

บทความวิจัย

วันที่รับบทความ:

2 มิถุนายน 2566

วันแก้ไขบทความ:

29 สิงหาคม 2566

วันตอบรับบทความ:

31 สิงหาคม 2566

อภิรักษ์ เอื้ออังกูร^{1*} สานิตย์ ศรีชูเกียรติ¹ พรพันธ์ เขมคุณาสัย² ทิพย์ทิศา
สัมพันธ์มิตร³ สมคร แก้วสุขแสง⁴ และ ณัฐพงศ์ จิตรนิรัตน์²

¹ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมสังคม คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
ทักษิณ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

²คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

³ศูนย์วิจัยและนวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างเบ็ดเสร็จและแม่นยำในจังหวัดพัทลุง
คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง 93210

⁴คณะเทคโนโลยีและการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยทักษิณ อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง 93210

*ผู้เขียนหลัก อีเมล: apinan990aa@gmail.com



บทคัดย่อ

ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง มีกลุ่มเปราะบาง ซึ่งเป็นคนจนที่
ขาดการศึกษา ขาดโอกาสในการทำงาน และมีรายได้น้อย มีความรู้และทักษะด้านการ
แปรรูปกระจุต และมีรายได้หลักจากการผลิตกระเปาะกระจุตและจำหน่ายให้กับแม่ค้า
คนกลาง มีรายได้ 100-200 บาทต่อวัน งานวิจัยนี้จึงพัฒนาโมเดลกระจุตแก่นจน เพื่อแก้
ปัญหาความยากจนของกลุ่มเปราะบางในตำบลทะเลน้อย ซึ่งเน้นการพัฒนาทักษะการผลิต
สินค้ากระจุตเพื่อให้สามารถจำหน่ายในราคาที่สูงขึ้น โดยมีวิสาหกิจชุมชนกระจุตวรรณ
เป็นพี่เลี้ยงด้านการพัฒนาทักษะให้กับกลุ่มเปราะบางจำนวน 41 คน แนวทางโมเดลกระจุต
แก่นจนเน้นกระบวนการเปลี่ยนแปลงใน 2 ประเด็น ดังนี้ 1) การพัฒนาความรู้และทักษะของ
กลุ่มคนจนเป้าหมายด้านการผลิตและการตลาด เพื่อเป็นการส่งเสริมทุนมนุษย์และทุนการ
เงิน ดังนี้ การพัฒนาทักษะด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การจัดการเส้นกระจุตก่อนนำมา
จักสาน การจักสานขึ้นรูปกระจุตเป็น กระเปาะและเสื้อ การย้อมสีธรรมชาติ การปักและเย็บ
หูกระเปาะ การตรวจสอบคุณภาพสินค้า และการพัฒนาทักษะด้านการตลาด ดังนี้ การสร้าง
แบรนด์ การออกแบบตราสัญลักษณ์ การสร้างการตลาดเชิงเนื้อหา และการขายแบบไลฟ์
สตรีมมิ่ง และ 2) การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเลื้อยคราฟ ด้วยการรวมกลุ่มเปราะบางที่ผ่าน
การฝึกทักษะภายใต้ระบบพี่เลี้ยง ส่งผลให้กลุ่มเปราะบางมีองค์ความรู้และทักษะการผลิต
และการตลาด เป็นวิทยากรการออกแบบผลิตภัณฑ์ 6 คน การจัดการวัตถุดิบ 19 คน การ
ย้อมสีธรรมชาติ 3 คน การสานขึ้นรูป 16 คน การปัก 9 คน และการตรวจสอบคุณภาพ 9
คน มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายกระเปาะกระจุตให้กับวิสาหกิจชุมชนกระจุตวรรณ 512,100
บาท และรายได้จากการจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้า 164,626 บาท และการจัดตั้งวิสาหกิจ
ชุมชนเลื้อยคราฟเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างโอกาสทางสังคมผ่านการช่วยเหลือด้าน
ต่าง ๆ จากภาครัฐ

คำสำคัญ:

จังหวัดพัทลุง

กระจุต

การแก้ปัญหาความยากจน

กลุ่มเปราะบาง

การพัฒนาทักษะการผลิต

Research Article

Received:

2 June 2023

Received in revised form:

29 August 2023

Accepted:

31 August 2023

Apinan Aue-aungkul^{1*}, Sanit Srichookiat¹, Pornpan Khemakhunasai²,
Tiptiwa Sampantamit³, Samak Kaewsuksaeng⁴ and Nattapong Jitnirat²

¹*Creative Economy and Social Innovation Research Center, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University, Muang District, Songkhla Province, 90000 Thailand*

²*Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University, Muang District, Songkhla Province, 90000 Thailand*

³*Research and Innovation Center for Provincial Poverty Alleviation in Phatthalung, Faculty of Science, Thaksin University, Pa Phayom District, Phatthalung Province, 93210 Thailand*

⁴*Faculty of Technology and Community Development, Thaksin University Pa Phayom District, Phatthalung Province, 93210 Thailand*

*Corresponding author's E-mail: apinan990aa@gmail.com



Abstract

In the Thalenoi sub-district, Kuan Khanun district, Phatthalung province of Thailand, there resides a group of vulnerable individuals facing challenges such as limited access to education, low income, and scarce employment opportunities. Despite these difficulties, this group possesses valuable traditional knowledge and skills in the art of tube sedge weaving. Their primary source of income comes from producing and selling these bags to middlemen and their typical income is 200 Baht per day. To address the pressing issue of poverty within this community, a poverty alleviation model was devised, known as "Tube Sedge Weaving against Poverty." The central idea was to enhance the production skills of this group to create higher-quality products, thereby commanding better prices in the market. The "Krajood Wannee" community enterprise played a pivotal role in this endeavor, serving as mentors and providing standardized skill development opportunities to 41 members of this vulnerable group. This poverty alleviation strategy had a dual focus: 1) Enhancing Knowledge and Skills: The target group's capabilities in production and marketing were fortified, bolstering both their human and economic capital. This encompassed comprehensive skill and knowledge development in various areas, including crafting techniques, raw material preparation, natural dyeing processes, embroidery techniques, stitching bag handles, and ensuring product quality. Furthermore, the participants received training in marketing skills, covering aspects such as brand creation, logo design, content-driven marketing strategies, and the innovative approach of live-stream sales tactics, 2) Community Enterprise Establishment: The "Lenoi Craft" community enterprise was founded to unite vulnerable individuals and involve them in these training programs. Consequently, participants acquired advanced knowledge and skills in both production and marketing. As a result, noteworthy transformations occurred within the target group: six individuals became proficient product design trainers, 19 participants became skilled in raw material preparation, three excelled in natural dyeing, 16 mastered weaving, nine honed their embroidery skills, and another nine became proficient in quality inspection. These enhanced skills led to increased revenues, with unfinished bag sales to "Krajood Wannee" totaling 512,100 Baht and additional income from sales in department stores amounting to 164,626 Baht. The establishment of the "Lenoi Craft" Community Enterprise marks the inception of social opportunities, facilitated by various support mechanisms from the public sector, playing a crucial role in empowering Thai community enterprises and fostering economic growth.

Keywords:

Phatthalung province

Tube sedge

Poverty alleviation

Pro-poor value chain

Production skills development

บทนำ

การแก้ปัญหาความยากจนเป็นประเด็นที่ท้าทายและสำคัญของประเทศไทย สถานการณ์ความยากจน ในปี พ.ศ. 2561 มีคนจนจำนวน 6.7 ล้านคน (ร้อยละ 9.85) และในปี พ.ศ. 2562 มีคนจนจำนวน 4.3 ล้านคน (ร้อยละ 6.24) ซึ่งเป็นการปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นผลจากการขยายตัวของเศรษฐกิจและการขยายมาตรการช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยภายใต้โครงการต่าง ๆ ของภาครัฐ เช่น โครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ โครงการสร้างเสริมเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางประชารัฐ เป็นต้น (Office of the National Economics and Social Development Council, 2017)

พ.ศ. 2556–2562 สัดส่วนคนจนในภาคใต้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ที่ชี้ว่าภาคใต้มีความแตกต่างของรายได้ระหว่างกลุ่มผู้มีรายได้สูงกับกลุ่มผู้มีรายได้น้อยเป็นอันดับที่ 2 (15.49 เท่า) รองจากจังหวัดชายแดนใต้ (Office of the National Economics and Social Development Council, 2017) และในปี พ.ศ. 2563 ภาคใต้ยังเป็นภูมิภาคที่มีสัดส่วนคนจนสูงสุด แม้ว่าสัดส่วนคนจนโดยภาพรวมของประเทศมีสัดส่วนลดลง (Office of the National Economics and Social Development Council, 2020) เมื่อพิจารณาสถานการณ์ความยากจนในภาคใต้ พบว่าครัวเรือนยากจนกว่าร้อยละ 40 อยู่ในภาคการเกษตร ซึ่งเป็นผลกระทบจากยางพาราที่มีราคาลดลง (Office of the National Economics and Social Development Council, 2020) และในปี พ.ศ. 2563 สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจให้หดตัวมากขึ้น ซึ่งสหประชาชาติชี้ผลกระทบทางเศรษฐกิจของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คือ อัตราการว่างงานโดยรวมจะเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มแรงงานนอกระบบ และสถานการณ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งรายได้หลักของประชาชนในภาคใต้เกิดการชะลอตัว (Bangkok Post, 2021) ส่งผลให้ปัญหาความยากจนในภาคใต้มีความรุนแรงมากขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2565 ถึง พ.ศ. 2570 การแก้ปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมในพื้นที่ภาคใต้จึงเป็นประเด็นหลักที่สำคัญของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) (Office of the National Economics and Social Development Council, 2021)

จังหวัดพัทลุงเป็นหนึ่งใน 20 จังหวัด ที่มีค่าดัชนีความก้าวหน้าการพัฒนามนุษย์ (Human achievement index-HAI) ด้านรายได้ภาคครัวเรือนต่ำ และมีสัดส่วนคนจนสูงที่สุด (Office of the National Economic and Social Development Council, 2019) ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความยากจนมีดังนี้ ความแตกต่างในรายได้ โอกาสในการหางานจำกัด การพึ่งพาเกษตรกรรม การเข้าถึงการศึกษาจำกัด การเข้าถึงสาธารณสุขและบริการ ภัยธรรมชาติ และการ

เปลี่ยนแปลงด้านความต้องการของตลาดเกษตร ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อรายได้และคุณภาพชีวิตของกลุ่มเปราะบาง ส่งผลให้ปัญหาความยากจนยังคงอยู่อย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลจากฐานข้อมูลกลางด้านดัชนีความยากจน ซึ่งคำนวณดัชนีความยากจนหลายมิติ (Multidimensional poverty index: MPI) เพื่อระบุระดับความจนของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ ซึ่งพัฒนาโดย Oxford Poverty & Human Development Initiative และ United Nation Development Programme ด้วยหลักการ คนจน คือ ผู้ที่มีคุณภาพชีวิตตามฐานทุนการดำรงชีพอย่างยั่งยืน 5 ด้าน ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนกายภาพ ทุนการเงิน ทุนธรรมชาติ และทุนสังคม (Office of the National Economic and Social Development Council, 2019)

จากการวิเคราะห์ฐานทุนการดำรงชีพอย่างยั่งยืนของกลุ่มคนจนในจังหวัดพัทลุงพบว่า ด้านที่มีระดับคะแนนต่ำที่สุดสามอันดับสุดท้าย ได้แก่ 1) ทุนมนุษย์ ที่ระดับคะแนน 1.87 จึงเป็นครัวเรือนยากจนในกลุ่ม ‘ครัวเรือนอยู่ยาก’ ซึ่งเป็นกลุ่มคนจนที่มีปัจจัยพื้นฐานด้านคุณภาพชีวิต เช่น สุขภาพ การศึกษา สวัสดิการจากรัฐ ที่เพียงพอสำหรับการดำรงชีวิตในแต่ละวันเท่านั้น 2) ทุนสังคม ที่ระดับคะแนน 2.02 จึงเป็นครัวเรือนยากจนในกลุ่ม ‘ครัวเรือนอยู่ยาก’ ซึ่งเป็นกลุ่มคนจนที่มีส่วนสนับสนุนช่วยเหลือเกื้อกูลทางสังคมในการดำรงชีวิตในระดับหนึ่ง และจำเป็นต้องมีการยกระดับการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในชุมชนให้มากขึ้น เช่น ส่งเสริมการรวมกลุ่มอาชีพและกลุ่มสวัสดิการชุมชน และ 3) ทุนการเงิน ที่ระดับคะแนน 2.19 จึงเป็นครัวเรือนยากจนในกลุ่ม ‘ครัวเรือนอยู่ยาก’ ซึ่งเป็นกลุ่มคนจนที่มีปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น รายได้จากการประกอบอาชีพทั้งในและนอกภาคการเกษตรเพียงพอต่อการดำรงชีวิตในแต่ละวันเท่านั้น

นอกจากนี้ คนจนในจังหวัดพัทลุง เป็นคนจนด้านการศึกษา จำนวน 7,677 คน คนจนด้านรายได้ จำนวน 4,693 คน คนจนด้านความเป็นอยู่ จำนวน 2,144 คน คนจนด้านสุขภาพ จำนวน 1,231 คน และคนจนด้านการเข้าถึงบริการภาครัฐ จำนวน 4 คน ตามลำดับ (Practical Poverty Provincial Connex, 2022) สะท้อนว่าการแก้ปัญหาความยากจนต้องพิจารณาบริบทแวดล้อมครัวเรือนยากจนในหลายมิติ และความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน การแก้ปัญหาความยากจนในจังหวัดพัทลุงจึงควรพิจารณาแนวทางองค์รวมที่เน้นการปรับปรุงโอกาสในการสร้างรายได้ พัฒนาการศึกษาด้านอาชีพ และส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน

จากข้อมูลฐานทุนการดำรงชีพอย่างยั่งยืนระดับอำเภอ (Practical Poverty Provincial Connex, 2022) พบว่า กลุ่มคนจนเป้าหมายในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดพัทลุง มีดังนี้ อำเภอปากพะยูน (20.1%) เมืองพัทลุง (19.9%) ควนขนุน (16.2%) ป่าพะยอม (9.0%) กงหรา (8.9%) ป่าบอน (7.4%) บางแก้ว (7.1%) ตะโหมด (5.1%) ศรีนครินทร์ (3.5%) เขาชัยสน (1.7%) และศรีบรรพต (1.1%)

อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง มีจำนวนครัวเรือนยากจนที่ตกอยู่ในกลุ่มอยู่ลำบาก (กลุ่มที่ 1) เป็นจำนวน 2,245 ครัวเรือน และอยู่ยาก (กลุ่มที่ 2) เป็นจำนวน 6,073 ครัวเรือน ดังตารางที่ 1 (Table 1) และเป็นกลุ่มคนจนเป้าหมายที่ต้องสนับสนุนและส่งเสริมให้สามารถขยับไปอยู่ในกลุ่มอยู่พอได้และอยู่ดี (กลุ่มที่ 3 และ กลุ่มที่ 4) เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ด้านมนุษย์ และด้านสังคมที่ดีขึ้น นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐทั้งระดับอำเภอและระดับตำบลมีความพร้อมด้านกลไกการสนับสนุนการดำเนินงาน

ผลการวิเคราะห์ทุนมนุษย์ ทุนกายภาพ ทุนการเงิน ทุนธรรมชาติ และ ทุนสังคม ของข้อมูลครัวเรือนยากจนของทุกตำบลในอำเภอควนขนุน ดังภาพที่ 1 (Figure 1) ซึ่งระบุว่า ตำบลทะเลน้อยมีคะแนนทุนการดำรงชีพอย่างยั่งยืน 5 ด้าน น้อยที่สุด ปัญหาความยากจนในตำบลทะเลน้อยมีสาเหตุหลัก 3 ประการ คือ 1) ขาดความ

สามารถในการสร้างรายได้ ซึ่งเป็นปัญหาสืบเนื่องมาจากการขาดที่ดินทำกิน การเข้าถึงแหล่งสินเชื่อจำกัด และการใช้น้ำเพื่อการเกษตร 2) ขาดทัศนคติหรือความต้องการในการพัฒนาความรู้และทักษะอาชีพ ซึ่งสะท้อนให้เห็นจากระดับการศึกษาและทักษะแรงงานของกลุ่มคนรายได้น้อย และระดับการออมในระดับต่ำสุด และ 3) ปัญหาทางสังคม ซึ่งครัวเรือนยากจนขาดการจัดตั้งกลุ่มและสร้างกลไกเพื่อดำเนินการช่วยเหลือกันเมื่อประสบความเดือดร้อน และขาดการถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะจากผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในพื้นที่ จากข้อมูลข้างต้น ตำบลทะเลน้อยจึงเป็นพื้นที่หลักของปฏิบัติการแก้จนนำร่อง และกระบวนการเลือกโมเดลแก้จนซึ่งให้ความสำคัญกับชุมชนเป้าหมายโดยให้มีส่วนร่วมและมีอำนาจในการตัดสินใจ

Table 1 Number of low-income households categorized by the five dimensions of sustainable livelihood framework in Khuan Khanun district

Dimensions	Group 1: Hardship	Group 2: Struggling	Group 3: Adequate	Group 4: Prosperous
Human capital	761	2,028	25	0
Physical capital	7	469	2,173	165
Financial capital	809	940	966	99
Natural capital	0	910	1,611	293
Social capital	668	1,726	417	3
Total	2245	6073	5192	560

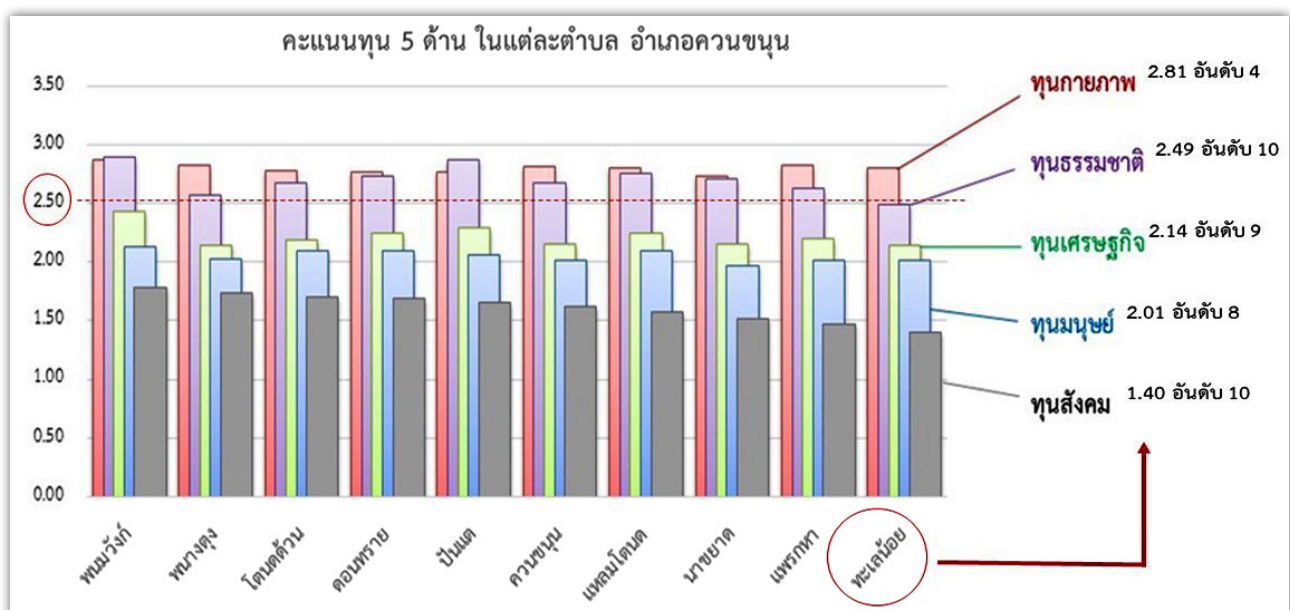


Figure 1 Sustainable livelihood framework data in five dimensions of various sub-districts in Khuan Khanun district (Practical Poverty Provincial Connex, 2022)

สถานการณ์ที่เป็นอยู่เดิม

สภาพภูมิศาสตร์ของทะเลน้อย เป็นที่ราบลุ่มเหมาะกับการทำนาและทำประมง นอกจากนี้ ยังมีความหลากหลายของพืชน้ำ โดยเฉพาะกระเจต ทำให้อาชีพของคนในชุมชนช่วงก่อนปี พ.ศ. 2518 เป็นการทำนา ทำประมง และการสานกระเจต อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518 ทะเลน้อยได้รับการประกาศเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ตำบลทะเลน้อย และตำบลพนาตุง อำเภอกวนขนุน ส่งผลให้พื้นที่ปลูกกระเจต พื้นที่ทำนา และพื้นที่หาปลาของชาวบ้านลดลง แต่ชาวบ้านส่วนใหญ่ในตำบลทะเลน้อยยังคงประกอบอาชีพทำนา รับจ้าง และหัตถกรรมจักสานจากกระเจต

การจักสานกระเจตเป็นศิลปะที่สืบทอดต่อกันมา มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของจังหวัดพัทลุง การผลิตกระเจตเป็นการสืบสานศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นแหล่งรายได้ของชาวบ้านผ่านการท่องเที่ยว ศึกษาดูงาน และการขายผลิตภัณฑ์กระเจต ซึ่งองค์กรท้องถิ่นและหน่วยงานของรัฐดำเนินการส่งเสริมและสงวนศิลปะการจักสานกระเจตในชุมชน ตั้งแต่การปลูกและคัดเลือกเส้นกระเจตที่มีคุณภาพ ดังภาพที่ 2 (Figure 2) เพื่อนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้ กระเป๋า เสื้อ ของตกแต่งบ้าน และตะกร้า ดังภาพที่ 3 (Figure 3) กระบวนการแปรรูปต้องใช้เทคนิคต่าง ๆ เพื่อสร้างลวดลาย สี และลายปักที่แตกต่างกัน ซึ่งบ่งบอกถึงสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ประเพณีท้องถิ่น และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของคนในชุมชน ดังนั้นช่างฝีมือจึงต้องมีความเชี่ยวชาญและความชำนาญ และห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์กระเจตของ



Figure 2 Tube sedge plantation; (a) Villagers planting tube sedge and (b) Tube sedge plantation area

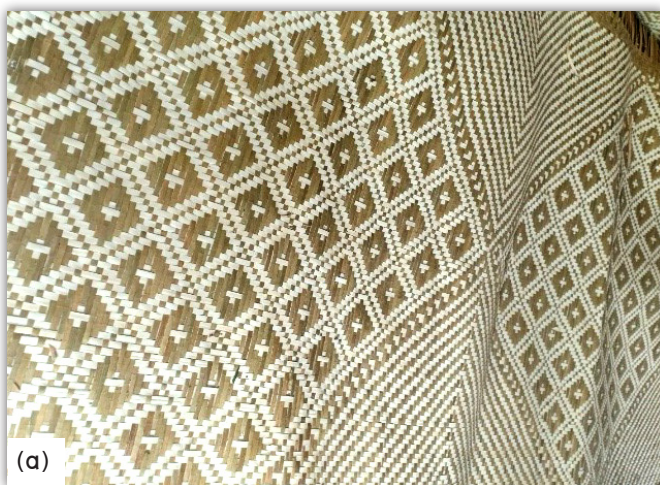


Figure 3 Woven handicrafts from tube sedge; (a) Tube sedge home decorations and (b) Tube sedge bags

วิสาหกิจชุมชนกระจุตตำบลทะเลน้อย เริ่มจากวัตถุดิบกระจุต (ต้นน้ำ) จนถึงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระจุตในตลาด (ปลายน้ำ) ดังภาพที่ 4 (Figure 4)

การคัดเลือกกลุ่มเปราะบางตำบลทะเลน้อย เริ่มจากการนำรายชื่อจากระบบฐานข้อมูลครัวเรือนยากจนระดับอำเภอ ซึ่งมีจำนวน 198 ครัวเรือน และผู้นำชุมชนนัดประชุมผู้มีรายชื่อ เพื่อชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ สอบถามความต้องการ ปัญหา อุปสรรค ของการเข้าร่วมโครงการ ซึ่งทำให้กลุ่มเปราะบางสมัครใจเข้าร่วมปฏิบัติการแก้จน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ของครัวเรือนเป้าหมายทั้งหมด ซึ่งกลุ่มเปราะบาง จำนวน 41 คน ประกอบอาชีพซึ่งอยู่ในห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์กระจุต มีความสามารถด้านการตากเส้นกระจุต ย้อมสี และจักสานผลิตภัณฑ์กระจุต มีรายได้เฉลี่ย 4,617.50 บาท/เดือน โดยกลุ่มเปราะบางรับซื้อเส้นกระจุตจากพรควนเค็ง ร้อยละ 70 ของปริมาณกระจุตทั้งหมดที่ใช้ในชุมชน เพื่อนำมาจัดเตรียมเส้นกระจุตให้พร้อมสำหรับการจักสานผลิตภัณฑ์หรือขายให้กับแม่ค้าคนกลางในพื้นที่

กลุ่มเปราะบาง จำนวน 41 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ดังนี้ ชาวบ้านและเป็นกลุ่มเปราะบางร้อยละ 20 ที่เป็นสมาชิกวิสาหกิจกระจุต และชาวบ้านคิดเป็นกลุ่มผู้เปราะบางร้อยละ 80 ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกวิสาหกิจ มีรายได้จากการแปรรูปกระเป่ากระจุตที่ไม่มีหู (ลูกดิบ) ซึ่งเน้นการจำหน่ายในปริมาณมาก ไม่เน้นงานคุณภาพและการออกแบบ เพื่อจำหน่ายแม่ค้าคนกลางในราคา 30 บาท/ใบ คิดเป็นกำไร 20 บาท/ใบ ซึ่งแม่ค้าคนกลางจะนำไปแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า และจำหน่ายที่ร้านค้าในสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน ตลาดนัด และหน้าร้านของแม่ค้าคนกลาง ในราคาเฉลี่ย 200 บาท/ใบ ดังนั้นในแต่ละวัน ชาวบ้านจะมีรายได้ประมาณ 200 บาท/วัน จึงทำให้ชาวบ้านกลุ่มนี้ไม่สามารถหลุดพ้นจากความยากจนได้ ดังภาพที่ 5 (Figure 5)

ผลการวิเคราะห์ทักษะของชาวบ้านที่เข้าร่วมปฏิบัติการแก้จนด้วยโมเดลกระจุตแก้จน พบว่า ทักษะด้านการสานขึ้นรูปผลิตภัณฑ์กระจุตอยู่ในระดับพื้นฐาน เช่น กระบวนการจัดการเส้นกระจุตก่อนการจักสาน และการจักสานกระจุตในรูปแบบลูกดิบ

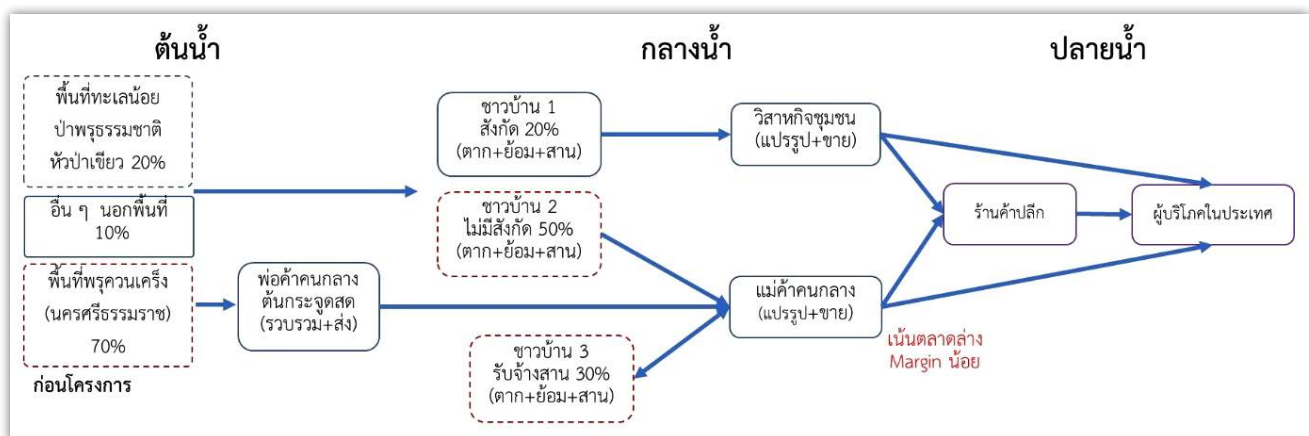


Figure 4 Value chain analysis of tube sedge products in Tambon Talay Noi

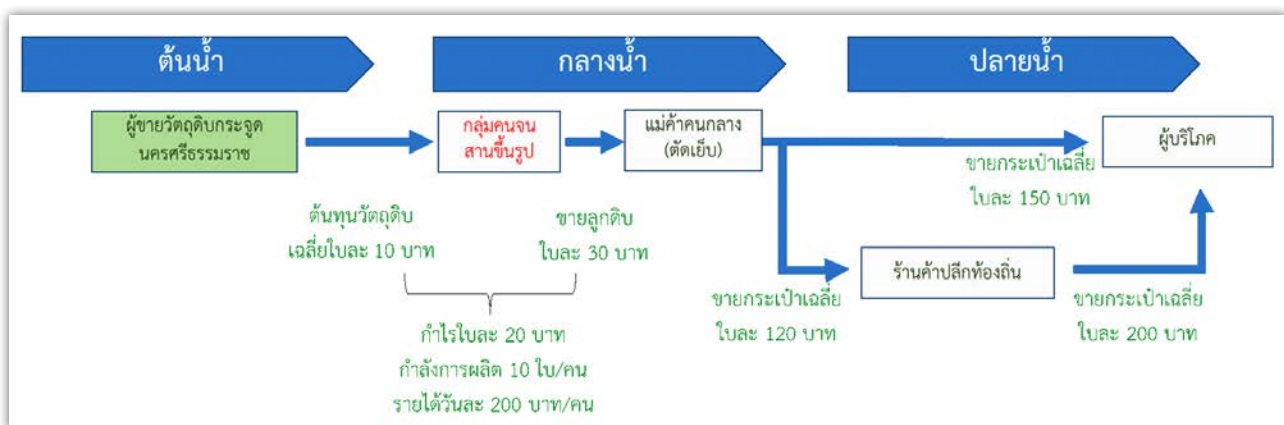


Figure 5 Financial flow analysis in existing tube sedge supply chain

หรือเสีย ดังนั้นกลุ่มเปราะบางสามารถย้อมสีเคมีในผลิตภัณฑ์ กระจุได้ หากต้องยกระดับทุนการเงินของกลุ่มเปราะบางเป้าหมาย ให้ดีขึ้น จึงต้องยกระดับทุนมนุษย์และทุนสังคม ดังนั้นกลุ่มเปราะบาง เป้าหมายจึงต้องมีความรู้และทักษะที่เพียงพอเพื่อผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานและส่งต่อไปสู่ผู้บริโภคได้ ซึ่งทักษะที่ต้องพัฒนา ประกอบด้วย การจัดการเส้นกระจุให้ได้มาตรฐานก่อนนำไป จักสาน การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของ ตลาด การย้อมสีธรรมชาติ การปักกลดลายบนกระเป่า การเย็บหู และซิปในกระเป่า การสร้างแบรนด์ การออกแบบ การตลาด นอกจากนี้ ชาวบ้านยังไม่มีกรรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการและ ดำเนินการเฉพาะส่วนของตนเอง ส่งผลให้ไม่มีการแลกเปลี่ยน องค์ความรู้และขาดอำนาจในการต่อรอง ดังนั้น การรวมกลุ่ม ชาวบ้านที่มีทักษะอาชีพด้านกระจุในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน จึงเป็นกลไกการแก้ปัญหาความยากจนในระยะยาว

กระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลง และการยอมรับของชุมชนเป้าหมาย

การสร้างโมเดลแก่นในตำบลทะเลน้อย มีแนวคิดคือ การยกระดับกลุ่มคนจนในห่วงโซ่อุปทานกระจุในส่วนกลางน้ำ ให้มีความสามารถในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภค

ปลายน้ำ ดังภาพที่ 6 (Figure 6) ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนบทบาทของกลุ่มคนจน โดยปฏิบัติการแก่น เน้นกระบวนการเปลี่ยนแปลงหลัก ใน 2 ประเด็น ดังนี้ 1) การพัฒนาความรู้และทักษะของกลุ่มคนจน เป้าหมายในด้านการผลิตและการตลาด ซึ่งเป็นการส่งเสริมทุน มนุษย์และทุนการเงิน และ 2) การรวมกลุ่มเปราะบางเพื่อทำกิจกรรม สร้างอาชีพและจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานการผลิต กระจุ ซึ่งเป็นการส่งเสริมทุนสังคม และกระบวนการขับเคลื่อน กลุ่มเปราะบาง มีดังนี้

1. การพัฒนาความรู้และทักษะของกลุ่มคนจน เป้าหมายด้านการผลิตและการตลาด

เพื่อให้กลุ่มเปราะบางได้รับทักษะที่มีมาตรฐานในการผลิต สินค้ากระจุ การพึ่งพาวิสาหกิจชุมชนที่มีความเชี่ยวชาญในการ ผลิตสินค้ากระจุจึงเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง ที่ดี ซึ่งวิสาหกิจชุมชนกระจุควรคัดเลือกให้เป็นพี่เลี้ยงให้ กับกลุ่มเปราะบาง เนื่องจากเป็นวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ที่สามารถ ผลิตสินค้ากระจุที่ตอบสนองต่อผู้บริโภคในระดับบน มีชื่อเสียง ด้านความโดดเด่นของการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีสินค้าวางขายใน ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ รวมถึงตลาดต่างประเทศ มีราคาขาย สูงกว่าสินค้ากระจุในท้องตลาด ซึ่งหลักสูตรการฝึกอบรม สำหรับกลุ่มเปราะบางเป็นดังภาพที่ 7 (Figure 7) และมีรายละเอียด ดังนี้



Figure 6 Development of knowledge and skills among the research participants in the value chain of tube sedge products



Figure 7 Training on marketing skills and processing techniques provided to the participants

การพัฒนาทักษะด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์

- การออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการตลาด โดยปรับเปลี่ยนมุมมองแนวคิดการนำกระจุไปประยุกต์ใช้กับสินค้าประเภทอื่น ๆ การสร้างสรรค์ลายที่เกิดจากการสานกระจุให้มีความแตกต่างและเป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งทักษะพื้นฐานที่จำเป็น คือ ความสามารถในการแกะลายจากผลิตภัณฑ์เดิม และพัฒนาทักษะต่อยอดไปสู่การพัฒนาลายใหม่ ซึ่งใช้แนวคิดของดอกบัว ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนา ประกอบด้วย กระเป๋ากะจุปักลายต่าง ๆ และเสื้อ ดังภาพที่ 8a (Figure 8a)

- การจัดการเส้นกระจุก่อนการจักสาน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญทำให้สินค้ามีคุณภาพ เมื่อกลุ่มเปราะบางได้รับเส้นกระจุกลมที่ผ่านการคลุกโคลนมาจากแหล่งปลูก จะต้องนำมาล้างโคลนให้สะอาด คัดเส้นกระจุตามขนาดความกว้าง ดังนี้ ขนาดเล็ก (น้อยกว่า 3 mm) กลาง (4 mm) และใหญ่ (มากกว่า 5 mm) ตากให้แห้ง รีดเส้นกระจุด้วยหินกลิ้งจนเป็นเส้นกระจุพร้อมสาน

- การจักสานขึ้นรูปกระจุเป็นกระเป๋และเสื้อ กลุ่มเปราะบางได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้เฉพาะด้านเพื่อผลิตกระเป๋ที่ไม่มีหูหิ้ว การย้อมสีหรือปักลายและการเย็บหูกะเป๋ ดังภาพที่ 8b (Figure 8b)

- การย้อมสีธรรมชาติ การย้อมสีมี 2 ลักษณะ คือ การย้อมสีเส้นกระจุ หรือการย้อมสีลูกดิบ กลุ่มเปราะบางเรียนรู้การย้อมสีธรรมชาติจากวัสดุเหลือใช้ในชุมชน โดยใช้ใบบัวผสมโคลน

ปลักควายเพื่อให้โทนสีเทาดำ ใบหูกวางให้โทนสีเหลืองคล้ำ และแกนไม้หลุมพองและใบมังคุดให้โทนสีส้มแดง ดังภาพที่ 8c (Figure 8c)

- การปักและเย็บหูกะเป๋ ประกอบด้วย การปักลวดลายบนกระเป๋ากะจุซึ่งต้องใช้ทักษะฝีมือในการปัก การเรียงเส้นความถี่ในการปัก และการไล่สีในการปัก และการเย็บหูกะเป๋ลูกดิบ ดังภาพที่ 8d (Figure 8d)

- การตรวจสอบคุณภาพสินค้า โดยจุดที่ต้องสังเกตบนกระเป๋ มีดังนี้ 1) การตรวจสอบความแข็งแรงของหูกะเป๋ 2) ความเรียบร้อยในการตัดเย็บ เช่น ฐานกระเป๋ และ ผ้าซับใน และ 3) การตรวจสอบรูปทรงกระเป๋ เนื่องจากการปักลายที่มีการดึงมากเกินไปส่งผลให้รูปทรงกระเป๋บิดเบี้ยวได้

การพัฒนาทักษะด้านการตลาด

- การสร้างแบรนด์ โดยการอบรมกลุ่มเปราะบางเกี่ยวกับองค์ประกอบของแบรนด์ การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ การทำความเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังภาพที่ 9a (Figure 9a)

- การออกแบบตราสัญลักษณ์ กลุ่มเปราะบางร่วมกันออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยแนวคิดการออกแบบมาจากดอกบัว ซึ่งเป็นพืชที่พบเห็นมากในพื้นที่ตำบลทะเลน้อย ร่วมกับศิลปะมินอราห์ซึ่งเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดพัทลุง ดังภาพที่ 9b (Figure 9b) และใช้งานตราสัญลักษณ์ในการสร้างแบรนด์ของวิสาหกิจชุมชน



Figure 8 (a) Skill development training in production, (b) Weaving tube sedge into products, (c) Natural dyeing process of tube sedge by extracting natural dyes from lotus, and (d) Embroidery and sewing tube sedge



Figure 9 (a) Brand building workshop and (b) Logo design concept

- การสร้างการตลาดเชิงเนื้อหา เพื่อสร้างพื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มเปราะบาง โดยอาศัยช่องทางเฟซบุ๊กของกลุ่ม ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กิจกรรมของกลุ่ม และสินค้าของกลุ่ม

- การขายแบบไลฟ์สดริมมิ่ง การฝึกทักษะการขายแบบไลฟ์สดริมมิ่งของกลุ่มเปราะบางผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก โดยให้ผู้เชี่ยวชาญแนะนำการขายสินค้า และให้กลุ่มเปราะบางฝึกการเข้าถึง และฝึกการพูดเพื่อขายสินค้า

- การนำสินค้าสู่ทางโมเดิร์นเทรด โดยใช้จุดแข็งของวิสาหกิจชุมชนกระจุยวรรณี ซึ่งเป็นพี่เลี้ยงและมีเครือข่ายทางการตลาดในห้างสรรพสินค้า โดยนำสินค้าจากการฝึกอบรมไปจำหน่ายและเปิดตัวในห้างโมเดิร์นเทรด เป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กับกลุ่มเปราะบาง แสดงให้เห็นว่า สินค้าที่ทางกลุ่มผลิตสามารถจำหน่ายในห้างเอ็มควอเทียร์ในราคาที่สูงขึ้นได้

2. การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเลน้อยคราฟ

การรวมกลุ่มเปราะบางที่ได้รับการฝึกทักษะภายใต้ระบบพี่เลี้ยง จัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนเลน้อยคราฟ เพื่อให้กลุ่มเปราะบางสามารถเติบโตและเพิ่มศักยภาพตนเองได้ในระยะยาว ในระหว่างการฝึกทักษะการอบรม มีกระบวนการเลือกประธานกลุ่มและรองประธานกลุ่มจากสมาชิกทั้งหมด โดยผู้นำกลุ่มจัดเตรียมเอกสารเพื่อจดทะเบียนจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนที่สำนักงานเกษตรอำเภอ

ความรู้หรือความเชี่ยวชาญที่ใช้

การนำครัวเรือนยากจนให้เข้าสู่ห่วงโซ่การผลิต (Pro-poor Value Chain)

แนวคิดการนำครัวเรือนยากจนเข้าสู่ห่วงโซ่การผลิต เริ่มจากการศึกษาแนวคิดโซ่อุปทาน (Supply chain) ซึ่งหมายถึง ลำดับของกลุ่มกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและส่งมอบสินค้าหรือบริการ โดยเริ่มจากการดำเนินการของผู้ขายวัตถุดิบ (Suppliers) ไปยังผู้ผลิต (Producer) เพื่อผลิตสินค้า และส่งไปยังร้านค้าเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภครายสุดท้าย (Stevenson et al., 2014) นอกจากนี้ Mentzer et al. (2001) ให้ความหมายของการจัดการโซ่อุปทาน (Supplier chain management) คือ การร่วมมือประสานงานเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นระบบของหน้าที่และกระบวนการต่าง ๆ ภายในและระหว่างธุรกิจโซ่อุปทาน ในขณะที่ Lambert (2006) ให้ความหมายว่า เป็นการร่วมมือและประสานงานของกิจกรรมหลักของธุรกิจ ตั้งแต่ผู้จัดหาวัตถุดิบจนถึงผู้บริโภค ซึ่งการทำงานร่วมกันของกิจกรรมหลักเหล่านี้เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ ข้อมูลและบริการซึ่งเพิ่มคุณค่าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การนำครัวเรือนยากจนเข้าสู่ห่วงโซ่การผลิต เริ่มจากการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ และพิจารณาบริบทของกลุ่มเปราะบางในพื้นที่ เพื่อผลักดันกลุ่มเปราะบางเข้าสู่ส่วนใดของห่วงโซ่การผลิต เพื่อช่วยให้กลุ่มเปราะบางมีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และช่วยพัฒนาแนวทางการแก้ไขที่ตรงประเด็นและยั่งยืนเพื่อต่อสู้กับความยากจน (Kherallah et al., 2021) ซึ่งต้องอาศัยองค์กรในพื้นที่ทำการสร้างเครือข่ายผู้ขายปัจจัยการผลิตจากกลุ่มเปราะบาง และช่วยให้

ความรู้และเทคโนโลยีการผลิตแก่กลุ่มเปราะบาง เพื่อให้สามารถผลิตปัจจัยการผลิตหรือการบริการที่อยู่ในห่วงโซ่การผลิตได้

การสร้างโมเดลปฏิบัติการแก่น ‘กระจุยวรรณี’ ใช้แนวคิดของการสร้างโซ่อุปทานที่มีศักยภาพโดยรวมกลุ่มเปราะบางเป้าหมายเข้าในกิจกรรมการสร้างคุณค่าต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเปราะบางเป้าหมายที่ไม่ได้รับความช่วยเหลือขั้นพื้นฐานเข้าสู่ระบบสวัสดิการภาครัฐ แก้ไขข้อจำกัดด้านการสร้างรายได้ และการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม เป็นวิธีการสร้างการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนที่มีรายได้ต่ำ ซึ่งเป็นเทคนิคของนักจัดการเพื่อรวบรวมกลุ่มเปราะบางเป้าหมายเข้าไปในโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบและดำเนินการที่เป็นประโยชน์และยกระดับชุมชนยากจน โดยมุ่งเน้นการสร้างโซ่อุปทานที่ยั่งยืน ให้โอกาสกับกลุ่มคนรายได้ต่ำ เพิ่มรายได้ และปรับปรุงโอกาสและคุณภาพในการดำเนินชีวิต (Humphrey & Schmitz, 2002)

การส่งเสริมให้กลุ่มคนเหล่านี้มีโอกาสเข้าถึงตลาดเทคโนโลยี และความรู้ เพื่อเพิ่มความสามารถด้านการผลิตและรายได้จากการค้า ซึ่งอาจรวมถึงการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรทางการเงิน เทคโนโลยี สถาปัตยกรรมพื้นฐาน การฝึกอบรม และข้อมูลสามารถช่วยให้กลุ่มคนยากจนสามารถทำกิจกรรมเพิ่มมูลค่าได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ การจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในโซ่อุปทานเป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณา และต้องพยายามเข้าถึงส่วนแบ่งของมูลค่าที่มากขึ้น การสร้างความเป็นธรรมในการแบ่งปันประโยชน์ตามโซ่อุปทาน การส่งเสริมปฏิบัติการการค้าที่เป็นธรรม และโครงสร้างการบริหารจัดการ จะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการมีอำนาจต่อรองและได้รับเงื่อนไขที่ดีขึ้นในการทำธุรกิจ และตรวจสอบให้แน่ใจว่ากลุ่มเปราะบางเป้าหมายได้รับส่วนแบ่งที่เป็นธรรมจากมูลค่าที่สร้างขึ้น

แนวคิดด้านวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม

การใช้แนวคิดการนำครัวเรือนยากจนเข้าสู่ห่วงโซ่การผลิต ในการแก้ปัญหาความยากจนจำเป็นต้องค้นหากกลุ่มเปราะบางเป้าหมายที่ขาดโอกาสขั้นพื้นฐาน การรวมกลุ่มคนจนเป้าหมายและกลุ่มชาวบ้านที่มีทักษะในชุมชนเพื่อจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน (Community enterprise) จึงเป็นเครื่องมือที่รัฐบาลไทยให้การส่งเสริมเพื่อใช้เป็นกลไกแก้ปัญหาความยากจนสำหรับพื้นที่ชนบทในประเทศ การประกอบการในชุมชนเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากพื้นฐานของชุมชนท้องถิ่นเพื่อตอบสนองปัญหาทางสังคมและเศรษฐกิจ เช่น การลดความยากจน วิสาหกิจชุมชนจึงเน้นการพัฒนาทักษะอาชีพของสมาชิก และสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับกลุ่มสมาชิก

ธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยเป็นองค์กรที่มุ่งหวังให้บรรลุเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมกับการดำเนินกิจการในลักษณะธุรกิจที่มีเป้าหมายในการสร้างผลประโยชน์ทางการเงิน

ที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการผสมหลักการของการประกอบธุรกิจเพื่อสร้างรายได้กับการสร้างผลกระทบที่ดีต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น การลดความยากจน การลดการใช้สารเคมีในชุมชน และการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกัน (Bunmak et al., 2020) ธุรกิจเหล่านี้ใช้แบบจำลองนวัตกรรม และองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการเพื่อแก้ปัญหาทางสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ กิจกรรมเพื่อสังคมในประเทศไทยมีรูปแบบการดำเนินงานหลายรูปแบบ รวมถึง การค้าเป็นธรรม การเกษตรที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวทางสิ่งแวดล้อม หรือการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม วัตถุประสงค์สำคัญของธุรกิจสังคมคือการสร้างค่าร่วมกัน ด้วยการสร้างสมดุลสิทธิและประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้องและสังคมทั้งหมด การดำเนินงานในรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมนอกจากจะมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจของชุมชน ยังช่วยส่งเสริมการพัฒนาสังคมในชุมชนที่ถูกละเลยให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Bunmak et al., 2020) ธุรกิจสังคมบ่งบอกถึงการให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามหลักการทางจริยธรรม การเป็นผู้นำสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อสร้างสังคมที่เท่าเทียมและยั่งยืน

ธุรกิจเพื่อสังคมที่ประสบความสำเร็จมีแนวปฏิบัติในการส่งเสริมการทำธุรกิจตามมาตรฐานจริยธรรม และ เน้นการจัดสรรการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม แนวทางการดำเนินงานรวมถึงการเกษตรที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวทางสิ่งแวดล้อม และการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Srichookiat et al., 2021) กิจกรรมเพื่อสังคมในประเทศไทยเป็นองค์กรที่มุ่งหวังให้บรรลุเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อมพร้อมกับการดำเนินกิจการในลักษณะทางการเงินที่ยั่งยืน หลักการการประกอบธุรกิจและการสร้างผลกระทบที่ดีต่อสังคม ธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยมีลักษณะที่มุ่งหวังสร้างรายได้และบรรลุเป้าหมายทางสังคม เช่น การลดความยากจน การสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม หรือการพัฒนาชุมชน ธุรกิจเหล่านี้ใช้แบบจำลองและวิธีการธุรกิจนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาทางสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดด้านการผลิต (Production)

การผลิต หมายถึง กระบวนการสร้างสินค้าหรือบริการผ่านการแปรรูปข้อมูลหรือทรัพยากรเข้าสู่ผลลัพธ์หรือผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป (Kotler et al., 2020) ซึ่งรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ การจัดการวัตถุดิบ การแปรรูปสินค้า การบรรจุหีบห่อ และการจัดส่งผลิตภัณฑ์ เป็นต้น วัตถุดิบเป็นสิ่งที่สำคัญมากในกระบวนการผลิต เนื่องจากมีบทบาทสำคัญในปัจจัยนำเข้าพื้นฐานที่จะเข้าสู่กระบวนการแปรรูปเพื่อสร้างสินค้าสำเร็จรูป โดยวัตถุดิบมีผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์สุดท้าย มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และการแข่งขันในตลาด การจัดการต้นทุนและวัตถุดิบที่พร้อมใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้การผลิตเรียบร้อยและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ตรงเวลา

กระบวนการแปรรูปสินค้า ทักษะและความสามารถของบุคลากรฝ่ายการผลิต มีผลต่อคุณภาพการผลิตภายในองค์กร นอกจากนี้แรงงานที่มีความชำนาญมีส่วนในการเพิ่มประสิทธิภาพลดความผิดพลาด และปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตโดยรวม (Grugulis & Stoyanova, 2011) การศึกษาอิทธิพลของราคาและคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในผ้าบาติก Madura ประเทศอินโดนีเซีย (Wantara & Tambrin, 2019) พบว่าคุณภาพสินค้าส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเป็นที่ยอมรับในวงการธุรกิจว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเงื่อนไขสำคัญในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นการให้ความสำคัญในการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะและความรู้ของบุคลากรในชุมชนจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ไม่เพียงช่วยส่งเสริมผลผลิตที่ดีขึ้นเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมวัฒนธรรมการปรับปรุงต่อเนื่องภายในองค์กรอีกด้วย

ทักษะด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงกับหน้าที่ทางการตลาด เป็นหนึ่งในกระบวนการผลิตที่มีความสำคัญมาก การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพเป็นเงื่อนไขของความสำเร็จของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่มีการเติบโตอย่างยั่งยืน (Inbueng et al., 2021) การควบคุมคุณภาพสินค้าเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการผลิต เนื่องจากการสร้างความมั่นใจว่าสินค้าหรือบริการสามารถผลิตได้ตรงตามมาตรฐานคุณภาพที่ลูกค้าต้องการ (Kotler et al., 2020) กระบวนการผลิตสินค้ากระจุยเริ่มจากการจัดเตรียมวัตถุดิบเพื่อให้เส้นกระจุยมีคุณภาพพร้อมสำหรับการสานเส้นกระจุยโดยผู้ฝีมือ การสร้างสรรค์ลายกระจุย การย้อมสีกระจุย การปักลายบนกระเปาะกระจุย การตัดเย็บกระเปาะกระจุย และการตรวจสอบคุณภาพสินค้า ก่อนถึงมือลูกค้า โดยกระบวนการผลิตดังกล่าวสอดคล้องกับ Sriphong et al. (2019) ที่มีกระบวนการผลิตคล้ายคลึงกัน และหากกระบวนการผลิตมีมาตรฐาน ก็มีโอกาที่สินค้าจะได้รับมาตรฐานสินค้าต่าง ๆ

แนวคิดด้านการตลาด (Marketing)

การตลาดเกี่ยวข้องกับการค้นหาและการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงผลกำไร ดังนั้น การตลาดหมายถึง กลุ่มกิจกรรมซึ่งประกอบด้วยการสร้าง การสื่อสาร การส่งมอบ และการแลกเปลี่ยนการนำเสนอคุณค่าให้แก่ผู้บริโภค (Kotler et al., 2020) หนึ่งในกิจกรรมการสร้างและการสื่อสารทางการตลาดที่สำคัญในลำดับต้น ๆ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคระดับบน คือ การสร้างแบรนด์ (Branding) ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสนใจในการสร้างความแตกต่าง ผ่านกระบวนการสร้างการรับรู้เพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ และขยายกลุ่มลูกค้าเดิม (Wheeler, 2017)

การสร้างแบรนด์จำเป็นต้องมีองค์ประกอบเบื้องต้นของแบรนด์ (Brand element) เพื่อใช้สร้างการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย ตราสินค้า (Logo) ชื่อตราสินค้า

(Brand name) สโลแกน (Slogan) เป็นต้น ดังนั้นองค์ประกอบของแบรนด์ควรเกิดจากความสร้างสรรค์ เพื่อให้มีความหมายที่มีคุณค่า (Meaningful) และสร้างการจดจำได้ดี (Memorable) (Wheeler, 2017) นอกเหนือจากการสร้างแบรนด์แล้ว กิจกรรมการขาย ถือเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญในขั้นตอนการสื่อสารและการส่งมอบสินค้าด้วยเช่นกัน ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความก้าวหน้า ดังนั้นการขายสดผ่านช่องทางออนไลน์ (Live-stream selling) จึงเป็นช่องทางการขายที่ได้รับความนิยมในแพลตฟอร์มการค้าอิเล็กทรอนิกส์ ความสามารถในการทำกำไรของช่องทางออนไลน์ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ขายเป็นหลัก (Pan et al., 2022) การพัฒนาทักษะทางการตลาด (Sriphong et al., 2019) ได้แก่ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

สถานการณ์ใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะอาชีพ เป็นการเพิ่มทุนมนุษย์ให้กับกลุ่มเปราะบางเป้าหมายที่เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเล็ญคราฟ เพื่อให้เกิดการยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบยั่งยืน กลุ่มเป้าหมายได้พัฒนาความรู้และทักษะ และสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ 2 ลาย คือ ลายสานเลื้อยทะเลน้อย และลายปักกระเป๋ามโนราห์ ดังภาพที่ 10 (Figure 10) มีทักษะด้านการจัดการเส้นกระจุตก่อนการแปรรูปเพิ่มขึ้น ได้รับการฝึกอบรมความรู้และทักษะอาชีพเกี่ยวกับ การจัดการวัตถุดิบเส้นกระจุต

การสานขึ้นรูปที่ได้มาตรฐาน การย้อมสีธรรมชาติกระเป๋ากะจุต การปักและเย็บกระเป๋ากะจุต และการตรวจสอบคุณภาพกระเป๋ากะจุต

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของกลุ่มเปราะบางเป้าหมายพิจารณาจากรายได้ที่เพิ่มขึ้น กลุ่มเปราะบางที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 41 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้น 1,642.50 บาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 36) โดยมีรายได้เฉลี่ยก่อนร่วมโครงการ 4,617.50 บาท/เดือน และมีรายได้เฉลี่ยหลังร่วมโครงการ 6,260.00 บาท/เดือน และจำนวนกลุ่มเปราะบางที่มีรายได้มากกว่า 100,000 บาทต่อปี หลังจากเข้าร่วมโครงการมีทั้งสิ้น 8 คน และรายได้ที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มเปราะบาง เกิดจาก 2 ส่วนหลัก คือ 1) รายได้จากการจำหน่ายกระเป๋ากะจุตที่ยังไม่ผ่านการแปรรูปให้กับวิสาหกิจชุมชนกระจุตวรรณิ ซึ่งรับซื้อสูงกว่าราคาตลาด ทำให้มีรายได้ 512,100 บาท เมื่อเทียบกับก่อนเข้าโครงการซึ่งมีรายได้อยู่ที่ 377,400 บาท เพิ่มขึ้น 134,700 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.69 และ 2) รายได้จากผลผลิตในระหว่างการผลิต และจำหน่ายผ่านวิสาหกิจชุมชนกระจุตวรรณิและที่ห้างเอ็มควอเทียร์ โดยมีสินค้า 6 ประเภท คือ เสื้อลายเลื้อย 8 ผืน เสื้อลายทั่วไป 32 ผืน ตะกร้า 40 ใบ กระเป๋ากมโนราห์ 40 ใบ ขอบปิงแบค 40 ใบ และกระเป๋าสานธรรมดา 40 ใบ มูลค่าจำหน่ายโดยรวมเท่ากับ 164,626 บาท ทักษะด้านการตลาดเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้กลุ่มเปราะบางมีศักยภาพด้านการสร้างรายได้เพิ่มขึ้น วิสาหกิจชุมชนเล็ญคราฟได้ออกแบบโลโก้เพื่อใช้ประโยชน์ทางการค้า และการออกงานแสดงสินค้า และการสาธิตกระบวนการแปรรูปกระจุต และวางจำหน่ายสินค้าที่ศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์ ดังภาพที่ 11 (Figure 11)



(a)



(b)

Figure 10 Product designed by research participants; (a) Talay Noi pattern and (b) Norah pattern

นอกจากนี้ เพจเฟซบุ๊กของกลุ่มเลนอยคราฟยังเป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพิ่มเติม

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมของกลุ่มเปราะบางเป้าหมายในโครงการปฏิบัติการแก้จนมีส่วนสำคัญในการร่วมผลักดันการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเลนอยคราฟ การรวมกลุ่มเปราะบางที่รับการฝึกทักษะภายใต้ระบบพี่เลี้ยง จัดตั้งขึ้นเป็นวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้กลุ่มสามารถเติบโตและเพิ่มศักยภาพตนเองได้ในระยะยาว การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเลนอยคราฟ คือ การเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มของกลุ่มเปราะบางเป้าหมาย ความรู้

และทักษะที่ได้รับจากการฝึกอบรม สามารถนำไปสู่โอกาสการเป็นวิทยากรที่สามารถอบรมทักษะอาชีพด้านการแปรรูปกระจูด ประกอบด้วย การออกแบบผลิตภัณฑ์ 6 คน การจัดการวัตถุดิบ 19 คน การย้อมสีธรรมชาติ 3 คน การสานขึ้นรูป 16 คน การปัก 9 คน และการตรวจสอบคุณภาพ 9 คน นอกจากนี้ ปฏิบัติการแก้จนด้วยโมเดลกระจูดแก้จน ส่งผลให้โซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนเลนอยคราฟ มีการรวมกลุ่มเปราะบางเป้าหมายเข้าไปในกิจกรรมการสร้างคุณค่าใหม่ของผลิตภัณฑ์กระจูดดังภาพที่ 12 (Figure 12)



Figure 11 Exhibition of tube sedge products by Leno Craft community enterprise at the EmQuartier shopping center; (a) Tube sedge processing demonstration and (b) Products for sale

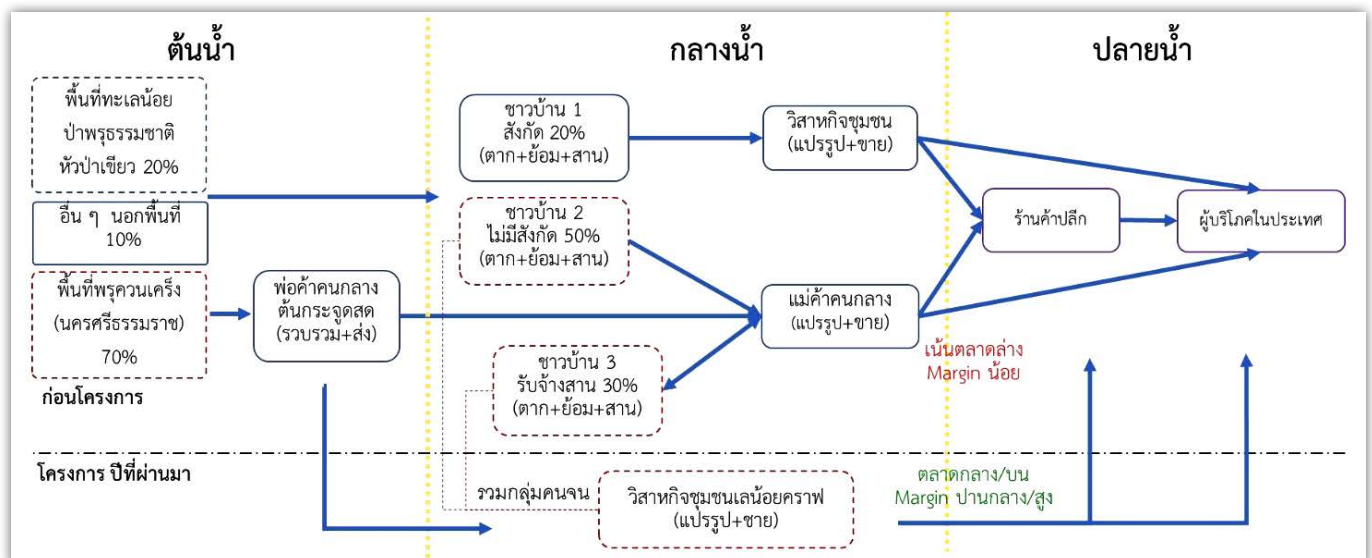


Figure 12 Tube sedge supply chain analysis of low-income participants in Taley Noi sub-district after the establishment of Leno Craft community enterprise

ผลกระทบและความยั่งยืน ของการเปลี่ยนแปลง

การเปลี่ยนแปลงด้านทุนมนุษย์ของกลุ่มเปราะบาง ที่เกี่ยวข้องกับทักษะการผลิตสินค้ากระจุยที่ได้มาตรฐานและความรู้ทางการตลาด ถือได้ว่ามีประโยชน์อย่างยิ่งในการยกระดับทางเศรษฐกิจของกลุ่มเปราะบางให้พ้นขีดความยากจนได้ในระยะยาว ดังนั้น กลุ่มเปราะบางเปิดโลกทัศน์และเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีต่อสินค้ากระจุย ผ่านประสบการณ์การนำสินค้ากระจุยไปสู่ตลาดระดับกลางและระดับบน นอกจากนี้ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจเกิดจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง การผลิตในรูปแบบเดิม กระเป๋า 1 ใบ ราคา 100 บาท เพิ่มขึ้นอยู่ที่ใบละ 800–1,500 บาท เสื้อกระจุย 1 ผืน ราคา 150 บาท เพิ่มราคาผืนละ 2,500–3,000 บาท สร้างรายได้เพิ่มกว่าร้อยละ 30 ส่งผลให้เกิดการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่กลุ่มเปราะบาง และการนำโมเดลแก่นไปขยายผลเพื่อการพัฒนาอาชีพและยกระดับรายได้คนจน

ความยั่งยืนในมิติด้านสังคมเกิดจากการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนเลนน้อยคราฟ และความพยายามดำเนินกิจการในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมในอนาคต การประสบความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคมเกิดจากความสามารถด้านการสร้างรายได้ หากวิสาหกิจชุมชนเลนน้อยคราฟสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในปริมาณมากย่อมส่งผลให้เกิดความต้องการแรงงานกลุ่มเปราะบาง และจ้างงานในกลุ่ม ซึ่งจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของกลุ่มเปราะบางในการทำกิจกรรมอาชีพเพิ่มขึ้น การใช้กลไกทางการตลาดเพื่อขับเคลื่อนความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนเลนน้อยคราฟต่อไป นอกจากนี้ การเสริมความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มเปราะบางจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหลายแนวทาง อาทิ การฝึกทักษะการบริหารจัดการกลุ่มให้แก่คณะกรรมการบริหารกลุ่ม การสนับสนุนทุนกายภาพพื้นฐานให้กับทางกลุ่ม และการเสริมทักษะด้านการออกแบบและการผลิต เป็นต้น

นอกจากนี้ ประโยชน์ของการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนเลนน้อยคราฟ คือ มีโอกาสได้รับสิทธิ์ความช่วยเหลือจากหน่วยงาน

ภาครัฐ อาทิ การฝึกอบรมพัฒนาทักษะอาชีพ การสนับสนุนการออกบูธตามงานระดับชาติและระดับท้องถิ่น การสนับสนุนวัสดุหรืออุปกรณ์เพื่อช่วยการดำเนินงาน เป็นต้น ดังนั้น การเชื่อมต่อกับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ ถือเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะทำให้การดำเนินการของกลุ่มมั่นคง การเตรียมการเพื่อเป็นกิจการเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนเลนน้อยคราฟส่งผลให้เกิดความยั่งยืนในการช่วยเหลือกลุ่มเปราะบางในพื้นที่เพิ่มขึ้น กิจการเพื่อสังคมนำแนวคิดของความผสมผสานระหว่างกำไร สังคม และสิ่งแวดล้อม การบรรลุทั้งการผสมผสานระหว่างกำไรและความยั่งยืนต้องค้นหาสมดุลระหว่างความสามารถทางเศรษฐกิจและการบริหารทรัพยากรที่รับผิดชอบ ซึ่งเรียกแนวทางนี้ว่า "Triple bottom lines: TBL"

การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเลนน้อยคราฟ เป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้กลุ่มเปราะบางที่ได้รับการอบรมทักษะ สามารถดำเนินการต่อได้อย่างยั่งยืน แนวทางการนำพาวิสาหกิจชุมชนเลนน้อยคราฟไปสู่ความยั่งยืนในอนาคต คือ การสนับสนุนทรัพยากรทางกายภาพ อาทิ สถานที่ตั้ง ทรัพยากรเงินทุนเพื่อการดำเนินกิจการ รวมถึงทักษะการบริหารจัดการองค์กร อาทิ การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ การวางแผนเป้าหมาย การจัดโครงสร้างองค์กร การวางบทบาทหน้าที่ในองค์กร ซึ่งจำเป็นต้องค้นหาพันธมิตรชุมชนในพื้นที่เพิ่มเติมให้เข้ามาช่วยกันบริหารงาน รวมถึงการออกแบบและพัฒนาสินค้าให้มีความโดดเด่นในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

โครงการการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างเบ็ดเสร็จและแม่นยำในจังหวัดพัทลุงได้รับการสนับสนุนทุนอุดหนุนจากกองทุนส่งเสริม ววน. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ประจำปี 2564 (เลขที่สัญญา A14F640066) รวมทั้งการสนับสนุนและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการวิจัย เพื่อพัฒนาความคิดและกระบวนการทำงาน

References

- Bangkok Post. (2021). Covid causes plunge into poverty. Retrieved May 18, 2023, from: <https://www.bangkokpost.com/thailand/general/2171119/covid-causes-plunge-into-poverty>.
- Bunmak, S., Amage, N., Aueaungkul, A., & Srichookiat, S. (2020). Supply chain management of safe seafood products: A case study of fisherfolk shop in Prachuap Khiri Khan province. *WMS Journal of Management*, 9(1), 37–51. (in Thai).



- Grugulis, I., & Stoyanova, D. (2011). Skill and performance. *British Journal of Industrial Relations*, 49(3), 515–536.
- Humphrey, J., & Schmitz, H. (2002). How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters?. *Regional Studies*, 36(9), 1017–1027.
- Inbueng, L., Kunpalin, P., & Toopoj, P. (2021). Management to strengthen the community enterprise in Khon Kaen province. *Journal of Buddhist Anthropology*, 6(3), 234–251. (in Thai).
- Kherallah, M., Mtimet, N., & Muzurovic, N. (2021). New operational guidelines for Pro-Poor Value Chain Development help IFAD reach the poorest. Retrieved May 19, 2023, from: <https://www.ifad.org/en/web/latest/-/new-operational-guidelines-for-pro-poor-value-chain-development-help-ifad-reach-the-poorest>.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of marketing*. (8th European edition). Harlow: Pearson.
- Lambert, D. M. (2006). *Supply chain management: Processes, partnerships, performance*. (2nd edition). Sarasota: Supply Chain Management Institute.
- Mentzer, J. T., DeWitt, W., Keebler, J. S., Min, S., Nix, N. W., Smith, C. D., & Zacharia, Z. G. (2001). Defining supply chain management. *Journal of Business Logistics*, 22(2), 1–25.
- Office of the National Economics and Social Development Council. (2017). Report on the analysis of the poverty and inequality situation in Thailand. Retrieved May 17, 2023, from: https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=10855 (in Thai).
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2019). Multidimensional poverty of Thailand 2562. Retrieved May 17, 2023, from: https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=10859.
- Office of the National Economics and Social Development Council. (2020). Report on the poverty situation in 2019. Retrieved May 17, 2023, from: https://www.nesdc.go.th/article_attach/article_file_20201103111407.pdf.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2021). The thirteen national economic and social development plan (2023–2027). Retrieved January 25, 2022, from: <https://www.nesdc.go.th/download/document/Yearend/2021/plan13.pdf>.
- Pan, R., Feng, J., & Zhao, Z. (2022). Fly with the wings of live-stream selling—channel strategies with/without switching demand. *Production and Operations Management*, 31(9), 3387–3399.
- Practical Poverty Provincial Connex, (2022). Poverty data at the household level. Retrieved September 18, 2022, from: <http://www.pppconnex.com/bi/PPPCONNEX/>.
- Srichookiat, S., Aueaungkul, A., Bunmak, S., & Amage, N. (2021). A study of supply chain operation of safe seafood products: A case study of Satun's fisherfolk social enterprise. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University*, 13(1), 15–33. (in Thai).
- Sriphong, C., Arakkunakorn, S., Maneenin, P., Kamphaengdees, S., & Promvieng, W. (2019). Developing the Krajoed product business management of the 151st infantry regiment, Fourth Royal Thai Arm Housewives Groups. *Area Based Development Research Journal*, 11(4), 346–365. (in Thai).
- Stevenson, W. J., Hojati, M., & Cao, J. (2014). *Operations management*. (12th edition). New York: McGraw–Hill Education.
- Wantara, P., & Tambrin, M., (2019). The effect of price and product quality towards customer satisfaction and customer loyalty on Madura Batik. *International Tourism and Hospitality Journal*, 2(1), 1–9.
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team*. (5th edition). Hoboken: John Wiley & Sons.