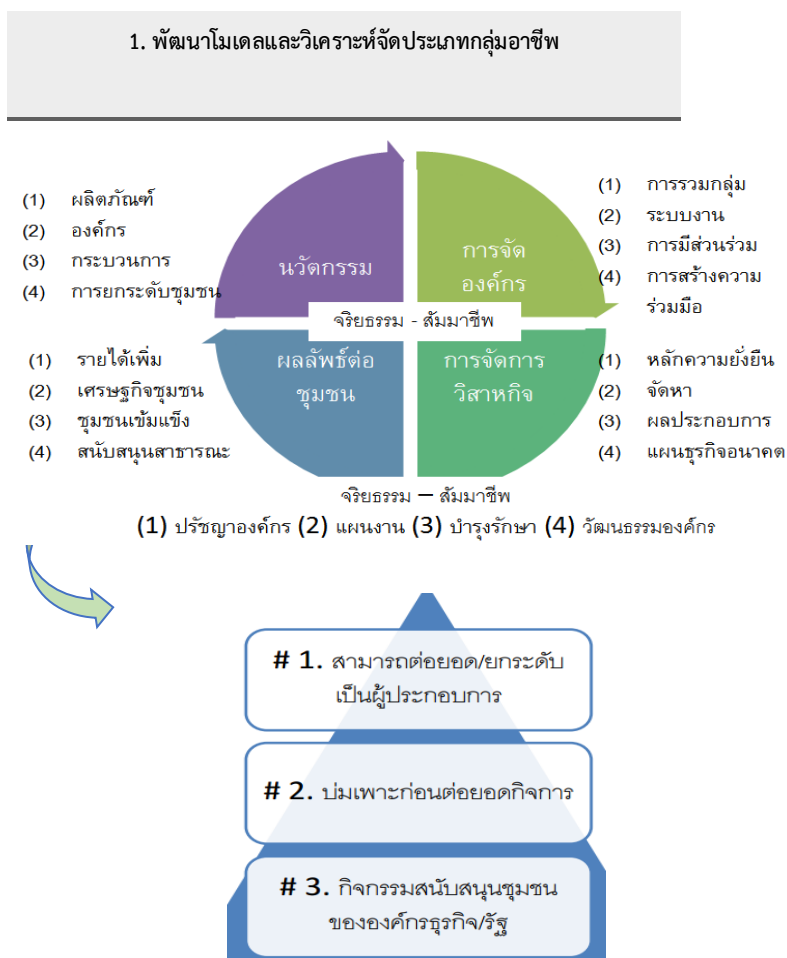
2. กระบวนการพัฒนากลุ่มอาชีพสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (CE)



กระบวนการสร้างสมาชิกชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) เป็นการประยุกต์จากเกณฑ์การให้คะแนนรางวัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดีเด่นของมูลนิธิธรรมาชีพ ผสมกับกระบวนการพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชนประยุกต์ใช้วงจรการพัฒนาของกิจการเพื่อสังคม (SB) มาเป็นต้นแบบการพัฒนาการประเมินและตัวชี้วัดศักยภาพกลุ่มอาชีพ/กลุ่มวิสาหกิจชุมชน-ธรรมาชีพ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑ เป็นการวิเคราะห์และจัดประเภทกลุ่มอาชีพ และส่วนที่ ๒ เป็นกระบวนการพัฒนากลุ่มอาชีพสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน

กระบวนการส่วนที่ ๑ การวิเคราะห์และจัดประเภทกลุ่มอาชีพ



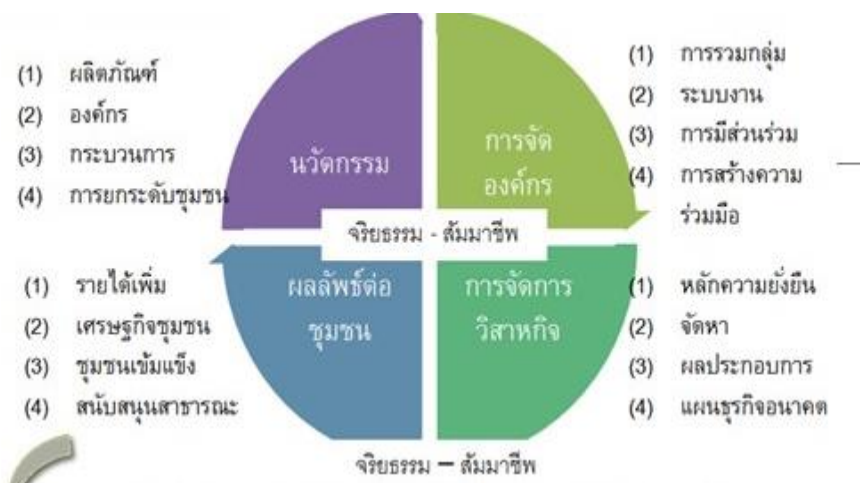
กระบวนการส่วนที่ ๑ การวิเคราะห์และจัดประเภทกลุ่มอาชีพประกอบด้วย เกณฑ์การประเมิน ศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ จำนวน ๕ ด้าน ประกอบด้วย ๑) การพัฒนา ศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านการจัดการองค์กร ๒) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านการจัดการ วิชาธุรกิจ ๓) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านจริยธรรม – สัมมาชีพ ๔) การพัฒนาศักยภาพ กลุ่มอาชีพด้านนวัตกรรม ๕) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านผลลัพธ์ต่อสังคม จากผลการ ประเมินตามเกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ จำนวน ๕ ด้าน ผลลัพธ์จากการประเมินที่เกิดขึ้น จะสามารถจัดประเภทของกลุ่มอาชีพตามศักยภาพ ได้ ๓ ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ ๑ เป็นกลุ่มอาชีพที่สามารถต่อยอดและยกระดับเป็นผู้ประกอบการชุมชน ได้และมีความพร้อมในการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อพัฒนาไปสู่กิจการแบบธุรกิจเพื่อ สังคม (Social Business : SB) หรือในลักษณะวิชาธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) หรือ วิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้

ประเภทที่ ๒ เป็นกลุ่มอาชีพที่ต้องได้รับการบ่มเพาะก่อนการต่อยอดกิจการ กล่าวคือ เป็นการพัฒนากลุ่มอาชีพให้เป็นผู้ประกอบการชุมชน (CE) ที่เข้มแข็งต่อไปได้

ประเภทที่ ๓ เป็นกลุ่มอาชีพที่ต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กรรัฐและเอกชน กล่าวคือ เป็นกลุ่มอาชีพที่ยังต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุน ทั้งจากภาครัฐและเอกชนให้มีความพร้อม ก่อนเข้าสู่กระบวนการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการชุมชน

เกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ จำนวน ๕ ด้าน



เกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ จำนวน ๕ ด้าน
มีรายละเอียดตามเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

๑. การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านการจัดการองค์กร ประกอบด้วย
 - มีโครงสร้าง ระเบียบกลุ่มที่ชัดเจน
 - มีแผนงานกำกับติดตามการดำเนินงานที่ชัดเจน
 - สมาชิกมีส่วนร่วมวางแผนตัดสินใจ
 - มีระบบตรวจสอบจากภายนอก
 - แสวงหาความร่วมมือจากองค์กรภายนอก - พันธมิตร
๒. การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านการจัดการวิสาหกิจ ประกอบด้วย
 - ใช้ทุนทางสังคม - วัฒนธรรมเป็นฐานการดำเนินงาน
 - คำนึงถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม
 - ใช้ทรัพยากรการผลิตและแรงงานจากชุมชน
 - มีผลกำไรมาแล้ว ๑ - ๓ ปี
 - มีแผนงานในการขยายวิสาหกิจ
๓. การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านจริยธรรม – สัมมาชีพ ประกอบด้วย
 - กำหนดหลักคุณธรรมในปรัชญา - วิสัยทัศน์ขององค์กร
 - ดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้
 - มีการประกาศให้รางวัล/ลงโทษเรื่องคุณธรรม จริยธรรม
 - องค์กรได้รับรางวัล/คำชื่นชม ปรากฏแก่สาธารณะ
 - ไม่มีข้อร้องเรียน/พิพาทที่เชื่อมโยงเรื่องคุณธรรมองค์กร
๔. การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านนวัตกรรม ประกอบด้วย
 - สร้างสรรค์สินค้าใหม่
 - สร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มใหม่ให้เกิดขึ้น
 - จัดกิจกรรมใหม่ที่ตอบสนองต่อสมาชิกและชุมชน
 - นำเทคโนโลยีและความรู้ใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน
 - มีการศึกษาวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่
๕. การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านผลลัพธ์แก่สังคม ประกอบด้วย
 - สร้างรายได้เพิ่มแก่สมาชิก
 - ได้รับสนับสนุนให้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง
 - เป็นตัวอย่างแก่องค์กรอื่น ๆ ในท้องถิ่นได้
 - มีหน่วยงานภายนอกเข้ามาสนับสนุน
 - องค์กรจัดแบ่งผลกำไรเพื่อสาธารณประโยชน์

ตารางเกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ จำนวน ๕ ด้าน

เป้าหมาย	เกณฑ์การพิจารณา	ตัวชี้วัด
๑. ด้านการจัดการวิสาหกิจ		
ความสามารถในการจัดการวิสาหกิจ	ยึดถือหลักความยั่งยืนในการประกอบการ	๑. กิจการใช้ทุนทางสังคม/วัฒนธรรมเป็นฐานในการดำเนินงาน ๒. การดำเนินงานคำนึงถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม
	การจัดหา จัดจ้าง	๓. การทำงานใช้วิถีอุทิศในชุมชน และการจัดจ้างคนในชุมชน
	ผลประกอบการ น่าพึงพอใจ	๔. กิจการมีผลกำไรมาแล้ว ๑-๓ ปี
	แผนธุรกิจในอนาคต	๕. มีแผนงานในการยกระดับ/ขยายวิสาหกิจ
๒. ด้านการจัดการองค์กร		
ความสามารถในการจัดการองค์กร	มีการรวมกลุ่ม	๑. องค์กรมีโครงสร้างและฝ่ายงานรับผิดชอบมีระเบียบกลุ่มที่ชัดเจน
	มุ่งบริหารงานด้วยระบบ	๒. องค์กรมี แผนงาน มีระบบ กำกับ ติดตาม การดำเนินงานที่ชัดเจน (ภายในกลุ่ม)
	การมีส่วนร่วม	๓. สมาชิกมีส่วนร่วมวางแผนและตัดสินใจ
	การสร้างความร่วมมือ	๔. องค์กรมีระบบตรวจสอบจากภายนอก (อาทิ การตรวจ-สอบบัญชีสหกรณ์จากหน่วยงานภายนอก)
		๕. การมีส่วนร่วมจากองค์กรภายนอก/พันธมิตร (การสนับสนุนด้านความรู้ ทุน ฯลฯ)

เป้าหมาย	เกณฑ์การพิจารณา	ตัวชี้วัด
๓. ด้านนวัตกรรม		
ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม	การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่	๑. มีการสร้างสรรค์สินค้าใหม่ กิจกรรมใหม่ทางเศรษฐกิจเกิดขึ้น (ตัวสินค้า)
		๒. มีการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มใหม่ให้เกิดขึ้น
	การบริหารจัดการแนวใหม่	๓. มีการจัดการใหม่/กิจกรรมใหม่ที่ตอบสนองต่อสมาชิกและชุมชน (เชิงโครงสร้างองค์กร/กระบวนการ)
		๔. มีการนำเทคโนโลยี/ความรู้ใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน
	มีการยกระดับความรู้	๕. มีการศึกษาวิจัยและอบรมพัฒนาความรู้ในการทำงาน
๔. ด้านผลลัพธ์		
ผลลัพธ์จากการทำงาน / วิสาหกิจแก่สมาชิก / ชุมชน/สังคม	มีการสร้างเสริมเศรษฐกิจของชุมชน	๑. การดำเนินงานสร้างรายได้เพิ่ม แก่สมาชิก
		๒. กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่อเนื่องได้รับการอุดหนุนให้พัฒนา
	มีส่วนสร้างความเข้มแข็งของชุมชน	๓. การทำงานขององค์กรเป็นตัวอย่างแก่องค์กรอื่น ๆ ในท้องถิ่นได้
		๔. มีหน่วยงานภายนอกชุมชนเข้ามาสนใจให้การสนับสนุน
	สร้างสาธารณประโยชน์	๕. องค์กรจัดแบ่งผลกำไรเพื่อสาธารณประโยชน์
๕. ด้านจริยธรรม – สัมมาชีพ		
ความ ยึดมั่นในหลักคุณธรรม	ระบุในระดับปรัชญา	๑. กำหนดในปรัชญา/วิสัยทัศน์/ระเบียบองค์กร
	มีการปฏิบัติตามแผน	๒. มีการดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้
	การบำรุงรักษา	๓. มีประกาศ มีการให้รางวัล การลงโทษเรื่องจริยธรรม
	วัฒนธรรม องค์กรได้รับ ความเชื่อถือ	๔. องค์กรได้รับรางวัล / คำชื่นชม ปรากฏแก่สาธารณชน
		๕. ไม่มีข้อร้องเรียน/กรณีพิพาทที่เชื่อมโยงเรื่องคุณธรรมองค์กร

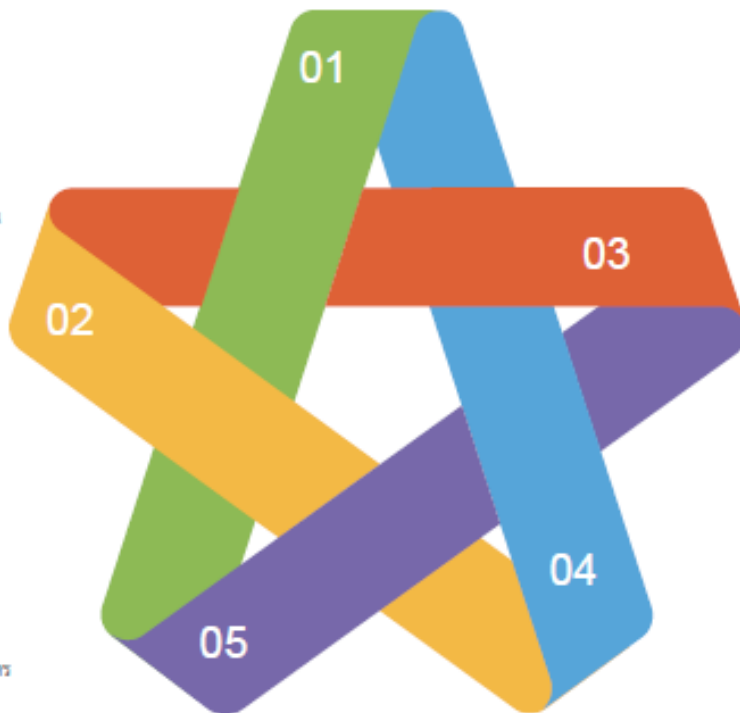
เกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ

01. ความสามารถ ในการจัดการวิสาหกิจ

1. ใช้ทุนทางสังคม-วัฒนธรรมเป็นฐานการดำเนินงาน
2. ดำเนินงานอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้
3. ใช้ทรัพยากรการเติบโตและแรงงานจากชุมชน
4. มีผลกำไรมาแล้ว 1 – 3 ปี
5. มีแผนงานในการขยายวิสาหกิจ

02. ความสามารถ ในการจัดการองค์กร

1. มีโครงสร้าง-ระเบียบที่ชัดเจน
2. มีแผนงานกำกับติดตามการดำเนินงานที่ชัดเจน
3. สมาชิกมีส่วนร่วมวางแผนตัดสินใจ
4. มีระบบตรวจสอบจากภายนอก
5. แสวงหาความร่วมมือจากองค์กรภายนอก-พันธมิตร



คะแนนเต็ม 75 คะแนน

03. ความสามารถ ในการสร้างนวัตกรรม

1. สร้างสรรค์สินค้าใหม่
2. สร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มใหม่ให้เกิดขึ้น
3. จัดกิจกรรมใหม่ที่ตอบสนองต่อสมาชิกและชุมชน
4. นำเทคโนโลยีและความรู้ใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน
5. มีการศึกษาวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่

04. การสร้างผลประโยชน์แก่สังคม

1. สร้างรายได้เพิ่มแก่สมาชิก
2. ได้รับการสนับสนุนให้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง
3. เป็นตัวอย่างแก่องค์กรอื่น ๆ ในท้องถิ่นได้
4. มีหน่วยงานภายนอกเข้ามาสนับสนุน
5. องค์กรจัดแบ่งผลกำไรเพื่อสาธารณประโยชน์

05. ความยั่งยืนในหลักคุณธรรม

1. กำหนดหลักคุณธรรมเป็นปรัชญา-วิถีชีวิตขององค์กร
2. ดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้
3. มีประกาศการให้รางวัล/องโทษเรื่องคุณธรรม จริยธรรม
4. องค์กรได้รับรางวัล/คำชื่นชม ปรากฏแก่สาธารณะ
5. ไม่มีส่วนร้องเรียน/พิพาทที่เชื่อมโยงเรื่องคุณธรรมองค์กร

ตารางการประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ

เป้าหมาย	เกณฑ์การพิจารณา	ตัวชี้วัด	คะแนนเต็ม
๑. ด้านการจัดการวิสาหกิจ			คะแนนเต็ม
ความสามารถ ในการจัดการ วิสาหกิจ	ยึดถือหลักความยั่งยืนใน การประกอบการ	๑. กิจการใช้ทุนทางสังคม/วัฒนธรรมเป็นฐานในการดำเนินงาน	3
		๒. การดำเนินงานคำนึงถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม	3
	การจัดหา จัดจ้าง	๓. การทำงานใช้วัตถุดิบในชุมชน และการจัดจ้างคนในชุมชน	3
	ผลประกอบการน่าพึงใจ	๔. กิจการมีผลกำไรมาแล้ว ๑-๓ ปี	3
	แผนธุรกิจในอนาคต	๕. มีแผนงานในการยกระดับ /ขยายวิสาหกิจ	3
๒. ด้านการจัดการองค์กร			คะแนนเต็ม
ความสามารถ ในการจัดการ องค์กร	มีการรวมกลุ่ม	๑. องค์กรมีโครงสร้างและฝ่ายงานรับผิดชอบมีระเบียบกลุ่มที่ชัดเจน	3
	มุ่งบริหารงานด้วยระบบ	๒. องค์กรมีแผนงาน มีระบบกำกับ ติดตามการดำเนินงานที่ชัดเจน (ภายในกลุ่ม)	3
	การมีส่วนร่วม	๓. สมาชิกมีส่วนร่วมวางแผนและตัดสินใจ	3
	การสร้างความร่วมมือ	๔. องค์กรมีระบบตรวจสอบจากภายนอก (อาทิ การตรวจ-สอบบัญชีสหกรณ์ จากหน่วยงานภายนอก)	3
		๕. การมีส่วนร่วมจากองค์กรภายนอก/พันธมิตร (การสนับสนุนด้านความรู้ ทุน ฯลฯ)	3

ตารางการประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ

๓. ด้านนวัตกรรม			คะแนนเต็ม
ความสามารถ ในการสร้าง นวัตกรรม	การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ใหม่	๑. มีการสร้างสรรค์สินค้าใหม่ กิจกรรมใหม่ทางเศรษฐกิจเกิดขึ้น (ตัวสินค้า)	3
		๒. มีการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มใหม่ให้เกิดขึ้น	3
	การบริหารจัดการแนวใหม่	๓. มีการจัดการใหม่/กิจกรรมใหม่ที่ตอบสนองต่อสมาชิกและชุมชน (เชิงโครงสร้างองค์กร/กระบวนการ)	3
		๔. มีการนำเทคโนโลยี/ความรู้ใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน	3
	มีการยกระดับความรู้	๕. มีการศึกษาวิจัยและอบรมพัฒนาความรู้ในการทำงาน	3
๔. ด้านผลลัพธ์แก่ชุมชน-สังคม			คะแนนเต็ม
ผลลัพธ์จาก การทำธุรกิจ / วิสาหกิจแก่ สมาชิก / ชุมชน/สังคม	มีการสร้างเสริมเศรษฐกิจ ของชุมชน	๑ การดำเนินงานสร้างรายได้ให้แก่สมาชิก	3
		๒ กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่อเนื่องได้รับการอุดหนุนให้พัฒนา	3
	มีส่วนสร้างความเข้มแข็ง ของชุมชน	๓ การทำงานขององค์กรเป็นตัวอย่างแก่องค์กรอื่นๆในท้องถิ่นได้	3
		๔ มีหน่วยงานภายนอกชุมชนเข้ามาสนใจให้การสนับสนุน	3
	สร้างสาธารณประโยชน์	๕ องค์กรจัดแบ่งผลกำไรเพื่อสาธารณประโยชน์	3

ตารางการประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ

๕. ด้านจริยธรรม – สัมมาชีพ			คะแนนเต็ม
ความยึดมั่น ในหลัก คุณธรรม	ระบุในระดับปรัชญา	๑ กำหนดในปรัชญา/วิสัยทัศน์/ระเบียบองค์กร	3
	มีการปฏิบัติตามแผน	๒ มีการดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้	3
	การบำรุงรักษา	๓ มีประกาศ มีการให้รางวัล การลงโทษเรื่องจริยธรรม	3
	วัฒนธรรมองค์กรได้รับความ เชื่อถือ	๔ องค์กรได้รับรางวัล / คำชื่นชม ปราบกฏแก่สาธารณชน	3
		๕ ไม่มีข้อร้องเรียน/กรณีพิพาทที่เชื่อมโยงเรื่องคุณธรรมองค์กร	3

รวมคะแนนทั้ง 5 ด้าน = 75 คะแนน

กรอบระยะเวลาการดำเนินงานตามโครงการสร้างสัมมาชีพชุมชน
สู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur: CE)



ส่วนที่ ๓ ผลการดำเนินการสร้างและพัฒนากลุ่มสมาชิกชุมชน สู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE)

การดำเนินการสร้างกลุ่มสมาชิกชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) คณะทำงานทีมปฏิบัติการ สังกัดกรมการพัฒนาชุมชน พร้อมด้วยบุคลากรจากหน่วยงานที่ร่วมลงนาม ข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ได้ดำเนินการ ดังนี้

๑. ผลการลงพื้นที่จัดเก็บวิเคราะห์ข้อมูลในพื้นที่เป้าหมาย โดยการสร้างความรู้

ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินกิจกรรมตามข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) แก่พัฒนาการจังหวัด หัวหน้ากลุ่มงาน นักวิชาการที่เกี่ยวข้อง และดำเนินการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มอาชีพเป้าหมาย ตามเกณฑ์การประเมิน (ตัวชี้วัด) ศักยภาพของกลุ่ม ในพื้นที่ ๑๒ จังหวัด ๑๗ กลุ่มอาชีพ ได้แก่

จังหวัดปทุมธานี กลุ่มศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงเชิงเกษตร หมู่ที่ ๒ ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว และกลุ่มเกษตรชุมชนตำบลหน้าไม้ หมู่ที่ ๑๑ ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว

จังหวัดนนทบุรี กลุ่มอาชีพสตรีแปรรูปอาหารบางเลน หมู่ที่ ๒ ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่

จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มข้าวบ้านบางคันชั่ง หมู่ที่ ๑๒ ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง และ กลุ่มผ้าชายกุย หมู่ที่ ๖ ตำบลวังน้ำเย็น อำเภอบางปลาม้า

จังหวัดสิงห์บุรี กลุ่มอาชีพแม่ครัวหัวป่า หมู่ที่ ๓ ตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี และ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ข้าวปลอดภัยแม่ครัวหัวป่า หมู่ที่ ๓ ตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี

จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มกึ่งก้ามแดงแพรงษา หมู่ที่ ๗ ตำบลแพรงษา อำเภอเมืองฯ และ กลุ่มพัฒนา อาชีพบ้านคลองนาเกลือ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์

จังหวัดสมุทรสงคราม กลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรกล้วยมุก – หอม หมู่ที่ ๕ ตำบลเหมืองใหม่ อำเภออัมพวา

จังหวัดชัยภูมิ กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนผู้นำอาสาพัฒนาชุมชนอำเภอเกษตรสมบูรณ์ หมู่ที่ ๓ ตำบล บ้านหัน อำเภอเกษตรสมบูรณ์

จังหวัดยโสธร กลุ่มผลิตและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (ข้าวหอมมะลิปลอดภัย) หมู่ที่ ๒ ตำบลคู เมือง อำเภอมหาชนะชัย

จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน หมู่ที่ ๔ ตำบลเขาถ่าน อำเภอท่าฉาง

จังหวัดสงขลา กลุ่มโรงสีข้าวชุมชนบ้านหนองโสน หมู่ที่ ๖ ตำบลควนรู อำเภอรังษี และ กลุ่มสบู่ตาลโดนด (โหนด นา เล) หมู่ที่ ๗ ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ

จังหวัดน่าน กลุ่มอาชีพโคขุนบ้านแหด หมู่ที่ ๑๒ ตำบลฝายแก้ว อำเภอภูเพียง

จังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มกรีนมาร์เก็ตชัยสมบูรณ์ ตำบลชัยสมบูรณ์ อำเภอวิเชียรบุรี

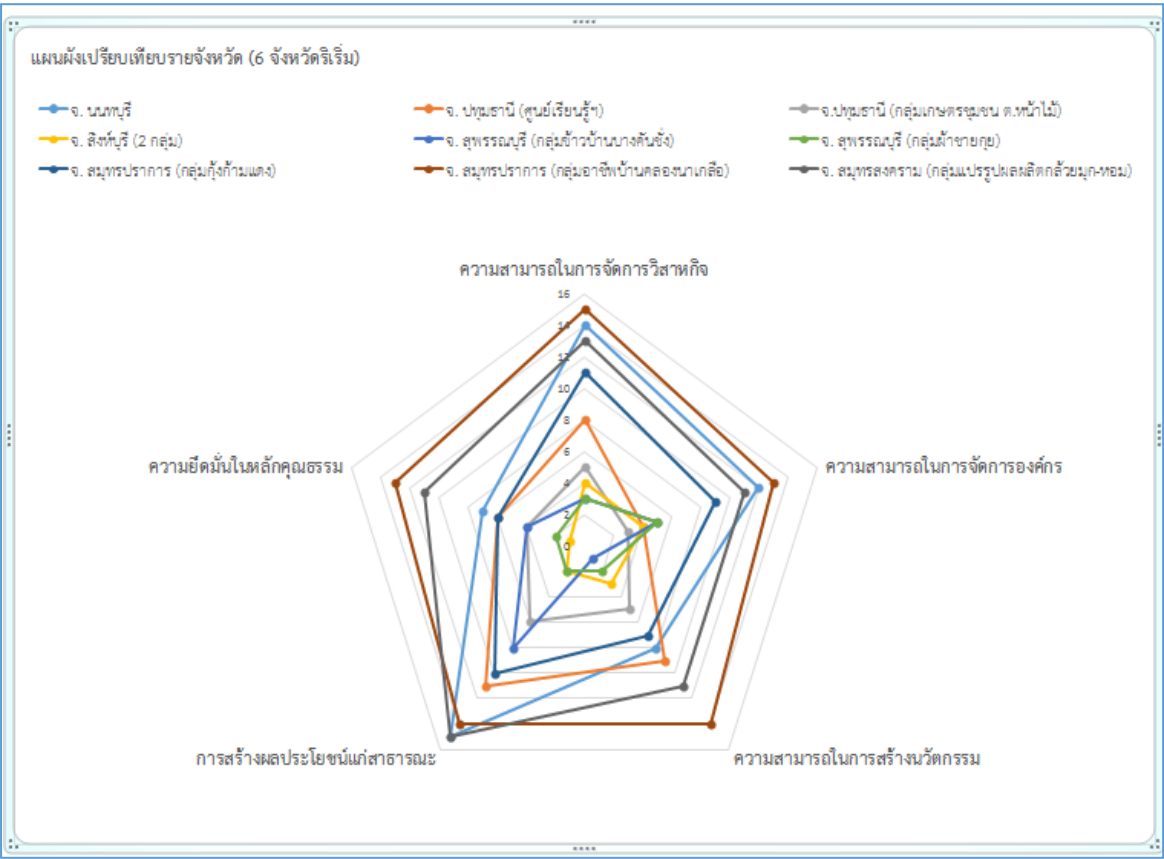
๑.๒ สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลในพื้นที่เป้าหมาย และการจัดประเภทกลุ่มอาชีพ จากการลงพื้นที่ข้อมูลในพื้นที่เป้าหมาย จัดเก็บข้อมูลในพื้นที่ ๑๒ จังหวัด ๑๗ กลุ่มอาชีพ โดยแยกเป็นพื้นที่ริเริ่มและพื้นที่จับคู่พัฒนา ได้ดังนี้

๑.๒.๑ ผลการวิเคราะห์กลุ่มอาชีพตามเกณฑ์การพิจารณา ๕ ด้าน (ด้านการจัดการวิสาหกิจ ด้านการ จัดการองค์กร ด้านนวัตกรรม ด้านผลลัพธ์แก่ชุมชน สังคม ด้านจริยธรรม – สัมมาชีพ) สรุปคะแนนพื้นที่ริเริ่ม

ที่	จังหวัด/เกณฑ์	ความสามารถ ในการ จัดการ วิสาหกิจ	ความสามารถ ในการ จัดการ องค์กร	ความสามารถใน การสร้าง การรำน นวัตกรรม	การสร้างผล ประโยชน์ แก่สาธารณะ	ความยึดมั่นใน หลักคุณธรรม	รวม
๑	จ. สมุทรปราการ กลุ่มอาชีพบ้านคลองนาเกลือ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์	๑๕	๑๓	๑๔	๑๔	๑๓	๖๙
๒	จ. สมุทรสงคราม กลุ่มแปรรูปผลผลิต กล้วยมุก-หอม หมู่ที่ ๕ ตำบลเหมืองใหม่ อำเภอมวก	๑๓	๑๑	๑๑	๑๕	๑๑	๖๑
๓	จ. นนทบุรี (กลุ่มอาชีพสตรีแปรรูปอาหาร บางเลน หมู่ที่ ๒ ตำบลบาง เลน อำเภอบางใหญ่)	๑๔	๑๒	๘	๑๕	๗	๕๖
๔	จ. สมุทรปราการ กลุ่มกึ่งก้ามแดงแพรภษา หมู่ที่ ๗ ตำบลแพรภษา อำเภอเมืองสมุทรปราการ	๑๑	๙	๗	๑๐	๖	๔๓
๕	จ. ปทุมธานี กลุ่มศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจ พอเพียง (เชิงเกษตร) หมู่ที่ ๒ ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว	๘	๔	๙	๑๑	๖	๓๘
๖	จ. สุพรรณบุรี กลุ่มข้าวบ้านบางคันชั่ง หมู่ที่ ๑๒ ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง	๘	๑๐	๑	๘	๔	๓๑
๗	จ. ปทุมธานี กลุ่มเกษตรชุมชนตำบล หน้าไม้ หมู่ที่ ๑๑ ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว	๕	๓	๕	๖	๔	๒๓
๘	จ. สิงห์บุรี กลุ่มอาชีพแม่ครัวหัวป่า หมู่ที่ ๓ ตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี	๔	๔	๓	๒	๑	๑๔

ที่	จังหวัด/เกณฑ์	ความสามารถในการจัดการวิสาหกิจ	ความสามารถในการจัดการองค์กร	ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม	การสร้างผลประโยชน์แก่สาธารณะ	ความยั่งยืนในหลักคุณธรรม	รวม
๙	จ. สิงห์บุรี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว ปลอดภัยแม่ครัวหัวป่า หมู่ที่ ๓ ตำบลหัวป่า อำเภوبرมบุรี	๔	๔	๓	๒	๑	๑๔
๑๐	จ. สุพรรณบุรี กลุ่มผ้าชายกุย หมู่ที่ ๖ ตำบลวังน้ำเย็น อำเภอบางปลาม้า	๓	๕	๒	๒	๒	๑๔

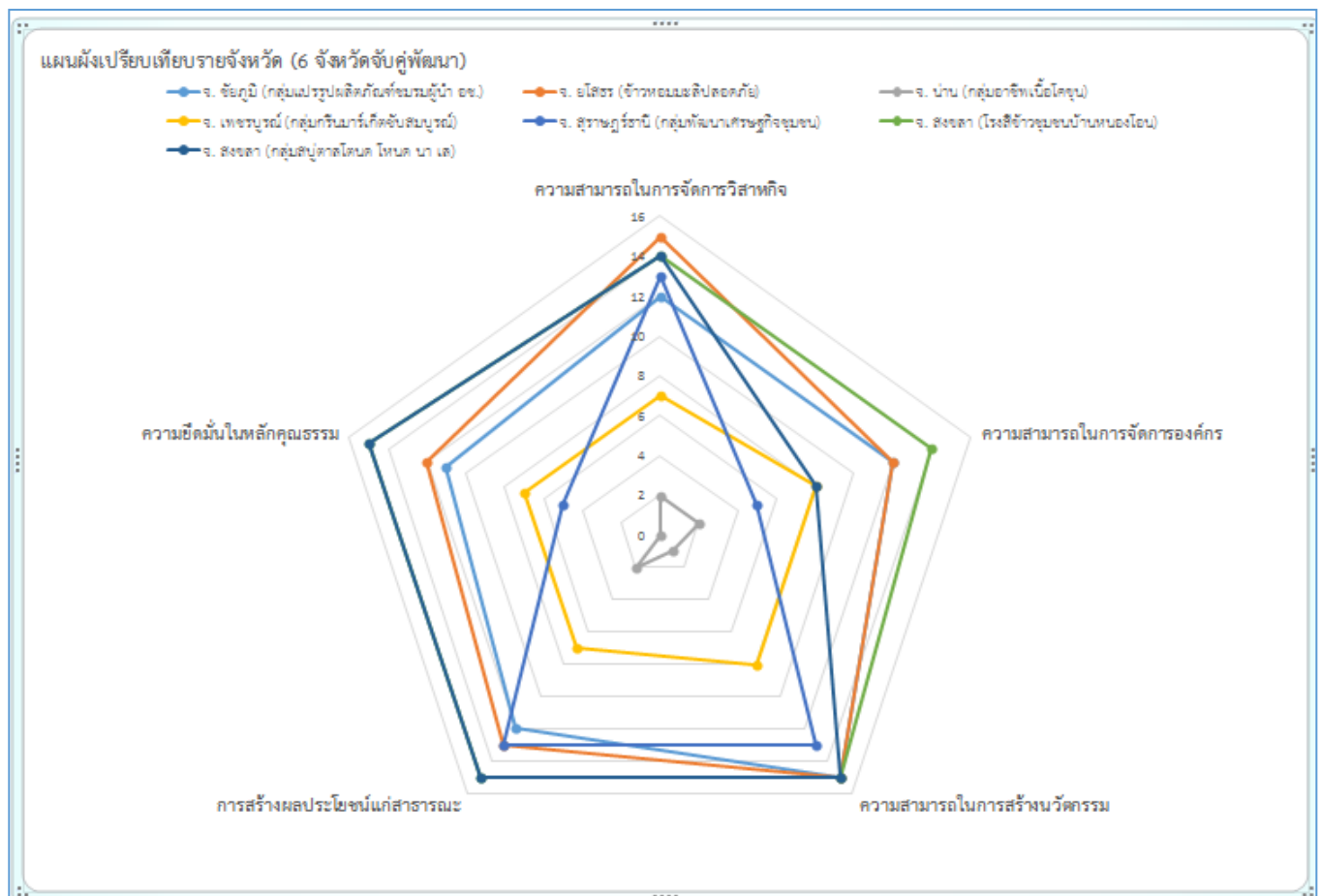
แผนผังเปรียบเทียบรายจังหวัด (๖ จังหวัดริเริ่ม)



๑.๒.๒ สรุปคะแนนพื้นที่จับคู่พัฒนา

ที่	จังหวัด/เกณฑ์	ความสามารถในการจัดการวิสาหกิจ	ความสามารถในการจัดการองค์กร	ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม	การสร้างผลประโยชน์แก่สาธารณะ	ความยืดหยุ่นในหลักคุณธรรม	รวม
๑	จ. สงขลา กลุ่มโรงสีข้าวชุมชนบ้านหนองโสน หมู่ที่ ๖ ตำบลควนรู อำเภอรัตภูมิ	๑๔	๑๔	๑๕	๑๕	๑๔	
๒	จ. สงขลา กลุ่มสุปุตาลโตนด (โหนด นา เล) หมู่ที่ ๗ ตำบลท่าหิน อำเภอสิงหนคร	๑๔	๘	๑๕	๑๕	๑๕	
๓	จ. ยโสธร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคุ้มพัฒนา (ข้าวหอมมะลิปลอดภัย) หมู่ที่ ๒ ตำบลคูเมือง อำเภอมหาชนะชัย	๑๕	๑๒	๕	๑๓	๑๒	๕๗
๔	จ. ชัยภูมิ กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชมรมผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ หมู่ที่ ๓ ต.บ้านหัน อ.เกษตรสมบูรณ์	๑๒	๑๒	๕	๑๒	๑๑	๕๒
๕	จ. สุราษฎร์ธานี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน หมู่ที่ ๔ ตำบลเขาถ่าน อำเภอท่าฉาง	๑๓	๕	๑๓	๑๓	๕	๔๙
๖	จ. เพชรบูรณ์ กลุ่มกรีนมาร์เก็ตตำบลสมบูรณ์ ตำบลชัยสมบูรณ์ อำเภอวิเชียรบุรี	๗	๘	๘	๗	๗	๓๗
๗	จ. น่าน กลุ่มอาชีพเนื้อโคขุนบ้านหาด หมู่ที่ ๑๒ ตำบลฝายแก้ว อำเภอภูเพียง	๒	๒	๑	๒	๐	๗

แผนผังเปรียบเทียบรายจังหวัด (๖ จังหวัดจับคู่พัฒนา)



๑.๓ การจัดประเภทกลุ่มอาชีพตามเกณฑ์การพิจารณา ๕ ด้าน (ด้านการจัดการวิสาหกิจ ด้านการจัดการองค์กร ด้านนวัตกรรม ด้านผลลัพธ์แก่ชุมชน สังคม ด้านจริยธรรม – สัมมาชีพ) วิเคราะห์ตามเกณฑ์การประเมินและตัวชี้วัด ศักยภาพกลุ่มอาชีพและโมเดลต้นแบบการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) สามารถ จัดประเภทกลุ่มอาชีพตามเกณฑ์คะแนนได้ ๓ ประเภท ดังนี้



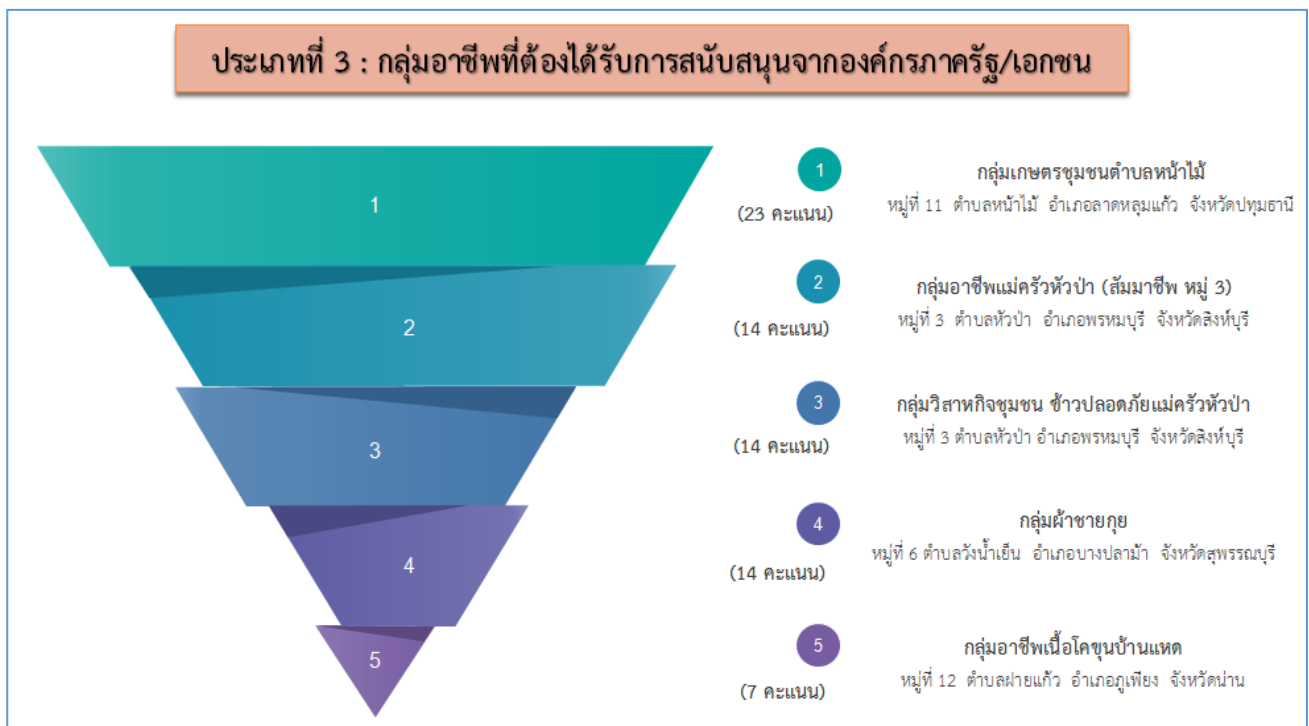
ประเภทที่ ๑ กลุ่มอาชีพที่สามารถต่อยอดและยกระดับเป็นผู้ประกอบการ มีคะแนนระหว่าง ๕๐ – ๗๕ คะแนน จำนวน ๗ กลุ่ม สรุปตามแผนภาพดังนี้



ประเภทที่ ๒ กลุ่มอาชีพที่ต้องได้รับการบ่มเพาะก่อนการต่อยอดกิจการ มีคะแนนระหว่าง ๓๐ – ๔๙ คะแนน จำนวน ๕ กลุ่ม สรุปตามแผนภาพ ดังนี้



ประเภทที่ ๓ กลุ่มอาชีพที่ไม่สามารถพัฒนาได้ด้วยตนเอง ต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐ/เอกชน มีคะแนนระหว่าง ๐ – ๒๙ คะแนน จำนวน ๕ กลุ่ม สรุปตามแผนภาพ ดังนี้



๒. ผลการดำเนินการขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพสู่ผู้ประกอบการชุมชน โดยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่ม ๕ ด้าน ดำเนินการ ๓ วัน ระหว่างวันที่ ๒๐ – ๒๒ ธันวาคม ๒๕๖๐ ณ โรงแรมเอสดี อเวนิว ถนนบรมราชชนนี แขวงบางบำหรุ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร สรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพสู่ผู้ประกอบการชุมชน ได้ดังนี้



รูปแบบการดำเนินการโดยการฝึกอบรมเพิ่มเติมความรู้และจัด Workshop โดยมีเนื้อหาการฝึกอบรมประกอบด้วย

- ๑) แนวคิดและกรณีศึกษาการสร้างผู้ประกอบการชุมชน CE วิทยาการเพิ่มเติมความรู้ดำเนินการโดย ดร.สุนทร คุณชัยมั่ง
- ๒) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพ ด้านนวัตกรรม วิทยาการเพิ่มเติมความรู้ดำเนินการโดย ดร.ณัฐพงษ์ จารุวรรณพงษ์
- ๓) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพ ด้านจริยธรรม – สัมมาชีพ วิทยาการเพิ่มเติมความรู้ดำเนินการโดย ดร.สุนทร คุณชัยมั่ง และคุณอารีย์ คงแจ่ม
- ๔) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพ ด้านการจัดการองค์กร วิทยาการเพิ่มเติมความรู้ดำเนินการโดย ดร.สุนทร คุณชัยมั่ง
- ๕) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพ ด้านการจัดการวิสาหกิจ วิทยาการเพิ่มเติมความรู้ดำเนินการโดย ดร.ทวีศักดิ์ รักยิ่ง
- ๖) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพ ด้านผลลัพธ์แก่สังคม วิทยาการเพิ่มเติมความรู้ดำเนินการโดย ดร.สุนทร คุณชัยมั่ง
- ๗) กิจกรรมแบ่งกลุ่มวางแผนและสำรวจความต้องการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มอาชีพ
- ๘) การสร้าง commitment กับกลุ่มและจัดทำ Milestone การวัดผลของกลุ่ม

สรุปผลการกิจกรรมจัดประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่ม ๕ ด้าน ตามผลการวิเคราะห์ด้วยเกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ ตามเกณฑ์ ๕ ด้าน ประกอบด้วย ๑) ด้านการจัดการวิสาหกิจ ๒) ด้านการจัดการองค์กร ๓) ด้านนวัตกรรม ๔) ด้านผลลัพธ์แก่ชุมชน – สังคม และ ๕) ด้านจริยธรรม – สัมมาชีพ มีผลการ Workshop โดยใช้ Business Model จัดประเภทกลุ่มอาชีพได้ ๓ ประเภท สามารถสรุป ดังนี้

ประเภทที่ ๑ การพัฒนาการตลาด (Market Development) เป็นกลุ่มที่มีความพร้อมที่จะพัฒนา ประกอบด้วย

๑) กลุ่มกรีนมาร์เก็ตชัยสมบูรณ์ ตำบลชัยสมบูรณ์ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา ๒) กลุ่มอาชีพสตรีแปรรูปอาหารบางเลน ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ๓) กลุ่มสบู่ตาลโตนด (โหนด นา เล) ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ๔) กลุ่มโรงสีข้าวชุมชนบ้านหนองโสน ตำบลควนรู อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีรายละเอียด แยกเป็นรายกลุ่มได้ ดังนี้

๑. กลุ่มกรีนมาร์เก็ตชัยสมบูรณ์ ตำบลชัยสมบูรณ์ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา

กลุ่มกรีนมาร์เก็ตชัยสมบูรณ์ - วิสาหกิจชุมชน			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
กล้วยแปรรูป (กล้วยน้ำว้า/กล้วยหอมทอง)	วัตถุดิบของชุมชน สามารถจัดหาซื้อได้ในชุมชน สมาชิกกลุ่มเริ่ม 32 คน	ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรอง <u>อย.</u> และมีแผนที่จะพัฒนา <u>มาตรฐานสากล GMP HACCP</u> และมาตรฐานอื่นที่ตลาดผู้บริโภคกำหนด	จำหน่ายในชุมชน / นอกชุมชน และเข้าสู่ระบบการผลิตเพื่อสนับสนุนตลาดแบบ modern trade

Business model – marketization/market development

นำเอาผลิตภัณฑ์ชุมชนไปเข้าสู่เป็นส่วนหนึ่งของระบบตลาด ซึ่งจะต้องพัฒนามาตรฐานสินค้าและวิถีปฏิบัติในการค้าพาณิชย์ (ปรับวิธีการผลิตเป็นวิธีการค้าของเกษตรกร ในขณะเดียวกันในด้าน modern trade ก็ต้องส่งเสริมการยกระดับความสามารถของชุมชน (เพื่อความยั่งยืน)

๒. กลุ่มอาชีพสตรีแปรรูปอาหารบางเลน ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

กลุ่มแม่บ้าน - รวมตัวหลวมๆแบบวิสาหกิจครัวเรือน			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
ขนมอบ	ใช้วัตถุดิบในชุมชน	เป็นกิจการในครัวเรือนของสมาชิก ที่มีสูตร/องค์ความรู้ของตนเอง มีแผนที่จะพัฒนา <u>งานในด้านนี้ให้มีมาตรฐาน</u>	- ร้านค้าชุมชน - นอกชุมชน - อาหารว่าง/ คู่กับงานอาหารกล่อง - มีร้านค้าประจำในเมือง

Business model – marketization / market development

แนวทางที่จะพัฒนาของงานในกลุ่มนี้ โดยหลักการจะขึ้นอยู่กับ “ช่องทางการตลาด” ที่ดำเนินการได้ ทั้ง ๓ แบบ คือ ผลิตเพื่อจำหน่ายในชุมชน (ในกรณีที่ชุมชนมีลูกค้าที่มากพอ) เป็นอาหารว่าง (กรณีนี้ควรพัฒนาไปกับโรงแรม ภัตตาคาร ห้องประชุม – เป็นตลาดลูกค้าสัมมนา การขายร้านค้าประจำ (เป็นส่วนหนึ่งของการผลิตแบบขายส่ง) งานการตลาดทั้ง ๓ แบบ จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยตัวเอง หากมีการวิจัยตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค จะพบกับ new products ได้ (ความจำเป็นในการรวมกลุ่ม น่าจะเป็นแบบชมรมหรือกลุ่มพันธมิตร ที่มุ่งจัดการทางการตลาดมากกว่า)

๓. กลุ่มสบู่ตาลโตนด (โหนด นา เล) ตำบลท่าหิน อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

กลุ่มตาลโตนด (โหนด นา เล)			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วิถีชีวิต <u>โหนดนา เล</u>	ตาลโตนด น้ำตาลโตนดผง วัฒนธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชนท้องถิ่น ที่เชื่อมโยงกัน เป็น " <u>โหนดนา เล</u> "	สร้างเป็นศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิธีการผลิต เลี้ยงชีพ และการดำรงอยู่ในชีวิตประจำวันของชุมชน (ชาวนาสมาชิกกลุ่ม) พัฒนาผลิตภัณฑ์ กิจกรรมและ กิจกรรมโฮมสเตย์	โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ ไปเช้า-เย็นกลับและแบบ 2 วัน หนึ่งคืน เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวแบบเดิม (วัดพะโคะตลาดน้ำ คลองแดน ฯลฯ)

Business model – marketization/market development

นำเอาผลิตภัณฑ์ชุมชนไปเข้าสู่/เป็นส่วนหนึ่งของระบบตลาด ซึ่งจะต้องพัฒนามาตรฐานสินค้าและวิถีปฏิบัติในการค้าพาณิชย์ (ปรับวิธีการผลิตเป็นวิธีการค้าของเกษตรกร ในขณะเดียวกัน ในด้าน modern trade ก็ต้องส่งเสริมการยกระดับความสามารถของชุมชน (เพื่อความยั่งยืน)

๔. กลุ่มโรงสีข้าวชุมชนบ้านหนองโสน ตำบลควนรู อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา

กลุ่มวิสาหกิจโรงสีข้าวชุมชนบ้านหนองโสน			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (อาหาร อาหารเสริมจากข้าว)	มีผลผลิตในชุมชนที่เพียงพอ	มีความสามารถจัดการ เบื้องต้นที่เพียงพอ เช่น มาตรฐาน <u>อย.</u> GAP GMP ฮาลาล <u>Best Songkhla</u> และ 5 ดาว	เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา เพราะเป็นช่องทางใหม่ ไม่มี ต้นทุน ความรู้ และ ประสบการณ์มาก่อน

Business model – marketization / market development

นำเอาผลิตภัณฑ์ชุมชนไปเข้าสู่ระบบตลาด ซึ่งจะต้องพัฒนามาตรฐานสินค้าและวิถีปฏิบัติในการค้าพาณิชย์ ร่วมกับองค์กรด้าน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด (สถาบันการศึกษาวิจัย มาตรฐานสินค้า ฯลฯ) เป็นตัวอย่างของการบริหารจัดการที่นำเอาผลิตภัณฑ์ มาวางแผนจัดการเป็นเรื่อง ๆ (ค่อยไปรวมกันเป็นแผนของทุกเรื่องอีกทีหนึ่ง)

ประเภทที่ ๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นกลุ่มที่ควรศึกษาหาผลิตภัณฑ์ใหม่ (ที่มีคุณค่าเพิ่ม) ประกอบด้วย

๑) กลุ่มข้าวบ้านบางคันชั่ง ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี ๒) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ตำบลเขาถ่าน อำเภอท่าฉาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ๓) กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนผู้นำอาสา พัฒนาชุมชน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ ตำบลบ้านหัน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ๔) กลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตร (กล้วยมุก-หอม) ตำบลเหมืองใหม่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และ ๕) กลุ่มผลิตและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (ข้าวหอมมะลิปลอดภัย) ตำบลคูเมือง อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร ๖) กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ๗) กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านสุตใจ (พื้นบ้าน) ตำบลแพรกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ โดยแยกรายละเอียดเป็นรายกลุ่มได้ ดังนี้

๑. กลุ่มข้าวบ้านบางคันซ้ง ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

กลุ่มข้าวบ้านบางคันซ้ง			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
ข้าวหอมมะลิ / ข้าวหอมปทุม – ปัญหาที่เป็นอยู่ รายได้สุทธิมีน้อย (margin ต่ำ)	ใช้วัตถุดิบข้าวหอมมะลิจากนอกชุมชนมาผสมกับข้าวหอมปทุมของชุมชน สมาชิกกลุ่ม 150 คน ในจำนวนนี้มีปลูกข้าวหอมปทุมปลอดภัย 5 ราย	สีและบรรจุกระสอบขนาด 49 กก. / 5 กก / 1 กก 15 ตันต่อเดือน	ในตำบล โฮมโปร – ข้าวพนักงาน เครือข่ายภาคกลางตะวันตก

Business Solution – marketization / product development

ประเด็นสำคัญอยู่ที่ลักษณะของธุรกิจที่มีมูลค่าเพิ่มของการแปรรูปที่ต่ำ (บรรจุหีบห่อและกระจายสินค้า ซึ่งไม่มีส่วนใดที่จะสร้างเป็นคุณค่าขึ้นใหม่ที่ตลาดเดิมทำไม่ได้ การผสมข้าว ๒ ประเภท ก็ไม่ใช่ ควรนำเอาประสบการณ์นี้สร้างผลิตภัณฑ์และตลาดใหม่)

๒. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ตำบลเขาถ่าน อำเภอกำแพง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิสาหกิจชุมชนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน – ผลิตภัณฑ์ขั้นริเริ่ม / ตลาดเฉพาะ			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น	ใช้วัตถุดิบในชุมชน 70 % นอกชุมชน เช่น เครือข่าย พุมเรียง กาญจนดิษฐ์ 30 %	ผลิตเป็นวิสาหกิจครัวเรือน มีบางส่วนที่ผลิตในนามกลุ่ม มีมาตรฐาน 5 ดาว ฮาลาล มผช. มีสินค้าต่อยอดสบู่ แชมพู โลชั่น ลิปสติก ฯลฯ	ตลาดออนไลน์

Business Solution – marketization / product development

ประเด็นสำคัญอยู่ที่ ไม่มีพื้นที่ทางการตลาดแท้จริง / จะพึ่งออนไลน์ จะต้องมีการวิจัยรองรับที่เหมาะสม
ช่องทางที่ควรพัฒนา คือ นำไปอิงกับบริการโรงแรม นวดสปา และหมวดเครื่องสำอาง ฯลฯ

๓. กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์นมผู้นำอาชีพพัฒนาชุมชน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ ตำบลบ้านหัน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ

ชมรมผู้นำ อช. อำเภอเกษตรสมบูรณ์			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
ปลาร้าบองสุก/ดิบ ข้าวแต๋นน้ำแตงโม	วัตถุดิบของชุมชน สามารถจัดหาซื้อได้ใน ชุมชน	มีการลงทุนเพื่อระดมทุน การผลิตสินค้ามีการ รับผิดชอบดำเนินงาน มีกำไรเบื้องต้น 9,000 บาท ต่อเดือน	จำหน่ายในชุมชน/ นอก ชุมชนแบบตลาดจร รวมทั้งออนไลน์

๔. กลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตร (กล้วยมุก-หอม) ตำบลเหมืองใหม่ อำเภอมัญพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

กลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตร กล้วยมุก - หอม			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
กล้วยมุก — หอม (ผลไม้จากสวน)	ของชุมชนสามารถพัฒนา เป็นผลิตภัณฑ์เสริมที่ไม่ กระทบต่ออาชีพหลัก	มีประโยชน์ต่อสุขภาพสด อร่อย ต้องการพัฒนายืด อายุผลิตภัณฑ์	จัดหาตลาดใหม่

๕. กลุ่มผลิตและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (ข้าวหอมมะลิปลอดภัย) ตำบลคูเมือง อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคุ้มพัฒนา			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
ข้าวหอมมะลิปลอดภัย	วัตถุดิบของชุมชน	มีที่นาของสมาชิก 51 คน จานวน 1,079 ไร่ ที่สามารถจะรองรับการผลิต เพื่อการตลาด มีพัฒนาการจัดการกลุ่มที่เข้มแข็ง สถาบันการเงินชุมชน / กลุ่มออม ทรัพย์เพื่อการผลิต	มีประสบการณ์การตลาด กิจกรรมจากโครงการ "ให้ข้าว = ช่วย"

๖. กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
ขนมลูกจาก กระเป๋ ไส้ปัดยุ่ง	ใช้วัตถุดิบจากต้นจาก ฯลฯ	แปรรูป / ขนม / อื่น ๆ บวกรวมศูนย์เรียนรู้ และจัดทำท่องเที่ยวชุมชน	ปรับการเชื่อมโยงขนม/ ร้านอาหารในชุมชน สร้างตลาดจากพันธมิตร

๗. กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านสุตใจ (พื้นบ้าน) ตำบลแพรกษา อำเภอมือ จังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มพัฒนาอาชีพเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจ -พื้นบ้านสิน			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
กบ	จัดหางานเสริมสำหรับ แม่บ้านในชุมชนที่รวมตัวกัน มีสมาชิกกลุ่มเริ่ม 15 คน	ทั้งระบบฟาร์มครัวเรือน และระบบบ่อรวม	ขายส่งแม่ค้าในตลาด

ประเภทที่ ๓ การศึกษาหาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Initiate Project) (ที่มีคุณค่าเพิ่ม) ประกอบด้วย กลุ่มศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิงเกษตร) ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี คือกลุ่มศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิงเกษตร) ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

(ไอดี)			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
มะนาวผงคู่ครัว (เกษตรปลอดภัย)	วัตถุดิบของชุมชน สามารถจัดหาซื้อได้ในชุมชน เพียงแต่ที่ผ่านมามีการรวมกลุ่มยังไม่แน่นพอ	ประสานความร่วมมือกับ วว. และ/หรือหน่วยงานที่ส่งเสริมการวิจัยเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม	ศึกษาช่องทางการตลาดเข้าสู่ระบบการผลิตเพื่อสนับสนุนตลาด

Business model – business development – initiate project

เป็นระยะที่ผู้ริเริ่มก่อนการจะทำงาน ๓ ด้านควบคู่กัน คือ (๑) ศึกษาความเป็นไปได้ในการแปรรูปผลผลิตทางเกษตรเป็นผลิตภัณฑ์ (๒) ระดมความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่มวัตถุดิบ (ในปริมาณที่เพียงพอต่อการริเริ่ม) (๓) การสร้างพันธมิตรทางการตลาด อิงความเป็นพื้นที่ ใกล้เมืองหลวง ที่ควรจะใช้ประโยชน์ของที่ดิน เกษตรเป็นแหล่งผลิตทางเศรษฐกิจที่ไต่ไปด้วยกันกับเมืองหลวง

๓. ผลการดำเนินกิจกรรมการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพสู่ผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) พัฒนารูปร่างของกลุ่มสู่การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

จากกิจกรรมการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพสู่ผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) ที่ดำเนินการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มอาชีพ ตามเกณฑ์การประเมินและตัวชี้วัดศักยภาพกลุ่มอาชีพ/กลุ่มวิสาหกิจชุมชน - สัมมาชีพ และข้อมูลจาก Business Model ของกลุ่มอาชีพเป้าหมาย ที่กรมการพัฒนาชุมชนได้จัดทำไว้แล้ว มาใช้เป็นฐานข้อมูลในการพัฒนา โดยกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมและกลุ่มอาชีพที่จัดอยู่ในกลุ่มประเภทสามารถต่อยอด/ยกระดับเป็นผู้ประกอบการ และกลุ่มประเภทบ่มเพาะก่อนต่อยอดกิจการ จำนวน ๑๒ กลุ่ม ในพื้นที่ ๑๐ จังหวัด ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มสัมมาชีพในการดำเนินงานนี้ สามารถจัดกลุ่มสัมมาชีพตามความพร้อมที่จะพัฒนา วิสาหกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมุ่งเน้นที่จะเข้าสู่ระบบการตลาดสามารถแบ่งได้เป็น ๓ กลุ่ม ดังนี้

๑. กลุ่มที่มีความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ๔ กลุ่มได้แก่ ๑) กลุ่มกรีนมาร์เก็ตชัยสมบูรณ์ ตำบลชัยสมบูรณ์ อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดนครราชสีมา ๒) กลุ่มอาชีพสตรีแปรรูปอาหารบางเลน ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ๓) กลุ่มสบู่ตาลโตนด (โหนด นา เล) ตำบลท่าหิน อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ๔) กลุ่มโรงสีข้าวชุมชน บ้านหนองโสน ตำบลควนรู อำเภอรัตนภูมิจังหวัดสงขลา

๒. กลุ่มที่จะต้องปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ๕ กลุ่มได้แก่ ๑.กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ขนมผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ ตำบลบ้านหัน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ๒.กลุ่มผลิตและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (ข้าวหอมมะลิปลอดภัย) ตำบลคูเมือง อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร ๓. กลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (กล้วยมุก-หอม) ตำบลเหมืองใหม่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ๔.กลุ่มข้าวบ้านบางคันชั่ง ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี ๕. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ตำบลเขาถ่าน อำเภอท่าฉาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

๓. กลุ่มที่อยู่ในขั้นตอนริเริ่ม ประกอบด้วย ๓ กลุ่ม ได้แก่ ๑. กลุ่มศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิงเกษตร) ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ๒. กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ๓. กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านสุตใจ (พื้นบ้าน) ตำบลแพรกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

แนวทางการจัดกิจกรรมพัฒนาการบริหารจัดการและการฝึกอบรม

แนวทางการจัดกิจกรรมพัฒนาการบริหารจัดการและการฝึกอบรม มีแนวทางการจัดกิจกรรมพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพสู่ผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) มีการดำเนินการ ดังนี้

๑. รูปแบบการฝึกอบรม

การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการสำหรับการฝึกอบรมกลุ่มอาชีพ มีกำหนดระยะเวลาการฝึกอบรม จำนวน ๑ วัน/กลุ่ม โดยมีวิทยากรฝึกอบรม ได้แก่ ดร.สุนทร คุณชัยมั่ง และผู้ช่วยวิทยากร นางสาวพิมพ์ชญา ธนกุลดำรง และนางสาวทัศนีย์ ชัดสีบ ดำเนินการใน ๓ รูปแบบ ตามลักษณะประเภทกลุ่ม ดังนี้

๑.๑ กลุ่มที่มีความพร้อมที่จะพัฒนา ใช้การจัดประชุมผ่าน Video Conference

๑.๒ กลุ่มที่จะต้องปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ใช้การจัดเวทีประชุม ในพื้นที่

๑.๓ กลุ่มที่อยู่ในขั้นตอนริเริ่ม ใช้การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ Work Shop

๒. เนื้อหาการฝึกอบรม

๒.๑ การทบทวนการดำเนินงานของกลุ่มสมาชิก การทบทวนการดำเนินงานนั้นเป็นการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเป็นการทดสอบความรู้ก่อนการฝึกอบรม โดยให้กลุ่มสะท้อนสิ่งที่ตนเองดำเนินการอยู่เพื่อค้นหา “ช่องว่างเพื่อการพัฒนา” (Gap Analysis) ที่จะยกระดับจากสมาชิกชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน

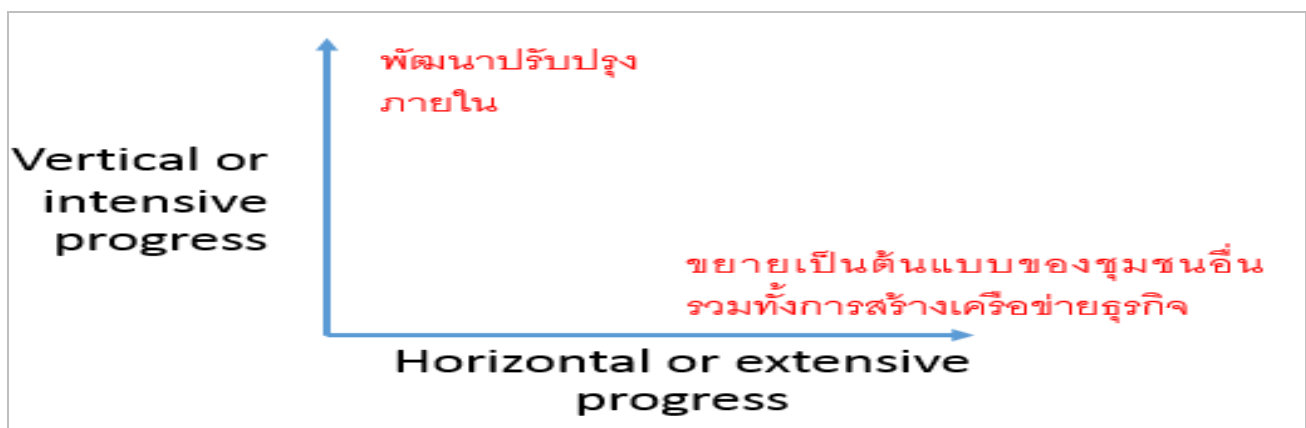
๒.๒ ตัวอย่างกรณีศึกษาความสามารถจากเศรษฐกิจชุมชน (Best Practices) เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจต่อหลักการทำงานที่เป็นธุรกิจ เช่น

๑) ด้านการแปรรูป-กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง (เกษตรทิพย์) ตำบลคู อำเภอรามไทร จังหวัดศรีสะเกษ

๒) ด้านการออมทรัพย์-กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านดอนคา ตำบลทอนหงส์ อำเภอพรมหิรี จังหวัดนครศรีธรรมราช

๓) ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน-กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาต้นจั่น ตำบลบ้านดึก อำเภอสรีสาขลา จังหวัดสุโขทัย

๒.๓ การประเมินผลการวิเคราะห์ศักยภาพและข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนา



การพัฒนาปรับปรุงกระบวนการภายใน (แนวตั้ง) ว่าด้วยการจัดตั้งกลุ่มองค์กร ว่าเป็นการจัดการแบบวิสาหกิจครัวเรือน (เป็นการรวมกลุ่มแบบหลวมๆ ไม่มีคณะกรรมการ) หรือ เป็นการจัดการแบบองค์กร และการจัดการเศรษฐกิจธุรกิจ เป็นการวิเคราะห์ Value Chain ว่าวัตถุดิบมาจากไหน (ใน-นอกชุมชน) วิธีการผลิต (โรงงาน-ไม่ใช่โรงงาน) ลูกจ้าง (ใน-นอกชุมชน) ตลาด (ส่งขายที่ไหน)

การพัฒนากิจการ (แนวนอน) ว่าด้วยความสามารถในการพัฒนาตลาด เพื่อขยายเป็นต้นแบบให้กับชุมชนอื่น รวมทั้งการสร้างเครือข่ายธุรกิจ และการขยายตลาดไปยัง Modern Trade

ผลการประเมินและข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนาศักยภาพของ แต่ละกลุ่มที่ได้จากกิจกรรมการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE)

๑. กลุ่มที่มีความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์

๑) กลุ่มอาชีพสตรีแปรรูปอาหารบางเสน ตำบลบางเสน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

๑.๑) ผลการประเมิน - แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(๑) พัฒนาสูตรโดยหาวัตถุดิบที่ขึ้นชื่อในชุมชนมาเป็นส่วนผสม เพื่อสร้างจุดเด่นให้กับสินค้า เช่น มะม่วงยายก่ำ ทุเรียนเมืองนนท์ สมุนไพรไทย เป็นต้น ซึ่งจะต้องขอความร่วมมือจากสถาบันพัฒนาอาหารมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

(๒) ดึงงานการท่องเที่ยวชุมชน บวกรวมการสร้างกิจกรรมขึ้นในชุมชน เพื่อดึงนักท่องเที่ยว/ลูกค้าเข้ามาในชุมชนให้มากขึ้น หรือทำการตลาดร่วมกับสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น วัดสวนแก้ว ตลาดน้ำ วัดไทรใหญ่ ตลาดน้ำวัดตะเคียน

(๓) รวบรวมหน่วยงานต่าง ๆ ตลอดจนวัด แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่บริเวณรอบชุมชน เพื่อใช้เป็นเครือข่ายของการตลาด - สร้างการขายไปกับงานอบรม สัมมนาของหน่วยงาน และงานบุญของวัด

๑.๒) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(๑) การสร้างความเข้าใจต่อลักษณะของผลิตภัณฑ์ ที่เป็นประเภทขนม (อาหาร) เครื่องแต่งกายและของชำร่วย ซึ่ง ๒ ประเภทหลังนี้ ไม่ใช่ขนม-อาหาร และการจัดการจะมีรูปแบบที่ต่างออกไป คือ ทำขนม สมาชิกจะต้องมาทำงานที่ทำการของกลุ่ม แต่กรณีเครื่องแต่งกายและของชำร่วย สมาชิกรับเอาไปทำที่บ้าน

ในขณะเดียวกัน การขาย ก็มีลักษณะต่างกัน คือ ขนมอบ-เบเกอรี่ พึ่งพาตลาดในชุมชนเป็นหลัก ทั้งร้านค้าในชุมชนและกิจกรรมการประชุมสัมมนาของหน่วยงานในชุมชน การออกบูธ ที่ห้างสรรพสินค้า The Mall ซึ่งเป็นงานจริง และเป็นการพึ่งพาตลาดภายนอกชุมชน ซึ่งต่างจากกรณีเครื่องแต่งกายและของชำร่วย ซึ่งจากลักษณะของสินค้า จะพึ่งพาตลาดภายนอกมากกว่าการใช้สอยของลูกค้าในชุมชนไม่ว่าจะเป็นการวางขายที่ตลาดน้ำวัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี การออกบูธจำหน่ายสินค้าที่ The Mall งามวงศ์วาน การรับงานตามการสั่งทำ และงานตามวาระแสดงความยินดีต่าง ๆ

(๒) ตลาดขนมอบ-เบเกอรี่ ให้รักษาช่องทางการขายในตลาดชุมชนทั้ง ๓ ร้าน (รวม ๑๕ ร้านย่อย) และหน่วยงานที่สั่งเป็นอาหารเบรกของการประชุม ประเด็นที่น่าสนใจมากกว่านั้น ก็คือ จะเพิ่มจำนวนร้านค้าและหน่วยงานในลักษณะนี้ได้อย่างไร ซึ่งอาจจะต้องวิเคราะห์ความเป็นไปได้ที่มากกว่านั้น เพื่อจะได้พัฒนาเป็นแผนงานไปในคราวเดียวกัน เช่น การปรับปรุงรสชาติและกลิ่นของขนม โดยเอาวัตถุดิบในท้องถิ่นเข้ามาร่วมเป็นส่วนประกอบ เพื่อสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่แสดงความเป็นถิ่นกำเนิด (ท้องถิ่น) มากกว่าการไม่ใช้สารกันบูด (ที่แม้จะเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ แต่คนอื่นก็สามารถทำได้) เช่น มะม่วง หรือทุเรียนนนทบุรี โดยประสานขอรับการสนับสนุนการจัดการความรู้และเทคโนโลยี

(๓) การร่วมสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน - การขยายจุดขายของที่เป็น เครื่องแต่งกาย เช่น สร้อยคอ สร้อยแขน ต่างหู กระเป๋า หมวก ฯลฯ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมจะไปวางขายเป็นของฝากนักท่องเที่ยว

๒) กลุ่มกรีนมาร์เก็ตซ์สมบูรณ์ ตำบลชัยสมบูรณ์ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา

๑.๑) ผลการประเมิน - แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(๑) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วย

- จัดทำแผนงานการตลาดโดยวางแผนการตลาดประจำปี จัดทำตัวเลข สัดส่วนปริมาณการขาย ในแต่ละตลาด ๓ ประเภทที่มีอยู่ a. ตลาดเดิมที่มีอยู่ b. ตลาดใหม่ที่เจาะไปฝากขาย และ c. ตลาดกลางที่ส่งสินค้าไปยัง Modern Tread

- สำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคในเรื่องรสชาติ รูปแบบที่ได้รับความนิยมของผู้บริโภค

- กลุ่มฯ กำลังทดลองทำกล้วยตากสอดไส้ช็อกโกแลต

- ร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) พัฒนาพื้นที่ปลูกกล้วยในอำเภอลำทะเมนชัยจำนวน ๓๐๐ ไร่ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอ

(๒) เพิ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศราชินี

- รับวัตถุดิบมาจากภายนอก - สหกรณ์รักษ์ศรีเทพ

- แปรรูปเป็นมะเขือเทศราชินีเชื่อมและน้ำมะเขือเทศ ซึ่งอยู่ระหว่างการทดลองสูตร

- ส่งขายตามช่องทางตลาดของสหกรณ์รักษ์ศรีเทพ

- ทางกลุ่มฯ มีความพร้อมในด้านกำลังการผลิต และสถานที่ผลิต

(๓) ร่วมมือกับสถาบันอาหาร/มหาวิทยาลัยในพื้นที่ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

- ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ กล้วยสามารถแปรรูป ไปทำเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อหาจุดเด่นและสร้างจุดต่างของผลิตภัณฑ์ เช่น แยมกล้วย ขนมกล้วยในรูปแบบอื่น ๆ เหมือนกับ TOKYO BANANA ของญี่ปุ่น

๑.๒) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(๑) จัดกลุ่มตลาดออกเป็น ตลาดแบบเดิมกับแบบใหม่ โดยแบบเดิม เป็นตลาดที่มีการจัดส่งไปยังร้านเจ้าสัว (ร้านขายของฝาก ในสถานบริการน้ำมันของ ปตท. ที่อำเภอลำทะเมนชัย และร้านใกล้เคียง) ที่อำเภอลำทะเมนชัย โดยทั้งสองเป็นตลาดในอำเภอลำทะเมนชัย ที่สามารถวางขายสินค้าของกลุ่มได้ ในขณะที่พื้นที่ตลาดใหม่ จะมี ๒ กรณีด้วยกัน คือ **หนึ่ง** สถานที่ที่สามารถวางขายสินค้าของกลุ่มได้เหมือนกับตลาดแบบเดิมข้างต้น และอยู่ทั้งในและนอกพื้นที่อำเภอลำทะเมนชัย (ร้านหมอล้าง - อำเภอลำทะเมนชัย/ศูนย์ OTOP - จังหวัดสระบุรี ฯลฯ) **สอง** การเปิดพื้นที่การตลาดเข้าสู่ Tops - โมเดิร์นเทรด ผ่านสหกรณ์รักษ์ศรีเทพ

(๒) การจัดกลุ่มช่องทางการตลาดข้างต้น เพื่อนำไปสู่การสำรวจข้อมูลยอดขายผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดและแต่ละรสชาติ เพื่อจะได้นำไปสู่การปรับปรุงผลิตภัณฑ์พร้อมกับเรื่องอื่น ๆ ทั้งนี้ ก็เพื่อจะเป็นข้อมูลของการวางแผนการเพาะปลูกกล้วยในพื้นที่ที่มีศักยภาพที่มีอยู่อีก ๓๐๐ ไร่ พร้อมทั้งการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

(๓) จากการที่กลุ่มมีความสามารถในการผลิตกล้วยแปรรูป และมีแผนงานที่จะขยายช่องทางการตลาดออกไปอีก พร้อม ๆ กับ ในชุมชนมีพื้นที่และมีโครงการที่จะได้รับการสนับสนุนจาก องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ก็ควรจะศึกษาหาแนวทางพัฒนาตลาดและผลิตภัณฑ์จากกล้วยที่ก้าวหน้าขึ้นอีก เช่น การแปรรูปเป็นแยม แล้วเจาะตลาดไปยังการเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว เป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอาหารเช้าของโรงแรม รีสอร์ท และโฮมสเตย์ ร้านกาแฟ และร้านขนม ในสถานที่ท่องเที่ยวและในอำเภอที่เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา

๓) กลุ่มโรงสีข้าวชุมชนบ้านหนองโสน ตำบลควนรู อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา

๑.๑) ผลการประเมิน-แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(๑) ผลิตภัณฑ์แปรรูป ได้แก่ ข้าวสองเล, จมูกข้าว, แป้งสำหรับทำขนม, เส้นขนมจีน

- เจาะตลาดขายข้าวแบบกระสอบเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มช่องทางการขายและยอดจำหน่ายให้สูงขึ้น
- ดึงลูกหลาน เด็กรุ่นใหม่เข้ามาช่วยกันทำงาน โดยเฉพาะการสร้างการตลาดในพื้นที่ออนไลน์

(๒) สร้างงานท่องเที่ยวชุมชน

- สร้างกิจกรรมท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน โหนด นา เล และกลุ่มเครือข่าย ๒๓ เกล็ด
- เน้นจุดขาย คือเรื่อง นา - ข้าวอินทรีย์
- สร้างเศรษฐกิจเชื่อมโยงกันระหว่างการท่องเที่ยวชุมชน และผลิตภัณฑ์ชุมชน

๑.๒) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(๑) อาศัยมาตรฐานทั้ง ออ. และฮาลาล เจาะตลาดขายข้าวแบบกระสอบเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มช่องทางการขายและยอดจำหน่ายให้สูงขึ้น โดยมุ่งค้นหาลูกค้าที่เป็นผู้ใช้ข้าวจำนวนมาก ๆ ทั้งในและนอกพื้นที่จังหวัดสงขลา เช่น โรงงาน - บริษัทขนาดใหญ่, โรงแรม, ร้านอาหาร, ภัตตาคาร, ธนาคาร และร่วมกับจังหวัด ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร หรือกรมการพัฒนาชุมชน ฯลฯ จัดกิจกรรมให้รางวัลตอบแทนหน่วยงานที่สนับสนุนสินค้าชุมชน (งานสร้างตัวอย่าง)

(๒) ควรมีแผนงานด้านการตลาด จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำ จำนวน ๑ - ๒ คน เพื่อศึกษาหาข้อมูลเรื่องข้าว ทั้งความเคลื่อนไหว ทางการตลาด การวิเคราะห์ตลาด และความสามารถในการผลิต รวมถึงการจัดโปรแกรมการนัดหมายเข้าพบลูกค้าแต่ละราย และจัดให้มีการประชุม เพื่อรายงานผลความคืบหน้าให้ทางกลุ่มฯ รับทราบอย่างสม่ำเสมอ

(๓) ควรจัดวางแผนงานที่จะดึงคนรุ่นใหม่เข้ามาช่วยกันทำงาน โดยเฉพาะการสร้างการตลาดตามข้อ ๒) รวมทั้งการริเริ่มงานขายในพื้นที่ออนไลน์

(๔) สร้างกิจกรรมท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน โหนด นา เล และกลุ่มเครือข่าย ๒๓ เกล็ด เน้นจุดขาย คือ เรื่อง “นา-ข้าวอินทรีย์” สร้างเศรษฐกิจเชื่อมโยงกันระหว่างการท่องเที่ยวโดยชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชน (สร้างรายได้ให้กับสมาชิกได้อีกรูปแบบหนึ่ง)

๔) กลุ่มสบู่ตาลโตนด (โหนด นา เล) ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

๑.๑) ผลการประเมิน-แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(๑) จุดแสดงสินค้า

- ควรเน้นการสร้างตลาดไปพร้อม ๆ กับการสร้างมาตรฐานสินค้า
- จุดแสดงสินค้า - จุดกวนน้ำตาลสด ควรทำ ๒ จุด แบ่งเป็น จุดใหญ่ที่สามารถรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ ๕๐ คนขึ้น และจุดเล็ก ที่รองรับนักท่องเที่ยวจำนวนไม่มาก

- ควรเคร่งครัดในเรื่องของความสะอาด เพื่อดึงนักท่องเที่ยวและชม สามารถชิมและเลือกซื้อกลับไปเป็นของฝากได้

(๒) ผลิตภัณฑ์แปรรูปตาลโตนด

- มีตลาดต่างประเทศต้องการน้ำตาลโตนด แต่กลุ่มยังไม่ได้มาตรฐาน ออ. และ ฮาลาล (อยู่ระหว่างการขอใบประมาณ)

- ร่วมมือกับสถาบันอาหาร/มหาวิทยาลัย มาช่วยวิจัยเพื่อปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์

(๓) โสมเสถียร

- ระหว่างที่รอใบประมาณสนับสนุนควรดำเนินกิจกรรมไปตามปกติเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับชุมชน

- จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน โดยเชื่อมโยงกับเส้นทางมรดกโลก

- จัดวางโปรแกรมการท่องเที่ยว โหนด นา เล เป็นปฏิทินการท่องเที่ยว ๑๒ เดือน โดยใช้กิจกรรมโหนดเป็นตัวยืน และหากิจกรรมอื่น ๆ เสริมเป็นช่วง ๆ สร้างเป็นจุดขาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสและร่วมกิจกรรมได้ เช่น มกราคม-กุมภาพันธ์ กิจกรรมเกี่ยวข้าว, เมษายน - พฤษภาคม กิจกรรมชมนก, สิงหาคม - กันยายน กิจกรรมปักข้าวดำนา เป็นต้น

(๔) จัดทำแผนการตลาด

- ติดต่อบริษัทเอเยนต์ทัวร์ เพื่อวางแผนการท่องเที่ยวร่วมกัน ควรกำหนดเป็นแผนระยะยาวไว้ล่วงหน้า
- หาเครือข่ายกลุ่มโรงแรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา อำเภอหาดใหญ่ เพื่อขอวางแผนประชาสัมพันธ์กิจกรรม/ปฏิทิน การท่องเที่ยวของกลุ่ม

๑.๒) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(๑) พัฒนาลิขสิทธิ์ชุมชนเป็นหนึ่งในกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยที่การผลิตสบู่ โลชั่น ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อุปโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวันควรหาช่องทางที่พัฒนาลิขสิทธิ์และตลาดที่มีอยู่ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์/สินค้า ประเภทที่ใช้หมุนเวียนและใช้บ่อย (Fast Moving Consumer Goods) อีกด้านหนึ่ง การที่จะสร้างจุดดึงดูดการกวมน้ำตาลสดเป็นแหล่งท่องเที่ยว นั้น ก็เท่ากับว่า กลุ่มมีความประสงค์จะเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้ากับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งจะทำให้ทั้งสองเรื่องเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่บวกรวมศักยภาพเข้าด้วยกัน

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ กระบวนการผลิตสบู่และโลชั่นจากตาลโตนด ควรจะสร้างเป็น “จุดเรียนรู้” เพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยชุมชน ที่ต้องการศึกษาความรู้ของชุมชนได้อีกแบบหนึ่งเช่นกัน (ควรรวบรวมเรื่องเหล่านี้เข้ากับการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ชุมชน)

(๒) การสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน ร่วมกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรจะมีการวางกรอบยุทธศาสตร์เป็น ๒ แนวทาง คือ **หนึ่ง** สร้างเป็นเศรษฐกิจโดยเครือข่ายธุรกิจของท่องเที่ยวโดยชุมชน ท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แต่เครือข่ายนี้จะเล็กและสร้างตลาดได้ในวงแคบ **สอง** ประสานงานกับเอเยนต์ทัวร์ โรงแรม และรีสอร์ทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อำเภอสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ฯลฯ เพื่อสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นส่วนหนึ่งของการบริการของเอเยนต์ทัวร์ โรงแรม รีสอร์ท เหล่านั้น เป็นแนวทางที่ล่อไปกับ การท่องเที่ยวทั่วไปหรือท่องเที่ยวกระแสหลัก แต่มีเรื่องที่จะต้องร่วมกันพัฒนากิจกรรม หรือ Balancing ให้เป็นไปตามเงื่อนไขของชุมชนมากกว่า ที่จะโน้มเอียงไปเพื่อบริการนักท่องเที่ยวจนทำให้เสน่ห์ของความเป็นชุมชนหายไป

(๓) จัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเพื่อดึงลูกค้าเข้าชุมชน (๑๒ เดือน) เพื่อเป็นปัจจัยสำคัญในการวางแผนการผลิตสินค้าชุมชนที่จะรองรับเพื่อการนี้โดยตรง

(๔) ควรประสานความร่วมมือกับหน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ ที่มีอยู่มาร่วมพัฒนาทั้งผลิตภัณฑ์และกิจกรรมท่องเที่ยว ทั้ง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, กรมการพัฒนาชุมชน ฯลฯ รวมทั้งเครือข่ายท่องเที่ยวโหนด นา เล (เครือข่าย ๒๓ เกล็ด) เพื่อทบทวนข้อจำกัดของการรณรงค์การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เคยทำมาแล้ว

๒. กลุ่มที่จะต้องปรับปรุงผลิตภัณฑ์

๑) กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชมรมผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน อำเภอ เกษตรสมบูรณ์ ตำบลบ้านหัน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ

๑.๑) ผลการประเมิน - แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(๑) ผลิตภัณฑ์อาหาร

- จัดกระบวนการผลิต พัฒนาการผลิตแบบรวมกลุ่มตั้งเป็นโรงงานกลางขึ้นมา เพื่อที่จะสามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันได้ เช่น โรงอบแห้ง เตาประหยัดพลังงาน เตาประหยัดฟืน

- จัดกลุ่มสินค้าที่ไปด้วยกันได้ ตลาดขนม เช่น กล้วยตาก, กล้วยเบรคแตก สามารถขยายตลาดคู่ไปกับกล้วยตากที่ขายในร้านกาแฟดอยช้าง

(๒) ผลិតภัณฑ์จากผ้า

- ส่งเสริมให้ชาวบ้านปลูกฝ้ายให้มากขึ้น และจัดกิจกรรมบวกรวมเข้ากับงานท่องเที่ยวชุมชน จัดทำเป็นแผนเสนอของบสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)
- กระจายตามแหล่งท่องเที่ยว ควรเพิ่มกิจกรรมการสาธิตการทอผ้า เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาชมมากขึ้น
- สำรวจข้อมูลปริมาณการขายในตลาดที่มีอยู่
- พัฒนาสินค้าและหาโอกาสทำตลาดในกรุงเทพฯ

(๓) อื่นๆ

- ประสานงานกับพลังงานจังหวัดช่วยดำเนินการในเรื่องการทำโรงอบแห้ง, เตาประหยัดพลังงาน, เตาประหยัดพื้น

๑.๒) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(๑) ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแปรรูปนี้ จัดได้เป็น ๒ หมวด คือ ๑. ขนม - อาหาร ๒. เครื่องแต่งกายและของใช้ การจัดการช่องทางการขาย โดยส่วนใหญ่จะพึ่งพาการขายส่งเป็นหลัก มีขายปลีกตามงานกิจกรรม ตามงานออกบูธ ตามตลาดนัด ซึ่งเป็นตลาดภายในชุมชนหรือในจังหวัดมีสินค้าบางรายการที่ส่งไปยังเอเยนต์ข้ามจังหวัด เช่น ผ้าขาวม้าแสดงให้เห็นถึงการเดินทางของสินค้าประเภทดังกล่าว ที่อาจจะเดินทางไปต่อจากนั้นอีก (จังหวัดบุรีรัมย์ อาจจะเป็นทั้งสถานที่วางจำหน่ายและศูนย์รวมเพื่อส่งต่อเข้ากรุงเทพฯ)

(๒) รูปแบบของการประกอบการในที่นี้ จะมีทั้งแบบวิสาหกิจครัวเรือนที่ไม่มีการจ้างงาน วิสาหกิจครัวเรือนที่มีการจ้างงาน (กรณีแคหมู) แบบรวมกลุ่ม เช่น กลุ่มเบรคแตก และกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือ (ย้อมสีธรรมชาติ) ซึ่งมีสมาชิก ๒๙ คน

(๓) วิสาหกิจแคหมู มีรายได้ค่อนข้างดี หากมีการจัดการช่องทางการตลาดที่เหมาะสมและเป็นระบบมากกว่านี้ เช่น การสร้างพันธมิตรร่วมกับร้านส้มตำ - ไก่ย่าง และการคำนึงถึงสุขภาพ (แบบไร้มัน แบบทอดน้ำมันสะอาด) รวมทั้งการลดต้นทุนจากพลังงาน วิสาหกิจนี้สมควรที่จะได้รับคำแนะนำของการจัดรูปแบบธุรกิจและการจัดองค์กรที่เหมาะสม (เช่น การจัดตั้งเป็นบริษัท เพื่อขอรับการสนับสนุนจาก SME Development Bank) เพื่อสร้างให้เป็นตัวอย่างของกิจการต้นแบบของ “การประกอบการชุมชน”

(๔) กรณีของกลุ่มเบรคแตก ซึ่งเป็นกิจการที่สร้างยอดขายได้ดี ก็ควรที่จะพิจารณาสนับสนุนให้มีการขยายตัวออกไป (Scaling up) เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทขนมขบเคี้ยวที่เป็นที่นิยมทั่วไป มีกรณีที่น่าสนใจ คือ กลุ่มเบรคแตก ข้าวแต่น้ำแตงโม กลุ่มฉาบ กลุ่มตาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่อาศัยช่องทางเดินเข้าสู่ตลาดที่พึ่งพาซึ่งกันและกัน ดังนั้น กลุ่มสมาชิกเหล่านี้ควรจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาแหล่งวัตถุดิบ และการพัฒนาตลาดร่วมกัน หากมีการพัฒนาร่วมกับเอเยนต์ด้วยจะเป็นการดียิ่ง เพราะชุมชนจะได้มีโอกาสเรียนรู้การจัดการระบบตัวกลางและความเข้าใจกับพฤติกรรมทางการตลาดได้

(๕) กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือ-ย้อมสีธรรมชาติ ของหมู่ที่ ๒ ตำบลโนนทอง ที่เพิ่งจะริเริ่มดำเนินงาน แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ สอดคล้องพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญต่อการห่างไกลจากสารเคมีทั้งในการบริโภคและอุปโภค รวมทั้งกระแสของตลาดในประเทศจากโครงการประชารัฐและการรณรงค์อนุรักษ์วัฒนธรรมไทย โอกาสที่ผลิตภัณฑ์นี้จะสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน จึงมีความเป็นไปได้สูงมาก ข้อเสนอเบื้องต้น ในเรื่องนี้ จะขอเน้นไปที่ ๑. การสร้างการรู้จักผ้าและงานฝีมือของกลุ่มผ่านการออกบูธและการแนะนำต่าง ๆ เช่น งานดอกฝ้ายเมืองเลย งานประเพณีของจังหวัดชัยภูมิและพื้นที่ใกล้เคียง ฯลฯ ๒. สร้างพื้นที่เครือข่ายออนไลน์ของผ้าฝ้ายทอมือ - ย้อมสีธรรมชาติ เพื่อรวมตัวเองเข้ากับตลาดผ้าพื้นเมืองของไทยที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งรวมกิจกรรมทางการตลาดในพื้นที่ออนไลน์ ๓. แสวงหานักออกแบบ ดีไซน์เนอร์ รวมทั้งดารา นักแสดง คนที่มีชื่อเสียงที่เป็นลูกหลานของจังหวัดชัยภูมิ เพื่อมาร่วมสร้างสรรค์การสร้างการรู้จักร่วมพัฒนาธุรกิจแขนงนี้อย่างจริงจัง

๒) กลุ่มผลิตและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (ข้าวหอมมะลิปลอดภัย) ตำบลคูเมือง อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร

๑.๑) ผลการประเมิน-แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(๑) แผนการผลิตข้าวอินทรีย์ในพื้นที่แปลงใหญ่ จำนวน ๓๒๐ ไร่

- ร่วมมือกับกลุ่มที่ประสบความสำเร็จและมีประสบการณ์ตรง คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนอุ่มแสง (กลุ่มเกษตรทิพย์) อำเภอราชไศล จังหวัดศรีสะเกษ
- พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตร สร้างเป็นจุดขายของชุมชน
- สร้างเครือข่าย โดยนำเสนอความสำเร็จของกลุ่มขยายผลต่อไปยังสมาชิกคนอื่น ๆ

๑.๒) ข้อเสนอแนะ-แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(๑) พื้นที่บริเวณนี้ มีเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีประสบการณ์การทำงานข้าวอินทรีย์ในพื้นที่อยู่หลายกลุ่ม อาทิ กลุ่มเกษตรกรทำนาบากเรือ อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร, กลุ่มเกษตรทำนาโนส อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนน้ำอ้อม อำเภอห้วย จังหวัดยโสธร และเครือข่ายพื้นที่ใกล้เคียง คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนอุ่มแสง (กลุ่มเกษตรทิพย์) อำเภอราชไศล จังหวัดศรีสะเกษ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านนาโสก อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร ดังนั้น จึงควรที่จะได้มีการประสานความช่วยเหลือและการจัดการความรู้เรื่องนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งขนาดของพื้นที่ ลักษณะของพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาในโครงการนี้ (ในขณะเดียวกัน ก็ช่วยพัฒนาพื้นที่ขนาดเล็กกว่าแต่ชาวนาสมาชิกประสงค์จะร่วมโครงการ)

(๒) ข้อเสนอแนะประการสำคัญเรื่องหนึ่งที่มีต่อที่ประชุม ก็คือ การระดมสรรพกำลังความสามารถของคนบ้านคุ้ม ซึ่งเป็นหมู่บ้านที่มีศักยภาพ มีความรู้การบริหารจัดการ ให้มีเข้ามาช่วยสนับสนุนต่อการทำงานในโครงการนี้ เพราะว่างานมาตรฐานข้าวอินทรีย์ต้องการสร้างความรู้ความเข้าใจ โน้มน้าวการให้ชาวนาสมาชิกเล็งเห็นถึงผลประโยชน์ของชุมชนในระยะยาวมากกว่าในระยะสั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีความต้องการดึงคนที่มีความรู้ความสามารถเข้าช่วยเหลือเกื้อกูลกันในชุมชนเดียวกัน โดยเฉพาะคนที่ยังต้องพึ่งพารายได้จากการเกษตรทำนามันสำปะหลัง และความเสี่ยงจากการใช้สารเคมีเพื่อการเกษตร - ทำอย่างไร จะให้เขาพึ่งพารายได้จากนาและประกอบกิจการเกษตรได้อย่างยั่งยืน

๓) กลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตร (กล้วยมุก-หอม) ตำบลเหมืองใหม่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

๑.๑) ผลการประเมิน-แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(๑) ขยายช่องทางการตลาด โดย

- เพิ่มช่องทางการตลาดที่กรุงเทพฯ โดยจะต้องหาโอกาสเจอตัวแทนที่มารับกล้วยไปจำหน่ายเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รสชาติ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง

- ให้ลูกหลานคนในชุมชนช่วยทำตลาดในบริษัท/องค์กรขนาดใหญ่ที่มีพนักงานจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันมี ๒ - ๓ ราย ที่เอาสินค้าไปขายในโรงงาน

- ดึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเข้ามาบวกรวมกับกิจกรรมของกลุ่ม โดยสร้างให้ชุมชนเป็นฐานกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยว เพื่อดึงคนเข้ามาชุมชนให้มาก รวมถึงสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวร่วมกับโฮมสเตย์ในชุมชน เช่น บ้านสวนทรายทอง นอกจากนี้ทางองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ได้มีการประสานไปยัง คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ให้มาดำเนินการสำรวจจุดเด่นของชุมชน เพื่อจะสร้างแผนงานท่องเที่ยวให้กับชุมชน

- ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ โดยใช้พัฒนาชุมชนจัดหาสถาบันการอาหารที่มีความรู้ในการพัฒนาขยายผลิตภัณฑ์กล้วยในรูปแบบอื่น ๆ

๑.๒) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(๑) ในที่ประชุมได้มีการแลกเปลี่ยนโอกาสที่จะพัฒนาตลาดให้กับการแปรรูปกล้วยว่าสามารถจะขยายออกไปตามช่องทางที่ได้จัดกลุ่มไว้แบบขายผ่านสายส่ง ขายผ่านลูกค้าจร และขายตามงาน ที่มีนักท่องเที่ยว เช่น การขายส่งผ่านสายส่ง ก็ลองพิจารณาหาทาง ที่จะเพิ่มสายส่ง (เดิมมีอยู่แล้ว ๓ สาย) ซึ่งอาจจะหาได้จากลูกหลานของสมาชิกที่ไปทำงานในเมือง การเพิ่มช่องทางของลูกค้าจรแบบตามสั่ง เช่น การเปิดพื้นที่ออนไลน์ เว็บไซต์ ฯลฯ และใน

กรณีของนักท่องเที่ยว ควรใช้ความพยายามประสานงานกับที่พัก รีสอร์ท ภัตตาคาร ร้านอาหารเพื่อวางสินค้าเหล่านี้ไว้เป็นบริการ-เป็นอาหารว่างทานร่วมกับชา กาแฟ ฯลฯ

(๒) กรณีของผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วยฉาบ จากกล้วยหักมุกและกล้วยหอมนี้ เป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับการอธิบายการเพิ่มมูลค่าด้วยการ แปรรูปผลผลิตทางการเกษตร กล่าวคือ กล้วยฉาบ ๑๐๐ กิโลกรัมของกลุ่ม จะมาจากกล้วยดิบจำนวน ๒๕๐ กิโลกรัม จากข้อมูลการร่วมประชุมพบว่า ต้นทุน ๕๐% (๕,๐๐๐ บาทต่อเดือน) เป็นค่าวัตถุดิบกล้วยและการขนส่งจากสวนมายังโรงงาน ซึ่งเป็นรายได้ของชาวสวนกล้วยสมาชิกที่มีโอกาสขายเป็นเงินได้อย่างต่อเนื่อง อีก ๕๐% (๕,๐๐๐ บาทต่อเดือน) เป็นรายได้ของกลุ่มแปรรูป ที่มีสมาชิก ๕ คน ซึ่งในรายการนี้ หากไม่มีงานในโครงการนี้ ในกรณีที่ชาวสวนจะขายกล้วย ก็ต้องขายกับคนนอกชุมชน รายได้จำนวนนี้ จะเกิดขึ้นในชุมชนอื่นที่มีการแปรรูป จะเป็นการฉาบกล้วยหรือการอื่นใดก็ตาม จะเป็นรายได้ของคนในชุมชนอื่น ยิ่งไปกว่านั้น รายได้ทั้งการขายกล้วยและขายกล้วยฉาบของชุมชนกลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (กล้วยหักมุก-หอม) นี้ จะนำไปสู่การใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจชุมชนอีกต่อหนึ่ง

๔) กลุ่มชาวบ้านบางคันชั่ง ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

๑.๑) ผลการประเมิน - แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(๑) ร่วมมือกับกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านดอนคา ตำบลทอนหงส์ อำเภอบางคนที จังหวัดนครศรีธรรมราช ให้ความรู้และทำการตลาดร่วมกันในการแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นเส้นขนมจีน

(๒) เพิ่มช่องทางการตลาดลูกค้าโฮมโพรให้มากขึ้น ขยายสาขาของโฮมโพรไปยังสาขาอื่น ๆ รวมถึงขยายไปยังลูกค้า กลุ่มโรงงาน บริษัทที่มีพนักงานจำนวนมาก

(๓) เพิ่มช่องทางการตลาดของข้าว กข.๔๓ (ข้าวเพื่อสุขภาพ) ไปยังโรงพยาบาล,ร้านอาหารที่ส่งโรงพยาบาล, ร้านอาหารแนวสุขภาพ

๑.๒) ข้อเสนอแนะ-แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(๑) การปรับเปลี่ยนจากข้าวหอมมะลิ เป็นข้าวหอมปทุม และข้าวพันธุ์ กข.๔๓ ไม่ควรปรับเปลี่ยนแบบทันทีทันใด ควรหาทางปรับปรุงด้วยความประสงค์ร่วมกับผู้ซื้อ โดยเฉพาะกรณีของโฮมโพรที่ซื้อไปเลี้ยงเป็นอาหารสำหรับพนักงาน อาจจะเริ่มทดลองการผสม โดยใช้สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ข้าวของชาวนาจากจังหวัดสุพรรณบุรีให้มากที่สุด แต่ก็ยังเป็นที่ยอมรับของตลาด

(๒) ควรหาทางเพิ่มสาขาของโฮมโพร จากที่มีอยู่เพียง ๑ สาขาที่อำเภอรังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไปเป็นสาขาอื่นที่ยังอยู่ในรัศมีการขนส่งของกลุ่ม เพื่อสร้างยอดขายที่เพิ่มขึ้น/สร้างโอกาส ในการแก้ไขปัญหาราคาข้าวของชาวนามากขึ้นกว่าเดิม เป็นตัวอย่างของการ Matching - problem solving ของทั้งฝ่ายโฮมโพร ที่อย่างน้อย จะได้ข้าวที่ใหม่และรู้จักแหล่งที่มา และฝ่ายชาวนาที่สามารถแปรรูปผลผลิตเป็นข้าวสารและขายไปยังผู้บริโภคได้โดยตรง ไม่ผ่านคนกลางทั้งโรงสีและเอเยนต์จัดจำหน่ายอื่น

(๓) นอกจากโฮมโพร ก็ควรแสวงหาลูกค้ารายอื่น ๆ ที่มีความต้องการเช่นเดียวกัน เช่น โรงงานขนาดใหญ่ที่มีการเลี้ยงข้าวพนักงาน โรงพยาบาล ฯลฯ

(๔) ควรศึกษาข้อมูลทางการตลาดข้าว และการปรับเปลี่ยนการผลิตข้าวเพื่อการบริโภคในพื้นที่ภาคกลาง ที่จะเป็นข้าวอินทรีย์และมีคุณสมบัติใกล้เคียงหรือสู้กับข้าวหอมมะลิ (ของภาคตะวันออก-เฉียงเหนือ) เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่กลุ่มได้สร้างเป็นฐานการตลาดไว้

(๕) ในขั้นตอนนี้ กลุ่มควรเลือกที่จะเน้นงานจากการทำนาข้าว การสร้างตลาดข้าว การแปรรูปจากข้าว เช่น การแปรรูปเป็นแป้งขนมจีน ซึ่งมีตัวอย่างจากงานรางวัลวิสาหกิจชุมชน - สัมมาชีพ ที่ระบุว่า กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านดอนคา ตำบลทอนหงส์ อำเภอบางคนที จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งได้รับรางวัลจากมูลนิธิสัมมาชีพ เป็นผู้มีการประเมินตรงในการแปรรูปข้าวเป็นแป้งขนมจีนและส่งมาขายในพื้นที่ภาคกลาง

๕) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ตำบลเขาถ่าน อำเภอลำปาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

๑.๑) ผลการประเมิน - แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

กลุ่มมีแผนที่จะขยายกิจกรรม ดังนี้

(๑) ผลิตภัณฑ์อาหาร-ปลาดุกร้า

(๒) ผลิตภัณฑ์สมุนไพร-พริกไทย โดยส่งขายให้กับร้านแพทย์แผนไทย ๒ ร้าน ซึ่งทางกลุ่มได้ติดต่อไว้แล้ว

(๓) ผลิตภัณฑ์สมุนไพร-ฟ้าทะลายโจร โดยส่งให้กับโรงพยาบาลท่าฉาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

๑.๒) ข้อเสนอแนะ-แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(๑) การพิจารณาที่จะเลือกทำผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งของ ๓ เรื่องที่กลุ่มยกมาขอหารือ เป็นตัวอย่างที่ดีที่คำนึงถึงความเป็นไปได้ของการขายและการตลาดโดยละเอียด หรือมีที่อ้างอิงถึงข้อมูลทางการตลาด เช่น กรณีปลาดุกร้า ซึ่งเป็นที่นิยมบริโภค และยังเป็นที่ต้องการของตลาด ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ที่จะพึ่งพาสมาชิกและผู้ซื้อที่อยู่ในชุมชน ในกรณีของการปลูกพริกไทยที่มีร้านแพทย์แผนไทย ระบุจำนวนที่ต้องการต่อปี ก็ย่อมจะมีความเป็นไปได้ และหากจะให้ความมั่นใจมากขึ้นไปอีก ควรที่จะส่งตัวแทนไปเจรจาเพื่อจัดทำ MOU เพื่อร่วมพัฒนาวิสาหกิจแขนงนี้ร่วมกัน โดยกลุ่มนำเอาแผนงาน จำนวนสมาชิกผู้ร่วมโครงการ จำนวนพื้นที่ และระบบกำกับงานของกลุ่มเป็นข้อมูลนำเสนอ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อร้านแพทย์แผนไทยทั้ง ๒ ร้านที่จะจัดให้มีการวางแผนธุรกิจการแปรรูปรองรับ และในกรณีของฟ้าทะลายโจรที่เป็นที่ต้องการของโรงพยาบาลท่าฉาง ก็ควรที่จะพิจารณาสร้างความร่วมมือ ในทำนองเดียวกัน

(๒) การสร้างสรรค์วิสาหกิจใหม่ทั้ง ๓ รายการข้างต้น จะแตกต่างไปจากงานเดิมของกลุ่มที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นและเวชสำอาง ซึ่งดูเหมือนจะเป็นสินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาดและสอดคล้องกับค่านิยมสมุนไพร (ละจากผลิตภัณฑ์เคมี) ของผู้บริโภคแต่ในทางปฏิบัติกลับเป็นอุปสรรคที่จะไม่มีลูกค้าที่มีความต้องการใช้ อย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ มียอดขายต่อปี ๒๐๐,๐๐๐ บาท เฉลี่ยเดือนละ ๑๖,๖๖๗ บาท ในขณะเดียวกัน มีสมาชิกร่วมงานเพียง ๗ คน และมีลูกค้าที่ติดต่อขอใช้ผลิตภัณฑ์จากหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต นั้นหมายความว่า ลูกค้าหรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ควรจะเป็นกิจการในธุรกิจท่องเที่ยว และในจังหวัดที่มีธุรกิจท่องเที่ยว เช่น จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดสงขลา จังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ และจังหวัดพังงา ฯลฯ และจะเป็นการดีกว่านี้ หากลูกค้าในผลิตภัณฑ์นี้เป็นโรงแรม รีสอร์ท หรือร้านสปาในสมัย พังงา และสุราษฎร์ธานี เพราะจะได้อธิบายถึงความเชื่อมโยงของธุรกิจท่องเที่ยวกับวิสาหกิจชุมชนและการร่วมสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่น ซึ่งในทางแขนงของธุรกิจโรงแรมจะเป็นการ สะท้อน ถึงการดำเนินธุรกิจที่เป็นไปแบบ Inclusive business ได้อีกมิติหนึ่ง

๓. กลุ่มที่อยู่ในขั้นตอนริเริ่ม

๑) กลุ่มศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิงเกษตร) ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

๑.๑) ผลการประเมิน - แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(๑) จัดทำแผนกิจกรรม “ท่องเที่ยวชุมชน” (ริมคลอง)

- ออกแบบเส้นทางล่องเรือ และจุดแวะพักต่าง ๆ จัดโปรแกรมเที่ยวชุมชนภายใน ๑ วัน โดยหาจุดเด่นของชุมชนมาเป็น จุดดึงดูดความสนใจ

- สร้างกิจกรรมที่น่าสนใจและนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้

- สร้างกิจกรรมพายเรือ (เรือแคนู, เรือคายัค, เรือแจว ขนาดเล็ก) ชมสวน ชมนาข้าว ไร่ไผ่ และชมวิถีชีวิตชุมชนเกษตร

- สร้างจุด View Point ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาถ่ายรูปแล้วแชร์ใน Social Media เช่น การยกยอยักษ์

- ติดต่อประสานงานร้านอาหาร ภัตตาคารในพื้นที่เพื่อขายอาหารกลางวัน และขายของฝาก/ของที่ระลึก

- บวกรวมเข้ากับโครงการตลาดน้ำขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

๑.๒) ข้อเสนอแนะ-แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(๑) ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ดำเนินการอยู่ เป็นการแปรรูปมะนาว มะนาวดอง น้ำมะนาวคั้นสด น้ำมะนาวดอก กล้วยชัน และมะนาวผง ซึ่งเป็นการใช้วัตถุดิบในชุมชน เป็นสินค้าหมวดอาหาร - เครื่องดื่ม และเหมาะสมสำหรับการ ขยายตลาดในสังคมเมือง แต่จะต้องพัฒนาไปสู่การรองรับมาตรฐานสินค้าและการจับคู่หรือร่วมงานกับพันธมิตรคู่ค้า เช่น ขายส่งกับผู้ประกอบการที่มีตลาดอยู่แล้ว หรือร่วมสร้างตลาดในช่องทางใหม่ๆ เจาะตลาดผู้ประกอบการในรั้ว มหาวิทยาลัย ซึ่งจังหวัดปทุมธานี เป็นจังหวัดที่มีมหาวิทยาลัยตั้งอยู่จำนวนมาก

(๒) ปัญหาของกลุ่ม อยู่ที่การสร้างความมั่นใจต่อสมาชิกที่จะพัฒนาต่อยอดงานจากการปลูกมะนาว ไปสู่การ ประกอบการเป็นผู้ผลิต/แปรรูป ริเริ่มค้าขายและทำความเข้าใจกับการตลาด ควบคู่ไปกับการสร้างความมั่นใจให้กับ สมาชิกและการเจาะตลาดการแปรรูปมะนาว ดังนั้น จึงเสนอให้กลุ่มพัฒนาพื้นที่ เพื่อสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเริ่มจากทรัพยากรที่มีส่วน มีคลอง และนา มีศูนย์เรียนรู้ รวมทั้งองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ซึ่งมีแผนงานที่จะ จัดทำโครงการสร้างตลาดน้ำ จึงเสนอให้กลุ่มพิจารณาร่วมมือกิจกรรมเหล่านั้นเพื่อดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการในพื้นที่ (รวมทั้งซื้อผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปมะนาว) เช่น กิจกรรมล่องเรือ เรือแจวขนาดเล็ก ชมสวน - นา มีจุดถ่ายรูป ประสานงานกับภัตตาคาร ร้านอาหารในชุมชน เพื่อร่วมกันสร้างเป็นกิจกรรมท่องเที่ยว

๒) กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ

๑.๑) ผลการประเมิน - แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(๑) จัดทำแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้

- แปลงการท่องเที่ยวชุมชน (เน้นท่องเที่ยวจาก) ไปสู่คลองสาขาในชุมชน โดยจัดโปรแกรมเส้นทางการท่องเที่ยวในชุมชน ให้น่าสนใจ หากจุดเด่นดึงดูดนักท่องเที่ยวจากวัดสาขลา และวัดขุนสมุทรจีน ให้มาแวะเที่ยวชมชุมชนให้ได้
- สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนที่ดำเนินการอยู่ก็ยังคงไว้ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ (เรือขนาดใหญ่ ๓๕ ที่นั่ง)
- ตั้งกลุ่มสมาชิกเรือเล็กที่มีอยู่ ๑๐ ลำ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก
- สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่ร่วมกับเครือข่ายของวัดสาขลา และวัดขุนสมุทรจีน โดยสร้างจัดกิจกรรมเพื่อดึงคนเข้ามาในชุมชน
- ขอความร่วมมือจากวัดแหลม, วัดคลองพระราม โดยจัดเป็นฐานกิจกรรมแรกของโปรแกรมสำหรับไหว้พระ และใช้เป็นจุดจอด จุดจอดเรือรับ - ส่ง นำท่องเที่ยว เข้าชมชุมชนเพื่อชมวิถีชุมชน ฐานกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงเป็นจุดแวะทานอาหารกลางวัน และซื้อของฝากจากผลิตภัณฑ์ในชุมชน
- สร้างจุด View Point ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาถ่ายรูปแล้วแชร์ใน Social Media

๑.๒) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(๑) ลักษณะการจัดการผลิตภัณฑ์กับการขายและการตลาด ถ้าดำเนินการไปตามแนวทางเดิมที่เป็นอยู่ จะต้องรักษาฐานลูกค้าและช่องทางการตลาดที่กลุ่มนำผลิตภัณฑ์ที่ทำไปวางขาย แต่จะเป็นไปโดยการไม่ได้ร่วมพัฒนาตลาดด้วย จะทำให้กลุ่มไกลห่างจากข้อมูลผู้บริโภค

(๒) ควรนำเอางานท่องเที่ยวชุมชนมาพัฒนาร่วมกับการพัฒนาข้อมูลผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) เพื่อโยงเข้ากับผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ลูกจาก และใบจากที่มีอยู่ โดยปรับเส้นทางการท่องเที่ยวจากเดิมที่ใช้เรือขนาดใหญ่ และมีเส้นทางท่องเที่ยว ๒ เส้นทางคือ ชมปากอ่าว-เจ้าพระยา-วัดขุนสมุทรจีน และวัดสาขลา-หลักเขตบางขุนเทียน ซึ่งใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวเส้นทางละ ๒ ชั่วโมง มีจุดแวะพักชมวัดไหว้พระทั้งสองเส้นทาง ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวประมาณเดือนละ ๑ ครั้ง ซึ่งถือว่าน้อยมาก ไม่เพียงพอจะสร้างเป็นงานที่สร้างรายได้ให้สมาชิกได้

การปรับปรุงการท่องเที่ยวในที่นี้ เสนอให้เพิ่มเส้นทางการท่องเที่ยวโดยใช้เรือแจวขนาดเล็กเข้าไปท่องเที่ยวในบริเวณใกล้ๆ เข้าชมสวนในคลองสาขา ใช้เวลาเดินทางแบบครึ่งวันหรือทั้งวัน เน้นท่องเที่ยวแบบร่วมกิจกรรมขนบของชุมชน และไปไหว้พระใกล้ๆ เป็นกิจกรรม/โปรแกรมท่องเที่ยวเพิ่มเติมจากที่มีอยู่ของเรือใหญ่ ซึ่งด้านหนึ่ง จะช่วยทำให้มีฐานกิจกรรมขึ้นใหม่โดยใช้เรือพาย เรือแจว สำหรับบริการนักท่องเที่ยวจำนวนไม่มากนัก ในขณะเดียวกันก็สร้างงานพายเรือให้กับสมาชิกของกลุ่มได้อีกแขนงหนึ่ง

(๓) กิจกรรมบริการท่องเที่ยวแบบใหม่นี้ จะช่วยให้มีความคึกคักของการท่องเที่ยวในบริเวณนี้เป็นไปแบบไม่ขาดช่วง จะช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวโดยรวมของพื้นที่บริเวณนี้และพื้นที่ใกล้เคียง รวมทั้งจะนำมาซึ่งลูกค้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ว่าจะเป็นขนม กระเป๋ และของใช้จากใบจาก ฯลฯ

๓) กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านสุตใจ (พื้นบ้าน) ตำบลแพรกษา อำเภอมือง จังหวัดสมุทรปราการ

๑.๑) ผลการประเมิน-แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(๑) สร้างกิจกรรมทำคู่ขนานไปกับการเพาะเลี้ยงจิ้งหรีด เช่น การเลี้ยงกบ การเลี้ยงปลาหมอ ประสานขอความร่วมมือจากสถาบันอาหาร/มหาวิทยาลัย หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาช่วยพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ วิธีการผลิต เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา ตลอดจนการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์

(๒) กลุ่มมีแผนที่จะผลิตน้ำจิ้ม-น้ำจิ้มหมูสะเต๊ะ/ขนมปังปิ้งส่งขายเพื่อสร้างรายได้เพิ่มแนวทางการพัฒนา งานของกลุ่ม หากิจกรรมเพิ่มเติมเพื่อสร้างรายได้

(๓) จัดระบบตลาดให้ขยายใหญ่ขึ้น เพื่อเพิ่มยอดขาย โดยขยายจากเอเยนต์ ๑ ราย ให้เพิ่มขึ้นเป็น ๕ - ๑๐ ราย รวมถึงการขยายตลาดขายปลีก โดยขยายไปยังร้านค้าชุมชน (ในรูปแบบผลิตภัณฑ์สด และแปรรูปแล้ว) และรถพุ่มพวง

(๔) ทำกิจการร้านอาหารโดยชุมชนเป็นจุดขาย ทุกเมนูจะต้องมีผลิตภัณฑ์ของชุมชนเป็นส่วนประกอบในอาหาร

๑.๒) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(๑) รูปแบบของการจัดการช่องทางการขายจิ้งหรีด ที่เป็นไปทั้งการขายส่งผ่านเอเยนต์ไปยังโรงงาน กับขาย รายย่อยโดยตรง โดยมีอัตราส่วน ๗๐/๓๐ นั้น สะท้อนให้เห็นว่า ตลาดจิ้งหรีด เหมาะที่จะจัดการแบบจัดให้มีเอเยนต์ไป ตามโรงงานมากกว่าจะขายหน้าร้าน ทั้งนี้ก็เพราะ ผู้บริโภคจิ้งหรีด มักจะเป็นคนงาน ที่มาจากต่างจังหวัด (โดยเฉพาะ ภาคเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ) ซึ่งจะอาศัยอยู่กระจัดกระจายในกรุงเทพฯ และปริมณฑล แต่มากระจุกรวมกันในที่ ทำงาน/โรงงาน ดังนั้น ในเบื้องต้น ควรจะจัดหาตัวแทนหรือเอเยนต์ในโรงงานอื่น ๆ หรือสถานที่ราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ที่มีคนจำนวนมาก ทั้งในจังหวัดสมุทรปราการ กรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง ให้เป็นฐานการสร้างเป็นธุรกิจ เช่น จัดให้ มีเอเยนต์ประมาณ ๕-๑๐ คน เพื่อสร้างรายได้ต่อเดือนประมาณ ๑๕๐,๐๐๐-๓๐๐,๐๐๐ บาท ซึ่งเหมาะที่จะพัฒนาเป็น วิสาหกิจขนาดย่อมได้

(๒) ควรศึกษาความเป็นไปได้ที่จะเพาะเลี้ยงสัตว์พื้นบ้านอื่น ๆ ที่มีลักษณะเป็นอาหาร พื้นบ้านในลักษณะ เดียวกับจิ้งหรีด เช่น กบ ปลาหมอ ปลาดุก ฯลฯ อาจจะรวมถึงผักและผลไม้พื้นบ้าน เพื่อจัดการขายไปยังผู้บริโภค กลุ่มนี้เป็นการเฉพาะ ซึ่งจะเป็นการสร้างธุรกิจจากการบริหารตลาดที่มีลักษณะเฉพาะ

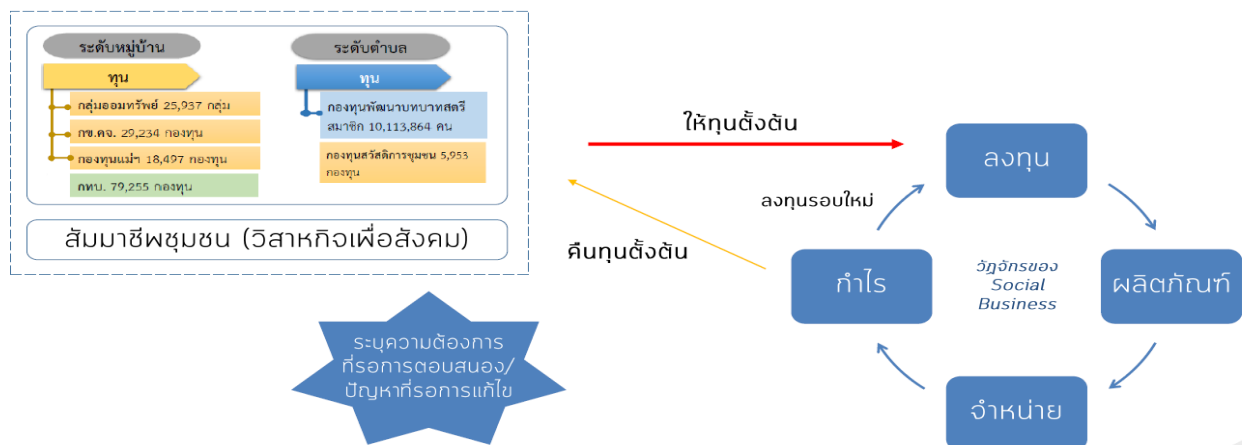
๔. สรุปผลการดำเนินการติดตามประเมินผล

การติดตามและประเมินผลกำหนดมีการติดตามใน พื้นที่ ๓ รูปแบบ ได้แก่ ๑.การติดตามและประเมินผล โดยการประชุม คณะกรรมการอำนวยการและคณะทำงานขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างกรมการพัฒนาชุมชนกับมูลนิธิสืมาธิปไตย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคม แห่งประเทศไทย (Thailand Social Business Initiative : TSBI) ประกอบด้วย ผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับทุก หน่วยงาน ผลที่ได้จากการจัดประชุมสรุปได้ ดังนี้

ประเด็นที่ ๑ ทบทวนแผนการดำเนินงานการสร้างผู้ประกอบการชุมชน (CE) จาก MOU ๑ : กรมการ พัฒนาชุมชน กับ มูลนิธิสืมาธิปไตย และ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่ริเริ่ม คือ (๑) ความเข้มแข็งชุมชน และ(๒) ความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การดำเนินการ (การพัฒนาผู้ประกอบการชุมชนสู่การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม : Social Enterprise) และสอดคล้องกับกระบวนการ บริหารที่กำหนด ซึ่งจะดำเนินการไปตามปัจจัยการขับเคลื่อน ดังนี้คือ (๑) การพิจารณาคัดเลือกพื้นที่ริเริ่ม ที่มีศักยภาพ และมีโอกาสในการประสบความสำเร็จ โดยพิจารณาจากผู้นำชุมชนที่มีศักยภาพ และใช้เกณฑ์การพิจารณาทั้ง ๒ เกณฑ์ ประกอบการพิจารณาคัดเลือกพื้นที่ (๒) การขับเคลื่อนปัจจัยด้านการสื่อสารผลงาน ในการดำเนินการ เพื่อสร้างความรู้/ ความเข้าใจแก่ผู้นำชุมชน องค์กรเครือข่าย และสมาชิกกลุ่มที่จะเข้าไปดำเนินการ เกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติเพื่อการพัฒนา ผู้ประกอบการชุมชน (๓) การขับเคลื่อนปัจจัยด้านการจัดการความรู้ ในการดำเนินการ ที่จะพัฒนาไปสู่วิสาหกิจเพื่อ

สังคม (Social Enterprise : SE) หรือ กิจกรรมแบบธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) (๔) การขับเคลื่อนปัจจัยด้านการสร้างเศรษฐกิจชุมชน กล่าวคือ การวัดผลความสำเร็จของการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน/เศรษฐกิจท้องถิ่น อาทิ การพัฒนาเครื่องมือเพื่อวัดผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ระดับตำบล-อำเภอ, เครื่องมือวัดผลความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชน (ระดับกลุ่ม) เป็นต้น **สำหรับ MOU ๒** : กรมการพัฒนาชุมชน กับ หน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (Thailand Social Business Initiative : TSBI) ขับเคลื่อนตามวงจรกิจการแบบธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) เริ่มต้นจากการลงทุนซึ่งเป็นการนำกองทุนต่าง ๆ ในชุมชน มาเป็นทุนตั้งต้นให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการชุมชน จากนั้นจึงเป็นขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมาตรฐาน/คุณภาพแล้วนำเข้าสู่ขั้นตอนการจัดจำหน่ายในกระดานสินค้าที่จัดไว้เป็นลำดับถัดไป จากนั้น ผลกำไรที่ได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จะนำคืนทุนตั้งต้นส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่ง จะนำไปลงทุนรอบใหม่ ดังนั้น จึงขับเคลื่อนตามวงจรดำเนินการดังนี้

กรอบแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (CE)



สถาบันไทยพัฒน์

ประเด็นที่ ๒ การกำหนดและคัดเลือกพื้นที่ดำเนินการ มีข้อสรุปเบื้องต้นเกี่ยวกับการคัดเลือกพื้นที่ดำเนินการ โดยใช้กลไกขับเคลื่อนคือ ศอช.ต. หรือ ผู้นำ อช. ที่เข้มแข็ง SMEs ในพื้นที่ (พิจารณาโดยมูลนิธิธรรมาภิบาล และ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย) และหน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (TSBI) โดยหน่วยงานภายใต้ MOU ทั้งสองคณะ มีภารกิจและบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (CE) สู่การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) การสื่อสารผลงานในระดับสากล และจัดการจัดการความรู้ โดยมีพื้นที่ริเริ่มจำนวน ๖ จังหวัด ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี จังหวัดนนทบุรี จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดสมุทรปราการ และ จังหวัดสมุทรสงคราม และที่ประชุมมีมติให้มีการคัดเลือกพื้นที่ (พื้นที่จับคู่พัฒนา) อีก ๖ พื้นที่/จังหวัด เพื่อให้เป็นพื้นที่ดำเนินการในลักษณะคู่ขนานกับพื้นที่ริเริ่ม โดยสรุปแล้วการดำเนินการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) สู่การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) หรือ ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) จะดำเนินการในพื้นที่ริเริ่ม จำนวน ๑๒ พื้นที่/จังหวัด ซึ่งได้อธิบายไว้ในส่วนที่ ๒ แล้ว

ประเด็นที่ ๓ การจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ได้ร่วมกันกำหนดพื้นที่และกิจกรรมดำเนินการ และวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่ม/ชุมชนตัวอย่างของพื้นที่ริเริ่ม ซึ่งประชุมได้พิจารณาคัดเลือกกลุ่มกล้วยมุก-หอม (จังหวัดสมุทรสงคราม) เป็นหน่วยริเริ่มในการวิเคราะห์ การเข้าสู่พัฒนาเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) สู่การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) หรือ ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) และผลการวิเคราะห์ได้แสดงแผนภาพไว้ในส่วนที่ ๒ แล้ว

สำหรับแผนปฏิบัติการ ขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน Community Entrepreneur : CE ภายใต้ความร่วมมือ ระหว่างกรมการพัฒนาชุมชน กับ มูลนิธิสยามชีฟ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (Thailand Social Business Initiative : TSBI) ได้กำหนดไว้ ๒ ระยะคือ

ระยะที่ ๑ จำนวน ๑๐ จังหวัด ๑๒ กลุ่ม (พื้นที่ริเริ่ม พื้นที่จับคู่พัฒนา) รวมถึง พื้นที่ถอดบทเรียนต้นแบบ ๓ จังหวัด ดำเนินการในปี ๒๕๖๐

ระยะที่ ๒ ดำเนินการในปี ๒๕๖๑ - ๒๕๖๒ เป็นการสนับสนุนกลุ่มริเริ่ม และจะขยายผลให้ครอบคลุมทุกจังหวัด รายละเอียดตามที่ปรากฏโดยได้กำหนดไว้ในส่วนที่ ๒ แล้ว

๒. การติดตามและประเมินผลโดยบุคคลและการติดตามผลโดยการ

รายงานผลการขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน Community Entrepreneur : CE ภายใต้ความร่วมมือ MOU

การติดตามโดยบุคคลเป็นการติดตาม ตรวจสอบ และสนับสนุนการดำเนินงานในระดับพื้นที่ ซึ่งได้สรุปผลการติดตามไว้แล้ว ในเบื้องต้น และการติดตามผลโดยการรายงาน เป็นความร่วมมือระหว่างส่วนกลางโดยคณะทำงานขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับจังหวัด/อำเภอ/โดยเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ซึ่งกรมการพัฒนาชุมชนได้จัดสรรงบประมาณให้จังหวัด/อำเภอจัดประชุมกลุ่มอาชีพเป้าหมายในระดับพื้นที่ เพื่อติดตามประเมินผลความก้าวหน้า ในการพัฒนากลุ่มสมาชิกชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน สามารถสรุปโดยแยกเป็นรายกลุ่มได้ ดังนี้

๑. กลุ่มชาวบ้านบางคันชั่ง หมู่ที่ ๑๒ ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี



กลุ่มชาวบ้านบางคันชั่ง จัดตั้งเมื่อปี ๒๕๕๔ สถานที่ตั้ง : บ้านเลขที่ ๒๑๒ หมู่ที่ ๑๒ ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีประธานกลุ่ม คือ นายถาวร สวัสดิ์แพทย์ บ้านเลขที่ ๒๑๒ หมู่ที่ ๑๒ ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี เบอร์โทรศัพท์ ๐๘๑-๘๙๐๗๔๕๑ มีคณะกรรมการบริหารกลุ่ม จำนวน ๑๐ คน สมาชิกกลุ่มปัจจุบัน ๑๐๐ คน ผลิตภัณฑ์กลุ่มได้แก่ ข้าวหอมมะลิบางคันชั่ง ข้าวสารข้าวหอมมะลิ ข้าวหอมประทุม ข้าวเหลืองอ่อน บรรจุภัณฑ์ในลักษณะข้าวบรรจุกระสอบ มีหลายขนาด เช่น ขนาด ๑ - ๔๙ กิโลกรัม กำลังการผลิตโดยเฉลี่ย ๑-๕ ตันต่อเดือน ราคาผลิตภัณฑ์เฉลี่ยกิโลกรัมละ ๒๘ บาท รายได้เฉลี่ย ๑๒,๐๐๐ - ๔๘,๐๐๐ บาทต่อปี สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ที่ทำการกลุ่มชาวบ้านบางคันชั่ง ฝากขายร้านค้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ฝาก

ขาย เครือข่าย อ.โพธิ์ทอง จ.อ่างทอง ได้รับการรับรองมาตรฐานจากโรงสีข้าวขนาดใหญ่ซึ่งมีมาตรฐาน GMP มีทุนดำเนินการของกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากโครงการพระราชดำริ (กทบ.) จำนวนเงิน ๑๕๐,๐๐๐ บาท ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่ม **ปัญหาที่พบ** กลุ่มซื้อข้าวหอมมะลิ ข้าวเหลืองอ่อน ข้าวหอมปทุมจากพื้นที่และจังหวัดอื่นมาจำหน่าย เพราะพื้นที่อำเภอสองพี่น้อง ปลุกข้าวได้ปีละ ๑ ครั้ง คือ ช่วงเดือน มีนาคม – กรกฎาคม ส่วนเดือนสิงหาคม – มกราคมของปีถัดไป มีภัยธรรมชาติ คือ น้ำท่วมไม่สามารถปลุกข้าวได้ ในปัจจุบันข้าวที่ซื้อมามีราคาแพง ไม่สามารถที่จำหน่ายในราคาถูกลงเหมือนเดิมได้ กลุ่มแก้ปัญหาโดยซื้อข้าวเปลือกแล้วนำมาสีข้าวที่โรงสีชุมชน เพื่อลดต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์จึงไม่มีแบรนด์ ปัจจุบันมียอดการจำหน่ายลดลงเพราะลูกค้าไม่ให้ความสนใจ ลูกค้ายังติดสินค้าแบรนด์เดิม แต่กลุ่มคิดว่าหากติดแบรนด์ ดียี่ห้อ ใช้ต้นทุนสูงขึ้นราคาจำหน่ายก็จะสูงขึ้นตาม และปัจจุบันกลุ่มกำลังพัฒนาข้าวด้วยการเปลี่ยนให้เป็นข้าวที่สามารถปลูกในพื้นที่ได้

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการสร้างสัมมาชีพสู่ผู้ประกอบการชุมชน

ข้าวหอมมะลิบางคันซึ่ง **ผลิตภัณฑ์เดิม** ผลิตภัณฑ์จำหน่ายเป็นข้าวสาร บรรจุกระสอบ ภายใต้แบรนด์ “๕ พลัง”

- ขนาด ๔๙ กิโลกรัม ราคา ๑,๓๕๐ บาท
- ขนาด ๕ กิโลกรัม ราคา ๑๕๐ บาท
- ขนาด ๑ กิโลกรัม ราคา ๒๘ บาท



ผลิตภัณฑ์ใหม่

กลุ่มฯได้ผลิต ผลิตภัณฑ์จำหน่ายเป็นข้าวสาร บรรจุกระสอบ ไม่มีแบรนด์ เป็นกระสอบพื้นสีขาว เนื่องจากต้นทุนการผลิตมีราคาสูง

- ขนาด ๔๙ กิโลกรัม ราคา ๑,๓๕๐ บาท
- ขนาด ๕ กิโลกรัม ราคา ๑๕๐ บาท



กระบวนการพัฒนากลุ่ม

มีการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่ม ในรูปแบบดำเนินการประชุมคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เป็นไปตามตามมติที่คณะกรรมการและสมาชิกร่วมกันกำหนด เช่นการจำหน่ายข้าวสารในราคาถูกเพื่อสร้างสวัสดิการให้กับหมู่บ้าน ช่วงแรกเน้น “กินภายในหมู่บ้าน” และ กลุ่มข้าวบ้านบางคันซึ่ง ไม่ได้เป็นผู้ผลิตสินค้า แต่เป็นตัวกลางในการหาสินค้ามาจำหน่ายให้กับลูกค้าในราคาถูก เนื่องจากเกิดภัยธรรมชาติ น้ำท่วมเป็นประจำทุกปี จึงไม่สามารถปลุกข้าวไว้บริโภคได้ ปลุกได้แต่ข้าวที่นำไปทำอาหารสัตว์ กลุ่มฯ ได้ศึกษาข้อมูลการปลุกข้าว กข. ๔๓ ซึ่งมี

คุณสมบัติคือ น้ำตาลน้อย เหมาะสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานบริโภคได้ มีความอ่อนนุ่ม ไม่แข็ง ไม่หอมและสามารถเพาะปลูกในพื้นที่ของตนเองได้ และกลุ่มมีแผนในการต่อยอดกิจการให้เกิดความยั่งยืน ดังนี้

๑. หาพันธุ์ข้าวปลูก กข.๔๓ มีคุณสมบัติ คือ น้ำตาลน้อย อ่อนนุ่มเหมือนข้าวหอมมะลิ และที่สำคัญสามารถปลูกในพื้นที่ตำบลบางตาเถรได้

๒. แปรรูปข้าวสาร ให้เป็นแป้งข้าวเจ้า

๓. เชื่อมโยงกับเครือข่ายระดับจังหวัด เพื่อแจ้งเป็นแหล่งแปรรูปข้าวสารให้เป็นแป้งข้าวเจ้า แห่งเดียวในจังหวัดสุพรรณบุรี



การขยายผลสู่กลุ่มอื่น ผู้นำกลุ่มข้าวบ้านบางคันชั่ง มีเครือข่ายกับหลายหน่วยงาน และนายถาวร สวัสดิ์แพทย์ ซึ่งเป็นผู้นำกลุ่ม ได้เป็นวิทยากรถ่ายทอดการดำเนินงานกลุ่มเชื่อมโยงกับเครือข่ายระดับจังหวัด

ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมกลุ่มฯ ให้ประสบผลสำเร็จ ประกอบด้วย

๑. คณะกรรมการและสมาชิกที่เข้มแข็ง มีความเอื้ออาทร ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมกันแก้ไขปัญหา

๒. หน่วยงานราชการ กลุ่ม องค์กร เครือข่าย เอกชน และอื่น ๆ ให้การสนับสนุน เช่น มีปราชญ์จากเครือข่ายภาคประชาชน ให้ความรู้ด้านการผลิต กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน สำนักงานเกษตร/สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ เป็นหน่วยงานที่ให้ความรู้

๓. มีการเชื่อมโยงเครือข่าย ในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด

๔. มีการประชาสัมพันธ์ ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง FACE BOOK ทางไลน์ ของคณะกรรมการกลุ่ม และหน่วยงานราชการ

ความคิดเห็นต่อกระบวนการพัฒนากลุ่มสมาชิกสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน กลุ่มข้าวบ้านบางคันชั่งมีความคิดเห็นว่า เป็นกระบวนการพัฒนาที่ก่อให้เกิดรายได้ ทำให้มีความรู้ สร้างเครือข่ายช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และเปลี่ยนรูปแบบผู้บริโภค มาเป็นผู้ประกอบการ มีธุรกิจเป็นพื้นฐานอาชีพหลักของตนเอง

๒. กลุ่มพัฒนาอาชีพคลองนาเกลือ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ



กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ จัดตั้ง เมื่อปี ๒๕๕๕ สถานที่ตั้ง ๔๖ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีประธานกลุ่มชื่อนางช่อนกลิ่น บุญเข้ม บ้านเลขที่ ๔๖ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ คณะกรรมการบริหารกลุ่มจำนวน ๗ คน จำนวนสมาชิกกลุ่มปัจจุบัน ๓๐ คน ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้แก่ น้ำลูกจาก ลูกจากลอยแก้ว น้ำลำแพน ขนมะปรางใส่ลูกจาก ขนปั้งใส่ลูกจาก ขนย่างใบจาก ข้าวต้มมัด กระเป๋าสานใบจาก กุ้งเหยียดสมุนไพร ปูต้ม กุ้งต้มซีฟู้ด เรือท่องเที่ยว ลักษณะรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมใส่ถุงพลาสติก และใส่ขวด ไม่ติดฉลาก มีกำลังการผลิต ๒,๐๐๐-๓,๐๐๐ ชิ้น ต่อเดือน ราคาตามชนิดของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ ๑๐-๑๕๐ บาท รายได้เฉลี่ย ๑๒,๐๐๐-๑๕,๐๐๐ บาทต่อเดือน (ปีละประมาณ ๑๔๔,๐๐๐ -๑๘๐,๐๐๐ บาท สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จำหน่าย ณ ทำการกลุ่ม ออกร้านจำหน่ายในงานที่ส่วนราชการจัด รับทำตามสั่ง ตลาดในชุมชน (ตลาดสวนนาเกลือ) ใช้ช่องทางการจำหน่าย/ตลาด โดยใช้ช่องทางสื่อโซเชียล ทีวี กลุ่มไลน์ เฟสบุ๊ก ออกร้านงาน OTOP ตลาดในชุมชน (ตลาดสวนนาเกลือ) ไปจำหน่ายเอง และรับออเดอร์ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ออย. OTOP ๓-๔ ดาว มีเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่ม ๑๐,๐๐๐ บาท **ปัญหาที่พบในการผลิต** ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กลุ่มขาดการเรียนรู้การใช้งานระบบไอทีเพื่อเสริมช่องทางการตลาด เครื่องมือในการประกอบผลิตภัณฑ์ยังไม่ค่อยมีคุณภาพ วัตถุดิบไม่ได้มาตรฐาน เช่น ไข่ที่ซื้อมาไม่สด ลูกจาก ลูกลำแพนมีในช่วงฤดูกลาง นอกฤดูกลางหายาก กลุ่มมีการจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจตามที่ได้รับการอบรมทำแผนธุรกิจกับกรมการพัฒนาชุมชน

ผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการสร้างสัมมาชีพสู่ผู้ประกอบการชุมชน : (CE)



การพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากเดิมนำผลิตภัณฑ์ใส่ถุงพลาสติก ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

- ใส่ขวดติดสติ๊กเกอร์สวยงาม
- ใส่ขวดติดสติ๊กเกอร์สวยงาม
- ใส่กล่องติดสติ๊กเกอร์
- กระดาษห่อเป็นฉลากสวยงาม ใส่กล่องติดสติ๊กเกอร์
- มีป้ายห้อย
- ใส่กล่องติดสติ๊กเกอร์
- ได้รับการรับรองมาตรฐาน ออย. จากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด
- ได้รับคัดสรรผลิตภัณฑ์ ๔ ดาว และ ๓ ดาว จากสำนักงานพัฒนาชุมชน

กระบวนการพัฒนากลุ่มสมาชิก

๑. เพิ่มศักยภาพกลุ่ม/สมาชิก/การบริหารจัดการกลุ่ม ดำเนินการในลักษณะการอบรมให้ความรู้กับสมาชิกกลุ่ม การจัดประชุมให้สมาชิกเสนอความคิดเห็นในการทำงาน มีการเลือกตั้งคณะกรรมการในการบริหารจัดการกลุ่ม และมอบหมายหน้าที่รับผิดชอบ กำหนดระเบียบ กฎกติกาของกลุ่ม

๒. การขยายผลสู่กลุ่มอื่น ๆ เช่น การสร้างเครือข่าย/ภาคี ขยายเครือข่ายไปยังตำบลอื่น เพื่อปรึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และฝากจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปในตำบล หรือสถานที่ต่าง ๆ และสมาชิกในกลุ่มสามารถถ่ายทอดความรู้ให้คนอื่น ๆ ได้ และกลุ่มได้ต้อนรับคณะศึกษาดูงานจากภายนอกเดือนละ ๑ - ๒ ครั้ง รายได้ ๕๐๐๐ บาท/เดือน

๓. กลุ่มมีแผนต่อยอดกิจการ/พัฒนาธุรกิจ สู่ความยั่งยืนโดยใช้ระบบส่งเสริมการขาย ๒ รูปแบบ ได้แก่

- รูปแบบที่ ๑ การขายปลีก การจำหน่าย แบบไม่จำกัดการซื้อตามความต้องการของลูกค้า
- รูปแบบที่ ๒ การขายส่ง การจัดจำหน่าย โดยกลุ่มเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ และพัฒนา

บรรจุภัณฑ์ให้เป็นທີ່สนใจของลูกค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมกลุ่มฯ ให้ประสบผลสำเร็จประกอบด้วย

๑. มีการทำงานเป็นทีม แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบชัดเจน ความสามัคคี อดทนต่ออุปสรรค เสียสละ การบริหารจัดการมีความโปร่งใส มีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

๒. มีหน่วยงานราชการ เครือข่าย ให้การสนับสนุน เช่น

๑) สำนักงานเกษตรจังหวัด/อำเภอ ให้ความรู้เรื่องแปรรูปต้นจาก

๒) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด/อำเภอ ให้ความรู้เรื่องการพัฒนากลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดทำแผนธุรกิจ การบริหารจัดการกลุ่ม ข้อระเบียบกติกา แหล่งทุน ช่องทางการจำหน่าย

๓) สาธารณสุขให้คำแนะนำในการขอรับรองมาตรฐาน ออย.

๔) อบต.สนับสนุนประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวทางเรือ

ความคิดเห็นต่อกระบวนการพัฒนากลุ่มสมาชิกผู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชนจากกลุ่มสมาชิกเห็นว่า เป็นกระบวนการที่สร้างกลุ่มให้เกิดการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมและพัฒนากลุ่มให้เดินหน้าต่อไปได้ ทำให้สมาชิกกลุ่มเกิดความร่วมมือร่วมใจ สร้างความสามัคคีของคนในกลุ่มเพิ่มมากขึ้น

๓. กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านสุดใจ หมู่ที่ ๗ ตำบลแพรक्षा อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ



กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านสุดใจ จัดตั้ง เมื่อปี พ.ศ.๒๕๕๙ สถานที่ตั้ง ๑๒/๒ ซอยแพหมอพัฒนา หมู่ที่ ๗ ตำบลแพรक्षा อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ ประธานกลุ่มคือ นางสาว ศิริโฉมงาม บ้านเลขที่ ๔๑๓/๒๔ หมู่ที่ ๗ ตำบลแพรक्षा อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ โทรศัพท์ ๐๘๙-๗๙๖-๒๗๑๒ มีคณะกรรมการบริหารกลุ่มจำนวน ๙ คน สมาชิกกลุ่มจำนวน ๒๐ คน ผลิตภัณฑ์กลุ่มได้แก่ จิ้งหรีด และกบ (สัตว์เศรษฐกิจพื้นบ้าน) กุ้งก้ามแดง และ ปลาตุ๊ก ลักษณะการจำหน่ายแบบสดจากบ่อ มีกำลังการผลิตเดือนละ ๔๐ - ๑๐๐ กิโลกรัม และราคาขายอยู่ที่ กิโลกรัมละ ๑๕๐ บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ๖,๐๐๐ - ๑๕,๐๐๐ บาท (ปีละ ๗๒,๐๐๐ - ๑๘๐,๐๐๐ บาท) โดยรายได้ส่วนใหญ่เกิดจากการขายจิ้งหรีด สถานที่จำหน่าย เช่น ที่ทำการกลุ่ม ขายในชุมชน ขายลูกค้าทั่วไป ขายในโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่ ปัจจุบันกลุ่มมีเงินทุนหมุนเวียนจำนวน ๕๖,๐๐๐ บาท ปัญหาที่พบในการผลิตคือตลาดน้อยและแคบ เงินทุนในการขยายกิจการน้อย และมีการจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจโดยมีแผนจตุรวิสาหกิจชุมชน หาแหล่งเงินทุนเพิ่ม แปรรูปผลิตภัณฑ์พร้อมทานและขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการสร้างสัมมาชีพสู่ผู้ประกอบการชุมชน : (CE) คือจิ้งหรีด และกบ (สัตว์เศรษฐกิจพื้นบ้าน) เดิมเป็นกุ้งก้ามแดงเนื่องจากประสบปัญหาด้านการตลาดจึงยุติการเลี้ยงกุ้งก้ามแดง

ผลความก้าวหน้าการพัฒนากลุ่มสัมมาชีพสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชนเดิมได้รวมกลุ่มเลี้ยงกุ้งก้ามแดง และกบนา ต่อมาตลาดกุ้งก้ามแดงประสบปัญหาขายไม่ได้ กลุ่มจึงศึกษาตลาดในเขตชุมชนเมืองกิ่งอุตสาหกรรม ที่มีคนนอกพื้นที่เข้าอยู่อาศัยมากกว่าคนในพื้นที่ จึงได้มีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจพื้นบ้านหรืออาหารพื้นบ้านใหม่ ได้แก่ จิ้งหรีด กบนา และปลาตุ๊ก โดยศึกษาข้อมูลการเลี้ยงกับเกษตรกรจังหวัด และศึกษาจากเว็บไซต์ ลองผิด ลองถูกจนมีความชำนาญสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบเลี้ยงให้ได้ความเหมาะสมตามความต้องการของตลาด และเห็นว่าจิ้งหรีดน่าจะเป็นตลาดที่มีกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในโรงงานอุตสาหกรรมรองรับ จึงได้ดำเนินการและพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ การเลี้ยงจิ้งหรีดให้สะอาด สะดวกและมีความปลอดภัยต่อผู้ซื้อที่จะนำไปประกอบอาหาร และมีแผนการพัฒนาเป็นอาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุง พร้อมทาน



กระบวนการพัฒนากลุ่มสมาชิก

๑. กระบวนการเพิ่มศักยภาพกลุ่ม/สมาชิก/การบริหารจัดการกลุ่ม

- มีการเพิ่มความรู้กับสมาชิกกลุ่มเรื่องการเลี้ยง และการดูแลจิ้งหรีด โดยปราชญ์ชุมชนในพื้นที่ และนอกพื้นที่ รวมถึง เกษตรจังหวัด/อำเภอ

- การเพิ่มศักยภาพและพัฒนากลุ่ม ด้านการตลาด การหาแหล่งทุน โดย สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ/จังหวัด

๒. การบริหารจัดการกลุ่ม/องค์กร มีการบริหารจัดการกลุ่ม และมอบหมายหน้าที่รับผิดชอบ เช่น เป็นผู้เลี้ยง ผู้ขาย และผู้ประสานงาน รวมถึงการมีระเบียบ กฎกติกาของกลุ่ม

๓. มีการขยายเครือข่ายไปยังตำบลอื่นและสมาชิกในกลุ่มสามารถถ่ายทอดความรู้ให้คนอื่น ๆ ปฏิบัติได้

๔. สร้างความมั่นคงในอาชีพ กลุ่มได้จดทะเบียน และพัฒนาโรงเรือนให้ถาวร

๕. กลุ่มมีแผนต่อยอดกิจการ/พัฒนาธุรกิจ สุขภาพยั่งยืนและพัฒนาและแปรรูปผลิตภัณฑ์ เป็นจิ้งหรีดกระป๋อง โดยใช้ระบบส่งเสริมการขาย ๒ รูปแบบ ได้แก่

- รูปแบบที่ ๑ การขายปลีก การจำหน่าย แบบไม่จำกัดการซื้อตามความต้องการของลูกค้า จัดจำหน่ายใน กิโลกรัมละ ๑๕๐ บาท

- รูปแบบที่ ๒ การขายส่งการจัดจำหน่ายตั้งแต่ ๕ กิโลกรัมขึ้นไป จัดจำหน่ายกิโลกรัมละ ๑๓๕ บาท โดยส่วนใหญ่ลูกค้าจะมาซื้อจิ้งหรีดเพื่อนำไปแปรรูปขายต่อเอง

ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมกลุ่มฯ ให้ประสบผลสำเร็จประกอบด้วย

๑. การทำงานเป็นทีม แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบชัดเจน

๒. การบริหารจัดการมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้

๓. ผลประโยชน์ การแบ่งปันผลกำไรจากการดำเนินงานเท่าเทียมกัน

๔. มีการศึกษาหาความรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

๕. มีหน่วยงานราชการ กลุ่ม องค์กร เครือข่าย เอกชน และอื่นๆ ให้การสนับสนุน เช่น

- เกษตรจังหวัด/อำเภอ ให้ความรู้กับสมาชิกเรื่องการเลี้ยง และการดูแลจิ้งหรีด

- กรมการพัฒนาชุมชน/พัฒนาชุมชนจังหวัด/อำเภอ ให้ความรู้เรื่องการพัฒนากลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดทำแผนธุรกิจ การบริหารจัดการกลุ่ม ข้อระเบียบกติกา แหล่งทุน ช่องทางการจำหน่าย

- เอกชนสนับสนุนสถานที่ในการเพาะเลี้ยงโดยให้เช่าในราคาถูก

๖. การจำหน่าย/เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ใช้กลุ่มไลน์ เฟสบุ๊ก

ผลตอบแทนและสร้างคุณค่าต่อสังคม/ชุมชน คือการถ่ายทอดภูมิปัญญา โดยปราชญ์ชาวบ้าน ทำให้กลุ่มเกิดการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม และพัฒนากลุ่มให้เดินต่อไปได้ สร้างความสามัคคีของคนในกลุ่มเพิ่มมากขึ้น

๔. ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิงเกษตร) หมู่ที่ ๒ ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี



กลุ่มศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิงเกษตร) จัดตั้งกลุ่มเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๗ สถานที่ตั้งหมู่ที่ ๒ ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ประธานกลุ่มคือ นายละเอียด โฉม บ้านเลขที่ ๖๐ หมู่ที่ ๒ ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี เบอร์โทรศัพท์ ๐๘๕-๒๐๒๒๘๕๖ มีคณะกรรมการบริหารกลุ่ม จำนวน ๑๕ คน สมาชิกกลุ่มปัจจุบัน ๓๖ คน ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มประกอบด้วยพืชเกษตร และอาหาร/ขนมพื้นบ้าน/แปรรูป ได้แก่ ๑. กุ้งพันธุ์มะนาวตอมะขวิด ๒. มะเดื่อฝรั่ง ๓. พืชผักสวนครัวในกระถาง ๔. ข้าวหอมปทุมบรรจุงู ๕. ไข่เค็ม ๖. ข้าวเกรียบสมุนไพร ๗. สมุนไพรดาวอินคา ๘. น้ำมะนาวดอกอัญชัน ๙. น้ำอ้อยสด ๑๐. ข้าวต้มมัด ๑๑. ขนมสังขยา ๑๒. ขนมหม้อแกงสูตรโบราณ ๑๓. ปาท่องโก๋ ๑๔. โรตีมะตะบะ ๑๕. ขนมบดินทร์ (ขนมของอิสลาม) ราคาผลิตภัณฑ์ต่อหน่วยตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ ๓๐- ๓๕๐ บาทกลุ่มมีรายได้ตั้งแต่ ๑๒,๐๐๐-๑๒๐,๐๐๐ บาทต่อเดือน โดยผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้หลักของกลุ่มคือ มะนาว สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้แก่ ศูนย์เรียนรู้ฯ ออเดอร์ภายในจังหวัด และนอกจังหวัด รวมถึงการออกงานแสดงและจำหน่ายสินค้ากับหน่วยงานต่าง ปัญหาที่พบในการผลิต ผลิตภัณฑ์คือ บางช่วงมีการระบาดของโรคต้องระมัดระวังการแพร่ขยาย ผู้เกี่ยวข้องต้องมีความรู้ ความชำนาญ ในการขยายพันธุ์ และโรคของพืชชนิดนั้นและชาวบ้านบางกลุ่มไม่เข้าใจการทำงานของศูนย์เรียนรู้ฯ ทำให้เกิดการขัดแย้งในการทำงาน แต่เมื่อศูนย์ได้ปรับเปลี่ยนจากวิถีกษัตริย์เชิงเดี่ยวมาทำแบบผสมผสาน พออยู่ พอกิน และแปรรูป นำผลผลิตที่มีคุณภาพออกสู่ลูกค้า ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน กอปรกับคนเริ่มใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น ทำให้ เริ่มหันมาให้ความสนใจดำเนินกิจกรรมตามแบบศูนย์เรียนรู้มากขึ้น แต่ยังสงวนท่าทีในการเข้ามาเป็นสมาชิก และเริ่มปรับตนเอง และมาเข้าร่วมกิจกรรมบ้างเป็นครั้งคราว

ผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการสร้างสัมมาชีฟู้สำหรับผู้ประกอบการชุมชน : (CE) ได้แก่

๑. กุ้งพันธุ์มะนาว ตอมะขวิด
๒. กุ้งพันธุ์มะเดื่อฝรั่ง
๓. ไข่เค็ม
๔. ข้าวหอมปทุม
๕. สมุนไพรดาวอินคา
๖. น้ำมะนาวผสมดอกอัญชัน
๗. น้ำอ้อยสด
๘. ข้าวเกรียบสมุนไพร
๙. ปาท่องโก๋
๑๐. โรตีมะตะบะ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้วยศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิงเกษตร) แห่งนี้เป็นศูนย์เรียนรู้ฯ ที่เน้นการบริหารจัดการด้านการเกษตร ได้แก่ การขยายกุ้งพันธุ์มะนาว มะเดื่อ ศูนย์เรียนรู้ฯ จึงได้มีการพัฒนาพันธุ์มะนาวและมะเดื่อ ให้เป็นที่ต้องการของลูกค้ามากขึ้น ติดลูกดกต้านทานโรคติดต่อ เน้นการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น การแปรรูปมะนาว เป็นน้ำมะนาวดอกอัญชัน การแปรรูปข้าวเป็นข้าวบรรจุถุง ๑ กิโลกรัม และดำเนินการยกระดับผลิตภัณฑ์ ดำเนินการ ดังนี้

๑ ด้านเกษตรทำเกษตรปลอดภัย เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสิ่งที่ดีแก่สุขภาพ

๒ ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปของสมาชิก สมาชิกเข้าสู่อุตสาหกรรมเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP มีการเรียนรู้การพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เช่น

- ข้าวหอมปทุมบรรจุถุง = มาตรฐาน GAP
- ผักปลอดภัย = มาตรฐาน Q /GAP
- ผักปลอดภัย = มาตรฐาน Q /GAP
- ไข่เค็ม = มาตรฐาน อย.
- ข้าวเกรียบสมุนไพร = มาตรฐาน มผช.
- สมุนไพรดาวอินคา = มาตรฐาน มผช.

๓. การควบคุมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ดำเนินการโดย

๓.๑ มีการบันทึกสัดส่วนของส่วนประกอบทั้งหมด ชั่ง ตวง วัด ตามสูตรที่บันทึก

๓.๒ รักษามาตรฐานความสะอาดของการแต่งกาย เสื้อผ้า ผม ของผู้ผลิต ผู้ประกอบการในขณะผลิตสินค้า

๓.๓ รักษามาตรฐาน ควบคุมคุณภาพการขยายกิ่งพันธุ์ ไม่เอาเปรียบลูกค้า

๔. การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ดำเนินการโดย

ผลิตภัณฑ์แปรรูป ให้สมาชิกเข้ารับการอบรม เรียนรู้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยตนเองกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด โรงเรียน OTOP พุแค

กระบวนการพัฒนากลุ่มสมาชิก ได้ดำเนินการ ดังนี้

๑. การเพิ่มและพัฒนาศักยภาพกลุ่ม/สมาชิกกลุ่มดำเนินการในลักษณะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว การเข้ารับการอบรมจากหน่วยงานต่าง ๆ พัฒนาฝีมือตลอดเวลา เพิ่มฐานการเรียนรู้ในศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (ด้านเกษตร) เพิ่มสมาชิก

๒. การบริหารจัดการกลุ่ม/องค์กร มีการดำเนินการโดย แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามโครงสร้าง คณะกรรมการ ขยายกิจกรรมด้วยการมีสมาชิกในรูปเครือข่ายจากหมู่บ้านอื่น การขยายผลสู่กลุ่มอื่น ๆ เช่น การสร้างเครือข่าย/ภาคี และการเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในหมู่บ้านและนอกหมู่บ้าน มาร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม และเรียนรู้การขยายพันธุ์มะนาวตอมะขวิด ประธานกลุ่มเป็นผู้นำที่มีความชำนาญในการขยายพันธุ์กิ่งมะนาว มะเดื่อ ฝรั่ง สามารถถ่ายทอดได้ ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มมีการตื่นตัวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และการขอมาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์

๓. กลุ่มมีแผนต่อยอดกิจการ/พัฒนาธุรกิจ สู้ความยั่งยืนด้วยการหาตลาดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากสมาชิก ศูนย์เรียนรู้ฯ ได้แก่ การผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร และอื่น ๆ และต่อยอดกิจการด้วยการเพิ่มช่องทางการตลาด โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณด้านหน้าศูนย์ฯ จัดทำเป็นตลาดสินค้าประจำหมู่บ้าน และต่อยอดเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยมีบ้านมะนาว เป็นจุดเรียนรู้หรือจุดท่องเที่ยวเชิงเกษตร อีกจุดหนึ่งของหมู่บ้าน

๔. ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมกลุ่มฯ ให้ประสบผลสำเร็จประกอบด้วย

การเป็นศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิงเกษตร) และผลิตภัณฑ์หลัก คือ กิ่งพันธุ์มะนาว และมะเดื่อฝรั่ง ซึ่งสมาชิกทำเองด้วยความชำนาญสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ได้อย่างเหมาะสม ทำให้กิ่งพันธุ์ของศูนย์เรียนรู้ฯ เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และมีคนเป็นกลุ่มเป็นคณะเข้ามาศึกษาดูงาน

หน่วยงานที่เข้ามาให้การส่งเสริม สนับสนุนด้านวิชาการ การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ช่องทางการตลาด ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ/จังหวัด สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด ด้านการวิจัยและพัฒนา ได้แก่ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เข้ามาช่วยวิจัยความเหมาะสมของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การจัดการตลาด Green Market ให้กับศูนย์เรียนรู้ฯ เพื่อเป็นช่องทางการตลาดประจำหมู่บ้าน (อยู่ระหว่างการทำวิจัยของมหาวิทยาลัย)

การประชาสัมพันธ์ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิงเกษตร) มีผลงานเป็นที่รู้จักกว้างขวางทั้งจากการมีคนมาศึกษาดูงานแล้วนำไปบอกเล่าต่อ จนมีสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ให้ความสนใจและเข้ามาถ่ายทำรายการทั้งจากกิจกรรมของศูนย์เรียนรู้ฯ และจากผลงานของผู้นำศูนย์เรียนรู้ฯ เช่น สถานีโทรทัศน์ ช่อง ๓ ๕ ๗ และไทย PBS ในรายการผู้นำแห่งยุค รายการติดดาวคนดี นอกจากนี้ยังมีการเผยแพร่ทางไลน์กลุ่ม Facebook ทำให้มีโอกาสด้อนรับคณะศึกษาดูงานจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งจากองค์กรภาคเอกชน นิสิต นักศึกษา คณะครู/อาจารย์ กลุ่ม/องค์กร ต่าง ๆ โดยเฉลี่ยประมาณ ๘๐๐ - ๑,๐๐๐ คน



๕. ผลตอบแทนที่ก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างคุณค่าต่อสังคม/ชุมชน

การทำให้คนในชุมชนตระหนักในการทำการเกษตรที่ไม่ใช่เชิงเดี่ยว หันมาทำแบบผสมผสานเพื่อให้มีความหลากหลายและสร้างรายได้ตลอดปีให้กับคนในชุมชน รู้จักการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรที่บางช่วงล้นตลาด เช่น การแปรรูปมะนาว เป็นน้ำมะนาว ดอกอัญชัน การทำข้าวหอมปทุมบรรจุถุงแทนการขายให้โรงสีทั้งหมด

ผลจากการดำเนินงานข้างต้น ก่อให้เกิดการทำงานในรูปกลุ่ม/เครือข่ายมากขึ้นในชุมชนและทุกคนที่เข้าร่วมจะเกิดความรู้สึกรักในอาชีพทางการเกษตร อยากทำอาชีพเกษตร ให้ยั่งยืนและมีรายได้ที่มั่นคง จากการรู้จักคิด รู้จักปรับปรุง รู้จักพัฒนานวัตกรรมใหม่ของคนรุ่นใหม่เข้ามาประยุกต์ให้เข้ากับบริบทของชุมชน สร้างตลาดถาวรในอนาคต ให้คนเข้ามาเที่ยวในชุมชน เรียนรู้วิถีชุมชนเชิงเกษตร เข้ามาสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนโดยมาจับจ่ายซื้อผลผลิตของชุมชนที่ปลอดภัย คนในชุมชน ไม่ต้องไปหาตลาดภายนอก

๕. กลุ่มอาชีพสตรีแปรรูปอาหารบางเลน หมู่ที่ ๒ ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี



กลุ่มอาชีพสตรีแปรรูปอาหารบางเลน จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๙ สถานที่ตั้ง บ้านเลขที่ ๖๕/๓ หมู่ที่ ๒ ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ประธานกลุ่ม คือ นางสาวสุรียรัตน์ จันลา บ้านเลขที่ ๖๕/๓ หมู่ที่ ๒ ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี เบอร์โทรศัพท์ ๐๙-๑๗๘๔-๘๘๘๘ มีคณะกรรมการบริหารกลุ่ม จำนวน ๑๐ คน สมาชิกกลุ่มปัจจุบันจำนวน ๓๐ คน ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้แก่ ตะกร้าจากเส้นพลาสติก ดอกไม้ประดิษฐ์จากเกล็ดปลา ผ้าเช็ดหน้ามัดย้อม พวงกุญแจ เครื่องประดับต่าง ๆ บัตเตอร์เค้ก/คุกกี้ ขนมเบเกอรี่ ขนมทองพับสมุนไพร กล้วยฉาบ ลักษณะรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีกล่องบรรจุภัณฑ์ตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ ปริมาณการผลิต ๔,๐๐๐ - ๖,๐๐๐ ชิ้นต่อเดือน ราคาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ ๗ - ๒๐๐ บาทตามขนาดและชนิดของผลิตภัณฑ์ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ๓๕,๐๐๐ - ๔๕,๐๐๐ บาท/เดือน สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ร้านค้าในหมู่บ้าน/ชุมชน (เอกชน) ร้านค้าประชารัฐ ร้านค้าที่ส่วนราชการจัดกิจกรรม เช่น ตลาดประชารัฐ คนไทยยิ้มได้ บริเวณหน้าว่าการอำเภอบางใหญ่ พื้นที่การไฟฟ้า บางใหญ่ ผลิตภัณฑ์ได้ลงทะเบียน OTOP และมีมาตรฐาน ม.ผ.ช. รองรับ ทุนดำเนินการของกลุ่มได้จากการระดมทุนจากสมาชิกกลุ่ม ๘,๐๐๐ บาทและกู้ยืมจากกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตจากตำบลบางเลน จำนวนเงิน ๕๕,๐๐๐ บาท เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่ม ปัญหาที่พบ อุปสรรคในการผลิตไม่ทันสมัย/ไม่เพียงพอต่อการผลิต กล่องผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัย ไม่มีตราสินค้า (แบรนด์) กลุ่มมีการจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจและการ เติบโตความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ ช่องทางการตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สากล

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการสร้างสมาชิกผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปอาหาร ได้แก่ ขนมเบเกอรี่ ขนมทองพับสมุนไพร กล้วยฉาบ

๑. การพัฒนาผลิตภัณฑ์

หลังจากผ่านกระบวนการเติมเต็มความรู้แล้วกลุ่มได้มีการนำเอาวัตถุดิบในท้องถิ่นเข้ามาร่วมเป็นส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่แสดงความเป็นถิ่นกำเนิด (ท้องถิ่น) และได้มีการยกระดับผลิตภัณฑ์จนได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และขณะนี้อยู่ระหว่างการเสนอขอรับคำแนะนำในการขอรับมาตรฐานอาหารและยา (อย.) นำผลิตภัณฑ์ลงทะเบียนเป็นสินค้า OTOP และมีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และเก็บสินค้าไว้ในที่ที่เหมาะสมและปราศจากเชื้อแบคทีเรีย ได้มีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ จากการบรรจุสินค้าแบบง่ายๆ บรรจุในกล่องพลาสติก ไม่มีตราสินค้า ต่อมาได้รับความร่วมมือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครในการอบรมการจัดทำตราสินค้าที่ทันสมัยและการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ภาพก่อนพัฒนา



๑. บรรจุในถุงพลาสติก
๒. ไม่ระบุวันผลิต/วันหมดอายุ
๓. ไม่มีตราสินค้า/แบรนด์
๔. ไม่มีราคาติดที่บรรจุภัณฑ์
๕. ไม่มีช่องทางการตลาดที่หลากหลาย
๖. จำหน่ายเฉพาะในหมู่บ้าน/ชุมชน

ภาพหลังพัฒนา

	๑. มีกล่องกระดาษบรรจุภัณฑ์ ด้านนอกได้มาตรฐาน (แบบ Set box) ๒. มีฉลากสินค้าระบุวันผลิต /วันหมดอายุ ๓. มีตราสินค้า ออกแบบโดยหน่วยงานภาคี ๔. มีราคา ระบุข้างกล่องผลิตภัณฑ์ชัดเจน ๕. มีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น และตลาดหลากหลาย ได้แก่ ร้านค้าประชารัฐตำบลบางเลน/ร้านค้าเอกชนในหมู่บ้าน ตำบล/รับจัดอาหารว่างและเครื่องดื่มในการประชุมของเทศบาลตำบลบางเลน/การประชุม อสม. ของรพ.สต. บางเลน/ การแข่งขันกีฬาของตำบลบางเลน และอื่นๆ/เจ้าภาพงานสวดพระอภิธรรมศพ ในตำบลและพื้นที่ใกล้เคียง ฯลฯ ส่งผล ให้มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเพิ่มมากขึ้นจากเดิมวันละ ๑๕๐ - ๒๐๐ บาท เพิ่มขึ้นเป็นวันละ ๑,๐๐๐ - ๑,๕๐๐ บาท
--	---

๒. กระบวนการพัฒนากลุ่มสัมมาชีพ

๒.๑. กระบวนการเพิ่มศักยภาพกลุ่ม/สมาชิก/การบริหารจัดการกลุ่มได้ดำเนินโดย ประชุมสมาชิก เพื่อทบทวนผลงานที่ผ่านมา การดำเนินงานของคณะกรรมการ ปรับปรุงระเบียบข้อบังคับกลุ่มอาชีพ วางแผนและ จัดทำแผนธุรกิจ ใช้เวทีประชาคมกลุ่มมอบงานให้คณะกรรมการตามความถนัด/ชำนาญ แสดงความคิดเห็นร่วมกัน

๒.๒ การขยายผลสู่กลุ่มอื่น ๆ ได้จัดทำ Facebook ของกลุ่ม เพื่อประชาสัมพันธ์ และสร้างเครือข่ายทางตลาด และเป็นวิทยากรสัมมาชีพชุมชน ให้กับกลุ่มอื่น ๆ ทั้งใน - นอก พื้นที่ตำบล) มีแผนในการสร้างกิจกรรมขึ้นในชุมชนเพื่อดึงนักท่องเที่ยว/ลูกค้าเข้ามาในชุมชนให้มากขึ้น และทำการตลาดร่วมกับสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น วัดสวนแก้ว ตลาดน้ำ วัดไทรใหญ่ ตลาดน้ำวัดตะเคียน



ปัจจัย ที่ทำให้กลุ่มฯ ประสบความสำเร็จ ได้แก่ ผู้นำชุมชนมีความเข้มแข็งทำให้สมาชิกมีความเชื่อมั่น ศรัทธา การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม และมีหน่วยงานราชการ ให้การสนับสนุน เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ/ จังหวัด สนับสนุนอุปกรณ์ในการผลิตแหล่งเงินทุน ศูนย์การศึกษาครอบครัวและตามอัธยาศัยสนับสนุนวิทยากร การพัฒนาคุณภาพสินค้า การจัดทำเว็บไซต์กลุ่มเพื่อจำหน่ายสินค้า มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร สนับสนุนการออกแบบตราสินค้าของกลุ่ม การศึกษาดูงานในการพัฒนาสินค้าชุมชนที่จังหวัดนครนายก เทศบาลตำบลบางเลน สนับสนุน จัดหาตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าชุมชน

ผลตอบแทน/ที่ก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างคุณค่าต่อสังคม/ชุมชน ได้แก่

๑.การสร้างมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้สูงอายุ และคนมีรายได้น้อยสามารถมีกิจกรรมทำในเวลาว่างและมีรายได้เสริม ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น

๒ ชุมชน/หมู่บ้าน มีสินค้าที่มีคุณภาพ ราคาถูก ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย

๖. กลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตร (กล้วยมุก-หอม) หมู่ที่ ๕ ตำบลเหมืองใหม่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม



กลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตร (กล้วยมุก-หอม) จัดตั้ง ๒๕๕๗ สถานที่ตั้ง ๙๕/๑ หมู่ ๕ ตำบลเหมืองใหม่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ประธานกลุ่ม คือนางสาวดาเรศ พุ่มแดงอ่อน คณะกรรมการบริหารกลุ่ม ๑๓ คน จำนวนสมาชิกกลุ่มปัจจุบัน ๓๑ คน ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคือกล้วยเบรคแตก (กล้วยหักมุก) กล้วยหักมุก,กล้วยหอม,เผือกมัน,สาเก ลักษณะรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใส่ถุงพลาสติก ซิลก้าลังการผลิตต่อเดือน ๒๔๐ - ๘๐๐ กิโลกรัม ราคาผลิตภัณฑ์ต่อหน่วยกิโลกรัมละ ๑๓๐-๑๔๐ บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ๘,๐๐๐- ๔๕,๐๐๐ บาท เงินทุนหมุนเวียนของกลุ่ม ๑๓๕,๐๐๐ บาท ปัญหาที่พบในการผลิตผลิตภัณฑ์วัตถุดิบไม่เพียงพอ

ผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการสร้างสัมมาชีพชุมชนสู่การพัฒนาเป็นผู้ประกอบการชุมชน (CE) คือ กล้วยเบรกแตก



กระบวนการพัฒนากลุ่มสัมมาชีพกลุ่มมีการเพิ่มศักยภาพกลุ่มและสมาชิก รวมถึงการบริหารจัดการกลุ่ม ในลักษณะ การใช้เวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ กับส่วนราชการ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้อง การบริหารจัดการกลุ่ม/องค์กร มีการดำเนินการในรูปแบบคณะกรรมการ กำหนดบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจน ทุกคนสามารถทำงาน แทนกันได้กรณีคนใดคนหนึ่งไม่อยู่กลุ่มมีการสร้างภาคีด้านการจำหน่าย และการผลิต โดยการเป็นวิทยากรในการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ให้กับผู้ที่สนใจ ณ ที่ทำการกลุ่ม และเป็นวิทยากรรับเชิญไปยังหน่วยงานต่าง ๆ กลุ่มมีแผนในการ พัฒนากลุ่ม ต่อยอดกิจการ และพัฒนาเป็นระบบธุรกิจ โดยการสร้างการรับรู้ที่ถูกต้อง ทุกคนมีความเข้าใจในการ ดำเนินกิจกรรมกลุ่ม และมีการพัฒนากลุ่มอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มฯ ประสบความสำเร็จ ได้แก่

- ๑) ผู้นำกลุ่มที่มีวิสัยทัศน์ และสามารถบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนได้
- ๒) ความร่วมมือระหว่างชุมชน ประชาชน ภาครัฐ
- ๓) การแสวงหาความร่วมมือและงบประมาณของชุมชน

๔) มีหน่วยงานราชการ กลุ่ม องค์กร เครือข่าย เอกชน และอื่น ๆ ให้การสนับสนุนในด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการกลุ่ม วัสดุในการดำเนินงาน และการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย สำนักงาน พัฒนาชุมชนจังหวัด / อำเภอ สำนักงานกสน. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด / อำเภอ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต กำแพงแสน มูลนิธิชัยพัฒนาอัมพวนุรักษ์

๕) การประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานใช้ช่องทาง Facebook, Line และนำผลิตภัณฑ์แสดงและจำหน่ายงานที่ ส่วนราชการต่าง ๆ จัดขึ้น

ผลตอบแทนที่ก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างคุณค่าต่อสังคม/ชุมชน คือ ชุมชนมีการรวมกลุ่มกันแก้ไขปัญหาโดยใช้ภูมิปัญญา และทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาสร้างและเพิ่มมูลค่า เป็นการสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนที่เป็นสมาชิกกลุ่มและประชาชนในหมู่บ้าน ซึ่งเป็นตัวอย่างในการบริหารจัดการให้กับหมู่บ้านอื่น

ความคิดเห็นต่อกระบวนการพัฒนากลุ่มสมาชิกผู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชนจากกลุ่มสมาชิก การพัฒนากลุ่มสมาชิกผู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชน เป็นกระบวนการที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มที่มีความพร้อมที่จะดำเนินกิจการในรูปแบบธุรกิจ ซึ่งขณะนี้กลุ่มแปรรูปกล้วยหมกหอม ยังขาดความพร้อมในหลายด้านสำหรับการพัฒนาไปสู่ผู้ประกอบการชุมชน เนื่องจากเป็นการรวมกลุ่มเพื่อแก้ปัญหาในช่วงราคาผลผลิตตกต่ำ เป็นการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว การพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน จึงต้องใช้ระยะในการเตรียมความพร้อมเพื่อให้การดำเนินงานกิจกรรมมีความยั่งยืนกลุ่มต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการกลุ่มอย่างต่อเนื่อง จึงจะปรากฏผลที่เป็นรูปธรรม

๗. กลุ่มวิสาหกิจบ้านคุ้มพัฒนา (ข้าวปลอดภัย) หมู่ที่ ๙ ตำบลคูเมือง อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร



กลุ่มวิสาหกิจบ้านคุ้มพัฒนาจัดตั้งเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๙ ประธานกลุ่ม คือนายสัมฤทธิ์ กัลปดี ที่อยู่ ๒๓ ม. ๙ ตำบลคูเมือง อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร มีคณะกรรมการบริหารกลุ่ม ๑๔ คน สมาชิกกลุ่มปัจจุบัน ๖๗ คน ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคือพืชผลการเกษตร ข้าวเหนียว กข.๖ (สันป่าตอง) ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวสาร (ข้าวหอมมะลิ ๑๐๕) และพัฒนาเป็นข้าวอินทรีย์ (ระยะปรับเปลี่ยน) ข้าวเปลือกอินทรีย์ ปริมาณที่ผลิต ๔๐ ตัน/ปี(๔๐,๐๐๐ กก.) ขายข้าวสาร กิโลกรัมละ ๓๐ บาท รายได้เฉลี่ย ๙๐,๐๐๐ บาท/เดือน ช่องทางจำหน่ายขายออนไลน์ โรงสีในพื้นที่ ปัญหาที่พบในการผลิตผลิตภัณฑ์คือการผลิตข้าวอินทรีย์ค่อนข้างมีความละเอียดอ่อนในขั้นตอนการผลิตและผลผลิตตกต่ำ ขาดแคลนน้ำ เกิดปัญหาวัชพืชนาข้าวเนื่องจากงดใช้สารเคมีไม่มีสถานที่เก็บสินค้า กลุ่มมีการจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจและมีเป้าหมายในการผลิตข้าวอินทรีย์ จำนวน ๑๒๐ ตัน/๔๕๐ ไร่และขอรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์ เพื่อจำหน่ายข้าวได้ในราคาที่สูงขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการสร้างสมาชิกผู้ประกอบการชุมชน :(CE) ผลิตข้าวอินทรีย์ (เดิมข้าวปลอดภัย)



การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มมีแนวคิดที่จะยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานซึ่งเดิมเป็นการขายข้าวสาร แบบแพ็คถุง ขายตามสถานที่ ที่หน่วยงานราชการจัดหาไว้ให้ตามนโยบายรัฐบาล เนื่องจากราคาข้าวตกต่ำ มีต้นทุนสูง และมีความยุ่งยากในการจำหน่าย และปัจจุบันกลุ่มได้ปรับเปลี่ยนเพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่การขายเป็นข้าวเปลือก และดำเนินการขอมาตรฐานข้าวอินทรีย์ โดยใช้จากเครือข่าย PGS เกษตรอินทรีย์ และการควบคุมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์กำหนด



กระบวนการเพิ่มศักยภาพกลุ่ม/สมาชิก/การบริหารจัดการกลุ่ม

๑. การเพิ่มและพัฒนาศักยภาพกลุ่มโดยมีเกษตรอำเภอเข้ามาส่งเสริมการดำเนินการรวมกลุ่มเพื่อผลิตข้าวอินทรีย์ตามนโยบายของจังหวัดยโสธร เมืองเกษตรอินทรีย์ เมืองแห่งวิถีอีสาน

๒. การบริหารจัดการกลุ่ม ได้มีการจัดโซนแปลงนาเพื่อให้ง่ายต่อการดูแลควบคุม ตามกฎกติกาในการผลิตข้าวอินทรีย์ รวม จำนวน ๓๕๐ ไร่

๓. การขยายผลสู่กลุ่มอื่น ๆ ใช้วิธีการสร้างเครือข่าย โดยนำเสนอความสำเร็จของกลุ่มขยายผลต่อไปยังสมาชิกคนอื่น ๆ และนอกจากนี้ยังมีแผนในการดำเนินกิจกรรมโดยร่วมมือกับกลุ่มที่ประสบความสำเร็จที่มีประสบการณ์ตรง เช่นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนอุ่มแสง (กลุ่มเกษตรทิพย์) อำเภอราชสีห์ จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตร สร้างเป็นจุดขายของชุมชน

ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มฯ ประสบความสำเร็จคือ มีความสามัคคี มีความซื่อสัตย์ มีความเสียสละ มีความอดทน และมีหน่วยงานราชการให้การสนับสนุน เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลคูเมือง ให้ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ กรมการข้าว ให้ความรู้ด้านการผลิตข้าวอินทรีย์ เกษตรอำเภอ/เกษตรจังหวัด ให้คำแนะนำการปลูกข้าวอินทรีย์ กรมพัฒนาที่ดิน ให้ความรู้ด้านการทำปุ๋ยอินทรีย์

ผลตอบแทน/ผลลัพธ์ทางสังคม ก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างคุณค่าต่อสังคม คือสมาชิกมีความปลอดภัยจากสารเคมี ผู้บริโภคได้บริโภคข้าวอินทรีย์ มีความปลอดภัย ทำให้สุขภาพดี และลดต้นทุนการผลิต

๘. วิสาหกิจชุมชนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน หมู่ที่ ๔ ตำบลเขาถ่าน อำเภอบางช้าง จังหวัดสุราษฎร์ธานี



กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จัดตั้งเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๘ สถานที่ตั้ง ๑๕๑/๑ หมู่ที่ ๔ ตำบลเขาถ่าน อำเภอบางช้าง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประธานกลุ่มคือนางชนิษฐา รักเขียว ที่อยู่ ๑๕๑/๑ หมู่ที่ ๔ ตำบลเขาถ่าน อำเภอบางช้าง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โทร ๐๘๔-๐๕๓-๓๑๐๖ คณะกรรมการกลุ่ม ๑๐ คน จำนวนสมาชิกกลุ่มปัจจุบัน ๒๑ คนผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้แก่ น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น โลชั่นทาผิว แชมพู สบู่ น้ำมันมะพร้าว เซรั่ม น้ำมันเหลือง ยาหม่อง แชมพูย่นาง แชมพูใบน้อยหน่า ลิปปาล์ม ครีมทาसनเท้า สบู่ถ่านเปลือกกล้วย น้ำมันหมักผม ลูกประคบ ลักษณะรูปแบบบรรจุภัณฑ์หลากหลายและสติกเกอร์ติดขวดและกล่อง กำลังการผลิตต่อเนื่องโดยภาพรวมประมาณ ๗๐๐-๑,๒๐๐ ขึ้น ราคาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ ๖๐ - ๕๐๐ บาทตามขนาดปริมาณและชนิดของผลิตภัณฑ์รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ ๒๐,๐๐๐ -๕๐,๐๐๐ บาท (๒๔๐,๐๐๐ - ๓๖๐๐๐๐ บาท/ปี) ผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้หลักของกลุ่มได้แก่ น้ำมันมะพร้าว แชมพู โลชั่นบำรุงผิว เซรั่ม สบู่ น้ำมันหมักผม ครีมทาसनเท้า ลูกประคบ สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้แก่ ร้านค้าในอำเภอและจังหวัด ร้านประชารัฐสุขใจ SHOP ปีมปท. ทักซิโณอยส์ อำเภอบางช้าง งานแสดงและจำหน่ายสินค้าของราชการและภาคเอกชน เช่น กรมการพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ท้องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข และบริษัทไทยเบฟ สำหรับช่องทางการจำหน่าย/ตลาด จำหน่ายตรง ฝากขายตามร้านค้า ประชาสัมพันธ์ผ่านออนไลน์ Shoppay / Lazada / Thailand Mall และผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีเลขจดแจ้ง ได้แก่ น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น โลชั่น แชมพู สบู่ น้ำมันมะพร้าว เซรั่ม ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และ ฮาลาล ซึ่งกลุ่มมีทุนดำเนินการ ๕๐,๐๐๐ บาท ปัญหาที่พบในการผลิตผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบไม่มีคุณภาพส่งผลต่อการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เงินทุนไม่เพียงพอ ขาดการทำบัญชีรับจ่ายการจัดการตลาด กำลังผลิตไม่เพียงพอ



ผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการสร้างสัมมาชีพผู้ประกอบการชุมชน : (CE) คือ น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นตราแมงปอ มีการพัฒนาด้านการเพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เช่น น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นมาพัฒนาต่อยอดเป็น ผลิตภัณฑ์เริ่มต้นของผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น แชมพูยี่ห้อ แชมพูใบน้อยหน้า ลิปปาล์ม ครีมทาसनทา สบู่ถ่านเปลือกกล้วย และน้ำมันหมักผม ซึ่งได้รับการสนับสนุนในการพัฒนาต่อยอดจาก สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสุราษฎร์ธานี และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ทำให้กลุ่มได้ยกระดับผลิตภัณฑ์ และรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น การขอเลข จดแจ้งจากสาธารณสุขจังหวัดสุราษฎร์ธานีสำหรับผลิตภัณฑ์ลักษณะที่เป็นเครื่องสำอาง และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) นอกจากนี้กลุ่มยังได้รับการสนับสนุนงบประมาณบางส่วนจากบริษัทไทยเบฟเวอเรส ในการก่อสร้างโรงเรือน เพื่อให้ได้มาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด ทำให้กลุ่มมีโรงเรือนการผลิตแยกจากที่พักอาศัยอย่างชัดเจน ส่วนการควบคุมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มดำเนินการตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด เช่น การใช้เครื่องมือ วัดความชื้นในน้ำมันมะพร้าว การวัดค่าความเป็นกรด ต่างของผลิตภัณฑ์ เช่น สบู่ สำหรับการพัฒนารูปแบบบรรจุ ภัณฑ์ กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากส่วนราชการ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนในการออกแบบ การทำต้นแบบฉลาก และ โลโก้ของกลุ่มให้ การเพิ่มผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมากขึ้น ทำให้สมาชิกกลุ่มมีทักษะและความรู้และมีรายได้เพิ่มขึ้น กลุ่มมี แผนต่อยอดกิจการ/พัฒนาธุรกิจ โดยขยายตลาดสินค้าสู่ตลาดต่างประเทศ และจะเปลี่ยนจากการเป็นผู้ผลิตส่งให้ผู้ค้า แทนการจำหน่ายตรงสู่ลูกค้าแบบปัจจุบัน



กระบวนการพัฒนากลุ่มสัมมาชีพ ในการเพิ่มศักยภาพกลุ่ม/สมาชิกกลุ่ม ดำเนินการลักษณะการให้ สมาชิกเข้ารับการฝึกอบรมตามที่ส่วนราชการต่างๆ จัดขึ้น เช่น การพัฒนาด้านการผลิตสินค้าของกลุ่ม การร่วมเป็น วิทยากรแก่กลุ่มที่มาศึกษาดูงาน การไปศึกษาดูงานกลุ่มอื่น เช่นกลุ่มศิริวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช และกลุ่มที่อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

สำหรับการบริหารจัดการกลุ่ม/องค์กร ดำเนินการโดยสมาชิกมีส่วนร่วมในทุกกิจกรรม เช่น การรับรอง คณะที่มาศึกษาดูงานกลุ่ม การนำสินค้าไปแสดงและจำหน่ายตามตลาดประชารัฐ และมีการแบ่งปันผลประโยชน์ให้ สมาชิกบางครั้ง ประมาณ ๑๕๐ - ๒๐๐ บาท มีการขยายผลสู่กลุ่มอื่นๆ เช่น การสร้างเครือข่าย/ภาคีกับหมู่บ้านอื่นๆ ในตำบล และองค์กรภาคเอกชน เช่น บริษัทไทยเบฟ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) มูลนิธิสัมมาชีพ สมาชิกได้ไปเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้โรงเรียนในอำเภอและต่างอำเภอ และกลุ่มที่ประสงค์จะเรียนรู้ทั้งที่ทำการ กลุ่มและนอกสถานที่และกลุ่มมีโอกาสได้ต้อนรับคณะศึกษาดูงานจากหน่วยงานราชการ เช่น รัฐมนตรีกระทรวง อุตสาหกรรม คณะนักข่าวจังหวัดสุราษฎร์ธานี และกลุ่มประชาชน เช่น อสม. กลุ่มสัมมาชีพ กลุ่มสตรี ทั้งในจังหวัด และต่างจังหวัด เฉลี่ยเดือนละ ๓ ครั้ง ประมาณ ๓๐๐ คน และกลุ่มมีรายได้จากคณะศึกษาดูงานประมาณ ครั้งละ ๕,๐๐๐ - ๑๐,๐๐๐ บาท จึงทำให้มีเครือข่ายที่กว้างขวาง

ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มฯ ประสบความสำเร็จ ได้แก่

๑. สมาชิกมีความร่วมมือสูง ในการผลิตวัตถุดิบส่งให้กลุ่ม
๒. ภาครัฐช่วยทั้งภาครัฐ เอกชนให้การสนับสนุนทุกด้าน เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนามาตรฐานสินค้า การส่งเสริมด้านการตลาดกับกลุ่ม
๓. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Website ของราชการ และเอกชน เช่น Thailand Mall Lazada Shoppy
๔. สินค้ามีคุณภาพ ลูกค้าบอกต่อ
๕. มีหน่วยงานราชการ กลุ่ม องค์กร เครือข่าย เอกชน และอื่นๆ ให้การสนับสนุนทั้งด้านการผลิต ช่องทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มมีการพัฒนา ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ/จังหวัด สำนักงานศึกษาธิการอำเภอ (กศน.) อำเภอ สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค ๑๐ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบลเขาถ่าน



ผลตอบแทน/ผลลัพธ์ทางสังคมที่ก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างคุณค่าต่อสังคม/ชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนดำเนินกิจกรรมในชุมชน เริ่มจากการแปรรูปมะพร้าวเป็นน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น และได้ลงทะเบียนสินค้า OTOP และมีผู้สนใจเข้ามาร่วมเป็นกลุ่มปลูกพืชสมุนไพรและผักปลอดสาร และจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนกับสำนักงานเกษตรอำเภอในปี ๒๕๖๐ ทำให้สมาชิกมีความรู้ มีรายได้จากการนำผลผลิต มะพร้าว และสมุนไพร ทำให้หมู่บ้านเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ทำให้กลุ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์สร้างรายได้กำไรส่วนหนึ่งได้นำมาจัดสรรเป็นทุนการศึกษา ให้กับลูกหลานสมาชิก เป็นการคืนกำไรสร้างคุณค่าให้แก่ชุมชน สร้างความภูมิใจและชื่อเสียงให้ชุมชน ทำให้คนนอกชุมชนรู้จักและเข้ามาเป็นเครือข่ายและร่วมมือในกิจกรรมกลุ่มต่อไป

๙. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวบ้านหนองโอน หมู่ที่ ๖ ตำบลควนรู อำเภอรัตนบุรี จังหวัดสงขลา



กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวบ้านหนองโอน จัดตั้งเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๕ สถานที่ตั้ง ๑๑๒/๓ หมู่ที่ ๖ ตำบลควนรู อำเภอรัตนบุรี จังหวัดสงขลา ประธานกลุ่ม คือนายไพบูลย์ หนูราช บ้านเลขที่ ๑๑๒/๑ หมู่ที่ ๖ ตำบลควนรู อำเภอรัตนบุรี จังหวัดสงขลา คณะกรรมการบริหารกลุ่มจำนวน ๒๖ คน สมาชิกกลุ่มปัจจุบันจำนวน ๔๒ คน ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้แก่ ข้าวกล้อง จมูกข้าว แป้ง ขนมน้ำเงิน ลักษณะรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เดิมทีกลุ่มไม่เน้นบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากคิดว่าเป็นสิ่งไม่สำคัญ แถมทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น แต่ปัจจุบันได้มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ทันสมัย สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม และดึงดูดความสนใจของลูกค้าและเหมาะสมที่จะเป็นของขวัญของฝาก ปริมาณการผลิตของกลุ่มแยกตามชนิดของผลิตภัณฑ์ได้ ดังนี้ ข้าวกล้อง ๒ ตัน/วัน จมูกข้าว ๑๕๐ ก.ก./วัน แป้ง ๕๐ ก.ก./วัน และขนมน้ำเงิน ๒๐๐ ก.ก./วัน ราคาผลิตภัณฑ์ต่อหน่วยตามปริมาณ ตามขนาดและชนิดของผลิตภัณฑ์มีตั้งแต่ ๓๐ - ๑๕๐ บาท รายได้เฉลี่ยตั้งแต่ ๑๕๐,๐๐๐ - ๒๕๐,๐๐๐ บาท/เดือน (กำไร ๔๐,๐๐๐ - ๕๕,๐๐๐ บาท/เดือน) ผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้หลักของกลุ่มคือข้าวกล้อง และจมูกข้าว โดยมีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์คือที่ทำการกลุ่มฯ (หน้าโรงสี) ออกงานแสดงสินค้าของส่วนราชการ และวางจำหน่าย ณ สถานีบริการน้ำมัน ปตท., ธนาкар ธกส. ในจังหวัดสงขลา ทุกสาขา กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ และผู้ที่ดูแลรักษาสุขภาพรวมถึงคนวัยทำงานที่ซื้อเพื่อเป็นของขวัญให้กับญาติผู้ใหญ่และผู้บังคับบัญชา มีช่องทางการจำหน่าย/ตลาด จำหน่ายที่ทำการกลุ่มฯ(หน้าโรงสี) ส่วนราชการ สถานีบริการน้ำมัน ปตท., ธนาкар ธกส. พ่อค้าคนกลางและผ่านระบบออนไลน์ เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับการรับรองมาตรฐานหลายอย่าง เช่น GAP/ GMP/ อย./ ฮาลาล/ผลิตภัณฑ์ Best of songkhla ทุนดำเนินการของกลุ่มจำนวน ๑๐๐,๐๐๐ - ๒๕๐,๐๐๐ บาท ปัญหาที่พบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น ขาดเครื่องจักรที่ทันสมัย คราวเรือนที่ปลูกข้าวเพื่อเป็นวัตถุดิบยังขาดองค์ความรู้ในเรื่องการปลูกข้าวอินทรีย์ /ข้าวออร์แกนิก กลุ่มมีการจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจและได้รับการสนับสนุนให้จัดทำแผนธุรกิจ จากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ ธนาкар ธกส. และมีการนำแผนธุรกิจไปใช้ประโยชน์

ผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการสัมมาชีพผู้ประกอบการชุมชน (CE) ได้แก่ ข้าวสองเล (ข้าวกล้อง) ประกอบด้วย ข้าวสังหยด ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวหอมใบเตย ข้าวทับทิมชุมแพ ข้าวเล็บนก และข้าว กข.๔๓ จมูกข้าว



ผลิตภัณฑ์เดิม



ผลิตภัณฑ์ใหม่

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการสร้างสัมมาชีพผู้ประกอบการชุมชน (CE) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องเพื่อให้มีคุณภาพมากขึ้น เนื่องจากมีเครื่องคัดข้าว และเครื่องแยกเมล็ดสี และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้มีความสวยงาม สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้ รวมถึงยกระดับผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การสนับสนุนในการพัฒนา แสวงหาช่องทางในการนำผลิตภัณฑ์เข้ารับการคัดสรรหรือการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ จนได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น GAP ออ. ฮาลาล ผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับ 5 ดาว และการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์ Best of Songkhla เป็นต้น และได้มีการควบคุมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการปลูกข้าว การแปรรูป และการบรรจุภัณฑ์ ได้มีการนำเครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และสร้างความรู้ความเข้าใจแก่สมาชิกเพื่อให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะมีผลต่อรายได้ในระยะยาว

กระบวนการเพิ่มศักยภาพกลุ่ม/สมาชิก/การบริหารจัดการกลุ่ม ดำเนินการในลักษณะศึกษาดูงาน การเข้าร่วมอบรม แนะนำ ให้ความรู้ แก่สมาชิกกลุ่มและนำความรู้ที่ได้รับมาจัดทำแผนพัฒนากลุ่ม เพื่อดำเนินการไปสู่เป้าหมายและความยั่งยืน

การบริหารจัดการกลุ่ม/องค์กร มีการดำเนินการในรูปแบบคณะกรรมการกลุ่ม ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการ และจัดประชุมอย่างสม่ำเสมอมีการขยายผลสู่กลุ่มอื่น ๆ เช่น การสร้างเครือข่าย/ภาคี OTOP จังหวัดสงขลา และการเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ในศูนย์เรียนรู้ซึ่งกลุ่มได้เป็นแหล่งศึกษาดูงาน และได้ถ่ายทอดองค์ความรู้แก่กลุ่ม องค์กร นักศึกษา และผู้สนใจ กลุ่มได้รับการยอมรับจากชุมชน และหน่วยงานภายนอก มีการเข้ามาศึกษาดูงานมากยิ่งขึ้น กลุ่มมีการกำหนดแผนการพัฒนาเพื่อต่อยอด และเพิ่มจำนวนสมาชิกเพื่อให้ประชาชนในหมู่บ้านได้รับผลประโยชน์มากยิ่งขึ้น รวมถึงสร้างผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้น เช่น การทำน้ำมันรำข้าว และนำข้าวไปทำเวชสำอาง และขนมขบเคี้ยว และขยายตลาดเพิ่มขึ้น



ปัจจัย ที่ทำให้กลุ่มฯ ประสบความสำเร็จ ได้แก่คณะกรรมการมีความตั้งใจและทุ่มเทในการบริหารจัดการ สมาชิกให้ความร่วมมือ และปฏิบัติตามกฎระเบียบของกลุ่ม มีเครือข่ายและหน่วยงานราชการ และสถาบันการศึกษาให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เช่น

- กรมการพัฒนาชุมชน สนับสนุนการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า OTOP และสนับสนุนช่องทางการตลาด
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สนับสนุนด้านความรู้ในการปลูกข้าว สนับสนุนเครื่องสี และเครื่องบดแป้ง
- มหาวิทยาลัยทักษิณ สนับสนุนการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรี

วิจัย สนับสนุนองค์ความรู้ในกระบวนการผลิตข้าว

- จังหวัดสงขลา จัดสรรงบประมาณจังหวัดสนับสนุนเครื่องจักร เช่น เครื่องสีข้าว เครื่องพ่นสี

- องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู สนับสนุนและให้คำแนะนำด้านการบริหารจัดการกลุ่ม
- ศูนย์ข้าวปัตตานี สนับสนุนเมล็ดพันธุ์ข้าว
- เครือข่ายกลุ่มผู้ปลูกข้าวทั้งในและนอกเขตจังหวัดสงขลา สนับสนุนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในการ

พัฒนากลุ่มฯ



ผลตอบแทนสังคมผลที่ก่อให้เกิดประโยชน์ และสร้างคุณค่าต่อสังคม/ชุมชน

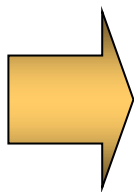
มีการนำผลกำไรสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ภายในหมู่บ้าน ส่งผลให้เกิดความสามัคคีในชุมชน คนในชุมชนให้การยอมรับต่อการสร้างประโยชน์ของกลุ่ม และเห็นถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มและมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมมากขึ้น

๑๐.กลุ่มสบู่ตาลโตนด (โหนด นา เล) หมู่ที่ ๗ ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา



กลุ่มสบู่ตาลโตนด (โหนด นา เล) จัดตั้งเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๑ สถานที่ตั้ง ๑๑/๔ หมู่ที่ ๗ ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ประธานกลุ่มคือ นายนางพูนทรัพย์ ชูแก้ว บ้านเลขที่ ๑๑/๔ หมู่ที่ ๗ ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา มีคณะกรรมการบริหารกลุ่ม จำนวน ๑๖ คน สมาชิกกลุ่มปัจจุบันจำนวน ๒๕ คน ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้แก่ สบู่ตาลโตนด น้ำตาลโตนดผง สบู่ขนมข้าว โลชั่นตาลโตนด เซรั่มตาลโตนด สครับข้าว มาร์คหน้าโคลน + ส่าหรัย ลักษณะรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตามชนิดของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ทันสมัย สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม และดึงดูดความสนใจของลูกค้า ปริมาณการผลิตต่อเดือน แยกได้ดังนี้ ๑) สบู่ตาลโตนด ๒๐๐ - ๕๐๐ ก้อน ๒) น้ำตาลโตนดผง ๒๐๐ - ๑,๐๐๐ กก. ๓) สบู่ขนมข้าว ๕๐๐ - ๑,๐๐๐ ก้อน ๔) เซรั่มตาลโตนด ๒๐๐ ขวด ๕) โลชั่นตาลโตนดและสครับข้าว รวมถึงมาร์คหน้าโคลน+ส่าหรัย ผลิตตามรายการสั่งซื้อ สำหรับราคาผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย ราคาเป็นไปตามชนิด ขนาดและปริมาณของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ราคา ๔๐ - ๗๕๐ บาท กลุ่มมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำนวน ๘๐,๐๐๐ - ๑๒๐,๐๐๐ บาท/เดือน โดยผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้หลักของกลุ่มคือ สบู่ตาลโตนด น้ำตาลโตนดผง และโลชั่นตาลโตนด โดยมีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ที่ทำการกลุ่มฯ ออกงานแสดงสินค้าของส่วนราชการ ห้างสรรพสินค้า เช่น โลตัส โอเดียน ร้านค้าปลีกและตัวแทนจำหน่าย รวมถึงจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ออย./ ฮาลาล/ มผช./ OTOP ๕ ดาว ผลิตภัณฑ์ Best of songkhla ทุนดำเนินการของกลุ่ม/เงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มจำนวน ๕๐,๐๐๐ - ๑๐๐,๐๐๐ บาท ปัญหาที่พบในการดำเนินการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบ อุปกรณ์โรงเรือน เช่น การผลิตผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผง ยังไม่ได้รับรองมาตรฐาน ออย. เนื่องจากโรงเรือนการผลิตยังไม่มีมาตรฐาน ทำให้ขาดโอกาสทางการตลาด เนื่องจากลูกค้าจากประเทศมาเลเซีย ต้องการซื้อสินค้าในปริมาณจำนวนมาก (๕ ตัน/เดือน) แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังไม่มี ออย. จึงไม่สามารถส่งออกได้ กอปรเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มมีน้อยจึงทำให้ขาดโอกาส กลุ่มได้รับการสนับสนุนในการจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการสัมมาชีพสู่ผู้ประกอบการชุมชน (CE) ได้แก่ สบู่ตาลโตนดและน้ำตาลโตนดผง



การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทสบู่ จากก้อนสบู่ก้อนสี่เหลี่ยม เป็นก้อนที่มีลักษณะเหมือนลูกตาลโตนด ซึ่งมีความโดดเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีให้สวยงาม สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้ นอกจากนี้ยังมีการยกระดับผลิตภัณฑ์ ด้วยการแสวงหาช่องทางการนำผลิตภัณฑ์เข้ารับการคัดสรรหรือการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ จนได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น ออย. ฮาลาล ผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับ ๕ ดาว และการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์ Best of Songkhla และยังมีการควบคุมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และศึกษาข้อมูลและหาความรู้ สืบราช/สอบถามความต้องการของลูกค้า และวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนา



กระบวนการเพิ่มศักยภาพกลุ่ม/สมาชิก/การบริหารจัดการกลุ่มดำเนินการในลักษณะนำกรรมการและสมาชิกศึกษาดูงาน และนำความรู้ที่ได้รับกลับมาพัฒนากลุ่ม ใช้ระบบอบรม แนะนำ ให้ความรู้ แก่สมาชิกกลุ่ม โดยใช้รูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มในรูปคณะกรรมการกลุ่ม ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการประชุมอย่างสม่ำเสมอ

การขยายผลสู่กลุ่มอื่น ๆ ได้มีการสร้างเครือข่าย OTOP จังหวัดสงขลา กลุ่มเป็นศูนย์เรียนรู้ แหล่งศึกษาดูงาน และถ่ายทอดองค์ความรู้แก่กลุ่ม องค์กร นักศึกษา และผู้สนใจ กลุ่มได้รับการยอมรับจากชุมชน และหน่วยงานภายนอก มาศึกษาดูงานมากยิ่งขึ้น เฉลี่ยเดือนละ ๑๐ ครั้งสร้างรายได้ให้แก่กลุ่ม ครั้งละ ๗,๐๐๐ - ๑๐,๐๐๐ บาท

ปัจจัย ที่ทำให้กลุ่มฯ ประสบความสำเร็จ ได้แก่ การใช้วัตถุดิบในพื้นที่ที่มีคุณภาพ ลูกคามีความเชื่อมั่น คณะกรรมการ มีความตั้งใจและทุ่มเทในการบริหารจัดการ และสมาชิกให้ความร่วมมือ และปฏิบัติตามกฎระเบียบของกลุ่ม ,หน่วยงานราชการ และสถาบันการศึกษาให้การสนับสนุนต่อเนื่อง เช่น กรมการพัฒนาชุมชน สนับสนุนการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า OTOP และสนับสนุนช่องทางการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สนับสนุนงานวิจัย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์



ผลตอบแทนที่ก่อให้เกิดประโยชน์ และสร้างคุณค่าต่อสังคม/ชุมชน กลุ่มได้นำผลกำไรสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ภายในหมู่บ้าน ส่งผลให้เกิดความสามัคคีในชุมชน สร้างอาชีพและรายได้ให้คนในชุมชน



๑๑. กลุ่มกรีนมาร์เก็ตตำบลชุมบวร อำเภอบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์



กลุ่มเกษตรกรเกิดจากความตระหนักที่จะลดการใช้สารเคมีซึ่งเป็นอันตรายต่อตนเองและผู้บริโภค ด้วยการขับเคลื่อนงานด้านเกษตรปลอดภัยในชุมชนของตำบลชุมบวร มุ่งที่จะตอบสนองคนในชุมชนเรื่องของการใช้เวลาว่างหลังจากงานหลักหรือเวลาว่างช่วงรอระยะการเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร และเพิ่มอำนาจต่อรองราคาปุ๋ย เพื่อลดต้นทุนการผลิต ภายใต้งบและทรัพยากรธรรมชาติที่ท้องถิ่นมีอยู่ กระบวนการทำงานเริ่มจากการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชน เรียนรู้และพัฒนาความรู้ที่มีให้เกิดคุณค่า สร้างอาชีพเสริม เพิ่มรายได้ และมีการพัฒนาและการต่อยอดกิจกรรมต่าง ๆ ด้านเกษตร โดยเริ่มจากตลาดภายในชุมชนที่เน้นด้านการบริโภค อาหารที่ปลอดภัย ไร้สารพิษ และการขับเคลื่อนงานด้านเกษตรที่ปลอดภัยที่เป็นประโยชน์ทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิต โดยประสานความร่วมมือกับ องค์การบริหารส่วนตำบลชุมบวร ในการขับเคลื่อนงานด้านเกษตรปลอดภัย และขยายผลสู่ภายนอกตำบล ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานของจังหวัดเพชรบูรณ์ เรื่องการสร้างช่องทางในการสร้างมูลค่าของพืชผัก และการทำให้พืชผักที่ปลูกในจังหวัดเพชรบูรณ์ให้มีความปลอดภัย จึงได้จัดตั้ง กรีนมาร์เก็ต เพื่อให้เป็นตลาดสีเขียว ที่ปลอดภัย ชื่อว่า “กรีนมาร์เก็ตตำบลชุมบวร” โดยมีฐานคิด คือ “ยั่งยืน มั่นคง ปลอดภัย” มีคณะกรรมการบริหารจำนวน ๑๔ คน สมาชิกจำนวน ๓๒ ราย

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้แก่ เช่น กล้วยน้ำว่าเคลือบหวาน กล้วยน้ำว่าเคลือบเค็ม กล้วยน้ำว่าบาร์บีคิว กล้วยตาก กล้วยหอมทองเคลือบหวาน กล้วยหอมทองเคลือบเค็ม กล้วยหอมทองบาร์บีคิว ข้าวเกรียบหอมทอง โดนัทหอมทอง ลักษณะรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นถุงจีบพลาสติกใส กล่องพลาสติกใส ถุงกระดาษซิปล็อก กำลังการผลิตต่อเดือน ๖๐๐ - ๒,๐๐๐ ห่อ/เดือน ราคาผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย ตามขนาดและปริมาณระหว่าง ๕ - ๒๐ บาท กลุ่มมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ๑๕,๐๐๐ - ๒๐,๐๐๐ บาท ผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้หลักของกลุ่มคือ กล้วยน้ำว่าเคลือบหวานและกล้วยน้ำว่าบาร์บีคิว สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในอำเภอและส่งต่างจังหวัด ช่องทางการจำหน่าย/ตลาด ร้านค้าขายส่ง Online ร้านประชารัฐสุขใจ ศูนย์โอท็อปพุดแก้ว ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานได้แก่ กล้วยน้ำว่าเคลือบหวาน กล้วยน้ำว่าเคลือบเค็ม ทุนดำเนินการของกลุ่ม ๒๐,๐๐๐ - ๕๐,๐๐๐ บาท ปัญหาที่พบในการผลิตผลิตภัณฑ์มีอายุหรือเก็บได้น้อยวันส่งผลต่อการขายและการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านการทำตลาดแบบ Modern Trade และกลุ่มได้มีการพัฒนาธุรกิจโดยการส่งคณะกรรมการเข้าอบรมรับความรู้มาพัฒนากลุ่มในหลายหน่วยงาน เช่น อบรม StartUp ๒๕๖๐ โดย สสว. ประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยกรมการพัฒนาชุมชน อบรม Smart Farmer โดย สنج.เกษตรจังหวัด

ผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการสร้างสมาชิกชุมชนสู่ผู้ประกอบการชุมชน: CE กล้วยน้ำว่าเคลือบหวานบรรจุถุงจีบพลาสติกใส ซึ่งได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์จากถุงใสเป็นถุงซิปล็อกกระดาษสีน้ำตาลเพื่อให้ดูทันสมัยมากขึ้น สามารถทำการตลาดให้กว้างขึ้น กลุ่มมีแผนในการนำระบบ ISO ๙๐๐๐ มาใช้ในการบริหารจัดการกลุ่ม



การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มได้มีแนวคิดในการขอรับมาตรฐานเพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในกระบวนการผลิตและมั่นใจในคำว่า “กรีนมาร์เก็ตตำบลชัยสมบูรณ และ การควบคุมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยการ ใช้ระบบ First in First out และการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ดำเนินการโดยการพัฒนาจากถุงจีบ มาเป็นถุงซิปล็อกกระดาษสีน้ำตาลและจะกำลังพัฒนาเป็นกระป๋อง PET

กระบวนการพัฒนากลุ่มสมาชิก กระบวนการเพิ่มศักยภาพกลุ่ม/สมาชิกกลุ่มดำเนินการในลักษณะเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น กล้วยตาก , ข้าวเกรียบ เพิ่มศักยภาพกลุ่มโดยการนำระบบ ๕ส และ FIFO (First in First out) คณะกรรมการกลุ่มเข้าอบรม StartUp ๒๕๖๐ อบรม Smart Farmer

การขยายผลสู่กลุ่มอื่นๆ เช่น การสร้างเครือข่าย/ภาคีและการเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ สู่ชุมชน เช่น GAP , ๕ส และการเป็นต้นแบบและศึกษาดูงานของกลุ่มอาชีพที่สนใจในชุมชน และการประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงาน ทำให้เกิดเครือข่ายวัตถุดิบ สู่ชุมชนข้างเคียง

ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มฯ ประสบความสำเร็จ ได้แก่

๑. การทำงานอย่างมีระบบ การร่วมมือกันของสมาชิกภายในกลุ่ม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ การนำปัญหา มาวิเคราะห์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น

๒. การมีหน่วยงานราชการกลุ่มองค์กร เครือข่าย เอกชน และอื่นๆ ให้การสนับสนุน เช่น กรมพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรอำเภอวิเชียรบุรี

๓. อัตลักษณ์ / จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ผลผลิตที่ได้คุณภาพและปลอดภัยต่อการบริโภค เป็นผลผลิตที่มีการพัฒนาการผลิตอย่างต่อเนื่อง มีผู้มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการดูแลจัดการทุกระบบ ทุกกระบวนการ ถูกกำกับดูแล วัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิตเกิดจากการคัดสรรที่ดีจากชุมชน ทำให้เกิดคุณภาพมากขึ้น

๔. ผลิตภัณฑ์ที่ร่วมกันผลิตโดยชุมชนและจัดการด้วยชุมชน เป็นการสร้างการทำงานอย่างเป็นระบบโดยอาศัยกลุ่ม ชุมชน องค์กรในการขับเคลื่อน มีการบริหารจัดการ จากคนในชุมชนเพื่อให้เกิดประโยชน์กับคนในชุมชนอย่างแท้จริง

ผลตอบแทนผลที่ก่อให้เกิดประโยชน์ และสร้างคุณค่าต่อสังคม/ชุมชนกลุ่มนี้ให้เกิดการสร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ และเพิ่มศักยภาพในการผลิตสินค้าชุมชนในชุมชนคนในชุมชนมีความพอใจเนื่องจากมีอาชีพและรายได้

๑๒. กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชมรมผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน หมู่ที่ ๓ ตำบลบ้านหัน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ



กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชมรมผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน จัดตั้งเมื่อปี ๒ สถานที่ตั้ง ๑๙ หมู่ที่ ๓ ตำบลบ้านหัน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ประธานกลุ่มคือนายธนัช กระจ่างบ้าน ที่อยู่ ๑๙ หมู่ที่ ๓ ตำบลบ้านหัน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ เบอร์โทรศัพท์ ๐๙-๓๒๕๑-๗๗๗๖ คณะกรรมการบริหารกลุ่มจำนวน ๑๐ คน สมาชิกกลุ่มปัจจุบัน ๒๕ คน ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้แก่ ข้าวแต่น้ำแตงโม น้ำพริกปลาร้า ก๋วยเตี๋ยว ผักขมต้ม ผักกาดแก้ว ก๋วยเตี๋ยวผักหวานแสดอาทิตย์ ข้าวแต่น้ำแตงโม ไข่เค็ม ขนมไทยตามฤดูกาล ลักษณะรูปแบบบรรจุภัณฑ์ บรรจุถุงพลาสติกใสและได้ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์แก้วซีลปากถุง บรรจุกล่อง/กระปุก ติดสติ๊กเกอร์กำลังการผลิตต่อเดือน (ปริมาณที่ผลิตได้) จำนวน ๑๐๐ - ๒๐๐ กิโลกรัม ราคาผลิตต่อหน่วย กิโลละ ๓๐๐ บาท และจำหน่ายในลักษณะมีบรรจุภัณฑ์ราคาตามปริมาณตั้งแต่ ๑๐ - ๕๐ บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ๔,๐๐๐ - ๑๒,๐๐๐ บาท ผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้หลักของกลุ่มคือข้าวแต่น้ำแตงโม น้ำพริกปลาร้า ก๋วยเตี๋ยว ผักขมต้ม สถานที่จำหน่ายร้านอาหาร ร้านค้า ตลาดนัดชุมชน ออกร้านนิทรรศการร้านอาหาร เช่น คริวสุมาลี ช่องทางการจำหน่าย มีทั้งขายตรง ขายส่ง ขายออนไลน์/เฟส ทุนดำเนินการของกลุ่มได้จากการระดมทุน สมาชิก จำนวน ๑๐,๐๐๐ บาทสำหรับใช้เป็นทุนหมุนเวียน ปัญหาที่พบในการผลิตคือมาตรฐานการผลิต ขาดเงินทุน สนับสนุนในการดำเนินงาน การบริหารจัดการกลุ่มยังไม่เข้มแข็ง กลุ่มมีการจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจโดยได้มีสำนักงานเกษตร และสำนักงานพัฒนาชุมชน ให้ความรู้และสนับสนุนการจัดทำและกลุ่มมีแผนความต้องการที่จะเพิ่มสถานที่จำหน่าย ศึกษาดูงานกลุ่มอื่นที่ประสบผลสำเร็จ พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ อบรมการจำหน่ายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มเติม รวมถึงการขอรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการสร้างสัมมาชีพสู่ผู้ประกอบการชุมชน : (CE) ได้แก่ข้าวแต่น้ำแดงโม
น้ำพริกปลาร้าสมุนไพร (ปลาร้าบอง)



การพัฒนาผลิตภัณฑ์

๑. เพิ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้เกิดความหลากหลายและเป็นทางเลือก ให้ลูกค้า เช่น จากเดิมทำข้าวแต่น้ำแดงโม น้ำพริกปลาร้า กล้วยฉาบ ผ้าขาวม้าต่อมาได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่คือน้ำพริกปลาร้า กล้วยเบรกแตก อยู่ระหว่างการขอมาตรฐานจากอุตสาหกรรมจังหวัด
๒. มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และ รูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งควบคุมดูแลโดยกรรมการฝ่ายผลิต
๓. การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ เดิมบรรจุถุงพลาสติกใส ได้พัฒนาปรับเปลี่ยนเป็นบรรจุถุงแก้วซีลปากถุง บรรจุกล่อง/กระปุก ติดสติ๊กเกอร์สวยงาม

กระบวนการพัฒนากลุ่มสัมมาชีพ



๑. การเพิ่มศักยภาพกลุ่ม/สมาชิก/การบริหารจัดการกลุ่มดำเนินการในลักษณะเข้าร่วมการอบรมจากหน่วยงานราชการที่จัดขึ้น ศึกษาดูงานกลุ่มอื่นๆ ให้สมาชิกทดลองทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง
๒. การบริหารจัดการกลุ่ม/องค์กร มีการดำเนินการในรูปแบบ

คณะกรรมการดำเนินงาน ๔ ฝ่าย ประกอบด้วย ฝ่ายบริหาร ฝ่ายผลิต ฝ่ายการตลาด และฝ่ายประชาสัมพันธ์

๓. การขยายผลสู่กลุ่มอื่น ๆ สมาชิกกลุ่มมีความสามารถเป็นวิทยากร

ถ่ายทอดความรู้การทำข้าวแต่น้ำแดงโม ให้กับเครือข่าย/ภาคี เช่น สาธิตอาชีพหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงบ้านหัน หมู่ที่ ๕ ตำบลบ้านหัน บ้านโนนทอง หมู่ที่ ๑ ตำบลโนนทอง บ้านเขว หมู่ที่ ๕ ตำบลบ้านบัว หมู่บ้านสัมมาชีพ คือ บ้านท่าเตื่อ หมู่ที่ ๙ ตำบลบ้านยาง

๔. ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น กลุ่มมีการพัฒนากลุ่ม พัฒนาธุรกิจ

มีการจัดทำแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการขอรับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชน

๕. ปัจจัย ที่ทำให้กลุ่มฯ ประสบความสำเร็จ ได้แก่

- มีหน่วยงานราชการ กลุ่ม องค์กร เครือข่าย เอกชน และอื่น ๆ

ให้การสนับสนุนเช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนและสำนักงานเกษตร สนับสนุนกระบวนการกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ช่องทางการตลาด ให้ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์



ผลตอบแทน/ผลลัพธ์ทางสังคมผลที่ก่อให้เกิดประโยชน์ และสร้างคุณค่าต่อสังคม/ชุมชน สร้างอาชีพ รายได้ให้กับครอบครัว สร้างงานให้คนในชุมชนมีรายได้จากการจำหน่ายวัตถุดิบเพื่อให้กลุ่มผลิตสินค้า เช่น ข้าวเหนียวข้าวไรท์เบอร์รี่ กล้วยน้ำว้า ข้า ตะไคร้ ปลาร้า ให้กับกลุ่ม

ภาคผนวก

แบบติดตามและรายงานผลการดำเนินงานโครงการสร้างกลุ่มสัมมาชีพชุมชนสู่การพัฒนาเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE)

๑. วัตถุประสงค์ในการติดตาม

- ๑) เพื่อติดตามผลความก้าวหน้าในการพัฒนากลุ่มสัมมาชีพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน
- ๒) เพื่อสรุปผลการพัฒนาและถอดบทเรียน สำหรับขยายผลการดำเนินงาน ให้ครอบคลุมทุกจังหวัด

๒. ทีมติดตามในระดับพื้นที่ ประกอบด้วย นักวิชาการพัฒนาชุมชนผู้รับผิดชอบ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ระดับจังหวัด/อำเภอ

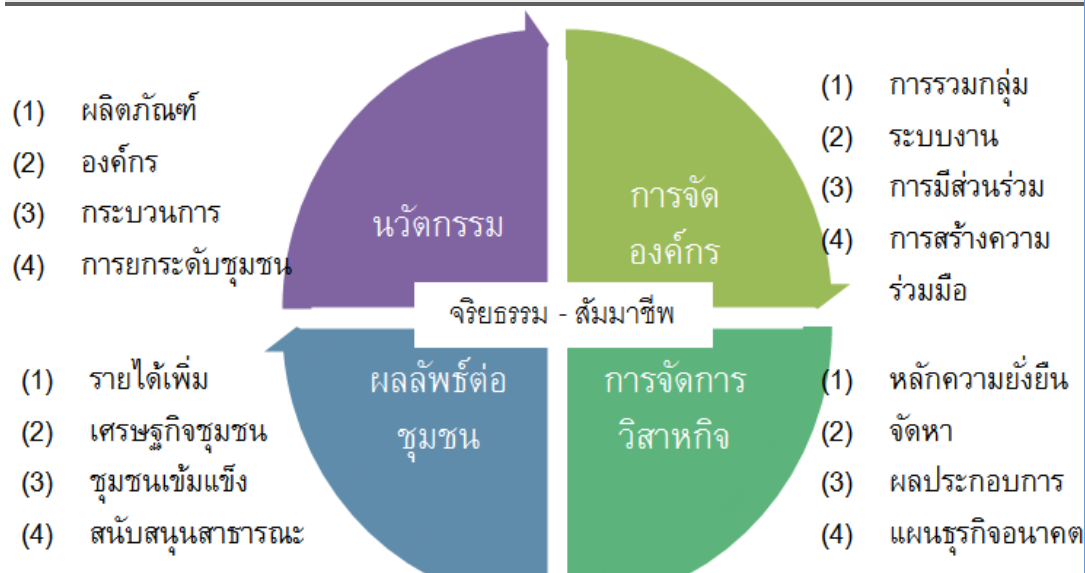
๓. รูปแบบการติดตามโดยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อเปิดโอกาสให้คณะกรรมการ/สมาชิกกลุ่ม และผู้เกี่ยวข้องได้แสดงความคิดเห็นและให้ข้อมูล

๔. ข้อมูลพื้นที่เป้าหมาย/กลุ่มเป้าหมายในการติดตามประกอบด้วยกรรมการ/สมาชิก/ผู้เกี่ยวข้อง รวม ๑๒ กลุ่ม กลุ่มละ ๑๐ คน

ที่	ชื่อกลุ่ม	ที่อยู่
๑	กลุ่มกรีนมาร์เก็ตชัยสมบุญ	ตำบลชัยสมบุญ อำเภอเวียงชัยบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์
๒	กลุ่มอาชีพสตรีแปรรูปอาหารบางแสน	หมู่ที่ ๒ ตำบลบางแสน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี
๓	กลุ่มโรงสีข้าวบ้านหนองโสน	หมู่ ๖ ตำบลควนรู อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา
๔	กลุ่มสปู่ตาลโตนด (โหนด นา เล)	หมู่ที่ ๗ ตำบลท่าหิน อำเภอทิงพระ จังหวัดสงขลา
๕	กลุ่มข้าวบ้านบางคันช้าง	หมู่ที่ ๑๒ ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี
๖	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน	หมู่ที่ ๔ ตำบลเขาถ่าน อำเภอท่าฉาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
๗	กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากสาหร่ายทะเล	หมู่ที่ ๓ ตำบลบ้านหัน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ
๘	กลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตร (กล้วยมุก-หอม)	หมู่ที่ ๕ ตำบลเหมืองใหม่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
๙	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคุ้มพัฒนา (ข้าวหอมมะลิปลอดภัย)	หมู่ที่ ๒ ตำบลคูเมือง อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร
๑๐	กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านสุตใจ	หมู่ที่ ๗ ตำบลแพรกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
๑๑	กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ	หมู่ที่ ๒ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ
๑๒	กลุ่มศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิงเกษตร)	หมู่ที่ ๒ ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

๕. กระบวนการพัฒนากลุ่มตามโมเดลการสร้างสัมมาชีพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน

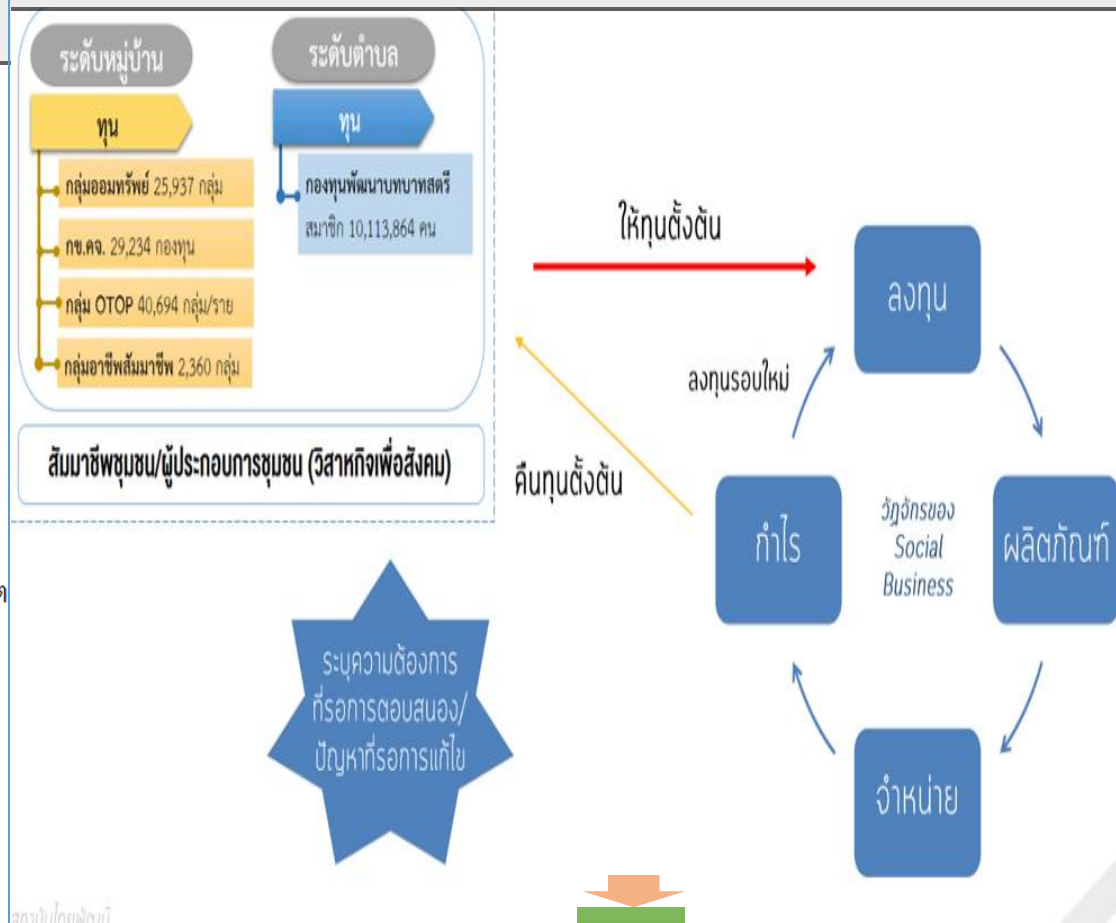
๑. พัฒนาโมเดลและวิเคราะห์จัดประเภทกลุ่มอาชีพ



(1) ปรัชญาองค์กร (2) แผนงาน (3) บำรุงรักษา (4) วัฒนธรรมองค์กร

จัดกลุ่ม
ประเภท

๒. กระบวนการพัฒนากลุ่มอาชีพสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (CE)



วิสาหกิจเพื่อสังคม
(Social Enterprise : SE)

กิจการแบบธุรกิจเพื่อสังคม
(Social Business : SB)

ประเด็นการติดตามผลการดำเนินงานในระดับพื้นที่
โครงการสร้างกลุ่มสัมมาชีพชุมชนสู่การพัฒนาเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community
Entrepreneur : CE)

ส่วนที่ ๑. ข้อมูลทั่วไป

๑. ชื่อกลุ่ม

.....

๒. ระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม.....ปี (วัน เดือน ปี ที่จัดตั้ง.....)

๓. สถานที่ตั้ง

.....

๔. ชื่อ-สกุล/ที่อยู่/เบอร์โทรศัพท์ ของประธานกลุ่ม

.....

.....

๕. คณะกรรมการบริหารกลุ่ม

ที่	ชื่อ - สกุล	อายุ (ปี)	ตำแหน่งในกลุ่ม	ตำแหน่งอื่น ๆ ในชุมชน(ถ้ามี)

๖. จำนวนสมาชิกกลุ่มปัจจุบัน.....คน (สมาชิกก่อตั้ง.....คน)

๗. ชื่อผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการสร้างสัมมาชีพสู่ผู้ประกอบการชุมชน :(CE)

.....

.....

ส่วนที่ ๒ ผลความก้าวหน้าการพัฒนากลุ่มสัมมาชีพสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน

๑. ข้อมูลภาพรวมของกลุ่ม

ข้อมูล/กิจกรรม	ริเริ่ม-๒๕๖๐ (เดิม)	๒๕๖๑-ปัจจุบัน(ใหม่)
๑.ผลิตภัณฑ์ ของกลุ่ม มีอะไรบ้าง		
๒. ลักษณะรูปแบบบรรจุภัณฑ์		
๓.กำลังการผลิตต่อเดือน (ปริมาณที่ผลิตได้)		
๔.ราคาผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย		
๕.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
๖. ผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้หลักของกลุ่มได้แก่อะไรบ้าง		
๗.สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์		
๘.กลุ่มลูกค้าเป็นใครบ้าง		
๙.ช่องทางการจำหน่าย/ตลาด		
๑๐.ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานมีอะไรบ้าง		

ข้อมูล/กิจกรรม	ริเริ่ม-๒๕๖๐ (เดิม)	๒๕๖๑-ปัจจุบัน(ใหม่)
๑๑.ทุนดำเนินการของกลุ่ม/ เงินทุนหมุนเวียนของกลุ่ม		
๑๒.จำนวนผู้รับผลประโยชน์ (รวมสมาชิกและคนในชุมชน)		
๑๓.ปัญหาที่พบในการผลิต ผลิตภัณฑ์มีอะไรบ้าง		
๑๔.มีการจัดทำแผนพัฒนา ธุรกิจหรือไม่ อย่างไร และกับ หน่วยงานใดบ้าง		

๒. ผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการสร้างสมาชิกผู้ประกอบการชุมชน :(CE) มีการพัฒนา
ด้านใดบ้างพัฒนาอย่างไรบ้าง (พร้อมภาพผลิตภัณฑ์เดิม และใหม่ ประกอบ)

.....

ส่วนที่ ๓ : กระบวนการพัฒนากลุ่มสมาชิก

๑. กระบวนการเพิ่มศักยภาพกลุ่ม/สมาชิก/การบริหารจัดการกลุ่ม

- ๑.การเพิ่มและพัฒนาศักยภาพกลุ่ม/สมาชิกกลุ่ม ดำเนินการในลักษณะอย่างไร
- ๒.การบริหารจัดการกลุ่ม/องค์กร มีการดำเนินการอย่างไร
- ๓.การขยายผลสู่กลุ่มอื่น ๆ เช่น การสร้างเครือข่าย/ภาคี และการเป็นวิทยากร
ถ่ายทอดความรู้
- ๔.ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในกลุ่มมีอะไรบ้าง เช่น มีการพัฒนากลุ่ม มีการ
พัฒนาธุรกิจ
- ๕.กลุ่มมีแผนต่อยอดกิจการ/พัฒนาธุรกิจ สู่ความยั่งยืนอย่างไร
- ๖.ปัจจัย ที่ทำให้กลุ่มฯ ประสบความสำเร็จ มีอะไรบ้าง
- ๗.มีหน่วยงานราชการ กลุ่ม องค์กร เครือข่าย เอกชน และอื่น ๆ ให้การสนับสนุน
หรือไม่อย่างไร
- ๘.ปัญหา-อุปสรรค (ระบุ)

๒. การพัฒนาผลิตภัณฑ์

๑.การยกระดับผลิตภัณฑ์ ดำเนินการอย่างไร (เช่น การได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานใด)

๒.การควบคุมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ดำเนินการอย่างไร

๓.การพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ดำเนินการอย่างไร

๓. การจำหน่าย/เผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๑.การเป็นต้นแบบและเป็นสถานที่ศึกษาดูงาน (เฉลี่ยกลุ่มได้ต้อนรับคณะศึกษาดูงานจากหน่วยงาน

หรือองค์กรใด) ที่ครั้ง ีประมาณกี่คน และกลุ่มมีรายได้จากคณะศึกษาดูงาน
ประมาณครั้งละเท่าไร

๒.การประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานใช้ช่องทางใด ดำเนินการอย่างไรบ้าง

ส่วนที่ ๔ ผลตอบแทน/ผลลัพธ์ทางสังคม

๑. ผลที่ก่อให้เกิดประโยชน์ และสร้างคุณค่าต่อสังคม/ชุมชน มีอะไรบ้าง

๒. ความคิดเห็นของคนในชุมชนต่อการสร้างประโยชน์ของกลุ่ม

ส่วนที่ ๕ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

๑.ความคิดเห็นต่อกระบวนการพัฒนากลุ่มสมาชิกผู้การเป็นผู้ประกอบการ
ชุมชนจากกลุ่มสมาชิก

๒.ข้อเสนอแนะ/ความต้องการจากกลุ่มสัมมาชีพชุมชน

๓.ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ ของทีมติดตามในระดับพื้นที่ ในประเด็นการพัฒนาอาชีพ

สู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน

๔.อื่น ๆ (ระบุ)

[illegible]

เอกสารรายงานผลการสร้างกลุ่มสมาชิชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน
(Community Entrepreneur : CE)

กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

ปีที่พิมพ์ กันยายน ๒๕๖๑ จำนวน : ๖๐๐ เล่ม

เลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ (ISBN) ๙๗๘-๙๗๔-๔๒๓-๑๕๘-๑

ที่ปรึกษา

นายอภิชาติ โตดิลกเวชช์	อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน
นายทวีป บุตรโพธิ์	รองอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน
นายสมหวัง พ่วงบางโพ	รองอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน
นายโชคชัย แก้วป่อง	รองอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน
นายอุทัย ทองเดช	ผู้อำนวยการสำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน
ดร.สุนทร คุณชัยมั่ง	Co-founder of TSBI

คณะผู้จัดทำ

นางสาวมนทิดา เข้มทอง	ผู้อำนวยการกลุ่มงานประสานนโยบายและยุทธศาสตร์
นางสาวพิศมัย ปิ่นบุตร	นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
นางสาวจันทนา ตั้งศักดิ์เจริญสุข	นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
นางสาวสุชาดา ทศานนท์	นักจัดการงานทั่วไปชำนาญการ
นางสาววิลาสินี สุดสาร	นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
นางสาวธิภาพรรณ มีแสงเงิน	นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
นายอำเภอ มาพวง	นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
น.ส.พิมพ์ชญา ธนกุลดำรง	Project Manager
	บริษัท.อิมเมจ พลัส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด