

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงเวลาที่ประเทศชาติกำลังเผชิญวิกฤติทางเศรษฐกิจ และประชาชนทุกระดับประสบปัญหาต่างๆ นั้น ปัญหาที่สำคัญคือความยากจนของประชาชนระดับรากหญ้า รัฐบาลจึงได้แถลงนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยได้แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จากจังหวัดโออิตะ (Oita) ประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2522 โดยการริเริ่มของ Mr. Morihoko Hiramasa ผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะ ลักษณะของกิจกรรมจะเป็นการให้คนในแต่ละหมู่บ้านผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นความภาคภูมิใจของคนในหมู่บ้านและเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศของท้องถิ่นอย่างน้อยหมู่บ้านละ 1 ผลิตภัณฑ์ นายกรัฐมนตรีชื่นชมนโยบายของรัฐบาลญี่ปุ่น จึงนํานโยบายดังกล่าวมาปรับใช้เป็นนโยบายรัฐบาลเพื่อแก้ปัญหาความยากจน (คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ, 2546) โดยมีวัตถุประสงค์ ประการแรก เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนด้วยการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการ ประการที่สอง สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้ชุมชนสามารถคิดเองทำเองและพึ่งพาตนเอง (self – reliance) ได้ ช่วยให้ชุมชนมีรายได้และนำไปสู่เป้าหมายของการกินดี อยู่ดี มีคุณภาพชีวิตที่ดี ประการที่สาม ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อพัฒนาสินค้าด้วยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ประการที่สี่ ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และประการสุดท้าย ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น (ศิณีชัย สังข์ศรีศรี, 2546)

เนื่องจากจังหวัดลำพูนเป็นแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้และแกะสลักไม้จามจู้รี ในปี 2543 อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้มีแรงงานจำนวน 2,416 คน เป็นรองจากอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป ดังตารางที่ 1.1 แหล่งแกะสลักไม้ที่สำคัญ ของจังหวัดลำพูนที่สำคัญอยู่ในอำเภอแม่ทา ซึ่งไม้แกะสลักเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้ให้กับจังหวัดลำพูน โดยมีการแกะสลักไม้เป็นรูปต่าง ๆ (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำพูน, 2544)

ตารางที่ 1.1 จำนวนแรงงานภาคอุตสาหกรรม ตามสาขาอุตสาหกรรม ปี 2535 – 2543
หน่วย : คน

สาขาอุตสาหกรรม	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543
อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้	1,729	1,835	2,146	2,208	2,331	2,340	2,340	2,407	2,416
อุตสาหกรรมเกษตรพื้นฐาน(ส่วนมากเป็น โรงสีข้าว)	691	704	706	849	1,230	1,854	2,016	2,031	2,106
อุตสาหกรรมอาหาร	567	624	640	651	1,103	1,133	1,237	1,359	1,379
อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป	721	721	1,623	1,623	2,703	3,904	3,904	3,929	3,929
อุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ	1,258	1,285	1,354	1,545	1,601	1,670	1,725	1,790	1,811

ที่มา : สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดลำพูน. ฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรม (2544)

ตารางที่ 1.2 อัตราการขยายตัวของโรงงานอุตสาหกรรม ปี 2536 – 2543

สาขาอุตสาหกรรม	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543
อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้	6.2	13.6	6.8	4.8	0.8	0.0	3.8	0.7

ที่มา : สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดลำพูน. ฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรม (2544)

ตารางที่ 1.2 อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ มีอัตราการขยายตัวมากในปี 2537 คิดเป็นร้อยละ 13.6 และมีอัตราการขยายตัวที่ไม่แน่นอน ซึ่งโรงงานอุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ที่เพิ่มขึ้น เป็นโรงงานประเภทแกะสลักไม้จามจิมามากที่สุด ซึ่งอุตสาหกรรมประเภทแกะสลักไม้ มีจำนวนโรงงาน 92 โรงงาน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.2 ของสาขาอุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้

ตารางที่ 1.3 อุตสาหกรรมขนาดย่อม ที่มีเงินลงทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท

หน่วย : ร้อยละ

สาขาอุตสาหกรรม	จำนวน โรงงาน	เงินลงทุน	เงินลงทุน เฉลี่ย	แรงงาน	แรงงาน เฉลี่ย
อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้	138	97	0.7	2,416	17

ที่มา : สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดลำพูน. ฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรม (2544)

เนื่องจากโรงงานอุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ของจังหวัดลำพูน ที่มีอยู่จำนวน 138 โรงงาน เป็นธุรกิจที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 20 ล้านบาท มีการจ้างงานระหว่าง 1 – 50 คน

จำนวน 130 โรงงาน ระหว่าง 51 – 200 คน จำนวน 7 โรงงาน และมากกว่า 200 คน 1 โรงงาน จึงนับได้ว่าอุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้จังหวัดลำพูนเป็นกลุ่มธุรกิจขนาดย่อม

ในปี 2546 มีการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนในระดับรากหญ้าได้มีโอกาสในการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานเพื่อสามารถส่งออกได้ โดยมีการคัดสรรจากสินค้า OTOPI ในระดับต่าง ๆ ขึ้นมาตั้งแต่ระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอ จังหวัด กลุ่มจังหวัด กรุงเทพมหานคร จนถึงระดับประเทศ รวมทั้งมีการเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าจากท้องถิ่นสู่สากล (local links – global reaches) นำไปสู่การจัดระดับผลิตภัณฑ์ OTOPI 1-5 ดาว (คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2547) การได้รับคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ OTOPI ทำให้มีโอกาสมากขึ้นในการทำการตลาดทั้งในท้องถิ่นและกรุงเทพฯ เป็นการเปิดโอกาสให้ได้พบผู้ค้าในระดับประเทศ และผู้ซื้อจากต่างประเทศ ดังนั้น จึงมีผู้ประกอบการและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการได้ OTOPI ซึ่งผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักของกลุ่มไม้แกะสลักในอำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ OTOPI ระดับ 4 ดาว ในปี 2547 แต่ยังมีผลิตภัณฑ์ อีกหลายรายการยังไม่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ OTOPI ระดับ 1-5 ดาว ทำให้เสียโอกาสในด้านการตลาดและไม่ได้รับการสนับสนุนในด้านเงินทุนและความรู้จากหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้น จึงเลือกศึกษากลุ่มไม้แกะสลักและสมาชิกเป็นกรณีศึกษาโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อศึกษาถึงศักยภาพทางด้านการจัดการ การตลาด การผลิต และการเงิน ตลอดจนจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจชุมชนไม้แกะสลักในตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและหาแนวทางในการปรับปรุงดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มไม้แกะสลัก
- 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพผู้ประกอบการแต่ละรายในการเข้าสู่โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

- 1) ทำให้ทราบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มไม้แกะสลัก
- 2) ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสมาชิก ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงาน รวมทั้งเป็นแนวทางของภาครัฐในการส่งเสริมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1.4 ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษา

วิเคราะห์การดำเนินงาน การตลาด การผลิตและการเงิน ของธุรกิจชุมชน กลุ่มไม้แกะสลัก ในตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน โดยศึกษาเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่จะส่งเข้าร่วมโครงการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ให้เป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับ 4-5 ดาว โดยเลือกตัวอย่างจากสมาชิกกลุ่มไม้แกะสลักที่ดำเนินการมาเป็นเวลา 5 – 10 ปี มีเงินลงทุนเริ่มแรกจำนวน 300,000 – 500,000 บาท มีแรงงานไม่เกิน 10 - 15 คน และยินดีที่จะให้ข้อมูล จำนวน 3 ราย ในตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่จะทำการศึกษาได้แก่ 1) โตกช้างนั่ง 2) โตกช้างยืน 3) กรอบกระจกดาว 4) กรอบกระจกเดือน 5) ชุดตุ๊กตาคนตรี

1.5 นิยามศัพท์

ธุรกิจชุมชน หมายถึงการบริหารจัดการการผลิต และการแปรรูปผลผลิตขั้นต้นในระดับครัวเรือน ของชุมชนและเครือข่ายเพื่อจำหน่ายในชุมชน ตลาดท้องถิ่น และตลาดในเมือง ในบางกรณี ให้ชุมชนได้เรียนรู้การบริหารจัดการทุกขั้นตอนอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดการตลาดชุมชน ร้านค้าชุมชน ธุรกิจชุมชนในประเด็นต่าง ๆ พัฒนาการผลิต การตลาด และการจัดการระดับเครือข่ายให้มีอำนาจต่อรองกับตลาดภายนอก ประสานงานกับตลาดภายนอกทั้งระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และต่างประเทศ

การแกะสลักไม้ หมายถึงหัตถกรรมประเภทที่อาศัยการแกะ ขุด ตกแต่ง วัสดุที่เป็นไม้ให้เกิดลวดลาย หรือภาพลอยตัว สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องใช้หรือเครื่องประดับตกแต่ง

ภูมิปัญญา (Wisdom) หรือ ภูมิปัญญาชาวบ้าน (People Wisdom) หมายถึงพื้นเพรากฐานของความรู้ของชาวบ้าน หรือความรู้ของชาวบ้านที่เรียนรู้และมีประสบการณ์สืบต่อกันมาทั้งทางตรง คือประสบการณ์ด้วยตนเอง หรือทางอ้อมซึ่งเรียนรู้จากผู้ใหญ่ หรือความรู้สะสมที่สืบทอดกันมา หรือสรุปได้ว่าภูมิปัญญาชาวบ้านหมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดได้เอง ที่นำมาใช้ในการแก้ปัญหาเป็นสติปัญญา เป็นองค์ความรู้ทั้งหมดของชาวบ้านทั้งกว้างและลึก ที่ชาวบ้านสามารถคิดเองโดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาการดำเนินชีวิตได้