

๒๐ ปี

พอช. CODI 2020

พลังองค์กรชุมชน
เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



พอช - CODI

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)
กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

ความหมายของเศรษฐกิจฐานราก

“เศรษฐกิจฐานราก” คือ ระบบเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น ที่ต้องสามารถพึ่งตนเอง เป็นระบบเศรษฐกิจที่มีคุณธรรม มีการช่วยเหลือเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน และเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาทุกด้าน ครอบคลุมทั้งพื้นที่ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม ผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน เป็นระบบที่มีลักษณะสร้างความเข้มแข็ง และสร้างความสัมพันธ์ทางแนวราบกับเศรษฐกิจแบบปัจเจก ในระบบที่มีลักษณะความร่วมมือ เป็นหุ้นส่วนร่วมกัน เพื่อพาสังคมไทยไปสู่ความยั่งยืน (นางสาวสมสุข บุญยะปัญญา ที่ปรึกษาคณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก)

มีการพัฒนา และการจัดการที่ครบวงจรโดยชุมชนท้องถิ่น ทั้งการสร้างทุนที่เข้มแข็ง มีการผลิตพื้นฐาน การแปรรูป การบริการ การตลาด การผลิตอาหาร และความจำเป็นพื้นฐานเพื่อการดำรงชีวิตต่างๆ สำหรับคนในพื้นที่อย่างพอเพียง และพัฒนาเป็นวิสาหกิจ เพื่อสังคมหรือธุรกิจของชุมชน ที่มีมิติของการเกื้อกูล เอื้อเฟื้อ และมีส่วนร่วมของคนในตำบล ทั้งขนาดย่อมหรือขนาดใหญ่ขึ้น โดยใช้ทั้งความรู้พื้นที่ที่สั่งสม หรือที่เป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมของพื้นที่ และมีการพัฒนาให้ทันสมัย พร้อมกับมีเทคนิควิทยาการ และความรู้เทคโนโลยี มาพัฒนาเพิ่มเติมให้เหมาะสมกับตลาด หรือสังคมเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพึ่งตนเอง มีรายได้มากกว่ารายจ่าย และพัฒนาเป็นผู้ผลิต ผู้สร้างงานบริการต่างๆ จากท้องถิ่นที่เข้มแข็ง สร้างสรรค์ หลากหลาย และเชื่อมโยงกับระบบตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ มีความหลากหลาย เพื่อเปิดโอกาสและแบ่งปันให้คนทุกกลุ่มทุกวัยสามารถมีพื้นที่ และมีโอกาสในการร่วมพัฒนาได้อย่างผสมผสานและสร้างสรรค์ รวมทั้งสามารถเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจอื่นๆ ได้อย่างดี อย่างมีฉันทามติ เป็นธรรม และมีความสัมพันธ์อย่างเท่าเทียม

ความหมายของแผนธุรกิจเพื่อชุมชน

(Community Business Model Canvas : CBMC)

“แผนธุรกิจเพื่อชุมชน” คือ การออกแบบแผนการดำเนินงานจัดการธุรกิจเพื่อชุมชนแบบองค์รวม (CBMC Holistic Management) ที่เกิดจากแบบจำลองทางธุรกิจเพื่อชุมชนที่เรียกว่า Community Business Model Canvas หรือ CBMC โดยให้ความสำคัญกับการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อชุมชน (Capacity Building) ทั้งในด้านการปรับเปลี่ยนความคิด (Mindset) และการเพิ่มทักษะความสามารถเฉพาะด้าน (Skillset) ประกอบด้วย การยกระดับความรู้ (Knowledge : K) การพัฒนาทักษะ (Skill : S) และการสร้างเครือข่าย (Network : N) โดยมีแบบจำลองทางธุรกิจ และแผนการดำเนินงาน (Business Model & Operation plan) เป็นเครื่องมือ หรือเรียกสั้นๆ ว่า การพัฒนา KSNB

หัวใจสำคัญของการจัดทำ “แผนธุรกิจเพื่อชุมชน” คือ การพัฒนาผู้นำองค์กรชุมชนให้เกิดความเข้าใจ และเปลี่ยนวิธีคิด ในการจัดทำธุรกิจของชุมชน จากการใช้ “เงินเป็นตัวตั้ง” มาเป็นการใช้ “ทุน” ที่เป็นปัจจัยทางการผลิตในการประกอบการ หรือการรู้จักใช้ “ปัจจัยการผลิต ที่ประกอบด้วย ธรรมชาติ ทุนที่เป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้น และหนึ่งสมองสองมือ” ที่สอดคล้องกับวิถีชุมชนมาเป็นตัวตั้ง และทำให้องค์กรชุมชนเกิดความมั่นใจว่า “องค์กรชุมชนสามารถจัดการธุรกิจได้ด้วยตนเอง” เป็นธุรกิจเพื่อชุมชน เพื่อคนในชุมชนท้องถิ่น เกิดการช่วยเหลือเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน เกิดการพัฒนาด้านต่างๆ ในพื้นที่ที่หลากหลายทั้งผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างเข้มแข็ง และยั่งยืน

กระบวนการจัดทำแผนธุรกิจเพื่อชุมชน (Community Business Model Canvas : CBMC)

2 กระบวนการ 11 ขั้นตอน

1 กระบวนการติดตั้ง KSNB และ CBMC

01 • ชี้แจงเป้าหมาย
• กระบวนการอบรม

รับรู้เป้าหมาย กระบวนการ
ในการจัดทำ CBMC

02 ปรับชุดความคิด “เศรษฐกิจ” และ
“ธุรกิจเพื่อชุมชน” คืออะไร?

กลุ่มเป้าหมาย
เกิดความเข้าใจในนิยามความหมาย
และความแตกต่างของคำ
ที่เกี่ยวข้องกับ “เศรษฐกิจ” และ
“ธุรกิจเพื่อชุมชน”

03 ปรับชุดความคิด
“แผนธุรกิจเพื่อชุมชน” เพื่อให้รู้จัก
“แบบจำลองทางธุรกิจ” (CBMC)
และ “ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อชุมชน”

รู้จักและเข้าใจ
ในการจัดทำแผนธุรกิจเพื่อชุมชน
และการใช้เครื่องมือ
“แบบจำลองทางธุรกิจ” (CBMC)
ตาราง 9 ช่อง/ข้อ

04 ทดลองทำ CBMC ใน 4 ข้อแรก
• ค้นหาจุดขายที่โดดเด่น
• ค้นหาลูกค้า (ชัดเจน-อนาคต)
• สื่อสารการตลาด
• ปิดการขาย

รู้จักและเข้าใจ
ในการจัดทำแผนธุรกิจเพื่อชุมชน
และการใช้เครื่องมือ
“แบบจำลองทางธุรกิจ” (CBMC)
ตาราง 9 ช่อง/ข้อ

05 ปรับชุดความคิด
“พฤติกรรมผู้บริโภคของมนุษย์”

ฝึกปฏิบัติเพื่อวิเคราะห์
พฤติกรรมผู้บริโภคของมนุษย์
(Need + Want)

2 กระบวนการติดตามเสริมพลัง

10 ติดตามเสริมพลัง ปรับปรุง
และ ถอดบทเรียน

• ถอดบทเรียนหลังจากเข้าร่วมอบรม
• ทบทวนการจัดทำแผน CBMC
9 ขั้นตอน

06 ปรับชุดความคิด
“การผลิตที่ยั่งยืน”

เกิดความเข้าใจระบบการผลิตที่ยั่งยืน
ด้วยการใช้ปัจจัยทางการผลิต 3 ปัจจัย
(1) ธรรมชาติ (2) ทุกสิ่งทุกอย่าง
ที่มนุษย์สร้างขึ้น (3) หนึ่งสมองสองมือ

07 ปฏิบัติการ (Workshop)
CBMC ข้อที่ 5 : ที่มาของรายได้

ทดลองทำ CBMC ข้อที่ 5 :
เพิ่มผลิตภัณฑ์และลูกค้า ลดค่าใช้จ่าย
ในการผลิต ปรับปรุงการประกอบการ
สร้างและรักษาแบรนด์

08 ปฏิบัติการ (Workshop)
CBMC ข้อที่ 6-9 : การผลิต การตลาด
การจัดการองค์กร

ทดลองทำ และฝึกปฏิบัติ
เพื่อให้กิจกรรมสำคัญในข้อที่ 5 , 4 ,
3 , 2 , 1 สำเร็จ (1) เพิ่ม
ผลิตภัณฑ์และลูกค้า (2) พัฒนา
ให้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อชุมชน
แบบมืออาชีพ (3) เรียนรู้และ
ค้นหาทุน เพื่อลดการใช้ “เงิน”
เพิ่มการใช้ “ทุน” (4) การสร้าง
แบรนด์และความภักดีต่อแบรนด์

09 ปฏิบัติการ (Workshop) CBMC :
จัดทำแผนดำเนินงาน
และปฏิบัติงาน

• ทดลองทำ และฝึกปฏิบัติ จัดทำแผน
ดำเนินงาน 5 ข้อ (1) กิจกรรมอะไร
(2) ทำอย่างไร (3) ใครรับผิดชอบ (4)
เสร็จเมื่อไหร่ (5) ใช้งบประมาณไหม
• ทดลองทำ และฝึกปฏิบัติ การจัดทำ
ปฏิบัติงาน 4 ข้อ (1) สรุ้เมื่อไหร่
(2) ใครรับผิดชอบ (3) กิจกรรมอะไร
(4) ใช้งบประมาณไหม

11 ดอกไม้ ผลิตซ้ำ
ทางความคิด

• กลุ่มนำแผน CBMC ไปปฏิบัติการ
จริงในธุรกิจของตนเอง
• แลกเปลี่ยนทางความคิด
กระบวนการ วิธีการทำ
และแก้ไขปัญหา/ข้อติดขัด
ผ่านปฏิบัติการจริง



ผลการดำเนินงานสนับสนุน

การพัฒนาเศรษฐกิจและชุมชน

ปี 2563

ปี 2563 พอช. สนับสนุนให้กลุ่มองค์กรเศรษฐกิจและทุนชุมชนใน 5 ภาค ได้มีการจัดทำแผนธุรกิจเพื่อชุมชน (CBMC : Community Business Model Canvas) ด้วยการส่งเสริมความเข้มแข็ง “ขีดความสามารถขององค์กรชุมชนในการทำธุรกิจ” (Capacity building) ด้วยกระบวนการให้องค์กรชุมชนมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ศักยภาพ วิเคราะห์ทุนภายในชุมชนของตนเอง เพื่อให้เกิดความเข้าใจ “ปรับเปลี่ยนวิธีคิด” (Mind set) จากการทำธุรกิจชุมชนที่ใช้ “เงินเป็นตัวตั้ง” มาเป็นการใช้ “ทุนที่ปัจจัยทางการผลิต” ที่ประกอบด้วย ธรรมชาติ ทุนที่เป็นทุกสิ่งทุกอย่าง ที่มนุษย์สร้างขึ้น และหนึ่งสมองสองมือ มาเป็นตัวตั้ง และพัฒนา “ทักษะความสามารถ” (Skill set) ในการจัดทำธุรกิจชุมชนจาก “มวยวัด” มาเป็น “มืออาชีพ” และให้องค์กรชุมชนเกิดความมั่นใจว่า “องค์กรชุมชนสามารถจัดการธุรกิจได้ด้วยตนเอง” เป็นธุรกิจเพื่อชุมชน เกิดการช่วยเหลือเอื้อเฟื้อแบ่งปันซึ่งกันและกัน เป็น “เครือข่าย” (Network) การเรียนรู้ ที่ส่งผลให้เกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ ในพื้นที่ที่หลากหลาย ทั้งผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างเข้มแข็ง และยั่งยืน

1. สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและทุนชุมชนกับองค์กรชุมชนทั่วประเทศ ให้มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและทุนชุมชน และแผนธุรกิจเพื่อชุมชน (CBMC : Community Business Model Canvas) ตั้งแต่ปี 2561-2563 รวม 1,799 ตำบล ครอบคลุมใน 3 คลัสเตอร์ ได้แก่ การผลิต (เกษตรอินทรีย์ เกษตรปลอดภัย วัสดุชีวภาพ) การแปรรูป-การตลาด (ตลาดสีเขียว ตลาดชุมชน) และการบริการ (ท่องเที่ยวโดยชุมชน)

ปี	แนวทางการสนับสนุน	จำนวน(ตำบล)
2560	จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและทุนชุมชน	513
2561	จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและทุนชุมชน	557
2562	จัดทำแผนธุรกิจเพื่อชุมชน	121
2563	จัดทำแผนธุรกิจเพื่อชุมชน	608

2. สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้นำตำบลแผนธุรกิจเพื่อชุมชน ให้มีความรู้ ความเข้าใจสามารถจัดทำแผนธุรกิจเพื่อชุมชนเป็น โดยจัดกระบวนการเรียนรู้อบรมเชิงปฏิบัติการ 2 รูปแบบ คือ 1) รูปแบบการเรียนรู้ออนไลน์ และ 2) รูปแบบการเรียนรู้ในห้อง (Face to Face) มีผู้นำที่ได้รับการพัฒนา จำนวน 1,216 คน 589 ตำบล

2.1 รูปแบบเรียนออนไลน์ จำนวน 3 รุ่น ผู้นำได้รับการพัฒนา จำนวน 433 คน 216 ตำบล

2.2 รูปแบบเรียนออฟไลน์ (Face To Face) ผู้นำได้รับการพัฒนา จำนวน 783 คน 373 ตำบล ได้แก่

ภาค	จำนวน(คน)	จำนวน(ตำบล)
กรุงเทพฯ ปริมณฑลและตะวันออก	190	83
เหนือ	318	159
กลางและตะวันตก	67	31
ใต้	208	100

3. ยกกระต๊อบตำบลแผนธุรกิจเพื่อชุมชน ให้เป็นศูนย์บ่มเพาะเศรษฐกิจและทุนชุมชน หรือศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจและทุนชุมชนระดับตำบล/อำเภอ/จังหวัด ในการถ่ายทอดความรู้ รวบรวมและกระจายผลผลิตของชุมชน โดยเชื่อมโยงกับเพจเฟซบุ๊ก “ตลาดนัดองค์กรชุมชน” จำนวน 11 ศูนย์ใน 5 ภาค ดังนี้

3.1 ภาคกรุงเทพฯ ปริมณฑลและตะวันออก จำนวน 4 ศูนย์ ได้แก่

- 3.1.1 ศูนย์บ่มเพาะเครือข่ายผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ตำบลเขาไม้แก้ว อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี
- 3.1.2 ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจแปรรูปสินค้าชุมชนเขตบางบอน กรุงเทพฯ
- 3.1.3 ศูนย์บ่มเพาะเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนจังหวัดตราด ศูนย์ประสานงานขบวนองค์กรชุมชนคนตราด
- 3.1.4 ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจชุมชนบ้านจำรุง ตำบลเนินฆ้อ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

3.2 ภาคกลางและตะวันตก จำนวน 1 ศูนย์ คือ ศูนย์สาธิตการตลาดครบวงจรตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี

3.3 ภาคเหนือ จำนวน 2 ศูนย์ ได้แก่

- 3.3.1 พื้นที่เรียนรู้เกษตรปลอดภัยสภาวะองค์กรชุมชนตำบลบ้านกลาง อำเภอสอง จังหวัดแพร่
- 3.3.2 วิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาบ้านเพชรชมพู ตำบลวัดโบสถ์ อำเภอเมือง จังหวัดตาก

3.4 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 1 ศูนย์ คือ พื้นที่เรียนรู้การแปรรูปข้าวเม่านำตำบลหนองโสน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์

3.5 ภาคใต้ จำนวน 3 ศูนย์ ได้แก่

- 3.5.1 ศูนย์เรียนรู้เกษตรอินทรีย์ ตำบลนาขา อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร
- 3.5.2 การท่องเที่ยวโดยชุมชนและธุรกิจไมซ์บ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่
- 3.5.3 การท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลตะโละกาโปร์ (บูตานารา) อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี

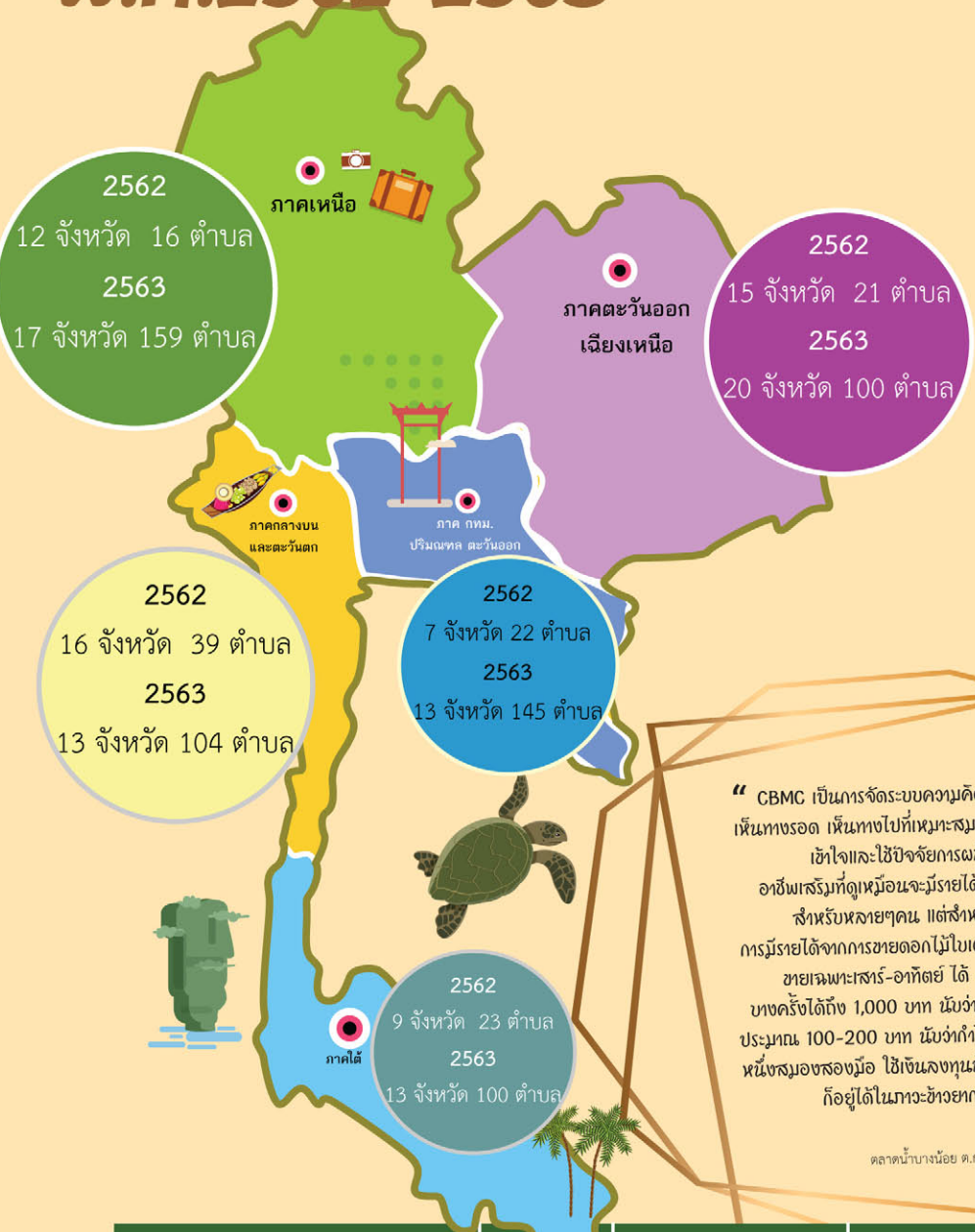
4. จัดทำฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์-สินค้าชุมชน และเชื่อมโยงไปสู่จัดทำเพจเฟซบุ๊ก “ตลาดนัดองค์กรชุมชน” เพื่อเป็นช่องทางในการซื้อขาย แลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์-สินค้าขององค์กรชุมชน และสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนออนไลน์ให้เกิดขึ้นทั่วประเทศ

“ CBMC เป็นเครื่องมือที่ดีได้อย่างถูกทาง
การทำธุรกิจของชุมชนไม่ได้ยากที่ใครๆ คิด
เพราะมันขึ้นอยู่กับการสร้างการเรียนรู้ให้กับคนในชุมชน ปลูกและปูทางให้ได้รับ
ได้เห็น ได้ทำตั้งแต่ยังเด็ก ดังนั้น จึงต้องเชื่อมโยงผู้คนที่ผู้สูงวัย คนทำงาน
เด็กเยาวชนคนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วม ให้ลูกหลานคนรุ่นต่อๆ
ไปได้อยู่ในชุมชนท้องถิ่นของตนเองอย่างมั่นคง ยั่งยืน และมีความสุข ”

นันทพงศ์ นาคฤทธิ์
ผู้ประสานงานชุมชนบ้านถ้ำเสือ ต.อ่าวลึกใต้ อ.อ่าวลึก จ.กระบี่



พื้นที่จัดทำแผนธุรกิจเพื่อชุมชน พ.ศ.2562-2563



“ CBMC เป็นการจัดระบบความคิด การคิดเชื่อมโยง เห็นทางรอด เห็นทางไปที่เหมาะสม เน้นการพึ่งพาตนเอง เข้าใจและใช้ปัจจัยการผลิตได้เต็มที่ อาชีพเสริมที่ดูเหมือนจะมีรายได้เพิ่มเพียงน้อยนิด สำหรับหลายๆคน แต่สำหรับตัวเองแล้ว การมีรายได้จากการขายดอกไม้ใบเตยที่ตลาดน้ำบางน้อย ขายเฉพาะเสาร์-อาทิตย์ ได้ 400-500 บาท บางครั้งได้ถึง 1,000 บาท นับว่ามาก เพราะหักต้นทุน ประมาณ 100-200 บาท นับว่ากำไรเยอะ เราเพียงลงแรง หนึ่งสมอสองมือ ใช้เงินลงทุนน้อย ใช้แรงตัวเองมาก ก็อยู่ได้ในภาวะข้าวยากหมากแพง ”

ชมพูนุท วงศาโรจน์
ตลาดน้ำบางน้อย ต.กระดังงา อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม

ภาค	ปี	การผลิต (เกษตรอินทรีย์-ปลอดสารพิษ/วัตถุดิบธรรมชาติ) จำนวน (ตำบล)	การแปรรูป-การตลาด (ตลาดสีเขียว/ตลาดชุมชน) จำนวน (ตำบล)	การบริการ (ท่องเที่ยวโดยชุมชน) จำนวน (ตำบล)	รวม จำนวน (ตำบล)
เหนือ	2562	8	7	1	16
	2563	44	83	32	159
ตะวันออกเฉียงเหนือ	2562	4	16	1	21
	2563	26	61	13	100
กลางและตะวันตก	2562	3	30	6	39
	2563	9	76	19	104
กทม. ปริมณฑล ตะวันออก	2562	0	19	3	22
	2563	22	110	13	145
ใต้	2562	0	12	11	23
	2563	16	64	20	100



ผลสำเร็จจากการนำแผนธุรกิจเพื่อชุมชนไปปฏิบัติ

*สังเคราะห์จากกรอบ “ตัวชี้วัดชุมชนเข้มแข็ง”

ผลผลิต (Output)

- ผู้นำองค์กรชุมชนได้รับการพัฒนา จำนวน 1,216 คน
- เกิดแผนธุรกิจเพื่อชุมชน (CBMC) จำนวน 608 ตำบล และมีข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน 608 ผลิตภัณฑ์

ผลลัพธ์ (Outcome)

- ผู้นำองค์กรชุมชนเกิดความเข้าใจและเปลี่ยนวิธีคิด จากการใช้ “เงินเป็นตัวตั้ง” มาเป็นการใช้ “ทุน” ที่เป็นปัจจัยทางการผลิต (ธรรมชาติ ทุนที่เป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้น และหนึ่งสมองสองมือ) ที่สอดคล้องกับวิถีชุมชนมาเป็นตัวตั้งในการประกอบการ
- ผู้นำองค์กรชุมชนเกิดความมั่นใจว่า สามารถจัดการธุรกิจด้วยตนเองได้ เป็นธุรกิจเพื่อคนในชุมชนท้องถิ่น

ผลกระทบ (Impact)

- เกิดการช่วยเหลือเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน เอื้อให้เกิดการพัฒนา ด้านต่างๆ ในพื้นที่ ทั้งผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ

ผลผลิต (Output)

- เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพในกลุ่มองค์กรต่างๆ กว่า 600 กลุ่มองค์กร

ผลลัพธ์ (Outcome)

- เกิดการกระจายรายได้สู่คนในชุมชนไม่น้อยกว่า เดือนละ 15,000 บาทต่อครัวเรือน ที่เป็นสมาชิกอยู่ใน 600 กลุ่มองค์กร
- มีเครื่องอุปโภค บริโภค และการบริการที่ปลอดภัยจากวัตถุพิษ และผลิตภัณฑ์ ที่คนในชุมชนผลิตเอง

ผลกระทบ (Impact)

- สมาชิกในชุมชนมีสุขภาพกาย-ใจที่แข็งแรง
- เกิดระบบการผลิตที่พึ่งตนเอง (การเงิน และวัตถุดิบ)
- มีผลิตภัณฑ์ที่มีจุดขายเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน
- มีระบบการดูแลสุขภาพธรรมชาติที่ส่งต่อถึงรุ่นลูกหลาน
- เป็นผู้มีจิตสาธารณะพร้อมที่จะออกไปร่วมกิจกรรมพัฒนาชุมชนท้องถิ่น



ผลผลิต (Output)

- เกิดการขยายเครือข่ายกลุ่มสมาชิกไปยังกลุ่มทางสังคมต่างๆ ในชุมชน เช่น อสม. รพ.สต. กองทุนหมู่บ้าน กองทุนสวัสดิการชุมชน เครือข่ายที่อยู่อาศัยชุมชนเมือง เป็นต้น

ผลลัพธ์ (Outcome)

- สมาชิกกลุ่มองค์กรครอบคลุมคน 3 วัย (ผู้สูงอายุ คนทำงาน เยาวชน) ด้วยหลักการทำงาน “บวร” (บ้าน วัด โรงเรียน)
- จัดกลไกการบริหารภายในกลุ่มอย่างชัดเจน แบ่งบทบาทหน้าที่ตามแผนการดำเนินงาน และจัดสรรแบ่งปันผลประโยชน์ดูแลซึ่งกันและกัน และดูแลทรัพยากรสิ่งแวดล้อม
- พัฒนาแผนธุรกิจเพื่อชุมชนระดับกลุ่มองค์กร เป็นแผนธุรกิจเพื่อชุมชนระดับตำบล (TBMC-Tombon Business Model Canvas) โดยใช้สภาองค์กรชุมชนเป็นกลไกสำคัญ

ผลกระทบ (Impact)

- ยกระดับกลุ่มองค์กรชุมชนเป็นศูนย์บ่มเพาะเศรษฐกิจและทุนชุมชนเพื่อเป็น แหล่งเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้ของ ชุมชน จำนวน 11 ศูนย์
- สมาชิกในชุมชนสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ภายใต้สถานการณ์ภัย พิบัติต่างๆ เช่น การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ภัยแล้ง น้ำท่วม เป็นต้น เพื่อแม่และดูแลกันและกันได้
- เป็นเครือข่ายการเรียนรู้ และเครือข่ายแลกเปลี่ยน ผลิตภัณฑ์ และสินค้าของชุมชนที่เน้นการแบ่งปันมากกว่ากำไร

ผลผลิต (Output)

- มีโครงการและกิจกรรมความร่วมมือกับท้องที่ ท้องถิ่น และ หน่วยงาน เช่น การพัฒนาศักยภาพสมาชิก การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ได้มาตรฐาน การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การพัฒนาระบบการตลาดกับท้องที่ (ก้านัน ผู้ใหญ่บ้าน) สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาวิทยาลัย กศน. โรงเรียน) หน่วยงานของรัฐ (กรมการพัฒนาชุมชน พอช. พัฒนาสังคมจังหวัด) ท้องถิ่น (สำนักงานเขต เทศบาล อบต.) นายอำเภอ ภาคธุรกิจเอกชน (ททท. ธนาคาร ธกส. ออมสิน ทหารไทย บ.ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด มหาชน) สนง.ส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล : ดีป้า ฯลฯ

ผลลัพธ์ (Outcome)

- กลุ่มองค์กรชุมชนได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการทำกิจกรรม และพัฒนาระบบไฟฟ้า ถนนภายในชุมชน จากท้องที่ ท้องถิ่น และหน่วยงาน
- ผู้นำองค์กรชุมชนได้เข้าร่วมเป็นคณะทำงานพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในระดับชาติ และในระดับอำเภอ และจังหวัด

ผลกระทบ (Impact)

- ท้องถิ่น (เทศบาล อบต.) มีนโยบายและแผนการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มองค์กรชุมชนอย่างต่อเนื่อง

7

ขั้นตอน

การพัฒนาเศรษฐกิจและทุนชุมชน



1

2

3

4

5

6

7



ติดต่อเรา



พอช - CODI

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

912 ถนนนวมินทร์ แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

โทรศัพท์ 0-2378-8300 โทรสาร 0-2378-8376

E-mail : codi@codi.or.th , Website : <http://www.codi.or.th>