

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญของการศึกษา

กระดาษสาเป็นผลิตภัณฑ์พื้นเมือง ซึ่งนิยมทำเป็นอุตสาหกรรมในครอบครัวมาเป็นเวลานานนับพันปีแล้ว โดยเฉพาะทางภาคเหนือของประเทศไทย แต่เดิมการผลิตกระดาษสาจะทำด้วยมือซึ่งเข้าใจว่าวิธีการทำกระดาษสาเผยแพร่เข้ามาพร้อมศาสนาพุทธจากประเทศจีนเพื่อใช้บันทึกคำสอนเนื่องจากกระดาษสามีคุณสมบัติที่ดี คือ รักษาตัวหนังสือไม่ซีดจาง ไม่กรอบหรือเปื่อยยุ่ยเมื่อเก็บนานนับร้อยปี เท่าที่ผ่านมามีลักษณะการผลิตด้วยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย การทำกระดาษสานี้นิยมทำภายหลังเสร็จสิ้นฤดูกาลเก็บเกี่ยวข้าวนาปีมิได้ทำเป็นอาชีพหลักของครอบครัว

ปัจจุบันมีการผลิตกระดาษสาอย่างแพร่หลาย ทางภาคเหนือของประเทศไทย และพื้นที่ตำบลบ้านหนุน อำเภอสอง จังหวัดแพร่ ก็เป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่ทำการผลิตกระดาษสาอย่างเป็นล่ำเป็นสัน สร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการอย่างน่าพอใจ

ก่อนที่จะเริ่มผลิตกระดาษสา ราษฎรภายในหมู่บ้านฮีดอาชีพเกษตรกรรม โดยเฉพาะการทำไร่ยาสูบ ซึ่งที่ผ่านมาราคาของยาสูบขึ้นลงไม่คงที่แล้วแต่ราคาตลาดในขณะนั้น รวมทั้งบางปีมีการจำกัดโควต้ายาสูบโดยเกษตรกรต้องลดการผลิตลง ทำให้รายได้จากผลผลิตยาสูบลดลงไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวันส่งผลให้ราษฎรส่วนใหญ่มีฐานะยากจน รายได้เฉลี่ยจากการประกอบการอาชีพเพียง คนละ 600 – 1,800 บาท/เดือน (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม : 2542 : 84 – 89)

ต่อมาประธานกลุ่มแม่บ้าน บ้านลองลือบุญ ตำบลบ้านหนุน อำเภอสอง จังหวัดแพร่ นางเพียร เพียรวิริยะ ได้นำอาชีพการทำกระดาษสาเข้ามาเผยแพร่และมีการถ่ายทอดไปยังราษฎรในหมู่บ้านและหมู่บ้านใกล้เคียง จนกระทั่งได้มีการจัดตั้งกลุ่มกระดาษสาขึ้นในปี พ.ศ. 2531 (เพียรเพียรวิริยะ : 2544) จากนั้นมีหน่วยงานราชการเข้ามาช่วยเหลือกิจการก็ขยายเรื่อยมาจากปี พ.ศ. 2531 จนถึงปัจจุบัน เริ่มต้นจากทางอำเภอให้ความสนใจและเห็นว่าพื้นที่ อำเภอสอง จังหวัดแพร่ มีวัตถุดิบ คือ ปอสาขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก จึงได้เริ่มประสานงานไปยังหน่วยงานราชการต่างๆ เช่น พัฒนาชุมชนอำเภอสอง อุตสาหกรรมจังหวัดแพร่ รวมทั้งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อช่วยเหลือ ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้เข้ามาให้คำปรึกษาและฝึกอบรมให้กลุ่มในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยนำกระดาษสามาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น

ประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สมุดโน้ตขนาดต่างๆ ดอกไม้ชนิดต่างๆ กล่องขนาดต่างๆ  
ถุงกระดาษ

ประเภทกระดาษสา ได้แก่ กระดาษสาสีขาว กระดาษสาแฟนซีหรือลายดอก กระดาษสาสี  
กระดาษสาธรรมชาติ

จนกระดาษสาและผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาเป็นที่ต้องการของท้องถิ่นเพิ่มขึ้นทุกขณะและ  
สร้างอาชีพให้กับราษฎรซึ่งเดิมมีอาชีพเกษตรกรรม หันมาทำกระดาษสาเป็นอาชีพเสริมและบางราย  
หันมายึดเป็นอาชีพหลักสร้างรายได้ให้สมาชิกได้ไม่ต่ำกว่าคนละ 1,800 - 2,500บาท/ เดือน (กรมส่งเสริม  
อุตสาหกรรม : 2542 : 84 – 89) ปัจจุบันถ้ายึดเป็นอาชีพหลักผู้ที่รับจ้างทำกระดาษสาจะมีราย  
ได้ไม่ต่ำกว่าคนละ 3,000 บาท / เดือน (วิรัตน์ สุวรรณ : 2545)

จากการสัมภาษณ์และรวบรวมข้อมูลการรวมกลุ่มประกอบอาชีพทำกระดาษสาของตำบล  
บ้านหนอง อำเภอสอง จังหวัดแพร่ เริ่มกันอย่างจริงจังเมื่อปี พ.ศ. 2536 โดยมีการขอเงินสนับสนุน  
จากอุตสาหกรรมจังหวัดแพร่และอุตสาหกรรมภาคที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่ จึงเกิดกลุ่มกระดาษสาขึ้นทั้ง  
หมด 10 กลุ่ม แต่ละกลุ่มมีผู้ประกอบการ 1 ราย และมีลูกจ้างของแต่ละกลุ่มเฉลี่ย 5 - 10 คน (เพียร  
เพียรวิริยะ : 2544) ต่อมาปี พ.ศ. 2544 โดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์บางเขน ได้  
จัดตั้งเครือข่ายกลุ่มกระดาษสาขึ้นเพื่อให้งานของ แต่ละกลุ่มย่อยมีประสิทธิภาพมากขึ้นและ  
เพื่อผลประโยชน์ในเรื่องขอเงินทุนสนับสนุนสนองตอบนโยบาย “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของ  
รัฐบาลนายกทักษิณ ชินวัตร

ปัจจุบันมีสมาชิกเครือข่ายกลุ่มกระดาษสา ตำบลหนอง อำเภอสอง จังหวัดแพร่ ทั้งหมด 14  
กลุ่ม ดังแสดงใน ตารางที่ 1.1 (เพียร เพียรวิริยะ : 2544)

ตารางที่ 1.1 จำนวนสมาชิกเครือข่ายกลุ่มกระต๊ากสา ของตำบลบ้านหนูน อำเภอสอง แพร่ ปี 2544

ลำดับ	ประเภทการประกอบการ	รายชื่อหัวหน้ากลุ่ม	สถานที่ตั้ง
1	กลุ่มกระต๊ากสาครบวงจร	นางเพียร เพียรวิริยะ	หมู่ 6
2	กลุ่มกระต๊ากสาครบวงจร	นางเพ็ญศรี ศรีสุวรรณ	หมู่ 6
3	กลุ่มกระต๊ากสาครบวงจร	นางนัยนา มีโชค	หมู่ 4
4	กลุ่มกระต๊ากสาครบวงจร	นางพรวิมล เพิ่มพานิช	หมู่ 4
5	กลุ่มกระต๊ากสาครบวงจร	นางอรมัย ทองประเสริฐ	หมู่ 10
6	กลุ่มกระต๊ากสา	นางอารีย์ นิลมณี	หมู่ 6
7	กลุ่มกระต๊ากสา	นางวิจิตรา เรื่องตระกูล	หมู่ 8
8	กลุ่มกระต๊ากสา	นางวิภาพร วงสมบัติ	หมู่ 8
9	กลุ่มผลิตภัณฑ์	นายวิรัตน์ สุวรรณ	หมู่ 3
10	กลุ่มผลิตภัณฑ์	นางพนอจิตต์ นันทคิลก	หมู่ 4
11	กลุ่มผลิตภัณฑ์	นางวชิรา เชื้อวชาญ	หมู่ 4
12	กลุ่มผลิตภัณฑ์	นางดารณี นิลกระจำง	หมู่ 4
13	กลุ่มกระต๊ากสา – ปอ	นายเทียน ใจแก้ว	หมู่ 6
14	กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์	นางเดือนจันทร์ วงศ์เดือน	หมู่ 8

ที่มา : เอกสารเครือข่ายกลุ่มกระต๊ากสา

จากการสำรวจข้อมูลในปัจจุบัน (พ.ย. 2544 – ม.ค. 2545) พบว่า การดำเนินการเครือข่ายกลุ่มกระต๊ากสา ของตำบลบ้านหนูน อำเภอสอง จังหวัดแพร่ มีสมาชิกประมาณ 300 คน โครงสร้างในการทำงานแบ่งเป็นกลุ่มเล็กและใหญ่ มีถึง 14 กลุ่ม (ดังแสดงในตารางที่ 1.1) แต่ละกลุ่มประกอบด้วยผู้ประกอบการ 1 ราย และลูกจ้างของแต่ละกลุ่มเฉลี่ย 20 คน โดยประธานกลุ่มจะเป็นผู้กระจายงานให้แต่ละกลุ่มในเครือข่ายทำต่อไป ในการออกร้านจำหน่ายสินค้าจะมีการสับเปลี่ยนตัวแทนของแต่ละกลุ่มนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย และในบางครั้งแต่ละกลุ่มในเครือข่ายก็จะเป็นผู้หาตลาดเองเพื่อช่วยให้สมาชิกภายในกลุ่มมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่าพื้นที่ ตำบลบ้านหนูน อำเภอสอง จังหวัดแพร่ เป็นพื้นที่ที่น่าสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับอาชีพทำกระต๊ากสาเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากประกอบด้วยลักษณะการประกอบการกระต๊ากสาหลายประเภทรวมกันอยู่ในเครือข่ายใหญ่เดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินการธุรกิจชุมชนที่รัฐบาล ภายใต้การนำของ นายทักษิณ ชินวัตร มีนโยบายส่งเสริมโครงการ

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อต้องการจะหาทางช่วยเหลือและส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ทางด้านการพัฒนาองค์กรธุรกิจชุมชนให้สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างแท้จริง ดังนั้นการวิเคราะห์โครงสร้างโดยทั่วไปของการประกอบอาชีพทำกระดาษสา ได้แก่ การผลิต การตลาด การเงิน ซึ่งในด้านการผลิตจะจำแนกรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การบริหารการผลิต การจัดการองค์กร การจ้างงาน รายได้ ต้นทุน และผลกำไร กระบวนการผลิต ด้านการตลาดจะจำแนกรายละเอียดเกี่ยวกับ การบริหารการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การตั้งราคาขาย การส่งเสริมการขาย ส่วนด้านการเงินจะจำแนกรายละเอียดเกี่ยวกับ การบริหารการเงิน ผลการดำเนินงาน สถานภาพทางการเงิน พร้อมทั้งลักษณะการรับชำระเงิน และการเสียภาษีอากร โดยจะเปรียบเทียบการดำเนินงานในด้านต่างๆของทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มกระดาษสา กลุ่มผลิตภัณฑ์ และกลุ่มกระดาษสาครบวงจร ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงปัจจัยในด้านต่างๆแล้วนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่จะส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจนี้ เพื่อจะเป็นข้อมูลหรือทางเลือกต่อการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจนี้ต่อไป ตลอดจนการพัฒนาและหาแนวทางในการปรับปรุง การดำเนินการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

## 1.2 ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ภายใต้การดำเนินการขององค์กรธุรกิจ โดยทั่วไปแล้วมีเป้าหมายวัตถุประสงค์มุ่งดำเนินกิจการเพื่อแสวงหาผลกำไรสูงสุด เพื่อเป็นผลตอบแทนการลงทุนต่อเจ้าของกิจการ ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จึงมีทฤษฎีองค์กรทางธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจต่อปัญหาการจัดสรรทรัพยากรที่เกิดขึ้นในการดำเนินกิจกรรมขององค์กร เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร ซึ่งทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีองค์กรทางธุรกิจ ได้แก่

**ทฤษฎีการผลิต** คือ การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตชนิดต่างๆ กับจำนวนผลผลิต หรือ หมายถึง การศึกษาถึงวิธีการเลือกใช้ปัจจัยการผลิตที่จะทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำที่สุดนั่นเอง โดยปัจจัยการผลิต แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ ปัจจัยคงที่ และปัจจัยผันแปร การใช้ปัจจัยการผลิตขององค์กรธุรกิจก็จะก่อให้เกิดต้นทุนการผลิตตามมา โดยสามารถแบ่งต้นทุนการผลิตออกเป็น 2 ชนิด คือ ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) กับต้นทุนผันแปร (Variable Cost) ต้นทุนคงที่เป็นต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลง แม้ว่าจำนวนการผลิตจะเปลี่ยนแปลงไปหรือจำนวนผลผลิตจะเป็นศูนย์ก็ตาม เช่น ค่าเช่าที่ดิน ค่าเช่าโรงงาน เป็นต้น ต้นทุนผันแปร เป็นต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงตามจำนวนผลผลิต เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าจ้างแรงงาน ในระยะสั้นต้นทุนการผลิตทั้งหมดจะมีทั้งต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร แต่ในระยะยาวปัจจัยการผลิตทุกตัวสามารถเปลี่ยนแปลงได้ หรือขนาดการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไปจะทำให้ในระยะยาวมีเพียงต้นทุนผันแปร

### สูตรการคำนวณต้นทุนทั้งหมด

$$\text{ต้นทุนทั้งหมด} = \text{ต้นทุนคงที่} + \text{ต้นทุนผันแปร}$$

ทฤษฎีราคา คือ การศึกษาถึงการกำหนดหรือการตั้งราคาที่จะก่อให้เกิดความพอใจสูงสุดทั้งฝ่ายผู้ผลิต และฝ่ายผู้บริโภค ในการจัดสรรทรัพยากรเพื่อการผลิตหรือเพื่อการบริโภคตามหลักประสิทธิภาพและใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาในตลาดที่มีการแข่งขันในลักษณะต่างๆ

ในที่นี้จะพิจารณาการตั้งราคาขายของผู้ผลิต โดยพิจารณาจากต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้น แล้วใช้วิธี Mark up ราคาตามต้องการ ซึ่งโดยปกติจะเป็นการตั้งราคาคงนี้

### สูตรการคำนวณราคาขาย

$$\text{ราคาขาย} = \text{ต้นทุนทั้งหมด} + \text{อัตรากำไร}$$

### ทฤษฎีการวิเคราะห์กำไรที่เหมาะสม

การดำเนินกิจการให้ได้รับผลกำไรดีที่สุดมักเป็นเป้าหมายสำคัญสำหรับองค์กรธุรกิจ เพราะผลกำไรเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานและแสดงถึงความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจขององค์กร โดยทั่วไปกำไรคือผลต่างระหว่างรายได้และต้นทุนที่เกิดจากการดำเนินกิจการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หากองค์กรธุรกิจเป็นผู้ผลิตจำหน่ายสินค้าในตลาด กำไรก็คือผลต่างระหว่างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและต้นทุนการผลิตสินค้า หรือ

$$\begin{aligned} \text{กำไร} &= \text{รายได้} - \text{ต้นทุน} \\ &= TR - TC \end{aligned}$$

ดังนั้น ส่วนเปลี่ยนของผลกำไรจึงเท่ากับ

$$\Delta \text{กำไร} = \Delta TR - \Delta TC$$

เมื่อหารส่วนเปลี่ยนแปลงของผลกำไรด้วยส่วนเปลี่ยนแปลงปริมาณ  $\Delta Q$  จะได้ความสัมพันธ์ระหว่างค่าเพิ่มรายได้หน่วยสุดท้ายและค่าเพิ่มต้นทุนการผลิตหน่วยสุดท้าย หรือ

$$\begin{aligned}\frac{\Delta \text{กำไร}}{\Delta Q} &= \frac{\Delta \text{TR} - \Delta \text{TC}}{\Delta Q} \\ &= \text{MR} - \text{MC}\end{aligned}$$

เงื่อนไขที่ให้ผลกำไรสูงสุดก็คือ ค่าเพิ่มของผลกำไรหน่วยสุดท้ายมีค่าเป็นศูนย์ หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในปริมาณการผลิต มีผลทำให้กำไรลดลงจากเดิม

$$\frac{\Delta \text{กำไร}}{\Delta Q} = 0$$

จากเงื่อนไขกำไรสูงสุดนี้ เราจะพบว่าในการดำเนินกิจการให้ได้ผลกำไรดีที่สุคนั้น องค์กรจะผลิตสินค้าในปริมาณที่ค่าเพิ่มรายได้หน่วยสุดท้ายเท่ากับค่าเพิ่มต้นทุนการผลิตหน่วยสุดท้าย

$$\text{MR} = \text{MC}$$

### ทฤษฎีโครงสร้างตลาดสินค้า

ตลาดสินค้านี้มีโครงสร้างของตลาดที่แตกต่างกันออกไป องค์กรธุรกิจซึ่งทำหน้าที่ผลิตและจำหน่ายสินค้า จึงจำเป็นต้องศึกษาวิเคราะห์ลักษณะ โครงสร้างของตลาดเพื่อทำความเข้าใจสภาพการแข่งขันของตลาด เงื่อนไขข้อบังคับของตลาด และพฤติกรรมปฏิกิริยาการโต้ตอบของกลุ่มแข่งขันในตลาด

โครงสร้างตลาดแบ่งเป็น 4 ประเภทหลัก ดังนี้

#### 1. โครงสร้างตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect competition)

##### ลักษณะตลาดแข่งขันสมบูรณ์

- 1.1 มีผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าจำนวนมาก (There are many buyers and sellers of commodity) ไม่มีผู้ซื้อหรือผู้ขายรายใดมีอิทธิพลเหนือราคา ราคาจะเป็นไปตามความสัมพันธ์ของอุปสงค์และอุปทานของตลาด
- 1.2 สินค้ามีลักษณะเหมือนกันทุกประการ (The commodity is homogeneous)

- 1.3 ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรู้เรื่องการตลาดอย่างสมบูรณ์ (Buyers and sellers have perfect knowledge of market conditions)
- 1.4 มีการเคลื่อนย้ายปัจจัยในการผลิตอย่างเสรี (There is perfect mobility of resources)
2. โครงสร้างตลาดผูกขาด (Monopoly market) หรือตลาดผูกขาดอย่างแท้จริง (Pure monopoly)
- ลักษณะตลาดผูกขาด
- 2.1 มีผู้ขายสินค้าเพียงรายเดียว (Single firm)
- 2.2 ไม่มีสินค้าอื่นทดแทนได้ (No close substitutes)
- 2.3 ผู้ผลิตรายใหม่จะเข้ามาเปลี่ยนแปลงไม่ได้หรือเข้ามาได้ด้วยความยากลำบาก (Entry into the industry is blocked or very difficult)
3. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition)
- ลักษณะของตลาด
- 3.1 มีผู้ผลิตหรือผู้ขายจำนวนมาก (There are many producers or sellers) จำนวนผู้ผลิตหรือผู้ขายในตลาดมีเป็นจำนวนมากแต่น้อยกว่าตลาดแข่งขันสมบูรณ์
- 3.2 สินค้ามีลักษณะแตกต่างกัน (The commodity is differentiated) แม้ว่าสินค้าจะไม่เหมือนกัน แต่มีลักษณะคล้ายคลึงกันสามารถทดแทนกันได้
- 3.3 ผู้ผลิตหรือผู้ขายสามารถเข้าสู่อุตสาหกรรมหรือออกจากอุตสาหกรรมได้ค่อนข้างง่ายในระยะยาว (Entry into or exit from the industry is rather easy in the long-run)
4. ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly)
- ลักษณะของตลาด
- 4.1 มีผู้ขายหรือผู้ผลิตน้อยรายซึ่งผลิตภัณฑ์อาจคล้ายกันหรือต่างกัน (Few sellers of a homogeneous or differentiated product) ผู้ขายแต่ละรายมีส่วนครองตลาดมาก เพราะฉะนั้นการกระทำของผู้ขายแต่ละรายจะมีผลกระทบต่อกัน ถ้าผู้ขายมีสองราย เรียกว่า ตลาดผู้ขายสองราย (Duopoly)
- 4.2 ผลิตภัณฑ์ในตลาดอาจคล้ายคลึงกัน (Homogeneous product) หรือต่างกัน (Differentiated product) ก็ได้

- 4.3 การเข้าสู่ตลาดของผู้ขายหรือผู้ผลิตรายใหม่ทำได้ยาก (Entry into the industry is difficult)
- 4.4 ผู้ผลิตมีลักษณะเกี่ยวพันซึ่งกันและกัน (Interdependence) การกระทำของผู้ผลิตรายหนึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตรายอื่น

### สรุปสาระสำคัญจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ยังไม่มีงานการศึกษาใดที่เกี่ยวข้อง มีเพียงเอกสาร 1 ฉบับที่เกี่ยวข้อง (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : 2544 : 32 - 24)

จากการศึกษาเรื่องผลกระทบจากการประกอบอาชีพกระดาศษา ซึ่งได้ดำเนินการในพื้นที่บ้านลองลือบุญ อำเภอสอง จังหวัดแพร่ ระหว่างวันที่ 1 - 3 สิงหาคม 2544 โดยเก็บตัวอย่างผู้ประกอบการอาชีพทำกระดาศษาจำนวน 164 คน เป็นชาย 4 คน หญิง 160 คน ได้ผลสรุปโดยย่อดังนี้

ตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 41 - 50 ปี (ร้อยละ 40.9) รองลงมาคือช่วงอายุ 31 - 40 ปี (ร้อยละ 32.9) ทั้งนี้การเข้ามาทำอาชีพกระดาศษาในระยะแรกๆ เมื่อประมาณ 8 ปีที่แล้ว มีคนจำนวนน้อยที่เริ่มทำ โดยส่วนใหญ่เป็นคนที่มียุอายุ 41 - 50 ปีในปัจจุบัน ซึ่งต่อมาคนกลุ่มนี้ได้พัฒนาเป็นแกนนำกลุ่มกระดาศษากลุ่มต่างๆ โดยมีการขยายตัวของกลุ่มครั้งใหญ่ในช่วง 3 - 5 ปีที่แล้ว โดยสมาชิกที่เข้ามาเพิ่มในช่วงนั้นส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีช่วงอายุกว้าง 31 - 40 ปีในปัจจุบัน โดยกลุ่มวัยรุ่นหรือวัยสาว (อายุต่ำกว่า 20 ปี และช่วง 23 - 30 ปี) เพิ่งเริ่มเข้ามาทำอาชีพกระดาศษาเมื่อประมาณ 1 - 2 ปีที่ผ่านมา เป็นข้อมูลที่ชี้ชัดเจนว่าอาชีพกระดาศษาได้รับการยอมรับเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในกลุ่มสตรีและเริ่มเป็นที่ยอมรับในกลุ่มวัยรุ่นวัยสาว และมีผลต่อการรักษาแรงงานของหมู่บ้านเอาไว้ในท้องถิ่น

สาเหตุหลักที่บุคคลเลือกเข้ามาทำอาชีพกระดาศษา คือต้องการเพิ่มรายได้เป็นหลัก มีจำนวนร้อยละ 98.8 รองลงมาคือต้องการร่วมสังคมกับเพื่อนๆ และทำตามกลุ่มเพื่อนรวมกันเป็นร้อยละ 14 ทั้งนี้บุคคลที่เข้ามาทำอาชีพกระดาศษาส่วนใหญ่เคยทำอาชีพเกษตรกรรมมาก่อนถึงร้อยละ 73.2 รองลงมาคืออาชีพลูกจ้างและอื่นๆ ร้อยละ 9.1 และ 8.5 ตามลำดับ ซึ่งภายหลังจากที่เข้ามาทำอาชีพกระดาศษามีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนอาชีพเป็นจำนวนมาก โดยปัจจุบันมีผู้ตอบว่าทำอาชีพหลักคือกระดาศษา มีถึงร้อยละ 59.8 มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกรเหลือเพียงร้อยละ 32.9 ส่วนผู้ที่เคยทำอาชีพรับจ้างทั้งหมดได้เปลี่ยนอาชีพมาทำผลิตภัณฑ์กระดาศษา และเหลือผู้ที่ทำอาชีพอื่นๆ เพียงร้อยละ 1.8 เท่านั้น ทั้งนี้เหตุผลที่ทำให้กลุ่มสตรียอมรับอาชีพกระดาศษาเนื่องจากมีผลทำให้พึ่งตนเองได้สูงร้อยละ 39 โดยที่เหลือทั้งหมด (ร้อยละ 61) ระบุว่าอาชีพกระดาศษาเป็นอาชีพเสริมที่ดี



บทความเรื่อง **THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF NATIONS** ของ Michael E. Porter กล่าวถึง Competitive Advantage และ Competitive Strategy ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันและการคงไว้ซึ่งความได้เปรียบให้ยั่งยืนจะเกิดขึ้นด้วยการกระทำและกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในประเทศนั้นๆ ความแตกต่างในเรื่องค่านิยม วัฒนธรรม โครงสร้างทางเศรษฐกิจ สถาบันทางสังคม ตลอดจนประวัติศาสตร์ของแต่ละประเทศจะมีผลต่อความสำเร็จในการแข่งขันของประเทศนั้นๆ

รูปแบบของการแข่งขันของแต่ละประเทศจะแตกต่างกัน ไม่มีประเทศใดสามารถแข่งขันในทุกอุตสาหกรรมได้ประเทศหนึ่งๆ จะประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมที่สภาพแวดล้อมในประเทศเอื้ออำนวยให้เกิดความริเริ่ม สร้างสรรค์ อย่างเป็นพลวัต และทำทุกอย่างไม่สิ้นสุดเท่านั้น

บทสรุปดังกล่าวนี้เป็นผลมาจากการศึกษาวิจัยเป็นเวลาถึงสี่ปีเต็ม เกี่ยวกับรูปแบบ (Pattern) การแข่งขันที่ประสบความสำเร็จของประเทศชั้นนำทางการค้าทั้งสิบประเทศซึ่งผลการศึกษาที่มีความขัดแย้งต่อทฤษฎีเก่าๆ ที่ยึดถือมาเป็นเวลานานและเป็นแนวคิดพื้นฐานในการวางกลยุทธ์การแข่งขันของกิจการและของประเทศทั้งหลาย

แนวความคิดดังกล่าวให้ความสำคัญกับต้นทุนแรงงานอัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนและการประหยัดอันเนื่องมาแต่ขนาด (Economies of scale) ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขัน ผู้บริหารทั้งหลายก็พยายามผลักดันรัฐบาลให้ออกนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมเฉพาะแต่ละรัฐบาลก็มีแนวโน้มที่จะใช้มาตรการต่างๆ เพิ่มขึ้นเพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของประเทศทั้งโดยการแทรกแซง เช่น การปรับนโยบายอัตราแลกเปลี่ยนหรือผ่อนปรนการปกป้องการค้าและหาแนวทางใหม่ในการเชิงนโยบายการค้า ซึ่งมักจะลงท้ายด้วยความเสียหายอยู่เสมอ

ดังนั้น แนวทางปฏิบัติตามบทความของ Porter คือ ต้องหามุมมองใหม่และเครื่องมือใหม่ที่จะสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยต้องมาจากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จในตลาดโลก

บรรดาบริษัทที่เป็นผู้นำตลาดโลกมักใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันแม้พวกที่ประสบความสำเร็จเหล่านี้จะมีกลยุทธ์เฉพาะตัวแต่ถ้ามองให้ลึก ในส่วนที่เป็นพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจแล้ว (Underlying mode of operation) บริษัทจะบรรลุจุดมุ่งหมายในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้โดยผ่านการสร้างนวัตกรรมและการดำเนินการที่มีความสร้างสรรค์ บริษัทจะใช้นวัตกรรมรวมทั้งเทคโนโลยีใหม่ๆ และวิธีการใหม่ๆ ในการปฏิบัติงาน บริษัทใช้พื้นฐานใหม่ดังกล่าวนี้ในการแข่งขันหรือค้นหาวิธีการแข่งขันที่ดีกว่าการแข่งขันในแบบเดิม นวัตกรรมในทางการฝึกอบรมแบบใหม่นวัตกรรมส่วนมากเกิดจากการสะสมความรู้และประสบการณ์ในอดีต มากกว่าจะ

เกิดขึ้นแบบกระทันหัน หรือแบบไม่มีที่มาที่ไป นวัตกรรมจึงเป็นเรื่องของการลงทุนในด้านทักษะ และความรู้มากพอๆ กับการลงทุนในสินทรัพย์และชื่อเสียงของตราสินค้า

กุญแจสู่ความสำเร็จคือคุณลักษณะ 4 ประการของประเทศหรือโมเดลที่เรียกว่า “เพชรแห่งความได้เปรียบของประเทศ” (Diamond of National Advantage) แต่ละประเทศจะต้องสร้าง “เพชร” ของตนที่ทำให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมให้เหนือกว่าประเทศอื่นๆ คุณลักษณะเหล่านี้ได้แก่

1. เงื่อนไขด้านปัจจัย (Factor Conditions) คือ ปัจจัยการผลิตของประเทศ เช่น ทักษะของแรงงานหรือระบบโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรม
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) คือความต้องการของตลาดภายในประเทศ ในการบริโภคสินค้าและบริการ
3. อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) คือ การมีอยู่หรือไม่มีของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนในประเทศ ว่ามีมากน้อยเพียงไรสิ่งเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการไปแข่งขันในระดับโลก
4. กลยุทธ์ของกิจการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure, and Rivalry) คือ เงื่อนไขในประเทศที่เกี่ยวข้องกับการก่อตั้งกิจการธุรกิจการจัดการรวมไปถึงสภาพการแข่งขันภายในแต่ละอุตสาหกรรมอันจะทำให้ประสบความสำเร็จในระดับโลก

ปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดสภาพแวดล้อมในประเทศที่มีผลต่อบริษัท Diamond Model เป็นส่วนสำคัญสำหรับการบรรลุถึงความสำเร็จในการแข่งขันในตลาดโลก อาทิ ทรัพยากรและทักษะที่มีอยู่ คือสิ่งจำเป็นสำหรับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมข้อมูลจะสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจและกำหนดทิศทางการใช้ทรัพยากรและทักษะ ตลอดจนเป้าหมายของเจ้าของ ผู้บริหารและบุคคลอื่นๆ ในบริษัทและสำคัญที่สุดคือมันจะสร้างแรงกดดันให้บริษัทต้องลงทุนหรือแสวงหานวัตกรรมใหม่

บริษัทจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อบริษัทมีความพยายามอย่างสูง และสภาพแวดล้อมในประเทศสอดคล้องต่อการสะสมสินทรัพย์และทักษะ ท้ายที่สุด เมื่อสภาพแวดล้อมในประเทศเอื้ออำนวยต่อการสร้างแรงกดดันกับบริษัทให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและเริ่มลงทุนบริษัทก็จะเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถยกระดับความได้เปรียบดังกล่าวให้สูงขึ้นเรื่อย ๆ

### 1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาโครงสร้างการผลิต ต้นทุน รายได้ ผลตอบแทน และการจ้างงาน ของกลุ่มประกอบอาชีพทำกระดาศา
2. เพื่อเปรียบเทียบผลตอบแทนที่ได้จากกลุ่มประกอบอาชีพทำกระดาศา
3. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการของกลุ่มประกอบอาชีพทำกระดาศา

### 1.4 ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา

1. ทำให้ทราบโครงสร้างการผลิต ต้นทุน รายได้ ผลตอบแทน และการจ้างงานของกลุ่มประกอบอาชีพทำกระดาศา
2. การเปรียบเทียบผลตอบแทนจากการดำเนินการของกลุ่มประกอบอาชีพทำกระดาศา จะมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ที่สนใจลงทุนในธุรกิจนี้
3. ผลการศึกษาที่ได้ทำให้ทราบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ เพื่อนำไปปรับปรุงการดำเนินการของกลุ่มประกอบอาชีพทำกระดาศา รวมทั้งเป็นแนวทางของภาครัฐในการส่งเสริมนโยบายเกี่ยวกับธุรกิจชุมชนต่อไป

### 1.5 แผนการดำเนินการ ขอบเขต และวิธีการวิจัย

#### แผนการดำเนินการ

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาข้อมูลโดยทั่วไปของการประกอบอาชีพทำกระดาศา อาทิ รายได้ ต้นทุน ผลตอบแทน โดยการเปรียบเทียบจาก 3 กลุ่มประกอบการ ได้แก่ กลุ่มประกอบอาชีพทำกระดาศา กลุ่มประกอบอาชีพทำผลิตภัณฑ์ และกลุ่มประกอบอาชีพทำกระดาศาครบวงจร ซึ่งอาศัยทฤษฎีการผลิตในการวิเคราะห์ข้อมูล นอกจากนี้ยังมุ่งศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ การจัดการองค์การผลิต การตลาด กล่าวคือ การจัดองค์การ จะสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ การให้ความช่วยเหลือต่างๆ ภายในองค์กร การจัดสวัสดิการแก่ลูกจ้าง ในเรื่องการผลิต จะสอบถามข้อมูลโดยละเอียดเกี่ยวกับขบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มหาวัดดูดิบ จนกระทั่งได้ผลผลิตจำหน่ายสู่ตลาด ส่วนการตลาด จะศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการจำหน่าย การหาตลาด การตั้งราคาสินค้า โดยอาศัยทฤษฎีราคาในการวิเคราะห์ข้อมูล นอกจากนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการประกอบอาชีพทำกระดาศา ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และแนวนโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจนี้ โดยอาศัยการสัมภาษณ์และออกแบบสอบถามรวมทั้งเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

### ขอบเขตการวิจัย

โครงสร้าง เครื่องข่ายของกลุ่มกระดาษสา ตำบลบ้านหนูน อำเภอสอง จังหวัดแพร่ มีสมาชิกทั้งหมด 14 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มขนาดเล็กและกลางในเครือข่ายเดียวกัน (แบ่งเป็น 4 ประเภทการประกอบการ) งานวิจัยที่ผู้วิจัยมุ่งศึกษาจะเน้นกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเด่น จาก 3 ประเภทประกอบการ โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะ 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มกระดาษสา โดยเจาะจงเลือกสำรวจข้อมูลจากกลุ่มที่มีขนาดกลาง มีจำนวนลูกจ้างมากที่สุดและมีระยะเวลาในการดำเนินการมานาน (ประมาณ 9 ปี) ซึ่งจะทำการศึกษากลุ่มของ นางอารีย์ นิลมณี เนื่องจากมีลูกจ้างทั้งหมด 60 คน โดยมีที่ตั้งอยู่ที่ หมู่ 3 บ้านลองลือบุญ ตำบลบ้านหนูน อำเภอสอง จังหวัดแพร่
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ โดยเจาะจงเลือกสำรวจข้อมูลจากกลุ่มที่มีโครงสร้างภายในกลุ่มเป็นระเบียบแบบแผน และมีความชัดเจนสามารถตรวจสอบได้ ถือเป็นกลุ่มที่มีความโดดเด่นและมีศักยภาพมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ในเครือข่ายเดียวกัน ซึ่งจะทำการศึกษากลุ่มของ นายวิรัตน์ สุวรรณ โดยมีที่ตั้งอยู่ที่ หมู่ 3 บ้านลองลือบุญ ตำบลบ้านหนูน อำเภอสอง จังหวัดแพร่
3. กลุ่มกระดาษสาครบวงจร โดยเจาะจงเลือกสำรวจข้อมูลจากกลุ่มที่มีระยะเวลาในการดำเนินการยาวนานที่สุด ประมาณ 14 ปี ซึ่งจะทำการศึกษากลุ่มของ นางเพ็ญ เพ็ญวิริยะ โดยมีที่ตั้งอยู่ที่ หมู่ 6 บ้านลองลือบุญ ตำบลบ้านหนูน อำเภอสอง จังหวัดแพร่

### วิธีการวิจัย

#### ◆ การเก็บรวบรวมข้อมูล

##### 1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการออกแบบสอบถามโดยเจาะจงเลือกกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มกระดาษสา 1 แห่ง กลุ่มผลิตภัณฑ์ 1 แห่ง และกลุ่มกระดาษสาครบวงจร 1 แห่ง พร้อมทั้งเก็บข้อมูลจากลูกจ้างของทั้ง 3 กลุ่มดังกล่าว รวมถึงข้อมูลบางส่วนจากกลุ่มการผลิตกระดาษสาและผลิตภัณฑ์แห่งอื่นๆ (ในกรณีที่ข้อมูลเกี่ยวข้องต่องานวิจัย)

### การกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์ ดังนี้

#### กลุ่มกระต๊ากสา

ผู้ประกอบการ	1	ราย
ลูกจ้างของกลุ่มกระต๊ากสา	20	ราย

#### กลุ่มผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการ	1	ราย
ลูกจ้างของกลุ่มผลิตภัณฑ์	20	ราย

#### กลุ่มกระต๊ากสาครบวงจร

ผู้ประกอบการ	1	ราย
ลูกจ้างของกลุ่มกระต๊ากสาครบวงจร	20	ราย

สาเหตุที่ผู้วิจัยเจาะจงเลือกทั้ง 3 แห่ง เพราะเป็นสถานประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินการมายาวนาน คล้ายคลึงกัน และเป็นสถานประกอบการที่เป็นที่ยอมรับจากสถานประกอบการอื่น

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับกระต๊ากสา อาทิ ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของกลุ่ม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น โดยรวบรวมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐและเอกชน เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ศูนย์เศรษฐกิจอุตสาหกรรมภาคเหนือ ศูนย์วิจัยพืชไร่เชียงใหม่ สถาบันวิจัยและพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อุตสาหกรรมจังหวัดแพร่ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหนอง อำเภอสอง จังหวัดแพร่

#### ◆ การวิเคราะห์ข้อมูล

จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์และออกแบบสอบถามทั้งจากผู้ประกอบการและลูกจ้างมาพิจารณาตรวจสอบควบคู่ไปกับข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แล้วนำข้อมูลในแต่ละด้านมาทำการประมวลวิเคราะห์ โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำเสนอในรูปแบบร้อยละ

## 1.6 นิยามศัพท์

การศึกษาในครั้งนี้ มีคำศัพท์เฉพาะบางคำที่มีความจำเป็นต้องกำหนดความหมายที่ชัดเจน และรัดกุมเพื่อให้เป็นที่เข้าใจตรงกัน มีดังนี้

กลุ่มกระดาศา หมายถึง กลุ่มที่ผลิตกระดาศาสายดอกเท่านั้น

กลุ่มผลิตภัณฑ์ หมายถึง กลุ่มที่ผลิตเฉพาะผลิตภัณฑ์เท่านั้น

กลุ่มกระดาศาครบวงจร หมายถึง กลุ่มที่ผลิตกระดาศาขาวและผลิตภัณฑ์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University