

กรมการพัฒนาชุมชน



หมวด 3 ด้านการมุ่งเน้นผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

“

ปรัชญาการทำงานกรมการพัฒนาชุมชน ด้วยหลักการ "เดินไปหาประชาชน ใช้ชีวิตอยู่ท่ามกลางประชาชน เรียนรู้จากประชาชน ทำงานร่วมกับประชาชน วางแผนร่วมกับประชาชน เริ่มงานจากสิ่งที่ประชาชนรู้ สร้างงานจากสิ่งที่ประชาชนมีส่วนโดยแสดงให้เห็นให้ผู้รับบริการเรียนรู้จากการทำงาน" สะท้อนให้เห็นความสำคัญของการยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางที่นำมาใช้ในการทำงานทุกขั้นตอน เพื่อวิเคราะห์ความต้องการออกแบบระบบงาน

”



วิสัยทัศน์

เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้ ภายในปี 2564



พันธกิจ

- 1) พัฒนาระบบกลไกการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้การพึ่งตนเอง
- 2) พัฒนาการบริหารจัดการชุมชนให้พึ่งตนเองได้
- 3) สร้างระบบกลไกและกิจกรรมทางเศรษฐกิจฐานรากให้มั่นคงตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
- 4) พัฒนาองค์กรให้มีขีดสมรรถนะ และบุคลากรมีอุดมการณ์ในงานพัฒนาชุมชน และเชี่ยวชาญการทำงานเชิงบูรณาการ



ค่านิยม ABC DEF S&P

- | | | |
|---|---|-----------------------------|
| A | - | Appreciation (ชื่นชม) |
| B | - | Bravery (กล้าหาญ) |
| C | - | Creativity (สร้างสรรค์) |
| D | - | Discovery (ใฝ่รู้) |
| E | - | Empathy (เข้าใจ) |
| F | - | Facilitation (เอื้ออำนวย) |
| S | - | Simplify (คิดให้ง่าย) |
| P | - | Practical (สามารถทำได้จริง) |

กรมการพัฒนาชุมชนมีความสำคัญต่อการพัฒนา ช่วยลดช่องว่างทางสังคมและปัญหาความยากจนในชุมชนให้ลดน้อยลง อีกทั้งช่วยพัฒนาศักยภาพของชุมชน ให้สามารถพึ่งตนเองได้ (Self - reliant) โดยส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความมั่นคงและเสถียรภาพ เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็ง โดยมีผู้นำชุมชนอาสาสมัคร กลุ่ม/องค์กร เครือข่ายประชารัฐ เป็นกลไกในการขับเคลื่อนบริหารจัดการชุมชน และเศรษฐกิจฐานรากอย่างเป็นระบบที่สามารถ

ตอบสนองต่อความต้องการ และความคาดหวังของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการนำสารสนเทศของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไปสู่การปรับปรุงกระบวนการ วางแผนและปฏิบัติงานพัฒนาของชุมชนอย่างมีส่วนร่วม สร้างความสัมพันธ์และความผูกพันของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในปัจจุบันและอนาคต ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพตรงกับความต้องการของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ปัญหาความเหลื่อมล้ำในประเทศไทย เป็นปัญหาสำคัญในการพัฒนาชนบท เนื่องจากปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ไม่ได้เป็นเพียงปัญหาเศรษฐกิจเพียงเท่านั้น แต่รวมถึงโอกาสในการถือครองที่ดินเพื่ออยู่อาศัย และทำมาหากินซึ่งมีคนเพียง 1% เท่านั้นที่เป็นเจ้าของความมั่งคั่งของคนทั้งประเทศส่วนใหญ่ เกิดจากปัญหาที่สะสมมานาน ได้แก่ อาชีพเกษตรกรรมของคนในชนบทไม่สามารถสร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจได้ หรือนโยบายมาตรการของรัฐที่สามารถผ่อนคลายความเดือดร้อนได้แค่ระยะสั้น ดังนั้น กลไกภาครัฐจึงเป็นฟันเฟืองที่สำคัญในการกระจายความเจริญสู่ระดับท้องถิ่นทำให้ชุมชนเข้มแข็งจึงได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เป็นกลไกในการบริหารจัดการชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากอย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายเศรษฐกิจฐานรากเข้มแข็ง มั่นคงที่จะนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง



พช. มีภารกิจสำคัญในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน ในฐานะเป็นส่วนราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย โดย พช. ได้อาศัยศักยภาพความได้เปรียบด้านพันธกิจ ด้านปฏิบัติการ ด้านบุคลากร และประชาชน ด้วยการ ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นกลไกขับเคลื่อนแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนให้เกิดความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล มีประสบการณ์พัฒนาชุมชน อาสาสมัคร องค์กร และเครือข่าย ที่เข้มแข็งอย่างต่อเนื่องกว่า 300,000 คน ศักยภาพบุคลากรปฏิบัติงานกระจายครอบคลุมทุกพื้นที่และเสมือนเป็นเพื่อนคู่คิดมิตรแท้ของประชาชนเพราะมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคม ประชาชนมีความเชื่อมั่นไว้วางใจ เป็นต้น ดังนั้น พช. จึงได้กำหนดวาระที่ใช้เป็นกรอบแนวทางในการขับเคลื่อนงานให้บรรลุเป้าหมายวิสัยทัศน์คือ “เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้ภายในปี 2564” เพื่อเป็นกรอบการดำเนินงานในทิศทางเดียวกันที่สามารถกำหนดรูปแบบนำไปประยุกต์สู่ การปฏิบัติงานได้ตามความเหมาะสม

หลักคิดแก่นในการพัฒนาชุมชน

พช. ให้ความสำคัญกับข้อมูลสารสนเทศที่ได้รับจากผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้วยการรับฟังความคิดเห็นหลากหลายช่องทาง เช่น การรับฟังความคิดเห็นทางโทรศัพท์, ระบบดำรงธรรม พช. Online, การรับฟังความคิดเห็นด้วยการสอบถามรับฟังเรียนรู้เฉพาะกลุ่ม (Focus Group) และช่องทางที่สำคัญยิ่ง คือ กลไกของผู้ตรวจราชการกรมซึ่งจะนำมาสะท้อนในการประชุมผู้บริหาร เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงกระบวนการใช้สารสนเทศจากผู้รับบริการจากการวิเคราะห์ตนเองเพื่อสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจให้เป็นข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญและนำไปออกแบบในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ส่งผลให้ พช.สามารถเชื่อมโยง พันธกิจของ พช. กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากได้เป็นอย่างดี รวมทั้งการตอบสนองจากผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในปัจจุบันและอนาคตจำแนกจัดกลุ่มเป็น 3 กลุ่มได้แก่ ผู้รับบริการ ผู้รับบริการในอนาคตและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แล้วนำมาทบทวนออกแบบเป็นกระบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง บันได 3 ขั้น ดังนี้



ความเชื่อมโยงกรรมการพัฒนาชุมชนกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก

ขั้นที่ 1 การสร้าง "สัมมาชีพ" คือ การสร้างอาชีพที่สุจริตให้กับประชาชน ซึ่งดำเนินการในรูปแบบบุคคลหรือครัวเรือน ในขั้นนี้ พช. มีการจำแนกกลุ่มผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ครัวเรือนตกเกณฑ์ จปฐ. (ผู้รับบริการในอนาคต), ครัวเรือนที่มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ จปฐ. (ผู้รับบริการ) และครัวเรือนสัมมาชีพ (ผู้รับบริการ) โดยได้ยกระดับกลุ่มสัมมาชีพนี้ผ่านการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิด "ชาวบ้านสอนชาวบ้าน" เริ่มต้นด้วยการพัฒนาทักษะการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับปราชญ์ชุมชนด้านอาชีพ จากนั้นกลับไปสร้างทีมและจัดการฝึกอบรมอาชีพตามความถนัดและความสนใจให้กับครัวเรือนที่ต้องการฝึกอาชีพในหมู่บ้านเป้าหมายตลอดจนติดตามสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ครัวเรือนที่เข้ารับการฝึกอาชีพมีความรู้และปฏิบัติอาชีพได้จริง จนพัฒนาเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้กับครัวเรือนได้อย่างมั่นคง พึ่งพาตนเองได้ เช่น โครงการสร้างสัมมาชีพชุมชนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จำนวน 23,589 หมู่บ้าน โดยการสร้างผู้นำอาชีพหรือปราชญ์ เข้าอบรมเป็นวิทยากรสัมมาชีพ หมู่บ้านละ 1 คน และส่งเสริมให้จัดตั้งเป็นทีมวิทยากรสัมมาชีพ หมู่บ้านละ 5 คน รวม 117,945 คน ให้มีบทบาทในการสร้างความเข้มแข็งในการบูรณาการบริหารฝึกอาชีพตามความต้องการฝึกอาชีพของคนในชุมชนอย่างเป็นระบบเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการประกอบอาชีพ จำนวน 471,780 ครัวเรือน และสนับสนุนให้มีการจัดตั้งกลุ่มและพัฒนากลุ่มอาชีพ 2,360 กลุ่ม ส่งผลให้มีการหมุนเวียนเงินทุนจากกองทุนในชุมชน จำนวน 10,510 ล้านบาท

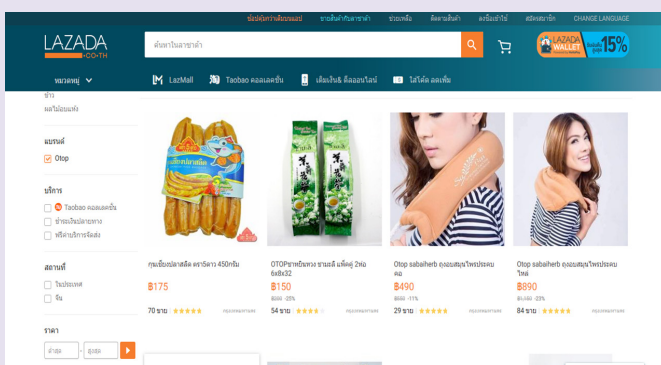
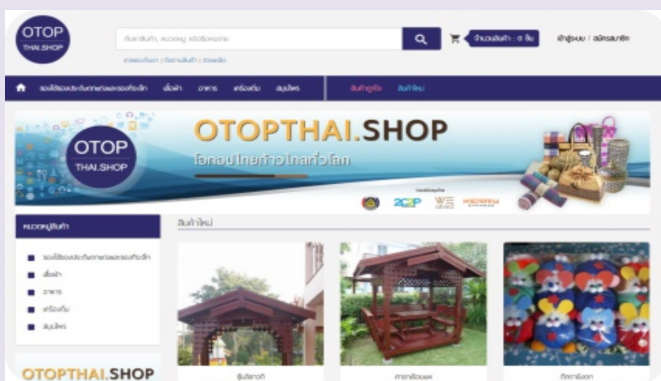


ขั้นที่ 2 ส่งเสริมทำให้เกิดการรวมกลุ่ม "OTOP / SME หรือ ผู้ประกอบการชุมชน (CE)"

ในขั้นนี้ พช. มีการจำแนกกลุ่มผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต (ผู้รับบริการ) กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP (ผู้รับบริการ) กลุ่มเยาวชน OTOP (ผู้รับบริการ ในอนาคต) และผู้บริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์ OTOP (กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) โดยได้ยกระดับ การรวมกลุ่ม การส่งเสริมด้านการตลาดและการพัฒนาองค์ความรู้โดยการจัดหาวิทยากร มาให้ความรู้เพิ่มเติมจากการเรียนรู้และรับฟังข้อมูลของผู้รับบริการ พช. จึงได้ปรับผลผลิตและ การบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและทำให้เหนือกว่าความคาดหวังของกลุ่มผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการบูรณาการเชื่อมโยงงานพัฒนาชุมชนในการขับเคลื่อนสัมมาชีพ ครว้เรือน ภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง “ส่งเสริมการดำเนินงานกองทุนชุมชน หนุนเสริมสัมมาชีพครว้เรือน” ได้แก่ กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ศูนย์จัดการกองทุนชุมชน และพัฒนาช่องทางการตลาด ได้แก่ ร้านประชารัฐ สุขใจ Shop (143 แห่ง 73 จังหวัด), OTOP ขึ้นเครื่อง 94 ราย 498 ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดเครือข่ายการตลาด และพัฒนาองค์ความรู้ การตลาดเชิงรุกแก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP โดยสามารถวัดผลสำเร็จของการดำเนินงานจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ซึ่งในปี 2560 มีรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 153,510 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 22.60 จากรายได้เดิม



ขั้นที่ 3 ผนวกด้วยจัดให้เป็น "วิสาหกิจเพื่อสังคม (SE)" การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วยรูปแบบแนวความคิดการทำงาน “สานพลังประชารัฐ” ในขั้นนี้ พช. มีการจำแนกกลุ่มผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้นำชุมชน/องค์กรชุมชน (ผู้รับบริการ) กลุ่มเยาวชน OTOP (ผู้รับบริการในอนาคต) และผู้บริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์ OTOP (กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) โดยพัฒนาตลาดรูปแบบใหม่ E-Commerce เช่น OTOPTHAI.SHOP LAZADA.co.th เป็นต้นที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสะดวกและทั่วถึงสอดคล้องกับสภาพสังคม เศรษฐกิจ วิถีชีวิตของประชาชนในแต่ละพื้นที่ โดยอาศัยการสร้างความร่วมมือทำงานร่วมกันของกลุ่มองค์กรภาคีเครือข่ายระหว่างภาครัฐ เอกชนและประชาชนทุกภาคส่วน สร้างเป็นเครือข่ายด้วยกลไกคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ ขับเคลื่อนงานภายใต้รหัส 1 3 5 76+1 ที่มุ่งเป้าหมายเดียว “สร้างรายได้ให้กับชุมชนเพื่อประชาชน มีความสุข” ด้วยการพัฒนา 3 เรื่อง ได้แก่ การเกษตร การแปรรูป (SMEs/OTOP) และการท่องเที่ยวโดยชุมชน และมีการจัดตั้งบริษัทประชารัฐรักสามัคคี ครอบคลุมทั้งประเทศ 76 แห่ง รวมถึงการจัดตั้งบริษัทประชารัฐรักสามัคคี (ประเทศไทย) 1 แห่ง เพื่อยกระดับการพัฒนาชุมชนและสร้างธุรกิจชุมชนพร้อมเชื่อมโยงการพัฒนาการจำหน่ายสินค้า OTOP Online ผลสำเร็จจากการขับเคลื่อนงานวิสาหกิจเพื่อสังคม (SE) ส่งผลให้มีชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมจำนวน 3,895 ชุมชน และมีผู้รับประโยชน์ 614,180 คน



รูปภาพที่ 2 ตลาดออนไลน์ (ความร่วมมือกับภาคเอกชน)





การพัฒนาชุมชนเข้มแข็งในขนาด OTOP นวัตกรรม

พช. มีวิสัยทัศน์ที่สำคัญในการทำให้เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง และชุมชนพึ่งตนเองได้ภายในปี 2564 ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ที่มีกรอบแนวทางการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิต และมีรายได้ที่ดีขึ้น พช. ได้วางแผนและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน พัฒนาผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ในดูแลทั้งในปัจจุบันและอนาคต มีเป้าหมาย เพื่อให้ตลาดชุมชนมีความเข้มแข็ง พัฒนายกระดับรายได้คนในชุมชนฐานราก โดยมีแนวคิดเปลี่ยนผ่านยกระดับ OTOP

รูปแบบดั้งเดิมสู่การสร้างรายได้ตามความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริงภายใต้ การสร้างชุมชนเข้มแข็ง OTOP นวัตกรรม “ร่วมสุข ร่วมวิถี ร่วมสมัย” ที่จะดึงศักยภาพแต่ละชุมชนอาศัยเสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรมที่สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามพื้นที่มาเป็นรายได้ที่กระจายอยู่ในคนในชุมชนเชื่อมโยงการท่องเที่ยว พัฒนา OTOP ด้วยนวัตกรรมเพิ่มมูลค่า ผลงานวิถีชุมชน โดยชุมชนก็ยังสามารถคงวิถีชีวิตชุมชนได้ดั้งเดิม

ซึ่งส่งผลให้ชุมชนมีความสุขและสามารถพัฒนาไปสู่ชุมชนที่เข้มแข็งเกิดเป็น Local Economy ซึ่งจะทำให้คนในชุมชนไม่ต้องออกไปหารายได้จากภายนอกชุมชน โดย OTOP นวัตกรรมรูปแบบใหม่จะเป็นกำลังในการขับเคลื่อนสัมมาชีพชุมชน จาก “ต้นทาง กลางทาง จนถึงปลายทาง” ภายใต้ 5 กระบวนงาน คือ 1. การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว 2. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก 3. การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว 4. เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่น และ 5. ส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว และคาดว่าจะมียอด

จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP เพิ่มขึ้นมากกว่า 200,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2562 ส่งผลให้มีรายได้ให้กระจายอยู่กับประชาชนในหมู่บ้าน/ชุมชน บนพื้นฐานเสน่ห์ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ที่ดัดแปลงให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ซึ่งเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับหมู่บ้าน/ชุมชน และประชาชนมีความสุข (Strength Within and Happiness oriented approach)

การเปลี่ยนผ่าน OTOP เดิม สู่ OTOP นวัตกรรม

ปี 2557 ยอดขาย 97,592 ล้านบาท

ปี 2560 ยอดขาย 153,510 ล้านบาท

เพิ่มขึ้น 57.33 %

เปลี่ยนจากผลิตภัณฑ์ OTOP โดยรัฐ เป็นการกระจายรายได้ ตามความต้องการของชุมชน ให้ชุมชนเรียนรู้ ฟังตนเองได้อย่างแท้จริง

ร่วมสุข ร่วมวิถี ร่วมสมัย

OTOP นวัตกรรม

- พัฒนา OTOP ด้วยนวัตกรรม
- เพิ่มมูลค่าผสมวิถีชีวิตชุมชน
- สร้างสรรค์ สร้างเสน่ห์อัตลักษณ์วิถีชีวิตชุมชนให้มีคุณค่า
- ตลาดใหม่ในชุมชนเชื่อมโยงท่องเที่ยว

เปลี่ยนผ่าน

- ⚙️ ยอดขายเติบโตต่อเนื่อง
 - ปี 2557 ยอดขาย 97,592 ล.บ.
 - ปี 2560 ยอดขาย 153,510 ล.บ. สูงขึ้น 57.33 %
- ⚙️ รายได้ส่วนใหญ่อยู่กับผู้ประกอบการกลุ่มน้อย
 - 1-5 ดาว 14,360 ผลิตภัณฑ์ หรือ 17 %
 - กลุ่ม D 69,178 ผลิตภัณฑ์ หรือ 83 %
- ⚙️ ช่องทางตลาดอยู่ภายนอกชุมชน ซึ่งมีจำกัด
 - รัฐสนับสนุนเป็น Event, ต้องเป็น OTOP 3-5 ดาว
 - จำนวนวันที่ขายมีน้อย ไม่ต่อเนื่อง
- ⚙️ ค้าขายแข่งขันในระบบได้ยาก
 - ขาดความรู้ ทักษะการตลาด
 - มีค่าใช้จ่ายเพิ่ม ที่พัก เดินทาง ค่าจ้างอื่น