

## บทคัดย่อ

หัตถกรรมพื้นบ้านเป็นหนึ่งในกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญของชุมชน เป็นแหล่งรายได้เสริมของครัวเรือนเกษตรกร และอาจเป็นรายได้หลักของผู้ไร้ที่ดินทำกินในชุมชนซึ่งปัจจุบันได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐให้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่ยั่งยืน การพัฒนาภาคหัตถกรรมจึงต้องได้รับการวางยุทธศาสตร์ด้วยฐานความรู้ความเข้าใจทั้งระดับจุลภาคและมหภาค

รายงานฉบับนี้เป็นผลจากการสังเคราะห์และวิเคราะห์รวบรวมจาก 40 รายงานเจาะลึกกรณีศึกษาตลอดจนการวิจัยในส่วนของผู้ประกอบการร่วมกับการวิจัยเอกสาร โดยเน้นจังหวัดภาคเหนือตอนบน ครอบคลุม 5 ประเภทผลิตภัณฑ์คือ ผ้าทอ จักสาน กระดาษสา เครื่องปั้นดินเผา และไม้แกะสลัก และผู้ประกอบการท้องถิ่นและผู้ซื้อจากต่างถิ่นซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว รวม 723 คน ในระยะเวลาของการเก็บข้อมูล ตั้งแต่พฤศจิกายน 2544 – มกราคม 2546

หน่วยประกอบการซึ่งยินดีเข้าร่วมโครงการเพื่อเรียนรู้ตนเอง ประกอบด้วย 23 กลุ่มชุมชน 12 กลุ่มประยุกต์ 5 รายผู้ประกอบการธุรกิจ และ 1 มูลนิธิ อายุของหน่วยประกอบการมีตั้งแต่ 1 ถึง 34 ปี กลุ่มมีสมาชิกตั้งแต่ 11 คน ถึง 300 คน โดยมียอดขายรวมตั้งแต่ 8,365 ถึง 9,688,000 บาทต่อปี บางกลุ่มจัดตั้งขึ้นเนื่องจากสถานการณ์แวดล้อมซึ่งไม่ใช่ความต้องการของสมาชิกเอง

ลักษณะการประกอบการ (กลุ่มประยุกต์) และความสามารถด้านการตลาดของผู้นำกลุ่มฯ มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการชัดเจน เนื่องจากความคล่องตัวในการตัดสินใจ และการบริหารจัดการที่ดี และการมีสวัสดิการให้แก่สมาชิก บางกรณีที่เป็นการสร้างกลุ่มจากธุรกิจรายเดี่ยวนั้น การดำเนินงานในลักษณะกลุ่มกลับกลายเป็นอุปสรรคในการบริหารจัดการของหน่วยธุรกิจนั้น

เมื่อเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์กับลักษณะความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันพบว่ามีความจำเป็นต้องพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นอีกมาก เทคโนโลยีที่สำคัญคือเทคโนโลยีเพื่อเสริมคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และลดมลภาวะหรือเพื่อนำวัสดุเหลือใช้ต่างๆ มาทดแทนวัตถุดิบที่เริ่มขาดแคลน

ในด้านการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรของชุมชนนั้น กลุ่มชุมชน/กลุ่มประยุกต์ ไม่ได้เน้นการใช้ทรัพยากรเพื่อประโยชน์ของชุมชนในภาพกว้าง แต่มีความตั้งใจในการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นให้เกิดมูลค่าเพิ่มสำหรับธุรกิจของกลุ่มก่อนที่จะแสวงหาวัตถุดิบจากแหล่งอื่น

การบริหารจัดการด้านการเงินเป็นสิ่งที่ได้รับความใส่ใจน้อยที่สุด และหลายหน่วยประกอบการขาดความรู้ ความเข้าใจมากที่สุด จึงเป็นเหตุให้หน่วยประกอบการทุกรูปแบบไม่สามารถวิเคราะห์และบริหารการผลิต การตลาด และความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม หน่วยประกอบการเกือบทั้งหมดไม่เข้าใจถึงการวางแผนธุรกิจ แม้ว่าทุกหน่วยประกอบการจะเห็นความสำคัญของการตลาด แต่การดำเนินงานที่ผ่านมาเป็นการบริหารจัดการจำหน่ายมากกว่าการตลาด ทุกหน่วยประกอบการใช้วิธีการตลาดเชิงรับ และไม่มี ความเข้าใจวิธีการตั้งราคา แม้

แต่หน่วยที่มีผลิตภัณฑ์ส่งออกด้วย จึงเป็นเหตุให้ได้รับราคาต่ำจนไม่เกิดกำลังใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และขาดผู้สนใจสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างแท้จริง

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่ามีแนวโน้มการซื้อสินค้าหัตถกรรมเพิ่มขึ้น แม้ว่าสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในหมวดนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายรวมจะไม่เพิ่มขึ้นตามระดับรายได้ของผู้บริโภคก็ตาม ในการวิเคราะห์ด้วย Factor analysis และ Hedonic price พบว่าผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรมให้คุณค่ากับความเป็นงานหัตถกรรม ซึ่งสะท้อนวิถีชีวิตพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมเป็นสำคัญ แต่การที่จะเลือกซื้อสินค้าชิ้นใดชิ้นหนึ่งนั้น จะพิจารณาความแปลกใหม่ ความประณีต ความสวยงามเป็นหลัก และยินดีให้ราคาตามคุณสมบัติเฉพาะตัวของสินค้า

จุดแข็งและโอกาสที่สำคัญที่สุดของภาคหัตถกรรมคือการมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายเป็นทุนเดิม และนโยบายสนับสนุนด้านการตลาดและการเงินอย่างมากเป็นประวัติการณ์ ส่วนจุดอ่อนและอุปสรรคหลักคือการขาดช่างฝีมือระดับสูง ทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความประณีต ไม่อาจสร้างมูลค่าได้เท่าที่ควรและมีผลตอบแทนต่ำ มีการลอกเลียนแบบโดยไม่รักษาเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น และขาดความสามารถในการบริหารจัดการเชิงธุรกิจซึ่งมีลักษณะพลวัตสูง ตลาดมีการแข่งขันสูง และตลาดส่งออกยังจำกัด

จากการวิเคราะห์ข้างต้นนำมาสู่ยุทธศาสตร์หลัก 5 ประการ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อลดอุปสรรคในการเสนอการประกอบการเชิงธุรกิจ ยุทธศาสตร์การปรับฐานความรู้ในการประกอบธุรกิจหัตถกรรมเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์การสร้างและพัฒนานักออกแบบงานหัตถกรรมรุ่นใหม่ ยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดหัตถกรรมอย่างต่อเนื่อง และยุทธศาสตร์การวิจัยเพื่อการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์หัตถกรรม นอกจากนี้ยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาภาคหัตถกรรมโดยรวมแล้ว รายงานนี้ ได้เสนอกิจกรรมพัฒนางานหัตถกรรมเจาะจงเป็นรายประเภทผลิตภัณฑ์ และสุดท้ายได้สรุปบทเรียนการวิจัยเพื่อพัฒนาแบบครบวงจรด้วย