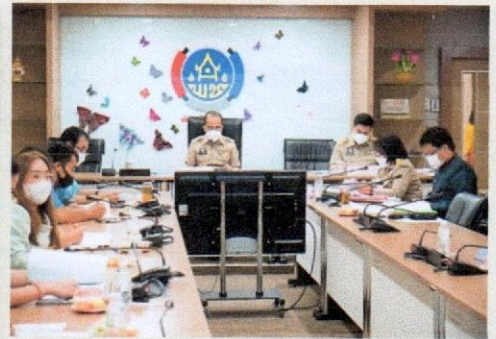
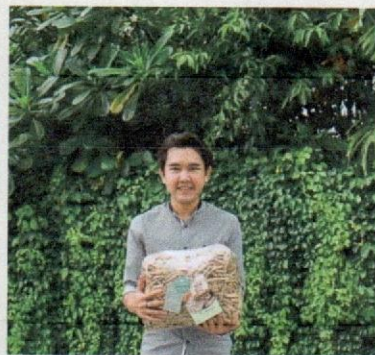
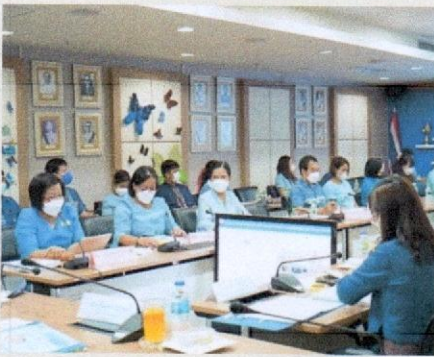


จุลสาร

กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

จุลสารที่ส่งเสริม - สร้าง - สนับสนุนสตรี



5 เทคนิคการขาย
เอาชนะใจลูกค้า

หน้า 11 - 13

ผักสามทาว 'ตบชวา'
แบรนด์ผลิตภัณฑ์กันกระแทก
จากผักตบชวา
วิชาชีพที่ต้องใช้งบประมาณรัฐ
กว่า 700 ล้านบาทต่อปีในการ
จัดการ

หน้า 14 - 16

Munie Eco Lifestyle
แบรนด์สิ่งทอ
จากเส้นใยจากผักตบชวา
ที่ล้มแล้วลูกไม่หยุดพัฒนา
เพื่อสร้างความยั่งยืน
ให้สังคมและโลกใบนี้

หน้า 17 - 23



วิสัยทัศน์กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

“เป็นแหล่งทุนในการพัฒนาสตรี
เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากเข้มแข็ง
และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น”



EDITOR'S TALK

บก. ขอคุย

สวัสดีค่ะ ผู้อ่านทุกท่าน

“จุลสารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี” ก้าวเข้าสู่ปีที่ 6 ภายใต้การกำกับดูแลของกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย และการดำเนินงานขับเคลื่อนกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ยังคงมุ่งเน้น การดำเนินงานให้สตรี เข้าถึงประโยชน์ ของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีมากที่สุด ในการสร้างงาน สร้างรายได้ ส่งเสริม และพัฒนาศักยภาพบทบาทสตรี ให้มี ความเข้มแข็ง และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เป็นกองทุนของสตรีเพื่อสตรี ที่เป็นแหล่งทุนให้สตรีได้เข้าถึงเงินทุนในการสร้างงานสร้างรายได้ พร้อมทั้งเพื่อส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาให้สตรีมีศักยภาพ

นางพัชรินทร์ พาน้ำมา
บรรณาธิการ



CONTENTS

สารบัญ

การประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี	3 - 7
การประชุมชี้แจง เร่งรัด กำกับ ติดตาม การดำเนินงาน กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 5/2565	8 - 9
การติดตามประเมินผล และคัดเลือกหน่วยงานพัฒนาชุมชนใสสะอาด	8
เงินทุนหมุนเวียน กลุ่มเลี้ยงแพะเนื้อ อ.ร่อนพิบูลย์ จ.นครศรีธรรมราช	9 - 10
เงินอุดหนุน 5 เทคนิคการขายเอาชนะใจลูกค้า	11 - 13
เมื่อปัญหา...สร้างโอกาส ผักสามดาว 'ตบชวา' แปรพันธุ์ผลิตภัณท์กันกระแทกจากผักตบชวา วิชาชีพที่ต้องใช้งบประมาณรัฐกว่า 700 ล้านบาทต่อปีในการจัดการ	14 - 16
ผ้าไทยใสให้สนุก Munie Eco Lifestyle แปรพันธุ์สิ่งทอจากเส้นใยจากผักตบชวาที่ลัมแล้วลูก ไม่หยุดพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืน ให้สังคมและโลกใบนี้	17 - 23
กฎหมายน่ารู้ สิทธินำคดีอาญามาฟ้องระงับของความผิดอันยอมความได้	24

บรรณาธิการที่ปรึกษา : นางนวลจันทร์ ศรีมงคล

บรรณาธิการ : นางพัชรินทร์ พานำมา

ผู้ช่วยบรรณาธิการ : นางสาววิรินทร์ สัมฤทธิ์กิจเจริญ

ออกแบบรูปเล่ม : นางสาววันวิสา กาญจนะสมบัติ

กองบรรณาธิการ : นางสาวปวีณา ทำสว่าง

พิสูจน์ตัวอักษร : นางสาวปวีณา ปัญญามงคล

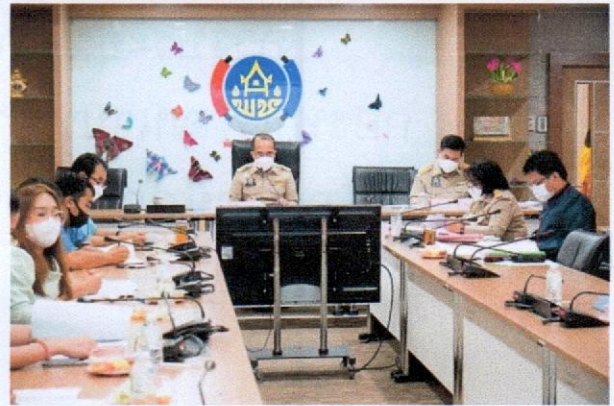
จุลสารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา
5 ธันวาคม 2550
อาคารรัฐประศาสนภักดี ชั้น 3
ถนนแจ้งวัฒนะ เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
กลุ่มพัฒนาศักยภาพกองทุน งานเครือข่ายสัมพันธ์
รายละเอียดเพิ่มเติม 02-1413093

การประชุมคณะกรรมการบริหาร กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 8/2565 ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ระบบ ZOOM CLOUD MEETINGS)



วันที่ 25 สิงหาคม 2565 เวลา 13.30 น. นายสมคิด จันทมฤก อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน เป็นประธานในการประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 7/2565 ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ระบบ ZOOM CLOUD MEETINGS) เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบัน มีการระบาดของโรค COVID-19 เพื่อความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้เข้าร่วมการประชุม ลดความเสี่ยงของการแพร่ระบาดของโรคในการประชุมครั้งนี้ มี นายวิฑูรย์ นวลนุกูล รองอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน กำกับดูแลสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี พร้อมด้วย กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ เข้าร่วมประชุมได้แก่ ผู้แทนจากกระทรวงการคลัง (นางมัลลิกา อัทธาศกิจ), ผู้แทนจากสำนักงานงบประมาณ (นางสาวรัชดาภรณ์ วัฒนา), กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารงานกองทุนชุมชน (นางสุนีย์ บุตรเนียร), กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารจัดการธุรกิจและองค์กร (นางสลักจฤดี ตียะไพรัช), กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการพัฒนาสตรีและองค์กรสตรี (นางพรทิพย์ ตั้งเกียรติ) และนางสาวสุวรรณ รอดเรือง ผู้อำนวยการกลุ่มอำนวยการ รักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ในฐานะกรรมการและเลขานุการคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ซึ่งมีวาระการประชุมฯ ที่สำคัญ ดังนี้

- ◆ รับรองรายงานการประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 7/2565
- ◆ การติดตามมติที่ประชุมครั้งที่ 7/2565 วันพุธที่ 27 กรกฎาคม 2565
- ◆ รายงานการบริหารจัดการหนี้ของกองทุนฯ ข้อมูล ณ วันที่ 10 สิงหาคม 2565 กองทุนฯ ได้ปล่อยกู้ให้กับสมาชิก จำนวน 16,385,357,439.69 บาท ได้รับการชำระเงินต้น จำนวน 11,597,122,396.81 บาท ยอดหนี้คงเหลือ จำนวน 4,788,235,042.88 บาท เป็นหนี้ยังไม่ถึงกำหนดชำระ จำนวน 3,727,312,358.78 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.85 ของลูกหนี้คงเหลือ และหนี้เกินกำหนดชำระ จำนวน 968,813,442.93 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.23 ของลูกหนี้คงเหลือ



◆ รายงานผลการเบิกจ่ายตามแผนการดำเนินงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณกองทุนฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ข้อมูล ณ วันที่ 12 กรกฎาคม 2565 ภาพรวมส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ได้รับจัดสรรงบประมาณเป็นเงิน 1,044,495,500 บาท มีผลการเบิกจ่าย 845,886,525.46 บาท คิดเป็นร้อยละ 80.99

◆ รายงานผลการดำเนินงานการประเมินผลการดำเนินงานทุนหมุนเวียน ประจำปีบัญชี 2565

◆ รายงานผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดที่ 5.1 บทบาทคณะกรรมการบริหารเงินลงทุนหมุนเวียน เรื่อง สรุปผลการดำเนินงานกองทุนฯ ประจำปี 2565 สิ้นไตรมาส 3

◆ รายงานผลตามประกาศคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยผิณฑักกองทุนฯ พ.ศ. 2563 (ฉบับที่ 4) รวมทั้งสิ้น 2,932 โครงการ เป็นจำนวนเงิน 271,285,383 บาท โดยได้รับการปรับโครงสร้างหนี้แล้ว จำนวน 2,609 โครงการ เป็นเงิน 233,258,537 บาท ยกเลิกการเข้าร่วมมาตรการ จำนวน 46 โครงการ เป็นเงิน 4,033,893.05 บาท ปิดโครงการ จำนวน 24 โครงการ เป็นเงิน 434,327.98 บาท โครงการที่ผิณฑักชำระหนี้หลังได้รับการอนุมัติ จำนวน 1,093 โครงการ เป็นเงิน 111,976,773.39 บาท ได้รับชำระคืนเป็นรายงวดแล้วทั้งสิ้น จำนวน 1,516 โครงการ เป็นเงิน 22,246,398.31 บาท

◆ รายงานการบริหารจัดการหนี้ของกองทุนฯ ข้อมูล ณ วันที่ 10 สิงหาคม 2565 กองทุนฯ ได้ปล่อยกู้ให้กับสมาชิก จำนวน 16,385,357,439.69 บาท ได้รับการชำระเงินต้น จำนวน 11,597,122,396.81 บาท ยอดหนี้คงเหลือ จำนวน 4,788,235,042.88 บาท เป็นหนี้ยังไม่ถึงกำหนดชำระ จำนวน 3,727,312,358.78 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.85 ของลูกหนี้คงเหลือ และหนี้เกินกำหนดชำระ จำนวน 968,813,442.93 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.23 ของลูกหนี้คงเหลือ

◆ รายงานผลการเบิกจ่ายตามแผนการดำเนินงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณกองทุนฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ข้อมูล ณ วันที่ 12 กรกฎาคม 2565 ภาพรวมส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ได้รับจัดสรรงบประมาณเป็นเงิน 1,044,495,500 บาท มีผลการเบิกจ่าย 845,886,525.46 บาท คิดเป็นร้อยละ 80.99

◆ รายงานผลการดำเนินงานการประเมินผลการดำเนินงานทุนหมุนเวียน ประจำปีบัญชี 2565



◆ รายงานผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดที่ 5.1 บทบาทคณะกรรมการบริหารเงินทุนหมุนเวียน เรื่อง สรุปผลการดำเนินงานกองทุนฯ ประจำปี 2565 สิ้นไตรมาส 3 จำนวน 1,516 โครงการ เป็นเงิน 22,246,398.31 บาท

◆ ประกาศคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เรื่อง มาตรการยกเลิกสัญญา คำประกันเงินกู้รายบุคคล และการปลดหนี้รายบุคคลของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

◆ การพิจารณาการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยผิดนัดกองทุนฯ ครั้งที่ 14 ตามประกาศคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยผิดนัดกองทุนฯ พ.ศ. 2563 (ฉบับที่ 4) จำนวน 57 โครงการ เป็นเงิน 5,346,057.70 บาท

◆ การขอใช้งบประมาณเหลือจ่ายจากแผนการดำเนินงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณกองทุนฯ ประจำปี พ.ศ. 2565 (งบลงทุน)

◆ ร่างแผนปฏิบัติการดิจิทัล (ระยะยาว) พ.ศ.2566 – 2568 กองทุนฯ และร่างแผนปฏิบัติการดิจิทัล ประจำปี 2566

◆ ร่างแผนยุทธศาสตร์การบริหารทรัพยากรบุคคล กองทุนฯ (ระยะเวลา 5 ปี) ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 - 2570 และร่างแผนปฏิบัติการบริหารทรัพยากรบุคคลกองทุนฯ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

ประชุมชี้แจง เร่งรัด กำกับ ติดตาม การดำเนินงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 5/2565 ผ่านระบบ (VIDEO CONFERENCE)



เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2565 เวลา 13.30 น. นายสมคิด จันทมฤก อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน มอบหมายให้ นางนวลจันทร์ ศรีมงคล ผู้ตรวจราชการกรมการพัฒนาชุมชน ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เป็นประธานในการประชุมเร่งรัด กำกับ ติดตาม การดำเนินงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 5/2565 ผ่านระบบวีดิทัศน์ทางไกล (video conference) ไปยังสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และทีวี พช. โดยมีวาระการประชุมและเรื่องแจ้งให้ทราบ ดังนี้

1. การเบิกจ่ายงบประมาณกองทุนฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 งบประมาณ จำนวน 1044,495,500 บาท ข้อมูล ณ วันที่ 15 สิงหาคม 2565 ส่วนกลาง+กทม.+ภูมิภาค (76 จังหวัด) รายละเอียด ดังนี้

1.1 งบบริหาร งบประมาณจำนวน 301,495,500 บาท ผลเบิกจ่าย 194,912,021.66 บาท คิดเป็น 64.65 %

1.2 งบเงินอุดหนุน งบประมาณจำนวน 143,000,000 บาท ผลเบิกจ่าย 127,290,711 บาท คิดเป็น 89.01 %

1.3 งบเงินทุนหมุนเวียน งบประมาณจำนวน 600,000,000 บาท ผลเบิกจ่าย 553,343,025 บาท คิดเป็น 92.22 %

2. แนวทางการเบิกจ่ายงบประมาณกองทุนฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565



3. การบริหารจัดการหนี้กองทุนฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ข้อมูล ณ วันที่ 25 สิงหาคม 2565
 - ยอดลูกหนี้คงเหลือ 4,740,190,903.63 บาท
 - หนี้ยังไม่ถึงกำหนดชำระ 3,660,505,289.31 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.22 ของหนี้คงเหลือ
 - หนี้เกินกำหนดชำระ 986,659,800.73 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.81 ของหนี้คงเหลือ
 - ดำเนินคดี 93,025,813.59 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.96 ของหนี้คงเหลือ
 4. ประกาศคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยผิดนัดกองทุนฯ พ.ศ. 2563 (ฉบับที่ 4)
 5. การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการระยะยาว (พ.ศ.2563 – 2565) กองทุนฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565
 6. สรุปประเด็นคำถามจากการตรวจพบ สดง. ณ วันที่ 30 กันยายน 2564
 7. การยืนยันยอดเงินคงเหลือในบัญชีเงินฝากธนาคารของกองทุนฯ ณ วันที่ 30 กันยายน 2564
 8. ลูกหนี้เงินยืมราชการ ณ วันที่ 26 สิงหาคม 2565
 9. การเตรียมความพร้อมการจัดทำรายงานการเงินของกองทุนฯ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565
 10. โครงการเชิดชูเกียรติ คนกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
 11. ผลการตรวจราชการของผู้ตรวจราชการกรมการพัฒนาชุมชน ประจำเดือนกรกฎาคม 2565
- โดยนางนวลจันทร์ ศรีมงคล ผู้ตรวจราชการกรมการพัฒนาชุมชน ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ได้มีประเด็นเน้นย้ำ ให้จังหวัดและอำเภอ ได้ติดตามเร่งรัดการบริหารจัดการหนี้ตามแนวทาง 3 ต. อย่างต่อเนื่อง และดำเนินการบริหารจัดการเบิกจ่ายงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณประเภทเงินอุดหนุนและเงินทุนหมุนเวียนให้แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด
- ในการประชุมครั้งนี้มี นางสาวสุวรรณา รอดเรือง ผู้อำนวยการกลุ่มอำนวยการ, นายวีระพล ปักคำไทย ผู้อำนวยการกลุ่มนโยบายและยุทธศาสตร์ และข้าราชการที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการประชุม ณ ห้อง warroom ชั้น 5 กรมการพัฒนาชุมชน

การติดตาม ประเมินผล และคัดเลือกหน่วยงาน “พัฒนาชุมชนใสสะอาดดีเด่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565”



วันที่ 31 สิงหาคม 2565 เวลา 10.00 น. นางนวลจันทร์ ศรีมงคล ผู้ตรวจราชการกรม ปฏิบัติหน้าที่ ผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี พร้อมด้วยข้าราชการ พนักงาน และลูกจ้าง สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เข้าร่วมรับการติดตาม ประเมินผล และคัดเลือกหน่วยงานพัฒนาชุมชนใสสะอาดดีเด่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ของหน่วยงานในสังกัดส่วนกลาง จากคณะกรรมการติดตาม ประเมินผลเพื่อคัดเลือกหน่วยงานพัฒนาชุมชนใสสะอาดสังกัดส่วนกลาง เพื่อเป็นมาตรฐานในการส่งเสริมให้หน่วยงานในสังกัดมีการบริหารราชการ ด้วยความโปร่งใส ตลอดจนเป็นการส่งเสริมให้ข้าราชการ ปฏิบัติหน้าที่ราชการด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ปราศจากการกระทำผิดวินัย ณ ห้องประชุม 5001 ชั้น 5 กรมการพัฒนาชุมชน

เงินทุนหมุนเวียน

ดอกเบ็ญร้อยละ 0.10 ต่อปี สร้างงาน สร้างรายได้

กลุ่มเลี้ยงแพะเนื้อ

หมู่ที่ 6 ต.ควนพัง อ.ร่อนพิบูลย์ จ.นครศรีธรรมราช

จำนวนสมาชิกกลุ่ม : 5 คน

เงินทุนของกลุ่ม : 30,000 บาท

ได้รับเงินสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี : จำนวน 200,000 บาท

รายได้เฉลี่ยของกลุ่ม : 264,600 บาท/ปี

ระยะเวลาการส่งใช้เงินคืน : จำนวน 2 ปี ปีละ 24 ครั้ง

ที่มา/เหตุผลในการขอรับการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน

กลุ่มเลี้ยงแพะเนื้อ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2562 โดยสมาชิกกลุ่มมีอาชีพหลักเป็นเกษตรกรทำสวน แต่เนื่องจากที่ผ่านมา ผลผลิตทางการเกษตร มีราคาตกต่ำ จึงได้มีการรวมตัวกันของสมาชิกในกลุ่ม เพื่อเลี้ยงแพะเนื้อเสริมสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน เนื่องจากแพะเป็นสัตว์ที่เลี้ยงง่าย และใช้เวลาสั้นกว่าการเลี้ยงวัว ส่งผลให้คืนทุนได้เร็ว นอกจากนี้ยังช่วยลดต้นทุนในการกำจัดวัชพืชรากในสวนปาล์ม น้ำมัน และสวนยางพารา ก่อนขอรับการสนับสนุนเงินกองทุนฯ กลุ่มเลี้ยงแพะเนื้อมีพ่อพันธุ์แพะเนื้อ จำนวน 5 ตัว แม่พันธุ์ จำนวน 50 ตัว ทางกลุ่มมีความประสงค์จะขยายกิจการ เพื่อให้ผลผลิตเพียงพอกับความต้องการของตลาด โดยเฉพาะตลาดในประเทศมาเลเซีย จึงได้เขียนโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนเงินกองทุนฯ เพื่อนำมาต่อยอดกิจการเลี้ยงเนื้อต่อไป

การบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียนที่ได้รับจากกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

ทางกลุ่มนำเงินที่ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนฯ ดำเนินการจัดซื้อพ่อพันธุ์แพะเนื้อ จำนวน 5 ตัว แม่พันธุ์แพะเนื้อจำนวน 30 ตัว และอาหารแพะสำเร็จรูป จำนวน 75 กระสอบ โดยปัจจุบันมีการขยายพันธุ์แพะเพิ่ม มีพ่อพันธุ์เนื้อ จำนวน 12 ตัว และแม่พันธุ์แพะเนื้อ จำนวน 120 ตัว



ผลสำเร็จที่ได้รับ

เชิงปริมาณ : สามารถขยายพันธุ์แพะเพิ่มปีละ 300 ตัวต่อปี (ซึ่งในจำนวน 300 ตัวนี้ เป็นแพะขุน และเป็นพ่อพันธุ์แม่พันธุ์แพะเพื่อใช้ในการขยายพันธุ์เพิ่มต่อไป)

เชิงคุณภาพ :

1. การเลี้ยงแพะเนื้อ สามารถทำเป็นอาชีพเสริม เพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกในกลุ่มได้
2. สมาชิกในกลุ่มมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ไม่ต้องกู้ยืมเงินนอกระบบ
3. กลุ่มมีแพะขุนที่มีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาด
4. กลุ่มมีพ่อพันธุ์แม่พันธุ์แพะที่มีคุณภาพ สามารถขยายพันธุ์แพะได้เพิ่มขึ้น

ปัญหา/อุปสรรค

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่อกิจการของกลุ่ม ทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอที่จะชำระหนี้ตามระยะเวลาที่กำหนด มีการปิดด่านชายแดนไทย - มาเลเซีย จึงไม่สามารถ ส่งแพะไปจำหน่ายได้ และส่งผลให้เกิดค่าใช้จ่ายรวมถึงต้นทุน ในการซื้ออาหารแพะและเวชภัณฑ์สัตว์เพิ่มขึ้น

แนวทางแก้ไข

1. กลุ่มดำเนินการยื่นเรื่องพักชำระหนี้ของกองทุนฯ
2. ลดค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารแพะสำเร็จรูป โดยการใช้วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชน เช่น ต้นข้าวโพดหลังการเก็บเกี่ยว ฟักทอง ต้นกล้วย เพื่อช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

แนวทางการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพ

ประชาสัมพันธ์ผ่าน facebook

การต่อยอดหรือการพัฒนาของกลุ่มอาชีพ

การนำมูลแพะ ผลิตเป็นปุ๋ยชีวภาพ เป็นการลดต้นทุนในการใช้ปุ๋ยเคมี และจำหน่ายให้ผู้ที่สนใจ เป็นการเพิ่มรายได้อีกช่องทางหนึ่ง

การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง

กลุ่มมีการร่วมกิจกรรมจิตอาสาพัฒนาหมู่บ้าน บริจาคเครื่องอุปโภค บริโภคให้กับเด็ก คนพิการ และคนชรา



เงินอุดหนุน

ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพสตรี

"5 เทคนิคการขายเอาชนะใจลูกค้า"

ปัจจุบันการแข่งขันกันขายสินค้าเกิดขึ้นสูงในทุกธุรกิจ แต่ใครจะขายได้หรือไม่ได้นั้นก็ขึ้นอยู่กับว่า คนนั้นมีทักษะ และเทคนิคในการขายสินค้ามากน้อยเพียงใด สิ่งที่จะทำให้เราเอาชนะคู่แข่งได้นั้นก็คือ เทคนิคในการขายของให้ชนะใจลูกค้า และจงใจลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าร้านเรา หากพลาดไปนิดเดียวก็อาจหมดโอกาสในการปิดการขายไปเลยก็ได้

1. ไม่ขัดแย้งสินค้าหรือสร้างความรู้สึกกดดัน

การขายสินค้าแบบ Hard Sales มากเกินไป อาจทำให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนถูกบังคับ ลูกค้าอาจปฏิเสธการซื้อสินค้าทันที และไม่กลับมาซื้อสินค้าอีก ที่แย่ไปกว่านั้นคืออาจจะนำไปบอกคนอื่นต่อว่าอย่ามาซื้อร้านนี้ เราควรให้ลูกค้าได้เลือกดูสินค้าตามสบาย เราคอยดูและให้คำแนะนำอยู่ห่าง ๆ ไม่จ้องมองหรือเข้าไปยืนใกล้ลูกค้ามากเกินไปจนลูกค้ารู้สึกอึดอัด



2. รู้จักลูกค้าของเรา

ก่อนที่จะขายสินค้า เราต้องรู้ว่าใครคือกลุ่มเป้าหมายของสินค้าเรา สินค้าเราเหมาะกับคนกลุ่มไหน เช่น วัยเรียน วัยรุ่น วัยทำงาน หรือเหมาะกับครอบครัว การที่รู้จักกลุ่มเป้าหมายจะทำให้โฟกัสไปที่คนกลุ่มนั้นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ทำให้สามารถเลือกทำคอนเทนต์หรือคำพูดได้ตรงกลุ่ม รวมไปถึงการทำโปรโมชั่นให้เหมาะสม และสอดคล้องกับพฤติกรรมของคนกลุ่มนั้น ๆ ได้อีกด้วย



3. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

เริ่มตั้งแต่การทักทายลูกค้าอย่างเป็นธรรมชาติ ยิ้มแย้มแจ่มใส ระหว่างที่ลูกค้าเลือกสินค้า หากลูกค้ามีคำถามหรือข้อสงสัย ก็ให้คำแนะนำอย่างตรงไปตรงมา ให้เห็นถึงความจริงใจ ทำให้รู้สึกที่เราใส่ใจ เต็มใจให้บริการ ไม่หงุดหงิดหรือแสดงความไม่พอใจ เพราะถึงลูกค้ายังไม่ซื้อวันนี้ แต่ถ้าเขารู้สึกดีกับร้านเราในอนาคตก็มีโอกาสที่จะกลับมาซื้อ ในกรณีที่ลูกค้าซื้อสินค้า อาจมีของแถมเล็ก ๆ น้อย ๆ ให้เป็นการแสดงน้ำใจตอบ



4. กระตุ้นการตัดสินใจของลูกค้า

ตรงข้ามกับการ Hard Sales หากเราปล่อยให้ลูกค้าเลือกสินค้า โดยไม่มีการกระตุ้นการตัดสินใจลูกค้าก็อาจจะเดินออกจากร้านไปได้เหมือนกัน เราควรกระตุ้นการตัดสินใจของลูกค้าโดยการเลือกใช้คำพูดที่เหมาะสม เป็นคำพูดที่เปิดโอกาสในการขายของเรา และไม่บังคับลูกค้าให้ซื้อจนเกินไป เช่น วันนี้จะรับขึ้นไหนดีคะ ดีกว่าจะรับหรือไม่รับคะ หรือกระตุ้นด้วยโปรโมชั่น เช่น ซื้อตอนนี้รับของแถมฟรี หรือซื้อวันนี้ลดไปเลย 20%



5. บริการหลังการขาย

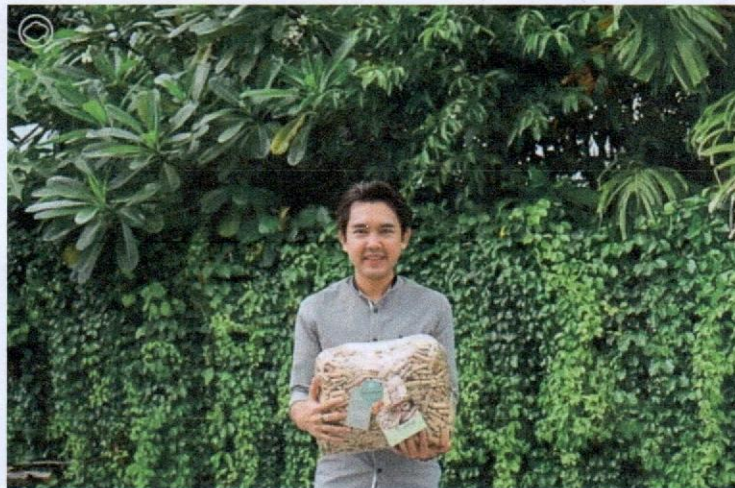
สังเกตไหมว่าร้านที่บอกว่ามีบริการหลังการขายสามารถช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น หากลูกค้านำสินค้าไปใช้แล้วเกิดข้อสงสัยว่าใช้งานอย่างไร ควรช่วยเหลือ ตอบคำถามคลายข้อสงสัยของลูกค้าจนลูกค้าสามารถใช้สินค้านั้นได้ หรือหากสินค้าบางประเภทเกิดชำรุดโดยไม่ใช่ความผิดของลูกค้าก็ควรมีนโยบายเปลี่ยนให้ ภายใน 3 - 7 วัน เทคนิคการขายเหล่านี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ตามความเหมาะสม ให้เข้ากับแต่ละธุรกิจเพื่อช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในการขายในอนาคตได้ไม่มากนักน้อย



เมื่อปัญหา...สร้างโอกาส

ผักสามดาว ‘ตบชวา’ แบรินด์ผลิตภัณฑ์กันกระแทกจากผักตบชวา
วิชาชีพที่ต้องใช้งบประมาณรัฐกว่า 700 ล้านบาทต่อปีในการจัดการ

เรื่อง ปณิตา พิษิตเหตุภัยภาพ ณีฎฐาจิตรรา ชินารมย์รัตน์



ชาวโคราชเรียก ผักปง, ชาวอ่างทองเรียก ผักปอด, ชาวสุพรรณเรียก ผักป่อง หรือ ‘ตบชวา’ ผักหลากชื่อ หลายถิ่นที่ จากการกระจายตัวอยู่ทั่วทั้งประเทศไทย อันเป็นสาเหตุแห่งน้ำท่วมและน้ำเสีย ที่รัฐบาลไทยต้องใช้งบประมาณกำจัดกว่า 700 ล้านบาทต่อปี วันนี้คอลัมน์ The Entrepreneur มีนัดพบกับ เจ-วศการ ทักษาศาสตร์ กัปตันหนุ่มเจ้าของแบรนด์ตบชวา ผลิตภัณฑ์กันกระแทกจากวัสดุธรรมชาติ

ก่อนจะเป็น ‘ตบชวา’ ก่อนแบรนด์นี้จะถือกำเนิด เจจบการศึกษาจากโรงเรียนนายเรืออากาศฯ แล้วมุ่งสู่สายอาชีพนักบินของสายการบินไทย ด้วยความที่โหมงานหนักมาโดยตลอด จนล้มป่วยจากอาการหูข้างในอักเสบ แต่ในขณะนั้นยังไม่มีความรู้เรื่องการทำประกันชีวิต จึงต้องเสียค่ารักษาพยาบาลเป็นจำนวนมาก จุดประกาย ให้เข้าใจว่าการประกอบอาชีพเพียงอย่างเดียวมันไม่มั่นคงเพียงพอ จึงเริ่มหาอาชีพเสริมเรื่อยมา เขาเริ่มจากการขายของออนไลน์ ทั้งนาฬิกาและสินค้าจากต่างประเทศ เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลี

หลังอยู่ในแวดวงขายของออนไลน์ได้สักพัก สินค้าที่นำเข้ามาเพื่อขายต่อมักมาพร้อมกับวัสดุกันกระแทกที่เป็นตัวหนอน โฟม บับเบิ้ล แต่วัสดุจากพลาสติกเหล่านี้เมื่อใช้แล้วกลับไม่ถูกนำมาใช้ซ้ำ เหลือทิ้งเป็นขยะเกลื่อนห้อง ประกอบกับในช่วงปี 2018 มีข่าวเรื่องฝนตกน้ำท่วม สาเหตุหนึ่งเกิดมาจากผักตบชวา ใน 6 จังหวัดของประเทศไทยที่มีจำนวนมหาศาล

เมื่อ 2 เรื่องราวมาประกอบกัน เจจึงค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมว่า ผักตบชวาในไทยนั้นสร้างมูลค่าได้มากมาย อย่างงานสาน งานถักทอที่บ้านแต่ละชุมชนทำเป็นแก้ว หมวก งาน หรือกระเป๋า แสดงถึงคุณสมบัติของตัวตบชวาที่เป็นปล้อง เหนียว และมีเส้นใยด้านใน ใช้เข็มซั๊ดได้ เกิดเป็นความคิดที่จะนำมาทำเป็นวัสดุกันกระแทก

ตบขวาต้นแรก ผักตบขวาเป็นพืชต่างถิ่นที่แพร่กระจายรวดเร็วในแม่น้ำลำคลอง ในระยะเวลาเพียง 1 เดือนผักตบขวา 1 ต้นอาจขยายพันธุ์ได้มากถึง 1,000 ต้น อีกทั้งยังเป็นพืชที่ทนทาน ขนาดว่าหากคลองนั้นเหือดแห้งจนต้นตาย เมล็ดของมันกลับมีชีวิตต่อได้อีกถึง 15 ปี

พืชทรหดชนิดนี้เป็นหนึ่งในปัญหาที่ก่อให้เกิดน้ำเน่าเสียและน้ำท่วมขังในหลายจังหวัด จนกรมเจ้าท่า กรมโยธาธิการและผังเมือง กรมชลประทาน กรุงเทพมหานคร และกรมทรัพยากรน้ำ ต้องใช้งบประมาณเกือบ 1,000 ล้านบาทต่อปีในการกำจัด

เปรียบเทียบกับวัสดุกันกระแทกอื่น ๆ อย่างป๊อปคอร์นหรือกาบกล้วย ที่ใช้ทดแทนวัสดุกันกระแทกพลาสติก ตบขวานั้นเป็น ‘ขยะ’ อย่างแท้จริง จนอาจเรียกได้ว่า ธุรกิจนี้คือการ ‘เปลี่ยนขยะให้เป็นประโยชน์’

“ตอนนั้นข่าวบอกว่า รัฐใช้งบกำจัดตบขวาในแม่น้ำลำคลองถึง 700 กว่าล้านบาท มหาศาลมาก แต่ถ้าไปเทียบกับอย่างอื่น เช่น พวกป๊อปคอร์น กาบกล้วย มันไม่ใช่ของที่ใช้ต่อได้ อย่างป๊อปคอร์นกินได้ก็จริง แต่ถ้าไม่กินคือเน่าเสีย หรือจริง ๆ การใช้ป๊อปคอร์นก็คือการเอาข้าวโพดที่มีมูลค่ามาทำกาบกล้วยก็เอาไปทำอย่างอื่นได้อีกเยอะแยะเลย แต่ตบขวาคือขยะจริง ๆ นอกจากทิ้งก็ทำอะไรกับมันไม่ได้”

เป้าหมายแรกของการก่อตั้งแบรนด์ เจคาคัดหวังให้ตบขวากลายเป็นวัสดุทดแทนเม็ดโฟมและตัวนอนต่าง ๆ เพื่อช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมและลดการสร้างขยะพลาสติก นอกจากนั้นยังตั้งใจกระจายรายได้สู่ชุมชนที่อยู่ริมแม่น้ำลำคลองให้พวกเขามีรายได้และเติบโตไปกับแบรนด์ “ผมอยากให้ผักตบขวากลายเป็นวัสดุทดแทนพวกเม็ดโฟมตัวนอนต่าง ๆ แล้วก็ช่วยกระจายรายได้ให้ชุมชน ที่อยู่ริมแม่น้ำลำคลองด้วย เพราะเราจะไม่ทำโรงงานของตัวเอง ไม่จ้างพนักงานของตัวเอง เราอยากให้ชาวบ้านทำให้ แล้วดูมาตรฐานว่าได้ไหม ถ้าไม่ได้ก็ปรับแล้วขายภายใต้แบรนด์เรา”

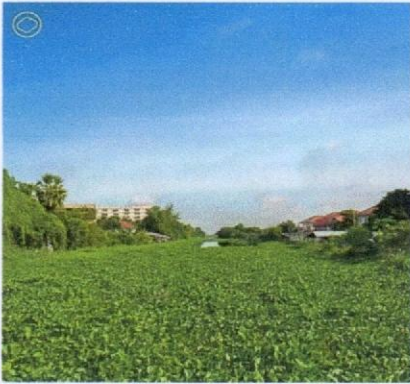


ตบขวาต้นแรก ผักตบขวาเป็นพืชต่างถิ่นที่แพร่กระจายรวดเร็วในแม่น้ำลำคลอง ในระยะเวลาเพียง 1 เดือน ผักตบขวา 1 ต้นอาจขยายพันธุ์ได้มากถึง 1,000 ต้น อีกทั้งยังเป็นพืชที่ทนทาน ขนาดว่าหากคลองนั้นเหือดแห้งจนต้นตาย เมล็ดของมันกลับมีชีวิตต่อได้อีกถึง 15 ปี พืชทรหดชนิดนี้เป็นหนึ่งในปัญหาที่ก่อให้เกิดน้ำเน่าเสียและน้ำท่วมขังในหลายจังหวัด

“ตอนนั้นข่าวบอกว่า รัฐใช้งบกำจัดตบขวาในแม่น้ำลำคลองถึง 700 กว่าล้านบาท มหาศาลมาก แต่ถ้าไปเทียบกับอย่างอื่น เช่น พวกป๊อปคอร์น กาบกล้วย มันไม่ใช่ของที่ใช้ต่อได้ อย่างป๊อปคอร์นกินได้ก็จริง แต่ถ้าไม่กิน คือเน่าเสีย หรือจริง ๆ การใช้ป๊อปคอร์นก็คือการเอาข้าวโพดที่มีมูลค่ามาทำ กาบกล้วย ก็เอาไปทำอย่างอื่นได้อีกเยอะแยะเลย แต่ตบขวาคือขยะจริง ๆ นอกจากทิ้งก็ทำอะไรกับมันไม่ได้”

นำมาสู่เป้าหมายแรกของการก่อตั้งแบรนด์ เจคาคหวังให้ตบชวากลายเป็นวัสดุทดแทนเม็ดโฟมและตัวหนอนต่าง ๆ เพื่อช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมและลดการสร้างขยะพลาสติก นอกจากนั้นยังตั้งใจกระจายรายได้สู่ชุมชนที่อยู่ริมแม่น้ำลำคลองให้พวกเขามีรายได้และเติบโตไปกับแบรนด์

“ผมอยากให้ผักตบชวากลายเป็นวัสดุทดแทนพวกเม็ดโฟม ตัวหนอนต่าง ๆ แล้วก็ช่วยกระจายรายได้ให้ชุมชนที่อยู่ริมแม่น้ำลำคลองด้วย เพราะเราจะไม่ทำโรงงานของตัวเอง ไม่จ้างพนักงานของตัวเอง เราอยากให้ชาวบ้านทำให้ แล้วดูมาตรฐานว่าดีไหม ถ้าไม่ได้ก็ปรับ แล้วขายภายใต้แบรนด์เรา”



ชุมชนตบชวา เส้นทางของการนำตบชวาจากริมคลองมาสู่ขั้นตอนการผลิตนั้นไม่ได้เรียบง่าย เจต้องใช้เวลาในการสร้างความเข้าใจให้ชุมชน

“ช่วงแรก ๆ เราลงพื้นที่ไปหาเขา ถามเขาตรง ๆ ว่าอยากสร้างรายได้ไหม ถ้าอยากให้ลองมาทำอย่างนี้ไหม หรือในชุมชนที่เขาทำกระเป่า ทำจักสานอยู่แล้วก็ช่วยแนะนำ ส่วนหนา ๆ ของตบชวาที่ใช้ทำกระเป่าไม่ได้ เามาใช้ทำกันกระแทกของเราสิ”

แต่นั้นไม่ง่ายเลยอย่างที่เล่า “การติดต่ออยากมาก เพราะคนไม่เข้าใจ คิดว่าขายตรง ด้วยหน้าตาเราไม่น่าเชื่อถือมั้ง” เขาหัวเราะ “จนเราเข้าไปเรื่อย ๆ เขาเริ่มเห็นว่า อ้อนี่เข้ามาบ่อยเว้ย ใช้เวลาอยู่นาน จนมันเกิดรายได้ขึ้นจริง ๆ เขาก็เริ่มยอมรับ” การทำงานร่วมกับชุมชนของเจเติบโตเรื่อยมา สิ่งสำคัญคือการควบคุมมาตรฐาน ในช่วงแรกที่ชุมชนใหม่เริ่มเข้าร่วมกับตบชวานั้น เจส่งทีมจากแบรนด์เข้าไปดูแลอย่างใกล้ชิดในทุกขั้นตอน และหมั่นควบคุมมาตรฐานให้สม่ำเสมอ นอกเหนือไปจากการทำความเข้าใจและดูแลมาตรฐานแล้ว ตบชวายังต้องเผชิญกับการคัดลอกสินค้า เนื่องจากเป็นภูมิปัญญาที่นำมาศึกษาต่อและผลิตเองได้ “ผมก็ไม่ได้ว่าอะไร มันห้ามกันยาก บางทีพอเขาเห็นเราทำแล้วดีก็มีคนเอาไปทำตาม แต่เรื่องคุณภาพและมาตรฐานไม่เหมือนกันอยู่แล้ว บางทีเวลามีลูกค้าส่งมาว่าไม่เห็นกันกระแทกได้จริงเราขอดูแล้วก็ต้องอธิบายว่า อันนี้มันไม่ใช่ของเรานะ ของเราจะหน้าตาแบบนี้ มีสัญลักษณ์แบบนี้”

ตบชวาเติบโตร่วมกับชุมชน จนในปัจจุบันเริ่มมีบางชุมชนรวมกลุ่มติดต่อเข้ามาด้วยตนเอง เพื่อขอศึกษาวิธีทำวัสดุกันกระแทก หรือภาคการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยบูรพา ก็สนใจเรียนรู้สินค้านี้เช่นกัน ปัจจุบันตบชวาทำงานกับชุมชนทั้งจากจังหวัดชัยนาท สุพรรณบุรี ชลบุรี สมุทรสาคร สับเปลี่ยนหมุนเวียนกันเข้ามา รวมทั้ง 2 จังหวัดล่าสุดที่กำลังเรียนรู้และเข้าร่วม คือ ปราชินบุรีและนครปฐม ขณะที่เขตคลองสามวา กรุงเทพฯ ก็กำลังอยู่ในช่วงการติดต่อเช่นกัน



ติดตาม [กว่าจะกันกระแทก](#) ได้ในฉบับหน้า ...

ขอขอบคุณ : www.readthecloud.co/tobchawa

ผ้าไทยใส่ให้สนุก

Munie Eco Lifestyle แบรินด์สิ่งทอ
จากเส้นใยจากผักตบชวา ที่ล้มแล้วลุก ไม่หยุดพัฒนา
เพื่อสร้างความยั่งยืนให้สังคมและโลกใบนี้

เรื่อง ฉัตรชนก ชัยวงศ์ภาพ ปฏิพล รัชตอภา



หลายปีมานี้ ไทยเราหันมาใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้นกว่าทศวรรษไหน ๆ หลายคนหลายคนพยายามนำวัสดุธรรมชาติมาแปรรูปเป็นสิ่งต่าง ๆ เพื่อลดขยะและเพิ่มมูลค่าให้วัสดุที่ดูไร้ค่า หนึ่งในนั้นคือ ‘ผักตบชวา’ วัชพืชเจ้าปัญหา คู่แม่ค้าไทย ที่ในช่วงนี้กลับเป็นพืชมีค่า นำไปอัดไซเคิลให้เป็นสารพันสินค้าส่งขายได้ แต่ก่อนที่ผักตบชวาจะได้รับสปอตไลต์ จากทั้งภาครัฐและประชาชนมากเป็นพิเศษ จนกลายเป็นพืชเงินล้าน เช่นทุกวันนี้ นุก-วิลาสินี ชูรัตน์ ผู้มีความรู้หลากหลายสาขา มีประสบการณ์ด้านการทำธุรกิจการเมนต์กว่า 20 ปี และขบคิดการเพิ่มมูลค่าให้ผักตบชวามานานหลายสิบปี ถือเป็นคนแรก ๆ ที่หยิบผักตบชวามาแปรรูปเป็นเส้นใยเพื่อสร้างสรรค์เป็นแบรนด์สิ่งทอ Munie

‘ความยั่งยืนอยู่ตรงไหน’ ‘อะไรที่เราจะรักและอยู่กับมันไปตลอดชีวิต’
‘สังคมและสิ่งแวดล้อมจะได้อะไรจากสิ่งที่เราทำ’

นี่คือ 3 คำถามที่เธอได้รื้อตรองเมื่อแรกคิดสร้างแบรนด์ จนวันนี้ Munie ไม่ได้เป็นเพียงแบรนด์สิ่งทอจากผักตบชวาเพื่อสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ยังเป็นแบรนด์ที่ใส่ใจสังคม และหมั่นพัฒนานวัตกรรมและสินค้าอยู่เสมอ เพื่อให้ Munie เกิดประโยชน์กับทุกฝ่ายและเป็นชื่อเสียงให้ประเทศไทยได้อย่างแท้จริง

แม้ปัจจุบัน นักธุรกิจหลายคนจะหันมาตีตลาดสิ่งแวดล้อมบ้างแล้ว แต่ Munie ก็ยังอยู่ได้อย่างยั่งยืน ไม่ล้มหายไปไหน เราอยากชวนทุกคนไปลองสักถึงเบื้องหลังผืนผ้าจากใยผักตบชวาของนุก ทั้งเชิงงานฝีมือและการทำธุรกิจ เธอเล่าที่มาของไอเดียนี้ว่า เธอเฝ้าฝันอะไรมาบ้าง แล้วอะไรที่เธอยึดมั่นเสมอจนทำให้ Munie เป็นที่รู้จักในหลายประเทศ จุดแข็งที่มีรอยร้าว นุกเข้าสู่โครงการวิจัยเมื่อ พ.ศ. 2560 โดยเริ่มจากศึกษาโครงสร้างของผักตบชวาก่อนจะนำมาผลิตเป็นเส้นใยในเฟสแรก ซึ่งยังเปราะและขาดง่ายเกินไป แต่เมื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสักพักก็ได้เส้นใยผักตบชวาผสมฝ้ายสีขาวนวลพร้อมแปรรูป

“แรกเริ่มเราใช้ผักตบชวาแก่ที่ยาวหน่อยมาทำความสะอาดแล้วตากแห้ง จากนั้นก็นำมากระเบื้องด้วยไอน้ำเพื่อทำเป็นเส้นใย ก่อนจะนำมาทอกับฝ้ายเพื่อเพิ่มความพลิ้วและนุ่ม จนได้เป็นผ้าผืน 1 เมตรจากลำต้นผักตบชวา 500 ต้นที่มีผิวสัมผัสค่อนข้างสาก เหมือนเวลาเราลูบพื้นผิวของไม้หรือหิน ซึ่งเป็นเสน่ห์ของเส้นใยธรรมชาติที่เราตั้งใจเก็บไว้” เมื่อได้ผ้าสีขาวนวลมาแล้ว นุกก็นำผ้าเหล่านั้นไปตัดเย็บเป็นหมวกใบเก๋ รองเท้าสุคนุ่ม และกระเป๋าสารพัดประโยชน์



“แรกเริ่มมันเหมือนจะไปได้ดี เราได้ออกรายการสัมภาษณ์เยอะมาก แต่ทำอย่างนั้นอยู่ประมาณ 2 ปี เรากลับรู้สึกว่าการตลาดของเราเล็กมากเลย เพราะไม่ว่าจะไปออกบูทที่งานไหน แม้เรื่องราวของเราจะดูน่าสนใจและน่าไว้วางใจ แต่พอเขาถามว่าสินค้าแต่ละชิ้นมีกี่สี แล้วเราบอกว่ามีแค่สีเดียวมันก็ไม่ตอบโจทย์เขาแล้ว” เธอเล่าถึงสภาวะการณ์ที่คล้ายท้องฟ้าจะเริ่มสดใส แต่กลับมีเมฆเข้ามาบดบัง

“จุดแข็งของเราในตอนนั้นคือ การนำผักตบชวาที่เป็นวัชพืชไร้ค่า มาเพิ่มคุณค่าจนสร้างชื่อเสียงให้ประเทศชาติก็จริง แต่เราไม่มีตัวเลือกให้ลูกค้า ราคาที่สูงมากจนไปต่อไม่ได้ เราจะยังเรียกว่ามันเป็นจุดแข็งได้ไหม” นุกตั้งคำถามกับตัวเองเพื่อหาทางออกให้แบรนด์

จุดสำคัญคือหมั่นพัฒนา



“Pain Point สำคัญคือสินค้าของเรามีสีเดียว แล้วเราจะทำยังไงให้มีหลายสี จะย้อมด้วยสีเคมีหรือ ก็ไม่ เพราะเกิดมลพิษแน่ ๆ แต่ถ้าย้อมด้วยสีธรรมชาติในระบบอุตสาหกรรม ต้นทุนจะสูงมากจนราคาผ้า 1 เมตรอาจจะแตะ 5,000 บาทก็ได้ ซึ่งมันไม่เมกเซนส์เลยว่าทำไมคนที่รักษสิ่งแวดล้อมต้องจ่ายแพงกว่า”

ทางออกสำหรับ Munie ที่นึกเลือกคือการกลับไปศึกษาโครงสร้างเส้นใยผักตบชวาอีกครั้ง เพื่อพัฒนาสูตรผสมระหว่างผักตบชวาและฝ้ายให้แข็งแรงทนทานกว่าเดิม โดยใช้ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ที่ร่ำเรียนมาปรับใช้ นอกจากนั้น เธอยังใช้ความรู้ด้านการตลาดที่ศึกษาอยู่เสมอ มาหาตลาดที่ใช้สำหรับ Munie เรียกว่าจากเฟสแรกที่เธอมุ่งเน้นการสร้างแบรนด์เพื่อตอบโจทย์ตนเอง ในเฟสนี้เธอพยายามสร้างแบรนด์ให้ตอบโจทย์ลูกค้ามากขึ้น

“ตลาดเอเชียชอบผ้าสีสดใสและผ้าที่นุ่มลื่นซึ่งทำจากใยผักตบชวาและใยไหม ส่วนตลาดยุโรปจะชอบสีออกเอิร์ธโทนซึ่งคลาสสิกกว่า และจะชอบผ้าใยผักตบชวาผสมฝ้าย เพราะดูธรรมชาติกว่า ส่วนตัวเราโฟกัสตลาดยุโรป เพราะอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างไทยและยุโรป มันพอที่จะทำให้เราทำธุรกิจได้ โดยเราไม่บวกกำไรมากจนลูกค้าซ็อก เราอยู่ได้ และชาวบ้านก็อยู่ได้ด้วย เราจึงเลือกพัฒนาโครงสร้างเส้นใยผักตบชวาผสมฝ้ายให้ดีกว่าเดิม แล้วคุณสีย้อมธรรมชาติร่วมกับชุมชนให้ตอบโจทย์ลูกค้า”



กระบวนการต่อจากนั้นคือการนำเส้นใยผักตบชวาผสมฝ้ายที่ได้ไปย้อมสีธรรมชาติ แล้วจึงนำไปทอ ตัด และเย็บออกมาเป็นสินค้าซึ่งเป็นการย้อมแบบ Pitch Dye เพื่อให้สีที่ได้คงทน และสวยงามกว่าการย้อมแบบ Finish Dye หรือการมัดย้อมที่ต้องทอก่อนแล้วจึงย้อมสี แอบบอกว่ากว่าจะได้กระบวนการทั้งหมดนี้ นึกต้องทดลองสลับสับเปลี่ยนขั้นตอน และปรับสูตรโครงสร้างเส้นใยอยู่หลายครั้งทีเดียว

“เราลองมาหมดแล้ว Everything Jingle Bell ทั้งเอาเส้นใยเฟสแรกไปทอมือก่อน แต่ก็พบว่าคุณภาพเส้นใยลดลง แล้วก็เคยลองทำเส้นใยด้วยมือคนโดยไม่ใช้เครื่องจักร ซึ่งสวยงาม ๆ แต่มันทรมาณคนแก่เกินไป ราคาที่สูงเกินกว่าตลาดจะรองรับไหว ต่อให้แบรนด์ระดับโลกผลิตสินค้าด้วยวิธีนี้ กลุ่มลูกค้าก็จะเล็กมาก ๆ อยู่ดี เราจึงต้องเลือกทางที่ทุกคนจะรับไหว” นุกเล่าถึงกระบวนการแสนโหดมันฮา ที่ย้อนกลับไปมองเท่านั้นถึงจะยิ้มให้เหตุการณ์เหล่านั้นได้

“เพื่อนเราบอกว่ามีคน 2 ประเภทเท่านั้นที่จะทำสิ่งนี้ได้ หนึ่ง คนที่รวยมาก สอง คนบ้า ซึ่งไม่รู้ว่าคุณเองบ้า แล้วคิดว่าเราเป็นแบบไหน” เธอโยนคำถามกลางหัวเราะ



จุดที่เป็นมิตรกับโลกและสังคม

อ่านมาถึงจุดนี้ หลายคนอาจสงสัยว่าแล้วความเป็น ผักตบชวาเอเย่ ความรักชโลกเอเย่ และการวิจัยใด ๆ ที่เธอหมั่นพัฒนาเสมอ นั้น เกี่ยวข้องกับชื่อแบรนด์ว่า Munie อย่างไร เราขอเฉลยว่ามุนี หรือที่หลายคน มักเรียกผิดว่ามูณีนี่ เป็นความพยายามของนุก ที่จะผสมคำ 5 คำเข้าด้วยกัน

M – Mankind (มนุษยชาติ)

U – Unity (ความเป็นอันหนึ่งอันเดียว)

N – Natural (ธรรมชาติ)

I – Innovation (นวัตกรรม)

E – Eco-friendly (เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม)



“เราเรียนวิทยาศาสตร์มา เลยอยากให้แบรนด์มีนวัตกรรมใหม่ ๆ เสมอ เพราะมันเป็นแต้มต่อ ที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้งาน จากนั้นก็นำมาผนวกกับสิ่งที่เราเป็นนั่นคือมนุษย์ แล้วผสมกับจุดยืน ที่อยากให้ธรรมชาติและมนุษย์อยู่ร่วมกันอย่างสมดุล สิ่งที่เราให้ความสำคัญในการทำ Munie เสมอ คือแนวทางเศรษฐกิจใหม่หรือ **BCG Model**”

ขยายความให้เข้าใจง่าย ๆ BCG Model เป็นการรวมคำว่า Bioeconomy, Circular Economy และ Green Economy เข้าด้วยกัน เพื่อให้ธุรกิจต่าง ๆ เน้นสร้างมูลค่าเพิ่มให้วัสดุธรรมชาติ และเน้นการนำ วัสดุกลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด เพื่อกระจายรายได้ให้ชุมชน อีกทั้งสร้างความยั่งยืนให้สังคมและ สิ่งแวดล้อมนั่นเอง

“เวลาเราเข้าไปทำงานกับชาวบ้าน เราไม่เคยกด หรือต่อค่าแรงเขาเลย มีแต่ถามว่าคิดเท่าไร เพราะมันเป็นงานฝีมือที่ใช้ประสบการณ์และเวลา เรานั่งทอผ้าแล้วปวดหลัง เขาก็ปวดหลังเท่ากับเรา เราเป็นคน เขาก็เป็นคน เราควรให้คุณค่างานของเขาโดยไม่ต่อค่าแรงให้ต่ำ เพราะถ้าชุมชน อยู่ดีกินดี สังคมก็ดีขึ้น สิ่งแวดล้อมก็ดีขึ้นโดยที่เราไม่จำเป็นต้องรณรงค์ เรื่องภาวะโลกรวนมาก แบบตอนนี้”

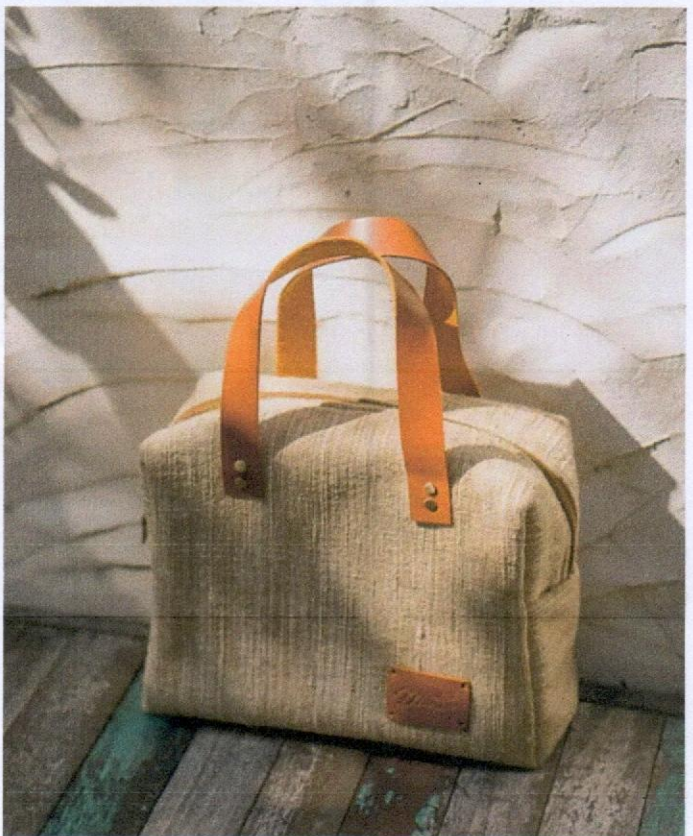
เราเอาความต้องการของลูกค้าเป็นตัวตั้ง แต่เราต้องเข้าใจจิตวิญญาณของชาวบ้านด้วย

“อีกอย่าง เราเอาความต้องการของลูกค้าเป็นตัวตั้งก็จริง แต่เราต้องเข้าใจจิตวิญญาณของชาวบ้านด้วย ไม่ใช่ยึดแต่ออเดอร์ของเราอย่างเดียว เช่น สีของผ้าจะขึ้นกับวัฒนธรรมชาติที่ชาวบ้านหาได้ในฤดูกาลนั้น อาจจะเป็นกาบมะพร้าว ประดู่ คราม ครั่ง ไบomesม่วง ถ้าลูกค้าอยากได้สีจากประดู่แต่ไม่ใช่ หน้าประดู่หน้าที่ของเราไม่ใช่การกดดันชาวบ้าน แต่ต้องจัดการสต็อกสินค้าใหม่ หรือถ้ามันเป็นหน้านา เขาก็ต้องไปทำนา หน้าฝนเขาก็ต้องไปจับปลา เราจะให้เขามาทอผ้าไม่ได้ มันเป็นวิถีของเขาที่เราต้องเข้าใจ”

นุกอธิบายให้ฟังถึงกระบวนการการทำงานที่เป็นธรรมกับทุกฝ่าย ส่วนประเด็นสิ่งแวดล้อมแน่นอนว่าเธอได้คะแนนเรื่องนี้ไปเต็ม ๆ ไม่ว่าจะเรื่องการออกแบบหรือการเลือกใช้วัสดุ

“เราพยายามวางแพตเทิร์นให้เหลือเศษฝ้าน้อยที่สุด ผ้าที่เหลือก็นำมาทำเป็นงานแพตช์เวิร์ก” แต่ขนาดเหลือเศษผ้าคนก็ยังอินบ็อกซ์มาถามว่าขายมัย ทั้งที่แบรนด์อื่นต้องจ้างให้คนนำเศษฝ้านั้นไปทิ้ง เราก็กอบภูมิใจว่าของเรามีคุณค่า

“กระทั่งเรื่องการออกแบบ เราอาจจะไม่ได้ออกแบบสินค้าให้หวือหวาหรือตามกระแส แต่เน้นความคลาสสิก เพื่อให้ลูกค้าใช้ของได้นานที่สุด ลูกค้าของเราจึงมีตั้งแต่วัยรุ่นไปจนถึงสูงอายุ ซึ่งดูเป็นไปไม่ได้ในเชิงการตลาดที่ช่วงอายุของลูกค้าจะต่างกัน 40 - 50 ปี แต่เราทำได้ เพราะตลาดของเราคือคนที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและรักงานฝีมือ”



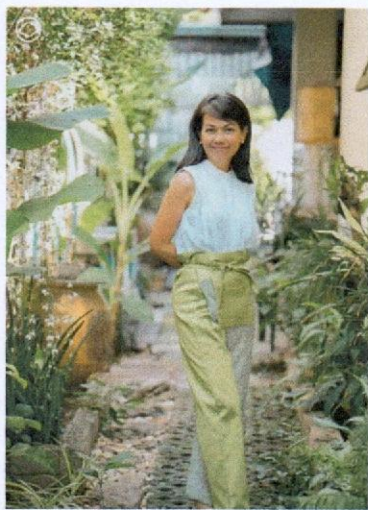
จุดต่อไปของ Munie

จากวันที่เริ่มวิจัย ออกบูทเพื่อเก็บฟีดแบ็ก และพัฒนาสินค้าสม่ำเสมอ สารพันสิ่งทอจากเส้นใย ผักตบชวาของนุกเดินทางไปอวดโฉมในหลายประเทศ ทั้งยังทำให้เธอได้เป็นหนึ่งในสตาร์อัพคนไทย 3 คนที่ได้เข้าร่วมโครงการ UN Environment Programme ได้เข้าร่วมโครงการของกรมส่งเสริมการค้า ระหว่างประเทศและในเดือนมิถุนายน ปี 2022 นุกจะนำนวัตกรรมโดยคนไทยจากสองมือของชุมชนไทย ไปแสดงผลงานที่ Milan Design Week ด้วย

“คนอื่นอาจมองว่าเราประสบความสำเร็จมาก แต่เบื้องหลังมันเจ็บปวดนะ มันมีความเหนื่อย ความยาก ถ้ามองว่าทำไมยังทำ เพราะเราทำด้วยแพสชันล้วน ๆ แม้กำไรที่เป็นเม็ดเงินอาจจะไม่มาก แต่เรามีความสุขที่ได้ทำ ยิ่งเฉพาะเวลาไปออกบูทแล้ว ได้รับคำชื่นชมกลับมา เราก็มักจะมีแรงทำต่อเสมอ”

“หลายประเทศคิดว่าเราแค่ นำผักตบชวามาตากแห้งแล้วสานมือเพราะเขาคิดว่าสินค้า นวัตกรรมจะต้องมีแค่นั้นนี่ปุ่นเท่านั้น แต่เราทำให้เขาเห็นว่าไทยเราก็มียุค เราก็บอกว่าไม่ใช่ แล้วเล่ากระบวนการทั้งหมดให้ฟังมันทำให้เรารู้สึกว่าเรามีประโยชน์ต่อประเทศนี้” นุกบอกถึงความภูมิใจและความตั้งใจที่จะพา Munie สู่อุตสาหกรรมโลกให้กว้างกว่าเก่า

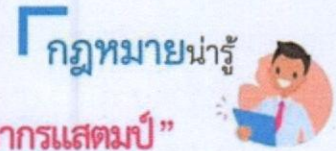
สิ่งที่เราต้องโฟกัสคือการไม่หยุดพัฒนา มันจะทำให้เราเป็นผู้นำไม่ใช่ผู้ตาม



“สิ่งที่เราต้องโฟกัส คือ การไม่หยุด พัฒนา มันจะทำให้เราเป็นผู้นำไม่ใช่ ผู้ตามถ้าเราคิดแต่จะตามรอยเท้า คนอื่นเราก็จะไม่มีรอยเท้าและความ ยั่งยืนเป็นของตนเอง ซึ่งมันหลอเลี้ยว ชีวิตเราแถมทำประโยชน์ให้สังคม ให้สิ่งแวดล้อม และให้ประเทศชาติ ด้วย”

แม้จะมีแบรนด์รักษ์โลกเกิดขึ้นมากี่แบรนด์ และ แม้จะมีอีกหลายแบรนด์นักที่หยิบผักตบชวามาแปรรูปเป็น สินค้าบ้าง แต่ Munie ก็ยังก้าวเดินได้อย่างยั่งยืนเพราะ จุดยืนที่นุกตั้งไว้ทั้งเธอยังหมั่นพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เส้นทางที่นุกตั้งใจเดินต่อไปจึงไม่ได้ซับซ้อนแต่คือ การยกระดับงานฝีมือไทยให้ไม่เพียงสวย แต่ยังตอบโจทย์ การใช้งานด้วยนวัตกรรมใหม่ ๆ

“ถ้าย้อนกลับไปเมื่อ 4 ปีที่แล้ว ผ้าจากผักตบชวา ถือเป็นนวัตกรรมแต่ปัจจุบันมีการผลิตผ้าจากเส้นใย ต่าง ๆ ออกมามากขึ้น ผ้าจากผักตบชวาของเราจึงไม่ถือเป็นนวัตกรรมนำต้นต้นในตอนนี้แล้ว ถ้ามองว่าเรา คิดจะพัฒนาเส้นใยอื่นใหม่ อาจจะทำในเชิงเส้นใยเสริม แต่ไม่คิดพัฒนาให้เป็นเส้นใยหลักของ Munie เพราะเรา พัฒนาเส้นใยจากแพสชัน และอยากสร้างความชัดเจน ให้แบรนด์”



“แปลงหนี้ใหม่ เมื่อจะใช้เป็นพยานหลักฐานต้องติดอากรแสตมป์”

วันนี้เราจะมาเรียนรู้เรื่องการแปลงหนี้ใหม่ซึ่งมีโอกาสนำมาใช้ประโยชน์กับงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีของเรา มาติดตามกันเลยนะคะ

การแปลงหนี้ใหม่ คือ การที่เจ้าหนี้และลูกหนี้ ตกลงกันก่อนหนี้ขึ้นใหม่ โดยมีเจตนาให้หนี้เดิมระงับไป การแปลงหนี้ใหม่นั้นมีหลักเกณฑ์อยู่ ๔ ประการ

๑. มีหนี้หรือสัญญาเดิม ที่ชอบด้วยกฎหมายอยู่ก่อนแล้ว

๒. เปลี่ยนแปลงสาระสำคัญของหนี้เดิม เช่น เปลี่ยนตัวเจ้าหนี้ - ลูกหนี้ เปลี่ยนเงื่อนไข เปลี่ยนวัตถุประสงค์ หรือสิ่งที่ลูกหนี้ต้องกระทำ หรือเปลี่ยนมูลแห่งหนี้

๓. ต้องทำสัญญาระหว่างเจ้าหนี้กับลูกหนี้ใหม่ โดยลูกหนี้เดิมยินยอม ทั้ง ๒ ฝ่ายมีความประสงค์จะให้สิทธิเรียกร้องและภาระหน้าที่ระงับลง หากในกรณีที่เจ้าหนี้ทำสัญญากับลูกหนี้คนใหม่ แต่ลูกหนี้เดิมโดยสภาพแล้วไม่สามารถจะทักท้วงได้ เช่น ได้เสียชีวิตแล้ว สัญญาที่ทำนั้นย่อมมีผลเป็นการแปลงหนี้ใหม่

๔. มีเจตนาให้หนี้เดิมระงับ มีหนี้ใหม่เกิดขึ้นแทน แต่ถ้าหนี้ใหม่ไม่เกิดหนี้เดิมก็ไม่ระงับ และตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา ๓๔๔ บัญญัติ “เมื่อคู่กรณีที่เกี่ยวข้องได้ทำสัญญาเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นสาระสำคัญแห่งหนี้ไซ้ ท่านว่าหนี้นั้นเป็นอันระงับสิ้นไปด้วยแปลงหนี้ใหม่...”

ตัวอย่างจากคำพิพากษาดังต่อไปนี้ คำพิพากษาฎีกาที่ ๓๑๐๓/๒๕๖๔

โจทก์และจำเลยได้แปลงหนี้จากการเล่นแชร์มาเป็นสัญญาเงินกู้ ซึ่งตาม ป.พ.พ.มาตรา ๓๔๔ วรรคหนึ่ง บัญญัติว่า “เมื่อคู่กรณีที่เกี่ยวข้องได้ทำสัญญาเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นสาระสำคัญแห่งหนี้ไซ้ ท่านว่าหนี้นั้นเป็นอันระงับสิ้นไปด้วยแปลงหนี้ใหม่” ดังนั้น หนี้ที่เกิดจากการเล่นแชร์ย่อมระงับไป คงเหลือแต่หนี้ตามหนังสือสัญญาเงินกู้ และที่จำเลยชำระเงินหลังจากทำหนังสือสัญญาเงินกู้แล้ว เป็นเพียงข้ออ้างของโจทก์ว่าจำเลยชำระหนี้บางส่วน ซึ่งมีใช้การชำระหนี้เพื่อรับสภาพหนี้และไม่ปรากฏว่าการเล่นแชร์ระหว่างโจทก์กับจำเลยต้องห้ามตาม พ.ร.บ.การเล่นแชร์ พ.ศ.๒๕๓๔ มาตรา ๖ ที่ห้ามมิให้บุคคลธรรมดาเป็นนายวงแชร์หรือจัดให้มีการเล่นแชร์ที่มีจำนวนวงแชร์รวมกันมากกว่าสามวงมีจำนวนสมาชิกวงแชร์รวมกันทุกวงมากกว่าสามสิบคน มีทุนกองกลางต่อหนึ่งวงรวมกันทุกวงเป็นมูลค่ามากกว่าจำนวนที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง และนายวงแชร์หรือผู้จัดให้มีการเล่นแชร์นั้นได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างอื่นนอกจากสิทธิที่จะได้รับทุนกองกลางในการร่วมเล่นแชร์ในงวดหนึ่งงวดใดได้โดยไม่ต้องเสียดอกเบี้ย ดังนั้น การแปลงหนี้จากการเล่นแชร์เป็นหนี้ตามหนังสือสัญญาเงินกู้จึงไม่ขัดต่อกฎหมายเมื่อหนังสือสัญญาเงินกู้ไม่ติดอากรแสตมป์จึงไม่อาจรับฟังเป็นพยานหลักฐานในคดีแพ่งได้ตาม ป.รัชฎาการมาตรา ๑๑๘ มีผลเท่ากับว่าโจทก์ไม่มีหลักฐานเป็นหนังสืออย่างใดอย่างหนึ่งลงลายมือชื่อผู้ยืมเป็นสำคัญ โจทก์จึงฟ้องร้องบังคับคดีไม่ได้ตามป.พ.พ. มาตรา ๖๕๓ วรรคหนึ่ง

ดังนั้น การแปลงหนี้ใหม่จะมีได้ก็ต่อเมื่อมีหนี้เดิมอยู่แล้ว ถ้าหนี้เดิมไม่มีแต่คู่กรณีเข้าใจผิดว่ามีหรือเป็นกรณีหนี้เดิมไม่เกิดขึ้น หรือสัญญาที่ก่อนหนี้เดิมเป็นโมฆะ หรือหนี้เดิมเป็นหนี้ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายก็ไม่มีหนี้อะไรจะมาแปลง เพราะแปลงหนี้ใหม่มีผลเสมือนการชำระหนี้ แล้วพบกันใหม่ฉบับหน้าค่ะ

นางสาวปณยาพร สงพรหม นิตกร

เรียบเรียง

นายธีระพล คู่คิด ผู้อำนวยการกลุ่มกฎหมาย

ตรวจทาน

CONTACT ME



กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี Fanpage



กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี Channel



สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา
5 ธันวาคม 2550
อาคารรัฐประศาสนภักดี ชั้น 3
ถ.แจ้งวัฒนะ เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

