



การทำงานร่วมกันของ

“**ทุนสนับสนุน ทุนชุมชน และทุนความรู้**” ที่ผาปัง

Soontorn Koonchaimang, Ph.D

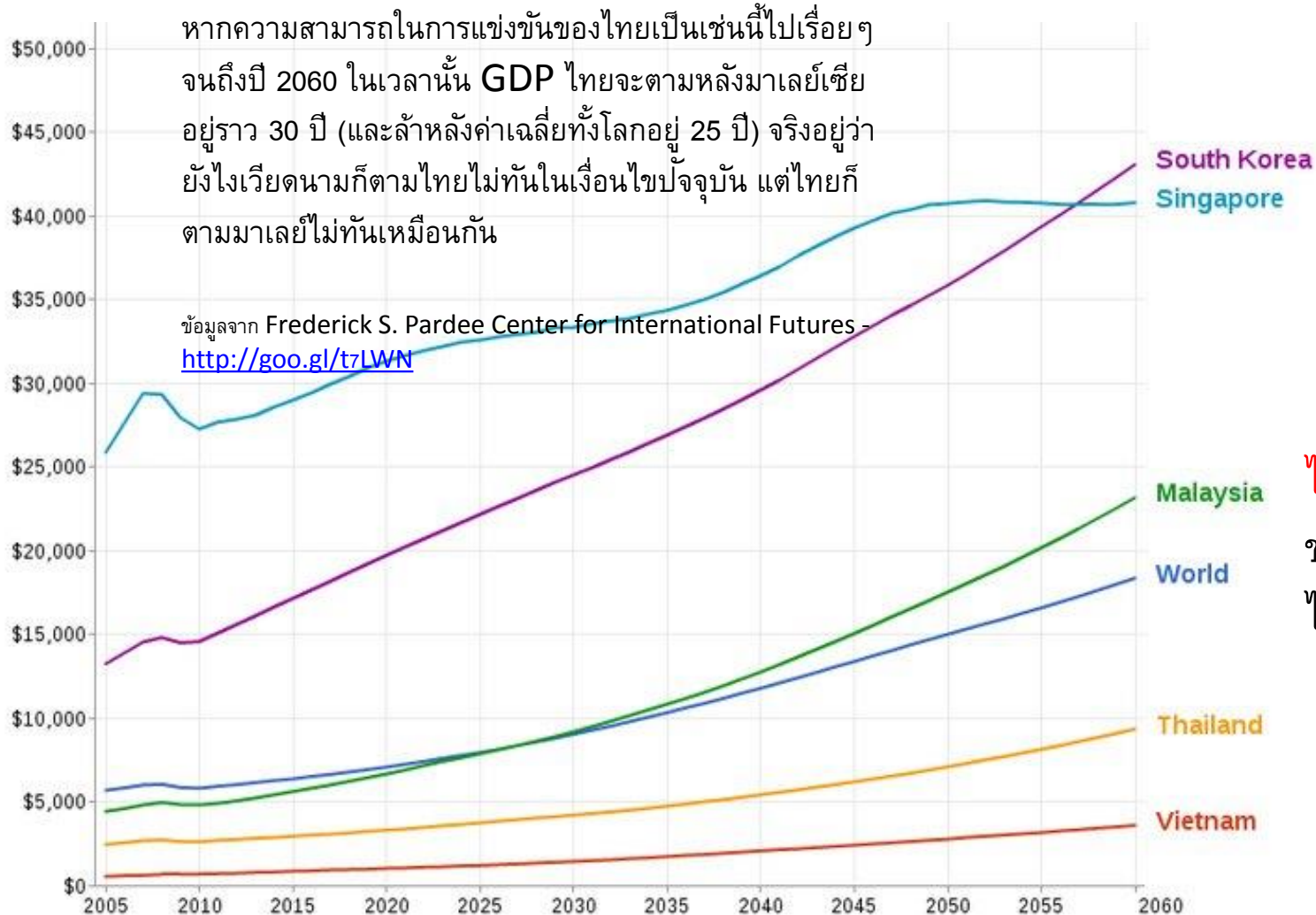
บ้านเคียงดอยรีสอร์ทแอนด์โฮมสเตย์ ผาปัง, แม่พริก, ลำปาง

22 พฤศจิกายน 2557

1

“ผาปัง” กับการเปลี่ยนแปลง

ความสามารถของการแข่งขันไทย



ไทย ! จะก้าว
ข้ามค่าเฉลี่ยนี้
ได้อย่างไร ?

ความเท่าเทียม - ความเหลื่อมล้ำ



คนรวยสุด 20% ใน
เมืองไทยมีรายได้มากกว่า
คนจนสุด 20% อยู่ 15 เท่า

เงินร้อยบาทในกระเป๋าคุณมาจากไหน?

หากเทียบ GDP ปี 2011 เป็นเงินหนึ่งร้อยบาท

13.5 บาท
ค้าส่ง/ค้าปลีก



9.6 บาท
ขนส่งและสื่อสาร



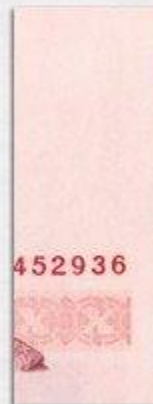
25 บาท
บริการ



39 บาท
อุตสาหกรรม



4.3 บาท
ก่อสร้าง
และเหมืองแร่



8.6 บาท
เกษตรกรรม

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย www.bot.or.th



ประเทศไทยอยู่ตรงไหน?
whereisthailand.info

2504 >>>>>

เดิม

เกษตรกรรม

ชนบท / หัวเมือง

การเปลี่ยนผ่าน “ตามวิถี”

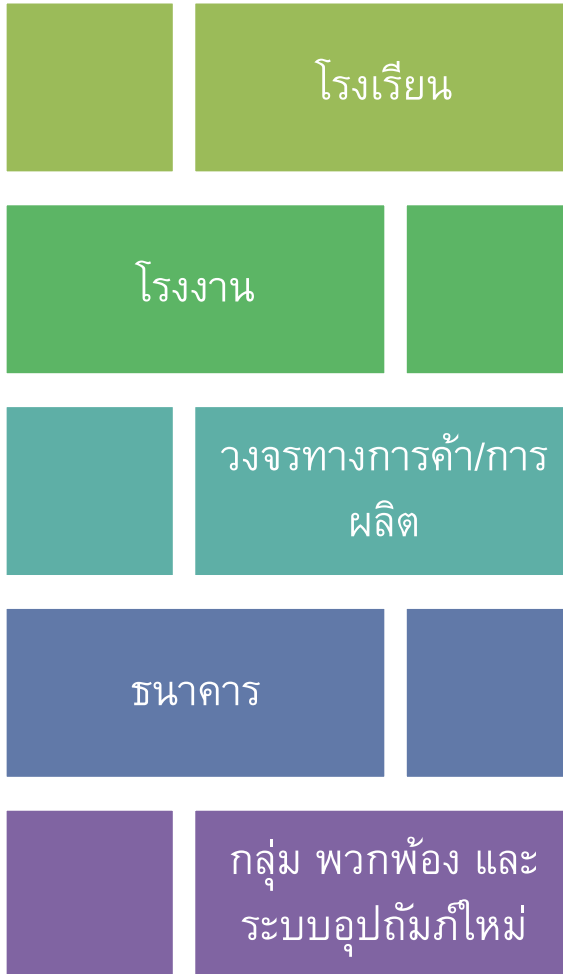
ใหม่

อุตสาหกรรม + บริการ

เมืองใหญ่ / เมืองอุตสาหกรรม

การเปลี่ยนผ่าน “ตามระบบ”

การเปลี่ยนผ่านตามระบบ - นอกกรอบ ?

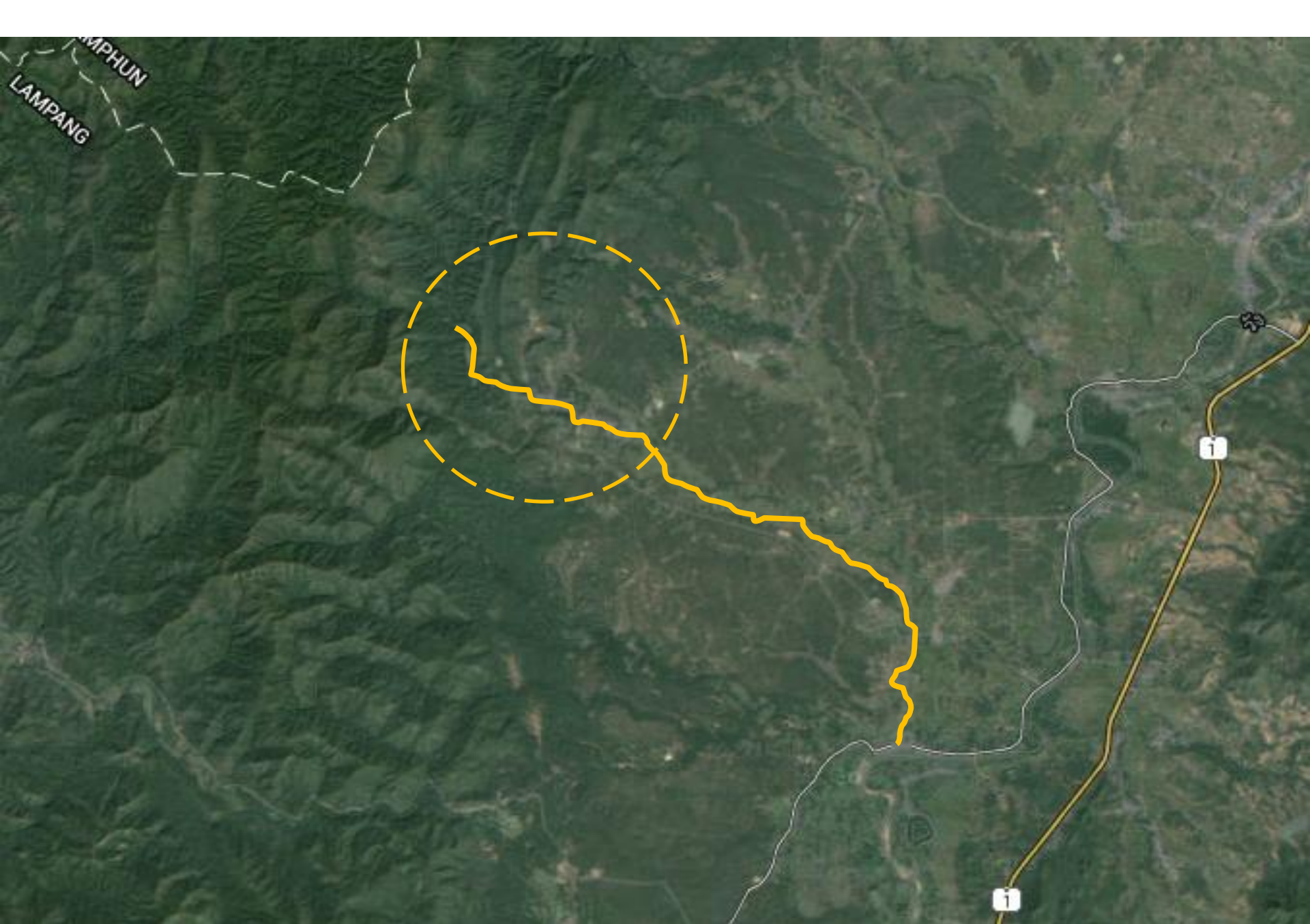


รจนา เพชรกัณหา

“นักร้องลูกทุ่ง/นักร้อง/ดารา, นักกีฬา ฯลฯ”

เส้นทางการสร้างโอกาสทางอาชีพของคนในช่วงเปลี่ยนผ่านแบบนอกกรอบ - “คนขับแท็กซี่” “คนขายลอตเตอรี่” “คนงานก่อสร้าง” “สาวดอกคำใต้” / “แรงงานซาอู”

เป็นโอกาสที่เกิดขึ้น
ตามโครงสร้างของ
ความสัมพันธ์



โอกาสและความเป็นไป (ตัวเปลี่ยน) ของ “ผาปัง”

นานมาแล้ว

การย้ายถิ่นออกไป
บุกเบิกในพื้นที่อื่นใน
ภาคเหนือ

<>2490s

กลุ่มคนเล็กๆ ที่สร้าง
โอกาสให้กับตัวเอง
“ครู พม.”

<>2500s

คนงานก่อสร้างเขื่อน
ยันฮี – ความสัมพันธ์
กับ “กฟผ”

<>2510s

โรงเรียนฝึกหัดครู/
“คนงานเหมืองแร่/
โรงงาน”

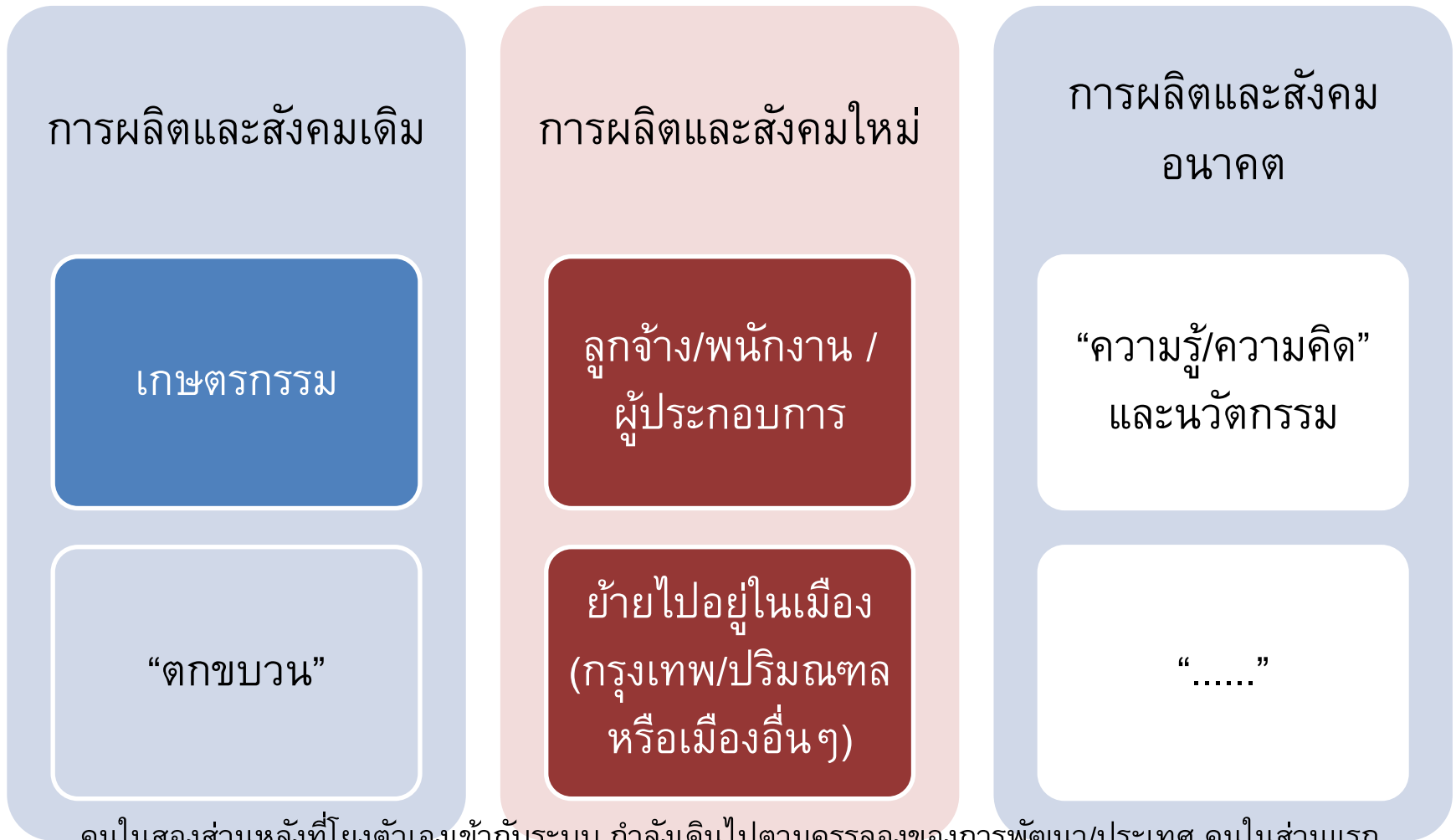
<>2520s

โรงเรียนช่างเทคนิค

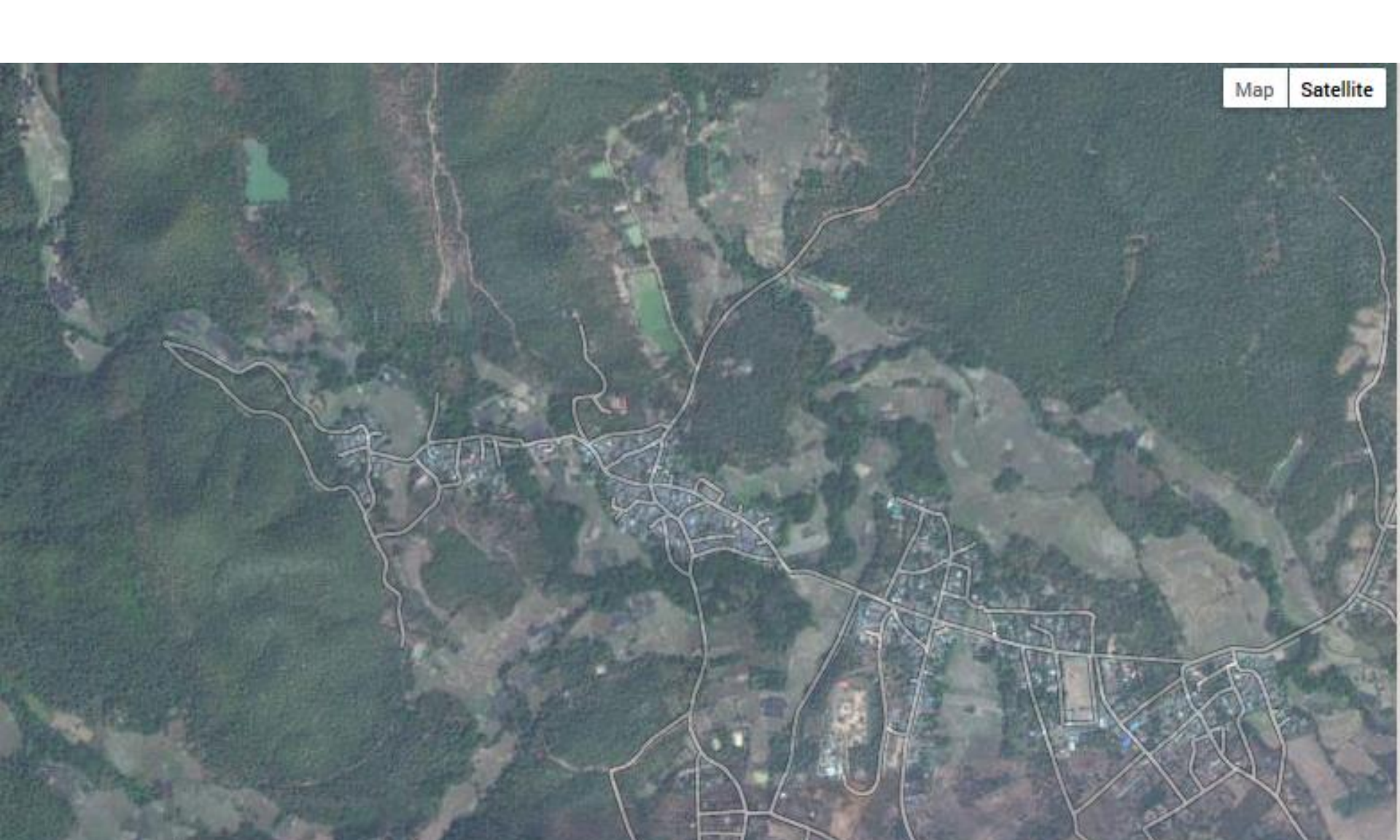
<>2530s

เข้าสู่ระบบสมัยใหม่

“คนที่นี่” สัมพันธ์กับเศรษฐกิจและสังคมแบบไหน ?



คนในสองส่วนหลังที่โยงตัวเองเข้ากับระบบ กำลังเดินทางไปตามครรลองของการพัฒนา/ประเทศ คนในส่วนแรก กำลังถูก “ตรึง/ละทิ้ง” จะเดินทางไปตามวิถีของการพึ่งพา (โอกาส)



แม้ว่าโดยลักษณะพื้นที่ icipang จะห่างไกลจาก “ความเป็นเมืองและโอกาส” แต่ก็สามารถก้าวข้ามอุปสรรคเหล่านั้นได้

2

วิสาหกิจชุมชนที่ผาปัง กำลังทำ/สร้าง “อะไร” ?

จักรยานไม้ไผ่ ที่เชียงใหม่

วิสาหกิจชุมชนที่ผาปัง ไม่ได้
สร้างขึ้นจากความสามารถ/
ความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคล



วิสาหกิจชุมชนที่ผาบึง “ทำอะไร”

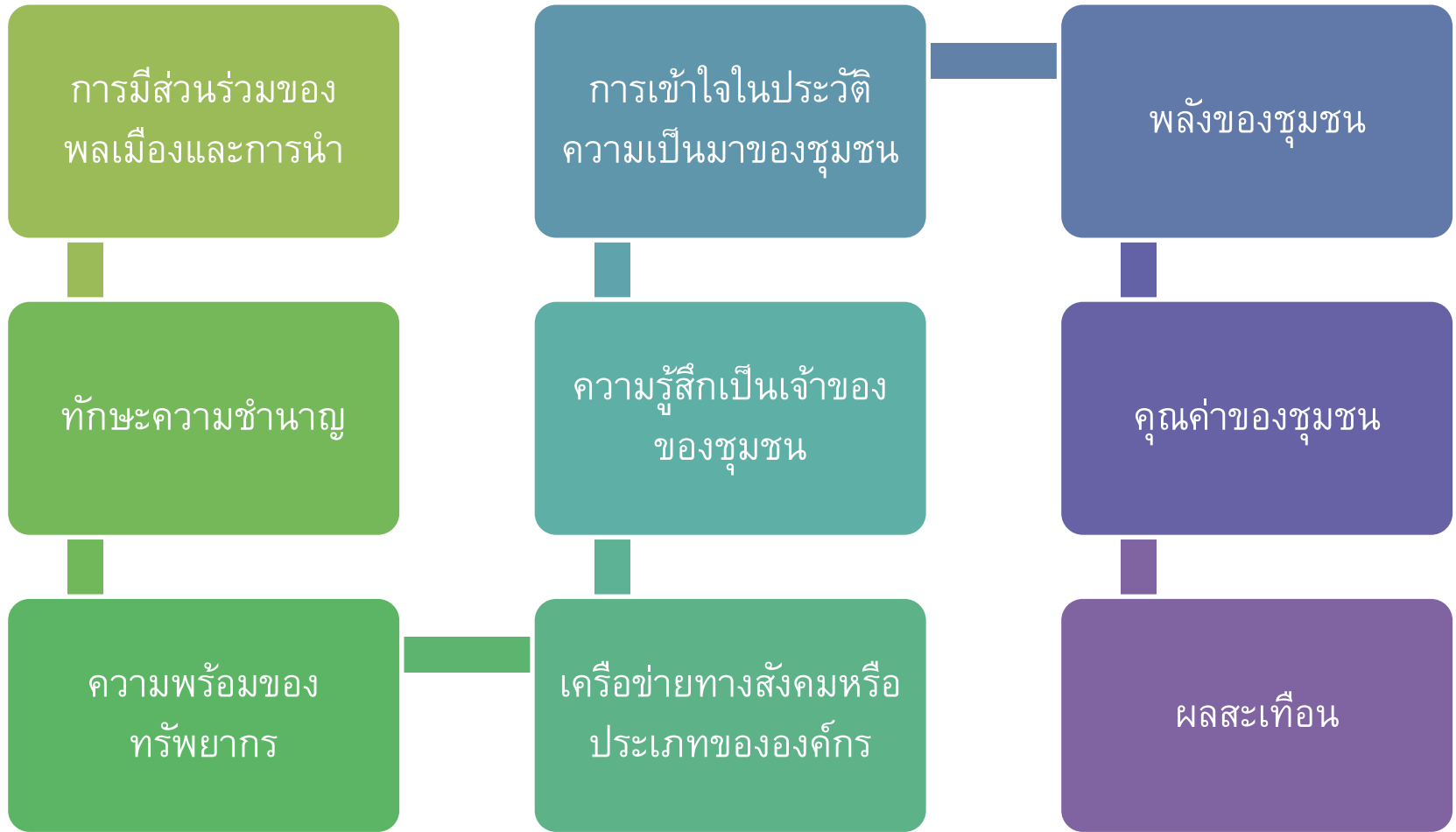
รวมกลุ่ม + ทูสนับสนุน + จัดการองค์กร/บริหาร



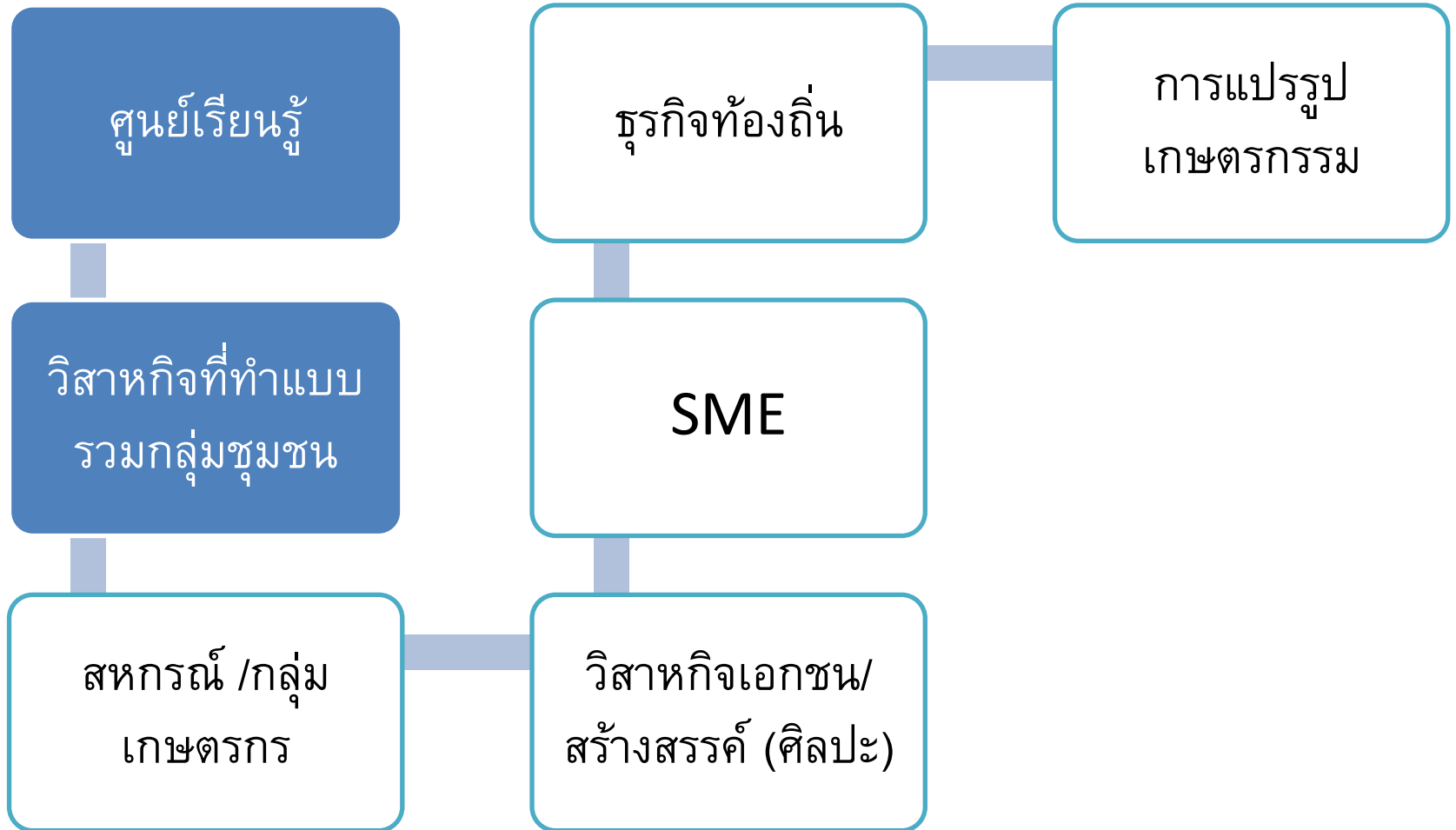
1

ทฤษฎีชุมชน

การประเมินความสามารถหรือความพร้อมของชุมชน



มองจาก “ชุมชน”



2

ทุนสนับสนุน / ทุนจากภายนอก

ทุนสนับสนุนภายนอก

ซีเอสอาร์

Corporate
Social
Responsibility

เป็นกิจกรรม งาน หรือ
โครงการที่บริษัทเอกชนทำ
ขึ้นเพื่อแสดงความ
รับผิดชอบต่อสังคม (ใน
เรื่องใดเรื่องหนึ่ง อย่างไม่
อย่างหนึ่ง)

ธุรกิจเพื่อสังคม

Social
Business

เป็นการนำทุนของธุรกิจ
ไปร่วมกับชุมชนในการ
จัดการปัญหาความ
ต้องการ (แบบเอาทุนคืน/
ไม่เอาทุนคืน)

การประกอบ กิจการเพื่อสังคม

Social
Enterprise

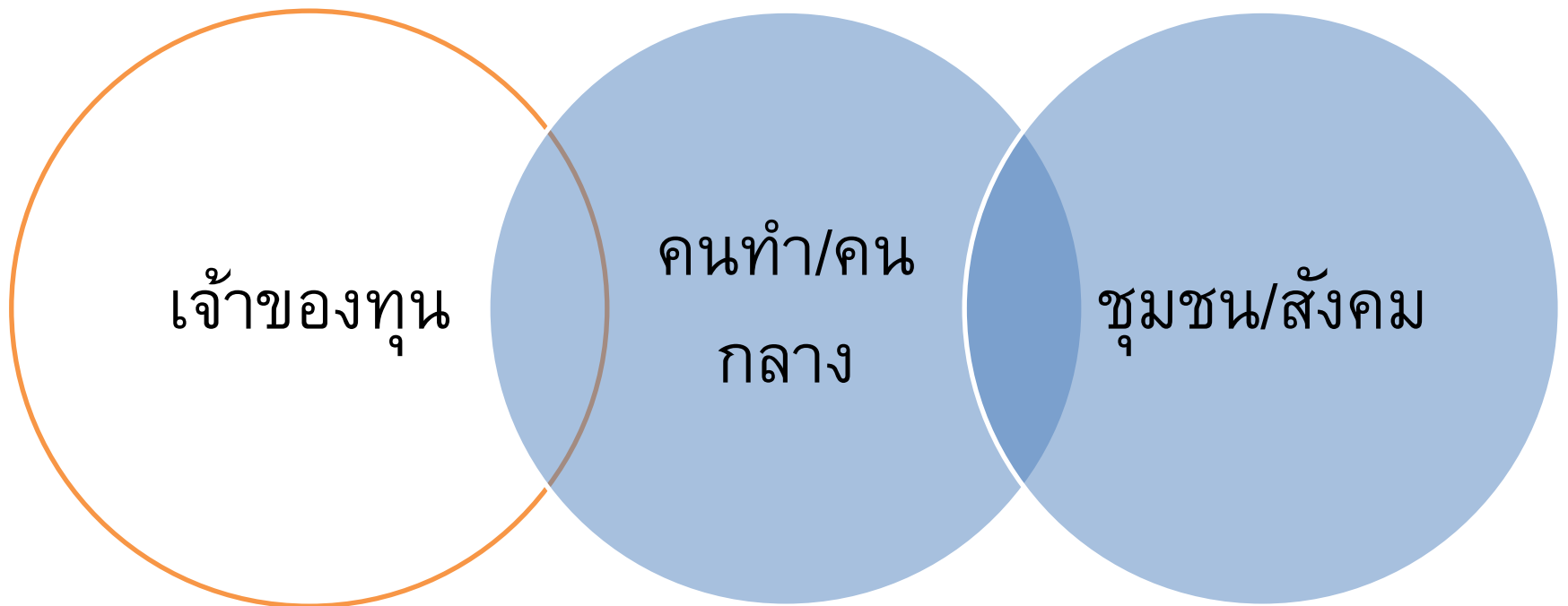
เป็นการลงทุนของกิจการ
ของเอกชนเพื่อแก้ไข
ปัญหาสังคม (มีทั้งหวัง
กำไร / ไม่หวังกำไร)

กลยุทธ์การสร้าง คุณค่าธุรกิจคู่ สังคม

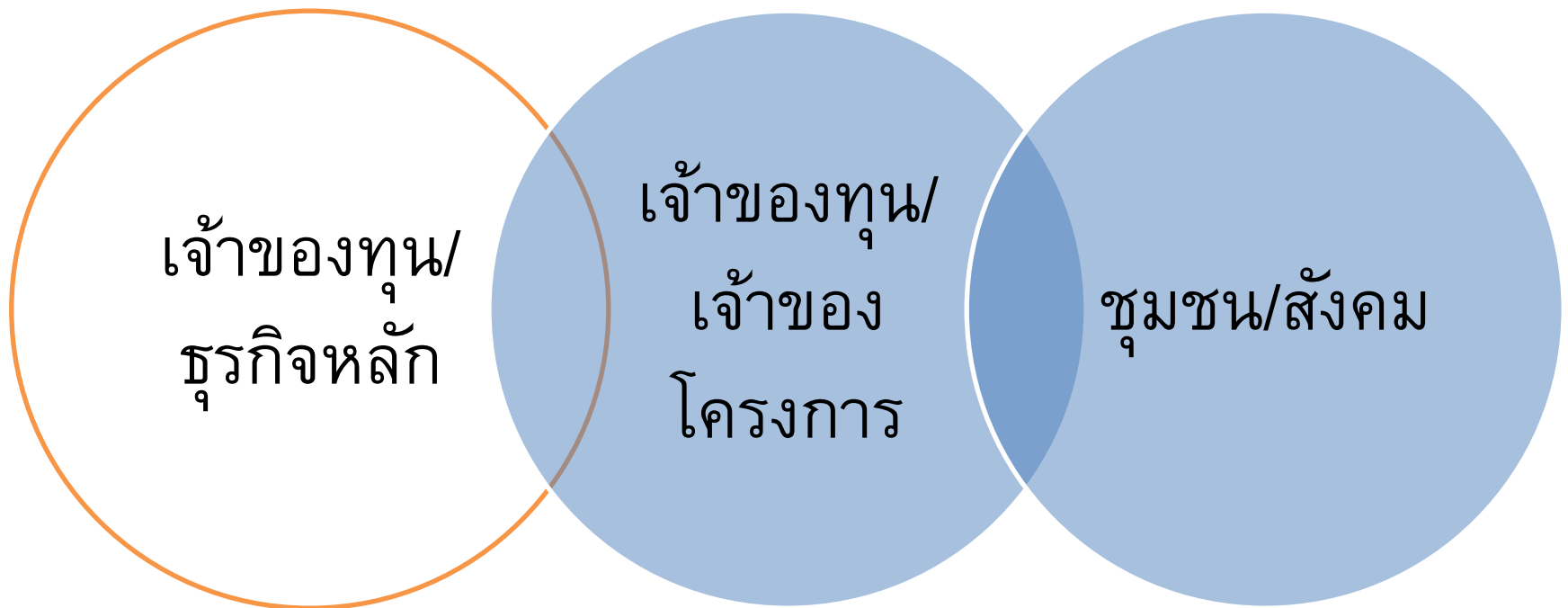
Creating
Shared Value

เป็นดำเนินธุรกิจที่สามารถ
สนองต่อผลกำไรต่อ
ธุรกิจและสร้างผลทั้งใน
ด้านเศรษฐกิจและสังคม
กับชุมชน /ท้องถิ่น

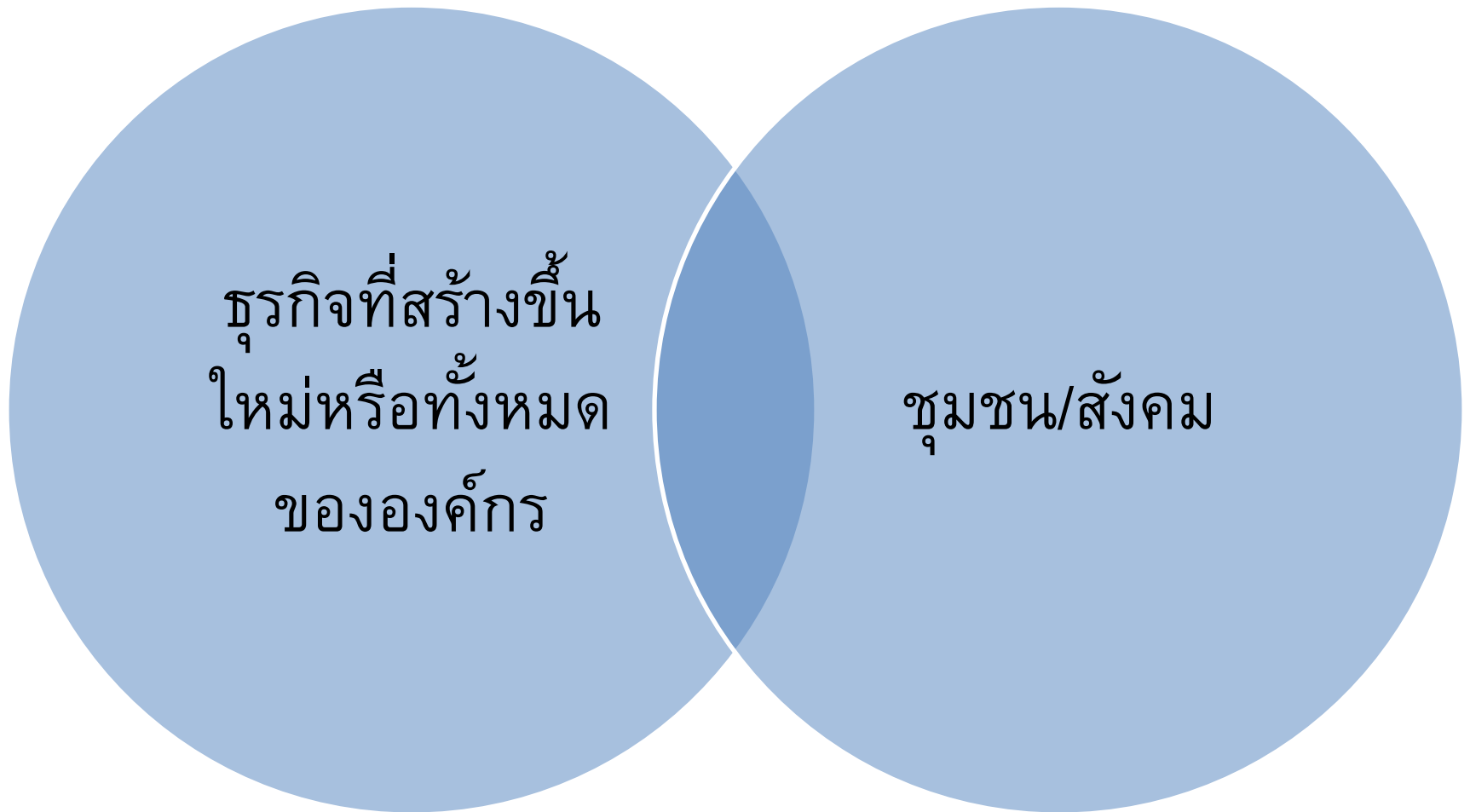
ธุรกิจเพื่อสังคม แบบ Yunus



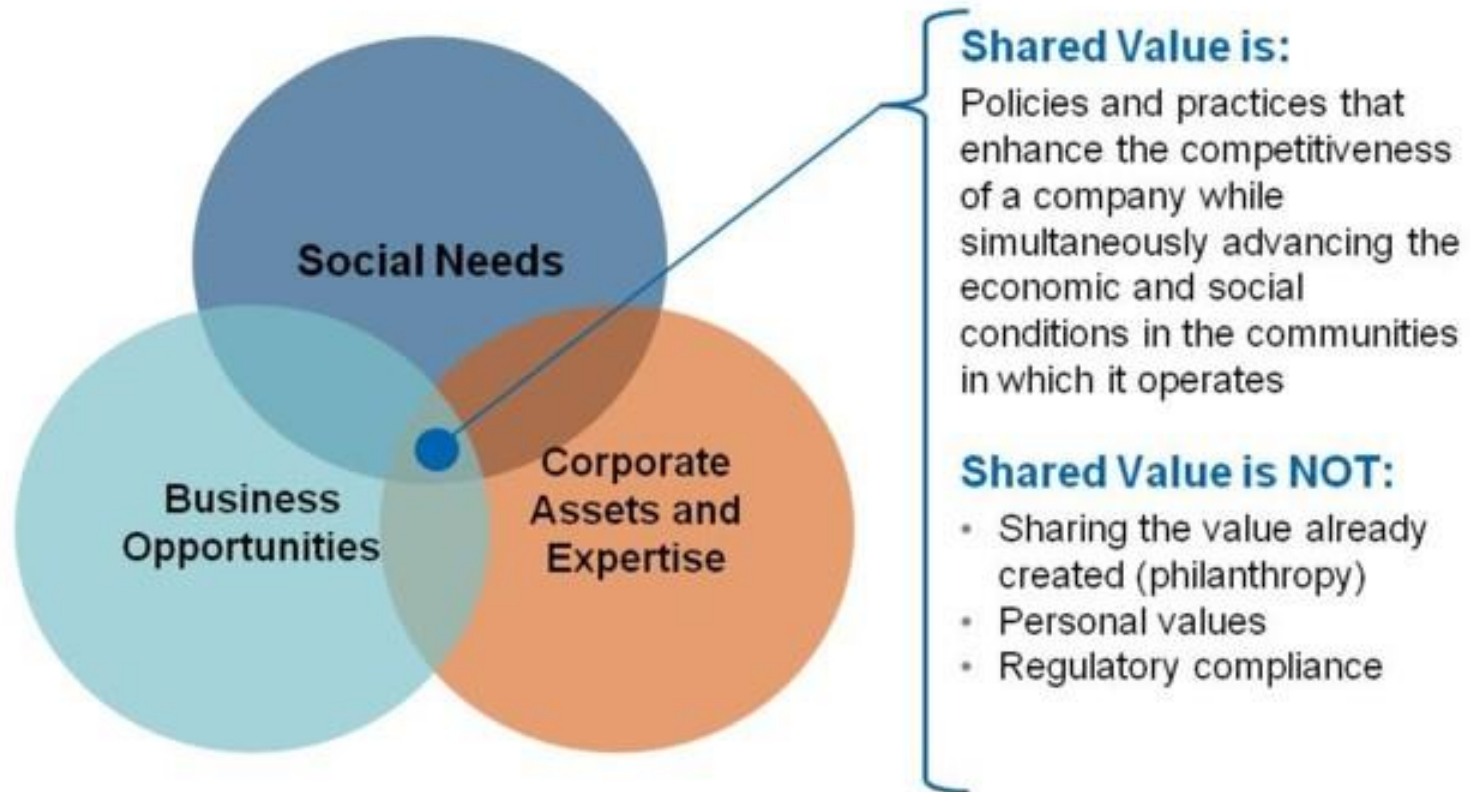
การประกอบธุรกิจเพื่อสังคม Social Enterprise



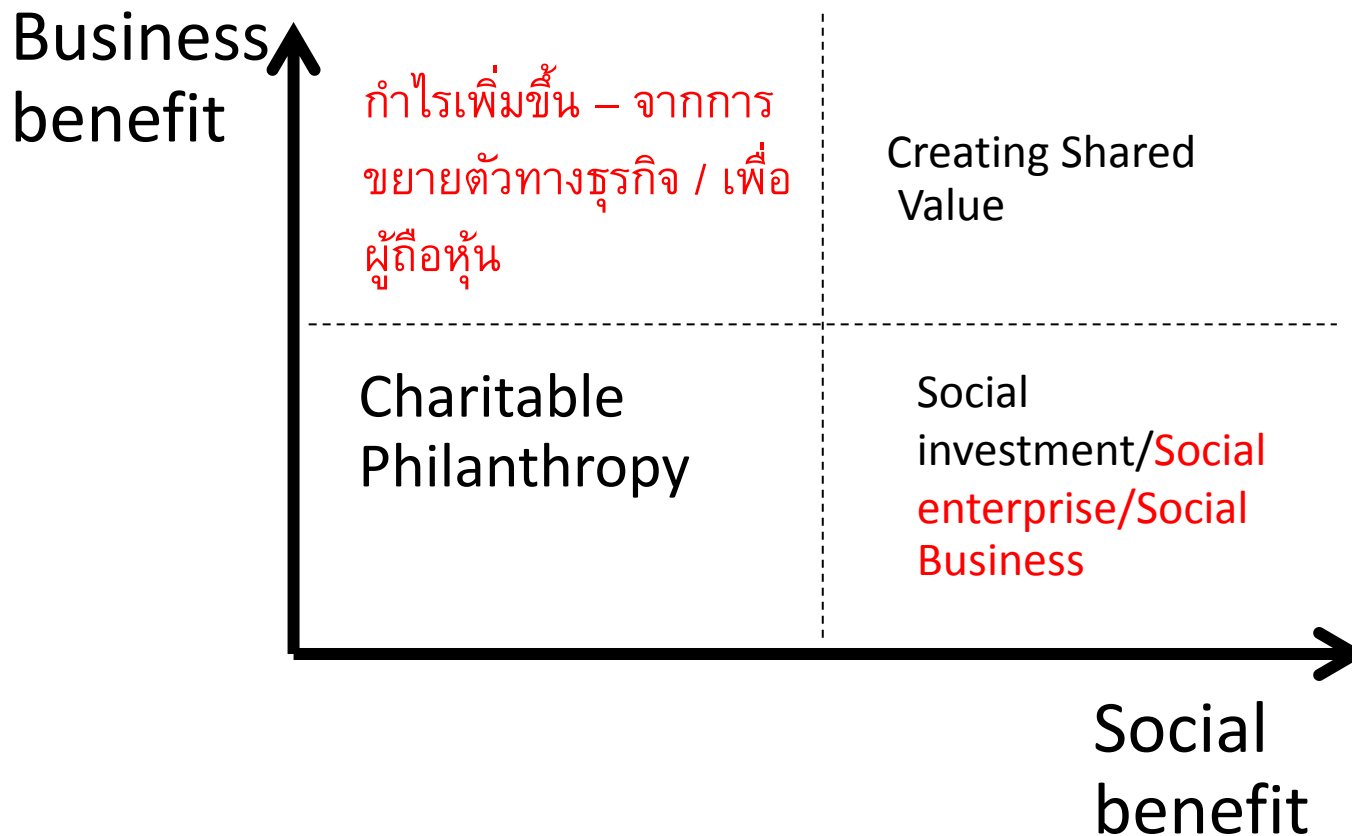
กลยุทธ์ธุรกิจคู่สังคม Creating Shared Value



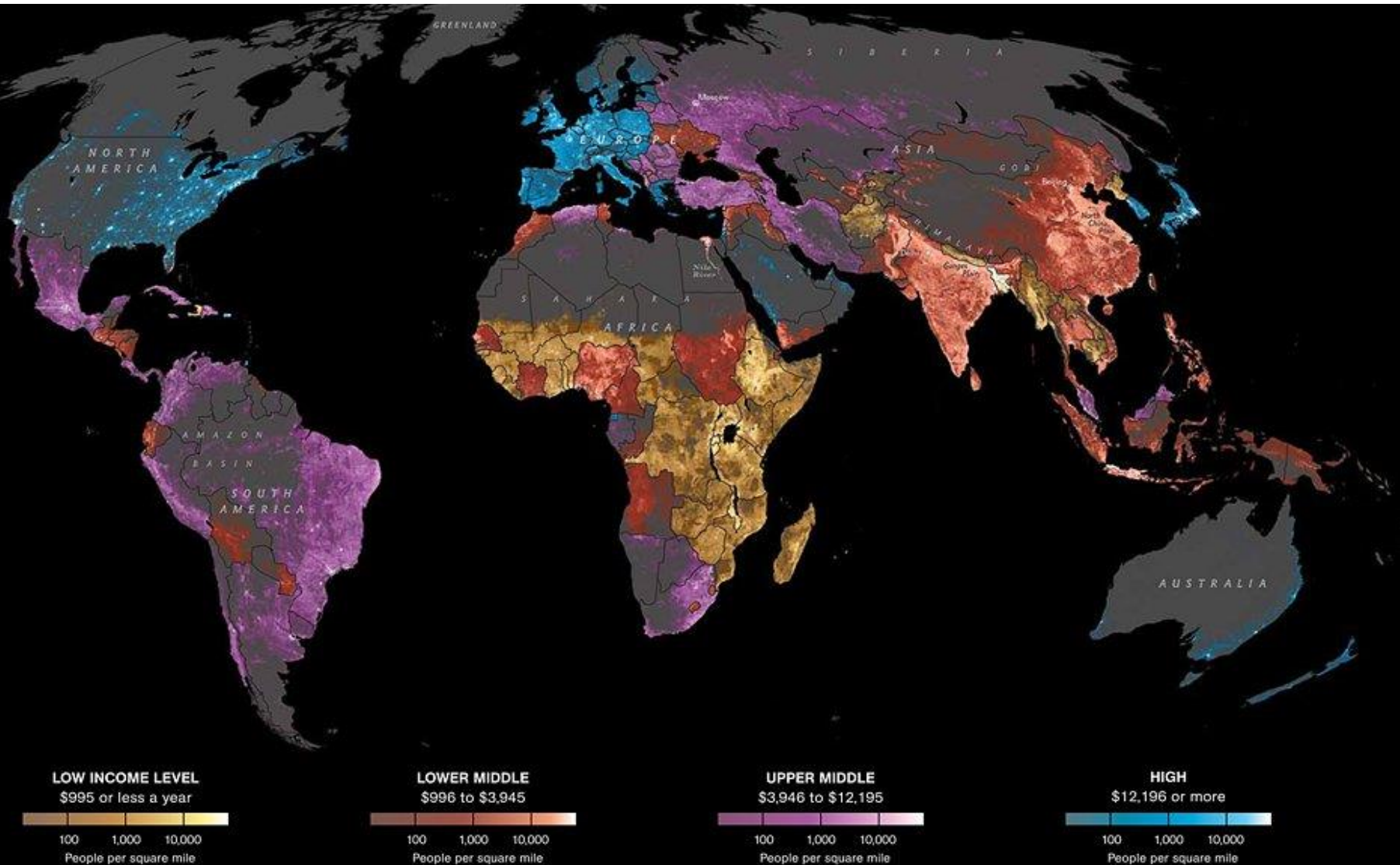
Shared value is created when both social and business issues are addressed, connecting a company's success with social progress



Grow Together - Sustainability

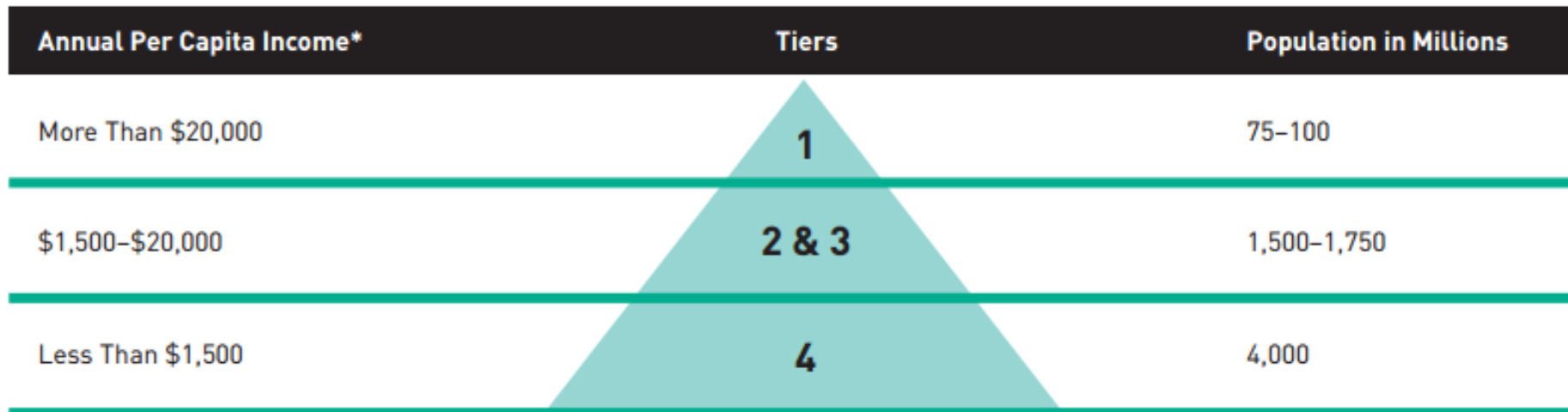


คนจน คนรวย อยู่ตรงส่วนไหนของโลก ?



โลก เทคโนโลยี และนวัตกรรม กำลังเคลื่อนตัวไปสู่คนระดับล่าง

Exhibit 1: The World Economic Pyramid



* Based on purchasing power parity in U.S.\$
Source: U.N. World Development Reports

70	 Botswana	15,675	2013
71	 Iran	15,586	2013
72	 Barbados	15,566	2012
73	 Iraq	15,188	2013
74	 Palau	15,092	2013
75	 Brazil	15,034	2013
76	 Thailand	14,390	2013

ตัวเลขเฉลี่ย
GDP/Capita ,WB



New solutions to ancient problems

Proximity Designs is an award-winning, social enterprise based in Yangon, Myanmar. We design and deliver affordable, income-boosting products and services that complement the entrepreneurial spirit of rural families.

<http://www.proximitydesigns.org/>

Proximity Designs



สิ่งที่เขาทำคือ เจาะกลุ่มเกษตรกรซึ่งเป็นประชากร 70% ของประเทศ ไปเรียนรู้ชีวิตของพวกเขา ไปทำความรู้จักเป้าหมายในชีวิตของพวกเขา ไปทำความรู้จักกับความฝันของพวกเขา จากนั้นก็เอาปัญหา ความไม่สะดวกในการใช้ชีวิตรวมถึงในการทำมาหากิน มาตั้งเป็นโจทย์ แล้วออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์และบริการมาขาย

สินค้าของ Proximity มองเผินๆ ดูเป็นของบ้านๆ ไร้ซึ่งสุนทรีย์ด้านการออกแบบ (หากมองด้วยสายตาของคนนิยมงานดีไซ์น์เก๋ๆ จากโลกตะวันตก) แต่สินค้าของพวกเขา เช่น เครื่องปั้มน้ำ โซลาเซลล์ มีความหมายกับชาวบ้านมากมายนัก เพราะมันคือสินค้านำรายได้ตรง (ค่าออกแบบและเงินเดือนพนักงาน ได้รับมาจากการลงทุน ต้นทุนสินค้าจึงเหลือแค่ค่าผลิตเท่านั้น) แต่คุณภาพดี ชาวบ้านมีผู้ฐานะต่ำต้อยเข้าถึงได้ และสินค้าเหล่านี้มีเป้าหมายเพื่อช่วยให้ชาวบ้านมีประสิทธิภาพในการผลิตมากขึ้น รวมถึงมีรายได้มากขึ้น

3

การรวมตัวกันของทุนสามก้อน

การรวมของ “ทุนสามก้อน”

Charitable
Philanthropy
Social Activities
Government Project

ทุนสนับสนุน
ภายนอก

ทุนความรู้
และการ
บริหาร

ทุนทางสังคม
ของชุมชน

การโยงกลุ่มวิสาหกิจ +
กลุ่มที่รวมตัวกันของ
ชุมชนกับระบบเศรษฐกิจ
ใหม่ (การผลิต การค้า
และการตลาด)

**Shift Mode
Initiative**

ไม่ใช่คนงานลูกจ้าง
ไม่ใช่ข้าราชการ
ไม่ใช่เจ้าของกิจการเอกชน

อดีตนักเรียนโรงเรียน
ฝึกหัดครูรุ่นบุกเบิก +
การรวมกลุ่มพื้นฐานของ
ชุมชน

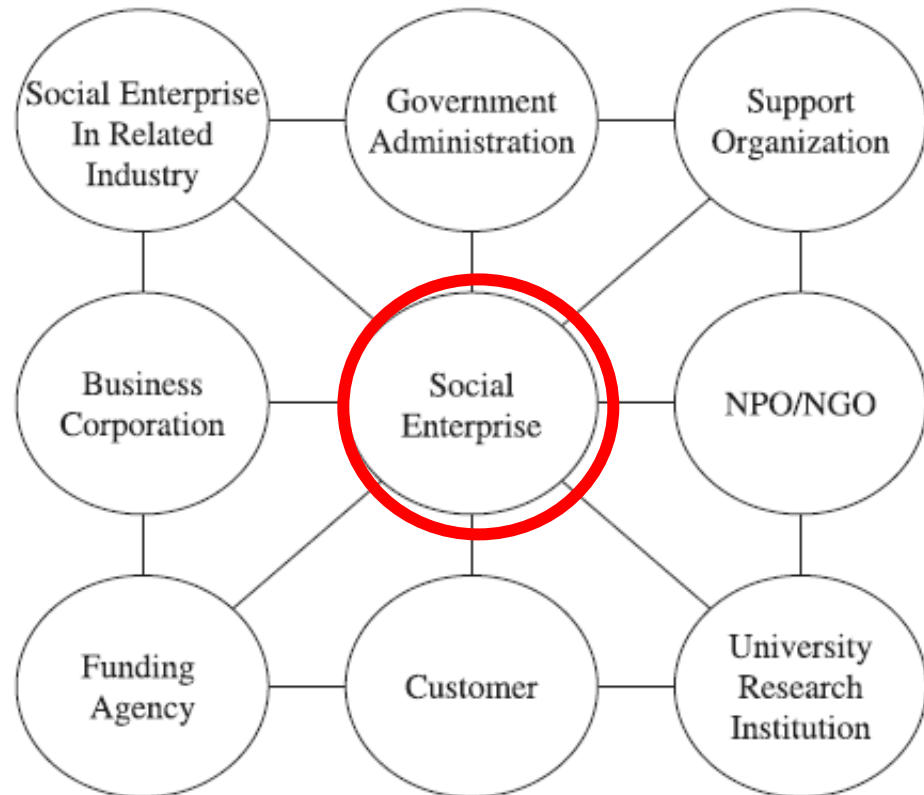
3

ข้อคิดสำหรับการพัฒนาไปข้างหน้า

การสร้างข้อต่อของทุนจากหลายภาคส่วน

Cluster/Network Management

จากการศึกษาทางวิชาการ พบว่าความสำเร็จของการประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม ของญี่ปุ่น และในสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศที่ไม่ได้รับผลสนับสนุนจากการรวมตัวที่แข็งแกร่งจาก **Third Sector** ที่แข็งแกร่งมาก่อน – แต่เป็นเพราะการสนับสนุนที่มีพร้อม ๆ กันจากหลาย ๆ ฝ่ายเป็นการทำงานแบบ **Cluster** มากกว่า



การสร้างคานงัด



Amsterdam,
October 30, 2014
DIW – FTI Program

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว – Beppu/Oita



สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนทุกแห่ง – จะพัฒนาประตูทางเข้า-ออก เป็นจุดต้อนรับ บริการ
จำหน่ายของที่ระลึกไปพร้อมๆกัน ด้านหน้าจะจัดเป็นลานโล่ง ที่จอดรถบัสของนักท่องเที่ยว
ที่จะเดินทาง – จุดเด่นของที่นี่คือทำกันทั้งเมือง – หมู่บ้าน ทำให้มีจุดที่สามารถเลือกชมได้
ตามความสะดวกของลูกค้า เพราะจะมีบริการคล้ายๆกัน

การจัดบริเวณชมที่ท่องเที่ยว - น้ำพุร้อนหลากสี



การจัดพื้นที่ จะประกอบด้วย 3 ส่วนหลักๆ คือ ลานจอดรถ สถานที่ชม แหล่งท่องเที่ยว และร้านค้า ชุมชน

Product & Design



Oita OVOP
International Exchange Promotion Committee

日本語

中文

'One Village, One Product' Movement was advocated by Dr. Morihiko Hiramastu in 1979, when he was first elected as Governor of Oita Prefecture, Japan. The movement was promoted through actual activities with a slogan "Let's work together on what we can do in the present condition!"



Let's learn 'One Village, One Product' Movement with me and challenge for further development of your region!

Morihiko Hiramastu, Ph.D.

ความสำเร็จของโออิตะ – **OVOP** มาจากการผลักดันงานของจังหวัด / ผู้ว่า **Hiramastu** กรณีของโออิตะ “**เขาทำกันทั้งเมือง**” - เชื่อมโยงทั้งเศรษฐกิจเก่าและใหม่ + การตลาด และการสนับสนุนจากภาคส่วนต่างๆ – โดยมีเป้าหมายใหญ่คือสร้างเศรษฐกิจและงานให้กับจังหวัด/เมือง หยุดการไหลออกของพลเมืองไปตั้งหลักในเมืองใหญ่ ...

Case Study from Germany

เมืองขนาดเล็กห่างไปจากใจกลางเมืองมิวนิค – เดินทางโดยรถไฟระหว่างเมืองประมาณ **10** นาที ถ้าเดินทางโดยรถยนต์ ประมาณ **1** ชั่วโมง



PFAFFENHOFEN A. D. ILM
Good ground for great projects







// die Quintessenz des Wohnens // **ecoQuartier Pfaffenhofen/Ilm**

DIE IDEE // EQ PFAFFENHOFEN // **DIE REGION** // DAS TEAM // KONTAKT // FRAGEN //



ที่ Pfaffenhofen – เขาออกแบบเมือง ที่อยู่อาศัย ที่ทำงาน ฯลฯ ใหม่โดยอิง Concept เข้ากับ “ความยั่งยืน”

SOCIAL PROGRESS INDEX

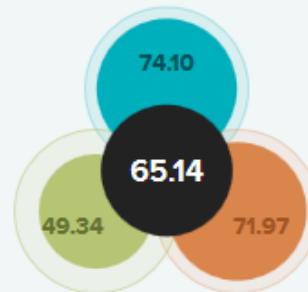
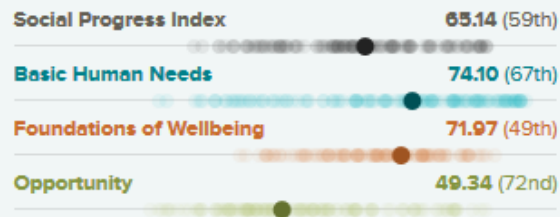
**SOCIAL
PROGRESS
IMPERATIVE**
[Index](#) [By Component](#) [By Country](#) [Methodology](#) [Findings](#) [Definitions](#)

THAILAND

[Share](#)

Of issues covered by the Basic Human Needs Dimension, Thailand does best in areas including **Nutrition and Basic Medical Care** and has the greatest opportunity to improve human wellbeing by focusing more on **Personal Safety**. Of issues covered by the Foundations of Wellbeing Dimension, Thailand excels at providing building blocks for people's lives such as **Access to Basic Knowledge** but would benefit from greater investment in **Access to Information and Communications**. Of issues covered by the Opportunity Dimension, Thailand outperforms in providing opportunities for people to improve their position in society and scores highly in **Personal Freedom and Choice** yet falls short in **Tolerance and Inclusion**.

Performance in Comparison



Census Data in Comparison

