

การจัดการความรู้

โครงการผ้าไทย OTOP พลังเศรษฐกิจชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์

และปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะสู่การพัฒนางาน



๑. ที่มา ความสำคัญ และสภาพปัญหา

โครงการ “ผ้าไทย OTOP พลังเศรษฐกิจชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์” จัดทำขึ้นเพื่อเสริมความเข้มแข็ง เศรษฐกิจฐานราก ลดความเหลื่อมล้ำ และนำทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะผ้าไหมแพรวาและผ้าพื้นเมือง มาต่อยอดตามแนวพระดำริ “ผ้าไทยใส่ให้สนุก” เพื่อสร้างงาน รายได้ และอนุรักษ์อัตลักษณ์วัฒนธรรมควบคู่ กับการขับเคลื่อน Soft Power จังหวัดกาฬสินธุ์ มีกลุ่มผู้ผลิต OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ๒๓๐ กลุ่ม ช่างทอ ๑,๗๓๕ คน ครอบคลุม ๑๘ อำเภอ แต่ประสบปัญหาหลัก ได้แก่ ผู้ผลิตสูงวัยและขาดผู้สืบทอด ผลิตภัณฑ์ยังไม่สอดคล้องกับตลาดสมัยใหม่ และช่องทางจำหน่ายจำกัด อีกทั้งกระบวนการผลิตยังแยก ส่วนและพึ่งพาการพัฒนาแบบ Top-Down ส่งผลให้ต้นทุนสูง คุณภาพไม่สม่ำเสมอ และผู้ผลิตมีรายได้เฉลี่ย เพียง ๖,๐๐๐–๘,๐๐๐ บาทต่อเดือน จึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน สร้างรายได้ อย่างยั่งยืน และรักษาภูมิปัญญาผ้าแพรวาให้คงอยู่ต่อไป

๒. แนวคิด วัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย

แนวทางโครงการมุ่งเปลี่ยนบทบาทภาครัฐจาก “ผู้สั่งการ” เป็น “หุ้นส่วนการพัฒนา” โดยใช้ การบริหารแบบมีส่วนร่วมและหลัก “ระเบิดจากข้างใน” ให้ประชาชนร่วมคิด ตัดสินใจ ลงมือทำ และรับประโยชน์ พร้อมพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าผ้าไทย เชื่อมโยงภูมิปัญญาดั้งเดิมกับนวัตกรรมและคนรุ่นใหม่ โดยมีเป้าหมาย เพิ่มรายได้ผู้ผลิต OTOP ร้อยละ ๒๐ สร้างเครือข่ายที่พึ่งตนเองได้ ถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่เยาวชนอย่างน้อย ๑๕๐ คน พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ตลาด และอนุรักษ์ผ้าไหมแพรวาอย่างยั่งยืน ครอบคลุมผู้ผลิต OTOP ๒๓๐ กลุ่ม สมาชิก ๑,๗๓๕ คน เกษตรกรหม่อนไหมประมาณ ๘๕๐ ครัวเรือน เยาวชนทายาทช่างทอ และผู้ประกอบการในพื้นที่

๓. รูปแบบการดำเนินงาน: ๔ ระยะ ๗ กิจกรรม และกลไก ๓-Co

โครงการออกแบบการดำเนินงานอย่างเป็นระบบตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยใช้กลไก ๓-Co ได้แก่ การร่วมตัดสินใจ (Co-Decision) การร่วมผลิต (Co-Production) และการร่วมรับผลประโยชน์ (Co-Benefit) แบ่งเป็น ๔ ระยะ ๗ กิจกรรมหลัก ทำให้การมีส่วนร่วมไม่ได้หยุดเพียงการรับฟังความคิดเห็น แต่เชื่อมต่อไปถึงการจัดการการผลิต การตลาด การแบ่งปันผลประโยชน์ และการพึ่งตนเองของชุมชน

ระยะที่ ๑ การเตรียมการและสร้างกลไกร่วมตัดสินใจ เริ่มจากจัดตั้ง “คณะทำงานขับเคลื่อนผ้าไทย จังหวัดกาฬสินธุ์” ที่มีตัวแทนภาคประชาชนและกลุ่ม OTOP จากทั้ง ๑๘ อำเภอในสัดส่วนสูง ร่วมกำหนด ทิศทางโครงการ จากนั้นวิเคราะห์ความต้องการตลาดจริง (Demand-Driven) คัดเลือกสายผ้าที่เหมาะสมกับ ผู้บริโภค และกำหนดราคากลางร่วมกัน เพื่อป้องกันการตัดราคาและสร้างความเป็นธรรมแก่ผู้ผลิตตั้งแต่เริ่ม กระบวนการ

ระยะที่ ๒ การพัฒนาระบบร่วมผลิตและบริหารห่วงโซ่อุปทาน นำผู้ผลิต ๒๓๐ กลุ่มมาจัดโครงสร้าง แบบ Cluster แบ่งบทบาทเป็นต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ กลุ่มต้นน้ำดูแลวัตถุดิบ ปลุกหม่อนเลี้ยงไหม และผลิตเส้นไหม กลุ่มกลางน้ำรับผิดชอบฟอกย้อมและทอผ้า ส่วนกลุ่มปลายน้ำทำหน้าที่ออกแบบ แปรรูป และจัดจำหน่าย โครงสร้างนี้ช่วยรองรับคำสั่งซื้อล็อตใหญ่ ลดการทำงานซ้ำซ้อน และทำให้แต่ละกลุ่มใช้จุด แข็งของตนเชื่อมต่อไปเป็นระบบเดียวกัน

ภายในระยะเดียวกันมีการถ่ายทอดองค์ความรู้และการร่วมสร้างนวัตกรรม โดยใช้กลุ่มที่เข้มแข็งเป็นศูนย์ เรียนรู้ ถ่ายทอดเทคนิคการทอขั้นสูงและการประยุกต์ลายผ้าพระราชทานกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น รวมทั้งตั้ง ระบบควบคุมคุณภาพ (QC) และกลไก “พี่ช่วยน้อง” หากกลุ่มย่อยผลิตไม่ทัน แม่ข่ายจะช่วยกระจายงานและ วัตถุดิบ ทำให้ชุมชนเปลี่ยนจากการมองกันเป็นคู่แข่งไปสู่การเป็นคู่ค้าที่เกื้อหนุนกัน

ระยะที่ ๓ การขับเคลื่อนการตลาดเชิงพาณิชย์ นำสินค้าที่ผ่านมาตรฐานเข้าสู่ช่องทางออนไลน์และออนไลน์แบบ Omni-channel ทั้งงานแสดงสินค้า นโยบายจังหวัด และ Social Commerce เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง ลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง ส่วนระยะที่ ๔ การจัดสรรผลประโยชน์และสร้างความยั่งยืน ใช้ระบบ Co-Benefit กระจายรายได้อย่างเป็นธรรมตลอดห่วงโซ่ และจัดตั้ง “กองทุนพัฒนาผ้าถิ่น” โดยกันรายได้ส่วนหนึ่งไว้เป็นสวัสดิการ ทุนหมุนเวียนซื้อวัตถุดิบ และพัฒนาทักษะสมาชิกในอนาคต

๔. กระบวนการมีส่วนร่วม ๕ ระดับ

โครงการยกระดับการมีส่วนร่วมตามลำดับจาก Inform, Consult, Involve, Collaborate ถึง Empower เริ่มจากการให้ข้อมูลผ่านการประชุมระดับจังหวัด เอกสารประกอบ ช่องทาง Line/Facebook และการประชุมสัญจรครบ ๑๘ อำเภอ จากนั้นเปิดเวทีปรึกษาหารือเพื่อรับฟังปัญหา วิเคราะห์ SWOT และสำรวจความต้องการเชิงลึก เมื่อเข้าสู่ระดับ Involve ประชาชนมีบทบาทในคณะทำงานระดับอำเภอ ร่วมวางแผนงานแสดงสินค้าและกำหนดเกณฑ์ประกวด ต่อมาในระดับ Collaborate ประชาชนร่วมกำหนดราคากลาง เปิดศูนย์เรียนรู้ และร่วมประชุมติดตามแก้ปัญหาอย่างสม่ำเสมอ จนถึงระดับ Empower ที่กลุ่มผู้ผลิตสร้างแบรนด์ร่วม บริหารช่องทางตลาดและกตีกาการแบ่งผลประโยชน์ด้วยตนเอง พร้อมขยายความรู้สู่กลุ่มอื่น โดยภาครัฐถอยบทบาทลงมาเป็นที่ปรึกษา

๕. พลังเครือข่ายและบทบาทของภาคส่วนต่าง ๆ

จุดเด่นของโครงการคือการบูรณาการภาคีเครือข่าย ๓๗ หน่วยงานในลักษณะ “หุ้นส่วนการพัฒนา” โดยแบ่งบทบาทตามความเชี่ยวชาญอย่างชัดเจน ภาคประชาชนและองค์กรชุมชนเป็นแกนหลักของการลงมือทำ เป็นทั้งผู้ผลิต ผู้กำหนดกติกา และผู้นำการเปลี่ยนแปลง ภาควิชาการช่วยวิจัยและพัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ และ Branding ภาคเอกชนและภาครัฐกิจเชื่อมต่อ Premium Market ห้างสรรพสินค้า และทักษะ E-Commerce ภาคราชการส่วนอื่นสนับสนุนด้านมาตรฐาน การคุ้มครองอัตลักษณ์และทรัพย์สินทางปัญญา ส่วนภาคประชาสังคมและสื่อมวลชนช่วยรณรงค์การสวมใส่ผ้าไทยและเผยแพร่ความสำเร็จให้เกิดกระแสในวงกว้างจังหวัดยังใช้กลไกการทำงาน ๔ ส่วน ได้แก่ เวทีระดมสมองเพื่อสร้างฉันทามติ คณะทำงานเชิงโครงสร้างที่ภาคประชาชนมีบทบาทตัดสินใจ กลไกเชิงปฏิบัติการ “พี่สอนน้อง เพื่อนช่วยเพื่อน” และระบบติดตามแก้ปัญหาหน้างานควบคู่การยกย่องเชิดชูเกียรติ ทำให้ความร่วมมือมีทั้งโครงสร้างทางการและพลังทางสังคม โครงการจึงไม่ได้เป็นภารกิจของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพียงหน่วยงานเดียว แต่กลายเป็นวาระร่วมที่ทุกฝ่ายมีความเป็นเจ้าของร่วมกัน

๖. นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ใช้

ด้านผลิตภัณฑ์ มีการผสมผสานเทคนิค “ผ้ายกเล็ก” กับลายผ้าพระราชทานและอัตลักษณ์ท้องถิ่น เกิดผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยและสินค้าแปรรูปมูลค่าสูง เช่น กระเป๋า เครื่องประดับ และของที่ระลึก นอกจากนี้ยังร่วมกับสถาบันการศึกษาพัฒนาสีย้อมธรรมชาติจากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร เพื่อเพิ่มความคงทนต่อแสงและการซัก สอดคล้องแนวคิด BCG Model และตลาดรักษาสีสิ่งแวดล้อม

ด้านการมีส่วนร่วม ใช้ Zoom, Google Meet, Line Video Call และ Google Forms เชื่อมผู้ผลิตที่กระจายอยู่ ๑๘ อำเภอ ทำให้ประชุม ติดตาม ให้คำปรึกษา และสำรวจความคิดเห็นได้โดยไม่ถูกจำกัดด้วยระยะทาง ส่วนด้านการตลาด ใช้ Facebook Live, TikTok, Line Official และเว็บไซต์/ช่องทางออนไลน์ สร้างการขายแบบ Real-time และ Storytelling ให้ลูกค้าเห็นเรื่องราวเบื้องหลังผืนผ้า ในรูปแบบ QR-Code

๗. ความโดดเด่นของโมเดล

ความโดดเด่นสรุปได้ ๕ ประการ คือ (๑) เปลี่ยนภาครัฐจากผู้สั่งการเป็นหุ้นส่วนที่ประชาชนมีอำนาจตัดสินใจจริง (๒) สร้างวัฒนธรรม “พี่ช่วยน้อง” แทนการแข่งขัน ทำให้กลุ่มใหญ่เป็นแม่ข่ายและกลุ่มเล็กเติบโตเร็วขึ้น (๓) ใช้ระบบ Co-Benefit และราคากลางเพื่อให้ผลประโยชน์กระจายอย่างเป็นธรรมตลอดห่วงโซ่ (๔) ใช้ Young OTOP เป็น Coach แบบหนึ่งต่อหนึ่งเพื่อลดช่องว่างระหว่างวัย โดยผู้สูงอายุที่ติดตามส่วนใหญ่อสามารถขายออนไลน์ได้ด้วยตนเอง และ (๕) ใช้ข้อมูลเป็นฐานในการตัดสินใจร่วมกัน ทำให้ประชาชนมีบทบาทเชิงกลยุทธ์ในระดับเดียวกับผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญ

๘. ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบที่สำคัญ

ผลผลิตด้านคนและเครือข่ายเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม กลุ่มผู้ผลิต OTOP และสตรีทอผ้าทั้ง ๒๓๐ กลุ่ม สมาชิก ๑,๗๓๕ คน ได้รับการยกระดับทักษะด้านการทอ การออกแบบ และการตลาดออนไลน์ โดยมีผู้ประกอบการ/ผู้นำการเปลี่ยนแปลงระดับ “A-Level” ๓๒๐ ราย ทำหน้าที่เป็นแม่ข่ายถ่ายทอดความรู้ และกระจายงาน ขณะเดียวกันเกิดเครือข่ายบูรณาการ ๓๗ หน่วยงานที่ลงนาม MOU และทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ

ด้านผลิตภัณฑ์และคุณภาพ มีการสร้าง New Collection มากกว่า ๕๐ ดีไซน์ที่ผสมผสานลายพระราชทานกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น กระบวนการ Co-Creation และ Co-Production ทำให้ผลงานของจังหวัดสามารถเข้าสู่รอบ Final ระดับประเทศได้ ๙ ชิ้นงานจากผลงานทั่วประเทศกว่า ๘,๙๐๓ ชิ้น และเอกสารระบุว่า ๗ รางวัลระดับประเทศ รวมถึงมีรางวัลพิเศษ “รวมดาวสาวสยาม” สะท้อนการยกระดับจากงานหัตถกรรมท้องถิ่นสู่ผลงานมาตรฐานสูงและช่วยเพิ่มมูลค่าแบรนด์ผ้ากาฬสินธุ์

ผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจเด่นที่สุดคือยอดจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายรวม ๔๓๒,๖๑๔,๖๐๐ บาท ในช่วง ๖ เดือนแรกของปีงบประมาณ ๒๕๖๘ หรือประมาณกว่า ๗๒ ล้านบาทต่อเดือน การขายผ่าน Social Commerce ช่วยลดการพึ่งพาคนกลาง ทำให้ส่วนต่างกำไรของผู้ผลิตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๓๐-๔๐ ขณะที่รายได้ครัวเรือนของสมาชิกกลุ่มเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ ๒๐ จากประมาณ ๘,๐๐๐ บาทเป็น ๙,๖๐๐ บาทต่อเดือน และการรวมกลุ่มช่วยลดต้นทุนการผลิตจากการซื้อวัตถุดิบร่วมกัน เพิ่มอำนาจต่อรองและความสามารถในการรับคำสั่งซื้อล็อตใหญ่

ผลกระทบด้านสังคมปรากฏผ่านการกลับคืนถิ่นของคนรุ่นใหม่ หรือ “Reverse Migration” มีคนรุ่นใหม่กลับมาสืบทอดอาชีพทอผ้าเพิ่มขึ้น ๘๐ คน ชุมชนเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัยมากขึ้น โดยระบบ Coaching ทำให้เยาวชนถ่ายทอดทักษะดิจิทัลแก่ผู้สูงอายุ ขณะที่ผู้สูงอายุถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าแก่คนรุ่นใหม่ เกิดความผูกพันและลดช่องว่างระหว่างวัย พร้อมสร้างภาพใหม่ให้อาชีพทอผ้าเป็นเส้นทางอาชีพที่มีรายได้และความภาคภูมิใจ

ด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญาผ้าแพรวาได้รับการฟื้นฟูและต่อยอดผ่านการบันทึกองค์ความรู้ เทคนิคผ้ายกเล็ก การย้อมสีธรรมชาติ และคลังลายผ้า ผ้าไทยกาฬสินธุ์ได้รับการผลักดันในฐานะ Soft Power และมีการสร้าง Provincial Branding ให้จังหวัดเป็นที่รู้จักด้านผ้าทอมากขึ้น ขณะเดียวกันด้านการบริหารราชการเกิดการเปลี่ยนจากระบบไซโลและ Top-Down ไปสู่การทำงานแบบหุ้นส่วน มี MOU ๓๗ หน่วยงาน และมีกลไกที่ประชาชนสามารถดำเนินงานต่อได้ แม้ภาครัฐลดบทบาทลง

๙. ปัจจัยความสำเร็จ

ปัจจัยสำคัญประกอบด้วย พลังศรัทธาและความภาคภูมิใจจากการน้อมนำลายผ้าพระราชทานมาเป็นแรงบันดาลใจ เครือข่าย OTOP ที่รวมตัวเป็น Cluster และใช้ระบบพี่ช่วยน้อง การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงที่ประชาชนเป็น “เจ้าของร่วม” ไม่ใช่เพียงผู้รับนโยบาย และการบูรณาการทุกภาคส่วนผ่าน MOU ๓๗ หน่วยงาน ส่งผลให้ทรัพยากร ความรู้ ตลาด และการตัดสินใจเชื่อมโยงกันอย่างมีประสิทธิภาพ ความสำเร็จจึงไม่ได้เกิดจากงบประมาณเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากโครงสร้างความร่วมมือและความไว้วางใจระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๑๐. ความยั่งยืนและการพึ่งตนเองของชุมชน

โครงการวางระบบความยั่งยืนโดยเปลี่ยนภาครัฐจาก “ผู้ให้” เป็น “ผู้เชื่อมโยง” และระดมทรัพยากร ๓ มิติ คือ เงิน คน และความรู้ ความยั่งยืนเชิงสถาบันเกิดจาก MOU กับ ๓๗ หน่วยงานที่สนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทยอย่างต่อเนื่อง ทำให้การขับเคลื่อนกลายเป็นวาระร่วมของจังหวัดและลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร ความยั่งยืนเชิงปัญญาเกิดจากความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและปราชญ์ชาวบ้านที่ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยชุมชนไม่ต้องพึ่งวิทยากรภายนอกตลอดเวลา ส่วนความยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจเกิดจากตลาดที่หลากหลาย กองทุนหมุนเวียน และการบริหารรายได้ของกลุ่มเอง

“กองทุนพัฒนาผ้าถิ่น” และกองทุนวัตถุดิบชุมชนเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้สมาชิกมีเงินทุนซื้อวัตถุดิบรองรับคำสั่งซื้อล็อตใหญ่ และมีสวัสดิการพื้นฐาน โดยไม่ต้องรอรับงบประมาณจากรัฐ นอกจากนี้ยังมีการสร้างแบรนด์ร่วม “ผ้าไทยกาฬสินธุ์” กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์และสิทธิการใช้ตราร่วมกัน ตลอดจนจัดทีมเยาวชนดูแลการขายออนไลน์ การที่กลุ่มสามารถบริหารตลาด กติกา และผลประโยชน์ด้วยตนเองสะท้อนการก้าวจากการ “มีส่วนร่วม” ไปสู่การ “เสริมอำนาจ” อย่างแท้จริง

๑๑. การต่อยอดและขยายผล

ความสำเร็จถูกต่อยอดในหลายระดับ กลุ่มผ้าทอลายมงคลมนตราธิกาญจน์ได้รับการยกระดับเป็นศูนย์เรียนรู้เทคนิคผ้ายกเล็ก เปิดให้กลุ่มจากต่างอำเภอและต่างจังหวัดเข้าศึกษาดูงานโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย และมีผู้เข้าศึกษาดูงานแล้วกว่า ๔๕ กลุ่ม รวมถึงกลุ่มจากจังหวัดร้อยเอ็ดและมหาสารคาม ขณะเดียวกันมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์นำองค์ความรู้เรื่องสื้อมธรรมชาติ การรวมกลุ่มแบบ Cluster และกลไก ๓-Co ไปใช้ในหลักสูตรระยะสั้นและงานบริการวิชาการ ทำให้องค์ความรู้ถูกสืบทอดผ่านระบบการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

ด้านตลาด มีการต่อยอดจาก “ผ้าผืน” สู่ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของกรมมูลค่าสูง เช่น กระเป๋า กรอบรูป ผ้าไหม และแฟ้มเอกสาร เพื่อรองรับงานราชการและงานประชุมระดับสำคัญ ทำให้ตลาดมีความหลากหลาย และรองรับคำสั่งซื้อขนาดใหญ่ได้มากขึ้น เอกสารระบุว่าโมเดลกาฬสินธุ์ถูกนำไปปรับใช้และเผยแพร่เป็น Best Practice ในพื้นที่อื่น เพราะมีผลลัพธ์ที่พิสูจน์ได้ทั้งด้านรายได้ เครือข่าย คุณภาพผลิตภัณฑ์ และการสร้างระบบการมีส่วนร่วมที่ชุมชนสามารถดำเนินต่อได้เอง

๑๒. บทสรุป

โครงการ “ผ้าไทย OTOP พลังเศรษฐกิจชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์” เป็นตัวอย่างของการใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นฐานพัฒนาเศรษฐกิจ โดยไม่แยกการสร้างรายได้จากการอนุรักษ์ภูมิปัญญา จุดเปลี่ยนสำคัญคือการปรับวิธีทำงานของรัฐให้ประชาชนเข้ามาเป็นหุ้นส่วนตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา วางแผน กำหนดราคา ผลิต ควบคุมคุณภาพ ทำตลาด แบ่งผลประโยชน์ ไปจนถึงการบริหารต่อยอดด้วยตนเอง ขณะเดียวกันการใช้ Cluster, Coaching, Data Analytics, Social Commerce, QR Code และเครือข่าย ๓๗ หน่วยงานช่วยเชื่อมโยงองค์ความรู้ ทุน และตลาดเข้าด้วยกัน

ผลที่เกิดขึ้นจึงครอบคลุมทั้งเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการบริหารภาครัฐ ตั้งแต่ยอดจำหน่ายกว่า ๔๓๒ ล้านบาทใน ๖ เดือน รายได้สมาชิกที่เพิ่มขึ้น การสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลง ๓๒๐ ราย การกลับมาของคนรุ่นใหม่ ๘๐ คน การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่กว่า ๕๐ ดีไซน์ การได้รับการยอมรับในระดับประเทศ ไปจนถึงการเกิดกลไกกองทุนและศูนย์เรียนรู้ที่ชุมชนบริหารเอง สำคัญของผลงานจึงอยู่ที่การเปลี่ยน “ผ้าท้องถิ่น” ให้เป็นทั้งสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและพลังเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พร้อมเปลี่ยน “ประชาชนผู้รับนโยบาย” ให้กลายเป็น “เจ้าของร่วม” ของการพัฒนา ซึ่งเป็นฐานสำคัญของความยั่งยืนในระยะยาว

๑. ปัญหาและอุปสรรค

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ มีภารกิจในการรายงานผลการดำเนินงานตามนโยบาย โครงการ และกิจกรรมต่าง ๆ ของกรมการพัฒนาชุมชน ซึ่งแต่ละสำนัก/กองส่วนกลางมีการกำหนดช่องทาง และลิงก์สำหรับการรายงานผลแตกต่างกัน เช่น Google Forms, Google Sheets ระบบสารสนเทศ เฉพาะงาน เว็บไซต์ หรือช่องทางออนไลน์อื่น ๆ โดยลิงก์ดังกล่าวมักมีการแจ้งผ่านหลายช่องทาง ทั้งหนังสือ ราชการ กลุ่ม LINE อีเมล หรือผู้ประสานงาน/นักวิชาการที่รับผิดชอบในเรื่องนั้น ๆ ทำให้ข้อมูลกระจาย และยังไม่มีการรวบรวมไว้ ณ จุดเดียว เมื่อถึงรอบการรายงาน เจ้าหน้าที่จึงต้องใช้เวลาในการค้นหาลิงก์ จากหลายแหล่ง บางครั้งไม่พบช่องทางการรายงาน หรือพบลิงก์หลายรายการจนเกิดความสับสนว่าลิงก์ใด เป็นลิงก์ที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน นอกจากนี้ หากมีการเปลี่ยนแปลงลิงก์หรือกำหนดส่งโดยไม่มีการรวบรวม ข้อมูลอย่างเป็นระบบ อาจทำให้เกิดการรายงานผิดช่องทาง รายงานซ้ำ รายงานไม่ครบถ้วน หรือล่าช้ากว่ากำหนด ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและการติดตามผลในภาพรวมของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด

อีกทั้ง ในกรณีที่มีการโยกย้าย เปลี่ยนแปลง หรือปรับเปลี่ยนผู้รับผิดชอบงาน ไม่ว่าจะเป็นนักวิชาการ หรือเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน อาจทำให้ข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการรายงาน ลิงก์สำหรับรายงาน กำหนดเวลา และขั้นตอนการดำเนินงานที่ผู้รับผิดชอบเดิมเคยเก็บรวบรวมไว้ ไม่ได้ถูกส่งต่อหรือถ่ายทอดอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ผู้รับผิดชอบรายใหม่ต้องใช้เวลาในการสอบถามและค้นหาข้อมูลจากหลายแหล่ง รวมทั้งอาจเกิด ความคลาดเคลื่อนในการเลือกช่องทางการรายงานหรือพลาดกำหนดเวลาการรายงานได้

๒. ข้อเสนอแนะสู่การปรับปรุงพัฒนางาน

ควรจัดทำ “ศูนย์รวมลิงก์การรายงาน (Reporting Link Center)” ไว้ที่เว็บไซต์กรมการพัฒนาชุมชน โดยกำหนดเป็นช่องทางกลางสำหรับรวบรวมและบริหารจัดการข้อมูลช่องทางการรายงานผลของทุกสำนัก/ กองส่วนกลางให้อยู่ในจุดเดียว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอในการเข้าถึงช่องทางการรายงานผลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเป็นระบบ ลดความจำเป็นในการค้นหาลิงก์จากหนังสือราชการ กลุ่มสื่อสารออนไลน์ เว็บไซต์ของหน่วยงาน หรือการ ประสานสอบถามเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบเป็นรายครั้ง ภายในศูนย์รวมลิงก์การรายงานอย่างน้อยควรจ ะประกอบด้วยข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ชื่อสำนัก/กอง ชื่องานหรือโครงการ ประเภทและรอบการรายงาน ช่องทางการรายงาน ลิงก์สำหรับเข้าสู่แบบรายงานหรือระบบสารสนเทศ กำหนดส่งรายงาน หน่วยงานหรือ ผู้รับผิดชอบ สถานะการเปิด-ปิดรับรายงาน ตลอดจนวันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด เพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถ ค้นหาและเข้าถึงช่องทางการรายงานที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ควรพัฒนา “ปฏิทินการรายงาน (Reporting Calendar)” ควบคู่กัน เพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถตรวจสอบภารกิจที่ต้องดำเนินการรายงานในแต่ละเดือนหรือ แต่ละช่วงเวลา ตลอดจนกำหนดส่งรายงานได้อย่างชัดเจน รวมทั้งควรมีระบบแจ้งเตือนภารกิจที่ใกล้ ครบกำหนด ดังนั้น การจัดทำ “ศูนย์รวมลิงก์การรายงานผล (Reporting Link Center)” บนเว็บไซต์ กรมการพัฒนาชุมชน จึงควรมุ่งเน้นให้เป็นศูนย์กลางที่มีคุณลักษณะ **“ค้นหาได้ง่าย เข้าถึงได้รวดเร็ว ข้อมูล ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน ลดขั้นตอนการประสานงาน และมีมาตรฐานเดียวกัน”** โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ลดระยะเวลาและภาระของเจ้าหน้าที่ในการค้นหาช่องทางการรายงาน ลดปัญหา การใช้ลิงก์หรือแบบรายงานที่ไม่เป็นปัจจุบัน และสนับสนุนให้เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสามารถเข้าถึงช่องทางการรายงานของทุกสำนัก/กองส่วนกลางได้จาก จุดเดียว ซึ่งจะช่วยยกระดับกระบวนการรายงานผลของกรมการพัฒนาชุมชน ให้มีความเป็นระบบ เชื่อมโยง และสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาระบบราชการดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ