

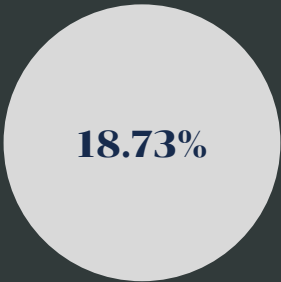


ไร้บ้าน
ไม่
ไร้โอกาส



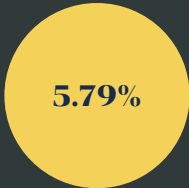
394,026 คน

คนว่างงานในประเทศไทย



70,925 คน

... ที่เป็นคนไร้บ้าน

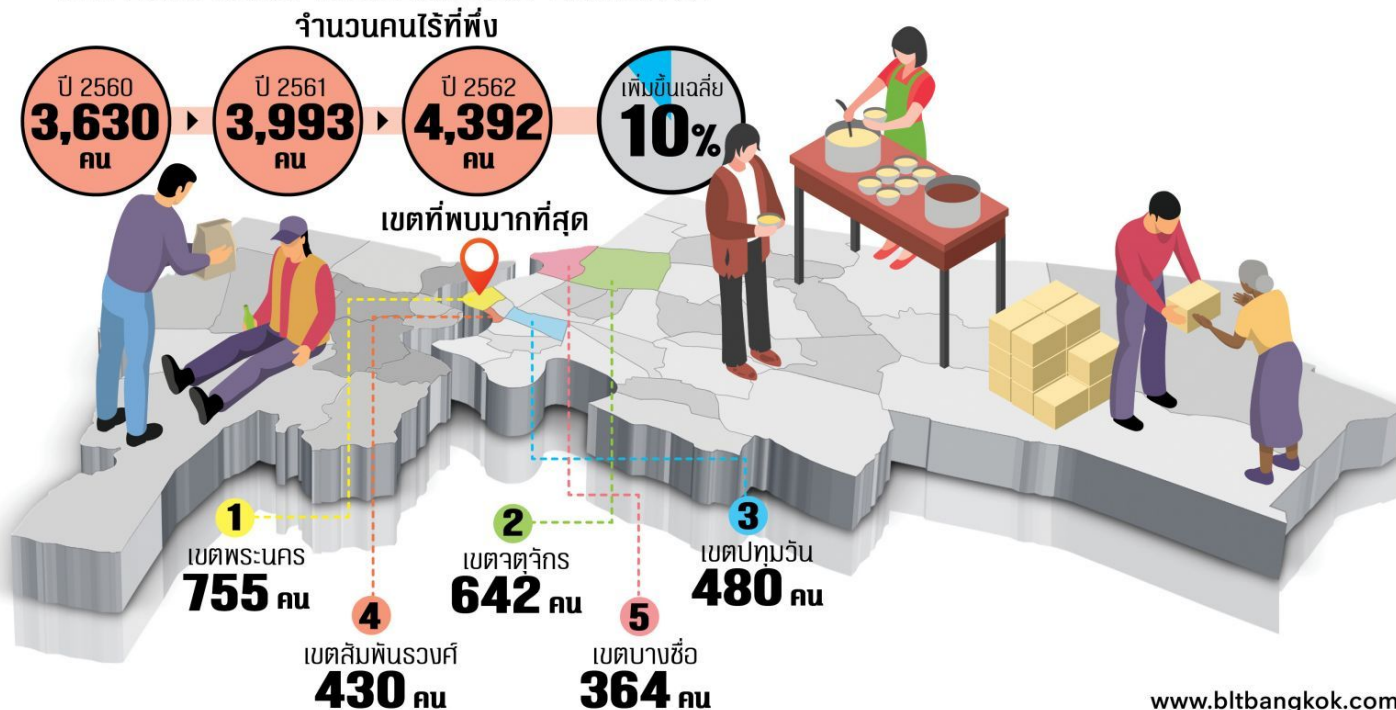


4,392 คน

... และมีศูนย์พักพิง

PROBLEM & OPPORTUNITY GAP

สถานการณ์ Homeless ในกทม.



“คนไร้บ้านมีความสามารถมากกว่าที่คุณคิด”



PROBLEM & OPPORTUNITY GAP



PAIN POINT

รูปแบบการจ้างงานที่เปลี่ยนไป

1

ไม่ต้องการการจ้างงานในระยะยาว

2

ต้องการลดภาระผูกพันทางธุรกิจ

3

มีความต้องการ Outsource มาทดแทน

MARKET SIZE

3,000+

ที่ในตลาดการจ้างงาน แม่บ้าน ในปี 2562

ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล
และอาคารสำนักงาน

rate ค่าจ้าง: 15,000 / เดือน

13,000+

ที่ในตลาดการจ้างงาน ภาคเกษตร ในปี 2562

การจัดสวน พืชไร่
การทำผลผลิตทางการเกษตร

rate ค่าจ้าง: 90,000 / เดือน

มูลค่าตลาด
13,200
ล้านบาท

ตลาด EVENT

อัตราการเติบโต 10% ต่อปี

rate ค่าจ้าง: 400 / วัน / งาน

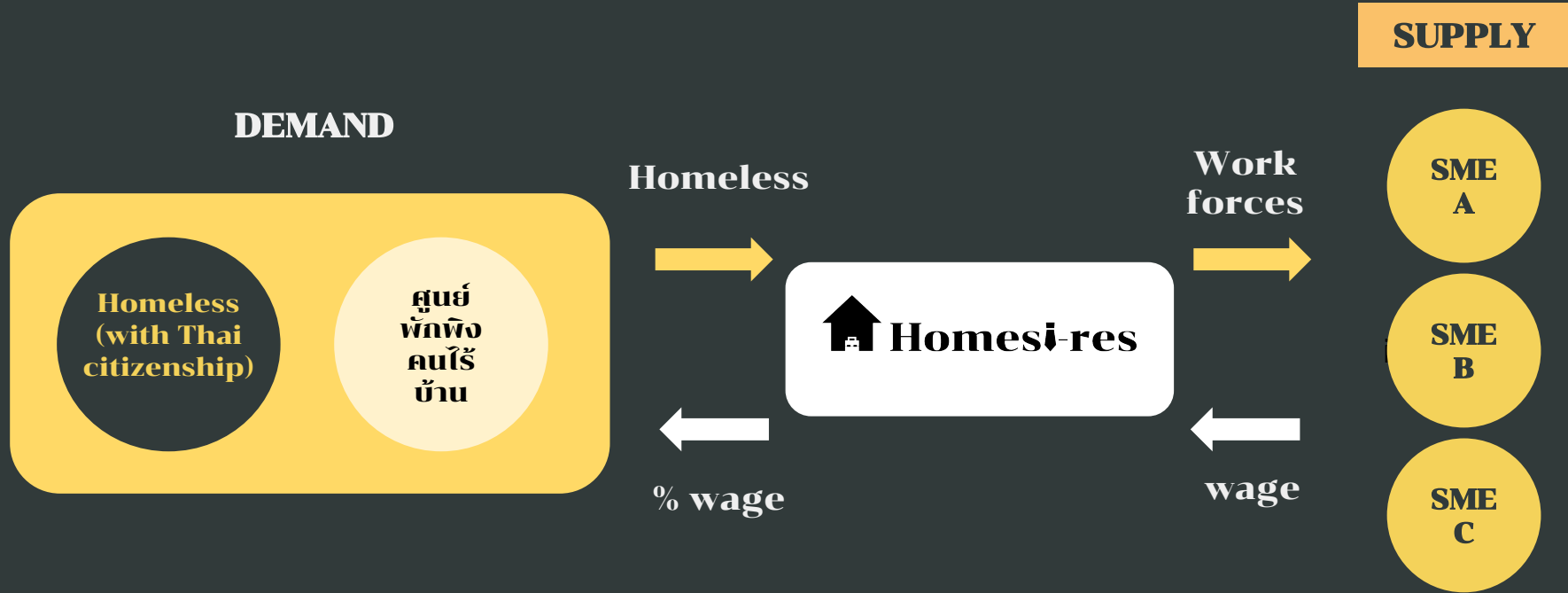
“เราต่างร่วมเป็นส่วนหนึ่ง
ในการช่วยคนไร้บ้านได้”

Objective



ไร้บ้าน ไม่ไร้อนาคต

BUSINESS MODEL



Persona

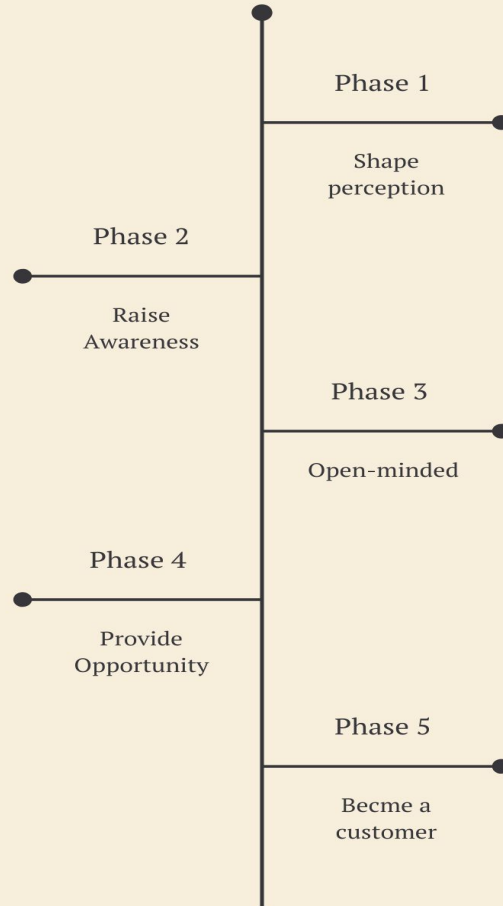


บังฮาชัน (29 ปี)


มี SME เป็นของตัวเอง
เช่น ร้านอาหาร
มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า
50,000 บาท/เดือน
(เสียภาษี 35,000 ต่อปี)

สนใจทำกิจกรรมเพื่อสังคม ชอบช่วยเหลือ และให้โอกาส หาก
พิสูจน์ได้ว่าคนเหล่านั้น มีความพยายามและสุจริต หรือกลับตัว
กลับใจแล้ว

MEDIA STRATEGY



Facebook Strategy



HOMES

Homesi-res

หน้าหลัก

รีวิว

รูปภาพ

วิดีโอ


โพสต์

เกี่ยวกับ

ชุมชน

สร้างเพจ

๒ ถูกใจ ๓ ติดตาม ๑ แชร์ ...



Homesi-res


5 นาที ·

ไว้บ้าน ไว้งาน ไว้การแก้ไข ? [Advertorials]

หากเราลองถ่ายภาพกรุงเทพมหานครด้วยกล้องฟิล์มเมื่อ 31 ปีที่แล้ว สิ่งที่เราจะเห็นผ่านเลนส์ คงหนีไม่พ้น ตึกกรมป่าช่อง การคมนาคมที่หนาแน่นน้อยกว่าปัจจุบัน

สาว ๆ ที่แต่งกายด้วยเสื้อผ้าร่วมสมัยกำลังเดินออกจากเขเวน หรือคนเร่ร่อนที่นอนอยู่ข้างตู้โทรศัพท์สี่เหลี่ยมเขียว... ดูเพิ่มเติม

H/L : ไว้บ้าน ไว้งาน ไว้การแก้ไข ? [ADVERTORIALS]




ส่งข้อความ

ยังไม่มีคะแนน

ชุมชน ดูทั้งหมด

๙๙ เชิญเพื่อนของคุณ ไปกดถูกใจเพจนี้

เกี่ยวกับ ดูทั้งหมด



Online Based (1.18 km)
กรุงเทพมหานคร -
ขอทราบเส้นทาง

085 900 5555

ส่งข้อความ

บริษัทจัดหางาน

แนะนำการแก้ไข

ความรู้เรื่องเพจ ดูเพิ่มเติม

Facebook จะแสดงข้อมูลเพื่อช่วยให้อุณหภูมิใจ
วัตถุประสงค์ของเพจได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงสามารถดูได้ว่าผู้
จัดการและโพสต์เนื้อหาบนเพจได้ดำเนินการอะไรไป
บ้าง

๒๖ วันที่สร้างเพจ - 28 ธันวาคม 2019

ภาษาไทย · English (US) · Español ·
日本語 · Português (Brasil)

ความเป็นส่วนตัว · เรื่องน่า · ลงโฆษณา ·
ตัวเลือกโฆษณา > ทุกที่ · เพิ่ม ·
Facebook © 2019



Homesi-res

31 นาที ·

"อะไร ๆ ก็เคยดีครับ ในตอนแรกธุรกิจดี ทุกอย่างดีหมดเลย ทั้งเรื่องงาน
เรื่องเงินหรือเรื่องครอบครัวก็ตาม...

ตั้งแต่เริ่มธุรกิจ จนเมื่อกิจการเริ่มเฟื่องฟู ผมกับภรรยาเริ่มมีความสุขด้วยกัน
ยืนอยู่คู่เคียงมา เคียงไหล่มา

ผมเริ่มทำงานตั้งแต่เช้าจรดเย็น ทำทุกวัน ไม่เว้นแม้แต่วันหยุดราชการ...
ดูเพิ่มเติม



Twitter Strategy

K
@Non26859598 [Follow](#)

มีเรื่องอยากเล่าว่า อยากให้อ่าน ช่วงนี้แมงมีแต่เรื่อง คือเมื่อวานกูเพิ่งทะเลาะกับแฟนที่คบมานานแล้ว แบบคือกูโดนบอกเลิกเว้ย แล้วเกรดออก เกรดกุดก ก็โดนแม่ตำ กระจ่ำตังค์แมงก็หาย โทรศัพทอีก โวะ ..แต่มีงคงงอยู่อะ ดิฏู ทรศหาย แล้วพิมพ์ได้ไง 😊🙄

1:57 AM - 28 Dec 2019

1 0 0

K @Non26859598 · 13m
กูไปร้องไห้ที่ป้ายรถเมล์มา นั่งร้องเขิน ชม. คมก็เขินเขินเขิน ยิ่งกว่านางเอกเอิร์วิ กลับบ้านก็ไม่ได้ แล้วที่อยู่อุดๆ เว้ย ก็มีลุงแก่ๆ ที่เป็นคนใจบ้านแถวนี้ เดินพุงมาหากู กูก็ตกใจ เหยยทำใจดีวะ จะเกิดไรขึ้นอีกวะ

1 0 0

K @Non26859598 · 11m
กูก็เตรียมจะโดนเลย แต่ลุงแกก็ยื่น โทรศัพทกับกระเป๋าลังค์มาให้อึ่ง คือกูรู้สึกผิดเลยที่มองเขาแค่นายนอก โน่นมีเงินอยู่เยอะละ ถ้าชโย เขาก็เอาไปทำไรได้เยอะ แต่เขาคืนตอนแรกเขาเดินตามไม่ทันด้วยนะ แต่ก็เดินมาเรื่อยๆ ละ! ถึงจะเขิงไปหน่อยอหิโดนฉาวทั้งแต่พอคิดถึงเรื่องนี้ก็ขื่นใจวะ

1 0 0

K @Non26859598 · 10m



0 0 0



2:02 AM - 28 Dec 2019

1 0 0

배이비천사 @pybtanvxk · 7s
Replying to @Non26859598
ตอนนี้มีเว็บที่ช่วยสนับสนุนคนไร้บ้านแล้วนะ ไปติดตามได้ workshop-g.ywc17.ywc.in.th #Homesires #Homian #ไร้บ้านไม่ไร้โอกาส 😊🙄💜

0 0 0

BUSINESS STRATEGY STRATEGY

1

1st Mover Advantage

- Free hour 15 days
- Insurance 100%
- Merchandise dicount

KPI: acquire first user

2

RETENTION & REFERRAL

- Insurance 50%
- 50% discount
- Advertorial
- Boost related advertising (*carpenter -> Wood*)

KPI: Maintain revenue stream

3

SCALE UP

- Customer extension
- Suppliyer extention
- New market population; Disabled

KPI: Expand business opportunity

REVENUE MODEL

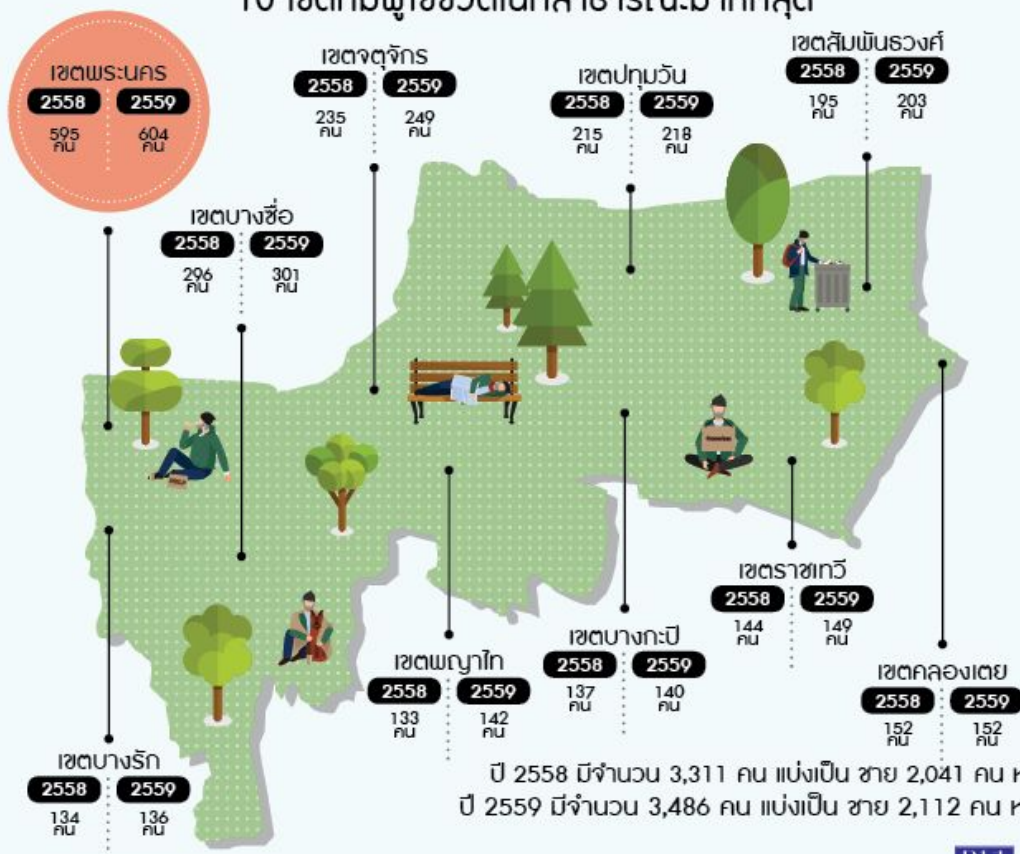
Merchandise	Comission Fee			Advrtorial
	Project Based (Daily)	Based (Monthly)	Based (Yearly)	
	Short Term Income (Seasonal) แหล่งเงินระยะสั้นที่หาจากงานรับจ้างที่ต้องการ คนจำนวนมาก เช่น งานการกุศล งานคอนเสิร์ต ซึ่งเราจะ Charge ใน % ที่ลดลง	Mid Term Income แหล่งเงินระยะกลางจากสัญญาชั่วคราว เช่น ธุรกิจ SME ที่มีความเสี่ยงทางธุรกิจ และมีภาระ ผูกพันเรื่องค่าจ้าง ใน package นี้ลูกค้าสามารถเลือกเป็นเดือนเพื่อ ปรับตามสถานการณ์ธุรกิจของตนเองได้	Long Term Income แหล่งเงินระยะยาวจากสัญญารายปี เช่น งาน โรงงาน งานเกษตร ที่จ่ายเพื่อรับแรงงาน มีการ เซ็นสัญญาเป็นรายปี ซึ่ง package นี้ลูกค้าจะได้ส่วน ลดหย่อน ภาษี ในการจ้างงานกลุ่มผู้ด้อยโอกาสในการทำ งาน	

THANK YOU

YWC#17 group G

BACK UP SLIDE

10 เขตที่มีผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะมากที่สุด



ปี 2558 มีจำนวน 3,311 คน แบ่งเป็น ชาย 2,041 คน หญิง 1,270 คน
ปี 2559 มีจำนวน 3,486 คน แบ่งเป็น ชาย 2,112 คน หญิง 1,374 คน

What Do Homeless People Do All Day?

အဓိကအားဖြင့်
အောက်ဖော်ပြပါအတိုင်း အကျဉ်းချုပ်ဖော်ပြချက်များကို အောက်ဖော်ပြပါအတိုင်း
ဖော်ပြထားပါသည်။



เตรียมหาที่นอนที่มีแสงสว่าง ปลอดภัย

มอนฮัสป์ไม่สติก
โดนรบกวนจากฝนฟ้าอากาศ
สัตว์ต่างๆ กลัวยัยรุ่นก่อกรวนยามค่ำคืน

อาจจะต้องย้ายที่นอนยามดึก
เมื่อถึงเวลาที่เจ้าของพื้นที่
ต้องใช้งานพื้นที่แล้ว
ตื่นมาหาก้เข้าห้องน้ำ

รอเวลาที่จะได้
จัดพื้นที่เพื่อ
การสืบพักผ่อน

ต้นมอน เติบโตออกจากพื้นที่

ตระเวนไปตามจุดต่างๆ
ที่มีอาหารมาแจก

เก็บขวด กระป๋อง
ทำลาย ทำงานรับจ้าง

อาชีพที่หลากหลายตามความสามารถ



ไร้บ้าน

ไม่ไร้หัวใจ



คนไร้บ้าน
ไม่ได้น่ากลัวเสมอไป
เพียงแต่เขาขาดและไม่สามารถ
เข้าถึงปัจจัยพื้นฐานที่มนุษย์ต้องมี

กรุงเทพมหานคร มีคนไร้บ้านทั้งหมดประมาณ

1,307 คน

โดยมีสาเหตุแตกต่างกันไปทั้ง
ปัจจัยทางครอบครัว
และปัญหาทางเศรษฐกิจ

(ที่มา : รายงานวิธีการสำรวจข้อมูลทางประชากรเชิงลึกของคนไร้บ้าน ปี 2559)



คนไร้บ้าน = มนุษย์

คนไร้บ้านไม่ใช่คนเลวร้ายน่ากลัว
พวกเขาแค่กำลังประสบปัญหา
และต้องการความช่วยเหลือ



คนไร้บ้าน = คนมีหัวใจ

เอาใจเขามาใส่ใจเรา เคารพในการถามคำถาม
ควรใส่ใจให้มากเมื่อเข้าไปพูดคุย



ไร้บ้าน ≠ ไร้ที่ไป



คนไร้บ้านหลายคนรู้ว่ามีศูนย์พักพิง รองรับให้เข้าพัก
แต่เลือกอยู่ริมถนน เพราะเป็นอิสระกว่า

ไร้บ้าน ≠ อยู่ไปวันๆ



คนไร้บ้านหลายคนมีงานทำ
และต้องการทำงาน



การให้เงินคนไร้บ้านอาจทำให้ถูกทำร้าย
ทางเลือกที่ปลอดภัย คือ
การให้อาหาร น้ำ และยา

สสส. ตระหนักถึงปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมและสุขภาพ
จึงร่วมกับภาคีภาครัฐและภาคประชาสังคม

สนับสนุนองค์ความรู้และให้ความสำคัญต่อการฟื้นฟูศักยภาพ
เพื่อให้คนไร้บ้านสามารถพึ่งพาตนเอง และกลับคืนสู่ครอบครัว-ชุมชนโดยเร็ว



ภาวะการทำงาน ก.พ.'62

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

กราฟิกพิเศษรายวัน
Matichon Daily Graphic
(08.03.19)

สถานการณ์แรงงาน เปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันเมื่อปี 2561



ผู้มีงานทำ
เพิ่มขึ้น
1.8 แสนคน

ผู้ว่างงาน
ลดลง
1.91 แสนคน



ผู้มีงานทำ แบ่งเป็น

1.เกษตรกรรม	10.58 ล้านคน
2.การค้าขายสิ่ง	6.65 ล้านคน
3.การผลิต	6.53 ล้านคน
4.ที่พักแรม	2.56 ล้านคน
5.การก่อสร้าง	2.41 ล้านคน
6.บริหารราชการ	1.69 ล้านคน
7.การขนส่ง	1.25 ล้านคน
8.การศึกษา	1.15 ล้านคน
9.บริการอื่นๆ	1 ล้านคน
10.สุขภาพ	8.4 แสนคน

แบ่งตามการศึกษา

ปริญญาตรี	1.7%
อนุปริญญา	1.4%
สูงกว่าปริญญาตรี	0.9%
มัธยมศึกษา	0.8%
มัธยมศึกษาตอนต้น	0.8%
ประถมศึกษา	0.5%
ไม่มีการศึกษาและต่ำกว่าประถม	0.2%

แบ่งตามภาค

ภาคใต้	1.5%
กรุงเทพฯ	0.8%
ภาคเหนือ	0.7%
ภาคกลาง	0.7%
อีสาน	0.5%

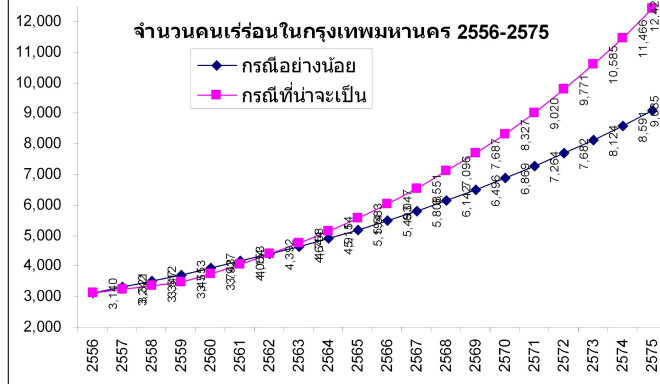
ประวัติการทำงาน

เคยทำงาน	1.43 แสนคน
ไม่เคยทำงาน	1.57 แสนคน

- ภาคการบริการ และการค้า 7.4 หมื่น
- ภาคการผลิต 6.1 หมื่น
- ภาคเกษตรกรรม 0.8 หมื่น

ผู้ว่างงาน 3 แสนคน

จำนวนคนเร่ร่อนในกรุงเทพมหานคร 2556-2575



ประเภทของผู้ใช้ชีวิตในทีสาธารณะ

คนไร้บ้าน คนที่ไม่ได้พักที่นอนหรือ พักที่สาธารณะ	คนเร่ร่อน ใช้ชีวิตในทีสาธารณะ มักอยู่ใกล้แหล่งพำนัก	ครอบครัวเร่ร่อน บ้านไม่มั่นคงหรือ มีรายได้น้อยเกินไป	ชั่วคราว ไม่ได้พักที่นอนหรือ พักที่สาธารณะ
ผู้ป่วยทางจิต จิตเวชจากสาเหตุ หรือโรคทางจิตเวช จากสาเหตุอื่น	พนักงานบริการ อาชีพชั่วคราว หรือรับจ้าง เมื่อว่างก็ใช้ชีวิต ในที่สาธารณะ	ผู้พิการ อาจพิการทาง ร่างกายหรือ สติปัญญา และไม่มีที่ไป	คนจนเมือง อาศัยในที่สาธารณะ แต่ไม่มั่นคง หรืออาจมี ที่นอนแต่ไม่ มีเงินจ่าย
ผู้ติดสุรา ดื่มสุราหนัก จนครอบครัวไม่ไหว ต้องออกมา	เร่ร่อนไร้บ้าน หนีออกจากบ้าน ไปเรื่อยๆ หรือหนีจาก ครอบครัว	หลากหลายทางเพศ ไม่ได้รับการยอมรับ จากครอบครัวและสังคม เลยหนีออกมา	แรงงานเหมือนบ้าน เพื่อนบ้านอาศัย รับจ้างไปเรื่อย อยู่ไม่มั่นคง

ต่างชาติติดคุก มาเที่ยว/ทำธุรกิจไทยของกองปราบ หน่วยจับไม่ได้

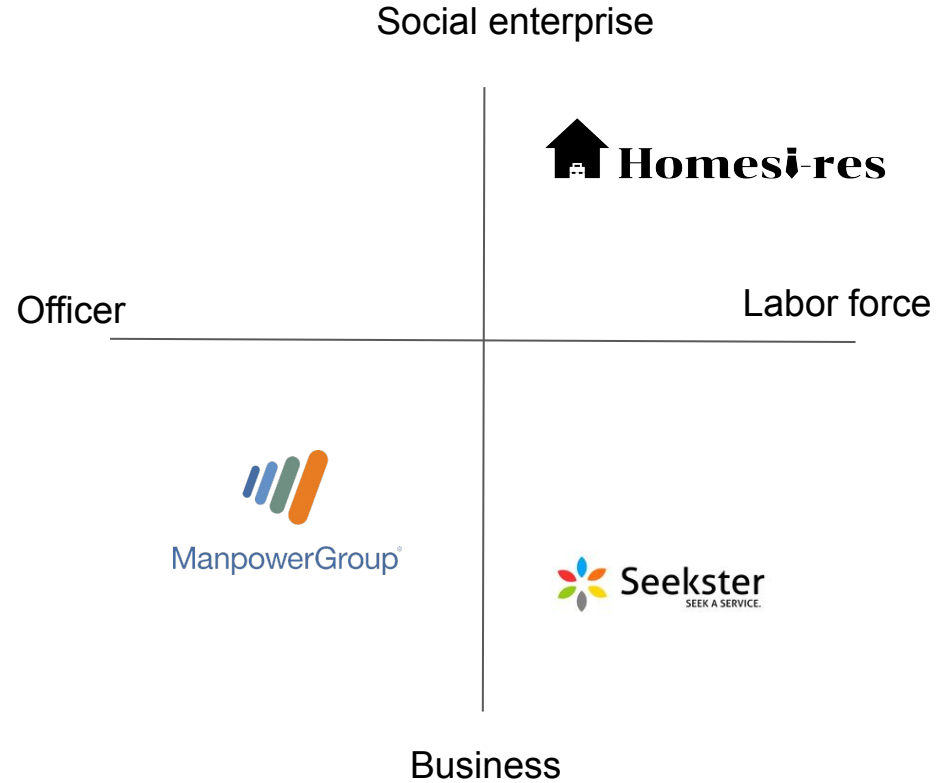
รายชื่อศูนย์พักพิง/สถานคุ้มครองคนไร้บ้าน ในเขต กทม.และปริมณฑล

1. สถานคุ้มครองคนไร้บ้านเขตดุสิต	8. ศูนย์คุ้มครองคนไร้บ้านเขตปทุมธานี
2. สถานคุ้มครองคนไร้บ้านเขตดุสิต	9. ศูนย์คุ้มครองคนไร้บ้านเขต กทม.
3. สถานคุ้มครองคนไร้บ้านเขตดุสิต	10. ศูนย์คนไร้บ้าน สุวิทย์ วัฒนา (บางกอกน้อย)
4. ศูนย์คุ้มครองคนไร้บ้านเขตดุสิต	11. ศูนย์คนไร้บ้านเขตดุสิต
5. ศูนย์คุ้มครองคนไร้บ้านเขตดุสิต	12. บ้านมิตรไมตรี
6. ศูนย์คุ้มครองคนไร้บ้านเขตดุสิต	13. บ้านอัมรินทร์
7. ศูนย์คุ้มครองคนไร้บ้านเขตดุสิต	

BUSINESS MODEL (full Version)



Brand Positioning



MARKETING STRATEGY (Future Plan)

Phase I

AWARENESS

KPI:

Reach FB
Page View
ยอดซื้อเสื้อ
การพูดถึงในเชิงบวก

objective: เพื่อเปลี่ยน perception ความเชื่อของคนในสังคมให้หันมายอมรับและให้โอกาส homeless มากขึ้น

How: รณรงค์ผ่าน campaign จากการขายเสื้อผ่าน story ของ homeless หากคุณอยากให้โอกาสสามารถเข้ามาในเว็บเพื่ออุดหนุน Merchandise ได้
>> รายได้หลังหักค่าใช้จ่ายจะนำไปพัฒนาทักษะวิชาชีพให้แก่ homeless

เก็บ stat พฤติกรรมการงานของ homeless คนนั้นเพื่อเอาไปนำเสนอ

Result: มีเงินก้อนแรกเข้าบริษัท เพื่อนำไปพัฒนาโปรแกรม และการดำเนินงานต่อไปในอนาคต

ได้ภาพลักษณ์ที่ดีแก่ homeless คนหันมาเปิดใจกันมากขึ้น

Phase II

1st HIRER

KPI:

ยอดใช้งานบนเว็บ __ คน

objective: เพื่อหาตลาดแรก (early adopter)

How: ใส่ 1st mover incentive เช่น % discount, free trial 15 days, subsidy เงินจากการขายเสื้อ, Insurance, media asset เพิ่ม visibility พื้นที่ PR ให้แก่บริษัทที่เข้ามาในตลาดแรก

Result: มี revenue stream ก้อนหลัก เข้าบริษัท homeless ใน platform

เริ่มทดสอบตลาด พัฒนาปรับปรุง การบริการและคัดกรองคนที่ไม่ผ่านเกณฑ์ออก

Phase III

RETENTION & REFERRAL

objective: เพื่อสร้าง engagement ร่วมกับ brand และ early adopter ให้กลับมาใช้บริการของบริษัทซ้ำและ maintain revenue stream

How: การบอกต่อจาก early adopter หลังจากติดตลาด จะเริ่มเปิด advotorial เพื่อ feed content เข้าเว็บ และการรีวิว
สิ่งที่แบรนด์จะได้คือ Brand Image ว่าเป็นบริษัทที่ร่วมทำ CSR กับกลุ่ม Homeless

Result: มี revenue stream ก้อนหลัก เข้าบริษัท homeless ใน platform

Phase IV

SCALE UP!

objective: เพื่อสร้าง engagement ร่วมกับ

How:

1. ขยายฐานอาชีพที่ homeless คนเดิม หรือ คนไม่สามารถทำได้
2. ขยายไปในจังหวัดที่มี cap เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น
3. ขยายไปสู่ผู้ตกโอกาสคนอื่นๆ

Result: มี revenue stream ก้อนหลัก เข้าบริษัท homeless ใน platform เริ่ม

เริ่มทดสอบตลาด พัฒนาปรับปรุง การบริการและคัดกรองคนที่ไม่ผ่านเกณฑ์ออก

Homeless ที่ผ่าน Pro แล้วจะได้
อัปเกรดตัวเอง โดยสามารถเรียนจาก
partner ของเรา
เช่น พนักงานล้างจาน > ผู้ช่วยก๊ัก > ก๊ัก

REVENUE MODEL

T-Shirt	Comission Fee				Advrtorial
	Project Based (Daily)	Office Based (Monthly)	Long term contract (Yearly)		
	Yearly	Monthly	Weekly	Daily	Project
Nominal salary / Yr	325	325	325	325	
Busines Day	253	20	5	1	
Ordinary Case	82,225	6,500	1,625	325	
Our Package / head	217.75	243.75	260	276.25	
Total	55,091	4,875	1,300	276	Depend on projects
Save	27,134	1,625	325	49	-
% Disount	33.00%	25.00%	20.00%	15.00%	-

*ค่าแรงขั้นต่ำ: 325

Partner:

รัฐ - สถาบันวิจัยสังคม จุฬาฯ, เครือข่ายคนไร้บ้านเชียงใหม่, มูลนิธิพัฒนาที่อยู่อาศัย, สสส. และ
ภาคีเครือข่ายภาครัฐและภาคประชาสังคม, กรมแรงงาน

เอกชน -