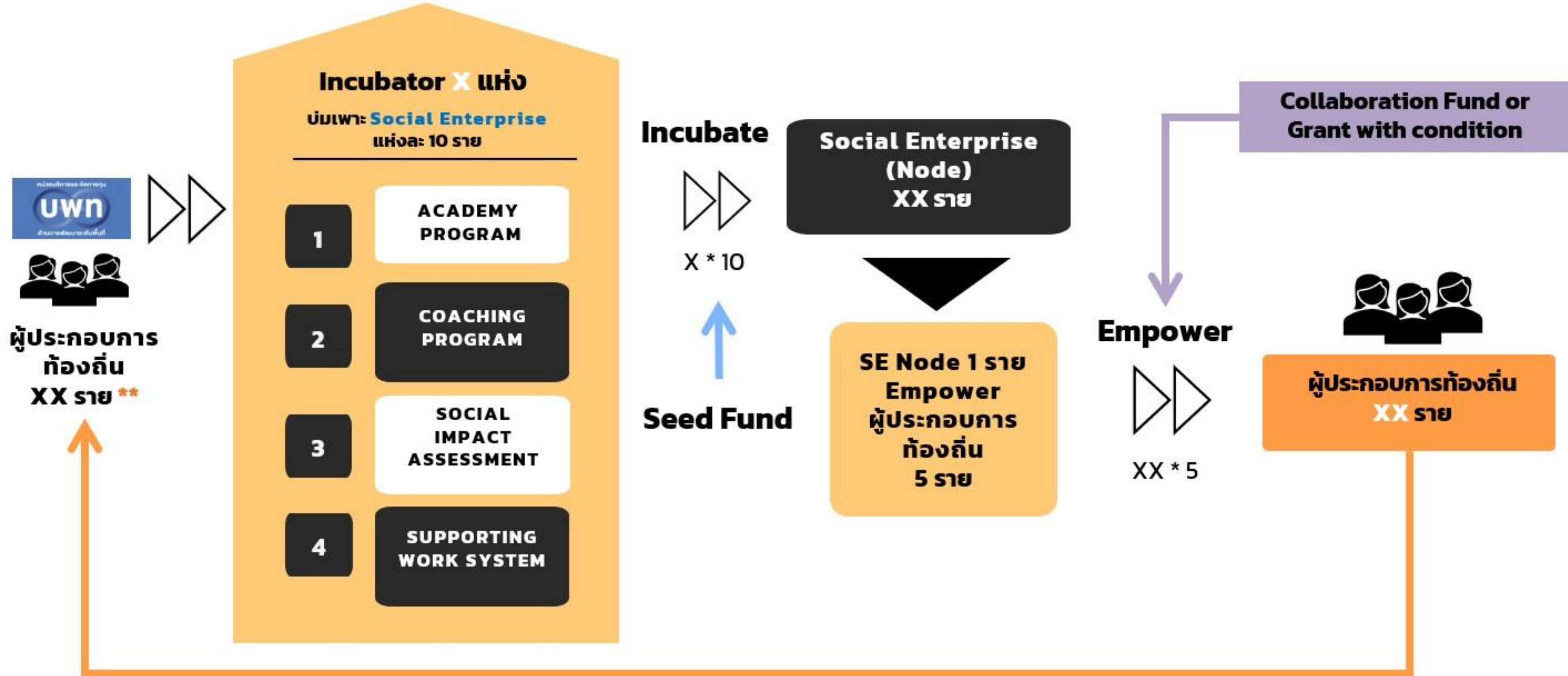


Social Enterprise Incubation Platform : **Pilot Program**



** คัดเลือกผู้ประกอบการท้องถิ่น (LE) มีศักยภาพและมีเป้าหมายหลักเพื่อสังคม

กลไกการบ่มเพาะวิสาหกิจเพื่อสังคม

การบ่มเพาะผู้ประกอบการ				ระบบสนับสนุน
Pre-Incubation (1 เดือน)	Module 1 พื้นฐานวิสาหกิจ เพื่อสังคม	Module 2 การพัฒนาโมเดล ธุรกิจสำหรับเริ่มต้น วิสาหกิจเพื่อสังคม	Module 3 การเงินเบื้องต้นและ แหล่งทุนสำหรับ วิสาหกิจเพื่อสังคม	1) จัดสรรงบประมาณการอบรมเชิงปฏิบัติการ 2) อบรมเชิงปฏิบัติการ และจัดทำฐานข้อมูล 3) หน่วยงานและบุคคล ที่มีความรู้ ความสามารถในการเป็นโค้ชและที่ปรึกษา 4) สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนเพื่อเปิดโอกาสให้วิสาหกิจชุมชน
	สรรหา โค้ช/ที่ปรึกษา	Matching โค้ช/ที่ปรึกษา		
Incubation (2 เดือน)	Matching โค้ช/ที่ปรึกษา - กลุ่มเกษตร - กลุ่มท่องเที่ยว - กลุ่มเปราะบาง	โค้ช/ที่ปรึกษา ให้คำแนะนำตาม โมเดล ธุรกิจ แผนธุรกิจและ แหล่งทุนสนับสนุน	Module 4 ศึกษาดูงานองค์กร ต้นแบบ	1) แหล่งทุนเพื่อการพัฒนา 2) หน่วยงานจัดทำฐานข้อมูลเพื่อจับคู่ (Matching) 3) โค้ชและที่ปรึกษา ที่ผ่านการสรรหาและการอบรมก่อนปฏิบัติหน้าที่ 4) หน่วยงานส่งเสริมมาตรฐานคุณภาพ
	โค้ช/ที่ปรึกษา ปฏิบัติหน้าที่			
Post-Incubation (1 เดือน)	1) จัดเตรียมกลไกสนับสนุน 2) ติดตามผลการดำเนินงานของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ (โค้ช/ที่ปรึกษา ให้คำแนะนำ) 3) จัดเตรียมข้อมูล เอกสาร หลักฐาน ประกอบการตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคม 4) ช่วยเหลือเพื่อขึ้นทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคม			1) หน่วยงานภาครัฐ ที่รับผิดชอบในการขึ้นทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคม (SE) 2) หน่วยงานจัดทำฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการติดตามผลกระทบทางสังคม 3) หน่วยงานเชื่อมโยง เพื่อส่งมอบวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการไปยังหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ
	ประเมิน โค้ช/ที่ปรึกษา	จัดทำฐานข้อมูลโค้ชและที่ปรึกษา		

1

โปรแกรมการเสริมสร้างความรู้สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise Academy Program)

Module 1 หลักสูตรพื้นฐาน (15 ชั่วโมง)

- แนวคิดเบื้องต้นสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise :SE) : 12 ชั่วโมง
- หลักสูตรมาทีกาบาลสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม : 3 ชั่วโมง

Module 2 หลักสูตรการพัฒนาโมเดลธุรกิจ (21 ชั่วโมง)

- พื้นฐานโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas : BMC) สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม : 3 ชั่วโมง
- ห่วงโซ่คุณค่าและผลกระทบทางสังคม (Social Value Chain) : 3 ชั่วโมง
- การบริหารลูกค้าเป้าหมาย (Customer Relation Management : CRM) : 3 ชั่วโมง
- การตลาดและวิธีการนำเสนอสินค้าและบริการ (Sales and Marketing) : 3 ชั่วโมง
- การบริหารความร่วมมือ (Collaboration Management) : 3 ชั่วโมง
- นวัตกรรมและการเพิ่มผลผลิต (Innovation and Productivity) : 6 ชั่วโมง

Module 3 หลักสูตรการเงินเบื้องต้น (9 ชั่วโมง)

- พื้นฐานการเงินและการทำบัญชีแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม : 6 ชั่วโมง
- การหาแหล่งทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม : 3 ชั่วโมง

Module 4 ภาคปฏิบัติ (15 ชั่วโมง)

- ศึกษากระบวนการธุรกิจ และ ผลกระทบทางสังคม : 9 ชั่วโมง
- วิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จ และ การทำ Benchmarking : 6 ชั่วโมง

ระบบและกลไกการโค้ชและการให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง (Coaching and Consulting Program)

1 กระบวนการโค้ชและที่ปรึกษา

- 1) **กำหนดคุณสมบัติของโค้ช และสรรหา** โค้ชและที่ปรึกษา
- 2) **อบรม** โค้ชและที่ปรึกษา ด้วย 5 หัวข้อ (12 ชั่วโมง)
- 3) **ประชุมให้ข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชน** ต่อโค้ชและที่ปรึกษา และ **Matching**
- 4) **การปฏิบัติหน้าที่** โค้ช เดือนละ 2 session และที่ปรึกษา เดือนละ 1 ครั้ง
- 5) **ประเมินผล** โดยจัดประชุมกลุ่มย่อย และแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- 6) **มอบเกียรติบัตร และจัดทำฐานข้อมูลความรู้ และฐานข้อมูล** โค้ชและที่ปรึกษา

2 คุณสมบัติของโค้ชและที่ปรึกษา

- **Experience (E1)** : มีประสบการณ์เกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม และเข้าอบรมกระบวนการโค้ช
- **Exchange (E2)** : ความสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- **Explain (E3)** : ความสามารถอธิบายถ่ายทอดความรู้เรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย

3 หลักสูตรในการอบรมโค้ชก่อนปฏิบัติหน้าที่

พัฒนากทักษะโค้ชสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม (SE Coach) ประกอบด้วย 5 หัวข้อ ดังนี้

- 1) **Goal Setting** การตั้งเป้าหมายร่วมกัน
- 2) **Active listening** การฟังอย่างตั้งใจ
- 3) **Powerful Questioning** การตั้งคำถามทรงพลัง
- 4) **Positive Feedback** การให้ข้อมูลป้อนกลับเชิงบวก
- 5) **Motivation and Inspiration** การจูงใจและสร้างแรงบันดาลใจ

4 เครื่องมือการโค้ชด้วย GROW Model



- **เพื่อให้โค้ชมีความเข้าใจกระบวนการโค้ช** ตามหลักการสากลที่เป็นที่ยอมรับ
- **เครื่องมือหลักที่จะใช้สนทนา** พูดคุย ให้ความช่วยเหลือโค้ชอย่างเป็นระบบ
- **การเริ่มต้นค้นหาศักยภาพของโค้ช** จนถึงขั้นบ่มเพาะความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้โค้ชชี้แสดงศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่ถูกต้อง เหมาะสมและพอเพียง

5 โปรแกรมการอบรมและปฏิบัติหน้าที่ของโค้ชและที่ปรึกษา

- 1) **อบรมทักษะการโค้ช** : อบรมเชิงปฏิบัติการ ผสมผสานระหว่างการบรรยาย การอภิปรายกลุ่ม และการจับคู่ฝึกทักษะการโค้ช โดยกำหนดชั่วโมงฝึก ไม่ต่ำกว่า 6 ชั่วโมง
- 2) **ประชุมโค้ชและที่ปรึกษา** : 1) ชี้แจงบทบาทหน้าที่ระหว่างโค้ชและที่ปรึกษา 2) แจกข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชน
- 3) **โค้ชและที่ปรึกษาปฏิบัติหน้าที่** : โค้ชปฏิบัติหน้าที่เดือนละ 2 Sessions ที่ปรึกษาปฏิบัติหน้าที่เดือนละ 1 ครั้ง
- 4) **ประชุมความคืบหน้าโค้ชและที่ปรึกษา** : ติดตามความคืบหน้า และ แนวทางแก้ปัญหา
- 5) **ประชุมกลุ่มย่อย** : แลกเปลี่ยนประสบการณ์ สรุปบทเรียน

6 เครื่องมือประเมินผลการโค้ชและการให้คำปรึกษา

Check List 12 รายการ
เพื่อประสิทธิภาพ
และประสิทธิผล
ของการโค้ชและ
การให้คำปรึกษา

Coaching Checklist with GROW Model	
เปิดการสนทนา (Opening)	
1.	กล่าวทักทาย ชวนคุย สร้างบรรยากาศกันเองแล้วบอกบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจน (Permission)
2.	มีการขยายความ ทบทวนประเด็น และเป้าหมาย เพื่อให้เข้าใจตรงกัน (Placement)
การฟังเชิงรุก (Active Listening)	
3.	ตั้งใจรับฟังปัญหาและความต้องการ ในระดับที่ลึกกว่าสิ่งที่เห็นทางกายภาพ
4.	สะท้อนในสิ่งที่สมาชิกได้พูดเหมือนกระจกเงาตามสมควร (Mirroring)
การใช้คำถามที่ทรงพลัง (Powerful Question)	
5.	ใช้คำถามที่มีพลัง อย่างเหมาะสม เพื่อให้ได้รากของปัญหา และ ความต้องการที่แท้จริง
6.	ใช้คำถามกระตุ้นให้เกิดปัญญา (Insight) และแรงบันดาลใจ (Inspiration) พร้อมปฏิบัติด้วยตนเอง
7.	ใช้คำถามกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึง (Participation)
การแบ่งปันความรู้และประสบการณ์	
8.	แบ่งปัน ข้อมูล ความรู้ วิธีปฏิบัติ วิธีแก้ปัญหา แนวทางการพัฒนาที่เป็นไปได้
9.	กระตุ้นให้ผู้รับการโค้ช/รับคำแนะนำ เกิดการค้นหาความจริงที่เกิดขึ้นด้วยตนเอง (Reality)
10.	กระตุ้นให้ผู้รับการโค้ช/รับคำแนะนำ ค้นหาทางเลือกด้วยตนเอง (Options)
ปิดการสนทนา (Closing)	
11.	ทวนสอบเป้าหมาย และแผนงานที่จะทำต่อไปให้สำเร็จ (Way forward)
12.	ปิดการสนทนาอย่างสร้างสรรค์ กล่าวชื่นชม ให้กำลังใจ เชื่อมโยงว่าประสบความสำเร็จ

1

วิเคราะห์โมเดลธุรกิจ

โมเดลธุรกิจและแผนธุรกิจ

2

วิเคราะห์วัตถุประสงค์

3

กำหนดตัวชี้วัดทางสังคม

ฐานข้อมูลตัวชี้วัด

4

จัดทำข้อมูลตัวชี้วัดและผลลัพธ์เชิงสถิติ

Social Impact Indicators

5

วิเคราะห์ผลลัพธ์ทางสังคม

6

นำเสนอรายงาน

ตัวอย่าง

Social Impact Indicators

- 1) ด้านเศรษฐกิจ
 - รายได้เพิ่ม
 - ต้นทุนลด
 - การจ้างงานเพิ่ม
- 2) ด้านชุมชนและสังคม
 - บุคคลพิการได้รับการยอมรับเพิ่มขึ้น
 - สุขภาวะคนดีขึ้น
 - สภาพชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น
- 3) สิ่งแวดล้อม
 - ลดการใช้สารเคมี
 - จำนวนพื้นที่สีเขียวเพิ่ม
 - จำนวนเครือข่ายเกษตรอินทรีย์เพิ่ม

ระบบงาน สนับสนุน

Pre-Incubation (1 เดือน)

- 1) จัดสรรงบประมาณการอบรมเชิงปฏิบัติการ
- 2) อบรมเชิงปฏิบัติการ และจัดทำฐานข้อมูล
- 3) หน่วยงานและบุคคล ที่มีความรู้ ความสามารถในการเป็นโค้ชและที่ปรึกษา
- 4) สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนเพื่อเปิดโอกาสให้วิสาหกิจชุมชน

Incubation (2 เดือน)

- 1) แหล่งทุนเพื่อการพัฒนา
- 2) หน่วยงานจัดทำฐานข้อมูลเพื่อจับคู่ (Matching)
- 3) โค้ชและที่ปรึกษา ที่ผ่านการสรรหาและการอบรมก่อนปฏิบัติหน้าที่
- 4) หน่วยงานส่งเสริมมาตรฐานคุณภาพ

Post-Incubation (1 เดือน)

- 1) หน่วยงานภาครัฐ ที่รับผิดชอบในการขึ้นทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคม (SE)
- 2) หน่วยงานจัดทำฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการติดตามผลกระทบทางสังคม
- 3) หน่วยงานเชื่อมโยง เพื่อส่งมอบวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการไปยังหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ

หมายเหตุ หลังจากเสร็จสิ้น Post-Incubation (4 เดือน) แล้ว ควรส่งต่อไปกับศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ตั้งขึ้นใหม่ หรือส่งต่อไปกับหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา (UBI) หรือ อุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาค ซึ่งมีศักยภาพความพร้อมทางด้านบุคลากร สถานที่ อาคาร เครื่องมือ อุปกรณ์ ห้องปฏิบัติการวิจัยและนวัตกรรม

หลักเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

แนวทางการคัดเลือกตามหลักเกณฑ์ 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

คัดเลือกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographic) ได้แก่

- ภาคเหนือ
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ภาคกลาง
- ภาคตะวันออก
- ภาคใต้

คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามหลักประชากรศาสตร์ (Demographic)

จำแนกตามประเภทของวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจเพื่อสังคม

- กลุ่มเปราะบาง
- แปรรูปสินค้าเกษตร
- บริการท่องเที่ยวชุมชน
- สินค้าหัตถกรรม
- บริการด้านสุขภาพ

รายชื่อวิสาหกิจชุมชนระยะเริ่มต้นจำแนกตามกลุ่ม (14 แห่ง)

สินค้าเกษตร

1. วิสาหกิจชุมชนออร์แกนิกพบพระ จ.ตาก
2. วิสาหกิจชุมชนธรรณอินทรีย์ จ.สกลนคร
3. วิสาหกิจชุมชนราษฎร์นิยมเพื่อการผลิตทางการเกษตร จ. บุรีรัมย์
4. กลุ่มวิสาหกิจผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ภูเขาไฟบ้านเขาคอก จ. บุรีรัมย์
5. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรพอเพียงบ้านไทรงาม จ. เพชรบูรณ์
6. วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง วชิรบำรุง จ. พิจิตร
7. วิสาหกิจชุมชน สุดยอดเกษตรอินทรีย์ จ. เพชรบุรี
8. วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมทุ่งหลวง จ. ชุมพร
9. วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ดอนทราย จ. พัทลุง

เทคโนโลยีการเกษตร

1. บริษัทไอ.พี. รีซอร์สเซส จำกัด จ.ลำปาง

ท่องเที่ยวชุมชนและธรรมชาติ

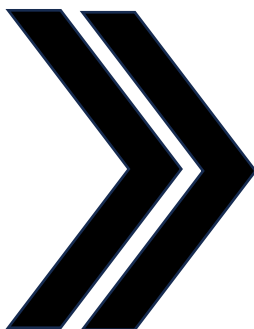
1. ชุมชนท่องเที่ยวบ้านบวกจัน (บวกจัน แคมป์ปิ้งฟาร์ม) จ. เชียงใหม่
2. ชุมชนโฮมสเตย์บ้านท่าขันทอง จ. เชียงราย

ศิลปวัฒนธรรม

1. ชั่วศิลปะ หอศิลป์ เชียงราย (Art Bridge Chiang Rai) จ. เชียงราย

กลุ่มผู้เปราะบาง เด็ก สตรีผู้สูงอายุ

1. บริษัท ออทีสติกไทย วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด กรุงเทพมหานคร



สินค้าเกษตร

1. วิสาหกิจชุมชนออร์แกนิกพบพระ จ.ตาก
2. วิสาหกิจชุมชนธรรณอินทรีย์ จ.สกลนคร

ท่องเที่ยว

3. ชุมชนท่องเที่ยวบ้านบวกจัน (บวกจัน แคมป์ปิ้งฟาร์ม) จ. เชียงใหม่

เปราะบาง

4. บริษัท ออทีสติกไทย วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด กรุงเทพมหานคร

หมายเหตุ: คณะทำงานฯ ได้สื่อสารไปยังเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนแต่ละภูมิภาคที่มีความสนใจต้องการยกระดับองค์กรเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม จำนวน 200 ราย มีวิสาหกิจชุมชนแจ้งความประสงค์เข้าร่วมโครงการจำนวน 14 ราย

1

วิสาหกิจชุมชนออร์แกนิกพบพระ


อ. พบพระ จ. ตาก

นางสาวพรนภา ไหวหาร
เริ่มดำเนินงาน : ปี 2564

ผลิตภัณฑ์

- โกโก้แมส
- ผงโกโก้
- บัสเตอร์โกโก้
- เมล็ดโกโก้แห้ง
- โกโก้ nibs
- ช็อกโกแลต



วิสาหกิจชุมชนออร์แกนิกพบพระ มีวิสัยทัศน์ มุ่งส่งเสริมเกษตรกรปลูกพืชเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้อย่างมั่นคง มีพันธกิจสำคัญ คือ การพลิกคืนพื้นป่า ตากตะวันตกและบริเวณใกล้เคียง และการส่งเสริมความรู้เกษตรกรปลูกพืชและเกษตรกรปลอดภัยจากสารเคมี เข้าสู่เกษตรอินทรีย์อย่างยั่งยืน

พันธมิตร

- มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร และวิทยาลัยชุมชนจังหวัดตาก
- ประชาธิปไตยสามัคคีตาก และ พัฒนาชุมชนตาก


กลุ่มวิสาหกิจชุมชนออร์แกนิก
วิสาหกิจชุมชนออร์แกนิก Manee cocoa

63 ฤกษ์ใจ • ผู้ติดตาม 69 คน



ความต้องการของผู้ประกอบการ

- **แหล่งทุน** เพื่อผลิตปุ๋ยอินทรีย์ และอาหารสัตว์ จากเปลือกโกโก้ ที่ปลอดภัยจากสารเคมี เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพิ่มธาตุอาหารที่พืชต้องการและนำกลับขายให้กับสมาชิกในราคาที่เป็นธรรม
- **เทคโนโลยี** เพื่อย้ายกำลังการผลิต สร้างโรงคัดแยกที่ได้มาตรฐาน GHP
- **พัฒนาระบบบริหารจัดการ** เพื่อมุ่งสู่การเป็นธุรกิจเพื่อสังคม





อ. กุดบาก จ. สกลนคร



นางรุ่งเรือง ไทยเหนือ

เริ่มดำเนินงาน : ปี 2564

ผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตร

- ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ 105
- เห็ดอินทรีย์

พืชผักปลอดสารพิษ

ผักสวนครัว ผักสมุนไพร ผักเศรษฐกิจ เห็ดนางฟ้า เห็ดขอนขาว ฯลฯ



ผักสวนครัว

พร้อมทาน ไม่ใช้สารเคมี และยาฆ่าแมลง ปลอดภัย



สวนสมุนไพร

สมุนไพรพื้นบ้าน เช่น ฟักทะลายโจร ใบบัวบก ฯลฯ



เห็ดสดรสอร่อย

เห็ดนางฟ้า เห็ดขอนขาว เห็ดนางรมทอง เห็ดนางรมขาว ฯลฯ



รวมตัวเกษตรกรและประชาชนเพื่อสร้างพื้นที่กลางในการใช้พื้นที่ราชพัสดุ เนื้อที่ประมาณ 27 ไร่ ใน อ.กุดบาก จ.สกลนคร ปลูกพืชผักสวนครัว ผลไม้ ฯลฯ และมีกิจกรรมการแปรรูป

- ศูนย์อบรมเกษตรกรอินทรีย์ เกษตรธรรมชาติ
- แหล่งเรียนรู้ชุมชนส่งเสริมอาชีพและวัฒนธรรมท้องถิ่น
- เกษตรแปรรูปผลิตภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร
- ส่งเสริมการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมสากล
- เชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ ฯลฯ

พันธมิตร

- มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร และ มทร.สกลนคร



ความต้องการของผู้ประกอบการ

- เทคโนโลยีการแปรรูปเห็ด เช่น ลูกชิ้นเห็ด เห็ดยอ ฯลฯ
- พัฒนาระบบบริหารจัดการเพื่อมุ่งสู่การเป็นธุรกิจเพื่อสังคม
- จัดทะเบียนเป็นกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม



อ. อำเภอมะริม จ.เชียงใหม่



นายพันธุ์ณรงค์ ฅนภัทรธนพงศ์

เริ่มดำเนินงาน : ปี 2563

บริการ

- ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ป่าชุมชน ป่าดิบ เขาต่ำ ป่าสน ทะเลหมอก
- ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าม้ง การละเล่น การค้าขายตลาดชุมชนเผ่าชาติพันธุ์
- ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ สวนเกษตร สวนผัก สมุนไพร สวนกุหลาบ ฯลฯ



แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ บ้านบวกจัน มีผู้นำเป็นนักศึกษาชาวม้ง เรียนจบแล้วกลับบ้านเกิด มีความคิดทันสมัย โดยกิจกรรมมีดังนี้

- “รถล้อเลื่อนไม้” หรือ “ฟอร์มูล่าม้ง”
- กิจกรรมเดินป่า เป็นป่าเขตร้อนที่มีพืชพันธุ์และสัตว์ป่าที่อุดมสมบูรณ์
- การเรียนรู้วิถีเกษตร กับกิจกรรมพาเที่ยวชม สวนเกษตร อาทิ เช่น สวนเกษตรแปลงผักสมุนไพรไทยและฝรั่ง แปลงดอกกุหลาบ
- หอดูไฟจุดชมวิว 360 องศา

จุดเด่น

- ผู้นำมีความคิดทันสมัย และพร้อมเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม



เส้นทางศึกษาธรรมชาติ
บ้านบวกจัน
CHIANG MAI



ความต้องการของผู้ประกอบการ

- การสื่อสารทางการตลาด สำหรับกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นและวัยทำงาน ที่รักธรรมชาติ แต่เดินทางสะดวกใกล้ตัวเมือง
- แหล่งทุนเพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนที่เข้าร่วมเป็นเจ้าของ/พันธมิตร
- องค์ความรู้เกี่ยวกับการเป็น SE
- สร้างแนวคิดการเป็น SE ให้กับชาวบ้าน / ชนเผ่า /ชุมชนเจ้าของพื้นที่



เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ



นายชูศักดิ์ จันทยานนท์

เริ่มดำเนินงาน : ปี 2562

บริการ

- การพัฒนาบุคคลออทิสติก ซึ่งมีภาวะระบบประสาททำงานซับซ้อนให้สามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้คนในสังคมได้อย่างปกติและมีความสุข

ผลิตภัณฑ์

- งานศิลปะที่เกิดจากฝีมือเด็กออทิสติก "ART STORY"
- ร้านกาแฟ "For All Coffee"



มูลนิธิออทิสติกไทย ได้ก่อตั้ง บริษัท ออทิสติกวิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการฝึกอาชีพและมีงานทำของบุคคลออทิสติกและครอบครัว โดยมีการกิจสำคัญ คือ ส่งเสริมการสื่อสารองค์กร ให้เป็นที่รับรู้ของสังคม ในศักยภาพของบุคคลออทิสติก เพื่อเป็นโอกาสในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผ่านการเรียนรู้ฝึกฝนในวิชาชีพ และการทำงาน

จุดเด่น

- มีความพร้อมเป็นต้นแบบ ขยาย Platform ไปยังวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินงานโดยบุคคลออทิสติก

พันธมิตร

- สมาคมคนพิการแห่งประเทศไทย มูลนิธิออทิสติกไทย ศูนย์ฝึกอาชีพออทิสติก มูลนิธิคุณพุ่ม



ความต้องการของผู้ประกอบการ

- ส่งเสริมอาชีพผู้ปกครองออทิสติก
- นำผลงานศิลปะของบุคคลออทิสติก มาใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว/ผู้ปกครองที่ดูแลบุคคลออทิสติก ภายใต้แบรนด์ "ART STORY"
- แล่งทุนเพื่อขยายโมเดลธุรกิจ ร้านกาแฟ "For All Coffee"
- ยกระดับให้ครอบครัวออทิสติกเป็น SE และ ขยาย SE Platform สำหรับคนพิการ ทั่วประเทศ

แนวคำถามในการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) เพื่อเก็บข้อมูล SE Incubation Platform

วัตถุประสงค์การรับฟังความคิดเห็น

1. เพื่อระดมความคิดเห็นต่อ(ร่าง) แพลตฟอร์มส่งเสริมการเป็น วิสาหกิจเพื่อสังคม
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่ส่งผล ต่อความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ แพลตฟอร์ม
3. สรุปเป็นแนวทางการขยายผล สำหรับการบ่มเพาะวิสาหกิจเพื่อ สังคม

ชุดที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานขององค์กรเป็นอย่างไร

- ความเป็นมา รูปแบบการบริหาร กรรมการ สมาชิก
- พันธกิจ สินค้าและบริการ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- ช่องทางจัดจำหน่าย และ ผลประกอบการ/รายได้

ชุดที่ 2 ความคาดหวังที่จะพัฒนาองค์กร เครือข่ายของท่าน มีอะไรบ้าง

- เป้าหมายสูงสุดขององค์กร ในอนาคตที่ต้องการจะเห็นคืออะไรบ้าง
- เปรียบเทียบกับสภาพปัจจุบันที่เกิดขึ้นตอนนี้เป็นอย่างไ (ช่วงเริ่มต้น/ช่วงเติบโต/ช่วงเต็มวัย)
- ความคาดหวังการพัฒนาองค์กรมีอะไรบ้าง
- จุดที่ควรปรับปรุงและสิ่งที่ต้องการพัฒนา เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่คาดหวังมีอะไรบ้าง

ชุดที่ 3 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม

- ท่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม และกิจการเพื่อสังคมอย่างไรบ้าง
- หากจะให้องค์กรของท่านเป็น SE ท่านและทีมงาน ควรมีความรู้และทักษะอะไรบ้าง
- ท่านต้องการให้มีคนเข้ามาช่วยเพื่อบรรลุเป้าหมายการเป็น SE ในเรื่องอะไรบ้าง

ชุดที่ 4 ท่านคาดหวังจะสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างไรบ้าง

- สิ่งที่องค์กรได้ทำและสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น
- องค์กรมีการนำผลกำไร ไปแบ่งปันกับชุมชน/สังคม อย่างไรบ้าง

ชุดที่ 5 ท่านคิดว่าปัจจัยที่ทำให้ท่านประสบความสำเร็จ เพื่อยกระดับองค์กรของท่าน / เครือข่ายเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม มีอะไรบ้าง

- ปัจจัยส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร
- หากจะยกระดับองค์กรเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม จะต้องพัฒนา เพิ่มเติมในเรื่องใดบ้าง

(1)
แหล่งข้อมูล

ตัวอย่างกลุ่มเปราะบาง สินค้าเกษตร และท่องเที่ยว

- 1) บริษัท ออทิสติกไทย วิสาหกิจ เพื่อสังคม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ
- 2) วิสาหกิจชุมชนธรรณอินทรีย์ อ.กุดบาก จ.สกลนคร
- 3) วิสาหกิจชุมชนออร์แกนิกพบพระ อ. พบพระ จ. ตาก
- 4) ชุมชนท่องเที่ยวบ้านบวกจัน (บวกจัน แคมป์ปิ้งฟาร์ม) อ. อำเภอมะนัง จ.ยะลา

(2)
ความคิดเห็น
เกี่ยวกับระบบ
สนับสนุนที่
วิสาหกิจชุมชน
ต้องการ

ปัจจัยการผลิต (ต้นน้ำ) :

- ผู้เชี่ยวชาญและครูเฉพาะทาง เช่น ครูผู้สอนศิลปะสำหรับกลุ่มเปราะบางโดยเฉพาะ และผู้เชี่ยวชาญด้านผักปลอดสารพิษ หรือ เกษตรอินทรีย์ เป็นต้น
- แหล่งเงินทุน หมุนเวียนตลอดห่วงโซ่คุณค่า ดังนี้ เพิ่มพื้นที่เพาะปลูก เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย เครื่องจักร เครื่องมือการแปรรูป และเพิ่มตลาดเกษตรอินทรีย์
- โค้ชธุรกิจ ด้านการพัฒนาโมเดลธุรกิจ ที่คงเอกลักษณ์ของชุมชนไว้

กระบวนการผลิต (กลางน้ำ) :

- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น ด้านการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะให้อยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์ และด้านระบบจัดการที่พิถีพิถันเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น
- ที่ปรึกษา เช่น ด้านการตลาดตลอดห่วงโซ่คุณค่า ด้าน Smart Farm ด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ และด้านต้นทุนการผลิต เป็นต้น

ตลาดและจัดจำหน่าย (ปลายน้ำ) :

- ผู้เชี่ยวชาญ เช่น การตลาดแบบ B2B และด้านการวิเคราะห์ลูกค้า เป็นต้น
- ที่ปรึกษา เช่น ด้านพัฒนานวัตกรรมสินค้าเพื่อหาโอกาสสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ เป็นต้น
- คู่ความร่วมมือ คู่ค้า เช่น ผู้รับซื้อเมล็ดโกโก้ พันธมิตรทางการค้าร่วมลงทุนแปรรูปโกโก้เชิงพาณิชย์ เป็นต้น

สรุป (ต่อ)

(3)
ความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ตัวชี้วัดผลกระทบทางสังคม

มนุษย์ (People) :

- พัฒนาศักยภาพบุคคลออกกิสติกให้มีความสามารถเป็นที่ยอมรับของสังคม
- ผู้ผลิตได้ดูแลสุขภาพตัวเอง ไม่มีการใช้เคมี ผู้ผลิตสุขภาพดี ไม่เสี่ยงต่อสารเคมี
- ส่งเสริมการศึกษาของเด็กในโรงเรียนในชุมชน มอบทุนการศึกษาและสนับสนุนด้านกีฬา
- สร้างเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกโกโก้อินทรีย์

โลก (Planet) :

- สร้างความเท่าเทียมในการใช้ชีวิตของบุคคลออกกิสติก
- สร้างเครือข่ายเกษตรกรทำเกษตรอินทรีย์เป็นการดูแลสิ่งแวดล้อมของชุมชน
- การเพิ่มพื้นที่สีเขียวโดยปลูกต้นไม้ 5 ต้น ต่อการสร้างที่พัก 1 ห้อง ดูแลจนเติบโต แข็งแรง
- ใช้ประโยชน์ทุกส่วนของต้นโกโก้อย่างสูงสุด

กำไร (Profit) :

- สร้างรายได้ให้กับบุคคลออกกิสติกและครอบครัว
- ความสุข ขายสินค้าแบบแบ่งปัน
- รายได้ให้ชุมชน ควบคู่กับการดูแลป่าในชุมชน
- สร้างรายได้ให้เกษตรกร

ด้านเศรษฐกิจ :

- การสร้างรายได้ให้ครอบครัวและชุมชน
- ลดต้นทุนการผลิต เช่น การลดต้นทุนการใช้สารเคมี

ด้านชุมชนและสังคม :

- สร้างความเท่าเทียมในสังคม เช่น บุคคลออกกิสติกอยู่ได้ในสังคม
- สุขภาพดี
- ชุมชนมีรายได้เพิ่ม
- เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น

ด้านสิ่งแวดล้อม :

- การทำเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการใช้สารเคมี
- การรักษาป่าชุมชน

สรุป (ต่อ)

(4)
 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย
 ความสำเร็จในการเป็น
 วิสาหกิจเพื่อสังคม

กลุ่มเปราะบาง

- สินค้าและบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า
- ฐานลูกค้าประจำ และจงรักภักดีต่อตราสินค้า ส่งผลให้มีตลาดระยะยาว
- ผู้นำที่มีความมุ่งมั่น กำหนดนโยบายและทิศทางองค์กรอย่างชัดเจน
- การสื่อสารแบบสองทิศทาง เพื่อเข้าใจภาระงานและบทบาทหน้าที่
- แหล่งเงินทุนที่สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จนเห็นผลลัพธ์ที่วัดได้ จับต้องได้
- การสร้างการมีส่วนร่วมของคนในองค์กร และสร้างคนรุ่นใหม่ให้ร่วมบริหาร
- การจัดการองค์ความรู้/ทรัพยากรทางปัญญาขององค์กรอย่างเป็นระบบ
- ชื่อเสียงภาพลักษณ์องค์กรที่มุ่งเป็น วิสาหกิจเพื่อสังคม ที่ชัดเจน และ
- ระบบบริหารจัดการภายใน หรือ Back Office ที่มีประสิทธิภาพ

กลุ่มท่องเที่ยว

- สร้างจุดรวมในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ที่มีประสิทธิภาพเป็นที่พึงพาของสมาชิกในชุมชนได้
- ชุมชนมีความสร้างรายได้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีเศรษฐกิจที่มั่นคง และอยู่ในพื้นที่
- การแสดงให้เห็นถึงผลกระทบทางสังคมที่ชัดเจน เช่น การพัฒนาชีวิตผู้ด้อยโอกาสและพัฒนาการศึกษาของเด็กในชุมชน

กลุ่มเกษตร

- ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มีตลาดรองรับ
- ขยายแนวคิดเรื่อง วิสาหกิจเพื่อสังคม เพราะจะได้เรียนรู้การแบ่งปันกำไรสู่สังคม
- ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบุคคลจากพึ่งพาผู้อื่น มาเป็นรวมกลุ่มพึ่งตนเองได้
- ผู้นำและสมาชิกได้รับการพัฒนาด้านจริยธรรมและธรรมาภิบาล
- สมาชิกรู้จักการให้ การแบ่งปัน ไม่เห็นแก่ตัว ใช้แนวคิด กำไร คือ ความสุข
- เศรษฐกิจที่มั่นคง คนในชุมชนกินอิ่มนอนอุ่น ครีวเรือนมีรายได้ดีขึ้น
- ควรมีการแปรรูปอย่างครบวงจร และ เน้นสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน
- พัฒนาศักยภาพจากการรับซื้อผลผลิตการเกษตร ต่อยอดเป็นศูนย์การเรียนรู้โกโก้และแหล่งท่องเที่ยว
- พัฒนาคณะรุ่นใหม่ให้เข้ามามีบทบาท ร่วมบริหาร บ่มเพาะ จนสามารถส่งต่อกิจการจากรุ่นสู่รุ่นได้

สรุป (ต่อ)

(5)

**การเลือกเนื้อหาอบรมใน
โปรแกรมเสริมสร้างความรู้
สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม**

(*) หมายถึง ประเด็นที่กลุ่ม
ตัวอย่างไม่เลือกและพูดถึงในการ
ระดมความเห็น

Module 1 หลักสูตรพื้นฐานวิสาหกิจเพื่อสังคม

- แนวคิดและประเภทของวิสาหกิจเพื่อสังคม
- หลักการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม
- หลักธรรมาภิบาลสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- สิทธิประโยชน์การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม *
- กรณีศึกษา วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศและต่างประเทศ

Module 2 หลักสูตรการพัฒนาโมเดลธุรกิจสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

- ภาพรวมโมเดลธุรกิจ (BMC) สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- ห่วงโซ่คุณค่าและการสร้างผลกระทบทางสังคม
- กระบวนการพัฒนาสินค้า/บริการ
- การบริหารลูกค้าเป้าหมาย
- การตลาดและวิธีการนำเสนอสินค้า/บริการ
- กระบวนการผลิต/แปรรูป
- การบริหารความร่วมมือ

Module 3 หลักสูตรการเงินเบื้องต้นและแหล่งทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

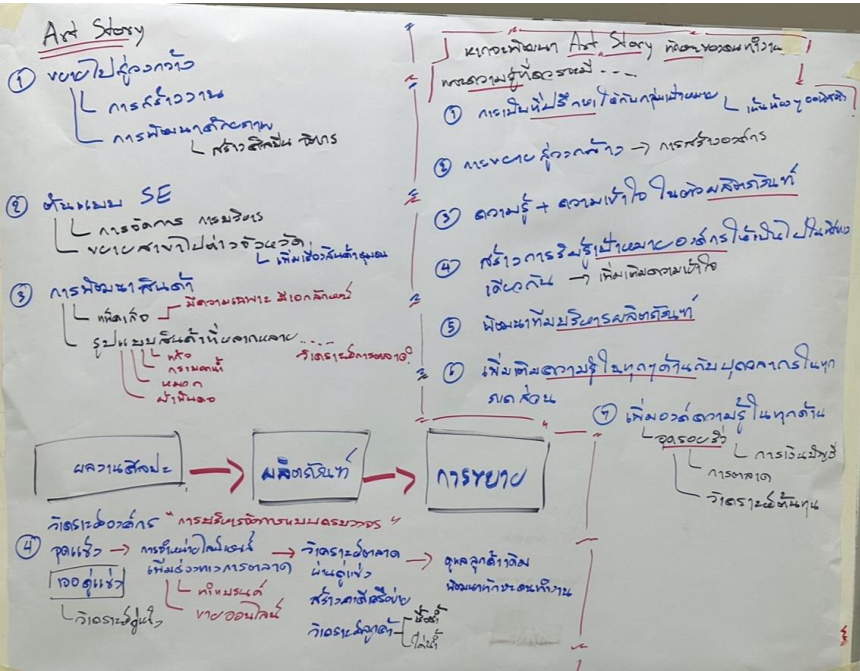
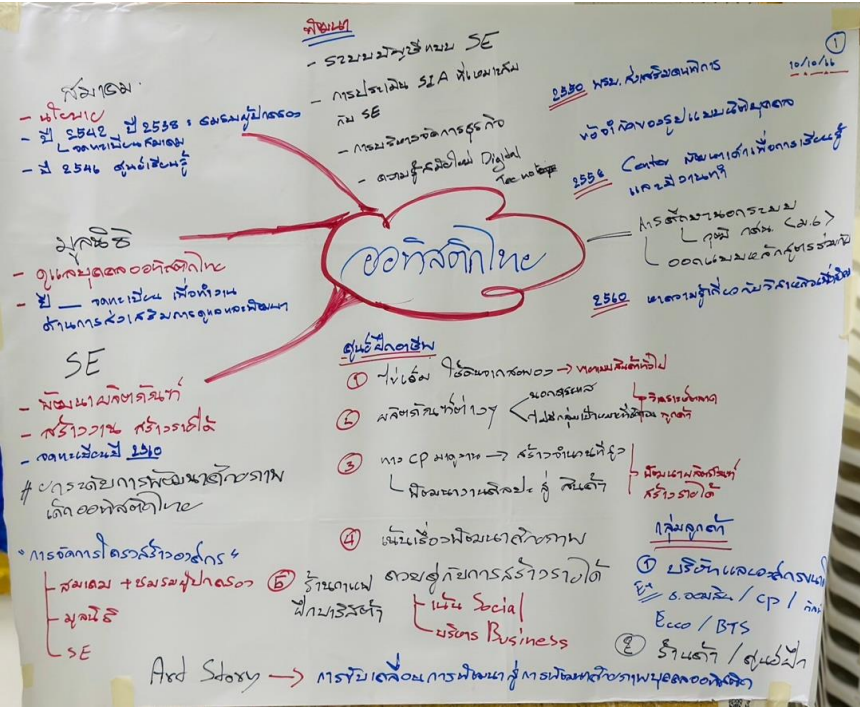
- พื้นฐานการเงินและแหล่งทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- โครงสร้างต้นทุนและการแบ่งปันกำไรสู่สังคม

Module 4 ภาคปฏิบัติ ศึกษางานวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เป็นเลิศ (Best Practice)

- ศึกษากระบวนการธุรกิจ และ ผลกระทบทางสังคม
- การทำ Benchmarking

บริษัท ออกัสติกไทย วิศวกรรม เพื่อสังคม จำกัด

เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ



บริษัท ออทีสติกไทย วิศวกรรม เพื่อสังคม จำกัด

เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ

(1) ข้อมูลพื้นฐาน ขององค์กร	• วัตถุประสงค์วิสาหกิจชุมชนฯ คือ 1) สร้างรายได้ และ สร้างอาชีพ ให้คนในชุมชน 2) สืบสานวัฒนธรรมชนเผ่าม้ง 3) อนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชน 4) สร้างความสามัคคีในชุมชน • กิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน ปี พ.ศ. 2566 มีการคิดเรื่องโปรแกรมการท่องเที่ยวควบคู่กับการขายที่พัก โดยเน้นกิจกรรมในโปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรม ได้แก่ 1) ชมสวนเกษตร 2) กิจกรรมเดินป่า โดยมีระยะทาง 3.5 กิโลเมตร 3) กิจกรรมชมวัฒนธรรมชนเผ่าม้ง 4) จุดชมวิว 5) ที่พักโฮมสเตย์ และจุดกางเต็นท์ • กลุ่มลูกค้า : กลุ่มลูกค้าที่สนใจที่พักที่อากาศดี กลุ่มลูกค้าที่มาเป็นครอบครัว กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ กลุ่มบักไบค์ • Marketing Channel : เจ้าของที่พักที่มีเพจเฟซบุ๊กของตนเองเพื่อใช้สื่อสารการตลาด การบอกต่อของนักท่องเที่ยว และ ใช้บริการส่วนกลางของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีกลุ่มไลน์สำหรับติดต่อสื่อสารและการส่งต่อลูกค้า
(2) ความคิดเห็น เกี่ยวกับระบบ สนับสนุนที่ วิสาหกิจชุมชน ต้องการ	• ปัจจัยการผลิต (ต้นน้ำ) : ครูผู้สอนศิลปะสำหรับกลุ่มเปราะบางโดยเฉพาะ • กระบวนการผลิต (กลางน้ำ) : ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะให้อยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์ ที่หลากหลาย • ตลาดและจัดจำหน่าย (ปลายน้ำ) : ผู้เชี่ยวชาญการตลาดแบบ B2B เน้นลูกค้า (Client) คือ องค์กรขนาดใหญ่ ที่มีนโยบาย CSR
(3) ความคิดเห็น เกี่ยวกับ ตัวชี้วัด ผลกระทบทาง สังคม	• มนุษย์ (People) : พัฒนาศักยภาพบุคคลออทีสติกให้มีความสามารถเป็นที่ยอมรับของสังคม • โลก (Planet) : สร้างความเท่าเทียมในการใช้ชีวิตของบุคคลออทีสติก • กำไร (Profit) : สร้างรายได้ให้กับบุคคลออทีสติกและครอบครัว • ด้านเศรษฐกิจ : สร้างรายได้ให้กับบุคคลออทีสติกและครอบครัว • ด้านชุมชนและสังคม : บุคคลออทีสติกอยู่ได้ในสังคม

บริษัท ออทีสติกไทย วิสาหกิจ เพื่อสังคม จำกัด

เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ

(4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ความสำเร็จในการเป็นวิสาหกิจ เพื่อสังคม

- ควรมีสินค้าและบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า
- มีฐานลูกค้าประจำ และจงรักภักดีต่อตราสินค้า ส่งผลให้มีตลาดระยะยาว
- ผู้นำที่มีความมุ่งมั่น กำหนดนโยบายและทิศทางองค์กรอย่างชัดเจน
- การสื่อสารแบบสองทิศทาง เพื่อเข้าใจภาระงานและบทบาทหน้าที่
- แหล่งเงินทุนที่สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จนเห็นผลลัพธ์ที่วัดได้ จับต้องได้
- การสร้างการมีส่วนร่วมของคนในองค์กร และสร้างคนรุ่นใหม่ให้ร่วมบริหาร
- การจัดการองค์ความรู้/ทรัพยากรทางปัญญาขององค์กรอย่างเป็นระบบ
- ชื่อเสียงภาพลักษณ์องค์กรที่มุ่งเป็น วิสาหกิจเพื่อสังคม ที่ชัดเจน และ
- ระบบบริหารจัดการภายใน หรือ Back Office ที่มีประสิทธิภาพ

(5) การเลือกเนื้อหาอบรมใน โปรแกรมเสริมสร้างความรู้ สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

(*) หมายถึง ประเด็นที่กลุ่ม
ตัวอย่างไม่เลือกและพูดถึงในการ
ระดมความเห็น

Module 1 หลักสูตรพื้นฐานวิสาหกิจเพื่อสังคม

- แนวคิดและประเภทของวิสาหกิจเพื่อสังคม
- หลักการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม
- หลักธรรมาภิบาลสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- สิทธิประโยชน์การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม *
- กรณีศึกษา วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศและต่างประเทศ

Module 2 หลักสูตรการพัฒนาโมเดลธุรกิจสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

- ภาพรวมโมเดลธุรกิจ (BMC) สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- ห่วงโซ่คุณค่าและการสร้างผลกระทบทางสังคม
- กระบวนการพัฒนาสินค้า/บริการ
- การบริหารลูกค้าเป้าหมาย
- การตลาดและวิธีการนำเสนอสินค้า/บริการ
- กระบวนการผลิต/แปรรูป
- การบริหารความร่วมมือ *

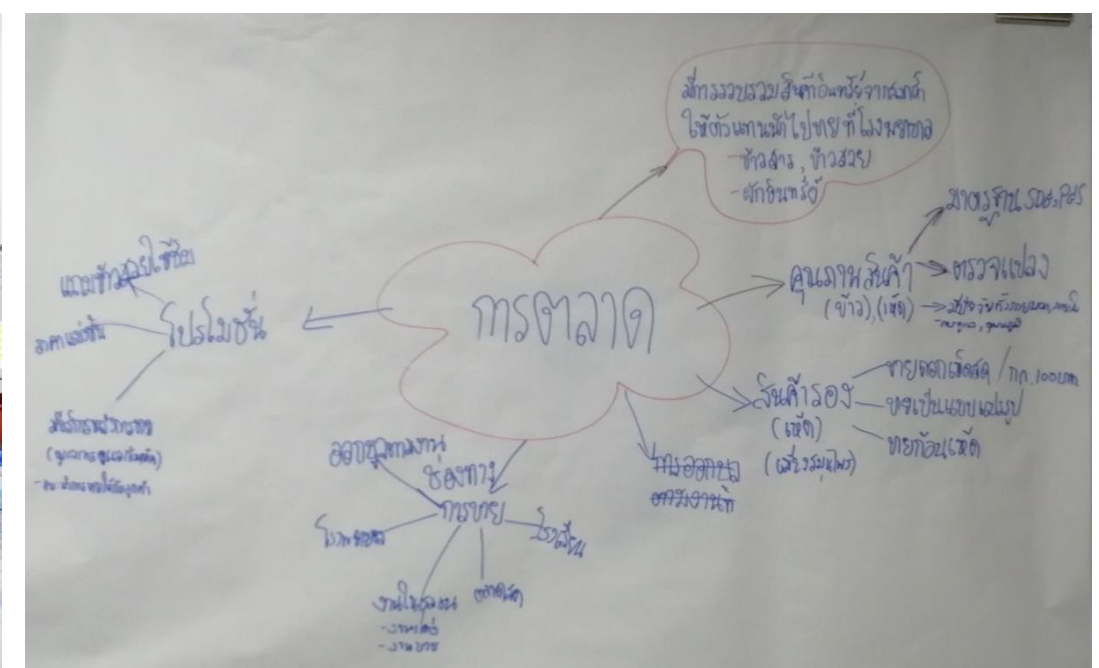
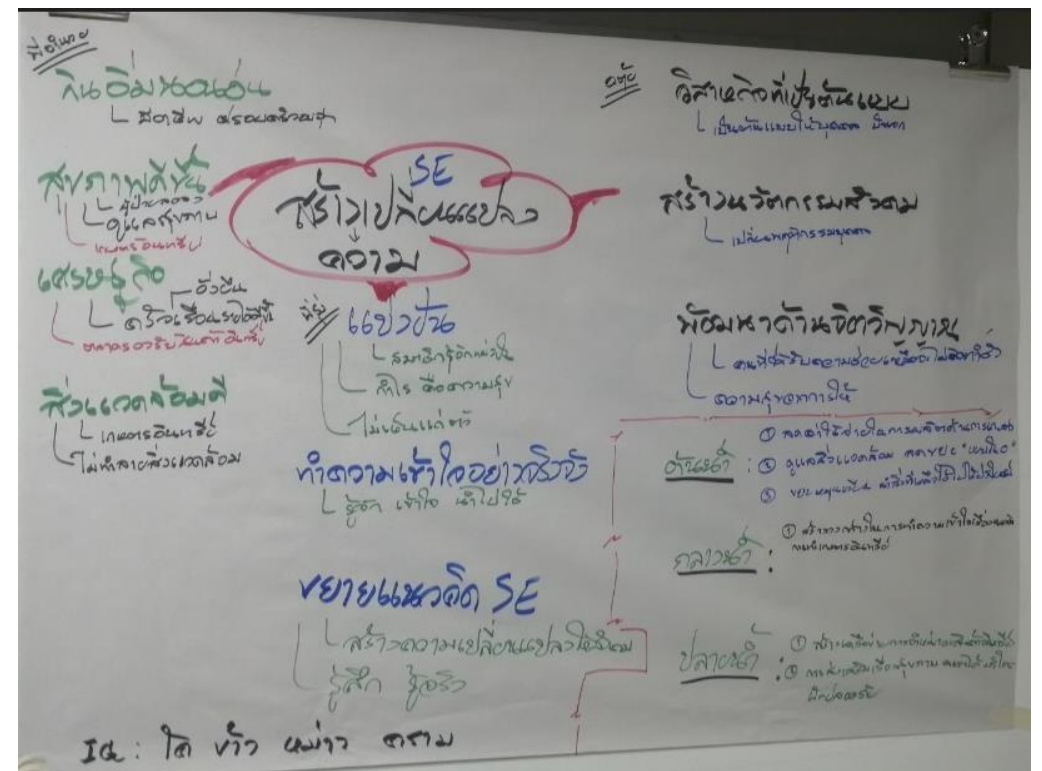
Module 3 หลักสูตรการเงินเบื้องต้นและแหล่งทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

- พื้นฐานการเงินและแหล่งทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- โครงสร้างต้นทุนและการแบ่งปันกำไรสู่สังคม

Module 4 ภาคปฏิบัติ ศึกษางานวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เป็นเลิศ (Best Practice)

- ศึกษากระบวนการธุรกิจ และ ผลกระทบทางสังคม
- การทำ Benchmarking

วิชากิจชุมชนชนนอินทรีย์ จ.กุดบาก จ.สกลนคร



วิสาหกิจชุมชนธรรณอินทรีย์ **อ.กุดบาก จ.สกลนคร**

(1) **ข้อมูลพื้นฐาน** **ขององค์กร**

- **วัตถุประสงค์วิสาหกิจชุมชน** 1) ผลิตข้าว พืชผักผลไม้ ในระบบอินทรีย์ มีมาตรฐานรับรอง 2) ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาชุมชน ดูแลทรัพยากรในชุมชน 3) ร่วมเรียนรู้และร่วมสร้างมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม (SDGsPGS) 4) ทบทวนความรู้ของผู้ตรวจแปลงเกษตรอินทรีย์ และให้สมาชิกทุกคนได้รับการรับรองผลผลิตทางการเกษตรอินทรีย์ที่มีประสิทธิภาพ
- โครงสร้างการบริหารประกอบด้วยกรรมการจำนวน 7 คน
- สมาชิกเครือข่ายของธรรณอินทรีย์ มี 35 คน
- **สินค้า** : 1) ข้าวสารมะลิ 105 (อินทรีย์) 2) ปลูกผักรวม เช่น หน่อไม้ อินทรีย์
- **กลุ่มลูกค้า** : โรงพยาบาล โรงเรียน คนในพื้นที่ชุมชน เครือข่ายเกษตรอินทรีย์
- Marketing Channel : ตัวแทนนำไปขายที่ตลาดสีเขียวโรงพยาบาลกุดบาก ติดต่อโดยตรงคุณอำนาจ ใจศิริ และ facebook

(2) **ความคิดเห็น** **เกี่ยวกับระบบ** **สนับสนุนที่** **วิสาหกิจชุมชน** **ต้องการ**

- ปัจจัยการผลิต (ต้นน้ำ) : แหล่งเงินทุน หมุนเวียนตลอดห่วงโซ่คุณค่า ดังนี้ เพิ่มพื้นที่เพาะปลูก เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย เครื่องจักร เครื่องมือการแปรรูป และเพิ่มตลาดเกษตรอินทรีย์
- กระบวนการผลิต (กลางน้ำ) : ที่ปรึกษาด้านการตลาดต้นทุนตลอดห่วงโซ่คุณค่า และที่ปรึกษาด้าน Smart Farm สำหรับการทำโรงเรือนอัจฉริยะ
- ตลาดและจัดจำหน่าย (ปลายน้ำ) : ที่ปรึกษาด้านพัฒนานวัตกรรมสินค้าเพื่อหาโอกาสสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ เช่น สินค้าลูกขึ้นเห็ดและเห็ดยอ

(3) **ความคิดเห็น** **เกี่ยวกับ** **ตัวชี้วัด** **ผลกระทบทาง** **สังคม**

- มนุษย์ (People) : ผู้ผลิตได้ดูแลสุขภาพตัวเอง ไม่มีการใช้เคมี ผู้ผลิตสุขภาพดี ไม่เสี่ยงต่อสารเคมี
- โลก (Planet) : สร้างเครือข่ายเกษตรกรทำเกษตรอินทรีย์เป็นการดูแลสิ่งแวดล้อมของชุมชน
- กำไร (Profit) : ความสุข ขายสินค้าแบบแบ่งปัน
- ด้านเศรษฐกิจ : ลดต้นทุนการผลิตในด้านการเกษตร
- ด้านชุมชนและสังคม : สุขภาพที่ดีของเกษตรกร
- ด้านสิ่งแวดล้อม : การทำเกษตรอินทรีย์ ลดการใช้สารเคมี

วิศวกรรมชุมชนอินทรีย์ อ.กุดบาก จ.สกลนคร

(4)
 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย
 ความสำเร็จในการเป็นวิสาหกิจ
 เพื่อสังคม

(5)
 การเลือกเนื้อหาอบรมใน
 โปรแกรมเสริมสร้างความรู้
 สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

(*) หมายถึง ประเด็นที่กลุ่ม
 ตัวอย่างไม่เลือกและพูดถึงในการ
 ระดมความเห็น

- ควรผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์แล้วมีตลาดรองรับ
- ขยายแนวคิดเรื่อง วิสาหกิจเพื่อสังคม เพราะจะได้เรียนรู้การแบ่งปันกำไรสู่สังคม
- ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบุคคลจากพึ่งพาผู้อื่น มาเป็นรวมกลุ่มพึ่งตนเองได้
- ผู้นำและสมาชิกได้รับการพัฒนาด้านจริยธรรมและธรรมาภิบาล
- สมาชิกรู้จักการให้ การแบ่งปัน ไม่เห็นแก่ตัว ใช้แนวคิด กำไร คือ ความสุข
- เศรษฐกิจที่มั่นคง คนในชุมชนกินอิ่มนอนอุ่น ครีวเรือนมีรายได้ดีขึ้น

Module 1 หลักสูตรพื้นฐานวิสาหกิจเพื่อสังคม

- แนวคิดและประเภทของวิสาหกิจเพื่อสังคม
- หลักการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม
- หลักธรรมาภิบาลสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- สิทธิประโยชน์การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม *
- กรณีศึกษา วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศและต่างประเทศ

Module 2 หลักสูตรการพัฒนาโมเดลธุรกิจสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

- ภาพรวมโมเดลธุรกิจ (BMC) สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- ห่วงโซ่คุณค่าและการสร้างผลกระทบทางสังคม
- กระบวนการพัฒนาสินค้า/บริการ
- การบริหารลูกค้าเป้าหมาย
- การตลาดและวิธีการนำเสนอสินค้า/บริการ
- กระบวนการผลิต/แปรรูป
- การบริหารความร่วมมือ

Module 3 หลักสูตรการเงินเบื้องต้นและแหล่งทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

- พื้นฐานการเงินและแหล่งทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- โครงสร้างต้นทุนและการแบ่งปันกำไรสู่สังคม

Module 4 ภาคปฏิบัติ ศึกษางานวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เป็นเลิศ (Best Practice)

- ศึกษากระบวนการธุรกิจ และ ผลกระทบทางสังคม
- การทำ Benchmarking

ชุมชนท่องเที่ยวบ้านบวกจัน (บวกจัน แคมป์ปิ้งฟาร์ม)

อ. อำเภอแมริม จ.เชียงใหม่

(1) ข้อมูลพื้นฐาน ขององค์กร

- **วัตถุประสงค์วิสาหกิจชุมชน** คือ 1) สร้างรายได้ และ สร้างอาชีพ ให้คนในชุมชน 2) สืบสานวัฒนธรรมชนเผ่าม้ง 3) อนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชน 4) สร้างความสามัคคีในชุมชน
- **กิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน** ปี พ.ศ. 2566 มีการคิดเรื่องโปรแกรมการท่องเที่ยวควบคู่กับการขายที่พักร โดยเน้นกิจกรรมในโปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรม ได้แก่ 1) ชมสวนเกษตร 2) กิจกรรมเดินป่า โดยมีระยะทาง 3.5 กิโลเมตร 3) กิจกรรมชมวัฒนธรรมชนเผ่าม้ง 4) จุดชมวิว 5) ที่พักโฮมสเตย์ และจุดกางเต็นท์
- **กลุ่มลูกค้า** : กลุ่มลูกค้าที่สนใจที่พักที่อากาศดี กลุ่มลูกค้าที่มาเป็นครอบครัว กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ กลุ่มบักไบค์
- **Marketing Channel** : เจ้าของที่พักที่มีเพจเฟซบุ๊กของตนเองเพื่อใช้สื่อสารการตลาด การบอกต่อของนักท่องเที่ยว และ ใช้บริการส่วนกลางของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีกลุ่มไลน์สำหรับติดต่อสื่อสารและการส่งต่อลูกค้า

(2) ความคิดเห็น เกี่ยวกับระบบ สนับสนุนที่ วิสาหกิจชุมชน ต้องการ

- **ปัจจัยการผลิต (ต้นน้ำ)** : ผู้เชี่ยวชาญด้านผักปลอดสารพิษ หรือ เกษตรอินทรีย์ โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม
- **กระบวนการผลิต (กลางน้ำ)** : ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบจัดการที่พักเพื่อการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการ
- **ตลาดและจัดจำหน่าย (ปลายน้ำ)** : ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์ลูกค้าและตลาด เพื่อให้มีความเข้าใจกลุ่มลูกค้ามากขึ้น

(3) ความคิดเห็น เกี่ยวกับ ตัวชี้วัด ผลกระทบทาง สังคม

- **มนุษย์ (People)** : ส่งเสริมการศึกษาของเด็กในโรงเรียนในชุมชน มอบทุนการศึกษาและสนับสนุนด้านกีฬา
- **โลก (Planet)** : การเพิ่มพื้นที่สีเขียวโดยปลูกต้นไม้ 5 ต้น ต่อการสร้างที่พัก 1 ห้อง ดูแลจนเติบโต แข็งแรง
- **กำไร (Profit)** : รายได้ให้ชุมชน ควบคู่กับการดูแลป่าในชุมชน
- **ด้านเศรษฐกิจ** : 1) ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2) ลดการใช้สารเคมี
- **ด้านชุมชนและสังคม** : 1) ชุมชนมีรายได้เพิ่ม 2) การจ้างงานเพิ่มขึ้น
- **ด้านสิ่งแวดล้อม** : จำนวนป่าชุมชน



ชุมชนท่องเที่ยวบ้านบวกจัน (บวกจัน แคมป์ปิ้งฟาร์ม)

อ. อำเภอแมริม จ.เชียงใหม่

(4)
**ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย
 ความสำเร็จในการเป็นวิสาหกิจ
 เพื่อสังคม**

(5)
**การเลือกเนื้อหาอบรมใน
 โปรแกรมเสริมสร้างความรู้
 สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม**

(*) หมายถึง ประเด็นที่กลุ่ม
 ตัวอย่างไม่เลือกและพูดถึงในการ
 ระดมความเห็น

- ควรสร้างจุดรวมในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ที่มีประสิทธิภาพเป็นที่พึงพาของสมาชิกในชุมชนได้
- ชุมชนมีความสร้างรายได้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีเศรษฐกิจที่มั่นคง และอยู่ในพื้นที่
- แสดงให้เห็นถึงผลกระทบทางสังคมที่ชัดเจน เช่น การพัฒนาชีวิตผู้ด้อยโอกาสและพัฒนาการศึกษาของเด็กในชุมชน

Module 1 หลักสูตรพื้นฐานวิสาหกิจเพื่อสังคม

- แนวคิดและประเภทของวิสาหกิจเพื่อสังคม
- หลักการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม
- หลักธรรมาภิบาลสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม *
- สิทธิประโยชน์การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม *
- กรณีศึกษา วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศและต่างประเทศ

Module 2 หลักสูตรการพัฒนาโมเดลธุรกิจสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

- ภาพรวมโมเดลธุรกิจ (BMC) สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- ห่วงโซ่คุณค่าและการสร้างผลกระทบทางสังคม
- กระบวนการพัฒนาสินค้า/บริการ
- การบริหารลูกค้าเป้าหมาย
- การตลาดและวิธีการนำเสนอสินค้า/บริการ
- กระบวนการผลิต/แปรรูป
- การบริหารความร่วมมือ *

Module 3 หลักสูตรการเงินเบื้องต้นและแหล่งทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

- พื้นฐานการเงินและแหล่งทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- โครงสร้างต้นทุนและการแบ่งปันกำไรสู่สังคม

Module 4 ภาคปฏิบัติ ศึกษางานวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เป็นเลิศ (Best Practice)

- ศึกษากระบวนการธุรกิจ และ ผลกระทบทางสังคม
- การทำ Benchmarking

วิทยาลัยชุมชนออร์แกนิกพบพระ จ. พะเยา

(1) ข้อมูลพื้นฐาน ขององค์กร

- **วัตถุประสงค์วิทยาลัยชุมชนฯ** คือ 1) เพื่อส่งเสริมเกษตรกรสร้างอาชีพ และทำการเกษตรปลอดสารเคมี 2) เพื่อสร้างรูปแบบพัฒนาอาชีพให้ครบห่วงโซ่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อแปรรูปสินค้าที่มีคุณภาพสู่ตลาดทั้งในและนอกประเทศ 3) เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากภายในชุมชน เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนในยั่งยืน 4) เพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาพื้นที่สีเขียวในจังหวัดตากให้เพิ่มขึ้น
- ผลผลิตโกโก้ มี 2 สายพันธุ์ คือ ชุมพร IMone และสายพันธุ์ผสม IMone1
- **สินค้าโกโก้** จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ 1) สินค้าผลผลิตทางการเกษตร และ 2) สินค้าแปรรูปสร้างแบรนด์เป็นของตัวเองคือ มณีโกโก้ (Manee Cocoa)
- **กลุ่มลูกค้าและช่องทางการตลาด** : ผ่านห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดตาก เช่น Tops Market ศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOP ทุกจังหวัด ร้านค้าของวิสาหกิจในชุมชน ช่องทางออนไลน์ของบริษัท โซกูด วิสาหกิจเพื่อสังคม บริษัท Natural & Premium Food จำกัด สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น

(2) ความคิดเห็น เกี่ยวกับระบบ สนับสนุนที่ วิสาหกิจชุมชน ต้องการ

- ปัจจัยการผลิต (ต้นน้ำ) : ต้องการโคเชอร์กิจ ด้านการพัฒนาโมเดลธุรกิจ ที่คงเอกลักษณ์ของชุมชนไว้
- กระบวนการผลิต (กลางน้ำ) : ที่ปรึกษาด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ มาตรฐานสินค้าโกโก้ และ ด้านต้นทุนการผลิต
- ตลาดและจัดจำหน่าย (ปลายน้ำ) : คู่ความร่วมมือ คู่ค้าผู้รับซื้อเมล็ดโกโก้ พันธมิตรทางการค้าร่วมลงทุนแปรรูปโกโก้เชิงพาณิชย์

(3) ความคิดเห็น เกี่ยวกับ ตัวชี้วัด ผลกระทบทาง สังคม

- มนุษย์ (People) : สร้างเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกโกโก้อินทรีย์
- โลก (Planet) : ใช้ประโยชน์ทุกส่วนของต้นโกโก้อย่างสูงสุด
- กำไร (Profit) : สร้างรายได้ให้เกษตรกร
- ด้านเศรษฐกิจ : 1) ชุมชน 2) ลดการใช้สารเคมี
- ด้านชุมชนและสังคม : 1) ชุมชนมีรายได้เพิ่ม 2) การจ้างงานเพิ่มขึ้น
- ด้านสิ่งแวดล้อม : จำนวนป่าชุมชน



วิชากิจชุมชนนอร์แกนิกพบพระ จ. พะเยา

(4)
 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย
 ความสำเร็จในการเป็นวิสาหกิจ
 เพื่อสังคม

(5)
 การเลือกเนื้อหาอบรมใน
 โปรแกรมเสริมสร้างความรู้
 สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

(*) หมายถึง ประเด็นที่กลุ่ม
 ตัวอย่างไม่เลือกและพูดถึงในการ
 ระดมความเห็น

- ควรมีการแปรรูปอย่างครบวงจร และ เน้นสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน
- พัฒนาศักยภาพจากการรับซื้อผลผลิตการเกษตร ต่อยอดเป็นศูนย์การเรียนรู้โกโก้และแหล่งท่องเที่ยว
- พัฒนาคอนรู้นใหม่ให้เข้ามามีบทบาท ร่วมบริหาร บ่มเพาะ จนสามารถส่งต่อกิจการจากรุ่นสู่รุ่นได้

Module 1 หลักสูตรพื้นฐานวิสาหกิจเพื่อสังคม

- แนวคิดและประเภทของวิสาหกิจเพื่อสังคม
- หลักการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม
- หลักธรรมาภิบาลสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- สิทธิประโยชน์การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม *
- กรณีศึกษา วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศและต่างประเทศ

Module 2 หลักสูตรการพัฒนาโมเดลธุรกิจสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

- ภาพรวมโมเดลธุรกิจ (BMC) สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- ห่วงโซ่คุณค่าและการสร้างผลกระทบทางสังคม
- กระบวนการพัฒนาสินค้า/บริการ
- การบริหารลูกค้าเป้าหมาย
- การตลาดและวิธีการนำเสนอสินค้า/บริการ
- กระบวนการผลิต/แปรรูป
- การบริหารความร่วมมือ *

Module 3 หลักสูตรการเงินเบื้องต้นและแหล่งทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

- พื้นฐานการเงินและแหล่งทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- โครงสร้างต้นทุนและการแบ่งปันกำไรสู่สังคม

Module 4 ภาคปฏิบัติ ศึกษางานวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เป็นเลิศ (Best Practice)

- ศึกษากระบวนการธุรกิจ และ ผลกระทบทางสังคม
- การทำ Benchmarking

ปัจจัยความสำเร็จในการขยายผลกลไกบ่มเพาะวิสาหกิจเพื่อสังคม และ ข้อเสนอแนะในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ปัจจัยความสำเร็จในการ ขยายผลกลไกบ่มเพาะ วิสาหกิจเพื่อสังคม

พื้นฐานความเข้าใจและความพร้อมของวิสาหกิจชุมชน

- โมเดลธุรกิจที่สะท้อนเอกลักษณ์ จุดยืน และ วัตถุประสงค์ขององค์กรที่ชัดเจน
- การเชื่อมโยงกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้กับกิจกรรมอื่นๆ อย่างเป็นระบบต่อเนื่องกันตลอดห่วงโซ่คุณค่า ต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ
- การสร้างตัวชี้วัดผลกระทบทางสังคม (SI Indicator) ที่เป็นรูปธรรม จับต้องได้

การสนับสนุนแหล่งทุน : แหล่งทุนที่หลากหลายตามลักษณะโมเดลธุรกิจและผลกระทบทางสังคม เช่น

- เงินสนับสนุนช่วงเริ่มต้น (Startup) ทดลองโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม
- เงินทุนให้เปล่าเพื่อเริ่มต้นกิจการ
- เงินกู้สำหรับหมุนเวียนอัตราดอกเบี้ยต่ำพิเศษ

ข้อเสนอแนะในการนำ นโยบายไปสู่การปฏิบัติ

1) การจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise Incubation Center)

- เชื่อมโยงกับหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา (University Business Incubator : UBI) และ อุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาค ซึ่งมีศักยภาพความพร้อมทางด้านสถานที่ อาคาร เครื่องมือ อุปกรณ์ ห้องปฏิบัติการวิจัยและนวัตกรรม และ มีบุคลากรปฏิบัติหน้าที่ประจำอยู่แล้ว
- รูปแบบการดำเนินงาน สามารถเป็นทั้งแบบ In-wall Incubation และเป็นแบบ Out-wall Incubation โดยบุคลากรที่รับผิดชอบออกปฏิบัติงานนอกสถานที่
- จัดทำฐานข้อมูล (SI Data Based) เพื่อใช้ประกอบการทำงานให้ตรงเป้า

2) การจัดทำคู่มือปฏิบัติงาน (Work Procedure Manual) ให้กับผู้ที่ปฏิบัติงานในศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจเพื่อสังคม ครอบคลุมขั้นตอนการบ่มเพาะ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนเตรียมการบ่มเพาะ (Pre-Incubation) ขั้นตอนการบ่มเพาะ (Incubation) และหลังการบ่มเพาะ (Post-Incubation) เพื่อติดตามผลการดำเนินงานของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ

THANK YOU!

Thailand Higher Education and Innovation Policy Accelerator **[THIPA]**
Office of the National Higher Education, Science, Research and Innovation Policy Council **[NXPO]**



319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 14 ถนน
พญาไท แขวง/เขต ปทุมวัน กรุงเทพฯ
10330



saraban@nxpo.or.th



02 109 5432



www.nxpo.or.th



NXPOTHAILAND