กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
THAI WOMEN FUND

ปีที่ 8 ฉบับที่ 4 ประจำเดือนมกราคม 2567

สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
กรมการพัฒนาชุมชน

กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

ปีที่ 8 ฉบับที่ 4 ประจำเดือนมกราคม 2567

"กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี"

เป็นกองทุนของสตรีเพื่อสตรี
ที่เป็นแหล่งทุนให้สตรีได้เข้าถึง
เงินทุนในการสร้างงาน สร้างรายได้
พร้อมทั้งเพื่อส่งเสริมสนับสนุน
และพัฒนาให้สตรีมีศักยภาพ

ก้าวเข้าสู่ปีที่ 8 ของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
ยังคงมีภารกิจในการขับเคลื่อนงานที่ท้าทาย
และต้องพัฒนาต่อไป เพื่อให้สามารถปรับตัว
กับบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่าง

"ทันโลก ทันเวลา และทันท่วงที"

ภายใต้การกำกับดูแลของกรมการพัฒนาชุมชน
กระทรวงมหาดไทย กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
ยังคงมุ่งเน้นการขับเคลื่อนงานให้สตรี
สามารถเข้าถึงแหล่งทุน
และได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก
กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีเพื่อให้สตรีมีอาชีพ
มีรายได้ มีศักยภาพ มีบทบาทเป็นที่ยอมรับ
ของสังคม และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

นางพัชรินทร์ พานำมา
บรรณาธิการ

บรรณาธิการที่ปรึกษา
นายสุรพล แก้วอินธิ
ผู้ตรวจราชการกรม ปฏิบัติหน้าที่
ผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

บรรณาธิการ
นางพัชรินทร์ พานำมา
ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาศักยภาพกองทุน

ผู้ช่วยบรรณาธิการ
นางขวัญใจ ใบจันทร์
นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ

ออกแบบรูปเล่ม
นางสาววันวิสา กาญจนะสมบัติ
นักวิชาการพัฒนาชุมชน

กองบรรณาธิการและพิสูจน์อักษร
นางสาววรวรรณ ศรีสุวรรณ
นักวิชาการพัฒนาชุมชน

นางสาวปวีณา ปัญญามงคล
นักวิชาการพัฒนาชุมชน

CONTENTS
สารบัญ

1 อธิบดี พช. อวยพรปีใหม่ ปี 2567 แก่บุคลากรกรมการพัฒนาชุมชน

2 "6 คำพูดเด็ด นายชัยวัฒน์ ชื่นโกสุม อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน"

3 TikTok x กรมการพัฒนาชุมชน x #ช้อปได้ทุกถิ่น

13 การประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
ครั้งที่ 1/2567

15 การประชุมเร่งรัด กำกับ ติดตามการดำเนินงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
ครั้งที่ 1/2567 ผ่านระบบวีดิทัศน์ทางไกล (VIDEO CONFERENCE)

16 เรื่องเด่น ประเด็นดังรอบรั้ว กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

17 ขอเพียงผู้หญิงมีโอกาส
ถอดประสบการณ์กลุ่มต้นแบบกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
จากทั่วประเทศมาแลกเปลี่ยน กระบวนการทำงาน
และปัจจัยสู่ความสำเร็จ

19 เมื่อปัญหา...สร้างโอกาส
The Whale Hashi ธุรกิจที่อยากแก้ทุกข์ให้คนเป็นภูมิแพ้
คิดค้นอุปกรณ์ล้างจมูก แบรนด์แรกของไทย อยากแก้ปัญหา
ผู้ใช้ทั้งกายและใจ

22 กฎหมายน่ารู้
ความผิดฐานหมิ่นประมาทกับการทวงถามหนี้

FACEBOOK FANPAGE
กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
Fanpage

YOUTUBE
กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
Channel

WEBSITE
www.womenfund.in.th

สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน

อธิบดี พช. อวยพรปีใหม่ ปี 2567 แก่บุคลากรกรมการพัฒนาชุมชน

วันที่ 3 มกราคม 2567 เวลา 11.30 น. ที่ห้องสัมมนา ชั้น 3 กรมการพัฒนาชุมชน นายชัยวัฒน์ ชื่นโกสุม อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน พร้อมด้วย นางกุลทรัพย์ ชื่นโกสุม ประธานชมรมแม่บ้านพัฒนาชุมชน นายวิฑูรย์ นวลนุกูล และนายวรงค์ แสงเมือง รองอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน กล่าวอวยพรเนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ 2567 แก่ผู้บริหารกรมการพัฒนาชุมชน ผู้อำนวยการสำนัก/กอง ศูนย์ และข้าราชการในสังกัดกรมการพัฒนาชุมชน

นายชัยวัฒน์ ชื่นโกสุม อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน ได้ให้แนวคิดในการทำงานแก่เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนว่า ขอฝาก**แนวคิด 5 ประการในการดำรงชีวิต** ประกอบด้วย **1) สุขภาพ** คือการดูแลสุขภาพให้แข็งแรง หากสุขภาพดีงานก็ออกมาดี ต้องกินให้พอเหมาะ ออกกำลังกายสม่ำเสมอ เล่นกีฬาบ้าง จัดที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมถูกสุขลักษณะ **2) ครอบครัว** ให้ดูแลครอบครัวให้อบอุ่น สมดุลกับการทำงาน รู้จักให้เวลากับครอบครัว **3) เพื่อนและสังคม** **4) จิตวิญญาณ** รักในงานที่ทำ ทำในสิ่งเชื่อเชื่อในสิ่งที่ทำ ซึ่งงานพัฒนาชุมชนเป็นการช่วยเหลือสังคม และ **5) หน้าที่การงาน** ให้มีความสมดุลกับครอบครัว สุขภาพ เพื่อนและสังคม ให้จัดลำดับความสำคัญอันไหนที่คิดว่ายังไม่เหมาะสมไม่สมดุล ก็ให้ความสำคัญกับสิ่งนั้นมากขึ้น

"ขอบคุณพี่น้องชาวพัฒนาชุมชนทุกคน ที่ได้ตั้งใจทำงานร่วมกันกับพี่น้องประชาชนอย่างมุ่งมั่น ทั้งขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง ชุนชมเข้มแข็งอย่างยั่งยืน ด้วยหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง อันจะเป็นการบำบัดทุกข์ บำรุงสุข ให้ประชาชนอุดมสมบูรณ์พูลสุขอย่างยั่งยืน ขอคุณงามความดีที่ท่านทั้งหลายได้กระทำด้วยกันโปรดดลบันดาลให้ผู้บริหารกรมการพัฒนาชุมชน และเจ้าหน้าที่กรมการพัฒนาชุมชนทุกคน ประสบความสุขความเจริญ ตลอดไป"

"6 คำพูดเด็ด นายชัยวัฒน์ ชื่นโกสุม อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน"
อ่านแล้วรู้สึกอุ่นใจ แชร์เก็บไว้เป็นขวัญกำลังใจในการทำงาน

TikTok x กรมการพัฒนาชุมชน x #ช้อปได้ทุกถิ่น
TikTok x กรมการพัฒนาชุมชน กับภารกิจเพิ่มเสริมทักษะดิจิทัล และมูลค่า OTOP ไทย

เรื่อง : เพ็ญทิพา ทองคำเภา ภาพ : ณัฏฐาจิตรา ชินารมย์รัตน์

นายชัยวัฒน์ ชื่นโกสุม
อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน

คุณชนิดา คล้ายพันธ์
Head of Public Policy
Thailand, TikTok

ด้วยปริมาณของผู้ประกอบการ OTOP ที่มากกว่า 100,000 คนทั่วประเทศ กลายเป็นกลุ่มคนสำคัญที่พร้อมจะขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศอย่างมหาศาล โจทย์ใหญ่ในวันนี้จึงไม่ใช่การเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการ แต่จะทำอย่างไรให้ผู้ประกอบการ OTOP เติบโตได้ด้วยตนเอง เข้าใจตลาด เข้าถึงเทคโนโลยี การขายของออนไลน์ และใช้งานแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซได้เต็มที่

โดยหนึ่งในภาคธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการ OTOP กับการเพิ่มศักยภาพและส่งเสริมทักษะดิจิทัล คือ TikTok ทั้งการสื่อสาร ให้ความรู้ และฝึกฝนผู้ประกอบการ OTOP จนกลายเป็นนักขายออนไลน์มืออาชีพภายใต้โครงการ **#ช้อปได้ทุกถิ่น** โดยทำงานร่วมกับกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ที่มีเป้าหมายและนโยบายการทำงานสอดคล้องกัน

TIKTOK X CDD

ในโครงการ **#ช้อปได้ทุกถิ่น** เป็นความร่วมมือระหว่าง TikTok Shop แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซยอดนิยมในหมู่คนรุ่นใหม่ ภายใต้การดูแลของ TikTok และกรมการพัฒนาชุมชนที่ต้องการปลดล็อกศักยภาพทางธุรกิจและโอกาสทางเศรษฐกิจ ให้ผู้ประกอบการรายย่อย หรือกลุ่ม OTOP และผลักดันให้ผู้ประกอบการก้าวข้ามข้อจำกัด ในการเข้าถึงทรัพยากร และช่องทางดิจิทัล ซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของผู้ประกอบการ OTOP ไทย

โดยกระบวนการของโครงการนี้อธิบายให้เห็นภาพคือ เริ่มต้นจากการที่ TikTok จะเป็นผู้ให้ความรู้ และส่งเสริมการเพิ่มช่องทางการขายบนแพลตฟอร์ม TikTok Shop โดยจะสอนตั้งแต่การดาวน์โหลด TikTok การแนะนำฟีเจอร์ต่าง ๆ ไปจนถึงการลงทะเบียนสมัครเป็นผู้ขายบน TikTok Shop ส่วนกรมการพัฒนาชุมชนจะทำหน้าที่รวบรวมผู้ประกอบการจากทั่วประเทศ โดยแบ่งเป็น 5 จังหวัด ประกอบด้วย ลำปาง นครราชสีมา นครศรีธรรมราช เพชรบุรี และสระบุรี ซึ่งในเฟสแรกมีผู้ประกอบการเข้าร่วมกว่า 530 ราย มีสินค้ารวมกันกว่า 1,600 ชิ้น

TikTok Meet กรมการพัฒนาชุมชน มาถึงตรงนี้หลายคนอาจสงสัยว่าทำไมแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นอย่าง TikTok ถึงต้องจับมือกับหน่วยงานรัฐ เพื่อไขข้อสงสัย ชนิดา คล้ายพันธ์ Head of Public Policy - Thailand, TikTok เล่าให้ฟังว่า การร่วมมือในครั้งนี้เป็นการลงนาม MOU ร่วมกันเพื่อต้องการยกระดับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อยซึ่งเป็นไปตามนโยบาย Smart City หรือเมืองอัจฉริยะ ที่ภาครัฐกำหนดไว้ 7 ด้าน โดยหนึ่งในนั้นคือ Smart Economy ที่มีกลุ่ม OTOP ซึ่งภายใต้โครงการดังกล่าว TikTok ต้องการยกระดับ SMEs ให้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล เพิ่มรายได้ให้ประเทศ รวมถึงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมเชิงท้องถิ่น และอีกหนึ่งเป้าหมายของโครงการคือ การกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเข้าใช้ TikTok Shop เพื่อเพิ่มช่องทางการขาย และสร้างการรับรู้ไปสู่คนรุ่นใหม่ให้สนใจสินค้า OTOP มากขึ้น

TIKTOK X CDD

ซึ่งการทำงานของโครงการนี้เกี่ยวกับผู้ประกอบการ OTOP โดยตรง และแน่นอนว่า TikTok เองก็ให้ความสำคัญกับเรื่องต่างๆ ในการทำธุรกิจที่กระทบต่อผู้ประกอบการและผู้ค้าใน TikTok Shop อยู่แล้ว ทั้งเรื่องของการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ OTOP มีทักษะดิจิทัล เข้าใจเทรนด์พฤติกรรมของนักช้อปออนไลน์ และใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นยังเป็นการสร้างรายได้ให้เหล่าครีเอเตอร์ในแพลตฟอร์มด้วยการทำ affiliate ขายสินค้า OTOP

โดยวิธีการที่ TikTok ใช้ในการสร้างทักษะดิจิทัลให้ผู้ประการ OTOP คือการลงพื้นที่พูดคุยกับผู้ประกอบการเดินสายจัดโร้ดโชว์ ใน 5 จังหวัด สอนทุกขั้นตอนอย่างใกล้ชิด ในขณะเดียวกัน TikTok ก็นำครีเอเตอร์ลงพื้นที่ไปด้วยเพื่อสอนทำคอนเทนต์สอนติดตะกร้า และทำไลฟ์สตรีมซึ่งในโครงการดังกล่าว ยังมีการจัดแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน และได้ผู้ชนะทั้งสิ้น 50 ร้าน โดยทาง TikTok จะช่วยโปรโมตผ่านไลฟ์โดยมี นลิน-ฉัตร์ณลิณ โชติจิรวราฉัตร รองอันดับ 1 Miss Universe Thailand ปี 2023 และ Miss Intercontinental ปี 2023 เป็นแขกพิเศษสำหรับโครงการนี้

กว่าจะมาเป็นโครงการ #ช้อปได้ทุกถิ่น ที่เห็นวันนี้ TikTok ได้เข้าไปศึกษาและคลุกคลีอยู่กับผู้ประกอบการ OTOP จนได้รู้ว่า จุดอ่อนของสินค้า OTOP อยู่ที่ช่องทางการขาย หรือต้องขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้ลูกค้าต้องจ่ายแพงขึ้น แต่ถ้าผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตขายเองก็ไม่ต้องจ่ายค่านายหน้า และสามารถซื้อ-ขายได้ตลอดเวลา ซึ่งเป็นข้อดีของการขายของผ่านออนไลน์ เพราะอย่างไรก็ตาม การค้าอีคอมเมิร์ซถือเป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจไทยที่สร้างมูลค่าเม็ดเงินมหาศาล

ชนิดาเล่าว่า "เป้าหมายของ TikTok สำหรับการทำโครงการนี้ไม่ใช่เพื่อสร้างรายได้ แต่เป็นการสร้างการรับรู้ให้คนทั่วไปรู้ว่าสินค้า OTOP มีจำหน่ายใน TikTok.Shop แล้วโครงการช้อปได้ทุกถิ่นจึงเป็นเหมือนการเปิดประตูให้ว่าจริงๆ แล้วไม่ว่าคุณจะอยู่ที่ไหนก็ช้อปได้ทุกที่ และฝั่งคนขายก็ขายได้ทุกที่เหมือนกัน"

จนกระทั่งในช่วงต้นปี TikTok ได้ลงนามบันทึกข้อตกลงกับกรมการพัฒนาชุมชน ที่นับว่าเป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดกับผู้ประกอบการ OTOP ที่สุด ในฐานะที่ TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่เข้าถึงคนทุกเพศทุกวัย มี TikTok Shop ที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก และเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขายได้จริง นอกจากจะช่วยเพิ่มช่องทางการขายแล้ว ชนิดายังบอกอีกว่า นี่เป็นครั้งแรกที่ TikTok ทำแคมเปญกับกลุ่มผู้ประกอบการที่ยังเข้าไม่ถึงเทคโนโลยี เนื่องจากแต่ละคนมีความรู้ความเข้าใจแตกต่างกัน มีทักษะการใช้ดิจิทัลไม่เหมือนกัน นี่จึงเป็นช่องว่างที่ต้องการเข้าไปเติมเต็มตามแนวคิด Smart People ที่ต้องการอัพสกิลให้ผู้ประกอบการเข้าถึงโลกดิจิทัลได้มากขึ้น

TIKTOK X CDD

ทั้งนี้ **#ช้อปได้ทุกถิ่น** ไม่ใช่โครงการที่จัดขึ้นครั้งเดียวแล้วจบ แต่เป็นโครงการระยะยาวที่แบ่งออกเป็นหลายเฟส โดยในเฟสแรกนี้ สินค้า OTOP ที่ขายผ่าน TikTok Shop มีมากกว่า 1,600 รายการ และสร้างยอดขายให้กับชุมชนได้ 8.5 ล้านบาทใน 3 เดือน ชนิดาเล่าว่าในเฟสแรก TikTok อยากให้โอกาสกับผู้ประกอบการที่ยังไม่เก่งเรื่องเทคโนโลยีก่อน เพราะทราบดีว่า TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่แมส มีผู้ใช้งานเยอะเราอยากให้ผู้ผลิตทุกคนเข้าถึงแพลตฟอร์มและสร้างรายได้ด้วย ผลตอบรับสำหรับเฟสแรกถือว่าดีทีเดียว มีผู้ประกอบการอีกหลายรายที่อยากเข้าร่วมโครงการนี้ ทำให้ในเฟสต่อไปเราตั้งเป้าไว้ที่ 1,000 คน

ด้าน **ชัยวัฒน์ ชื่นโกสุม** อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน เล่าถึงการร่วมงานในครั้งนี้ว่า "ที่ผ่านมากรมการพัฒนาชุมชน ทำงานร่วมกับผู้ประกอบการ OTOP ที่มีจำนวนกว่า 100,000 คนทั่วประเทศ เราทราบดีว่าสินค้า OTOPของไทยไม่เป็นสองรองใคร ทุกชิ้นล้วนเป็นผลงานที่สะท้อนภูมิปัญญาและวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าของคนไทยจึงต้องการให้สินค้า OTOP มีช่องทางในการขายมากขึ้น สามารถส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ"

"นอกจากนี้เรายังเล็งเห็นศักยภาพของผู้ประกอบการไทยว่ายังไปได้อีก แต่ยังติดที่ตอนนี้ยังมีผู้ประกอบการบางส่วนที่ยังไม่เชี่ยวชาญเรื่องการทำตลาดออนไลน์ หรือยังเข้าไม่ถึงเทคโนโลยี นี่จึงเป็นที่มาของการจับมือระหว่างกรมการพัฒนาชุมชน กับ TikTok ในครั้งนี้ ซึ่งเป็นโครงการที่ต้องทำงานร่วมกันในระยะยาว และไม่ใช่แค่การพัฒนาผู้ประกอบการ แต่ยังรวมถึงการกระตุ้นให้ข้าราชการที่ต้องทำงานใกล้ชิดกับประชาชนต้องเรียนรู้สิ่งเหล่านี้ไปด้วย เมื่อได้องค์ความรู้จากคนที่มีประสบการณ์อย่าง TikTok มาเติมเต็ม ก็ช่วยให้ผู้ประกอบการที่ถนัดเรื่องการผลิตได้พัฒนาทักษะการขายและเทคโนโลยี และฝั่ง TikTok ก็ได้สินค้าคุณภาพดีฝีมือคนไทยไปจำหน่ายในแพลตฟอร์ม" อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน แสดงมุมมองว่าแต่ละคนล้วนมีจุดแข็งแตกต่างกัน การดึงจุดแข็งของแต่ละฝ่ายมาใช้จึงเป็นอีกหนึ่งกุญแจสำคัญของการร่วมมือกันครั้งนี้

"คนเราเก่งไม่เหมือนกัน บางคนทำของเก่ง แต่อาจขายไม่เก่ง ในขณะเดียวกันบางคนขายเก่ง แต่ผลิตไม่เก่ง ถ้าช่วยกันทำก็จะเป็นเรื่องที่ดี และ ทุกภาคส่วนมีความสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนสินค้า OTOP สำหรับโครงการนี้ ไม่ใช่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดจะได้ประโยชน์คนเดียว แต่เป็นการได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ถือเป็นการเรียนรู้และทำงานร่วมกัน

"ที่ผ่านมากรมการพัฒนาชุมชน ถือเป็นตัวกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อมาตลอด มีการพูดคุยกับผู้ประกอบการ OTOP ในหลายเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้เชิงการตลาด เทรนด์การตลาดในเวลานี้ รวมถึงแนวโน้มพฤติกรรมและความชอบของผู้บริโภค ซึ่งก็มีหลายคนที่ปรับตัวนำสินค้าเข้าสู่ตลาดออนไลน์ได้เร็ว ขณะที่หลายคนยังต้องได้รับการส่งเสริมในเรื่องดิจิทัลและอีคอมเมิร์ซอยู่บ้าง

"ช่วงหลังมานี้ เราพบว่าผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเรื่องการซื้อสินค้าเปลี่ยนไป ทุกอย่างแทบจะอยู่ในออนไลน์ทั้งหมด สามารถซื้อ-ขายกันได้ 24 ชั่วโมง ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและระยะทาง นี่อาจเป็นปัจจัยที่ผลักดันให้คนทำ OTOP ต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง"

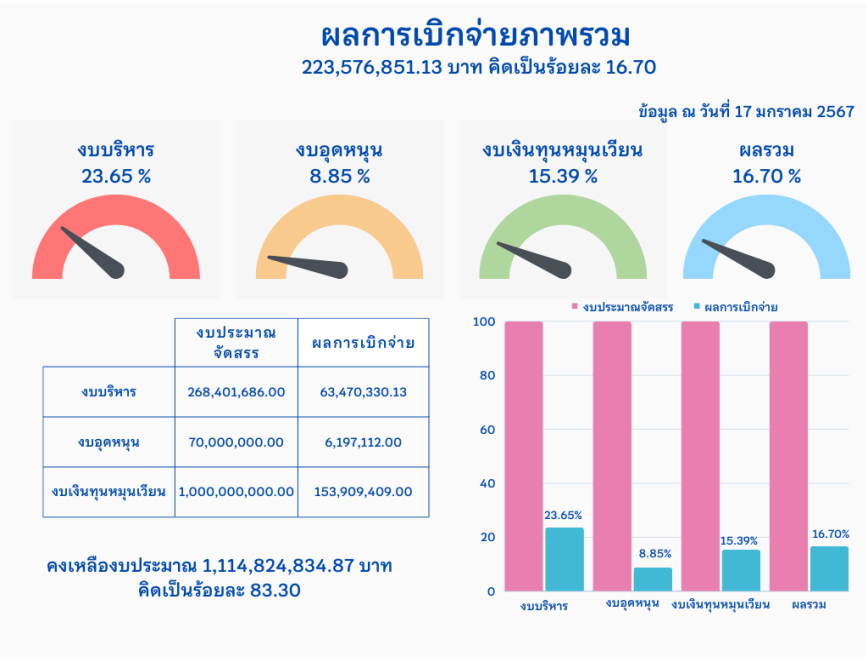
OTOP เป็นเรื่องของคนทุกเจนฯ หลายคนอาจมองว่าสินค้า OTOP เป็นสินค้าที่ผู้สูงอายุทำ เพื่อขายให้ผู้สูงอายุเท่านั้น ทำให้คนรุ่นใหม่ยังเข้าไม่ถึงสินค้า OTOP เท่าที่ควร ซึ่งนั่นเป็นโจทย์สำคัญอีกโจทย์ที่ต้องแก้ "นี่คือประเด็นที่กรมฯ รับรู้มาตลอด จึงมีโครงการชื่อว่า Young OTOP เป็นกลุ่มหนุ่มสาวที่ต้องการพัฒนาสินค้า OTOP ซึ่งคนเหล่านี้มีความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค เข้าใจรสนิยมความชอบของคนรุ่นใหม่ ทำให้ในวันนี้เราเห็นการเปลี่ยนแปลงของสินค้า OTOP หลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นของกินของใช้ ของตกแต่ง เสื้อผ้า และสมุนไพรต่าง ๆ ที่ปรับตัวให้สินค้าเข้าถึงคนทุกเพศทุกวัย ทั้งการพัฒนาคุณภาพสินค้าและในส่วนของบรรจุภัณฑ์ เช่น ดีไซเนอร์ไทยออกแบบลายผ้าไทยให้สวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน เหมือนที่ศิลปินชื่อดัง ลิซ่า BLACKPINK ใส่ผ้าไทยไปเที่ยวอยุธยา จากนั้นก็มีคนใส่ตามมากขึ้นถือเป็นเรื่องที่ดีที่แสดงให้เห็นว่าสินค้า OTOP สามารถปรับตัวให้สอดรับกับการใช้ชีวิตและใช้งานได้"

ติดตาม "ยุคนี้เราปฏิเสธคนในเจนฯ ใดเจนฯ หนึ่งไม่ได้" ได้ในฉบับหน้าค่ะ

การประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 1/2567

เมื่อวันที่ 22 มกราคม 2567 เวลา 13.30 น. ที่ห้องประชุม 5001 ชั้น 5 กรมการพัฒนาชุมชน นายชัยวัฒน์ ชื่นโกสุม อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน มอบหมายให้ นายวิฑูรย์ นวลนุกูล รองอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน เป็นประธานในการประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 1/2567 เพื่อรับฟังและติดตามการดำเนินงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ในการประชุมครั้งนี้ มีคณะกรรมการและผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมประชุมและติดตามการขับเคลื่อนงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ในประเด็น ดังนี้

1. รายงานผลการเบิกจ่ายตามแผนการดำเนินงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ผลการเบิกจ่ายภาพรวม 223,576,851.13 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.70 โดยมีรายละเอียดดังนี้



	งบประมาณจัดสรร	ผลการเบิกจ่าย
งบบริหาร	268,401,686.00	63,470,330.13
งบอุดหนุน	70,000,000.00	6,197,112.00
งบเงินทุนหมุนเวียน	1,000,000,000.00	153,909,409.00

อ่านเพิ่มเติม

2) การบริหารจัดการหนี้ของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี มียอดลูกหนี้คงเหลือ จำนวน 3,530 ล้านบาท ได้รับเงินชำระคืนในปีบัญชี 2567 จำนวน 268 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.60 หนี้เกินกำหนดชำระ จำนวน 687 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.47 และมีจังหวัดที่สามารถบริหารจัดการหนี้เกินกำหนดชำระต่ำกว่าร้อยละ 10 จำนวน 10 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนราธิวาส, ชัยภูมิ, ตาก, เชียงราย, นครนายก, อ่างทอง, ชลบุรี, พิษณุโลก, อุบลราชธานี และพระนครศรีอยุธยา

3) การบริหารจัดการหนี้ของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรุงเทพมหานคร ให้เร่งรัดการการดำเนินการทางกฎหมายลูกหนี้เกินกำหนดชำระ

4) รายงานผลข้อมูลการดำเนินการทางกฎหมายเกี่ยวกับการดำเนินคดีแพ่ง และคดีอาญา ของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

โดยจำแนกออกเป็น คดีแพ่ง : ผิดสัญญากู้ยืมเงิน 444 โครงการ คดีอาญา : ยักยอก 117 โครงการ, ฉ้อโกง 18 โครงการ , ปลอมแปลงเอกสาร 13 โครงการ, อยู่ระหว่างบังคับคดี 162 โครงการ และ ยุติการดำเนินคดี 56 โครงการ

5) รายงานผลการดำเนินงานตามประกาศคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ให้ความช่วยเหลือและบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ลูกหนี้

6) การแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

7) ขออนุมัติโครงการประเภทเงินอุดหนุน จังหวัดชลบุรี

8) การจัดทำข้อตกลงการให้สินเชื่อการกู้ยืมเงินเพื่อที่อยู่อาศัยและเงินกู้เพื่อเป็นสวัสดิการ

9) ขอให้พิจารณาทบทวนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และดอกเบี้ยผิดนัดชำระหนี้ของกองทุนฯ

การประชุมเร่งรัด กำกับ ติดตามการดำเนินงาน กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 1/2567 ผ่านระบบวีดิทัศน์ทางไกล (VIDEO CONFERENCE)

เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2567 นายชัยวัฒน์ ชื่นโกสุม อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน มอบหมายให้ นายสุรพล แก้วอินธิ ผู้ตรวจราชการกรม ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เป็นประธานในการประชุมเร่งรัด กำกับ ติดตามการดำเนินงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ครั้งที่ 1/2567 ผ่านระบบวีดิทัศน์ทางไกล (Video Conference) ไปยังสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด โดยมีวาระการประชุมที่สำคัญดังนี้

1. การบริหารจัดการหนี้ กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

2. การรายงานผลการเบิกจ่าย งบประมาณตามแผนการดำเนินงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณโดยกรมการพัฒนาชุมชน

3. การดำเนินงานตามตัวชี้วัดการปฏิบัติราชการตำแหน่งพัฒนาการจังหวัด ตัวชี้วัดที่ 5 ระดับความสำเร็จในการบริหารจัดการหนี้

4. การตรวจสอบความมีอยู่จริงของลูกหนี้ พ.ศ. 2567 โดยเป็นข้อมูลในการบริหารจัดการหนี้และประกาศมาตรการช่วยเหลือลูกหนี้ และเพื่อเป็นการบริหารจัดการข้อมูลลูกหนี้รายโครงการของฐานข้อมูลในระบบบัญชีการเงินและระบบทะเบียนลูกหนี้ จำนวนโครงการ 49,058 โครงการ โดยกำหนดระยะเวลาดำเนินการระหว่างวันที่ 12 มกราคม - 15 กุมภาพันธ์ 2567

5. การสำรวจข้อมูลคณะทำงานขับเคลื่อนกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

อ่านเพิ่มเติม

เรื่องเด่น ประเด็นดัง รอบรั้ว กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

"กรมการพัฒนาชุมชน รุกคืบรับสมัครสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี"

นายวันชัย คงเกษม ผู้ว่าราชการจังหวัดอุดรธานี มอบหมายให้ นายสุรศักดิ์ อักษรกุล รองผู้ว่าราชการจังหวัดอุดรธานี นำทีมพัฒนาชุมชนจังหวัดอุดรธานี ลงพื้นที่จัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และรับสมัครขึ้นทะเบียนสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ประเภทบุคคลธรรมดา แก่นักเรียนและนักศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษาอุดรธานี ผลักดันให้สตรีที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ได้เข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ สำหรับสร้างงาน สร้างความมั่นคงด้านรายได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในชุมชนต่อไป ณ ห้องโสตทัศนศึกษา ตึก 1 ชั้น 3 อาคารอำนวยการ วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุดรธานี

ขอเพียงผู้หญิงมีโอกาส

ถอดประสบการณ์กลุ่มต้นแบบกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี จากทั่วประเทศมาแลกเปลี่ยน กระบวนการทำงาน และปัจจัยสู่ความสำเร็จ ในวันนี้กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีจะพาไปถอดบทเรียนกับกลุ่มอาชีพที่ขอรับการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน จากกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี นำไปประกอบอาชีพแล้วประสบผลสำเร็จ ได้แก่ **กลุ่มขนมไทยบ้านโคกขาม หมู่ที่ 2 ต.โคกขาม อ.เมืองสมุทรสาคร จ.สมุทรสาคร**

นางชลธิชา รุ่งแสง ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 2 ตำบลโคกขาม (ประธานโครงการ) และสมาชิกได้เข้าร่วมโครงการทำขนมไทยจากกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีจังหวัดสมุทรสาคร และได้นำความรู้มาประยุกต์ ปรับสูตรในแบบที่ตนให้ความสนใจ เพื่อต่อยอดเป็นธุรกิจ สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนเพิ่มมากขึ้น จากนั้นได้ชักชวนชาวบ้านในชุมชนบ้านโคกขามที่มีภูมิปัญญาในการทำขนมไทยดั้งเดิมอยู่แล้ว รวมกลุ่มเพื่อต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ขนมไทยของชุมชนโดยมีการลงทะเบียนเป็นสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของจังหวัดสมุทรสาคร ขนมไทยของกลุ่ม มีหลากหลายชนิดด้วยกัน เช่น ฝอยทอง ทองหยิบ ทองหยอด เม็ดขนุน (เผือก ถั่วเหลือง มันม่วง) และขนมหม้อแกง ซึ่งราคาในการจำหน่ายจะเริ่มต้นจากราคา กล่องละ 35 บาทเป็นต้นไป ทั้งนี้ ทางกลุ่มยังรับเป็นวิทยากรสาธิตในการสอนทำขนมไทยให้แก่หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่ให้ความสนใจอีกด้วย

การบริหารจัดการเงินทุนของกลุ่มอาชีพ

1. กลุ่มได้มีการนำเงินที่ได้ไปซื้อของที่จำเป็นในการต่อยอดการทำขนมไทย ตามรายการที่ขออนุมัติ
2. กลุ่มมีการวางแผนการบริหารจัดการเงินทุน ตั้งแต่ขั้นตอนแรกที่ได้รับการอนุมัติเงิน ขั้นตอนที่ 2 การสั่งซื้อวัสดุ อุปกรณ์ วัตถุดิบ ภาชนะ ตามรายการที่เสนอโครงการ และขั้นตอนที่ 3 ผลิตขนมไทย ให้ได้มากกว่าเดิม รวดเร็ว รองรับความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน
3. กลุ่มมีการชำระคืนเงินตรงตามกำหนดในสัญญา
4. กลุ่มสามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามกับความต้องการของลูกค้า ทำให้ทางกลุ่มมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าเพิ่มมากขึ้น 40 - 50 %

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีการนำเครื่องปั้นไส้ขนมเข้ามาใช้ในการทำขนม เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตสินค้าให้ได้ตามมาตรฐาน ขนาด และน้ำหนักของตัวขนมเม็ด รวมถึงมีการนำมันม่วง เผือก มาประยุกต์เป็นไส้ขนมเม็ดขนุนซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มขนมไทยบ้านโคกขาม

2. กลุ่มได้รับการสนับสนุนการออกแบบบรรจุภัณฑ์จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร และนิคมอุตสาหกรรมสินสาคร เป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้า

3. กลุ่มขนมไทยบ้านโคกขาม มีการนำผลิตภัณฑ์ขึ้นทะเบียนผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดสมุทรสาคร ปี 2560 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ทองหยิบ ทองหยอด เม็ดขนุน และหม้อแกง

ด้านการพัฒนาช่องทางการตลาด

1. มีแผนการพัฒนาช่องทางการตลาด โดยการคำนวณพื้นที่ตลาดที่ขายในปัจจุบันยอดการผลิตในแต่ละวันให้ได้ตามความต้องการของผู้บริโภค และเข้าร่วมกิจกรรมในการฝึกอบรมพัฒนาช่องทางการตลาดอยู่เสมอ

2. ขายออนไลน์ผ่านเพจ facebook "ขนมไทย บ้านโคกขาม", ขายที่ตลาดน้ำวัดโคกขาม ตลาดวัดโคกขาม, เซ็นทรัลพลาซ่า มหาชัย , ลานค้าชุมชนอำเภอเมืองสมุทรสาคร , ออกบูทตามโอกาสต่าง ๆ ทั้งของหน่วยงานราชการและเอกชน

เมื่อปัญหา...สร้างโอกาส

The Whale

Hashi ธุรกิจที่อยากแก้ทุกข์ให้คนเป็นภูมิแพ้ คิดค้นอุปกรณ์ล้างจมูก แบรนด์แรกของไทย อยากแก้ปัญหาผู้ใช้ทั้งกายและใจ

เรื่อง ศิวะภาค เจียรวนาลีภาพ มณีนุช บุญเรือง

บางธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ไม่ได้มีโมเดลหรือหวาวิธีการขาย เรียบง่ายสุด ๆ แต่กลับสร้างคุณค่าบางอย่างได้อยู่ด้วยตัวเอง แก้ปัญหาให้สังคม แม้เป็นเรื่องเล็ก ๆ อย่างการล้างจมูกให้โล่งทุกวัน สำหรับบางคน แก้ปัญหานี้ได้ โลกก็น่าอยู่ขึ้น เรื่องราวของแบรนด์ 'Hashi' เป็นหนึ่ง ในนั้น บี-เมธินี สหะปิยะพันธุ์ กรรมการผู้จัดการ Hashi เป็นภูมิแพ้มาตลอดชีวิต

ความทุกข์ของคนเป็นโรคนี้คือมีน้ำมูกตลอดเวลา เมธินีเป็นภูมิแพ้ระดับค่อนข้างหนัก ชีวิตประจำวันแสนทรมาน ทั้งหายใจไม่ออก เสียบุคลิกภาพ เสียความมั่นใจ เธอเคยรับการผ่าตัดไซนัส แต่ก็ยังไม่ดีขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าตัวเองเป็นโพรงจมูกคด ต้องกินยาแก้แพ้ไปตลอดชีวิต หลังออกจากโรงพยาบาล เมธินีติดใจว่าน่าจะมีทางออกอื่นที่ช่วยแก้ปัญหานี้ได้ในอนาคต พื้นเพเธอทำงานในบริษัทอาหารและยา เมื่อถึงวัยกลางคน เธอเริ่มคิดถึงการมีกิจการของตัวเอง เริ่มหาไอเดียว่าผลิตสินค้าอะไรดีที่ตอบโจทย์ผู้คน เมธินีกลับมามองชีวิตตัวเอง เห็นความทุกข์ของคนเป็นภูมิแพ้เช่นเดียวกับเธอ ด้วยจุดตั้งต้นนี้เธอจึงเริ่มศึกษา 'ทางออก' ที่จะช่วยให้คนเป็นภูมิแพ้มีชีวิตดีขึ้น คิดสินค้าที่จะมาแก้ปัญหานี้ ช่วงนั้นเธอได้พบกับสิ่งที่เรียกว่า 'เนติพอต' (Neti-pot) เครื่องมือล้างจมูกที่ใช้ในศาสตร์ทางโยคะ การล้างจมูกเริ่มต้นในอินเดีย เผยแพร่ไปในยุโรป สหรัฐฯ แต่ในประเทศไทยเมื่อ 12 ปีก่อน เรื่องนี้ถือว่าใหม่มาก

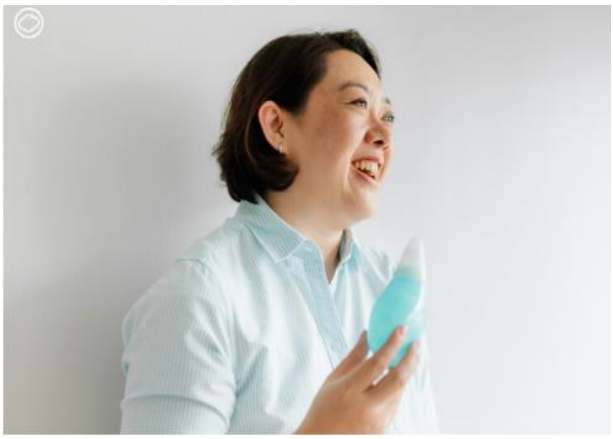
หลังจากศึกษางานวิจัยอย่างหนัก เมธินีจึงเริ่มคิดค้นอุปกรณ์ทำความสะอาดจมูกด้วยตัวเอง ลักษณะเป็นรูปกาพลาสติกสำหรับใส่น้ำเกลือ ทำให้การล้างจมูกง่ายขึ้นชนิดที่คนทั่วไปทำได้ด้วยตัวเอง "เวลาทำการตลาด สิ่งที่เราเชื่อที่สุดในศาสตร์ 4P คือ Product เรารู้สึกว่าโปรโมชันหรือสิ่งอื่น ๆ ทำให้เกิดการรับรู้ (Awareness) คนรอซื้อ แต่สิ่งที่ทำให้เขาซื้อเราซ้ำไปตลอด คือสินค้า" เธอเล่า การล้างจมูกทำได้ทั้งผู้ใหญ่และเด็ก แต่เมธินีเลือกโฟกัสทำสินค้าสำหรับเด็กก่อน "จากประสบการณ์ของเรา คิดว่าทำงานที่คุยกับเด็กดีกว่า สนุกดี โจทย์คือจะผลิตสินค้านี้อย่างไรไม่ให้เป็นอุปกรณ์ยา"

ขั้นแรก ทีมงานของเธอออกแบบให้กามีลักษณะเป็นรูปหยดน้ำ ดูเป็นสินค้าดีไซน์มากกว่าอุปกรณ์ทางการแพทย์ ด้วยความที่เป็นภูมิแพ้ เมธินี จึงสวมบทคิดแบบลูกค้าได้ตรงจุด เธอทดสอบครั้งแล้วครั้งเล่า เพื่อให้มั่นใจว่าคนจะล้างจมูกเองได้ที่บ้านจริง ๆ ขั้นที่ 2 เมธินีออกแบบ 'ความรู้สึก' ให้กับทั้งแบรนด์และสินค้า

ปัญหาหนึ่งของการทำบริษัทเกี่ยวกับยาและอุปกรณ์การแพทย์ คือโฆษณาไม่ได้เหมือนสินค้าปกติ ด้วยกฎระเบียบทางสาธารณสุขของประเทศ หลักการของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ คือทำยังไงให้คนจำได้ง่ายและไวที่สุด เพื่อที่เวลาลูกค้าไปยืนเลือกซื้อของในร้านขายยา ตัวยาจะถูกจดจำได้ หนึ่งในเครื่องมือที่ทำให้คนจำคือการตั้งชื่อยาและแบรนด์ Hashi ในภาษาญี่ปุ่น แปลว่า ตะเกียบ แต่ทีมของเมธินีไม่ได้ตั้งใจสื่อเชื่อมโยงกับเรื่องอาหารเลย แค่อยากแปลงคำว่า 'อัชชิ่ว' ให้ดูน่ารักขึ้น เลยได้ชื่อแบรนด์ Hashi ที่ทำให้การจามดูญี่ปุ่นขึ้นมาก ด้วยกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก

ทีมการตลาดของเมธินีจึงแนะนำให้เรียกเครื่องล้างจมูกนี้ว่า 'น้องปลาวาฬ' เป็นชื่อที่ทีมใช้ในการสื่อสาร (ชื่อสินค้าของเครื่องล้างจมูกนี้จริง ๆ คือ Hashi Plus)

นอกจากนี้ เมธินีเล่าว่าทีมครีเอทีฟยังทำนิทานเล่มเล็ก ๆ เล่าเรื่องเด็กชายจมูกแดงที่ได้รับของขวัญชิ้นใหม่เป็นน้องปลาวาฬ เพื่อนใหม่ที่จะช่วยให้เด็กน้อยจมูกแดงน้อยลง เป้าหมายจริง ๆ ของนิทานเล่มนี้ คือเป็นคู่มือสอนการใช้เครื่องล้างจมูก วางให้อ่านที่ร้านขายยา (ตามกฎของการขายอุปกรณ์การแพทย์ บริษัทแถมนิทานไปกับสินค้าไม่ได้) "เวลาเราบอกว่า ลูก ไปเอาน้องปลาวาฬมา กับบอกว่าไปเอาเข็มล้างจมูกมา ความรู้สึกมันแตกต่างนะ" เมธินีเล่าว่าทำไมการเอาใจใส่ความรู้สึกผู้ใช้จึงสำคัญ "เวลาทำอุปกรณ์เพื่อการรักษา เราไม่ได้อยากรักษาแค่อาการป่วยที่ร่างกาย เราอยากรักษาที่ใจด้วย" เธอเล่าเพิ่มว่าเคยทำสินค้าตัวหนึ่งชื่อว่า I-Kids Pops ไอเดียมาจากปัญหาของเด็กที่ไม่ชอบกินยา เลยปรับภาพลักษณ์มาเป็นเหมือนอมยิ้ม มีด้ามจับ ปรับความรู้สึกให้เด็กคิดว่าเป็นสิ่งที่เขาชอบ การแนะนำเครื่องล้างจมูกในช่วงที่ศาสตร์นี้ยังใหม่ เป็นเรื่องท้าทายมาก

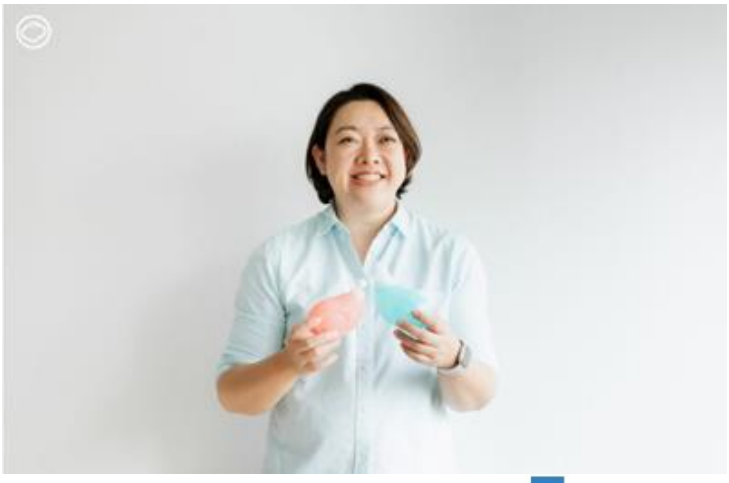


เมธินีใช้กลยุทธ์การขายที่เรียบง่ายที่สุด คือให้คนได้ลองใช้ของจริง เริ่มจากการไปออกบูทตามงานขายสินค้าแม่และเด็ก ทำคอร์สสอนผู้จัดจำหน่ายยาให้รู้วิธีใช้ สุดท้ายคือเป็นกลยุทธ์ปากต่อปาก ทำให้ Hashi คืนทุนได้ภายใน 1 ปี ถ้ามองในภาพรวม Market Size ของตลาดน้ำเกลืออยู่ที่ราว 1,000 ล้านบาท แบ่งเป็นช่องทางสินค้าที่ขายในโรงพยาบาล 60% ร้านขายยา 40% ในกลุ่มสินค้าที่เป็นเกลือผง Hashi ถือเป็นเบอร์ 1 ในตลาดเจ้าของกิจการผู้เปลี่ยนโรคประจำตัวของตัวเองให้กลายเป็นจุดแข็งเล่าว่า

ในกลไกการขายยาตามร้านยาปกติ รักษาเรื่องเดียวกัน คนขายมีตัวเลือกยาเยอะ ปัจจัยในการเลือกสินค้ามาขายเกิดจากผู้ผลิตทำการตลาด ทำให้ยานั้นเป็นที่รู้จักมากแค่ไหน หรือผู้ผลิตแข่งขันกันด้านราคา เพื่อให้ร้านขายยาหรือคนขายทำราคาแล้วได้ผลตอบแทนมากขึ้นได้ ทั้ง ๆ ที่สินค้าตัวยาเหมือน ๆ กัน บีไม่อยากขายแบบนั้น มันไม่ยั่งยืน "สไตล์บีคือเราเน้นการออกแบบสินค้าและนวัตกรรมมากกว่า ตอนออกไปขาย ลูกค้ามีทั้งชอบและไม่ชอบเลย คนที่ชอบก็โทรมาถามตลอดว่ามีนวัตกรรมใหม่ ๆ อะไรอีกมั้ยในการดูแลรักษาโรคนี้"

ความท้าทายของ Hashi ต่อไปคือการแนะนำวิธีล้างจมูกที่ถูกต้อง เพราะหลังการล้างจมูกแพร่หลาย คนล้างจมูกส่วนใหญ่ฉีดน้ำเข้าจมูกแรงไป ทำให้เป็นโรคหูอักเสบมากขึ้น จมูกของเรามีท่อที่เชื่อมไปถึงหู ถ้าบีบน้ำเข้าตรง ๆ น้ำเกลือและขี้มูกจะขึ้นไปตรงหู เราจะแสบเหมือนเวลาว่ายน้ำ วิธีที่ถูกจริง ๆ คือเอียงศีรษะ บีบน้ำเบา ๆ ให้โดนผนังจมูก ขี้มูกที่โดนน้ำเกลือจะนิ่ม ค่อย ๆ สั่งออกมา ล้างซ้ำ บีบเท่าที่ทำได้ อย่าดันน้องปลาวาฬลึกมาก ถ้าบีบน้ำแล้วไม่ออก แสดงว่าผนังจมูกบวม ต้องใช้ยาพ่นแทน จะตอบโจทย์ที่สุด การให้ความรู้เรื่องการล้างจมูกที่ถูกต้องเป็นโจทย์ใหญ่ถึงขั้นเมธินีต้องตั้งทีมการตลาดใหม่ ใช้สื่อที่หลากหลายขึ้น หาพรีเซนเตอร์อย่างวง Paper Planes เพื่อเล่าเรื่องนี้กับเด็กโดยเฉพาะ Hashi มีแผนผลิตสินค้าใหม่อีกเพียบ หนึ่งในนั้นคือการพัฒนาสินค้าเดิมอย่าง Hashi Saline Spray สเปรย์พ่นจมูกสำหรับคนเป็นภูมิแพ้ที่ต้องใช้ชีวิตข้างนอก โรคนี้มีอาการตลอดเวลา บางครั้งล้างจมูกไม่สะดวก การมีสเปรย์พ่นเพิ่มความชุ่มชื้นในจมูกช่วยให้ชีวิตไม่ยากจนเกินไป การทำสินค้าให้แก้ปัญหาสำหรับคนต้องใช้เวลาและการลงทุนไม่น้อย เลยเป็นกลยุทธ์ที่ไม่น่าดึงดูดมากนัก Hashi สะท้อนว่า ถ้าเริ่มจากธุรกิจที่แก้ปัญหาคนได้จะมีชัยไปกว่าครึ่ง และในตลาดก็มีความต้องการอีกมากที่ยังไม่ถูกค้นพบสำหรับคนที่เป็น SME อินไซต์สำคัญมาก ถ้าคุณเข้าใจจริง ๆ แล้วพัฒนาต่อ เอาความรู้ทางการวางแผนการเงิน ก็จะสำเร็จได้ ไม่ทำตามแพสชันอย่างเดียว ทำแบบคำนวณความเสี่ยงด้วย โดยตั้งกรอบว่า ถ้าเพิ่มการลงทุนในงานนี้จะถือว่าเพิ่มโอกาสหรือเพิ่มความเสี่ยงอะไรบ้าง

"ทุกวันที่ทำงาน เราต้องการแค่เงินเดือนเหรอ ถ้างานที่เราทำสร้างคุณค่าให้กับโลกนี้ได้ก็น่าจะดี เราอยู่ในวงการนี้เลยอยากสร้างคุณค่าในแง่สุขภาพให้คนอื่นมากขึ้น"



Lessons Learned

- จะทำสินค้าให้แก้ปัญหาสำหรับคน ต้องเริ่มจากมีอินไซต์ที่ชัดเจน เข้าใจโจทย์ที่อยากแก้จริง ๆ
- การใส่ใจ ให้เวลาพัฒนาสินค้า จะทำให้แบรนด์โตในระยะยาวมากกว่า
- ถ้าเป็นสินค้าที่ใหม่มาก ควรเน้นสอนวิธีใช้สินค้ากับคนที่จะขายของให้เรา เพราะเขาเป็นคนที่พบและคุยกับลูกค้าแบบเจอหน้ากันจริง ๆ

ขอขอบคุณ : www.readthecloud.co/hashi

กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
Thai Women Empowerment Funds

กฎหมายน่ารู้

“ความผิดฐานหมิ่นประมาทกับการทวงถามหนี้”

กรณีที่เจ้าหนี้ไปทวงถามหนี้กับลูกหนี้ หากในระหว่างนั้นเจ้าหนี้เกิดโมโหลูกหนี้ ไม่ว่าจะเป็นเพราะเหตุใดก็ตามแต่ จึงได้กล่าวข้อความต่อบุคคลที่สาม ทำให้ลูกหนี้เสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือถูกเกลียดชัง เจ้าหนี้อาจมีความผิดฐานหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา ๓๒๖ และไม่อาจอ้างเหตุบันดาลโทสะเพื่อลดโทษได้ ดังตัวอย่างคำพิพากษาศาลฎีกา ดังนี้

“**คำพิพากษาฎีกาที่ ๓๗๕๗/๒๕๖๔** จำเลยทั้งสองไปหาโจทก์ที่บ้านเพื่อทวงถามหนี้ซึ่งโจทก์กู้ยืมไปและยังไม่ชำระ แต่โจทก์กลับให้ลูกจ้างบอกจำเลยทั้งสองว่าโจทก์ไม่อยู่ ทำให้จำเลยทั้งสองโมโหและกล่าวข้อความต่อหน้าลูกจ้างของโจทก์ การกระทำของจำเลยทั้งสองย่อมเล็งเห็นได้ว่า ข้อความที่กล่าวต่อหน้าลูกจ้างของโจทก์ซึ่งเป็นบุคคลที่สามนั้นเป็นการใส่ความโจทก์ต่อบุคคลที่สามซึ่งอาจทำให้โจทก์ได้รับความเสียหาย โดยข้อความดังกล่าวทำให้บุคคลที่ได้ยินได้ฟังเข้าใจว่าโจทก์เป็นคนขี้โกงเป็นหนี้แล้วไม่ยอมชดใช้ แม้จะเป็นการกระทำไปด้วยอารมณ์ แต่ก็ต้องถือว่าจำเลยทั้งสองกระทำโดยเจตนา เมื่อข้อความที่จำเลยทั้งสองกล่าวทำให้โจทก์ได้รับความเสียหายต่อชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชัง จากผู้ที่ได้ยินได้ฟัง การกระทำของจำเลยทั้งสองจึงเป็นความผิดฐานร่วมกันหมิ่นประมาทโจทก์

การที่โจทก์กู้ยืมเงินจำเลยทั้งสองไปและยังไม่ชำระ กับให้ลูกจ้างบอกจำเลยทั้งสองว่าโจทก์ไม่อยู่ แม้จะเป็นเหตุให้จำเลยทั้งสองโกรธและกล่าวข้อความนั้นก็ตาม แต่จำเลยทั้งสองก็ชอบที่จะต้องดำเนินการใช้สิทธิตามขั้นตอนของกฎหมาย อีกทั้งการกระทำของโจทก์ที่ไม่ชำระหนี้ให้แก่จำเลยทั้งสอง แม้จะเป็นพฤติกรรมของลูกหนี้ที่ไม่สมควรกระทำ แต่ก็ยังไม่ถึงขนาดที่จะถือว่าเป็นการข่มเหงจำเลยทั้งสองอย่างร้ายแรงด้วยเหตุอันไม่เป็นธรรมตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา ๗๒ อันจะเป็นเหตุให้บันดาลโทสะได้”

ฉะนั้นแล้ว หากเจ้าหนี้ได้ใช้สิทธิโดยชอบด้วยกฎหมายโดยการทวงถามหนี้ต่อลูกหนี้แล้ว แต่กลับไม่ได้รับการชำระหนี้จากลูกหนี้ หรือลูกหนี้กระทำการใดๆต่อเจ้าหนี้อันเป็นการกระทำที่ไม่สมควร เจ้าหนี้ก็ชอบที่จะต้องใช้สิทธิเรียกร้องทางศาลต่อไป “เพราะเป็นสิทธิโดยชอบด้วยกฎหมายที่เจ้าหนี้มีอยู่”

แล้วสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีจะนำความรู้ดี ๆ ที่มีประโยชน์มานำเสนอแล้วพบกันใหม่ฉบับหน้าค่ะ

นางสาวกณิตญา พุ่มโพธิ์ฆัง นิติกร
เรียบเรียง
นายธีระพล คู่คิด ผู้อำนวยการกลุ่มกฎหมาย
ตรวจทาน

Contact Us

กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี Fanpage

กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี Channel

งานเครือข่ายสัมพันธ์ กลุ่มพัฒนาศักยภาพกองทุน
สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550
อาคารรัฐประศาสนาภักดี ชั้น 3
ถนนแจ้งวัฒนะ เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210
โทร. 0 2141 3093