

บทความวิจัย (Research Article)

การเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อแก้ไขความยากจน
ของหมู่บ้านไก่เป่าซุน มณฑลกุ้ยโจว

The Study of Using Cultural Heritage as an E-commerce Product to
Solve Poverty in Ethnic Areas of China: A Case Study
of Gaibao Village, Guizhou Province

รัญญา กันทะกุล และณัฐภูมิ มีชัยโย*

Ranya Kantakun and Nutdhavuth Meechaiyo*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์ ศึกษาทฤษฎีและรูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมด้วยช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อศึกษาโอกาสและอุปสรรคของการแก้ไขปัญหาความยากจนโดยใช้สินค้าทางวัฒนธรรมผ่านช่องทางพาณิชย์ การศึกษารังนี้ใช้วิธีการวิจัยเอกสาร โดยศึกษาวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นงานวิจัย วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการนโยบาย ผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากเอกสารทางราชการและผลงานทางวิชาการ งานวิจัย บทความหนังสือพิมพ์และวารสารที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการศึกษาทั้งภายในและนอกสาธารณรัฐประชาชนจีน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลแล้วนำเสนอผลการวิจัยโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมของจีน เกิดจากความร่วมมือ 3 ฝ่าย ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ภายในแนวคิด Public-Private-Voluntary-Initiative หรือ PPVI มุ่งสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ฐานข้อมูล บ่มเพาะบุคลากร บูรณาการวัฒนธรรมกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน 2) โครงสร้างพื้นฐานที่ไม่สมบูรณ์การขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญของหมู่บ้านในชนบทเป็นอุปสรรคสำคัญของการแก้ไขปัญหาความยากจนผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การผสมผสานระหว่างสินค้าทางวัฒนธรรมกับเทคโนโลยี เป็นการสร้างช่องทางในการขายสินค้าให้กับชุมชนสร้างเศรษฐกิจฐานรากของจีนให้เข้มแข็งและสามารถขจัดความยากจน รวมทั้งสามารถอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่สืบไป

คำสำคัญ: มรดกทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี ความยากจน จีน

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายงานวิจัย เรื่อง “การศึกษากำหนดมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้มาพัฒนาเป็นสินค้าท้องถิ่น เพื่อขจัดความยากจน กรณีศึกษา หมู่บ้านไก่เป่าซุน มณฑลกุ้ยโจว สาธารณรัฐประชาชนจีน”

งบอุดหนุนวิจัย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

สำนักวิชาจีนวิทยา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย 57100

School of Sinology, Mae Fah Luang University, Chiang Rai 57100

*Corresponding Author, E-mail: nutdhavuth.mee@mfu.ac.th

(Received: 18 May 2023; Revised: 31 July 2023; Accepted: 7 December 2023)

DOI: <https://doi.org/10.14456/psruhss.2024.15>

Abstract

This is qualitative research that aims to study the mechanisms and patterns for using the internet to disseminate cultural heritage through electronic commerce channels. This research also explores the opportunities and obstacles to solving poverty issues through the distribution of cultural products through e-commerce. This research employs documentary research combined with conceptual analysis, theory, and other factors relevant to our research. The authors also analyze the factors that affect the effects of policy implementation. Data collection was done through research articles, newspapers, and periodicals on education in China and overseas. Further data analysis was conducted before implementing descriptive analysis in the research report.

The research results reveal that: 1) The use of the Internet to disseminate cultural heritage is made possible through the cooperation of three parties—the government, the private sector, and the community—under the concept of Public-Private-Voluntary-Initiative, or PPVI, which aims to build a database, develop human resources, and integrate culture with the creative economy to address poverty. 2) Obstacles to solving poverty in villages through electronic commerce channels include the lack of personnel with experience with e-commerce channels and underdeveloped infrastructure. A combination of cultural products and technology can help to create product distribution channels in rural areas and help to build a strong foundation for China's economy in order to eradicate poverty while also preserving cultural heritage.

Keywords: Cultural heritage, Technology, Poverty, China

บทนำ

แม้ปัจจุบันประเทศจีนภายใต้นโยบายพัฒนาชนบทของประธานาธิบดี สี จิ้นผิง ได้จัดลำดับความสำคัญต่อการแก้ไขปัญหาความยากจนเป็นนโยบายสำคัญลำดับต้น ๆ แต่จุดเริ่มต้นการแก้ไขปัญหาความยากจนของจีนเกิดขึ้นตั้งแต่ใน พ.ศ. 2529 โดยรัฐบาลจีนได้จัดตั้งหน่วยงานแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างเป็นทางการภายใต้ชื่อสำนักงานสภาแห่งรัฐแกนนำกลุ่มเพื่อการพัฒนาและการแก้ไขปัญหาความยากจน (The State Council Leading Group Office of Poverty Alleviation and Development) เป็นหน่วยงานหลักของการแก้ปัญหา หลังจากนั้นปัญหาความยากจนจึงถูกระบุเป็นนโยบายระดับชาติเป็นต้นมา (Daoming, 2021) จนกระทั่งในวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 จีนได้จัดพิธีประกาศชัยชนะเหนือความยากจนได้สำเร็จ เพราะเหตุใดประเทศจีนสามารถใช้เวลาเพียง 30 ปีเท่านั้นในการจัดปัญหาความยากจน (UNDP, 2016) จึงเป็นเรื่องที่น่าศึกษาอย่างยิ่ง นักวิชาการด้านเงินศึกษาได้วิเคราะห์ว่า นอกจากเพิ่มอัตราเติบโตทางเศรษฐกิจแล้ว เหตุผลสำคัญอีกประการคือ รัฐบาลจีนได้ใช้เครื่องมือต่าง ๆ ในการแก้ปัญหา อาทิ กฎหมายการส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ล้าหลังของประเทศ หรือแม้แต่การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อแก้ไขปัญหาซึ่งกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญกับการต่อสู้ปัญหาความยากจน (NPC, 2019)

มณฑลกุ้ยโจวตั้งอยู่ทางภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน มีพื้นที่ 176,167 ตารางกิโลเมตร โดยพื้นที่กว่าร้อยละ 92.5 เป็นภูเขาสูง มีประชากรกว่า 36 ล้านคน ส่วนใหญ่เป็นชาวฮั่นแต่ก็ยังมีชนกลุ่มน้อยอีกถึง 17 ชาติพันธุ์ (China Information Center, 2017) นับว่าเป็นมณฑลที่มีความหลากหลายและร่ำรวยวัฒนธรรม แต่ความร่ำรวยทางวัฒนธรรมไม่ได้ส่งผลกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจของมณฑลกุ้ยโจวเลย มณฑลกุ้ยโจวติดอันดับต้น ๆ ของประเทศจีนในด้านความยากจน โดยในปี พ.ศ. 2554 มีสัดส่วนประชากรที่ยากจนถึงร้อยละ 33 หรือคิดเป็นจำนวน 1 ใน 3 ของประชากรทั้งมณฑล จากสถิติในปี พ.ศ. 2565 มณฑลกุ้ยโจวมี GDP จัดอยู่ในอันดับที่ 22 จาก 31 เขตการปกครองของจีนทั้งหมด (Textor, 2023) จากปัญหาดังกล่าว มณฑลกุ้ยโจวจึงเริ่มดำเนินการแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างจริงจังตั้งแต่ พ.ศ. 2555 โดยตั้งเป้าหมายสร้าง “สังคมอยู่ดีกินดี” ภายใน พ.ศ. 2563 ตามนโยบายขจัดความยากจนระดับชาติของจีน ผลปรากฏว่าในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2557-2561 มณฑลกุ้ยโจวสามารถลดจำนวนประชากรยากจนลงจาก 9.23 ล้านคน เหลือเพียง 1.55 ล้านคน จึงนับว่ามณฑลกุ้ยโจวสามารถช่วยประชาชนให้หลุดพ้นจากความยากจนได้ปีละกว่า 1 ล้านคน ส่งผลให้อัตราความยากจนลดลงจากร้อยละ 26.8 เหลือเพียงร้อยละ 4.3 (OSTC, 2022) นับเป็นมณฑลที่สามารถลดจำนวนคนยากจนได้มากที่สุดมณฑลหนึ่งของจีน มณฑลกุ้ยโจวจึงกลายเป็นต้นแบบให้กับมณฑลอื่นได้ศึกษา อีกทั้งกลุ่มคนยากจนในมณฑลกุ้ยโจวมักมีลักษณะพิเศษ กล่าวคือส่วนใหญ่เป็นชนกลุ่มน้อยที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลและได้ถูกนิยามว่าเป็นกลุ่มที่มีปัญหาความยากจนซ้ำซ้อน ดังนั้นประเทศจีนจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการแก้ไขปัญหาคความยากจนของมณฑลกุ้ยโจวเพื่อใช้เป็นตัวอย่างในการแก้ไขปัญหาคความยากจนในเขตทุรกันดารอื่น ๆ

หมู่บ้านไก่อ่าซุน มณฑลกุ้ยโจวมีสภาพภูมิศาสตร์ที่ถูกโอบล้อมไปด้วยภูเขาทุกด้าน เส้นทางคมนาคมไม่สะดวกส่งผลให้หมู่บ้านนี้มีเศรษฐกิจหลังเป็นอย่างมาก จึงถูกคัดเลือกจากมณฑลกุ้ยโจวให้เข้าร่วมโครงการ “การขจัดความจนด้วยมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้” เพื่อนำมรดกทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในการช่วยเหลือชุมชนเพื่อให้พ้นความจน โดยนำเทคโนโลยีมาช่วยการแก้ไขปัญหาคความยากจนอย่างยั่งยืน งานวิจัยชิ้นนี้จึงสนใจศึกษาความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ผ่านการนำเสนอขายมรดกทางวัฒนธรรมผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อแก้ไขปัญหาคความยากจนของหมู่บ้านไก่อ่าซุน มณฑลกุ้ยโจว และอาจนำแนวทางการขจัดความยากจนโดยใช้มรดกทางวัฒนธรรมของมณฑลกุ้ยโจว มาปรับใช้เป็นแนวทางให้ประเทศไทย เพื่อจะสามารถขจัดปัญหาคความยากจนได้ในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาระดับความยากจนและความไม่เท่าเทียมระหว่างพื้นที่ชนบทและพื้นที่เมืองตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พบว่ามีความแตกต่างกันมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยพื้นที่ชนบทมักจะมีระดับความยากจนสูงกว่าพื้นที่เขตเมือง (Glewwe, 2004) เนื่องจากผลผลิตและโอกาสทางเศรษฐกิจในพื้นที่ชนบทมีปริมาณไม่มากจึงส่งผลให้ความหนาแน่นของประชากรลดลง ซึ่งจะทำให้ต้นทุนต่อหัวของสาธารณูปโภค อาทิ ถนน ไฟฟ้า และบริการสังคมที่รัฐต้องลงทุนสูงกว่าในเขตเมืองมาก พื้นที่ชนบทจึงถูกละเลยจากการพัฒนา (Jalan, 1997) อีกทั้งความยากจนมักมีความสัมพันธ์กับความห่างไกลทางสังคมและวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ที่แตกต่างกันของประชากร ส่งผลให้ระยะห่างทางสังคมวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์หลักและชนกลุ่มน้อยแตกต่างกันด้วย อาทิ ลักษณะวิถีชีวิต ภาษา ความเกี่ยวพันทางศาสนา ความเชื่อ และปัจจัยทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่อาจส่งผลให้เกิดความยากจนของชนกลุ่มน้อยในพื้นที่ชนบทมีจำนวนมากกว่าในเขตเมือง (Baourakis, 2002) ดังนั้น กลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ตามชนบทหรือชายขอบของประเทศมักประสบปัญหาความยากจนมากกว่าพื้นที่อื่น ๆ เนื่องจากมีหลายปัจจัย เช่น การไม่สามารถเข้าถึงสิทธิ นโยบายของรัฐ ภัยธรรมชาติ ระบบสาธารณสุขล้าหลัง และความแตกต่างทางสังคมวัฒนธรรม ดังนั้นกลุ่มชาติพันธุ์ในชนบทจึงเป็นกลุ่มที่อยู่ในวงจรความยากจนซ้ำซ้อน

(Dercon, 2009) รัฐบาลจีนได้ให้ความสำคัญต่อการแก้ไขปัญหาความยากจนในชนชาติพันธุ์ในพื้นที่ชนบท โดยประกาศว่าภายในปี พ.ศ. 2563 จีนต้องขจัดความยากจนพื้นที่ยากจน “3 เขต และ 3 แคว้น” 3 เขต ประกอบด้วย เขตปกครองตนเองทิเบต เขตปกครองตนเองอุยกูร์ซินเจียง และเขตชุมชนชาติพันธุ์ในมณฑลเสฉวน ยูนนาน กานซู ซึ่งให้ 3 แคว้นประกอบด้วย แคว้นปกครองตนเองชนเผ่าหุยหลินเซีย มณฑลกานซู แคว้นปกครองตนเองชนเผ่าอีเหลียงชาน มณฑลเสฉวน และแคว้นปกครองตนเองชนเผ่าลีซู่เจียง มณฑลยูนนาน ซึ่งถือเป็นพื้นที่ยากจนที่สุดของจีน (SCIO, 2021)

นักเศรษฐศาสตร์ได้วิเคราะห์ว่า การพัฒนาและการเติบโตทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่มาจากปัจจัยการผลิต เช่น ที่ดิน ทน แรงงาน และเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาเทคโนโลยีจะเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของการเติบโตทางเศรษฐกิจและเป็นสิ่งที่จำเป็นซึ่งนำไปสู่การเติบโตของการลงทุนทางกายภาพใหม่ (Nelson, 2001) ในประเทศจีนการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เริ่มต้นขึ้นในปี พ.ศ. 2553 เริ่มต้นจากธุรกิจใหญ่ ๆ ขยายสู่ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดเล็ก ในปัจจุบันพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในประเทศจีนของผู้ประกอบการรายย่อย ทั้งในเขตเมืองและชนบทต่างสามารถเข้าถึงระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างทั่วถึง ใน พ.ศ. 2557 สภาแห่งรัฐของจีนได้ประกาศนโยบาย “การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อบรรเทาความยากจน” และได้ดำเนินการตั้งแต่ พ.ศ. 2558 เป็นต้นมา พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จึงกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการบรรเทาความยากจน (Dash, 2022) ตามแผนโครงสร้าง “การพัฒนาการบรรเทาทุกข์ พ.ศ. 2554-2563” (China Rural Poverty Alleviation Development Outlook 2011-2020) การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่เพียงแต่มีประโยชน์อย่างสูงสุดต่อการขจัดความยากจน อีกทั้งยังช่วยให้การหลุดพ้นจากความยากจนมีเสถียรภาพมากยิ่งขึ้น และยังเป็นแนวทางใหม่ในการปฏิรูปเศรษฐกิจในชนบทของจีน ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนอีกด้วย ซึ่งจะช่วยให้ประเทศจีนบรรลุเป้าหมายในการเป็น “สังคมที่มีความกินดีอยู่ดี” ได้อย่างรอบด้าน (Luo, 2019) สาเหตุการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในพื้นที่ชนบทเพราะเกิดปัญหาสำคัญ 2 ประการ คือ 1) ปัญหารายได้ของครัวเรือนในชนบท และ 2) การขาดช่องทางจำหน่ายสำหรับสินค้า การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสร้างห่วงโซ่อุปทาน สร้างการหมุนเวียนสินค้า และเพิ่มอำนาจการต่อรองของคนในชนบท (Baourakis, 2002) เนื่องจากรูปแบบธุรกิจของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างจากการค้าแบบเดิม ๆ ที่ต้องมีสถานที่ตั้งร้านค้าและมีพนักงาน กลายเป็นที่ตั้งของร้านค้าอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือการทำงานในฟาร์มกลายเป็นหน้าร้านเพื่อจำหน่ายผลผลิตได้ สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่าสินค้าที่ได้รับเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ สำหรับผู้ประกอบการในพื้นที่ชนบทได้เป็นช่องทางที่จะได้พบผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้น พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จึงกลายเป็นเครื่องมือที่มีศักยภาพสำหรับการแก้ไขปัญหาความยากจนเพิ่มรายได้ครัวเรือนในชนบท

นอกจากสร้างช่องทางใหม่ ๆ ในการจำหน่ายสินค้าเกษตรแล้ว การใช้เทคโนโลยีผสมผสานกับวัฒนธรรม กลายเป็นรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ ที่ประสบความสำเร็จอีกด้วย เช่นการผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์ผสมผสานกับการท่องเที่ยวเข้าไว้ด้วยกันโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลายเป็นการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนชนบทด้วย อีกทั้ง ยังสามารถช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ช่วยขจัดความยากจนได้ (Yang, 2020) การบรรเทาความยากจนของกลุ่มชาติพันธุ์และในเขตประชาชนในเขตกลุ่มชาติพันธุ์ของมณฑลกุ้ยโจวประสบผลสำเร็จอย่างมาก ดังนั้น การใช้เทคโนโลยีผสมผสานกับวัฒนธรรมจึงช่วยดึงศักยภาพของเขตชนบทในมิติทางเศรษฐกิจ ลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำระหว่างภูมิภาคลงอีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาทฤษฎีและรูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตของจีนในการเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมด้วยช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อศึกษาโอกาสและอุปสรรคของการแก้ไขปัญหาความยากจนของจีนโดยใช้สินค้าทางวัฒนธรรมผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยผู้วิจัยคัดเลือกเอกสารระดับทุติยภูมิ คือ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วย บทความวิจัย บทความวิชาการ เอกสารเผยแพร่ของภาครัฐ ได้แก่ รายงานผลการปฏิบัติงานของรัฐบาลจีนด้านการแก้ไขความยากจน พ.ศ. 2556-2559 แผนพัฒนาของมณฑลกุ้ยโจว พ.ศ. 2559-2563 รายงานกรณีการบรรเทาความยากจนที่ยอดเยี่ยมของจีนครั้งที่ 3 พ.ศ. 2563 และรายงานเผยแพร่ขององค์การนาชาติที่เกี่ยวข้องกับปัญหาความยากจน ตลอดจนหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นวิจัยทั้งภายในและนอกประเทศ สาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้วิจัยนำข้อมูลจากเอกสารมาจัดหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์ที่ศึกษา และทำการวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นงานวิจัย ได้แก่ กระบวนทัศน์เรื่องความยากจน แนวคิดเรื่องแก้ไขความยากจนและสรุปความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดต่าง ๆ ดังกล่าว เพื่อสรุปความสำเร็จของรัฐบาลท้องถิ่นกุ้ยโจว ในการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาเสนอสินค้ามรดกทางวัฒนธรรม ในการสร้างเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ แก้ไขปัญหาความยากจน กรณีศึกษาหมู่บ้านไ่ไป๋ซุน มณฑลกุ้ยโจว

ผลการวิจัย

1. กลไกและรูปแบบที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาความยากจนของจีน

กลไกและรูปแบบที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาความยากจนของจีน คือการใช้กลไกที่ภาครัฐตั้งส่วนอื่น ๆ ในสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาด้วย กล่าวคือปรับแนวคิดว่าการจัดความยากจนมิได้เป็นเพียงความรับผิดชอบของรัฐบาลเท่านั้น แต่ให้ภาคส่วนอื่น ๆ ในสังคมเข้ามามีส่วนร่วมด้วย จีนจึงใช้รูปแบบความร่วมมือ 3 ฝ่ายระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนภายในแนวคิด Public-Private-Voluntary-Initiative หรือ PPVI เพื่อมาแก้ไขปัญหาความยากจน เนื่องจาก จีนเชื่อว่ารูปแบบนี้จะแก้ปัญหาแบบเจาะจง ตรงจุด และยั่งยืน เพราะภาคเอกชนมีความชำนาญในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากกว่าภาครัฐ รูปแบบความร่วมมือดังกล่าวจึงสามารถแก้ไขปัญหาความยากจนตรงกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่เพียงแต่เป็นช่องทางที่ช่วยขยายโอกาสในการจัดจำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้แก่พื้นที่ยากจน แต่ยังสามารถช่วยให้เกิดการเผยแพร่และสร้างการรับรู้ เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมให้คงอยู่สืบไปด้วย ดังนั้นการที่ภาครัฐดึงภาคเอกชนเข้ามาทำความร่วมมือในรูปแบบ PPVI จะช่วยสร้างฐานข้อมูลชุมชนด้วยเทคโนโลยีเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างยั่งยืน และช่วยสร้างบุคลากรเพื่อต่อยอดพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากชุมชนในอนาคตอีกด้วย

1.1 รูปแบบความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนหรือ PPVI

แม้การแก้ไขปัญหาความยากจนจะเป็นหน้าที่โดยตรงของภาครัฐ แต่ในประเทศจีนภาคเอกชนมีบทบาทอย่างสูงในการช่วยจัดความยากจน รัฐบาลจีนได้ดึงภาคเอกชนเข้ามาร่วมแก้ปัญหาคความยากจนภายใต้รูปแบบความร่วมมือแบบ PPVI อาจกล่าวได้ว่า ภาคเอกชนของจีนเป็นส่วนสำคัญมากในการช่วยแก้ไขปัญหาค

ความยากจน ภาครัฐมองว่าหากขจัดปัญหาความยากจนได้สำเร็จ ภาคเอกชนเองก็ได้ประโยชน์จากการมีส่วนร่วมนี้ด้วย จึงริเริ่มดึงภาคเอกชนให้มาทำความร่วมมือ โดยใช้วิธีสร้างแรงจูงใจทางตรงผ่านการเสนอสิทธิพิเศษทางนโยบายต่อภาคเอกชนที่เข้าร่วมโครงการ และหากโครงการประสบผลสำเร็จ สามารถลดความยากจนได้แล้ว ก็จะช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการประกอบอาชีพของประชาชนในชนบท ก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเศรษฐกิจ ทำให้การบริโภคครัวเรือนสูงขึ้น ภาคเอกชนก็จะได้ตลาดใหม่ในการขายสินค้าได้เพิ่มขึ้นกลายเป็นผลประโยชน์ทางอ้อมอีกด้วย จึงทำให้มีภาคเอกชนสนใจร่วมโครงการนี้เพิ่มขึ้นทุกปี โดยใน พ.ศ. 2563 มีบริษัทเอกชนของจีนกว่า 46,200 แห่ง ได้ให้ความช่วยเหลือหมู่บ้านยากจน มูลค่ารวมกว่า 52.7 พันล้านบาท โดยตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือภาคเอกชนโครงการหมู่บ้านเถาเป่า (Taobao Villages) ของเครืออาลีบาบา และโครงการความช่วยเหลือของกลุ่มจิงตง (JD Group) ที่มีโครงการช่วยเหลือชุมชนเพื่อลดความยากจนผ่านการช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ

โครงการหมู่บ้านเถาเป่าเป็นรูปแบบที่แนะนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แก้ไขปัญหาความยากจนในหมู่บ้านชนบทของจีน เป็นความร่วมมือระหว่างเครืออาลีบาบากับภาครัฐในการสนับสนุนให้ประชาชนนำผลิตภัณฑ์ในชุมชนมาจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านตลาดกลางของเถาเป่า ในขณะที่ผู้ให้บริการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใหญ่ อันดับ 2 ของจีน คือกลุ่มจิงตง หรือ JD Group ก็ร่วมกับภาครัฐเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนเช่นกัน โดยร่วมมือกับสภามন্ত্রীแห่งรัฐ ภายใต้กรอบความตกลงความร่วมมือด้านยุทธศาสตร์การบรรเทาความยากจนแบบตรงจุดผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce Targeted Poverty Alleviation Strategy Cooperation Framework Agreement) จัดสร้างโครงการช่วยเหลือในหมู่บ้านต่าง ๆ ที่ห่างไกล อาทิ สร้างอาชีพให้แก่ครัวเรือน และรับซื้อในราคาที่สูงกว่าราคาตลาด และนำสินค้ามาจำหน่ายบนแพลตฟอร์มของ JD.Com อีกด้วย และในปี พ.ศ. 2563 คุวไอโศว (Kuaishou) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มรวมคอนเทนต์ประเภทวิดีโอสั้น ๆ คล้ายกับ Tiktok ได้เริ่มดำเนินโครงการ "ร่วมกันต่อสู้โรคระบาด จับมือช่วยเหลือเกษตรกร" เพื่อช่วยเหลือท้องถิ่นหลังภาวะโรคระบาดโควิด โดยได้จับคู่คนขายอำเภอในท้องถิ่นต่าง ๆ กับสตรีมเมอร์ (Streamer) จิตอาสาที่มีผู้ติดตามมากกว่า 10 ล้านคนเพื่อไลฟ์สดคู่กันพร้อมกัน สามารถจำหน่ายผักและผลไม้สดและสินค้าเกษตรและสินค้าปลีกย่อยอีกกว่า 20 ชนิด ที่ขายไม่ได้ในช่วงโรคระบาดอีกด้วย

อาจสรุปได้ว่า ทั้งโครงการของ Alibaba Group JD Group และ Kuaishou คือการสร้างรูปแบบความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนหรือ PPVI ในการแก้ไขปัญหาความยากจน หากปัญหาดังกล่าวได้รับการแก้ไขก็จะเป็นประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่าย เพราะภาคเอกชนที่ขับเคลื่อนส่วนใหญ่เป็นธุรกิจด้านเทคโนโลยีดิจิทัลจะใช้ช่องทางเครือข่ายในการกระจายสินค้าและบริการ ได้ฐานลูกค้าที่กว้างยอดการใช้งานผ่านแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้น ดังนั้น พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของครัวเรือนที่มีฐานะยากจนสร้างโอกาสทางการค้าของคนในชนบทผ่านแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ต่าง ๆ และยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงบทบาทในเชิงสร้างสรรค์ของภาคเอกชนในการเติมเต็มภาครัฐในการแก้ไขปัญหาสังคม ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรของภาคเอกชนด้วย

1.2 สร้างฐานข้อมูลเพื่อแก้ไขความยากจนโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

การสร้างระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ หรือ Big Data เพื่อบริหารจัดการข้อมูลการทั้งส่วนบุคคลและครัวเรือน อาทิ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จะช่วยสามารถวิเคราะห์ปัญหาความยากจนในมิติต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้การแก้ปัญหาตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ด้วยความสำคัญของเทคโนโลยีดังกล่าว ส่งผลให้การประชุมแห่งชาติครั้งที่ 18 ของพรรคคอมมิวนิสต์จีน ในปี พ.ศ. 2558 กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการ “ปฏิบัติการขจัดความยากจนด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี”

ตามแนวทาง ดังนี้ 1) วางแผนและบริหารจัดการทรัพยากรทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อแก้ไขปัญหาในพื้นที่ยากจน 2) ลงทุนด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาการผลิต 3) ดำเนินการแก้ไขปัญหาความยากจนด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีตามความเหมาะสมของพื้นที่ รัฐบาลทุกระดับในพื้นที่ชนกลุ่มน้อยได้กำหนดนโยบายและออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อบรรเทาความยากจนตามเงื่อนไขเฉพาะในภูมิภาคต่าง ๆ โดยใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อแก้ไขปัญหา มณฑลกุ้ยโจวได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศสร้างระบบคลาวด์เพื่อแก้ไขความยากจน (Poverty Alleviation Cloud) โดยการจัดเก็บข้อมูลประชาชนของมณฑลทั้งหมด และนำมาตรวจสอบเพื่อให้สามารถระบุตัวบุคคลที่อยู่ในภาวะยากจน จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาสาเหตุของความยากจนและหาวิธีการเพื่อบรรเทาความยากจนอย่างตรงจุด โดยกำหนดวิธีการบรรเทาความยากจนหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับพื้นที่และศักยภาพประชาชน อาทิบางพื้นที่ที่มีศักยภาพทางการผลิตก็จะมุ่งเป้าไปที่การพัฒนาภาคอุตสาหกรรม โดยปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานรองรับการลงทุน หรือนำเทคโนโลยีทันสมัยมาส่งเสริมภาคการเกษตร แต่บางพื้นที่ที่ห่างไกลและมีกลุ่มชาติพันธุ์อาศัยอยู่ซึ่งมีข้อจำกัดในการพัฒนามากกว่าพื้นที่อื่นจึงมุ่งเน้นภาคบริการเป็นหลัก (Wang, 2020) โดยอาจเลือกใช้ศักยภาพของวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์มาส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้การบรรเทาความยากจนแทน อาทิ หมู่บ้านไก่เป่าซุน ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ในหุบเขาลึกไม่สามารถใช้การพัฒนาด้านอุตสาหกรรมได้จึงได้ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในรูปแบบคลิปวิดีโอและการถ่ายทอดสด นำเสนอมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ผลิตเป็นสินค้าเสนอขายต่อผู้บริโภคที่อาศัยในพื้นที่ทั่วประเทศจีน ปัจจุบันระบบ "Poverty Alleviation Cloud" ได้รับการทดลองใช้ในพื้นที่นำร่องเมืองงงเหริน (铜仁市) มณฑลกุ้ยโจว ในอนาคตระบบนี้จะขยายไปพื้นที่ยากจนอื่น ๆ ทั่วมณฑลและจะเป็นประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหาความยากจนมากขึ้นและช่วยให้การบรรเทาความยากจนของมณฑลกุ้ยโจวได้ตรงจุดและแม่นยำ

1.3 สร้างบุคลากรเพื่อต่อยอดการพัฒนา

ทรัพยากรมนุษย์หรือคน เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นการพัฒนาด้านคน จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ประสบความสำเร็จหรือไม่ เพราะการผลิตหรือดำเนินการใด ๆ จะต้องเกิดขึ้นได้ด้วยอาศัยคน ทั้งในด้านความคิด การวางแผน การดำเนินการ แม้ว่าการใช้ไลฟ์สตรีมมิ่ง (Live Streaming) ในการขายสินค้า การเกษตรและสินค้าทางวัฒนธรรมจะกลายเป็นเครื่องมืออันทรงพลังในการเปลี่ยนอุตสาหกรรมแบบดั้งเดิม แต่หากขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญการใช้เครื่องมือโครงการนี้ก็ไม่อาจบรรลุผลสำเร็จได้ โครงการหมู่บ้านเถาเป่าภายใต้การสนับสนุนของเครืออาลีบาบาได้จัดตั้งศูนย์บริการสำหรับช่วยเหลือการใช้แพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อขายสินค้าออนไลน์กับคนในพื้นที่ชนบทเป้าหมาย และยังจัดโครงการผู้ประกอบการดิจิทัล เพื่อสร้างผู้ประกอบการหรือเกษตรกรรุ่นใหม่ที่สามารถใช้ช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แนะนำผลิตภัณฑ์สินค้า ผลผลิตการเกษตรของชุมชน โครงการนี้จึงช่วยให้ท้องถิ่นที่ห่างไกลได้ขายผลิตภัณฑ์การเกษตรและสินค้าทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในทุกพื้นที่ของประเทศได้

ดังนั้นการสร้างบุคลากรที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีจะช่วยให้พื้นที่ที่อยู่ห่างไกลอย่างหมู่บ้านไก่เป่าซุน มณฑลกุ้ยโจว หรือพื้นที่อื่น ๆ สามารถที่จะเข้าถึงตลาดผู้บริโภคที่อยู่ไกลถึงนครปักกิ่ง หรือนครเซี่ยงไฮ้ โดยเครื่องมือไลฟ์สตรีมมิ่งและวิดีโอสั้นเป็นช่องทางนำเสนอขายสินค้าทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านไก่เป่าซุนนั้นสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนและสามารถนำเสนอมรดกวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าต่อโลกภายนอกได้อีกด้วย เป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอุตสาหกรรมในเขตชาติพันธุ์ที่ยากจนที่สุดของจีนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โครงการนี้จึงแสดงความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนกับหน่วยงานภาครัฐโดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถช่วยให้เศรษฐกิจในชนบทของจีนเติบโตอย่างครอบคลุม และยังสามารถลดเกณฑ์ทักษะที่จำเป็นลงได้ ทำให้คนมีส่วนร่วมในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ง่ายขึ้น และเพิ่มรายได้ เพราะการบรรเทาความยากจนไม่เพียงแต่ช่วยให้

ผลผลิตทางการเกษตรในพื้นที่ยากจนหาตลาดได้เท่านั้น แต่ต้องสร้างกลไกในการพึ่งตนเองและบุคลากรสำหรับพื้นที่ยากจนด้วย

ตัวอย่างในการสร้างบุคลากรที่ประสบความสำเร็จที่เห็นได้ชัดคือแพลตฟอร์มไควโส่ว โดยได้ริเริ่ม “โครงการผู้นำในชนบทที่มีความสุข” (幸福乡村带头人计划) โดยโครงการนี้จะให้การศึกษาด้านรูปแบบธุรกิจและการจัดการธุรกิจแบบออนไลน์และออฟไลน์สำหรับผู้ประกอบการในชนบท (รวมถึงเกษตรกร ผู้ประกอบการมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม) เพื่อบ่มเพาะและเพิ่มศักยภาพความเป็นผู้นำและการจัดการธุรกิจ เพื่อส่งเสริมผู้นำชุมชนในการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมในชนบท เพิ่มการจ้างงานในท้องถิ่น บรรเทาความยากจนในท้องถิ่นทุรกันดาร ปัจจุบันมีวิสาหกิจและสหกรณ์ในชนบท 25 แห่ง ที่ได้รับการคัดเลือกเข้ารับการอบรม รวมถึงมีผู้ประกอบการในชนบททั้งหมด 43 ราย สามารถขับเคลื่อนครัวเรือนยากจนมากกว่า 1,000 ครัวเรือนให้มีรายได้เพิ่มขึ้น (Li, 2023)

2. โอกาสและอุปสรรคของการแก้ไขปัญหาความยากจนของจีนโดยใช้สินค้าทางวัฒนธรรมผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

นิตยสารดิอีโคโนมิสต์ (The Economist) ระบุว่าตลอดระยะเวลากว่า 30 ปีที่ผ่านมาจีนใช้วิธีการสองอย่างในการแก้ไขปัญหาความยากจน ได้แก่ การพัฒนาให้พื้นที่ชนบทผ่านการจัดตั้งบริษัท โดยที่รัฐบาลเป็นผู้ประกอบการในด้านโครงสร้างพื้นฐาน และเชิญชวนนักลงทุนจากภายนอกเข้ามาพัฒนาพื้นที่ร่วมกัน วิธีการที่สองคือการสร้างสาธารณูปโภคในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งและอพยพผู้คนในพื้นที่ห่างไกลย้ายถิ่นฐานไปใกล้กับเมืองที่สร้างไว้ เป็นการประหยัดต้นทุนในการพัฒนาพื้นที่และช่วยขจัดความยากจน (The Economist, 2017) แต่ก็มีคำถามเรื่องความยั่งยืนและการดำรงอยู่ของอัตลักษณ์ชุมชน ดังนั้นจึงนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาสร้างเป็นเครื่องมือพัฒนาพื้นที่ชนบท ในขณะเดียวกันก็ยังสามารถรักษาของอัตลักษณ์ชุมชนไว้จึงเป็นแนวทางใหม่ในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

2.1 โอกาสและอุปสรรคของการแก้ไขปัญหาความยากจนผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ กรณีศึกษาหมู่บ้านไก่อ่าเปาซุน

หมู่บ้านไก่อ่าเปาซุนตั้งอยู่ที่อำเภอลี่มิง มณฑลกุ้ยโจว มีพื้นที่ราบน้อยและมีภูเขาล้อมรอบ ตัวหมู่บ้านห่างจากที่ว่าการอำเภอ 100 กิโลเมตร มีจำนวนประชากรเพียง 180 ครัวเรือน 771 คน ถูกจัดเป็นหมู่บ้านที่ยากจนหนึ่งของมณฑลกุ้ยโจว จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพโดยใช้ SWOT Analysis พบว่าหมู่บ้านไก่อ่าเปาซุนมีจุดเด่นจุดด้อยของพื้นที่ ซึ่งสามารถสรุปได้ตามตาราง 1

ตาราง 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ หมู่บ้านไ้เป่าซุน มณฑลกุ้ยโจว

<p>ปัจจัยแวดล้อมภายใน</p> <p>ปัจจัยแวดล้อมภายนอก</p>	<p>จุดแข็ง (S-Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> วัฒนธรรมและประเพณีชนชาติพันธุ์ดั้งเดิมเอกลักษณ์เฉพาะ ภูมิประเทศที่สวยงาม มีข้อมูลเนื้อหาที่น่าสนใจเหมาะกับการทำตลาดออนไลน์ 	<p>จุดอ่อน (W-Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> หมู่บ้านอยู่ห่างไกลเมืองใหญ่ การคมนาคมไม่สะดวก คนมีการศึกษาไม่สูงไม่สามารถสื่อสารภาษาจีนกลางได้ดี การใช้เทคโนโลยียังไม่แพร่หลายในคนส่วนใหญ่ของหมู่บ้าน
<p>โอกาส (O-Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> นโยบายจัดความยากจน นโยบายสร้างความเท่าเทียมระหว่างชาวจีนและชนกลุ่มน้อย นโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจยุคดิจิทัล Digital Economy 	<p>ยุทธศาสตร์เชิงรุก (SO)</p> <ul style="list-style-type: none"> ตั้งภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการจัดความยากจนผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 	<p>ยุทธศาสตร์เชิงแก้ไข (WO)</p> <ul style="list-style-type: none"> จัดตั้งสถาบันหรือหน่วยงานในการส่งเสริมให้ชนกลุ่มน้อยเรียนรู้การใช้เทคโนโลยี
<p>อุปสรรค (T-Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> สัญญาณของอินเทอร์เน็ตยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ อุปกรณ์เทคโนโลยีมีราคาสูงเมื่อเทียบกับรายรับของครัวเรือน ขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ 	<p>ยุทธศาสตร์เชิงป้องกัน (ST)</p> <ul style="list-style-type: none"> ขยายการให้บริการอินเทอร์เน็ตให้ครอบคลุมและมีความเสถียรและการเข้าถึงของอุปกรณ์เทคโนโลยี วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และตรงกลุ่มเป้าหมาย 	<p>ยุทธศาสตร์เชิงรับ (WT)</p> <ul style="list-style-type: none"> สร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจยุคดิจิทัล สร้างแรงดึงดูดให้คนรุ่นใหม่ในพื้นที่อื่น ๆ มาพัฒนาในพื้นที่ห่างไกล จัดเวทีเพื่อจับคู่ธุรกิจ ระหว่างคนในชุมชนกับคนในเมืองใหญ่

ที่มา: ประมวลโดยผู้วิจัย

หมู่บ้านไ้เป่าซุน มณฑลกุ้ยโจว มีจุดแข็งที่วิวทิวทัศน์ที่งดงามและยังคงรักษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชนเผ่าตั้งไว้อย่างสมบูรณ์ จึงสามารถผลิตเนื้อหาที่หลากหลายและน่าสนใจเหมาะกับความต้องการของตลาดออนไลน์ที่ชอบความแปลกใหม่และเรื่องราวที่ไม่ค่อยพบเจอในเมืองใหญ่ หากนำเทคโนโลยีมาช่วยนำเสนอผลิตภัณฑ์และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่าตั้งเพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชนก็จะสามารถช่วยให้จัดความยากจนในพื้นที่ได้

ส่วนจุดอ่อนได้แก่ หมู่บ้านไ้เป่าซุนเป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ในหุบเขาลึกในมณฑลกุ้ยโจว การคมนาคมจึงไม่สะดวกส่งผลให้การเชื่อมโยงกับโลกภายนอกลำบาก อีกทั้งการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ยังไม่แพร่หลาย เนื่องจากรายได้ต่อหัวที่ต่ำจึงไม่สามารถเข้าถึงอุปกรณ์เทคโนโลยีที่มีราคาสูง และเทคโนโลยีส่วนใหญ่ใช้ภาษาจีนกลางเป็นหลัก แต่ประชากรส่วนใหญ่ของหมู่บ้านไ้เป่าซุนเป็นชนกลุ่มน้อยมีการศึกษาไม่สูงการใช้ภาษาจีนกลางสื่อสารจึงมีไม่มาก อีกทั้ง โครงสร้างพื้นฐานในหมู่บ้านที่ยังล้าหลัง และการขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในหมู่บ้าน จึงเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา ด้วยเหตุผลดังกล่าว รัฐบาลท้องถิ่นได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาสำหรับหมู่บ้านไ้เป่าซุนดังนี้ ยุทธศาสตร์เชิงรุก (SO) โดยพยายามดึงภาคเอกชนที่มีความพร้อมเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดความยากจนผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ยุทธศาสตร์เชิงแก้ไข (WO) เร่งจัดตั้งสถาบันหรือหน่วยงานในการส่งเสริมให้ชนกลุ่มน้อยเรียนรู้การใช้เทคโนโลยี โดยอาศัยกลไกความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชนและชุมชน ยุทธศาสตร์เชิงป้องกัน (ST) คือขยายการให้บริการอินเทอร์เน็ตให้ครอบคลุมและมีความ

เสถียรและการเข้าถึงของอุปกรณ์เทคโนโลยี รวมทั้งวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และตรงกลุ่มเป้าหมาย และยุทธศาสตร์เชิงรับ (WT) คือ พยายามสร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจยุคดิจิทัล สร้างแรงดึงดูดให้คนรุ่นใหม่ในพื้นที่อื่น ๆ มาพัฒนาในพื้นที่ห่างไกล การเข้ามาของเทคโนโลยีทำให้เกิดรูปแบบสตรีมมิ่งแบบสดและวิดีโอสั้นเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมชาติพันธุ์ สินค้าเกษตร และทรัพยากรการท่องเที่ยวกิจกรรมดังกล่าวได้ดึงดูดความสนใจของสาธารณชนมายังหมู่บ้าน และยกระดับหมู่บ้านให้พ้นจากความยากจน

2.2 การสร้างเรื่องราวเพิ่มมูลค่าในสินค้าทางวัฒนธรรม

การสร้างเรื่องราวให้สินค้า (Storytelling) นับเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ หมู่บ้านไก่อ่าขุนจึงอาศัยเรื่องราวในตำนานของ"นางฟ้าทั้งเจ็ดชนชาติพันธุ์ตั้ง (侗家七仙女) มาช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม โดยตำนานเกี่ยวกับนางฟ้าทั้งเจ็ดเป็นตำนานพื้นบ้านของชนชาติพันธุ์ตั้ง ตามตำนานเล่าว่าเมื่อนานมาแล้ว มีนางฟ้าทั้งเจ็ดไปที่หมู่บ้านตั้งและเห็นว่าชาวตั้งมีความขยันและเรียบง่าย แต่ร้องเพลงไม่ได้ จึงกลับไปสวรรค์เพื่อไปรายงานต่อเง็กเซียนฮ่องเต้ (玉皇大帝) และขออนุญาตนำเพลงของนางฟ้าไปร้องที่หมู่บ้านตั้ง ตั้งแต่นั้นมา การร้องเพลงของชาวตั้งจึงเป็นกิจกรรมที่สำคัญที่สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน หมู่บ้านไก่อ่าขุน จึงได้นำแนวคิดนี้มาใช้สร้างหญิงสาว 7 คนของหมู่บ้านให้แต่งกายด้วยเครื่องแต่งกายของชาติพันธุ์ตั้ง นำเสนอวิถีชีวิตในชนบทดั้งเดิมผ่านการถ่ายทอดสด อาทิ การขายเสื้อผ้าเผ่าตั้งและผลิตภัณฑ์พื้นเมืองของชาวตั้งและในบางโอกาสได้ถ่ายทอดสดกิจกรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ตั้ง อาทิ เช่น งานแต่งงาน พิธีกรรม การละเล่นพื้นบ้าน งานเฉลิมฉลองในประเพณีต่างออกสู่สาธารณะมากกว่า 800 รายการ เป็นการนำเสนอ "สินค้ากู้ใจ"สู่โลกภายนอกได้รับรู้ ปัจจุบัน"นางฟ้าทั้งเจ็ดชนชาติพันธุ์ตั้ง" เป็นตัวอย่างในการนำเทคโนโลยีมาผสมผสานกับสินค้าทางวัฒนธรรมจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง การขาย และการบริการของหมู่บ้านที่ห่างไกลในชนบท

ปัจจุบัน บัญชีผู้ใช้งาน “浪漫侗家七仙女” (เจ็ดนางฟ้าแห่งตระกูลตั้งที่แสนโรแมนติก) บนแพลตฟอร์มไควสั่ว มีจำนวนผู้ติดตามกว่า 400,000 คนและทำรายได้มากกว่า 1,000 หยวนจากการเข้าชมวิดีโอที่เผยแพร่ในทุกวัน สมาชิกกลุ่มเจ็ดนางฟ้าขึ้นเคยต้องออกจากหมู่บ้านไปทำงานในอำเภอและเมืองที่ไกลบ้านได้เงินเดือนประมาณ 1,500 หยวน ทว่าในปัจจุบัน รายได้ต่อเดือนของพวกเธอเพิ่มขึ้นเป็น 40,000 - 50,000 หยวน (Daily, 2020) การเข้ามาของเทคโนโลยีทำให้หมู่บ้านไก่อ่าขุนจึงมีชีวิตชีวามากขึ้น โดยมีคนหนุ่มสาวจำนวนมากยินดีที่จะกลับมาช่วยบ้านเกิดของตนเพื่อหางานทำ การนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ช่วยเปลี่ยนแปลงหมู่บ้านจากในอดีตที่เต็มไปด้วยผู้สูงอายุ คนหนุ่มสาวต่างไปแสวงหาโอกาสในเมืองใหญ่ ๆ และไม่ยอมกลับมาใช้ชีวิตที่หมู่บ้านแห่งนี้ แต่ในปัจจุบันกลับมีเยาวชนคนหนุ่มสาวที่กลับมาเข้าร่วมทีมปฏิบัติการของ "เจ็ดนางฟ้า" มากขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

ปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาความยากจนของหมู่บ้านไก่อ่าขุน มณฑลกุ้ยโจว เกิดจากสภาพภูมิศาสตร์ทำให้การติดต่อจากภายนอกลำบาก รวมทั้งมีความหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ส่งผลให้ส่งผลให้การพัฒนาในด้านเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิตของประชาชนอยู่ใต้เส้นความยากจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ความยากจนในชนบท: ความท้าทายแบบเก่าในบริบทใหม่ (Rural Poverty: Old Challenges in New Contexts) ของ Dercon ที่กล่าวว่า สภาพภูมิศาสตร์เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความยากจน เนื่องจากพื้นที่ห่างไกลมักจะไม่สามารถ

เข้าถึงสิทธิ นโยบายของรัฐ ระบบสาธารณสุข อีกทั้งความแตกต่างทางสังคมวัฒนธรรมดั่งนั้นกลุ่มชาติพันธุ์
ในชนบทก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ก่อให้เกิดจึงวงจรรความยากจนซ้ำซ้อนอีกด้วย (Dercon, 2009)

ดังนั้น การแก้ปัญหาความยากจนของหมู่บ้านไ้ป่าขุน มณฑลกุ้ยโจวจึงมีความซับซ้อนกว่าพื้นที่อื่น ๆ
จากการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของหมู่บ้านพบว่า แม้หมู่บ้านจะมีที่ตั้งที่เป็นจุดอ่อนแต่หมู่บ้านก็มีจุดแข็ง
ในเรื่องวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของชาติพันธุ์ตั้ง สามารถใช้ช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อ
นำเสนอสินค้าทางวัฒนธรรมจึงเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของ
อีคอมเมิร์ซต่อการตลาดเกษตรอาหาร: กรณีของสหกรณ์การเกษตร บริษัท และผู้บริโภคในเกาะครีต (The
impact of e-commerce on agro-food marketing: The case of agricultural cooperatives, firms and
consumers in Crete) ของ Baourakis ที่กล่าวว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการ
สร้างห่วงโซ่อุปทาน การหมุนเวียนสินค้า และอำนาจการต่อรองของเกษตรกรในชนบท เปลี่ยนเป็นการผู้ซื้อและ
ผู้ขายมาพบกันบนแพลตฟอร์มการค้าแทนการมาพบกันในสถานที่ซื้อขายจริง เพิ่มอำนาจการต่อรองให้ผู้ขายมาก
ขึ้น (Baourakis, 2002)

หมู่บ้านไ้ป่าขุน มณฑลกุ้ยโจวได้ใช้จุดเด่นในเรื่องความงามและการรักษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม
ดั้งเดิมของชนเผ่าตั้ง การเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมขึ้นโดยใช้สื่อรูปแบบใหม่ ๆ อาทิ คลิปวิดีโอและการ
ถ่ายทอดสด เป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมกับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง
การวิเคราะห์รูปแบบและเส้นทางของ “มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของจีน (Analysis on the Model
and Path of Chinese “Intangible Cultural Heritage” Anti-Poverty Projects) ของ Yang ที่สามารถสรุป
ได้ว่าช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นอกจากนำมาจำหน่ายสินค้าเกษตรแล้ว การใช้เทคโนโลยีผสานกับ
วัฒนธรรมสามารถทำให้เกิดรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ เช่นการผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์กับการ
ท่องเที่ยวเข้าไว้ด้วยกันโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ช่วยขับเคลื่อนในการ
พัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน และช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ยกระดับหมู่บ้านให้พ้นจากความ
ยากจน (Yang, 2020)

ดังนั้น การบูรณาการมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ กับช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยความ
ช่วยเหลือจากรัฐบาลและเอกชนกับชุมชน ที่เรียกว่ารูปแบบ PPVI จึงเป็นการสร้างช่องทางและเชื่อมโยงต่อ
ชุมชนในถิ่นกันดารกับสาธารณชนภายนอก เปิดโอกาสให้กับพื้นที่ห่างไกลมากในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน
และยังช่วยกระตุ้นความสนใจกลุ่มคนรุ่นใหม่ต่อมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย
อาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่ เกิดรูปแบบการถ่ายทอดสดและวิดีโอสั้นผ่านอินเทอร์เน็ตช่วยประชาสัมพันธ์
ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในท้องถิ่น รวมถึงการท่องเที่ยว และสินค้าทางวัฒนธรรม สู่สายตาคนทั้งประเทศ นำมา
ซึ่งโอกาสใหม่สำหรับการพัฒนา อย่างไรก็ตามการนำเสนอขายมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้นั้นไม่เพียงต้อง
อาศัยสื่อเทคโนโลยีเท่านั้น แต่หากยังต้องสร้าง "เรื่องราวที่น่าสนใจ" เพื่อดึงดูดผู้คน หมู่บ้านไ้ป่าขุน มณฑล
กุ้ยโจว เป็นตัวอย่างนำเสนอ "เรื่องเล่า" ที่ผนวกเข้ากับ "ความต้องการของผู้บริโภค" ได้อย่างลงตัว เสนอขาย
สินค้าท้องถิ่นและเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ให้กับผู้ที่แสวงหาความต้องการใหม่ ๆ

การส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจและวัฒนธรรมให้แก่พื้นที่ชนบทให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ถือเป็นเรื่องที่มี
ความสำคัญยิ่งเพื่อให้กลายเป็นแรงช่วยเสริมในการสร้างกลไกที่มีประสิทธิภาพระยะยาวสำหรับการขจัดความ
ยากจนอย่างตรงจุดและตรงกลุ่มเป้าหมายให้กับพื้นที่ จึงประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา
มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของพื้นที่ยากจนอย่างสร้างสรรค์ และยังได้สร้างรูปแบบใหม่สำหรับการขจัด
ความยากจนด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

รัฐบาลไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจพิจารณานำโมเดลการจัดความยากจนจากความร่วมมือ 3 ฝ่ายระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนภายในคอนเซ็ปต์ Public-Private-Voluntary-Initiative หรือ PPVI ของจีน ไปประยุกต์ให้เข้ากับบริบทของการบรรเทาความยากจนในไทย โดยกำหนดนโยบายสร้างแรงจูงใจให้ภาคเอกชนเข้าไปมีส่วนร่วมมากขึ้นในการแก้ไขปัญหาความยากจนและประชาชนมีรายได้ต่ำด้วยการสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ยากจน ตลอดจนช่วยพัฒนาศักยภาพของคนในพื้นที่และยกระดับการพัฒนาพื้นที่และโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ อันจะช่วยลดความเหลื่อมล้ำและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งและต้องแก้จนแบบมุ่งเป้าจึงจะสามารถจัดความยากจนในรูปแบบที่ประเทศจีนได้ทดลองใช้ ใช้ (Phanishsarn, 2022) จะช่วยให้ไทยสามารถบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน พ.ศ. 2573 ขององค์การสหประชาชาติ ข้อที่ 1 ว่าด้วยการจัดความยากจนได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไปจะศึกษาพื้นที่อื่น ๆ ที่สามารถแก้ปัญหาความยากจนได้สำเร็จ ว่ามีวิธีการหรือรูปแบบที่คล้ายกันหรือแตกต่างจากหมู่บ้านไก่อ่าซุนหรือไม่ รวมถึงการแก้ไขมีความยั่งยืนหรือไม่ เพื่อจะได้วิเคราะห์และสรุปเป็นกลยุทธ์การแก้ไขปัญหาในแต่ละพื้นที่ จะสามารถทำให้เห็นภาพกว้างของการแก้ไขปัญหาความยากจนของจีนได้อย่างชัดเจน อาจเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาความยากจนของไทยได้

เอกสารอ้างอิง

- Baourakis, G. (2002). The impact of E-commerce on Agro-food marketing: The case of agricultural cooperatives, firms and consumers in Crete. *British food journal*, 104(8), 580-590.
- China Information Center, B. (2017). *Guizhou Province information*. Retrieved from Thailand Board of Investment: <https://shorturl.asia/4JTh9>
- China Daily. (2020). *Dong Internet celebrities help lift village out of poverty*. Retrieved from China Daily: <https://shorturl.asia/E98lp>
- Daoming, W. (2021). Analyze the concept of poverty reduction policy of President Xi Jinping. *Suthiparithat*, 35(3), 249-270.
- Dash, S. P. (2022). Poverty Elimination in China by 2020: Bringing a transformation. *Indian Journal of Public Administration*, 68(4), 572-584.
- Dercon, S. (2009). Rural poverty: Old challenges in new contexts. *The World Bank Research Observer*, 24(1), 1-28.
- Glewwe, P. (2004). An overview of economic growth and household welfare in Vietnam in the 1990s. In *Economic growth, poverty, and household welfare in Vietnam* (pp. 1-26). Washington, DC: The World Bank.

- Jalan, J. (1997). Spatial poverty traps? In W. B. Group, *Policy Research Working Paper Series No.1862*. Washington, DC: World Bank.
- Li, B. (2023). *Guizhou Province Government Work Report in 2023 (2023年贵州省《政府工作报告》)*. Retrieved from <https://shorturl.asia/t5R6G>
- Luo, X. (2019). *E-commerce for poverty alleviation in rural China: from grassroots development to public-private partnerships*. Retrieved from World Bank Blog: <https://shorturl.asia/0VMTW>
- Nelson, R. R. (2001). *The sources of economic growth*. Cambridge: Harvard University Press.
- NPC. (2019). *Report of the State Council on the Work of Poverty Alleviation*. Retrieved from The National People's Congress of the People's Republic of China Web site: <https://shorturl.asia/oMbvY>
- OSTC, O. O. (2022). *China's path to poverty alleviation*. Retrieved from Witaya Mitri Thai-Chin,: <https://www.mhesi.go.th/images/Pusit2021/pdfs/TH-CN01-64-696x984.pdf>
- Phanishsam, A. (2022). Lessons Learned from Poverty Alleviation in China with 2D 3M Approach. *Ratthaphirak Journal*, 75-84.
- SCIO, T. S. (2021). *Poverty Alleviation: China's Experience and Contribution*. Retrieved from The State Council Information Office of the People's Republic of China: <http://www.xinhuanet.com/english/download/2021-4-6/FullText.pdf>
- Textor, C. (2023). *Gross domestic product (GDP) of China in 2022, by region*. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/statistics/278557/gdp-of-china-by-region/>
- The Economist. (2017). *China's new approach to beating poverty*. Retrieved from the economist: <https://shorturl.asia/kYZde>
- UNDP. (2016). *Report on Sustainable Financing for Poverty Alleviation in China*. Retrieved from <https://shorturl.asia/mpLG0>
- Wang, J. (2020). The Policy Implementation of Precision Poverty Alleviation of the People's Republic of China. *Thai Journal of Public Administration*, 39-57.
- Yang, C. (2020). Analysis on the Model and Path of Chinese "Intangible Cultural Heritage" Anti-Poverty Projects. *Journal of Chuxiong Normal University*, 35(2), 47-54.