

## บรรณานุกรม

- กิตติศักดิ์ แสตนประดิษฐ์. (2540). การประกอบอาชีพสานกระติบข้าวของชาวบ้านนาสะไมย์ ตำบลนาสะไมย์ อำเภอเมือง จังหวัดยโสธร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. ยุทธศาสตร์วิสาหกิจชุมชน. (ออนไลน์) ม.ป.ป. (อ้างเมื่อ 14 ธันวาคม 2547). จาก <http://www.doae.go.th/promth/Pchpws/02.doc>.
- จิตร เสนะ. (2540). การเปลี่ยนแปลงการประกอบอาชีพทอเสื่อ ศึกษากรณีบ้านแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- จินตนา บุญบงการ และกรองแก้ว อยู่สุข. (2547). การบริหาร. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- จิรายุ รัตนบวร. (2548). แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันผ้าไหมกาบบัวโดยใช้แบบไดมอนด์. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ฐานิดา อรุณพันธ์. (2546). กลยุทธ์การตลาดของกลุ่มสตรี กรณีศึกษาผ้าทอจากในจังหวัดแพร่. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นัฏฐพร ปางปัญญากุลชัย. (2545). ปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปและปัจจัยการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ (การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2548). การวางแผน. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- \_\_\_\_\_. (2548). การบริหารเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- \_\_\_\_\_. (2548). องค์การและการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. มหาสารคาม : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- ประยงค์ เนตยารักษ์ และคณะ (2541). โครงสร้างปัจจัยการผลิตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพารา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พัฒนาชุมชนจังหวัดมหาสารคาม, สำนักงาน. (2546). สูดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย จังหวัดมหาสารคาม. (เอกสารอัดสำเนา). มหาสารคาม: สำนักงาน.
- มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, สำนักงาน. (2546). ผ้ากาบบัวมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มผช. 13/2546. กรุงเทพฯ: กระทรวงอุตสาหกรรม.
- ยูทธนา ธรรมเจริญ. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร บุญยะกาญจน. (2542). การผลิตหัตถกรรมไม้ไผ่ของชาวภูไทบ้านหนองห้าง ตำบลหนองห้าง อำเภอภูพานิหารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2548). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- \_\_\_\_\_. (2547). นโยบายธุรกิจและการบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สร้อยญา เประทอง. (2544). กลยุทธ์การตลาดผ้าไหม : กรณีศึกษาศูนย์ศิลปหัตถกรรม บ้านสามโคก ตำบลปราสาททอง กิ่งอำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์. รายงานการศึกษาค้นคว้าพิเศษ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2545). กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- แสงจันทร์ ศรีประเสริฐ. (2551). การจัดการเชิงกลยุทธ์. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- อัจฉรา กริมวงษ์รัตน์. (2544). ทักษะการซื้อและความชอบผ้าไหมมัดหมี่และผ้าหมี่มัดหมี่บ้านนาข่า. รายงานการศึกษาค้นคว้าพิเศษปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เอกวิทย์ ณ ถลาง. (2540). ภูมิปัญญาชาวบ้านสู่ภูมิภาค : วิถีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของชาวบ้านไทย. กรุงเทพฯ: โครงการกิตติมศักดิ์สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- Bovee, C. L., & Houston, M. J., & Thill, J. V. (2000). **Marketing**. New York: McGraw-Hill.
- Doyle, P. (2005). **Marketing Management and Strategy**. New Jersey: Prentice Hall.
- Drummond, G., & Ensor, J. (2004). **Strategic Marketing Planning and Control**. Butterworth: Heinemann.
- Porter., M. E. (2004). **The competitive Advantage of Nation**. New York: Free Press.
- Kotler., P. (2003). **Marketing Management**. 5<sup>th</sup>ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Spinner, M. (2004). **Elements of Project Management : Plan, Schedule and Control**. 2<sup>nd</sup> ed. New Jersey: Prentice-Hall.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

เรื่อง แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่  
โดยใช้แบบใดมอนต์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....อายุ.....ปี ชื่อกลุ่ม.....  
ที่อยู่.....เบอร์โทรศัพท์.....

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

1.1 จำนวนสมาชิกในกลุ่มทั้งหมดในปัจจุบัน.....คน

1.2 สมาชิกในกลุ่มมีรายได้หลักมาจากการผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่หรือไม่

( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

2. ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ที่ผ่านผลิตมีหลายใดบ้าง

.....  
.....

3. ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ของกลุ่มคืออะไร

.....  
.....

4. ลักษณะด้อยของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ของกลุ่มคืออะไร

.....  
.....

5. ประเภทของไม้ไผ่ที่ใช้ในการผลิต

ไม้จีน ประเภท.....

เกรด.....

ราคา.....

ไม้สำเร็จรูป ประเภท.....

เกรด.....

ราคา.....

6. ท่านได้วัตถุดิบจากแหล่งใด

.....  
.....

7. กลุ่มได้มีวิธีการจัดการในการผลิตอย่างไร

8. การกำหนดราคาเพื่อขาย ทำอย่างไร

9. กลุ่มได้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จกสถาน ไม้ไฟที่ใดบ้าง

10. ช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มเป็นอย่างไร

11. ท่านได้รับการสนับสนุนแหล่งเงินทุนจากที่ใด

12. ปัญหาที่กลุ่มได้รับเกี่ยวกับการผลิต การจัดจำหน่าย และแหล่งเงินทุน

13. กลุ่มของท่านมีกลยุทธ์ในการดำเนินงานอย่างไร

14. ปัญหาที่เกิดขึ้นจากกลยุทธ์ในการดำเนินงานมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

15. สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ทำให้กลุ่มของท่านประสบความสำเร็จคืออะไร

.....

.....

.....

16. สถานะการแข่งขันในตลาดปัจจุบันเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

17. กลุ่มของท่านได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐบาลอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

18. กลุ่มของท่านมีแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างไร

.....

.....

.....

19. กลุ่มของท่านมีความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไม้ ไม้อื่น ๆ หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

20. สภาพปัจจุบันและปัญหาของปัจจัยการผลิตของกลุ่มเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

21. สภาพปัจจุบันและปัญหาด้านอุปสงค์ที่มีต่อกลุ่มเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

22. สภาพปัจจุบันและปัญหาของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกันต่อกลุ่มเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

23. สภาพปัจจุบันและปัญหาของบริษัทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัทของกลุ่มเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

24. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่  
เรื่อง แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่  
โดยใช้ตัวแบบไดมอนต์

1. ชื่อหน่วยงาน.....สังกัด.....

2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....ตำแหน่ง.....

3. หน่วยงานของท่านมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง คือ

.....  
.....  
.....

4. หน่วยงานของท่านเกี่ยวข้องกับการสนับสนุน ส่งเสริมผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ทางด้านใดบ้าง

.....  
.....  
.....

5. ที่ผ่านมาหน่วยงานของท่านเคยดำเนินการในการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่  
อย่างไร

.....  
.....  
.....

6. ปัจจุบันหน่วยงานของท่านกำลังดำเนินการในการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่  
อย่างไร

.....  
.....  
.....



7.ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการในการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่มีอะไรบ้าง

.....  
.....  
.....

8.แนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการในการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่มีอะไรบ้าง

.....  
.....  
.....  
.....

9.ทิศทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่เพื่อส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันเป็นอย่างไร

.....  
.....  
.....



10.ข้อเสนอแนะ

.....  
.....  
.....  
.....

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

คำชี้แจง กรุณาเครื่องหมาย / ลงในช่อง  หน้าข้อที่เป็นความจริงเกี่ยวกับท่านมากที่สุดหรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้

1. ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่จากแหล่งใด

1. งานแสดงสินค้า  
 2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของทางจังหวัดมหาสารคาม  
 3. บุคคลที่รู้แนะนำ  
 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ เพื่อวัตถุประสงค์ใด

1. ใช้งาน  2. ของฝาก  
 3. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. เมื่อท่านต้องการซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ท่านจะซื้อจากที่ใด

1. ร้านค้า  2. งานแสดงสินค้า  
 3. ชาวบ้านผู้ผลิต  4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. เมื่อท่านซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ท่านเลือกซื้อลักษณะใด

1. ไม้จีน  2. ไม้สำเร็จรูป  
 3. กระเป๋า  4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

คำชี้แจง ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่มากน้อยเพียงใด

กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยที่ผลต่อการเลือกซื้อ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. สีสันทนและลวดลาย					
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่					
3. ประโยชน์ในการใช้สอย					
4. ความแตกต่างและโดดเด่นของสินค้าที่ไม่เหมือนใคร					
5. ความหลากหลายมีให้เลือกหลายลาย					
ด้านราคา					
6. มีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่อื่น					
7. มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ					
ด้านสถานที่					
8. สามารถหาซื้อได้ง่าย					
9. มีการอำนวยความสะดวกในการขนส่ง เช่น กรณีที่การสั่งซื้อจำนวนมาก					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
10. มีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า					
11. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น ใบปลิว หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุ					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

**แบบสอบถามกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่**  
**และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่**  
**เรื่อง แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่**  
**โดยใช้ตัวแบบไดมอนด์**

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัย	ผลกระทบ		ระดับผลกระทบ		
	มี (ร้อยละ)	ไม่มี (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)
เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต					
1. ความเป็นเอกลักษณ์ของลายผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ที่ไม่เหมือนใคร					
2. ได้ผ่านการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยในระดับ 3-5 ดาว					
3. การพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบันมีเพิ่มมากขึ้นเช่น พัฒนานาโนเทคโนโลยี					
4. ทุนหมุนเวียนภายในกลุ่มมีน้อยไม่เพียงพอ					
5. ความสามารถของสมาชิกไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน					
6. กลุ่มผู้ผลิตยังขาดความรู้และความเข้าใจทางการตลาด					
7. ค่านิยมของคนในช่วงวัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมการเข้าไปทำงานที่กรุงเทพฯ					
เงื่อนไขด้านอุปสงค์					
8. การขยายตลาดภายในประเทศมีแนวโน้มการขยายตัวขึ้น					

ปัจจัย	ผลกระทบ		ระดับผลกระทบ		
	มี (ร้อยละ)	ไม่มี (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)
9. อายุประชากรและจำนวนประชากรในกลุ่มของผู้สูงอายุมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น					
10. ผู้บริโภคไม่มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อสื่อผลิตภัณฑ์จกสถานไม่ไผ่					
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน 11. การส่งเสริมจากจังหวัดมหาสารคามในการอนุรักษ์วัฒนธรรมด้านการแต่งกาย โดยได้มีการรณรงค์ให้ใส่ผลิตภัณฑ์จกสถานไม่ไผ่					
12. ขาดความร่วมมือกันระหว่างแต่ละธุรกิจ					
13. ความไม่เพียงพอของอุตสาหกรรมสนับสนุนบางประเภท					
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท 14. กลุ่มผู้ผลิตไม่มีนโยบายในการกำหนดโครงสร้างการแข่งขัน					
15. กลุ่มผู้ผลิตขาดรูปแบบการบริหารจัดการ					
16. สถานะการแข่งขันมีสูงทำให้เกิดการแข่งขันในด้านราคากันขึ้น					

ปัจจัย	ผลกระทบ		ระดับผลกระทบ		
	มี (ร้อยละ)	ไม่มี (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)
บทบาทของรัฐบาล 17. บทบาทการสนับสนุนและส่งเสริมของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่					
18. ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลซึ่งได้ออกกฎระเบียบบังคับ กฎหมายและนโยบายในการเปิดเขตการค้าเสรี กับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ๆ ของไทย					
19. นโยบายที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ เช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)					