



# คำนำ

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ตามภารกิจของกรมการพัฒนาชุมชน กำหนดเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็น 2 แบบ 3 ระดับ ได้แก่

แบบที่ 1 เศรษฐกิจพอเพียงแบบพื้นฐาน ระดับที่ 1 คือ สัมมาชีพระดับบุคคล ครัวเรือน (Dependent) : ลดการพึ่งพา ละความฟุ่มเฟือย เลิกอบายมุข

แบบที่ 2 เศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ประกอบด้วย ระดับที่ 2 OTOP/SMEs/CE ระดับการรวมกลุ่ม (Independent): รวมกลุ่ม รวมซื้อ รวมขายและระดับที่ 3 SE วิสาหกิจเพื่อสังคม ระดับร่วมมือกัน เครือข่าย (Interdependent): ร่วมมือ ร่วมทุน ร่วมค้า ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาเริ่มต้นจากการส่งเสริมครัวเรือน สัมมาชีพและสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่ม เป็นกลุ่มอาชีพ เพื่อพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) และหรือลงทะเบียนเป็นผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP จากนั้นร่วมมือ ร่วมทุน ร่วมค้าเป็นเครือข่ายภายใต้แนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยใช้ทุนที่มีอยู่ในชุมชนเป็นเครื่องมือและใช้ช่องทางการตลาดที่ประชารัฐส่งเสริมเพื่อการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้

การจัดทำแนวทางการพัฒนากลุ่มสัมมาชีพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชนเล่มนี้เกิดขึ้นจากการขับเคลื่อนภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือระหว่างกรมการพัฒนาชุมชนกับมูลนิธิสัมมาชีพและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและกรมการพัฒนาชุมชนกับหน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย

(Thailand Social Business Initiative : TSBI) ประกอบด้วยองค์การภายใต้หน่วยงาน 3 องค์การ ได้แก่

(1) Yunus Center AIT

(2) สถาบันไทยพัฒนา

(3) บริษัท อิมเมจ พลัส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด

ซึ่งมีเจตนาารมณ์ในการร่วมสร้างต้นแบบและนำร่องกลุ่มอาชีพในพื้นที่ชุมชน/ตำบล ผู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชนและเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการให้มีการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อพัฒนาไปสู่กิจการแบบธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) หรือวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) และเป็นการสร้างสรรค์ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากหรือเศรษฐกิจระดับชุมชนท้องถิ่น ตามแนวทางประชารัฐ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ระดับการรวมกลุ่ม ตามที่กรมการพัฒนาชุมชนกำหนดข้างต้น

หวังเป็นอย่างยิ่งว่าเอกสารแนวทางการพัฒนากลุ่มสัมมาชีพชุมชนผู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) เล่มที่ 2 จะเป็นประโยชน์ สำหรับเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน สมาชิกกลุ่มอาชีพในการขับเคลื่อนโครงการ เพื่อพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพผู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชน ให้เกิดผลเป็นรูปธรรม ต่อไป

สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน

กรมการพัฒนาชุมชน

กันยายน 2561

# สารบัญ

ส่วนที่ 1 ความเป็นมา .....	05
ส่วนที่ 2 คำนิยามที่เกี่ยวข้อง .....	08
ส่วนที่ 3 แนวทางการสร้างสัมมาชีพชุมชนสู่การเป็น ผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE)	14
ส่วนที่ 4 การดำเนินการขับเคลื่อนการพัฒนา .....	30
กลุ่มสัมมาชีพสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน	
ส่วนที่ 5 การติดตามและประเมินผล .....	68

# ส่วนที่ 1 ความเป็นมา



กรมการพัฒนาชุมชน จัดพิธีลงนามข้อตกลงความร่วมมือกับมูลนิธิสยามมาชีพ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (Thailand Social Business Initiative : TSBI) เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2559 ซึ่งเป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน เพื่อการสร้างสังคมมาชีพชุมชน โดยการสนับสนุนการพัฒนา กลุ่มอาชีพในพื้นที่ชุมชน/ตำบล สู่การเป็น ผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) และการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการชุมชน ให้มีการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เพื่อพัฒนาไปสู่กิจการแบบธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) หรือ วิชาสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) และเป็นการสร้างสรรคเศรษฐกิจระดับชุมชนท้องถิ่นตามแนวทาง ประชากรรัฐ โดยพิธีลงนามความร่วมมือดังกล่าว ประกอบด้วย 2 คณะ ดังนี้

คณะที่ 1 ระหว่าง กรมการพัฒนาชุมชน กับ มูลนิธิสยามมาชีพและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จะร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและอาชีพระดับชุมชนโดยเน้นกลุ่มอาชีพ ที่มาจากครัวเรือนสัมมาชีพในชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (CE) และวิชาสาหกิจเพื่อสังคม (SE) มีระยะเวลาดำเนินการร่วมกัน 2 ปี โดยมีผู้ร่วมลงนาม ดังนี้

- |                             |  |
|-----------------------------|--|
| 1) นายอภิชาติ ไตดิกลเวชช์   | อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน                     |
| 2) นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ | ประธานคณะกรรมการบริหาร<br>มูลนิธิสยามมาชีพ |

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| 3) นางเกศรา มัญชุศรี      | กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์<br>แห่งประเทศไทย    |
| 4) นายสมพล เกียรติไพบูลย์ | ประธานคณะกรรมการมูลนิธิสัมมาชีพ<br>(ประธานสภากีฬายาน) |

คณะที่ 2 ระหว่าง กรมการพัฒนาชุมชน กับ หน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคม  
แห่งประเทศไทย (Thailand Social Business Initiative : TSBI) ประกอบด้วย

- 1) Yunus Center AIT
- 2) สถาบันไทยพัฒนา
- 3) บริษัท อิมเมจพลัส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด

โดยร่วมมือในการพัฒนากิจการของผู้ประกอบการชุมชน (CE) สู่การเป็นกิจการ  
แบบธุรกิจเพื่อสังคม (SB) เพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจระดับท้องถิ่นและ  
ฐานราก โดยมีผู้ร่วมลงนาม ดังนี้

- |                              |   |
|------------------------------|---|
| 1) นายอภิชาติ ไตติลภเวชช์    | อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน                      |
| 2) Dr. Faiz Shah             | ผู้อำนวยการ Yunus Center AIT                |
| 3) ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ     | ผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒนา                   |
| 4) นางสาวปาจารย์ย์ คุณชัยมัง | กรรมการบริษัท อิมเมจ พลัส<br>คอมมิวนิเคชั่น |

โดยมีผู้แทนองค์กร กล่าวแสดงเจตนารมณ์ในการลงนามความร่วมมือร่วมกัน  
ดังนี้

นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ (ประธานคณะกรรมการบริหารมูลนิธิสัมมาชีพ)  
กล่าวว่า เจตนารมณ์/ปณิธาน ที่จะต้องดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ คือ มุ่งเน้นการสร้างสัมมาชีพ  
เต็มทุกพื้นที่ โดยประยุกต์ใช้หลักการสัมมาอาชีพะไปเป็นส่วนสำคัญในการประกอบอาชีพ  
ชุมชน

นางเกศรา มัญชุศรี (กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย)  
กล่าวว่า ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ยินดีที่ได้มีโอกาสและมีส่วนร่วม ที่จะช่วยเหลือ  
ชุมชน ช่วยเหลือสังคม ภายใต้หลักการการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน (Sustainability  
of development and growth)

ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ (ผู้อำนวยการสถาบันไทยพัฒนา) กล่าวว่า สถาบันไทยพัฒนา มีความยินดีที่ได้ร่วมมือกับกรมการพัฒนาชุมชน เพื่อเสริมแรงและช่วยยกระดับศักยภาพของชุมชนโดยการปรับใช้แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB)

นอกจากนี้ สถาบันไทยพัฒนา ยังมุ่งหวังว่า หากการประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าว เกิดผลเป็นรูปธรรมแล้ว จะส่งผลให้ประเทศไทย มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมระดับฐานราก และกลายเป็นกรณีศึกษา (Case Study) ที่ช่วยให้ชุมชนหรือกลุ่มเกษตรกรทุกอาชีพ ได้มีโอกาสเข้าถึงช่องทางการตลาด (การระบายสินค้าทางการเกษตร) ซึ่งจะบรรเทาความเดือดร้อนของชุมชน/กลุ่มเกษตรกร ได้เป็นอย่างมาก

นางสาวอาจารย์ คุณชัยมั่ง (กรรมการบริษัท อิมเมจพลัส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด) กล่าวว่า บริษัทฯ ยินดีที่จะร่วมพัฒนาและผลักดันแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) ให้เกิดขึ้นจริงในประเทศไทย บริษัทฯ มีความพร้อมที่จะขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน ให้มีศักยภาพและองค์ความรู้มากยิ่งขึ้น และบริษัทฯ มุ่งหวังที่จะให้มีกรณีศึกษา (Case Study) และการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ที่สามารถนำไปพูดคุย และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเวทีสากล ระดับโลกได้ Dr. Faiz Shah (ผู้อำนวยการสถาบัน Yunus Center AIT) กล่าวว่า สถาบัน Yunus Center ยินดีที่จะนำประสบการณ์การดำเนินงาน ระดับโลก มาแลกเปลี่ยนการดำเนินงานกับประเทศไทย พร้อมทั้งเรียนรู้วิธีการดำเนินงานของประเทศไทยอีกทางหนึ่งด้วย ทั้งนี้ แนวคิดของ Professor Muhammad Yunus มีความสอดคล้องกับพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ที่เน้นการพัฒนา เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของประเทศ ด้วยวิถีการพึ่งตนเองและพัฒนาตนเองให้เข้มแข็ง

นายอภิชาติ โตดิลกเวชช์ (อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน) กล่าวว่า ตนเองมั่นใจว่า ถ้าองค์กรร่วมลงนามฯ มีความเชื่อมโยงกันในลักษณะนี้ จะส่งผลให้ชุมชนหรือสังคมที่อยู่ในชนบทสามารถลืมตาอ้าปากได้เร็วขึ้น ดังนั้น ความสำคัญของการลงนามข้อตกลงความร่วมมือในครั้งนี้ จะกำหนดยุทธศาสตร์หรือแนวทางการทำงานร่วมกัน เพื่อลงไปช่วยพี่น้องชาวบ้าน องค์กรร่วมลงนามฯ จะเดินจับมือร่วมกัน ไปสู่เป้าหมายที่จะช่วยเหลือพี่น้องชนบทอย่างแท้จริง

## ส่วนที่ 2 คำนิยามที่เกี่ยวข้อง

ในที่นี่จะกำหนดกรอบความหมายของคำต่าง ๆ ให้สัมพันธ์กับการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของพื้นที่ในระดับชุมชน ตามลักษณะของงานตามภารกิจกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยเป็นเบื้องต้นจะละไว้ซึ่งความหมายที่เกี่ยวข้องกับบริบทอื่น

### สัมมาชีพชุมชน คืออะไร

การประกอบอาชีพของคนในชุมชนที่คำนึงถึงหลักสัมมาอาชีพ ซึ่งเป็นหลักว่าด้วยอาชีพชอบ ไม่เบียดเบียนตนเอง ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม มีรายจ่ายน้อยกว่ารายได้ เป็นการดำรงชีพด้วยวิถีของการพึ่งตนเอง มีหลักการและความสามารถที่เหมาะสมที่ปรับเปลี่ยนจาก “ทำมาหากิน” เป็น “ทำมาค้าขาย” ของชุมชน จากวิสาหกิจครัวเรือนไปสู่การรวมกลุ่มเพื่อส่งเสริมการสร้างงาน สร้างอาชีพในระดับชุมชน หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า “วิสาหกิจชุมชน”

### ผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) คืออะไร

ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน หรือประกอบกิจการในระดับชุมชนทั้งที่เป็นไปโดยวิสาหกิจครัวเรือน (ผู้ประกอบการรายเดียว) แบบรวมกลุ่มเป็นกลุ่มวิสาหกิจและกลุ่มในรูปแบบอื่น ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เป็นกลุ่มทางเศรษฐกิจไม่ว่าจะเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร รวมทั้งการริเริ่มจัดตั้งสหกรณ์ ซึ่งเป็นไปในลักษณะของการพัฒนาต่อจากการประกอบสัมมาชีพชุมชนในชุมชนเป็นจุดเริ่มต้นของการปรับเปลี่ยนลักษณะของงานเศรษฐกิจแบบครั้งคราวแบบกิจกรรม และมีรูปแบบการจัดการแบบกึ่งทางการไปสู่การทำงานที่เป็นกิจการและมีความเป็นทางการมากขึ้นกว่าเดิม วิวัฒนาการการสร้างรายได้จากรายได้แบบเบ็ดเตล็ดเป็นรายได้เสริม และเชื่อมั่นว่าจะสามารถสร้างเป็นรายได้หลักของครัวเรือนได้ ในขณะที่เดียวกันก็มุ่งที่จะสร้างการไหลเวียนเศรษฐกิจให้กับชุมชนมากกว่าสร้างรายได้จากกำไรของการประกอบการ

## กรอบงานผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) คืออะไร

การมุ่งเน้นที่จะสร้างเศรษฐกิจจากการริเริ่มการประกอบในชุมชนเป็นงานที่พัฒนาต่อจาก “การส่งเสริมสัมมาชีพชุมชน ด้วยกำลังและความสามารถของชุมชนเป็นจุดเริ่มต้น” ปรับเปลี่ยนจาก “กิจกรรม” เป็น “กิจการ” เพื่อสร้างรายได้ใหม่จากการผลิตและขายริเริ่มที่จะเรียนรู้วิถีการผลิตที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางการตลาดและวิถีเศรษฐกิจแบบตลาด” พัฒนารายได้จากรายได้เบ็ดเตล็ด เป็นรายได้เสริม และรายได้หลัก/เปลี่ยนอาชีพเสริมเป็นอาชีพหลัก เป็นส่วนหนึ่งของ Social Transformation

## วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) คืออะไร

คำว่า วิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งหมายถึง การประกอบการวิสาหกิจหรือธุรกิจเพื่อร่วมจัดการปัญหาเศรษฐกิจและสังคม นั้น มีนักวิชาการให้ความหมายไว้หลากหลายและแตกต่างกันไปตามบริบทของลักษณะปัญหาทางสังคม (ของแต่ละประเทศ ภูมิภาคลักษณะของชนชาติและวัฒนธรรม) และรูปแบบของการจัดการธุรกิจที่เหมาะสมต่อการจัดการแก้ไขปัญหานั้น ๆ ในที่นี้ ขออธิบายว่าเป็นวิสาหกิจหรือธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการแก้ไขปัญหาของชุมชนที่มีอยู่ (ในที่นี้จะหมายถึงการสร้างรายได้ต่อครัวเรือนให้เพิ่มขึ้น) และพัฒนามาจากการริเริ่มรวมกลุ่มของชุมชนหรือมีสมาชิกในชุมชนร่วมเป็นเจ้าของกิจการหรือร่วมเป็นผู้สนับสนุนในห่วงโซ่ธุรกิจในขั้นตอนต่าง ๆ ซึ่งมีที่มาที่ต่างไปจากวิสาหกิจเพื่อสังคมอีกประเภทหนึ่งที่พัฒนาจากปรับเปลี่ยน/เพิ่มเติมวัตถุประสงค์ของกิจการแบบธุรกิจจากเดิมที่มุ่งหวังแบ่งปันผลประโยชน์จากกำไรในการประกอบกิจการมาเป็นการมุ่งหวังต่อการแก้ไขปัญหาสังคม การอธิบายคำและความหมายว่าด้วยวิสาหกิจเพื่อสังคมข้างต้นนี้ยึดถือตามการอธิบายของสำนักคิด the earned income school of thought ของ Jacques Defourny and Marthe Nyssens

## ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) คืออะไร

เป็นแนวคิดและทฤษฎีของ Muhammad Yunus ที่อธิบายว่า ธุรกิจเพื่อสังคมนั้น แท้ที่จริงก็เป็นส่วนหนึ่งของวิสาหกิจเพื่อสังคม

โดยมีลักษณะของส่วนผสมหรืออาศัยเงินลงทุนของนักธุรกิจเอกชนที่มีความมุ่งหมายจะร่วมแก้ไขปัญหาคอนจนในระบบเศรษฐกิจและสังคมและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก ให้มีส่วนร่วมที่จะเดินทางไปกับการเติบโตและการขยายตัวในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม Yunus เสนอให้สร้างธุรกิจหรือให้มีการประกอบวิสาหกิจที่ให้แก่คนจน/ชุมชน เข้าถึงแหล่งทุน ทรัพยากร การเรียนรู้ และการจัดการในกิจการสาขาต่าง ๆ โดยเป็นธุรกิจ/วิสาหกิจที่มุ่งเน้นการไหลเวียนเศรษฐกิจให้กับชุมชนมากกว่าสร้างรายได้จากกำไรของการประกอบการ (Yunus เปรียบเทียบกับ Danone โดยให้ Grameen Danone ตั้งโรงงานขนาดเล็กในพื้นที่ของบังคลาเทศ เพื่อให้ชุมชนในที่ตั้งโรงงานและบริเวณใกล้เคียง ได้ประโยชน์จากการขายน้ำนมดิบจากการเลี้ยงวัว (งานของวิสาหกิจครัวเรือน) มีการจ้างงานพนักงาน ฯลฯ แทนที่โรงงานดังกล่าวจะไปตั้งในอินเดีย เป็นโรงงานขนาดใหญ่ที่ได้ประโยชน์จากขนาดของโรงงานที่จะทำให้ต้นทุนต่ำ และประชาชนชาวบังคลาเทศได้ประโยชน์จากการมีเอ็กิตรีราคาถูกบริโภค เพราะทางเลือกอย่างหลังนี้ แม้ว่าการลงทุนของ Grameen — Danone จะคุ้มทุนได้ในระยะเวลาที่รวดเร็วกว่า แต่บังคลาเทศจะได้รับผลประโยชน์ในเรื่องของการไหลเวียนทางเศรษฐกิจที่น้อยกว่า) การพึ่งพาทุนจากภาคเอกชน เพื่อดำเนินธุรกิจหรือวิสาหกิจข้างต้น Yunus เรียกว่าเป็น ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business) โดยเป็นธุรกิจที่ไม่แสวงหากำไร หมายความว่า จะไม่มีการปันผล จากกำไรของการประกอบการให้กับผู้ถือหุ้น จะมุ่งต่อการสร้างการไหลเวียนของเศรษฐกิจ การสร้างรายได้ของสมาชิกในระดับชุมชน ตามความเกี่ยวข้องกับลักษณะเศรษฐกิจ รวมทั้งการจ้างงานของสถานประกอบการ หากมีกำไรก็จะนำกำไรนั้นไปขยายการลงทุนในหน่วยต่อไป เพื่อหวังต่อผลของการร่วมแก้ไขปัญหาคอนจน และเศรษฐกิจฐานราก โดยมีรูปแบบธุรกิจให้ธุรกิจเอกชนเลือกที่จะร่วมงานกับ Grameen Bank เลือกที่จะตัดสินใจร่วมทุนใน 2 แบบด้วยกัน คือ แบบไม่คืนเงินต้นกับแบบคืนเงินต้น (ตามระยะเวลาที่จะมีการตกลง) ต่อมา Yunus พัฒนารูปแบบของธุรกิจเพื่อสังคม โดยให้มีการแบ่งปันกำไรจากการประกอบการ แต่จำกัดเฉพาะการร่วมทุนของสมาชิกชุมชนเท่านั้น

ซึ่งเป็นรูปแบบเดียวกันกับที่ชุมชนได้รับการจัดสรรผลตอบแทนจากกำไรในแต่ละปีจากการดำเนินงานของ Grameen Bank ซึ่งเป็นธนาคารที่มีคนจน (ชุมชน) เป็นสมาชิกผู้ถือหุ้นมากถึง ร้อยละ 94

แนวทางเบื้องต้นของการพัฒนาสัมมาชีพชุมชนเข้าสู่ระบบตลาด/การประกอบวิสาหกิจชุมชน  
หลักการ

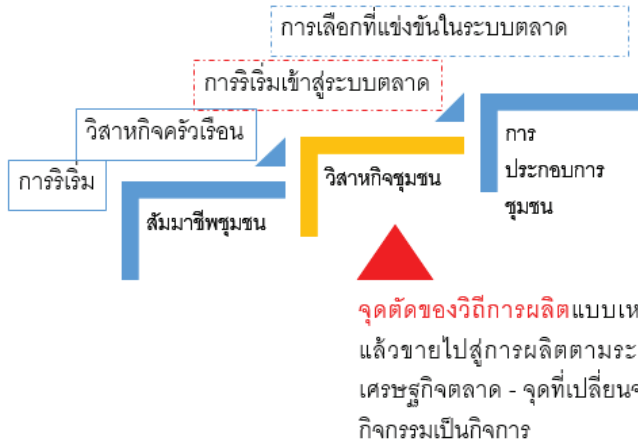
- พัฒนางานจากฐานที่มีการสร้างสัมมาชีพชุมชน ซึ่งเป็นลักษณะของการประกอบอาชีพที่มีหลักการยึดมั่น ไม่เบียดเบียนตนเอง ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม มีรายจ่ายน้อยกว่ารายได้ เป็นการดำรงชีพด้วยวิถีของการพึ่งตนเอง ซึ่งถือเสมือนเป็น “หน่ออ่อน” ของบุคลากรคุณธรรมของสังคมใหญ่ ซึ่งเป็นทรัพยากรที่ดีของการรวมกลุ่มเพื่อการประกอบการ

- ต่อยอดกิจกรรมจากสัมมาชีพชุมชน (กิจการด้านเศรษฐกิจ - ธุรกิจ) ไปบวกรวมร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ไขปัญหาคนจนและร่วมสร้างเศรษฐกิจจากฐานราก

แนวทาง

- ขั้นตอนของการเดินทางหรือวิวัฒนาการจากการริเริ่มงานการผลิต วิสาหกิจครัวเรือน (เดิมปรัชญาการดำรงตนแบบพึ่งตนเอง - ยั่งยืน = สัมมาชีพชุมชน) เข้าสู่การริเริ่มการรวมกลุ่มเพื่อประกอบการในรูปแบบต่าง ๆ พร้อมกับการเรียนรู้วิถีคิดและระบบงานการตลาดของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งในระหว่างนี้ จุดตัดหรือเส้นแบ่งของการเปลี่ยนผ่านไปสู่การประกอบการ (Entrepreneurship) ในที่นี้ จะให้ความสำคัญต่อกลไกที่เปลี่ยนจากลักษณะงานที่เป็นกิจกรรมไปสู่งานที่เป็นกิจการ โดยตัวแบบ “วิถีของการเข้าสู่ระบบตลาดของเศรษฐกิจจากฐานราก” ข้างล่างนี้ จะอธิบายจากกิจกรรมทางการตลาดเป็นสำคัญ โดยระบบตลาดนี้จะให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ของ Demand — Supply เป็นสำคัญ

## วิถีของการเข้าสู่ระบบตลาดของเศรษฐกิจฐานราก



- ความเข้าใจต่อระบบนี้ของวิสาหกิจชุมชน/วิสาหกิจครัวเรือน/เข้ามาซื้อชุมชนที่จะพัฒนาต่อยอนี้ จะเป็นปัจจัยชี้ขาดในการพัฒนาตนเองเข้าสู่เศรษฐกิจในระบบตลาดระบบที่ผู้บริโภคและโครงสร้างของระบบความสัมพันธ์ระหว่าง Demand — Supply จะเป็นสิ่งบ่งชี้ความสำเร็จรวมทั้งการพึ่งพาความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ ไม่ใช่การสนับสนุนช่วยเหลือจากรัฐหรือคนอื่น เหมือนกับการบ่มเพาะในห้วงเวลาตามขั้นตอนและกระบวนการของการริเริ่ม และการเรียนรู้เรื่องการประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นการประกอบการในรูปแบบใดก็ตาม

- กระบวนการที่สำคัญของการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจการตลาด ผู้ประกอบการนอกจากจะมีเรื่องที่จะต้องมีความสามารถทางการแข่งขันที่จะดำรงอยู่ในระบบนี้ได้แล้วยังจะต้องพิจารณาถึงการกำหนดความเหมาะสมสำหรับการประกอบการ หรือที่เรียกกันในทางวิชาการว่าเป็นเรื่องของ Proposition หรือ Business model ซึ่งประกอบด้วย

(1) การนำเอาผลิตภัณฑ์หรือสินค้า/บริการเข้าสู่ระบบตลาดนั้นจะเป็นไปในรูปแบบใด เช่น แบบผลิตเพื่อส่งขายให้กับตัวแทนจัดหาสินค้าของตลาด แบบประสานโดยตรงกับโรงงาน (ในกรณีเป็นวัตถุดิบ ชั้นกลาง) แบบประสานกับห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า และผู้บริหารตลาดโดยตรงหรือจะเป็นแบบสร้างขึ้นด้วยตัวเองทั้งผลิตภัณฑ์และการตลาด (เช่น กรณีของร้านอาหารผักอินทรีย์ ท่องเที่ยวโฮมสเตย์ หรือยาสมุนไพร ฯลฯ

(2) รูปแบบของการจัดตั้งองค์กร จะเป็นแบบวิสาหกิจชุมชนแบบสหกรณ์ หรือแบบบริษัท

(3) ระบบมาตรฐานทางการตลาด หรือการทำความเข้าใจมิติของความต้องการของผู้บริโภคและเงื่อนไขของการจัดการทางการตลาดรวมทั้งการเงินผ่านเรื่องการจัดการมาตรฐาน (Standardization) และลักษณะขององค์ประกอบของตัวแบบธุรกิจ

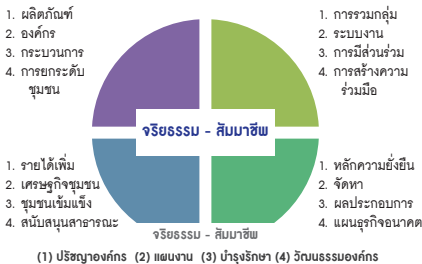
ในข้อสุดท้ายนี้ จึงสรุปได้ว่า การทำให้ผลิตภัณฑ์/สินค้าและบริการของชุมชนมีมาตรฐาน (Standardization) จะเป็นเงื่อนไขสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพเศรษฐกิจของชุมชนหรือเศรษฐกิจฐานราก ที่ผสมผสานเอาความสามารถที่มาจากชุมชนไปสู่การสร้างความสามารถให้กับระบบเศรษฐกิจโดยรวม



# ส่วนที่ 3

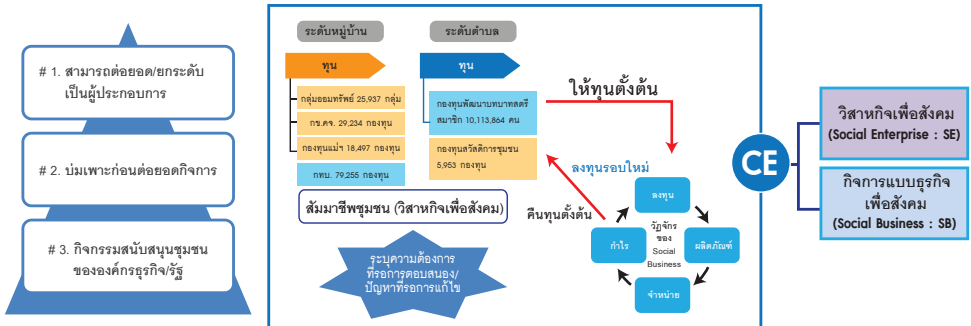
## แนวทางการสร้างสัมมาชีพชุมชน สู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE)

### 1. พัฒนาโมเดลและวิเคราะห์จัดประเภทกลุ่มอาชีพ



กระบวนการสร้างสัมมาชีพชุมชน  
สู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน  
(Community Entrepreneur : CE)

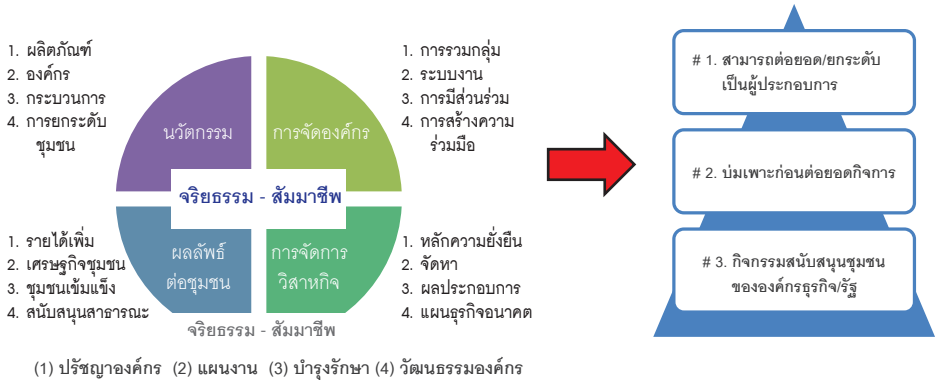
### 2. กระบวนการพัฒนากลุ่มอาชีพสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (CE)



กระบวนการสร้างสัมมาชีพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) เป็นการประยุกต์จากเกณฑ์การให้คะแนนรางวัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดีเด่นของมูลนิธิสัมมาชีพ ผสมกับกระบวนการพัฒนา สู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชนประยุกต์ใช้วงจรการพัฒนาของกิจการเพื่อสังคม (SB) มาเป็นต้นแบบการพัฒนา การประเมินและตัวชี้วัดศักยภาพกลุ่มอาชีพ/กลุ่มวิสาหกิจชุมชน-สัมมาชีพ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์และจัดประเภทกลุ่มอาชีพ และส่วนที่ 2 เป็นกระบวนการพัฒนากลุ่มอาชีพสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน

## กระบวนการส่วนที่ 1 การวิเคราะห์และจัดประเภทกลุ่มอาชีพ

### 1. พัฒนาโมเดลและวิเคราะห์จัดประเภทกลุ่มอาชีพ



### กระบวนการส่วนที่ 1 การวิเคราะห์และจัดประเภทกลุ่มอาชีพประกอบด้วย เกณฑ์

การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ จำนวน 5 ด้าน

ประกอบด้วย

- 1) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านการจัดการองค์กร
- 2) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านการจัดการวิสาหกิจ
- 3) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านจรรยาธรรม — สัมมาชีพ
- 4) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านนวัตกรรม
- 5) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านผลลัพธ์ต่อสังคม

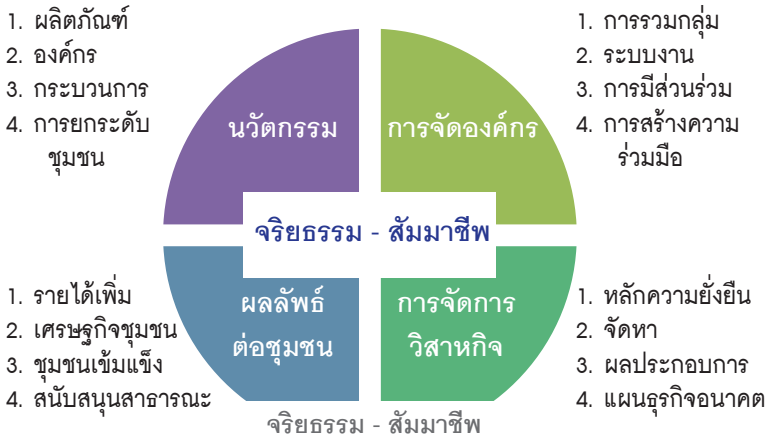
จากผลการประเมินตามเกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ จำนวน 5 ด้าน ผลลัพธ์จากการประเมินที่เกิดขึ้นจะสามารถจัดประเภทของกลุ่มอาชีพตามศักยภาพได้ 3 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 เป็นกลุ่มอาชีพที่สามารถต่อยอดและยกระดับเป็นผู้ประกอบการชุมชนได้และมีความพร้อมในการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อพัฒนาไปสู่กิจการแบบธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) หรือในลักษณะวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) หรือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้

ประเภทที่ 2 เป็นกลุ่มอาชีพที่ต้องได้รับการบ่มเพาะก่อนการต่อยอดกิจการ กล่าวคือ เป็นการพัฒนากลุ่มอาชีพให้เป็นผู้ประกอบการชุมชน (CE) ที่เข้มแข็งต่อไปได้

ประเภทที่ 3 เป็นกลุ่มอาชีพที่ต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กรรัฐและเอกชน กล่าวคือ เป็นกลุ่มอาชีพที่ยังต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุน ทั้งจากภาครัฐและเอกชน ให้มีความพร้อม ก่อนเข้าสู่กระบวนการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการชุมชน

เกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ จำนวน 5 ด้าน



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

เกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ จำนวน 5 ด้าน มีรายละเอียดตามเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

1. การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านการจัดการองค์กร ประกอบด้วย
  - มีโครงสร้าง ระเบียบกลุ่มที่ชัดเจน
  - มีแผนงานกำกับติดตามการดำเนินงานที่ชัดเจน
  - สมาชิกมีส่วนร่วมวางแผนตัดสินใจ

- มีระบบตรวจสอบจากภายนอก
  - แสวงหาความร่วมมือจากองค์กรภายนอก
  - พันธมิตร
2. การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านการจัดการวิสาหกิจ ประกอบด้วย
- เงินทุนทางสังคม
  - วัฒนธรรมเป็นฐานการดำเนินงาน
  - ดำเนินถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม
  - ใช้ทรัพยากรการผลิตและแรงงานจากชุมชน
  - มีผลกำไรมาแล้ว 1 — 3 ปี
  - มีแผนงานในการขยายวิสาหกิจ
3. การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านจริยธรรม — สัมมาชีพ ประกอบด้วย
- กำหนดหลักคุณธรรมในปรัชญา
  - วิสัยทัศน์ขององค์กร
  - ดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้
  - มีการประกาศให้รางวัล/ลงโทษเรื่องคุณธรรม จริยธรรม
  - องค์กรได้รับรางวัล/คำชื่นชม ปรากฏแก่สาธารณะ
  - ไม่มีข้อร้องเรียน/พิพาทที่เชื่อมโยงเรื่องคุณธรรมองค์กร
4. การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านนวัตกรรม ประกอบด้วย
- สร้างสรรค์สินค้าใหม่
  - สร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มใหม่ให้เกิดขึ้น
  - จัดกิจกรรมใหม่ที่ตอบสนองต่อสมาชิกและชุมชน
  - นำเทคโนโลยีและความรู้ใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน
  - มีการศึกษาวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่

5. การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพด้านผลิตภัณฑ์แก๊สสังคม ประกอบด้วย

- สร้างรายได้เพิ่มแก่สมาชิก
- ได้รับสนับสนุนให้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- เป็นตัวอย่างแก่องค์กรอื่น ๆ ในท้องถิ่นได้
- มีหน่วยงานภายนอกเข้ามาสนับสนุน
- องค์กรจัดแบ่งผลกำไรเพื่อสาธารณประโยชน์

ตารางเกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ  
จำนวน 5 ด้าน

เป้าหมาย	เกณฑ์การพิจารณา	ตัวชี้วัด
<b>1. ด้านการจัดการวิสาหกิจ</b>		
ความสามารถในการจัดการวิสาหกิจ	ยึดถือหลักความยั่งยืนในการประกอบการ	1. กิจการใช้ทุนทางสังคม/วัฒนธรรมเป็นฐานในการดำเนินงาน 2. การดำเนินงานคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
	การจัดการ จัดจ้าง	3. การทำงานใช้วัดดูดีบในชุมชน และการจัดจ้างคนในชุมชน
	ผลประกอบการ	4. กิจการมีผลกำไรมาแล้ว 1-3 ปี
	น่าพึงพอใจ	
	แผนธุรกิจในอนาคต	5. มีแผนงานในการยกระดับ/ขยายวิสาหกิจ
<b>2. ด้านการจัดการองค์กร</b>		
ความสามารถในการจัดการองค์กร	มีการรวมกลุ่ม	1. องค์กรมีโครงสร้างและฝ่ายงานรับผิดชอบมีระเบียบกลุ่มที่ชัดเจน
	มุ่งบริหารงานด้วยระบบ	2. องค์กรมีแผนงาน มีระบบกำกับ ติดตามการดำเนินงานที่ชัดเจน (ภายในกลุ่ม)
	การมีส่วนร่วม	3. สมาชิกมีส่วนร่วมวางแผนและตัดสินใจ
	การสร้างความร่วมมือ	4. องค์กรมีระบบตรวจสอบจากภายนอก (อาทิ การตรวจ-สอบ บัญชีสหกรณ์จากหน่วยงานภายนอก)
		5. การมีส่วนร่วมจากองค์กรภายนอก/พันธมิตร (การสนับสนุนด้านความรู้ ทุน ฯลฯ)

เป้าหมาย	เกณฑ์การพิจารณา	ตัวชี้วัด
<b>3. ด้านนวัตกรรม</b>		
ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม	การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่	1. มีการสร้างสรรค์สินค้าใหม่ กิจกรรมใหม่ทางเศรษฐกิจเกิดขึ้น (ตัวสินค้า) 2. มีการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มใหม่ ให้เกิดขึ้น
	การบริหารจัดการแนวใหม่	3. มีการจัดการใหม่/กิจกรรมใหม่ที่ตอบสนองต่อสมาชิกและชุมชน (เชิงโครงสร้างองค์กร/กระบวนการ) 4. มีการนำเทคโนโลยี/ความรู้ใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน
	มีการยกระดับความรู้	5. มีการศึกษาวิจัยและอบรมพัฒนาความรู้ในการทำงาน
<b>4. ด้านผลลัพธ์</b>		
ผลลัพธ์จากการทำธุรกิจ / วิสาหกิจแก่สมาชิก /ชุมชน/สังคม	มีการสร้างเสริมเศรษฐกิจของชุมชน	1. การดำเนินงานสร้างรายได้เพิ่ม แก่สมาชิก 2. กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่อเนื่องได้รับการอุดหนุนให้พัฒนา
	มีส่วนสร้างความเข้มแข็งของชุมชน	3. การทำงานขององค์กรเป็นตัวอย่างแก่องค์กรอื่น ๆ ในท้องถิ่นได้ 4. มีหน่วยงานภายนอกชุมชนเข้ามาสนใจให้การสนับสนุน
	สร้างสาธารณประโยชน์	5. องค์กรจัดแบ่งผลกำไรเพื่อสาธารณประโยชน์
<b>5. ด้านจริยธรรม – สัมมาชีพ</b>		
ความยึดมั่นในหลักคุณธรรม	ระบุในระดับปรัชญา	1. กำหนดใบปรัชญา/วิสัยทัศน์/ระเบียบองค์กร
	มีการปฏิบัติตามแผน	2. มีการดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้
	การบำรุงรักษา	3. มีประกาศ มีการให้รางวัล การลงโทษเรื่องจริยธรรม
	วัฒนธรรมองค์กรได้รับ	4. องค์กรได้รับรางวัล / คำชื่นชม ปรากฏแก่สาธารณชน
	ความเชื่อถือ	5. ไม่มีข้อร้องเรียน/กรณีพิพาทที่เชื่อมโยงเรื่องคุณธรรมองค์กร

## แบบฟอร์มการประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ ของกลุ่มอาชีพเป้าหมาย

ชื่อกลุ่ม.....หมู่ที่.....ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

### เป้าหมายที่ 1 ความสามารถในการจัดการวิสาหกิจ

เกณฑ์การประเมิน	ตัวชี้วัด	คะแนน				รวม
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สามารถให้คะแนน	
		3	2	1	0	
ยึดถือหลักความยั่งยืนในการประกอบการ	1. กิจการใช้ทุนทางสังคม/วัฒนธรรมเป็นฐานในการดำเนินงาน					
	2. การดำเนินงานคำนึงถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม					
การจัดหาจัดจ้าง	3. การทำงานใช้วัดดูดีบในชุมชน และการจัดจ้างคนในชุมชน					
ผลประกอบการน่าพึงพอใจ	4. กิจการมีผลกำไรมาแล้ว 1-3 ปี					
แผนธุรกิจในอนาคต	5. มีแผนงานในการยกระดับ/ขยายวิสาหกิจ					
คะแนนรวม						

### ความคิดเห็นเพิ่มเติม

1. กิจการใช้ทุนทางสังคม/วัฒนธรรมเป็นฐานในการดำเนินงาน

2. การดำเนินงานคำนึงถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม

3. การทำงานใช้วัดดูดีบในชุมชน และการจัดจ้างคนในชุมชน

4. กิจการมีผลกำไรมาแล้ว 1-3 ปี

5. มีแผนงานในการยกระดับ / ขยายวิสาหกิจ

เป้าหมายที่ 2 ความสามารถในการจัดการองค์กร

เกณฑ์การประเมิน	ตัวชี้วัด	คะแนน				รวม
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สามารถให้คะแนน	
		3	2	1	0	
มีการรวมกลุ่ม	1. องค์กรมีโครงสร้างและฝ่ายงานรับผิดชอบมีระเบียบกลุ่มที่ชัดเจน					
	2. องค์กรมีแผนงาน มีระบบกำกับติดตามการดำเนินงานที่ชัดเจน (ภายในกลุ่ม)					
มุ่งบริหารงานด้วยระบบ	3. สมาชิกมีส่วนร่วมวางแผนและตัดสินใจ					
การมีส่วนร่วม	4. องค์กรมีระบบตรวจสอบจากภายนอก (อาทิ การตรวจสอบบัญชี สหกรณ์จากหน่วยงานภายนอก)					
การสร้างความร่วมมือ	5. การมีส่วนร่วมจากองค์กรภายนอก พันธมิตร (การสนับสนุนด้านความรู้ ทู่น ฯลฯ)					
คะแนนรวม						

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

1. องค์กรมีโครงสร้างและฝ่ายงานรับผิดชอบมีระเบียบกลุ่มที่ชัดเจน

.....

2. องค์กรมีแผนงาน มีระบบกำกับ ติดตามการดำเนินงานที่ชัดเจน (ภายในกลุ่ม)

.....

3. สมาชิกมีส่วนร่วมวางแผนและตัดสินใจ

.....

4. องค์กรมีระบบตรวจสอบจากภายนอก

.....

5. การมีส่วนร่วมจากองค์กรภายนอก / พันธมิตร

.....

### เป้าหมายที่ 3 ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม

เกณฑ์การประเมิน	ตัวชี้วัด	คะแนน				รวม
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สามารถให้คะแนน	
		3	2	1	0	
มีการรวมกลุ่ม	1. องค์กรมีโครงสร้างและฝ่ายงานรับผิดชอบมีระเบียบกลุ่มที่ชัดเจน					
	2. องค์กรมีแผนงาน มีระบบกำกับติดตามการดำเนินงานที่ชัดเจน (ภายในกลุ่ม)					
มุ่งบริหารงานด้วยระบบ	3. สมาชิกมีส่วนร่วมวางแผนและตัดสินใจ					
การมีส่วนร่วม	4. องค์กรมีระบบตรวจสอบจากภายนอก (อาทิ การตรวจสอบบัญชี สหกรณ์จากหน่วยงานภายนอก)					
การสร้างความร่วมมือ	5. การมีส่วนร่วมจากองค์กรภายนอก พันธมิตร (การสนับสนุนด้านความรู้ ทุน ฯลฯ)					
คะแนนรวม						

#### ความคิดเห็นเพิ่มเติม

1. มีการสร้างสรรค์สินค้าใหม่ กิจกรรมใหม่ทางเศรษฐกิจเกิดขึ้น

.....

2. มีการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มใหม่ให้เกิดขึ้น

.....

3. มีการจัดการใหม่/กิจกรรมใหม่ที่ตอบสนองต่อสมาชิกและชุมชน

.....

4. มีการนำเทคโนโลยี/ความรู้ใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน

.....

5. มีการศึกษาวิจัยและอบรมพัฒนาความรู้ในการทำงาน

.....

เป้าหมายที่ 4 ผลลัพธ์จากการทำธุรกิจ /วิสาหกิจแก่สมาชิก /ชุมชน /สังคม

เกณฑ์การประเมิน	ตัวชี้วัด	คะแนน				รวม
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สามารถให้คะแนน	
		3	2	1	0	
มีการสร้างเสริมเศรษฐกิจของชุมชน	1. การดำเนินงานสร้างรายได้เพิ่มแก่สมาชิก					
	2. กิจการทางเศรษฐกิจต่อเนื่องได้รับการอุดหนุนให้พัฒนา					
มีส่วนสร้างความเข้มแข็งของชุมชน	3. การทำงานขององค์กรเป็นตัวอย่างแก่องค์กรอื่น ๆ ในท้องถิ่นได้					
	4. มีหน่วยงานภายนอกชุมชนเข้ามาสนใจให้การสนับสนุน					
สร้างสาธารณประโยชน์	5. องค์กรจัดแบ่งผลกำไรเพื่อสาธารณประโยชน์					
คะแนนรวม						

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

1. การดำเนินงานสร้างรายได้เพิ่มแก่สมาชิก

.....

2. กิจการทางเศรษฐกิจต่อเนื่องได้รับการอุดหนุนให้พัฒนา

.....

3. การทำงานขององค์กรเป็นตัวอย่างแก่องค์กรอื่น ๆ ในท้องถิ่นได้

.....

4. มีหน่วยงานภายนอกชุมชนเข้ามาสนใจให้การสนับสนุน

.....

5. องค์กรจัดแบ่งผลกำไรเพื่อสาธารณประโยชน์

.....

## เป้าหมายที่ 5 ความยึดมั่นในหลักคุณธรรม

เกณฑ์การประเมิน	ตัวชี้วัด	คะแนน				รวม
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สามารถให้คะแนน	
		3	2	1	0	
ระบุในระดับปรัชญา	1. กำหนดในปรัชญา/วิสัยทัศน์/ระเบียบองค์กร					
มีการปฏิบัติตามแผน	2. มีการดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้					
การบำรุงรักษา	3. มีประกาศ มีการให้รางวัล การลงโทษเรื่องจริยธรรม					
วัฒนธรรมองค์กรได้รับความเชื่อถือ	4. องค์กรได้รับรางวัล / คำชื่นชม ปรากฏแก่สาธารณชน					
	5. ไม่มีข้อร้องเรียน/กรณีพิพาทที่เชื่อมโยงเรื่องคุณธรรมองค์กร					
คะแนนรวม						

### ความคิดเห็นเพิ่มเติม

1. กำหนดในปรัชญา/วิสัยทัศน์/ระเบียบองค์กร

.....

2. มีการดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้

.....

3. มีประกาศ มีการให้รางวัล การลงโทษเรื่องจริยธรรม

.....

4. องค์กรได้รับรางวัล / คำชื่นชม ปรากฏแก่สาธารณชน

.....

5. ไม่มีข้อร้องเรียน/กรณีพิพาทที่เชื่อมโยงเรื่องคุณธรรมองค์กร

.....

# เกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ

## 01 ความสามารถ

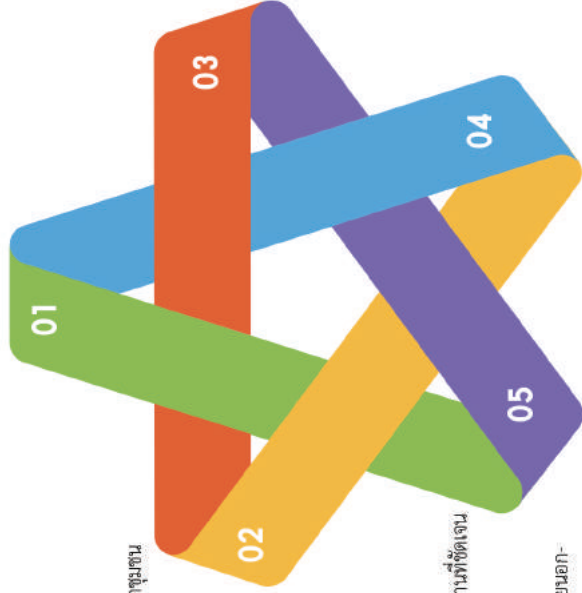
### ในการจัดการวิสาหกิจ

1. ใช้ทุนทางสังคม-วัฒนธรรมเป็นฐานการดำเนินงาน
2. ดำเนินถึงผลกระทบสิ่งแวดล้อม
3. ใช้ทรัพยากรการผลิตและแรงงานจากชุมชน
4. มีผลกำไรมาแล้ว 1 – 3 ปี
5. มีแผนงานในการขยายวิสาหกิจ

## 03 ความสามารถ

### ในการสร้างนวัตกรรม

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



## 02 ความสามารถ

### ในการจัดการองค์กร

1. มีโครงสร้างระเบียบกลุ่มที่ชัดเจน
2. มีแผนงานกำกับติดตามการดำเนินงานที่ชัดเจน
3. สมาชิกมีส่วนร่วมวางแผนตัดสินใจ
4. มีระบบตรวจสอบผลจากภายนอก
5. แสวงหาความร่วมมือจากองค์กรภายนอก-พันธมิตร

## 04 การสร้างผลประโยชน์แก่สังคม

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

## 05 ความยั่งยืนในหลักคุณธรรม

1. กำหนดหลักคุณธรรมในปรัชญา-วิสัยทัศน์ขององค์กร
2. ดำเนินการตามแผนงานที่กำกับตนไว้
3. มีประกาศการให้รางวัล/ลงโทษเรื่องคุณธรรม จริยธรรม
4. องค์กรได้รับรางวัล/คำชื่นชม ปรากฏในสาธารณะ
5. ไม่มีข้อร้องเรียน/พิพาทที่เชื่อมโยงเรื่องคุณธรรมองค์กร

## การเตรียมการประเมิน

1. ผู้ประเมิน ต้องทำความเข้าใจในเกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ ในการประกอบธุรกิจ จำนวน 5 ด้าน ในแบบประเมิน ศึกษาความหมายของตัวชี้วัดให้ ชัดเจน และเตรียมคำถามที่สามารถสร้างความเข้าใจหรือสื่อสารกับผู้ให้ข้อมูลได้ตรง และ เหมาะสมสำหรับกลุ่มคนในแต่ละพื้นที่

2. กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูล ควรเป็นคณะกรรมการกลุ่มอาชีพ สมาชิกกลุ่มอาชีพ นั้น ๆ ผู้นำชุมชนที่สนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่ม และหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้อง **ขั้นตอนการประเมิน**

1. ผู้ประเมินต้องแนะนำตัว ทำความรู้จักกับกลุ่มเป้าหมาย สร้างบรรยากาศของ ความเป็นกันเอง

2. ดำเนินการพูดคุย ชักถามประเด็นต่าง ๆ เพื่อให้ทราบข้อมูลตามเกณฑ์การ ประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ จำนวน 5 ด้าน พิจารณาที่ตัวชี้วัด เป็นหลักว่าได้มีรูปธรรมดังกล่าวปรากฏขึ้นหรือไม่ กล่าวคือ หากในการสำรวจข้อมูล การดำเนินการตามเป้าประสงค์ ดังเกณฑ์การพิจารณาได้ปรากฏรูปธรรมตามตัวชี้วัด ที่ตั้งไว้จะสามารถตอบเกณฑ์การประเมินและเป้าประสงค์ได้ว่ามีการดำเนินงานที่สมบูรณ์ ครบถ้วน

3. เก็บข้อมูลเอกสารเพิ่มเติม จากเอกสารรายงานประจำปี เว็บไซต์ของกลุ่มและ ข้อมูลขององค์กรในท้องถิ่น ฯลฯ เพื่อประกอบการพิจารณาการให้คะแนน

4. เก็บข้อมูลด้วยการสังเกตการณ์ จากบริเวณโดยรอบการดำเนินการประชุม ฯลฯ

5. ผู้ประเมินอาจให้คำแนะนำ ข้อเสนอเพื่อการพัฒนาอื่น ๆ เพิ่มเติมระหว่างพูดคุย เพื่อเป็นการช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมาย

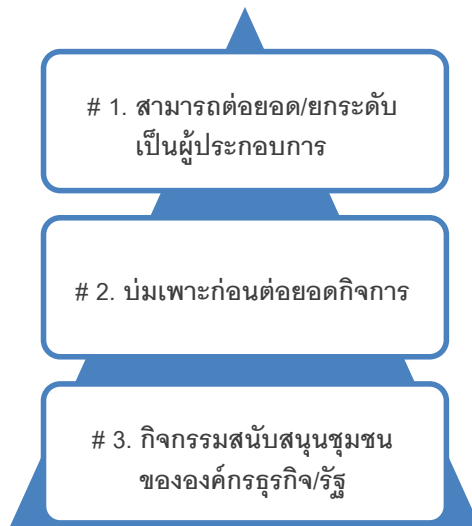
## วิธีการให้คะแนน

1. แบบประเมินประกอบด้วย เป้าหมาย 5 ด้าน แต่ละด้าน ประกอบด้วย ตัวชี้วัดย่อย 5 ข้อ รวมทั้งหมด 25 ตัวชี้วัด แต่ละตัวชี้วัด มีคะแนนเต็ม 3 คะแนน แบบประเมินมีคะแนนเต็มรวมทั้งสิ้น 75 คะแนน

2. นำข้อมูล เหตุผล เอกสาร หลักฐานที่ได้จากการสัมภาษณ์พูดคุยมาใช้ประกอบการพิจารณาให้คะแนน แต่ละตัวชี้วัด มีคะแนนเต็ม 3 คะแนน (ค่าคะแนน 3 หมายถึง ระดับมาก , ค่าคะแนน 2 หมายถึง ระดับปานกลาง , ค่าคะแนน 1 ระดับน้อย ,ค่าคะแนน 0 หมายถึง ไม่สามารถให้คะแนนได้ อาจเนื่องจากกลุ่มไม่มีหรือไม่ได้ปฏิบัติ)

3. คณะผู้ประเมินประมวลสรุปข้อมูลที่ได้รับ แล้วนำแบบประเมินมาให้คะแนนร่วมกัน และนำคะแนนไปจัดประเภทกลุ่มอาชีพ ตามศักยภาพในขั้นตอนนี้

### การจัดประเภทของกลุ่มอาชีพ ตามศักยภาพ



ภายหลังการนำเครื่องมือเกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ จำนวน 5 ด้าน วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายแล้ว ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น คือ การจัดประเภทของกลุ่มอาชีพตามศักยภาพ จำนวน 3 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 เป็นกลุ่มอาชีพที่สามารถต่อยอดและยกระดับเป็นผู้ประกอบการชุมชนได้และมีความพร้อมในการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อพัฒนาไปสู่กิจการแบบธุรกิจเพื่อสังคม(Social Business : SB) หรือในลักษณะวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) หรือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้

ประเภทที่ 2 เป็นกลุ่มอาชีพที่ต้องได้รับการบ่มเพาะก่อนการต่อยอดกิจการ กล่าวคือ เป็นการพัฒนากลุ่มอาชีพให้เป็นผู้ประกอบการชุมชน (CE) ที่เข้มแข็งต่อไปได้

ประเภทที่ 3 เป็นกลุ่มอาชีพที่ต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กรรัฐและเอกชน กล่าวคือ เป็นกลุ่มอาชีพที่ยังต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุน ทั้งจากภาครัฐและเอกชนให้มีความพร้อม ก่อนเข้าสู่กระบวนการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการชุมชน



ระดับคะแนน 51 — 75 คะแนน จัดอยู่ในกลุ่มประเภทที่ 1 เป็นกลุ่มอาชีพที่สามารถต่อยอดและยกระดับเป็นผู้ประกอบการชุมชนได้และมีความพร้อมในการประกอบกิจการทางเศรษฐกิจเพื่อพัฒนาไปสู่กิจการแบบธุรกิจเพื่อสังคม(Social Business : SB) หรือในลักษณะวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) หรือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้

ระดับคะแนน 31 — 50 คะแนน จัดอยู่ในกลุ่มประเภทที่ 2 เป็นกลุ่มอาชีพที่ต้องได้รับการบ่มเพาะก่อนการต่อยอดกิจการ กล่าวคือ เป็นการพัฒนากลุ่มอาชีพให้เป็นผู้ประกอบการชุมชน (CE) ที่เข้มแข็งต่อไปได้

ระดับคะแนน 0 — 30 คะแนน จัดอยู่ในกลุ่มประเภทที่ 3 เป็นกลุ่มอาชีพที่ต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กรรัฐและเอกชน กล่าวคือ เป็นกลุ่มอาชีพที่ยังต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุน ทั้งจากภาครัฐและเอกชนให้มีความพร้อม ก่อนเข้าสู่กระบวนการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการชุมชน

## กระบวนการส่วนที่ 2 กระบวนการพัฒนากลุ่มอาชีพสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน (CE)



ภายหลังการวิเคราะห์ตามเกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ จำนวน 5 ด้าน และจัดประเภทกลุ่ม (3 ประเภท) แล้วนั้น วงจรการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชนจะขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนากลุ่มอาชีพเป็นผู้ประกอบการชุมชน การขับเคลื่อนตามวงจรดังกล่าว เริ่มต้นจากการลงทุน ซึ่งเป็นการนำกองทุนต่าง ๆ ในชุมชน มาเป็นทุนตั้งต้นให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการชุมชน จากนั้นจึงเป็นขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมาตรฐาน/คุณภาพ แล้วนำเข้าสู่ขั้นตอนการจัดจำหน่ายในระบบตลาด จากนั้นผลกำไรที่ได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จะนำคืนทุนตั้งต้นและนำไปลงทุนรอบใหม่ รวมถึงกลุ่มอาชีพต้องมีการพัฒนาปรับปรุงกลุ่มเกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ จำนวน 5 ด้าน เพื่อให้มีองค์ประกอบที่ครบถ้วนในการเป็นผู้ประกอบการชุมชนที่สมบูรณ์

เมื่อกลุ่มอาชีพได้รับการพัฒนากลุ่มอาชีพเป็นผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) แล้ว ในอนาคตก็จะสามารถพัฒนาจากการเป็นผู้ประกอบการชุมชน ให้มีการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อพัฒนาไปสู่กิจการแบบธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business : SB) หรือ วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) ต่อไป

# ส่วนที่ 4

## การดำเนินการขับเคลื่อนการพัฒนา กลุ่มสมาชิกผู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชน

การสร้างกลุ่มสมาชิกผู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชน  
(Community Entrepreneur : CE) มีแนวทางดำเนินการ ดังนี้



### 1. พัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพผู้ประกอบการชุมชน

1.1 จัดประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่ม 5 ด้าน มีแนวทางการจัดประชุม ดังนี้

1) รูปแบบการฝึกอบรม การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่ม ระยะเวลาการฝึกอบรม 3 วัน ดำเนินการโดยวิทยากรเป็นผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ชำนาญการในด้านที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาการฝึกอบรมจากภาคเอกชน

#### 2) เนื้อหาการฝึกอบรม

- 2.1) แนวคิดและกรณีศึกษาการสร้างผู้ประกอบการชุมชน CE
- 2.2) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพ ด้านนวัตกรรม
- 2.3) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพ ด้านจริยธรรม — สัมมาชีพ
- 2.4) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพ ด้านการจัดการองค์กร
- 2.5) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพ ด้านการจัดการวิสาหกิจ
- 2.6) การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพ ด้านผลลัพธ์แก่สังคม

2.7) กิจกรรมแบ่งกลุ่มวางแผนและสำรวจความต้องการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มอาชีพ

2.8) การสร้าง commitment กับกลุ่มและจัดทำ Milestone การวัดผลของกลุ่มแนวทางและผลการดำเนินงานพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพสำหรับผู้ประกอบการชุมชน ด้วยการประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่ม 5 ด้าน

การพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพสำหรับผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) ตามผลการวิเคราะห์ด้วยเกณฑ์การประเมินศักยภาพและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ โดยจัดกิจกรรมจัดประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่ม 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการจัดกรวิสาหกิจ 2) ด้านการจัดกรองค์กร 3) ด้านนวัตกรรม 4) ด้านผลลัพธ์แก่ชุมชน – สังคม 5) ด้านจริยธรรม – สัมมาชีพ สรุปดังนี้

1. Workshop โดยใช้ Business Model จัดประเภทกลุ่มอาชีพเป็น 3 ประเภท ดังนี้



## ประเภทที่ 1 การพัฒนาการตลาด (Market Development)

1. กลุ่มกรีนมาร์เก็ตชัยสมบูรณ์ ตำบลชัยสมบูรณ์ อำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์
2. กลุ่มอาชีพสตรีแปรรูปอาหารบางเลน ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี
3. กลุ่มสบู่ตาลโตนด (โหนด นา เล) ตำบลท่าหิน อำเภอสงতিพระ จังหวัดสงขลา
4. กลุ่มโรงสีข้าวชุมชนบ้านหนองไอน ตำบลควนรู อำเภอรตนภูมิ จังหวัดสงขลา

## ประเภทที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)

1. กลุ่มข้าวบ้านบางคันชั่ง ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี
2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ตำบลเขาถ่าน อำเภอท่าฉาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชมรมผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ ตำบลบ้านหัน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ
4. กลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตร (กล้วยมุก-หอม) ตำบลเหมืองใหม่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
5. กลุ่มผลิตและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (ข้าวหอมมะลิปลอดภัย) ตำบลคูเมือง อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร
6. กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ
7. กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านสุดใจ (พื้นบ้าน) ตำบลแพรกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

## ประเภทที่ 3 การศึกษาหาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Initiate Project)

- กลุ่มศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิงเกษตร) ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

## กลุ่ม 1 กลุ่มที่มีความพร้อมที่จะพัฒนา

### 1) กลุ่มกรีนมาร์เก็ตซ์สมบูรณ์ ตำบลชัยสมบูรณ์ อำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์

กลุ่มกรีนมาร์เก็ตซ์สมบูรณ์-วิสาหกิจชุมชน			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุประสงค์	การผลิต	การตลาด
กล้วยแปรรูป (กล้วยน้ำว้า/ กล้วยหอมทอง)	วัตถุประสงค์ของชุมชน สามารถจัดซื้อได้ ในชุมชน  สมาชิกกลุ่มเริ่ม 32 คน	ผลิตภัณฑ์ได้รับการ รับรอง อย. และมีแผนที่จะ พัฒนามาตรฐานฮาลาล GMP HACCP และมาตรฐานอื่นที่ตลาด ผู้บริโภคกำหนด	จำหน่ายในชุมชน / นอกชุมชน และเข้าสู่ระบบ การผลิตเพื่อสนับสนุน ตลาดแบบ Modern trade

Business model — marketization/market development

นำเอาผลิตภัณฑ์ชุมชนไปเข้าสู่/เป็นส่วนหนึ่งของระบบตลาด ซึ่งจะต้องพัฒนา  
มาตรฐาน สินค้าและวิถีปฏิบัติในการค้าพาณิชย์ (ปรับวิธีการผลิตเป็นวิธีการค้าของเกษตรกร  
ในชนเดียวกันในด้าน modern trade ก็ต้องส่งเสริมการยกระดับความสามารถของชุมชน  
(เพื่อความยั่งยืน)

### 2) กลุ่มอาชีพสตรีแปรรูปอาหารบางเลน ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่จังหวัด นนทบุรี

กลุ่มแม่บ้าน - รวมตัวหลวม ๆ แบบวิสาหกิจครัวเรือน			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุประสงค์	การผลิต	การตลาด
ขนมอบ	ใช้วัตถุประสงค์ในชุมชน	เป็นกิจการในครัวเรือนของ สมาชิกที่มีสูตร/ องค์ความรู้ ของตัวเอง มีแผนที่จะพัฒนา งานในด้านนี้ให้มีมาตรฐาน	- ร้านค้าชุมชน - นอกชุมชน - อาหารว่าง / คู่กับงาน อาหารกล่อง - มีร้านค้าประจำในเมือง

Business model — marketization / market development

แนวทางที่จะพัฒนาของงานในกลุ่มนี้ โดยหลักการจะขึ้นอยู่กับ “ช่องทางการตลาด”  
ที่ดำเนินการได้ ทั้ง 3 แบบ คือ ผลิตเพื่อจำหน่ายในชุมชน (ในกรณีที่ชุมชนมีลูกค้าที่  
มากพอ) เป็นอาหารว่าง (กรณีนี้ควรพัฒนาไปกับโรงแรม ภัตตาคาร ห้องประชุม — เป็นตลาด  
ลูกค้าสัมมนา การขายร้านค้าประจำ (เป็นส่วนหนึ่งของการผลิตแบบขายส่ง)งานการตลาด

ลูกค้าสัมมนา การขายร้านค้าประจำ (เป็นส่วนหนึ่งของการผลิตแบบขายส่ง)งานการตลาด ทั้ง 3 แบบ จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยตัวเอง หากมีการวิจัยตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค จะพบกับ new products ได้ (ความจำเป็นในการรวมกลุ่ม น่าจะเป็นแบบชมรมหรือกลุ่มพันธมิตร ที่มุ่งจัดการทางการตลาดมากกว่า)

### 3) กลุ่มสบู่ตาลโดนด (โหนด นา เล) ตำบลท่าหิน อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

กลุ่มตาลโดนด (โหนด นา เล)			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วิถีชีวิต โหนดนา เล	ตาลโดนด น้ำตาลโดนดผง วัฒนธรรมชาติและวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น ที่เชื่อมโยงกัน เป็น "โหนดนา เล"	สร้างเป็นศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิธีการผลิต เลี้ยงชีพ และการดำรงอยู่ในชีวิตประจำวันของชุมชน (ชวานาสมาชิกกลุ่ม)  พัฒนาผลิตภัณฑ์ กิจกรรมและกิจการโฮมสเตย์	โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับและแบบ 2 วันหนึ่งคืน เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวแบบเดิม (วัดพะโต๊ะตลาดน้ำคลองแดน ฯลฯ)

#### Business model — marketization/market development

นำเอาผลิตภัณฑ์ชุมชนไปเข้าสู่เป็นส่วนหนึ่งของระบบตลาดซึ่งจะต้องพัฒนามาตรฐานสินค้าและวิถีปฏิบัติในการค้าพาณิชย์ (ปรับวิธีการผลิตเป็นวิธีการค้าของเกษตรกร ในขณะเดียวกัน ในด้าน modern trade ก็ต้องส่งเสริมการยกระดับความสามารถของชุมชน (เพื่อความยั่งยืน)

### 4) กลุ่มโรงสีข้าวชุมชนบ้านหนองโสน ตำบลควนรู อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา

กลุ่มวิสาหกิจโรงสีข้าวชุมชนบ้านหนองโสน			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (อาหาร อาหารเสริมจากข้าว)	มีผลผลิตในชุมชนที่เพียงพอ	มีความสามารถจัดการเบื้องต้นที่เพียงพอ เช่น มาตรฐาน ออย, GAP GMP ชาติ <u>ลาล Best Songkhla</u> และ 5 ดาว	เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา เพราะเป็นช่องทางใหม่ ไม่มีต้นทุนความรู้ และประสบการณ์มาก่อน

### Business model — marketization / market development

นำเอาผลิตภัณฑ์ชุมชนไปเข้าสู่ระบบตลาด ซึ่งจะต้องพัฒนามาตรฐานสินค้าและวิถีปฏิบัติในการค้าพาณิชย์ ร่วมกับองค์กรด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด (สถาบันการศึกษาวิจัย มาตรฐานสินค้า ฯลฯ) เป็นตัวอย่างของการบริหารจัดการที่นำเอาผลิตภัณฑ์มาวางแผนจัดการเป็นเรื่อง ๆ (ค่อยไปรวมกันเป็นแผนของทุกเรื่องอีกทีหนึ่ง)

### กลุ่ม 2 กลุ่มที่ควรศึกษาหาผลิตภัณฑ์ใหม่ (ที่มีคุณค่าเพิ่ม)

1) กลุ่มชาวบ้านบางคั้งซึ่ง ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

กลุ่มชาวบ้านบางคั้งซึ่ง			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
ข้าวหอมมะลิ / ข้าวหอมปทุม - ปัญหาที่เป็นอยู่ รายได้สุทธิมีน้อย (margin ต่ำ)	ใช้วัตถุดิบข้าวหอมมะลิจากนอกชุมชนมาผสมกับข้าวหอมปทุมของชุมชน  สมาชิกกลุ่ม 150 คน ในจำนวนนี้มีผู้ปลูกข้าวหอมปทุมปลอดภัย 5 ราย	สีและบรรจุกระสอบขนาด 49 กก. / 5 กก. / 1 กก.  15 ตันต่อเดือน	ในตำบล โอมโปร - ข้าวพนักงาน เครื่องขยายภาคกลางตะวันตก

### Business Solution — marketization / product development

ประเด็นสำคัญอยู่ที่ลักษณะของธุรกิจที่มีมูลค่าเพิ่มของการแปรรูปที่ต่ำ (บรรจุที่บ่อและกระจายสินค้า ซึ่งไม่มีส่วนใดที่จะสร้างเป็นคุณค่าขึ้นใหม่ที่ตลาดเดิมทำไม่ได้ การผสมข้าว 2 ประเภท ก็ไม่ใช่ ควรนำเอาประสบการณ์นี้สร้างผลิตภัณฑ์และตลาดใหม่)

2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ตำบลเขาถ่าน อำเภอท่าฉาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

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

Business Solution — marketization / product development

ประเด็นสำคัญอยู่ที่ ไม่มีพื้นที่ทางการตลาดแท้จริง / จะพึ่งออนไลน์ จะต้องมีงานวิจัยรองรับที่เหมาะสม ช่องทางที่ควรพัฒนา คือ นำไปอิงกับบริการโรงแรม นวดสปา และหมวดเครื่องสำอาง ฯลฯ

3) กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชมรมผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ ตำบลบ้านหัน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ

ชมรมผู้นำ อช. อำเภอเกษตรสมบูรณ์			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุดิบ	การผลิต	การตลาด
ปลาร้าบองสุก/ดิบ ข้าวแต๋นน้ำแดงโม	วัตถุดิบของชุมชน สามารถจัดหาซื้อได้ในชุมชน	มีการลงทุนเพื่อระดมทุน การผลิตสินค้ามีกรรมการรับผิดชอบดำเนินงาน มีกำไรเบื้องต้น 9,000 บาท ต่อเดือน	จำหน่ายในชุมชน/ นอกชุมชนแบบตลาดจรรวมทั้งออนไลน์

4) กลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตร (กล้วยมุก-หอม) ตำบลเหมืองใหม่ อำเภอ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

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

5) กลุ่มผลิตและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (ข้าวหอมมะลิปลอดภัย) ตำบล คูเมือง อำเภอมหาสารคาม จังหวัดยโสธร

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

6) กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ

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

7) กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านสุตใจ (พื้นบ้าน) ตำบลแพรภษา อำเภอเมือง  
จังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มพัฒนาอาชีพเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจ -พื้นบ้านลิน			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุประสงค์	การผลิต	การตลาด
กบ	จัดหางานเสริมสำหรับ แม่บ้านในชุมชนที่รวมตัวกัน มีสมาชิกกลุ่มริเริ่ม 15 คน	ทั้งระบบฟาร์มครัวเรือน และระบบบ่อรวม	ขายส่งแม่ค้าในตลาด

กลุ่ม 3 กลุ่มที่ควรศึกษาหาผลิตภัณฑ์ใหม่ (ที่มีคุณค่าเพิ่ม)

กลุ่มศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิงเกษตร) ตำบลหน้าไม้ อำเภอ  
ลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

(ไอดี)			
สินค้าที่จะออกสู่ตลาด	วัตถุประสงค์	การผลิต	การตลาด
มะนาวผงคู่ครัว (เกษตรปลอดภัย)	วัตถุประสงค์ของชุมชน สามารถ จัดหาซื้อ ได้ในชุมชน เพียงพอที่ผ่านมาการ รวมกลุ่มยังไม่แน่นอนพอ	ประสานความร่วมมือกับ วว. และ/หรือ หน่วยงานที่ ส่งเสริมการวิจัยเพื่อค้นหา ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม	ศึกษาช่องทางการตลาดเข้า สู่ระบบการผลิตเพื่อ สนับสนุนตลาด

Business model — business development — initiate project

เป็นระยะที่ผู้ริเริ่มก่อนการจะต้องทำงาน 3 ด้านควบคู่กัน คือ

- (1) ศึกษาความเป็นไปได้ในการแปรรูปผลผลิตทางเกษตรเป็นผลิตภัณฑ์
- (2) ระดมความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่มวัตถุประสงค์ (ในปริมาณที่เพียงพอต่อการริเริ่ม)
- (3) การสร้างพันธมิตรทางการตลาด อิงความเป็นพื้นที่ใกล้เคียงเมืองหลวงที่ควรจะใช้

ประโยชน์ของที่ดินเกษตรเป็นแหล่งผลิตทางเศรษฐกิจที่ได้ไปด้วยกันกับเมืองหลวง

1.2 พัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) พัฒนาธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

การพัฒนาระบบบริหารจัดการกลุ่มอาชีพผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) เป็นการเพิ่มศักยภาพกลุ่มอาชีพในการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ให้มีคุณภาพ มาตรฐานสามารถแข่งขันได้ เป็นที่ต้องการของตลาด และเป็นธุรกิจของกลุ่มได้มีการดำเนินการโดยการนำผลการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มอาชีพตามเกณฑ์การประเมินและตัวชี้วัดศักยภาพกลุ่มอาชีพ/กลุ่มวิสาหกิจชุมชน - สัมมาชีพ และข้อมูลจาก Business Model ของกลุ่มอาชีพเป้าหมายที่กรมการพัฒนาชุมชนได้จัดทำไว้แล้วมาใช้เป็นฐานข้อมูลในการพัฒนา เพื่อพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพ ให้มีคุณภาพ มาตรฐาน สามารถแข่งขันได้ เป็นที่ต้องการของตลาดและเป็นธุรกิจของกลุ่ม โดยกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการเป็นกลุ่มอาชีพที่จัดอยู่ในกลุ่มประเภทสามารถต่อยอด/ยกระดับเป็นผู้ประกอบการ และกลุ่มประเภทปมเพาะก่อนต่อยอดกิจการ จำนวน 12 กลุ่ม ในพื้นที่ 10 จังหวัด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มสัมมาชีพในการดำเนินงานนี้ สามารถจัดกลุ่มสัมมาชีพตามความพร้อมที่จะพัฒนาวิสาหกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมุ่งเน้นที่จะเข้าสู่ระบบการตลาดสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

### 1. กลุ่มที่มีความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

- 1) กลุ่มอาชีพสตรีแปรรูปอาหารบางเลน ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี
- 2) กลุ่มกรีนมาร์เก็ตซ์สมบูรณ์ ตำบลชัยสมบูรณ์ อำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์
- 3) กลุ่มโรงสีข้าวชุมชนบ้านหนองไอน ตำบลควนรู อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา
- 4) กลุ่มสมุนไพรโตนด (โหนด นา เล) ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

## 2. กลุ่มที่จะต้องปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

- 1) กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชมรมผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ ตำบลบ้านหัน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ
- 2) กลุ่มผลิตและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (ข้าวหอมมะลิปลอดภัย) ตำบลคูเมือง อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร
- 3) กลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตร (กล้วยมุก-หอม) ตำบลเหมืองใหม่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
- 4) กลุ่มข้าวบ้านบางคันชิ่ง ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี
- 5) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ตำบลเขาถ่าน อำเภอท่าฉาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## 3. กลุ่มที่อยู่ในขั้นตอนริเริ่ม ประกอบด้วย

- 1) กลุ่มศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิงเกษตร) ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี
- 2) กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ
- 3) กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านสุตใจ (พื้นบ้าน) ตำบลแพรกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

### แนวทางการพัฒนา

แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) พัฒนารูปร่างของกลุ่มสู่การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น ดำเนินการ ดังนี้

1. สร้างความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมายเป็น 3 ประเภท และจัดประชุมเชิงปฏิบัติการตามประเด็น ดังนี้
  - 1.1 กลุ่มที่มีความพร้อมที่จะพัฒนา ใช้การจัดประชุมผ่าน Video Conference

1.2 กลุ่มที่จะต้องปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ใช้การจัดเวทีประชุม ในพื้นที่

1.3 กลุ่มที่อยู่ในขั้นตอนริเริ่ม ใช้การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ Work Shop

### การสร้างความเข้าใจ ประกอบด้วย

ประเด็นที่ 1 ทบทวนการดำเนินงานของกลุ่มสัมมาชีพ การทบทวนการดำเนินงานนั้น เป็นการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น เป็นการทดสอบความรู้ก่อนการฝึกอบรมโดยให้กลุ่มสะท้อนสิ่งที่ตนเองดำเนินการอยู่เพื่อค้นหา “ช่องว่างเพื่อการพัฒนา” (Gap Analysis) ที่จะยกระดับจากสัมมาชีพชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน

ประเด็นที่ 2 แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากตัวอย่างกรณีศึกษาความสามารถจากเศรษฐกิจชุมชน (Best Practices) เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจต่อหลักการทำงานที่เป็นธุรกิจ เช่น

1) ด้านการแปรรูป-กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง (เกษตรทิพย์) ตำบลคู่อำเภอรามไศล จังหวัดศรีสะเกษ

2) ด้านการออมทรัพย์-กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต บ้านดอนคา ตำบลทอนหงส์ อำเภอรามศรี จังหวัดนครศรีธรรมราช

3) ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน-กลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านนาตันจัน ตำบลบ้านดึก อำเภอสรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย



ประเด็นที่ 3 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

2. ผลการประเมินและข้อแนะนำต่อแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแต่ละกลุ่มที่ได้จากกิจกรรมการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพสู่ผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE)

กลุ่มประเภทที่ 1 กลุ่มที่มีความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มอาชีพสตรีแปรรูปอาหารบางเลน ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

1.1) ผลการประเมิน - แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(1) พัฒนาสูตรโดยหาวัตถุดิบที่ขึ้นชื่อในชุมชนมาเป็นส่วนผสม เพื่อสร้างจุดเด่นให้กับสินค้า เช่น มะม่วงยายก่ำ ทุเรียนเมืองนนท์ สมุนไพรไทย เป็นต้น ซึ่งจะต้องขอความร่วมมือจากสถาบันพัฒนาอาหารมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

(2) ดึงงานการท่องเที่ยวชุมชน บวกรวมการสร้างกิจกรรมขึ้นในชุมชนเพื่อดึงนักท่องเที่ยว/ลูกค้าเข้ามาในชุมชนให้มากขึ้น หรือทำการตลาดร่วมกับสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น วัดสวนแก้ว ตลาดน้ำ วัดไทรใหญ่ ตลาดน้ำวัดตะเคียน

(3) รวบรวมหน่วยงานต่าง ๆ ตลอดจนวัดแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่บริเวณรอบชุมชน เพื่อใช้เป็นเครือข่ายของการตลาด - สร้างการขายไปกับงานอบรม สัมมนาของหน่วยงานและงานบุญของวัด

1.2) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(1) การสร้างความเข้าใจต่อลักษณะของผลิตภัณฑ์ ที่เป็นประเภทขนม (อาหาร) เครื่องแต่งกายและของชำร่วย ซึ่ง 2 ประเภทหลังนี้ ไม่ใช่ขนม-อาหาร และการจัดการจะมีรูปแบบที่ต่างออกไป คือ ทำขนม สมาชิกจะต้องมาทำงานที่ทำการของกลุ่ม แต่กรณีเครื่องแต่งกายและของชำร่วย สมาชิกรับเอาไปทำที่บ้าน

ในขณะเดียวกัน การขาย ก็มีลักษณะต่างกัน คือ ขนมอบ-เบเกอรี่ ฟิงพาดตลาดในชุมชนเป็นหลักทั้งร้านค้าในชุมชนและกิจกรรมการประชุมสัมมนาของหน่วยงานในชุมชน การออกบูธที่ห้างสรรพสินค้า The Mall ซึ่งเป็นงานจรและเป็นการฟิงพาดตลาดภายนอกชุมชน ซึ่งต่างจากกรณีเครื่องแต่งกายและของชำร่วย ซึ่งจากลักษณะของสินค้าจะฟิงพาดตลาดภายนอกมากกว่าการใช้สอยของลูกค้าในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการวางขายที่ตลาดน้ำวัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี การออกบูธจำหน่ายสินค้าที่ The Mall งามวงศ์วาน การรับงานตามการสั่งทำและงานตามวาระแสดงความยินดี

(2) ตลาดชนมอบ-เบเกอร์รี่ ให้รักษาช่องทางการขายในตลาดชุมชนทั้ง 3 ร้าน (รวม 15 ร้านย่อย) และหน่วยงานที่สั่งเป็นอาหารเบรกของการประชุม ประเด็นที่น่าสนใจมากกว่านั้น ก็คือ จะเพิ่มจำนวนร้านค้าและหน่วยงานในลักษณะนี้ได้อย่างไร ซึ่งอาจจะต้องวิเคราะห์ความเป็นไปได้ที่มากกว่านั้น เพื่อจะได้พัฒนาเป็นแผนงานไปในคราวเดียวกัน เช่น การปรับปรุงรสชาติและกลิ่นของขนม โดยเอาวัตถุดิบในท้องถิ่นเข้ามาเป็นส่วนประกอบ เพื่อสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่แสดงความเป็นถิ่นกำเนิด (ท้องถิ่น) มากกว่าการใช้สารกันบูด (ที่แม้จะเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ แต่คนอื่นก็สามารถทำได้) เช่น มะม่วง หรือทุเรียนนนทบุรี โดยประสานขอรับการสนับสนุนการจัดการความรู้และเทคโนโลยี

(3) การร่วมสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน - การขยายจุดขายของที่เป็นเครื่องแต่งกาย เช่น สร้อยคอ สร้อยแขน ต่างหู กระเป๋า หมวก ฯลฯ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมจะไปวางขายเป็นของฝากนักท่องเที่ยว



## 2) กลุ่มกรีนมาร์เก็ตซ์สมบูรณ์ ตำบลชัยสมบูรณ์ อำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์

### 1.1) ผลการประเมิน - แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

#### (1) ผลิตรัณฑ์แปรรูปจากกล้วย

- จัดทำแผนงานการตลาด โดยวางแผนการตลาดประจำปี จัดทำตัวเลขสัดส่วนปริมาณการขาย ในแต่ละตลาด 3 ประเภทที่มีอยู่ a. ตลาดเดิมที่มีอยู่ b. ตลาดใหม่ที่จะเอาไปฝากขาย และ c. ตลาดกลางที่ส่งสินค้าไปยัง Modern Tread

- สำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคในเรื่องรสชาติ รูปแบบที่ได้รับความนิยมของผู้บริโภค

- กลุ่มฯ กำลังทดลองทำกล้วยตากสอดไส้ช็อกโกแลต

- ร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) พัฒนาพื้นที่ปลูกกล้วย

ในอำเภอชัยสมบูรณ์จำนวน 300 ไร่ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอ

#### (2) เพิ่มผลิตรัณฑ์แปรรูปมะเขือเทศราชินี

- รับผิดชอบมาจากภายนอก - สหกรณ์รักษ์ศรีเทพ

- แปรรูปเป็นมะเขือเทศราชินีเชื่อมและน้ำมะเขือเทศซึ่งอยู่ระหว่าง

การตลาดสูตร

- ส่งขายตามช่องทางตลาดของสหกรณ์รักษ์ศรีเทพ

- ทางกลุ่มฯ มีความพร้อมในด้านกำลังการผลิต และสถานที่ผลิต

#### (3) ร่วมมือกับสถาบันอาหาร/มหาวิทยาลัยในพื้นที่ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏ

เพชรบูรณ์

- ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตรัณฑ์ กล้วยสามารถแปรรูปไปทำเป็นผลิตรัณฑ์อื่น ๆ เพื่อหาจุดเด่นและสร้างจุดต่างของผลิตรัณฑ์ เช่น แยมกล้วย ขนมกล้วยในรูปแบบอื่น ๆ เหมือนกับ TOKYO BANANA ของญี่ปุ่น

## 1.2) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(1) จัดกลุ่มตลาดออกเป็นตลาดแบบเดิมกับแบบใหม่ โดยแบบเดิมเป็นตลาดที่มีการจัดส่งไปยังร้านเจ้าสัว (ร้านขายของฝาก ในสถานบริการน้ำมันของ ปตท. ที่อำเภอวิเชียรบุรี และร้านไถ่อย่างบัวตอง ที่อำเภอวิเชียรบุรี โดยทั้งสองเป็นตลาดในอำเภอวิเชียรบุรีที่สามารถวางขายสินค้าของกลุ่มได้ ในขณะที่พื้นที่ตลาดใหม่ จะมี 2 กรณีด้วยกัน คือ

หนึ่ง สถานที่ที่สามารถวางขายสินค้าของกลุ่มได้เหมือนกับตลาดแบบเดิมข้างต้น และอยู่ทั้งในและนอกพื้นที่อำเภอวิเชียรบุรี (ร้านหมอลำเส็ง - อำเภอวิเชียรบุรี/ศูนย์ OTOP - จังหวัดสระบุรี ฯลฯ)

สอง การเปิดพื้นที่การตลาดเข้าสู่ Tops - โมเดิร์นเทรดผ่านสหกรณ์รักษาศรีเทพ

(2) การจัดกลุ่มช่องทางการตลาดข้างต้น เพื่อนำไปสู่การสำรวจข้อมูลยอดขายผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดและแต่ละรสชาติเพื่อจะได้นำไปสู่การปรับปรุงผลิตภัณฑ์พร้อมกับเรื่องอื่น ๆ ทั้งนี้ก็เพื่อจะเป็นข้อมูลของการวางแผนการเพาะปลูกกล้วยในพื้นที่ที่มีศักยภาพที่มีอยู่อีก 300 ไร่ พร้อมทั้งการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

(3) จากการที่กลุ่มมีความสามารถในการผลิตกล้วยแปรรูป และมีแผนงานที่จะขยายช่องทางการตลาดออกไปอีก พร้อม ๆ กับในชุมชนมีพื้นที่และมีโครงการที่จะได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ก็ควรจะศึกษาสู่ทางการพัฒนาตลาดและผลิตภัณฑ์จากกล้วยที่ก้าวหน้าขึ้นอีก เช่น การแปรรูปเป็นแยม แล้วจะเอาตลาดไปยังการเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว เป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอาหารเช้าของโรงแรม รีสอร์ทและโฮมสเตย์ ร้านกาแฟและร้านขนม ในสถานที่ท่องเที่ยวและในอำเภอที่เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์



### 3) กลุ่มโรงสีข้าวชุมชนบ้านหนองโสน ตำบลควนรู อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา

#### 1.1) ผลการประเมิน-แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(1) ผลิตภัณฑ์แปรรูป ได้แก่ ข้าวสองเล, จมูกข้าว, แบ่งสำหรับทำขนมเส้นขนมจีน

- เจาะตลาดขายข้าวแบบกระสอบเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มช่องทางการขาย และยอดจำหน่ายให้สูงขึ้น

- ดึงลูกหลาน เด็กรุ่นใหม่เข้ามาช่วยกันทำงาน โดยเฉพาะการสร้างการตลาดในพื้นที่ออนไลน์

#### (2) สร้างงานท่องเที่ยวชุมชน

- สร้างกิจกรรมท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน หนอง นา เลและกลุ่มเครือข่าย 23 เกล็ด

- เน้นจุดขาย คือเรื่อง นา - ข้าวอินทรีย์

- สร้างเศรษฐกิจเชื่อมโยงกันระหว่างการท่องเที่ยวชุมชน

และผลิตภัณฑ์ชุมชน

## 1.2) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(1) อาศัยมาตรฐานทั้ง อย. และฮาลาล เจาะตลาดขายข้าวแบบกระสอบเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มช่องทางการขายและยอดจำหน่ายให้สูงขึ้น โดยมุ่งค้นหาลูกค้าที่เป็นผู้ใช้ข้าวจำนวนมาก ๆ ทั้งในและนอกพื้นที่จังหวัดสงขลา เช่น โรงงาน - บริษัทขนาดใหญ่, โรงแรม ร้านอาหาร, ภัตตาคาร, ธนาคาร และร่วมกับจังหวัด ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร หรือกรมการพัฒนาชุมชน ฯลฯ จัดกิจกรรมให้รางวัลตอบแทนหน่วยงานที่สนับสนุนสินค้าชุมชน (งานสร้างตัวอย่าง)

(2) ควรมีแผนงานด้านการตลาด จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำ จำนวน 1 - 2 คน เพื่อศึกษาหาข้อมูลเรื่องข้าว ทั้งความเคลื่อนไหวทางการตลาด การวิเคราะห์ตลาด และความสามารถในการผลิต รวมถึงการจัดโปรแกรมการนัดหมายเข้าพบลูกค้าแต่ละราย และจัดให้มีการประชุมเพื่อรายงานผลความคืบหน้าให้ทางกลุ่มฯ รับทราบอย่างสม่ำเสมอ

(3) ควรจัดวางแผนงานที่จะดึงคนรุ่นใหม่เข้ามาช่วยกันทำงานโดยเฉพาะการสร้างการตลาดตามข้อ 2) รวมทั้งการริเริ่มงานขายในพื้นที่ออนไลน์

(4) สร้างกิจกรรมท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน โหนด นา เล และกลุ่มเครือข่าย 23 เกล็ด เน้นจุดขาย คือ เรื่อง “นา-ข้าวอินทรีย์” สร้างเศรษฐกิจเชื่อมโยงกันระหว่างการท่องเที่ยวโดยชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชน (สร้างรายได้ให้กับสมาชิกได้อีกรูปแบบหนึ่ง)





#### 4) กลุ่มสปูตตาลโดนด (โหนด นา เล) ตำบลท่าหิน อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

##### 1.1) ผลการประเมิน-แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

###### (1) จุดแสดงสินค้า

- ควรเน้นการสร้างตลาดไปพร้อม ๆ กับการสร้างมาตรฐานสินค้า
- จุดแสดงสินค้า
- จุดกวนน้ำตาลสด ควรทำ 2 จุด แบ่งเป็น จุดใหญ่ที่สามารถรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ 50 คนขึ้น และจุดเล็ก ที่รองรับนักท่องเที่ยวจำนวนไม่มาก
- ควรเคร่งครัดในเรื่องของความสะอาด เพื่อดึงนักท่องเที่ยวแวะชมสามารถชิมและเลือกซื้อกลับไปเป็นของฝากได้

###### (2) ผลิตภัณฑ์แปรรูปตาลโดนด

- มีตลาดต่างประเทศต้องการน้ำตาลโดนด แต่กลุ่มยังไม่ได้มาตรฐาน อย. และ ฮาลาล (อยู่ระหว่างการขอขออนุญาต)
- ร่วมมือกับสถาบันอาหาร/มหาวิทยาลัย มาช่วยวิจัยเพื่อปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์

###### (3) โฮมสเตย์

- ระหว่างที่รอขออนุญาตสนับสนุนควรดำเนินกิจกรรมไปตามปกติเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับชุมชน

- จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน โดยเชื่อมโยงกับเส้นทางมรดกโลก
- จัดวางโปรแกรมการท่องเที่ยว โหนด นา เล เป็นปฏิทินการท่องเที่ยว 12 เดือน โดยใช้กิจกรรมโหนดเป็นตัวยืน และหากิจกรรมอื่น ๆ เสริมเป็นช่วง ๆ สร้างเป็นจุดขาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสและร่วมกิจกรรมได้ เช่น มกราคม-กุมภาพันธ์ กิจกรรมเกี่ยวข้าว, เมษายน - พฤษภาคม กิจกรรมชมนก, สิงหาคม - กันยายน กิจกรรมปักข้าวดำนา เป็นต้น

#### (4) จัดทำแผนการตลาด

- ติดต่อบริษัทเอเยนต์ทัวร์ เพื่อวางแผนการท่องเที่ยวร่วมกัน

ควรกำหนดเป็นแผนระยะยาวไว้ล่วงหน้า

- หาเครือข่ายกลุ่มโรงแรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา อำเภอหาดใหญ่เพื่อขอวางแผนประชาสัมพันธ์กิจกรรม/ปฏิทิน การท่องเที่ยวของกลุ่ม

#### 1.2) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นหนึ่งในกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยที่การผลิตสบู่นั้น โลชั่นซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อุปโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวันควรหาช่องทางที่พัฒนาผลิตภัณฑ์และตลาดที่มีอยู่ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์/สินค้า ประเภทที่ใช้หมุนเวียนและใช้บ่อย (Fast Moving Consumer Goods) อีกด้านหนึ่งการที่จะสร้างจุดสาธิตการกวนน้ำตาลสดเป็นแหล่งท่องเที่ยว นั้น ก็เท่ากับว่ากลุ่มมีความประสงค์จะเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้ากับการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งจะทำให้ทั้งสองเรื่องเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่บวกรวมศักยภาพเข้าด้วยกัน

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ กระบวนการผลิตสบู่นั้นและโลชั่นจากตาลโตนดควรจะเป็น “จุดเรียนรู้” เพื่อรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ต้องการศึกษาความรู้ของชุมชนได้อีกแบบหนึ่งเช่นกัน (ควรรวบรวมเรื่องเหล่านี้เข้ากับการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ชุมชน)

(2) การสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน ร่วมกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรจะมีการวางแผนยุทธศาสตร์เป็น 2 แนวทาง คือ

หนึ่ง สร้างเป็นเศรษฐกิจโดยเครือข่ายธุรกิจของท่องเที่ยวโดยชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แต่เครือข่ายนี้จะเล็กและสร้างตลาดได้ในวงแคบ

สอง ประสานงานกับเอเยนต์ทัวร์ โรงแรม และ รีสอร์ทในอำเภอขนาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อำเภอสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ฯลฯ เพื่อสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นส่วนหนึ่งของการบริการของเอเยนต์ทัวร์ โรงแรม รีสอร์ท เหล่านั้น เป็นแนวทางที่ล้าไปกับการท่องเที่ยวทั่วไปหรือท่องเที่ยวกระแสหลัก แต่มีเรื่องที่จะต้องร่วมกันพัฒนา กิจกรรม หรือ Balancing ให้เป็นไปตามเงื่อนไขของชุมชนมากกว่าที่จะโน้มเอียงไปเพื่อบริการนักท่องเที่ยวจนทำให้เสน่ห์ของความเป็นชุมชนหายไป

(3) จัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเพื่อดึงลูกค้าเข้าชุมชน (12 เดือน) เพื่อเป็นปัจจัยสำคัญในการวางแผนการผลิตสินค้าชุมชนที่จะรองรับเพื่อการนี้โดยตรง

(4) ควรประสานความร่วมมือกับหน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ ที่มีอยู่มาร่วมพัฒนาทั้งผลิตภัณฑ์และกิจกรรมท่องเที่ยว ทั้งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, กรมการพัฒนาชุมชน ฯลฯ รวมทั้งเครือข่ายท่องเที่ยว โหนด นา เล (เครือข่าย 23 เกล็ด) เพื่อทบทวนข้อจำกัดของการรณรงค์การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เคยทำมาแล้ว



กลุ่มประเภทที่ 2 กลุ่มที่จะต้องปรับปรุงผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชมรมผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ ตำบลบ้านหัน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ

1.1) ผลการประเมิน - แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(1) ผลิตภัณฑ์อาหาร

- จัดกระบวนการผลิต พัฒนาการผลิตแบบรวมกลุ่มตั้งเป็นโรงงานกลาง ขึ้นมา เพื่อที่จะสามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันได้ เช่น โรงอบแห้ง เตาประหยัดพลังงาน เตาประหยัดไฟ

- จัดกลุ่มสินค้าที่ไปด้วยกันได้ ตลาดขนม เช่น ก๋วยเตี๋ยว, ก๋วยเตี๋ยวแตก สามารถขยายตลาดคู่ไปกับก๋วยเตี๋ยวที่ขายในร้านกาแฟดอยช้าง

(2) ผลิตภัณฑ์จากผ้า

- ส่งเสริมให้ชาวบ้านปลูกฝ้ายให้มากขึ้น และจัดกิจกรรมรวบรวมเข้ากับงานท่องเที่ยวชุมชน จัดทำเป็นแผนเสนอของบสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

- กรณีขายตามแหล่งท่องเที่ยว ควรเพิ่มกิจกรรมการสาธิตการทำผ้า เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาชมมากขึ้น

- สำรวจข้อมูลปริมาณการขายในตลาดที่มีอยู่

- พัฒนาสินค้าและหาโอกาสทำตลาดในกรุงเทพฯ

(3) อื่นๆ

- ประสานงานกับพลังงานจังหวัดช่วยดำเนินการในเรื่องการทำโรงอบแห้ง เตาประหยัดพลังงาน, เตาประหยัดไฟ

1.2) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(1) ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแปรรูปนี้ จัดได้เป็น 2 หมวด คือ 1. ขนม - อาหาร

2. เครื่องแต่งกายและของใช้ การจัดการช่องทางการขายโดยส่วนใหญ่จะพึ่งพาการขายส่งเป็นหลัก มีขายปลีกตามงานกิจกรรม ตามงานออกบูธ ตามตลาดนัด ซึ่งเป็นตลาดภายในชุมชนหรือในจังหวัด มีสินค้าบางรายการที่ส่งไปยังเอเยนต์ข้ามจังหวัด เช่น ผ้าขาวม้า

แสดงให้เห็นถึงการเดินทางของสินค้าประเภทดังกล่าว ที่อาจจะเดินทางไปต่อจากนั้นอีก (จังหวัดบุรีรัมย์ อาจจะเป็นทั้งสถานที่วางจำหน่ายและศูนย์รวมเพื่อส่งต่อเข้ากรุงเทพฯ)

(2) รูปแบบของการประกอบการในที่นี้ จะมีทั้งแบบวิสาหกิจครัวเรือน ที่ไม่มีการจ้างงาน วิสาหกิจครัวเรือนที่มีการจ้างงาน (กรณีแคหมู) แบบรวมกลุ่ม เช่น กล้วยเบรคแตก และกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือ (ยิ้มสี่ธรรมชาติ) ซึ่งมีสมาชิก 29 คน

(3) วิสาหกิจแคหมูมีรายได้ค่อนข้างดีหากมีการจัดการช่องทางการตลาดที่เหมาะสมและเป็นระบบมากกว่านี้ เช่น การสร้างพันธมิตรร่วมกับร้านส้มตำ - ไก่ย่าง และการคำนึงถึงสุขภาพ (แบบไร้มัน แบบทอดน้ำมันสะอาด) รวมทั้งการลดต้นทุนจากพลังงาน วิสาหกิจนี้สมควรที่จะได้รับคำแนะนำของการจัดรูปแบบธุรกิจและการจัดองค์กรที่เหมาะสม (เช่น การจัดตั้งเป็นบริษัท เพื่อขอรับการสนับสนุนจาก SME Development Bank) เพื่อสร้างให้เป็นตัวอย่างของกิจการต้นแบบของ “การประกอบการชุมชน”

(4) กรณีของกล้วยเบรคแตก ซึ่งเป็นกิจการที่สร้างยอดขายได้ดี ก็ควรที่จะพิจารณานับสนุนให้มีการขยายตัวออกไป (Scaling up) เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทขนมขบเคี้ยวที่เป็นที่นิยมทั่วไป มีกรณีที่น่าสนใจ คือ กล้วยเบรคแตก ข้าวแต่น้ำแดงโมกล้วยฉาบ กล้วยตาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่อาศัยช่องทางเดินเข้าสู่ตลาดที่พึ่งพาซึ่งกันและกัน ดังนั้น กลุ่มสัมมาชีพเหล่านี้ควรที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาแหล่งวัตถุดิบและการพัฒนาตลาดร่วมกัน หากมีการพัฒนาร่วมกับเอเยนต์ด้วยจะเป็นการดียิ่ง เพราะชุมชนจะได้มีโอกาสเรียนรู้การจัดการระบบตัวกลางและทำความเข้าใจกับพฤติกรรมทางการตลาดได้

(5) กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือ-ยิ้มสี่ธรรมชาติ ของหมู่ที่ 2 ตำบลโนนทอง ที่เพิ่งจะริเริ่มดำเนินงาน แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ สอดคล้องพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่ให้ความสำคัญต่อการห่างไกลจากสารเคมีทั้งในการบริโภคและอุปโภค รวมทั้งกระแสของตลาดในประเทศจากโครงการประชารัฐและการรณรงค์อนุรักษ์วัฒนธรรมไทย โอกาสที่ผลิตภัณฑ์นี้จะสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนจึงมีความเป็นไปได้สูงมาก ขอแนะนำเบื้องต้นในเรื่องนี้ จะขอเน้นไปที่

1. การสร้างการรู้จักผ้าและงานฝีมือของกลุ่มผ่านการออกบูธ และการแนะนำต่าง ๆ เช่น งานดอกฝ้ายเมืองเลย งานประเพณีของจังหวัดชัยภูมิ และพื้นที่ใกล้เคียง ฯลฯ

2. สร้างพื้นที่เครือข่ายออนไลน์ของผ้าฝ้ายทอมือ - ย้อมสีธรรมชาติ เพื่อรวมตัวเองเข้ากับตลาดผ้าพื้นเมืองของไทยที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งร่วมกิจกรรมทางการตลาดในพื้นที่ออนไลน์

3. แสวงหานักออกแบบ ดีไซน์เนอร์ รวมทั้งดารา นักแสดง คนที่มีชื่อเสียง ที่เป็นลูกหลานของจังหวัดชัยภูมิเพื่อมาร่วมสร้างสรรค์การสร้างการรู้จักร่วมพัฒนาธุรกิจ แขนงนี้อย่างจริงจัง



2) กลุ่มผลิตและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (ข้าวหอมมะลิปลอดภัย) ตำบลคูเมือง อำเภอมหาสารคาม จังหวัดยโสธร

1.1) ผลการประเมิน - แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(1) แผนการผลิตข้าวอินทรีย์ในพื้นที่แปลงใหญ่ จำนวน 320 ไร่

- ร่วมมือกับกลุ่มที่ประสบความสำเร็จและมีประสบการณ์ตรง คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนอุ่มแสง (กลุ่มเกษตรกรทิพย์) อำเภอราษีไศล จังหวัดศรีสะเกษ

- พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตร สร้างเป็นจุดขายของชุมชน

- สร้างเครือข่าย โดยนำเสนอความสำเร็จของกลุ่มขยายผลต่อไปยังสมาชิกคนอื่น ๆ

## 1.2) ข้อเสนอแนะ-แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(1) พื้นที่บริเวณนี้ มีเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีประสบการณ์การทำงานข้าวอินทรีย์ในพื้นที่อยู่หลายกลุ่ม อาทิ กลุ่มเกษตรกรทำนาบวกรือ อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร, กลุ่มเกษตรกรทำนาโนไต้ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรมัยยืนน้ำอ้อม อำเภอดอวัง จังหวัดยโสธร และเครือข่ายพื้นที่ใกล้เคียง คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนอุ่มแสง (กลุ่มเกษตรกรทิพย์) อำเภอราษีไศล จังหวัดศรีสะเกษ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านนาโสก อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร ดังนั้น จึงควรที่จะได้มีการประสานความช่วยเหลือและการจัดการความรู้เรื่องนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งขนาดของพื้นที่ ลักษณะของพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาในโครงการนี้ (ในขณะเดียวกัน ก็ช่วยพัฒนาพื้นที่ขนาดเล็กกว่า แต่ชาวนาสมาชิกประสงค์จะร่วมโครงการ)

(2) ข้อเสนอแนะประการสำคัญเรื่องหนึ่งที่มีต่อที่ประชุม ก็คือ การระดมสรรพกำลังความสามารถของคนบ้านคุ้ม ซึ่งเป็นหมู่บ้านที่มีศักยภาพ มีความรู้การบริหารจัดการให้มีเข้ามาช่วยสนับสนุนต่อการทำงานในโครงการนี้ เพราะว่างานมาตรฐานข้าวอินทรีย์ต้องการสร้างความรู้ความเข้าใจใ้มน้ำวให้ชาวนาสมาชิกเล็งเห็นถึงผลประโยชน์ของชุมชนในระยะยาวมากกว่าในระยะสั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีความต้องการดึงคนที่มีความรู้ความสามารถเข้าช่วยเหลือเกื้อกูลกันในชุมชนเดียวกัน โดยเฉพาะคนที่ยังต้องพึ่งพารายได้จากเกษตรกรทำนา มันสำปะหลัง และความเสี่ยงจากการใช้สารเคมีเพื่อการเกษตร - ทำอย่างไรจะ让他พึ่งพารายได้จากนาและประกอบกิจการเกษตรได้อย่างยั่งยืน





### 3) กลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตร (กล้วยมุก - หอม) ตำบลเหมืองใหม่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

#### 1.1) ผลการประเมิน-แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

##### (1) ขยายช่องทางการตลาด โดย

- เพิ่มช่องทางการตลาดที่กรุงเทพฯ โดยจะต้องหาโอกาสเจอตัวแทนที่มารับกล้วยไปจำหน่ายเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูล ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รสชาติให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

- ให้ลูกหลานคนในชุมชนช่วยทำตลาดในบริษัท/องค์กรขนาดใหญ่ที่มีพนักงานจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันมี 2-3 ราย ที่เอาสินค้าไปขายในโรงงาน

- ดึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเข้ามาบวกรวมกับกิจกรรมของกลุ่มโดยสร้างให้ชุมชนเป็นฐานกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวเพื่อดึงคนเข้ามาชุมชนให้มากรวมถึงสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวร่วมกับโฮมสเตย์ในชุมชน เช่น บ้านสวนทรายทอง นอกจากนี้ทางองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ได้มีการประสานไปยัง คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ให้มาดำเนินการสำรวจจุดเด่นของชุมชนเพื่อจะสร้างแผนงานท่องเที่ยวให้กับชุมชน

- ปรับปรุงผลิตภัณฑ์โดยใช้พัฒนาชุมชนจัดหาสถาบันการอาหาร  
ที่มีความรู้ในการพัฒนาขยายผลิตภัณฑ์กล้วยในรูปแบบอื่น ๆ

1.2) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(1) ในที่ประชุมได้มีการแลกเปลี่ยนโอกาสที่จะพัฒนาตลาดให้กับ  
การแปรรูปกล้วยว่าสามารถจะขายออกไปตามช่องทางที่ได้จัดกลุ่มไว้แบบขายผ่านสายส่ง  
ขายผ่านลูกค้าจร และขายตามงานที่มีนักท่องเที่ยว เช่น การขายส่งผ่านสายส่ง ก็ลอง  
พิจารณาหาทางที่จะเพิ่มสายส่ง (เดิมมีอยู่แล้ว 3 สาย) ซึ่งอาจจะหาได้จากลูกหลาน  
ของสมาชิกที่ไปทำงานในเมือง การเพิ่มช่องทางของลูกค้าจรแบบตามสั่ง เช่น การเปิดพื้นที่  
ออนไลน์ เว็บไซต์ ฯลฯ และในกรณีของนักท่องเที่ยว ควรใช้ความพยายามประสานงาน  
กับที่พัก รีสอร์ท ภัตตาคาร ร้านอาหาร เพื่อวางสินค้าเหล่านี้ไว้เป็นบริการ-เป็นอาหารว่าง  
ทานร่วมกับชา กาแฟ ฯลฯ

(2) กรณีของผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วยฉาบ จากกล้วยหักมุกและกล้วยหอม  
นี้เป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับการอธิบายการเพิ่มมูลค่าด้วยการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร  
กล่าวคือ กล้วยฉาบ 100 กิโลกรัมของกลุ่ม จะมาจากกล้วยดิบจำนวน 250 กิโลกรัมจาก  
ข้อมูลการร่วมประชุมพบว่า ต้นทุน 50% (5,000 บาทต่อเดือน) เป็นค่าวัตถุดิบกล้วยและ  
การขนส่งจากสวนมายังโรงงาน ซึ่งเป็นรายได้ของชาวสวนกล้วยสมาชิกที่มีโอกาสขาย  
เป็นเงินได้อย่างต่อเนื่อง อีก 50% (5,000 บาทต่อเดือน) เป็นรายได้ของกลุ่มแปรรูป ที่มี  
สมาชิก 5 คน ซึ่งในรายการนี้ หากไม่มีงานในโครงการนี้ในกรณีที่ชาวสวนจะขายกล้วย  
ก็ต้องขายกับคนนอกชุมชน รายได้จำนวนนี้ จะเกิดขึ้นในชุมชนอื่นที่มีการแปรรูป จะเป็น  
การฉาบกล้วยหรือการอื่นใดก็ตาม จะเป็นรายได้ของคนในชุมชนอื่น ยิ่งไปกว่านั้นรายได้  
ทั้งการขายกล้วยและขายกล้วยฉาบของชุมชนกลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตร (กล้วยมุก-หอม)  
นี้ จะนำไปสู่การใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจชุมชนอีกต่อหนึ่ง



4) กลุ่มชาวบ้านบางคันชิ่ง ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง  
จังหวัดสุพรรณบุรี

1.1) ผลการประเมิน - แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(1) ร่วมมือกับกลุ่มออทิสติกเพื่อการผลิตบ้านคอนคา ตำบลทอนหงส์  
อำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช ให้ความรู้และทำการตลาดร่วมกันในการแปรรูป  
ผลิตภัณฑ์เป็นเส้นขนมจีน

(2) เพิ่มช่องทางการตลาดลูกค้าไฮมโปรให้มากขึ้น ขยายสาขาของไฮมโปร  
ไปยังสาขาอื่น ๆ รวมถึงขยายไปยังลูกค้า กลุ่มโรงงาน บริษัทที่มีพนักงานจำนวนมาก

(3) เพิ่มช่องทางการตลาดของข้าว กข.43 (ข้าวเพื่อสุขภาพ)ไปยังโรงพยาบาล,  
ร้านอาหารที่ทำส่งโรงพยาบาล, ร้านอาหารแนวสุขภาพ

## 1.2) ข้อเสนอแนะ-แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(1) การปรับเปลี่ยนจากข้าวหอมมะลิ เป็นข้าวหอมปทุม และข้าวพันธุ์ กข.43 ไม่ควรปรับเปลี่ยนแบบทันทีทันใด ควรหาทางปรับปรุงด้วยความประสงคร่วมกับผู้ซื้อ โดยเฉพาะกรณีของโฮมโปรที่ซื้อไปเลี้ยงเป็นอาหารสำหรับพนักงานอาจจะเริ่มทดลองการผสมโดยใช้สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ข้าวของชาวนาจากจังหวัดสุพรรณบุรีให้มากที่สุดแต่ก็ยังเป็นที่ยอมรับของตลาด

(2) ควรหาทางเพิ่มสาขาของโฮมโปร จากที่มีอยู่เพียง 1 สาขาที่อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไปเป็นสาขาอื่นที่ยังอยู่ในรัศมีการขนส่งของกลุ่ม เพื่อสร้างยอดขายที่เพิ่มขึ้น/สร้างโอกาส ในการแก้ไขปัญหาราคาข้าวของชาวนามากขึ้นกว่าเดิม เป็นตัวอย่างของการ Matching - problem solving ของทั้งฝ่ายโฮมโปร ที่อย่างน้อยจะได้ข้าวที่ใหม่และรู้จักแหล่งที่มา และฝ่ายชาวนาที่สามารถแปรรูปผลผลิตเป็นข้าวสาร และขายไปยังผู้บริโภคได้โดยตรง ไม่ผ่านคนกลางทั้งโรงสีและเอเยนต์จัดจำหน่ายอื่น

(3) นอกจากโฮมโปร ก็ควรแสวงหาลูกค้ารายอื่น ๆ ที่มีความต้องการเช่นเดียวกัน เช่น โรงงานขนาดใหญ่ที่มีการเลี้ยงข้าวพนักงาน โรงพยาบาล ฯลฯ

(4) ควรศึกษาข้อมูลทางการตลาดข้าว และการปรับเปลี่ยนการผลิตข้าวเพื่อการบริโภคในพื้นที่ภาคกลาง ที่จะเป็นข้าวอินทรีย์และมีคุณสมบัติใกล้เคียงหรือสู้กับข้าวหอมมะลิ (ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่กลุ่มได้สร้างเป็นฐานการตลาดไว้

(5) ในขั้นต้นนี้ กลุ่มควรเลือกที่จะเน้นงานจากการทำนาข้าว การสร้างตลาดข้าว การแปรรูปจากข้าว เช่น การแปรรูปเป็นแป้งขนมจีน ซึ่งมีตัวอย่างจากงานรางวัลวิสาหกิจชุมชน - สัมมาชีพ ที่ระบุว่ากลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านดอนคา ตำบลทอนหงส์ อำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งได้รับรางวัลจากมูลนิธิสัมมาชีพเป็นผู้มีประสบการณ์ตรงในการแปรรูปข้าวเป็นแป้งขนมจีนและส่งมาขายในพื้นที่ภาคกลาง



5) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ตำบลเขาถ่าน อำเภอท่าฉาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.1) ผลการประเมิน - แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

กลุ่มมีแผนที่จะขยายกิจกรรม ดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์อาหาร-ปลาตุ๋น

(2) ผลิตภัณฑ์สมุนไพร-พริกไทย โดยส่งขายให้กับร้านแพทย์แผนไทย 2 ร้าน ซึ่งทางกลุ่มได้ติดต่อไว้แล้ว

(3) ผลิตภัณฑ์สมุนไพร-ฟ้าทะลายโจร โดยส่งให้กับโรงพยาบาลท่าฉาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.2) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(1) การพิจารณาที่จะเลือกทำผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งของ 3 เรื่องที่กลุ่มยกมาขอหารือ เป็นตัวอย่างที่ดีที่คำนึงถึงความเป็นไปได้ของการขายและการตลาด

โดยละเอียด หรือมีที่อ้างอิงถึงข้อมูลทางการตลาด เช่น กรณีปลาตุ๋น ซึ่งเป็นที่นิยมบริโภค และยังเป็นที่ต้องการของตลาด ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ที่จะพึ่งพาสถาปัตยกรรมของผู้ซื้อที่อยู่ในชุมชน ในกรณีของการปลูกพริกไทยที่มีร้านแพทย์แผนไทย ระบุจำนวนที่ต้องการต่อปี ก็ย่อมจะมีความเป็นไปได้ และหากจะให้ความมั่นใจมากขึ้นไปอีก ควรที่จะส่งตัวแทนไปเจรจา เพื่อจัดทำ MOU เพื่อร่วมพัฒนาวิสาหกิจแขนงนี้ร่วมกัน โดยกลุ่มนำเอาแผนงาน จำนวน สมาชิกผู้ร่วมโครงการ จำนวนพื้นที่ และระบบกำกับงานของกลุ่มเป็นข้อมูลนำเสนอเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อร้านแพทย์แผนไทยทั้ง 2ร้านที่จะจัดให้มีการวางแผนธุรกิจการแปรรูป รongรับและในกรณีของฟ้าทะลายโจรที่เป็นที่ต้องการของโรงพยาบาลท่าฉางก็ควรที่จะพิจารณา สร้างความร่วมมือ ในทำนองเดียวกัน

(2) การสร้างสรรค์วิสาหกิจใหม่ทั้ง 3 รายการข้างต้นจะแตกต่างไปจากงานเดิม ของกลุ่มที่ผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นและเวชสำอาง ซึ่งดูเหมือนจะเป็นสินค้าที่เป็นที่ต้องการ ของตลาดและสอดคล้องกับความนิยมสมุนไพร (ละจากผลิตภัณฑ์เคมี) ของผู้บริโภค แต่ในทางปฏิบัติกลับเป็นอุปสรรคที่จะไม่มีลูกค้าที่มีความต้องการใช้อย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ มียอดขายต่อปี 200,000 บาท เฉลี่ยเดือนละ 16,667 บาท ในขณะเดียวกัน มีสมาชิกร่วมงานเพียง 7 คน และมีลูกค้าที่ติดต่อขอใช้ผลิตภัณฑ์จากหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต นั้นหมายความว่า ลูกค้าหรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ควรจะเป็นกิจการในธุรกิจ ท่องเที่ยว และในจังหวัดที่มีธุรกิจท่องเที่ยว เช่น จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดสงขลา จังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ และจังหวัดพังงา ฯลฯ และจะเป็นการดีกว่านี้ หากลูกค้าในผลิตภัณฑ์นี้เป็นโรงแรม รีสอร์ท หรือร้านสปาในสมัย พงัน และสุราษฎร์ธานี เพราะจะได้อธิบายถึงความเชื่อมโยงของธุรกิจท่องเที่ยวกับวิสาหกิจชุมชนและการร่วมสร้าง เศรษฐกิจท้องถิ่น ซึ่งในทางแขนงของธุรกิจโรงแรมจะเป็นการสะท้อน ถึงการดำเนินธุรกิจ ที่เป็นไปแบบ inclusive business ได้อีกมิติหนึ่ง



กลุ่มประเภทที่ 3 กลุ่มที่อยู่ในขั้นตอนริเริ่ม จำนวน 3 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิงเกษตร) ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

1.1) ผลการประเมิน - แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(1) จัดทำแผนกิจกรรม “ท่องเที่ยวชุมชน” (ริมคลอง)

- ออกแบบเส้นทางล่องเรือ และจุดแวะพักต่าง ๆ จัดโปรแกรมเที่ยวชุมชนภายใน 1 วัน โดยหาจุดเด่นของชุมชนมาเป็นจุดดึงดูดความสนใจ

- สร้างกิจกรรมที่น่าสนใจและนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้

- สร้างกิจกรรมพายเรือ (เรือแคนู, เรือคายัค, เรือแจวขนาดเล็ก)

ชมสวน ชมนาข้าว ไหว้พระ และชมวิถีชีวิตชุมชนเกษตร

- สร้างจุด View Point ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาถ่ายรูปแล้วแชร์ใน Social Media เช่น การยกยออักษร

- ติดต่อประสานงานร้านอาหาร ภัตตาคารในพื้นที่เพื่อขายอาหารกลางวัน และขายของฝาก/ของที่ระลึก

- บวกรวมเข้ากับโครงการตลาดน้ำขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

## 1.2) ข้อเสนอแนะ-แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(1) ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ดำเนินการอยู่ เป็นการแปรรูปมะนาว มะนาวดอง น้ำมะนาวคั้นสด น้ำมะนาวดอกอัญชัน และมะนาวผง ซึ่งเป็นการใช้วัตถุดิบในชุมชน เป็นสินค้าหมวดอาหาร - เครื่องดื่ม และเหมาะสมสำหรับการขยายตลาดในสังคมเมือง แต่จะต้องพัฒนาไปสู่การรองรับมาตรฐานสินค้าและการจับคู่หรือร่วมงานกับพันธมิตรคู่ค้า เช่น ขายส่งกับผู้ประกอบการที่มีตลาดอยู่แล้ว หรือร่วมสร้างตลาดในช่องทางใหม่ๆ เจาะตลาดผู้ประกอบการในรั้วมหาวิทยาลัย ซึ่งจังหวัดปทุมธานี เป็นจังหวัดที่มีมหาวิทยาลัยตั้งอยู่จำนวนมาก

(2) ปัญหาของกลุ่ม อยู่อยู่ที่การสร้างความมั่นใจต่อสมาชิกที่จะพัฒนาต่อยอดงานจากการปลูกมะนาว ไปสู่การประกอบการเป็นผู้ผลิต/แปรรูป ริเริ่มค้าขายและทำความเข้าใจกับการตลาด ควบคู่ไปกับการสร้างความมั่นใจให้กับสมาชิกและการเจาะตลาดการแปรรูปมะนาว ดังนั้น จึงเสนอให้กลุ่มพัฒนาพื้นที่ เพื่อสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเริ่มจากทรัพยากรที่มีสวน มีคลองและนา มีศูนย์เรียนรู้ รวมทั้งองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ซึ่งมีแผนงานที่จะจัดทำโครงการสร้างตลาดน้ำจึงเสนอให้กลุ่มพิจารณาร่วมกิจกรรมเหล่านั้น เพื่อดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการในพื้นที่ (รวมทั้งซื้อผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปมะนาว) เช่น กิจกรรมล่องเรือ เรือแจวขนาดเล็ก ชมสวน - นา มีจุดถ่ายรูป ประสานงานกับภัตตาคารร้านอาหารในชุมชน เพื่อร่วมกันสร้างเป็นกิจกรรมท่องเที่ยว





## 2) กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ

### 1.1) ผลการประเมิน - แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

#### (1) จัดทำแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้

- แปลงการท่องเที่ยวชุมชน (เน้นท่องเที่ยวจาก) ไปสู่คลองสาขา

ในชุมชนโดยจัดโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนให้น่าสนใจหาจุดเด่นดึงดูดนักท่องเที่ยวจากวัดสาขาและวัดชุมชนสมุทรจีนให้มาแวะเที่ยวชุมชนให้ได้

- สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนที่ดำเนินการอยู่ก็ยังคงไว้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ (เรือขนาดใหญ่ 35 ที่นั่ง)

- ตั้งกลุ่มสมาชิกเรือเล็กที่มีอยู่ 10 ลำ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก

- สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่ร่วมกับเครือข่ายของวัดสาขา

และวัดชุมชนสมุทรจีน โดยสร้างจัดกิจกรรมเพื่อดึงคนเข้ามาในชุมชน

- ขอความร่วมมือจากวัดแหลม, วัดคลองพระราม โดยจัดเป็นฐานกิจกรรมแรกของโปรแกรมสำหรับไหว้พระ และใช้เป็นที่พักจุดจอดเรือรับ - ส่ง นำนักท่องเที่ยวเข้าชุมชนเพื่อชมวิถีชุมชน ฐานกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงเป็นจุดแวะพักทานอาหารกลางวันและซื้อของฝากจากผลิตภัณฑ์ในชุมชน

- สร้างจุด View Point ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาถ่ายรูป แล้วแชร์ใน Social Media

## 1.2) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(1) ลักษณะการจัดการผลิตภัณฑ์กับการขายและการตลาด ถ้าดำเนินการไปตามแนวทางเดิมที่เป็นอยู่จะต้องรักษาฐานลูกค้าและช่องทางการตลาดที่กลุ่มนำผลิตภัณฑ์ที่ทำไปวางขาย แต่จะเป็นไปโดยการไม่เข้าร่วมพัฒนาตลาดด้วย จะทำให้กลุ่มไกลห่างจากข้อมูลผู้บริโภค

(2) ควรนำเอางานท่องเที่ยวชุมชนมาพัฒนาร่วมกับการพัฒนาข้อมูลผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) เพื่อโยงเข้ากับผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ลูกจาก และใบจากที่มีอยู่โดยปรับเส้นทางการท่องเที่ยวจากเดิมที่ใช้เรือขนาดใหญ่ และมีเส้นทางท่องเที่ยว 2 เส้นทางคือ ชมปากอ่าว-เจ้าพระยา-วัดขุนสมุทราชิน และวัดสาขา-หลักเขตบางขุนเทียน ซึ่งใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวเส้นทางละ 2 ชั่วโมง มีจุดแวะพักชมวัดไหว้พระ ทั้งสองเส้นทางปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวประมาณเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งถือว่าน้อยมาก ไม่เพียงพอจะสร้างเป็นงานที่สร้างรายได้ให้สมาชิกได้

การปรับปรุงการท่องเที่ยวในที่นี่ เสนอให้เพิ่มเส้นทางการท่องเที่ยวโดยใช้เรือแจวขนาดเล็กเข้าไปท่องเที่ยวในบริเวณใกล้ ๆ เข้าชมสวนในคลองสาขาใช้เวลาเดินทางแบบครึ่งวันหรือทั้งวัน เน้นท่องเที่ยวแบบร่วมกิจกรรมขนบของชุมชน และไปไหว้พระใกล้ ๆ เป็นกิจกรรมโปรแกรมท่องเที่ยวเพิ่มเติมจากที่มีอยู่ของเรือใหญ่ ซึ่งด้านหนึ่งจะช่วยทำให้มีฐานกิจกรรมขึ้นใหม่โดยใช้เรือพาย เรือแจว สำหรับบริการนักท่องเที่ยวจำนวนไม่มากนักในขณะเดียวกันก็สร้างงานพายเรือให้กับสมาชิกของกลุ่มได้อีกแขนงหนึ่ง



(3) กิจกรรมบริการท่องเที่ยวแบบใหม่จะ จะช่วยทำให้มีความคึกคักของการท่องเที่ยวในบริเวณนี้เป็นไปแบบไม่ขาดช่วง จะช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวโดยรวมของพื้นที่บริเวณนี้และพื้นที่ใกล้เคียง รวมทั้งจะนำมาซึ่งลูกค้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ว่าจะเป็นขนมกระเป๋า และของใช้จากใบจาก ฯลฯ

3) กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านสุดใจ (พื้นบ้าน) ตำบลแพรภษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

1.1) ผลการประเมิน-แผนงานจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ

(1) สร้างกิจกรรมทำคู่ขนานไปกับการเพาะเลี้ยงจิ้งหรีด เช่น การเลี้ยงกบ การเลี้ยงปลาหมอ ประสานขอความร่วมมือจากสถาบันอาหาร/มหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาช่วยพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ วิธีการผลิต เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา ตลอดจนการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์

(2) กลุ่มมีแผนที่จะผลิตน้ำจิ้ม-น้ำจิ้มหมูสะเต๊ะ/ขนมปังปิ้ง ส่งขายเพื่อสร้างรายได้เพิ่มแนวทางการพัฒนางานของกลุ่ม หากิจกรรมเพิ่มเติมเพื่อสร้างรายได้

(3) จัดระบบตลาดให้ขยายใหญ่ขึ้น เพื่อเพิ่มยอดขายโดยขยายจากเอเยนต์ 1 ราย ให้เพิ่มขึ้นเป็น 5 - 10 ราย รวมถึงการขยายตลาดขายปลีก โดยขยายไปยังร้านค้าชุมชน (ในรูปแบบผลิตภัณฑ์สด และแปรรูปแล้ว) และรถพุ่มพวง

(4) ทำกิจการร้านอาหาร โดยชุมผลิตภัณฑ์เป็นจุดขายทุกเมนูจะต้องมีผลิตภัณฑ์ของชุมชนเป็นส่วนประกอบในอาหาร

## 1.2) ข้อเสนอแนะ - แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

(1) รูปแบบของการจัดการช่องทางการขายจิ้งหรีด ที่เป็นไปทั้งการขายส่งผ่านเอเยนต์ไปยังโรงงาน กับขายรายย่อยโดยตรง โดยมีอัตราส่วน 70/30 นั้น สะท้อนให้เห็นว่า ตลาดจิ้งหรีดเหมาะที่จะจัดการแบบจัดให้มีเอเยนต์ไปตามโรงงานมากกว่าจะขายหน้าร้าน ทั้งนี้ก็เพราะ ผู้บริโภคจิ้งหรีด มักจะเป็นคนงานที่มาจากต่างจังหวัด (โดยเฉพาะภาคเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ) ซึ่งจะอาศัยอยู่กระจัดกระจายในกรุงเทพฯและปริมณฑล แต่มากระจุกรวมกันในที่ทำงาน/โรงงาน ดังนั้น ในเบื้องต้นควรจะจัดหาตัวแทนหรือเอเยนต์ในโรงงานอื่น ๆ หรือสถานที่ราชการหรือรัฐวิสาหกิจที่มีคนจำนวนมาก ทั้งในจังหวัดสมุทรปราการ กรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง ให้เป็นฐานการสร้างเป็นธุรกิจ เช่น จัดให้มีเอเยนต์ประมาณ 5-10 คน เพื่อสร้างรายได้ต่อเดือนประมาณ 150,000-300,000 บาท ซึ่งเหมาะที่จะพัฒนาเป็นวิสาหกิจขนาดย่อมได้

(2) ควรศึกษาความเป็นไปได้ที่จะเพาะเลี้ยงสัตว์พื้นบ้านอื่น ๆ ที่มีลักษณะเป็นอาหารพื้นบ้านในลักษณะเดียวกับจิ้งหรีด เช่น กบ ปลาหมอ ปลาดุกนา ฯลฯ อาจจะสามารถถึงผักและผลไม้พื้นบ้าน เพื่อจัดการขายไปยังผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นการเฉพาะซึ่งจะเป็นการสร้างธุรกิจจากการบริหารตลาดที่มีลักษณะเฉพาะ



# ส่วนที่ 5

## การติดตามและประเมินผล

แนวทางการติดตามและประเมินผลกำหนดให้มีการติดตาม ใน 3 รูปแบบ ดังนี้

### 1. การติดตามและประเมินผลโดยการประชุม

ผู้รับผิดชอบดำเนินการโครงการ สร้างกลุ่มสัมมาชีพผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) ได้แก่ คณะกรรมการอำนวยการและคณะทำงาน ขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างกรมการพัฒนาชุมชน กับมูลนิธิสัมมาชีพ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหน่วยงานริเริ่มธุรกิจเพื่อสังคม แห่งประเทศไทย (Thailand Social Business Initiative : TSBI) ตามคำสั่ง กรมการพัฒนาชุมชน ที่ 62/2561 ลงวันที่ 19 มกราคม พ.ศ.256 ประกอบด้วย ผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กับทุกหน่วยงาน ซึ่งประธานคณะกรรมการอำนวยการและคณะทำงานขับเคลื่อนฯ ใช้รูปแบบ การติดตามผลความก้าวหน้าและประเมินผลพร้อมทั้งสนับสนุนการดำเนินงาน แก่คณะทำงาน จากการจัดประชุมโดยมีสรุปผลที่ได้จากการติดตามในการจัดการประชุม สรุปดังนี้

- 1) จัดประชุมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่คณะทำงานและผู้เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดพื้นที่ดำเนินการ จัดทำ Model การขับเคลื่อน และจัดทำแผนปฏิบัติการ
- 2) จัดประชุมมอบหมายคณะทำงานปฏิบัติหน้าที่ตามแผนปฏิบัติการ
- 3) จัดประชุมเพื่อสรุปรายงานผลการดำเนินงานตามข้อ 1) และ 2)
- 4) จัดประชุมจัดทำแผนการขยายผลให้ครอบคลุมพื้นที่ 76 จังหวัด

### 2. การติดตามและประเมินผลโดยบุคคล

การติดตามโดยบุคคลเป็นการติดตาม ตรวจสอบ และสนับสนุนการดำเนินงาน ในระดับพื้นที่ โดยมีผลการติดตามสรุป ดังนี้

2.1 กลุ่มอาชีพสตรีแปรรูปอาหารบางเลน ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี



2.2 กลุ่มกรีนมาร์เก็ตซ์สมบุญณ์ ตำบลชัยสมบุญณ์ อำเภอวิเชียรบุรี จังหวัด เพชรบูรณ์



### 2.3 กลุ่มโรงสีข้าวชุมชนบ้านหนองอิน ตำบลควนรู อำเภอรัตนภูมิ จังหวัด

สงขลา



### 2.4 กลุ่มสตรีตำบลไทรคด (ไทรคด นา เล) ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัด

สงขลา



2.5 กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชมรมผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ ตำบลบ้านหัน อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ



2.6 กลุ่มผลิตและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (ข้าวหอมมะลิปลอดภัย) ตำบลคูเมือง อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร



2.7 กลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตร (กล้วยมุก-หอม) ตำบลเหมืองใหม่ อำเภอ  
อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม



2.8 กลุ่มชาวบ้านบางคันชิ่ง ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัด  
สุพรรณบุรี



2.9 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ตำบลเขาถ่าน อำเภอท่าฉาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี



2.10 กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทระเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ



## 2.11 กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านสุตใจ ตำบลแพรภษา อำเภอเมืองสมุทรปราการ



## 2.12 กลุ่มศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (เชิงเกษตร) ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี



ผลการติดตามประเมินผลในพื้นที่โดยบุคคล พบว่าในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจในแนวทางการขับเคลื่อนการสร้างกลุ่มสัมมาชีพผู้ประกอบการชุมชน (Community Entrepreneur : CE) และมีความพร้อมในการบริหารจัดการกลุ่มผู้ประกอบการชุมชนตามแนวทางที่ได้รับการสนับสนุนโดยใช้ Business Model ของกลุ่มที่ได้จากการร่วมกันจัดทำในการประชุมเชิงปฏิบัติการและองค์ความรู้ที่ได้จากการถ่ายทอดของวิทยากรเป็นเครื่องมือประกอบการของกลุ่มเพื่อให้สามารถพัฒนาและประกอบธุรกิจของกลุ่มต่อไปได้ เช่น กลุ่มวิสาหกิจบ้านคัมพัฒนา อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร ปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์จากข้าวปลอดภัย เป็นข้าวอินทรีย์ และกลุ่มกรีนมาร์เก็ตชัยสมบูรณ์ อำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์ ปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์จากการใช้บรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกใสเป็นถุงขีบกระดาศษีน้ำตาลเพื่อให้ดูทันสมัยสามารถทำการตลาดให้กว้างขึ้น เป็นต้น

### 3. การติดตามผลโดยการรายงาน

การติดตามผลโดยการรายงาน เป็นความร่วมมือระหว่างส่วนกลางโดยคณะทำงานขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับจังหวัด/อำเภอ/โดยเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบซึ่งกรมการพัฒนาชุมชนได้จัดสรรงบประมาณให้จังหวัด/อำเภอจัดประชุมกลุ่มอาชีพเป้าหมายในระดับพื้นที่ เพื่อติดตามประเมิน และรายงานผลการดำเนินงานให้กรมทราบตามแบบรายงานที่กำหนด ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป
2. ผลความก้าวหน้าการพัฒนากลุ่มสัมมาชีพสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน ข้อมูลภาพรวมของกลุ่ม/การพัฒนาผลิตภัณฑ์
3. กระบวนการพัฒนากลุ่มสัมมาชีพ การเพิ่มศักยภาพกลุ่ม/สมาชิกการบริหารจัดการกลุ่ม/การเพิ่มและพัฒนาศักยภาพกลุ่ม/สมาชิกกลุ่ม /การขยายผลสู่กลุ่มอื่น ๆ /ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในกลุ่ม/ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มฯ ประสบความสำเร็จ
4. ผลตอบแทน/ผลลัพธ์ทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์ และสร้างคุณค่า ต่อสังคม/ชุมชน

#	ข้อมูล/กิจกรรม	ริเริ่ม-2560 (เดิม)	2561-ปัจจุบัน (ใหม่)
1.	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม มีอะไรบ้าง		
2.	ลักษณะรูปแบบบรรจุภัณฑ์		
3.	กำลังการผลิตต่อเดือน(ปริมาณที่ผลิตได้)		
4.	ราคาผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย		
5.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
6.	ผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้หลัก ของกลุ่มได้แก่อะไรบ้าง		
7.	สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์		
8.	กลุ่มลูกค้าเป็นใครบ้าง		
9.	ช่องทางการจำหน่าย/ตลาด		
10.	ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน มีอะไรบ้าง		
11.	ทุนดำเนินการของกลุ่ม/เงินทุนหมุนเวียน ของกลุ่ม		
12.	จำนวนผู้รับผลประโยชน์ (รวมสมาชิกและคนในชุมชน)		
13.	ปัญหาที่พบในการผลิต ผลิตภัณฑ์มีอะไรบ้าง		
14.	มีการจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจหรือไม่ อย่างไร และกับหน่วยงานใดบ้าง		

## ผลการรายงานโดยสรุปตามประเด็น ดังนี้

1) ประเด็นความก้าวหน้าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าว บ้านหนองโสน จังหวัดสงขลา ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องเพื่อให้มีคุณภาพมากขึ้น เนื่องจากมีเครื่องคัดข้าวและเครื่องแยกเมล็ดสี และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้มีความสวยงาม สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และกลุ่มสบู่ตาลโดนด (โหนด นา เล) อำเภอ สทิงพระ จังหวัดสงขลา ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ ประเภทสบู่จากก้อนสบู่ก้อนสี่เหลี่ยมเป็นก้อน ที่มีลักษณะเหมือนลูกตาลโดนด ซึ่งมีความโดดเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของ ลูกค้าได้

2) กระบวนการเพิ่มศักยภาพกลุ่ม/สมาชิก/การบริหารจัดการกลุ่ม การบริหารจัดการกลุ่ม/องค์กร/การขยายผลสู่กลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มกรีนมาร์เก็ตชัยสมบุญ อำเภอ วิเชียรบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์ มีการสร้างเครือข่าย/ภาคีและเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ สู่ชุมชน และการเป็นต้นแบบในการศึกษาดูงานของกลุ่มอาชีพอื่นที่สนใจในชุมชน และ สร้างเครือข่ายวัตถุประสงค์ สู่ชุมชนข้างเคียง เป็นต้น

3) ผลตอบแทน/ผลลัพธ์ทางสังคม ผลตอบแทนสังคม ผลที่ก่อให้เกิดประโยชน์ และสร้างคุณค่าต่อสังคม/ชุมชน เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าว บ้านหนองโสน จังหวัดสงขลา มีการนำผลกำไรสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ภายในหมู่บ้าน ส่งผล ให้เกิดความสามัคคีในชุมชน คนในชุมชนให้การยอมรับต่อการสร้างประโยชน์ของกลุ่ม และเห็นถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มและมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมมากขึ้น



# ภาคผนวก





## จัดทำโดย

กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

ปีที่พิมพ์ : กันยายน 2561 จำนวน : 500 เล่ม

เลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ : (ISBN) 978-974-423-157-4

## ที่ปรึกษา

นายอภิชาติ ไตติลกเวชช์

นายทวีป บุตรโพธิ์

นายสมหวัง พ่วงบางโพ

นายโชคชัย แก้วป่อง

นายอุทัย ทองเดช

ดร.สุนทร คุณชัยมัง

ดร.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ

อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน

รองอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน

รองอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน

รองอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน

ผู้อำนวยการสำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน

ผู้อำนวยการมูลนิธิสืมาซิป

ผู้ทรงคุณวุฒิสถาบันไทยพัฒน์

## คณะผู้จัดทำ

นางสาวมนทิรา เข้มทอง ผู้อำนวยการกลุ่มงานประสานนโยบายและยุทธศาสตร์

นางสาวพิศมัย ปิ่นบุตร

นางสาวจันทนา ตั้งศักดิ์เจริญสุข

นางสาวสุชาดา ทศานนท์

นางสาววิลาสินี สุดสาร

นางสาวธิดาพรธณ มีแสงเงิน

นายอำเภอ มาพวง

นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ

นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ

นักจัดการงานทั่วไปชำนาญการ

นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ

นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ

นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ