

ชื่อโครงการ Application บูรณาการเพื่อสร้างเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ บ้านหมี่-กระทิง

ความเป็นมาและความสำคัญ

จากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ ด้วยความรวดเร็วซึ่งมีเรื่องเทคโนโลยียุค 4.0 เป็นปัจจัยเดิมอยู่แล้ว จนเกิดปรากฏการณ์การเคลื่อนย้ายแรงงานจากเมืองสู่ชนบท

ระบบการศึกษาที่มุ่งเน้นการเรียนในห้องเรียนและสอนนักศึกษาให้จบออกมาเพื่อเป็นพนักงานในองค์กรเอกชน และข้าราชการในองค์กรภาครัฐกำลังจะถูกทำลายด้วยเทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ ระบบอัตโนมัติ ระบบเครื่องจักรและแอปพลิเคชัน ที่ลดจำนวนแรงงานในการทำงาน ทำให้นักเรียน นักศึกษาที่ผ่านการเรียนในรูปแบบเดิมประสบปัญหาจบการศึกษามาแล้วไม่มีงานทำ หรือ งานที่ทำมีผลตอบแทนไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต อันส่งผลให้ระดับหนี้ภาคครัวเรือนอยู่ในระดับสูง กล่าวคือ รายได้ที่ได้รับน้อยกว่ารายจ่าย รวมถึงอัตราการขึ้นเงินเดือนก็ไม่เพียงพอต่ออัตราเงินเฟ้อที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ปัจจุบัน

จากที่กล่าวมาข้างต้น เป็นเหตุให้ประเทศไทยติดกับประเทศที่มีรายได้ปานกลาง ไม่สามารถขยับฐานะทางเศรษฐกิจสู่ประเทศรายได้สูงได้ การคิดให้แตกต่างจากเดิมจึงมีส่วนสำคัญ โดยประเทศไทยมีฐานการเกษตรเป็นต้นทุนเดิมที่สำคัญ หากมองปัจจัยภายนอกที่เกิดขึ้นจะเห็นโอกาสใน การพัฒนาเศรษฐกิจเชิงพื้นที่โดยมีฐานการเกษตรเป็นสำคัญ ด้วยปัจจัย 4 ไม่ว่าจะเป็น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย ประเทศไทยล้วนมีจุดเด่นในแต่ละด้านของปัจจัย 4

เช่น อาหาร มี ผักไท ต้มยำกุ้ง ข้าวเหนียวมะม่วง เป็นต้น

เครื่องนุ่งห่ม มีผลิตภัณฑ์ผ้าในแต่ละท้องถิ่น ผ้าไหม เป็นต้น

ยารักษาโรค มีความหลากหลายของพืชสมุนไพร และ ตลับยาพื้นบ้าน

ที่อยู่อาศัย มีการออกแบบที่เป็นอัตลักษณ์ของคนไทย และ นักออกแบบชาวไทย

อีกมิติทางสังคม คือ ประเทศไทย กำลังเข้าสู่สังคมสูงอายุเต็มรูปแบบ ซึ่งคนสูงอายุที่อาศัยในชนบท มีความรู้ ประสบการณ์ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์แต่ละพื้นที่ แต่ ขาดความรู้ทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ ในทางกลับกัน การเคลื่อนย้ายแรงงานของคนวัยแรงงานจากสถานการณ์โควิด-19 และ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ชุมนบท ทำให้แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ จึงมีความสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศ โดยจะต้องอาศัยทรัพยากรจากสถาบันการศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลง ด้วยหากสถาบันการศึกษาไม่ปรับการเรียนการสอน จากเดิมที่มุ่งเน้นการสร้างกำลังคนในรูปแบบการเป็นพนักงาน ข้าราชการ ไปสู่ การสร้างผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยี และ/หรือ นวัตกรรม จะส่งผลให้บัณฑิตที่จบมาไม่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป สุดท้ายสถาบันการศึกษาที่ไม่ปรับตัวจะต้องปิดตัวไปด้วยการศึกษาในยุคปัจจุบันเป็นการศึกษาระบบเปิดที่นักเรียน นักศึกษาสามารถที่จะเรียนได้ทุกที่ ทุกเวลา และเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านระบบออนไลน์

ดังนั้นจึงเกิดแนวคิด “ยูนิคอนเอกซ์เพื่อความยั่งยืน” ที่มีวัตถุประสงค์ของโครงการในภาพใหญ่ ดังนี้

1. พัฒนาทรัพยากรบุคคลของชาติ ผ่านโครงการ Work Integrated Learning และประสานความร่วมมือกับทางภาคเอกชนกับภาคสถาบันเพื่อพัฒนาสังคมสู่สังคมนวัตกรรมโดยมีฐานการพัฒนาทรัพยากรบุคคลอย่างยั่งยืน
2. เผยแพร่การใช้แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยผ่านหลักสูตรความร่วมมือของทางภาคเอกชนและภาคสถาบันที่มีการพัฒนาโครงการร่วมกัน
3. เผยแพร่แนวคิด เกษตรอินทรีย์ เทคโนโลยีสีเขียว และ เศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อความยั่งยืนของสังคมและสิ่งแวดล้อม
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในประเทศให้พัฒนาศักยภาพของตนเองสู่การเป็น SME,SE,เกษตรกรยุคใหม่ และผู้นำชุมชน สู่การเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาประเทศ ตามศักยภาพและความต้องการแต่ละบุคคล



UNICONX

**บูรณาการความร่วมมือ
เพื่อความยั่งยืน**

**INTEGRATED
SOLUTION
FOR
SUSTAIN**

www.UniconX.co.th

ยูนิคอนเอกซ์ เพื่อความยั่งยืน

มีวัตถุประสงค์

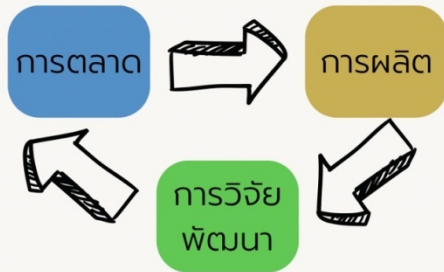
1. พัฒนาทรัพยากรบุคคลของชาติ ผ่านโครงการ Work Integrated Learning และประสานความร่วมมือกับทางภาคเอกชนกับภาคสถาบัน เพื่อพัฒนาสังคมสู่สังคมนวัตกรรมโดยมีฐานการพัฒนาทรัพยากรบุคคลอย่างยั่งยืน
2. เผยแพร่การใช้แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยผ่านหลักสูตรความร่วมมือของทางภาคเอกชนและภาคสถาบันที่มีการพัฒนาโครงการร่วมกัน
3. เผยแพร่แนวคิด เกษตรอินทรีย์ เทคโนโลยีสีเขียว และ เศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อความยั่งยืนของสังคมและสิ่งแวดล้อม
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในประเทศให้พัฒนาศักยภาพของตนเองสู่การเป็น SME,SE,เกษตรกรยุคใหม่ และผู้นำชุมชน สู่การเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาประเทศ ตามศักยภาพและความต้องการแต่ละบุคคล

กรอบแนวคิด/ทฤษฎี ของโครงการ

การพัฒนาประเทศไทยสู่ประเทศรายได้สูง จึงต้องพัฒนาการศึกษาที่สร้างผู้ประกอบการยุคใหม่ ที่เข้าใจบริบทเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ โดยการทำงานร่วมกับผู้สูงอายุ เพื่อเสริมศักยภาพซึ่งกันและกัน (แนวคิด Sartup2Gen) โดยผู้ประกอบการยุคใหม่ยังต้องเข้าใจบริบทของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปทางด้านเทคโนโลยี และ ระเบียบโลกใหม่ที่คำนึงถึงการรักษาสีเขียวแล้วนำมาประยุกต์ใช้กับการทำธุรกิจ หรือ การทำงานแบบผู้นำในองค์กรธุรกิจหรือองค์กรภาครัฐ เพื่อเป็นกลไกในการสร้างชาติสู่ประเทศอารยะได้อย่างยั่งยืน

การพัฒนากำลังคนเพื่อพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ จึงมีพื้นฐานจากการฝึกการขาย เพื่อให้เข้าใจถึงหลักการตลาด ผู้การผลิต ซึ่งต้องเข้าใจถึงหลักการวิศวกรรมการผลิต และงานวิจัยพัฒนา ซึ่งต้องเข้าใจหลักการทางวิทยาศาสตร์ โดยทำให้เกิดวงจรการพัฒนา การตลาด หารผลิต และ งานวิจัย ซึ่งจะขับเคลื่อนเป็นวงจรการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์(Creative Economy Cycle)

Uni : Universe (ความเป็นสากล)
 Co : Collaboraton (ความร่วมมือ)
 N : Networking (ภาคีเครือข่าย)
 X : Expansion (ขยายผล)



Creative Economy Cycle



นอกจากนี้หลักคิดของผู้ประกอบการต้องมีคือ ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Economy) เชื่อมโยงสู่เศรษฐกิจเชิงพื้นที่ (Local Economy) และมีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน(Sustain Economy) เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจเชิงพื้นที่สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน

จุดแข็งของโครงการ Strength

**Creative
Economy
Cycle**



**Sustain
Economy**

เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ



พึ่งพาตนเอง

การพัฒนาเศรษฐกิจเชิงพื้นที่โดยมีพื้นฐานการพัฒนากำลังคนสู่ผู้ประกอบการยุคใหม่ จึงต้องอาศัยการทำงานหลายมิติของภาคประชากิจเพื่อค้นหาผู้นำในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคมในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นภาคเอกชน สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ โดยโครงการ CCS ของสถาบันสร้างชาติมีความเหมาะสมในการเป็นจุดเริ่มต้นในการดำเนินการ ด้วยใน

สถาบันสร้างชาติมีนักศึกษาที่มาจากภาคประชากิจ และ จัดการดำเนินการเป็นโมเดล บ้านหมี-กระทิง โดยการหาผู้นำในพื้นที่ในการขับเคลื่อน



แนวคิดในการดำเนินการ คือ การทำ Pre-Marketing เพื่อพัฒนา Application สำหรับการพัฒนาพื้นที่ บ้านหมี-กระทิง โดยใช้หลักการทำ NBI Catalog และ NBI Academy โดยเฟสแรกจะทำการศึกษาเพื่อการเข้าถึง NBI Catalog บ้านหมี-กระทิง ผ่าน Social Media Application

SME CATALOG

รวบรวมสินค้าและบริการของ SME มาจำหน่ายเพื่อหารายได้มาขับเคลื่อนโครงการทางสังคม

SME ACADEMY

MARKETING DESIGNER CONTENT

หารายได้เพื่อพึ่งพาตนเอง เป็นนักธุรกิจรุ่นเยาว์ ผ่านการนำ SME Catalog มาจำหน่ายโดยการฝึกจำหน่ายสินค้าและบริการ เพื่อเป็น entrepreneur หรือ ผู้ประกอบการ ที่เป็นกำลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อการจัดส่ง NBI Catalog ให้กับลูกค้าเพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านหมี-กระทิง ผ่าน Social Media เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรงและเข้าถึงลูกค้าได้ในวงกว้าง

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ทำ Application สำหรับการทำ NBI Catalog บ้านหมี-กระทิง โดยเลือกสินค้าเป็น น้ำผึ้ง กกล้วยตาก และ เครื่องจักรสานจากไม้



ด้วยผลิตภัณฑ์ทั้งสามชนิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในพื้นที่ และ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลทางบวกด้านสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน เป็นต้นแบบงานวิจัย ในการเข้าถึงข้อมูลของลูกค้า ในรูปแบบ PDF File และพัฒนา Application ที่ใช้ในการสื่อสารผ่าน

Social Media โดยสามารถที่จะแนบ PDF File ได้ ซึ่งปัจจุบัน Social Media Application ที่มีใช้ไม่สามารถแนบ PDF File ได้และศึกษาการเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์น้ำผึ้ง และ เครื่องจักรสานจากไม้

ตัวชี้วัดความสำเร็จ และวิธีการประเมินผลโครงการทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ

ตัวชี้วัด	เกณฑ์ความสำเร็จ	วิธีวัด
1.ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์น้ำผึ้ง (บรรรภัณฑ์และรสชาติ)	ผ่านเกณฑ์การสำรวจความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ 80% ของจำนวนประชากร	แบบสำรวจทางการตลาด
2.ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์กล้วย (บรรรภัณฑ์และรสชาติ)	ผ่านเกณฑ์การสำรวจความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ 80% ของจำนวนประชากร	แบบสำรวจทางการตลาด
3.การออกแบบผลิตภัณฑ์จากไม้ไม่	ผ่านเกณฑ์การสำรวจความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ 80% ของจำนวนประชากร	แบบสำรวจทางการตลาด
4.การสื่อสาร NBI Catalog บ้านหมี-กระหิ่ง ผ่าน Social Media โดย PDF File	ผ่านเกณฑ์การสำรวจการเข้าถึงข้อมูล 80% ของจำนวนประชากร	แบบสำรวจทางการตลาด

ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ

ระยะเวลาจำนวน 161 วัน (23 สัปดาห์) ตั้งแต่วันที่ 22 ต.ค 2565 ถึง 31 มีนาคม 2566

แผนการดำเนินการและงบประมาณ

กิจกรรม	สัปดาห์																							งบประมาณ	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23		
1.สำรวจพื้นที่บ้านวังหมี																									2,000 บาท (ค่าน้ำมัน/ค่าทางด่วน)
2.สรุปสินค้าที่ใช้ในการทำ Pre-Marketing																									
3.วางแผนการออกแบบผลิตภัณฑ์																									2,000 บาท ค่าเดินทางและเสบียงอาหารผู้เชี่ยวชาญ
4.ออกแบบผลิตภัณฑ์น้ำผึ้ง กล้วย และกล่องสานไม้ไผ่สำหรับชุดของขวัญ																									2,000 บาท ค่าเดินทางและทำต้นแบบผลิตภัณฑ์
5.ประชาสัมพันธ์ชุดของขวัญกล่องสานไม้ไผ่และผลิตภัณฑ์ น้ำผึ้ง/กล้วย ผ่านงานจบการศึกษา นสข.รุ่น 13/การแสดงน้ำใจเพื่อน/การมอบของที่ระลึกวิทยากร																									15,000 บาท (ชุดของขวัญให้รุ่นพี่ นสข.13 และ แสดงน้ำใจเพื่อน)
6.นำเสนอ Success Story ของเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ ต.ศรีวัง จ. เชียงราย และ ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในงานเจ้าภาพวิชาการโดยใช้เวที Speech Contest ประชาสัมพันธ์																									
7.สรุปผลการจำหน่ายสินค้า เพื่อนำเงินเข้าโครงการเยาวชนสร้างชาติ (ดูความเป็นไปได้ในการตลาด)																									
8.ดำเนินการสร้าง Application Social Media ที่สามารถแนบ PDF File ได้																									xxxxบาทเป็นการพัฒนา Application มากกว่า 4 ปีภายใต้ความร่วมมือของพันธมิตรโครงการ "ยูนิคอนเอกซ์เพื่อความยั่งยืน"
9.ออกแบบแบบสอบถามทางการตลาดเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์และการเข้าถึงข้อมูลการตลาด (NBI Catalog บ้านหมี-กระหิ่ง)																									
10.สำรวจการตลาด โดยใช้แบบสอบถามที่ออกแบบไว้ตามข้อ 9																									1,500 บาท(ค่าถ่ายเอกสารและผลิตภัณฑ์สำหรับให้ผู้ใช้รับแบบสำรวจ)
11.สรุปและรวมเล่ม CCS																									5,000 บาท (ค่าเช่าเล่ม)

■ ดำเนินการเสร็จสิ้น
■ อยู่ระหว่างดำเนินการ
■ ยังไม่ได้ดำเนินการ

นำเสนอโดย นพ.กิตติพงษ์ แซ่เจ็ง ประธานกลุ่ม สาธารณรัฐเข็ก