

การดำเนินงานรายตำบล (TSI)

ตำบล หนองหญ้าปล้อง อำเภอ หนองหญ้าปล้อง จังหวัด เพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

มุ่งสู่ความพอเพียง(ก่อน)

มุ่งสู่ความยั่งยืน(หลัง)

ข้อมูลพื้นที่ตำบล

สภาพทั่วไป

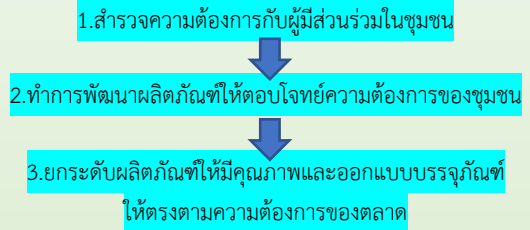


จำนวนประชากรทั้งสิ้น 7,061 คน
เป็นชาย 3,571 คน
เป็นหญิง 3,490 คน
จำนวนครัวเรือน 3,026 ครัวเรือน
มีอาณาพรมแดนเฉลี่ยประมาณ 88.19 คน/ตารางกิโลเมตร

ต.หนองหญ้าปล้อง มีเนื้อที่จำนวน 48,750 ไร่ แบ่งการปกครองออกเป็น 11 หมู่บ้าน ได้แก่

- หมู่ที่ 1 บ้านอ่างศิลา
- หมู่ที่ 2 บ้านดงตาก
- หมู่ที่ 3 บ้านหนองไผ่
- หมู่ที่ 4 บ้านหนองหญ้าปล้อง
- หมู่ที่ 5 บ้านจะโปรง
- หมู่ที่ 6 บ้านหุโหร
- หมู่ที่ 7 บ้านเขาบันได
- หมู่ที่ 8 บ้านสะแกงาม
- หมู่ที่ 9 บ้านโคกวัด
- หมู่ที่ 10 บ้านสระลิ้ม
- หมู่ที่ 11 บ้านห้วยสาริกา

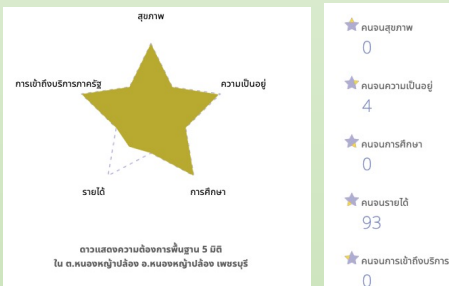
กลไกการดำเนินงาน



ความร่วมมือ

องค์การบริหารส่วนตำบลหนองหญ้าปล้อง /ผู้นำชุมชน/วิสาหกิจชุมชน/ผู้รับผิดชอบโครงการรายตำบลและทีมงาน/ที่ปรึกษาโครงการ /ประชาชนในพื้นที่ /ผู้ถูกจ้างงาน ต.หนองหญ้าปล้อง /วิทยากร จากหน่วยงานเอกชน และสถาบันการศึกษา

TPMAP ความต้องการพื้นฐาน 5 มิติ



จากข้อมูลคนจนในปี 2561 มีจำนวน 74 คน ในปี 2562 มีจำนวนเพิ่มขึ้น เป็น 93คน และจากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลของผู้รับจ้างในโครงการ พบว่า ในปี 2564 ซึ่งมีการระบาดของ covid-19 ประชาชนส่วนใหญ่เดือดร้อนจากสถานการณ์ดังกล่าว เนื่องจากไม่สามารถประกอบอาชีพตามปกติได้ ส่งผลให้ขาดรายได้ และมีจำนวนคนจนเพิ่มขึ้น ดังนั้นความต้องการพื้นฐาน 5 มิติ ของประชาชนใน ต.หนองหญ้าปล้องก็คือเรื่องรายได้

ผลลัพธ์

1. การจ้างงาน เกิดการจ้างงานบัณฑิตจบใหม่ ประชาชนทั่วไป และนักศึกษาในพื้นที่ จำนวน 20 อัตรา
2. การพัฒนาทักษะ ผู้รับจ้างในโครงการ 20 คน ได้รับการพัฒนาทักษะ 4 ด้าน ผ่านระบบ e-Learning (อบรมด้วยตนเอง) ตามที่กำหนดไว้ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านดิจิทัล 2) ด้านภาษาอังกฤษ 3) ด้านการเงิน และ 4) ด้านสังคม
3. การยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ จากการดำเนินกิจกรรมฝึกอบรมให้กับประชาชนในพื้นที่เป็นการช่วยยกระดับเศรษฐกิจและสังคม คือผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานมีฉลากคุณค่าทางโภชนาการ มีบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย รองรับการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ นอกจากนี้การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเข้าถึงช่องทางการตลาดและส่งเสริมพัฒนาการตลาดตามแนวทางฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) โดยใช้การตลาดออนไลน์ ยังช่วยให้กับประชาชนในพื้นที่ที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี
4. Community Big Data รวบรวมข้อมูลและบันทึกโดยสมาชิก U2T ได้ข้อมูลทั้งสิ้น 200 ข้อมูล

การพัฒนาพื้นที่

โจทย์การพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนภายใต้ 16 เป้าหมาย

กิจกรรมที่ 1: กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยการแปรรูปผลผลิตพืชที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนเป้าหมาย ได้แก่ กล้าย และมะละกอ
กิจกรรมที่ 2 : กิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร
ระยะที่ 1 การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นให้ประชาชนในพื้นที่
ระยะที่ 2 การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเข้าถึงช่องทางการตลาดและส่งเสริมพัฒนาการตลาดตามแนวทางฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) โดยใช้การตลาดออนไลน์

ผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจ

- 1) สมาชิก U2T จำนวน 20 คน มีรายได้ต่อเดือนเพื่อใช้ในชีวิตประจำวันของทั้งตนเองและครอบครัว
- 2) ประชาชนในพื้นที่เข้ารับการอบรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจและสังคมแบบบูรณาการเกิดการสร้างรายได้ ใบเบื้องต้นสามารถทำผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในชุมชน
- 3) สภาพเศรษฐกิจในชุมชนเกิดการหมุนเวียนเนื่องจากประชาชนในพื้นที่มีการใช้จ่ายใช้สอย

ผลลัพธ์เชิงสังคม

- 1) คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
- 2) การย้ายถิ่นฐานเพื่อออกไปหางานทำลดลง
- 3) ลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของคนในชุมชน
- 4) การเข้าถึงระบบการรักษาพยาบาลอย่างทั่วถึง
- 5) เกิดการสร้างเครือข่ายร่วมกันจากคนในชุมชนและภายนอก

ข้อเสนอแนะ

ในการทำกิจกรรมครั้งต่อไปควรประสานงานกับผู้นำชุมชนทุกภาคส่วนให้มากขึ้น จะส่งผลให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายได้รับประโยชน์ และนำไปพัฒนาต่อยอดได้ครบทุกครัวเรือนที่เป็นเป้าหมายความยากจน