



กรมการพัฒนาชุมชน

หมวด 2 ด้านการวางแผนยุทธศาสตร์และการสื่อสารเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ



วิสัยทัศน์

“เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้ ภายในปี 2565”



ค่านิยม: “ยืนเคียงข้างประชาชน ช่วยเขาเพื่อให้เขาช่วยตนเองได้”

ABC DEF S&P

A – Appreciation (ชื่นชม)

D – Discovery (ใฝ่รู้)

S – Simplify (คิดให้ง่าย)

B – Bravery (กล้าหาญ)

E – Empathy (เข้าใจ)

P – Practical (สามารถทำได้จริง)

C – Creativity (สร้างสรรค์)

F – Facilitation (เอื้ออำนวย)



พันธกิจ

1. พัฒนาระบบกลไกการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้การพึ่งตนเอง
2. พัฒนาการบริหารจัดการชุมชนให้พึ่งตนเองได้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
3. ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้ขยายตัว
4. ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการกองทุนชุมชนให้มีธรรมาภิบาล
- 5) พัฒนาองค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูง บุคลากรมีอุดมการณ์ในงานพัฒนาชุมชนและเชี่ยวชาญการทำงานเชิงบูรณาการ

กรมการพัฒนาชุมชน มีกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์และการสื่อสารเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ เพื่อมุ่งผลสำเร็จในการตอบสนองความต้องการของชุมชน สร้างการเรียนรู้และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยนำความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ มีบุคลากรของหน่วยงานในระดับหมู่บ้านครอบคลุมทั่วประเทศ การทำงานเกี่ยวข้องตามพระราชดำริส และมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมรวมทั้ง ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ การยกระดับรายได้ของเศรษฐกิจครัวเรือนให้มีความมั่นคง และชุมชนพึ่งตนเองได้ใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนอย่างมีความสุข ผสานกับกลไกการทำงานที่ครอบคลุมทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค กรมการพัฒนาชุมชนจึงมีกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์และการสื่อสารที่เชื่อมโยงในลักษณะ Top-down

และ Bottom-up จากแผนพัฒนาหมู่บ้าน แผนพัฒนาตำบล และแผนพัฒนาอำเภอ ในมิติของพื้นที่ ซึ่งเป็นการรวบรวมสภาพปัญหาความต้องการของประชาชนในพื้นที่ผ่านกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาตำบล แผนพัฒนาท้องถิ่นและเชื่อมโยงร่วมกับแผนพัฒนาจังหวัด ที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากบุคลากรในองค์กร และภาคประชาชนทุกระดับผสานกับการนำสารสนเทศ ที่สำคัญ นำไปสู่การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของชุมชน และประชาชน นอกจากนี้ ยังมีแผนการพัฒนาบุคลากร ผู้นำชุมชน กลุ่ม องค์กร และปราชญ์ เพื่อมั่นใจว่าจะบรรลุตามวิสัยทัศน์ “เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้ ภายในปี 2565” ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ประเทศไทย พ.ศ. 2561 – 2580 “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน”



การสื่อสารที่ครอบคลุม มุ่งกลุ่มเป้าหมาย การติดตามใกล้ชิด เพื่อพัฒนาชุมชน

มีการแปลงยุทธศาสตร์ไปเป็นการปฏิบัติ วางระบบการสื่อสารที่ครอบคลุมทั้งในระดับกรม ระดับอำเภอ และภาคีเครือข่าย ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน เข้าร่วมการประชุม นอกจากนี้ ยังมีเครื่องมือการสื่อสารที่หลากหลาย และทันสมัยไปยังหน่วยงานภายนอกเพื่อให้มั่นใจได้ว่าแผนยุทธศาสตร์ได้ถูกถ่ายทอดอย่างครอบคลุม ครบถ้วน ถูกต้อง และรวดเร็ว ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินการให้ทันต่อสถานการณ์ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ



การสื่อสารยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่

นอกจากนี้ มีการกำหนดแผนปฏิบัติการในทุกระดับและกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน โดยกำหนดให้มีระบบการติดตามผลการดำเนินงานในทุกระดับอย่างเป็นระบบ แบ่งได้ 3 ระดับ ได้แก่

1. ระดับกรม ผู้บริหารกำกับติดตามผ่านการรายงานและระบบ Budget Project Management : BPM การจ้างที่ปรึกษาภายนอกในการติดตามประเมินผล

2. ระดับจังหวัด ให้ความสำคัญกับการตรวจราชการในพื้นที่ ซึ่งมุ่งเน้นประเด็นการตรวจในเรื่องสำคัญ ๆ เพื่อให้คำแนะนำแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และมีระบบรายงานออนไลน์ และออฟไลน์ มายังส่วนกลางซึ่งมีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน

3. ระดับอำเภอ กรมการพัฒนาชุมชนให้ความสำคัญกับการรายงานแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Report) ซึ่งมีการพัฒนาขึ้นทั้ง ระบบการรายงานงบประมาณ BPM ,ระบบศูนย์ข้อมูลกลางเพื่อการพัฒนาชุมชน, e-Form ที่มีการติดตามโดยนักวิชาการพัฒนาชุมชน

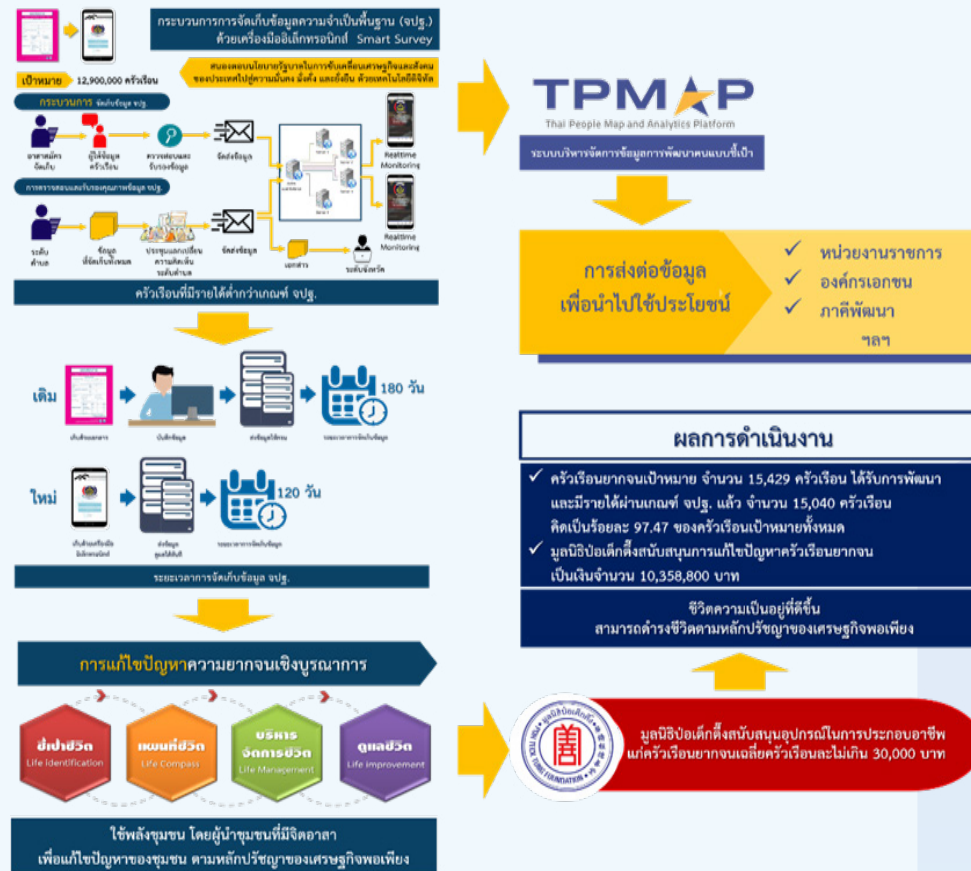
ความคล่องตัวของแผนปฏิบัติการต่อการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์

มีการเตรียมพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น โดยนำปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ทั้งด้านความมั่นคง สถานการณ์และแนวทางการปฏิบัติงานในระดับภูมิภาค ซึ่งถือว่าเป็นพื้นที่สำคัญสำหรับการทำงานของเครือข่ายในทุกระดับและทุกพื้นที่ รวมถึงทิศทางการพัฒนาประเทศตามกรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) มาวิเคราะห์เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินการ โดยได้นำแนวคิดการบริหารการเปลี่ยนแปลงมาใช้ ซึ่งสะท้อนความคล่องตัว ความยืดหยุ่น ความสามารถในการปรับเปลี่ยนแผนปฏิบัติการตามบริบท สถานการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลงและความสามารถในการคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น โดยมุ่งเน้นการปรับแผนให้เหมาะสมกับสถานการณ์



ผลงานที่โดดเด่นจากการนำแผนไปสู่การปฏิบัติ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนพึ่งตนเองได้

การส่งเสริมคุณภาพชีวิตครัวเรือนที่ตกเกณฑ์ จปฐ.



แพลตฟอร์ม TPMAP Logbook

ได้กำหนดกลยุทธ์การแก้ไขปัญหาความยากจน มุ่งยกระดับรายได้ของครัวเรือนยากจน ให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ด้วยการประกอบอาชีพที่เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่น โดยมีผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน เป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมคุณภาพชีวิต ครัวเรือนที่ตกเกณฑ์ จปฐ. โดยให้ผู้นำชุมชนที่มีจิตอาสาเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของชุมชน ตามกระบวนการ 4 ขั้นตอน คือ ชี้นำชีวิต แผนที่ชีวิต บริหารจัดการชีวิต และดูแลชีวิต

โดยเชื่อมโยงข้อมูล ร่วมกับ แพลตฟอร์ม TPMAP Logbook เพื่อติดตามสถานการณ์และแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เพื่อมุ่งยกระดับคุณภาพชีวิต ทำให้การแก้ปัญหา มีความเป็นเอกภาพ ไม่ซ้ำซ้อน อีกทั้งยังสามารถให้หน่วยงานในส่วนกลาง หรือส่วนภูมิภาค และรัฐบาลสามารถติดตามสถานการณ์ ปัญหา และการแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว

พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ

ได้ดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ ซึ่งเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาล เพื่อแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำของสังคม โดยมีเป้าหมายคือ “สร้างรายได้ให้กับชุมชนเพื่อประชาชนมีความสุข” ดำเนินการใน 3 เรื่อง ประกอบด้วย การเกษตร การแปรรูป และการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีรูปแบบการดำเนินงานที่โดดเด่น เช่น โครงการ “โรงพยาบาลอาหารปลอดภัย” บริษัทประชารัฐรักสามัคคีระดับจังหวัด เป็นหน่วยประสานงาน

กับโรงพยาบาลในการหาแหล่งพื้นที่ผลิตวัตถุดิบที่ปลอดภัยทั้งภายในจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง ขนส่งไปยังโรงพยาบาล ซึ่งเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการ “สร้างรายได้ที่ยั่งยืน” ให้แก่กลุ่มเกษตรกร นอกจากนี้ยังมีการขับเคลื่อนโดยใช้วิธีการชาวบ้านสอนชาวบ้าน ด้วยการพัฒนาทักษะการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านอาชีพให้กับปราชญ์ชุมชน เพื่อให้กลับไปสร้างทีมวิทยากรสมัครมาชีฟชุมชนระดับหมู่บ้าน และจัดฝึกอบรมอาชีพให้กับครัวเรือนเป้าหมายในหมู่บ้านอีกด้วย



การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ

ปรับเปลี่ยนแผน เพื่อส่งเสริมอาชีพ และคุณภาพชีวิตประชาชน จากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

จากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) ทำให้เศรษฐกิจต้องชะงัก ส่งผลต่อการประกอบอาชีพของประชาชนในระดับฐานราก ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP มีช่องทางการจำหน่ายลดลง ดังนั้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ OTOP และประชาชนในชุมชน มีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น จึงได้ดำเนินการ อาทิเช่น การสร้างและพัฒนา นักการตลาดรุ่นใหม่ (OTOP) ควบคู่ไปกับการปรับปรุง กระบวนการพัฒนาช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOP เพิ่มมากขึ้น ได้แก่ การจำหน่ายสินค้า OTOP Online ซึ่งเพิ่มโอกาสทางการตลาด และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การส่งเสริม “การสืบสาน อนุรักษ์ศิลป์ผ้าถิ่นไทย ดำรงไว้ในแผ่นดิน” เพื่อให้ผ้าไทยในพื้นที่ถิ่นได้รับการดูแล สืบทอด ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรม และเสริมสร้าง รายได้ให้แก่ประชาชนผู้มีอาชีพเกี่ยว ข้อง ด้านการทอผ้า และการดำเนินการแผนปฏิบัติการ 90 วัน ปลุกผักสวนครัวเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร โดยมีการส่งเสริมให้มีการปลุกผักสวนครัว ทุกครัวเรือนทั่วประเทศ เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารในระดับครัวเรือนและชุมชน โดยเน้น การพึ่งตนเอง และสร้างความสามัคคีของคนในชุมชน เพื่อให้รอดพ้นจากวิกฤต

การส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ สร้างและพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์

www.otoptoday.com
เว็บไซต์ OTOP TODAY ไทยพบคุณ

FACEBOOK Fanpage OTOP TODAY
<http://www.facebook.com/otoptodaythailand>

FACEBOOK Group OTOP TODAY ผ่าร้านขายของ
<http://www.facebook.com/groups/222900151213183>

ส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ออนไลน์

โครงการ
นักการตลาดรุ่นใหม่ (OTOP)

ส่งเสริมการขาย
ช่องทางออนไลน์

ทำ Banner/
content/infographic
ผ่านเฟซบุ๊กอินโฟ

จัด Live ขายสินค้า
OTOP ออนไลน์

เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้ ภายในปี ๒๕๖๕ : Change for Good

การพัฒนาช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

มติ ครม. วันที่ ๕ มิถุนายน ๒๕๖๓
เรื่อง มาตรการส่งเสริมและสนับสนุนการสืบสานศิลปวัฒนธรรมผ้าไทย

- ส่งเสริมให้ราชการ ประชาชน ส่งเสริมพัฒนาโดย ตามความเหมาะสมของท้องถิ่นอย่างมีเป้าหมาย ๒ วัน
- ให้ทุกกระทรวงเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมสนับสนุนให้คนไทยใช้ผ้าไทยในชีวิตประจำวัน
 - ส่งเสริมให้หน่วยงานราชการใช้ผ้าไทย
 - ส่งเสริมให้หน่วยงานราชการใช้ผ้าไทย
 - ส่งเสริมให้หน่วยงานราชการใช้ผ้าไทย
- จัดทำแผนปฏิบัติการบูรณาการมี ๒๕ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- สร้างค่านิยม และการตระหนักรู้เกี่ยวกับผ้าไทยและศิลปวัฒนธรรมผ้าไทย
- ยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าไทยพื้นบ้านให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตวิถีเมืองวิถีชนบท

ปริมาณการผลิต และมูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

อ้างอิงจากรายงานยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า จากการสำรวจพื้นที่ใช้และสนับสนุนผ้าไทยตามโครงการ “สืบสานอนุรักษ์ศิลป์ผ้าถิ่นไทย ดำรงไว้ในแผ่นดิน”

- ✓ จำนวนผู้ผลิต ผู้ประกอบการประเภทผ้า 13,882 ราย
- ✓ จำนวนผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้า 21,255 ผลิตภัณฑ์
- ✓ มูลค่าจำหน่ายรวม / จำนวนผ้าชุด 69,410 คน
- ✓ มีผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผ้า 64,532 ราย
- ✓ มีผู้ได้รับประโยชน์ 368,149 ราย

จะสามารถสร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจฐานรากชุมชน มียอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้า 14,144,868,006 บาท (พฤษภาคม ๒๕๖๓)

ประมาณการมูลค่าการสร้างรายได้ที่จะเกิดขึ้น

ข้าราชการ ประชาชน ส่งผ้าไทยเป็นของขวัญ จำนวน 35 ล้านคน เฉลี่ยใช้ผ้าไทย 10 เมตร ราคาเฉลี่ยประมาณ 300 บาท จะทำให้มีความต้องการผ้าไทย จำนวน 350 ล้านเมตร และจะก่อให้เกิดการสร้างรายได้แก่ชุมชน เงินคืนกว่า 105,000 ล้านบาท

เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้ ภายในปี 2565

Change for Good

การสืบสาน อนุรักษ์ศิลป์ผ้าถิ่นไทย ดำรงไว้ในแผ่นดิน