



SOCIAL
ENTERPRISE
THAILAND

สมาคมธุรกิจเพื่อสังคม

Social Enterprise Thailand Association

Influencer for Change 2025

SE Impact on Society ปลุกพลัง เล่าเรื่อง เปลี่ยนสังคม

SE Thailand

ศูนย์กลางของธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ในการขับเคลื่อนแก้ไขปัญหาสังคมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม พร้อมสนับสนุนธุรกิจเพื่อสังคมให้เติบโตและสร้างผลกระทบทางสังคมอย่างยั่งยืน

WHAT WE DO



เราสร้างระบบเครือข่ายขององค์กรธุรกิจทางสังคมและคนที่มีวิสัยทัศน์เดียวกัน ในการสร้างสังคมที่ดี ขึ้นผ่านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ๆ



เราสร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนเพื่อสร้างผลกระทบที่ดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในขณะเดียวกันก็ยกระดับองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ผ่านการทำงานร่วมกับพันธมิตรทั้งในประเทศและต่างประเทศ



เราแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคมและสร้างความตระหนักรู้ในการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม



เราช่วยเสริมความสามารถขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมผ่านเครือข่ายของเราโดยการแบ่งปันความรู้และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เหมาะสมสำหรับขั้นตอนต่าง ๆ ขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงการขยายผล

VISION

“ธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยมีความเข้มแข็ง สามารถรวมกลุ่มช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมได้อย่างต่อเนื่อง เป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ”

MISSION CONNECT

สร้างความร่วมมือ เชื่อมโยง ธุรกิจเพื่อสังคมด้วยกันเองและกับองค์กรอื่น เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกสูงสุดต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม

COMMUNICATE

สื่อสารและสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ โดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทยให้เกิดความรู้ที่เป็นประโยชน์ และสามารถนำไปใช้ได้จริงสำหรับผู้ประกอบการทางสังคม รวมทั้งสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคมให้กับสาธารณชน

CATALYZE

ผลักดันนโยบายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเพื่อสังคม ผ่านการจัดกิจกรรม การเรียนรู้ การแบ่งปันข้อมูล การรวมกลุ่ม และอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการขับเคลื่อน แก้ปัญหาและพัฒนาสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ มีการบูรณาการและยั่งยืน

การแบ่งกลุ่มสมาชิกสมาคมฯ ตามมิติ



การสร้างผลกระทบทางสังคม



กลุ่มสังคม (Social Impact Group)

กลุ่มนี้มุ่งเน้นการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อผู้คนและชุมชน ผ่านการพัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ที่ดี และการเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับกลุ่มเปราะบาง เช่น กลุ่มแรงงานฝีมือ กลุ่มชนบท หรือชุมชนที่ขาดแคลน อินฟลูเอนเซอร์สามารถเล่าเรื่องเกี่ยวกับธุรกิจที่ช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ ส่งเสริมการค้าที่ยุติธรรม (Fair Trade) และการพัฒนาชุมชน เช่น ธุรกิจที่สนับสนุนสินค้าหัตถกรรมชุมชน หรือองค์กรที่ให้โอกาสแรงงานที่ขาดโอกาสในการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ



กลุ่มสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Group)

ธุรกิจในกลุ่มนี้มุ่งเน้นการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น การลดขยะ การนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ (Circular Economy) การลดการปล่อยคาร์บอน และการพัฒนาโซลูชันที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ อินฟลูเอนเซอร์สามารถเล่าเรื่องเกี่ยวกับสินค้าทดแทนที่ยั่งยืน เช่น เสื้อผ้าที่ผลิตจากผ้าเหลือใช้ ผลิตภัณฑ์รีไซเคิล หรือบริการที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ธุรกิจที่ใช้พลังงานสะอาด หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ช่วยฟื้นฟูธรรมชาติและชุมชน



กลุ่มการศึกษา (Education & Knowledge Impact Group)

กลุ่มนี้เน้นการเข้าถึงความรู้และพัฒนาทักษะให้กับกลุ่มเป้าหมายที่ขาดโอกาส เช่น เด็ก เยาวชน หรือประชากรที่ต้องการพัฒนาทักษะเพื่อสร้างอาชีพ ธุรกิจเพื่อสังคมในกลุ่มนี้อาจรวมถึงองค์กรที่พัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ แพลตฟอร์มการศึกษาออนไลน์ หรือโครงการที่ให้การศึกษาแก่เด็กและเยาวชนในพื้นที่ห่างไกล อินฟลูเอนเซอร์สามารถช่วยขยายโอกาสการเรียนรู้เหล่านี้ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น รวมถึงสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้คนมองว่าการศึกษาเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างอนาคตที่ดี



กลุ่มสุขภาพ (Health & Well-being Impact Group)

ธุรกิจในกลุ่มนี้เน้นเรื่องสุขภาพกายและใจ ตั้งแต่การให้บริการด้านสุขภาพที่เข้าถึงได้ ไปจนถึงการส่งเสริมวิถีชีวิตที่ดีต่อสุขภาพ เช่น อาหารออร์แกนิก การออกกำลังกาย หรือบริการด้านสุขภาพจิต อินฟลูเอนเซอร์สามารถช่วยสื่อสารให้เห็นว่า สุขภาพเป็นเรื่องสำคัญที่เชื่อมโยงกับทุกมิติของชีวิต ผ่านการทดลองใช้สินค้าและบริการ เช่น อาหารปลอดสารเคมี การแพทย์ทางเลือก หรือแอปพลิเคชันให้คำปรึกษาด้านสุขภาพจิต ซึ่งจะช่วยให้การดูแลสุขภาพเป็นเรื่องใกล้ตัวและเข้าถึงง่ายขึ้น

สมาชิกสมาคมฯ ในมิติการสร้างผลกระทบทางสังคม



กลุ่มสังคม (Social Impact Group)

 Dao Ethical Gifts “Empower ผู้หญิงเปราะบาง แม่เลี้ยงเดี่ยว แม่ที่ไม่มีรายได้ แม่ที่กำลังดูแลลูกเล็ก หรือดูแลลูกพิการอยู่” ให้มีอาชีพ มีรายได้ไปเลี้ยงลูก ๆ ที่กำลังเติบโตขึ้นมาในสังคม 	 YOUNGHAPPY Happiness community for elderly. we help seniors maintain an active lifestyle that promotes their self esteem, keeps them engaged with their peers, and so supports their wellbeing. 	 Stories of Silver ยกระดับเครื่องประดับเงินบริสุทธิ์ของชุมชนกะเหรี่ยงลำพูน สู่สินค้าที่มีคุณค่าทั้งด้านจิตใจและเศรษฐกิจ 	 Joy Ride ลูกรับจ้าง หลานจำเป็น บริการพาผู้สูงอายุออกจากบ้าน ไม่ว่าจะไปโรงพยาบาล ไปเที่ยว ไปวัด ทำบุญ ที่ดูแลกันประหนึ่งญาติมิตร ให้ผู้สูงอายุเข้าถึงบริการสาธารณะสุขและสุขภาพของผู้สูงอายุในเมือง โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่ลูกหลานไม่มีเวลา หรือผู้สูงอายุที่อยู่โดยลำพัง ไม่มีลูกหลาน 	 โรงเรียนตั้งต้นดี รับผู้ก้าวพลาด คือ ผู้พ้นโทษ ผู้รับการพักโทษ และผู้ถูกคุมประพฤติ มาดูแลตั้งแต่ที่อยู่อาศัย ฝึกวิชาชีพโดยมีเงินเดือน ตลอดจนพัฒนาทัศนคติ เมื่อผ่านการอบรม มีการจัดหานายจ้าง แหล่งเงินทุน ในการเริ่มต้นธุรกิจ หรือลงทุนร่วม เพื่อเป็นหุ้นส่วนระยะยาว 	 บริษัท ชุมณี จำกัด ธุรกิจเพื่อสังคมบริการเครื่องซักอบผ้าและส่งเสริมอาชีพซัก อบ รีด ให้กับกลุ่มคนไร้บ้าน ผู้สูงอายุ คนจนเมือง ผู้ต้องขัง และผู้พ้นโทษ 
--	--	--	--	---	--

สมาชิกสมาคมฯ ในมิติการสร้างผลกระทบทางสังคม



กลุ่มสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Group)

 The Next Forest ให้บริการฟื้นฟูป่าอย่างครบวงจร และยั่งยืน พร้อมขยายพื้นที่สีเขียวสู่ชุมชนเมือง และเผยแพร่ความรู้ด้านการฟื้นฟูป่าแก่เยาวชนและประชาชน 	 MuvMi บริการ Ride-sharing แบบ On-demand ที่เปลี่ยนตู้กดกาแฟเป็นระบบไฟฟ้า ลดการปล่อย CO2e เชื่อมต่อจุดรับผู้โดยสารกว่า 2,500 จุดในกรุงเทพฯ สนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน สร้างงานให้ผู้สูงอายุและผู้หญิง พร้อมบรรเทาปัญหาการติดในเมือง 	 ธรรมธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม ธุรกิจเพื่อสังคมตามศาสตร์พระราชา เพื่อสร้างระบบเศรษฐกิจพอเพียง 	 YOLO – Zero Waste Your Life ธุรกิจเพื่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม และการจัดการพลาสติกกำพรา เราสร้างเครื่องจักร Plastic Recycle ผลิตสินค้า Upcycle และเป็นที่ปรึกษาด้านโมเดลการจัดการขยะครบวงจร 	 WISHULADA WISHULADA หรือ บริษัท เทิร์นทูอาร์ต จำกัด เป็นธุรกิจบริการ งานออกแบบ ดีไซน์ และสร้างผลงานศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ทุกชนิด 	 บริษัท ออร์ก้าฟีด จำกัด บริษัท ออร์ก้าฟีด จำกัด (Orca Feed) หรือแบรนด์ “โจกล้า” เป็นธุรกิจที่นำแมลงมาใช้เป็นเครื่องมือในการลดปัญหาขยะอาหารและสร้างความมั่นคงทางอาหาร โดยใช้แมลงในการบริโภคอาหารส่วนเกิน แล้วนำมาแปรรูปเป็นโปรตีนสะอาด เพื่อนำไปเป็นวัตถุดิบหลักในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงแบรนด์ “โจกล้า” มุ่งเน้นการพัฒนาอาหารและขนมสำหรับสุนัขจากแหล่งโปรตีนทางเลือกที่ดีต่อสุขภาพของสัตว์เลี้ยง และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 
---	---	--	--	---	---

สมาชิกสมาคมฯ ในมิติการสร้างผลกระทบทางสังคม



กลุ่มการศึกษา (Education & Knowledge Impact Group)



Saturday School Foundation

เปิดโอกาสให้ทุกคนในสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการศึกษาไทย ด้วยความเชื่อว่า ทุกคนในสังคมสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงการศึกษาได้ โดยการช่วยส่งเสริมให้เด็กกล้าที่จะเดินตามความฝัน และกลับมาสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับชุมชนและสังคมของเขา



Teach For Thailand

ทำงานเพื่อสร้างความเสมอภาคทางการศึกษาให้แก่เด็กไทยทุกคน ด้วยการสรรหาและพัฒนาศักยภาพเพื่อส่งครูผู้นำการเปลี่ยนแปลงไปในโรงเรียนที่มีบริบทท้าทาย และทำงาน เคียงบ่าเคียงไหล่กับโรงเรียนและชุมชนเป็นเวลา 2 ปี



Vulcan Coalition

บริษัท วัลแคน โคอะลิชั่น จำกัด สร้างอาชีพการทำงานด้านการพัฒนาปัญญาประดิษฐ์ให้แก่กลุ่มคนพิการโดยทำให้กลุ่มคนพิการสามารถใช้ศักยภาพและฝีมือของพวกเขาขับเคลื่อนอุตสาหกรรมนี้ในยุคดิจิทัลต่อไปได้



บริษัท ทีมเอชอีเอสแอปปี จำกัด

วิสาหกิจเพื่อสังคมที่มุ่งมั่นในการเพิ่มโอกาสทางการศึกษาให้กับเด็ก เยาวชน และชุมชนในประเทศไทย เรามุ่งเน้นการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในด้านการบริหารจัดการ การวางแผนทางการเงิน และการเสริมสร้างความเป็นผู้นำ เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืน



อัจฉริยะศึกษา วิสาหกิจเพื่อสังคม

ศูนย์พัฒนาคนตลอดชีวิต ด้วยคอร์สอบรมที่พัฒนาขึ้นพิเศษในนาม Genius system 5.0 ซึ่งเป็นระบบที่ทำให้คนพบความเชี่ยวชาญตามความถนัดของตนเอง สร้างล้มมาอาชีพ สร้างความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนให้แก่ตน สังคมและประเทศชาติ ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง



บริษัท ปิ่นพิน เมล็ดพันธุ์ บัญชี จำกัด

ส่งเสริมความเข้าใจด้านบัญชีและภาษี เพื่อการบริหารจัดการการเงินที่ถูกต้องและโปร่งใส และเพื่อเสริมความมั่นคงและยั่งยืนขององค์กร พร้อมทั้งสนับสนุนงานวิจัยและเทคโนโลยีร่วมกับชุมชนเพื่อแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม



สมาชิกสมาคมฯ ในมิติการสร้างผลกระทบทางสังคม



กลุ่มสุขภาพ (Health & Well-being Impact Group)



HazeFree Social Enterprise

ส่งเสริมระบบอาหารยั่งยืน โดยเกษตรกรลดการเผา ปลดสารเคมี ปั่นฟูดิน และสร้างผลผลิตปลอดภัย เกษตรกรมีรายได้สม่ำเสมอและช่วยลดหมอกควันในภาคเหนือ อีกทั้งเป็นแนวทางพัฒนาเกษตรไร้ควันเพื่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพที่ดีขึ้น



SIAM ABLE INNOVATION (SOCIAL ENTERPRISE) COMPANY LIMITED

บริษัท สยามเอเบิล อินโนเวชัน พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อช่วยคนพิการและผู้ด้อยโอกาส ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สร้างงานสร้างโอกาส และลดความเหลื่อมล้ำในสังคม.



บริษัท ชีวามิตร วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด

เป็นองค์กรในภาคประชาสังคมที่มุ่งสร้างคุณภาพชีวิตระยะท้ายและการตายดีให้เกิดขึ้นอย่างทั่วถึงและยั่งยืนในสังคม เพื่อมุ่งเน้นให้มีคุณภาพระยะท้ายและการตายดี เป็นองค์ประกอบสำคัญของการดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพ



บริษัท เพลินไพร ออร์แกนิก วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด

เพลินไพร ออร์แกนิกเป็นทีมแพทย์ที่มุ่งแก้ปัญหาสุขภาพของชุมชน โดยสร้างโมเดลเกษตรยั่งยืนครบวงจร และเป็นผู้แปรรูปผลผลิตออร์แกนิกเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ได้แก่ อาหารเสริม เครื่องสำอาง และผงเครื่องแกง



HON HOUSE – เครือข่ายสุขภาพและโอกาส

บริการให้คำปรึกษา ช่วยเหลือและสนับสนุนให้ผู้ที่มีความเสี่ยงต่อเอชไอวี ให้เข้าถึงบริการด้านการรักษา เน้นพัฒนาศักยภาพ ความเข้าใจ เพื่อลดการตีตราและเลือกปฏิบัติ กลุ่มเป้าหมายคือผู้ที่มีฐานะยากจน เป็นกลุ่มผู้หญิง กลุ่มคนไร้บ้าน ไร้ญาติขาดการดูแล ผู้สูงวัยไร้คนดูแล ไร้อาชีพ



บริษัท เยือนเย็น วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด

บริการให้คำปรึกษาการดูแลผู้ป่วยระยะสุดท้ายแบบประคับประคอง เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยระยะสุดท้ายและครอบครัวในช่วงเวลาที่เหลืออยู่ เชื้อต่อการจากไปอย่างสมศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์



ที่มาของโครงการ

SE IMPACT ON SOCIETY: ปลุกพลัง เล่าเรื่อง เปลี่ยนสังคม

ธุรกิจเพื่อสังคมมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวก แต่
ยังมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน โดยหลายคนมองว่าเป็นเพียงธุรกิจที่ต้องการ "ความช่วยเหลือ"
มากกว่าการเป็นตัวเลือกหลักในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ เรื่องราวของธุรกิจเพื่อ
สังคมยังไม่ถูกเผยแพร่อย่างกว้างขวาง ทำให้ผู้ประกอบการไม่เห็นคุณค่าและผลกระทบที่แท้
จริงของธุรกิจเหล่านี้

โครงการ "SE Impact on Society: ปลุกพลัง เล่าเรื่อง เปลี่ยนสังคม" จึง
ใช้พลังของอินฟลูเอนเซอร์และการเล่าเรื่อง (Storytelling) เป็นเครื่องมือสำคัญในการ
ทำให้ธุรกิจเพื่อสังคมเป็นที่รู้จักและเข้าใจมากขึ้น โดยพาอินฟลูเอนเซอร์ไปสัมผัสธุรกิจ
ในมิติต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สุขภาพ วัฒนธรรม และความยั่งยืน เพื่อให้พวกเขาถ่ายทอด
ประสบการณ์และกระตุ้นให้ผู้ติดตามเห็นว่า การเลือกใช้สินค้าและบริการจากธุรกิจเพื่อ
สังคมไม่ใช่แค่การสนับสนุนสังคม แต่เป็นการเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้ตัวเอง เป้าหมายของ
โครงการคือทำให้ธุรกิจเพื่อสังคมเป็น "มาตรฐานใหม่" ของการบริโภคและไลฟ์สไตล์ โดย
เปลี่ยนความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภคผ่านพลังของเรื่องเล่าและสื่อดิจิทัล



กลุ่มเป้าหมายของโครงการ

TARGET AUDIENCES

ผู้บริโภคทั่วไป



กลุ่มนี้คือคนทั่วไปที่อาจเคยได้ยินเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคมมาบ้าง แต่ยังไม่เข้าใจว่าธุรกิจเหล่านี้ทำอะไร และมีผลกระทบต่อสังคมอย่างไร อินฟลูเอนเซอร์จะทำหน้าที่ ช่วยอธิบายและสร้างความเชื่อมโยง ว่าธุรกิจเพื่อสังคมสามารถเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันได้ โดยการเล่าเรื่องผ่านการทดลองใช้สินค้า รีวิวบริการ และแชร์ประสบการณ์จริง เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการสนับสนุนธุรกิจเพื่อสังคมเป็นเรื่องง่ายและเข้าถึงได้

คนที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคม



เป็นกลุ่มที่สนใจเรื่องความยั่งยืน การบริโภคอย่างมีจริยธรรม และต้องการสนับสนุนสินค้าที่ส่งผลดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ยังไม่รู้ว่าจะเริ่มจากที่ไหน อินฟลูเอนเซอร์สามารถช่วย แนะนำธุรกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของพวกเขา เช่น แพชั่นที่ยั่งยืน อาหารออร์แกนิก หรือการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อชุมชน และกระตุ้นให้พวกเขามีส่วนร่วมมากขึ้น เช่น การแชร์เรื่องราวต่อ หรือการสนับสนุนแคมเปญต่างๆ

องค์กรที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวก



กลุ่มนี้รวมถึงเจ้าของธุรกิจ แปรนด์ที่ต้องการพัฒนาแนวทางที่ยั่งยืน และองค์กรที่ต้องการสนับสนุนธุรกิจเพื่อสังคม อินฟลูเอนเซอร์สามารถทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อม แสดงให้เห็นว่าการร่วมมือกับธุรกิจเพื่อสังคมสามารถสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์และสังคมได้จริง เช่น การเป็นพาร์ทเนอร์ด้านซัพพลายเชน หรือการนำโมเดลธุรกิจเพื่อสังคมไปปรับใช้ในองค์กรของตนเอง ซึ่งจะช่วยให้เกิดการขยายผลกระทบในวงกว้างขึ้น



แนวทางการประชาสัมพันธ์

Champaign

📌 ทดลองใช้สินค้าและบริการจากธุรกิจเพื่อสังคม #SEรีวิว

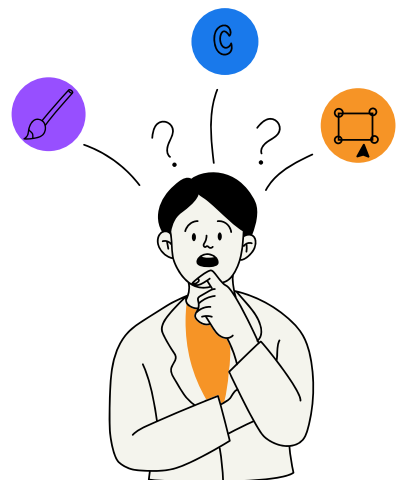
อินฟลูเอนเซอร์จะทดลองใช้สินค้าหรือบริการจากธุรกิจเพื่อสังคม และแบ่งปันประสบการณ์ให้ผู้ติดตามได้รับรู้ว่าสินค้าหรือบริการเหล่านี้ดีอย่างไร ทั้งต่อผู้ใช้อย่างไรและต่อสังคม โดยเน้นการบอกเล่าถึง ใครเป็นผู้ผลิต สินค้าทำจากอะไร มีความพิเศษอย่างไร และช่วยสร้างมิติทางสังคมแบบไหน เช่น สินค้าออร์แกนิกที่สนับสนุนเกษตรกรรายย่อย ผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่ใช้ผ้ารีไซเคิลเพื่อลดขยะ หรือบริการท่องเที่ยวชุมชนที่ช่วยกระจายรายได้ให้ท้องถิ่น นอกจากนี้ ควรแจ้งแหล่งซื้อสินค้า (ออนไลน์หรือหน้าร้าน) เพื่อให้ผู้ติดตามสามารถเข้าถึงและสนับสนุนได้ทันที และกระตุ้นการมีส่วนร่วมด้วยคำถามหรือชาเลนจ์ เช่น "คุณเคยลองใช้สินค้าจากธุรกิจเพื่อสังคมหรือยัง? ลองแล้วมารีวิวกัน! #SEรีวิว"

📌 นำเสนอเรื่องราวของธุรกิจเพื่อสังคม #WhySE

อินฟลูเอนเซอร์จะทำหน้าที่เป็น กระบอกเสียงในการเล่าเรื่องราวของธุรกิจเพื่อสังคม โดยเน้นให้เห็นว่า ธุรกิจเหล่านี้คือใคร มีจุดเริ่มต้นอย่างไร และกำลังสร้างการเปลี่ยนแปลงอะไรในสังคม สามารถนำเสนอผ่านการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ ถ่ายทำเบื้องหลังการผลิต หรือแสดงให้เห็นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น เช่น ธุรกิจที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน ใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน หรือสนับสนุนแรงงานที่ขาดโอกาส การเล่าเรื่องควรเน้น อารมณ์และแรงบันดาลใจ ทำให้ผู้ติดตามรู้สึกมีส่วนร่วมและเข้าใจว่า ทำไมธุรกิจเหล่านี้ถึงสำคัญ และทำไมเราควรสนับสนุน พร้อมเชิญชวนให้ตั้งคำถามหรือร่วมแสดงความคิดเห็น เช่น "ธุรกิจแบบนี้กำลังเปลี่ยนแปลงโลก ถ้าคุณสนับสนุนธุรกิจเพื่อสังคม คุณกำลังช่วยสร้างการเปลี่ยนแปลงด้วย! #WhySE"

SE Storytelling Canvas

เข้าใจภาพรวมและหัวใจของธุรกิจเพื่อสังคมแต่ละแบรนด์ได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น เพื่อให้การเล่าเรื่องผ่านคอนเทนต์เป็นไปอย่างจริงใจ เข้าถึงง่าย และสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ติดตาม สามารถสื่อสารได้ทั้งในมุมของการรีวิวสินค้าและบริการ (#SEรีวิว) และในมุมของการถ่ายทอดเรื่องราวเบื้องหลังที่มีพลัง (#WhySE) ตัวผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางสังคมที่จับต้องได้ และสามารถเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของทุกคนได้อย่างเป็นธรรมชาติ Mood & Tone ที่เป็นกันเอง กระชับ เข้าใจง่าย เหมือนเพื่อนเล่าให้เพื่อนฟัง พร้อมส่งต่อพลังบวก กำลังใจ และแรงบันดาลใจให้กับผู้ติดตาม เพื่อให้แบรนด์เหล่านี้เป็นต้นแบบที่คนอื่นอยากสนับสนุน และอาจกลายเป็นแรงผลักดันให้ใครอีกหลายคนอยากลุกขึ้นมาทำธุรกิจเพื่อสังคมต่อไป



แบรนด์ (Brand Identity)

- ชื่อแบรนด์
- แนวคิดหลักของแบรนด์ (Brand Essence): คำจำกัดความที่อธิบายว่าแบรนด์คืออะไรและมีเป้าหมายอย่างไร
- คาแรคเตอร์ของแบรนด์ (Brand Personality): แบรนด์มีบุคลิกแบบไหน? เป็นกันเอง? สร้างแรงบันดาลใจ? จริงจัง?

ที่มาของแบรนด์ (Brand Origin & Purpose)

- แบรนด์ก่อตั้งขึ้นมาเพื่ออะไร? ปัญหาทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมที่แบรนด์ต้องการแก้ไขคืออะไร?
- แรงบันดาลใจในการสร้างแบรนด์: ใครหรืออะไรเป็นจุดเริ่มต้นของแบรนด์นี้?
- เป้าหมายของแบรนด์: ต้องการสร้างผลกระทบอย่างไรต่อโลกและสังคม?

กลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ (Target Audience)

- ใครคือลูกค้าหลักของแบรนด์? (ผู้บริโภคทั่วไป นักอนุรักษ์ คนรักสุขภาพ คนใส่ใจสิ่งแวดล้อม ฯลฯ)
- Pain Points ของลูกค้า: ปัญหาที่ลูกค้าต้องเผชิญคืออะไร และแบรนด์ช่วยแก้ปัญหานี้อย่างไร?
- ไลฟ์สไตล์ของลูกค้า: ลูกค้าของแบรนด์มีพฤติกรรมอย่างไร และทำไมสินค้าถึงเหมาะกับพวกเขา?

สินค้าและบริการ (Products & Services)

- แบรนด์ขายอะไร? (สินค้า, บริการ, แพลตฟอร์ม ฯลฯ)
- จุดเด่นของสินค้า/บริการ: อะไรที่ทำให้แตกต่างจากตลาดทั่วไป?
- คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ: นอกจากคุณภาพของสินค้าแล้ว ลูกค้าจะได้รับอะไรจากการสนับสนุนแบรนด์นี้?

มิติทางสังคมที่แบรนด์สร้าง

(Social & Environmental Impact)

- แบรนด์ช่วยเปลี่ยนแปลงสังคมหรือสิ่งแวดล้อมอย่างไร?
- ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นแล้ว: เช่น ช่วยลดขยะที่ต้น? สร้างงานให้ชุมชนกี่คน? ลดการปล่อยคาร์บอนเท่าไร?
- พันธมิตรหรือองค์กรที่ร่วมมือ: มีเครือข่ายหรือพาร์ทเนอร์ที่ช่วยขับเคลื่อนภารกิจนี้หรือไม่?

ช่องทางการติดต่อของแบรนด์ (Communication Channels)

- เว็บไซต์ / แพลตฟอร์มออนไลน์: ลูกค้าจะหาข้อมูลและสั่งซื้อสินค้าได้จากที่ไหน?
- Social Media: แบรนด์มีช่องทางไหนบ้าง (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, YouTube ฯลฯ)
- Contact Point: อีเมล / โทรศัพท์ / ช่องทางติดต่อที่สะดวกที่สุด

เสียงของลูกค้าและการมีส่วนร่วม

(Customer Voice & Engagement)

- ลูกค้าพูดถึงแบรนด์อย่างไร? รีวิว ความเห็น หรือฟีดแบ็กที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์
- กิจกรรมที่กระตุ้นการมีส่วนร่วม: เช่น แคมเปญ #WhySE, #SEรีวิว, หรือชาเลนจ์ที่ให้ลูกค้าร่วมแชร์ประสบการณ์

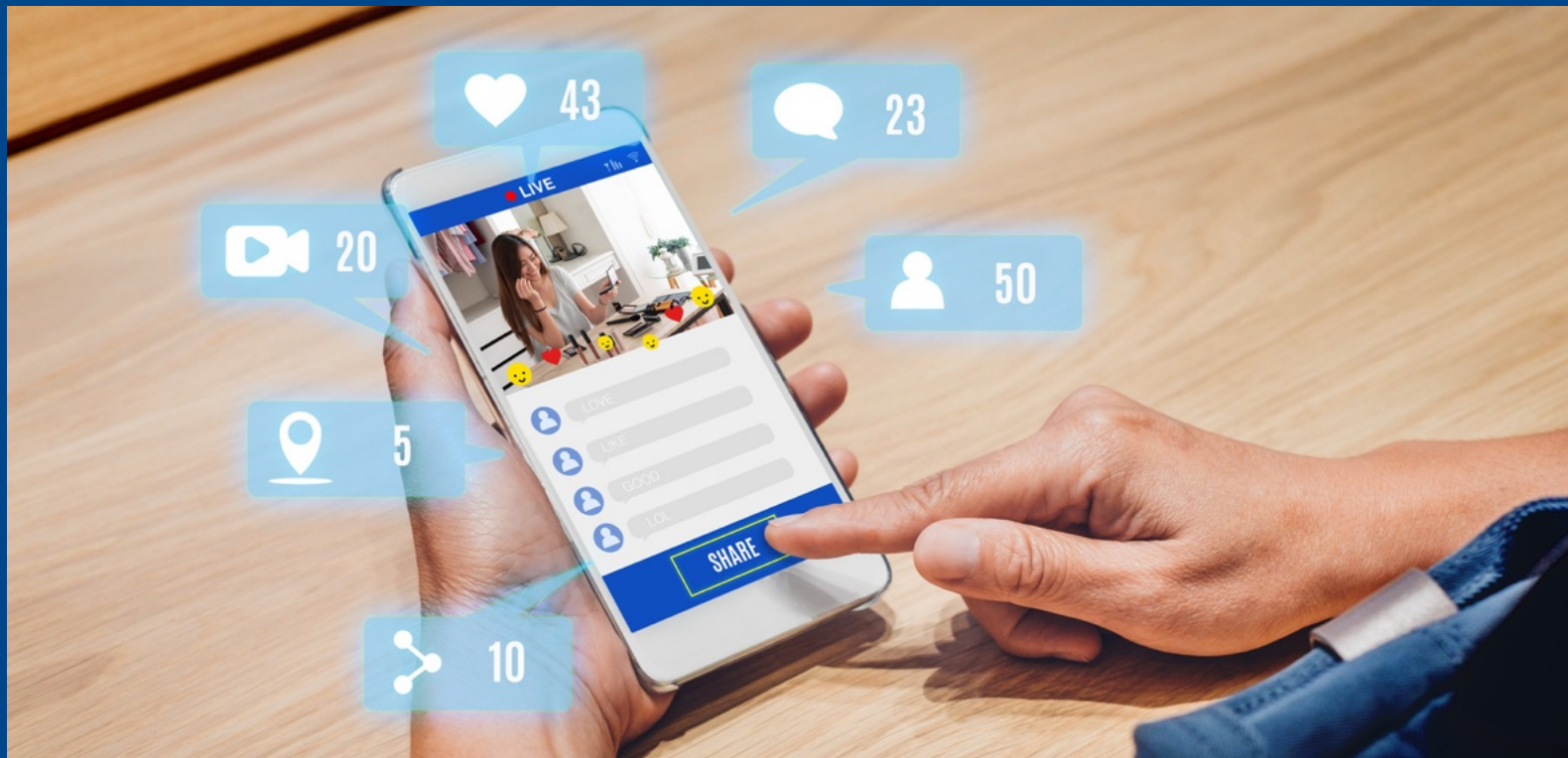
การขยายผลและอนาคตของแบรนด์

(Future Growth & Scaling)

- ทิศทางการเติบโตของแบรนด์: มีแผนขยายตลาดหรือพัฒนาสินค้าอย่างไร?
- โอกาสในการสร้างความร่วมมือใหม่ๆ: อยากทำงานร่วมกับใครบ้าง? มีโครงการอะไรในอนาคตที่น่าสนใจ?

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

we will solve the problems



โครงการนี้จะช่วยเปลี่ยนความคิดของคนทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม ดึงดูดให้คนอยากลองใช้ และทำให้ธุรกิจเหล่านี้กลายเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์ของคนในสังคมอย่างเป็นธรรมชาติ

เปลี่ยนมุมมอง ทำให้เข้าใจธุรกิจเพื่อสังคมมากขึ้น

ปัจจุบันคนจำนวนมากยังมองว่าธุรกิจเพื่อสังคมเป็นแค่ "ธุรกิจที่ต้องการความช่วยเหลือ" หรือ "การกุศล" มากกว่าธุรกิจที่สามารถเติบโตและแข่งขันได้เหมือนธุรกิจทั่วไป โครงการนี้จะช่วยให้เห็นว่า ธุรกิจเพื่อสังคมคือธุรกิจที่มีคุณภาพและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมไปพร้อมกัน ผ่านการเล่าเรื่องจากอินฟลูเอนเซอร์ ที่จะช่วยถ่ายทอดแนวคิดและเรื่องราวของผู้ประกอบการให้คนทั่วไปเข้าใจง่ายขึ้น เมื่อคนรับรู้และเข้าใจมากขึ้น พวกเขาจะเริ่มมองว่าการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการจากธุรกิจเพื่อสังคม ไม่ใช่แค่การช่วยเหลือ แต่เป็นการเลือกสิ่งที่ดีต่อทั้งตัวเองและสังคม

กระตุ้นให้อยากใช้สินค้าและบริการจากธุรกิจเพื่อสังคม

เมื่ออินฟลูเอนเซอร์แชร์ประสบการณ์จริงจากการเยี่ยมชมและทดลองใช้สินค้าและบริการจากธุรกิจเพื่อสังคม จะช่วยให้คนทั่วไปเกิดความสนใจ และอยากลองใช้ตาม การได้เห็นคนที่พวกเขาติดตามและไว้วางใจพูดถึงธุรกิจเหล่านี้ จะช่วยลดกำแพงความไม่มั่นใจและทำให้การลองใช้เป็นเรื่องง่ายขึ้น และเมื่อคนได้ลองใช้แล้ว พวกเขาจะเริ่มเห็นคุณค่า และเปลี่ยนมาเป็นการสนับสนุนระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นการซื้อซ้ำ การบอกต่อ หรือแม้แต่การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจเหล่านี้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

ทำให้ธุรกิจเพื่อสังคมกลายเป็นไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่

เป้าหมายของโครงการนี้ทำให้ธุรกิจเพื่อสังคมเป็นที่รู้จัก เป็นเรื่องธรรมดาในชีวิตประจำวัน ไม่ใช่แค่ตัวเลือกทางศีลธรรม แต่เป็น "เทรนด์ใหม่ของการใช้ชีวิต" การเล่าเรื่องของอินฟลูเอนเซอร์จะช่วยสร้างกระแส ทำให้ธุรกิจเพื่อสังคมถูกพูดถึงในวงกว้าง และเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมผู้บริโภคของคนรุ่นใหม่ เช่น การเลือกซื้อของที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนสินค้าชุมชน หรือการเลือกท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เมื่อธุรกิจเพื่อสังคมได้รับการยอมรับในตลาดมากขึ้น พวกเขาจะมีโอกาสขยายธุรกิจ และสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับสังคมได้มากขึ้น



การวัดผลของ โครงการ

Evaluations

Engagement



- จำนวนการมีส่วนร่วม (Total Engagements): นับรวมการกดไลก์ คอมเมนต์ แชร์ และการกดปุ่มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- อัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate): คำนวณจากจำนวนการมีส่วนร่วมหารด้วยจำนวนผู้ที่เข้าถึงโพสต์ เพื่อวัดคุณภาพของเนื้อหา
- จำนวนคอมเมนต์ (Total Comments): ดูว่ามีการพูดคุยถามตอบ หรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคมมากขึ้นหรือไม่

Like & Share



- จำนวนไลก์ (Total Likes & Reactions): ตรวจสอบว่าผู้ติดตามแสดงความสนใจและชื่นชอบเนื้อหาหรือไม่
- จำนวนการแชร์ (Total Shares): วัดว่าผู้คนสนใจเนื้อหามากพอที่จะแชร์ไปยังเครือข่ายของตัวเอง ซึ่งช่วยเพิ่มการเข้าถึงในวงกว้าง
- อัตราส่วนการแชร์ (Share-to-Post Ratio): วัดว่าสัดส่วนของเนื้อหาที่ถูกแชร์ต่อจำนวนโพสต์ทั้งหมดเป็นอย่างไร

Reach & Impressions



- จำนวนการเข้าถึง (Total Reach): จำนวนผู้ใช้ที่เห็นโพสต์หรือคอนเทนต์บน SE Thailand
- จำนวนการแสดงผล (Total Impressions): จำนวนครั้งที่เนื้อหาปรากฏบนหน้าจอของผู้ใช้ (รวมถึงการเห็นซ้ำ)
- อัตราการเข้าถึงเฉลี่ยต่อโพสต์ (Average Reach per Post): เปรียบเทียบว่าคอนเทนต์ประเภทไหนได้รับความสนใจมากที่สุด

Overall Campaign Success



- เปรียบเทียบตัวเลขก่อนและหลังโครงการ: ดูว่ามีการเปลี่ยนแปลงในการรับรู้และการสนับสนุนธุรกิจเพื่อสังคมหรือไม่
- การเติบโตของผู้ติดตามเพจ SE Thailand: วัดว่ามีความสนใจและติดตามมากขึ้นหรือไม่
- Survey & Feedback จากผู้บริโภคร: เก็บความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบของโครงการ เพื่อดูว่าผู้คนเริ่มมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปมากน้อยแค่ไหน

Traffic to SE Businesses



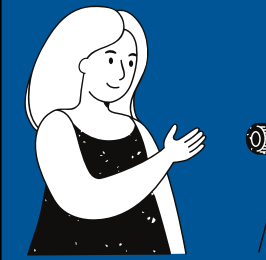
- จำนวนคลิก (Link Clicks): ตรวจสอบว่ามีการคลิกลิงก์ไปยังเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มของธุรกิจเพื่อสังคมที่ร่วมโครงการมากแค่ไหน
- จำนวนผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ (Website Visits from SE Thailand Page): ดูว่ามีความสนใจค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจเหล่านี้หรือไม่
- Conversion Rate (อัตราการเปลี่ยนเป็นลูกค้า): วัดจากจำนวนคนที่คลิกลิงก์และทำการซื้อสินค้าหรือสมัครใช้บริการ

Influencer Performance



- จำนวนโพสต์และวิดีโอที่สร้างโดยอินฟลูเอนเซอร์: วัดว่ามีเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคมออกไปสู่ผู้ติดตามมากเพียงใด
- Total Engagement จากอินฟลูเอนเซอร์ (รวมไลก์ แชร์ และคอมเมนต์ในโพสต์ของอินฟลู)
- Reach & Viewership จากอินฟลูเอนเซอร์: ตรวจสอบว่าวิดีโอหรือโพสต์ของพวกเขา มีจำนวนผู้เข้าชมมากแค่ไหน

Sentiment Analysis



- ความคิดเห็นเชิงบวก/ลบเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม: ตรวจสอบว่าผู้ติดตามมีมุมมองอย่างไรต่อธุรกิจเพื่อสังคมหลังจากเห็นคอนเทนต์
- Hashtag Performance (#SEImpact #เล่าเรื่องเปลี่ยนสังคม): วัดว่ามีการใช้แฮชแท็กของโครงการมากแค่ไหน และเกิดบทสนทนาอะไรขึ้นในโซเชียลมีเดีย



“ร่วมสนับสนุนชุมชน คนทำธุรกิจเพื่อสังคมไปด้วยกัน”



หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อสอบถามได้ที่:

 (+66) 62 079 3232

 info@sethailand.org

 @sethailand

 sethailandorg