



ที่ มท ๐๔๑๖.๓/ ๑ ๓๗๗๕

ถึง จังหวัดทุกจังหวัด

ด้วยกรมการพัฒนาชุมชน โดยสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ได้จัดทำจุลสารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๙ ประจำเดือนกันยายน ๒๕๖๕ จำนวน ๑ ฉบับ เพื่อเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ให้หน่วยงานราชการ องค์กรเอกชน สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี และประชาชน ได้รับทราบข่าวสารสาระสำคัญและรายละเอียดการดำเนินงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

กรมการพัฒนาชุมชน ขอให้จังหวัดได้ดาวน์โหลดจุลสารดังกล่าว เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ที่เว็บไซต์ www.womenfund.in.th หัวข้อ “จุลสารกองทุน”

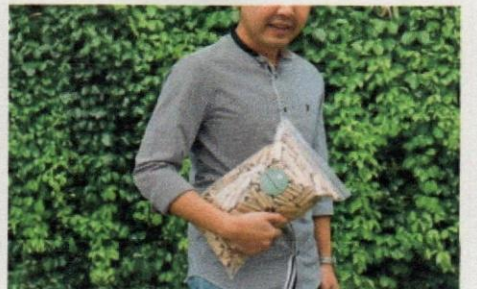


สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
กลุ่มพัฒนาศักยภาพกองทุน งานเครือข่ายสัมพันธ์
โทร. ๐ ๒๑๔๑ ๓๐๙๓
โทรสาร ๐ ๒๑๔๑ ๗๗๓๗

จุลสาร

กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

จุลสารที่ส่งเสริม - สร้าง - สนับสนุนสตรี



5 ลำดับชั้น
ติดสปีดให้ยอดขาย
ค้นหาเป้าหมายตลาด
เฉพาะ "ตัวจริง" ให้เจอ

หน้า 11 - 13

ฝึกสามท้าว 'ตบชวา'
แบรนด์ผลิตภัณฑ์กันกระแทก
จากฝึกตบชวา
วิชาชีพที่ต้องใช้งบประมาณรัฐ
กว่า 700 ล้านบาทต่อปีในการ
จัดการ

หน้า 14 - 17

ผ้าและสิ่งถักทอไทย
เรื่องราวของผู้หลงใหล
ประวัติศาสตร์ผ้าทอ
จนสร้างแบรนด์ผ้าไทย
พื้นภูมิปัญญาล้านนา
โบราณของเชียงใหม่
ให้กลับมาอีกครั้ง

หน้า 18 - 22



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 - 5
การประชุมชี้แจง เร่งรัด กำกับ ติดตาม การดำเนินงาน กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 6/2565	6 - 7
การประชุมข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้าง พนักงานจ้างเหมาบริการ	8
เงินทุนหมุนเวียน กลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งมะขามป้อม (ผ้าป่าเต๊ะเพ็ญท์) จังหวัดตรัง	9 - 10
เงินอุดหนุน 5 ลำดับชั้นติดสปีดให้ยอดขาย...	11 - 13
เมื่อปัญหา...สร้างโอกาส ผึกสามหาว 'ตบชวา' แปรนตร์ผลิตภัณฑ์กันกระแทกจากผึกตบชวา วิชาชีพที่ต้องใช้งบประมาณรัฐกว่า 700 ล้านบาทต่อปีในการจัดการ	14 - 17
ผ้าไทยใส่ให้สนุก ผ้าและสิ่งถักทอไท เรื่องราวของผู้หลงใหลประวัติศาสตร์ผ้าทอ จนสร้างแบรนด์ผ้าไท พื้นที่ภูมิปัญญาล้านนาโบราณของเชียงใหม่ให้กลับมาอีกครั้ง	18 - 22
กฎหมายน่ารู้ สิทธินำคดีอาญามาฟ้องระงับของความผิดอันยอมความได้	23

บรรณาธิการที่ปรึกษา : นางนวลจันทร์ ศรีมงคล
บรรณาธิการ : นางพัชรินทร์ พาน้ำมา
ผู้ช่วยบรรณาธิการ : นางสาววิรินทร์ สัมฤทธิ์กิจเจริญ
ออกแบบรูปเล่ม : นางสาววันวิสา กาญจนะสมบัติ
กองบรรณาธิการ : นางสาวปวีณา ท่าสว่าง
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 9/2565 ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ระบบ ZOOM CLOUD MEETINGS)



วันที่ 29 กันยายน 2565 เวลา 13.30 น. นายสมคิด จันทมฤก อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน เป็นประธานในการประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 9/2565 ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ระบบ ZOOM CLOUD MEETINGS) เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบัน มีการระบาดของโรค COVID-19 เพื่อความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้เข้าร่วมการประชุม ลดความเสี่ยงของการแพร่ระบาดของโรค

ในการประชุมครั้งนี้ นายวิฑูรย์ นวลนุกูล รองอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน กำกับดูแลสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี พร้อมด้วยกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ เข้าร่วมประชุมได้แก่ ผู้แทนจากกระทรวงการคลัง (นางมัลลิกา อัททภัสกิจ), ผู้แทนจากสำนักงบประมาณ (นางสาวรัชดาภรณ์ วัฒนา), กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารงานกองทุนชุมชน (นางสุนีย์ บุตรเนียร), กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารจัดการธุรกิจและองค์กร (นางสลักจฤดี ตียะไพรัช), กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านพัฒนาสตรีและองค์กรสตรี (นางพรทิพย์ ตั้งกิริติ) และนางนวลจันทร์ ศรีมงคล ผู้ตรวจราชการกรม ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ในฐานะกรรมการและเลขานุการคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ซึ่งมีวาระการประชุมฯ ที่สำคัญ ดังนี้

- ◆ รับรองรายงานการประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 8/2565

- ◆ การติดตามมติที่ประชุมครั้งที่ 8/2565 วันพุธที่ 25 สิงหาคม 2565

- ◆ รายงานการบริหารจัดการหนี้ของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ข้อมูล ณ วันที่ 14 กันยายน 2565 กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีได้ปล่อยกู้ให้กับสมาชิก จำนวน 16,413,489,053.69 บาท ได้รับการชำระเงินต้น จำนวน 11,767,856,767.23 บาท ยอดหนี้คงเหลือ จำนวน 4,645,632,286.46 บาท เป็นหนี้ยังไม่ถึงกำหนดชำระ จำนวน 3,511,127,592.46 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.58 ของลูกหนี้คงเหลือ, หนี้เกินกำหนดชำระ จำนวน 1,039,110,359.85 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.37 ของลูกหนี้คงเหลือ และหนี้ดำเนินคดี 95,394,334.15 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.05 ของลูกหนี้คงเหลือ

◆ รายงานผลการเบิกจ่ายตามแผนการดำเนินงาน และแผนการใช้จ่ายงบประมาณกองทุนพัฒนา บทบาทสตรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ข้อมูล ณ วันที่ 19 กันยายน 2565 ภาพรวมส่วนกลางและ ส่วนภูมิภาค ได้รับจัดสรรงบประมาณเป็นเงิน 1,044,495,500 บาท มีผลการเบิกจ่าย 963,044,139.77 บาท คิดเป็นร้อยละ 92.20

- งบบริหาร มีผลเบิกจ่ายสะสม

224,978,178.77 บาท คิดเป็นร้อยละ 74.62

- เงินอุดหนุน มีผลเบิกจ่ายสะสม

141,334,138 บาท คิดเป็นร้อยละ 98.84

- เงินทุนหมุนเวียน มีผลเบิกจ่ายสะสม

596,731,823 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.46

◆ รายงานผลการดำเนินงานการประเมินผล การดำเนินงานทุนหมุนเวียน ประจำปีบัญชี 2565 กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน

◆ รายงานผลข้อมูลการดำเนินการทางกฎหมาย เกี่ยวกับการดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาของกองทุน พัฒนาบทบาทสตรี

◆ รายงานผลตามประกาศคณะกรรมการบริหาร กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และ อัตราดอกเบี้ยผิดนัดกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี พ.ศ. 2563 (ฉบับที่ 4) รวมทั้งสิ้น 2,989 โครงการ เป็นจำนวนเงิน 276,631,441 บาท โดยได้รับการปรับ โครงสร้างหนี้แล้ว จำนวน 2,918 โครงการ เป็นเงิน 238,604,594.70 บาท ยกเลิกการเข้าร่วมมาตรการ จำนวน 47 โครงการ เป็นเงิน 4,049,637.05 บาท ปิดโครงการ จำนวน 24 โครงการ เป็นเงิน 434,327.98 บาท โครงการที่ผิดนัดชำระหนี้หลังได้รับ การอนุมัติ จำนวน 1,080 โครงการ เป็นเงิน 103,771,321.97 บาท ได้รับชำระคืนเป็นรายงวดแล้ว ทั้งสิ้น จำนวน 1,838 โครงการ เป็นเงิน 25,199,499.26 บาท





◆ รายงานโครงการที่ดำเนินการเบิกจ่ายเงินเหลือมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (งบลงทุน) โครงการพัฒนาระบบบัญชีการเงินและระบบโปรแกรมทะเบียนลูกหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี และโครงการผลิตสื่อและเผยแพร่ความสำเร็จของกลุ่มอาชีพสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

◆ การยืนยันลูกหนี้เงินทุนหมุนเวียน กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

◆ แนวทางการตรวจสอบบัญชีเงินฝากธนาคารของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

◆ โครงการเชิดชูเกียรติคนกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ประจำปี 2565

◆ การพิจารณาการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยผิดนัดกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 15 ตามประกาศคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยผิดนัดกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี พ.ศ. 2563 (ฉบับที่ 4) จำนวน 140 โครงการ เป็นเงิน 15,424,024.29 บาท

◆ ขอรื้อ ประกาศคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการลดหรืองดเบี้ยปรับ/ดอกเบี้ยผิดนัดตามสัญญากู้ยืมเงินกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีจังหวัดภูเก็ต

◆ การทบทวนกฎบัตรการตรวจสอบภายใน กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี และการปรับปรุงแผนการตรวจสอบระยะยาวปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 - 2568 และแผนการตรวจสอบ ประจำปีงบประมาณพ.ศ. 2566 กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

◆ ขอความเห็นชอบกำหนดการแต่งกายและเครื่องแบบปกติของพนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน

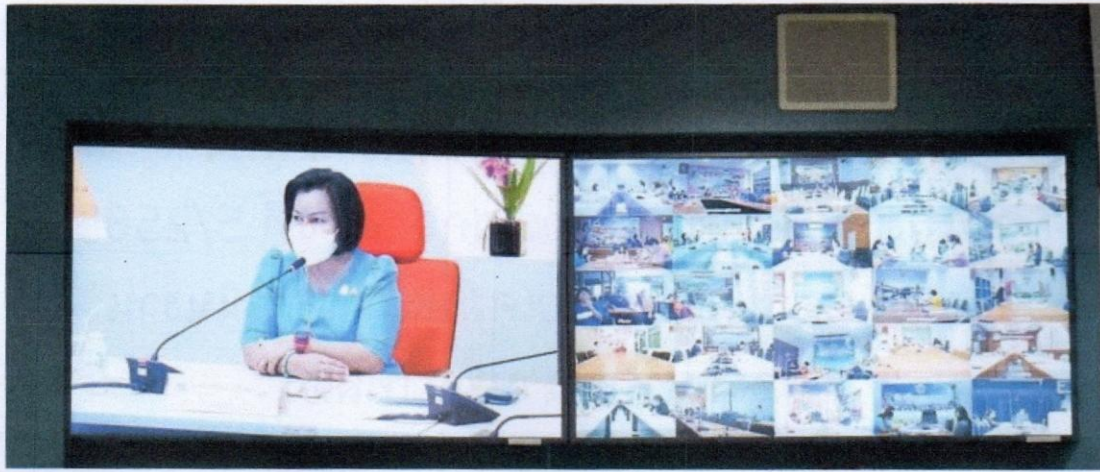
ในการประชุมครั้งนี้มี นางสาวเปรมจันทร์ รัตนสุวรรณศิริ ผู้อำนวยการกลุ่มตรวจสอบภายใน กรมการพัฒนาชุมชน, นางสาวสุวรรณา รอดเรือง ผู้อำนวยการกลุ่มอำนวยการ, นางพัชรินทร์ พาน้ำมา ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาศักยภาพกองทุน, นายวีระพล ปักคำไทย ผู้อำนวยการกลุ่มนโยบายและยุทธศาสตร์ และนายธีระพล คู่คิด ผู้อำนวยการกลุ่มกฎหมาย ร่วมด้วยข้าราชการและเจ้าหน้าที่ สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เข้าร่วมประชุม โดยพร้อมเพรียงกัน ณ ห้อง 5001 ชั้น 5 กรมการพัฒนาชุมชน

ประชุมชี้แจง เร่งรัด กำกับ ติดตาม การดำเนินงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 6/2565 ผ่านระบบ (VIDEO CONFERENCE)



เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2565 เวลา 09.30 น. นายสมคิด จันทมฤก อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน มอบหมายให้ นางนวลจันทร์ ศรีมงคล ผู้ตรวจราชการกรมการพัฒนาชุมชน ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เป็นประธานในการประชุมเร่งรัด กำกับ ติดตาม การดำเนินงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 6/2565 ผ่านระบบวีดิทัศน์ทางไกล (video conference) ไปยังสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และทีวี พช. โดยมีวาระการประชุมและเรื่องแจ้งให้ทราบ ดังนี้

1. การเบิกจ่ายงบประมาณกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 งบประมาณ จำนวน 1044,495,500 บาท ข้อมูล ณ วันที่ 26 กันยายน 2565 ส่วนกลาง+กทม.+ภูมิภาค (76 จังหวัด) รายละเอียดดังนี้
 - 1.1 งบบริหาร งบประมาณจำนวน 301,495,500 บาท ผลเบิกจ่าย 235,191,994.12 บาท คิดเป็น 78.01 %
 - 1.2 งบเงินอุดหนุน งบประมาณจำนวน 143,000,000 บาท ผลเบิกจ่าย 141,578,373 บาท คิดเป็น 99.01 %
 - 1.3 งบเงินทุนหมุนเวียน งบประมาณจำนวน 600,000,000 บาท ผลเบิกจ่าย 598,481,823 บาท คิดเป็น 99.75 %
2. แนวทางการเบิกจ่ายงบประมาณกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565



2. แนวทางการเบิกจ่ายงบประมาณกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

3. การบริหารจัดการหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ข้อมูล ณ วันที่ 26 กันยายน 2565 ยอดหนี้คงเหลือ จำนวน 4,645,632,286.46 บาท, เป็นหนี้ยังไม่ถึงกำหนดชำระ จำนวน 3,511,127,592.46 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.58 ของลูกหนี้คงเหลือ, หนี้เกินกำหนดชำระ จำนวน 1,039,110,359.85 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.37 ของลูกหนี้คงเหลือ และหนี้ดำเนินคดี 95,394,334.15 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.05 ของลูกหนี้คงเหลือ

4. การเตรียมความพร้อมจัดทำรายงานการเงินของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565

5. การยืนยันลูกหนี้เงินทุนหมุนเวียน กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

6. การรายงานตรวจสอบพัสดุ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

ในการประชุมครั้งนี้มี นางสาวสุวรรณา รอดเรือง ผู้อำนวยการกลุ่มอำนวยการ, นางพัชรินทร์ พาน้ำมา ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาศักยภาพกองทุน, นายวิระพล ปักคำไทย ผู้อำนวยการกลุ่มนโยบายและยุทธศาสตร์ และ นายธีระพล คู่คิด ผู้อำนวยการกลุ่มกฎหมาย ร่วมด้วยข้าราชการและเจ้าหน้าที่ สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เข้าร่วมประชุม ณ ห้อง war room ชั้น 5 กรมการพัฒนาชุมชน



การประชุมข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้าง
พนักงานจ้างเหมาบริการ สกส. ครั้งที่ 5/2565
เพื่อติดตามผลการขับเคลื่อนการดำเนินงาน
กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี



เมื่อวันที่ 8 กันยายน 2565 เวลา 09.00 น. นางนวลจันทร์ ศรีมงคล ผู้ตรวจราชการกรม ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เป็นประธานในการประชุมข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้าง พนักงานจ้างเหมาบริการ สกส. ครั้งที่ 5/2565 เพื่อติดตามผลการดำเนินงานสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี โดยมีวาระที่สำคัญดังนี้

1. แนะนำพนักงานจ้างเหมาบริการมาปฏิบัติงานใหม่
2. แผน - ผล การดำเนินงานของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
3. รายงานผลการเบิกจ่ายงบประมาณกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ประจำปี 2565 กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
4. โครงการ/กิจกรรมตามแผนการดำเนินงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณตามแผนการใช้จ่ายงบประมาณกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ประจำปี 2565
5. รายงานผลการดำเนินงานการประเมินแผนการดำเนินงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณตามแผนการใช้จ่ายงบประมาณกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ประจำปี 2565 กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน
6. การเพิ่มสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ข้อมูล ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2565 สรุปได้ดังนี้
 - ประเภทบุคคลธรรมดา 15,077,519 คน
 - ประเภทองค์กรสตรี 73,698 องค์กร
7. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ
8. การบริหารจัดการหนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีกรุงเทพมหานคร
9. โครงการเชิดชูเกียรติคนกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ประจำปี 2565 กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมเชิดชูเกียรติคนกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีดีเด่น
10. กลุ่มสวัสดิการสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

เงินทุนหมุนเวียน

ดอกเบ็ญร้อยละ 0.10 ต่อปี สร้างงาน สร้างรายได้



กลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งมะขามป้อม (ผ้าปาเต๊ะเพ็ญท์) หมู่ที่ 6 ตำบลทุ่งยาวอำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง

จำนวนสมาชิกกลุ่ม : 19 คน

เงินทุนของกลุ่ม : 19,000 บาท

ได้รับเงินสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี : จำนวน 200,000 บาท

รายได้เฉลี่ยของกลุ่ม : 400,000 บาท/ปี

ระยะเวลาการส่งใช้เงินคืน : จำนวน 24 งวด

ที่มา/เหตุผลในการขอรับการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน

กว่าหลายปี ที่ผ่านมา คนในหมู่บ้านทุ่งมะขามป้อมได้สืบทอดเจตนารมณ์ รุ่นสู่รุ่น อนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรม โดยจะนุ่งผ้าปาเต๊ะกันทุกคน นุ่งไปวัด ไปงานต่าง ๆ ในหมู่บ้าน หรือติดต่อราชการด้วยสีของผ้าปาเต๊ะ ในสมัยก่อนเป็นสีค่อนข้างทึบแสง ไม่สดใส จึงการพูดคุย มีแนวคิดว่าจะทำอย่างไรให้ผ้าปาเต๊ะมีสีสันสดใส สวยงาม ทันสมัย และสามารถสวมใส่ได้ทุกวัย จึงได้รวมตัวกัน จัดตั้งกลุ่มสตรีในหมู่บ้าน เพื่อขอรับการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการต่อยอด ในการทำงานเพิ่มศักยภาพของกลุ่มเพื่อพัฒนาอาชีพการสร้างงาน สร้างรายได้

การบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียนที่ได้รับจากกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

1. ใช้จ่ายเงินตามรายละเอียดโครงการที่ขอกู้มาเป็นเงินทุนเพิ่ม เป็นทุนหมุนเวียนเพื่อการต่อยอดในการทำงานเพิ่มศักยภาพของกลุ่ม
2. มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย
3. มีกรรมการทำหน้าที่ตามฝ่ายการบริหารกิจกรรมของกลุ่มและการใช้จ่ายงบประมาณ
4. มีการบริหารภายใต้ระเบียบของกลุ่ม โดยชี้แจงให้ทุกคนได้ทราบ และยึดถือปฏิบัติ
5. มีการบริหารจัดการกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ โดยจัดเก็บข้อมูล ในด้านต่างๆ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ ศักยภาพของกลุ่ม (จุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรค โอกาส)
6. การบริหารเงินทุนและทรัพยากร โดยกลุ่มมีการระดมทุนของกลุ่มสมาชิกได้มีการระดมทุนคนละ 1,000 บาท
7. มีการบริหารจัดการเงินทุนและทรัพยากรกลุ่มโดยยึดหลักธรรมาภิบาล เป็นทุนดำเนินการ/ทุนสำรองร้อยละ 65, เงินปันผลสำหรับสมาชิก ร้อยละ 15, ค่าตอบแทนกรรมการ ร้อยละ 5 และบริจาคสบทบให้กับสาธารณะประโยชน์ของหมู่บ้าน ร้อยละ 15



ผลสำเร็จที่ได้รับ

เชิงปริมาณ : มียอดขายเพิ่มขึ้น, มีลูกค้ามากขึ้น และมีสินค้าเพิ่มมากขึ้น เช่น กระเป๋าแฟนท์ กระเป๋าผ้าปาเต๊ะตัดต่อ เสื้อมัดย้อม ผ้าพันคอ หมวก

เชิงคุณภาพ : มีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น เช่นตลาดออนไลน์ และสินค้ามีมาตรฐานเพิ่มขึ้น

ปัญหา/อุปสรรค : เครื่องจักรไม่ทันสมัย และผลิตสินค้าไม่ทัน

แนวทางแก้ไข : จัดซื้อเครื่องจักรตัวใหม่ที่มีกำลังผลิตสูง และเพิ่มแรงงานสมาชิกในหมู่บ้าน

แนวทางการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพ

มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การออกสื่อวิทยุ ผ่านระบบออนไลน์ต่าง ๆ

การต่อยอดหรือการพัฒนาของกลุ่มอาชีพ

1. การจัดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิก
2. การแลกเปลี่ยนรู้จากกลุ่มภายนอก การสร้างเครือข่าย
3. กลุ่มมีการพัฒนาการเรียนรู้ เข้ารับการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้กับหน่วยงานต่าง ๆ

การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง

กลุ่มมีการสนับสนุนการสืบทอดภูมิปัญญา ของหมู่บ้าน กิจกรรมต่างๆ ที่สร้างสรรค์สังคม เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ และสนับสนุนเงินในกิจกรรมสาธารณประโยชน์

เงินอุดหนุน

ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพสตรี

5 ลำดับขั้นติดสปีดให้ยอดขาย ค้นหาเป้าหมายตลาดเฉพาะ “ตัวจริง” ให้เจอ

‘ถ้าเรากำลังพยายามเอาใจทุกคน จะไม่มีสักคนที่พอใจเรา’....ผลลัพธ์นี้เปรียบได้กับสังขารมในโลกของการทำตลาดที่ว่า ‘ถ้าแบรนด์พยายามเข้าถึงเป้าหมายทุกกลุ่ม แรนต์นั้นจะไม่สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้จริงเลยสักกลุ่ม’ ผู้คนอาจจะแวะเข้ามาดูโฆษณาหรือสินค้าของแบรนด์ แต่เชื่อเถิดว่าผลลัพธ์ที่เราคาดหวังว่าจะได้ใจคนเหล่านั้นยากจะเป็นจริง トラบใดที่เรายังหาและเข้าไม่ถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่แท้จริงของสินค้าหรือบริการ เพราะการตลาดแบบ ONE-SIZE-FIT-ALL ถ้าสมัยไปแล้วสำหรับยุคนี้ และนี่เป็นเหตุผลว่าทำไม “การเข้าถึงเป้าหมายตลาดเฉพาะกลุ่ม หรือ TARGET AUDIENCE” จึงสำคัญในการทำมาร์เก็ตติ้งให้สำเร็จ

🏆 TARGET AUDIENCE แท้จริงแล้วคือใคร?

มีคนจำนวนไม่น้อยเข้าใจผิดว่า TARGET AUDIENCE กับ TARGET MARKET (เป้าหมายตลาด) เหมือนกัน แต่ในความเป็นจริงแล้ว TARGET AUDIENCE นั้นเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีการเฉพาะเจาะจงลงไปในกลุ่มเป้าหมายตลาด ยกตัวอย่างเช่น หากเป้าหมายตลาดของแบรนด์สินค้า คือ กลุ่มผู้สูงอายุแต่กลุ่มเป้าหมายตลาดเฉพาะจะลงลึกในรายละเอียด คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง หรือ กลุ่มผู้สูงอายุที่เกษียณแล้ว เป็นต้น ดังนั้นหากแบรนด์สามารถหาเป้าหมายตลาดเฉพาะกลุ่มได้ถูกต้องจะทำให้แบรนด์สามารถวางกลยุทธ์ในการสื่อสารได้อย่างแม่นยำและสามารถเพิ่มยอดขายให้ปังมากขึ้น

🏆 5 ลำดับขั้นในการค้นหา Target Audience ตัวจริงให้ 'เจอ'



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



1.) เริ่มต้นได้ที่ลูกค้าของตนเอง

การเริ่มต้นสัมภาษณ์หรือสำรวจกลุ่มลูกค้าของแบรนด์ตนเองโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีความภักดีหรือกลุ่มลูกค้าที่ซื้อซ้ำว่าทำไมพวกเขาถึงเลือกสินค้าของคุณ ชื่อที่ไหน ชื่อในช่วงเวลาใด และรู้จักสินค้าหรือชอบช่องทางไหนในการรับข่าวสารของแบรนด์เหล่านี้จะทำให้แบรนด์สินค้าสามารถทราบแนวทางคร่าว ๆ ได้ว่าจะเป้าหมายเฉพาะกลุ่มของเราน่าจะเป็นใครและจะใช้ช่องทางใดในการเข้าถึงดี



2.) สำรวจกลุ่มผู้ติดตาม (Follower) ในโซเชียลมีเดียและผู้เยี่ยมชม (Visitor) ชมเว็บไซต์

การสำรวจโปรไฟล์ของกลุ่มผู้ติดตามโดยเฉพาะกลุ่มคนที่มีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์บ่อยผ่านทั้งโซเชียลมีเดียและเว็บไซต์ เช่น อายุ บริเวณที่อยู่อาศัย อาชีพ รายได้ และแบรนด์อื่น ๆ ที่คนเหล่านี้ติดตามและสนใจ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เราทราบว่าการทำตลาดของแบรนด์ที่ผ่านมาดึงดูดใจแค่ไหนและทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มคนที่สนใจแบรนด์ของเรา



3.) วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายให้ละเอียด

เริ่มวิเคราะห์ข้อมูลของเป้าหมายตลาดเฉพาะกลุ่มที่สังเคราะห์ได้จากกลุ่มลูกค้าเดิมและผู้ติดตามในโซเชียลและเว็บไซต์ ว่าคนกลุ่มนี้อ่านคอนเทนต์อะไรแบบไหน ใครบ้างที่มักดาวน์โหลดข้อมูลต่าง ๆ แบนด์ และใครมีปฏิสัมพันธ์กับคลิปปวีดีโอหรือคอนเทนต์ของแบรนด์ ควบคู่กับใช้เครื่องมืออย่าง Google Analytics เข้ามาช่วยในการหาข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ข้อมูลประชากรศาสตร์ ประเด็นอะไรที่กำลังได้รับความสนใจ และพวกเขาอาจจะชอบค้นหาคำว่าอะไรใน Google เป็นต้น เพื่อจะได้ทราบว่ากลุ่มเป้าหมายเฉพาะของสินค้าคือใคร



4.) ส่องคู่แข่ง

แน่นอนว่าแหล่งข้อมูลที่ดีที่สุดของแบรนด์เรา คือ คู่แข่ง เพราะเราสามารถเรียนรู้และเก็บข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ เช่นใครเป็นกลุ่มเป้าหมายของคู่แข่ง ลงโฆษณาที่ไหนเป็นหลัก ปัญหาประเด็นอะไรที่ทำให้คู่แข่งเป็นกังวล คอนเทนต์แบบไหนที่ดึงดูดความสนใจจากกลุ่ม Target Audience ของคู่แข่งบ้าง จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกับข้อมูลของตนเอง เพื่อให้เห็นจุดเด่นจุดด้อย เพื่อนำไปค้นหากลุ่มเป้าหมายเฉพาะและปรับปรุงคอนเทนต์ให้ตรงใจมากยิ่งขึ้น



5.) สรุปข้อมูลเชิงลึกของ Target Audience

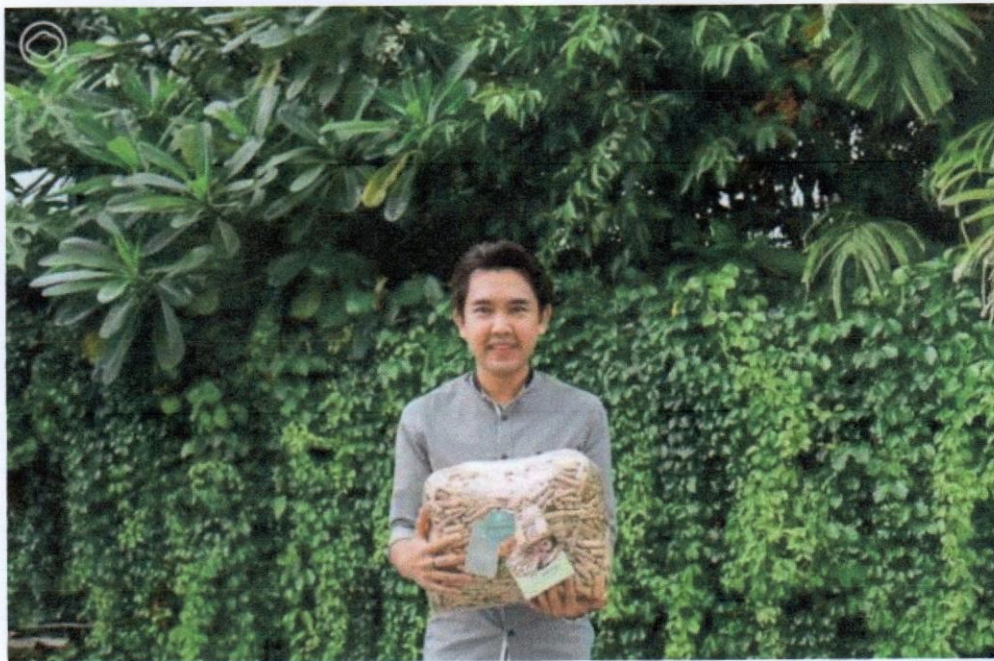
สิ่งแรกที่เราควรทำในขั้นตอนนี้ คือ หาคำตอบจากข้อมูลที่ได้ว่าใคร 'ใช่' และ 'ไม่ใช่' กลุ่มเป้าหมายเฉพาะของตนเองและคู่แข่ง รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด เพื่อจัดทำเป็นสถิติและข้อมูลเชิงลึก (Customer Insight) ของลูกค้าแต่ละกลุ่มทั้งหมด ซึ่งชุดข้อมูลที่ได้นี้นอกจากจะช่วยกำหนดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ยังช่วยในเรื่องการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจและการตลาดของบริษัทได้อีกด้วย

แม้ว่าการเจอลูกค้าเป้าหมายเฉพาะจะเป็นกุญแจสำคัญ แต่ยังไม่ใช่ขั้นตอนท้ายที่สุดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ เพราะการทำการตลาดอย่างไรให้มีประสิทธิภาพได้นั้นทุกคนในทีมจะต้องเห็นภาพเดียวกัน ตั้งแต่โปรไฟล์ของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่ชัดเจนและจัดลำดับว่าตลาดกลุ่มไหนมีศักยภาพในการดึงดูดให้มาซื้อสินค้าหรือบริการของแบรนด์มากที่สุด แล้วจึงดำเนินตามแผนมาร์เก็ตติ้งหรือกลยุทธ์ที่ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ด้วยข้อมูลเชิงลึกลูกค้า (Customer Insight)

เมื่อปัญหา...สร้างโอกาส

ผักสามดาว 'ตบชวา' แบรินด์ผลิตภัณฑ์กันกระแทกจากผักตบชวา
วิชาชีพที่ต้องใช้งบประมาณสูงกว่า 700 ล้านบาทต่อปีในการจัดการ

เรื่อง ปณิศา พิษิตหฤทัยภาพ ณัฐฐาจิตรรา ชินารมย์รัตน์



กว่าจะกันกระแทก ตัวเจและเพื่อน ๆ ในทีมที่ส่วนหนึ่งจบการศึกษาด้านสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ต้องใช้เวลาร่วม 3 - 4 เดือนในการวิจัยตัวตบชวากันกระแทกนี้ ผ่านการลองผิดลองถูกมากมาย อาจเรียกได้ว่าเป็นความพยายามกับความบังเอิญที่ทำให้ได้ขนาด รูปแบบ ความแห้ง และคุณภาพที่เหมาะสม จนนำมาทดสอบแล้วว่ามีสามารถในการกันกระแทกได้จริง จนปัจจุบัน ตบชวาเป็นแบรนด์เดียวในไทยที่ผ่านการทดสอบ ISTA หรือการทดสอบบรรจุภัณฑ์ จากสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

นอกเหนือไปจากขนาดมาตรฐานที่ขายทั่วไปอย่าง 1.5 นิ้ว ตบชวากันกระแทกยังช่วยเลือกลักษณะตัวกันกระแทกให้เหมาะกับสินค้าและแบรนด์ของลูกค้าอีกด้วย

เช่น Casa Lapin มีโจทย์ต้องการส่งชุด Gift Set ให้ลูกค้า ตบชวาได้ทำรูปแบบตัวกันกระแทกพรีเมียมที่มีราคาสูงกว่าปกติ โดยปกอด้านนอกออกเพื่อให้เกิดความสวยงามมากขึ้น หรือในกรณีการแพ็คเกจสินค้าที่ไม่มี ความกังวลเรื่องการแตกหักมากนัก ตบชวาก็มีตัวกันกระแทกขนาด 1 เซนติเมตร ซึ่งนับเป็นสินค้าที่ขายดีมากของแบรนด์

“เราลองตัดหลายแบบ ถี่ ๆ ก็มี 1 เซนฯ 2 เซนฯ 3 เซนฯ มาจนถึง 1 นิ้ว 1 นิ้วครึ่ง 1 เซนฯ ก็กันกระแทกสินค้าบางประเภทได้นะ แอดมินจะถามก่อนเสมอว่าสินค้าของคุณคืออะไร เช่น ถ้าไม่ใช่แก้วก็อาจจะแนะนำ 1 เซนฯ ไม่จำเป็นต้องใช้รุ่นหนา เวลารุ่นนี้เข้ามาที่ไรหมดตลอด คนชอบเพราะมันน่ารัก”

เปิดสูตร : เปลี่ยนสบู่เป็นกันกระแทก ขั้นตอนการแปรสภาพเจ้าฝักในคลองให้กลายเป็นวัสดุชิ้นเล็ก ชิ้นน้อยที่ช่วยกันกระแทกนี้เริ่มต้นจากเก็บสบู่ชิ้นมาจากริมแม่น้ำลำคลอง แล้วนำมาคัดเลือกขนาดให้ได้ ความยาวที่ 40 – 80 เซนติเมตร ขึ้นอยู่กับชนิดหรือพันธุ์ ก่อนนำมาตัดหัวและท้าย ด้านท้ายของสบู่ จะมีความหนาส่วนด้านหัวที่ติดกับใบนั้นจะเล็กกว่า เมื่อตัดเสร็จก็แยกไว้เป็นกอง ๆ ตรวจสอบขนาดว่ามีอันไหน ผอมเกินไปเล็กเกินไปเพื่อคัดทิ้ง ก่อนนำไปล้างน้ำและตัดขนาดตามที่ต้องการ โดยแต่ละชุมชนมีนวัตกรรมการตัด เป็นของตนเอง

“ที่ชียนาใช้มีดพร้าหั่นเลย เป็นท่อน ๆ ส่วนที่สุพรรณฯ เขาตัดแปลงจักรเย็บผ้าที่ใช้เหยียบ ๆ เวลาคัน ผักตบเป็นกำเข้าไปมันก็หั่นออกมาตามที่ต้องการ”

เมื่อหั่นได้ขนาดที่ต้องการแล้วก็นำไปล้างอีกครั้ง ขั้นตอนนี้สบู่จะมีสูตรพิเศษของแบรนด์ที่แตกต่างจาก แบรินด์อื่น ๆ และทำให้ตัวสินค้าออกมาตามมาตรฐาน หลังจากนั้นนำไปตากแห้ง ซึ่งกรรมวิธีนี้เกิดจากการคิดค้น และระดมความคิดร่วมกับอาจารย์และนักศึกษาปริญญาเอกของมหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อหาว่าต้องทำอย่างไร ให้การตากสบู่ได้คุณภาพ ไม่ก่อให้เกิดเชื้อรา ไม่มีการวางไข่ของแมลง และไม่ก่อให้เกิดฝุ่น

เมื่อแห้งแล้ว จะนำสินค้าเหล่านั้นกลับมาคัดอีกครั้ง ส่วนใดที่ยังไม่ผ่านตามคุณภาพ จะนำไปคลุมหน้าดิน ทำเป็นปุ๋ย หรือไปรองกรงสัตว์ให้สัตว์ฟันแทะอยู่ได้ เนื่องจากตัวสบู่กันกระแทกนั้นเป็นสินค้า Food Grade จึงไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสัตว์



สบู่ยีนตัน ก่อนที่สบู่กันกระแทกจะมีลูกค้า แบรินด์ใหญ่เข้ามาอุดหนุนเป็นประจำอย่างปัจจุบัน ขั้นตอน การทำความเข้าใจและเจาะตลาดใหม่ในฐานะผลิตภัณฑ์กัน กระแทกเป็นเรื่องไม่ง่าย

“สบู่ยีนตันถือว่าล้มลุกคลุกคลาน ช่วงแรกจึงเลย คนไม่เข้าใจ ไม่กล้าใช้ สกปรกหรือเปล่า กันกระแทกได้จริง หรือเปล่า ไม่เห็นสวยเลย เลยไม่ได้รับการตอบรับ ตอนนั้น ก็ปรับตัว สร้างความเข้าใจจนเริ่มขายดีขึ้นมีเจ้าใหญ่ ๆ มาสนับสนุน มีช่วงหนึ่งที่ฟุ้งเลย แต่เจ้าใหญ่ล้ม ก็ต้อง กลับมาพึ่งรายย่อย ประกอบกับเจอโควิด-19 ทำให้แยลง อีก เพราะคนก็รู้สึกว่าจะไม่ต้องใช้ดีกว่า ไม่ใส่กันกระแทก ดีกว่า บางทีก็ Reuse กันกระแทกตัวเก่า ๆ ของเขาแทน”

เมื่อคนไม่เข้าใจก็ต้องพยายามทำให้เขาเข้าใจ ในเมื่อ เขาไม่เชื่อมั่น ก็ต้องยินยอมมอบความรู้ เจเริ่มทำ Online Marketing ในช่องทาง Facebook และ YouTube ทั้งคลิป ทดสอบประสิทธิภาพการกันกระแทก หรือคลิปที่ทำให้คน รู้จักสบู่และปัญหาของมันมากขึ้น นอกจากนั้น เขาพยายามสร้าง Awareness ให้แบรนด์ โดยมีนโยบายว่า

ให้สินค้ากับนักค้าขายออนไลน์ไปทดลองใช้ฟรี 1 – 2 กิโลกรัม จากแคมเปญนี้ก็มีลูกค้าบางส่วนกลับมาใช้จริงและ ซื้อสินค้าต่อเนื่องจนถึงทุกวันนี้ หลังผ่านร้อนผ่านหนาวจนสบู่กลับมายีนตันได้อีกครั้ง

วันนี้กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เลือกตบชวาเป็นวัสดุกันกระแทกด้วย 2 สาเหตุ กลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ไม่ต้องการใช้วัสดุที่ย่อยสลายยากหรือพลาสติกต่าง ๆ อันพ่วงมาด้วยภาพลักษณ์ของแบรนด์ เมื่อส่งสินค้าด้วยตบชวา ก็เป็นภาพแทนที่ช่วยสื่อสารถึงจุดยืนการรักษาสิ่งแวดล้อมเช่นกัน อีกกลุ่มหนึ่งที่ใช้ตบชวาเป็นประจำ เพราะต้นทุนของวัสดุกันกระแทกชนิดนี้ต่ำกว่าเม็ดโฟมหรือตัวหอน เนื่องจากธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่ได้สั่งเม็ดโฟมในปริมาณมาก ต้นทุนจะมีราคาสูงกว่าการใช้ตบชวา “เวลาสั่งเม็ดโฟมหรือตัวหอนในปริมาณน้อย ต้นทุนเขาสูง เกือบ 100 บาทในการกันกระแทก แต่ใช้ของเราใช้แค่ 95 – 98 บาท”



เตรียมเติบโตใหญ่ ปัจจุบันตบชวาวางขายทั้งช่องทางออนไลน์และทางเว็บไซต์ของไปรษณีย์ไทย ซึ่งเจียงวางแผนที่จะขยายธุรกิจให้เติบโตไปมากกว่านี้ และมองเห็นถึงช่องทางในการขายไปยังต่างประเทศด้วย เนื่องจากในไตรมาสนี้ บางประเทศออกกฎหมายดใช้เม็ดโฟมหรือตัวหอนเป็นวัสดุกันกระแทกแล้ว เช่นเดียวกับประเทศไทยที่ใน พ.ศ. 2566 ก็จะมีกฎหมายลักษณะคล้ายคลึงกันออกมา ทว่าเส้นทางสู่การขายให้ต่างประเทศนั้นยังมีรายละเอียดอีกมากมายที่ต้องศึกษา ทั้งกฎการส่งสินค้าประเภทพิชระหว่างประเทศ หรือความคุ้มค่าในการขนส่งผ่านตู้คอนเทนเนอร์เรือ การเติบโตเหล่านี้ไม่สามารถเกิดขึ้นด้วยแรงของธุรกิจนี้เพียงลำพัง หากภาครัฐเข้ามาสนับสนุนในด้านทุนการวิจัย โรงงาน หรือช่วยพัฒนาให้สินค้านี้กลายเป็นสินค้าส่งออกของไทย ตบชวาจะสร้างเม็ดเงินและคุณประโยชน์ในแง่สิ่งแวดล้อมต่อประเทศไทยมากมาย

“ภาครัฐมีนโยบายในการกำจัดผักตบชวาอยู่ประมาณ 700 กว่าล้านต่อปีใน 6 – 7 จังหวัด ถ้าหยิบยกบตรงนั้นมาช่วยในการตัด การตาก มาช่วยทำโรงอบ เพราะตอนนี้เรายังทำไม่ทันเนื่องจากไม่มีโรงอบ ถ้ามีก็จะตัดได้มากขึ้น ทุกวันนี้การกำจัดผักตบชวาลงเพราะเราไม่มีที่ตาก ถ้าได้งบประมาณตรงนั้นมา ให้เราเป็นตัวกลางในการประสานก็ได้”

ปัจจุบันตบชวาเข้าร่วมกับสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) และสมาชิกสภาจังหวัด (ส.จ.) เพื่อพัฒนาโครงการตบชวาเพื่อกำจัดตบชวาในชุมชน นำร่องด้วยพื้นที่เขตคลองสามวา ที่ทางแบรนด์ได้เข้าไปให้ความรู้กับชาวบ้านถึงวิธีเก็บ การแปรรูปตบชวาให้กลายเป็นวัสดุกันกระแทกจนกลายเป็นรายได้เข้าสู่ชุมชน

“เราอยากโตร่วมไปกับภาครัฐและกฎหมายที่จะเกิดขึ้น อยากได้รับการตอบรับจากภาคเอกชน ตลาด E-Commerce ต่าง ๆ เราอยากเป็นส่วนหนึ่งใน 100 เปอร์เซ็นต์ เราอยากเข้าไปเป็น 20 – 30 เปอร์เซ็นต์ แค่นี้ก็กำจัดตบชวาในประเทศไปได้เยอะแล้ว” เกือบ 5 ปีที่ผ่านมาเกี่ยวกับแบรนด์ตบชวาบนเส้นทางที่มีทั้งสุขและทุกข์ เขาเห็นตบชวาเหมือนลูกที่ค่อย ๆ เติบโต นับแต่วันแรกที่ยังไม่มีชื่อ ไม่มีโลโก้ มาจนวันที่คนเริ่มรู้จัก เริ่มนำไปใช้ มีคนเห็นถึงประโยชน์ของโมเดลธุรกิจนี้ ได้กลายเป็นสิ่งทดแทนวัสดุกันกระแทกและลดปัญหาสิ่งแวดล้อม แม้ไม่ได้ก่อให้เกิดผลเชิงรูปธรรมที่ชัดเจนนัก หรือแม้จะไม่ได้ทำอะไรรู้ฟู แต่ก็มีความสุขตลอดครึ่งทศวรรษที่ผ่านมา

“ขอบคุณที่รักชโลกลงไปกับเรา ขอบคุณที่ช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชน และช่วยกำจัดขยะริมแม่น้ำลำคลอง ลดโอกาสที่จะทำให้น้ำท่วม ถึงแม้จะเป็แค่ส่วนหนึ่ง แต่ต่อไปถ้าแบรนด์หรือลูกค้าต่าง ๆ มาใช้ตบชวากันกระแทก ตบชวาก็อาจจะหมดไปจากคลอง ลดโอกาสน้ำท่วม น้ำเสีย ประหยัดงบประมาณของรัฐให้เอาไปทำอย่างอื่นได้อีกมาก”



Lessons Learned สร้างจุดเด่นให้กับแบรนด์ แม้จะเกิดการลอกเลียนแบบหรือคัดลอกเท่าใด สินค้าของแบรนด์ก็ยังครองใจผู้บริโภค สร้างวงจรให้กับสินค้า นอกเหนือไปจากการขายสินค้าอย่างเดียวแล้ว ตบชวาเป็นเพื่อนคู่คิดให้กับธุรกิจในการเลือกวัสดุกันกระแทกและการขายของออนไลน์ หยิบจับปัญหาใกล้ตัวและมุ่งศึกษาจนรู้ถึงแก่น เพื่อนำมาแก้ปัญหาให้กลายเป็นธุรกิจได้

ขอขอบคุณ : www.readthecloud.co/tobchawa

ผ้าไทยใส่ให้สนุก

ผ้าและสิ่งถักทอไทย

เรื่องราวของผู้หลงใหลประวัติศาสตร์ผ้าทอ จนสร้างแบรนด์ผ้าไทย ฟื้นฟูภูมิปัญญาล้านนาโบราณของเชียงใหม่ให้กลับมาอีกครั้ง

เรื่อง ปิยฉัตร เมณฑาคมภาพ มงคลชัย ไชยวงศ์



“ผมกำลังสร้างภาพจากอดีตขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง” เสียงของ วสิน อุ่นจะน่า พุดขึ้นท่ามกลางมวลผ้าชิ้นหลากสี ในร้าน วสิน ผ้าทอไทย

‘วสิน ผ้าทอไทย (Wasin Thai Textile)’ เป็นแบรนด์ผ้าทอโบราณที่เชื่อว่าประวัติศาสตร์ไม่มีวันเก่า เขามีเรื่องมากมายเกี่ยวกับภูมิหลังของภูมิปัญญาผ้าทอที่อยากเล่า และนั่นเป็นสิ่งที่เขาตกหลุมรักตั้งแต่สมัยเรียน สิ่งนั้นปรากฏชัดเจนเมื่อครั้งไปออกภาคสนามที่อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่

“อาจารย์พาไปนอนวัด เราจั่วเสียดินเข้าตั้งแต่ตี 4 ตี 5 พอเราเปิดประตูออกไป เจอชาวบ้านมากันเต็มวัด เขาใส่เสื้อผ้าชุดพื้นเมืองตามอัตลักษณ์ประจำเผ่า นุ่งผ้าซิ่นตีนจกกันทุกคนเลย

“เรารู้สึกว่า เฮ้ย! เซอร์ไพรส์ สวยมาก ทำไมสวยขนาดนี้” วสินเล่าด้วยน้ำเสียงตื่นเต้น จากความรู้สึกชื่นชมภูมิปัญญาดั้งเดิม ชื่นชอบประวัติศาสตร์ความเป็นมาของผ้า อยากรู้พื้นพุงค์ความรู้ภูมิปัญญาโบราณ สิ่งสมมาพร้อมกับอีกหนึ่งเหตุผล คือเขามองเห็นปัญหาที่คนในชุมชนไม่มีงาน ต้องดิ้นรนมาทำงานในเมือง ห่างครอบครัวจนบางครั้งเป็นบ่อเกิดของปัญหาภายใน ขยายเป็นปัญหาเรื่องการศึกษาและเศรษฐกิจ เขาจึงอยากสร้างความภูมิใจให้แก่คนในชุมชน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน

“เราเข้าไปในหมู่บ้าน บ้านทุกหลังมีกี่ มีการทอผ้า เรารู้สึกว่าชุมชนนี้ทำไมถึงพิเศษ ทำไมถึงรักษาลิขสิทธิ์ไว้ ความแข็งแรงตรงนี้เกิดขึ้นจากอะไร เราเลยพยายามหาคำตอบ และเราควรส่งเสริมให้ชุมชนอื่น ๆ เป็นแบบนี้ไหม เพราะผ้าพวกนี้ไม่ได้เพิ่งเกิดขึ้น มันเป็นภูมิปัญญาที่ตกทอดมาหลายร้อยปีแล้ว”

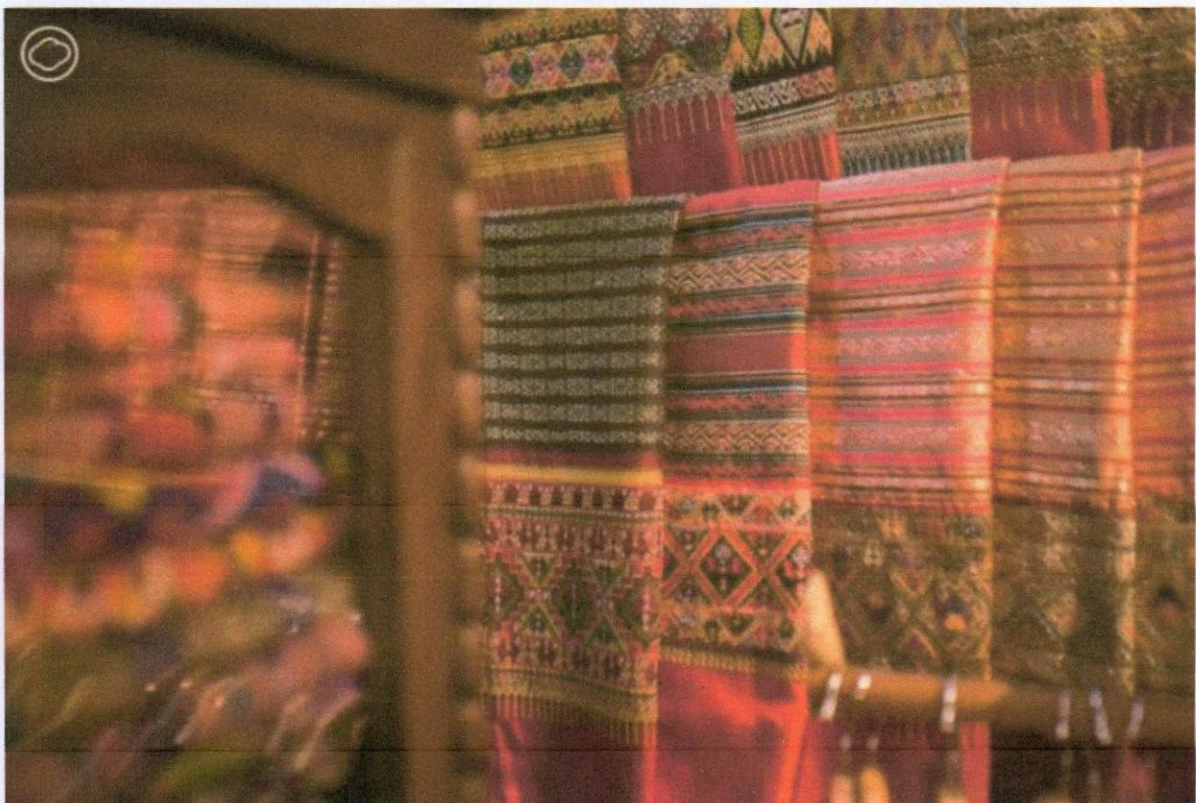
วสินคือผู้หลงใหลประวัติศาสตร์ผ้าจากการลงพื้นที่ตอนเรียน เมื่อเรียนจบเหมือนเป็นการเริ่มก่อเชื้อเพลิง สุมไฟความตั้งใจของเขาออกมาผ่าน จนสร้างเพจที่ชื่อว่า ผ้าและสิ่งถักทอไท ขึ้นมา

“เราอยากทำให้คนใส่ผ้าไทมาเดินห้างแล้วไม่รู้สึกดัดจริต” หนึ่งความตั้งใจของวสิน เชื่อเชิญให้ ทำความรู้จักกับความสนใจประวัติศาสตร์ผ้าจนก่อเป็นอาชีพ ผ่านเรื่องราวของวสิน ผ้าทอไท

เริ่มต้นจากผ้าและสิ่งถักทอไท สมัยเป็นนักศึกษาคณะสาขาศิลปะไทย คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ความสนใจและหลงใหลในประวัติศาสตร์ผ้าของวสิน ไม่ได้หยุดอยู่เพียงในห้องเรียน เรื่องที่อยากเล่าอัดอั้นอยู่ในใจ เขาจึงสร้างพื้นที่หนึ่งขึ้นมา เป็นพื้นที่ที่รวมคนรักผ้าพื้นเมืองมาเจอกัน **“เสื้อผ้าขาวของเครื่องใช้โบราณสวยมากอยู่แล้ว เราแค่เอามาเล่าใหม่”** เพจ ‘ผ้าและสิ่งถักทอไท’ วสินเลือกใช้คำว่า ‘ไท’ ที่ไม่มี ย ยักษ์ ชาวไทส่วนใหญ่อยู่ภาคเหนือและข้างอยู่แถบพม่าและลาว มีหลายกลุ่ม เช่น ไทวน ไทลื้อ ไทใหญ่ ไทยอง ไทเจิน เขาเลือกใช้คำนี้เพราะต้องการให้หมายรวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์ทุกคนที่พูดภาษาไทย ไม่ใช่เฉพาะคนไทยที่อยู่บนผืนแผ่นดินไทย

“เรามีข้อมูล มีภาพแม่ฮุยทอผ้า มีภาพกระบวนการทอผ้า มีภาพผ้าสวย ๆ เราเลยอยากให้คนอื่นได้เห็นคุณค่าแบบที่เราชื่นชม” ภาพที่ว่าเหล่านั้นฉายชัดอยู่บนไดอารี่ออนไลน์ของวสินเป็นฉาก ๆ

ข้อมูลในตำราประวัติศาสตร์บ่งบอกไว้ว่า ผ้าชิ้นถูกมองว่ามีจิตวิญญาณ บางครั้งได้รับยกย่องเป็นของศักดิ์สิทธิ์โดยเฉพาะผ้าชิ้นของบุคคลสำคัญในครอบครัว ที่ถูกยกให้กลายเป็นข้าวของเครื่องใช้ทางความเชื่อด้วยผ้าชิ้นบ่งบอกทุกอย่าง เพราะผ้าเป็นข้าวของเครื่องใช้ที่ใกล้ตัวมนุษย์ที่สุด





เด็บโตสู่ วสิน ผ้าทอไท เมื่อเรื่องราวที่วสินถ่ายทอดไปถึงโฮตประสาทของผู้ชม ผ้าทอในเพจเริ่มเป็นที่ต้องการ การเดินไปข้างหน้าอีกก้าวจึงเกิดขึ้น

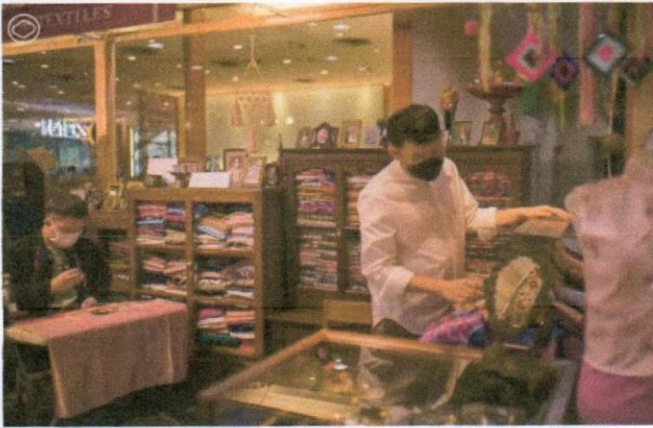
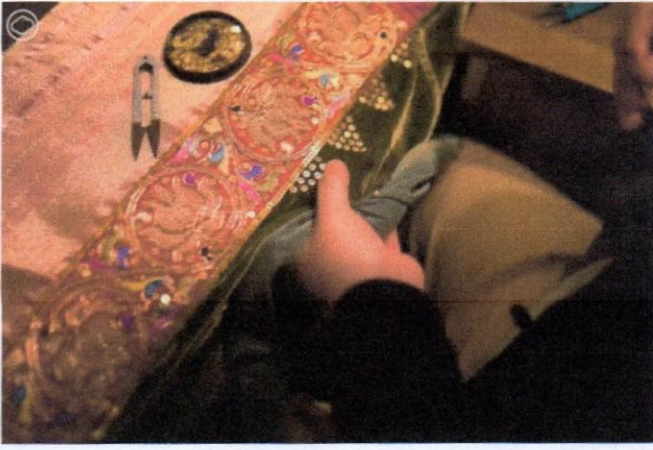
“เราว่าองค์ความรู้ที่อยู่ใกล้ตัวเรามาก ๆ เพียงแต่เราไม่เคยสนใจ ไม่เคยหยิบมาใช้ ไม่เคยเอามาพัฒนาต่อต่างหาก แน่แน่นอนว่าการวิ่งตามกระแสโลกก็เป็นสิ่งที่ต้องทำ แต่ส่วนหนึ่งก็จำเป็นต้องหยิบรากเหง้าในท้องถิ่นกลับมาใช้ด้วย โดยให้มันยังดำรงอยู่ในสังคมปัจจุบัน” วสินเล่า

จากเพจผ้าและสิ่งถักทอไท เด็บโตสู่ร้านวสิน ผ้าทอไท สิ่ง que เปลี่ยนไปคือการต้องลงมือทำจริงจิงไม่ใช่แค่เล่าเรื่อง และสิ่งที่คงไว้เหมือนเดิมไม่เปลี่ยนแปลง คือคำและความหมายของคำว่า ‘ไท’ ผ้าของร้านวสินเน้นพื้นฟูลวดลาย กระบวนการ กรรมวิธี วัสดุ และ เทคนิคโบราณขึ้นมาอีกครั้ง “เรารู้ว่าผ้าโบราณที่ยากซับซ้อน มันสวยมาก แต่ทำไมไม่มีคนทอ เราเลยเอาผ้าโบราณนี้กลับไปให้ชุมชนเดิมที่เขาเคยทอ แต่ทุกวันนี้เขาไม่ได้ทอแบบนี้แล้ว เราเอากลับไปให้เขาทออีกครั้ง”

เมื่อผ้าทอเอกลักษณ์แบบวสินที่รู้ได้โดยไม่ต้องสลักชื่อเป็นที่รู้จักสักพัก คนบางกลุ่มเริ่มอยากแต่งตัวย้อนยุคตามแบบชนชั้นสูงหรือเจ้าโบราณ หลายชุดเหมาะใส่ในพิธีกรรมมากกว่าในชีวิตประจำวัน จึงเกิดสตูดิโอ แยกออกมาในชื่อ **Wasin Thai Textile for Wedding** นำเสนอเครื่องแต่งกายในรูปแบบชุดแต่งงาน ชุดพิธีการ เนมิตให้ตั้งแต่หัวจรดเท้า พร้อมเครื่องประดับสมจริงตามแบบฉบับยุคนั้น ๆ โดยสิ่งที่สัมผัสแล้วรู้เลยว่าเป็นร้านวสิน ผ้าทอไท คือสีสันทันนุ่มนวล สบายตา สดแต่ไม่จัดจ้านจนใส่ยาก ลายชั้นละเอียด ทออย่างประณีตแบบและทรงเข้ากับยุคสมัยโดยไม่ละทิ้งเอกลักษณ์ดั้งเดิม



ถ่ายทอดเรื่องราวที่มากกว่าเรื่องเล่า ‘การเปิดร้านเพื่อขายของนะไซ้ แต่ วลิน ผ้าทอไท ไม่ได้ต้องการแบบนั้นอย่างเดียว’ ภาพที่เขานำเสนอ มีทั้งภาพที่เน้นการขาย แสดงรายละเอียดแต่ละชุดชุด ๆ มิกซ์แอนด์แมตช์ให้ดูทันสมัย และอีกอย่างหนึ่งคือการขายผ่านรูปภาพการแต่งกายเสมือนจริงสมัยโบราณ “เราเอาผ้าโบราณมาแต่งใหม่ ทำให้เห็นว่าคุณก็ใส่แบบนี้ไปวัดได้นะ ไม่ได้แปลกแยก” ไม่มีสิ่งใดมาสกัดกันแพสชันที่วลินมีต่อผืนผ้าได้ เพราะนอกจากการเล่าเรื่องชุดโบราณผ่านภาพถ่ายและตัวอักษรแล้ว ยังมีวิดีโอในยูทูป เน้นเนื้อหาในการถามตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับชุดโบราณ บางครั้งก็เป็นสื่อวิดีโอสั้นใน TikTok แบ่งปันวิธีการแต่งตัวว่าจะใส่เสื้อตัวนั้นกระโปรงตัวนี้ ให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบันยังไง นับเป็นเทคนิคทางการตลาดที่สร้างภาพจำและจุดขายให้แบรนด์ได้เป็นอย่างดี เขาหวังจะให้เครื่องแต่งกายเหล่านี้ได้รับการยอมรับในปัจจุบัน ให้คนสวมใส่อย่างภูมิใจในชีวิตประจำวันได้เหมือนอย่างในอดีต เรารู้จักที่มาหรือสังคมคร่าว ๆ ของคนหนึ่งคนได้ เพราะประวัติทั้งหมดทอเอาไว้ผ่านเส้นไหมทุกเส้น โดยแต่ละชุมชนมีภูมิหลังของผ้าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น เรื่องราวของผ้าชิ้นดินจกลายหงส์หลวง เป็นลายมาตรฐานของกลุ่มไทยวน (ประชากรล้านนาหลักของ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน) ตัวชิ้นเป็นลายแนวขวางด้วยการชิงเส้นยืน ซึ่งการชิงเส้นยืนนี้เป็นลักษณะของกลุ่มชาติพันธุ์มอญ-เขมร ได้ชื่อว่าเป็นกลุ่มชนเก่าแก่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ “สิ่งพวกนี้อยู่ในผ้าชิ้น อยู่ที่เราจะรู้หรือไม่ เราสืบประวัติศาสตร์ผ่านชิ้นได้เป็นร้อยเป็นพันปี” ชิ้นชิ้นลายหงส์เป็นลายที่เจอเยอะมากในชิ้นดินจก สันนิษฐานว่าตกค้างจากยุคสังคัมบรรพกาลที่กลุ่มคนไทยวนล้านนายังเป็นเผ่าเร่ร่อนอยู่ ยังไม่มีการสร้างบ้านสร้างเมืองใด ๆ คนยุคนั้นใช้สัตว์เป็นสัญลักษณ์ประจำเผ่าหงส์จึงเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มไทยวน และตกค้างอยู่ในผ้าทอมาตลอด วลิน ผ้าทอไท เป็นเสมือนตัวกลางคอยเชื่อมโยงเรื่องผ้าของชุมชนล้านนาเข้ากับสังคม และเล่าเรื่องราวที่จะเป็นเครื่องพิสูจน์ว่าภูมิปัญญาผ้าเหล่านี้ดีพอและมีคุณค่าพอที่จะคงอยู่ พื้นฟูภูมิปัญญาการทอผ้าล้านนาชาวบ้านในชุมชนจอมทอง แม่แจ่ม แม่แตง หางดง ฮอด เคยทอผ้าแต่ปัจจุบันคนใส่น้อยลง คนทำเลยลดลงตามไปด้วย จนกระทั่งวลินปลูกภูมิปัญญาผ้าทอให้ชาวไทกลับคืนมาอีกครั้ง “สิ่งที่เราให้เขาทอไม่ใช่สิ่งใหม่ เป็นสิ่งเก่าที่เคยทอแล้วเลิกไป เราแค่อยากให้กลับไปทออีกครั้ง” ในช่วงแรกชาวบ้านยังไม่คุ้นชินกับรูปแบบผ้าที่วลินเอามาให้ทอ แม้ว่าลายผ้าทั้งหมดมีมาตั้งแต่สมัยอดีตกาล จึงต้องใช้เวลาอยู่สักพักใหญ่กว่าชาวบ้านจะเปิดใจยอมเปลี่ยนแปลง



“เราต้องใช้วิธีที่ง่ายที่สุดให้เขาอยมทำ เช่น ทอผ้าลายนี้ ก็ต้องจัดด้าย มัดรวมกันไปแล้วบอกให้ทอ แบบนี้ สีแค่นี้ บางที่เขาบอกว่าสีซีดจาง ไม่สว่าง ช่วงแรก ๆ ก็มีแอบหยอด เราก็ต้องทำความเข้าใจใหม่”

วิธีการทำงานทุกคนต้องนับหนึ่งใหม่ไปพร้อมกัน วสิน กำหนดสี กำหนดลาย กำหนดกราฟโบราณเสมือน การปักครอสติส นำแบบทั้งหมดพร้อมรูปภาพตัวอย่าง ส่งกลับไปให้แต่ละหมู่บ้านทอใหม่-ทอผ้าออกมาเป็น ผ่าถุง ผ่าพื้นเมือง ความยากเกิดขึ้นในระยะแรกเริ่ม แต่สุดท้ายเวลาก็ทำหน้าที่ของมัน ชาวบ้านเห็นคุณค่า ร่วมแรงร่วมใจอย่างเต็มที่ไม่ว่าจะยากแค่ไหน เพื่อรื้อฟื้น ลายที่ตายไปให้กลับมา ในทุกผืนผ้าเกิดจากฝ้ายปั่นมือ เป็นฝ้ายออร์แกนิกที่ชาวบ้านปลูกเอง ทำเป็นเส้นทอเอง แล้วก็ส่งไปให้อีกบ้านย้อมสีธรรมชาติ สีนํ้าเงินย้อมคราม สีชมพูย้อมครั่ง สีเหลืองย้อมดอกดาวเรือง สีนํ้าตาลย้อม เปลือกไม้และแก่นไม้อื่น ๆ เช่น ขนุน ผาง ผักเพกา การที่ ชาวบ้านได้กลับมาทอผ้าโบราณในรอบหลายศตวรรษ ไม่ใช่คุณค่าเดียวที่เกิดขึ้นจากแบรนด์วสิน “มันไม่ได้จบ แค่นั้น มันมากกว่านั้น” วสินบอก

สร้างชุมชนและฝ้ายยั่งยืน การทอผ้าร่วมกับชุมชนไม่ได้ทำให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มอย่างเดียว มันขยายออกมามากกว่านั้น หนึ่ง ทำให้ภูมิปัญญาไม่สลายไปพร้อมกับกาลเวลา

สอง ทำให้ชาวบ้านเกิดความมั่นใจและภูมิใจในตัวเอง มันใจว่าสิ่งที่เขาทำเป็นตัวตนที่หาเลี้ยงชีพและครอบครัวได้ ตลอดจนภูมิใจในการอวดภูมิปัญญาของแต่ละพื้นที่ถิ่น ที่ไม่เหมือนที่ไหนบนโลก “เราอยากทำให้ภูมิปัญญาโบราณ คงอยู่ ขณะเดียวกันก็สร้างอาชีพ สร้างงานให้ชุมชนอยู่ได้ อย่างยั่งยืน การที่เราเข้าไปรื้อฟื้น มันทำให้เกิดปรากฏการณ์ ที่ทำให้เรารู้สึกพอใจกับสิ่งที่ทำ” เมื่อหลายคนทำแล้วภูมิใจ ส่งผลให้เขาอยากทำต่อ จึงรวมกลุ่มกันแล้วทำอาชีพนี้อย่างยั่งยืน

สาม ทำให้คนในชุมชนได้พบปะหลอมหลวมกัน ทำให้สถาบันครอบครัวกลับมาเชื่อมกัน ทำให้บ้านกลับมาเป็นบ้าน อีกครั้ง จากการกลับมาใช้ชีวิตด้วยกันของคนในครอบครัว “จากเดิมที่เขาเลิกทำไปแล้ว พอกลับมาทอ เขาก็ชวน เพื่อน ชวนญาติมาทอด้วยกัน เกิดเครือข่ายชุมชนเล็ก ๆ ที่สำคัญ ทำให้เขามีงานในชุมชน จะได้ไม่ต้องออกจาก บ้านไปหางานในเมืองใหญ่” การมีรายได้และอาชีพที่ยั่งยืน ให้ผลลัพธ์สะท้อนกลับไปสู่จุดเริ่มต้น เมื่อชาวบ้าน หาเลี้ยงชีพได้จากภูมิปัญญาชุมชน เขาก็ไม่ต้องดิ้นรนออกไปทำงานไกลบ้านตั้งความตั้งใจหลักส่งท้ายของวสิน “ทุกคน อยู่ในชุมชนได้อย่างยั่งยืน โดยอาศัยสิ่งที่เขามี นั่นคือภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิด เรามาฟื้นฟูขึ้นอีกครั้ง มันเป็นเรื่องที่ดี และไม่มีเหตุผลอะไรที่เราจะไม่ทำมันต่อไป” วสินให้คำมั่น





“60 ปี กรมการพัฒนาชุมชน บางมุมของพัฒนารักษ์งานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี”

เนื่องในโอกาสครบรอบ ๖๐ ปี กรมการพัฒนาชุมชน บทความฉบับนี้จะขอ
นำเสนอเบื้องหลังบางมุมของผู้ปิดทองหลังพระที่ทำให้การขับเคลื่อนภารกิจกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
ประสบความสำเร็จ ซึ่งกล่าวได้ว่าที่ผ่านมานั้น ไม่มีอะไรง่ายเลย

นับตั้งแต่คณะรัฐมนตรีได้มีมติอนุมัติให้ควรวรวมกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี สำนักเลขาธิการ
นายกรัฐมนตรี และกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน เข้าเป็นทุนหมุนเวียนเดียวกัน
โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ ๑ พฤษภาคม ๒๕๕๙ จนถึงปัจจุบัน ทำให้กรมการพัฒนาชุมชนได้รับมอบหมาย
ให้รับผิดชอบภารกิจเพิ่มขึ้นอีก ๑ ภารกิจ ในขณะที่จำนวนพัฒนารักษ์ถือได้ว่าเป็นทหารเอกในการปฏิบัติ
หน้าที่ในพื้นที่ยังคงมีจำนวนเท่าเดิมและส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีได้มีคุณวุฒิทางด้านกฎหมาย แต่เมื่อเงิน
กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีเป็นเงินงบประมาณแผ่นดินที่มาจากภาษีของประชาชน และยังเป็นกองทุน
ที่มาในรูปแบบของเงินกู้ยืมเมื่อนำมาสู่การปฏิบัติจึงมีข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องมากมาย ประเด็นนี้
จึงเป็นประเด็นที่น่าเห็นใจสำหรับพัฒนารักษ์ทุกท่าน แต่เมื่อเราเลือกที่จะรับราชการเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ
แม้จะไม่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ โดยตรง ไม่มีความถนัด แต่เมื่อเป็นงานที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย
โดยมุ่งให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศชาติประชาชนแล้ว พัฒนารักษ์ทุกคนก็ได้ปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
อย่างเต็มกำลังความสามารถให้สมกับที่แผ่นดินได้ให้ข้าว ให้น้ำ ให้การเลี้ยงดูแก่พวกเราทุกคน

อีกประการหนึ่งที่สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีขอชื่นชมพัฒนารักษ์และ
เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนทุกท่านก็คือ ภารกิจกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีเป็นภารกิจที่ว่าด้วยเรื่องของ
“เงินทุน” ซึ่งสตรีทุกคนก็ต้องการโอกาสในการเข้าถึง ในขณะที่จำนวนเงินกองทุนนั้นมีอยู่อย่างจำกัดและ
พัฒนารักษ์คือ ผู้ที่ต้องรักษา กฎ กติกา รักษาความยุติธรรม ความเป็นธรรมให้กับทุกฝ่าย โดยเฉพาะการ
ที่ต้องทำทุกอย่างให้ชอบด้วยกฎหมายและรักษาประโยชน์ของทางราชการ จึงแทบจะเป็นไปไม่ได้เลย
ที่พัฒนารักษ์คนหนึ่งจะทำให้เป็นที่พึงพอใจของประชาชนทั้งหมด ดังนั้น พัฒนารักษ์จึงต้องรับแรงปะทะ
เป็นด่านแรกเสมอเพราะเป็นผู้ที่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด หากสิ่งที่ทำที่ตัดสินใจเป็นที่ถูกใจ
ก็อาจมีคำขอบคุณมาให้บ้าง แต่ถ้าสิ่งที่ทำที่ตัดสินใจไม่เป็นที่ถูกอกถูกใจก็อาจได้รับเป็นก้อนอิฐแทน

กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีก็ได้รับรู้รับทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่พัฒนารักษ์ต้องเผชิญมา
โดยตลอด จึงขอใช้บทความนี้สื่อสารถึงบางมุมของพัฒนารักษ์และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน โดยเชื่อว่า
เราจะร่วมกันฟันฝ่าอุปสรรคต่าง ๆ ไปได้ดังเช่นที่ผ่านมา เพราะสุดท้ายแล้วความเหนื่อยของเรา
ทุกคนก็จะเปลี่ยนเป็นประโยชน์ของประเทศชาติประชาชนในที่สุดนั่นเอง **“ความเหนื่อยยากของพัฒนารักษ์
ใครไม่รู้ แต่เรารู้”**

แล้วพบกันใหม่ฉบับหน้า

กลุ่มกฎหมาย
สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

CONTACT ME



กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี Fanpage



กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี Channel



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

