

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจาก ประเทศไทยได้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2540 ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงและทำให้เกิดปัญหาต่างๆ มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะปัญหาความยากจน และความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ที่รุนแรงขึ้น และเมื่อรัฐบาลยุคปัจจุบันได้รับการเลือกตั้งเข้ามาบริหารประเทศ ก็ได้มีการแก้ไขนโยบายต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2546 โดยกำหนดนโยบายเร่งด่วนเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาของประเทศชาติที่สำคัญอยู่ใน 3 เรื่อง ได้แก่ ปัญหาความยากจน ปัญหาชายเสียดัด และปัญหาคอร์รัปชัน ซึ่งในการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน มีเป้าหมายที่จะขจัดความยากจนให้หมดสิ้นไปภายในปี 2551 โดยการเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย และขยายโอกาสให้กับประชาชน

หนึ่งในนโยบายเร่งด่วน (นโยบายด้านการสร้างรายได้และการแก้ไขปัญหาความยากจน) ที่ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ได้แถลงต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2544 (กรุงเทพฯ ธุรกิจ 27 ก.พ., 2544: 2) คือการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง แห่งละ 1 ล้านบาท เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนในการลงทุน สร้างอาชีพเสริม สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชน และวิสาหกิจขนาดเล็กรวมทั้งรัฐบาลได้จัดให้มี โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มุ่งสร้างสรรค์ สร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานบนพื้นฐานแห่งการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรชุมชนกับความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อเชื่อมโยงสินค้าและบริการของชุมชนสู่ตลาดโลก (ผู้จัดการ 21 ก.พ., 2544: 14)

เชื่อกันว่า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ เครื่องมือที่เป็นรูปธรรมมากที่สุดของภาครัฐในการผลักดันให้ท้องถิ่นสามารถเติบโตด้วยรากฐานของตัวเอง (กรุงเทพฯ ธุรกิจ 28 ก.ค. 2544 หน้า 15) โครงการ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ นี้มีจุดเริ่มต้นที่จังหวัด โออิตะ (Oita) ประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2522 โดยการริเริ่มของ Mr. Morihiko Hirasu ผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะ ลักษณะของกิจกรรมจะเป็นการให้ผู้คนในแต่ละหมู่บ้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความภาคภูมิใจของคนในหมู่บ้าน และเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศ และภูมิอากาศของท้องถิ่นอย่างน้อยหมู่บ้านละ 1 ผลิตภัณฑ์ ซึ่ง พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ชื่นชมนโยบายนี้ของรัฐบาลญี่ปุ่นมากจึงได้นำนโยบายดังกล่าวมาประยุกต์ใช้เป็นนโยบายของรัฐบาล

ยิ่งไปกว่านั้น ในระหว่างวันที่ 8 - 11 พฤศจิกายน 2544 นายกรัฐมนตรี พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ได้เดินทางไปเยือนประเทศญี่ปุ่นอย่างเป็นทางการ โดยมีจุดมุ่งหมายหนึ่งก็คือไปเยี่ยมชมเยือน จังหวัดโออิตะ โดยได้นำเอาคณะตัวแทนชุมชนที่ได้รับการคัดเลือกแล้ว จำนวน 15 คน ซึ่งมีความสนใจและตั้งใจจริง ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พร้อมด้วยหัวหน้าส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง เดินทางไปด้วย (มนชนก พัฒนพงศ์ วันศุกร์ที่ 30 พฤศจิกายน 2544 : 9) เชียงใหม่ เป็นจังหวัดหนึ่งในสามจังหวัด (อีกสองจังหวัดคือ เชียงราย และสงขลา) ที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็น จังหวัดนำร่องโครงการ หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างเต็มรูปแบบของรัฐบาล นอกจากนั้นแล้ว นายกรัฐมนตรียังได้เจรจาให้ ผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะส่งทีมงานมาช่วยเหลือ ซึ่งก็ได้มาเมื่อต้นปี 2545 พร้อมกับที่ผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะได้ลงนามให้จังหวัดโออิตะ กับจังหวัดเชียงใหม่ ได้เป็น เมืองพี่เมืองน้องกัน

จากนโยบายดังกล่าว กรมการพัฒนาชุมชน ซึ่งได้รับมอบหมายจากกระทรวงมหาดไทยให้ เป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการด้านพัฒนาเศรษฐกิจชนบท สอดคล้องกับนโยบายโดยเน้นการส่งเสริม ด้านอาชีพแก่ประชาชน พัฒนาความเป็นอยู่และเสริมสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวชนบทให้มี คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยมีแนวทางในการสนับสนุนการดำเนินการเรื่องการพัฒนากลุ่มอาชีพซึ่งเป็น หนึ่งในแนวทางการปฏิบัติ 9 มาตรการที่จะส่งเสริมให้เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองบรรลุผลสำเร็จโดย เริ่มจากขั้นตอนที่ 1 ครอบครัวพออยู่พอกิน หลังจากนั้นเข้าสู่ขั้นที่ 2 รวมพลังเป็นรูปกลุ่ม/สหกรณ์ และขั้นที่ 3 คือการร่วมมือกับแหล่งเงินและแหล่งพลังงาน จากมาตรการดังกล่าว มีการส่งเสริมให้ เศรษฐกิจชุมชนในทุกพื้นที่ของประเทศ (จิระ กาญจนศักดิ์ และพะนอจิต เหล่าพูลสุข, 2541: 1 - 3)

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงมีต้นแบบมาจากเมืองโออิตะ ประเทศญี่ปุ่นที่ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีภายใต้ชื่อว่า “One Village One Product” เป็นโครงการที่เปิดโอกาส ให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนร่วมกัน ภายใต้แนวคิด ของการพึ่งตนเองจากภูมิปัญญาและทรัพยากรในชุมชน โดยเมื่อนำมาใช้ในประเทศไทยแล้วจึง เปลี่ยนชื่อเรียกเป็น “One Tambon One Product - OTOP” เพื่อให้เข้ากับชื่อเรียกการปกครองท้องถิ่น ของไทย ภายใต้ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) ขึ้น ประกอบด้วยนายกรัฐมนตรี หรือรองนายกรัฐมนตรีที่ นายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นประธาน มีรัฐมนตรีและผู้แทนจากหน่วยงานราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นกรรมการเพื่อรับผิดชอบโครงการและดำเนินโครงการตามนโยบายของรัฐบาลให้เป็นไปอย่าง รวดเร็วมีเอกภาพและประสิทธิภาพ โดยมีอำนาจหน้าที่ดังนี้.-

1. กำหนดนโยบายยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทการดำเนินงานโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อให้การจัดทำแผน และงบประมาณของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องประสานกันอย่างมีเอกภาพและประสิทธิผล
2. กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือก และขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลที่จะอยู่ในบัญชีหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
3. ศึกษา เสนอแนะ ให้คำปรึกษาแก่คณะรัฐมนตรี ให้มีการสนับสนุน และเร่งรัดเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทอย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบัน ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 นายกรัฐมนตรีมอบหมายให้ นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี เป็นประธาน มีรัฐมนตรีและผู้แทนหน่วยงานราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นกรรมการ โดยมีปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นกรรมการ และเลขาธิการ และอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน เป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขาธิการ ตามลำดับ มีการกำหนดโครงสร้างและกระบวนการดำเนินการตามนโยบาย และจัดทำแผนแม่บท “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ขึ้นเป็นแผน 5 ปี (พ.ศ. 2545 – 2549) ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ที่เน้นการแก้ไขปัญหาค่าความความยากจนและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ในประเทศ ให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของคนไทย โดยกำหนดงบประมาณดำเนินการในปีแรกคือ ระหว่างเดือนตุลาคม 2544 – เดือนกันยายน 2545 ไร่จำนวน 800 ล้านบาท โดยมีหลักการที่ว่า “รัฐบาลจะไม่เน้นการให้เงินสนับสนุนแก่ท้องถิ่น เพราะมักจะไปทำลายความสามารถในการพึ่งตนเอง รัฐบาลเพียงแต่ให้การสนับสนุนแก่ชุมชนต่างๆ ด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการตลาดให้”

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงได้ประกาศแผนการดำเนินงาน และแผนการปฏิบัติงานออกมาอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งกระทรวงมหาดไทย ซึ่งมีบทบาทและภารกิจในการการประชาคม เพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ และข้อมูลพื้นฐาน การส่งเสริมความเข้มแข็งของกลุ่มคนและชุมชน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งก็มีภารกิจในการส่งเสริมด้านการผลิตวัตถุดิบ คุณภาพของวัตถุดิบ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงสาธารณสุข ที่มีภารกิจในการกำหนดมาตรฐาน หลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ กระทรวงพาณิชย์ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ในบทบาทการส่งเสริมด้านการตลาด การจัดจำหน่าย และกระจายสินค้า สิทธิบัตร และเครื่องหมายการค้า กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับภารกิจในการวิจัยและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

และพัฒนาเทคโนโลยีการบรรจุภัณฑ์การออกแบบ กระทรวงมหาดไทย และสภาพนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับภารกิจในการติดตามประเมินผล สำนักนายกรัฐมนตรีในการกิจการประชาสัมพันธ์ และวิเทศสัมพันธ์รับความช่วยเหลือด้านเทคนิคจาก ต่างประเทศและประเทศเพื่อนบ้านมีการกำหนดยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินงานในด้านต่างๆ อย่างมากมาย อาทิเช่น การกำหนดตราสัญลักษณ์โครงการ การกำหนดหลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์ตำบล การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยทั้งในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด ภาค และ ประเทศ การจัดนิทรรศการเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และจำหน่ายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การขึ้นบัญชีหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และนำเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต โดยเชื่อมโยง ข้อมูล OTOP ในเว็บไซต์ ThaiTambon.com โดยมีเป้าหมายให้ครบ 7,753 ตำบลทั่วประเทศเมื่อปี 2547 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าในระดับจังหวัด การนำผลิตภัณฑ์ OTOP Champion โชว์ และ เผยแพร่ในการประชุม APEC SMEs ที่จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อเดือนสิงหาคมและต้อนรับการประชุม APEC THAILAND 2003 ที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดประชุมขึ้นที่กรุงเทพฯ เมื่อเดือนตุลาคม 2546 และการนำสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไปทดสอบตลาดต่างประเทศ โดยเริ่มจากชุมชน ไทยในสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อังกฤษ ฯลฯ รวมทั้งการสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงแหล่ง “ทุน” เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสากลตามนโยบาย “Local Link Global Reach” คือสามารถ ส่งออกได้ โดยมีโครงการที่เกี่ยวข้องกัน คือ กองทุนหมู่บ้านละ 1 ล้านบาท ธนาคารประชาชน ธนาคารเพื่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs การเข้าไปให้ความ ช่วยเหลือในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการ

หลังจากดำเนินโครงการมาแล้วประมาณ 4 ปี ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีการ สรุปผลการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยส่วนใหญ่กล่าวว่า ได้รับผลสำเร็จ และ ได้รับการสนับสนุนจากประชาชนเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสำเร็จใน “ด้านเศรษฐกิจ” ที่ ระบุว่าหลังจากดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไประยะหนึ่งปรากฏว่าเมื่อปีงบประมาณ 2545 (ตุลาคม 2544 – กันยายน 2545) ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าชุมชนจำนวน 16,837,140,742 บาท และต่อมา ในปีงบประมาณ 2546 ในระยะเวลา 9 เดือนแรกก็มียอดจำหน่าย เกินกว่า 20,000 ล้านบาทแล้ว ซึ่งจากเป้าหมาย 5 ปี ที่ตั้งไว้ 100,000 ล้านบาท จึงมีแนวโน้มว่ามีความสำเร็จค่อนข้างที่จะชัดเจน ในขณะที่เสถียรภาพกษัตริย์วิจารณ์ และการประเมินผลโครงการจาก นักวิชาการและสื่อมวลชนรวมทั้งประชาชนต่างๆ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการฯ ที่มีความ หลากหลายมีทั้งคัดค้านและสนับสนุน ทั้งทวงติงและเสนอแนะอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มโครงการที่ พองจะสรุปได้ดังนี้

1. ประชาชน ชุมชน หรือแม้แต่เจ้าหน้าที่ของรัฐเอง ยังไม่เข้าใจในแนวคิด หลักการ วัตถุประสงค์ของโครงการฯ
2. ปัญหาจากมาตรฐานในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ตำบล ที่มีความหลากหลายแตกต่างกันไป
3. มาตรฐานในการผลิต ความต่อเนื่อง และจำนวนสินค้าที่ผลิตได้ทันความต้องการ
4. ปัญหาความซ้ำซ้อนของผลิตภัณฑ์ในตำบลต่างๆ การทำเลียนแบบ
5. ปัญหาด้านการตลาด คือไม่มีตลาดรองรับ สินค้าล้นตลาด สินค้าที่ผลิตออกมาไม่ตรงกับความต้องการของตลาด
6. ปัญหาด้านการบริหารจัดการ และปัญหาด้านเงินทุน
7. ปัญหาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปัญหาบรรจุภัณฑ์ ปัญหาด้านเทคโนโลยี
8. ปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงานฝีมือ ปัญหาด้านการพัฒนาบุคลากร
9. ปัญหาด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า
10. ปัญหาด้านการส่งออก
11. ปัญหาด้านการช่วยเหลือสนับสนุนของรัฐซึ่งไม่ตรงกับความต้องการของประชาชน

ซึ่งผู้ศึกษามีความเห็นว่ “โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” นับเป็นความหวังหนึ่งของการเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ อันจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างถาวรในอนาคต จึงควรมีการประเมินศักยภาพธุรกิจชุมชน ตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อให้ผู้รับผิดชอบโครงการฯ ได้รับทราบข้อมูลที่หลากหลาย ครบถ้วน ถึงแม้ว่าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จะดำเนินมาข้ยังไม่ครบ 5 ปี ตามแผนแม่บท แต่ดูเหมือนว่าจะมีผลสำเร็จในด้านเศรษฐกิจค่อนข้างสูง หากพิจารณาเพียงตัวเลขของยอดจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่ตัวเลขดังกล่าวก็มิได้หมายความว่า การกระจายรายได้ หรือผลประโยชน์จะไปถึงประชาชนในระดับรากหญ้าหรือไม่ เพียงใด อีกทั้งข้อครหาที่กล่าวว่า รัฐเพียงหยิบยกธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอยู่ก่อนแล้วมาประชาสัมพันธ์ในโครงการฯ เพิ่มเติม โดยหวังผลทางการเมืองก็ยังคงค้างคาใจของประชาชนบางส่วนอยู่ไม่น้อย จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐบาล จะประเมินผลศักยภาพธุรกิจชุมชนตามโครงการฯ นี้ด้วยความเป็นกลาง และรับฟังผลการประเมินโครงการฯ จากองค์กร หน่วยงาน หรือผู้ประเมินอิสระต่างๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลมากที่สุด ทั้งข้อมูลทางด้านบวกและด้านลบ ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการแก้ไขปัญหา เพื่อปรับเปลี่ยนทิศทางการดำเนินโครงการในบางจุดให้สอดคล้องกับแนวความคิด หลักการ และวัตถุประสงค์ของโครงการอย่าง

ครบถ้วนทุกด้าน และสอดคล้องกับความต้องการของแต่ละชุมชนและประชาชนในระดับรากหญ้า เพื่อให้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง และมีความชัดเจน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เลือกประเมินศักยภาพธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญและเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในแถบภาคเหนือ และเป็นดินแดนแห่งล้านนาอันอุดมสมบูรณ์ไปด้วยศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณีอันประกอบด้วยสภาพแวดล้อมของธรรมชาติที่สวยงาม การดำเนินชีวิตจึงเรียบง่าย และมีน้ำใจอันงดงาม ผู้คนที่เรียกตนเองว่า “คนเมือง” ได้หล่อหลอมให้เกิดการเรียนรู้ สร้างสรรค์ จินตนาการอันมีรู้อยู่ ได้สั่งสมมาด้วยเวลาอันยาวนานก่อให้เกิดผลงานที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เฉพาะตัวหลากหลาย กำเนิดความเป็นตระกูลช่างในแต่ละสาขาอาชีพ ซึ่งได้มีการสืบทอดมาจากรบรรพบุรุษในการทำอาชีพแปรรูปจากกระดาษสา ซึ่งเป็นอาชีพหนึ่งของราษฎรทางภาคเหนือ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2544: 41)

โดยเฉพาะศิลปวัฒนธรรมแบบโบราณของล้านนาไทย มีโบราณสถาน และประเพณีที่งดงามเลื่องชื่อเป็นศูนย์กลางงานหัตถกรรมที่เลื่องลือจากภูมิปัญญาหลากหลายแขนงที่สืบทอดกันมามากกว่า 700 ปี โดยเฉพาะที่บ้านดงป่าซาง ตำบลมะขุนหวาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ นับเป็นภูมิปัญญาที่สำคัญในด้านหัตถกรรมการแปรรูปจากกระดาษสาเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายอย่างมากหลายรูปแบบ อาทิเช่น กรอบรูป กล่องกระดาษสา สมุดโน้ต สมุดบันทึก ถุงกระดาษ โคมไฟ อัลบั้มรูป กระดาษห่อของขวัญ ฯลฯ ในการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่หมู่บ้านและตำบล ทั้งในการผลิตและจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ติดต่อกันมา โดยได้มีการรวมตัวจัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพแม่บ้านเขาวงกตหัตถกรรมกระดาษสาดงป่าซางขึ้นมา เป็นกิจลักษณะ เมื่อปีพุทธศักราช. 2539 โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จนประสบความสำเร็จและเป็นหมู่บ้าน OTOP ต้นแบบ ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของท้องถิ่นในนามหมู่บ้านหัตถกรรมแปรรูปกระดาษสา จึงนับว่าเป็นตำบลหนึ่งที่น่าสนใจ และศึกษาเป็นอย่างยิ่ง.

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เป็นการวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของตำบลมะขุนหวาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ในด้านศักยภาพของกลุ่มอาชีพแม่บ้าน

เยาวชนที่ตกกรรมคงป่าซาว่า มีความสำเร็จตามแนวคิด หลักการ และวัตถุประสงค์ของโครงการในระดับใด ซึ่งมีองค์ประกอบด้านต่างๆ ดังนี้-

1. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการเสริมสร้างรายได้ของชุมชน
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการจัดการ
3. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการผลิต

1.2.2 มีปัจจัยอะไรบ้างที่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยประเมินจากสมาชิกกลุ่มอาชีพ และประชากรกลุ่มเป้าหมาย ในพื้นที่ตำบลมะขุนหวาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ตามมติฐานการศึกษา

- 1.3.1 ศักยภาพด้านการเสริมสร้างรายได้ของชุมชน อยู่ในระดับมาก
- 1.3.2 ศักยภาพด้านการจัดการ อยู่ในระดับมาก
- 1.3.3 ศักยภาพด้านการผลิต อยู่ในระดับมาก

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยจะเป็นแนวทางสำหรับชุมชนต่างๆ ในการวิเคราะห์ธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จด้วยวิธีการเพิ่มจุดแข็งให้แข็งยิ่งขึ้น ลดจุดอ่อนให้อ่อนลง และเปลี่ยนอุปสรรคให้เป็น โอกาส

2. ผลการศึกษาจะเป็นข้อมูลให้รัฐบาลและผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำไปปรับปรุงการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้บรรลุตามแนวคิด หลักการ และวัตถุประสงค์ของโครงการฯ อย่างครบถ้วนในทุกด้าน ตลอดจนข้อเสนอแนะจากประชาชน และข้อเสนอแนะจากผลการประเมินจะช่วยให้ผู้รับผิดชอบโครงการฯ ได้รับข้อมูลที่เพิ่มขึ้นในการดำเนินโครงการ ไปยังทิศทางที่เหมาะสม

3. ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จ ตลอดจนปัญหา อุปสรรค ในการดำเนินงานของกลุ่ม ที่เข้าร่วมโครงการฯ รวมทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้น จากการดำเนินงานตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของตำบลมะขุนหวาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

1.5 ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการศึกษาคั้งนี้มุ่งประเมินผลเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษากลุ่มอาชีพแม่บ้านชาวชนบทตลกรวมดงป่าซาง ตำบลมะขุนหวาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

2. ขอบเขตด้านเวลา

การประเมินผลเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพ ซึ่งดำเนินการมาครบ 4 ปี (ตุลาคม 2544 - กันยายน 2548) และกำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม 3 เดือน คือ ในเดือนมกราคม – มีนาคม 2549

3. ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาประเมินศักยภาพธุรกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของตำบลมะขุนหวาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มอาชีพดังกล่าวว่าประสบความสำเร็จตามแนวคิด หลักการ และวัตถุประสงค์ของโครงการในระดับใดและมีปัจจัยอะไรบ้างที่มีความสัมพันธ์กับผลดังกล่าว โดยประเมินผลจากกลุ่มอาชีพและประชากรกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้รับผลจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากแผนงานของโครงการฯ

1.6 นิยามศัพท์ทั่วไป

1. โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ One Tambon One Product (OTOP) หมายถึงโครงการเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลภายใต้การนำของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ในการนำสินทรัพย์ของประชาชนอันได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ทักษะ ฝีมือ ทรัพยากรธรรมชาติ ฯลฯ มาแปลงเป็นทุน เพื่อสร้างรายได้ให้ประชาชนและประเทศชาติ โดยรัฐบาลจะเป็นผู้สนับสนุนในเชิงบูรณาการ คือ การพัฒนา และถ่ายทอดด้วยวิทยาการเทคโนโลยีสมัยใหม่ และองค์ความรู้ใหม่

2. กลุ่มอาชีพ หมายถึง กลุ่มชาวบ้านที่มาร่วมตัวกันเพื่อดำเนินกิจกรรมในด้านอาชีพ ทั้งการเกษตรแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ ผลิตภัณฑ์จักสาน ผลิตภัณฑ์จากผ้า หรือสิ่งประดิษฐ์ เป็นต้น

3. **กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการ** หมายถึง ประชาชนที่รวมตัวกันในกลุ่มอาชีพ หัตถกรรม กระจายสาตำบลมะขุนหวาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ในพื้นที่ อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ และสมัครเข้าร่วมรับการคัดสรรฯ ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี 2547

4. **กลุ่มผู้ผลิตชุมชน** หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกลุ่มกัน ทั้งที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ และไม่มีการจดทะเบียน ได้แก่กลุ่มอาชีพ ชมรม สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิ โดยที่สมาชิกในกลุ่มมีการ ร่วมกันผลิต บริหารจัดการและรับผลประโยชน์

5. **กลุ่มผู้ผลิตรัฐวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม** ได้แก่ วิสาหกิจที่มีจำนวนการจ้างงานมูลค่าสินทรัพย์ถาวร หรือทุนจดทะเบียนที่อำเภอฯ แล้ว ตามจำนวนที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งผู้ผลิต/ผู้ประกอบการตามข้อ 1, 2 จะต้องมีคุณสมบัติผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่กำหนดไว้