

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

จากที่รัฐบาล ได้ใช้นโยบายการสร้างรายได้ให้กับประชาชน ตามศักยภาพของชุมชนในระดับฐานราก ตลอดระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2544 – 2547) เพื่อส่งเสริมการรวมตัวและเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจระดับชุมชน อีกทั้งยังเร่งพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก รวมทั้งเชื่อมโยงอย่างเกื้อกูลและสนับสนุนซึ่งกันและกันกับธุรกิจขนาดใหญ่ เพื่อสร้างเสริมกระบวนการสร้างรายได้ให้กับประชาชนอย่างเป็นระบบ โดยให้ทุกจังหวัดได้ดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product - OTOP) สิ่งหนึ่งที่รัฐบาลได้ดำเนินการคือนโยบายจากรากหญ้าสู่รากแก้ว ซึ่งมีประเด็นหลักในการมุ่งเสริมสร้างศักยภาพสินค้าและมูลค่าเพิ่มในการผลิตและบริการ ด้วยการต่อยอดทักษะ (Skill) ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Social Knowledge) ให้สามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ (Innovation) เพื่อเกิดความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) สามารถพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นให้สามารถจำหน่ายทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ (นโยบายแห่งชาติ 2548: ออนไลน์) และเพื่อเป็นการสนับสนุนนโยบายดังกล่าวกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้ร่วมมือกับผู้ส่งออกหรือบริษัทตัวแทนการค้า พบกับผู้ผลิตสินค้าที่มีศักยภาพเพื่อเร่งพัฒนาสินค้าให้สามารถส่งออกได้(OTOP to the World)(กระทรวงพาณิชย์ 2548: ออนไลน์)

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นโยบายจากรากหญ้าสู่รากแก้วดังกล่าว ทุกจังหวัดได้นำแนวคิดของวิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ Small and Micro Community Enterprise) มาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินการวิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบการเพื่อจัดการ "ทุนของชุมชน" อย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง โดย "ทุนของชุมชน" ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ซึ่งหมายถึงกฎเกณฑ์ทางสังคมที่ร้อยรัดผู้คนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชนเป็นพี่เป็นน้องไว้ใจกัน การดำเนินกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการ ไม่ว่าจะ เป็นในรูปแบบ นิติบุคคล หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (วิสาหกิจชุมชน 2548: ออนไลน์)

ปัจจุบันมีผู้ผลิตเครื่องเรือนและชิ้นส่วนทั้งประเทศประมาณ 2,500 ราย ในจำนวนนั้นเป็นผู้ผลิตรายย่อยและโรงงานขนาดเล็กประมาณร้อยละ 88-89 เป็นโรงงานขนาดกลางประมาณ

ร้อยละ 10 และส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 1 เป็นโรงงานขนาดใหญ่ ผู้ผลิตที่มีศักยภาพในการส่งออกจะเป็นโรงงานขนาดใหญ่และขนาดกลางเป็นส่วนใหญ่ หากพิจารณาตามประเภทของเครื่องเรือนจะพบว่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตเครื่องเรือนไม้คิดเป็นร้อยละ 70 เป็นผู้ผลิตเครื่องเรือนโลหะประมาณร้อยละ 12 และเป็นผู้ผลิตเครื่องเรือนอื่นๆ (พลาสติก หนัง หวาย ผักตบชวา เป็นต้น) ประมาณเป็นร้อยละ 18 (ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม(BOC) 2548 : ออนไลน์)

การผลิตสินค้ากลุ่มจักสาน ส่วนใหญ่ใช้เพื่อเป็นสินค้าเครื่องเรือนและของใช้ภายในบ้าน พบว่ามี การส่งออกเครื่องเรือนและชิ้นส่วน ในช่วงปี 2532-2542 ของประเทศไทย มีมูลค่าการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นเกือบ 3 เท่าตัว คือจาก 275 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2532 เป็น 795 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2542 ปี 2543 การส่งออกมีมูลค่า 959 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตลาดที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มมากที่สุด ได้แก่ ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ปี2544 การส่งออกมีมูลค่า 868.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวลดลงจากปี 2543 ร้อยละ 9.45 เนื่องจากประเทศญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดนำเข้ารายใหญ่ของไทย ประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 2548 : ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งอารยธรรมที่เก่าแก่ มีการสั่งสมวัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีหัตถกรรมหลากหลายสืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน ภูมิปัญญาเก่าแก่ของชุมชนได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีตลาดสินค้าหัตถกรรมชุมชนที่มีชื่อเสียงและประสบผลสำเร็จมากที่สุดได้แก่ตลาดไนท์บาซาร์และตลาดบ้านถวายเป็นที่ตั้งของศูนย์อบรมและพัฒนาธุรกิจ SMEs ระดับนานาชาติ อีกทั้งผู้ประกอบการมีการรวมตัวกันเป็นสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ(Nohmex) ทำให้จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเชื่อมโยงรากลุ่มค้าสู่รากแก้วที่ยั่งยืน มีผลให้เชียงใหม่ประสบผลสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์แนวคิดของวิสาหกิจชุมชน และโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product - OTOP) โดยมีสินค้าส่งเข้าคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับประเทศ ในปี 2547 มากที่สุดในประเทศ มีจำนวนถึง 3 510 รายการ จาก 205 ตำบล โดยมีกลุ่มผู้ประกอบการ ที่เป็นวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์จักสานส่งเข้าคัดสรรทั้งหมด จำนวน 27 ราย เป็นผลิตภัณฑ์จักสาน 93 รายการ (ไทยตำบล คอท คอม 2548:ออนไลน์)

วิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสาน ส่วนใหญ่ใช้เพื่อเป็นสินค้าเครื่องเรือนและของใช้ภายในบ้าน ซึ่งหากกลุ่มเครื่องเรือนและชิ้นส่วนเติบโต จะทำให้กลุ่มจักสานเติบโต ยังผลให้เกิดความแข็งแกร่งให้ชุมชน เป็นการสอดคล้องกับนโยบายจากรากลุ่มค้าสู่รากแก้ว

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์ จักสาน ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานในการประยุกต์ในการพัฒนา ศักยภาพการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสาน ในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสาน ในจังหวัด เชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม ผลิตภัณฑ์จักสาน แก่ผู้สนใจต่อไป

นิยามศัพท์

การดำเนินงาน หมายถึง การดำเนินงานในด้าน การจัดการ การตลาด การ ผลิต และ การเงิน

วิสาหกิจชุมชน (Small and Micro Community Enterprise - SMCE) หมายถึง กิจการของ ชุมชนที่ส่งสินค้า เข้าคัดสรร โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ของจังหวัด เชียงใหม่ ในปี 2547 ซึ่งกิจการของชุมชนเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์จากผ้า ที่ดำเนินการโดย คณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นนิติ บุคคลในรูปแบบใด หรือไม่ป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน รวมทั้งการจัดการ "ทุนของชุมชน" ทั้งเงิน ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิ ปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และ ทุนทางสังคม อย่างสร้างสรรค์ (กรมส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 2548: ออนไลน์)

กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสาน หมายถึง กลุ่มผลิตภัณฑ์ของเครื่องจักสาน ที่ถือว่าเป็นงาน ศิลปหัตถกรรมอย่างหนึ่งที่มนุษย์คิดวิธีการต่าง ๆ ขึ้น เพื่อใช้สร้างเครื่องมือ เครื่องใช้ใน ชีวิตประจำวันด้วยวิธีการสอด ชัด และสานกันของวัตถุที่เป็นเส้น เป็นริ้ว เป็นหลัก โดยรูปทรงของ สิ่งที่ประดิษฐ์ขึ้นนั้น ประดิษฐ์ขึ้นตามความประสงค์ในการใช้สอย (ไทยตำบล ดอท คอม 2548: ออนไลน์)