



การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์
กรมการพัฒนาชุมชน
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2562



HAPPINESS STRATEGY

CDD 2019

- ✓ ยึดปรัชญากรมการพัฒนาชุมชน
- ✓ ขยายผลงานเดิมที่ดำเนินการมา
- ✓ สร้างนวัตกรรมการทำงานใหม่
- ✓ เป้าหมาย คือ Happiness of Thai People
- ✓ สร้างเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้สมดุล

บทสรุปที่ท้าทาย



จุดอ่อน : จุดแข็ง : โอกาส : ภัยคุกคาม

การทำงานของกรมการพัฒนาชุมชน

ลำดับการเหลื่อมล้ำ อันดับ 3
(Credit Suisse Global Wealth Report)

- ✓ คนจนกับคนรวยห่างกัน 22%
- ✓ คนรวย 1 คน ครอบครองความมั่งคั่ง 22 เท่า
- ✓ การศึกษา/สวัสดิการ/สุขภาพ/การใช้ชีวิต

GDP ไตรมาส 1 โต 4.8%
มาจากการส่งออก/การท่องเที่ยว/การลงทุน

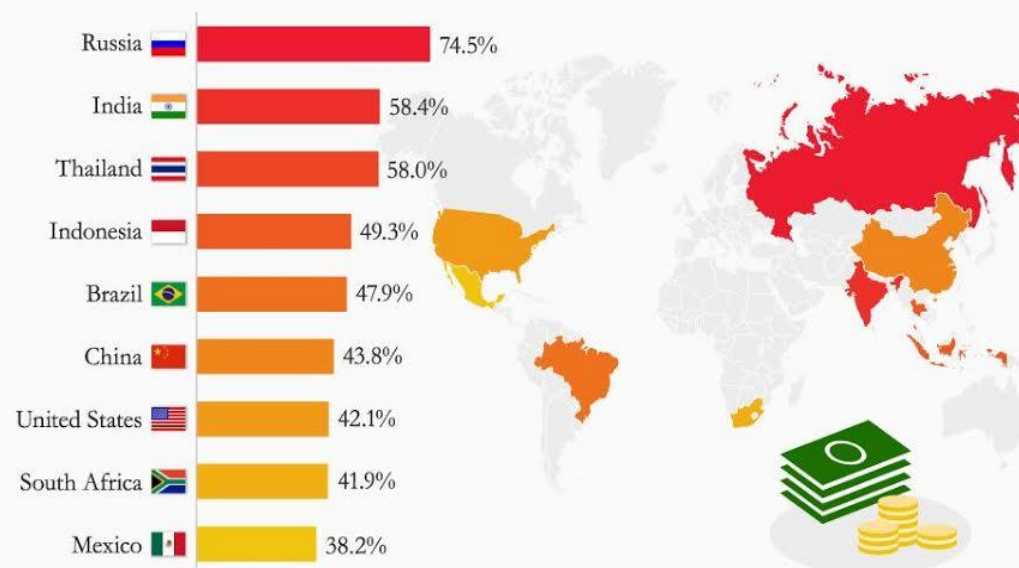
GDP VS (การกระจายรายได้/ความเหลื่อมล้ำ)

ต้องเร่งสร้างความสมดุลระหว่าง

เศรษฐกิจประเทศ = เศรษฐกิจฐานราก

The world's most unequal countries

Share of total wealth of richest 1% in selected countries in 2016



@StatistaCharts

Source: Credit Suisse Global Wealth Databooks



INDEPENDENT

statista

ภาพรวมการขับเคลื่อนชุมชนของกรมการพัฒนาชุมชน



Agenda

การขับเคลื่อน
ระดับชาติ
(LOCAL ECONOMY)
Sustainability

- การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน
OTOP Wave / บริษัท ประชารัฐรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE)
- กองทุนชุมชน
กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
- ตลาดประชารัฐ

Function

การขับเคลื่อน
ระดับจังหวัด/ชุมชน
(COMMUNITY STRENGTH)

- หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง
- ความสุขมวลรวมชุมชน (GVH)
- ชุมชนจิตอาสา/เกื้อกูล
- กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต
- โครงการ กข.คจ.

Agenda

การขับเคลื่อน
ระดับบุคคล
(QUALITY OF LIFE
OF THE POOR)

- การแก้ไขปัญหาครัวเรือนยากจน :
ชี้เป้าชีวิตแผนที่ชีวิต : บริหารจัดการชีวิต : ดูแลชีวิต
- สัมมาชีพ มีอาชีพ มีรายได้ มีงานทำ

มั่นคง

มั่งคั่ง

ยั่งยืน

SDGs

- ขจัดความยากจน
- ลดความเหลื่อมล้ำ
- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
- น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่การปฏิบัติจนเป็นวิถีชีวิต (Way of Life)



CDD

HAPPINESS STRATEGY

ยุทธศาสตร์แห่งความสุขของประชาชน



CDD

MOVE

การขับเคลื่อน
ยุทธศาสตร์แห่งความสุข



องค์กรคุณภาพ

องค์กรคุณธรรม

องค์กรดิจิทัล

วัฒนธรรมองค์กร
แห่งความเป็นเลิศ



ชุมชน
เข้มแข็ง

หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง

ความสุขมวลรวมชุมชน

GROSS VILLAGE HAPPINESS : GVH

ประชาชนพึ่งตนเองได้
ครัวเรือนมีรายได้เพิ่มขึ้น



ยุทธศาสตร์ชาติ
20 ปี

มั่นคง

ความสุข
ของคนไทย
ความสุขมวล
รวมประเทศ

มั่งคั่ง

SDG > UN
ขจัดความ
ยากจน

ยั่งยืน

บริษัทประชารัฐ
รักสามัคคี
วิสาหกิจเพื่อสังคม

กลไก
ประชารัฐ
ความเป็น
หุ้นส่วน

FLAGSHIP :

BEST PRATICE : PROJECT

QUICK WIN :

ทุนชุมชน ทุนธรรมาภิบาล
Good GOVERNANCE
LOCAL CAPITAL
ประชาชนเข้าถึงแหล่งทุน
หนี้ครัวเรือนลดลง
กองทุนปลอดการทุจริต

เศรษฐกิจฐานรากเข้มแข็ง
LOCAL ECONOMY

ตลาด
ประชารัฐ

เชื่อมโยง

การ
ท่องเที่ยว
ชุมชน

ทุนทาง
วัฒนธรรม

OTOP VALUE CREATION

ประชาชน
มีอาชีพ
มีงานทำ



Local Economy Happiness

สร้างความเข้มแข็ง
ของเศรษฐกิจฐานรากชุมชน



Personnel Happiness

สร้างสมดุลย์ชีวิตการทำงานและ
ครอบครัว (Quality of Life)

C ชุมชนพึ่งตนเองได้

E เศรษฐกิจฐานรากขยายตัว

C ทุนชุมชนมีธรรมาภิบาล

O องค์กรมีขีดสมรรถนะสูง



Community Happiness

สร้างความสุขมวลรวมชุมชน
Gross Village Happiness : GVH



Local Capital Happiness

พัฒนาการจัดการทุนชุมชน
ให้มีการบริหารจัดการธรรมาภิบาล
ประชาชนเข้าถึงแหล่งทุน

Community Happiness ชุมชนพึ่งตนเองได้

สร้างความสุขมวลรวมชุมชน Gross Village Happiness : GVH
วางฐานรากชุมชนให้เข้มแข็งเพื่อก้าวสู่อนาคต



1

Project

- หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง
ความสุขมวลรวมชุมชน
(Gross Village Happiness :
GVH)

2

Project

- ส่งเสริมผู้นำล้มมาชีพ
ช่วยเหลือล้มมาชีพชุมชน
(มีอาชีพ มีรายได้ มีงานทำ)

3

Project

- แก้ไขปัญหาครัวเรือนยากจน
: ชี้นำชีวิต แผนชี้นำชีวิต
บริหารจัดการชีวิต ดูแลชีวิต
- พัฒนาศูนย์เรียนรู้ให้ช่วยเหลือ
ตัวเองได้

จิตอาสา/สถาบันการศึกษา/ภาคเอกชน

ข้อมูล จปฐ./กชช 2ค

Community Happiness



วิสัยทัศน์
ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

มั่นคง

มั่งคั่ง

ยั่งยืน

กรอบแนวคิดการดำเนินงาน
โครงการไทยนิยม ยั่งยืน 10 กรอบ

- 1 สัญญาประชาคมผูกใจไทยเป็นหนึ่ง
- 2 คนไทยไม่ทิ้งกัน
- 3 ชุมชนอยู่ดีมีสุข
- 4 วิถีไทยวิถีพอเพียง
- 5 รู้สิทธิ รู้หน้าที่ รู้กฎหมาย
- 6 รู้กลไกการบริหารราชการ
- 7 รู้รักประชาธิปไตยโดยน้อม
- 8 รู้เท่าทันเทคโนโลยี
- 9 ร่วมแก้ไขปัญหายาเสพติด
- 10 งานตามภารกิจ (Function)

ก้าวเดินของ
หมู่บ้าน/ชุมชน
เศรษฐกิจพอเพียง

พออยู่ พอกิน
อยู่ดี กินดี
มั่งมี ศรีสุข

ชุมชนพึ่งตนเองได้

เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง

ก้าวสู่ความสุขมวลรวมชุมชนสู่
ความสุขมวลรวมของประเทศ

ตัวชี้วัดหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง

1. ความสามัคคีและความร่วมมือ (เกื้อกูล)
2. ข้อปฏิบัติของหมู่บ้าน / รู้สิทธิ รู้หน้าที่ รู้กฎหมาย
3. ยึดมั่นในหลักการประชาธิปไตย
4. จัดทำบัญชีครัวเรือน
5. ข้อมูลของชุมชน
6. ศูนย์เรียนรู้ในชุมชน
7. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (บริหารจัดการขยะ)
8. กลุ่ม/องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม
9. จิตอาสา*

ลดรายจ่าย

1. ลดรายจ่ายและสร้างรายได้
2. การออมที่หลากหลาย
3. ใช้ประโยชน์จากข้อมูลชุมชนและแผนชุมชน
4. การรวมกลุ่มเพื่อการพัฒนาอาชีพหลักของหมู่บ้าน (สัมมาชีพ)
5. ปฏิบัติตามหลักการของการพึ่งตนเอง
6. การค้นหาและใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างคุณค่า
7. การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับศักยภาพของหมู่บ้าน/ชุมชน (Internet ประชารัฐ)
8. ใช้พลังงานทดแทนที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของชุมชน
9. สร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
10. หนี้ครัวเรือนลดลง*
11. ท้องเที่ยวชุมชน*

เพิ่มรายได้

1. กองทุนสวัสดิการแก่สมาชิก
2. คุณธรรม /จริยธรรม
3. หมู่บ้าน ชุมชนปลอดภัยพอเพียง
4. ความเชื่อมั่นในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
5. วิสาหกิจชุมชนหรือกลุ่มที่มีการดำเนินงานในลักษณะเดียวกับรูปแบบวิสาหกิจชุมชน
6. สร้างเครือข่ายภาคีการพัฒนา
7. สุขภาวะ*
8. ผู้สูงอายุได้รับการดูแล*

รพ.สมเด็จพระยุพราช

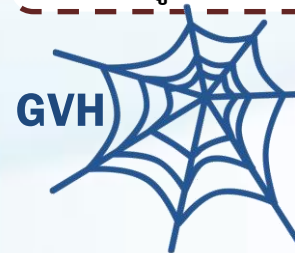
ขยายโอกาส

ประเมินผล
โดยหน่วยงาน
วิชาการ

ความสุข
มวลรวมชุมชน
(Gross Village
Happiness : GVH)

ความสุข
มวลรวมของประเทศ
(Gross National
Happiness : GNH)

พื้นที่ดำเนินการ
878 อำเภอ
8,780 หมู่บ้าน

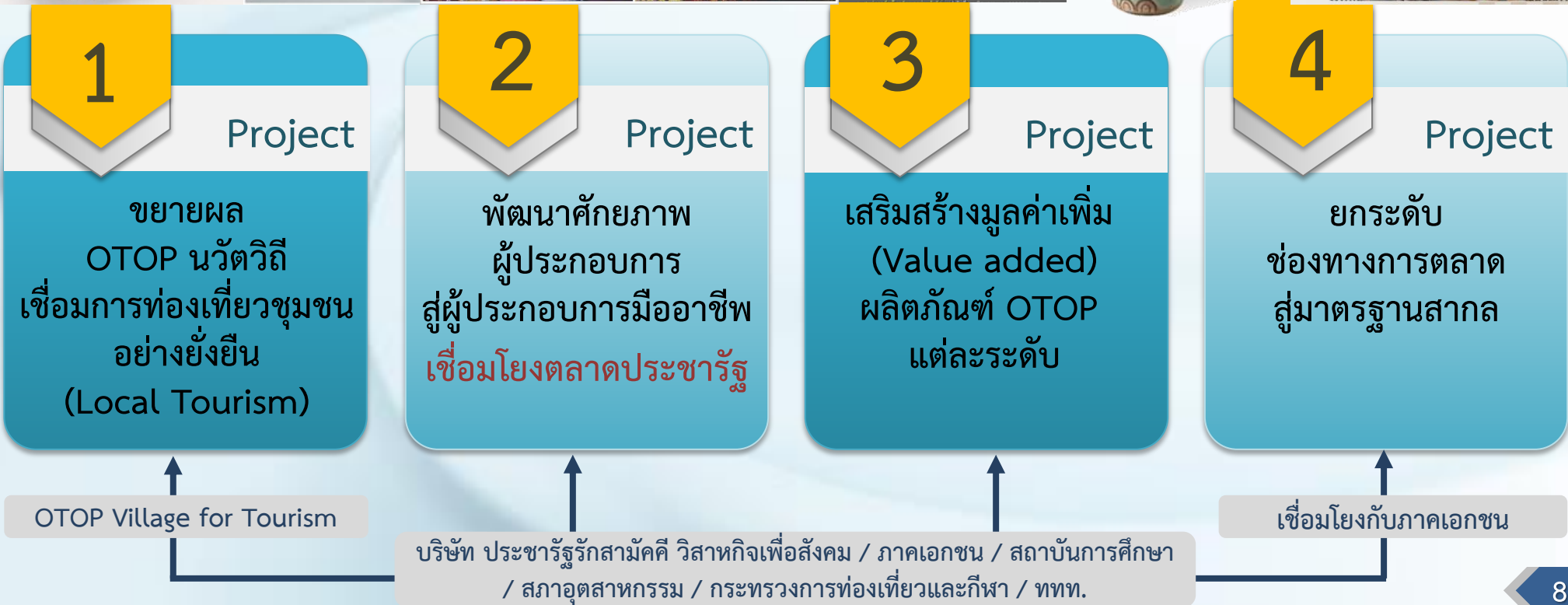


น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่การปฏิบัติจนเป็นวิถีชีวิต (Way of Life)

ตัวชี้วัดของหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง = ตัวชี้วัดโครงการไทยนิยม ยั่งยืน

LOCAL ECONOMY HAPPINESS เศรษฐกิจชุมชนขยายตัว

สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากชุมชน
การสร้างเสริมความเข้มแข็งจากภายใน สร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจ





การนำต้นทุนทางสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม
มา **“สร้างคุณค่า”** ในมิติ 4 ด้าน
(นวัตกรรม ภูมิปัญญา เรื่องราว ความคิดสร้างสรรค์)
“สร้างอัตลักษณ์ “และ” เพิ่มมูลค่า”
ให้กับสินค้าและบริการของชุมชน

OTOP
บุรีรัมย์

การสร้างการแข่งขัน
การมีส่วนร่วม ความสามัคคี ศักยภาพ
เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน
ให้กับชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

การสร้างงานและการกระจายรายได้
การเพิ่มขึ้นของเศรษฐกิจมวลรวมของชุมชน
และความสุขของประชาชน
(GDP และ GDH)

สร้างความสมดุล ทั้ง 5 มิติ
(เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม จิตใจ)
เพื่อความยั่งยืนของชุมชน
(Sustainable Development)

แนวทางสู่ความมั่นคงอย่างยั่งยืน

ความมั่นคง
ทางเศรษฐกิจ

ความมั่นคง
ทางสังคม

ความมั่นคง
ทางสิ่งแวดล้อม

ความมั่นคง
ทางวัฒนธรรม

ความมั่นคง
ทางจิตใจ

ก้าวต่อไปของ OTOP นวัตกรรม



การสร้างเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวกระแสหลัก เพื่อให้เกิดความยั่งยืน





OTOP NEW WAVE

OTOP MARKETING & MORE DEMAND

- OTOPI ONLINE
- OTOPI ON BOARD
- OTOPI แพนพินธุ์แท้
- OTOPI TRADER
- OTOPI BUSSINESS MACHING

WAVE TO นวัตกรรม

- OTOPI STORY
- OTOPI MIX & MACTH
- OTOPI DESIGN
- OTOPI ปันดาว
- OTOPI BRANDING

WAVE TO การท่องเที่ยวชุมชน

- OTOPI นวัตกรรม
- OTOPI TOURISM
- GARENDER ททท
- OTOPI VILLAGE

WAVE TO มืออาชีพ

- OTOPI BIG DATA
- OTOPI BUSINESS PLAN
- OTOPI IN SOCIAL MEDIA

WAVE TO คุณภาพ

- OTOPI CERTIFIED/GI
- OTOPI GREEN & ENVIRONMENT
- OTOPI สะอาด/ปลอดภัย/ NO FOAM

WAVE TO PRACHAPAT MARKET

- OTOPI STREET FOOD
- OTOPI FOOD STAR
- OTOPI CULTURAL MARKET

WAVE TO AGRICULTURAL PRODUCT

- OTOPI R&D
- OTOPI GREEN PRODUCT

แผนปฏิบัติการ
OTOP NEW WAVE
PRODUCT OF CHARM

สินค้าพิเศษ
(Special Product)

สินค้า
แห่งอัตลักษณ์
(Product of
Identities)

สินค้า
แห่งภูมิปัญญา
(Product of
Local Wisdom)

กลไกสนับสนุน
บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี
วิสาหกิจเพื่อสังคม

ชุมชน
เข้มแข็ง
พึ่งตนเองได้

มืออาชีพ
มีรายได้
มีงานทำ

มีความสุข
อยู่ในชุมชน

ชุมชนท่องเที่ยว
OTOP นวัตกรรม
“แอ่งเล็ก”
3,273 หมู่บ้าน
มีนักท่องเที่ยว
เข้ามาเที่ยวชม

รายได้
จากการ
จำหน่าย
ผลิตภัณฑ์
OTOP
มีมูลค่ากว่า
200,000
บาท

ผลิตภัณฑ์
OTOP 58,330
ผลิตภัณฑ์
ได้รับการพัฒนา
คุณภาพ และ
เลื่อนระดับดาว

แนวทางการพัฒนา OTOP



ข้อเสนอแนะจากนายกรัฐมนตรี

01

เพิ่มจำนวนผู้ประกอบการ
ให้มากขึ้น

02

พัฒนา
OTOP TRADER

ขยายฐานเครือข่าย ผู้สนับสนุน
OTOP “ภาคเอกชน” 03

จัดสรรผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ
พัฒนา OTOP มูลค่าสูง 04

05

ใช้สินค้า OTOP เป็นสิ่งดึงดูด
ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

06

ขยายช่องทางการตลาด

เพิ่มมาตรฐาน
ผลิตภัณฑ์ OTOP 07



พัฒนา OTOP สู่อสากล

- พัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์
- พัฒนาศักยภาพ OTOP
มูลค่าสูง
- สร้างมูลค่าเพิ่ม

ส่งเสริมช่องทางการตลาด

- ส่งเสริมศักยภาพ OTOP TRADER
- สร้างเครือข่ายสนับสนุน
OTOP/SE/ภาคเอกชน
- OTOP บริหารจัดการ
กลุ่มท้องถิ่นชุมชน

เพิ่มและพัฒนาศักยภาพกลุ่ม

- สัมมาชีพ/OTOP



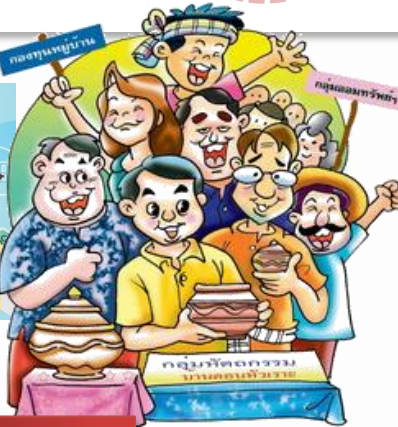
เป้าหมายการพัฒนา OTOP (ระดับดาว) ในปี 2562



1. พัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D)	จำนวน 7,600 ผลิตภัณฑ์
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ตาม Cluster	จำนวน 175 ผลิตภัณฑ์
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อจำหน่ายบนเครื่องบิน	จำนวน 360 ผลิตภัณฑ์
4. คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC)	
5. พัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP (Starter OTOP)	จำนวน 3,800 ราย
6. พัฒนาระดับการท่องเที่ยวเชิงประเพณีวัฒนธรรม (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	จำนวน 84 หมู่บ้าน 252 ผลิตภัณฑ์
7. ยกระดับการท่องเที่ยวคุณภาพกลุ่มเป้าหมายเฉพาะและประชาสัมพันธ์ภาคเหนือ	จำนวน 12 หมู่บ้าน 36 ผลิตภัณฑ์
8. ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาด	จำนวน 77,807 ครั้ง

Local Capital Happiness **ทุนชุมชนมีธรรมาภิบาล**

พัฒนาการจัดการทุนชุมชนให้มีการบริหารจัดการธรรมาภิบาล
ประชาชนเข้าถึงแหล่งทุน





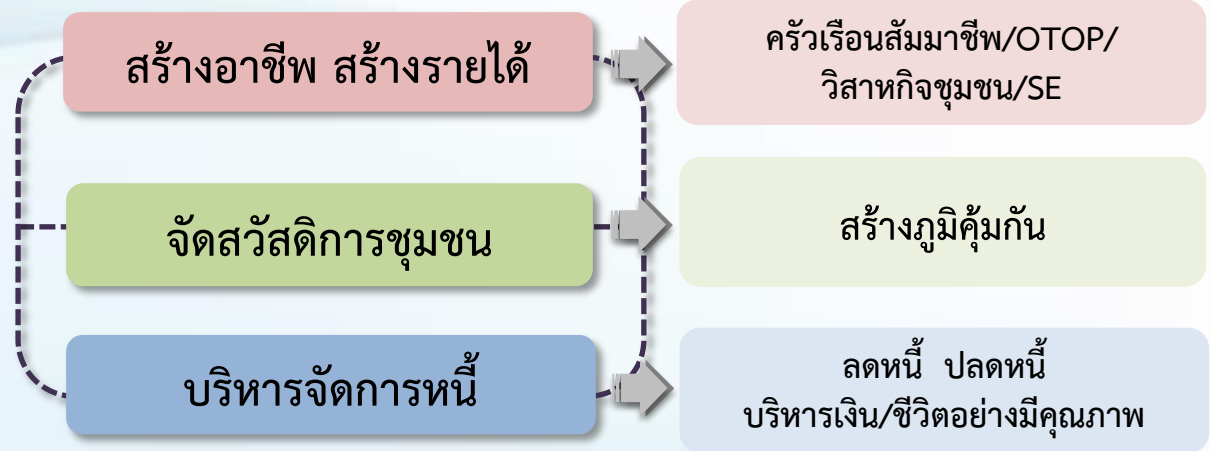
กองทุนชุมชนหนุนเสริมสัมมาชีพ

เป้าหมาย

- ✓ ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม
- ✓ เข้าถึงแหล่งทุน
- ✓ แก้นี้สินครัวเรือน
- ✓ ส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy)



- มีโครงการที่ดี
- มีคณะกรรมการที่ดี
- มีการบริหารเงินที่ดี
- มีการติดตามใกล้ชิด



“ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำในสังคม”



Personnel Happiness องค์การมีสมรรถนะสูง

สร้างสมดุลย์ชีวิตการทำงานและครอบครัว (Quality of Life)



ยุทธศาสตร์แห่งความสุขของประชาชน
**Happiness
STRATEGY**
of CDD



1

Project

บุคลากรทันสมัย
เก่ง ดี มีความสุขกับ
งานและครอบครัว

- บุคลากรได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2

Project

องค์กรคุณภาพ
องค์กรคุณธรรม
องค์กรดิจิทัล 4.0

- ฐานข้อมูล Bigdata

3

Project

องค์กร
มีภาพลักษณ์ที่ดี

- การประชาสัมพันธ์องค์กร
- ยืนเคียงข้างประชาชน



WE ARE THE BEST

WE ARE THE TEAM

เพื่อปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์
เป็นที่ปรึกษา / ให้ความรู้ / ทักษะชีวิต
ให้กับประชาชน



ประชาชนมีความสุข
เรา พช. จึงมีความสุข



ประชาชน 1.0 – 4.0

- ✓ มีความสุข
 - ✓ มีอาชีพ มีรายได้ มีงานทำ
 - ✓ มีคุณภาพชีวิตที่ดี
 - ✓ มีคุณธรรม
 - ✓ รู้จักคิดและพัฒนาตนเอง
- Citizen Feedback
 - GVH

องค์กร พช. 4.0

- ✓ องค์กรแห่งการเรียนรู้
 - ✓ องค์กรทันสมัย
 - ✓ องค์กรสามัคคี
 - ✓ องค์กรคุณธรรม
- PMQA
 - รางวัลเลิศรัฐ
 - องค์กรคุณธรรม

บุคลากร พช.4.0

- ✓ ทันสมัย
 - ✓ มีความรู้
 - ✓ มีคุณภาพ
 - ✓ มีความเอื้ออาทร
 - ✓ มีคุณธรรม
- การทุจริตน้อย
 - วินัยลดลง
 - มีชีวิตหลังเกษียณที่มีคุณภาพ
 - บุคลากรพัฒนาต่อเนื่อง

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy)



ทำอย่างไร

มันคง มั่งคั่ง ยั่งยืน
STRONGER TOGETHER



CDD HONOR.mp4

สิ่งที่ต้องการจากทาง พช.



การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์แห่งความสุขของ ดน พช.



ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมเป็นส่วน



ยุทธศาสตร์แห่งความสุขของประชาชน

Happiness **STRATEGY**

of **CDD**

