

## บทที่ 6

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ตามตัวแบบไคมอนด์ ซึ่งจะนำไปสู่การนำเสนอแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ดังจะเสนอตามลำดับต่อไปนี้

#### 1. สรุปผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาสภาพปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ตามตัวแบบไคมอนด์ ซึ่งจะนำไปสู่การนำเสนอแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ สามารถสรุปเป็นผลการวิจัยได้ ดังนี้

##### 1.1 การศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิต

ผลการศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิต พบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง 200 ราย มีการรวมตัวกันผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ทั้งหมด 19 ราย กลุ่มจักสาน บ้านลุมพุก ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 29 หมู่ที่ 5 บ้านลุมพุก ตำบล โลกพระ อำเภอ กันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ประกอบธุรกิจประเภทจักสาน เป็นกิจการการผลิต ชนิดของสินค้าเป็นกระติบข้าวทำจากไม้ไผ่ ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2541 เงินทุนเริ่มต้น 20,000 บาท เงินทุนปัจจุบัน 21,572 บาท จำนวนเงินหุ้น 6,500 บาท โดยมีกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ การผลิตกระติบข้าว จึงเป็นหัตถกรรมจักสานที่ชาวบ้านลุมพุก ได้ยึดถือเป็นอาชีพเสริมทำรายได้ให้ผู้ผลิตพอสมควร เป็นอาชีพที่สืบทอดมานานจากบรรพบุรุษ กระบวนการผลิตเป็นแบบดั้งเดิม ปัจจุบันเป็นอาชีพเสริมที่ช่วยสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มนอกเหนือจากการทำนา โดยกระบวนการผลิตมีดังต่อไปนี้ ซึ่งวัสดุ ได้แก่ ไม้ไผ่บง ไม้ไผ่บ้าน (ไผ่สีสุก) หวาย ก้านตาล ก้านตาลนั้นจะนำมาทำดินกระติบข้าว โดยมีผู้ผลิตบางครอบครัวปลูกต้นตาล ไว้ที่ท้องนา ที่สวน หรือที่ไร่ก็สามารถไปตัดก้านตาล ใ้ทำดินกระติบข้าวได้ โดยไม่ต้องซื้อถ้าไม่ปลูกต้นตาลไว้ ถึงจะมีพ่อค้า นำก้านตาล นำมาขายให้ถึงในหมู่บ้าน ในราคาก้านละ 20 บาท ส่วนอุปกรณ์ ได้แก่ มีดโต้ มีดตอก เหล็กหมาด หินลับมีด และเลื่อย การจัดจำหน่าย 3 ช่องทาง คือ ผู้ซื้อในจังหวัดและต่างจังหวัด พ่อค้าคนกลาง และร้านค้าในจังหวัดและต่างจังหวัด ในด้านการส่งเสริมการขายได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในด้านการส่งเสริมการขาย โดยทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง

จังหวัดมหาสารคามและการประชาสัมพันธ์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการให้  
ตัวแทนของแต่ละกลุ่มนำผลิตภัณฑ์จักสานไปจำหน่ายตามงานนิทรรศการต่าง ๆ

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ของผู้บริโภค พบว่า จากกลุ่ม  
ตัวอย่าง 200 ราย เป็นเพศหญิงร้อยละ 80.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 47 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 33.50  
ส่วนใหญ่อาศัยรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 58.00 ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่  
ส่วนใหญ่มียาได้ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45 และผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่  
ส่วนใหญ่เป็นคนจังหวัดมหาสารคาม คิดเป็นร้อยละ 64

ส่วนใหญ่ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่รู้จักผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่จากการ  
โฆษณาประชาสัมพันธ์ของทางจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือจากงานแสดงสินค้า คิด  
เป็นร้อยละ 31.00 และบุคคลที่รู้แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 29.00 ตามลำดับ โดยจะซื้อเพื่อใช้เอง คิด  
เป็นร้อยละ 57 และซื้อเพื่อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 43 ส่วนใหญ่ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่  
จะซื้อจากงานแสดงสินค้า คิดเป็นร้อยละ 44.50 การซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่โดยส่วนใหญ่จะซื้อ  
ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ในลักษณะไม้จั่น คิดเป็นร้อยละ 70.00 ทั้งนี้ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่  
ทราบว่าผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ เป็นลายเอกลักษณ์ประจำจังหวัดมหาสารคาม คิดเป็นร้อยละ  
88.50 และมีความคิดเห็นว่าเห็นด้วยที่จังหวัดมหาสารคามมีการส่งเสริมให้ใส่ผลิตภัณฑ์จักสาน ไม้  
ไผ่ ในวันทำงานคิดเป็นร้อยละ 98.50

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ คือ ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสาน  
ไม้ไผ่ จะให้ความสำคัญกับสีสันทันและลวดลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.50 สำหรับปัญหาที่ทำให้  
ไม่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ คือ ปัญหาในเรื่องของคุณภาพของเนื้อ ไม้และสีสันทัน คิดเป็น  
ร้อยละ 32.50 โดยส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 49 ไม่ทราบว่าผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ มีคุณภาพดีควรมี  
ลักษณะอย่างไร ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ มีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ควร  
ปรับปรุงแก้ไขในด้านสีสันทันและลวดลายคิดเป็นร้อยละ 33.50

ผลการศึกษา หน่วยงานภาครัฐที่บทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์  
จักสานไม้ไผ่ พบว่า มีการให้การสนับสนุนในหลายด้าน ดังนี้ 1) ด้านการตลาด ได้ให้ความ  
ช่วยเหลือด้านการตลาดในรูปการให้คำแนะนำและการอบรมในการหาตลาดและด้านช่องทางการ  
จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 2) ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ได้ให้ความช่วยเหลือด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์  
ในรูปการตรวจสอบและขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้คำแนะนำและฝึกอบรมในเรื่องของการ  
ผลิตผลิตภัณฑ์ 3) ด้านการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้ให้ความช่วยเหลือในรูปของการให้  
คำแนะนำในด้านการผลิต ด้านการพัฒนาคุณภาพโดยการคัดสรรและการจัดการประกวดในระดับ  
ต่าง ๆ ด้านการประสานแหล่งเงินทุน 4) ด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ให้ความช่วยเหลือใน

ด้านการศึกษาวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแหล่งผลิต ส่งเสริมการพัฒนาด้วยฝึกอบรมและศึกษางาน สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่มผู้ผลิต 5) ด้านการท่องเที่ยว ได้ให้ความช่วยเหลือในเรื่องของการซื้อสินค้า OTOP โดยการส่งเสริมให้คนทั่วไปหรือนักท่องเที่ยวนิยมซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ จักสานไม้ไผ่ 6) ด้านการเงิน ให้คำแนะนำและสนับสนุนในด้านการเงินแก่กลุ่มผู้ผลิต

## 1.2 สภาพปัจจุบันและปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ตามตัวแบบโดมอนต์

### 1.2.1 เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต

การผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ต้องใช้ทักษะในการผลิตที่ต้องอาศัยฝีมือและต้องอาศัยความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ ในปัจจุบันบุคลากรและแรงงานมือ ซึ่งผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ส่วนใหญ่เป็นหญิง และเป็นผู้สูงอายุอยู่ในช่วง 47 ขึ้นไป ไม่ค่อยมีกลุ่มอายุช่วงวัยรุ่น ถึงแม้ว่า จะมีทักษะ มีความตั้งใจในการผลิตสูง แต่สมรรถนะทางร่างกาย ก็ลดถอยไปตามวัย และเนื่องจากคนในช่วงวัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมเข้าไปทำงานในกรุงเทพฯ ทำให้ไม่มีคนที่จะมาสืบทอดวิธีการผลิต

ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ให้ความเห็นว่า ในการบริหารทรัพยากรทุนนั้น ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 85 จะใช้ทุนส่วนตัวและเงินทุนหมุนเวียนในการกู้ยืม และร้อยละ 15 จะใช้เงินทุนหมุนเวียนของกลุ่ม ในการซื้อวัตถุดิบมาใช้ในการผลิต นับว่าเป็นเงินจำนวนมากสำหรับสมาชิก ซึ่งปัญหาสำคัญของผู้ผลิตส่วนใหญ่ คือ ขาดแคลนเงินทุนที่จะใช้หมุนเวียนในการผลิต เพราะต้นทุนในการผลิตสูงเนื่องจากราคาของวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ มีราคาสูงขึ้น แต่ราคาในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยังเท่าเดิม

ในปัจจุบันค่านิยมในการใช้ของไทย เช่น กระติบข้าว ของคนไทยในปัจจุบันนั้นกำลังเริ่มลดลง โดยได้รับอิทธิพลจากด้านตะวันตกมากขึ้น ทำให้คนส่วนใหญ่ไม่นิยมที่จะใช้ผลิตภัณฑ์จากเครื่องจักสาน

### 1.2.2 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ พบว่า ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ไม่ให้ความสนใจในคุณภาพดีพิถันในการเลือกซื้อ ในปัจจุบันผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ถึงร้อยละ 50.75 ไม่ทราบว่าผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ที่มีคุณภาพที่ดีนั้นมีลักษณะอย่างไร และปัจจัยที่สำคัญที่สุด ทำให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ พบว่า ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ จะให้ความสำคัญกับสีล้นและลวดลายมากที่สุด ร้อยละ 33.50 นั้นแสดงว่า ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ยังไม่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากเนื่องจากความพิถีพิถันของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ จะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ผลิตปรับตัว และพัฒนาการผลิตสินค้าอยู่ตลอดเวลา

### 1.2.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Relate and Supporting

#### Industries)

เนื่องจากในแต่ละธุรกิจที่เชื่อมโยงในห่วงโซ่อุปทานยังมุ่งเน้นแต่ประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับ ทำให้การมีความสัมพันธ์ในเชิงเครือข่ายวิสาหกิจยังมีน้อยมาก ดังนั้น โอกาสที่จะสร้างความสามารถทางการแข่งขัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตตามแนวความคิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ จึงเกิดขึ้นได้ยาก

### 1.2.4 บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท (Context for firm, Structure

#### and Rivalry)

คู่แข่งกันได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ผลิตในลักษณะเดียวกัน คือ ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ซึ่งเป็นผู้แข่งทางตรง และกลุ่มผู้ผลิตฝ่ายซึ่งเป็นคู่แข่งทางอ้อม โดยคู่แข่งทางตรง คือ ผลิตเครื่องจักสานไทยที่ผลิตจากไม้ไผ่ โดยแต่ละกลุ่มก็มีการผลิตเครื่องจักสานที่มีลวดลายที่แตกต่างกันออกไป ก็คือ ผลิตเครื่องจักสาน อาทิ เครื่องจักสาน เป็นต้น ส่วนคู่แข่งทางอ้อม เป็นคู่แข่งที่นำเสนอสินค้าในลักษณะที่คล้ายกัน แต่ผลิตจากวัสดุคืบคนละชนิดกัน ก็คือ เครื่องจักสาน ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ผลิตเครื่องจักสานทั้งหมด 19 กลุ่ม

ในด้านสถานะการแข่งขัน พบว่า ร้อยละ 10 ให้ความเห็นว่า สภาพการแข่งขันในปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันในท้องถิ่นเดียวกันและต่างท้องถิ่น จึงทำให้เกิดการแข่งขันในด้านราคากันขึ้น เนื่องจากการออกกฎระเบียบบังคับกฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนให้เกิดการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นโครงการที่รัฐบาลได้จัดทำขึ้นมาจะเป็นตัวช่วยให้เกิดการพัฒนาสินค้า โดยได้มีการจัดให้ผู้ผลิตแต่ละกลุ่มเข้ารับการฝึกอบรมในด้านต่างๆ เช่น ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด เป็นต้น และยังเป็นการยกระดับสินค้าให้มีคุณภาพ มีดีไซน์และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น โดยจะส่งผลให้ผลงานด้านแฟชั่นของไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ในด้านกลยุทธ์การแข่งขัน ส่วนใหญ่ไม่มีนโยบายในการกำหนดแนวทางการแข่งขัน แต่เป็นนโยบายในการดำเนินงานของกลุ่ม นอกจากนี้ การบริหารจัดการกลุ่มยังไม่เข้มแข็งพอ เนื่องจากไม่ได้มีการวางแผนในการดำเนินงานและส่วนใหญ่ยังขาดแคลนผู้ที่มีความรู้ในด้านการตลาด ทำให้ปัจจุบันต้องประสบกับปัญหาด้านการจัดการทางการตลาด จึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ผลิตขาดแรงจูงใจที่จะใช้กลยุทธ์เชิงรุกในการบริหารกลุ่ม และขาดการใช้กลยุทธ์ทางการแข่งขันและทางการตลาดเป็นตัวนำ

### 1.2.5 บทบาทของรัฐบาล (Government Role)

ปัจจุบันได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล โดยได้ออกกฎระเบียบบังคับ กฎหมาย และนโยบายที่สนับสนุนให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า เช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่มีการสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ที่อยู่ในโครงการได้รับโอกาสในการเผยแพร่สินค้าให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยจะทำให้สินค้ามีคุณภาพ และมีดีไซน์และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และเป็นที่ยอมรับในระดับสากลมากขึ้น ซึ่งจะทำให้กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่มีความเข้มแข็งในรูปแบบการรวมกลุ่มเพื่อเป็นการมีศักยภาพและขีดความสามารถของกลุ่ม

### 1.3 แนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

จากการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ตามตัวแบบ ไคมอนด์ ได้มีการวางแผนเพื่อเป็นการกำหนดแนวทางในการที่จะพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพปัจจุบันและปัจจัยแวดล้อมที่เกิดขึ้น โดยสามารถแบ่งเป็นแนวทางใน 4 ด้าน ได้แก่

#### 1.3.1 เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

วัตถุประสงค์	กิจกรรม	ตัวชี้วัด
1. เพื่อระดมทุนและจัดระบบการจัดสรรเงินให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	1. ระดมทุนจากสมาชิกภายในกลุ่มและจากแหล่งทุนภายนอก	1. จำนวนเงินทุนที่เพิ่มขึ้นอย่างเพียงพอ
2. เพื่อให้การจักสานมีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานเดียวกันทั้งกลุ่ม	2. ศึกษาดูงานและจัดระบบการจัดสรรเงินทุนร่วมกันภายในกลุ่ม	2. จำนวนสมาชิกที่ได้รับเงินทุนหมุนเวียน
3. เพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตขาดความรู้และความเข้าใจด้านการตลาดเพิ่มมากขึ้น	3. ศึกษาดูงานจากกลุ่มที่มีมาตรฐานในการจักสาน	3. ผลิตภัณฑ์ของแต่ละกลุ่มมีมาตรฐานเดียวกัน
	4. เชิญวิทยากรมาฝึกอบรมที่กลุ่ม	4. จำนวนสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในด้านการตลาดมากขึ้น
	5. ศึกษาดูงานจากกลุ่มอื่น ๆ ที่มี การวางแผนทางการตลาด	5. มีการวางแผนการดำเนินงานทางการตลาด
	6. เชิญวิทยากรมาฝึกอบรมที่กลุ่ม	

### 1.3.2 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

วัตถุประสงค์	กิจกรรม	ตัวชี้วัด
เพื่อให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่	<ol style="list-style-type: none"> <li>จัดทำระดับขั้นของมาตรฐานผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ โดยร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</li> <li>จัดทำการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่มีระดับขั้นของมาตรฐานที่สามารถแบ่งแยกได้อย่างชัดเจน</li> <li>จำนวนผู้บริโภคที่มีความสนใจในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่</li> </ol>

### 1.3.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting

Industries)

วัตถุประสงค์	กิจกรรม	ตัวชี้วัด
<ol style="list-style-type: none"> <li>เพื่อสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทาน</li> <li>เพื่อสร้างระบบเครือข่ายวิสาหกิจผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ที่เป็นรูปธรรม</li> <li>เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของเครือข่าย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>จัดทำโครงการส่งเสริมให้เกิดการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจระหว่างอุตสาหกรรมภายในห่วงโซ่อุปทาน</li> <li>สำรวจศักยภาพและข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</li> <li>ระดมความคิดเพื่อพัฒนารูปแบบการรวมกลุ่มและเพื่อจัดทำแผนร่วมกัน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>จำนวนการเข้าร่วมโครงการของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน</li> <li>การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ที่เป็นรูปธรรม</li> </ol>

3.1.2 กลุ่มมีปริมาณการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ทำให้ผลิตกระติบข้าวส่งขายไม่ทัน ควรมีการส่งเสริมให้ชาวบ้านหรือผู้ที่สนใจในหมู่บ้านที่ยังว่างงานอยู่ นักเรียน นักศึกษา ที่ยังไม่เคยเรียนรู้หรือศึกษาเรื่องการจักสานกระติบข้าว ได้เข้ามาเรียนรู้จากทางกลุ่มให้มากขึ้น และทางกลุ่มก็สามารถให้งานทำเป็นครั้งคราว หรือใครสนใจจะประกอบเป็นอาชีพ ก็สามารถสมัครเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มเพิ่มเติมได้ ซึ่งถือเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและอนุรักษ์วัฒนธรรมอีสานให้คงไว้

3.1.3 ควรมีการจัดตั้งร้านค้าประจำหมู่บ้าน เพื่อรวบรวมผลิตภัณฑ์จากการจักสานของคนในหมู่บ้าน เพื่อจัดจำหน่ายสินค้า แสดงสินค้า สร้างเอกลักษณ์และตำนานของสินค้า มีการจัดระเบียบสินค้าให้สวยงาม เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในตำบลและยังสามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในอนาคต

3.1.4 กลุ่มจักสานจะประสบปัญหาไม้ไผ่ขึ้นรา ในช่วงฤดูฝน ยอดการผลิตลดลง สินค้ามีคุณภาพต่ำ และไม่สะดวกในการจักสานไม้ไผ่เท่าใดนัก สำนักงานพัฒนาชุมชนควรให้คำแนะนำหรือส่งเสริมอาชีพใหม่ในระหว่างฤดูฝน โดยต้องเป็นอาชีพที่ทางกลุ่มสนใจ ซึ่งอาชีพใหม่นี้จะสามารถสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มช่วงฤดูฝน หรืออาจจะเป็นอีกอาชีพใหม่ที่ชาวบ้านสามารถประกอบเป็นอาชีพได้ แต่สิ่งสำคัญต้องมีการสำรวจให้แน่ชัดว่า กลุ่มมีความสนใจจริง ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลที่ดีตามมา

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

จากสิ่งที่พบจากการวิจัยมีข้อเสนอแนะและการพัฒนาจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ดังนี้

3.2.1 ด้านของเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ควรศึกษาถึงวิธีการผลิตผ้าไหมในรูปแบบใหม่ ๆ และควรให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ทั้งในเรื่องของสีสันทัน คุณภาพ และความหลากหลายของลวดลาย

3.2.2 ด้านเงื่อนไขของอุปสงค์ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ควรผลิตผ้าไหมในรูปแบบใหม่ๆ เสนอความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเพื่อเป็นการขยายตลาดไปสู่ตลาดภายในประเทศที่กว้างขึ้น

3.2.3 ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน ในปัจจุบันแต่ละหน่วยงานไม่ค่อยมีความร่วมมือกันจะเป็นไปในลักษณะที่ต่างฝ่ายต่างทำ ดังนั้นควรมีการประสานร่วมมือกันในการกำหนดลักษณะงานว่าใครมีหน้าที่ในการสนับสนุนและส่งเสริมด้านใด และในด้านใดบ้างที่จะร่วมมือกันได้ดีก็ให้มีการจัดระบบการให้ความช่วยเหลือที่ชัดเจน เพื่อที่จะช่วยให้กลุ่มผู้ผลิตมีความสะดวกและไม่เกิดความสับสนในการขอความช่วยเหลือ

3.2.4 ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท กลุ่มผู้ผลิตควรจะมีการกำหนดแนวทางในการดำเนินงานที่ชัดเจน เพื่อที่จะได้มีระบบการบริหารจัดการภายในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ

### 3.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ในปัจจุบัน โอกาสที่จะเกิดเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่เป็นรูปธรรมนั้นเป็นไปได้ยาก เนื่องจากแต่ละธุรกิจในช่วงโซ่อุปทานยังมุ่งเน้นธุรกิจเฉพาะด้าน ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงและสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มเพื่อให้เกิดเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่เป็นรูปธรรม

### 3.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

3.4.1 ควรทำการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่กลุ่มอื่น ๆ ในรูปแบบของเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อเป็นการส่งเสริมและให้เห็นถึงประโยชน์ของการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มในอนาคตต่อไป

3.4.2 ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่กลุ่มอื่น ๆ เพื่อที่จะสามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกัน เนื่องจากความต้องการและความชอบของผู้บริโภคนั้นมีแตกต่างกันไป จะทำให้ได้มาซึ่งผลการศึกษามีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

3.4.3 การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่โดยใช้ตัวแบบโดมอนต์ โดยไม่รวมถึงการนำไปใช้ ดังนั้น จึงควรศึกษาเกี่ยวกับผลจากการนำแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันมาใช้จริง เพื่อให้ผู้ผลิตเห็นถึงความสำคัญในการประยุกต์ใช้ และเพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานให้สามารถแข่งขันได้ในสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา