

J กส0127 2550/3



B6150028155

ISSN 025-8516

www.dip.go.th/e-journal

อุตสาหกรรมสาร

1

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ปีที่ 50 ฉบับเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2550

ธุรกิจ **SMEs**
ผู้ประกอบการสตรี



ฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น

(ระยะเวลาฝึกอบรมไม่น้อยกว่า 72 ชั่วโมง และปรึกษาแนะนำไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมง) สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีพื้นฐานความรู้ หรือประสบการณ์เชิงธุรกิจมาบ้างแล้ว และต้องการเพิ่มพูนความรู้ในการประกอบธุรกิจเพียงบางด้าน อาทิ การจัดการด้านการตลาด การเงิน การผลิต การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น รวมทั้งการฝึกอบรม เพื่อปรับแนวคิดในการพัฒนาผู้ประกอบการ และหลักสูตรสำหรับผู้ประกอบการรูปแบบต่างๆ เช่น ธุรกิจแฟรนไชส์ ธุรกิจไอที เป็นต้น

ฝึกอบรมหลักสูตรระยะยาว

(ระยะเวลาฝึกอบรมไม่น้อยกว่า 198 ชั่วโมง และปรึกษาแนะนำไม่น้อยกว่า 60 ชั่วโมง) เพื่อพัฒนาทักษะความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Development) โดยเน้นกระบวนการเรียนรู้ในลักษณะสองปฏิบัติ (Experiential Learning) 4 ด้าน ได้แก่

- พฤติกรรมและบุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ จิตวิทยา ผู้ประกอบการ เกมธุรกิจ และการสร้างกลุ่มสัมพันธ์
- ความรู้และทักษะในการบริหารจัดการด้านต่างๆ
- ความรู้เกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับหน่วยงานกำกับ ควบคุม และหน่วยงานส่งเสริมพัฒนา
- การวิเคราะห์และจัดทำโครงการลงทุนและแผนธุรกิจ โดยให้จัดทำแผนธุรกิจจริงๆ ตามความสนใจลงทุนของแต่ละบุคคล และทดลองนำเสนอแผนธุรกิจต่อสถาบันการเงิน หรือแหล่งทุนอื่นๆ เพื่อขอสนับสนุนสินเชื่อหรือการร่วมลงทุน

เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ New Entrepreneurs Creation (NEC)

บริการบ่มเพาะธุรกิจ หรืออนุบาลการลงทุน

(Business Incubation) โดยจัดจ้างพี่เลี้ยง (Mentor) ติดตามดูแล ให้ความช่วยเหลือตลอดกระบวนการก่อตั้งกิจการและเริ่มดำเนินธุรกิจ จนมีความเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ จะมีการจัดสถานที่ให้ผู้ประกอบการใหม่ที่ได้รับการคัดเลือกจำนวนหนึ่ง เข้าใช้ดำเนินธุรกิจภายในอาคารศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ (Incubation Center) ของหน่วยอบรมดำเนินงานเป็นระยะเวลาหนึ่งตามความเหมาะสม

สนใจโครงการดูรายละเอียดได้ที่

www.dip.go.th/nec หรือ สอบถามได้ที่ สำนักงานพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ : 0-2202-4574, 0-2202-4553 โทรสาร : 0-2245-8890, 0-2245-8892 e-mail : nec@dip.go.th

CONTENTS

ปีที่ 49 ฉบับเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2550



5



7



9



12

15



21



24

4 Editor Talk

5 Interview :

กฤษณา รวชอาจิณ

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
กับบทบาทในตำแหน่ง CGEO

7 Interview :

เพ็ญดา มหาวชิย

ผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม
กับบทบาทในตำแหน่งหัวหน้า
ศูนย์ประสานงานด้านความเสมอภาค
ระหว่างหญิงชาย

9 เสน่ห์รอยยิ้ม

บนผืนผ้าไหมไทย

12 ผ้าเงิน - ผ้าทอง

รวมผ้าขาวเขาไว้ในเสื้อตัวเดียวกัน

15 ผ้าหม 3 ถู

สินค้าในเนมอีห้อยร้อยเอ็ด

สู่ด้วยคุณภาพจนขายดีติดตลาด



18



27



30



32

18 ขนมลูกขบ ผลไม้มงคล
คนซื้อไม่ได้กิน คนกินไม่ได้ซื้อ

21 ความร่ำรวย
พลิกมูลค่าสินค้าชาวบ้าน
ด้วยธุรกิจออกแบบ
ขอมกับได้เงินน้อย
แต่กำไรความสุข

24 รอยสเวสต์
ธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าเด็กอ่อน

27 จับหมูยอใส่กระบอกไม้ไผ่
เปลี่ยนโฉมเชิงธรรมชาติจนกลายเป็นของดีเมืองเลย

30 ยึดสมุนไพรใส่เสื้อ
แปลงสัญชาติใส่เสื้อเมืองเหนือเป็นเสื้อเมืองนนท์

32 รองเท้าหวดผ้าเท้า
สร้างปรากฏการณ์ใหม่ใช้วัสดุจากกะลา

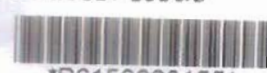
34 ผู้หญิงคือกุญแจความสำเร็จ
ต่อความสำเร็จของ SMEs

36 Report :
ความเสมอภาคระหว่างหญิงชายในประเทศไทย

39 Good Governance :
เครือข่าย ไซ กาแฟ จะเข้ากันได้หรือไม่

40 Book Corner

J กสอ127 2550/3



B6150028155

อุตสาหกรรมราย

3



ISSN 025-8516
www.dip.go.th/e-journal

อุตสาหกรรมสาร

EDITOR TALK

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

คณะที่ปรึกษา

นายปราโมทย์ วิชาสุข

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายสมเกียรติ ภู่งชัยฤทธิ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางสาวกฤษณา รวยอาจีน

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายสุรศิษฐ์ บุญญาภิสิทธิ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายบุญเจือ วงษ์เกษม

เลขาธิการกรม

บรรณาธิการอำนวยการ

นางอร ทิระพันธุ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปานทิพย์ เปลี่ยนโมฬี

บรรณาธิการ

นายพิษณุชัย ประยูรหาญ

กองบรรณาธิการ

นายฐศักดิ์ เกษม

นางสาวจกกลณี เขจรานนท์

นางสาวสายสัมพันธ์ จิรวัดกุล

นางสมจิตต์ เตียวสุนทรวงค์

นายวีระพล ผ่องสุภา

นายพีรพงษ์ จินดาภิรักษ์

นางสาวสุปรียา ดิษฐปัญญา

ฝ่ายสมาชิก

นางสาวกัลลิตา ชุมศรี

นายสุรินทร์ ม่วงน้อย

นายพัฒนพงศ์ กอปรวัชรธรรม

นางสุรางค์ งามวงศ์

ฝ่ายภาพ

นายทวีวัฒน์ หล่องกุล

นางวิภาณี ขวัญพรุ่งรัตน์

นายไตรรงค์ รักษาสุวรรณ

นางสาวโสภา ศรีสำราญ

ออกแบบปกโดย

นายพิติ แสงแก้ว

จัดพิมพ์โดย

บริษัท จีเอ็ม มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)

555 อาคารปัญญาศาสตร์ ชั้น 5, 6 ซอยร่วมจิตร์

ถนนราชสีห์ แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพฯ

10300 โทร. 0-2669-3370-2

สมัครเป็นสมาชิกวารสารฯ ได้ที่

บรรณาธิการ วารสารอุตสาหกรรมสาร

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรสาร 0-2354-3299

www.dip.go.th/e-journal

พลังสตรี โอบอุ้มเศรษฐกิจ

สตรีไทยจำนวนมากในยุคนี้ เปลี่ยนบทบาทจากแม่บ้านมาเป็นผู้นำของครอบครัว ใช้หนึ่งสมองและสองมือทำธุรกิจโอบอุ้มเศรษฐกิจในครอบครัว จากกิจการเล็กๆ เติบโตเป็นธุรกิจ จากธุรกิจกลายเป็นพลังเศรษฐกิจของสังคมและของประเทศ

ปัจจุบันนี้ธุรกิจ SMEs จำนวนมากมีสตรีเป็นผู้บริหาร สตรีไทยมีความอ่อนหวานปรากฏอยู่ภายนอก และซ่อนความเข้มแข็งไว้ภายใน เหตุนี้เมื่อถูกขึ้นมาสับธุรกิจ หรือจัดการกับกิจการใดๆ สตรีไทยจึงใช้ยุทธศาสตร์เด่นในตัวเอง คือ ความอ่อนหวาน และความเข้มแข็ง ประดุงผลลัพธ์ให้เล็กล็กล้ำอย่างเด่นชัด ทำให้ธุรกิจของสตรีจำนวนมากเข้มแข็ง กลายเป็นกำลังสำคัญของสังคมในเวลาต่อมา

วารสารอุตสาหกรรมสารเล่มนี้ ขอนำตัวอย่างธุรกิจ SMEs ของสตรี 9 ท่าน 9 สโลว์ 9 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งล้วนผ่านการพลิกวิกฤติ-พลิกโอกาส-พลิกสถานการณ์ แล้วลงเอยด้วยความสำเร็จ เธอเหล่านั้นคิดอย่างไร เริ่มต้นอย่างไร และประสบความสำเร็จได้อย่างไร ลองติดตามในวารสารเล่มนี้

จุดเด่นที่น่าจับตามอง คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เธอเหล่านั้นผลิตขึ้นมา เกิดจากพลังความคิดและพลังความสามารถที่ซ่อนอยู่ในตัว กล่าวที่จะสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง และมีความโดดเด่นที่ชัดเจน ขอเรียกผลิตภัณฑ์จากพลังสตรีเหล่านี้ว่า 'นวัตกรรมทางความคิด'

บรรณาธิการบริหาร

"บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้ เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารฯ ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากผู้ประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสารฯ ไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งให้กองบรรณาธิการทราบ"

กฤษฎา รวยอาจิน

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
กับบทบาทในตำแหน่ง CGEO



ในฐานะผู้บริหารด้านการเสริมสร้างบทบาทหญิงชาย หรือ CGEO (Chief Gender Equality Officer) **นางสาวกฤษฎา รวยอาจิน** รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้กล่าวถึง บทบาทและที่มาของการบริหารความเสมอภาคระหว่างหญิงชายไว้อย่างน่าสนใจ ดังมีรายละเอียดในบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ที่มาของการบริหารความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย
ในส่วนราชการ

เมื่อโลกมีความเจริญเติบโตมากขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการมีมากขึ้นตามลำดับ จำนวนปริมาณการผลิตสินค้าและบริการที่องค์กรต้องผลิตเพื่อสนองตอบตลาดโลกก็มากขึ้นเป็นทวีคูณ ประกอบกับเทคโนโลยีที่มีพัฒนาการในการขนส่ง โดยการผลิตใช้แรงงานมนุษย์น้อยลง แรงงานของผู้หญิง ซึ่งสามารถทำงานได้โดยอาศัยเทคโนโลยีเป็นเครื่องทุ่นแรงจึงเป็นที่ต้องการมากขึ้นเพื่อให้ องค์กรสามารถผลิตสินค้าและบริการได้ตามความต้องการ ผู้หญิงจึงต้องเพิ่มบทบาทมากขึ้นจากการทำงานภายในครัวเรือนเพียงอย่างเดียว เป็นบทบาทของผู้ผลิตภายนอกครัวเรือน ที่ได้รับค่าตอบแทนเชิงเศรษฐกิจ หรือได้ค่าตอบแทนเป็นเงินโดยตรงเช่นเดียวกับผู้ชาย ซึ่งงานประเภทนี้เรียกว่า Productive Works แต่กระนั้น กิตติ แรงงานผู้หญิงยังเป็นแรงงานที่ด้อยกว่าแรงงานชายในภาพรวม เนื่องจากมีแนวคิดที่ว่า แรงงานหญิงเดิมเป็นแรงงานที่ไม่ได้รับค่าตอบแทนทางเศรษฐกิจอยู่แล้ว อีกทั้งการทำงานของหญิงไม่สามารถทำได้เต็มที่เช่นแรงงานชาย เพราะต้องทำหน้าที่ในการดูแลครอบครัวด้วย จึงเป็นที่มาของการปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย เช่น จำนวนค่าตอบแทน ความก้าวหน้าในอาชีพ เป็นต้น

ต่อมาเมื่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเจริญขึ้น แรงงานกลายเป็นปัจจัยรองสำหรับการทำงานเนื่องจากเทคโนโลยีทำหน้าที่แทนแรงงานของมนุษย์ ในทางตรงกันข้าม ความรู้ ทักษะ หรือศักยภาพโดยรวมของมนุษย์กลับกลายเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญต่อความสำเร็จของทุกองค์กร ซึ่ง 'ศักยภาพ' ดังกล่าวผลักดันให้เกิดกระแสของการปฏิบัติที่เท่าเทียม เนื่องด้วยทั้งผู้หญิงและผู้ชายต่างก็ต้องการโอกาสที่จะได้รับการพัฒนา และโอกาสในการแสดงศักยภาพที่เสมอภาคกัน อันจะทำให้โลกแห่งการแข่งขันเป็นไปอย่างเป็นธรรม และสังคมโลกก็มีโอกาสที่จะได้ใช้ศักยภาพของทั้งประชากรหญิงและชายได้อย่างเต็มที่ อันจะนำมาซึ่งการพัฒนาที่ไร้ขอบเขต

กระแสความเสมอภาคระหว่างหญิงชายในปัจจุบันนี้
เป็นอย่างไรบ้าง

เนื่องจากประเด็นความเสมอภาคระหว่างหญิงชายเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับโอกาสในการพัฒนาของสังคมในอนาคต หากสังคมใดเปิดโอกาสให้ผู้หญิงและผู้ชายมีโอกาสพัฒนา และแสดงศักยภาพได้อย่างเต็มที่ สังคมนั้นย่อมมีโอกาสในการพัฒนาได้มากกว่าสังคมอื่นๆ มนุษย์เป็นทรัพยากรเพียงอย่างเดียวในองค์กรที่สามารถพัฒนาได้อย่างไม่มีขีดจำกัด และทำได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ องค์การระดับนานาชาติก็ให้การสนับสนุนประเด็นความเสมอภาคระหว่างหญิงชายแตกต่างกันออกไป เช่น องค์การสหประชาชาติซึ่งเห็นวาทศิลป์เป็นกลุ่มที่ด้อยโอกาส จึงมีการก่อตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนาสตรีแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Fund for Women - UNIFEM) และกองทุนอาสาเพื่อสตรีแห่งสหประชาชาติ (United Nations Voluntary Fund for Women) ซึ่งให้การสนับสนุนด้านการเงินแก่กิจกรรมเพื่อพัฒนาใหม่ๆ ที่สร้างเสริมประโยชน์ให้สตรี

ธนาคารโลก (World Bank) และธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (Asian Development Bank) ต่างก็ให้ความสำคัญกับประเด็นความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นจากกระบวนการพิจารณาให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศที่ต้องการกู้เงินจากธนาคาร ดังกล่าวโดยการกำหนดให้ประเด็นบทบาทหญิงชายเป็นประเด็นหนึ่งในการพิจารณาอนุมัติโครงการต่างๆ ซึ่งเป็นประเด็นบทบาทหญิงชายนี้เอง จะนำมาซึ่งความเสมอภาคระหว่างหญิงชายในที่สุด

ในประเทศต่างๆ ก็มีการสร้างกลไกในอันที่จะเอื้อให้เกิดความเสมอภาคดังกล่าวขึ้นในสังคมประเทศของตนเอง บ้างก็ทำในรูปแบบของคณะกรรมการ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาสร้างคณะกรรมการที่เรียกว่า Equal Employment Opportunity Commission - EEOC เพื่อทำหน้าที่เป็นกลไกให้ทั้งหญิงและชายสามารถเรียกร้องกับองค์กรที่จ้างงาน ในกรณีที่ไม่ได้รับการปฏิบัติที่เป็นธรรมและเท่าเทียม ประเทศแอฟริกาได้มีการตั้งคณะกรรมการที่เรียกว่า Commission of Gender Equality เพื่อดูแลเกี่ยวกับความเสมอภาคระหว่างหญิงและชาย

ในบางประเทศก็มีการจัดโครงสร้างของภาครัฐที่ดูแลเกี่ยวกับประเด็นความเสมอภาคของผู้หญิงโดยเฉพาะ เช่น ประเทศนิวซีแลนด์ที่มีการตั้งหน่วยงาน Ministry of Women Affairs ประเทศเกาหลีมี Ministry of Gender Equality ในประเทศออสเตรเลียมี Office



of Status of Women ในประเทศเดนมาร์กมี Ministry of Equality เป็นต้น นอกจากนี้ บางประเทศมีการแต่งตั้งตำแหน่งที่สำคัญในการดูแลประเด็นหรือให้คำแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับประเด็นความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย เช่น ประเทศนอร์เวย์มี Gender Equality Ombudsman และในประเทศเยอรมนีมีตำแหน่งที่เรียกว่า Gender Advisory

ในบางประเทศมีการสร้างกลไกทางกฎหมายในการคุ้มครองความเสมอภาคระหว่างหญิงชายด้วย เช่น ประเทศนอร์เวย์ที่มีการตราพระราชบัญญัติความเสมอภาคระหว่างหญิงและชาย (The Norwegian Gender Equality Act) ประเทศสวีเดนมี Act of Equality between Women and Men เป็นต้น

การบริหารเพื่อความเสมอภาคระหว่างหญิงชายในประเทศไทยเป็นอย่างไรบ้าง

สำหรับประเทศไทย รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 เป็นรัฐธรรมนูญฉบับแรก ที่ได้ให้ความสำคัญต่อความเสมอภาคระหว่างหญิงและชายอย่างชัดเจน โดยระบุในมาตรา 30 วรรค 2 ว่า “ชายและหญิงมีสิทธิเท่าเทียมกัน” และในวรรค 3 ว่า “มาตรการที่รัฐกำหนดขึ้นเพื่อขจัดอุปสรรคหรือส่งเสริมให้บุคคลสามารถใช้สิทธิและเสรีภาพได้เช่นเดียวกับบุคคลอื่น ย่อมไม่ถือเป็นการเลือกปฏิบัติ” นอกจากนี้ ยังเน้นหน้าที่ของรัฐเกี่ยวกับความเสมอภาคในมาตรา 80 โดยระบุว่า “รัฐต้องส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย” นอกจากนี้ ในโครงสร้างภาครัฐก็มีหน่วยงานในระดับสำนักที่สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ทำหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับนโยบายสตรี อันได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.) และหน่วยงานย่อยๆ ที่ทำหน้าที่ช่วยเหลือหรือสนับสนุนสตรีในประเด็นต่างๆ เช่น สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กองประสานการพัฒนาฝีมือแรงงานสตรีและเด็ก กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กองพัฒนาสตรี เด็กและเยาวชน กรมการพัฒนาชุมชน และสำนักเลขาธิการคณะกรรมการโครงการต่อต้านการค้าหญิงและเด็ก กรมประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

การส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชายในระบบราชการ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญในการสร้างความเสมอภาคระหว่างหญิงชายในระบบราชการ คือ การสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหญิงและชาย อันจะนำมาซึ่งการปฏิบัติที่มีความเท่าเทียมจากมุมมองดังกล่าว ประการสำคัญคือความตระหนักและการนำไปใช้จริงในกระบวนการบริหารงานบุคคลและการบริหารจัดการอื่นๆ เช่น การพิจารณาอนุมัติโครงการต่างๆ ในส่วนราชการ ให้คำนึงถึงผู้ปฏิบัติงาน ผู้รับบริการ และผลกระทบต่อประชาชนทั้งหญิงและชาย เป็นต้น

ดังนั้น กลไกในการสร้างสภาพเอื้อให้เกิดความเสมอภาคระหว่างหญิงชายในระบบราชการโดยการกำหนดคุณสมบัติ อำนาจหน้าที่ด้านการเสริมสร้างบทบาทหญิงชายของผู้บริหารด้านการเสริมสร้างบทบาทหญิงชายในส่วนราชการตามมติคณะรัฐมนตรี เพื่อดูแลประเด็นความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย สร้างให้เกิดความตระหนักเรื่องบทบาทหญิงชายแก่ข้าราชการในส่วนราชการ การสร้างบรรยากาศในการทำงานที่มีความสมานฉันท์ระหว่างข้าราชการหญิงและชาย และส่งเสริมการสร้างความเสมอภาคระหว่างหญิงและชายในการบริหารงานบุคคลภายในส่วนราชการ อีกทั้งยังกำหนดให้มีหน่วยงานภายในที่ทำหน้าที่และความรับผิดชอบในการดำเนินการให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของคณะรัฐมนตรีอีกด้วย

บทบาทของกำกับในฐานะ CGEO มีบทบาทอย่างไร

อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารด้านการเสริมสร้างบทบาทหญิงชาย หรือที่เรียกว่า CGEO มีบทบาทสำคัญดังนี้

1. ส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชายในส่วนราชการ เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีในการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างข้าราชการหญิงและชาย โดยจัดกิจกรรมต่างๆ ตามแผนแม่บทของส่วนราชการ
2. ริเริ่มและจัดให้มีกิจกรรมสร้างความเข้าใจแนวคิดบทบาทหญิงชายให้กับข้าราชการเพื่อให้เกิดความตระหนักและผสมผสานแนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชายในการทำงานของข้าราชการในส่วนราชการ
3. ติดตาม ตรวจสอบ รับฟัง และให้คำปรึกษาแนะนำให้การบริหารงานบุคคลของส่วนราชการเป็นไปตามหลักความเสมอภาคหลักสิทธิมนุษยชน และมติ ก.พ. ตามหนังสือสำนักงาน ก.พ. ที่ นร 0708.1/ว 7 ลงวันที่ 18 กันยายน 2543 เรื่อง แนวทางการส่งเสริมและสร้างความเสมอภาคระหว่างหญิงและชายในการบริหารงานบุคคลในราชการพลเรือน
4. สร้างเครือข่ายการดำเนินการเกี่ยวกับบทบาทหญิงชายระหว่างส่วนราชการ เพื่อร่วมมือกันในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับบทบาทหญิงชาย และจัดกิจกรรมร่วมกันต่อไป
5. กำกับ ดูแลการดำเนินงานของศูนย์ประสานงานด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย เพื่อติดตามและรายงานผลการดำเนินการเรื่องนี้ต่อไป *

เพียงตา มหาชัย

ผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม
กับบทบาทในตำแหน่งหัวหน้าศูนย์ประสานงาน
ด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย

นางเพียงตา มหาชัย ผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม สำนักพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในฐานะหัวหน้าศูนย์ประสานงานด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย (GPF = Gender Focal Point) ซึ่งมีหน้าที่ในการกำกับดูแลการดำเนินงานของศูนย์ประสานฯ ให้เป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการกำกับดูแลงานด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงชายตามแผนแม่บทด้านการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชายในแผนงาน/โครงการ นอกจากนี้ ยังต้องติดตามประเมินผล และรายงาน รวมทั้งจัดส่งผลการดำเนินงานประจำปี ผู้เชี่ยวชาญเพียงตา มหาชัย ได้กล่าวถึงที่มาของศูนย์ประสานฯ และกิจกรรมต่างๆ ของศูนย์ฯ ไว้ดังนี้

ที่มาของศูนย์ประสานงาน

ด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย

ศูนย์ประสานงานด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย จัดตั้งขึ้นตามมติ คณะรัฐมนตรีที่ นร 0205/ว 141 ลงวันที่ 2 สิงหาคม 2544 โดยสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน รับผิดชอบในการกำหนดองค์ประกอบและภารกิจของ

ศูนย์ประสานงานด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย ในการนำมติหญิงชายและข้อผูกพันที่รัฐบาลได้ให้คำรับรองตามพันธกรณีระหว่างประเทศ มาจัดทำแผนแม่บทการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชายในแผนงาน/โครงการของหน่วยงาน และเพื่อให้ศูนย์สามารถปฏิบัติภารกิจที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมการทำงานของทุกหน่วยงานในสังกัด กรมฯ ได้แต่งตั้งคณะทำงานภายใต้ศูนย์ประสานฯ ประกอบด้วยหัวหน้าฝ่ายบริหารงานทั่วไปของสำนักวิชาการส่วนกลาง และศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคผู้แทนจากส่วนสารสนเทศ หัวหน้าฝ่ายการคลัง หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ และมีผู้แทนจากฝ่ายการเจ้าหน้าที่เป็นคณะทำงานและเลขานุการรับผิดชอบ

**กิจกรรมที่จะนำมาเสริมสร้างความเสมอภาค
ระหว่างหญิงชายในหน่วยงาน ก่อ บิโอรัง**

ในการดำเนินงานในระยะแรกตามแผนแม่บทด้านการส่งเสริมบทบาทหญิงชาย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายการทำงานไว้ดังนี้ **วิสัยทัศน์** 'เสริมสร้างความเสมอภาคระหว่างหญิงชายในหน่วยงานและผู้รับบริการ' **เป้าหมายการดำเนินงาน** 1. การส่งเสริมความเสมอภาค บทบาท

หญิงชายในกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 2. การสร้างให้เกิดการตระหนักรู้ และประชาสัมพันธ์เผยแพร่เกี่ยวกับบทบาทหญิงชายอย่างต่อเนื่อง 3. การแยกเพศฐานข้อมูลหญิงชายภายในกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและผู้รับบริการ 4. การจัดสภาพแวดล้อมที่คำนึงถึงมิติหญิงชาย และเอื้อต่อประสิทธิภาพการทำงานของหญิงชายอย่างสูงสุด 5. สร้างองค์คณะเพื่อทำหน้าที่ต่างๆ ในกระบวนการบริหารงานบุคคลให้มีสัดส่วนของหญิงชายที่เหมาะสม สร้างการตระหนักรู้เรื่องมิติหญิงชายให้คนในองค์กรได้รับทราบ โดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูงและระดับกลาง

สำหรับ **ผลการดำเนินงาน** ในระยะเริ่มต้นของงานด้านการส่งเสริมสร้างความเสมอภาคระหว่างหญิงชายจะให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในหน่วยงานมากกว่าผู้รับบริการโดยการประชาสัมพันธ์ นำแนวคิดมิติหญิงชายผ่านเอกสารประชาสัมพันธ์ Website ของหน่วยงาน www.dip.go.th การจัดทำฐานข้อมูลแยกเพศข้าราชการและลูกจ้างประจำ เพื่อใช้ในการบริหารงานบุคคลและใช้เป็นข้อมูลสำหรับฝ่ายบริหารในการแต่งตั้งโยกย้ายข้าราชการและเจ้าหน้าที่ โดยพิจารณาถึงโอกาส

และความเท่าเทียมกันระหว่างข้าราชการ/เจ้าหน้าที่หญิงชาย ซึ่งในส่วนนี้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่ค่อยประสบปัญหา เนื่องจากการทำงานภายใต้ภารกิจของกรมฯ เราต้องการบุคลากรที่มีวุฒิการศึกษาหลากหลาย เช่น วิศวกรรม วิทยาศาสตร์ ช่างเทคนิค เศรษฐศาสตร์ บริหารจัดการ บัญชีและการเงิน จึงทำให้มีเจ้าหน้าที่ที่เป็นหญิงและชายปริมาณใกล้เคียงกัน ข้าราชการหญิงของกรมฯ ส่วนใหญ่ได้รับโอกาสในการเจริญเติบโตในตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง และผู้บริหารระดับกลาง ได้รับโอกาสในการเข้าถึง การพัฒนาองค์ความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างเสมอภาคกัน กล่าวคือ ได้กำหนดแนวทางให้จัดกิจกรรมดังกล่าวใน

วันทำการเพื่อให้เจ้าหน้าที่สตรีได้เข้าร่วมกิจกรรมได้โดยไม่ต้องกังวลกับการกิจของครอบครัว สำหรับการพิจารณาจัดสรรทุนฝึกอบรม/สัมมนาในและนอกประเทศได้ให้โอกาสเท่าเทียมกัน ในการเข้าถึงข้อมูลและการเข้ารับการพิจารณาจากแหล่งทุนในเรื่องการจัดตั้งองค์คณะเพื่อทำหน้าที่ในการบริหารงานทั่วไป และบริหารงานบุคคลได้นำสัดส่วนของหญิงชายตามแผนแม่บทมาพิจารณา

ในการจัดทำแผนเพื่อรองรับการทำงานในปัจจุบัน ปีงบประมาณ 2550-2554 สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวได้กำหนดให้นำพันธกรณีระหว่างประเทศในงานด้านบทบาทหญิงชาย แผนงานด้านการพัฒนาสตรีในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 มาบูรณาการกับภารกิจของหน่วยงาน ซึ่งในภารกิจของกรมที่เกี่ยวข้องกับพันธกรณีระหว่างประเทศจากการเข้าร่วมการประชุมเครือข่ายประสานงานด้านการบูรณาการบทบาทหญิงชายภายใต้กรอบเอเปคครั้งที่ 4 ณ เมืองฮอยอัน สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ของสำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ที่สอดคล้องกับภารกิจและกลุ่มเป้าหมายของกรมฯ คือ งานของคณะทำงานด้านวิสาหกิจขนาดกลางและ



ขนาดย่อม ซึ่งประกอบด้วยงานด้านการส่งเสริมความมั่นคงทางเศรษฐกิจ งานด้านการส่งเสริมให้สตรีรุ่นใหม่ได้เป็นเจ้าของ/ผู้บริหารธุรกิจ งานด้านการส่งเสริมให้สตรีมีส่วนร่วมในตลาดการค้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการตัดสินใจ/การมีส่วนร่วมในการบริหารกิจการ ซึ่งในส่วนนี้กรมฯ มีแผนงานโครงการที่เกี่ยวข้องที่สามารถสนับสนุนการดำเนินงานในระดับประเทศได้หลายโครงการ อาทิ โครงการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (โครงการ คพอ) โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ นอกจากนี้ ยังได้กำหนดการบูรณาการร่วมกับสำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวในการจัดทำโครงการนำร่องเพื่อสร้างเจตคติให้ผู้ประกอบการได้เข้าใจบทบาทความเสมอภาคหญิงชายและเข้าร่วมเป็นเครือข่ายประสานงานด้านความเสมอภาคหญิงชาย (GENDER FOCAL POINT = GFP) เพื่อนำแนวคิดดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการ โดยจะดำเนินการในกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผา จังหวัดลำปาง ซึ่งในปีที่ผ่านมา

ได้ดำเนินการนำองค์ความรู้ด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงชายลงสู่กลุ่มผู้ประกอบการ ผู้นำกลุ่มอาชีพ ร่วมกับเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 8 จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งได้รับผลตอบแทนเชิงบวกสูงมาก ผู้เข้าร่วมสัมมนาเห็นว่าแนวคิดด้านความเสมอภาคหญิงชายเป็นเรื่องที่น่าดำเนินการ และควรให้ความสำคัญที่สร้างความตระหนักรู้ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ ซึ่งจะสามารถทำให้สภาพสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น สังคมจะหันมาให้ความสำคัญและยกย่องสตรีให้เท่าเทียมกับบุรุษมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ภารกิจภายในองค์กรภายใต้แผนแม่บทที่ยังดำเนินการไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ อาทิ จะดำเนินการจัดสถานที่ดูแลบุตรหลานช่วงปิดภาคการศึกษาในปี 2551 สร้างสภาพแวดล้อมและสร้างโอกาสการทำงานของสตรีการสร้างเชื่อมโยงการทำงานร่วมกับหน่วยงานในกระทรวงอุตสาหกรรมเพื่อการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์การทำงาน เป็นต้น *

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำนวนข้าราชการจำแนกตามระดับตำแหน่ง

รูปแบบการออกรายงาน : ทั้งกรม

เพศ	ระดับ											รวม	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	คน	ร้อยละ
ชาย	-	2	5	6	37	85	83	36	11	1	-	266	47.33
หญิง	-	3	3	10	65	94	83	35	3	-	-	296	52.67
รวม	-	5	8	16	102	179	166	71	14	1	-	562	100.00

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โครงสร้างอายุราชการ ณ วันที่ 3 เมษายน 2550

รูปแบบการออกรายงาน : ทั้งกรม

เพศ	ช่วงอายุราชการ								อายุราชการเฉลี่ย
	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	>=35	
ชาย	8	20	27	58	45	72	28	8	21.03
หญิง	14	42	50	56	38	75	15	6	18.50
รวม	22	62	77	114	83	147	43	14	19.76

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โครงสร้างอายุราชการ ณ วันที่ 3 เมษายน 2550

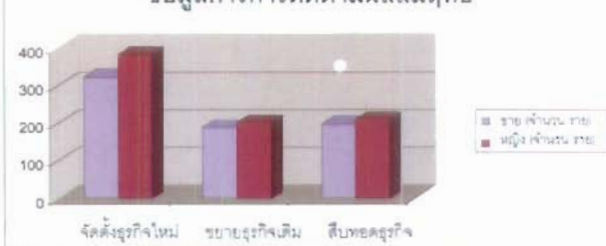
รูปแบบการออกรายงาน : ทั้งกรม

เพศ	ช่วงอายุ								อายุราชการ
	<=24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	>=55	
ชาย	-	2	14	36	47	66	62	39	46.62
หญิง	-	5	39	45	68	55	60	24	43.86
รวม	-	7	53	81	115	121	122	63	45.76

โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ผลการดำเนินงานปีงบประมาณ 2549

ภาคธุรกิจ	เพศ		รวม
	ชาย(จำนวน ราย)	หญิง(จำนวน ราย)	
จัดตั้งธุรกิจใหม่	322	383	705
ขยายธุรกิจเดิม	188	202	390
สืบทอดธุรกิจ	197	209	406
รวม	707	794	1,501

ข้อมูลการติดตามผลสัมฤทธิ์



เล่นร่ายยิ้ม บนพื้นฟ้าใหม่ไทย

ไม่น่าเชื่อเลยว่าคนที่วาดภาพไม่เป็น จะสามารถเขียนภาพผู้หญิงได้สวยและมีชีวิตชีวา แค่อ่านหนังสือมาหัดวาดตามตำรา สามารถพลิกผันตัวเองกลายเป็นนักเขียนภาพมืออาชีพได้ ผู้เขียนภาพตั้งใจเขียนเฉพาะภาพผู้หญิง โดยเน้นจุดเด่นที่รอยยิ้ม ความงามของภาพทำเอาลูกค้าทั้งชายและหญิงหยุดมองด้วยความตะลึง

จุดเริ่มต้นบ้าง สำเร็จด้วยพรแสวง

คุณธัญลักษณ์ อุ่มล้ำยอง ผู้ลัดดิกวินิตศาสตร์และศึกษาศาสตร์ หันมาลงมือการเขียนภาพ ยอมรับสารภาพว่าไม่มีความรู้ด้านศิลปะ อาศัยใจกล้า จึงเดินทางตามหาศิลปินเขียนภาพชื่อดังที่ตนเองชอบ เพื่อสมัครเป็นลูกศิษย์ขอเรียนการเขียนภาพด้วย แต่ถูกปฏิเสธและให้คำแนะนำสั้นๆ ว่า ให้ไปหาตำรามาหัดเขียนภาพเอง เธอจึงซื้อตำรามาหัดเขียนตามคำแนะนำดังกล่าว โดยเริ่มต้นหัดเขียนโครงร่างสรีระของคน จากนั้นเริ่มหัดวาดโครงหน้าและหัดลงสีด้วยตัวเอง จนในที่สุดภาพเขียนของเธอสวยวันสวยคืนจนมีคนเอ่ยปากชม เธอยอมรับว่าคำชมนั้นคือพลังและเป็นทุนทรัพย์มีค่าที่ผลักดันให้เธอเลือกเส้นทางการเป็นศิลปินพื้นดินภาพลงบนผ้าไหม ต่อมาได้ยึดเป็นอาชีพหลักทำรายได้มาให้แก่เธอ นอกจากรายได้แล้วยังนำความสุขมาสู่เธอได้ด้วย ต่อไปนี้เป็นการตอบโต้ข้อซักถามที่ทำให้เราได้รู้จักเธอ 'ธัญลักษณ์ อุ่มล้ำยอง' เจ้าของกิจการเขียนภาพจิตรกรรมไทยประยุกต์บนผ้าไหมไทยได้ชัดเจนขึ้น

ชอบด้านศิลปะ แต่ไม่เรียนศิลปะ

คุณธัญลักษณ์กล่าวว่า เธอเป็นคนต่างจังหวัดที่เข้ามาเรียนในกรุงเทพฯ ความจริงรักงานศิลปะ แต่ที่ต่างจังหวัดถ้าบอกว่าจะมาเรียนศิลปะที่เพาะช่างเขาจะไม่สนับสนุน เรามีความรู้สึกว่าเป็นงานของผู้ชาย แม้จะใจรักใจชอบและอยากเรียนด้านนี้ แต่ไม่สามารถหาเหตุผลมาอธิบายเพื่อเลือกเรียนสายศิลปะนี้ได้ เธอเริ่มโยนหนังสือที่ชอบโดยอ่านศิลปินคนดัง



“เมื่อปี 2546 ไปหาที่เรียนการเขียนภาพ แต่หาไม่ได้ จึงโทรฯ ไปหาอาจารย์จักรพันธ์ โดยสอบถามเบอร์จาก 13 โทรฯ ไปหาอาจารย์จักรพันธ์โดยที่ไม่รู้จักเลย ท่านแนะนำว่า ถ้าอยากเรียนวาดรูปไม่ต้องมาเรียนกับอาจารย์หรอก เพราะคนเก่งจริงๆ เขาไม่มีเวลานั่งสอน ต้องฝึกเอาเอง ฝึกเขียนแรก ฝึกสีสีเอา ท่านแนะนำให้ไปหาลูกศิษย์ท่านที่วัดศรีเทพ ลูกศิษย์ของท่านอาจารย์อ้อย แนะนำดีมาก แต่เขาต้องทำงานวาดรูปในโบสถ์ หินอ่อน จึงมีเวลาน้อย แต่คือจุดเริ่มต้นของเรา ทุกครั้งที่ไปจะได้คำแนะนำที่ดี แม้จะเป็นเพียงจุดเล็กๆ แต่ก็พอมีความหวังสำหรับเราได้บ้าง ทำให้มุ่งมั่นเพื่อเอาชนะอุปสรรคต่างๆ และมีใจมุ่งมั่นว่าจะต้องทำให้ได้ เราโชคดีที่สามีให้กำลังใจอย่างดีเยี่ยม เราหาซื้อหนังสือเกี่ยวกับลายผ้าซึ่งมีราคาแพงมากมาให้เราดู เราต้องใช้ความพยายามเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับลายผ้าเพื่อให้งานเขียนภาพออกมาดี”

ลูกคำให้ความหวัง ช้อภาพพร้อมลายเซ็น

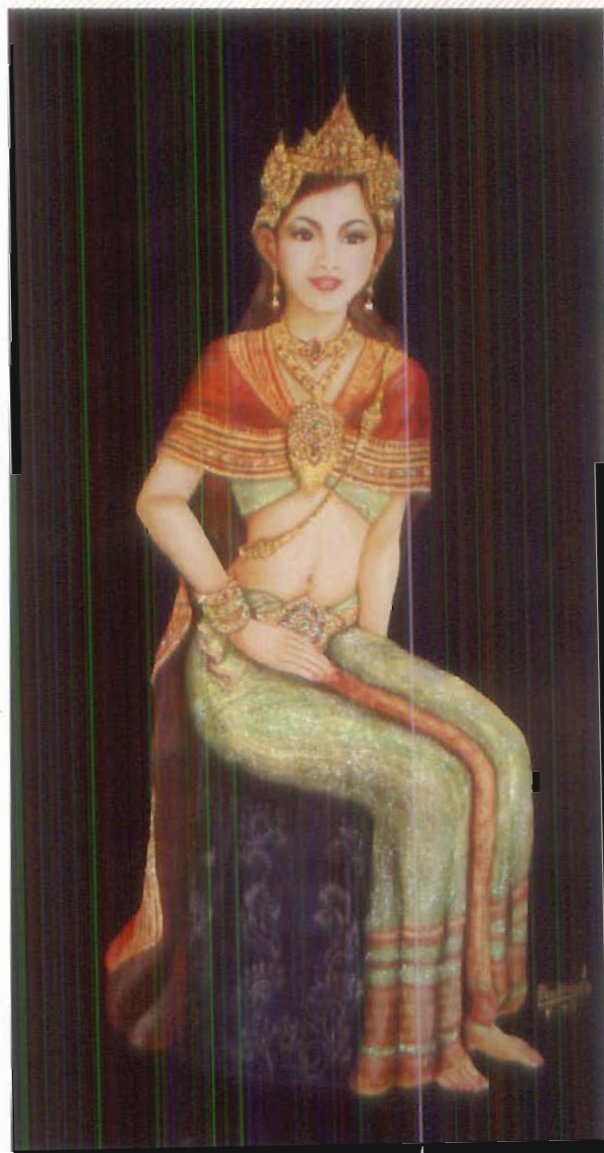
เมื่อปี 2547 คุณธัญลักษณ์นำผลงานพิมพ์ภาพบนผ้าไหมเข้าประกวดในงาน OTOP City ที่เมืองทองธานี ต่อมาปี 2548 ผลงานได้รับเลือกให้เป็นสินค้า OTOP 3 ดาว ครั้งนั้นได้มีโอกาสเปิดตัว มีคนมาสนใจชมผลิตภัณฑ์ของเธอมากมาย บ้างก็ชมบ้างก็ติ แต่ทุกคนบอกว่าภาพของเธอสวยมาก เธอจึงเริ่มมีความหวังและคิดกับตัวเองว่าตนมาถูกทางแล้ว และยิ่งมั่นใจเมื่อมีลูกค้ามาสั่งผลงานของเธอด้วยคำพูดที่ทำให้เธอหัวใจพองโต

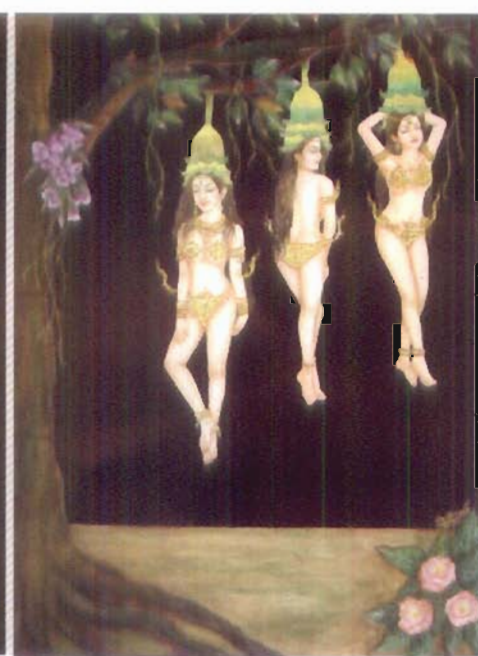
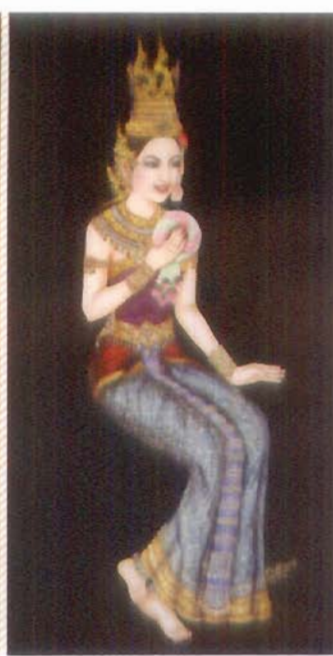
“เคยมีลูกค้าท่านหนึ่งเขาเห็นความพยายามของเรา เขาบอกว่า คุณทำได้สวยมาก ถึงจะมีข้อบกพร่องอยู่บ้าง แต่ผมจะขอซื้อ ช้อลายเซ็นของคุณไว้ พอเขามาเจอเราที่เมืองทองธานี อีกในปีนี้ เขาบอกว่าผมชมคนไม่ผิดเลย อย่าเพิ่งหยุดแค่นี้นะ ให้พัฒนาไปเรื่อยๆ คุณสามารถสร้างชื่อเสียงให้ประเทศชาติได้ มันมีโอกาสที่จะเอาความเป็นไทยของเราให้โด่งดังไปทั่วโลก”

จุดเด่นของภาพ เน้นรอยยิ้มที่เป็นมิตร

จุดเด่นของผลงานเป็นการพิมพ์ภาพลงบนผ้าไหมไทยเนื้อเนียนสวย โดยเบื้องต้นต้องเลือกผ้าไหมที่มีคุณภาพ จากนั้นจึงค่อยกำหนดตัวละครไทยๆ ลงบนผืนผ้าไหม เช่น นางละคร นางในวรรณคดี ภาพจากความเชื่อ เทพนม กิณรี นางเงือก โดยใช้จินตนาการและการประยุกต์สวดลายขึ้นมา เพื่อรังสรรค์ให้เป็นภาพที่มีชีวิตชีวา สดใส ใสความรู้สึกที่เป็นมิตร อ่อนนุช สดสวย สีสันไม่ยึดติดต้นแบบของครูบาอาจารย์ร้อยเปอร์เซ็นต์ ทำให้ภาพอีกแนวและงดงามแปลกใหม่ขึ้น ทั้งนี้ ไม่ต้องการให้เกิดความรู้สึกซ้ำซากจำเจจากภาพที่คนไทยเคยเห็นในผนังโบสถ์เป็นประจำ ภาพส่วนใหญ่เป็นภาพผู้หญิงในอิริยาบถต่างๆ ซึ่งจุดเด่นอยู่ที่รอยยิ้มที่ปรากฏอยู่บนใบหน้า ซึ่งคุณธัญลักษณ์เผยว่าเป็นความตั้งใจส่วนตัวที่ต้องการเน้นรอยยิ้มของภาพ เพื่อสร้างความอบอุ่นและเป็นมิตรให้เกิดขึ้นแก่ผู้พบเห็น

“ใบหน้า ดวงตา และรอยยิ้มสยาม ต้องการถ่ายทอดความรู้สึกว่า คุณมองดูเมื่อไหร่ ภาพเราจะเป็นมิตรกับคุณตลอด ถ่ายทอดความอ่อนโยน เป็นเพื่อนร่วมโลกที่พร้อมจะให้คุณรู้ว่ามีภาพเป็นเพื่อนที่ถ่ายทอดความรู้สึกที่อ่อนโยนและเป็นมิตร พร้อมทั้งจะให้คนดูมีความสุขได้เสมอ สดสวย สีสันต้องให้เหมือนจริง เช่น ลายผ้าถุง จะต้องศึกษาค้นคว้าว่าลายผ้าถุงในแต่ละยุค แตกต่างกันอย่างไร เอามาดัดแปลงเล็กน้อย แต่ยังเค้าโครงเดิม เครื่องประดับต้องให้เหมือนจริงเช่นกัน งานภาพพิมพ์บนผ้าไหมนี้ลูกค้าที่ซื้อไปเป็นคนไทยที่อยู่ต่างแดนมักจะซื้อไปติดตั้งในโรงแรม ซื้อไปเป็นผ้าปูโต๊ะ ตกแต่งประตู ทำกรอบรูปตกแต่งร้านอาหาร เพื่อสร้างบรรยากาศแบบไทยๆ สร้างความอบอุ่น ชื่นมื่น แด่สังการแบบไทย”





เจาะจงเพ้นต์ภาพผู้หญิง เพื่ออวดสายตาชาวโลก

คุณัญญลักษณ์ให้เหตุผลที่เลือกเพ้นต์ภาพเป็นผู้หญิง เพราะผู้หญิงไทยดูมุ้งมุ่น ช่อนโยน แต่เข้มแข็ง ความงดงามของลายผ้าไทยที่บรรพบุรุษของเราได้รังสรรค์งานขึ้นมา เครื่องประดับที่สร้างขึ้นมามีความสวยงามในสายตาชาวโลก การเขียนบนผ้าไหมทำให้น่ากลับไปได้ง่าย ผ้าไหมม้วนไปแล้วเอาไปผืนกับปูนหรือผ้ามึง ทำเป็นผ้าม่านก็สะดวก ลายผ้าไทยเราสวยมาก ลายจิตรกรรมก็สวยงาม ที่เลือกผ้าไหมเพราะผ้าไหมของไทยมีความสวยงามมาก ให้ความรู้สึกที่คลาสสิก ภาพเพ้นต์บนผ้าไหมมีมูลค่าสูง สามารถขายได้ราคางาม ตั้งแต่ 3,000 บาท ไปจนถึงสูงสุดราคาชิ้นละ 30,000 บาท

“ภาพเครื่องประดับสามารถทำให้เหมือนทองจริงๆ พลอยก็เหมือนจริง มรกตเหมือนจริง เป็นเพราะเราใช้กากเพชรของสียี่ห้อโดลอน ซึ่งสามารถเข้ากับงานเราได้จริงๆ”

เปิดสอนเพ้นต์ภาพบนผ้าไหม ถ่ายทอดความรู้โดยไม่หวงวิชา

“เจตนาจริงๆ แล้วไม่ได้คิดเป็นการพาณิชย์ แต่คิดว่า จะทำอะไรให้เราได้ขยายงานของเรา ขณะเดียวกัน ก็มองหาคนที่มาเป็นกำลังให้แก่เรา ทำคนเดียวสายตาเริ่มแย่ คิดว่าการถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นจะเป็นกุศลของเราด้วย การที่เราได้ลูกศิษย์ช่วยขยายงาน เราก็ทำงานได้ง่ายขึ้น เมื่อเราเป็นสินค้า OTOP แล้วถ้าทำคนเดียว เก่งคนเดียว งานมันก็ไม่โต เราต้องขยายงานสู่ชุมชน เปิดโอกาสให้คนอื่นบ้าง ถ้าอย่าตายายคิดจะเก็บไว้คนเดียวไม่ถ่ายทอดเราก็คงไม่ได้เกิดเหมือนกัน เหมือนเราตอบแทนคุณแผ่นดินจริงๆ อาจจะสอนได้จำกัดไม่กี่คน ทำได้แค่ไหนก็แค่นั้นแล้ว การผลิตของเราเป็นทางตรงที่ถ้าเปิดสอนเพื่อการพาณิชย์จะไม่ได้พัฒนางาน เราจำเป็นต้องจำกัดคนที่มาเรียนด้วย เราคิดค่าเรียนแค่ 4,000 บาทตลอดชีพ จะมาเรียน

เพิ่มเติมอีกเมื่อไหร่ก็ได้ การสอนที่บ้านเป็นสถานที่ฝึกสอน เราไม่ไปเปิดสอนที่อื่น เพราะไม่คิดจะสอนเพื่อเป็นการค้าหรือสอนเพื่อหารายได้”

ขั้นตอนการเรียนวาดภาพ จากเริ่มต้นสู่มืออาชีพ

“เราเน้นการวาดภาพตัวละคร เริ่มจากวาดหน้าให้ได้เสียก่อน หลังจากนั้นไม่มีอะไรยากไปกว่านี้อีกแล้ว จากนั้นจึงค่อยๆ เรียนรู้การเขียนภาพเพื่อแสดงกิริยาอาการต่างๆ บนใบหน้าของคน เช่น การเอียงหน้า การแสดงอารมณ์โกรธบนใบหน้า การกำหนดวางตำแหน่งของแขนขา การเรียนรู้เรื่องสัดส่วนต่างๆ ของนักเรียนเพาะช่างเขามีต้นแบบมานั่งให้ดูแล้ววาด สำหรับของเราต้องใช้จินตนาการเอาเอง หลังจากนั้นก็ลงมือวาดภาพและลงสีเครื่องประดับของแต่ละยุคสมัย เราจะไม่ไปเอาตามต้นแบบ แต่ต้องคิดดัดแปลง เราสอนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์พร้อมกันไปด้วย ลายผ้าแต่ละยุคต้องสอนให้ลูกศิษย์เข้าใจ เราอย่าว่าไม่ต้องเหมือน 100 เปอร์เซ็นต์นะ แต่ก็ต้องไม่ทิ้งเค้าโครงเดิม ไม่เช่นนั้นงานจะไม่มีคุณค่าฝีมือเราจะกำหนดชะตาชีวิตเราเอง ยิ่งพยายามเท่าไรก็เดินไปหาจุดหมายได้ง่ายขึ้น” คุณัญญลักษณ์อุ่มลำยอง กล่าวทิ้งท้ายไว้ด้วยคำพูดที่ให้ความหวัง

สำหรับท่านที่สนใจจะเรียนการเขียนภาพหรือเพ้นต์ภาพ เพื่อสร้างอาชีพ สร้างรายได้ หรือสร้างผลงานก็ตาม ที่นี่มีโอกาสรอคอยท่านอยู่ *

อัญญลักษณ์ อุ่มลำยอง
งานเพ้นต์ผ้าไหมไทย
จิตรกรรมไทยประยุกต์บนผ้าไหม
99/181 ถนนนิมิตรใหม่
เขตคลองสามวา กรุงเทพฯ 10510
โทร. 08-5930-6352, 08-7718-1155



ฟ้าเงิน - ฟ้าทอง รวมฟ้าชาวเขา ไว้ในเสื้อตัวเดียวกัน

ลายปักบนเสื้อผ้าของชาวเขาเผ่าต่างๆ สามารถบอกเรื่องราวและกาลเวลาได้อย่างที่เรานึกไม่ถึงทีเดียว แต่ละเผ่าก็มีความแตกต่างด้านลวดลายและสีสันที่ต่างกันออกไป แต่สิ่งที่เหมือนกันคือ ลายปักทำด้วยมือล้วนๆ ซึ่งสีสันและลวดลายเหล่านี้มีเสน่ห์อย่างมากในสายตาของ **คุณสุภาพมะโนชัย** ผู้จุดประกายนำความงามของลายปักผ้าชาวเขาเผ่าต่างๆ มาตัดต่อแต่งเติมประยุกต์เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีความคลาสสิกอย่างเหมาะสมเจาะลงตัว

ด้วยความที่คลุกคลีอยู่ในวงการผ้าทอมาตั้งแต่เล็ก ผ่านร้อนผ่านหนาวในวงการผ้ามายาวนาน ผ้าทอของไทยจึงอยู่ในสายเลือดของเธออย่างเต็มเปี่ยม เริ่มจากผ้าทอน้ำไหลซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของเมืองน่านซึ่งเป็นบ้านเกิดของเธอ กระทั่งล่าสุดหันมาจับผ้าทอผ้าลายปักของชาวเขาเผ่าต่างๆ ในสไตล์ที่เป็นแบบฉบับเฉพาะตัวจนประสบความสำเร็จ สามารถสร้างธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีตราสัญลักษณ์ **'ฟ้าเงิน ฟ้าทอง'** ติดที่เสื้อผ้าทุกตัวเพื่อการันตีคุณภาพและมีมือของตนเอง

"บางครั้งเราต้องค้นคว้าขึ้นไปบนเขาเพื่อไปเอาผ้าชาวเขาลายโบราณเหล่านี้มาประยุกต์เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป ของเรามีผ้าชาวเขาทุกเผ่า เช่น ชาวเขาเผ่าเย้า ชาวเขาเผ่าอี ชาวเขาเผ่าลีซอ เผ่ากะเหรี่ยง แบบของเราจะไม่เหมือนใคร บางชิ้นเป็นผ้าหายาก ผ้าแต่ละชิ้นมีอยู่แบบเดียวชิ้นเดียว ตัดแปลงให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบัน โดยเอาผ้าเป็นชิ้นมาตัดต่อเป็นแขนเป็นลวดลายแต่ละตัวจะไม่ซ้ำกัน บางตัวซ้ำแบบแต่ลายและวัสดุที่นำมาใช้ตกแต่งไม่ซ้ำกันเลย ผ้าปักชาวเขาโบราณจึงมีต้นทุนสูง ไม่มีใครกล้าเสี่ยง"

ราคาสูงยังขายดี

เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ตัดแปลงจากผ้าชาวเขาภายใต้แบรนด์ **'ฟ้าเงิน ฟ้าทอง'** สนุนราคาตัวหนึ่งประมาณ 4,000-5,000 บาท ขึ้นอยู่กับลายปักชาวเขาและวัสดุที่นำมาประยุกต์ ถ้าเป็นผ้าต้นตำรับของแท้ดั้งเดิมของชาวเขาหรือลายปักที่หายาก บางครั้งราคาของเสื้อพุ่งสูงถึงตัวละ 10,000-20,000 บาท



“จุดขายของเราคือความแตกต่าง เพราะถ้าเราไปเหมือน กับผ้าของคนอื่น ก็จะเกิดการเปรียบเทียบกัน ทั้งรูปแบบ ดีไซน์ ฉะนั้น เสื้อผ้าทุกตัวและผ้าทุกผืน จะมีเพียงแค่หนึ่งเดียวในโลก ไม่มีชิ้นที่สองหรือชิ้นที่สาม ถึงจะมีคนนำไปลอกเลียน ก็ทำได้ ไม่เหมือน ถือว่าดีเสียอีก ทำให้ลูกค้าได้เปรียบเทียบชัดเจนขึ้น แม้จะมีราคาสูง แต่เพราะเป็นของที่หายากจึงเป็นที่นิยมของผู้คน”

เจาะเวลาหาอดีต

ธุรกิจของคุณสุภาพเริ่มต้นขึ้นเมื่อ 10 ปีที่แล้ว หลังจาก ลาออกจากการเป็นลูกจ้างในธุรกิจจิ๋วเวลรี่ สุภาพเป็นเจ้าของ ธุรกิจผ้าของตนเอง และจากการที่คุณสุภาพเป็นคนจังหวัดน่าน มาโดยกำเนิด ซึ่งจะทอดผ้าใช้กันเอง จึงเกิดความผูกพันชื่นชอบ ในผ้าไทย รวมทั้งจะอยู่ใกล้กับถิ่นฐานของชาวเขาเผ่าต่างๆ จึง เริ่มต้นธุรกิจจากการขายผ้าลายน้ำไหล และรับซื้อเสื้อผ้าชาวเขา เผ่าต่างๆ ในไทย ทั้งขายเสื้อผ้าและผืนผ้าที่มีสภาพดั้งเดิมและ นำมาดัดเย็บประยุกต์ให้เข้ากับเสื้อผ้าในชีวิตประจำวัน

แต่อยู่ได้ไม่นานธุรกิจของเธอต้องสะดุด เพราะเมื่อสินค้า ไต่ตามาที่ชายติและสามารถทำตามได้ ก็เกิดการเลียนแบบ แต่ เป็นการเลียนแบบที่เพียงแค่ทำให้คล้ายแต่ใช้วัสดุที่ไม่มีคุณภาพ ทำให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพต่ำ เสื้อผ้าชาวเขาในไทยจึงมีขาย เกือบทุกตลาด แต่ไม่ได้รับความนิยมดังเช่นอดีต ทำให้เธอต้อง ถอยกลับมามองหาสินค้าใหม่

บุกหาผ้าชาวเขากองไทยและเทศ

วันหนึ่งเธอได้ไปพบเสื้อผ้าชาวเขาโบราณของประเทศ เพื่อนบ้าน เช่น จีน พม่า และเวียดนาม ซึ่งมีเนื้อผ้าและลวดลาย ที่ละเอียดประณีตกว่าเสื้อผ้าชาวเขาของไทย และยังใช้ผ้าใหม่ ในการทำ แต่ของไทยจะเป็นผ้าฝ้ายเสียส่วนใหญ่ ซึ่งคนทั่วไป อาจมองว่าคล้ายกัน แต่คุณสุภาพอธิบายว่า ผู้ที่รู้จักและชื่นชอบ เสื้อผ้าในกลุ่มนี้จริงก็จะสามารถมองออกได้ไม่ยาก

“เสื้อผ้าชาวเขาที่มาจากต่างประเทศของร้านผ้าเงิน ผ้าทอง จะไม่เหมือนกับเจ้าอื่นๆ แม้เขาจะทำเลียนแบบได้ แต่ ก็ทำไม่เหมือน เพราะลวดลายหรือแบบที่ชาวเขาค้นไทยที่อื่นๆ ทำไม่ได้ แต่ก็ดีที่มีผู้นำไปเลียนแบบ เพราะจะทำให้ลูกค้าเกิด การเปรียบเทียบได้ชัดเจนขึ้น”

คุณสุภาพกล่าวว่า สินค้าของร้านผ้าเงิน ผ้าทอง หากหา ซื้อเสื้อผ้าและผ้าผืนชาวเขาโบราณที่มีสภาพดั้งเดิมได้ และมี ขนาดที่คนปัจจุบันสามารถสวมใส่ได้ ทางร้านจะจำหน่ายผ้าชิ้น นั้นในสภาพแบบเดิมๆ คือ ขายทั้งผืนหรือทั้งชุด แต่ถ้าเสื้อหรือ ผ้าผืนที่จัดนามาจากชาวเขา มีขนาดเล็กหรือมีสภาพไม่สมบูรณ์ ก็จะมีการนำมาประยุกต์ดัดเย็บ หรือนำผ้าใหม่จากที่อื่นๆ มาปัก ด้นมือ โดยใช้ลายที่ลอกมาจากลายผ้าของชาวเขาต่างประเทศ โบราณให้เข้ากับเสื้อผ้า ซึ่งแต่ละตัวแบบจะไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่ กับวัสดุที่ใช้





“ในด้านการผลิตคุณภาพของผ้าจะได้รับดูแลจากทีมงานซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นชาวเขาที่มีความชำนาญเข้ามากำหนด สีสวดลาย วิธีการเย็บ แต่จะไม่ว่าจ้างกลุ่มชาวบ้านมาทำ เหมือนกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ เพราะชาวบ้านส่วนใหญ่ยังไม่มี ความชำนาญ แม้ว่าภาครัฐจะเข้ามาส่งเสริม แต่ก็เป็น การส่งเสริมที่ไม่ต่อเนื่อง การตัดเย็บเราก็จะใช้การตัดเย็บด้วยมือเป็นหลัก เชลย การผลิตต่อตัวจะตกอยู่ที่ประมาณ 3 วัน”

กลุ่มลูกค้าจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มอนุรักษ์ ที่ชื่นชอบและสะสมผ้าชาวเขาแบบโบราณ และกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่ชอบการนำลวดลายเสื้อผ้าชาวเขามาประยุกต์

“การขึ้นไปรับซื้อผ้าเหล่านี้จากชาวเขายังมีสินค้าและ ลู่ทางอีกมาก เนื่องจากยังมีผู้ที่สนใจทำธุรกิจนี้ในลักษณะอย่างนี้ น้อย แต่การทำธุรกิจนี้ถือว่าไม่ง่ายเลย แต่จะขึ้นอยู่กับการขึ้น ไปหาซื้อจากชาวเขาเองด้วย เพราะเป็นการหาซื้อที่ค่อนข้างลำบาก บางครั้งจะต้องเดินเท้าเข้าไปเพราะรถยนต์เข้าไม่ถึง รวมทั้ง ต้องอาศัยจากการเข้าไปทำความเข้าใจ ทั้งในวัฒนธรรมและการ สื่อสาร เขาถึงจะยอมขายให้ การทำธุรกิจแบบนี้เราจำเป็นต้อง เป็นทั้งพ่อค้าคนกลางและนักออกแบบไปในตัวด้วย ถึงราคาขาย ถือว่าสูงกว่าเจ้าอื่นในตลาดเดียวกัน แต่เพราะคุณภาพและเอกลักษณ์ดั้งเดิมของผ้าจริงๆ ลูกค้าก็ยอมจ่าย” คุณสุภาพกล่าว

เปิดศึกทำตลาดด้วยปาก

ด้านการทำตลาด ร้านผ้าเงิน ผ้าทอง จะออกมาทำตลาด ด้วยตัวเอง โดยผ่านช่องทางงานแสดงสินค้าและตามตลาดนัด เป็นหลัก ไม่เน้นการส่งขายให้กับพ่อค้าคนกลาง ไม่นิยมเปิดร้าน ขยายสาขาแล้วจ้างพนักงานมาขายเหมือนรายอื่นๆ

คุณสุภาพเคยทดลองเปิดร้านในห้างสรรพสินค้า จ้าง พนักงานขายมาแต่ขายไม่ได้เลย เพราะผ้าชนิดนี้ต้องขายเอง อธิบายเอง ว่าผ้าชนิดนี้มีความเป็นมาเป็นอย่างไรมาก่อน ต้องตอบ คำถามได้ว่า ราคาของสินค้าทำไมต้องมีราคาสูงระดับนี้ หากใช้ พนักงานขายหรือพ่อค้าคนกลางที่ไม่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับผ้าชนิดนี้โดยตรง ก็ไม่สามารถขายออกไปได้

“เราจึงเน้นการออกรางงานแสดงสินค้าและเป็นผู้อธิบายให้ ลูกค้าเป็นหลัก แม้ว่าค่าเช่าจะแพงขนาดไหนเราก็ต้องยอม เพราะ สามารถขายสินค้าได้ สถานการณ์การแข่งขันในส่วนของผ้าไทย ขณะนี้ถือว่ามีการแข่งขันกันสูง โดยเฉพาะผ้าไหม จุดได้เปรียบ เสียเปรียบด้านการแข่งขันจริงจะอยู่ที่สินค้าของใครจะมีความต่าง ผู้ที่มีความแตกต่างจะได้เปรียบ แต่จุดที่ถือเป็นข้อเสียของตลาด ผ้าไทยก็คือ การลอกเลียนแบบ เพราะจะทำให้ตลาดไม่โต” คุณ สุภาพกล่าว

ถอดรหัสความสำเร็จ

ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปของร้านผ้าเงิน ผ้าทอง เป็น ตัวอย่างของธุรกิจเสื้อผ้าที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง และน่าจะเป็น ความสำเร็จที่มาจากเหตุ 3 ประการ ประการแรก ธุรกิจมี จุดยืนของตัวเองชัดเจน โดยอาศัยผ้าชาวเขาเป็นชนวนบอกเล่า เรื่องราวของผ้าแต่ละตัว ทำให้ค่าตัวของเสื้อผ้าพุ่งสูง ประการ ที่สอง การดีไซน์แบบเสื้อที่แหวกคอกหนีความซ้ำซากจำเจ ซึ่ง ตรงนี้สามารถสร้างกระแสสนิยมได้ในหมู่ของผู้รักการแต่งตัว ประการสุดท้าย การรังสรรค์เสื้อผ้าให้เป็นศิลปะ โดยการวาง ตำแหน่งของลวดลายก็ดี การผสมผสานเนื้อผ้าต่างท้องถิ่นมาไว้ ในเสื้อตัวเดียวกัน โดยใช้โทนสีเข้ามาช่วย ตรงนี้แหละที่ทำให้ เสื้อผ้าของร้านผ้าเงิน ผ้าทอง กลายเป็นเสื้อผ้าที่มีความคลาสสิก และมีกำลังพอที่จะดูดีทรัพย์ออกจากกระเป๋าลูกค้าได้ไม่ยาก

นี่คือการถอดรหัสเคล็ดลับความสำเร็จของธุรกิจผ้าเงิน ผ้าทอง ของคุณสุภาพ มะโนทัย ธุรกิจที่ยกระดับคุณค่าของ ผ้าไทยให้ก้าวกระโดดได้อย่างน่าชื่นชม *

ผ้าเงิน ผ้าทอง

71/25 หมู่บ้านเสนานิเวศน์ ซอย 119/5

หมู่ 4 แขวงจรเขี้ยว เขตตลาดพร้าว

กรุงเทพฯ 10230

โทร. 0-2578-1549, 08-1306-6452

ผ้าห่ม 3 ฤดู

สินค้าโนเนมยี่ห้อร้อยเอ็ด

สู้ด้วยคุณภาพจนขายดีติดตลาด



สำนักรักบ้านเกิด

ใช้ชื่อจังหวัดสร้างตราयीห้อ

คุณสุภัทรา สารจันทร์ จบการศึกษาแค่ ป.4 ดันร่นจากถิ่นอีสานมาหางานทำในกรุงเทพฯ อาศัยความขยันและอดทนอย่างยอดเยี่ยม จึงสามารถพลิกผันให้เธอก้าวสู่การเป็นเจ้าของกิจการผลิตผ้าห่ม 3 ฤดู ซึ่งมีคนงานในขณะนี้ 25 คน และถูกยกฐานะให้เป็นประธานกลุ่มแม่บ้านวิสาหกิจชุมชน ภายใต้ชื่อ 'กลุ่มเครื่องนอนหมู่ที่ 2' ของตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี สามารถสร้างเครือข่ายกระจายงานออกไปตามบ้านกว่า 25 ครัวเรือน และขยายไลน์การผลิตจากผ้าห่ม เป็นผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนและผ้าปูที่นอน ภายใต้ชื่อแบรนด์สินค้าว่า 'LA 101' ซึ่งเป็นยี่ห้อที่สร้างมาด้วยกำลังความรู้และความสามารถของเธอเอง

ภายใต้เครื่องหมายการค้า 'LA 101' คุณสุภัทรา สารจันทร์ เปิดเผยว่า LA หมายถึง ร้อยเอ็ด และ 101 ก็คือ การตอกย้ำความเป็นร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นจังหวัดบ้านเกิดของเธอเอง คุณสุภัทราสารภาพว่า เธอไม่อายุที่จะประกาศให้ใครรู้ว่าเธอเป็นคนจังหวัดร้อยเอ็ด และภายใต้แบรนด์ LA 101 ยังมีโลโก้เป็นรูปเต่า ที่มาของโลโก้ก็น่าสนใจ เต่าเป็นสัตว์มงคลที่มีอายุยืนยาว จึงได้นำรูปเต่ามาใช้เป็นเครื่องหมายการค้า เพราะฉะนั้น ภาพโดยรวมที่ปรากฏบนเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนรายนี้ จึงเป็นตัวตนที่แท้จริงของคุณสุภัทรา สารจันทร์

ฟ้าวิฤติสภาพขาดทุน

ยอมแจกฟรีก่อนรุ่งโรจน์

ก่อนที่จะประสบความสำเร็จในวันนี้ ย้อนหลังไปเมื่อปี 2540 คุณสุภัทรา เริ่มต้นธุรกิจผ้าห่มด้วยการทำผ้าห่มออกมาขาย ทำแล้วขายไม่ได้ ต้องเอาไปแจกฟรีๆ โดยแจกตามสถานสงเคราะห์ เด็กกำพร้า หลังจากแจกฟรีได้พักใหญ่จึงเริ่มมีคนสนใจผ้าห่ม พอจะขายได้ก็ต้องลำบากใจอีก เพราะขายแพงก็ไม่มีใครซื้อ ต้องยอมขายขาดทุนเพื่อเอาใจลูกค้า ด้วยคาดหวังว่าถ้าลูกค้ายอมรับวันข้างหน้าอาจขายได้มากกว่านี้ ตอนนั้นต้นทุนผลิตต่อผืน 220 บาท แต่จำต้องขายในราคา 150 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ลูกค้ายอมรับได้ ถ้าราคาสูงกว่านี้จะไม่ขายได้เลย



ยอมขายขาดทุนมานานถึง 11 เดือน จากนั้นจึงเริ่มขยับมาขายในราคาต้นทุน พอเริ่มมีคนซื้อมากขึ้นจึงขยับราคาสูงขึ้นอีกจนพอมีกำไรบ้าง แต่ยอดขายก็ยังไม่ดีขึ้น จนกระทั่งปี 2544 เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของการค้าขาย โดยเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าห่มหนาๆ (ผ้าห่ม) มาเป็นผ้าห่มบางเบา ทั้งนี้ได้แรงบันดาลใจจากการไปต่างจังหวัดแล้วเห็นภาพหญิงชราห่มผ้าบางๆ คลุมไหล่ไปทำบุญที่วัด เกิดสะดุดใจ เข้าไปซักถามได้ความว่า ผ้าที่ห่มอยู่นั้นไม่ช่วยกันหนาว ไม่ช่วยให้อุ่น แต่มีดีตรงที่ใช้ห่มสะดวก คำตอบของหญิงชรานั้นได้กลายเป็นชนวนสำคัญ ทำให้คุณสุภัทราผลิตผ้าห่มที่ฉีกแนวออกไป เป็นผ้าห่มที่ 'บางเบา ห่มสบาย ใช้ได้ทุกฤดู' จึงเป็นที่มาของชื่อ 'ผ้าห่ม 3 ฤดู' ซึ่งในเวลาต่อมากลายเป็นผลิตภัณฑ์ขายดี ถูกค้าขายมรึบคุณภาพ สีสัน และลายผ้าที่มีมากจนกลายเป็นสินค้าติดตลาด มีขายตามห้างสรรพสินค้าเกือบทุกสาขา

ปัจจุบันได้ขยายกำลังการผลิตผ้าห่ม ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ป้อนส่งให้แก่ลูกค้าที่ผลิตเครื่องนอนรายใหญ่หลายแห่ง ไม่น่าเชื่อเลยว่า เบื้องหลังวิสาหกิจชุมชนรายเล็กๆ แห่งนี้ ก็คือแหล่งผลิตเครื่องนอนส่งให้แก่บริษัทที่มีชื่อเสียงหลายบริษัท ผลิตภัณฑ์จาก LA 101 ถูกสั่งซื้อไปใส่ตรายี่ห้อต่างๆ หลายยี่ห้อ นี่คือพลังความสามารถของสตรีที่มีดิกรีแค่ ป 4 เป็นใบเบิกทาง สตรีผู้กำลังการผลิตเครื่องนอนคุณภาพดีอยู่ในมือ กระทั่งยักษ์ใหญ่ในวงการเดียวกันยังต้องยกนิ้วให้และสั่งออเดอร์เป็นจำนวนมาก

สร้างจุดขายเยี่ยมคม ขายดิบขายดีตลอดปี

จุดเด่นของผ้าห่ม 3 ถู คือ ห่มได้ทุกฤดูกาล ไม่ว่าจะเป็นหน้าร้อน หน้าฝน หน้าหนาว ห่มแล้วสบาย ช่วยรักษาอุณหภูมิในร่างกายให้อบอุ่น ชักแล้วแห้งไว ผลิตภัณฑ์ปลอกนอนและผ้าปูที่นอนมีสีและลายผ้าให้เลือกมากมาย เนื้อผ้าอาจไม่ใช่เกรดดีเยี่ยม แต่คุณภาพการเย็บยอดเยี่ยม เพราะลงทุนเย็บด้วยจักร 5 เข็ม ซึ่งเป็นจักรที่มีราคาสูง ส่วนใหญ่ไม่มีใครกล้าลงทุนซื้อจักรที่นี้ใช้จักร 5 เข็มเย็บดักกิมผ้าทั้งด้านในและด้านนอก เน้นย้ำคุณภาพการตัดเย็บด้วยการใช้มือเย็บเก็บมุมผ้าทุกผืน ยิ่งกว่านั้นต้องใช้ตะลันเมตรวัดทุกผืนก่อนถึงมือลูกค้า ทุกผลิตภัณฑ์ไม่ใช่ซีปตามข้อกำหนดของ มผช.

ลายผ้าและสีผ้ามีให้เลือกมากที่สุด มีทั้งลวดลายสดใส เอาใจวัยรุ่น และลวดลายคลาสสิกเอาใจคนทุกรวัย โดยมีโรงงานผลิตผ้ามาถึง 10 โรงงานที่ให้การสนับสนุนลายผ้าโดยไม่ต้องเสียค่าลิขสิทธิ์ เนื่องจากเห็นว่ากลุ่มนี้เป็นผู้ผลิต OTOP

ผลิตภัณฑ์เครื่องนอนภายใต้แบรนด์ LA 101 ให้ประโยชน์แก่ผู้ซื้อในเรื่องของคุณภาพที่ดีในราคาที่ไม่แพง ส่วนอีกแง่มุมหนึ่งได้ให้ประโยชน์แก่ชุมชน ด้วยการกระจายงานและกระจายรายได้ไปสู่ครัวเรือน โดยแบ่งงานตามถนัด เย็บปลอกหมอนได้ ค่าจ้างชิ้นละ 2 บาท ผ้าปูที่นอนได้ 4 บาทต่อชิ้น ผ้าห่มและหมอนพกพาได้ 7 บาทต่อชิ้น นอกจากนี้ ยังมีรายได้จากการแพ็ค 50 สตางค์ต่อชุด เป็นรายได้รองรับกำลังการผลิตผ้าห่ม 150 ผืนต่อวัน และผ้าปูที่นอน 200 ชิ้นต่อวัน ตัวเลขเหล่านี้หมายถึงรายได้ที่กระจายมาสู่ชุมชนอย่างสม่ำเสมอ

เจาะลูกค้าทุกกลุ่ม รวมถึงโรงงานพัห่ม

ผ้าห่ม 3 ถู หมอนพกพาซึ่งออกแบบใช้เป็นหมอนหรือผ้าห่มก็ได้ และชุดเครื่องนอนของวิสาหกิจชุมชนรายนี้ เป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ขายดีจนกลายเป็นผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัดนนทบุรี โดยเฉพาะงาน OTOP City ที่ผ่านมาสามารถทำยอดขายได้มากที่สุดเกือบ 7 แสนบาท จนมีการประกาศขึ้นชมไปทั่วงาน



สำหรับราคาซื้อ-ขายของผ้าห่ม 3 ถู ผ้าห่มเดี่ยวราคา 350 บาท, ผ้าห่มผืนใหญ่ราคา 590 บาท, ผ้าปูที่นอนและปลอกหมอนขายเป็นชุด ราคา 199-390 บาท, หมอนพกพา 259 บาท

กลุ่มผู้ซื้อมีทั้งลูกค้าทั่วไป ลูกค้าระดับโรงงาน และลูกค้าที่ซื้อไปขายต่อก็มี กลุ่มลูกค้าที่ซื้อได้อยู่เรื่อยๆ คือ กลุ่มอพาร์ทเมนต์ กลุ่มลูกค้าที่ดีที่สุดเป็นลูกค้าประเภทรีสอร์ท โดยเฉพาะรีสอร์ทที่เกาะกูดและเกาะสมุย ใช้ผลิตภัณฑ์จาก LA 101 ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนี้ยังสามารถดึงดูดตลาดจากจีนแดงมาได้อีกทางหนึ่งด้วย

วัตถุดิบ/อุปกรณ์

- ผ้า TC พิมพ์ลาย
- โยโฟลีโอสเตอร์
- (ชนิดบางแบบเดียวกับที่ใช้ทำเสื้กันหนาว)
- เชือกผูก
- จักรเย็บผ้า
- จักรพังผ้า
- ไม้ตัดผ้า
- เครื่องตัดผ้าไฟฟ้า
- กรรไกร
- ตะลันเมต



กระบวนการผลิต

- 1 นำผ้ายกม้วน 250 หลา มาวางตัดตามขนาดของผลิตภัณฑ์
- 2 เย็บฟั้ดักริมหั้ด้าทั้งด้านนอกและด้านใน
- 3 เย็บประกบด้วยจักรอุตสาหกรรม
- 4 กลับด้านออกมาเย็บมุมด้วยมือ เป็นการจับขั้นตอนการผลิตปลอกหมอนผ้าปู
- 5 ถ้าเป็นผ้าห่มต้องตัดแผ่นโพลีเอสเตอร์ขนาดเท่าผ้าห่ม เย็บประกบไว้ด้านใน เดินจักรเย็บติดกับตัวผ้าเพื่อไม่ให้โพลีเอสเตอร์ไหลไปกองรวมกันเมื่อเวลาซัก
- 6 ตรวจสอบเช็คคุณภาพและวัดด้วยตลับเมตรก่อนบรรจุขึ้นห่อรอส่งลูกค้า

ปัญหาอุปสรรค

ปัญหาอยู่ที่เงินทุน บางครั้งมีออเดอร์เข้ามาทีละมากๆ ทางกลุ่มไม่สามารถหาเงินมาหมุนเวียนได้เนื่องจากบริษัทรายใหญ่ มักจะซื้อ-ขายด้วยระบบเครดิต ในขณะที่ค่าแรงก็ดี ค่าวัตถุดิบก็ดี จะต้องขายทันที จึงเป็นอุปสรรคใหญ่ในการรับออเดอร์ใหญ่ๆ

บรรจุภัณฑ์แนวใหม่โซ่สายฟ้า

บรรจุภัณฑ์ของผ้าห่ม 3 ถู ใช้พลาสติกใสรูปทรงกระบอกเป็นบรรจุภัณฑ์ เผยให้เห็นสีล้นและลวดลายของผ้าห่ม โดยรอบอย่างชัดๆ ด้านบนทำผ้าซิปปิดเปิดได้ ด้านข้างออกแบบซ่อนหูหิ้วไว้ได้สวยเก๋ ภาพโดยรวมบรรจุภัณฑ์ผ้าห่ม 3 ถู จึงมีความโดดเด่นและสร้างจุดขายได้ด้วยตัวเอง ปกติผ้าห่มทั่วไปมักใส่บรรจุภัณฑ์พลาสติกทรงเหลี่ยมซึ่งเป็นภาพชินตา บรรจุภัณฑ์ทรงกระบอกของผ้าห่ม 3 ถูนี้ ถือว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์ เพราะช่วยชูสินค้าให้เด่นด้วยสีและลวดลาย ผู้ประกอบการต้องการฉลากอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับผ้าห่ม เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีใช้ วิธีดูแลรักษา ฯลฯ ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางความรู้สึกที่ดีให้แก่ลูกค้าหรือผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี *



สุภัทรา สารจันทร์

ผ้าห่ม 3 ถู

(ผลิตผ้าห่ม ปลอกหมอน ผ้าปูที่นอน หมอนพกด้า)

70/125 หมู่ 2 ถนนติวานนท์

ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

โทร. 0-2951-1511, 08-1827-8348

แฟกซ์ 0-2951-1510

ขนมลูกชุบ พลไม้มงคล

คนซื้อไม่ได้กิน คนกินไม่ได้ซื้อ



“ขนมลูกชุบรายนี้
จึงไม่ได้ขายแค่ความอร่อย
ไม่ได้ขายแค่ความสวยงาม
แต่ขายความประณีต พู้อธิบายพอใจ
และพู่อธิบายรู้สึกลึกซึ้งใจ”

ขนมลูกชุบรายนี้มีดีอย่างไร รับออร์เดอร์ผ่านทางโทรศัพท์เท่านั้น ผู้ซื้อต้องไปรับเองเพราะไม่มีบริการส่งถึงที่ ลูกชุบจัดเรียงใส่กระเช้ามีราคาตั้งแต่ 500-2,000 บาท ราคาสูงแต่ก็ยังมีคนแวะซื้อถึงบ้านจนทำให้ทันขาย ไม่เคยลงโฆษณา ไม่มีการประชาสัมพันธ์ แต่กลับขายดี ทั้งๆ ที่ร้านอยู่ในซอยแคบ แต่ก็ยังมีลูกค้าขับรถไปหาถึงที่

เปิดตลาดลูกชุบ ต้องแจกก่อนขาย

คุณสุปราณี ประเสริฐภักดี สตรีวัย 68 ผู้เป็นเจ้าของต้นตำรับลูกชุบพาณิชย์ที่มีรสชาติเป็นที่ล่ำลือมายาวนาน เผยว่า ย้อนไปเมื่อ 27 ปีก่อนโน้น เธอได้เห็นลูกชุบที่คนอื่นเขาทำให้อย่างสวยงาม เห็นแล้วหลงใหลทันที แต่พอได้ชิมลูกชุบต้องผิดหวังอย่างแรง เพราะว่ารสชาติไม่อร่อยเอาเสียเลย ผิดกับหน้าตาของลูกชุบที่ดูสวยงาม ความผิดหวังในรสชาติครั้งนั้นทำให้เกิดความคิดขึ้นมว่า ถ้าเธอทำเองจะทำให้สวยกว่าและอร่อยกว่า คิดอยู่ในใจขณะนั้นว่า ลูกชุบของเธอจะต้องสวย อร่อย และหอมด้วย ตั้งแต่นั้นมาจึงเริ่มเรียนรู้วิธีทำลูกชุบเมื่อตอนอายุ 40 ปี

ครั้งแรกทำเข้าจริงกลับไม่ง่ายอย่างที่คิด ทำครั้งแรกถั่วเขียวที่นำมาทวนเพื่อปั้นเป็นลูกชุบ มีสภาพเหลวเป็นน้ำ ไม่สามารถปั้นเป็นตัวได้ พอลองใหม่ก็แข็งไป ปั้นเป็นตัวแล้วแห้งแตก ไม่เป็นลูกชุบได้ตั้งใจ กว่าจะเข้าที่เข้าทางได้ใช้เวลาอยู่นานพอสมควร แรกๆทำด้วยความสนุก ไม่ได้คิดทำเพื่อขาย ทำแจกเสียเป็นส่วนใหญ่ ตอนหลังเริ่มมีคนมาสั่งทำเพื่อซื้อไปฝากเพื่อน บ้าง ฝากผู้ใหญ่บ้าง รสชาติอร่อยจนล่ำลือว่า “ขนมลูกชุบพาณิชย์สวย อร่อย และหอมด้วย” จนกระทั่งกลายเป็นที่รู้จักกว้างขวางโดยอาศัยปากบอกต่อๆ กันไป

จากเริ่มต้นที่ทำเพื่อแจกจึงกลายเป็นทำเพื่อขาย หวังเก็บเงินไว้ทำบุญ ปรากฏว่ายิ่งทำบุญยิ่งขายดีเป็นเทน้ำเทท่า ต้องจ้างเด็กแถวบ้านมาช่วยงานเพิ่มขึ้นทีละคนสองคน จนปัจจุบันต้องจ้างเด็กประมาณ 10 กว่าชีวิตมาช่วยปั้นลูกชุบ ในช่วงเทศกาลพิเศษต้องหาเด็กมาช่วย บางครั้งมากถึง 20 คนก็มี ตัวเลขระดับนี้พอจะคาดเดาถึงความนิยมของลูกชุบรายนี้ที่ได้รับจากลูกค้าได้เป็นอย่างดีทีเดียว



5 รูปแบบผลไม้มงคล ออร์ยค่าละ 5-7 บาท

ปกติลูกชุปที่ขายทั่วไปขายกันชิ้นละ 1 บาท สีสันเข้มขึ้น ด้งความสนใจกันเต็มที่ แต่ลูกชุปพาณิชย์รายนี้ออร์ยค่าละ 5 บาท ลูกใหญ่หน่อย ค่าละ 7 บาทก็มี สีสันไม่จัดจ้าน เน้นการเลียนแบบสีของพืชผัก ผลไม้ให้ดูเหมือนจริง คุณสุปรานียืนยันหนักแน่นว่า แม้จะขายดี แต่ไม่ยอมใช้เครื่องปั้นขึ้นรูป ยังคงใช้มือปั้นขึ้นรูป เพื่ออนุรักษ์ความเป็นขนมของไทยไว้ไม่ให้สูญหาย

ขนมลูกชุปพาณิชย์จะพิถีพิถันในการปั้นและทำสี รูปทรง รวมทั้งการชุบฝุ่นสำหรับรูปแบบที่ขายดีและได้รับความนิยมก็คือ ผลไม้มงคล 5 อย่าง ได้แก่ ห้อ ส้ม มะยม ทับทิม และฟักทอง ซึ่งลูกค้าที่มาซื้อส่วนใหญ่ซื้อไปฝากผู้ใหญ่ บ้างซื้อไปไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ตนนับถือ บ้างก็ซื้อไปเลี้ยงพระ

“ความหมายของผลไม้ 5 อย่าง เป็นไปตามความเชื่อทั้งของคนไทยและของคนจีน เช่น ลูกห้อย หมายถึง ให้มีอายุยืน, ส้ม หมายถึง เสงๆ มีโชคมีลาภ, มะยม หมายถึง ให้เป็นทีนิยม, ทับทิม หมายถึง ความเป็นมงคล เพราะทั้งจีนและไทยนิยมใช้ทับทิมในงานมงคล ส่วนฟักทอง หมายถึง ให้ฟักออกมาเป็นเงินเป็นทอง คือ ทำอะไรก็เป็นเงินเป็นทอง” คุณสุปรานีอธิบายความหมายที่มาของลูกชุปที่ได้รับความนิยมจากลูกค้า

คนซื้อไม่ได้กิน คนกินไม่ได้ซื้อ

ขนมลูกชุปที่ทำเป็นผลไม้มงคลเหล่านี้ จะถูกจัดเรียงอย่างประณีตและสวยงามลงบนพานกระจัด หรือกระเช้า ซึ่งเป็นภาชนะที่ทำให้ขนมลูกชุปกลายเป็นของฝากของกำนัลที่มีมูลค่าสูงขึ้นในทันที บางครั้งขนมลูกชุปที่ปั้นเป็นลูกห้อยจะถูกบรรจุเรียงเป็นชั้นลดหลั่นกันไปกลายเป็นดอกบัวตูม ที่ดูมีค่าขึ้นมาในทันที ขนมลูกชุปรายนี้จึงไม่ได้ขายแค่ความอร่อย ไม่ได้ขายแค่ความสวยงาม แต่ขายความประณีต ที่ผู้ซื้อรู้สึกพอใจ และผู้รับรู้สึกดีใจ



ขนมลูกชุปพาณิชย์สามารถซื้อชิมในแพ็คเกจย่อมราคา 50 บาท ซื้อกินเองในแพ็คเกจ 100 บาท และซื้อเป็นของฝากของขวัญในภาชนะหรูๆ มีราคาตั้งแต่ 500 บาทไปจนถึง 2,000 บาท ด้วยเหตุที่มีราคาสูง ลูกชุปเจ้านี้จึงได้รับการกล่าวขานว่า “ผู้ซื้อไม่ได้กิน ผู้กินไม่ได้ซื้อ”

ติดตราห้อยให้ลูกชุป ขยายตลาดขึ้นโรงเรือน

ขนมลูกชุปรายนี้กลายเป็นธุรกิจมั่นคง สามารถถ่ายทอดธุรกิจจากแม่สู่รุ่นลูก โดยช่วงรุ่นแม่ซึ่งใช้ชื่อว่า ‘ลูกชุปพาณิชย์’ เป็นชื่อที่เรียกตามหัวหน้าครอบครัวซึ่งทำงานอยู่กระทรวงพาณิชย์ ครั้นธุรกิจตกทอดมาสู่รุ่นลูกคือ คุณสินีนาง ประเสริฐภักดี ได้สร้างโลโก้และแบรนด์ให้กับขนมลูกชุปไทย โดยใช้อักษร Z และ N บนกรอบสี่เหลี่ยมพื้นขาว เพื่อใช้เป็นตราห้อยหรือแบรนด์ของขนมลูกชุปของตน จะเรียกขานเป็นผู้ผลิตขนมลูกชุปไทยรายแรกที่มีตราห้อยลงบนขนมลูกชุปได้หรือไม่ ข้อมูลนี้ยังไม่มีการบันทึกไว้เป็นหลักฐาน

จากนั้นขนมลูกชุปห้อย ZN ได้ขยายตลาดจากเดิมรับตามออเดอร์ มาเป็นการรุกเข้าตลาดร้านค้า ร้านอาหาร และโรงแรม

ในที่สุดลูกชุปพาณิชย์ติดตรา ZN ได้ขยับเข้าไปอยู่ในร้านมีชื่อและโรงแรมดังๆ ได้แก่ โรงแรมฮิลตัน โรงแรมเอราวัณ ร้าน S&P ร้านบัว ร้านกานดาเบเกอรี่ และร้านแตรวิคิน เป็นต้น รายชื่อลูกค้าเหล่านี้ย่อมการันตีคุณภาพและศักยภาพของลูกชุปรายนี้ได้เป็นอย่างดี

เดิมนั้นส่งสินค้าแล้วรับเงินได้เลยทันที ต่อมาร้านค้าและโรงแรมจัดระบบการเงินและการส่งของใหม่จึงเกิดความไม่สะดวกหลายอย่าง ในการจัดส่งของ ในที่สุดจึงเลิกส่งร้านค้าต่างๆ หันมาผลิตตามออเดอร์ของลูกค้ารายเล็กรายย่อย ปัจจุบันนี้ลูกชุปพาณิชย์ยังคงผลิตตามออเดอร์ของลูกค้าซึ่งมีออเดอร์ผ่านโทรศัพท์เข้ามาอยู่เรื่อยๆ



เผยเคล็ดลับและขั้นตอน ทำขนมลูกชุบให้อร่อย

ขนมลูกชุบพาดิษฐ์มีรสชาติอร่อย เนื้อในทำด้วยถั่วเขียว เนื้อเนียนละเอียดและแน่น ส่วนเนื้อมากชุบด้วยวุ้นอย่างดี เนื้อกรุบแน่น ให้อารมณ์ของการรับประทานที่เพลิดเพลิน

ขั้นตอนการทำขนมลูกชุบ

- 1) ถั่วเขียวเอาเปลือกออก กวนกับน้ำตาลและน้ำกะทิ ให้เข้ากัน อย่าให้นิ่มไป หรือแข็งไป
- 2) นำถั่วกวนไปบดให้หอม
- 3) นำถั่วมาปั้นเป็นรูปผลไม้ต่างๆ
- 4) ใช้ฟูกั้นระบายสีให้เหมือนผลไม้จริง โดยใช้สีผสมอาหารเกรดดีจากต่างประเทศ
- 5) ชุบถั่วปั้นในน้ำวุ้นเข้มข้น เมื่อแห้งแล้วชุบอีกครั้ง ทำเช่นนี้ 3 ครั้ง
- 6) ตัดแต่งวุ้นส่วนเกิน ตรงนี้เป็นงานละเอียด และจะเสียเวลาตรงนี้เยอะ
- 7) นำใบแก้วพร้อมก้านมาล้างและเจียนใบให้กลมกลืนกับลูกชุบ แล้วตามตำแหน่งใบ
- 8) บรรจุเก็บหรือจัดเรียงใส่ตะกร้าหรือกระเช้าให้สวยงาม

ไม่ต้องโฆษณาอีกต่อไป ส่วนทางกฤษฎีกาการตลาด

แม้จะรับแค่ออร์เดอร์ผ่านทางโทรศัพท์ แต่กิจการขนมลูกชุบของคุณสุปราณี ประเสริฐภักดี ยังคงทำรายได้อยู่เรื่อยๆ และยังให้โอกาสแบ่งปันรายได้สู่สังคมรอบข้างอีกหลายชีวิต ขณะสัมภาษณ์เจ้าของกิจการรายนี้ การสัมภาษณ์มีเสียง 2 อย่างสลับกันรบกวนอยู่เป็นระยะๆ เสียงแรกเป็นเสียงโทรศัพท์ที่มีคนโทรมาสั่งลูกชุบ อีกเสียงเป็นเสียงกริ่งหน้าบ้าน เนื่องจากมีคนมารับขนมลูกชุบ

ความมหัศจรรย์ของธุรกิจรายนี้ ส่วนทางกฤษฎีกาและตำราการค้าอย่างสิ้นเชิง กฤษฎีกาการค้าตามตำราระบุว่า ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จต้องมีองค์ประกอบ 4P คือ Product สินค้าดี, Place ทำเลดี, Price ราคาสมเหตุสมผล, Promotion ส่งเสริมประชาสัมพันธ์ แต่ลูกชุบพาดิษฐ์ของผู้ประกอบการรายนี้ อาศัยเพียงองค์ประกอบเดียวคือ สินค้าดี ส่วนองค์ประกอบอื่นๆอีก 3P ไม่ปรากฏ ได้แก่ ทำเลอยู่ในซอยลึกและแคบ ราคาสูงเทียบกับลูกชุบตามท้องตลาด และการโปรโมตสินค้าก็ไม่มี การบริการส่งถึงที่ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมอยู่ในเวลานี้ก็ไม่มีอีกเช่นกัน แต่ผลิตภัณฑ์ลูกชุบผลไม้มงคลรายนี้ยังคงขายดิบขายดีมาเป็นเวลายาวนานถึง 27 ปี

นี่เป็นตัวอย่างการทำธุรกิจขนมไทยๆ แม้ทำแค่ลูกชุบอย่างเดียวก็ประสบความสำเร็จได้ แม้ผู้ประกอบการจะมีอายุที่สูงวัยแล้วก็ตาม ยังคงทำธุรกิจนี้ได้โดยไม่มีเรื่องอายุมาเป็นอุปสรรค *

คุณสุปราณี ประเสริฐภักดี
ลูกชุบพาดิษฐ์/ลูกชุบ ZN
33 ถนนจรัญสนิทวงศ์ 50 เขตบางพลัด
กรุงเทพฯ 10700
โทร. 0-2424-8606

คามาราร์ท

พลิกมูลค่าสินค้าชาวบ้าน
ด้วยธุรกิจออกแบบ
ยอมรับได้เงินน้อย แต่กำไรความสุข



บริษัท คามาราร์ท สตูดิโอ จำกัด เคยได้ชื่อว่าเป็นยักษ์ใหญ่อันดับต้นๆ ของเมืองไทย ในเรื่องของวงการแต่งพรีเซ็นต์ คอมพิวเตอร์ส่งให้กับเอเยนซีด้านโฆษณา งานออกแบบสิ่งพิมพ์ เคยตกอยู่ในมือของบริษัทนี้อย่างมากมาย รถยนต์เกือบทุกยี่ห้อ ไว้ใจให้คามาราร์ทออกแบบแทบทั้งสิ้น งานโฆษณามันจัดสรรต่างเทงานให้แก่คามาราร์ทเกือบทุกเจ้า เพราะสามารถออกแบบโฆษณามันให้สวยได้ทั้งที่เจ้าของโครงการยังสร้างบ้านไม่เสร็จ

ไม่มีใครคาดคิดว่า ความสำเร็จที่กำลังรุ่งโรจน์อย่างมหาศาลบนเส้นทางธุรกิจโฆษณาต้องล้มทั้งยืนอย่างไม่ทันตั้งตัว การขาดเงินในทางธุรกิจครั้งนั้นทำให้ทุกชีวิตภายใต้คามาราร์ทต้องเก็บตัวเงียบๆ พร้อมกับชื่อเสียงที่ค่อยๆ เลือนหายไป ทั้งความน่าตาและความทรงจำเหลือไว้เป็นความหลัง

มาบัดนี้ คามาราร์ทกลับมาผงาดบนเส้นทางธุรกิจออกแบบอีกครั้ง โดยมี **คุณอโณทัย พุฒิกุลางกูร** ก้าวขึ้นมาเป็นเสาหลักของบริษัท แทนคุณวีระ พุฒิกุลางกูร ซึ่งเปลี่ยนสภาพอยู่บนรถเข็นสองล้อ เธอมาพร้อมกับความหวังของชาวบ้านผู้ผลิตสินค้าโอท็อป เพียงแค่เห็นสายตาที่เต็มไปด้วยความหวังของชาวบ้านที่ถือขวดน้ำปลาเดินมาหาแล้วถามว่า “จะทำมะนาวดองใส่ขวดแบบนี้ จะคิดค่าออกแบบเท่าไร”

นั่นคือสิ่งที่จุดประกายให้ **คุณอโณทัย พุฒิกุลางกูร** หวนคืนสู่เวทีธุรกิจออกแบบสิ่งพิมพ์อีกครั้ง เพื่ออวดฝีมือการออกแบบในราคาชาวบ้าน หวังช่วยให้สินค้าโอท็อปมีสีสันและมีรูปแบบที่เป็นสากลมากขึ้น

จุดหักเหธุรกิจของชีวิต คืนสู่ธุรกิจการออกแบบ

“เราเปิดตัวครั้งแรกที่ห้างเดอะมอลล์ บางกะปิ หลังจากที่มีเปิดตัวเวียนมานาน ตอนนั้นเป็นงานขนมไทยซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจัดขึ้นร่วมกับห้างเดอะมอลล์ จำได้ว่ามีลูกค้าถือขวดน้ำปลาเดินเข้ามาหาเราแล้วถามว่าจะทำมะนาวดองใส่ขวดนี้ จะคิดค่าออกแบบเท่าไร ตอนนั้นเราอึ้งแล้วเงียบไปเลย เพราะคิดราคาไม่ถูก ไม่รู้จะคิดเท่าไร จากนั้นก็มีชาวบ้านถือขนมมาหาเราด้วยความหวัง เขาอยากทำกล่องใส่ขนม อยากทำยี่ห้อติดขนม เราจะคิดราคาเท่าไร เลิกงานคืนนั้นเราประชุมทีมงานกัน



ทันที เรายอมรับว่าคิดราคากันไม่ออกจริงๆ เพราะเมื่อก่อนเราทำงานกับลูกค้าระดับยักษ์ใหญ่ของเมืองไทยทั้งนั้น ค่าออกแบบอย่างธรรมดาที่ 4-5 หมื่นบาท พอมาทำกับระดับชาวบ้านมันเป็นอีกแบบหนึ่งที่แตกต่างกันสิ้นเชิง” คุณอโณทัยกล่าวถึงจุดเริ่มต้น

“เมื่อก่อนเราออกแบบแล้วได้เงินเยอะก็จริง แต่เราไม่มีความสุขอย่างนี้ เราทำงานให้สินค้าโอท็อปของชาวบ้าน ค่าจ้างได้น้อย บางครั้งออกแบบไปแล้วเงินยังไม่ได้ก็มี แต่สิ่งที่เราได้มาคือ ความสุขใจ ความจริงใจ เวลาเราไปพบลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ที่ต่างจังหวัด เขาจะต้อนรับอย่างดี เขาจะแสดงความจริงใจอย่างมาก ให้เราดื่มด่ำเหมือนลูกหลาน” คุณอโณทัยกล่าวเสริมถึงวิถีธุรกิจและลูกค้าที่เปลี่ยนไป

คุณอโณทัย พุฒิกุลางกูร สตรีเหล็กผู้พลิกบทบาทจากงานบัญชีมาคุมบังเหียนของคามาราร์ทอย่างเต็มตัว โดยมีคุณวีระคูใจเคียงคู่ไปตลอดบนเส้นทางโอท็อปทุกสาย คุณวีระเผยเรื่องราวในอดีตว่า เมื่อโรคภัยไข้เจ็บกะทันหันทำให้เส้นโลหิตในสมองแตก หมอบอกว่า 95 เปอร์เซ็นต์ไม่รอด ถ้ารอดก็ปาฏิหาริย์หลังผ่าตัดสมองหลายระลอก เขารอดมาอย่างปาฏิหาริย์ แต่ว่าร่างกายบางส่วนใช้การไม่ได้ ความทรงจำสูญหายไปเกือบหมด ต้องเริ่มหัดอ่านและหัดเขียนก่อนทำอะไรใหม่ ความรู้เกี่ยวกับสีหายไประยะหนึ่งหมดเลย ได้อาจารย์บรรยายชีวิตคิดคอยสอนและป้อนข้อมูลความรู้เข้าไปในสมองให้ใหม่

“แรกๆผมยอมรับไม่ได้เลย เราเคยยิ่งใหญ่ เคยได้รางวัลเกี่ยวกับถ่ายภาพ ผมเคยวาดรางวัลมามากมาย เรามีเครื่องมือที่ทันสมัยที่สุด แต่กลับต้องมาอยู่ในสภาพที่ทำอะไรไม่ได้เลย เพราะต้องอยู่บนรถเข็น เราเสียใจมาก ผิดหวังมาก นอนร้องไห้กันทุกคืน ก่อนหน้านั้นเราตกลงกันว่าจะเลิกงานด้านออกแบบไปขายขนมกัน พอได้ไปรู้จักพอ.ที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่ง



ชวนออกบูธที่เดอะมอลล์ ทำให้เรากล้าลุกขึ้นมาสู้อีกครั้ง”
คุณวีระกล่าวถึงความหลัง

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ สร้างสีสันให้โอท็อป

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ถือเป็นงานสร้างสรรค์ของมืออาชีพที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และความชำนาญในการตีโจทย์ปัญหาของสินค้าตัวหนึ่ง เพื่อดึงเอาความโดดเด่นมาเป็นคำตอบที่โดนใจผู้บริโภคให้มากที่สุด ด้วยการถ่ายทอดงานศิลปะผสมผสานกับหลักจิตวิทยาด้านการตลาดบนหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุสินค้า โดยบรรจุภัณฑ์มีหน้าที่ให้ตนเอง ‘เตะตา โดนใจ’ ผู้บริโภคเลือกหยิบสินค้าของเราแทนสินค้าชิ้นอื่นที่วางประชันโฉมกันอยู่รอบด้าน ว่ากันว่า บรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องสามารถขายสินค้าด้วยตัวของมันเอง โดยที่พนักงานขายไม่จำเป็นต้องอธิบายอะไรมาก

การที่จะมีบรรจุภัณฑ์สวยงามดึงดูดผู้ซื้อ จำเป็นต้องใช้เงินทุนสูง จะเห็นได้ว่าบริษัทใหญ่ๆ จำเป็นต้องจ้างนักออกแบบบรรจุภัณฑ์มืออาชีพเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มสินค้าก่อนนำออกวางตลาด แต่สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่มีเงินทุนจำกัดคงเป็นไปได้ยากหากจะลงทุนพัฒนาหรือซื้อบรรจุภัณฑ์ดีไซน์สวยงามดังเช่นบริษัทใหญ่ เหตุนี้จึงทำให้บรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายย่อยส่วนใหญ่จึงเป็นเพียงแผ่นกระดาษสติ๊กเกอร์คุณภาพต่ำ พิมพ์ข้อความและสถานที่ติดต่อ แม่แบบบนถุงพลาสติกที่ใช้บรรจุสินค้าต่างๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับทั้งหลักการตลาดและกฎหมายที่ว่าด้วยการติดฉลากสินค้าให้ถูกต้องตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้กำหนดไว้

ไขปัญหาสินค้าราคาถูก ช่วยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

บริษัท คามารรต สตูดิโอ จำกัด เข้ามาเติมช่องว่างทางการตลาดของธุรกิจการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย ประกอบกับความตั้งใจที่จะเห็นสินค้าในระดับรากหญ้าของไทยได้มีโอกาสบรรลุลงในหีบห่อที่ได้รับการพัฒนาแบบมืออาชีพเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ โดยวางตำแหน่งของตนเองให้เป็นผู้บริการทางด้านสตูดิโอ ถ่ายภาพงานตกแต่งสร้างภาพเพื่อการตลาดและการโฆษณา (Retouching) และการออกแบบกราฟิกดีไซน์ในงานสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยด้วยราคาที่ผู้ประกอบการรายย่อย โดยผลงานที่ออกมาแล้วมีความโดดเด่นสวยงามเป็นมืออาชีพไม่แพ้บรรจุภัณฑ์บริษัทใหญ่ๆ

คุณอินทัย พุฒิกลางกูร ผู้บริหารบริษัท คามารรต สตูดิโอ จำกัด เล่าถึงความเป็นมาว่า คุณวีระ (คู่ชีวิต) เป็นผู้สนใจด้านการถ่ายภาพและกราฟิก จึงได้ไปศึกษาต่อด้านการถ่ายภาพและการตกแต่งภาพ (Retouching) ที่ประเทศญี่ปุ่น

ในระหว่างที่ใช้ชีวิตอยู่ที่ดินแดนอาทิตย์อุทัยนั้นก็ได้ศึกษางานด้านบรรจุภัณฑ์ด้วยความสนใจที่มีอยู่เดิม ประกอบกับได้สัมผัสกับความพิถีพิถันในการห่อบรรจุภัณฑ์ของชาวญี่ปุ่น ซึ่งเป็นชาติที่ได้ชื่อให้ความสำคัญกับการบรรจุหีบห่อมากที่สุด วิทยาการและศิลปะทางด้านบรรจุภัณฑ์ของญี่ปุ่นจึงมีความก้าวหน้าประณีตสวยงาม หลากหลาย และโดดเด่นกว่าชนชาติอื่น

หลังจากเรียนจบ คุณวีระจึงได้จัดตั้งบริษัท คามารรต สตูดิโอ จำกัด ขึ้นในปี 2535 เพื่อให้บริการด้านการถ่ายภาพและงานออกแบบกราฟิกดีไซน์ โดยลูกค้าส่วนมากจะเป็นบริษัทขนาดกลางและขนาดใหญ่ โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติที่มีบริษัทแม่อยู่ในประเทศญี่ปุ่นที่ถือเป็นลูกค้าสำคัญ

“ในช่วง 2-3 ปีก่อนหน้านี้ ในขณะที่กระแสการพัฒนา SMEs และสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กำลังร้อนแรง ซึ่งเป็นช่วงที่บริษัทคามารรตฯ เองกำลังคิดว่าควรจะต้องปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับงานกราฟิกและงานด้านสื่อให้ครอบคลุมหรือแตกต่างจากการให้บริการรายอื่นด้วย และบังเอิญในช่วงนั้นได้มีโอกาสรู้จักกับ ผอ. มนูญ จันทน์ประสิทธิ์ จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่กำลังมุ่งส่งเสริมผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารและสมุนไพร ท่านได้ให้ข้อคิดเกี่ยวกับศักยภาพและโอกาสของหลายประการที่เป็นประโยชน์ และเป็นแรงบันดาลใจให้เราขยายการให้บริการด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ผู้ประกอบการรายย่อยด้วยราคาที่เขาสถาพรองรับได้” คุณอินทัยกล่าว



สร้างความโดดเด่นให้ปรากฏ เสริมคุณค่าของสินค้าให้ชัดเจน

เมื่อได้มีโอกาสเข้ามาสัมผัสกับกลุ่มผู้ผลิตรายย่อย ทำให้ทั้งคุณวีระและคุณอินทัยได้ตระหนักว่า ศักยภาพของผู้ประกอบการเล็กๆ เหล่านี้ไม่ได้เล็กอย่างที่คิด สินค้าทุกตัวเกิดมาจากภูมิปัญญา มีเรื่องราวของวัฒนธรรม ตำนาน และวิถีวนนาการที่น่าสนใจ เมื่อนำสิ่งเหล่านี้ ออกมาผ่านมาทางกระบวนการทางความคิดสร้างสรรค์ ผสมผสานกับแนวคิดทางด้านการตลาด ตั้งเอาจุดเด่นของสินค้าออกมาสร้างเป็นคุณค่าเพิ่มหรือผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว เติมไปด้วยเรื่องราวอันทรงคุณค่าที่น่าสนใจ สามารถจูงใจและโน้มน้าวให้ผู้บริโภคหยิบสินค้าขึ้นมาชมให้ความสนใจกับรูปลักษณ์สีสัน ที่สื่อด้วยวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น มีรายละเอียดสำคัญของสรรพคุณสินค้า มีข้อกำหนดรายละเอียดที่บ่งชี้ถึงวิธีใช้และความปลอดภัยต่างๆ มีแหล่งที่มาเชื่อถือ บอกระดับความเป็นมืออาชีพของผู้ผลิต ชนิดที่ผู้บริโภคต้องยอมรับ

"งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เราทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้เรียกได้ว่าต้องเริ่มต้นใหม่ทุกอย่าง บางรายมีเพียงสินค้าขึ้นเดียวใส่ถุงพลาสติกมาให้เราดู ไม่มีหีบห่อ ไม่มีตราสินค้า ไม่มีแนวคิดหรือรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการอะไรทั้งสิ้น เราจะต้องคุยกับผู้ประกอบการถึงที่มาของสินค้า กระบวนการผลิต คุณลักษณะอายุการใช้งาน ราคา ตลาดที่เขาจะวางขาย กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร แล้วนำข้อมูลที่ได้มาผ่านกระบวนการคิดแบบการตลาด เพื่อดึงอะไรออกมาเป็นจุดขายได้บ้าง จะใช้วัสดุอะไรจึงจะเหมาะสมกับราคา และนำจุดขายที่ได้มาออกแบบดีไซน์เป็นงานศิลปะสื่อลงบนบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามที่ตรงกับพฤติกรรมและรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย เราทำให้หมดตั้งแต่การถ่ายภาพสินค้า ออกแบบโลโก้ เขียนรายละเอียดคำบรรยายต่างๆ อย่างครบถ้วน ถูกต้อง ตามที่กฎหมายกำหนด จัดพิมพ์จนออกมาเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบพร้อมบรรจุ ทั้งหมดนี้รวมอยู่ในค่าบริการก่อนเดิยที่นับว่าต่ำมาก" ผู้บริหารคามารัตฯ กล่าว

ออกแบบให้ชาวบ้าน เจ็นน้อยแต่ลุยใจ

จุดที่เป็นหัวใจสำคัญของการดีไซน์สินค้าสำหรับผู้ผลิตซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญา คือ การดึงเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าไปมีส่วนร่วมอยู่ในบรรจุภัณฑ์ทำให้เกิดเรื่องราวที่มีคุณค่าน่าสนใจ สื่อถึงความเป็นไทยได้ชัดเจน ขณะเดียวกัน ก็มีรูปแบบที่เป็นสากล ซึ่งทางบริษัทพยายามดึงเอาหลักการของการจัดทำบรรจุภัณฑ์ผสมผสานกับ



วัฒนธรรมท้องถิ่นให้มีความลงตัว เป็นที่ยอมรับได้ทั้งในตลาดไทยและตลาดต่างประเทศ

"จากการที่เราผ่านการทำงานกับลูกค้าหลายระดับ มีทั้งระดับบริษัทข้ามชาติ อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ SMEs หรือชุมชน ทำให้เราได้เรียนรู้ว่า เราสามารถให้บริการลูกค้าเหล่านี้ได้อย่างเต็มศักยภาพและเท่าเทียมกันได้ เพียงแต่เรารู้จักวิธีการจัดการขั้นตอนการทำงานให้กระชับขึ้น รู้วิธีการปรับตัวที่จะให้ผลงานออกมาสำเร็จตรงตามความต้องการของลูกค้า แม้การทำงานกับ SMEs หรือกลุ่มชุมชนจะได้เม็ดเงินที่น้อยกว่า แต่เราก็ทำงานเพียงช่วงสั้นๆ เพราะอำนาจการตัดสินใจไม่ซับซ้อน เราคุยกันง่าย สร้างความเข้าใจและเรียนรู้ร่วมกัน ทุกวันนี้กลายเป็นว่าเรามีความสุขกับการทำงานร่วมกับผู้ประกอบการรายเล็ก ได้มีโอกาสเดินทางไปสัมผัสกับผู้ผลิต

ในแหล่งชุมชนด้วยตัวเอง ได้พูดคุย ได้เปิดวิสัยทัศน์อีกด้านหนึ่ง ซึ่งแต่ก่อนเราไม่เคยได้มีโอกาสได้สัมผัสอย่างลึกซึ้ง ที่สำคัญได้มีโอกาสช่วยเหลือ ให้ความรู้ แนะนำ ว่าสินค้าแบบนี้ควรจะตั้งลงทุนการบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับราคาสินค้า ทำอย่างไรสินค้าถึงจะขายได้ บางรายเราต้องพัฒนาไปถึงขั้นตอน ได้เห็นวิวัฒนาการด้านการตลาดของผู้ประกอบการรายย่อยค่อยๆ ดีขึ้น โดยเรามีส่วนได้ผลเล็กน้อยรู้สึกภาคภูมิใจเหมือนกัน"

บริษัท คามารัต สตูดิโอ จำกัด ใช้วิธีการตลาดลูกค้ารายเล็กเหล่านี้ด้วยการลงพื้นที่ออกบูธแสดงสินค้าของ SMEs และสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ต่างๆ โดยออกเยี่ยมลูกค้ารายเก่าและไปทำความเข้าใจกับลูกค้ารายใหม่ที่ได้รับการแนะนำติดต่อกันมาปากต่อปาก พยายามลงพื้นที่ไปดูแหล่งผลิต ไปสัมผัสกับความเป็นรากหญ้ากับผู้ประกอบการโดยตรง ทำให้ได้รับทราบปัญหา ข้อจำกัด และได้ให้ข้อเสนอแนะเท่าที่สามารถจะทำได้ นอกจากนี้ ทางบริษัทยังวางแผนไว้ว่า ในอนาคตจะพยายามเชื่อมโยงเป็นตัวกลางระหว่างผู้ประกอบการ แนะนำผู้ผลิตให้รู้จักกับผู้ขายเพื่อขยายโอกาสทางการตลาดร่วมกัน เป็นการช่วยทำการตลาดให้ลูกค้าในทางอ้อมด้วย *

บริษัท คามารัต สตูดิโอ จำกัด

21/9-11 ซอยอนุสรณ์ 2

ถนนพลับพลาไชย แขวงวัดเทพศิรินทร์

เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ 10100

โทร. 0-2225-5056-9

แฟกซ์ 0-2621-6287, 0-2225-5060

www.kamarart.com

e-mail: kmrt@loxinfo.co.th

รอสเวลล์ ธุรกิจส่งออก เสื้อผ้าเด็ก

ธุรกิจเสื้อผ้าเด็กอ่อนรายนี้เติบโตจากกิจการเล็กๆ อาศัยแฟกซ์เครื่องเดียวเป็นเครื่องมือเริ่มต้นธุรกิจส่งออกกว่า 17 ปีที่ธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคงทั้งๆ ที่ไม่มีโรงงานเป็นของตัวเอง ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจของประเทศ เจ้าของธุรกิจส่วนใหญ่ต่างระส่ำระสายทั่วหน้า แต่ธุรกิจรายนี้กลับเดินหน้าส่งออกสวนกระแสวิกฤติ รับออเดอร์เสื้อผ้าแบรนด์เนมชื่อดังจากอเมริกา เจ้าของธุรกิจรายนี้มีติดอะไร...คำตอบที่ได้ก็คือ มีคาถาที่ว่าด้วยคุณธรรม นำตลาด ซึ่งกลายเป็นสูตรสำเร็จของธุรกิจ

ตำนานธุรกิจเริ่มต้นจากเครื่องโทรสาร

คุณรัชนีพร สกุลเลิศผาสุข กรรมการบริหาร ROSWELL LTD., PART เป็นธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าเด็กไปต่างประเทศ ลักษณะของกิจการคล้ายๆ ธุรกิจ เทรดดิ้ง เอเยนต์ ตัวแทนการค้า หรือ โบรกเกอร์ แล้วแต่จะเรียกกัน แต่หน้าที่หลักของธุรกิจรายนี้ก็คือเป็นตัวกลางการค้าระหว่างผู้ซื้อซึ่งอยู่ต่างประเทศ กับผู้ผลิตซึ่งอยู่ในเมืองไทย การกิจสำคัญคือการปกป้องผลประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ต้องแบกภาระการดูแลการผลิตทุกขั้นตอน ตรวจเช็คสินค้าอย่างละเอียดเพื่อให้ได้สินค้าคุณภาพตาม รวมทั้งร่วมมือแก้ไข ปัญหาของโรงงาน เพื่อผลักดันสินค้าจากผู้ผลิตในเมืองไทยไปถึงมือลูกค้าในต่างประเทศให้ทันตามกำหนดและถูกต้องเป๊ะที่ตกลงกันไว้ทั้งสองฝ่าย

จุดเริ่มต้นของธุรกิจรายนี้เกิดขึ้นเมื่อ 17 ปีที่แล้ว คุณรัชนีพรลาออกจากการทำงานเป็นลูกจ้างบริษัทเทรดดิ้งแห่งหนึ่ง ช่วงนั้นยังไม่ได้วางแผนทำธุรกิจ อาศัยเคยเกี่ยวข้องกับด้านส่งออกมานาน จึงพอรู้จักลูกค้าในต่างประเทศอยู่บ้าง ได้ตัดสินใจเขียนจดหมายไปหาลูกค้ารายหนึ่งในอเมริกา บรรยายข้อความแนะนำตัวในจดหมาย ใจความว่า ได้ออกมาเปิดกิจการเป็นของตัวเอง มีความจริงใจและมีความสามารถที่จะทำธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ ตบท้ายในจดหมายขอโอกาสให้พิจารณาทำธุรกิจด้วย จดหมายฉบับนั้นถูกส่งผ่านเครื่องแฟกซ์ไปยังอเมริกา เวลานั้นคอมพิวเตอร์ในเมืองไทยยังไม่ฮิตเหมือนขณะนี้ คำว่าอี-เมลล์ยังไม่มีใครรู้จักกันมากนัก



หลังจากนั้นไม่นานได้มีจดหมายตอบกลับมาผ่านเครื่องแฟกซ์เครื่องเดิม ในจดหมายแจ้งว่ายินดีให้โอกาสทำธุรกิจด้วย พร้อมกับเปิดจากส่งออเดอร์ทันที ไม่นานเชื่อเลยว่า จดหมายฉบับเดียวกับเครื่องแฟกซ์เครื่องเดียว ได้กลายเป็นตำนานการเริ่มต้นธุรกิจส่งออกของคุณรัชนีพร สกุลเลิศผาสุข ซึ่งต่อมาได้ขยายกิจการในนาม หจก. รอสเวลล์ (ROSWELL) ทำธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าเด็กเป็นสินค้าหลัก โดยมีอเมริกาเป็นลูกค้ารายสำคัญ

จับเสื้อผ้าเด็กอ่อนเป็นสินค้าหลัก

ธุรกิจส่งออก ROSWELL เติบโตขึ้นเรื่อยๆ ออเดอร์จากต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นพวกเสื้อผ้า มาระยะหลังออเดอร์เสื้อผ้าเน้นหนักไปทางเสื้อผ้าเด็กอ่อนเป็นหลัก สำหรับเสื้อผ้าเด็กอ่อนหมายถึง เด็กวัยแรกเกิดจนถึงเด็กอายุ 24 เดือน ไม่นานเชื่อว่าเด็กวัยขนาดนี้ใส่เสื้อผ้าที่มีดีไซน์และมีแฟชั่นไม่แพ้ผู้ใหญ่ แต่รูปแบบไม่หลากหลายเท่าผู้ใหญ่ สีสันทันและละสไคส์เสื้อผ้าเด็กอ่อนจะแตกต่างไปตามรสนิยมของคนในประเทศนั้น ถ้าเป็นแถบยุโรปเสื้อผ้าเด็กอ่อนมีดีไซน์เรียบง่าย ถ้ามีปีกบ้างก็ปักลายเล็กๆ แต่ถ้าเป็นเสื้อผ้าเด็กอ่อนของอเมริกา สีสันทันหลากหลาย มีการตกแต่งบนตัวเสื้อมาก ถ้ามีการปักก็จะปักตัวใหญ่ๆ หรือลายใหญ่ๆ

คุณรัชนีพร สกุลเลิศผาสุข ยอมรับว่าลูกค้าคล้อยไปกับเสื้อผ้าเด็กอ่อนมานาน จนกลายเป็นความชอบและสนุกกับงานดีไซน์เสื้อผ้าเด็กวัยนี้ ประสบการณ์ที่ทำธุรกิจด้านนี้มานาน สามารถมองออกทันทีว่า เสื้อผ้าเด็กจากโรงงานไหนทำส่งออกได้ โรงงานไหนต้องพัฒนาหรือปรับแก้แพตเทิร์น ค้นเคยกับโรงงานผลิตเสื้อผ้าเด็กอ่อนหลายโรงงาน การผลิตเสื้อผ้าเด็กอ่อนต้องมี



ดีไซน์ที่ดูน่ารักน่าเอ็นดู ดีไซน์ของเสื้อผ้าเด็กอ่อนส่วนใหญ่ ออกแบบเป็นชุดติดกันทั้งตัวเสื้อ กางเกง และถุงเท้า กล่าวคือ ทั้งชุดต้องเย็บติดกันเป็นชิ้นเดียว ตรงขากางเกงของชุดเด็กอ่อน ต้องออกแบบให้มีกระดุมเปิดปิดได้ เพื่อสะดวกในการถอด เปลี่ยนผ้าอ้อมสำเร็จรูป เสื้อผ้าเด็กอ่อนที่ขายในต่างประเทศนิยม ขายเป็นเซต มีทั้งหมวก ถุงเท้า ถุงมือ เสื้อ กางเกง จัดเป็นเซต แว่นขายยกชุด

“ปกติแฟชั่นเสื้อผ้าเด็กอ่อนแนวแฟชั่นออกไปทางเรียบง่าย ถ้ามีดีไซน์จะหนักไปทางด้านการตกแต่งในตัวเสื้อเสียมากกว่า เช่น การปัก การตัดปะบนตัวเสื้อเพื่อตกแต่งให้ดูน่ารัก รวมถึงการ ตกแต่งด้วยกระดุมเสื้อ แฟชั่นของเสื้อผ้าเด็กอ่อนยังหมายถึง เนื้อผ้า ลายผ้า สีล้น ทุกอย่างจะต้องกลมกลืนดูเข้ากัน เสื้อผ้า เด็กในตลาดยุโรปสีล้นไม่ฉูดฉาด ลายผ้าบางที่ใช้ผ้าพิมพ์ลาย เล็กๆอย่างเดียว หรือบางทีก็มีปักเล็กๆ ถ้าเป็นเสื้อผ้าเด็กอ่อนใน ตลาดอเมริกา มักจะมีสีล้น มีการตกแต่งในตัวเสื้อผ้ามากกว่าทาง แถบยุโรป”

ตลาดเมืองนอกสร้างจุดขายช้อยยกเซต

ถ้าเป็นเสื้อผ้าเด็กอ่อนที่มียี่ห้อหรือแบรนด์เนมที่มีชื่อเสียง มักจะดีไซน์เสื้อผ้าเป็นแบบเรียบๆ แต่มีแบรนด์เนมปักติดอยู่บน ออกเสื้อของเด็ก ทั้งนี้มีเป้าหมายเน้นจุดขายที่ยี่ห้อของเสื้อผ้าเสีย มากกว่า ดังนั้นแบบเสื้อต้องเรียบเพื่อให้แบรนด์เนมเด่น แต่ถ้า เป็นเสื้อผ้าเด็กอ่อนที่ไม่มีแบรนด์หรือชื่อยี่ห้อไม่โด่งดัง เสื้อผ้า ประเภทนี้จะมีดีไซน์มาก มีลูกเล่นมากเพื่อใช้เป็นจุดดึงดูดความสนใจ

ตลาดเสื้อผ้าเด็กอ่อนในต่างประเทศ มีการพัฒนารูปแบบ การตลาด ปัจจุบันมีการออกแบบ Gift Set ของเสื้อผ้าเด็กอ่อน โดยมี Package ใหม่ๆ จัดเป็นเซตวางขายตามห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้าสตรีททั่วไป ถ้าเป็นเมื่อก่อนนิยมใส่ไม้แขวนเสื้อขาย เป็นตัวๆไป แต่เดี๋ยวนี้ต้องใส่บรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ โดยเฉพาะบรรจุ- ภัณฑ์ประเภทจกสถานที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติ เป็นการแข่งขัน โดยการนำบรรจุภัณฑ์มาเป็นจุดขาย ปัจจุบันเสื้อผ้าเด็กในต่าง ประเทศมีการแข่งขันทางด้านตลาดสูงมาก

เวย์เคล็ดลึบ ต่างชาติดีใจ ค้าขายยาวนาน

ธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าเด็กอ่อนของคุณรัชนีพร แม้จะเป็น กิจการเล็กๆ แต่ชื่อเสียงของเธอเป็นที่ยอมรับในหมู่ลูกค้าชาว อเมริกัน เธอไม่ต้องวิ่งหาลูกค้าในต่างประเทศ แต่ลูกค้ากลับวิ่ง มาหาเธอเองตามคำแนะนำของลูกค้ารายเก่าที่แนะนำบอกปาก ต่อปากกันมา ชื่อเสียงที่โดดเด่นของคุณรัชนีพรที่ลูกค้าต่างชาติ พุดถึงก็คือ ใจใจได้ เชื่อถือได้ มีความรับผิดชอบสูง ทำธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ เหตุนี้จึงทำให้มีออเดอร์เสื้อผ้าเข้ามาอยู่ตลอด เคยได้ออเดอร์ลือตใหญ่จากแบรนด์เนมยี่ห้อดังของอเมริกาเมื่อ คราวเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ



ด้วยความเชื่อใจในระดับสูงที่ลูกค้าต่างชาติมีต่อคุณ รสรินทร์ ทำให้คุณรสรินทร์ได้รับการทาบทามให้ร่วมลงทุนตั้งโรงงานผลิตเสื้อผ้าห้อยดั่งขึ้นในเมืองไทย แต่เธอกลับปฏิเสธไปด้วยเหตุผลส่วนตัว คือ ต้องการอิสระในการบริหารและการจัดการธุรกิจด้วยตัวเอง ความไม่มั่นใจหลายประเด็นทำให้คุณรสรินทร์ไม่กล้ารับเงื่อนไขในการลงทุนร่วมกับต่างชาติ

คุณรสรินทร์กล่าวอย่างหนักแน่นว่า เรื่องเงินไม่ใช่สิ่งสำคัญ ตนเองไม่รู้อะไรจะขายกิจการให้ใหญ่โตไปทำไม เท่าที่เป็นอยู่ก็เพียงพอแล้ว ตลอดเวลาที่ทำธุรกิจเป็นเอเยนต์ส่งออกเสื้อผ้าเด็ก ตนเองได้ติดต่อกับโรงงานเสื้อผ้าหลายแห่ง มักจะได้ยินและได้เห็นถึงความเหนียวยากของเจ้าของโรงงานแต่ละแห่ง ได้รับรู้ถึงความกดดันต่างๆ ที่เจ้าของโรงงานได้รับ สิ่งให้เห็นมาตลอดทำให้ไม่เคยมีความคิดที่จะตั้งโรงงานเป็นของตัวเอง

คุณธรรมคือกุญแจสู่ความสำเร็จ

คำถามสุดท้ายหลุดออกไปทันทีที่มีโอกาส คุณมีติดอะไร? ทำไมจึงทำธุรกิจเสื้อผ้าได้อย่างมั่นคงยาวนาน ทั้งๆ ที่ไม่มีโรงงานเป็นของตัวเอง

“คนเราค้าขายกันมันต้องมีคุณธรรม งานของเราต้องเกี่ยวข้องกับโรงงาน โรงงานเป็นผู้ผลิต ความเสียหายทุกอย่างที่เกิดขึ้นเราจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบเต็มๆ ถ้าเรามีคุณธรรม เราต้องคิดแล้วว่า ลูกค้าที่เราจะพามาพบเขาจะต้องปลอดภัยสำหรับเขา ส่วนลูกค้าที่อยู่ต่างประเทศ เราก็ต้องปกป้องผลประโยชน์ให้เขา เหมือนกับที่เราทำงานอยู่บนเรือลำเดียวกัน ต้องให้ทุกฝ่ายปลอดภัย ต้องทำงานด้วยความจริงใจเพื่อพาทุกฝ่ายให้รอดถึงฝั่งพร้อมกัน การค้าขายไม่ใช่มองแค่เรื่องกำไร เราไม่ได้มองว่าจะต้องทำกำไรให้ได้มากๆ บางครั้งชื่อเสียงหรือความไว้วางใจก็สำคัญกว่า พูดตรงๆ เราไม่ใช่คนโลภมาก ไม่ใช่คนที่อยากจะรวยสั้นๆ และไม่อยากเป็นอะไรที่ยิ่งใหญ่ ถ้าเรามีบุญไม่สูงคงไปไกลกว่านี้เยอะ”

นี่คือคำตอบที่ชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จของธุรกิจที่เธอคุณธรรมเป็นตัวตั้ง แล้วเธอตลาดเป็นตัวแทน ผลที่ได้รับจึงกลับกัน คือ ได้กำลังตลาดมากขึ้นตามกำลังของคุณธรรมที่หยิบยื่นให้กับลูกค้า นับว่าเป็นทฤษฎีใหม่ของการค้า คือ เธอคุณธรรมเป็นตัวตั้ง แล้วเธอตลาดเป็นตัวแทน ใครที่ทำธุรกิจมานานแล้วยังไม่เจริญรุ่งเรือง ลองถามตัวแทนตัวเองว่า ท่านมีคุณธรรมแล้วหรือยัง? *

ROSWELL LTD., PART

627/84 ถนนสาธุประดิษฐ์ 49 เขตยานนาวา

กรุงเทพฯ 10120

โทร. 08-1833-4098

จับหมุยอใส่กระบอกไม้ไผ่ เปลี่ยนโฉมอึ้งธรรมชาติ จนกลายเป็นของดีเมืองเลย



หมุยอรายนี้เกิดได้ไม่ถึงปีกลายเป็นของดีประจำจังหวัดได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว ด้วยรูปโฉมแปลกใหม่ที่ดึงดูดธรรมชาติอย่างกระบอกไม้ไผ่มาสร้างจุดเด่นให้กับสินค้า ห้างเล็กห้างใหญ่ร้านรับสั่งออร์เดอร์ล้นหลาม จังหวัดใกล้เคียงรอคิวสั่งออร์เดอร์เอาไปขายต่อมากมาย จากหมุยอรายเล็กๆ ในถิ่นกันดารของ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดเลย กำลังจะพลิกบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจ กลายเป็นแหล่งผลิตหมุยอกระบอกไม้ไผ่รายใหญ่ที่น่าจับตามอง

คุณสุชาดา สิงห์สถิต เจ้าของโอเดียนำกระบอกไม้ไผ่มาใส่หมุยอเปิดเผยว่า หลังจากทำงานที่กรุงเทพฯ มาได้ระยะหนึ่งจึงอยากกลับไปพัฒนาบ้านเกิดของตัวเอง เนื่องจากตนเองมีโอกาสดูงานไปทั่วประเทศ สังเกตเห็นว่าคนอีสานส่วนใหญ่นิยมซื้อผ้ากับหมุยอไปเป็นของฝากเพื่อนฝูงและผู้ใหญ่ ด้วยความที่ตนเองชอบกินหมุยอ จึงคิดจะลงทุนผลิตหมุยอขาย จึงจ้างคนมาสอนวิธีทำหมุยออยู่ 2 เดือน ขณะเรียนวิธีทำหมุยอด้วยใบตอง ขับพลังใจเดียวได้บรรเจิดขึ้นว่า ถ้าหากตนทำหมุยอห่อด้วยใบตองก็จะสู้หมุยอที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วหลายเจ้าในแถบอีสาน อย่างจังหวัดอุบลราชธานี หนองคาย นครพนม ขอนแก่น ไม่ได้

คุณสุชาดามองทะลุมิติการขายและการแข่งขันทางการตลาด จึงมองเห็นว่าถ้าห่อด้วยใบตองคงสู้ไม่ได้ จึงคิดจะสู้ด้วยรสชาติที่ติดปากและบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่กว่า เมื่อมองไปรอบตัวก็เห็นต้นไม้ไผ่ซึ่งเป็นวัสดุที่มีมากในท้องถิ่น จึงคิดจะนำเอาหมุยอใส่กระบอกไม้ไผ่ห่อด้วยข้าวเหนียวห่อ โอเดียนดังกล่าวก่ดักค้ำและไม่เห็นด้วยจากคนรอบข้าง แต่เธอมุ่งมั่นต้องทำให้ได้ จึงเอาไม้ไผ่มาลองใส่หมุยอซึ่งเธอยอมรับว่าเจออุปสรรคไม่ลงตัวมากมาย สุดท้ายตัดสินใจเอาไม้ไผ่มาตัดหัวตัดท้าย เอาหมุยอใส่แล้วใช้ฟอยล์ปิดหัวท้าย นำดอกไม้ไผ่มามัดท้าย นำไปนึ่ง ในที่สุดก็ได้หมุยอรูปโฉมใหม่อยู่ในกระบอกไม้ไผ่ ออกมาขายตลาดหมุยอได้อย่างละห้วนสะเทือนไปหลายจังหวัดทีเดียว

“ไม่อยากจะพูดว่าอร่อยกว่าของใคร แต่ขอพูดว่าอร่อยโดนปากของคนรับประทานดีกว่า นอกจากความแปลกแล้ว กระบอกไม้ไผ่ยังช่วยให้เนื้อหมุยอมีความหวานและหอมที่แตกต่างออกไป



ดีถือว่าเป็นความอร่อยที่แปลกแก่คนไทยชอบ เราเปิดตัวครั้งแรกที่จังหวัดของเราเอง อยากให้คนในจังหวัดของเราจะรู้สึกอย่างไรกับสินค้าแบบนี้ เราเปิดตัวครั้งแรกในงานประจำปีจังหวัด คือ งานดอกฝ้ายบาน มะขามหวานเมืองเลย ปรากฏว่ายอดขายดีมาก ยอดขายวันแรกสูงถึง 20,000 บาท เราไม่คิดว่าเราจะขายได้ไม่คิดว่าคนในจังหวัดจะมีกำลังซื้อได้มากขนาดนั้น ที่เราขายได้มากน่าจะเป็นเพราะรสชาติ และความแปลกใหม่ของบรรจุภัณฑ์ แต่จะซื้อเพราะรสชาติหรือซื้อเพราะบรรจุภัณฑ์แปลกใหม่ ตรงนี้ยังวัดไม่ได้ แต่ที่เราประสบความสำเร็จได้เพราะเรามีความมุ่งมั่นในการทำอย่างจริงจัง”

เคล็ดลับการผลิตหมุยอให้อร่อย

“การผลิตเริ่มที่การหาวะบอกร บ้านเราได้เปรียบตรงที่ อยู่ในแหล่งผลิตกระบอกไม้ไผ่ อำเภอลำทะเมนชัยเป็นแหล่งไม้ไผ่ที่สมบูรณ์มาก ไม่ได้หมายความว่าเราตัดมาอย่างเดียว เราวิธีตัดไม้ไผ่ไม่ให้มันตาย เราปลุกไม้ไผ่ทดแทน ตอนนี้นำปลุกประมาณ

2,000 ตันแล้ว ขนาดของกระบอกที่เราใช้ประมาณ 2 ปีก็จะนำมาใช้ได้แล้ว ไม่ที่เราปลุกบาง ไม่หนา ปลุกง่าย ขั้นตอนการผลิตไม่มาก ต้องตัดไม้มาล้าง ปิดกัน เช้าต้องเริ่มต้เนื้อหมู กรอกลงในกระบอก เนื่องจากเราไม่สามารถควบคุมให้กระบอกไม้ไผ่ใหญ่หรือเล็กเท่ากันได้ เพราะขนาดเป็นไปตามธรรมชาติ เราใช้วิธีซึ่งก่อนเทใส่กระบอก กระบอกใหญ่ 300 กรัม กระบอกเล็ก 150 กรัม กรอกลงไปใส่กระบอกแล้วใช้ฟอยล์ปิดแทนฝา จากนั้นมัดให้แน่นด้วยไม้ดกแล้วนำไปนึ่ง เราเพิ่มความหอมโดยใช้ใบเตยแปะลงไปทีเนื้อหมูยกก่อนที่จะปิดฝากับฟอยล์

“สำหรับสูตรหมวยเป็นสูตรเหมือนหมวยทั่วไป มีส่วนผสมของเนื้อหมู พริกไทยดำ เกลือ น้ำตาล เราไม่ใส่ผงชูรส เนื้อหมูที่เราใช้เป็นเนื้อหมูตรงสะโพก ส่วนอื่นไม่ใช่เลย เราใช้วัตถุดิบที่เป็นสูตรของเราเอง เกลือที่ใช้ผสมเราจะมียวิธีทำเกลือ ไม่ใช่ซื้อมาแล้วนำมาใช้ได้เลย เรามีวิธีทำเกลือที่เป็นสูตรของคนโบราณ ทำให้เกลือเค็มน้อยลง หมวยของเราจึงเนื้อนุ่มกว่าหมวยร่อยกว่า”

ขยายตลาดขึ้นห้างน่ายได้สู่ชุมชน

“หัวใจสำคัญในการทำหมวยคือทำอย่างไรถึงจะไม่เสียตอนแรกเราไม่เข้าใจเรื่องการแปรรูปเนื้อสัตว์ว่าจะอะไรเป็นหัวใจสำคัญ ตอนนี้เราเข้าใจแล้ว เพราะมีผู้เชี่ยวชาญมาเสริมความรู้ด้านวิชาการและเครื่องมือต่างๆ การแปรรูปเนื้อสัตว์ต้องอาศัยความเย็น อากาศ และห้องผลิตต้องเป็นห้องเย็น แต่สถานที่ผลิตของเราเป็นสังกะสี ตีหมวยตอนเที่ยง ยังไม่ทัน 5 นาฬิกาเป็นน้ำหมดหัวใจการผลิตอยู่ที่ความเย็น ความสดของเนื้อ เราทำสินค้าเข้าระบบ Frozen และทดลองเก็บสินค้าซึ่งสามารถเก็บได้ 3 เดือน ถ้าเข้าใจหลักการถนอมอาหารแล้ว จะเก็บไว้ได้นาน ตอนนี้นำซื้อตู้เย็นมา 6 ตู้แล้ว ยังมีคำสั่งซื้ออีก เราต้องผ่อนตู้แช่มา

“กำลังการผลิตตอนนี้ 1,500 กระบอกต่อวัน ตอนนี้มีกลุ่มแม่บ้านช่วยกันผลิตอยู่ประมาณ 30 คน ช่วงเริ่มต้นมีคนทำกันอยู่แค่ 7-8 คน ตอนนี้มีคนเริ่มทยอยเข้ามาเป็นสมาชิกในกลุ่มกันมากขึ้น ใช้ชื่อกลุ่มเกษตรกรแปรรูปเนื้อสัตว์ อบต.หนองคัน ต่อไปจะต้องยกระดับการผลิตแปรรูปหมวยเป็นหมวยโรต และหมวย





ห่อสาหร่าย ออกมาดีมากเลย จิ้มกับน้ำจิ้มบ๊วย อร่อยมาก นั่นคือเป้าหมายที่กำลังจะทำ ต้องแปรรูปของเราต่อไปเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้ได้ เราเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่สามารถทำรายได้เข้าสู่ชุมชนได้

“เราเป็นกลุ่มผู้ผลิตรายเดียวที่สามารถนำสินค้าของอำเภอเราออกไปขายในกรุงเทพฯ แม้แต่จังหวัดขอนแก่นเป็นเมืองหมุยอกก็ส่งหมุยอกของเราไปขายสัปดาห์ละประมาณ 2,000 กระบอกละ เดือนหนึ่งเราส่งชื่อฟอยล์มาใช้ในการผลิตเป็นจำนวนมากกว่าที่ซูเปอร์มาร์เก็ตในจังหวัดเลยส่งมาจำหน่ายเสียอีก เราเป็นผู้ผลิตรายเล็ก แต่เราส่งชื่อหมูเป็นรายใหญ่ของจังหวัดเลย ตอนนี้เขียงหมูในจังหวัดเลยวิ่งหาเรา เมื่อก่อนเราต้องรวบรวมเงินให้ได้แล้ววิ่งไปซื้อหมู เดี๋ยวนี้ร้านจระเข้มาส่งให้ เราใช้หมูเดือนหนึ่งประมาณ 140,000 บาท เท่ากับที่ห้างลาซาย่อส่งมาขายในห้าง ขอมรับว่ากำไรยังไม่เกิดขึ้น จุดคุ้มทุนตอนนี้ยังไม่ถึง ตอนนี้เรามีการลงทุนอย่างต่อเนื่อง จนกว่าต้นทุนคงที่จะ



หมดภาระ เราถึงจะสามารถสร้างกำไรได้ จำเป็นต้องเอาส่วนรายได้ไปผ่อนเป็นดอกเบี้ยก่อน เราเจอตัววัตถุดิบที่สูง เพราะต้องเสียค่าขนส่งสูง ค่าครองชีพของจังหวัดเลยต่ำ แต่ค่าสินค้าจะสูง”

กุ่มบหาคาล ขยายบ้านเป็นโรงงาน

ปัจจุบัน หมุยอกกระบอกไม้ไผ่ของคุณสุชาดา สิงห์สถิต ใช้ตราสัญลักษณ์ว่า ‘ตราภูหลวง’ มีสโลแกนประจำหมุยอกว่า หมอกลิ้นไม้ ใจใสคุณภาพ มีวางขายที่ห้างเดอะมอลล์ สยาม พารากอน เลมอนฟาร์ม ฯลฯ ออกงานที่เมืองทองธานีในงาน OTOP City 5 วันแรกทำยอดขายถล่มทลาย 150,000 บาท กิจการเริ่มขยายตัว เดิมใช้บ้านเป็นโรงงาน ขณะนี้ทุ่มทุน 500,000 บาท สร้างโรงงานผลิตหมุยอกอย่างจริงจัง และเริ่มทยอยนำเครื่องจักรเข้าใช้ในการผลิต มีแนวโน้มจะผลิตเนื้อหมูแปรรูปแบบใหม่ๆ ออกมาป้อนตลาดอีกหลายตัว แบบไส้ไว้เล็กน้อยว่าจะผลิตลูกชิ้น ให้เด็กที่ไม่ชอบกินผักให้หันมากินลูกชิ้นผักนี้ได้ นอกจากนี้ยังวางแผนขยายการผลิตเพื่อการส่งออกต่อไป

ใครจะคาดคิดว่าธุรกิจที่เกิดขึ้นท่ามกลางชุมชนที่อยู่ห่างไกลออกไป จะกลายเป็นธุรกิจที่เข้มแข็งได้และเติบโตอย่างรวดเร็วส่อแววรุ่งโรจน์ได้ในอนาคต ถือว่าเป็นตัวอย่างของการพัฒนาบ้านเกิด และการนำเศรษฐกิจมาสู่ระดับชุมชนได้อย่างน่ายกย่อง ชื่อ สุชาดา สิงห์สถิต จึงเป็นสตรีที่นำความรู้ความสามารถของตนกลับสู่บ้านเกิดด้วยวิคิดใหม่ทำใหม่อย่างมีพลัง *

สุชาดา สิงห์สถิต

หมุยอกกระบอกไม้ไผ่

เลขที่ 1 หมู่ 9 บ้านศรีภูหลวง

ตำบลหนองคัน อำเภอกุหลาบ จังหวัดเลย 42230

โทร: 08-1926-9331, 0-4287-9296

อี-เมลล์ : toomer007@hotmail.com

อัดสมุนไพรใส่ไส้ แปรงสัญชาติไส้อั่วเมืองเหนือ เป็นไส้อั่วเมืองนนท์



ผู้ผลิตไส้อั่วรายนี้ อดสรรพคุณไส้อั่วสุขภาพ สร้างจุดขายให้กับผลิตภัณฑ์ของตน โดยจับสมุนไพรในครัวใส่ในไส้อั่วให้มากขึ้นกว่าปกติ ดึงสมุนไพรมาเป็นตัวชูโรงเรื่องสุขภาพ เพื่อสร้างยอดขายและสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ไส้อั่ว ภายใต้ตราชื่อ 'ไส้อั่วสวนนนท์'

จับไส้อั่วใส่ถุงติดตราชื่อ

คุณสุวิ ภูมิไกร ผู้เป็นแกนนำในการรวมพลังสตรีชาวบางเลน จังหวัดนนทบุรี ให้ร่วมมือกันผลิตไส้อั่วเพื่อหารายได้พิเศษ ได้สูตรภาคเหนือเพราะเคยอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่มาก่อน ภายหลังย้ายภูมิลำเนามาอยู่จังหวัดนนทบุรี ได้หอบความรู้และประสบการณ์การทำไส้อั่วของภาคเหนือมาถ่ายทอดให้แม่บ้านตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ได้ทำขายเป็นอาชีพ เริ่มต้นด้วยการทำด้วยใจ ใส่เคล็ดลับความอร่อย จากนั้นพัฒนาการผลิตให้ทันสมัยขึ้นตาม ไส้อั่วสูตรทางเหนือจึงกลายสัญชาติเป็นไส้อั่วเมืองนนท์ สุดท้ายจึงสร้างตราชื่อให้กับไส้อั่วเป็นของตนเอง ภายใต้แบรนด์ชื่อว่า 'ไส้อั่วสวนนนท์'

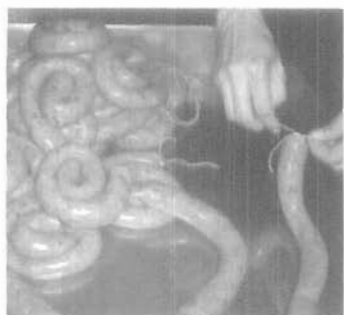
จุดเด่นของ 'ไส้อั่วสวนนนท์' อยู่ที่ไส้โต รสเข้ม เน้นสมุนไพรเยอะ ทำจากเนื้อสัตว์ (เนื้อหมู เนื้อปลา) ที่ใหม่และสด ผสมกับพริกแกงรสเค็ม คลุกเคล้ากับเครื่องปรุงรสสูตรเฉพาะของชาวบางเลน จากนั้นกรอกอยู่ในไส้หมู ลักษณะจะเป็นเส้นๆ คล้ายกันกับไส้กรอกทั่วไป แต่มุ่งเน้นในเรื่องของความสด ใหม่ และจะมีเอกลักษณ์ในด้านรสชาติเป็นของคนภาคกลางซึ่งปรับปรุงมาจากอาหารภาคเหนือ สามารถรับประทานเป็นอาหารหลัก อาหารว่าง โดยการย่างหรือทอดรับประทานกับเครื่องเคียง คือ ผักสด (ขิง, แดงกวา, กะหล่ำปลี) และอาหารประกอบเป็นชุด

แคปหมู น้ำพริกหนุ่ม ข้าวเหนียว และยังจัดวางในงานเลี้ยงต่างๆ คู่กับอาหารคาวของภาคต่างๆ

คุณสุวิกกล่าวว่า ไส้อั่วปลาก็เป็นสินค้าที่ขายดีที่สุด เพราะผู้บริโภคปัจจุบันจะรักสุขภาพ และไม่ยอมอ้วน และหากเปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้ว ผลิตภัณฑ์ไส้อั่วสวนนนท์ คือคุณค่าความใหม่ สด และการบริการ การขาย ความแตกต่างด้านราคาไม่มี เพราะการตั้งราคาของกลุ่มจะตั้งตามราคาตลาดทั่วไป การจัดหาวัตถุดิบ หรือแรงงานหาง่าย และการขนส่งสะดวก

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไส้อั่วสวนนนท์ มีขนาดบรรจุตั้งแต่ 1 ซีด ถึง 1 กิโลกรัม ราคาขายปลีก-ส่ง จะอยู่ราคา 250 บาท และอาจมีเกณฑ์ปรับเป็น 300 บาทในอนาคตให้กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอันดับแรก ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าจังหวัดนนทบุรีและปริมณฑล ตลอดจนกลุ่มสนใจในคุณค่าทางโภชนาการและรักสุขภาพ ที่ผ่านมามีไส้อั่วสวนนนท์มียอดจำหน่ายสูงถึง 2,000,000 บาท และเชื่อว่าความต้องการจะเพิ่มอีก 50 เปอร์เซ็นต์

คุณสุวิกได้มองวิสัยทัศน์ในการตลาดไว้ทั้งระยะสั้นด้วยการสร้างกำไรขั้นต้น 50 เปอร์เซ็นต์ หรือกำไรสุทธิ 30 เปอร์เซ็นต์ และมุ่งให้ลูกค้ารับรู้ตราสินค้าและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค ส่วนระยะกลางจะต้องครองส่วนแบ่งตลาดด้านอาหารให้ได้มากกว่า 1 เปอร์เซ็นต์ พร้อมกับกระจายสินค้าเพิ่มให้ครอบคลุมกรุงเทพฯ และปริมณฑล เพิ่มการออกร้านในห้างสรรพสินค้า และขยายการออกร้านไปยังร้านอาหาร ส่วนราชการ เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และสำหรับแผนระยะยาวจะเน้นในการพัฒนาประสิทธิภาพทางการผลิต เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไร และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค



พลิกคุณค่าวัตถุดิบใกล้ตัว

สโลแกน “อาหารปลอดภัยได้คุณค่าเพื่อคนที่คุณรัก” ผลักดันให้เกิดผลิตภัณฑ์ไม่เพียงแต่สร้างสรรคความอร่อยและกำไรที่แน่นอน ผู้ประกอบการก็ทุกคนต้องการแต่ยังหวังคุณประโยชน์ที่เป็นเนื้อแท้ของการเป็นกลุ่มด้วยซึ่งมูลค่าโครงการต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นเกิดการจ้างงานในชุมชน ลดปัญหาการไปทำงานต่างพื้นที่ และการว่างงานในชุมชนโดยในการผลิตไส้ว้แต่ละครั้ง จะต้องใช้แรงงาน 4-8 คน และการออกจำหน่ายสินค้าแต่ละจุด จุดละอย่างน้อย 1-2 คน ตลอดจนวัตถุดิบใช้ทรัพยากรในประเทศทั้งหมดจากท้องถิ่น (เกษตรกร) ข้าว ตะไคร้ ใบมะกรูด ขมิ้น เป็นต้น



เพยสูตรเด็ดเคล็ดลับการผลิต

วัตถุดิบในการทำไส้ว้ 200 กิโลกรัม ประกอบด้วย เนื้อหมูบด 200 กิโลกรัม น้ำพริกแกงผสมตามสูตร 20 กิโลกรัม และน้ำปรุงรสผสมตามสูตร 4 กิโลกรัม

วิธีการผลิตเริ่มจากแบ่งส่วนผสมทุกอย่างออกเป็น 4 ส่วนเท่า ๆ กัน แล้วนำเนื้อหมูแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ส่วนละ 50 กิโลกรัม นำเนื้อหมูส่วนที่ 1 (50 กิโลกรัม) มาหั่นและบด ส่วนที่ 2, 3, 4 ใส่ตู้ทำความเย็น เมื่อบดส่วนที่ 1 เสร็จนำเข้าตู้เย็นเหมือนเดิม และนำส่วนที่ 2, 3, 4 มาบดจนถึงส่วนที่ 4 เมื่อนำเนื้อหมูทั้ง 4 ส่วนมาบดแล้ว ให้นำเนื้อหมูส่วนที่ 1 พร้อมส่วนผสมต่างๆ ออกมาอย่างละ 1 ส่วน แล้วมาใส่เครื่องตีผสมอาหาร เมื่อตีได้ทีแล้วให้ใส่กากขุ่นและนำไปใส่ตู้ทำความเย็น และนำส่วนที่ 2, 3, 4 มาดำเนินการเหมือนส่วนที่ 1 จนครบ 4 ส่วน

จากนั้นถึงขั้นตอนสำคัญ นำส่วนผสมส่วนที่ 1 มากรอกใส่ไส้หมูที่เตรียมไว้ แล้วมัดหัวท้ายให้เรียบร้อยแล้วนำไปนึ่งในน้ำเดือด 15 นาที ขณะที่นึ่งส่วนที่ 1 อยู่ ให้นำส่วนที่ 2 มากรอกและนึ่ง ตามลำดับ จนถึงส่วนที่ 4 จากนั้นนำส่วนที่หนึ่งเสร็จแล้วนำไปอบให้เหลืองพอดี ทั้งให้เย็น ทำจนครบส่วนที่ 4 แล้วค่อยนำส่วนที่อบเหลืองและผึ่งเย็นแล้วมาบรรจุด้วยระบบสุญญากาศ และนำเข้าตู้แช่แข็งเพื่อรอจำหน่าย

กะทะปัญหาการผลิตไส้ว้

ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหารนั้น ปัญหาสำคัญอยู่ที่อายุของผลิตภัณฑ์อยู่ได้ไม่นาน “ไส้ว้สวนนันท” สามารถเก็บได้เพียง 3 วันเท่านั้น ตลอดจนราคาวัตถุดิบสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยภายนอก อย่างเช่น คู่แข่งมีจำนวนมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงระเบียบข้อบังคับของกฎหมาย ทำให้การผลิตต้องระมัดระวังขึ้น ปัจจุบันตราสินค้าเริ่มเป็นที่รู้จัก แต่ยังไม่แพร่หลายมากนัก การตลาดจึงต้องจัดกลยุทธ์ต่างๆ มาใช้เพื่อเพิ่มยอดขาย ขยายยอดซื้อให้มากขึ้น กลยุทธ์ที่นำมาใช้ในขณะนี้เป็นการสร้างตราสินค้าให้จดจำได้มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตไส้ว้รายนี้ได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการจนกลายเป็นกลุ่มผู้ผลิตเล็กๆ แต่มีบรรพบุรุษที่ไส้ว้ที่ทันสมัยรายหนึ่ง มีเครื่องบรรจุไส้ว้ด้วยระบบสุญญากาศ มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อมุ่งให้ลูกค้าจดจำตราขายี่ห้อของผลิตภัณฑ์มากขึ้น เป็นกลยุทธ์ที่ต้องใช้ควบคู่ไปกับบรรพบุรุษไส้ว้ที่เข้มข้นตามสัญชาติไส้ว้ภาคกลาง *

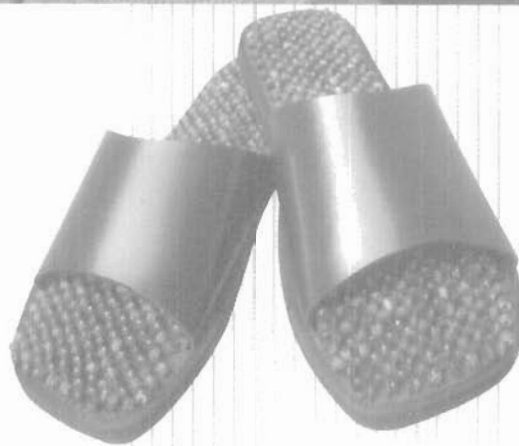
ไส้ว้สวนนันท

92/41 หมู่ 8 ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่

จังหวัดนนทบุรี 11140

โทร. 0-2921-5160, 0-2921-6257, 08-1869-4780

รองเท้านวดฝ่าเท้า สร้างปรากฏการณ์ใหม่ ใช้วัสดุจากกะลา



14 ปีแห่งความหลัง บนเส้นทางกะลามะพร้าว

คุณบุญธรรม มโนเพชร ประธานกลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว บ้านป่าดงเบขาร์ อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา คุณคลีอยู่ในวงการธุรกิจจากกะลามะพร้าวมานานกว่า 14 ปี โดยช่วงเริ่มต้น ยุคแรกๆ สมัย 14 ปีก่อนนั้น ได้นำกะลามาทาเครื่องประดับประเภทที่ติดผม ต่างหู สร้อยคอ และเข็มขัด ยอมรับว่าช่วงนั้นถูกคนรอบข้างพูดจาเสียดสีว่าไม่มีอะไรทำกินแล้วหรือไปถึงเอากะลาขทานมาขาย ด้วยความอดทนและมุ่งมั่น เธอยังคงยึดกะลาเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตเครื่องประดับออกมาขายอย่างไม่ทอดทิ้ง เนื่องจากเป็นของแปลกใหม่จึงทำให้เครื่องประดับกะลาขายเลิ่งปากท้องได้ ต่อมาเมื่อพ่อค้ามาสั่งออเดอร์ผลิตกะลาเป็นเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ผลิตภัณฑ์จากกะลาของคุณบุญธรรมจึงแจ้งเกิดอีกครั้ง และได้ขยายการผลิตโดยกระจายงานให้แม่บ้านในแถบป่าดงเบขาร์ผลิตป้อนส่งลูกค้า จนทำให้ธุรกิจกะลามะพร้าวแตกหน่อขยายตัวไปหลายกลุ่ม รูปแบบผลิตภัณฑ์จากกะลาเปลี่ยนโฉมจากเครื่องประดับเป็นภาชนะเครื่องใช้ในครัว โดยยกกรณีกะลาเป็นถ้วยน้ำชาจากแพ ซ้อน ท็อป มีดตัดเนย จาน ชาม เป็นต้น โดยเน้นการคืนสู่ความเป็นธรรมชาติแท้ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ

สร้างผลิตภัณฑ์หน้าใหม่ ทำกะลาเป็นรองเท้านวดได้

ต่อมาภาวะการแข่งขันของผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวเริ่มมีมากขึ้น คุณบุญธรรม มโนเพชร จึงพลิกรูปแบบผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวมาเป็น รองเท้ากะลานวดฝ่าเท้า จะด้วยความบังเอิญ หรือด้วยความโชคดี หรือเป็นเพราะสินค้ามีคุณภาพได้ผลจริง หรือเป็นเพราะการผลิตสินค้าตอบสนองความต้องการแฝงที่มีอยู่ในตลาดได้พอดีพอดี จะด้วยเหตุผลใดก็ตาม ถือว่าเป็นปรากฏการณ์ใหม่ของวงการแปรรูปกะลามะพร้าว นั่นคือผลิตภัณฑ์หน้าใหม่ที่เรียกตัวเองว่า 'รองเท้ากะลานวดฝ่าเท้า' กลายเป็นผลิตภัณฑ์ขายดี มีออเดอร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ยอดออเดอร์เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ด้วยคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้ผลจริงซึ่งลูกค้าพอใจ

รองเท้ากะลานวดฝ่าเท้าเพิ่งเปิดตัวออกขายได้ปีกว่าๆ โดยเริ่มผลิตเมื่อปลายปี 2547 เดิมทำกะลาเหยียบเพื่อนวดเท้าขาย ต่อมายอดขายลดลงเพราะคนไม่ค่อยมีเวลาว่างในการเหยียบ จากข้อมูลตรงนี้จึงนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน โดยได้รับการแนะนำจากเจ้าหน้าที่ออกแบบของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ให้พัฒนาจากกะลาเหยียบมาเป็นรองเท้าเลยดีกว่า โดยนำแบบรองเท้าจากอิตาลีมาเป็นต้นแบบเพื่อทำหุ่นรองเท้า จากนั้นนำลูกบิดกะลามะพร้าวมาร้อยติดกับพื้นรองเท้าซึ่งทำด้วยโฟมอย่างดี โดยแผ่นหน้ารองเท้าทำด้วยหนัง PVCเกรด A สีน้ำตาล ดูคล้ายหนังจริง

เจาะเม็ดกะลาเยลลี่ วางตำแหน่งตรงเส้นประสาท

ความยากของการผลิตรองเท้าอยู่ที่การเจาะเม็ดกะลาให้เป็นเม็ดกลมรี มีรูตรงกลางเหมือนลูกบิด และการเรียงเม็ดกะลาให้ได้ตำแหน่งตรงจุดสำคัญของฝ่าเท้า ซึ่งคุณบุญธรรม มโนเพชร จะต้องศึกษาค้นหาตำแหน่งสำคัญของเส้นประสาทที่ฝ่าเท้า สันเท้า และนิ้วเท้า หากเรียงเม็ดกะลามิได้ตำแหน่งเส้นประสาท จะต้องรื้อทำใหม่ทั้งหมด การผลิตรองเท้ากะลามัดฝ่าเท้าเป็นงานที่ต้องใช้มือทำทั้งหมด ไม่ได้ใช้เครื่องจักรในการผลิต เพราะฉะนั้นงานผลิตรองเท้าแต่ละคู่จึงต้องใช้เวลามาก

ในการผลิตเม็ดกะลาเพื่อทำพื้นสำหรับมัดฝ่าเท้า จะต้องเลือกกะลาในส่วนที่หนาที่สุดเพื่อให้แข็งแรงและทนทาน และร่อนน้ำหนักของคนที่เดินได้ ขั้นตอนการผลิตหลักๆ มี 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) เจาะกะลามาคัดเป็นมันเงา 2) เจาะรูตรงกลางคล้ายลูกบิดสำหรับร้อยด้วยเอ็น 3) ตัดโฟมและหนัง PVC เย็บขึ้นรูปเป็นรองเท้าแตะ 4) นำลูกบิดกะลามาร้อยด้วยเอ็นเย็บติดกับพื้นแล้วเย็บติดกาวกับพื้นรองเท้า

“ทุกขั้นตอนใช้มือทำทั้งหมด ส่วนที่ยากที่สุดอยู่ที่การทำเม็ดกะลาให้เป็นลูกบิด กว่าจะได้ 1 เม็ด คือ ต้องทุบและขัดกะลาให้เรียบ จากนั้นเจาะทั้งหน้า-หลังเพื่อให้เป็นรูตรงกลาง นำไปขัดอีกรอบเพื่อให้เรียบจะได้ไม่บาด ในการร้อยเม็ดกะลาเราร้อยเรียงเป็นแถวให้เต็มพื้นรองเท้า โดยใช้เอ็นเพียงให้แข็งแรงและทน การใช้เม็ดกะลาวางร้อย เราต้องดูตำแหน่งไม่ตรงกับเส้นประสาทบนฝ่าเท้าด้วย เพราะฉะนั้น รองเท้ามัดฝ่าเท้าที่เราผลิตขึ้นมานี้สามารถใส่จนเท้าได้ผลจริง เราพยายามพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เรานำไปผ่านการทดสอบคุณภาพมาแล้ว” คุณบุญธรรม มโนเพชร กล่าวอธิบาย



รองเท้ากะลาอิตาลีและญี่ปุ่นอาวะรับ ตลาดอิตาลีและญี่ปุ่นอาวะรับ

รองเท้ากะลามัดฝ่าเท้าของคุณบุญธรรม มโนเพชร ได้จดสิทธิบัตรไว้เรียบร้อยแล้วที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา คุณบุญธรรมยืนยันว่ารองเท้ากะลามัดฝ่าเท้าของเธอใส่แล้วได้ผลจริง เพราะได้รับการยืนยันจากลูกค้าว่าช่วยเรื่องสุขภาพได้ และลูกค้าเก่ามักกลับมาซื้อเพิ่มอีกเพื่อนำไปฝากญาติพี่น้องและเพื่อนฝูง สิ่งพิสูจน์การยอมรับจากตลาดอีกทางหนึ่ง คือ รองเท้ากะลาของคุณบุญธรรมสามารถส่งไปขายต่างประเทศได้ โดยมีบริษัทส่งออกสิ่งออร์เดอร์รองเท้าจากกะลารายนี้เพื่อส่งไปยังอิตาลี และญี่ปุ่น เดือนละประมาณ 1,000 คู่

“ตรงบริเวณฝ่าเท้าจะเป็นจุดศูนย์รวมของเส้นประสาทประมาณ 36 จุด ได้แก่ เส้นเกี่ยวกับการดูดซับของโลหิต เส้นสมอง เส้นควบคุมการทำงานของหัวใจและลำไส้ เป็นต้น การผลิตรองเท้าเพื่อสุขภาพเช่นนี้ทำให้ต้องศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเส้นประสาทต่างๆ เพื่ออธิบายให้ลูกค้าทราบ วันหนึ่งควรใส่รองเท้ามัดฝ่าเท้า 5-10 นาที ทั้งตอนเช้าและเย็น จะช่วยลดอาการปวดเมื่อย หรือมีริ้วรอยเท้าได้”

ช่องทางการลงทุน เอาใจคนรักสุขภาพ

เนื่องจากปัจจุบันคนทั่วไปหันมาสนใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น เมื่อธุรกิจมัดฝ่าเท้าได้รับความนิยมสูง ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรองเท้าสำหรับมัดฝ่าเท้าพลอยได้รับความนิยมสูงตามไปด้วย วัสดุที่ใช้ผลิตรองเท้าสำหรับมัดฝ่าเท้ามีหลายรูปแบบ ที่เห็นทั่วไปมักจะเป็นพื้นโฟม หรือหนัง PVC อย่างดี ขึ้นรูปพื้นรองเท้าเป็นปุ่มกลมๆ สำหรับมัดฝ่าเท้าขณะสวมใส่ แต่รองเท้าสุขภาพของคุณบุญธรรม มโนเพชร เลือกใช้วัสดุที่แตกต่างออกไป คือ เลือกกะลามาคาเป็นปุ่มมัดฝ่าเท้าขณะสวมใส่ การเลือกเอาวัสดุจากธรรมชาติประกอบกับวิธีทำที่เป็นแอนติแบค ทำให้รองเท้ากะลามัดฝ่าเท้ารายนี้ได้รับความนิยมจากต่างประเทศ ผลผลิตออกสู่ตลาดได้ไม่ทันไรก็ได้รับการยอมรับจากตลาดในประเทศและต่างประเทศ ครั้นได้รับการสนับสนุนด้านบรรจุกิจจากหน่วยงานราชการ ยิ่งทำให้รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ดูดีมีระดับจนยอดขายเพิ่มขึ้น เจ้าของกิจการต้องขยายกลุ่มการผลิตให้ทันกับออร์เดอร์ที่ทยอยเข้ามาเรื่อยๆ *

บุญธรรม มโนเพชร

ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว

100 หมู่ 6 บ้านหน้าด้า

ตำบลปากบะชาร์ท อำเภอสระเตา จังหวัดสงขลา 90240

โทร. 08-1963-2013



ผู้หญิง

คือกุญแจความสำเร็จ ดอกสำคัญของ SMEs

ในปัจจุบันพบว่าผู้หญิงจำนวนมากออกมาสร้างธุรกิจเล็กๆ ของตัวเอง และสร้างตลาดใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา และสามารถประสบความสำเร็จได้เป็นจำนวนมากในระดับเริ่มต้น (SMALL) ด้วยความสามารถเฉพาะตัว ผสมกับบุคลิกภาพที่มีความยืดหยุ่นในการปรับตัว ในการยอมรับ และในการประนีประนอม ผู้หญิงนักธุรกิจน้อยเหล่านี้ส่วนใหญ่เคยเป็นลูกจ้างที่มีประสิทธิภาพในองค์กรมาก่อน สาเหตุที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจเล็กๆ นั้นคือ การดึงเอาศักยภาพความเป็นผู้หญิงออกมาใช้เป็นกุญแจไขไปสู่การทำธุรกิจของตนเองที่สามารถไขประตู 3 บานได้อย่างถูกต้องและถูกจังหวะ

กุญแจไขประตู 3 บานที่ว่านี้ คือ

- กุญแจไขประตูตลาดเฉพาะสินค้า (NICHE)
- กุญแจไขประตูนวัตกรรมการผลิตสร้างสรรค์สินค้าแปลกใหม่ (INNOVATION)
- กุญแจไขประตูแห่งพันธมิตรร่วมในธุรกิจ (NET WORK RELATIONSHIP)

ความสำเร็จของสินค้าที่ผลิตของ SMEs นั้นคือ สินค้าที่มีความแตกต่างและผู้หญิงมักคิดและทำอะไรที่แตกต่าง มีความละเอียดอ่อน ช่างเลือก ช่างประติดประต่อย จึงมีศักยภาพในการสร้างสรรค์สินค้าแปลกใหม่สำหรับตลาดผู้หญิงด้วยกัน ซึ่งดูเผินๆ แล้วเหมือนกับตลาดเล็กๆ แต่จริงๆ แล้วผู้หญิงคือกลุ่มผู้บริโภคที่ใหญ่ที่สุดของโลก เพราะผู้หญิงจะซื้อทุกอย่างให้ตัวเอง ซื้อให้ครอบครัว ให้ผู้ชาย ให้เด็ก ให้ผู้ใหญ่ ให้เพื่อน การผลิตสินค้าให้ผู้หญิงสนใจจึงเป็นเป้าหมายสำคัญของบริษัทที่ต้องการเพิ่มยอดขาย ตั้งแต่บริษัทผลิตรถยนต์จนถึงบริษัทผลิตเครื่องดื่ม

ในฐานะของผู้ทำการตลาด ผู้หญิงยังมีวาทศิลป์ในการเจรจาเพื่อกระตุ้นให้สินค้าได้เข้าไปอยู่ในตลาดที่วางแผนไว้ได้ ทั้งสามารถทำการส่งเสริมการขายในตลาดเล็กๆ ให้ได้ผล และขยายไปในวงกว้างได้ ด้วยพรสวรรค์พิเศษในการอ่านคน อ่านลูกค้า อ่านความต้องการของลูกค้าและเก็บรายละเอียดข้อมูลเพื่อพัฒนาการขายรายต่อไป และสร้างลูกค้ารายใหม่ที่ชื่นชมสินค้าที่ได้รับการปรับปรุงออกมาใหม่ สินค้าและบริการที่ผลิตออกมาและผู้หญิงตัดสินใจซื้อไม่เพียงแต่จะขายได้ แต่เป็นการพิสูจน์ให้เห็นว่าสินค้านั้นมีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม เพราะผู้หญิงจะไม่ซื้อสินค้าที่มีข้อบกพร่องเท่าไรนั้น แต่จะซื้อเพราะได้รับการแนะนำแบบปากต่อปากของเหล่าแม่บ้าน ลาวออฟฟิศ กลุ่มสตรี ชาวจะสะพัดกระพือไปทั่ว ไม่ว่าจะเป็นชาวจริงหรือชาวปลอมก็ตาม แต่สายสัมพันธ์แบบนี้เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้หญิงตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

ในฐานะผู้บริหาร ผู้หญิงมีสัญชาตญาณพิเศษในการสร้างสายสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรด้วยธรรมชาติที่ใส่ใจและเอาใจต่อคนรอบข้างนอกเหนือไปจากความถูกต้องแต่เพียงอย่างเดียว ผู้หญิงจึงขับเคลื่อนบริษัทหรือองค์กรไปในทิศทางที่สร้างสรรค์และเน้นเพื่อน สามารถเป็นผู้นำที่มีมุมมองเชิงธุรกิจโดยที่ไม่ติดกับระเบียบแบบแผน เป็นผู้นำที่ได้รับการยอมรับจากลูกจ้างด้วยกันทั้งชายและหญิง เพราะพยายามสร้างสมดุลระหว่างงานและครอบครัว ลูกจ้างผู้หญิงมักจะให้ความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นยุ่งยากขนาดไหนก็ตาม ทำให้เกิดนวัตกรรมทั้งด้านการผลิตและการจัดการในองค์กรอย่างกลมกลืน ลดช่องว่างและความขัดแย้ง เพิ่มพูนประสิทธิภาพในการผลิต ซึ่งแน่นอนว่าจะนำไปสู่การลดต้นทุนในการผลิตสินค้า

ผู้หญิงจะเป็นกลุ่มที่ขับเคลื่อนให้เกิดสินค้าที่มีแนวเพื่อชีวิต เช่น สินค้าปลอดสารพิษ สินค้าที่เอื้อต่อสุขภาพ ปกป้องสิ่งแวดล้อม มักเป็นแนวทางที่ผู้หญิงให้ความสนใจที่จะเรียนรู้ รับเอาวิทยาการใหม่ๆ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สามารถผสมผสานโครงสร้างการผลิตที่เอื้อต่อความเป็นอยู่ที่ดีของครอบครัวและหยุดยั้งการทำลายสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นที่ตระหนักแน่ชัดว่ามลพิษจะตกกระทบที่สังคมรอบๆ ตัวนั่นเอง และยังเป็น

แนวทางที่ถูกต้องสอดคล้องต่อกระแสของโลกในปัจจุบันและอนาคต ยิ่งไปกว่านั้น ด้วยเครือข่ายเชื่อมโยงของผู้หญิงจะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีและนวัตกรรมด้านการผลิตเพื่อธรรมชาติในภาพรวมที่มหาศาลต่อไปในอนาคต

SMEs หนึ่งทุกวันนี้ยังขาดอะไร

ตอบได้ว่า ยังขาดเพียงความรู้ ความเข้าใจในระบบการจัดการและการควบคุมให้สินค้ามีประสิทธิภาพและปลอดภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าสำหรับบริโภคซึ่งต้องเห็นความสำคัญและมีวิสัยทัศน์ให้ถูกต้อง เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาสินค้าจากระดับท้องถิ่นสู่ระดับประเทศและระดับส่งออก เรากำลังพูดถึงระบบ HACCP ซึ่งมักถูกเข้าใจผิดว่าควรนำมาใช้กับระบบโรงงานเท่านั้น หากเราเข้าใจถึงระบบความปลอดภัยในแต่ละขั้นตอนการผลิตอาหาร จะพบว่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรนั้นเป็นหนึ่งในกลุ่มต้นต่อที่สามารถทำให้เกิดความสำเร็จในการจัดทำระบบนี้ เพราะเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบในเบื้องต้น จะมีการแปรรูปบ้างหลังจากเก็บผลผลิต เช่น การนำมาเชื่อมหวาน การคองเค็ม การตากและอบให้แห้ง หากได้ปฏิบัติให้ถูกต้องในทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้น อุตสาหกรรมการผลิตอาหารจะได้รับวัตถุดิบจากกลุ่มแม่บ้านที่สะอาดและปลอดภัยเข้าโรงงาน ซึ่งจะนำเข้าสู่กระบวนการผลิตอาหารสำเร็จรูปที่ปลอดภัยต่อไป

ระบบการจัดการและควบคุมกระบวนการผลิตอาหารให้ปลอดภัย HACCP

H	คือ	Hazardous	สิ่งแปลกปลอม
A	คือ	Analysis	การวิเคราะห์
C	คือ	Critical	วิกฤติ
C	คือ	Control	การควบคุม
P	คือ	Point	จุด

HACCP คือ ระบบการวิเคราะห์อันตราย สิ่งแปลกปลอม และจุดวิกฤติที่ต้องควบคุม ซึ่งเป็นระบบที่นำมาปฏิบัติใช้เพื่อให้ได้มาตรฐานอาหารระหว่างประเทศที่มีชื่อเรียกว่า CODEX หรือ FOOD CODE ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์ทั่วไปว่าด้วยสุขลักษณะอาหาร และกำหนดวิธีปฏิบัติด้านสุขลักษณะสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารแต่ละประเภท

จะขอกล่าวเรื่องนี้โดยละเอียดในตอนต่อไป ไม่ใช่เพราะเรื่องนี้ซับซ้อนและยุ่งยาก มีเฉพาะโรงงานขนาดใหญ่เท่านั้นที่ทำได้ โรงงานขนาดเล็ก กิจกรรมในครัวเรือน ในหมู่บ้าน ไม่ต้องทำ แต่เป็นเรื่องที่เมื่อทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้แล้ว จะสามารถที่จะลงมือปฏิบัติ บันทึกทุกขั้นตอน และฝึกฝนจนเป็นนิสัยปกติ และระเบียบควบคู่ไปกับเกิดความเคยชินในการปฏิบัติที่ถูกต้อง

ขั้นตอนของการเตรียมการเพื่อเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจยุคใหม่ ประกอบด้วย

1. สร้างความรู้และความเข้าใจในระบบเศรษฐกิจยุคใหม่ให้กับบุคลากรในองค์กรอย่างเพียงพอและทั่วถึง โดยให้ผู้บริหารทุกระดับในองค์กรทำหน้าที่เป็นตัวการในการเปลี่ยนแปลง (CHANGE AGENT) ที่แจ่มและอธิบายถึงความจำเป็นและเหตุผลในการเปลี่ยนแปลงนี้ให้พนักงานในบังคับบัญชาทุกคนได้ทราบ

2. ศึกษาและจัดหรือปรับปรุงโครงสร้างองค์กร ระบบและวิธีทำงานให้เข้ากับการบริหารในเศรษฐกิจยุคใหม่ โดยอาจตั้งคณะทำงานหรือจ้างที่ปรึกษาจากภายนอกเพื่อดำเนินการในเรื่องนี้ได้ตามความเหมาะสม

3. ศึกษาและวางแผนการนำเข้ามาใช้หรือปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรให้ทันสมัยและเหมาะสม เนื่องจากเป็นเรื่องทางเทคนิคเป็นส่วนใหญ่ องค์กรควรจะจ้างที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นผู้ดำเนินการในขั้นตอนนี้

4. ฝึกอบรมผู้บริหารและพนักงานทุกระดับให้มีความรู้ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเครื่องมืออื่นๆ ในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารติดต่อ ซึ่งรวมทั้งการติดต่อด้วยการใช้ภาษาอังกฤษ โดยการจัดโปรแกรมฝึกอบรมสำหรับผู้บริหารนั้นควรอยู่ในแบบที่ไม่เป็นทางการ

5. จัดเตรียมแผนปรับอัตรากำลังพนักงานให้เข้ากับโครงสร้างองค์กร ระบบงาน และวิธีทำงาน ซึ่งปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงใหม่ รวมทั้งแผนการฝึกอบรมพนักงานให้สามารถทำงานในโครงสร้างองค์กรและวิธีทำงานใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

6. จัดโครงการนำร่อง (PILOT PROJECT) และเลือกหน่วยงานเพื่อทดลองการปฏิบัติงานตามโครงสร้างองค์กร ระบบงาน และวิธีทำงานที่ปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงใหม่ พร้อมทั้งติดตามและประเมินผลและแก้ไขปัญหากที่อาจมีกันจะนำไปใช้ในทุกหน่วยงานขององค์กร

มีข้อที่น่าสังเกตว่า สำหรับองค์กรธุรกิจที่ปรับโครงสร้างองค์กร ระบบบริหาร และระบบงาน โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้นั้น โดยปกติจะมีผลให้มีพนักงานเกินจำนวน ดังนั้น องค์กรธุรกิจควรมีแผนสำรองเพื่อแก้ไขปัญหานี้พนักงานส่วนเกินนี้ไว้ด้วย *

กนิษฐ์ สุวรรณประสิทธิ์

เจ้าของกิจการ

The Lbl International Ab (Sweden) Co., Ltd.

และ บริษัท กนิษฐ์ จำกัด

62/14 ซอยพร้อมพรรณ ทองหล่อ 25 ถนนสุขุมวิท

แขวงคลองตัน เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

ความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย ในประเทศไทย



รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๕๐ เป็นรัฐธรรมนูญฉบับแรกให้ความสำคัญต่อความเสมอภาคระหว่างหญิงและชายอย่างชัดเจน โดยระบุในมาตรา ๓๐ วรรค ๒ ว่า “ชายและหญิงมีสิทธิเท่าเทียมกัน” และในวรรคที่ ๓ ว่า “มาตรการที่รัฐกำหนดขึ้นเพื่อจัดอุปสรรคหรือส่งเสริมให้บุคคลสามารถใช้สิทธิและเสรีภาพได้เช่นเดียวกับบุคคลอื่นย่อมไม่ถือเป็นการเลือกปฏิบัติ” มาตรา ๘๐ ระบุว่า “รัฐต้องส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย” นอกจากนี้ ในโครงสร้างภาครัฐก็มีหน่วยงานในระดับสำนักที่สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ทำหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับนโยบายสตรี ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.) และหน่วยงานย่อยที่ทำหน้าที่ช่วยเหลือหรือสนับสนุนสตรีในประเด็นต่างๆ เช่น กองประสานการพัฒนาฝีมือแรงงานสตรีและเด็ก กรมพัฒนามือแรงงาน กองพัฒนาสตรี เด็กและเยาวชน กรมการพัฒนาชุมชน และสำนักเลขาธิการคณะกรรมการโครงการต่อต้านการค้าหญิงและเด็ก กรมประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

ในด้านความร่วมมือระหว่างประเทศเกี่ยวกับความเสมอภาคระหว่างหญิงชายนั้น ประเทศไทยได้เข้าร่วมประชุมเพื่อบัญญัติปฏิญญาปักกิ่งและแผนความก้าวหน้าของสตรี ในปี พ.ศ. ๒๕๓๕ ซึ่งเป็นแผนที่นานาประเทศร่วมกันสร้างและมีการติดตามผลการดำเนินงานด้วย ยิ่งกว่านั้นประเทศไทยได้ลงนามในพิธีสารเลือกรับของอนุสัญญาว่าด้วยการขจัดการเลือกปฏิบัติต่อสตรีทุกรูปแบบ (Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women, CEDAW) เมื่อวันที่ ๑๔ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๔๓ และองค์การสหประชาชาติแจ้งว่ามีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ ๒๒ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๔๓ ซึ่งพิธีสารดังกล่าวกำหนดกลไกกระบวนการร้องเรียนและตรวจสอบในกรณีที่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชนของสตรีในรัฐภาคีได้

ก.พ.กับการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย
ในระบบราชการ

หลักความเสมอภาคเป็นส่วนหนึ่งของระบบคุณธรรมที่มีมานานแล้วในราชการพลเรือนไทย มีกลไกของราชการมากมายที่สร้างขึ้นเพื่อให้เกิดความเสมอภาคของข้าราชการทุกระดับ อย่างไรก็ตาม หลักของความเสมอภาคที่พิจารณาจากมุมมองของความเท่าเทียมระหว่างข้าราชการหญิงและข้าราชการชาย ยัง

มิได้มีการระบุไว้ชัดเจนและการดำเนินการเรื่องนี้ในประเทศไทยยังต้องการพัฒนาอย่างจริงจัง เพื่อให้ทัดเทียมกับประเทศอื่นๆ ในสังคมโลก

ก.พ. ในฐานะขององค์กรกลางที่ทำหน้าที่จัดระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในระบบราชการ ตั้งแต่ระบบการคัดเลือก การแต่งตั้ง การเลื่อนตำแหน่งและเงินเดือน การให้รางวัลและการประเมินผล เป็นต้น ตระหนักถึงความสำคัญของการนำศักยภาพของข้าราชการทั้งหญิงและชายมาสร้างประโยชน์ให้กับประชาชนทั้งหญิงและชายอันเป็นกลุ่มลูกค้าผู้รับบริการ

ในปี พ.ศ. ๒๕๓๖ ก.พ. ได้ปรับปรุงมาตรฐานกำหนดตำแหน่งของบางตำแหน่งที่เคยกำหนดคุณสมบัติเฉพาะว่า ผู้ดำรงตำแหน่งบางตำแหน่งที่เคยกำหนดคุณสมบัติเฉพาะว่า ผู้ดำรงตำแหน่งต้องเป็นชาย ได้แก่ ตำแหน่งปลัดอำเภอ (เจ้าพนักงานปกครอง ๓) ซึ่งได้ปรับปรุงใหม่โดยตัดข้อจำกัดเรื่องเพศออกทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเสมอภาคในการเข้ารับตำแหน่งราชการของหญิงและชาย ทำให้มีการแต่งตั้งข้าราชการหญิงให้ดำรงตำแหน่งปลัดอำเภอ ตำแหน่งรองผู้ว่าราชการจังหวัด และตำแหน่งผู้ว่าราชการจังหวัดในเวลาต่อไป

นอกจากนี้ ก.พ. ยังได้จัดสรรทุนรัฐบาลด้านสตรีศึกษาในต่างประเทศ จำนวน ๓-๔ ทุนต่อปี ได้เสริมสร้างและพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักในความสำคัญเรื่องความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย โดยการบรรจุวิชาที่เกี่ยวกับบทบาทหญิงชายในการอบรมหลักสูตรนักบริหารระดับกลางและระดับสูง เพื่อเป็นการเตรียมบุคลากรที่มีความรู้ด้านบทบาทหญิงชายในส่วนราชการ

เพื่อให้การบริหารงานบุคคลในราชการพลเรือนสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๕๐ มาตรา ๓๐ วรรคสอง ที่บัญญัติให้ชายและหญิงมีสิทธิเท่าเทียมกัน และมาตรา ๘๐ บัญญัติให้รัฐต้องส่งเสริมความเสมอภาคของหญิงและชาย ก.พ. จึงกำหนดเรื่องแนวทางการส่งเสริมและสร้างความเสมอภาคระหว่างหญิงและชายในการบริหารงานบุคคลในราชการพลเรือน ตามหนังสือสำนักงาน ก.พ. ที่ นร ๐๗๐๘ ๑/ว ๗ ลงวันที่ ๑๔ กันยายน ๒๕๕๓

สำนักงาน ก.พ. เห็นว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญในการสร้างความเสมอภาคระหว่างหญิงชายในระบบราชการคือการสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหญิงและชาย อันจะนำมาซึ่งการปฏิบัติที่มีความเท่าเทียมจากมุมมองดังกล่าว ประการสำคัญคือความตระหนักและการนำไปใช้จริงในกระบวนการบริหารงานบุคคลและการบริหารจัดการอื่นๆ เช่น การพิจารณาอนุมัติโครงการต่างๆ ในส่วนราชการให้คำนึงถึงผู้ปฏิบัติงาน ผู้รับบริการ และผลกระทบต่อประชาชนทั้งหญิงและชาย เป็นต้น

สำนักงาน ก.พ. จึงสร้างกลไกในการสร้างสภาพเอื้อให้เกิดความเสมอภาคระหว่างหญิงชายในระบบราชการ โดยการกำหนดคุณสมบัติ อำนาจหน้าที่ด้านการเสริมสร้างบทบาทหญิงชายของผู้บริหารด้านการเสริมสร้างบทบาทหญิงชายในส่วนราชการตามมติคณะรัฐมนตรี เพื่อดูแลประเด็นความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย สร้างให้เกิดความตระหนักเรื่องบทบาทหญิงชายแก่ข้าราชการในส่วนราชการ การสร้างบรรยากาศในการทำงานที่มีความสมานฉันท์ระหว่างข้าราชการหญิงและชาย และส่งเสริมการสร้างเสมอภาคระหว่างหญิงและชายในการบริหารบุคคลภายในส่วนราชการ อีกทั้งยังกำหนดให้มีหน่วยงานภายในที่ทำหน้าที่และรับผิดชอบในการดำเนินการให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของคณะรัฐมนตรีอีกด้วย

การกำหนดคุณสมบัติ อำนาจหน้าที่ของผู้บริหารด้านการเสริมสร้างบทบาทหญิงชาย และบทบาทหน้าที่ของศูนย์ประสานงานด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย (ตามหนังสือสำนักงาน ก.พ. ที่ นร ๐๗๐๔/ว ๓ ลงวันที่ ๑๑ เมษายน ๒๕๕๕)

๑. ที่มา : เจตนารมณ์ของคณะรัฐมนตรีที่มีนโยบายการแต่งตั้งผู้บริหารด้านการเสริมสร้างบทบาทหญิงชาย (Chief Gender Equality Officer, CGEO)

บทวิของประเทศไทยที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๕๐ ให้ความสำคัญต่อความเสมอภาคระหว่างหญิงชายดังกล่าวแล้ว ดังนั้น ความเสมอภาคหญิงชายจึงเป็นประเด็นที่ถือเป็นหน้าที่ของรัฐโดยตรง นอกจากนี้ ประเทศไทยได้มีการลงนามพิธีสารเล็กรับของอนุสัญญาว่าด้วยการขจัดการเลือกปฏิบัติต่อสตรีทุกรูปแบบจึงทำให้รัฐบาลไทยมีข้อผูกพันเกี่ยวกับความเสมอภาคระหว่างหญิงชายตามการรับรองของพันธกรณีดังกล่าวด้วย

เพื่อให้การดำเนินงานของรัฐเป็นไปตามรัฐธรรมนูญและข้อผูกพันตามพันธกรณีดังกล่าว จึงควรมีการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชายอย่างจริงจัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทหญิงชาย ซึ่งเป็นฐานความคิดของความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย ดังนั้น เจตนารมณ์ของมติคณะรัฐมนตรีในครั้งนี้ จึงต้องการให้ทุกส่วนราชการมีผู้บริหารและมีหน่วยงานภายในที่ดูแลรับผิดชอบประเด็นความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย

โดยตรง และมีการจัดทำแผนการดำเนินการเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชายในแต่ละส่วนราชการตามความเหมาะสมด้วย

๒. วัตถุประสงค์ที่ ก.พ. มีมติอนุมัติตามมติคณะรัฐมนตรี

- เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชายให้เกิดในระบบราชการไทยอย่างเป็นระบบ

- เพื่อสร้างเครือข่ายในการทำงานด้านความเสมอภาคหญิงชายในระบบราชการไทย

๓.สาระสำคัญของหนังสือสำนักงาน ก.พ. ที่ นร ๐๗๐๔/ว ๓ ลงวันที่ ๑๑ เมษายน ๒๕๕๕

- การตั้งผู้บริหารด้านการเสริมสร้างบทบาทหญิงชาย (CGEO) เพื่อรับผิดชอบดูแลงานด้านความเสมอภาคหญิงชายในส่วนราชการ

- การตั้งศูนย์ประสานงานด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย เพื่อให้มีกลุ่มบุคคลหรือคณะทำงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชายในส่วนราชการ และเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทหญิงชายในส่วนราชการ

- การตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลการทำงานของศูนย์ประสานงานด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย

- การจัดทำแผนแม่บทการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย เพื่อเป็นแผนการทำงานอันจะนำมาซึ่งความสำเร็จที่เป็นรูปธรรม สามารถตรวจสอบได้

- รายงานผลการดำเนินการตามแผนแม่บทฯ ให้สำนักงาน ก.พ. ภายในวันที่ ๓๑ มกราคมของทุกปี (เกิดมาจาก คู่มือการสร้างเสมอภาคระหว่างหญิงชายในส่วนราชการ สำนักพัฒนาระบบบริหารงานบุคคลภาครัฐ สำนักงาน ก.พ.)

ก.พ. ปรับกำหนดการรายงานผลการดำเนินการตามหนังสือสำนักงาน ก.พ. ที่ นร ๑๐๑๒.๒/๒๕๕๕ ลงวันที่ ๒๐ ธันวาคม ๒๕๕๕

โดยที่ได้มีการประกาศบังคับใช้พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน ฉบับที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๕๕ พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. ๒๕๕๕ และพระราชกฤษฎีกาการโอนกิจการบริหารและอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. ๒๕๕๕ พ.ศ. ๒๕๕๕ ดังนั้น เพื่อให้การแต่งตั้งผู้บริหารด้านการเสริมสร้างบทบาทหญิงชาย การมอบหมายหน่วยงานทำหน้าที่เป็นศูนย์ประสานงานด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย การแต่งตั้งคณะกรรมการและการจัดทำแผนแม่บทการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชายของส่วนราชการสอดคล้องกับโครงสร้างกระทรวงและกรมใหม่ ประกอบกับนายกรัฐมนตรีมอบหมายให้สำนักงานสำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จัดประชุม



เชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับบทบาทสตรี โดยมีผู้บริหารด้านการเสริมสร้างบทบาทหญิงชายของส่วนราชการเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักภายในเดือนมกราคม ๒๕๔๖ สำนักงาน ก.พ. จึงขอปรับกำหนดการรายงานการดำเนินการตามหนังสือที่อ้างถึงสำหรับปี พ.ศ. ๒๕๔๖ ดังนี้

๑. การรายงานการแต่งตั้งผู้บริหารด้านการเสริมสร้างบทบาทหญิงชาย การมอบหมายหน่วยงานทำหน้าที่เป็นศูนย์ประสานงานด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย และการแต่งตั้งคณะกรรมการจากเดิมกำหนดให้รายงานภายในวันที่ ๓๑ มกราคม ๒๕๔๖ เป็นภายในวันที่ ๑๐ มกราคม ๒๕๔๖

๒. การรายงานการจัดทำแผนแม่บทการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชายของส่วนราชการ จากเดิมรายงานภายในวันที่ ๓๑ มกราคม ๒๕๔๖ เป็นวันที่ ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๔๖

วิสัยทัศน์

สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการเป็นองค์กรที่ดูแลและให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานตามศักยภาพของข้าราชการหญิงชาย และส่งเสริมความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานบนพื้นฐานของความเสมอภาคและเป็นธรรม

พันธกิจ/ภารกิจ

๑. การสร้างความตระหนักเรื่องบทบาทหญิงชายให้แก่ข้าราชการในสังกัด
๒. การเผยแพร่องค์ความรู้เพื่อพัฒนาข้าราชการให้สามารถผสมผสานแนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชายในการปฏิบัติงาน
๓. การสร้างมาตรการในการบริหารงานบุคคลโดยยึดมาตรฐานของสำนักงาน ก.พ. และหรือที่หน่วยงานกำหนด
๔. การสร้างเครือข่ายระหว่างส่วนราชการและหน่วยงานอื่นๆ ในการดำเนินการด้านบทบาทหญิงชาย

เป้าหมาย

๑. มีการจัดทำฐานข้อมูลรายบุคคลโดยแยกเพศหญิงชาย ทั้งเรื่องการเลื่อนตำแหน่ง การเลื่อนขั้นเงินเดือน การได้รับรางวัล การมอบหมายงานให้ปฏิบัติ และโอกาสได้รับการพัฒนา
๒. มีการพัฒนาศักยภาพของข้าราชการหญิงชายให้มีโอกาสได้รับการพัฒนาโดยเสมอภาคและเท่าเทียมกัน
๓. มีการส่งเสริมกิจกรรมเกี่ยวกับบทบาทหญิงชาย เพื่อสร้างความรู้ ความตระหนักให้กับบุคลากรภายในหน่วยงาน

อย่างน้อยปีละ ๒ ครั้ง

๔. ให้ทุกหน่วยงานในสังกัดจัดทำแผนปฏิบัติการของหน่วยงานรองรับเกี่ยวกับการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย และให้มีการติดตามและรายงานผลการดำเนินงานเกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างน้อยปีละ ๒ ครั้ง

๕. มีการบริหารงานบุคคลตามมาตรฐานสำนักงาน ก.พ. ว่าด้วยเรื่อง การมอบหมายงาน การพัฒนาการเลื่อนตำแหน่งและการเลื่อนขั้นเงินเดือน

๖. มีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับบทบาทหญิงชายเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายระหว่างสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ อย่างน้อยปีละครั้ง

กลยุทธ์

๑. จัดทำฐานข้อมูลและแยกเพศของข้าราชการในหน่วยงานตามเป้าหมายที่กำหนด

๒. สร้างบรรยากาศการทำงานที่อำนวยความสะดวกให้ข้าราชการหญิงชายมีโอกาสก้าวหน้าทั้งด้านตำแหน่งการเลื่อนระดับเงินเดือนเสมอภาคกันตามศักยภาพของบุคคล

๓. สร้างโอกาสได้รับการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานระหว่างหญิงชายให้เสมอภาคและเท่าเทียมกัน

๔. สร้างความรู้ความเข้าใจและส่งเสริมกิจกรรมเกี่ยวกับบทบาทหญิงชายอย่างต่อเนื่อง

๕. ประสานเครือข่ายการทำงานด้านการเผยแพร่ แลกเปลี่ยนข้อมูล และสนับสนุนกิจกรรมเกี่ยวกับบทบาทหญิงชายของส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง

๖. ให้ทุกสำนักรายงานผลการปฏิบัติงานเกี่ยวกับเรื่องนี้ตามที่กำหนด

๗. ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับการดำเนินงานที่ส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชายที่นำไปสู่การจัดระบบบริหารงานบุคคลที่โปร่งใส เป็นธรรม

เงื่อนไขความสำเร็จ

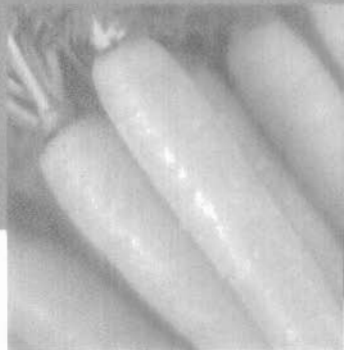
๑. มีการจัดตั้งศูนย์ประสานงานด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย และแต่งตั้งหัวหน้าส่วนราชการหรือรองหัวหน้าที่ได้รับมอบหมาย กำกับ ดูแลโดยตรง

๒. มีการสั่งการให้ทุกหน่วยงานในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ นำแผนแม่บทดังกล่าวไปเป็นแนวทางในการกำหนดการปฏิบัติงานในการบริหารงานบุคคล

๓. มีการรายงานผลการปฏิบัติงานตามแผนแม่บทมายังสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ตามที่กำหนด

๔. มีการติดตามประเมินผลการดำเนินการตามแผนแม่บทดังกล่าว ในศูนย์ประสานงานด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงชายของสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ *

แครอท ไข่ กาแฟ จะเข้ากันได้ได้อย่างไร



วันหนึ่งลูกสาวพร่ำบ่นถึงชีวิตอันแสนลำเค็ญให้พ่อฟังว่า เธอกำลังรู้สึกอับจนปัญญาที่จะจัดการกับชีวิตและปรารถนาที่จะยอมแพ้ฝ่าย ประหนึ่งว่าเมื่อสองปีที่ผ่านมาหนึ่งเสร็จสิ้น อีกปัญหาหนึ่งก็ก้าวเข้ามาโดยไม่ได้รับเชิญ

ผู้เป็นพ่อซึ่งเป็นพ่อครัวจึงเดินนำเธอเข้าไปในครัว จัดแจงต้มน้ำในหม้อสามใบ เมื่อไฟแรงจนน้ำเดือด เขาใส่แครอทในหม้อใบแรก วางไข่ลงในหม้อใบที่สอง และตักกาแฟลงไปในหม้อใบสุดท้าย แล้วปล่อยให้มันต้มไปเรื่อยๆ โดยไม่มีคำอธิบายเลย ฝ่ายลูกสาวเริ่มรู้สึกหงุดหงิดและหมดความอดทน ทั้งยังสงสัยว่าพ่อกำลังทำอะไร ยี่สิบนาทีผ่านไป เขาก็ปิดเตาแก๊ส

ตักแครอทขึ้นมาวางไว้ในชาม นำไข่วางไว้ในชามอีกใบหนึ่ง และตักกาแฟไว้ในชามสุดท้าย แล้วหันไปถามลูกว่า

“ลูกเห็นอะไรบ้าง”

“แครอท ไข่ กาแฟ” เธอตอบ

เขาจึงขอร้องให้เธอชิมผักแครอท เธอจึงรู้ว่ามันนิ่ม แล้วเขาก็ให้ลูกสาวตอกไข่ เมื่อเธอแกะเปลือกไข่ออก ก็พบว่าไข่นั้นได้ต้มจนสุก แล้วท้ายที่สุดเขาก็ให้ลูกสาวลองจิบกาแฟดู เธอชิมและลิ้มรสอันหอมกวนนั้น แล้วค่อยๆ ถามว่า

“นี่หมายความว่าอย่างไรหะคะคุณพ่อ”

พ่ออธิบายว่า เราได้กระทำต่อสามสิ่งนี้ภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน นั่นคือ น้ำเดือด แต่ผลลัพธ์มันกลับแตกต่างกัน จากเดิมแครอทดูแข็งๆ และไม่โอ้อ่อนนุ่มตาม พอผ่านการต้ม มันกลับนิ่มและดูอ่อนปวกเปียก

ไข่ซึ่งดูอบบาง มีเพียงเปลือกบางๆ คอยห่อหุ้มของเหลวภายใน แต่น้ำเดือดทำให้ของเหลวนั้นกลับแข็งขึ้น

ขณะที่กาแฟกลับมีลักษณะเฉพาะตัวตลอดกาล เมื่อมาเจอน้ำเดือด น้ำต่างหากที่แปรเปลี่ยนไป

“แล้วลูกจะเป็นอะไร” พ่อถามลูกสาว เมื่อความทุกข์มาเยือน ลูกจะเตรียมรับมืออย่างไร ลูกเป็นแครอท ไข่ หรือกาแฟ

แครอทนั้นดูแข็งโปก แต่เมื่อต้องเผชิญกับความทุกข์ยากนานาก็จะเฉา อ่อนแอ และสูญเสียความแข็งแรงกำลังไป หรือจะเป็นไข่ซึ่งดูเหมือนสามารถปรับสภาพได้ในตอนแรก จิตใจอันอ่อนไหวของคุณจะเป็นอย่างไรหลังจากที่ต้องเผชิญกับความเป็นความตาย การแตกแยก การหย่าร้าง หรือการเลิกล้ม หวังใจของคุณหยาบกร้านและแข็งกระด้างขึ้นหรือเปล่า แม้เปลือกภายนอกของคุณยังคงเดิม หากหัวใจและจิตวิญญาณของคุณแล้ว มันปูดร้าว และได้แปรเปลี่ยนเป็นเชิงแกร่ง

หรือคุณเหมือนเมล็ดกาแฟ เมื่อเจอน้ำเดือดอันนำมาซึ่งความเจ็บปวด แต่ ณ อุณหภูมิสูงสุด ๑๖๖ องศาเซลเซียส กาแฟกลับมีรสชาติดีขึ้นยามนั้น

หากคุณเป็นดั่งกาแฟ เมื่อถึงภาวะที่เลวร้ายที่สุด นอกจากคุณจะสามารถจัดการกับชีวิตตนเองได้แล้ว คุณยังสามารถทำสิ่งรอบข้างให้ดีขึ้นได้ด้วย

แล้วคุณล่ะ? จะเป็นอย่างแครอท ไข่ หรือกาแฟ *



ชื่อหนังสือ : รายงานประจำปี : 2546-2547
ผู้เขียน : สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว
รหัส : YEA 65 ส47

สรุปการดำเนินงานด้านสตรี ด้านครอบครัว ด้านการส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายสตรี การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารราชการ ความเสมอภาคหญิงชาย สถานการณ์ครอบครัว



ชื่อหนังสือ : สตรีสำคัญในประวัติศาสตร์ไทย
ผู้เขียน : กรมศิลปากร, สำนักวรรณกรรมและประวัติศาสตร์
รหัส : G 28 ส47

เนื้อหาเกี่ยวกับสตรีสำคัญของไทย ตั้งแต่อดีตถึงยุคปัจจุบัน เฉพาะที่ล่วงลับไปแล้ว



ชื่อหนังสือ : สมุดภาพสตรีไทยกับอาชีพ
ผู้เขียน : คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ
รหัส : G 25 ส6

เป็นหนังสือที่พิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในเล่มเดียวกัน กล่าวถึงภาพลักษณ์ที่ถูกต้องของสตรีไทยกับการทำงานอาชีพต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการประกอบอาชีพ



ชื่อหนังสือ : เวทีสตรีภาคเหนือตอนล่างระดมพลังเครือข่ายสตรีผู้ประกอบการขนาดย่อม SMEs : เส้นทางที่ท้าทาย
ผู้เขียน : สมาคมติดตามการพัฒนาสตรีในประเทศไทย
รหัส : C 15 ส5

ประกอบด้วยบทความที่ให้ข้อคิดสำหรับสตรี ในการประกอบธุรกิจ SMEs เกี่ยวกับการกู้เงิน การให้บริการที่ปรึกษา การเตรียมการเพื่อขอสินเชื่อ ระบบบัญชีที่ดี แนวทางประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ



ชื่อหนังสือ : เวทีสตรีไทย 2544 : ระดมพลังเครือข่ายผู้ประกอบการขนาดย่อม SMEs
ผู้เขียน : สมาคมติดตามการพัฒนาสตรีในประเทศไทย
รหัส : C 15 ว36

กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของสตรีในการพัฒนาและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ สร้างศักยภาพสตรีและเครือข่ายสตรีผู้ประกอบการขนาดย่อม

ชื่อหนังสือ

เวทีสตรีภาคตะวันออก SMEs เส้นทางสู่ความสำเร็จ

ผู้เขียน

สมาคมติดตามการพัฒนาสตรีในประเทศไทย

รหัส

C 15 ส7

ประกอบด้วยบทบาทอุตสาหกรรมไทยในปัจจุบันและอนาคต รูปแบบของ e-Commerce และแนว
วิธีการใช้ชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง กินอยู่แบบไม่เดือดร้อน รู้จักความพอดี พอประมาณ



ชื่อหนังสือ

เวทีสตรีไทย 2545 SMEs เส้นทางสู่ตลาดโลก

ผู้เขียน

สมาคมติดตามการพัฒนาสตรีในประเทศไทย

รหัส

C 15 ส10

เป็นบทความว่าด้วยเส้นทางสู่ตลาดโลก โดยให้ข้อมูล ประสบการณ์ วิสัยทัศน์ ที่ต่อยอดให้
การผลิตและการจำหน่ายสามารถเข้าสู่เส้นทางตลาดโลก ความสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อ
อุตสาหกรรมส่งออก



ชื่อหนังสือ

พัฒนาศักยภาพกลุ่มสตรีสหกรณ์พัฒนาบ้านใหญ่ อ.บ้านใหญ่ จ.มุกดาหาร

ผู้เขียน

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส

I กสอ13 พ20

ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์กลุ่มสตรีสหกรณ์พัฒนาบ้านใหญ่ และแผนการพัฒนาปรับปรุง
ประสิทธิภาพ แนววิธีการทำแผนการผลิตและแผนการตลาด



ชื่อหนังสือ

สตรีชนบทกับการพัฒนาธุรกิจขนาดเล็ก

คู่มือฝึกอบรมและการดำเนินงาน โครงการสำหรับเจ้าหน้าที่ส่งเสริม

ผู้เขียน

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส

C กสอ6 อ29

เป็นคู่มือสำหรับจัดฝึกอบรมให้กับกลุ่มผู้ประกอบการสตรี วิธีการใช้คู่มือ หัวข้อการฝึกอบรม การ
ติดตามความก้าวหน้าของกลุ่ม แผนการปฏิบัติหลังการอบรม ตลอดจนคำชี้แนะแนวทาง



ชื่อหนังสือ

รายงานการอนุวัติตามอนุสัญญาว่าด้วยการจัดการเลือกปฏิบัติต่อสตรีในทุกรูปแบบ
ของประเทศไทย ฉบับที่ 2 และฉบับที่ 3

ผู้เขียน

คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

รหัส

G 28 ก1

เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ สภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และกฎหมาย ตามที่เป็นอยู่ ซึ่งประเทศไทย
ได้ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการเลือกปฏิบัติต่อสตรีในทุกรูปแบบ



ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรมสาร 2550

ประเภทสมาชิก

- ☐ ผู้ประกอบการ บริษัท ห้างร้าน ธนาคาร ฯลฯ ☐ หน่วยงานราชการ
- ☐ หน่วยงานราชการสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ☐ สถาบันการศึกษา
- ☐ อื่นๆ ☐ ประชาชนทั่วไป

โปรดกรอกข้อมูลโดยละเอียดเพื่อประโยชน์ในการแจ้งข่าวกิจกรรม

วันที่สมัคร / /

เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน - - - -

ชื่อผู้สมัคร.....นามสกุล.....

บริษัท/หน่วยงาน.....

ที่อยู่.....

.....รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....

ตำแหน่ง.....เว็บไซต์บริษัท.....

ทุนจดทะเบียน.....(บาท) จำนวนคนงาน.....คน

สัดส่วนการถือหุ้น : ไทย.....% ต่างชาติ.....%

กำลังการผลิต.....

แบบสอบถาม

- ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิต คือ
- ท่านรู้จักวารสารนี้จาก
- ข้อมูลที่ท่านต้องการ คือ
- ประโยชน์ที่ได้จากวารสาร คือ
- เนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมสารอยู่ในขั้น
☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง
- การออกแบบปกและรูปเล่ม
☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง
- ข้อมูลที่ท่านต้องการมากที่สุด
☐ การตลาด ☐ การให้บริการ ☐ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ☐ ข้อมูลทั่วไป
☐ อื่นๆ ระบุ
- ท่านชอบคอลัมน์ไหนมากที่สุด
☐ Interview (สัมภาษณ์) ☐ Product Design (ออกแบบผลิตภัณฑ์)
☐ Good Governance (ธรรมาภิบาล) ☐ Management (การบริหารจัดการ)
☐ World Wide Web (แนะนำเว็บไซต์) ☐ Scoop (เจาะลึกเฉพาะเรื่อง)
☐ Information (ข้อมูลอุตสาหกรรม) ☐ อื่นๆ ระบุ
- ท่านได้นำข้อมูลจากวารสารอุตสาหกรรมสารไปใช้ประโยชน์แก่ท่าน
☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ พอสมควร ☐ น้อย ☐ ไม่ได้ใช้ประโยชน์
- ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารอุตสาหกรรมสารเทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ
☐ 91-100 คะแนน ☐ 81-90 คะแนน ☐ 71-80 คะแนน ☐ 61-70 คะแนน ☐ ต่ำกว่า 50 คะแนน

วันเดือนปีเกิด

เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

เชื้อชาติ ☐ 1. ไทย ☐ 2. อื่นๆ

ศาสนา ☐ 1. พุทธ ☐ 2. คริสต์

☐ 3. อิสลาม ☐ 4. ฮินดู

☐ 5. อื่นๆ

การศึกษาสูงสุด

☐ 1. ประถมศึกษา

☐ 2. มัธยมศึกษา

☐ 3. มัธยมศึกษาปลาย/อาชีวศึกษา

☐ 4. อนุปริญญา/ปวส./ปวท.

☐ 5.ปริญญาตรี

☐ 6. ปริญญาโท หรือสูงกว่า

ประเภทธุรกิจ

☐ 1. ภาคการผลิต

☐ 1. อาหารและเครื่องดื่ม

☐ 2. ผลิตภัณฑ์ยาสูบ

☐ 3. สิ่งทอ

☐ 4. เครื่องแต่งกาย

☐ 5. พลาสติกและพลาสติก

☐ 6. ผลิตภัณฑ์ไม้

☐ 7. ผลิตภัณฑ์กระดาษ

☐ 8. การทำสิ่งพิมพ์

☐ 9. ปิโตรเลียมและถ่านหิน

☐ 10. ผลิตภัณฑ์เคมี

☐ 11. ยางและพลาสติก

☐ 12. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากแร่โลหะ

☐ 13. โลหะขั้นมูลฐาน

☐ 14. ผลิตภัณฑ์จากโลหะประดิษฐ์

☐ 15. การผลิตอุปกรณ์เครื่องจักรกล

☐ 16. เครื่องใช้สำนักงาน

☐ 17. เครื่องจักรกล

☐ 18. ผลิตภัณฑ์ โทรทัศน์และอุปกรณ์

☐ 19. เครื่องมือแพทย์

☐ 20. ยานยนต์

☐ 21. อุปกรณ์ขนส่งอื่นๆ

☐ 22. ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน

☐ 23. การนำกลับมาใช้ใหม่

☐ 24. อื่นๆ ระบุ

☐ 2. ภาคการค้า

☐ 1. ค้าปลีก ☐ 2. ค้าส่ง

☐ 3. ภาคบริการ

☐ 1. อสังหาริมทรัพย์

☐ 2. โรงแรม ร้านอาหาร

☐ 3. บริการธุรกิจ

☐ 4. บันเทิง กีฬา ท่องเที่ยว

☐ 5. การเงิน

☐ 6. สุขภาพ

☐ 7. การศึกษา

☐ 8. การขนส่ง

☐ 9. อื่นๆ



<http://www.dip.go.th>



<http://www.dip.go.th>

แหล่งรวบรวมข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และงานบริการต่างๆ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม รวมถึงฐานข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บรรณานุกรมเครื่องจักร, ฐานข้อมูลวัตถุดิบ, ฐานข้อมูลเทคโนโลยีการผลิต, ฐานข้อมูลการออกแบบ, ฐานข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น ตลอดจนการเชื่อมโยง (Link) กับเว็บไซต์ต่างๆ ทั้งเว็บไซต์ภายในกระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้บริการสำหรับ SMEs และผู้สนใจทั่วไป

<http://elearning.dip.go.th>

<http://elearning.dip.go.th>

เว็บไซต์ระบบฝึกอบรมผ่านอินเทอร์เน็ตของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมความรู้ที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงผู้สนใจทั่วไป สามารถเข้าไปเรียนรู้เพื่อความเข้าใจในสาขาวิชาต่างๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ เช่น เทคนิคการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ บัญชี และการเงิน ตลอดจนแบบบันทึกรายการคลินิกอุตสาหกรรม ที่ผู้สนใจสามารถลงทะเบียนเรียนได้ตลอดเวลา โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย



<http://www.smethai.com>



<http://www.smethai.com>

ช่องทางระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อผ่าน ระบบ e-Catalogue (ระบบสร้างร้านค้าอัตโนมัติ) ซึ่งเปิดโอกาสให้ SMEs สามารถมีร้านค้าทางอินเทอร์เน็ตได้ฟรี เพื่อเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการดำเนินธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขยายตลาดการค้าให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งในและต่างประเทศ โดยระบบ e-Catalogue ได้ถูกออกแบบให้สามารถสร้างร้านค้า (Homepage) ที่ง่ายต่อการใช้ โดยที่ SMEs ไม่จำเป็นต้องมีความรู้เชิงเทคนิคแต่ประการใด

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0-2202-4514-20 โทรสาร 0-2202-4401

E-mail : webmaster@dip.go.th



Detroit of Asia
เดือน ก.ค. - ธ.ค. 2547



ดูกันผ่านเน็ต
เดือน ก.ย. - ธ.ค. 2547



ผ้าทอไทย
เดือน พ.ย. - ธ.ค. 2547



เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่
เดือน ม.ค. - ก.พ. 2548



พื้นที่อุตสาหกรรมภาคใต้
เดือน มี.ค. - เม.ย. 2548



อาหาร และ เกษตรแปรรูป
เดือน พ.ค. - มิ.ย. 2548



วิทยาศาสตร์ชุมชน
เดือน ก.ค. - ธ.ค. 2548



ธรรมาภิบาล
เดือน ก.ย. - ธ.ค. 2548



ประหยัปล้างจาน
เดือน พ.ย. - ธ.ค. 2548



หมู่บ้านอุตสาหกรรม
เดือน ม.ค. - ก.พ. 2549



64 ปี กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
เดือน มี.ค. - เม.ย. 2549



ชี้อ่งสร้างอาชีพ
เดือน พ.ค. - มิ.ย. 2549



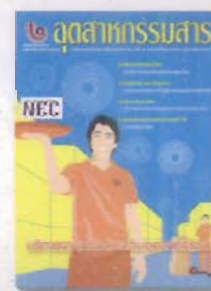
เสริมสร้างผู้ประกอบการดาว
พัฒนาเครื่องเล่นกายมุขเดิม
เดือน ก.ค. - ธ.ค. 2549



การออกแบบบรรจุภัณฑ์
พัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์
เดือน ก.ย. - ธ.ค. 2549



โครงการสวนพระองค์ สวนจิตรลดา
เดือน พ.ค. - ธ.ค. 2549



บริการจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
เดือน ม.ค. - ก.พ. 2550

วารสารอุตสาหกรรมสาร เป็นวารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เผยแพร่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2500 นับเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ของราชการที่พิมพ์เผยแพร่ให้ความรู้ยาวนานที่สุดเล่มหนึ่ง

วารสารอุตสาหกรรมสาร มีความทันสมัยในเนื้อหาเสมอ ได้รับรวมเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมและ SMEs โดยตรง แต่ละเล่มประกอบด้วยเนื้อหาด้านทิศทางและแนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการขององค์กรต่างๆ การแนะนำเว็บไซต์ ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจอุตสาหกรรม

สมัครเป็นสมาชิกวารสารอุตสาหกรรมสาร ได้ที่ :
บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร ฝ่ายประชาสัมพันธ์
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6
เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทรสาร 0-2354-3299