

นโยบายข้อ ๗

การพัฒนาสร้างความเข้มแข็งจากฐานราก

นโยบายข้อ ๗

การพัฒนาสร้างความเข้มแข็ง

จากฐานราก

รัฐบาลให้ความสำคัญกับชุมชนในการนำความรู้และทรัพยากรในพื้นที่มาผลิตเป็นสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มศักยภาพของเศรษฐกิจฐานรากให้สามารถสร้างรายได้ กระจายรายได้สู่ชุมชน สนับสนุนสินค้าชุมชน และยกระดับวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง พัฒนาช่องทางการตลาดเชื่อมโยงกับระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ และสร้างพลังสังคม พลังชุมชน รวมทั้งสร้างการเรียนรู้ ฝึกอาชีพกลุ่มอิสระในการร่วมขับเคลื่อน และพัฒนาประเทศ รัฐบาลจึงมีนโยบายดำเนินการ ดังนี้

๗.๑ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชน

๗.๑.๑ สร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจชุมชนผ่านอัตลักษณ์ของพื้นที่ โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ของไทย ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และสหกรณ์ในชุมชน ให้สามารถใช้ประโยชน์และต่อยอดจากสิ่งปั่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และทรัพยากรในพื้นที่ รวมทั้งเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อสร้างสรรค์คุณค่าผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชนที่มีอัตลักษณ์ และมีมาตรฐานการผลิตตามหลักสากล ซึ่งจะช่วยให้สร้างรายได้สู่ชุมชนอย่างทั่วถึง นำไปสู่การสร้างเศรษฐกิจชุมชน ที่สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนและมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของจังหวัดมากขึ้น

๗.๑.๒ สนับสนุนความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนผ่านเทคโนโลยี โดยพัฒนาผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชนให้มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถทั้งในการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ การสร้างสรรค์นวัตกรรมทั้งในเชิงกระบวนการผลิต การนำเสนอสินค้าหรือบริการ และการตลาด มีความสามารถในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจได้มากขึ้น โดยเฉพาะการเข้าถึงตลาดทั้งใน และต่างประเทศ ตลอดจนส่งเสริมแนวคิดการทำธุรกิจภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy) โดยเริ่มต้นจากการใช้ประโยชน์โครงสร้างพื้นฐานและบริการของภาครัฐ เครื่องจักรและอุปกรณ์ร่วมกัน เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาธุรกิจในรูปแบบใหม่

๗.๑.๓ สร้างโอกาสและส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและบริการทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน โดยจัดหาแหล่งเงินทุนและสนับสนุนให้มีช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย และเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศผ่านช่องทางการตลาดและการชำระเงิน รูปแบบใหม่ด้วยระบบออนไลน์หรือผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่ม และสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อประสาน แลกเปลี่ยนความรู้ ใช้ประโยชน์จากข้อมูล และเชื่อมต่อกิจกรรมร่วมกัน

๗.๑.๔ ส่งเสริมการลงทุนในชุมชนเพื่อสร้างงานในชุมชน โดยพัฒนาระบบและกลไก รวมทั้งพัฒนากลุ่มอาชีพตามศักยภาพของประชาชนในพื้นที่ เพื่อกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจให้คนในชุมชน และท้องถิ่น แบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และลดอัตราการย้ายถิ่น เพื่อทำงานในเมือง สนับสนุนการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนตามความพร้อมและศักยภาพในแต่ละพื้นที่ ใช้เศรษฐกิจดิจิทัลต่อยอดการพัฒนาควบคู่กับการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชน ด้วยการส่งเสริมการเชื่อมโยง ภาคเศรษฐกิจหลักกับเศรษฐกิจชุมชนในทุกภาคการผลิต ทั้งในภาคอุตสาหกรรม บริการ และการท่องเที่ยว

๗.๑.๕ สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน โดยพัฒนา และบูรณาการฐานข้อมูลที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจให้เข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ง่าย อาทิ องค์กรความรู้ ผลการวิจัยและพัฒนาการตลาดและนวัตกรรม สร้างระบบจูงใจให้เกิดความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชน ในการเรียนรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยี รวมทั้งสนับสนุนการยกระดับสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการกำหนดมาตรฐาน การตรวจสอบและรับรองให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

๗.๒ สร้างความเข้มแข็งของชุมชน

๗.๒.๑ สร้างผู้นำชุมชน ยกย่องปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นวิทยากร ในการขับเคลื่อนและสร้างกลไกการทำงานร่วมกันของภาคส่วนต่าง ๆ ในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนา กิจกรรมสาธารณประโยชน์ที่ส่งผลต่อการสร้างสังคมที่เข้มแข็ง การปรับเปลี่ยนค่านิยมคนไทยให้เสียสละ มีจิตอาสา จิตสาธารณะ เอื้อเฟื้อแบ่งปันผู้อื่น และเป็นพลังสำคัญในการจัดการปัญหาความเหลื่อมล้ำ การพัฒนาตนเองและการจัดการของชุมชนท้องถิ่น

๗.๒.๒ ยกย่องคุณภาพตลาดชุมชน สถาบันการเงินของชุมชน สวัสดิการชุมชน สาธารณสุขชุมชน ป่าชุมชน ไม่มีค่า ท่องเที่ยวชุมชน และส่งเสริมการขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทั้งด้านการผลิต แหล่งเงินทุน โลจิสติกส์ ข้อมูล การแลกเปลี่ยนความรู้ และความเชี่ยวชาญเพื่อต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่าธุรกิจ พัฒนาความเข้มแข็งของกลุ่ม ให้สามารถเชื่อมโยงเข้าเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่การผลิตของภาค รวมถึงกำกับดูแลมาตรฐานสินค้า ให้ได้มาตรฐานสากลและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมความเข้มแข็งให้ชุมชนจัดสวัสดิการที่จำเป็นภายในชุมชน

๗.๒.๓ แก้ไขปัญหาที่อยู่อาศัย ที่ดินทำกิน สร้างชุมชนที่น่าอยู่ มุ่งเน้นการจัดการที่อยู่อาศัย การพัฒนาทักษะอาชีพ และการพัฒนาพื้นที่เมืองแบบองค์รวม เพื่อพัฒนาชุมชนเข้มแข็ง สังคมที่เอื้ออาทร มีความสะดวกสบาย ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีวัฒนธรรมและจิตวิญญาณที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง และชุมชน และมีระบบเศรษฐกิจที่มั่นคง เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ และเป็นฐานการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน

๗.๒.๔ สร้างพลังในชุมชน โดยส่งเสริมให้เกิดการสร้างพลังทางสังคม ภาคีเครือข่าย การรวมตัวของภาคส่วนต่าง ๆ ในชุมชนมาเป็นกำลังในการพัฒนาเพื่อส่วนรวม โดยให้ความสำคัญกับการสร้างพลังจิตอาสา สร้างพลังแผ่นดินเพื่อพัฒนาศักยภาพและสร้างเอกภาพแก่กลุ่มอาสาสมัคร รูปแบบต่าง ๆ การสร้างพลังสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมกิจกรรมทางสังคมของคนทุกวัยผ่านการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ ในรูปแบบต่าง ๆ และการสร้างพลังภูมิคุ้มกัน เพื่อการใช้สื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ และประชาชนมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังและเตือนภัย

๗.๒.๕ สร้างเครือข่ายชุมชนที่เข้มแข็ง เน้นส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนทุกภาคส่วนเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจกำหนดนโยบายและมาตรการของภาครัฐ โดยเริ่มจากการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถนำเสนอแนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสวัสดิการในระดับชุมชน เพื่อเป็นรากฐานของการพัฒนาระบบประชาธิปไตยในบริบทสังคมไทย

๗.๓ ส่งเสริมบทบาทภาคเอกชนในการช่วยพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจฐานราก โดยการสร้าง “คุณค่าร่วม” ระหว่างภาคธุรกิจ สังคม และผู้บริโภค ที่ครอบคลุมตลอดทั้งห่วงโซ่การผลิต พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมในด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่คนในชุมชน เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่นหรือช่วยแก้ไขปัญหาสังคมและพัฒนาชุมชน อาทิ การจ้างงานผู้พิการ หรือผู้ผ่านการต้องขัง เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและความสุขของคนในชุมชน



๑. การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชน

๑.๑ การสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจชุมชนผ่านอัตลักษณ์ของพื้นที่

๑.๑.๑ พัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOPT ในปี ๒๕๖๔ จำนวน ๒๗๘,๕๗๐.๔๒ ล้านบาท และปี ๒๕๖๕ (ณ เดือนกรกฎาคม ๒๕๖๕) จำนวน ๑๙๗,๔๘๖.๕๒ ล้านบาท

๑.๑.๒ เสริมสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOPT: KBO) ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ดำเนินการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายองค์ความรู้ KBO จำนวน ๗๖ จังหวัด ๓,๐๔๐ คน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOPT โดยเครือข่ายองค์ความรู้ KBO จังหวัด จำนวน ๑,๕๒๐ ผลิตภัณฑ์ สำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ กำหนดการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตชุมชน/เครือข่าย KBO จังหวัด จำนวน ๓,๐๔๐ คน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOPT กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา หรือผลิตภัณฑ์ ๑-๓ ดาว รวม ๑,๕๒๐ ผลิตภัณฑ์

๑.๑.๓ อนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาผ้าไทย

(๑) ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์

ลายผ้าพระราชทาน

(๑.๑) จำหน่าย “ผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ” โดยมียอดการจำหน่ายระหว่างเดือนมกราคม ๒๕๖๔-กรกฎาคม ๒๕๖๕ จำนวน ๑๑๕.๕๓ ล้านบาท และนำลายผ้าพระราชทานไปต่อยอดจำนวน ๑๐,๑๕๙ กลุ่ม มีสมาชิกได้รับประโยชน์ จำนวน ๘๓,๒๖๒ ครอบครัว/ครัวเรือน



(๑.๒) จำหน่าย “ผ้าไทยใส่ให้สนุก” ก่อให้เกิดรายได้ จำนวน ๒๕,๐๑๓.๓๒ ล้านบาท (เดือนมกราคม ๒๕๖๔-กรกฎาคม ๒๕๖๕) มีกลุ่มได้รับประโยชน์ จำนวน ๑๒,๖๖๕ กลุ่ม และมีสมาชิกได้รับประโยชน์ จำนวน ๑๑๐,๐๔๑ ครอบครัว/ครัวเรือน

(๑.๓) จำหน่าย “ผ้าขิดลายนารีรัตนราชกัญญา” ทำให้เกิดรายได้จำนวน ๘๒.๕๒ ล้านบาท มีกลุ่มได้รับประโยชน์ จำนวน ๑,๖๓๕ กลุ่ม และมีสมาชิกได้รับประโยชน์ จำนวน ๑๐,๒๔๔ ครอบครัว/ครัวเรือน

(๒) ดำเนินการตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓ เรื่อง มาตรการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย โดยมีผลการดำเนินงาน ดังนี้

(๒.๑) ส่งเสริมและสนับสนุนให้จังหวัดตราด สมุทรปราการ และสมุทรสาคร มีการทอผ้า และมีผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด โดยจังหวัดตราด มีกลุ่มทอผ้า จำนวน ๒ กลุ่ม สมาชิก จำนวน ๒๕ คน และมีการถ่ายทอดไปยังนักเรียน จำนวน ๑ โรงเรียน จังหวัดสมุทรปราการ มีกลุ่มทอผ้า จำนวน ๑ กลุ่ม สมาชิก จำนวน ๒๐ คน และลายผ้าที่คิดค้นขึ้นมา จำนวน ๕ ลาย และจังหวัดสมุทรสาคร มีกลุ่มผ้าปักมือ จำนวน ๓ ลาย

(๒.๒) ส่งเสริมการรวมกลุ่มทอผ้า จำนวน ๔ กลุ่ม ๔๐ คน ในพื้นที่จังหวัดตราดและสงขลา

๑.๑.๔ ดำเนินโครงการส่งเสริมนักรถลาดรุ่นใหม่ เพื่อส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ OTOP และชุมชนท่องเที่ยวมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นใน ๗๖ จังหวัด และส่วนกลาง รวมจำนวน ๒๓๗ ราย โดยมีผลการดำเนินงาน เช่น ส่งเสริมการตลาดออนไลน์ให้กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP/ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee และ Lazada รวมทั้งแพลตฟอร์มอื่น จำนวน ๘,๖๒๔ ผลิตภัณฑ์ จัดทำเนื้อหา (Content) ผลิตภัณฑ์ OTOP และเผยแพร่ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ มียอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ๒๐๑.๔๒ ล้านบาท

๑.๑.๕ เพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจให้กับผู้ประกอบการรายย่อย

โดยจัดกิจกรรมการพัฒนาสู่สุดยอดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and medium-sized enterprise: SME) จังหวัด (SME Provincial Champions) ประกอบด้วย การอบรมและประเมินตนเองแก่ผู้ประกอบการ จำนวน ๔๖๒ ราย และการคัดเลือกผู้ประกอบการเพื่อสำรวจความต้องการของตลาดและนำมาปรับใช้ให้มีความเหมาะสมกับธุรกิจของตนเอง จำนวน ๔๖๒ ราย

๑.๑.๖ ดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ได้ดำเนินการฝึกอบรม/ถ่ายทอดองค์ความรู้ รวมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การบริหารจัดการธุรกิจ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ของฝาก และของที่ระลึก ด้วยทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน ๘๐๐ ราย และในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ ได้ดำเนินการให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการนำอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของพื้นที่ ผสานความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยี มาปรับปรุง/พัฒนาผลิตภัณฑ์ มีเป้าหมายจำนวน ๒๐๐ ผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันดำเนินการแล้วเสร็จ จำนวน ๑๒๖ ผลิตภัณฑ์ และอยู่ระหว่างดำเนินการ จำนวน ๗๔ ผลิตภัณฑ์

๑.๑.๗ ดำเนินโครงการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่บนพื้นที่สูงร่วมกับภาคเอกชน เช่น การกำหนดหลักสูตรในการส่งเสริมความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ให้กับกลุ่มศูนย์พัฒนาราชภูมบนพื้นที่สูง จังหวัดพิษณุโลก การจัดทำเพจกลุ่มอาชีพทำกระเป๋ากระจูด และการพัฒนาลายปักผ้าไหม โดยในระยะต่อไปจะจัดทำบันทึกความร่วมมือในการพัฒนาเยาวชนชนเผ่าเพื่อเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่

๑.๑.๘ ส่งเสริมศักยภาพการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเพิ่มโอกาสทางการค้า ภายใต้แนวคิด “SMART Local by DBD” ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าพื้นถิ่นไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy: BCG Economy) ผ่านการจัดกิจกรรม เช่น การส่งเสริมการขายในรูปแบบ Popup Store “SMART Local Shop by DBD” ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การเจรจาจับคู่ธุรกิจ การอบรม/สัมมนา “OTOP Select ยุค Next Normal”



และการจัดกิจกรรมแสดง/จำหน่ายสินค้าภายในงาน “OTOP Midyear 2022” มีผู้ประกอบการได้รับการพัฒนา จำนวน ๕๔๔ ราย เกิดมูลค่าทางการค้า จำนวน ๕๒๘.๗๕ ล้านบาท

๑.๑.๙ พัฒนาศักยภาพและสร้างโอกาสทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการโซ่ห่วยไทย โดยยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการร้านค้าโซ่ห่วยตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ สร้างเครือข่ายธุรกิจและสร้างองค์ความรู้ เช่น บัญชีและภาษี การปรับปรุงลักษณะร้านค้า รวมถึงสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีในร้านค้า จำนวน ๑๑,๘๔๘ ราย และคัดเลือกร้านค้าที่มีศักยภาพและผลักดันการใช้ระบบขายหน้าร้านในการบริหารจัดการร้านค้า เพื่อพัฒนาสู่การเป็น “สมาร์ทโซ่ห่วย” จำนวน ๓๔,๕๗๒ ราย ทั่วประเทศ

๑.๑.๑๐ สร้างความเข้มแข็งและพัฒนาศักยภาพการค้าธุรกิจชุมชน (MOC Biz Club) โดยจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าจากผู้ประกอบการรายย่อยท้องถิ่นทั่วประเทศ เจรจาจับคู่ธุรกิจ ให้คำปรึกษา และประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมทั้งสัมมนาเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ และการตลาดสมัยใหม่ให้กับประธาน/ผู้บริหารเครือข่ายธุรกิจ MOC Biz Club ทั้ง ๗๗ จังหวัด ผ่านช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ มีสมาชิกรวม ๑๓,๒๖๐ ราย

๑.๑.๑๑ สร้างโอกาสทางการตลาด และพัฒนาธุรกิจฐานรากด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) โดยสร้างและพัฒนานักการค้า “Smart Trader Online” เพื่อเป็นผู้ช่วยนำสินค้าชุมชนเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ จำนวน ๗๑๒ ราย และเสริมสร้างองค์ความรู้ และศักยภาพด้าน e-Commerce ให้แก่ผู้ประกอบการฐานราก ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เช่น การเปิดและบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ กลยุทธ์การทำยอดขายออนไลน์ และการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชนออนไลน์รุ่นใหม่ รุ่นที่ ๒ มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมกว่า ๓,๕๐๐ ราย

๑.๑.๑๒ ส่งเสริมชุมชนอัจฉริยะออนไลน์ (Digital Village by DBD) โดยบ่มเพาะพัฒนาเชิงปฏิบัติการผลักดันสินค้าชุมชนเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีชื่อเสียง และจัดกิจกรรมเชื่อมโยงการค้า เจรจากรัฐกิจ เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการสินค้าชุมชนที่ต้องการนำสินค้าชุมชนไปจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยปี ๒๕๖๔ ดำเนินการพัฒนาแล้ว จำนวน ๓๔ ชุมชน และในปี ๒๕๖๕ ดำเนินการแล้ว จำนวน ๒๑ ชุมชน รวม ๕๕ ชุมชน

๑.๑.๑๓ ส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) อัตลักษณ์สินค้าพื้นถิ่นเพิ่มมูลค่าสู่สากล

(๑) จัดทำระบบควบคุมคุณภาพและมาตรฐานสินค้า GI ไทย โดยได้ออกหนังสืออนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สินค้า GI ไทยให้กับผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่ผ่านการตรวจสอบควบคุมคุณภาพแล้ว จำนวน ๒,๑๘๘ ราย จาก ๖๕ สินค้า

(๒) ตรวจรับรองระบบควบคุมคุณภาพสินค้า GI ไทยตามมาตรฐานสากล โดยจัดหน่วยตรวจรับรอง ที่ได้รับมาตรฐาน ISO/IEC 17065 : 2012 ด้าน GI หรือเทียบเท่า เพื่อตรวจรับรองระบบควบคุมคุณภาพของสินค้า GI ไทยที่มีศักยภาพในการส่งออก และมีการจดทะเบียนในต่างประเทศ จำนวน ๘ สินค้า ๑๑ จังหวัด

(๓) ส่งเสริมและสร้างการรับรู้ในการใช้ตราสัญลักษณ์ GI ไทย ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย โดยจัดทำบรรจุภัณฑ์หรือฉลากสินค้า GI ไทยที่ใช้ตราสัญลักษณ์ GI ไทย และชื่อสินค้า GI ที่ถูกต้อง เพื่อมอบให้กับผู้ที่ผ่านการตรวจควบคุมคุณภาพและมาตรฐานสินค้า GI ไทย จำนวน ๑๖ สินค้า

เพิ่มโอกาสทางการค้า ภายใต้แนวคิด “SMART Local by DBD” พัฒนาสินค้าพื้นถิ่นไทย ด้วยโมเดล BCG ผู้ประกอบการพัฒนา ๕๔๔ ราย เกิดมูลค่าทางการค้า ๕๒๘.๗๕ ล้านบาท

(๔) **เผยแพร่ GI ไทย ให้เป็นที่รู้จัก** โดยร่วมมือกับ The Michelin Guide Thailand ผู้รวบรวมข้อมูลร้านอาหารที่มีชื่อเสียงระดับโลกและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และลงพื้นที่แหล่งผลิตสินค้า GI ที่มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะท้องถิ่น เพื่อคัดสรรวัตถุดิบชั้นดีจากสินค้า GI และสร้างสรรค์เมนูอาหารจากเชฟระดับมิชลินสตาร์ จำนวน ๓ สินค้า ได้แก่ ข้าวหอมมะลิดีโนภูเขาไฟบุรีรัมย์ (จังหวัดบุรีรัมย์) กระจ่างศรีสะเกษ (จังหวัดศรีสะเกษ) และเนื้อโคขุนโพนยางคำ (จังหวัดสกลนคร) ซึ่งจะเป็นการเผยแพร่อัตลักษณ์วัฒนธรรมอาหารไทย และสนองตอบนโยบายรัฐบาลเรื่อง Soft Power เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

(๕) **ส่งเสริมและพัฒนาต่อยอดสินค้าท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมด้วยทรัพย์สินทางปัญญา** เพื่อสร้างคุณค่าจากความคิดสร้างสรรค์ต่อยอดและพัฒนาสินค้า/บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และวัฒนธรรม ให้เป็นที่รู้จักในแวดวงนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยมีสินค้า/บริการฯ ที่เข้าสู่กระบวนการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา จำนวน ๓๖ คำขอ ซึ่งได้รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้ว จำนวน ๒๐ คำขอ



๑.๑.๑๔ **ดำเนินโครงการส่งเสริมอัตลักษณ์และภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน** ท่องเที่ยวภูมิวัฒนธรรม ผ่านเวทีการแลกเปลี่ยนระหว่างพื้นที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พื้นที่ที่ดำเนินการศูนย์ราชการบนพื้นที่สูง ๑๖ จังหวัด โดยมีกลุ่มเป้าหมายได้รับการสนับสนุน จำนวน ๕๖๕ คน

๑.๒ การสนับสนุนความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนผ่านเทคโนโลยี

๑.๒.๑ **จำหน่ายสินค้าชุมชนผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)** มีผู้ขายสินค้า จำนวน ๖,๖๖๒ ร้านค้า เป็นร้านค้าทั่วไป จำนวน ๓,๓๔๓ ร้านค้า และร้านค้าชุมชน จำนวน ๓,๓๑๙ ร้านค้า มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าแบบออนไลน์ จำนวน ๑.๘๑ ล้านบาท และรายได้จากการจำหน่ายสินค้าแบบออฟไลน์ ที่ทำการไปรษณีย์ จำนวน ๑๒.๘๗ ล้านบาท

๑.๒.๒ **ส่งเสริมการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ** โดยดำเนินโครงการหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ ในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อให้เกิดผู้ประกอบการใหม่และบริษัทจัดตั้งใหม่ โดยมีเครือข่ายอุดมศึกษา จำนวน ๙ เครือข่าย มีผู้ประกอบการเข้าร่วม จำนวน ๑๒๕ ราย

๑.๒.๓ **พัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน** เช่น (๑) พัฒนาผลผลิตจากการเลี้ยงปลาคูสตูว์ในพื้นที่มาทำเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นวัฒนธรรมภูมิปัญญาทางอาหารของท้องถิ่น เพื่อพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ๙ ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย สเต็กโคขุนเจ้าพระยา ไก่ย่างสมุนไพรกระวาน หม่าซึยภูมิ หมูหันแกงกระเบา เนื้อสะเต๊ะ เนื้อแดดเดียว ไข่กรอกโคขุนเห็ดโคนเลาขวัญ แกงแพะทะเลใต้ และไก่สับเบตงพิบูลทอง และ (๒) จัดกระบวนการเรียนรู้ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพให้แก่กลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตร กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มยุวเกษตรกร จำนวน ๕๓๗ กลุ่ม และพัฒนากระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตรแปรรูปการตลาดยุคใหม่ จำนวน ๙๗ แห่ง

**พัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน
สินค้าเกษตรแปรรูป
การตลาดยุคใหม่
๙๗ แห่ง**

๑.๒.๔ สนับสนุนการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่ โดยบูรณาการกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ มีผลการดำเนินงาน ดังนี้

(๑) สร้างแพลตฟอร์มเพื่อส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ เพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ จำนวน ๓ แพลตฟอร์ม ได้แก่ (๑) แพลตฟอร์มการบริการให้คำปรึกษา (Technology Consulting Service: TCS) จำนวน ๗๒ โครงการ (๒) แพลตฟอร์มการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการชุมชน (Building Capacity Enterprise: BCE) จำนวน ๔๕ โครงการ และ (๓) แพลตฟอร์มบ่มเพาะชุมชน/หมู่บ้านให้มีศักยภาพด้านวิทยาศาสตร์ (Science Community Incubator: SCI) จำนวน ๗๖ โครงการ

(๒) ถ่ายทอดเทคโนโลยี มีผลการดำเนินงาน ได้แก่ (๑) มีผู้เข้ารับการถ่ายทอดเทคโนโลยี และองค์ความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพ จำนวน ๑๙,๕๗๕ คน (๒) จำนวนสถานประกอบการ/ชุมชนที่ใช้ผลงานวิจัย และพัฒนาไปเพิ่มมูลค่า จำนวน ๓๖ ราย และ (๓) จำนวนผลงานด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ที่ไปใช้ในการเพิ่มศักยภาพ จำนวน ๓๑ เรื่อง

๑.๓ การสร้างโอกาสและส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย และบริการทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน โดยพัฒนาระบบให้บริการ “SME ACCESS” ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ บูรณาการส่วนงานที่ทำหน้าที่ให้บริการ แก่ผู้ประกอบการ SME ในรูปแบบดิจิทัลทั้งหมด โดยพัฒนาเชื่อมโยงและบูรณาการ ข้อมูลและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการทั้ง ๔ แพลตฟอร์ม ประกอบด้วย ระบบ SME PORTAL จำนวน ๖๐๖,๐๐๐ ราย ระบบ SME Academy 365 จำนวน ๕,๑๔๒ ครั้ง ระบบโค้ชออนไลน์ และระบบ “SME CONNEXT”



๑.๔ การส่งเสริมการลงทุนในชุมชนเพื่อสร้างงานในชุมชน
๑.๔.๑ ถ่ายทอดความรู้เรื่อง “GAP Organic” สมุนไพร ให้แก่เกษตรกรรายใหม่ในจังหวัดเมืองสมุนไพรคลัสเตอร์เกษตรวัตุดิบสมุนไพร จำนวน ๕ จังหวัด มีเกษตรกรเข้าอบรม จำนวน ๓๔๕ ราย
๑.๔.๒ รับรองพื้นที่การเกษตรตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (Organic) ในจังหวัดเมืองสมุนไพรคลัสเตอร์เกษตรวัตุดิบสมุนไพร จำนวน ๑๑ แหล่ง มีผู้ประกอบการสมุนไพรมากกว่า ๙๒๐ ราย มีโรงงานผลิตแปรรูปสมุนไพร จำนวน ๓๕ แห่ง มีนักท่องเที่ยว จำนวน ๑,๐๒๐,๗๖๗ ราย มูลค่าการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองสมุนไพร จำนวน ๔,๘๖๘ ล้านบาท



๑.๕ การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ดังนี้
๑.๕.๑ จัดตั้งศูนย์ให้บริการ SME ครบวงจร (SME One-stop Service Center: OSS) โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ ได้ให้บริการให้คำปรึกษาเบื้องต้นในการดำเนินธุรกิจแก่ SME ในด้านต่าง ๆ รวมถึง บูรณาการความร่วมมือส่งต่อความช่วยเหลือไปยังโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐและเอกชนทั่วประเทศ มีผู้เข้ารับบริการแล้ว จำนวน ๑๔๖,๔๕๙ ราย มีผู้ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการแล้ว จำนวน ๑๐๑,๑๔๓ ราย และมีหน่วยงาน เครือข่ายที่ได้รับการพัฒนาการให้บริการส่งเสริม SME จำนวน ๒๕๑ หน่วยงาน

๑.๕.๒ พัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากไทย หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (โควิด-๑๙) โดยคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ จำนวน ๒ กลุ่ม ได้แก่ ภาคการผลิต คือ วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานสู่การแปรรูปเชิงนวัตกรรม (ข้าวน้ำจิ้ม) จังหวัดพะเยา และภาคการบริการ คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลมโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช และจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนากระบวนการผลิต การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การสร้างเรื่องราว การสร้างแบรนด์ การจัดทำระบบสต็อกสินค้า และการจัดทำบัญชี พร้อมทั้งติดตามผลการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

๒. การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

๒.๑ การสร้างผู้นำชุมชน ยกย่องปราชญ์ชาวบ้าน

๒.๑.๑ ดำเนินโครงการพัฒนาเกษตรยั่งยืน ได้แก่ (๑) คัดเลือกศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านเข้าร่วมโครงการฯ จำนวน ๗๖ กลุ่ม (๒) ส่งเสริมเกษตรกรให้ทำเกษตรกรรมตามแนวทางเกษตรทฤษฎีใหม่ โดยกำกับดูแลและติดตาม ความก้าวหน้าผลการดำเนินงานของเกษตรกร และ (๓) สรรหาปราชญ์เกษตรของแผ่นดิน โดยทำความเข้าใจกับผู้ปฏิบัติงานระดับจังหวัด และจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน รวมทั้งจัดทำสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๒.๑.๒ ดำเนินกิจกรรมสร้างและพัฒนาสัมมาชีพชุมชนในระดับหมู่บ้าน โดยมีการสร้างสัมมาชีพชุมชน จำนวน ๖๓,๒๑๗ หมู่บ้าน/ชุมชน มีประชาชนเป้าหมายได้รับการส่งเสริมอาชีพ จำนวน ๑,๗๑๕,๔๒๐ คน/ครัวเรือน สำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ ได้ดำเนินกิจกรรม ได้แก่ (๑) กิจกรรมสร้างและพัฒนาสัมมาชีพชุมชนในระดับหมู่บ้าน โดยประชาชนมีอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น จำนวน ๓,๐๐๐ หมู่บ้าน ๗๕,๐๐๐ คน (๒) กิจกรรมจัดตั้งและพัฒนากลุ่มอาชีพ จำนวน ๓๐๐ กลุ่ม และ (๓) โครงการสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงชุมชน จำนวน ๖๐๐ คน

พัฒนาสัมมาชีพชุมชน
๓,๐๐๐ หมู่บ้าน
๗๕,๐๐๐ คน

๒.๒ การยกระดับคุณภาพตลาดชุมชน สถาบันการเงินของชุมชน สวัสดิการชุมชน สาธารณสุขชุมชน ป่าชุมชน ไม่มีค่า ท่องเที่ยวชุมชน และส่งเสริมการขายตลาดออกสู่ต่างประเทศ

๒.๒.๑ ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์สภาพแวดล้อมสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน จำนวน ๕๕ จังหวัด ๔๑๒ โครงการ

๒.๒.๒ พัฒนาตลาดเกษตรกร เช่น

(๑) จัดกิจกรรม “เชื่อมโยงข้าวสารไทยสู่ตลาดชุมชน” ๗ ครั้ง สามารถระบายข้าวสารได้ ๓๒.๙๒ ตัน มีมูลค่าการจำหน่ายรวม ๑.๐๘ ล้านบาท

(๒) จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายประชาสัมพันธ์ตลาดผลไม้ไทยยุคใหม่สู่ตลาดออนไลน์โดยผลไม้สดที่นำมาจำหน่าย เช่น มะม่วงเขียวเสวย มะม่วงอกร่อง กล้วยน้ำว่า กล้วยไข่ ชมพู่ทับทิม น้อยหน่า ส้มโชกุนเบตง ลำไย มะละกอ อโวคาโด ฝรั่งกิมจู และผลไม้แปรรูป มีมูลค่าการจำหน่าย จำนวน ๖๐๕,๒๘๖ บาท

(๓) จำหน่ายสินค้าตลาดสด อ.ต.ก. ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคมีความสะดวกในการจับจ่ายวัตถุดิบแบบบริการ ณ จุดเดียว แต่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของความเป็นตลาดสด

๒.๒.๓ พัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจของสถาบัน (สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร และธุรกิจชุมชน) โดยฝึกอบรมด้านการบริหารจัดการทางการเงินการบัญชีให้สหกรณ์ และกลุ่มเกษตรกร จำนวน ๘๐๐ แห่ง พัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจรวบรวม จัดเก็บ และแปรรูปผลผลิตการเกษตรในสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร จำนวน ๕๙ แห่ง และเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร จำนวน ๑๑,๔๕๑ แห่ง

๒.๒.๔ ส่งเสริมการจัดการป่าชุมชน โดยมี

ป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ. ๒๕๖๒ จำนวน ๑๑,๓๒๗ แห่ง พื้นที่ ๖.๒๙ ล้านไร่ เชื่อมร้อยเครือข่ายป่าชุมชน จำนวน ๑๑,๐๐๖ แห่ง มีสมาชิกป่าชุมชน จำนวน ๑๗๓,๕๕๐ คน ขยายการจัดตั้งป่าชุมชนเพิ่มขึ้น จำนวน ๔๐๐ ป่าชุมชน ส่งเสริมให้ชุมชนจัดทำแผนจัดการป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติฯ จำนวน ๖,๓๒๗ ป่าชุมชน สนับสนุนงบประมาณอุดหนุนให้ชุมชนบริหารจัดการป่าชุมชน จำนวน ๔๙๒ ป่าชุมชน และออกกฎหมายอนุบัญญัติให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติฯ จำนวน ๑๙ ฉบับ



๒.๒.๕ บริหารการจัดเก็บข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) ปี ๒๕๖๕ ด้วยระบบ Online Real Time

โดยจัดเก็บข้อมูล จปฐ. จำนวน ๑๒,๘๙๐,๗๔๓ ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ ๙๙.๙๓ จากเป้าหมาย ๑๒.๙๐ ล้านครัวเรือน

๒.๒.๖ สนับสนุนและส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งทุนชุมชน และการบริหารจัดการทุนชุมชนและองค์กรการเงินชุมชน ดังนี้

(๑) กองทุนแม่ของแผ่นดิน โดยมีหมู่บ้านกองทุนฯ จำนวน ๒๒,๕๗๔ หมู่บ้าน/ชุมชน หมู่บ้านต้นกล้ากองทุนฯ จำนวน ๑,๗๕๖ หมู่บ้าน/ชุมชน หมู่บ้านกองทุนฯ ดีเด่นระดับจังหวัด จำนวน ๑๔๑ หมู่บ้าน/ชุมชน ครัวเรือนสมัครเป็นสมาชิกกองทุนฯ ๒,๔๓๒,๓๗๗ ครัวเรือน ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ ได้จัดกิจกรรมเสริมสร้างความเข้มแข็งหมู่บ้านกองทุนฯ ๓ กิจกรรม ได้แก่ เพิ่มศักยภาพคณะกรรมการเครือข่ายกองทุนฯ ระดับอำเภอ จำนวน ๘,๗๘๐ คน เพิ่มศักยภาพคณะกรรมการศูนย์เรียนรู้กองทุนฯ ระดับจังหวัด จำนวน ๑,๑๔๐ คน และระดับอำเภอ จำนวน ๘,๗๘๐ คน และสนับสนุนกิจกรรมศูนย์เรียนรู้ต้นแบบหนุนเสริมสัมมาชีพชุมชนแก่เยาวชนกลุ่มเสี่ยงและผู้ผ่านการบำบัด จำนวน ๗๖ จังหวัด รวม ๑,๑๔๐ คน และพัฒนาหมู่บ้านต้นกล้ากองทุนฯ โดยประชุมเชิงปฏิบัติการคณะกรรมการหมู่บ้านต้นกล้ากองทุนฯ ในส่วนภูมิภาค จำนวน ๗๓ จังหวัด ๘๗๘ หมู่บ้าน และสนับสนุนกิจกรรมหมู่บ้านต้นกล้ากองทุนฯ จำนวน ๑,๗๕๖ หมู่บ้าน

(๒) กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต จำนวน ๑๙,๒๒๒ กลุ่ม มีสมาชิกจำนวน ๒,๙๓๕,๗๘๖ คน โดยประชาชนเข้าถึงแหล่งทุนที่มีอยู่ในชุมชน จำนวน ๑,๑๗๘,๗๙๗ คน เป็นเงิน ๒๔,๓๓๖.๒๑๖๗ ล้านบาท

(๓) โครงการแก้ไขปัญหาความยากจน มีจำนวน ๒๙,๒๓๑ หมู่บ้าน จำนวนครัวเรือนที่ได้รับเงินยืม ๑,๑๕๕,๖๙๒ ครัวเรือน เป็นเงิน ๗,๖๗๒.๐๑ ล้านบาท เงินทุนที่ฝากธนาคาร ๘๙๑.๓๕ ล้านบาท และเงินทุนที่อยู่ระหว่างเร่งรัดติดตามการชำระเงินยืมตามสัญญา จำนวน ๒,๖๕๖ หมู่บ้าน รวม ๔๒๗.๓๐ ล้านบาท

(๔) แก้ไขปัญหาหนี้สินภาคครัวเรือนของประชาชน โดยจัดการกองทุนชุมชน มีผลการดำเนินการในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ จำนวน ๓ กิจกรรม ได้แก่ (๑) การจัดตั้งศูนย์จัดการกองทุนชุมชน จำนวน ๑๐๗ แห่ง ได้รับเงินทุนแห่งละ ๖๙,๐๐๐ บาท

(๒) ศูนย์จัดการกองทุนชุมชนบริหารจัดการหนี้ “สำนึกดี แผนดี บริหารหนี้ได้” จำนวน ๓๒๑ แห่ง ได้รับเงินทุนแห่งละ ๗๐,๑๐๐ บาท และ (๓) ศูนย์จัดการกองทุนชุมชนสู่การเป็นต้นแบบด้านการบริหารจัดการหนี้ โดยได้ติดตามสนับสนุนและจัดการองค์ความรู้เพื่อพัฒนางาน จำนวน ๒๗ จังหวัด

จัดตั้งศูนย์จัดการกองทุนชุมชน
บริหารจัดการหนี้
“สำนึกดี แผนดี บริหารหนี้ได้”
๓๒๑ แห่ง

(๕) กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี มีสมาชิกประเภทบุคคลธรรมดา จำนวน ๑๔.๙๘ ล้านคน และมีสมาชิกประเภทองค์กรสตรี จำนวน ๗๓,๐๕๗ องค์กร ในส่วนรายงานการบริหารจัดการหนี้ของกองทุนฯ (ข้อมูล ณ เดือนมกราคม ๒๕๖๕) มียอดลูกหนี้คงเหลือ ๔,๘๔๓.๘๓ ล้านบาท จำแนกเป็น หนี้ยังไม่ถึงกำหนดชำระ จำนวน ๓,๘๒๔.๕๐ ล้านบาท (ร้อยละ ๗๘.๙๖) และหนี้เกินกำหนดชำระ จำนวน ๑,๐๑๙.๓๓ ล้านบาท (ร้อยละ ๒๑.๐๔)

๒.๒.๗ โครงการสถาบันการเงินประชาชน โดยเมืองค์กรการเงินชุมชนจดทะเบียนจัดตั้งเป็นสถาบันการเงินประชาชนภายใต้พระราชบัญญัติสถาบันการเงินประชาชน พ.ศ. ๒๕๖๒ ได้แก่ (๑) กลุ่มสัจจะออมทรัพย์บ้านสระแก้ว ใช้ชื่อว่า “สถาบันการเงินประชาชนตำบลบ้านเป้า” (๒) สถาบันการเงินชุมชนบ้านคูติน ใช้ชื่อว่า “สถาบันการเงินประชาชนตำบลน้ำขาว” (๓) สถาบันการเงินชุมชนบ้านทานพอ ใช้ชื่อว่า “สถาบันการเงินประชาชนบ้านทานพอ” (๔) สถาบันการเงินชุมชนตำบลแม่ข้าวต้ม ใช้ชื่อว่า “สถาบันการเงินประชาชนตำบลแม่ข้าวต้ม” (๕) สถาบันการเงินชุมชนบ้านวังสรรพรส หมู่ที่ ๘ ใช้ชื่อว่า “สถาบันการเงินประชาชนบ้านวังสรรพรส” (๖) สถาบันการเงินชุมชนตำบลจำปาหล่อ ใช้ชื่อว่า “สถาบันการเงินประชาชนตำบลจำปาหล่อ” และ (๗) สถาบันการเงินบ้านประสานมิตร ใช้ชื่อว่า “สถาบันการเงินประชาชน บ้านประสานมิตร”

๒.๒.๘ พัฒนาตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น

เพื่อกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ และพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน โดยพิจารณาคัดเลือกตลาดชุมชนเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้เป็นตลาดต้องชมแห่งใหม่ ปัจจุบันมีตลาดต้องชมรวม ๒๓๑ แห่ง ทั้งนี้ ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมช่องทางตลาดและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการในตลาด รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์ตลาดต้องชม รวม ๑๖๔ ครั้ง มีมูลค่ากว่า ๑,๓๒๐ ล้านบาท



๒.๒.๙ โครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย โดยจัดกิจกรรมเชื่อมโยงและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านทำมาค้าขาย จำนวน ๑๗ แห่ง ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ มีมูลค่าการซื้อขาย ๑๒๘.๗๒ ล้านบาท

๒.๓ การแก้ไขปัญหาที่อยู่อาศัย ที่ดินทำกิน สร้างชุมชนที่น่าอยู่ เช่น (๑) ปรับปรุงที่อยู่อาศัยสำหรับคนยากจนและผู้ด้อยโอกาสผ่านโครงการตำบลมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน ๗ แห่ง และซ่อมแซมบ้านเรือนราษฎรยากจนและด้อยโอกาสในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน ๖๕๔ หลัง (๒) พัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย จำนวน ๔,๔๖๐ หน่วย และ (๓) พัฒนาที่อยู่อาศัยโครงการบ้านเช่าสำหรับผู้มีรายได้น้อย “บ้านเคหะสุขประชา” พร้อมการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และที่ดินทำกิน ในปี ๒๕๖๔ มีแผนงานนำร่อง ๒ พื้นที่ รวม ๕๗๒ หน่วย และโครงการกลุ่มเร่งด่วนและต่อเนื่อง จำนวน ๑๓ โครงการ รวม ๓,๙๔๘ หน่วย นอกจากนี้ ได้ดำเนินโครงการที่ดินของรัฐที่จัดให้แก่ประชาชนที่ยากจน โดยจัดที่ดินทำกินและที่อยู่อาศัยให้กับประชาชนที่ยากจน ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ จำนวน ๒,๑๓๕ แปลง ๑,๕๘๗ ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ ๑๐๑.๖๗ และบริหารจัดการการใช้ประโยชน์ที่ดินของรัฐเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน รั้งวัดวางผังแนวเขตการครอบครองที่ดินทำกินและที่อยู่อาศัย จำนวน ๑,๘๑๕ แปลง ๑,๕๖๙ ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ ๑๓๙.๖๒

๒.๔ การสร้างพลังในชุมชน โดยมีการดำเนินการ เช่น (๑) **น้อมนำแนวพระราชดำริของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี** **สู่แผนปฏิบัติการ ๙๐ วัน** โดยมีครัวเรือนที่ปลูกผัก อย่างน้อย ๑๐ ชนิด จำนวน ๙,๑๒๖,๙๓๖ ครัวเรือน มีครัวเรือนที่เลี้ยงสัตว์/ประมง จำนวน ๔,๒๑๒,๖๓๗ ครัวเรือน และรณรงค์สร้างคลังอาหารชุมชนโดยใช้พื้นที่สาธารณประโยชน์ จำนวน ๑,๕๓๗,๓๔๘ แห่ง ทั้งนี้ สามารถเพิ่มรายได้ และลดรายจ่ายในครัวเรือน โดยมีครัวเรือนที่เพิ่มรายได้แล้ว จำนวน ๓,๖๓๔,๘๗๐ ครัวเรือน และครัวเรือนที่สามารถ ลดรายจ่าย จำนวน ๔,๗๕๕,๒๑๒ ครัวเรือน (๒) **โครงการ พัฒนาพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลัก ทฤษฎีใหม่ ประยุกต์สู่ “โคก หนอง นา โมเดล”** ดำเนินการ ๗ กิจกรรม เช่น **กิจกรรมที่ ๑** ฝึกอบรมเพิ่มทักษะระยะสั้น การพัฒนาสิทธิประโยชน์ระบบเศรษฐกิจพอเพียง รูปแบบ “โคก หนอง นา” มีผู้ผ่านการอบรม จำนวน ๓๖๓ รุ่น ๓๗,๘๕๓ คน **กิจกรรมที่ ๒** สร้างพื้นที่เรียนรู้ชุมชนต้นแบบ การพัฒนาคุณภาพชีวิต (Community Lab Model for quality of life: CLM) ระดับตำบล จำนวน ๓๓๗ แห่ง และพัฒนาพื้นที่ครัวเรือนต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิต (Household Lab Model for quality of life: HLM) จำนวน ๒๔,๘๒๐ แห่ง **กิจกรรมที่ ๓** สร้างงานสร้างรายได้รายเดือนให้แก่เกษตรกร แรงงาน และบัณฑิตจบใหม่ กลุ่มแรงงานที่อพยพกลับท้องถิ่นและชุมชน โดยจ้าง ลูกจ้างเหมาบริการปฏิบัติการกิจกรรมตามโครงการฯ จำนวน ๑๑,๓๓๒ ราย และ**กิจกรรมที่ ๗** สร้างโปรแกรมและระบบ ฐานข้อมูล พัฒนาระบบ Digital รองรับ Local Economy โดยดำเนินการพัฒนาระบบเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ เพื่อวัดผลสัมฤทธิ์คุณภาพชีวิตในบริบทโคก หนอง นา โมเดล (Web Application) จำนวน ๑ ระบบ จัดทำแผนที่ฐาน (Base Map) ชุดที่ ๑ ปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒ และชุดที่ ๒ ปี ๒๕๖๓-๒๕๖๔ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์แบบมีส่วนร่วม (Co-Creation) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา พื้นที่ต้นแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ (๓) **ดำเนินโครงการพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง** มีหมู่บ้านที่ได้รับการพัฒนา จำนวน ๑๔,๗๒๒ หมู่บ้าน รวมทั้งมีศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงได้รับการพัฒนา จำนวน ๑๔,๗๒๒ แห่ง และ (๔) **ขยายผลองค์ความรู้ เทคโนโลยีด้านการเกษตรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต** โดยขับเคลื่อนและผลักดันให้เกิดการนำผลงานวิจัย และนวัตกรรมไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม จำนวน ๓๖ เรื่อง เช่น ถ่ายทอดวิธีการปฏิบัติงานตามคู่มือ การตรวจศัตรูพืชไม้ตัดดอกเพื่อการนำเข้า ขยายผลพันธุ์อ้อยคั้นน้ำพันธุ์ศรีสำโรง ๑ และขับเคลื่อนเทคโนโลยี การผลิตมันแกวคุณภาพดีได้มาตรฐานและปลอดภัยสู่การเพิ่มมูลค่าและสร้างอัตลักษณ์เด่นพื้นถิ่นจังหวัดมหาสารคาม และนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมจากงานวิจัยถ่ายทอดสู่เกษตรกร ผ่านศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต สินค้าเกษตรและแปลงใหญ่ จำนวน ๖,๒๙๔ ราย และมีสินค้าเกษตรอัตลักษณ์หรือพืชท้องถิ่นได้รับการพัฒนา ศักยภาพกระบวนการผลิตที่เหมาะสม จำนวน ๗ ชนิด ได้แก่ ฝ้ายและคราม ทุเรียน ส้มโอ ส้มเขียวหวาน ส้มเกลี้ยง หอมแดง และงาดำ

**ฝึกอบรมทักษะ:
“โคก หนอง นา โมเดล”
๓๖๓ รุ่น ๓๗,๘๕๓ คน**



๒.๕ การสร้างเครือข่ายชุมชนที่เข้มแข็ง มีการดำเนินการ เช่น (๑) พัฒนากิจการสภาองค์กรชุมชน โดยดำเนินการผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนอันเป็นประชาธิปไตยชุมชนจากฐานราก มีสภาองค์กรชุมชนที่จัดตั้งแล้วมีคุณภาพเพิ่มขึ้น ๘๒๗ ตำบล (๒) **พัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุ** จำนวน ๒,๗๐๔ คน โดยมีกิจกรรม เช่น ๑) ส่งเสริมการเรียนรู้และฝึกอบรมด้านผู้สูงอายุในศูนย์การเรียนรู้และฝึกอบรมผู้สูงอายุ ๒) ส่งเสริมการจัดกิจกรรมโรงเรียนผู้สูงอายุ และ ๓) เสริมพลังคลังปัญญาเพื่อคนทุกวัย (๓) **สร้างพื้นที่สำหรับการเข้าร่วมกิจกรรมของผู้สูงอายุและคนทุกวัยในชุมชน** โดยจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุ (ศพอส.) โดยมีผู้สูงอายุเข้าร่วมกิจกรรมจำนวน ๖๔,๙๙๗ คน ได้รับการประเมินมาตรฐานแล้ว จำนวน ๕๐๓ แห่ง และมี ศพอส. ที่อยู่ระหว่างการจัดตั้ง จำนวน ๒๖ แห่ง และ (๔) **พัฒนาศักยภาพอาสาสมัครพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (อพม.)** โดยอบรม อพม. ให้เป็น ผู้ช่วยนักสังคมสงเคราะห์ Para Social Worker เพื่อดูแลกลุ่มเปราะบาง จำนวน ๓๐๐,๐๐๐ ครั้วเรือน มีการพัฒนาคุณภาพชีวิต อย่างน้อย ๑ ด้าน จาก ๕ ด้าน ตามหลักระบบบริหารจัดการข้อมูลการพัฒนาคนแบบชี้เป้า (Thai People Map and Analytics Platform: TPMAP) ได้แก่ สุขภาพ ความเป็นอยู่ การศึกษา รายได้ และการเข้าถึงบริการภาครัฐ มีการอบรม อพม. จำนวน ๙,๖๕๒ คน และจัดทำหลักสูตรและทักษะองค์ความรู้ในการช่วยเหลือกลุ่มเปราะบาง ให้แก่ อพม. จำนวน ๒๑๐ คน

**พัฒนาศักยภาพ อพม.
ดูแลกลุ่มเปราะบาง
๓๐๐,๐๐๐ ครั้วเรือน**

๓. การส่งเสริมบทบาทภาคเอกชนในการช่วยพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจฐานราก มีการดำเนินการ เช่น

๓.๑ การส่งเสริมสถานประกอบการเพื่อสุขภาพให้ได้รับมาตรฐานการท่องเที่ยว โดยประเมินมาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพในพื้นที่เป้าหมาย ๓๑๒ แห่ง ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต จำนวน ๑๔๗ แห่ง ชลบุรี จำนวน ๑๐๘ แห่ง สุราษฎร์ธานี จำนวน ๔๓ แห่ง และเชียงราย จำนวน ๑๔ แห่ง

๓.๒ การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วยกลไกประชารัฐ โดยดำเนินงานโครงการส่งเสริมช่องทางการตลาดเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ กิจกรรมส่งเสริมช่องทางการตลาดเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ โดยมีผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย จำนวน ๘๐ กลุ่ม และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง รวม ๒๘๘ คน เข้าร่วมโครงการ และดำเนินงานโครงการส่งเสริมการพัฒนาตลาดและโครงสร้างตลาดค้าทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้กลับสู่ท้องถิ่น เพื่อพัฒนาตลาดขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและส่งเสริมการสร้างรายได้จากกิจการอาหารปลอดภัยสู่ ๔ร (ได้แก่ โรงพยาบาล โรงเรียน โรงแรม และร้านอาหาร) ในพื้นที่ ๗๖ จังหวัด

๓.๓ การดำเนินงานอาสาสมัครส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (อสสว.) ภายใต้งานศูนย์ให้บริการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise: SMEs) แบบครบวงจร โดยรวมผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิที่มีจิตอาสา ทำหน้าที่ให้คำปรึกษา และถ่ายทอดองค์ความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญให้แก่ SMEs รวมทั้งสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ในการส่งเสริมและพัฒนา SMEs เช่น การจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจ SMEs จังหวัด การเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมและสนับสนุน รวมถึงแนวทางการแก้ปัญหาหรืออุปสรรคการดำเนินธุรกิจของ SMEs ในพื้นที่ และมีการดำเนินการจัดทำเว็บไซต์เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อน อสสว. (www.อสสว.net) ที่รวบรวมและจัดทำฐานข้อมูล อสสว. และใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ด้านความเชี่ยวชาญของ อสสว. ในแต่ละพื้นที่ โดยมี อสสว. ในฐานข้อมูลแล้ว จำนวน ๑,๘๑๘ ราย