



Social Enterprise Information



ด้านพัฒนาชุมชน
และสังคม



ด้านสิ่งแวดล้อม



ด้านเด็ก เยาวชน สตรี
ผู้สูงอายุ คนพิการ
และผู้ด้อยโอกาส



ด้านการศึกษา
และคุณภาพ





บริษัท แฮปปี้ฟาร์มเมอร์ส จำกัด

เป็นองค์กรที่ต้องการสร้างโอกาสทางการค้าให้แก่เกษตรกรไทย
โดยใช้เครื่องมือในโลกออนไลน์ให้เป็นประโยชน์

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

ประชากรไทยกว่า 20 ล้านคน หรือ 1 ใน 3 ของประชากรทั้งประเทศ พึ่งพาเกษตรกรรม เป็นแหล่งรายได้หลัก กว่าเกษตรกรไทยกลับเข้าไม่ถึงโอกาสทางธุรกิจและทางการเงินที่เป็นธรรม เกษตรกรไทย จึงยังคงยากจน มีหนี้สินและมีความเป็นอยู่ที่ลำบากกว่าที่ควรจะเป็น

HappyFarmers เล็งเห็นถึงปัญหานี้และต้องการสร้างโอกาสทางธุรกิจที่ยั่งยืนให้แก่เกษตรกรท้องถิ่นที่มีรายได้น้อย เพื่อเป็นแหล่งรายได้ที่มั่นคงในระยะยาว

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

HappyFarmers ดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวผ่านกิจกรรมทางธุรกิจหลายรูปแบบ ได้แก่

1. รูปแบบที่หนึ่ง เป็นการพัฒนาสินค้าเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวในรูปแบบของของขวัญ (Social Gift) โดยยึดหลักความสำคัญของปัญหาดังกล่าวในแต่ละพื้นที่ ความสามารถ และวัฒนธรรมของสมาชิกในชุมชนนั้นๆ และนำมาพัฒนาเป็นสินค้าของขวัญตามความต้องการของผู้บริโภค สินค้าทุกชิ้นของ HappyFarmers ส่งเสริมโดยตรงให้ปัญหาในแต่ละพื้นที่ได้รับการแก้ไข โครงการ Social Gift ในปี 2560 ได้แก่ ปัญหาข้าวอินทรีย์ ปัญหาการตัดไม้ทำลายป่าและการบุกรุกพื้นที่ ปัญหาการปลูกฝิ่น เป็นต้น

2. รูปแบบที่สอง เป็นการพัฒนาการเข้าถึงตลาดและผู้บริโภคผ่าน Online Marketplace โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายกับเกษตรกร ซึ่งเป็นเกษตรกรที่เปลี่ยนตนเองเป็นผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ที่ยังไม่สามารถเข้าถึงตลาดของผู้บริโภคได้ HappyFarmers สามารถลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นผ่านการค้าออนไลน์

3. การพัฒนาการเข้าถึงเงินทุนที่เป็นธรรมผ่าน Crowdfunding Platform เพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปสามารถลงทุนได้โดยตรงในโครงการเกษตรต่างๆ ของเกษตรกร ช่วยให้เกษตรกรได้ผลตอบแทนทางการเงินหรือผลิตผลทางการเกษตรตามที่ต้องการ ทั้งยังช่วยให้เกษตรกรเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่มีดอกเบี้ยต่ำกว่าสถาบันการเงินขนาดใหญ่ทั่วไป (โครงการอยู่ระหว่างการศึกษาคูหาและพัฒนา)

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

ผลลัพธ์ทางสังคมที่ HappyFarmers คาดหวังมี 3 มิติ ได้แก่

- รายได้และความเป็นอยู่ของเกษตรกรที่ดีขึ้น รายได้ที่เพิ่มขึ้นเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งเสริมคุณภาพ ชีวิตของเกษตรกรทั้งด้านความเป็นอยู่ประจำวัน โภชนาการ การศึกษา ฯลฯ เพื่อมุ่งสู่การลด ความเหลื่อมล้ำระหว่างสังคมเมือง และชนบท
- สิ่งแวดล้อมในชุมชนของเกษตรกรที่ดีขึ้น HappyFarmers ส่งเสริมกระบวนการเกษตรกรรม และ การผลิตแบบอินทรีย์ หรือกระบวนการผลิตที่ใกล้เคียงธรรมชาติที่สุด เพื่อลดผลกระทบ ต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศให้สมบูรณ์ได้
- HappyFarmers ได้ช่วยบรรเทาปัญหาดังกล่าวอื่นๆ โดยการส่งเสริมศักยภาพผู้หญิงในชุมชน (Women Empowerment) การแก้ปัญหาแหล่งเพาะปลูกฝิ่น และ การส่งเสริมการอนุรักษ์ป่าในเขต ป่าสงวน เป็นต้น

4. แผนการดำเนินธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

แผนการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการสร้างโอกาสทางการธุรกิจผ่านสินค้าและบริการ ได้แก่

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างรายได้ให้เกษตรกรออกมาในรูปแบบของขวัญของขวัญเพื่อสังคม
- พัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายในรูปแบบของ Online Marketplace ที่ไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้เกษตรกรได้รับรายได้ที่สูงขึ้นและไม่ถูกเอาเปรียบ
- พัฒนาตลาดทุนให้แก่เกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรที่มีความตั้งใจเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เป็นธรรม HappyFarmers มีรายได้หลักจากการจำหน่ายของขวัญของขวัญเพื่อสังคมในช่วงเทศกาลปีใหม่ให้กับองค์กรต่างๆ

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

การสนับสนุนของรัฐบาลเพื่อสังคมเป็นของขวัญที่ใช้ภายในองค์กรตามเทศกาลต่างๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ งานประชุมผู้ถือหุ้น ฯลฯ



ช่องทางการซื้อขาย
สินค้าออนไลน์
ที่เป็นธรรมแก่เกษตรกร



บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด

1. วัตถุประสงค์

Key challenges

แก้ไขปัญหาความยากจนในภาคเศรษฐกิจฐานรากซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดของประเทศไทย โดยเป็นการพัฒนาเพื่อให้ตรงกับความต้องการของประชาชน สร้างงาน สร้างอาชีพ ให้ชุมชนมีรายได้ที่ เพียงพอในการเลี้ยงตน ทำให้ประชาชนมีความสุข และสามารถที่จะดำรงชีวิตอยู่ในบ้านเกิดของตนได้โดยไม่ต้องย้ายเข้ามาทำงานในเมืองใหญ่ สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ มุ่งเน้นการลดความไม่เสมอภาค และการสร้างความร่วมมือเพื่อความยั่งยืน



3. ผลลัพธ์ทางสังคม

Social impact

- ชุมชนกว่า 20,000ครัวเรือนมีอาชีพ และสามารถสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้น และมีการพัฒนาทักษะในการประกอบอาชีพ
- สร้างนักพัฒนาธุรกิจชุมชนประจำจังหวัดปละ 76 คน เพื่อเป็นตัวขับเคลื่อนการทำงานเพื่อธุรกิจชุมชนอย่างยั่งยืนทั่วประเทศ ตลอดจนเป็นยุวกูตูในการสื่อสารแนวทางการทำงานในรูปแบบ ประชารัฐรักสามัคคี
- เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับฐานรากผ่านการอนุรักษ์และบริโภคสินค้าท้องถิ่นของไทย ในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นอย่างยั่งยืน อาทิ ข้าวไทย ผ้าขาวม้าทอมือ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ท้องที่ต่างๆ

4. แผนการดำเนินงานธุรกิจ

และการเงิน Financial viability overview

บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี จัดตั้งขึ้นผ่านการระดมทุนเริ่มต้นจากผู้มีจิตอาสาทั้ง 5 ภาคส่วน รายได้ของบริษัทมาจากการให้คำปรึกษาและสร้างความเชื่อมโยงทางธุรกิจให้แก่ชุมชนต่างๆ โดยบริษัทฯไม่มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้น แต่จะนำรายได้ และผลกำไรจากการดำเนินงานไปขยายผล ในการทำงานร่วมกับชุมชนต่างๆ

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน

On demands

การสนับสนุนการดำเนินงานโดยรวม อาทิ

- การเข้าร่วมเป็นคณะทำงาน ร่วมส่งตัวแทนเป็นกรรมการผู้บริหาร คณะทำงาน หรือผู้เชี่ยวชาญเข้าร่วมสนับสนุนในโครงการต่างๆ
- การแนะนำชุมชนที่เข้มแข็งเข้าร่วมงานกับบริษัท
- การให้ข้อมูล/คำแนะนำ/อำนวยความสะดวกให้กับทีมงาน
- ร่วมลงทุน อาทิ การซื้อหุ้น เงินบริจาค เงินสนับสนุนรายโครงการ/ชุมชน

การสนับสนุนการดำเนินงานระดับโครงการ

- โครงการเครื่องสี่ข้าวครัวเรือน ต้องการช่องทางจำหน่าย ระบบขนส่งข้าวเพื่อการพัฒนาคือลดผลผลิตกันท์ (เครื่องและข้าว)
- โครงการผ้าขาวม้าท้องถิ่นหัตถศิลป์ไทย ต้องการพื้นที่จัดแสดงในโอกาสต่างๆ ช่องทางการจัดจำหน่าย ร่วมรณรงค์การใช้ หรือสั่งซื้อสินค้าที่ทำจากผ้าขาวม้าทอมือหรือรางวัลให้แก่ผู้เข้าร่วมการประกวด
- โครงการร้านประชารัฐรักสามัคคี ต้องการการลงทุนสร้าง ตกแต่งร้านสถานที่ตั้ง ระบบการจัดการร้าน
- โครงการสานพลังเพื่อบ้านเกิด ต้องการสถานที่ค่าใช้จ่ายการอบรมฝึกงาน วิทยากร เงินสนับสนุน

Presented by

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

เนื่องจากสถานการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนใต้ที่ดำเนินมากว่า 12 ปี ส่งผลกระทบมากมายต่อคนในพื้นที่ หนึ่งในกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบคือผู้หญิง ซึ่งพวกเขาต้องปรับตัวเป็นอย่างมากกับบทบาทของคนที่เปลี่ยนไปเมื่อสถานภาพของตัวเองเปลี่ยนแปลงจากแม่บ้าน ที่ดูแลความเรียบร้อยของสมาชิกในครอบครัว มาเป็นหัวเรือใหญ่ที่ต้องแบกรับภาระการหารายได้หลักมาเลี้ยง ดูแลสุขภาพในครอบครัว ศูนย์ธุรกิจเพื่อสังคมวานิตา ซึ่ง “วานิตา” เป็นภาษามลายูที่หมายถึง “ผู้หญิง” เกิดขึ้น มาจากความเชื่อที่ว่า ควรมีการสร้างพื้นที่ในการสื่อสารที่สะท้อนให้เห็นถึงเรื่องราวของวิถีชีวิต วัฒนธรรม รวมถึงสินค้าที่มาจากกลุ่มอาชีพผู้หญิงในสามจังหวัดชายแดนใต้ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ศูนย์ธุรกิจเพื่อสังคมวานิตาเป็นพื้นที่ของผู้หญิงและธุรกิจชุมชนที่มุ่งเน้นการสร้างประโยชน์ในมิติทางสังคม และการเงินไปพร้อมๆ กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ให้ดีขึ้น การเปิดพื้นที่กลางสำหรับผู้หญิงนั้นนอกจากเป็นการสร้างพื้นที่ในการเรียนรู้และทำงานด้วยกันแล้ว ยังเป็นการเสริมสร้างศักยภาพซึ่งกันและกันอีกด้วย อันนำไปสู่การดูแลตัวเอง คนในครอบครัว และชุมชน เพราะเราเชื่อว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนคือการสนับสนุนให้ธุรกิจสามารถเติบโตไปพร้อมกับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

บริการของวานิตามี 4 ด้านดังต่อไปนี้

1. ด้านการสร้างศักยภาพทางธุรกิจ ธุรกิจเพื่อสังคมวานิตาจัดฝึกอบรมให้กับกลุ่มในเริ่มต้น และประกอบธุรกิจ ทักษะที่สำคัญ ได้แก่ การทำบัญชีสหกิจ การทำการตลาด การสื่อสารกับผู้บริโภค การพัฒนาคุณภาพสินค้า การหาแหล่งทุน เป็นต้น

2. ด้านการเชื่อมต่อตลาด โมเดลของศูนย์ธุรกิจเพื่อสังคมวานิตาจะต้องอยู่ได้ด้วยตนเอง โดยมีการคัดเลือกสินค้าที่จะเข้ามาอยู่ภายใต้วานิตา รวมถึงการสร้างพื้นที่เพื่อต่อยอดทางการตลาดและช่องทางการสื่อสารผ่านทางออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ หรือ เครื่องขายสังคม Facebook ก็ดี เพื่อเข้าถึงตลาดและฐานลูกค้าให้สินค้าของกลุ่มผู้หญิงเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

3. การสร้างเครือข่าย มีการสร้างและเชื่อมเครือข่ายเข้าด้วยกัน สามารถแยกได้เป็นสามระดับคือ ภาคเอกชน / องค์กรในพื้นที่ด้านอาชีพจากเครือข่าย WEE Forum / เครือข่ายที่ปรึกษาในระดับชาติ (National's Mentors Network)

4) สนับสนุนเงินทุนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพผู้หญิง – Wanita จะเป็นศูนย์ที่มีจัดการเรื่องเงินทุนให้แก่กลุ่ม อาชีพ รวมถึงการออมโดยนำแนวความคิดของสหกรณ์มาปรับใช้ให้เหมาะกับกลุ่มเพื่อให้กลุ่มได้ตระหนัก ความสำคัญ สำหรับการออมและการลงทุนที่มีประสิทธิภาพเพื่อต่อยอดการผลิตสินค้าสำหรับการเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้นและเพิ่มอัตราการจ้างงานให้แก่คนในพื้นที่ได้



สินค้าของกลุ่มอาชีพผู้หญิง
ที่มีคุณภาพและเอกลักษณ์
ของพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

ศูนย์ธุรกิจเพื่อสังคมวานิตา ณ ตอนนี้ได้ทำงานร่วมกับกลุ่มอาชีพจำนวน 56 กลุ่มอาชีพในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้และ 4 อำเภอในจังหวัดสงขลา ซึ่งมีสมาชิกกว่าเกือบ 700 คน โดยมุ่งหวังการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจระดับกลุ่ม อันนำไปสู่เศรษฐกิจที่เข้มแข็งระดับชุมชนและจังหวัดต่อไป ซึ่งหากเศรษฐกิจมีความมั่นคงแล้วสามารถนำไปสู่การสร้างงานที่เพิ่มขึ้น (ปัญหาที่สำคัญในพื้นที่คือที่ผ่านมาการจ้างงานน้อยและไม่เพียงพอทำให้คนออกไปหางานทำในมาเลเซียแบบผิดกฎหมายจำนวนมาก) การสร้างและกระจายรายได้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงด้านบวกของคุณภาพชีวิต และการศึกษาของลูกหลานต่อไป ท้ายที่สุดการที่ผู้คนมีเศรษฐกิจในมือที่ดีจะเป็นการนำพาตัวพวกเขาเอง สำหรับการแสดงออกทางความคิดและความต้องการที่เกี่ยวข้องในกระบวนการสันติภาพต่อไป

4. แผนการดำเนินธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

ณ ตอนนี้ศูนย์ธุรกิจเพื่อสังคมวานิตาอยู่ในช่วงระยะเวลาการจัดตั้ง ช่องทางรายได้มาจาก การดำเนินการเชื่อมตลาดและขายสินค้ากลุ่มอาชีพผ่านทางศูนย์วานิตา โดยในช่วงนี้ทางศูนย์ได้มี หน้าร้านอยู่ในจังหวัดปัตตานีเพื่อทำตลาดในพื้นที่ลักษณะเป็นร้านของฝาก ของดีชายแดนใต้ รวมถึงการเริ่มทำตลาดนอกพื้นที่ต่างๆ

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

- โมเดลธุรกิจ
- ตลาด
- พัฒนารูปแบบสินค้าให้ทันสมัย



local alike

บริษัท โลคัล อไลค์

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด เป็นกิจการเพื่อสังคมด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ยั่งยืน ซึ่งตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based tourism) เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน โดยมี วัตถุประสงค์ได้แก่

1. ส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น โดยใช้การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชน
2. ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน
3. ส่งเสริมการอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ลดการย้ายถิ่นฐานจากชนบทเข้าสู่เมือง โดยการสร้างงาน
5. ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างกันและสร้างทางเลือกให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างลึกซึ้ง

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

มีความรู้ความชำนาญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาแผนธุรกิจกิจการเพื่อสังคม ด้านการท่องเที่ยวให้แก่องค์กรภาคเอกชนที่สนใจ ต่อยอดและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการโครงการต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จและมีกลไกจัดการในระยะยาว โดยคำนึงถึงผลกระทบทางสังคม (Social Impact) เป็นสำคัญผ่านการให้บริการให้คำปรึกษา จัดกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงรับผิดชอบต่อสังคมแก่องค์กรภาคส่วนต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

1. เพื่อสร้างความเข้าใจและภาคภูมิใจในถิ่นฐาน ซึ่งจะนำมาซึ่งการรักษาฐานทุนทางทรัพยากรและวัฒนธรรมของตน
2. กระจายโอกาสทางเศรษฐกิจจากการพัฒนาการท่องเที่ยว สร้างงานในท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้ลดการย้ายถิ่นฐานเข้าสู่เมือง
3. เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีผ่านการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม
4. เสริมสร้างศักยภาพในการบริหารจัดการตนเอง เพื่อความยั่งยืนของชุมชน

4. แผนการดำเนินงานธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

ปัจจุบันมีรายได้จากการให้คำปรึกษา การให้บริการท่องเที่ยว และการจำหน่ายโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ สามารถให้บริการแก่องค์กร ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ทั้งไทยและต่างประเทศผ่านสินค้าและบริการ 100%

ออกแบบและพัฒนา
การท่องเที่ยวโดยชุมชน

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

การใช้บริการในรูปแบบต่างๆ และภาคีเครือข่ายทางธุรกิจที่สามารถเสริมศักยภาพชุมชนในมิติทางด้านการบัญชี การสื่อความหมาย / การสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เป็นต้น





TRAWELL

WHEN YOUR TRAVEL MAKES A BETTER CITY.

Trawell (บจก.มหาชุมชน)

กลุ่มเยาวชนที่มีความมุ่งมั่นในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม
และแก้ไขปัญหาคความยากจนในชุมชนเมืองด้วยการท่องเที่ยว

1. วัตถุประสงค์

Key challenges

ความเป็นเมือง (Urbanization) ได้แผ่ขยายไปในทุกพื้นที่ของกรุงเทพมหานครท่ามกลางมูลค่าที่ดินที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่คุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ไม่สามารถพัฒนาได้เท่ากัน หากมองลึกลงไปในเมืองที่ประกอบไปด้วยชุมชนเล็กๆ อาศัยอยู่ ล้วนเต็มเปี่ยมไปด้วยความมีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตและอาชีพท้องถิ่น รวมถึงสถาปัตยกรรมยุคเก่าที่สวยงามซึ่งเป็นมรดกอันล้ำค่าของประเทศไทย แต่เนื่องจากรายได้ที่ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต ชาวบ้านต้องหันเหออกไปทำงานที่อื่นเพื่อสร้างรายได้ วิถีชีวิตท้องถิ่นค่อยๆ เลือนหายไป และในที่สุดชุมชนต้องปิดตัวลง ถ้ามองในภาพรวมของทั้งประเทศมีชุมชนอีกมากมายที่กำลังจะสูญหายทุกปี หากปัญหาคความยากจนในชุมชนยังคงดำเนินต่อไปและขาดการแก้ไข คนรุ่นหลังอาจจะไม่ได้มีโอกาสเห็นวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าอีกต่อไป

2. วิธีในการแก้ปัญหา

The proposed solution

Trawell เป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่จะผลักดันให้เกิด “เมืองที่มีชีวิต” ผ่านการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยมีหน้าที่หลักคือการเป็นที่ปรึกษาชุมชน เพื่อเสริมศักยภาพให้คนในชุมชนสามารถนำเอาทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ มาบริหารจัดการเพื่อสร้างพื้นที่การท่องเที่ยวด้วยตนเองอย่างยั่งยืน เช่น การจัดการรายได้ การสร้างผลิตภัณฑ์ฯ และเรายังเป็นตัวกลางในการเชื่อมชุมชนเข้ากับกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่มีความรู้ความสามารถในด้านต่างๆ มาเสริมพลังการพัฒนา นอกจากนี้ ในด้านการสื่อสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว **Trawell** ก็ได้เป็นบริษัททัวร์นำเที่ยว แต่เน้นการสร้างนวัตกรรมให้คนมาท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างอิสระ (FIT) ผ่านโมเดลทางธุรกิจที่เรียกว่า Local Pass

เป็นตัวกลางที่เชื่อมโอกาส
ด้านการท่องเที่ยวชุมชน
กับผู้นับสนุนภายนอก

3. ผลลัพธ์ทางสังคม

Social impact

Trawell ได้ร่วมงานกับ 4 ชุมชนย่านเมืองเก่ารอบเกาะรัตนโกสินทร์ในปีที่ผ่านมาและปีนี้จะขยายไปอีก มากกว่า 10 ชุมชนทั้งฝั่งพระนครและธนบุรี โดยมุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนในด้านเศรษฐกิจ จากที่ผ่านมานักพัฒนาชุมชนโดยทั่วไปจะมุ่งเน้นสร้างชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งและรู้คุณค่าในตัวเอง แต่ไม่สามารถต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้และไม่มีวิธีสื่อสารออกไป เราจึงช่วยรวบรวมชุมชนที่มีความพร้อมให้มาเป็นเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว และกระตุ้นให้ชุมชนเกิดลุกขึ้นมาต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยที่ผ่านมา **Trawell** ได้จัดกิจกรรมในหลายมิติเพื่อเตรียมความพร้อม ชุมชน เช่น จัดทำการท่องเที่ยวชุมชน / จัดค่ายเรียนรู้กระบวนการทำงาน ในชุมชนร่วมกับสถานศึกษา เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย / จัดทริปดูงานชุมชน ให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชน / จัดกิจกรรมสำหรับเด็กย่านเมืองเก่า ชื่อโครงการ Neighbor Youth / จัดกิจกรรมสำหรับอาสาสมัครเรื่องขยะในเมืองกับ Trash Hero / ทำงานวิจัยร่วมกับ สกว. / สำนักงานทรัพย์สิน / พอช. (อนาคต อันใกล้จะร่วมงานกับ UN และ ศูนย์พัฒนาเมือง UDCC)

4. แผนการดำเนินงานธุรกิจและการเงิน

Financial viability overview

Trawell เป็นทีมที่ได้รับรางวัลชนะเลิศจากการประกวดแผนธุรกิจ

เพื่อสังคม เวที One Young World 2015 ต่อมา ได้รับเงินทุนสนับสนุนในรูปแบบเงินกู้ยืมระยะเวลา 5 ปี จาก วิทยาลัยตลาดทุนรุ่นที่ 18 (วศท.18) จำนวน 1 ล้านบาท จากงาน SET Social Impact 2559 ทำให้มีเงินทุนหมุนเวียนในกิจการจำนวนหนึ่ง และมีช่องทางรายได้ปัจจุบัน ได้แก่ 1) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน 2) การจัดทริปศึกษาดูงานเรียนรู้ชุมชน และ 3) การเป็นที่ปรึกษาให้แก ชุมชน

ส่วนช่องทางรายได้เพิ่มเติมในอนาคต ได้แก่ การจำหน่าย Local Pass สำหรับนักท่องเที่ยวอิสระ และการร่วมทุนกับชาวบ้านสร้างธุรกิจ ชุมชนที่เกี่ยวกับท่องเที่ยว (Co-ownership Business)

1. ลูกค้าองค์กร ที่ต้องการอุดหนุนสินค้าชุมชน
2. ลูกค้าองค์กร ที่ต้องการทำ CSR ร่วมกับชุมชน
3. เงินทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานชุมชน
4. องค์ความรู้พัฒนานวัตกรรม Pass เพื่อการท่องเที่ยว
5. ช่องทางประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวย่านเมืองเก่า

Presented by



The Stock Exchange of Thailand





ผู้สูงอายุสามารถเริ่มต้น
ทำธุรกิจเป็นของตนเองได้
ลดการพึ่งพา

สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน

(Population and Community Development Association – PDA)

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

ปัญหาของประเทศโดยเฉพาะปัญหาสังคม เช่น ความเหลื่อมล้ำไม่ควรปล่อยให้ป็นหน้าที่ของภาครัฐเพียงอย่างเดียว แต่ทุกคน ทุกองค์กรจะต้องร่วมกันแก้ไข สมาคมฯ ซึ่งก่อตั้งโดยนายมิชัย วีระไวทยะ เป็นองค์กรหนึ่งที่ได้คิดและพัฒนาโครงการต่างๆ เพื่อให้ บรรลุวัตถุประสงค์ในการลดปัญหาความเหลื่อมล้ำและการเข้าถึงแหล่งทุนของคนในชุมชนชนบท สมาคมฯ เป็นองค์กรเอกชนสาธารณประโยชน์แรกๆ ที่ริเริ่มและจัดตั้งบริษัทธุรกิจเพื่อสังคม เพื่อนำรายได้สนับสนุนกิจกรรมในการพัฒนาต่างๆ เพื่อลดปัญหาทางสังคม

ความเหลื่อมล้ำทางสังคมมีอยู่ด้วยกันหลายด้าน แต่สมาคมฯ ให้ความสำคัญกับปัญหาความเหลื่อมล้ำที่กระทบกับคนในชนบทเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ **ความเหลื่อมล้ำทางรายได้และการเข้าถึงแหล่งทุน (เศรษฐกิจ)** คนจนไม่มีที่ดินไม่มีทรัพยากร ส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนที่ต้องการได้จึงไม่สามารถมีทุนในการประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ ต้องอาศัยแหล่งทุนอื่นที่ไม่ถูกต้อง เกิดภาระหนี้สินที่สูงขึ้นหลายเท่าตัว **ความเหลื่อมล้ำด้านการศึกษาและผู้ด้อยโอกาส** เด็กและเยาวชนในชนบท จำนวนมากที่ไม่สามารถเรียนต่อได้ โดยเฉพาะโอกาสที่เด็กชนบทจะได้รับการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากปัญหาเศรษฐกิจ แต่ส่วนหนึ่งเกิดจากโอกาสและสถานศึกษาที่กระจุกตัวกันอยู่ในพื้นที่ตัวจังหวัดหรือกรุงเทพฯ ยังมีเด็กที่ถือเป็นผู้ด้อยโอกาสอีกจำนวนหนึ่งที่มีปัญหาทางการเคลื่อนไหวหรือการได้ยิน ที่ไม่สามารถดูแลตนเองได้ต้องอาศัยพึ่งพาคนอื่นซึ่งรวมถึงผู้สูงอายุที่มีตัวเลขสูงขึ้นทุกปีแต่ไม่ได้ถูกให้ความสำคัญหรือช่วยให้พวกเขาสามารถช่วยเหลือตนเองได้อย่างมีความสุข

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมส่วนใหญ่เกิดจากความยากจน ขาดรายได้ และการที่เขายากจนและไม่มียาได้เพียงพอไม่ให้เกิดจากการไม่มียานำในความเป็นจริงแล้วคนจนมีงานทำคล้ายนักธุรกิจ เพียงแต่เป็นนักธุรกิจที่ไม่เก่ง ไม่มีทักษะและไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนต่างๆ ได้ ดังนั้น PDA ทำให้เขาเข้าใจปัญหาและหาแนวทางการแก้ไขโดยจัดทำเป็นแผนร่วมกัน มีการจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้าน ได้รับการอบรมเรียนรู้ ฐาน มีการ รวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน มีแหล่งเงินทุนที่ชุมชนเป็นเจ้าของและบริหารจัดการกันเอง ซึ่งจะเป็นจุดสำคัญของการเริ่มต้นลดภาระหนี้สินจากภายนอก และช่วยสร้างรายได้สำหรับคนในชุมชนทั้งในส่วนของการประกอบอาชีพและรวมกลุ่มกันทำธุรกิจ ในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา สมาคมฯ ได้ดำเนินโครงการ พัฒนาอาชีพและรายได้เกษตรกรโดยใช้พลังงานแสงอาทิตย์ช่วยในการสูบน้ำสำหรับใช้ในการทำการเกษตรให้กับกลุ่มผู้สูงอายุหรือเกษตรกรต่างๆ ภายใต้เงื่อนไข การเกษตรที่ใช้พื้นที่น้อย น้ำน้อย ใช้แรงงานน้อย ให้รายได้สูง

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

คนในชุมชนได้เรียนรู้ ในด้านต่างๆ ทั้งด้านการบริหารจัดการกองทุน การประกอบอาชีพและทักษะในการทำธุรกิจ รู้จักการให้การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การแบ่งปัน มีการวางแผนที่จะนำผลกำไร จากการทำธุรกิจกลับมาช่วยเหลือชุมชนและคนที่ด้อยโอกาส ลดการพึ่งพา จากภาครัฐเพียงอย่างเดียว เกิดความยั่งยืน

4. แผนการดำเนินธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

รายได้ของสมาคมฯ ซึ่งเป็นองค์กรเอกชนสาธารณประโยชน์ สำหรับใช้ในการดำเนินโครงการ ได้มาจาก

1. เสนอโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากองค์กรต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. เงินบริจาคจากผู้ใจบุญทั่วไปและการทำกิจกรรมหาทุน และแหล่งสนับสนุนงบประมาณของสมาคมฯ ที่ต่างจากองค์กรอื่นๆ

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

ขยายโครงการเกษตรโดยใช้ระบบสูบน้ำพลังงานแสงอาทิตย์ ในกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนต่างๆ ที่ปัจจุบันสังคมผู้สูงอายุมีขนาดที่ใหญ่ขึ้น และอยู่อย่างไม่มีรายได้ที่จะเลี้ยงตนเอง ให้สามารถเริ่มต้นทำธุรกิจเป็นของตนเอง ได้ลดการพึ่งพา

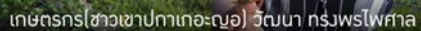
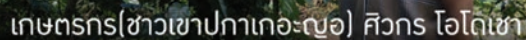
Presented by



FARM - TO THIALAND

เพื่อแก้ไขปัญหาลดผลผลิตทางการเกษตรที่ปลอดภัยแต่ราคาตกต่ำ และ ไม่มีเงินทุนเวียนทั่วประเทศ โดยฟาร์มได้สร้างช่องทางการขายผลผลิตเกษตรรูปแบบใหม่
 และผู้บริโภคเข้าหากัน ผ่านวิธีการ “ร่วมเป็นเจ้าของผลผลิตการเกษตร”
 ช่วยเหลือและดูแลผลผลิตไปด้วยกัน

เกษตรกรทั่วประเทศเปิดพื้นที่ทางการเกษตรปลอดภัยของตัวเองให้กับผู้บริโภคหรือ
ประชาชนทั่วไปมาร่วมเป็นเจ้าของผลผลิตตั้งแต่เริ่มต้นเพาะปลูก โดยเกษตรกร



ช่วยเหลือเกษตรกรให้มีเงินหมุนเวียนใช้จ่าย
ในการเพาะปลูก ทำให้สามารถลดภาระหนี้สิน
ให้กับเกษตรกร ลดภาระความเสี่ยงให้กับเกษตรกรที่ต้อง
แบกรับภาระในการทำผลผลิตโดยไม่มีตลาดรองรับ เนื่องจาก
เกษตรกรไม่โดนกดราคาราจากพ่อค้าคนกลาง เกษตรกร
สามารถกำหนดราคาเองและ ขายได้ราคาได้ดีกว่าที่เป็นอยู่
มากไปกว่านั้นเกษตรกรยังสามารถ เป็นเจ้าของแบรนด์
สินค้าเป็นของตัวเอง

ในส่วนของผู้บริโภค ผู้บริโภคสามารถรู้แหล่งที่มาของอาหาร และได้ประสบการณ์การปลูกและได้รับประทานผลผลิตที่ปลอดภัย สดใหม่ และราคาที่เป็นธรรม ในขณะที่เป็นโอกาสสำคัญที่ผู้บริโภค หรือประชาชนทั่วไปได้เชื่อมโยงสายสัมพันธ์ที่ดีกับเกษตรกร

**การประเมิน
financial viability
overview**

ฟาร์มโคบีแผนที่จะนำเทคโนโลยีมาช่วยด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภค เพื่อความสะดวกและลดต้นทุนต่างๆ อีกทั้งเทคโนโลยียังสามารถ ช่วยในการรองรับเกษตรกรได้มากขึ้น ผลผลิตที่หลากหลายขึ้นเพิ่มความน่าสนใจให้กับผู้บริโภคที่มาร่วมเป็นเจ้าของผลผลิต

อยากให้บริษัทที่ต้องการทำ CSR เข้ามาร่วมเป็นเจ้าของ ผลผลิตและ
ร่วมพัฒนาพื้นที่เพาะปลูกเกษตรแบบปลอดภัย ให้มีมากขึ้นและสร้างรายได้
ให้กับชุมชนให้เกษตรกรได้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และผลิตผลผลิตให้มีคุณภาพ
มากขึ้น เช่น แปลงสตอเบอร์รี่ (ชาวเขาปะกาเกอญอ) ที่
จ.เชียงใหม่, นาข้าวที่ จ.ปทุมธานีและชัยนาท ,สวนทุเรียนที่
จ.ระยอง

จ.เชียงใหม่, นาข้าวที่ จ.ปทุมธานีและชัยนาท ,สวนทุเรียนที่ จ.ระยอง



สดจากไร่ของคุณเอง

ร่วมเป็นเจ้าของผลผลิตกับเกษตรกร เริ่มเพาะปลูกและเก็บเกี่ยวไปด้วยกัน

ไม่ผ่านคนกลาง
กำหนดราคาเองได้
มีแบรนด์เป็นของตัวเอง



Green Style Social Enterprise Co., Ltd.

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

1. จัดการส่งเสริมให้เกิดการลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก
2. บุคคลจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตน
3. รวบรวมจัดจำหน่ายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้เกิดความนิยมและแพร่หลาย

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

1. ฝึกอบรม บรรยาย พิธีกร กรรมการตรวจประเมินให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม และให้คำปรึกษาด้านก๊าซเรือนกระจกสำหรับองค์กรและสำหรับผลิตภัณฑ์
2. รวบรวมจัดจำหน่ายสินค้าที่ใช้ในสำนักงานและในชีวิตประจำวันที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งเป็น 3 ประเภท
 - 2.1) Green Product คือ สินค้าที่ได้รับการรับรองความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
 - 2.2) Eco Product คือ สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแต่ไม่ได้รับการรับรอง
 - 2.3) Green Living Product คือ สินค้าที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม
3. ทุก 1% จากยอดขาย นำไปส่งเสริมให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ลดลง โดยการสนับสนุนผู้ผลิตให้ทราบถึงปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งนำไปสู่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

บริษัท กรีน สไตล์ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด มุ่งแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ในข้อ 12 ด้านการบริโภคและ การผลิตอย่างยั่งยืน และ ข้อ 13 ด้านการลดโลกร้อน โดยมุ่งหวังที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ของบุคคลให้ดำเนินชีวิตอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผ่านการอบรมให้ความรู้และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้หันมาใช้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถสร้างผลกระทบได้ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังภาพวงจรผลกระทบตามตัวอย่าง



4. แผนการดำเนินงานธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

ระยะเวลา 4 ปี 6 เดือน ตั้งแต่ ก.ค. 60 - ธ.ค. 64			
ลำดับที่	กิจกรรม/รายการ	ประมาณการรายจ่าย / เดือน	จำนวนครั้ง / หน่วยงาน
1	บริษัท จำกัด มหาชน	15,000.00	10
2	บริษัท จำกัด	10,000.00	5
3	ภาครัฐ	10,000.00	3
4	งานหนึ่งปี งามาหาร NGO และงาน Online	500.00	8
5	มหาวิทยาลัย	5,000.00	2
6	งานอื่นๆ	3,500.00	1
รวมประมาณการรายจ่ายสินค้า			247,500.00

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

อยากให้บริษัทเห็นความสำคัญในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และร่วมกันสนับสนุนสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรวมถึงเชื่อมต่อและแนะนำบริษัทต่างๆ ให้หันมาใช้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น





คนจับปลา

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

ณ ปัจจุบัน ปัญหาการรับซื้อสัตว์น้ำทะเลด้วยราคาที่ไม่เป็นธรรม เกิดขึ้นต่อเนื่องทำให้มีช่องว่างระหว่างชาวประมงจนถึงผู้บริโภค ที่มูลค่าสูง ในขณะเดียวกัน จำนวนทรัพยากรในทะเลลดลงเนื่องจากการทำประมงแบบทำลายล้างเกินขนาดและขาดการอนุรักษ์พันธุ์ นอกจากนี้ แล้วผู้บริโภคอาจได้รับสารเคมีโดยไม่จำเป็นจากการบริโภคสัตว์น้ำทะเล

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

จัดตั้งกลุ่มชาวประมงพื้นบ้าน แล้วรับซื้อสัตว์น้ำในราคาที่ เป็นธรรม โดยรับซื้อจากสมาชิกในกลุ่มที่ต้องใช้เครื่องมือการทำประมง อย่างถูกกฎหมาย ไม่ทำลายล้าง และมีการทำกิจกรรมอนุรักษ์พันธุ์ทะเล อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสินค้าสัตว์น้ำทะเลจะส่งตรงถึงผู้บริโภค โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง รับรองการไม่ใส่สารเคมี(ฟอร์มาลีน)ในสินค้า และมาจากชาวประมงพื้นบ้านที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของการจับสัตว์น้ำชนิดนั้นๆ ได้

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

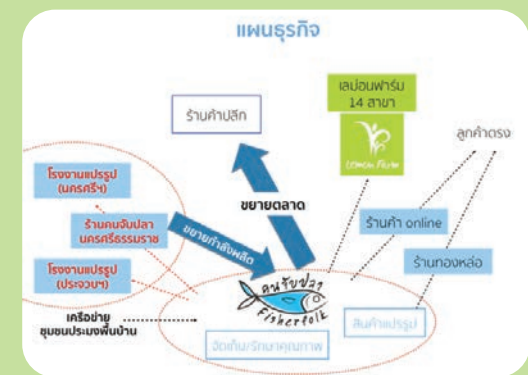
ชาวประมงในพื้นที่ทำธุรกิจ มีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น จากการได้ราคาสัตว์น้ำที่เป็นธรรม มีการจ้างงานในพื้นที่ และตระหนักถึงการทำประมงอย่างยั่งยืน ซึ่งทรัพยากรทางทะเล ยังคงสมบูรณ์ และได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่อง และผู้บริโภคได้บริโภคอาหารทะเลที่ปลอดภัย และมีความตระหนักรู้มากขึ้นถึงการทำประมงอย่างรับผิดชอบ



ตลาดแฟร์เทรด ที่เชื่อมอาหารทะเล
ที่สะอาด ปลอดภัย

4. แผนการดำเนินงาน และการเงิน Financial viability overview

พื้นที่ประกอบการทั้ง 3 หน่วย (ร้าน) ดำเนินธุรกิจภายใต้พันธกิจเดียวกัน แต่มีการบริหารงานแตกต่างกันตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ ซึ่งแต่ละหน่วยทำหน้าที่ผลิตและจำหน่ายสินค้า ทั้งปลีกและส่ง โดยการติดต่อ ประสานงานระหว่างพื้นที่ทั้งสามกับร้านค้าที่ต้องการจำหน่ายสินค้าของคนจับปลาจะกระทำผ่านคนจับปลา ส่วนกลางที่กำลังอยู่ในขั้นตอนจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด และกำลังพยายามขยายพื้นที่การผลิตไปอีกหลายๆ จังหวัดตามชายฝั่งทะเล โดยเงินทุนของแต่หน่วยเกิดจากการระดมทุนของชาวประมงเอง เพื่อนำมาใช้บริหารงาน โดยมีเงินบางส่วนที่อาจมาจากเงินสนับสนุนในเรื่องเครื่องมือ การผลิต หรือความรู้ทักษะต่างๆ แก่กลุ่มชาวประมง





แก้ไขปัญหาความยากจน
ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในประเทศไทย



บริษัท สยามออร์แกนิก จำกัด

“สร้างรูปแบบธุรกิจเพื่อสังคม
ที่สามารถช่วยเหลือเกษตรกรได้อย่างยั่งยืน”

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

ความยากจนของเกษตรกรในประเทศไทย ที่มีรายได้ต่ำจากปัจจุบันด้านต่างๆ ทั้งในเรื่องผลผลิตที่ต่ำ ต้นทุนการผลิตที่สูงและการแทรกแซงราคาการซื้อขายของรัฐบาลที่ทำให้ราคารับซื้อในตลาดนั้นแปรปรวน ที่ผ่านมาเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไทยเผชิญปัญหาความยากจนและหนี้สินที่มากขึ้นมาโดยตลอด ทางสยามออร์แกนิก จึงมองหานวัตกรรมในการสร้างรูปแบบธุรกิจเพื่อสังคมที่จะสามารถช่วยเหลือเกษตรกรได้อย่างยั่งยืน

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

การจัดตั้งธุรกิจเพื่อสังคมโดย business model ที่บริหารจัดการจากระบบต้นน้ำถึงปลายน้ำ ได้แก่ การจัดตั้งเครือข่ายเกษตรกรรายย่อย ผู้ปลูกข้าว (มาตรฐานเกษตรอินทรีย์) การผลิตโรงสีและ โรงบรรจุภัณฑ์ที่ดำเนินงานโดยกลุ่มเกษตรกร การพัฒนาแปรรูปสินค้า การตลาด และการจัดจำหน่ายสินค้า โดยผลิตภัณฑ์ของสยามออร์แกนิก จัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ เจสเบอร์รี่ มีช่องทางจำหน่ายทั่วประเทศ ทั้งในซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ ร้านค้าเพื่อสุขภาพ ร้านอาหาร ออนไลน์ ลูกค้าในรูปแบบของบริษัทที่ซื้อเพื่อโอกาสพิเศษต่างๆ และยังมีการส่งออก และทำตลาดในต่างประเทศ

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

สยามออร์แกนิกได้รับการประเมินผลกระทบทางสังคมจากงานที่เราได้ทำร่วมกับกลุ่มเกษตรกรในสี่ปีที่ผ่านมาโดยองค์กร Shu jog ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำเรื่อง Social Impact Assessment จากต่างประเทศ โดยผลของ SROI (Social Return on Investment) ของสยามออร์แกนิกในปี 2015 คือ 1.6x และรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในกลุ่มของสยามออร์แกนิกนั้นสูงกว่ารายได้เฉลี่ยของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในประเทศไทยทั่วไปถึง 14 เท่า

4. แผนการดำเนินงานธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Jasberry ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ โดยในประเทศมีจำหน่ายทั้งใน modern trade ร้านอาหาร food service ร้านค้าเพื่อสุขภาพ จำหน่าย online และจำหน่ายโดยตรงกับลูกค้า โดยในปัจจุบันเน้นการขยายตลาด ในต่างประเทศมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในต่างประเทศในส่วนของการเงิน ปัจจุบัน ใช้เงินทุนหมุนเวียนจากส่วนของผู้ถือหุ้นและกำไรสะสมมาตลอด แต่ในปัจจุบันเนื่องจากกำลังขยายตลาดส่งออกจึงกำลังมองหาเงินทุนหมุนเวียนจากธนาคารมาช่วยในเรื่องของสภาพคล่อง

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

การอุดหนุนสินค้าจากบริษัทเอกชนไม่จำเป็นจะเป็นการสั่งซื้อสินค้าข้าว ชาหรือชุดของขวัญตามโอกาสพิเศษ การจำหน่ายข้าวออร์แกนิกเพื่อการบริโภคในโรงพยาบาลต่างๆ การรับซื้อ ข้าวขาวและข้าวกล้องหอมมะลิปลอดสาร เพื่อช่วยระบายสต็อกค้างในกลุ่มของเกษตรกร



CONTACT US



LIST

ไทยไบโอแมส (บริษัท ทิววัฒน์ คอร์ปอเรชั่น)

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

ไทยไบโอแมสเน้นความยั่งยืนในการดูแลสังคม สิ่งแวดล้อม และสร้างการเติบโตของเศรษฐกิจไปพร้อมกัน ด้านสังคม สามารถเพิ่มรายได้ให้ชุมชนในท้องถิ่นเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพและรายได้ เพื่อลดการย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานในเมืองและแก้ปัญหาความยากจนด้านสิ่งแวดล้อม ช่วยลดปัญหามลพิษในอากาศที่เกิดจากการเผาวัสดุทางการเกษตรที่กระทบต่อคนในชุมชนด้านระบบทางเดินหายใจ ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการที่ใช้เชื้อเพลิงชีวมวลทดแทนเชื้อเพลิงฟอสซิล การใช้ประโยชน์ในพื้นที่ว่างเปล่าและเสื่อมโทรมในการปลูกสวนป่าพลังงาน โดยสามารถช่วยรักษาระบบนิเวศน์ และช่วยบำรุงดิน ในด้านเศรษฐกิจช่วยลดการนำเข้าพลังงานเชื้อเพลิงจากต่างประเทศ เสริมสร้างเศรษฐกิจไทยให้เติบโตและแข็งแรง เกิดรายได้หมุนเวียนในชุมชนสร้างชุมชนเข้มแข็ง ลดปัญหาการพึ่งพาความช่วยเหลือจากรัฐบาล

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

ไทยไบโอแมสเน้นการแบ่งปันความรู้ให้กับชุมชนเพื่อให้คนมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศษวัสดุทางการเกษตร สร้างรายได้หมุนเวียนไปพร้อมกับสามารถรักษาสิ่งแวดล้อม และพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ขณะเดียวกันก็สามารถส่งออกเชื้อเพลิงให้กับลูกค้าที่สะอาดและปลอดภัยได้ในราคาที่เหมาะสม โดยชุมชนสามารถสร้างรายได้ จากการขายเศษวัสดุ เหลือใช้ทางการเกษตร และอุตสาหกรรม เกษตรเป็นเชื้อเพลิง รวมทั้งส่งเสริมเกษตรกรรายย่อย ปลูกสวนป่าพลังงานจากไม้โตเร็วกระถินยักษ์ ในพื้นที่ว่างเปล่าและเสื่อมโทรม โดยทางไทยไบโอแมสสนับสนุนเกษตรกรรายย่อย เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่นเป็นผู้ปลูก ผู้เก็บรวบรวม หรือผู้ผลิตขนาดเล็ก ช่วยสร้างอาชีพและรายได้ที่ยั่งยืน ด้านการใช้ประโยชน์ผลิตภันท์นั้น สามารถนำไปจัดจำหน่ายให้กับโรงไฟฟ้าและโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อทดแทนเชื้อเพลิงฟอสซิล

4. แผนการดำเนินธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

ไทยไบโอแมสทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากับผู้ที่ซื้อที่เป็นโรงไฟฟ้าและโรงงานผลิต จึงมีแหล่งซื้อที่ชัดเจนและมั่นคง โดยทางบริษัททิววัฒน์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้ดำเนินธุรกิจมากกว่า 5 ปีและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยมีวัตถุดิบและโรงงานผลิตรองรับความต้องการของตลาด โดยรายได้ของบริษัทยาจาก 2 แหล่งด้วยกัน คือ 1. รายได้จากการขายไม้เชื้อเพลิง ชีวมวล สำหรับโรงไฟฟ้าชีวมวลและโรงงานเพื่อการผลิต 2. รายได้จากการขายใบกระถินเพื่อเป็นอาหารสัตว์

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

ทางไทยไบโอแมสกำหนดเป้าหมายในการสร้างผลลัพธ์ทางสังคมในจังหวัดลพบุรีและพื้นที่ใกล้เคียงในบริเวณรัศมีระยะห่างไม่เกิน 150 กิโลเมตร - สร้างงาน สร้างอาชีพให้กลุ่มเกษตรกรรายย่อยที่ปลูกไม้โตเร็วมีรายได้เพิ่มขึ้น 30% มากกว่า 600 คน ภายในระยะเวลา 10 ปี - สร้างงาน สร้างรายได้ให้ผู้รวบรวมวัตถุดิบเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร ให้มีรายได้ 300-500 บาท/วัน มากกว่า 1,000 คนภายในระยะเวลา 10 ปี - สร้างเครือข่ายผู้ผลิตเชื้อเพลิงชีวมวลระดับชุมชน จำนวน 50 กลุ่ม ภายใน ระยะเวลา 10 ปี - ภายในปี 2566 สามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ได้มากกว่า 900,000 ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า จากการใช้ทดแทนเชื้อเพลิงฟอสซิลและลดการนำเข้าเชื้อเพลิงจากต่างประเทศ ได้มากกว่า 400,000 ตัน - ส่งเสริมพื้นที่ปลูกสวนป่าพลังงานอย่างน้อย 10,000 ไร่ ในปี 2566 โดยใช้พื้นที่ว่างเปล่าและ เสื่อมโทรมให้เกิดประโยชน์ อีกทั้งยังรักษาระบบนิเวศน์ และบำรุงดินที่เสื่อมโทรม

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

การเข้าถึงเครื่องมือทางการเงินในการขยายกิจการ

เน้นความยั่งยืนในการดูแลสังคม สิ่งแวดล้อม และสร้างการเติบโตของเศรษฐกิจไปพร้อมกัน



NOKHOK GROUP

บริษัท นกฮูกกรุ๊ป จำกัด

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

ถึงแม้ปัจจุบันจะมีกลุ่มผู้ผลิตที่สนใจและหันมาทดลองปฏิบัติ ตามแนวทางของเกษตรกรรมยั่งยืนมากขึ้น แต่อย่างไรก็ดีผู้ผลิตส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการทำการเกษตรวิถีธรรมชาติ (เกษตรอินทรีย์) ตามหลักของเกษตรกรรมยั่งยืน และที่สำคัญตลาดที่จะรองรับผลผลิตที่มาจากกระบวนการเกษตรยั่งยืนนั้นยังค่อนข้างจำกัด จึงเป็นสาเหตุผู้ผลิตจำนวนมากยังไม่กล้าที่จะปรับเปลี่ยนแนวปฏิบัติของตน หรือยิ่งไปกว่านั้นผู้ผลิตบางรายที่หันไปทำเกษตรกรรมยั่งยืน แต่ต้องพบเจอปัญหาต่างๆ โดยเฉพาะด้านการตลาดก็มีแนวโน้ม ที่จะหันกลับมาทำการเกษตรเคมีเช่นเดิม

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

นกฮูก กรุ๊ป คือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่เป็นเหมือนสะพานที่เชื่อมระหว่างผู้บริโภคที่ใส่ใจ กับผู้ผลิตที่มีความตั้งใจ เราเชื่อว่าผู้บริโภคที่ใส่ใจในอาหารที่ตัวเองทาน และให้ความสำคัญกับที่มาและการผลิต และเราเชื่อว่าผู้ผลิตที่มีความตั้งใจ และจริงจังในกระบวนการผลิต ที่ยั่งยืน ซึ่งสุดท้ายก็นำมาซึ่งการพัฒนาของชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อไปถึงเป้าหมาย ดังกล่าวกิจกรรมของ นกฮูก กรุ๊ป ประกอบไปด้วย 3 ส่วนด้วยกัน 1. การให้ความช่วยเหลือกลุ่มผู้ผลิตใน การระดมทุน 2. การส่งเสริมด้านการฝึกอบรมต่างๆ กับผู้ผลิต 3. ทำหน้าที่ เป็นเสมือนตลาดที่เป็นธรรมให้กับกลุ่มผู้ผลิตที่เราทำงานด้วย

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

1. ช่วยส่งเสริมให้ผู้ผลิตมีรายได้จากการทำการเกษตรมากขึ้น ผ่านการรับซื้อโดยยึดหลัก การค้าที่เป็น ธรรม (Fair Trade)
2. ส่งเสริมให้สิ่งแวดล้อมในชุมชนให้ดีขึ้นจากการทำการเกษตรกรรมยั่งยืน
3. ช่วยรักษาป่าต้นน้ำในจังหวัดตากกว่า 18,000 ไร่ จากการทำงานร่วมกับกลุ่มผู้ผลิตกาแฟรักษาป่าชาวมูเซอ



รับซื้อผลผลิต
อย่างเป็นธรรม



4. แผนการดำเนินงานธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

ช่องทางการสร้างรายได้ของ นกฮูก กรุ๊ป มาจากการรับซื้อผลผลิตจากผู้ผลิตในราคาที่ เป็นธรรม และนำมาแปรรูป หรือ repackage ใหม่ที่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของคนเมือง เพื่อจำหน่ายต่อ ปัจจุบัน นกฮูก กรุ๊ป ทำงานร่วมกับกลุ่มผู้ผลิตหลัก 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มชาวนาที่ปลูกข้าวพื้นเมืองอินทรีย์ที่จังหวัดบุรีรัมย์ และ 2) กลุ่มผู้ผลิตกาแฟรักษาป่า (shade grown coffee) ชาวมูเซอที่จังหวัดตาก

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

1. โอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับบริษัทต่างๆ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งใน supply chain หรือเพื่อการบริโภคภายในองค์กร
2. การร่วมทำโครงการกับ CSR ของบริษัทต่างๆ ในการฝึกอบรมเสริมศักยภาพของ ผู้ผลิต





กาแฟอินทรีย์รักษาป่า มิวนา

เรามุ่งมั่นที่จะผลิตกาแฟออร์แกนิกที่เน้นคุณภาพรสชาติเยี่ยม ด้วยกระบวนการผลิตระบบเกษตรอินทรีย์ รักษาสมดุลของสิ่งแวดล้อม ช่วยอนุรักษ์ในจังหวัดเชียงราย สร้างอาชีพให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

บริษัท ฟิอิม เอสอี จำกัด เป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อลงทุน สนับสนุน และดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของสังคม โดยการสร้างกลไกการมีส่วนร่วมเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการยกระดับ คุณภาพชีวิต สร้างรายได้ที่ยั่งยืน

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

สนับสนุน และส่งเสริมโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่าในทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่ ส่วนงานภาคสังคมในการสร้างความร่วมมือกับกลุ่มชาวบ้านในการผลิตกาแฟอาราบิก้าด้วย “ระบบเกษตรอินทรีย์” และเป็นตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากลตลอดจนการจัดจำหน่ายไปสู่ช่องทางต่างๆ ทั้งนี้เพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูป่าต้นน้ำในจังหวัดเชียงราย ควบคู่ไปกับการดำเนินงานภาคสังคมผ่านกลไกสหกรณ์ กรีนเนท เอสเอ็มคุณภาพชีวิตที่ดีของเกษตรกร เสริมสร้างชุมชนให้มีความเข้มแข็งและสร้างกลไกสำคัญให้คนกับป่าอยู่ด้วยกันได้อย่างยั่งยืน

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

กาแฟอินทรีย์รักษาป่ามิวนา เป็นพลังทุกภาคส่วนที่ผนึกกำลังร่วมฟื้นฟูป่าต้นน้ำให้กลับมาสมบูรณ์ และส่งเสริมความปรารถนาดีจากผืนป่าต้นน้ำผ่านทุกเมล็ดกาแฟคุณภาพเยี่ยมฝีมือไทยที่เต็มเปี่ยมไปด้วยรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์ และพร้อมดูแลสิ่งแวดล้อม ช่วยอนุรักษ์และพลิกฟื้นผืนป่าต้นน้ำอย่างสมดุล และเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนอย่างยั่งยืน กาแฟมิวนาเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถอยู่ร่วมกับป่าอันเป็นบ้านเกิดได้อย่างมีความสุข และคืนความอุดมสมบูรณ์แก่ระบบนิเวศของผืนป่าบนพื้นที่แล้วกว่า 7800 ไร่ ในป่าต้นน้ำ นอกจากนี้โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่ามิวนาได้รับความร่วมมือจากกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช ภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ให้ง่ายผลต่อเนื่องสู่การทำงานร่วมกัน กับกลุ่มเกษตรกรรายย่อยกว่า 344 ครอบครัว บนพื้นที่มากกว่า 20,000 ไร่ในป่าต้นน้ำแม่ลาว แม่สรวย และแม่กรณ์ จังหวัดเชียงราย ทั้งนี้เพื่อให้ พื้นที่ป่าได้รับการฟื้นฟูและเติบโตอย่างยั่งยืนจากการปลูกกาแฟได้ร่มไม้ช่วยเพิ่มพื้นที่ป่าไม้ให้กับประเทศไทย รักษาระบบนิเวศไว้ให้สมดุล เพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพ สัตว์ป่ากลับคืนสู่ถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับป่าที่ถูกรักษา ไว้ให้กับคนรุ่นหลัง

4. แผนการดำเนินงานธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

การดำเนินโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่ามิวนามุ่งเน้นประโยชน์ทางสังคมเป็นสำคัญตามพันธกิจ ที่ได้จัดตั้งกลไกการสร้างความร่วมมือกัน ระหว่างภาคส่วนต่างๆ ผ่านกิจการเพื่อสังคม โดยการดำเนินงานทางด้านสังคม ได้เริ่มต้นโครงการฯ มากกว่า 7 ปีแล้ว โดย ใน 2 ปี หลังนี้ ทางคณะทำงานได้ร่วมกันสร้างตราสินค้า ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นผ่านช่องทางขายต่างๆ และได้รับการสนับสนุนทั้งด้าน โอกาสและเงินทุนจากบริษัท ร้านค้า สื่อ และบุคคลทั่วไปมาอย่างต่อเนื่อง



กาแฟออร์แกนิก
ที่เน้นคุณภาพ
รสชาติเยี่ยม



ART.for.CANCER (อาร์ท ฟอ์ แคนเซอร์)

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

ประกอบไปด้วย 3 ประการหลัก คือ เพื่อให้ผู้ป่วยมะเร็งได้รับกำลังใจ มีทัศนคติต่อโรคและโลกอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้ป่วยมีคุณภาพชีวิตในการรักษาโรค และเพื่อให้บุคคลทั่วไปตระหนักถึงโรคมะเร็ง รู้เร็ว รักษาเร็ว มีมุมมองที่ดีต่อโรคมะเร็ง

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

Art for cancer คือ platform ที่เป็นตัวกลางระหว่าง จิตอาสา ศิลปิน บุคคลทั่วไปกับผู้ป่วยโรคมะเร็ง โดยเราจะสร้างทัศนคติที่ดีให้แก่สังคมและร่วมสร้างรายได้ให้กับผู้ป่วยมะเร็ง

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

ผลลัพธ์ทางสังคมของ **Art for cancer** สามารถแสดงให้เห็นได้จาก จำนวนผู้ป่วยมะเร็งกว่า 100000 คน ที่มีทัศนคติที่ดีต่อโรค และ มีอายุยืนยาวขึ้น นอกจากนี้ผู้ป่วยมะเร็งสามารถหาเสริมซึ่งนำมาเป็นค่ารักษาพยาบาล ในการรักษา ส่วนที่ไม่สามารถเบิกสิทธิจากหลักประกันสุขภาพได้ และในเวลาเดียวกันเกิดช่องทางทางสังคมระหว่างบุคคลทั่วไปและผู้ป่วย

4. แผนการดำเนินธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

ช่องทางการจัดหารายได้ให้ผู้ป่วยผ่าน Platform และการบริการ สามารถแบ่งได้ 3 แบบ ได้แก่ ผู้ป่วยที่ไม่มีเงินและไม่มีเงินลงทุน ผู้ป่วยที่มีไอดีแต่ขาดเงินลงทุน และผู้ป่วยที่มีไอดี และมีเงินลงทุน ซึ่งบุคคลทั้งสามกลุ่มนี้ทาง **Art for cancer** เป็นผู้สนับสนุนในการช่วยหาผู้ผลิตและช่องทางการจัดจำหน่ายพร้อมทั้งช่วยเหลือการกำไรโหมดสินค้าผ่านทางช่องทางต่างๆ ซึ่งในส่วนของการกำไรหลังจากหักต้นทุนการขายจะถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือแบ่งให้แก่ผู้ป่วยและ กลุ่ม **Art for cancer** ในส่วนกำไรของ Art for cancer จะนำเงินส่วนนี้มาแปลงเป็นเงินทุนเพื่อลงทุนในโครงการอื่นๆ ต่อไป



5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

เกิดการสนับสนุนผ่านการซื้อสินค้าและบริการของ **Art for cancer** จากองค์กรภาคเอกชน



CONTACT US



LIST



PLANT : D

1. วัตถุประสงค์

Key challenges

ผักที่มีจำหน่ายในกรุงเทพมหานครในปัจจุบันมีความปนเปื้อนจากยาฆ่าแมลงและสารปราบศัตรูพืช ซึ่งเป็นตัวการที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อสุขภาพของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเมืองในระยะยาว อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าจะมีการขายผักอินทรีย์ปลอดสารพิษ แต่ราคาที่สูงส่งผลให้เป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงของผู้บริโภคในวงกว้างและในเวลาเดียวกันอีกหนึ่งความท้าทายในสังคมไทยที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนี้คือสังคมไทยคือสังคมผู้สูงอายุโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรุงเทพมหานคร ที่มีประชากรผู้สูงอายุวัยเกษียณกว่า 800,000 คน โดยกลุ่มบุคคลเหล่านี้เป็นผู้ที่ไม่มีรายได้จากกิจกรรมทางกายและขาดโอกาสในการกลับเข้าสู่สังคมซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อสุขภาพทางจิตและทางกายของผู้สูงอายุ อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อในการเป็นภาระทางเศรษฐกิจต่อภาครัฐและครอบครัว

2. วิธีในการแก้ปัญหา

The proposed solution

PLANT:D พัฒนาอุปกรณ์และระบบการบริการสำหรับปลูกผักอินทรีย์แนวตั้งแบบใช้พื้นที่น้อยซึ่งกระบวนการแก้ปัญหานี้ช่วยให้ผู้สูงอายุที่เกษียณอายุแล้วให้สามารถปลูกผักเพื่อบริโภคระดับครัวเรือนและช่วยส่งเสริมช่องทางการขายให้แก่ผู้สูงอายุที่สามารถผลิตสินค้าที่มีภาคความต้องการ ผ่านการขายผลผลิตส่วนนี้ต่อให้กับ **PLANT:D** ซึ่งผลที่ได้รับจากกระบวนการนี้ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุ ประมาณ 4,500 บาทต่อเดือน ด้วยระบบ sharing economy ผ่านกระบวนการกระจายการเพาะปลูก โดยกระบวนการนี้ผลักดันให้ผู้สูงอายุปลูกแปลงผักภายในบ้านของตนเองซึ่งเรียกได้ว่าเป็น micro farm network ยิ่งไปกว่านั้นทาง **Plant:D** ได้พัฒนา mobile application และเทคโนโลยี Location mapping ซึ่งเป็นการแบ่งพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ย่อยแล้วสร้าง cluster area ขนาดประมาณ 1 ตารางกิโลเมตร ซึ่งข้อมูลนี้มาจาก micro farm network ของผู้สูงอายุ จำนวน 20 บ้าน ทั้งนี้ผลผลิตจากผู้สูงอายุกลุ่มนี้สามารถช่วยส่งเสริมการบริโภคผักปลอดสารพิษให้แก่ผู้บริโภคได้กว่า 400 คน ซึ่งเป็นผู้อยู่อาศัยใน cluster area ที่ใกล้เคียงกับกลุ่มเกษตรกรผู้สูงอายุ ยิ่งไปกว่านั้นผู้บริโภคยังได้เข้าถึงผักที่สดใหม่ ราคาถูกกว่า modern trade และ green shop กว่า 30-40%



3. ผลลัพธ์ทางสังคม

Social impact

ผู้สูงอายุสามารถปลูกผักอินทรีย์เพื่อบริโภคเองประหยัดค่าใช้จ่าย รวมทั้งมีรายได้จากการขายผักให้ **PLANT:D** เดือนละ 4,500 บาท

4. แผนการดำเนินงานธุรกิจ

และการเงิน Financial viability overview

ในปี 2017 ดำเนินการในพื้นที่ 4 แห่ง และพัฒนาระบบ IT และ mobile application เพื่อช่วยในการ scale การดำเนินงานไปยังพื้นที่ใหม่ๆ ให้ได้ 500 พื้นที่ภายใน 5 ปี



Dress The Dream

DRESS THE DREAM



1. วัตถุประสงค์ Key challenges

Buy Social เป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่ช่วยคนพิการหลายรูปแบบ เช่น ออทิสติก ที่ควบคุมอารมณ์ตัวเองไม่ได้ ไม่มีสมาธิ และผู้ด้อยโอกาส ให้มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยสร้างอาชีพให้กลุ่มคนพิการ

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

ได้สร้างอาชีพให้คนพิการกว่า 100 ราย โดยการเปิดหลักสูตรสอนคอมพิวเตอร์ให้กับคนพิการทางสายตาเพื่อคนพิการทางสายตาจะสามารถเข้าทำงานที่องค์กร เปิดสอนอาชีพจักรสานเพื่อสร้างอาชีพให้กับคนพิการทางสายตา และเปิดสอนหลักสูตรทำขนมให้กับคนพิการทางหู

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

คนพิการและผู้ด้อยโอกาสเกิดทักษะในการทำงาน และสามารถก้าวข้ามอุปสรรคทางร่างกายไม่ให้เป็นปัญหาต่อการดำรงชีวิต พร้อมทั้งทำให้ผู้พิการและผู้ด้อยโอกาสได้มีที่ยืนในสังคมเพิ่มมากขึ้น

4. แผนการดำเนินงาน และการเงิน Financial viability overview

ได้รายได้จากการจำหน่ายสินค้าของคนพิการ เป็นจำนวน 10-20% ของรายได้ และ จากการขยายพันธมิตรกับธุรกิจเพื่อจำหน่ายและนำเสนอสินค้าในองค์กร

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

สิ่งที่ต้องการการช่วยเหลือประกอบด้วยสามประการ ประกอบด้วย การช่วยเหลือสั่งซื้อสินค้าบริการประเภทของขวัญ ช่วยเหลือสั่งซื้อชุด Box set อาหารว่างสำหรับการจัดประชุม / สัมมนา ช่วยเหลือสั่งซื้อสินค้า / บริการที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม / กิจกรรม





บริษัท พีโอนี ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด
PEONY DEVELOPMENT CO., LTD.

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

บริษัทได้รับโอกาสให้เป็นผู้วิจัยร่วมเพื่อพัฒนาเครื่องฝึกเดินผู้ป่วยอัมพาตจากโรคหลอดเลือดสมอง หรือ IWalk ได้คลุกคลีในกระบวนการรักษาเพื่อเก็บข้อมูลงานวิจัย จึงได้เข้าใจปัญหาที่แท้จริงในการฟื้นฟูรักษาผู้ป่วย นั่นคือ ความต่อเนื่องและเพียงพอในการกายภาพบำบัดไม่เพียงพอ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดของเงินในการรักษาภาวะขาดแคลนนักกายภาพ และโอกาสในการเข้าถึงเครื่องมือที่ทันสมัย ด้วยเหตุนี้ทำให้ยังมีผู้ป่วยอีกจำนวนมากที่ไม่สามารถฟื้นฟูให้พ้นจากภาวะอัมพาตได้ จนต้องกลายเป็นภาระต่อสมาชิกในครอบครัว ส่งผลถึงต่อสภาพจิตใจของผู้ป่วยเอง รายได้ของผู้ป่วยเอง และส่งผลต่อความสัมพันธ์ต่อคนในครอบครัว รวมถึงรายได้ของครอบครัวที่จะต้องหาผู้ดูแลหรือสมาชิกในครอบครัวคนอื่นต้องหยุดงานเพื่อดูแลผู้ป่วย ส่งผลกระทบมากมายเป็นวงกว้าง สภาพความเป็นอยู่แย่งจนกลายเป็นปัญหาเรื้อรัง

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

บริษัทและคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พัฒนาเครื่องฝึกเดิน ผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมอง IWalk ขึ้นมา ในต้นทุนต่ำ เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงการรักษา ด้วยเครื่องมือที่ทันสมัยสู่ชุมชนที่ต้องการ แต่ขาดแคลนงบประมาณ ช่วยให้การฟื้นฟู ร่างกายผู้ป่วยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพรวดเร็ว และช่วยลดภาระความเหนื่อยล้าของนักกายภาพ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้นักกายภาพทั้งในแง่คุณภาพและปริมาณ

“คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ลดความเหลื่อมล้ำ ของโอกาสทางสังคม”

3. ผลลัพธ์ทางสังคม
Social impact เมื่อผู้ป่วยสามารถกลับมาช่วยเหลือตัวเองได้ เดินเองได้ ไม่จำเป็นต้องได้รับการดูแลจากผู้อื่น สภาพจิตใจดีขึ้น หรืออาจสามารถกลับมาหาเลี้ยงชีพเองได้ หรืออย่างน้อยที่สุด สมาชิกในครอบครัวไม่จำเป็นต้องหยุดงานเสียรายได้เพื่อดูแลผู้ป่วยอีกต่อไป ความสัมพันธ์ในครอบครัวดีขึ้นเท่ากับว่าเราได้คืนคนที่มีความสามารถที่สุดสู่สังคม คืนรายได้สู่สังคม ลดค่าใช้จ่ายสวัสดิการจากภาครัฐในการช่วยดูแลผู้ป่วยได้ด้วย

4. แผนการดำเนินธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

เนื่องจากเป็นผู้ผลิตรายใหม่ และสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จัก อีกทั้งเป็นสินค้าที่ต้องการความน่าเชื่อถือและต้องให้ความรู้ ความเข้าใจทั้งต่อผู้ป่วยและนักกายภาพบำบัด จึงวางแผน ที่จะสร้างการรับรู้ต่อกลุ่มเป้าหมายโดยการเข้าร่วมโครงการต่างๆ ทั้งการประกวดงานแสดงสินค้านวัตกรรม ทั้งของภาคเอกชนและภาครัฐ และมีแผนนำสินค้าสู่ตลาดจริงด้วยการให้ทดลองใช้แบบไม่มีค่าใช้จ่าย โดยมีรายได้จากการให้เช่าเครื่อง และ การขายเครื่อง



HEARTIST



1. วัตถุประสงค์ Key challenges

เด็กพิเศษส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าเรียนต่อระดับมหาวิทยาลัยได้ เนื่องจากพัฒนาการทางด้านต่างๆ ไม่พร้อม โดยเฉพาะอารมณ์และการเข้าสังคม หลายครอบครัวผู้เป็นพ่อหรือแม่ต้องออกจากงานมาเพื่อดูแลลูก ทำให้รายได้ที่มีลดน้อยลง แต่สิ่งที่ครอบครัวแสวงหาอันดับแรกไม่ใช่เงินแต่คือการช่วยบำบัดให้น้องมีพัฒนาการที่ดีขึ้น จึงเกิดการรวมตัวกันของครอบครัวที่มีลูกพิเศษแล้วใช้การทอผ้าบำบัดในการช่วยให้น้องมีพัฒนาการทางด้านอารมณ์และสังคมที่ดีขึ้น แต่การที่คนหาเลี้ยงครอบครัวหรือเพียงคนเดียวพร้อมกับน้องหลายคนยังต้องมีค่าใช้จ่ายในการพบแพทย์ที่ต้องไปพบอย่างสม่ำเสมอ วันวันจ้รายได้ที่เหมือนจะไม่ใช้ปัญหาหลักก็กลับกลายมาเป็นหนึ่งในปัญหา

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

โครงการรณรงค์เพื่อบุคคลพิเศษ คือโครงการที่ครอบครัวที่มีลูกพิเศษมา ร่วมกันสร้างกระบวนการศึกษา บำบัดและการเยียวยา คือการเยียวยาโดยการอยู่ร่วมกันเป็นชุมชน ที่เอื้อให้บุคคลพิเศษได้ดำเนินชีวิต พัฒนาศักยภาพตนเอง และช่วยเหลือตัวเองให้ได้มากที่สุด ได้เรียนรู้ ได้ใช้ชีวิตทำงาน มีเพื่อน มีสังคมที่ยอมรับในความเป็นเขาซึ่งงานในโครงการประกอบด้วย งานไม้ งานดิน งานทอผ้า ซึ่งเป็นงานทั้งบำบัด มีกระบวนการฝึกฝน ที่ก่อให้เกิดการตระหนักรู้ในคุณค่าของตนเอง การให้บุคคลพิเศษวัยผู้ใหญ่ได้ทำงานที่เป็นประโยชน์ใช้สอย และมีความงามอย่างเช่นการทอผ้า ปั่นดิน ปักผ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ไม้ด้วยมือ จะช่วยพัฒนา ความคิดสร้างสรรค์และเพิ่มพูนทักษะความสามารถของพวกเขาอย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาทางด้านอารมณ์ การเคลื่อนไหวของร่างกายและการเข้าสังคมอีกด้วย ซึ่งเมื่อลูกพิเศษมาเข้าโครงการ พ่อแม่ทุกคนจะต้องมีความคิดที่ตรงกันคือ อยากให้ลูกมีคุณค่าโดยการทำงาน ไม่ใช่แค่การนำลูกมาทิ้งไว้ แต่ทุกคนจะมาทำงานที่ตัวเองสนใจ ตามวันและเวลาที่ครอบครัวสะดวก เมื่อขึ้นชื่อว่าการทำงาน จึงควรได้รับผลตอบแทนที่คือจุดเริ่มต้นให้แบรนด์ **HEARTIST** กระเป๋าจากผ้าทอบำบัดของบุคคลพิเศษเกิดขึ้นมา เพราะต้องการให้สังคมเห็นศักยภาพของบุคคลพิเศษแบบที่ **HEARTIST** เห็น ให้การทำงานทั้งบำบัดรักษาของน้องสร้างรายได้สร้างความมีศักดิ์ศรีของตนเองในสังคม กระเป๋าของ **HEARTIST** ไม่ได้มีลวดลายที่เป็นแบบแผน เป็นไปตามอารมณ์ ในขณะที่ของผู้น้อมมีพลาดบ้างผิดบ้างมันก็มีธรรมชาติเพราะ **HEARTIST** เราไม่ใช่เครื่องจักร แต่ละโอบมีความโดดเด่นแตกต่างถึงมาจากผ้าผืนเดียวกัน แต่ทอต่างกันในแต่ละช่วงอารมณ์ความละเอียดที่เห็นก็ออกมาต่างกันเราถึงมั่นใจว่าของทุกใบมีใบเดียวในโลก

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

บุคคลพิเศษและครอบครัวมีรายได้และการบำบัดช่วยลดชั่วโมงการเลี้ยงดูน้องของครอบครัว พร้อมทั้งช่วยลดค่าใช้จ่ายทางการแพทย์ นอกจากนี้การบำบัดช่วยให้น้องมีพัฒนาการทางด้านอารมณ์และสังคมที่ดีขึ้น

4. แผนการดำเนินงานธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

ผลิตกระเป๋าและขายให้ได้ 300 ใบต่อเดือน ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ นอกจากกระเป๋าแม่แบบที่ขายคอร์สเรียนทอผ้า พร้อมทั้งทอที่พัฒนาโดยเด็กพิเศษสำหรับการบำบัดเด็กพิเศษและสมาธิสั้น

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

ช่องทางจัดจำหน่าย ดีไซน์เนอร์ เส้นด้ายเหลือใช้



SHE

วิสาหกิจสุขภาพชุมชน SHE

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

สร้างอาชีพทางเลือกให้กับ ผู้ที่ลงทะเบียนคนจน และรุกป่าต้นน้ำปลูกข้าวโพด และเยาวชนที่จบ ม.6 จาก รร.ราชประชานุเคราะห์ ได้มีอาชีพติดจัดสรร: น้ำบาดาล Office Syndrome มาทำงานในเมือง 4 ปี มีรายได้จนป่าฟื้นตัวค่อยกลับสู่ชุมชน

2. วิธีการแก้ปัญหา The proposed solution

งานบริการคลาย office syndrome 10/20 นาทีต่อราย สร้างความโล่งเพิ่มประสิทธิภาพของคนทำงาน เป็นงานบริการในพื้นที่สำนักงาน เหมือนที่เข้าไปดูแลเครื่องจักร เรียกว่า human maintenance services สร้างรายได้มากพอต่อเนื่อง ทำให้ครอบครัวหยุดปลูกข้าวโพด เงินที่ได้นำไปลงทุนกับเกษตรยั่งยืน ฟื้นป่า เสนอขายงานเป็นป่าที่จะฟื้นตัวที่ไร่ แปลงออกมาเป็นราคาและจำนวนที่จะจัดจัดสรร ออกเป็นคูปอง

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

คนบุกรุกป่าผิวกฎหมายเพราะความจน โดนหลอก จะมีทางเลือกที่จะทำงานที่ถูกกฎหมาย ผลลัพธ์คือได้พื้นที่ป่าคืนมา เกิดป่าชุมชน ป่าเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกันบริษัท องค์กรก็ได้คนที่ทำงานที่มีความสุข ได้ปลูกป่ายั่งยืน ลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ให้โอกาสสตรี



4. แผนการดำเนินงานธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

สร้างงานบริการ คลาย office syndrome ในเวลา 10 นาที ทำได้บนเก้าอี้ ไม่ต้องเปลี่ยนชุดปลอดภัย ได้ความโล่งทั้งตัว นำไปไว้ในที่คนสัญจรผ่านมาก อย่างเช่น BTS MRT คนมาใช้บริการราคา 80 บาท อาจเป็นคูปอง ที่ บมจ. ที่ทำ CSR มอบให้ลูกค้า พนักงาน

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

ขอพบกับองค์กรที่จะทำ CSR เรื่องสิ่งแวดล้อม และบริษัทก่อสร้างบริหารทรัพย์ที่มีโครงการ ตามเส้นทาง BTS และการทำอากาศยาน





Buy Social Thailand

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

Buy Social เป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่ช่วยคนพิการหลายรูปแบบ เช่น ออทิสติก ที่ควบคุมอารมณ์ตัวเองไม่ได้ ไม่มีสมาธิ และผู้ด้อยโอกาส ให้มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยสร้างอาชีพให้กลุ่มคนพิการ

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

ได้สร้างอาชีพให้คนพิการกว่า 100 ราย โดยการเปิดหลักสูตรสอนคอมพิวเตอร์ให้กับคนพิการทางสายตาเพื่อคนพิการทางสายตาจะสามารถเข้าทำงานที่องค์กร เปิดสอนอาชีพจักรสานเพื่อสร้างอาชีพให้กับคนพิการทางสายตา และเปิดสอนหลักสูตรทำขนมให้กับคนพิการทางหู

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

คนพิการและผู้ด้อยโอกาสเกิดทักษะในการทำงาน และสามารถก้าวข้ามอุปสรรคทางร่างกายไม่ให้เป็นปัญหาต่อการดำรงชีวิต พร้อมทั้งทำให้ผู้พิการและผู้ด้อยโอกาสได้มีที่ยืนในสังคมเพิ่มมากขึ้น

4. แผนการดำเนินธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

ได้รายได้จากการจำหน่ายสินค้าของคนพิการ เป็นจำนวน 10-20% ของรายได้ และ จากการขยายพันธมิตรกับธุรกิจเพื่อจำหน่ายและนำเสนอสินค้าในองค์กร

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

สิ่งที่ต้องการการช่วยเหลือประกอบด้วยสามประการ ประกอบด้วย การช่วยเหลือซื้อสินค้าบริการประเภทของขวัญ ช่วยเหลือสั่งซื้อชุด Box set อาหารว่างสำหรับการจัดประชุม / สัมมนา ช่วยเหลือสั่งซื้อสินค้า / บริการที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม / กิจกรรม





NCDs Buster

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

ลดการตายอันควรที่เกิดจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-communicable diseases -NCDs) ตามเป้าหมายที่ 3 คือ “ลดอัตราการชุกของการมีกิจกรรมทางกายที่ไม่เพียงพอ” หมายถึง การแก้ไขปัญหาเรื่องการมีกิจกรรมทางกายที่ไม่เพียงพอ (มีกิจกรรมทางกายระดับปานกลางน้อยกว่าหรือเท่ากับ 150 นาที/สัปดาห์) ซึ่งสอดคล้องกับการมีสุขภาพในการดำรงชีวิตและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคนในทุกช่วงอายุ ใน Sustainable Development Goals (SDGs)

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

NCDs Buster เป็นบริษัทอเนกโมดูล จัดกิจกรรมสุขภาพ โดยเน้นนโยบายการสร้างเสริมกระบวนการปรับวิถีการดำเนินชีวิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมโรคหรือลดความเสี่ยงในการเกิดโรคตั้งแต่เริ่มต้น ทีมงานประกอบด้วยทีมสหสาขาวิชาชีพทั้งทางด้านกายภาพและทางจิตสังคม สถานที่และอุปกรณ์พร้อมสรรพสำหรับการทำกิจกรรม ทั้งในรูปแบบของการเรียนในห้องเรียน การทำกิจกรรมกลุ่มการออกกำลังกาย การเรียนรู้เรื่องอาหาร การเรียนรู้เรื่องจิตใจ อีกทั้งยังผสมผสานความเป็นผู้นำด้านวิชาการทางการแพทย์เข้ากับการสื่อสารถึงประชาชนด้วยวิธีการที่น่าสนใจประยุกต์ใช้กับชีวิตจริงได้ง่าย ประสบการณ์และความพร้อมของทีมงานจะสามารถ ช่วยสนับสนุน ให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้ คือสังคมมีสุขภาพทั้งกายและใจที่ดีขึ้น

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

บริษัท NCDs จะดูแลสุขภาพคุณอย่างต่อเนื่อง สามารถวัดผลสุขภาพที่เปลี่ยนแปลงได้จริง พร้อมส่ง สุขภาพที่ดีส่งต่อสู่สังคมผู้ด้อยโอกาสต่อไป ถ้าพนักงานในบริษัท/จนท.องค์กร มีความตระหนักในเรื่องการดูแลสุขภาพมากขึ้น และปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตนเองได้แล้วพนักงานจะเพิ่มคุณภาพชีวิต ลดการเจ็บป่วย ลดการค่าใช้จ่าย เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดการลาหยุด ถ้าบริษัทส่งเสริมให้พนักงานได้มีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เปลี่ยนไลฟ์สไตล์แล้ว บริษัทก็จะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดการลาหยุดงานของพนักงาน การสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทกับพนักงานและพนักงานกับพนักงาน ถ้าทุกคนได้เรียนรู้วิธีการดูแลสุขภาพและจิตใจตัวเองได้แล้ว ก็จะแผ่ผลไปยังครอบครัวของตนเองด้วยสมาชิกในครอบครัวมีสุขภาพดีขึ้น ลดความเสี่ยงการเกิดโรคเรื้อรัง ได้รับความรู้ ปรับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปเพื่อสุขภาพที่ดีขึ้นถ้าทุกคนได้เรียนรู้และปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตประจำวันเพื่อสุขภาพที่ดีแล้ว ก็จะส่งผลที่ดีต่อไปยังสังคมรอบข้างและขยายไปสู่ประเทศ จัดกิจกรรมส่งเสริมการปรับเปลี่ยนไลฟ์สไตล์ของชุมชนผู้ด้อยโอกาส เมื่อประชาชนมีสุขภาพที่ดีส่งผลให้ภาครัฐ ลดค่าใช้จ่ายการรักษาพยาบาลของประเทศได้

แล้ว...พนักงานของคุณกำลังที่สำคัญที่สุดขององค์กรคุณดูแลสุขภาพ...เพียงพอรึยัง...



4. แผนการดำเนินงาน และการเงิน Financial viability overview

Program	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Health event organizer													
1.1. Kick off													
1.2. 30. Delivery													
1.3. Healthy Challenge													
1.4. Campaign for closing													
2. Lifestyle Ambassador Team													
3. Health care tour													

ประมาณการงบการเงิน 2561

รายการ	รวม
รายได้	1,800,000
หัก ต้นทุนขาย	-600,000
กำไรขั้นต้น	1,200,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	1,000,000
กำไรขาดทุน ก่อนหักภาษี	200,000

ปีแรกยังไม่ทำกำไรขาดทุน แต่คาดการณ์ว่าจะมีกำไรในปี 2 เป็นต้นไป จะเพิ่มจำนวนลูกค้าได้มากขึ้นอีกเท่าตัว





LearnEducation
Learning solution for all

บริษัท เลิร์นเอ็ดดูเคชั่น จำกัด

“ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาคุณภาพการศึกษาไทย
และช่วยลดความเหลื่อมล้ำของการศึกษาในพื้นที่ห่างไกล

ให้สามารถเข้าถึงการเรียนการสอนคุณภาพ โดยมีเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ”

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

ปัญหากระบวนการศึกษาไทย ส่วนหนึ่งเกิดจากความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา ปัญหาการขาดแคลนครู รวมถึงภาระงานของครูที่มีมากจนเกินไป ในห้องเรียนที่มากและยากต่อการสอนและดูแลอย่างทั่วถึง ปัญหาเด็กนักเรียนที่พ้นสภาพนักเรียนกลางคัน (Drop-out) หรือการขาดเรียนเนื่องจากไม่เข้าใจใน ตำราเรียน เนื้อหาเรียนแบบเดิมๆ หรือแม้กระทั่งปัญหาครอบครัว ซึ่งปัญหาทั้งหมด นี้ส่งผลต่อภาพลักษณ์ระบบการศึกษาไทยโดยรวมในด้านลบ

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

การใช้เทคโนโลยีเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในห้องเรียน เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่สามารถช่วยลดความเหลื่อมล้ำและเพิ่มโอกาสทางการศึกษา ให้กับนักเรียนให้เท่าเทียมกันได้ โดยมีเทคโนโลยีทำหน้าที่เป็นเครื่องช่วยครู และช่วยสนับสนุนให้นักเรียนเข้าใจ บทเรียนได้ง่ายขึ้น ลดปัญหาการขาดเรียนและเพิ่มโอกาส ให้กับเด็กนักเรียนที่ขาดแคลนหรืออยู่ห่างไกล ให้มีโอกาส ได้เรียนหนังสือ โดยบริษัท เลิร์น เอ็ดดูเคชั่น จำกัด ได้ คิดค้นนวัตกรรมเพื่อการศึกษา Blended Learning Solution ขึ้นมา เป็น การเรียนรู้แบบผสมผสาน ซึ่งก็คือ การนำเทคโนโลยีเข้าไปอยู่ในห้องเรียนจริงหรือที่เรียกว่า “ห้องเรียนดิจิทัล”

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

Blended Learning Solution เป็นนวัตกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานที่นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนการสอน ช่วยแบ่งเบาภาระงานของคุณครูและทำให้เด็กนักเรียนรู้สึกสนุกกับการเรียนมากขึ้น บริษัท เลิร์น เอ็ดดูเคชั่น จำกัด ยังมีความเชื่อมั่นว่าภาคธุรกิจเพื่อสังคม จะสามารถช่วยนำเทคโนโลยีไปสู่โรงเรียนได้ทั่วประเทศ ช่วยให้ความเหลื่อมล้ำด้านการศึกษาลดลง ทำให้เด็กที่อยู่ในพื้นที่ชนบทตาม ต่างจังหวัดมีความรู้ทัดเทียมเด็กในเมืองอีกด้วย ซึ่งปัจจุบัน ในปี 2559 นักเรียนในกว่า 70 โรงเรียน มีผลการเรียนที่ดีขึ้น

4. แผนการดำเนินงานธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

ปัจจุบัน Business Model ของบริษัท เลิร์น เอ็ดดูเคชั่น เป็นไป ดังลักษณะนี้ ทุกๆ 100 โรงเรียน ที่ได้นำ Solution ของ Learn Education ไปใช้ ซึ่งถูกจัดอยู่ในกลุ่มโรงเรียน ที่มีกำลัง ในการซื้อ Blended Learning Solution จะสามารถส่งต่อโอกาสให้กับเด็ก ด้วยโอกาส ในโรงเรียนที่อยู่ห่างไกลอีก 15 โรงเรียน

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

การสนับสนุนที่ถูกต้องคือ การบริจาคเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ไม่ใช้แล้วจากองค์กรต่างๆ จำนวน 1,000 เครื่อง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร และเพิ่มโอกาสในการส่งต่อโอกาสทางการศึกษาจากการระดมทุนที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นหัวใจในการนำ Solution จากบริษัท เลิร์น เอ็ดดูเคชั่น จำกัด ไปมอบให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลนและอยู่ห่างไกล เพื่อช่วยลดความเหลื่อมล้ำและช่วยยกระดับการศึกษาของประเทศไทย ในภาพรวม



ลดความเหลื่อมล้ำ
ของการศึกษาในพื้นที่ห่างไกล



RelationFlip

Relation Flip

เราสร้างกระบวนการพัฒนาศักยภาพการทำงานและชีวิตส่วนตัว
เพื่อให้พนักงานในองค์กรมีความสมดุลในทุกๆ ด้าน
ผ่านกระบวนการ RF Analytical Counselling

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

Relationflip คือ Platform รวม Analytical Counselor ที่มีความสามารถในการให้คำปรึกษาทางด้านต่างๆ เช่น ความสัมพันธ์ เรื่องส่วนตัว ความเครียดจากการทำงาน ซึ่ง HR ไม่สามารถให้คำปรึกษาตรงจุดนี้แก่พนักงานในองค์กรได้ เนื่องจากความไม่ไว้วางใจส่วนตัว กลัวความลับจะรั่วไหล หรืออาจจะมีผลต่อหน้าที่การงาน ทำให้ข้อมูลที่ HR สอบถาม ได้มานั้นไม่เป็นความจริง ซึ่งในปัจจุบันปัญหาที่พบได้แก่

1. พนักงานในองค์กรมีอัตราการลาออกสูงขึ้น จำเป็นต้องหาพนักงานใหม่ ซึ่งทำให้ธุรกิจหยุดชะงัก
2. พนักงานมีความเครียดจากการทำงาน แล้วส่งผลกระทบต่อปัญหาส่วนตัวอย่างเสียไม่ได้ ซึ่งส่งผลกระทบต่ออัตราการลาออก การเจ็บป่วยทางกาย พฤติกรรมต่างๆ ที่ทำลายสุขภาพ เช่น ดื่มเหล้า สูบบุหรี่
3. HR ขาดข้อมูลเชิงลึก ไม่ทราบว่ามีปัญหาของพนักงานที่แท้จริงเกิดจากอะไร เพื่อที่จะนำไปพัฒนาองค์กรให้ตรงกับความต้องการของพนักงาน เช่น การพัฒนาให้พนักงานทำงานให้ตรงสายที่ถนัด ฯลฯ
4. พนักงานไม่มีเวลาที่จะไปพบนักจิตวิทยาเพื่อขอรับการรักษา เนื่องจากต้องใช้เวลานานในการเดินทางและการจองเวลานัดหมาย

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

Relationflip มีพื้นฐานจากการรวมตัวกันของ Analytical Counselor ที่มีความชำนาญเฉพาะทางและ Certified ทางวิชาชีพ สามารถให้การปรึกษาได้ครอบคลุมทุกประเด็นของชีวิต เราจึงใช้จุดนี้ให้การปรึกษากับพนักงานแบบรายบุคคล 1 : 1 ซึ่งทำให้ผู้รับบริการรู้สึกสบายใจที่จะปรึกษา เนื่องจากทุกอย่างที่เล่าจะถูกเก็บเป็นความลับสูงสุด ตามจรรยาบรรณทางวิชาชีพ และนโยบายสูงสุดของ Relationflip

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

ช่วยเหลือพนักงานให้มีความสุขทั้งในแง่ของการทำงาน และชีวิตส่วนตัว ซึ่งสิ่งเหล่านี้ย่อมส่งผลถึงการดูแลครอบครัวของพนักงานด้วย ซึ่ง Relationflip ตอบโจทย์ตรงจุดนี้เป็นอย่างยิ่ง ซึ่งที่ผ่านมาเราดูแลสุขภาพจิตของคนไทยไปแล้วมากกว่า 300 คน รวมทั้งในภาคองค์กร มีความยินดีและใส่ใจในความสุขของพนักงานในระยะยาวอย่างยิ่งขึ้น

4. แผนการดำเนินงานธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

เน้นกลุ่มบมจที่สนใจในความเป็นอยู่ของพนักงานเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของศักยภาพการทำงานและเรื่องส่วนตัว เรามุ่งเน้นกลุ่มบริษัท เนื่องจากเราเชื่อว่าหากเราต้องการทำสิ่งที่ต้องการเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างชัดเจน ควรเริ่มต้นกับคนจำนวนมาก ซึ่งกลุ่มบริษัทน่าจะตอบโจทย์ตรงจุดนี้ได้

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

อยากให้ บมจ แต่ละที่ช่วยสนับสนุน โดยการให้ออกาสในการ นำเสนอและใช้บริการของ Relationflip เพื่อดูแลพนักงานในองค์กร ทั้งในด้านศักยภาพการทำงานและชีวิตส่วนตัวในระยะยาว

For The Better
Version
of Yourself



1. วัตถุประสงค์ Key challenges

จุดประสงค์หลักของบลิซซ์ เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาสังคม คือ ส่งเสริม
ในด้านพัฒนาการเด็ก โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กพิเศษหรือเด็กที่มีความบกพร่อง
ทางด้านต่างๆ ที่ขาดโอกาส อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ของเล่นเสริมพัฒนาการ
ที่คำนึงถึงความสามารถและความต้องการของกลุ่มเด็กพิเศษ เพื่อเพิ่มศักยภาพที่จะ
พัฒนาในวัยเด็กให้มากที่สุด

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

วิจัยและออกแบบผลิตภัณฑ์ของเล่นเสริมพัฒนาการให้เหมาะสมกับความต้องการของ
เด็กพิเศษ เริ่มต้นจากการทำโครงการระดมทุนผลิต และส่งมอบผลิตภัณฑ์บลิซซ์ เพื่อ
สนับสนุนจินตนาการให้กับโรงเรียนและ ศูนย์ดูแลเด็กพิเศษทั่วประเทศ เพื่อให้ได้ผลตอบรับจาก
กลุ่มเป้าหมาย ที่จะนำมาพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมพัฒนาการเด็กและเด็กพิเศษ
ต่อไป ทั้งเด็กไทยและเด็กทั่วโลก

FAMILY SET



3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

จากโครงการระดมทุน “ไม่เห็น ก็เล่นได้” ได้มอบผลิตภัณฑ์ให้แก่อนุชนักศึกษา
พิเศษประจำจังหวัด 30 แห่ง จาก 77 แห่งทั่วประเทศ มีจำนวนเด็กมากกว่าหนึ่งพันคน
ที่ได้ใช้บลิซซ์ เพื่อ เป็นสื่อให้การเสริมสร้างพัฒนาการ โรงพยาบาลและศูนย์บำบัด
ต่างๆ ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของบลิซซ์ เพื่อ และได้มีการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ในการบำบัดอย่าง
แพร่หลายมากขึ้น

4. แผนการดำเนินงานธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

ธุรกิจมีการดำเนินงานควบคู่กันไประหว่าง โครงการสนับสนุนโดยผู้บริจาคบุคคล
ทั่วไป - กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) กับบริษัทต่างๆ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับ
ลูกค้าทั่วไป เช่น โรงพยาบาล ศูนย์บำบัด โรงเรียนอนุบาล Play Zone และกลุ่มครอบครัว

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

- การขนส่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- การค้าระหว่างประเทศ
- การผลิตและการลดต้นทุน Raw Material



CAREER VISA

การค้นพบอาชีพที่ใช้เหมือนการเดินทาง
ที่ต้องอาศัย การค้นคว้า-การเตรียมพร้อม-และลงมือทำ

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

ทุกปีมีนักศึกษาไทยจำนวนกว่า 300,000-450,000 คน จบการศึกษาระดับอุดมศึกษา จากการสำรวจระหว่าง CareerVisa, สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์, และบริษัท JobThai.com พบว่านักศึกษาไทยกว่า 50% ไม่มีเป้าหมาย ทางด้านอาชีพที่ชัดเจน นอกจากนั้นจากการศึกษาสถิติของกระทรวงศึกษาพบว่า 4 ใน 10 ของนักศึกษาจบใหม่ไม่เป็นที่พึงพอใจของนายจ้าง CareerVisa จึงตั้งเป้าหมายในการช่วยให้นักศึกษาวางแผนอาชีพและพัฒนาคุณภาพของนักศึกษาทางด้านทักษะและทัศนคติให้เหมาะสมกับความต้องการของนายจ้าง

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

การทำหน้าที่เชื่อมต่อระหว่างนักศึกษา มหาวิทยาลัยและนายจ้างโดยสร้างเครื่องมือ และหลักสูตรวางแผนอาชีพที่ใช้ในมหาวิทยาลัย รวมถึงทำงานร่วมกับนายจ้างในการพัฒนาและให้ความรู้ ทางด้านอาชีพให้กับการเสริมในการแนะแนวอาชีพซึ่งอยู่ในส่วนงานของกิจการนักศึกษา และพัฒนาศักยภาพให้นักศึกษาประสบความสำเร็จในอาชีพที่ใช้

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

- ผลลัพธ์ทางสังคมสังคมสามารถเห็นได้ 4 ประการ
- ให้ความรู้ ข้อมูล และเครื่องมือในการวางแผนอาชีพแก่นักศึกษาจำนวนกว่า 3,000 คน
 - 9 ใน 10 ของบริษัทนายจ้างสนใจที่จะจ้างนักศึกษาที่จบจากโครงการ Career Launcher ซึ่งเป็นโครงการของ CareerVisa ที่เน้นการลงมือทำ เรียนรู้จาก Project เพื่อปรับทักษะและสร้างทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน
 - ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานแนะแนวในมหาวิทยาลัย 15 แห่ง ในกรุงเทพและปริมณฑล โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาความพร้อมทางด้านอาชีพ
 - สร้างหลักสูตรในการวางแผนอาชีพ ซึ่งถูกใช้ในการเรียนการสอน ภายในมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศไทย

4. แผนการดำเนินงานธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

กว่า 95% ของรายได้มาจากบริษัทนายจ้างที่มีความสนใจในการสร้างการรับรู้ของแบรนด์ (Employer Brand) ในกลุ่มนักศึกษาที่มีความพร้อมทางด้านอาชีพ อีกด้านของรายได้มาจากหลักสูตรพัฒนาทักษะความพร้อม และทัศนคติทางด้านการทำงาน ซึ่งส่วนใหญ่มาจากมหาวิทยาลัยเป็นส่วนใหญ่และบางส่วนมาจากนักศึกษาที่เข้ารับการอบรมโดยตรง

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

- สิ่งที่ต้องการสนับสนุนประกอบ 4 ประการ
- พันธมิตรทางด้านสื่อ** - เพื่อใช้ผลในการขยายผลข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพให้นักเรียนนักศึกษาทั่วประเทศสามารถเข้าถึงได้
 - โอกาสทางด้านธุรกิจ** - โอกาสสร้างความร่วมมือกับองค์กร และบริษัทนายจ้างผ่านทางฝ่ายทรัพยากรบุคคล
 - ทีมผู้ทำงาน** - ผู้สนใจในการสร้างทางเลือกของหลักสูตรอบรม ที่มีจุดหมายในการพัฒนาอาชีพ หรือระบบทดสอบความพร้อมทางด้านอาชีพ
 - ที่ปรึกษา** - ทางด้านไอทีและผู้สนใจในระดับผู้บริหารระดับสูง ที่เห็นความสำคัญทางด้านทรัพยากรบุคคล



คัดเลือกและปั้นคนที่มีคุณภาพ
เข้าไปอยู่ในองค์กร



จะดีแค่ไหนหากคุณ “ช่วย” สังคมได้ด้วยการ “ช้อป”

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

โซเชี่ยลคิฟเวอร์ บูรณาการการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนในสังคม ผ่านนวัตกรรมที่ช่วยแก้ไขปัญา สร้าง Win-Win-Win Solution ให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้บริโภค ภาคธุรกิจและภาคสังคม ด้วยการสร้างระบบนิเวศแห่งการให้โดยธุรกิจ สามารถทำให้เกิดการช่วยเหลือสังคมได้อย่างยั่งยืน

2. วิธีการแก้ปัญหา The proposed solution

ภาคธุรกิจร่วมช่วยเหลือสังคมโดยการมอบบริการส่วนต่าง (Spare service capacity) เพื่อจำหน่ายบนเว็บไซต์ socialgiver.com และเลือกโครงการเพื่อสังคมที่ต้องการช่วยระดมทุน จากนั้น Socialgiver จะจำหน่ายสินค้าในรูปแบบบัตรของขวัญ พร้อมกับอัปเดตความเปลี่ยนแปลงของโครงการที่ธุรกิจให้การสนับสนุน และสินค้าจะส่งไปลดหย่อนภาษี ให้กับธุรกิจใจดีที่ตอบแทนสังคมร่วมกับเรา

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

ภาคธุรกิจได้ทำ CSR ที่มีผลกระทบทางสังคมเกิดขึ้นจริง ตรวจสอบได้และติดตามผลได้, พร้อมกับผู้บริโภคได้ใช้บริการหรือซื้อสินค้าที่มีคุณภาพในราคาพิเศษ ภาคธุรกิจจะได้เพิ่มฐานลูกค้าในกลุ่มใหม่ๆ พร้อมทั้งได้ติดตามเรื่องราวการช่วยเหลือสังคมที่ตนมีส่วนเกี่ยวข้องว่าสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับสังคมได้จริง



ทุกบาทที่จ่ายผ่าน Socialgiver
จะถูกนำไปช่วยโครงการเพื่อสังคม



“ช้อป” บัตรของขวัญ = “ช่วย” สังคม

ทุกบาทที่จ่ายผ่าน Socialgiver จะถูกนำไปช่วยโครงการเพื่อสังคม
ที่คุณต้องการสนับสนุน และสร้างความยั่งยืนให้กับภาคสังคมไทย

4. แผนการดำเนินงาน และการเงิน Financial viability overview

หากต้องการแผนดำเนินงานและข้อมูลล่าสุด ขอให้ติดต่อกับคุณอสิสา โดยตรง

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

ต้องการให้ภาคธุรกิจและองค์กร ที่มีความตั้งใจช่วยเหลือสังคม มาร่วมเสนอ
สินค้าหรือบริการบนแพลตฟอร์มโซเชี่ยลคิฟเวอร์



ธุรกิจเพื่อสังคม a·chieve “อาชีพที่ใช้ ชีวิตที่ชอบ”

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

a·chieve คือ ธุรกิจเพื่อสังคมที่ต้องการทำให้นักเรียนมัธยมทั่วประเทศสามารถเลือกเส้นทางการเรียนและ อาชีพที่ตนเองรักได้อย่างมั่นใจและตรงกับความสามารถ และคุณค่าในชีวิตของตนเอง

ปัญหาที่เราต้องการจะแก้ไข จากนักเรียนมัธยมของไทยทั้งหมด 4.6 ล้านคน เราพบว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นนักเรียนที่ไม่สามารถตัดสินใจวางแผนการเรียน และตัดสินใจเลือกอาชีพในอนาคตของตนเองได้อย่างมั่นใจ ซึ่งผลของปัญหาดังกล่าว ทำให้เมื่อนักเรียนเหล่านี้ถึงเวลาที่ต้องเลือกเส้นทางการเรียน (สายการเรียนและคณะในมหาวิทยาลัย) นักเรียนเหล่านี้จะเลือกเรียนทั้งๆ ที่ไม่รู้ว่า สิ่งที่เลือกนั้นเหมาะสมกับตัวเองหรือไม่ และผล ของการเลือกนั้นจะมีผลอย่างไรกับตนเอง เหมือนเลือกไปโดยไม่รู้และไม่มีเป้าหมาย ทำให้เมื่อเลือกเส้น ทางการเรียนผิด มันทำให้ผิดไปเกือบทั้งชีวิต ทั้งสายการเรียน คณะที่เรียน และอาชีพที่ทำหลังเรียนจบ สุดท้ายประเทศของเราจะเจอกับปัญหาที่นักเรียนขาดคุณภาพ เพราะการเรียนในสิ่งที่ไม่ชอบและไร้เป้าหมาย คนทำงานในประเทศของเราขาดคุณภาพเพราะไม่ได้ทำ ในสิ่งที่ชอบและไม่เห็นคุณค่าในงานที่ ตนเองทำ

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

เพื่อช่วยให้นักเรียนมัธยมไทยสามารถเลือกเส้นทางการเรียนและอาชีพที่ตนเองรักได้อย่างมั่นใจ

1. กระบวนการค้นหาตัวเองเพื่อให้เด็กมีวิธีคิดในการค้นหาตัวเอง และเป้าหมายด้วยตัวตัวเอง
2. สร้างข้อมูลอาชีพและเส้นทางการเรียนเพื่อไปทำอาชีพนั้น
3. สร้างกิจกรรมที่มอบประสบการณ์จริงกับอาชีพที่น้องๆ สนใจ
4. สร้างแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นคิดถึงเป้าหมายของการเรียน และชีวิตของตนเอง

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

ผลของนักเรียนมัธยมจากการดำเนินงานที่ผ่านมาเป็นดังนี้

- จัด โตแล้วไปไหน? 12 ครั้ง เด็กที่เข้าร่วมจาก 347 คน มีมากกว่า 97% ที่มีการเติบโตทางความคิดและมีการตัดสินใจเลือกเส้นทางการเรียนที่ดีขึ้น
- จัด Openworld จำนวน 9 ครั้ง จากผู้เข้าร่วม 1,235 คน มีจำนวน 73% เข้าใจในอาชีพที่ตนเองจะเลือก
- จัดงานฟักฝันเฟส 2014 และ 2017 จากจำนวนผู้เข้าร่วมทั้งหมด 5,309 คน มีผู้เข้าร่วม 91% ที่กลับไปพร้อมแรงบันดาลใจที่จะเริ่มต้นหาอาชีพและกล้าที่จะถามข้อมูลอาชีพกับผู้ใหญ่รอบตัวมากขึ้น
- ข้อมูลอาชีพใน a·chieve.org มีผู้เข้ามาอ่านจากทั่วประเทศกว่า 100,000 ครั้ง
- พัฒนารูปแบบอาชีพ เกิดความภาคภูมิใจและตระหนักถึงคุณค่าในอาชีพเกิดการบอกต่อสร้างเครือข่ายคนทำงานมาเป็นต้นแบบให้โอกาสเด็กมัธยม

“อาชีพที่ใช้ชีวิตที่ชอบ”
ทุกคนได้พบและ
ได้ทำในสิ่งที่ตนเองรัก

4. แผนการดำเนินงานธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

แผนการดำเนินงานธุรกิจและการเงินของ a·chieve แบ่งเป็น 4 ทาง ดังนี้

1. Admission Fee : เก็บค่าเข้าร่วมกับ
ผู้เข้าร่วมโดยตรง
- งาน โตแล้วไปไหน?
- งาน Openworld
2. Sponsorship : หาสปอนเซอร์
ในการจัดงาน
- งานฟักฝันเฟส
3. Partnership : จัดงานร่วมกับ
หน่วยงานรัฐ หรือ องค์กรภาคเอกชน
- Career Day และแนะอาชีพในโรงเรียน
ต่างจังหวัด
- มหกรรมแนะแนวอาชีพในจังหวัดต่างๆ
4. Funding
- สร้างหลักสูตรแนะแนวอาชีพ ร่วมกับ
กองทุนการศึกษาเพื่ออนาคตเด็กไทย

https://taejai.com/en/d/limited_education/

5. สิ่งที่ต้องการสนับสนุน On demands

1. พัฒนารูปแบบอาชีพในสายงานต่างๆ ที่ยื่นตีมาเป็นวิทยากรให้ข้อมูลอาชีพจากประสบการณ์ตรงตลอดทั้งปี
วิทยากรในงาน ฟักฝันเฟส และ Openworld ซึ่งเราจะมีแนะนำหัวข้อต่างๆ ที่ต้องมาพูดกับน้องมัธยม
2. องค์กรต้นแบบอาชีพในสายงานต่างๆ ที่ยื่นตีรับนักเรียนมัธยมเข้าไปเรียนรู้การทำงานจริงในองค์กรช่วงปิดเทอมเป็นเวลา 2 สัปดาห์
สำหรับองค์กรต้นแบบอาชีพในงานโตแล้วไปไหน? เราจะมี guide การดูแลและให้ความรู้เบื้องต้นตลอด 2 สัปดาห์
3. องค์กรที่ยื่นตีมาร่วมเป็นสปอนเซอร์ทั้งในรูปแบบของ Sponsor งาน หรือ In-kind Sponsor ในการจัดงานต่างๆ โดยงานต้องการสนับสนุนมีดังนี้
- ฟักฝันเฟส : รูปแบบ Sponsor สนับสนุนทุนในการจัดงานโดยจะมี package ต่างๆ ให้เลือก
4. องค์กรที่ทำ CSR ด้านการศึกษา ที่สนใจมาร่วมเป็น Partner สนับสนุนให้เราเข้าไปจัดกิจกรรมแนะแนวอาชีพในโรงเรียนทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ที่องค์กรของท่านดูแลอยู่

Presented by



B-soft footcare solution co.,ltd

1. วัตถุประสงค์ Key challenges

ปัญหาสุขภาพเท้านำไปสู่เรื่องของคุณภาพชีวิตของกลุ่มคนเมืองที่ประกอบอาชีพที่ต้องยืนเป็นระยะเวลานาน และปัญหาสุขภาพเท้าของคนที่เป็นเบาหวานในชุมชนด้วยโอกาส การเข้าถึงของรองเท้าเบาหวานที่มีราคาค่อนข้างสูง

2. วิธีในการแก้ปัญหา The proposed solution

ผลิตรองเท้าเพื่อสุขภาพสำหรับกลุ่มวิชาชีพ ที่ต้องยืนเป็นระยะเวลานาน เช่น พยาบาล ครู หรือผู้ที่ต้องทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม โดยผลิตในราคาที่เหมาะสม ด้วยวัสดุที่มีคุณภาพ และออกแบบตามหลักวิชาการ โดยมีการนำรายได้ส่วนหนึ่งไปสนับสนุนด้านการสร้างความรู้ ความเข้าใจในการดูแลสุขภาพเท้าของคนที่เป็นเบาหวานในชุมชนด้วยโอกาส และผลิตรองเท้าสำหรับ ผู้ที่เป็นเบาหวานในราคาที่สามารถเบิกจ่ายด้วยงบ สปสช. ได้ในชุมชนด้วยโอกาส จัดอบรมให้ความรู้แก่ กลุ่มวิชาชีพเพื่อส่งเสริมให้สามารถผลิตรองเท้าเพื่อผู้ที่เป็นเบาหวานได้เองในชุมชน โดยร่วมกับมูลนิธิ เพื่อพัฒนาการบริการผู้ป่วยเบาหวาน และโรงพยาบาลเทพารินทร์

3. ผลลัพธ์ทางสังคม Social impact

1. เพิ่มคุณภาพชีวิตของผู้ที่ทำงานในอาชีพที่ต้องยืนนานๆ ลดความเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจากภาวะการยืนไม่เหมาะสม ประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้น
2. เพิ่มคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยเบาหวานในชุมชนด้วยโอกาสที่มีปัญหาด้านสุขภาพเท้า
3. ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในการดูแลเท้าแก่ผู้ที่มีหน้าที่ดูแลสุขภาพของชุมชนต่างๆ เช่น พยาบาล อสม. เพื่อนำไปถ่ายทอดต่อ
4. เป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมให้เกิดการตลาดตกตาในผู้ที่เป็นเบาหวานในประเทศ

4. แผนการดำเนินธุรกิจ และการเงิน Financial viability overview

1. ผลิตและจำหน่าย รองเท้าสตรีสำหรับอาชีพ พยาบาล และครู (สีกว และดำ) จำหน่ายโดยเฉลี่ยในปีแรก เดือนละ 600 คู่ เป็นอย่างน้อย ผ่านช่องทางการตลาดตรง เข้าพบเพื่อนำเสนอในโรงพยาบาลและโรงเรียน และช่องทาง online
2. ผลิตและจำหน่ายรองเท้าสำหรับผู้ที่เป็นเบาหวาน (ตามเงื่อนไข สปสช.) สร้างเครือข่ายผู้ซื้อรองเท้า 20 โรงพยาบาล มีการจำหน่ายได้ในปีแรกประมาณ 3,000 คู่ ผ่านช่องทางการตลาดแบบตรง
3. จัดอบรมผู้ดูแลสุขภาพเท้า ให้แก่พยาบาลวิชาชีพ นักกายภาพบำบัด เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปดูแลผู้ที่เป็นเบาหวานในพื้นที่รับผิดชอบ โดยสนับสนุนในการจัดอบรมร่วมกับมูลนิธิเพื่อพัฒนาการบริการผู้ป่วยเบาหวานและโรงพยาบาลเทพารินทร์ จำนวนอย่างน้อย 4 รุ่น รุ่นละ 60 คน จากทั่วประเทศ
4. สนับสนุนการผลิตสื่อความรู้เพื่อการดูแลสุขภาพเท้าเพื่อผู้เป็นเบาหวาน มอบแก่ชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศ 200 ชุด

