

## บทที่ 4

### ผลการศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ โดยใช้ตัวแบบโคมอนต์ : ศึกษากรณี กลุ่มจักสาน บ้านลุมพุก ตำบลโลกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการศึกษาสภาพทั่วไปออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ จากจำนวน 19 ราย
2. ผลการศึกษาดุลกรรมผู้บริโภครวมจากผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ จำนวน 200 ราย
  - 2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - 2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่
  - 2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่
3. ผลการศึกษากារให้การสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 6 ราย
4. ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่
  - 4.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่
  - 4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก
  - 4.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

#### 1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

กลุ่มจักสาน บ้านลุมพุก ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 29 หมู่ที่ 5 บ้านลุมพุก ตำบลโลกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ประกอบธุรกิจประเภทจักสาน เป็นกิจการการผลิต ชนิดของสินค้าเป็นกระติบข้าวทำจากไม้ไผ่ ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2541 เงินทุนเมื่อเริ่มต้น 20,000 บาท เงินทุนปัจจุบัน 21,572 บาท จำนวนเงินหุ้น 6,500 บาท โดยมีกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ จำนวน 19 ราย ซึ่งผลการศึกษาสภาพปัจจุบันของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ จะแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังต่อไปนี้

### 1.1 สภาพปัจจุบันด้านการผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

ในปัจจุบันมีการรวมกลุ่มอาชีพจักสาน เพื่อรวมตัวกันผลิตผลิตภัณฑ์จักสาน ไม้ไผ่ ทั้งหมด 19 ราย โดยรายชื่อกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 รายชื่อกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ ในจังหวัดมหาสารคาม

ลำดับที่	รายชื่อกลุ่ม	ตำแหน่ง
1.	นายเสน่ห์ ภูบรม	ประธานกลุ่ม
2.	นายนายขุน มะโพธิ์ศรี	รองประธานกลุ่ม
3.	นางดวงตา สงวนสิทธิ์	รองประธานกลุ่ม
4.	นางสมปอง ใต้ตาม	เลขานุการ
5.	นายประสิทธิ์ จันทร์สุอน	เหรัญญิก
6.	นายรอง ภูทองเมฆ	กรรมการตรวจสอบ
7.	นายจักรพันธ์ ศรีหาปัญญา	ประชาสัมพันธ์
8.	นางเกษร ภูกิ่งพลอย	สมาชิก
9.	นางจันทร์มา วงศ์ใหญ่	สมาชิก
10.	นายบุญเที่ยง เหล่าลุ่มพุก	สมาชิก
11.	นายคำทอง ภูทองเมฆ	สมาชิก
12.	นางทองเลียม ภูถมดี	สมาชิก
13.	นางสำราญ โพธิ์เหลือง	สมาชิก
14.	นางทองฝั้น แน่นอุดร	สมาชิก
15.	นางเลียบ คำปลิว	สมาชิก
16.	นางรัตนา ภูผาง	สมาชิก
17.	นางทองบ่อ โพธิ์น้อย	สมาชิก
18.	นางเพ็ญ บุญโชติ	สมาชิก
19.	นางพิศมัย อินอุ้นโชติ	สมาชิก

(สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดมหาสารคาม, 2546, หน้า 10)

การผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ของสมาชิกทั้งหมด 19 ราย จัดเป็นรายเสริม โดยรายได้หลักมาจากการเกษตร เช่น ทำนา และทำไร่ เป็นต้น ซึ่งรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พบว่า ร้อยละ 80 มาจากการผลิตไม้จันทน์ และร้อยละ 20 มาจากผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ เช่น กระติบข้าว และกระเป๋า เป็นต้น

### 1.1.1 กระบวนการผลิตกระติบข้าวไม้ไผ่

เนื่องจากประชากรในประเทศไทยนิยมบริโภคข้าวเหนียว ปรากฏคังนักร โบราณคดีพบเมล็ดข้าวเหนียวในก้อนอิฐที่เป็นโบราณสถานเก่าแก่ เช่น องค์พระประโทน เป็นต้น ในการเก็บรักษาข้าวเหนียวที่นึ่งแล้วนั้น จะต้องใส่ภาชนะที่เก็บความร้อนได้เป็นอย่างดี นั่นก็คือ กระติบข้าว กระติบข้าว คือ หัตถกรรมจักสานทรงกระบอก มีฝาปิดใช้บรรจุข้าวเหนียวที่นึ่งแล้ว สำหรับเก็บรักษาไว้ได้เป็นเวลานาน ข้าวเหนียวที่บรรจุใส่กระติบข้าวจะไม่แฉะเกินไป เพราะ ความร้อนสามารถระเหยซึมผ่านผนังไม้ไผ่ได้บางส่วน ใอน้ำที่เหลือกลับทำให้ข้าวเหนียวมีความ อ่อนนุ่มไม่แห้งหรือแข็งเร็วจนเกินไป กระติบข้าวจึงเป็นภาชนะที่เหมาะสมสำหรับเก็บรักษาข้าว เหนียวได้ดีที่สุด ช่างฝีมือแต่ละหมู่บ้านมีวิธีการผลิตรูปทรงกระติบข้าวอย่างคล้ายคลึงกัน แต่จะ แตกต่างกันไปในรายละเอียด เช่น ขนาดของกระติบ ลักษณะสวดลาย ความสูง ความกว้าง ชนิด ของเส้นตอก และไม้ไผ่ การผลิตหัตถกรรมไม้ไผ่ของบ้านลุมพุก อำเภอกันทรวิชัย จังหวัด มหาสารคาม สืบเนื่องมาจากประชากรในภาคอีสานนิยมบริโภคข้าวเหนียว จึงทำให้ปริมาณความ ต้องการใช้กระติบข้าวเพิ่มขึ้น ไปด้วย

ดังนั้นกระติบข้าว จึงเป็นหัตถกรรมจักสานที่ชาวบ้านลุมพุก ได้ยึดถือเป็นอาชีพเสริมทำ รายได้ให้ผู้ผลิตพอสมควร การประกอบอาชีพจักสานกระติบข้าวไม้ไผ่ของกลุ่มจักสานบ้านลุมพุก เป็นอาชีพที่สืบทอดมาจากรุ่นบุรุษ กระบวนการผลิตเป็นแบบดั้งเดิม ปัจจุบันเป็นอาชีพ เสริมที่ช่วยสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มนอกเหนือจากการทำนา โดยกระบวนการผลิตมีดังต่อไปนี้

1.1.1.1 วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตกระติบข้าว ซึ่งวัสดุ ได้แก่ ไม้ไผ่บง ไม้ไผ่ บ้าน (ไม้สีสุก) หวาย ก้านตาล ก้านตาลนั้นจะนำมาทำดินกระติบข้าว โดยมีผู้ผลิตบางครอบครัว ปลุกดินตาล ไว้ที่ห้องนา ที่สวน หรือที่ไร่ ก็สามารถไปตัดก้านตาล ใช้ทำดินกระติบข้าวได้ โดย ไม่ต้องซื้อถ้าไม่ปลุกดินตาลไว้ ถึงจะมีพ่อค้านำก้านตาล นำมาขายให้ถึงในหมู่บ้าน ในราคากันละ 20 บาท ส่วนอุปกรณ์ ได้แก่ มีดโต้ มีดตอก เหล็กหมาด หินลับมีด และเคียว

4. ตีนกระติบข้าว เป็นส่วนประกอบอย่างหนึ่ง ซึ่งนำมาต่อเข้ากับตัวกระติบอยู่ ส่วนล่างสุด ทำมาจากไม้ขอป่า หรือก้านกาล หากเป็นไม้ขอป่าจะใช้เลื่อยวงเดือนผ่าให้เป็นแผ่น ๆ กว้างประมาณ 7 เซนติเมตร หนาประมาณ 4 มิลลิเมตร เพื่อทำให้เป็นแผ่น แล้วช่างจะนำมาขัด ทิ้งไว้ให้แห้ง ส่วนก้านตาลผ่าเอาเฉพาะส่วนหลังก้าน (ส่วนที่แบนราบของก้าน)

#### 1.1.1.3 ขั้นตอนในการสานขึ้นรูปกระติบข้าว

1. นำดอกตะแคงที่เตรียมไว้ สานด้วยลายสองเวียน อาจจะเริ่มจากตรงกลาง ของเส้นดอก หรือเริ่มจากปลายดอกข้างใดข้างหนึ่งก็ได้ หากเริ่มจากส่วนกลางของเส้นดอก จะ สานด้วยลายสองเวียน 4 รอบ หรือที่เรียกว่า 4 แถวลาย การสานกระติบจำนวน เส้นดอกมักจะคู่กัน เสมอ เช่น จำนวน 96 คู่ เป็นกระติบขนาดกลาง ซึ่งแนวของเส้นดอกจะอยู่ในลักษณะเอียงทแยงกัน 96 คู่ จะแบ่งออกเป็นฝ่ายฝ่ายละ 96 เส้น โดยรวมเส้นดอกทั้งหมด 192 เส้น กระติบหนึ่งอันจะ ประกอบด้วย ชั้นที่เป็นตัวกระติบ เรียกว่า ชั้นใน และส่วนที่เป็นฝา เส้นดอกของส่วนที่เป็นฝา มักจะมีจำนวนมากกว่าชั้นในเสมอ กล่าวคือ เกินชั้นในประมาณ 1-2 คู่ การเพิ่มจำนวนเส้นดอก ทำให้มีขนาดพอที่จะนำมาสวมเข้าด้วยกันได้ การสานตัวกระติบและฝา มิได้มีความแตกต่างกัน จึงมีเพียงแต่การเพิ่มจำนวนเป็นดอกเท่านั้น ส่วนสายที่สานแล้วแต่ช่างกำหนด แต่จะอยู่ใน โครงสร้างของส่วนประเภทลายสอง

2. เมื่อสานครบตามจำนวนเส้นดอกที่ต้องการ จึงนำปลายดอกมาต่อเข้าด้วยกัน อาจนำมาสานครอบเข้าที่เข้า เพื่อเป็นการช่วยพยุงแผ่นเส้นดอก เนื่องจากการสานในตอนแรกจะ สานลายสอง เมื่อนำมาต่อเข้าด้วยกัน ก็จะเป็นลายสองเช่นเดียวกัน การต่อปลายแผ่นดอกทั้งสอง ข้างศัพท์ช่างเรียกว่า การจอดแผ่นดอก จากนั้นจึงนำเชือกมามัดครอบแผ่นดอก แผ่นดอกซึ่งต่อเข้า กันเป็นทรงกระบอก เพื่อป้องกันมิให้เส้นดอกแยกออกจากกัน เปลี่ยนจากการสานลายสองเวียน เป็นลายสองยื่น การเปลี่ยนลายหรือการเริ่มสานศัพท์ช่างเรียกว่า การไปดอก สานด้วยลายสองยื่น 14-15 รอบ จึงเปลี่ยนเป็นการสานลายสองเวียน เวียนอีก ประมาณ 2-3 รอบ

การสิ้นสุดการสานในตอนนี้เป็น การซ้อนเงื่อนดอก เพื่อป้องกันมิให้แถวปลายของเส้น ดอกแยกออกจากกันศัพท์ช่างเรียกว่า ม้วนเงื่อนดอก หรือศัพท์บางกลุ่มเรียกว่า ม้วนปีกไก่

เส้นดอกอีกข้างที่เหลือ ซึ่งมีความยาวเท่ากับส่วนที่สานเสร็จในช่วงแรกและเส้นดอก ข้างที่ยังไม่สานนี้ อาจเปลี่ยนมาเป็นลายสานแบบคุป ลายนี้ดูโครงสร้างโดยรวมจะคล้ายกับลาย สอง เหตุที่ช่างมักจะเปลี่ยนสานลายนี้ เพราะสานได้รวดเร็ว ซึ่งปกติการสานลายสองการยกเส้น ดอกจะเป็นการยกเพียง 2 ซ้ำ 2 แต่ลายคุปจะซ้ำ 3 ยก 4 ปล่อยสอง

การสานจะสิ้นสุดโดยการสานลายสองเวียนอีก 2-3 รอบ ม้วนเก็บเส้นดอด้วยลาย ม้วนปึกไว้ ส่วนที่เป็นลายคู่ปึกจะเป็นผนังด้านในเสมอ เพราะความหนาแน่นของการจัดของเส้นดอมีไม่มาก อาจทนแรงเสียดสีไม่ดีเท่ากับลายสอง ลายคู่ปึก จึงพับให้มาเป็นผนังด้านใน ลายสองจะพับให้ออกมาเป็นผนังด้านนอก เหตุผลของการพับให้เป็นสองชั้น ก็เพื่อจะให้มีการตีมีความทนทานมากขึ้น

3. การสานฝาปิด หรือช่างเรียกว่า “ฝาตุ่ หรือ อัดตุ่” เป็นการสานเพื่อปิดช่องว่างบนฝากระติบ หากเป็นตัวกระติบช่องว่างจะเป็นกัน เพราะว่าตัวกระติบ และฝากระติบสานในลักษณะเดียวกัน เพียงแต่เป็นการกลับข้างกัน จุดสังเกตว่าเป็นฝาหรือตัวกระติบ ฝากระติบมักจะใหญ่กว่าตัวกระติบเสมอ การสานฝาอัดตุ่ มักจะสานด้วยลาย เผลว และลายซัดถักซิด วิธีการสาน นำเส้นดอที่เตรียมไว้สานขัดเข้าด้วยกันด้วยลายเผลว เมื่อสานด้วยลายเผลว แล้วนำดอสอดเข้าช่องว่างของจุดกึ่งกลางลายเผลวและเริ่มขัดดอสานด้วยลายซัดถักซิด จนได้ขนาดตามต้องการ ทั้งสองลาย จะอยู่ในลักษณะซ้อนกัน เส้นดอที่ใช้สานทั้งหมดทั้งลายเผลวและลายซัดรวมกันประมาณ 60 เส้น ดังนั้นขึ้นอยู่กับขนาดเส้นดอ และขนาดของกระติบข้าวด้วย

4. การสานขอบ การสานขอบเริ่มจากการนำฝาอัดตุ่ที่สานเสร็จเรียบร้อยแล้ว มัดให้มีขนาดพอดีกับส่วนที่เป็นช่องว่างฝาและกัน ใช้คินสอดตามรูปทรง เพื่อที่จะให้ทราบว่าจะตัดเอาส่วนเฉพาะส่วนที่ต้องการ คือ ส่วนที่เป็นวงกลม ตัดส่วนที่ไม่ต้องการโดยมีคินสอดไว้ใช้ค้อนทุบสันมัด เพื่อให้เส้นดอส่วนที่ไม่ต้องการขาดออก จากนั้นพับบริเวณริมสุดของฝาและตัวกระติบ 2-3 เซนติเมตร คือ พับให้ริมดอเข้าข้างใน ผนังนอกชั้นในเมื่อพับแล้วจะอยู่ในระนาบเดียวกัน นำฝาอัดตุ่ที่ตัดเสร็จเรียบร้อยแล้ว ซ้อนเข้าระหว่างส่วนที่พับผนังด้านใน และด้านนอกจะแนบแผ่นฝาอัดตุ่ แล้วเย็บด้วยหวาย ที่เตรียมไว้ด้วยลายด้นลอยหลัง

จะเห็นได้ว่า ทั้งฝา และตัวกระติบก็ทำในลักษณะเดียวกัน เมื่อขอบเสร็จเรียบร้อยแล้วจึงนำดินที่เตรียมไว้มาตัด และขุดให้พอดีตามต้องการ โดยปกติจะเย็บริมด้านบนที่ติดกับตัวกระติบขอบของดินกระติบจะทับกับส่วนที่เย็บลายด้นลอยหลังของกระติบ การมัดยึด ดินกระติบ และตัวกระติบ จะเจาะรูสำหรับร้อยหวาย เพื่อมัดยึดให้แน่นส่วนที่หูจะทำไว้สำหรับการใช้ด้ายในล่อนเพื่อทำเป็นสายสำหรับห้อย และสะพาย จะทำส่วนบนสันของฝาเจาะให้ได้กึ่งกลาง การร้อยด้ายจะร้อยผ่านหูทั้งสองข้างสอดโอบกันของกระติบ เพื่อที่จะพยุงน้ำหนักหมด หากร้อยหรือเจาะหูไม่ได้กึ่งกลางเมื่อบรรจุข้าวเหนียว จะทำให้เอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ในที่สุดฝาและตัวของกระติบข้าวจะหลุดออกจากกัน หรือศัพท์ทางช่างเรียกว่า “กระติบข้าวมัดซิด” ทำให้ข้าวเหนียวร่วงจากกระติบข้าว

ในด้านคุณค่าและความงามทางศิลปะ ความงามของกระติบข้าว ซึ่งผลิตโดยชาวบ้าน ลุ่มพุกเกิดจากลาย และความละเอียดของเส้นตอก ซึ่งจัดสรรองค์ประกอบต่าง ๆ ได้อย่างลงตัว โดยเฉพาะกระติบข้าวที่ชาวบ้านลุ่มพุกเป็นผู้ผลิต ส่วนใหญ่จะมีตั้งแต่ 5 ลายขึ้นไป คือ ลายสองเวียน เป็นลายสองที่สานให้แถวลายอยู่ในลักษณะแนวนอนใช้สานตัวฝาและตัวกระติบข้าว 2 ลายสองยืน เป็นลายที่สองที่มีแถวลายในลักษณะตั้ง ใช้สานตัวกระติบข้าวเช่นเดียวกับ 3 อัดตุ หรือ ฝาตุ เป็นแผ่นตอกที่สานด้วยลายเหลว (ลายเหลว) เพื่อใช้สำหรับปิดช่องว่างด้านบน 4 ลาดซัดเป็นลายที่สานให้ติดกันกับลายตาเหลว เพื่อให้ฝาดูหนาขึ้น 5 ลายมัดหวายต่าง ๆ ที่ใช้มัดเย็บ กระติบข้าวเหล่านี้ล้วนมีลวดลายที่สวยงาม บ่งบอกถึงความประณีตของช่างผู้ผลิต และศิลปวัฒนธรรมที่ยังคงมีเอกลักษณ์เฉพาะสืบทอดให้ชาวบ้านลุ่มพุกได้รักษาไว้

จากการศึกษา พบว่า กระติบข้าวสะท้อนถึงความเชื่อในพุทธศาสนาของชาวบ้านลุ่มพุก เนื่องจากชาวบ้านหนองห้างจะใช้กระติบข้าวใส่ข้าวเหนียวที่นึ่งแล้วนึ่งถวายเป็นภัตตาหารแก่พระสงฆ์ ซึ่งกระติบข้าวของชาวไทยอีสานที่จะใช้ใส่ถวายพระสงฆ์นั้น ช่างผู้ผลิตกระติบข้าวจะสร้างให้มีความประณีตที่สุด กระติบข้าวเป็นสิ่งที่จะต้องให้เห็นถึงขนบธรรมเนียมประเพณีทางวัฒนธรรม ค่านิยมของชาวบ้านลุ่มพุก ที่ยังรักษาขนบธรรมเนียมแบบเดิมไว้จนถึงปัจจุบัน



ภาพประกอบที่ 2 กระติบข้าวที่ชาวบ้านลุ่มพุก อำเภอกันทรวิชัย เป็นผู้ผลิต

การศึกษากระบวนการผลิตกระบี่ขี้ข้าวของบ้านลุมพุก ผู้วิจัยได้ศึกษารายละเอียดในด้าน ประสิทธิภาพ ทักษะ และแรงจูงใจ คุณลักษณะในการผลิต สถานภาพในการประกอบอาชีพ การลงทุน กระบวนการผลิต การใช้แรงงานในครอบครัว ผลผลิต ราคา รายได้ และการขาย ความ คิดเห็นต่อการประกอบอาชีพ และปัญหาอุปสรรคในการประกอบอาชีพ มีสาระสำคัญ ดังนี้

1. ประสิทธิภาพ ทักษะ และแรงจูงใจในการผลิต การศึกษาประสิทธิภาพ ทักษะ ความรู้ แรงจูงใจ ให้ตัดสินใจประกอบอาชีพ ทำให้ทราบถึงเหตุผลที่ทำให้ช่างผู้ผลิตกระบี่ขี้ข้าวตัดสินใจ เลือกลงมือผลิตกระบี่ขี้ข้าวเป็นอาชีพเสริม ดังนี้

### 1.1 ประสิทธิภาพ

ผู้ผลิตกระบี่ขี้ข้าวร้อยละ 56 มีประสิทธิภาพในการผลิตมาเป็นเวลากว่า 5 ปี ขึ้นไป รองลงมาร้อยละ 24 มีประสิทธิภาพในการผลิตมาเป็นเวลาประมาณ 3-5 ปี และร้อยละ 20 มี ประสิทธิภาพในการผลิตกระบี่ขี้ข้าวมาเป็นเวลานานประมาณ 1-3 ปี การผลิตกระบี่ขี้ข้าวส่วนใหญ่ผู้ผลิตมีประสบการณ์ มาจากการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษตั้งแต่เกิดมาก็เห็นบิดามารดาผลิต กระบี่ขี้ข้าวทำให้ฝึกผลิตกระบี่ขี้ข้าวตั้งแต่ยังเด็ก โดยไม่ได้ศึกษามาจากที่อื่น

1.2 แหล่งความรู้และทักษะ ผู้ผลิตกระบี่ขี้ข้าวทุกรายได้รับความรู้และทักษะในการผลิต โดยการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ คือ ปู่ย่า ตายาย ซึ่งผู้ผลิตกระบี่ขี้ข้าวจะเพื่อใช้ในการชีวิตประจำวัน และผลิตเป็นอาชีพเสริมจนเกิดเป็นความชำนาญ เมื่อครั้งยังเยาว์วัยได้ช่วยงานผลิตกระบี่ขี้ข้าวจน สามารถผลิตได้เอง จึงมีการผลิตเป็นอาชีพเสริมมาโดยตลอด

### 1.3 แรงจูงใจในรายได้และแรงจูงใจในการผลิต

ผู้ผลิตกระบี่ขี้ข้าว มีแรงจูงใจเพื่อขยฐานะความเป็นอยู่ของตนเองให้ดีขึ้น เพราะ เมื่อเกิดมาเห็นบรรพบุรุษสานกระบี่ขี้ข้าว จึงได้ผลิตตามภายหลัง และได้ผลิตไปจำหน่าย เมื่อเห็น ว่ามีรายได้ดี ทำให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นจึงได้ผลิตกระบี่ขี้ข้าวเป็นอาชีพเสริมเพื่อประทังชีวิต

### 1.4 การคาดการณ์ในรายได้จากการประกอบอาชีพ

ในด้านความมากน้อยของรายได้ ผู้ผลิตกระบี่ขี้ข้าว คาดว่าการผลิตกระบี่ขี้ข้าว จะได้รับผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน เนื่องจากรายได้ที่ได้รับจากการขายกระบี่ขี้ข้าว โดยรวม อยู่ในเกณฑ์ดี วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีราคาไม่สูงจนเกินไป

2. ปัจจัยในด้านคุณลักษณะของการประกอบอาชีพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบ อาชีพ การศึกษาแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ผู้ผลิตกระบี่ขี้ข้าวตัดสินใจ ที่จะประกอบอาชีพ ผลิตกระบี่ขี้ข้าวเป็นอาชีพเสริม ผลการศึกษามีดังนี้

**2.1 การพิจารณาความพร้อมของปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประกอบอาชีพผลิตกระติบข้าว** ในการตัดสินใจผลิตกระติบข้าว นั้น ก็เป็นอีกประการหนึ่งที่มีความสำคัญ ผู้ผลิตกระติบข้าวทุกคน ให้ข้อมูลว่าปัจจัยดังกล่าวที่สำคัญคือ มีความรู้ ความสามารถ ฝีมือประสบการณ์ ในการผลิต ปัจจัยสำคัญคือ ต้องการรายได้เสริมหลังฤดูการเก็บเกี่ยวและสามารถใช้เวลาว่างหลังเลิกงานในการผลิต

**2.2 แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจประกอบอาชีพ** ผู้ผลิตกระติบข้าวร้อยละ 28 ได้รับข้อมูลจากประสบการณ์ของตนเอง ทั้งนี้โดยอธิบายว่า ได้ช่วยพ่อแม่สานกระติบข้าวบ่อยครั้งมากจนสามารถทำการผลิตได้เองทุกขั้นตอนและก่อให้เกิดความชำนาญ จึงมีการยึดเป็นอาชีพ รองลงมาร้อยละ 72 ได้รับข้อมูลจากเพื่อนบ้านที่ประสบความสำเร็จในด้านการประกอบอาชีพ ผลิตกระติบข้าวได้มาชักชวนให้ประกอบอาชีพนี้ เพราะทำให้มีรายได้ใช้จ่ายในครอบครัวเพิ่มมากขึ้น

**3. สถานภาพของการประกอบอาชีพ** การประกอบอาชีพของชาวบ้านลุมพุก ผู้ผลิตกระติบข้าวทุกคนจะทำงานเป็นอาชีพหลัก และสานกระติบข้าวเป็นอาชีพรอง ในด้านการใช้เวลาในการประกอบอาชีพระหว่างปี ผู้ผลิตกระติบข้าวทุกคน จะประกอบอาชีพนี้เมื่อว่างจากการทำนา คือ ช่วงที่รอการเก็บเกี่ยวผลผลิต และหลังจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว ในด้านการใช้เวลาในการประกอบอาชีพในแต่ละวัน ผู้ผลิตกระติบข้าวทุกคนจะทำงานในการประกอบอาชีพผลิตกระติบข้าวตลอดทั้งวัน

**4. การลงทุนในการประกอบอาชีพ** การประกอบอาชีพผลิตกระติบข้าวของชาวบ้านลุมพุก ผู้ผลิตกระติบข้าวมีการลงทุนที่สำคัญในด้านเครื่องมือ และด้านวัตถุดิบ การลงทุนมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการผลิตไม่มากนัก เพราะผู้ผลิตกระติบข้าวมีการลงทุนในระดับที่ไม่แตกต่างกันมากนัก และส่วนใหญ่ใช้เงินลงทุนของตนเอง ได้ผลการศึกษาดังนี้

**4.1 ระดับผู้ลงทุน** ผู้ผลิตกระติบข้าวมีการลงทุนในด้านวัตถุดิบในการประกอบอาชีพผลิตกระติบข้าว ประมาณ 20 บาทต่อ 1 ใบ หรือประมาณ 3,000 – 4,000 บาทต่อปี จะเห็นได้ว่าการลงทุนประกอบอาชีพในระดับปานกลาง ทั้งนี้เพราะปัจจัยที่ใช้ในการประกอบอาชีพผลิตกระติบข้าว ทั้งเครื่องมือและวัตถุดิบมีราคาไม่สูง และผู้ผลิตนิยมขยายการลงทุนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีการลงทุนในระดับเหมาะสมกับแรงงานในครอบครัว

**4.2 แหล่งเงินทุน** การประกอบอาชีพสานกระติบข้าว ผู้ผลิตใช้เงินทุนต่างๆ ดังนี้ ผู้สานกระติบข้าวร้อยละ 85 มีการลงทุนโดยการใช้เงินของตนเอง ซึ่งมาจากการขายข้าว การรับจ้าง และการประกอบอาชีพผลิตกระติบข้าว ร้อยละ 15 ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐ คือ



องค์การบริหารส่วนตำบลโคกพระและสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

4.3 การลงทุนด้านเครื่องมือและวัตถุดิบ ผู้ผลิตกระติบข้าวมีการลงทุนด้านเครื่องมือ ได้แก่ มีด เหล็กเจาะ กบไสไม้ และมีการลงทุนด้านวัตถุดิบคือ ไม้ไผ่ หวาย ก้านตาล ชาวบ้าน ลุ่มพุกที่ผลิตกระติบข้าว มีการลงทุนในด้านเครื่องมือเป็นมูลค่า ระหว่าง 350–450 บาท ในครั้งแรก และการลงทุนด้านวัตถุดิบเป็นมูลค่าประมาณ 2,500–4,500 บาทต่อปี ทั้งนี้ผู้ผลิตจะไปหาซื้อไม้ไผ่จากแหล่งวัตถุดิบที่ไม่ไกลจากหมู่บ้านนัก บางครั้งจะมีพ่อค้านำไม้ไผ่มาขายในหมู่บ้าน ส่วนหยาของผู้ผลิตกระติบข้าวจะหาซื้อจากตลาดหรือปลูเอง ก้านตาลจะหาตัดตามหมู่บ้านหรือมีพ่อค้านำมาขาย การลงทุนของผู้ผลิตไม่แตกต่างกันมากนัก

6. ผลผลิต ราคา รายได้ และการจำหน่าย รายได้โดยเฉลี่ยในรอบปีอย่างน้อย 45,000 ต่อปี รายได้ในการสานกระติบข้าวมีความแน่นอน เพราะสินค้าสามารถจำหน่ายได้ตลอดปี การนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย จะมีการรวมผลิตภัณฑ์ไว้ที่บ้านของประธานกลุ่มและมีพ่อค้าคนกลางมารับสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ สำหรับราคาที่ทางกลุ่มตั้งไว้มีดังนี้

- |                           |             |         |
|---------------------------|-------------|---------|
| 6.1 กระติบข้าวขนาดใหญ่สุด | ราคากล่องละ | 250 บาท |
| 6.2 กระติบข้าวขนาดใหญ่    | ราคากล่องละ | 130 บาท |
| 6.3 กระติบข้าวขนาดกลาง    | ราคากล่องละ | 80 บาท  |
| 6.4 กระติบข้าวขนาดเล็ก    | ราคากล่องละ | 25 บาท  |

7. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ ผู้ผลิตกระติบข้าวได้แสดงความคิดเห็นว่า การประกอบอาชีพนี้ อยู่ในระดับดี เพราะช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับครอบครัว การจำหน่ายมีพ่อค้าคนกลางมารับสินค้าไปเองทำให้ประหยัดต้นทุน แนวโน้มในอนาคตการประกอบอาชีพนี้ดีขึ้น ดูได้จากยอดการสั่งซื้อที่มีเพิ่มมากขึ้น มีการรวมกลุ่มของสมาชิกใหม่เพิ่มมากขึ้น

8. ปัญหาและอุปสรรค ผู้ผลิตกระติบข้าวประสบปัญหาด้านสุขอนามัย เนื่องจากการสานต้องใช้เวลาานทำให้เกิดการปวดเมื่อยตามร่างกาย วัสดุและอุปกรณ์มีราคาแพงขึ้นเพราะราคาน้ำมัน ในระยะยาวไม้ไผ่และหยาหายากขึ้น ทำให้ต้องซื้อจากพ่อค้าคนกลางหรืออาจต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ ฤดูฝนมีผลมากต่อผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้เกิดรา สินค้าคุณภาพต่ำลง ทำให้ยอดการผลิตลดลงในช่วงฤดูฝน

## 1.2 สภาพปัจจุบันด้านการตลาดผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

ในด้านของผลิตภัณฑ์กลุ่มผู้ผลิตทุกกลุ่มจะมีผลิตภัณฑ์เหมือนกัน คือ จำหน่ายผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ เป็นหลัก และมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่เสริมด้วย โดยการผลิตกระติบข้าว ซึ่งลายผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ที่ผลิตในปัจจุบัน แบ่งได้เป็น 2 ลาย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ลายดั้งเดิม และผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ลายประยุกต์ เป็นลวดลายที่กลุ่มผู้ผลิตได้จากการประยุกต์จากลายดั้งเดิม โดยการเพิ่มเติมเทคนิคการจักสานต่าง ๆ เข้าไป จนได้ลายใหม่เพิ่มขึ้น เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสแฟชั่น

### 1.2.1 ด้านตัวสินค้า

1.2.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ ลักษณะของสินค้าเป็นกระติบข้าวทรงกลม ทำด้วยไม้ไผ่ ลักษณะการผลิตเป็นแบบดั้งเดิมที่สืบทอดมาจากภูมิปัญญาชาวบ้านและมีการควบคุมการผลิตสินค้าไม่ให้ล้นตลาด

1.2.1.2 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์จะจัดวางจำหน่ายไว้ที่กลุ่ม จัดเรียงไว้เป็นชั้น และใช้เชือกร้อยเป็นกลุ่มเพื่อแสดงสินค้าให้ลูกค้าได้ชม

1.2.1.3 ประโยชน์ที่ผู้ซื้อจะได้รับ ความทนทาน แข็งแรง และเหมาะสมกับการใช้งานของผลิตภัณฑ์

1.2.1.4 บรรจุภัณฑ์ ไม่มีการจัดทำบรรจุภัณฑ์ แต่เวลาขนส่งจะใช้เชือกร้อยเป็นกลุ่ม ๆ

1.2.1.5 ตรายี่ห้อ ใช้ชื่อกลุ่มจักสานบ้านลุมพุก

### 1.2.2 ด้านราคา

1.2.2.1 กำหนดตามต้นทุนการผลิต คุณภาพและขนาดของสินค้า

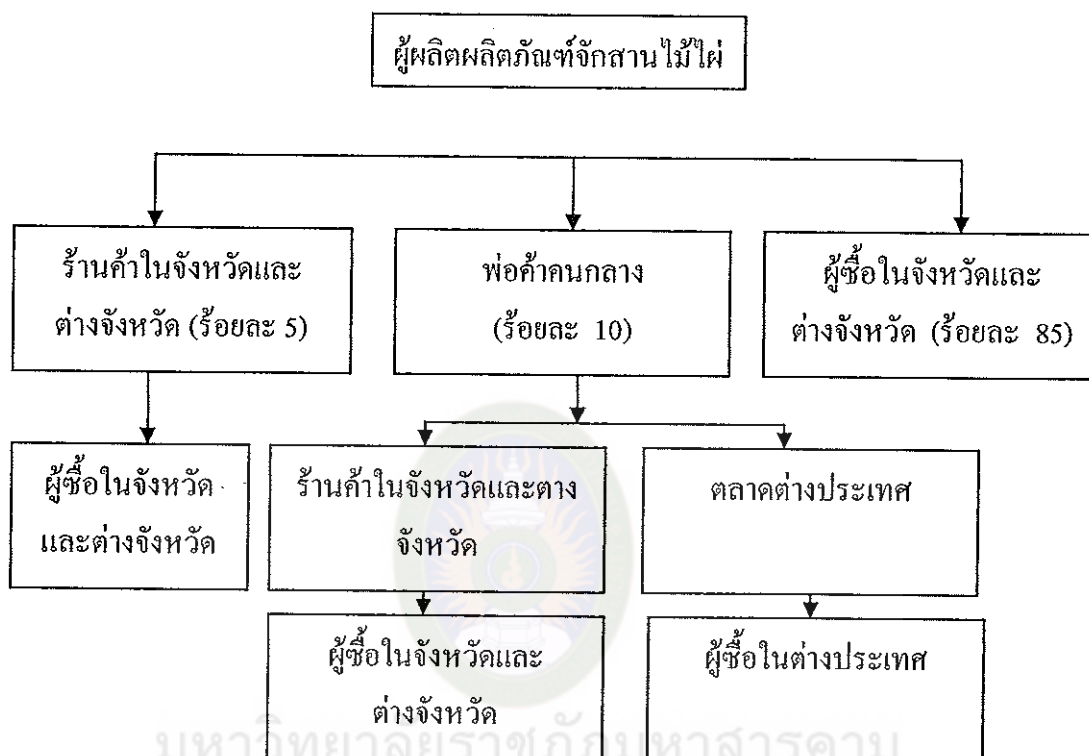
1.2.2.2 กำหนดราคาขายตามปริมาณสินค้าและความต้องการของตลาด

โดยราคาของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่นี้ เป็นราคาในช่วงที่ทำการสัมภาษณ์ (เดือนมีนาคม พ.ศ. 2551) ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงราคาไปตามปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป

### 1.2.3 ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ แต่ละคนจะนำผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ที่ผลิตได้มารวมกันเพื่อจำหน่ายที่สถานที่จัดจำหน่ายของแต่ละกลุ่ม ซึ่งเป็นศูนย์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ในด้านการจัดจำหน่ายจะแบ่งช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 3 ช่องทาง คือ ผู้ซื้อในจังหวัดและต่างจังหวัด ร้อยละ 85 พ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 10 และร้านค้าในจังหวัดและต่างจังหวัด ร้อยละ 5 ดังแผนภูมิที่ 9 ต่อไปนี้

ในการขนส่งสินค้า ส่วนใหญ่แล้วผู้ซื้อจังหวัดและต่างจังหวัด พ่อค้าคนกลาง และร้านค้าในจังหวัดและต่างจังหวัดจะมารับสินค้าเอง เพราะสามารถเลือกสินค้าได้เอง มีผู้ซื้อบางรายเท่านั้นที่ให้ขนส่งให้ ซึ่งจะทำการขนส่งโดยทางรถยนต์หรือฝากส่งที่พัสดุไปรษณีย์



แผนภูมิที่ 9 ช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

#### 1.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ทั้ง 14 กลุ่ม ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในด้านการส่งเสริมการขาย โดยทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทางจังหวัดมหาสารคามและการประชาสัมพันธ์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซต์ [www.thaitambon.com](http://www.thaitambon.com) นอกจากนั้นทางกลุ่มผู้ผลิตยังให้ตัวแทนของแต่ละกลุ่มนำผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ไปจำหน่ายตามงานนิทรรศการต่าง ๆ เช่น งานประจำปีจังหวัดมหาสารคาม งานเข้าพรรษา งานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นต้น สรุปได้ว่า

1.2.4.1 ขายเองโดยตรง ไม่ค่อยนำไปจำหน่ายเอง เพราะกลุ่มเป็นลักษณะผลิตส่งเพื่อจำหน่ายต่อ

1.2.4.2 วิธีการส่งเสริมการขาย (ลด / แลก / แจก / แฉม / ให้ชิม / ทดลองใช้) ทางกลุ่มใช้เพียงการลดราคาแต่ต้องเป็นลูกค้าประจำที่คุ้นเคยและรับซื้อกันมานานแล้ว

1.2.4.3 การโฆษณา (น.ส.พ. / TV / ป้าย) เป็นลักษณะแผ่นพับที่ทางจังหวัดจัดทำเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด และออกร้านตามงานนิทรรศการหรืองานเทศกาลต่าง ๆ

1.2.4.4 ประชาสัมพันธ์ เป็นลักษณะการบอกต่อ คือ สินค้าเป็นที่รู้จักมานานแล้วและมีคุณภาพดี

## 2. ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ของผู้บริโภคในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ทั้งหมด 200 ราย โดยทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด ได้ผลจากการเก็บแบบสอบถามทั้ง 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

### 2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สภาพทั่วไปของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ถิ่นที่อยู่อาศัย จากผลการศึกษาสามารถแยกอธิบายในแต่ละประเด็น ดังตารางที่ 3 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละของสภาพทั่วไปของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	39	19.50
หญิง	161	80.50
2. อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	7	3.50
25 - 35 ปี	65	32.50
36 - 46 ปี	61	30.50
47 ปีขึ้นไป	67	33.50
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	26	13.00
ปริญญาตรี	154	77.00
สูงกว่าปริญญาตรี	20	10.00
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	5	2.50
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	116	58.00
พนักงานบริษัท	34	17.00
ธุรกิจส่วนตัว	26	13.00
อื่น ๆ	19	9.50
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	10	5.00
5,001 - 10,000 บาท	50	25.00
10,001-15,000 บาท	90	45.00
15,001 - 20,000 บาท	40	20.00
20,001 บาทขึ้นไป	10	5.00
6. ถิ่นที่อยู่อาศัย		
จังหวัดมหาสารคาม	128	64.00
จังหวัดอื่น ๆ	72	36.00

จากตารางที่ 4 พบว่า สภาพทั่วไปของผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ในทำการศึกษาในครั้งนี้เป็นเพศชายร้อยละ 19.50 เป็นเพศหญิงร้อยละ 80.50

ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ส่วนใหญ่มีอายุ 47 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมา มีอายุระหว่าง 25 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.50 และอายุระหว่าง 36 – 46 ปี ร้อยละ 30.50 ส่วน ระดับที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 3.5

การศึกษา พบว่า ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 77 ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 13.00 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10

อาชีพ พบว่า ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมา มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 17 อาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 13 และอาชีพอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ ส่วนอาชีพที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 2.5

รายได้ พบว่าผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมา มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25 รายได้อยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ ส่วนรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และรายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุดและเท่ากัน คือ คิดเป็นร้อยละ 5

ถิ่นที่อยู่อาศัย พบว่า ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ส่วนใหญ่เป็นคนจังหวัด มหาสารคาม คิดเป็นร้อยละ 64 และจังหวัดอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 36

## 2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

จากผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ แยกอธิบาย ในแต่ละประเด็น ดังที่แสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
1. รู้จักผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ จากแหล่งใด		
งานแสดงสินค้า	62	31.00
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	80	40.00
บุคคลที่รู้แนะนำ	58	29
รวม	200	100
2. ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ เพื่อวัตถุประสงค์ใด		
ใช้เอง	114	57
ของฝาก	86	43
รวม	200	100
3. เมื่อต้องการซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ จะซื้อจากที่ใด		
ร้านค้า	53	26.50
งานแสดงสินค้า	89	44.50
ชาวบ้านผู้ผลิต	58	29.00
รวม	200	100
4. เมื่อท่านซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ท่านเลือกซื้อในลักษณะใด		
ไม้จีน	140	70.00
ไม้สำเร็จรูป	52	26.00
กระเป๋	8	4.00
รวม	200	100

ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ (ต่อ)

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
5. ท่านทราบหรือไม่ว่า ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ เป็นลายเอกลักษณ์ประจำจังหวัดมหาสารคาม		
ทราบ	177	88.50
ไม่ทราบ	23	11.50
รวม	200	100
6. เห็นด้วยหรือไม่ที่จังหวัดมหาสารคามมีการส่งเสริมให้ใช้ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ในวันทำงาน		
เห็นด้วย	197	98.50
ไม่เห็นด้วย	3	1.50
รวม	200	100
7. ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ คือ		
สีสันทันและลวดลาย	63	31.50
คุณภาพ	56	28.25
ประโยชน์ในการใช้สอย	38	19.0
ราคา	15	7.50
ค่านิยม	25	12.50
อื่น ๆ	2	1.0
รวม	200	100
8. ปัญหาที่ทำให้ท่านไม่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ คือ		
ราคาสูง	59	29.50
ดูแลรักษายาก	62	31.00
คุณภาพของเนื้อไม้และสี	65	32.50
อื่น ๆ	14	7.0
รวม	200	100



ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ (ต่อ)

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
9. ทราบหรือไม่ว่า ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ที่มีคุณภาพดีควรมีลักษณะอย่างไร		
ทราบ	98	49.00
ไม่ทราบ	102	51.00
รวม	200	100
10. ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ควรปรับปรุงแก้ไขในด้านใด		
สีสันทและลวดลาย	67	33.50
ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากกว่านี้	45	22.50
คุณภาพ	16	8
กระจายแหล่งขายให้มากกว่านี้	37	18.50
ราคา	19	9.50
รวม	200	100

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ จากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของทางจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ จากงานแสดงสินค้า คิดเป็นร้อยละ 31.00 และบุคคลที่รู้แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 29.00 ตามลำดับ การซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ พบว่า โดยส่วนใหญ่จะซื้อเพื่อใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 57 และซื้อเพื่อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 43

ส่วนใหญ่ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ จะซื้อจากงานแสดงสินค้า คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาคือ ซื้อจากชาวบ้านผู้ผลิตคิดเป็นร้อยละ 29.00 และซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่จากร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 26.50 ตามลำดับ

การซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ พบว่า โดยส่วนใหญ่จะซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ในลักษณะไม้จั่น คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ชุดไม้สำเร็จรูป คิดเป็นร้อยละ 26.00 และกระเป๋า คิดเป็นร้อยละ 4

ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จกसानไม้ไผ่ โดยส่วนใหญ่ ทราบว่าผลิตภัณฑ์จกसानไม้ไผ่ เป็นลายเอกลักษณ์ประจำจังหวัดมหาสารคาม คิดเป็นร้อยละ 88.50 และไม่ทราบคิดเป็นร้อยละ 11.50 และมีความคิดเห็นว่าเป็นด้วยที่จังหวัดมหาสารคามมีการส่งเสริมให้ใส่ผลิตภัณฑ์จกसानไม้ไผ่ ในวันทำงานคิดเป็นร้อยละ 98.50 และไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 1.50

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จกसानไม้ไผ่ พบว่า ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จกसानไม้ไผ่ จะให้ความสำคัญกับสีสันทันและลวดลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาคือคุณภาพคิดเป็นร้อยละ 28.25 ประโยชน์ในการใช้สอย คิดเป็นร้อยละ 19 คำนิยม คิดเป็นร้อยละ 12.5 ราคา คิดเป็นร้อยละ 7.50 และให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1 ซึ่งพบว่าให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อตามคำแนะนำจากบุคคลอื่น

ปัญหาที่ทำให้ไม่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จกसानไม้ไผ่ พบว่า โดยส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาในเรื่องของคุณภาพของเนื้อไม้และสีสันทัน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ การดูแลรักษายาก คิดเป็นร้อยละ 31.00 ราคาสูง คิดเป็นร้อยละ 29.25 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 7 ซึ่งพบว่าคือ ปัญหาของการหาซื้อสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์จกसानไม้ไผ่ ได้ยาก

ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จกसानไม้ไผ่ โดยส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 49 ไม่ทราบว่าผลิตภัณฑ์จกसानไม้ไผ่ มีคุณภาพดีควรมีลักษณะอย่างไร และร้อยละ 51 ทราบว่าผลิตภัณฑ์จกसानไม้ไผ่ ที่มีคุณภาพควรมีลักษณะอย่างไร

ส่วนใหญ่ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จกसानไม้ไผ่ มีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์จกसानไม้ไผ่ ควรปรับปรุงแก้ไขในด้านสีสันทันและลวดลายคิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมา คือ ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากกว่านี้คิดเป็นร้อยละ 22.50 กระจายแหล่งขายให้มากกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 18.50 ราคา คิดเป็นร้อยละ 9.50 และคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

### 2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จกसानไม้ไผ่

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จกसानไม้ไผ่ ด้านผลิตภัณฑ์ ดังตารางที่ 6 ต่อไปนี้

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและการแปรความของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่  
ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ	$\bar{X}$	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์		
1. สีสนและลวดลาย	4.33	มากที่สุด
2. คุณภาพของเนื้อไม้	4.14	มากที่สุด
3. ประโยชน์ในการใช้สอย	4.04	มาก
4. ความแตกต่างและโดดเด่นของสินค้าที่ไม่เหมือนใคร	3.79	มาก
5. ความหลากหลายมีให้เลือกหลายลาย	3.79	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	4.07	มาก

จากตารางที่ 6 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.07$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สีสนและลวดลาย ( $\bar{X} = 4.33$ ) และคุณภาพของเนื้อไม้ ( $\bar{X} = 4.41$ ) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งในด้านของประโยชน์ในการใช้สอย ( $\bar{X} = 4.04$ ) ส่วนความแตกต่างและโดดเด่นของสินค้าที่ไม่เหมือนใคร และความหลากหลายมีให้เลือกหลายลายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออยู่ในระดับมากเท่ากัน ( $\bar{X} = 3.79$ )

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและการแปรความของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ ด้านราคา

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ	$\bar{X}$	ระดับ
ด้านราคา		
7. มีราคาถูกกว่าเครื่องจักสานลายอื่น	3.81	มาก
8. มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	3.83	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.82	มาก

จากตารางที่ 7 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ในด้านราคาอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.82$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การที่มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ( $\bar{X} = 3.83$ ) และการมีราคาถูกกว่าเครื่องจักสานลายอื่น ( $\bar{X} = 3.81$ )

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและการแปรปรวนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่  
ด้านสถานที่

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ	$\bar{X}$	ระดับ
ด้านสถานที่		
9. สามารถหาซื้อได้ง่าย	3.81	มาก
10. มีการอำนวยความสะดวกในการขนส่ง เช่น กรณีที่การสั่งซื้อจำนวนมาก	3.83	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.82	มาก

จากตารางที่ 8 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ในด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.82$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการอำนวยความสะดวกในการขนส่ง เช่น กรณีที่การสั่งซื้อจำนวนมาก ( $\bar{X} = 3.83$ ) และสามารถหาซื้อได้ง่าย ( $\bar{X} = 3.83$ )

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและการแปรปรวนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่  
ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ	$\bar{X}$	ระดับ
ด้านการส่งเสริมการตลาด		
11. มีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า	3.39	ปานกลาง
12. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เป็น ใบปลิว หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุ	3.28	ปานกลาง
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.33	ปานกลาง

จากตารางที่ 9 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ในด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.33$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การมีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า ( $\bar{X} = 3.39$ ) และการมีโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น ใบปลิว หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุ ( $\bar{X} = 3.28$ ) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออยู่ในระดับปานกลาง

### 3. ผลการศึกษาการให้การสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ พบว่า หน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ในปัจจุบันมี 6 หน่วยงาน โดยรายชื่อหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมแสดงในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 จำนวนหน่วยงานภาครัฐบาลที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ในจังหวัดมหาสารคาม

ชื่อหน่วยงาน	จำนวน (คน)
1. สำนักงานพาณิชย์จังหวัดมหาสารคาม	1
2. สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดมหาสารคาม	1
3. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดมหาสารคาม	1
4. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	1
5. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1
6. ธนาคารออมสิน	1

#### 3.1 ลักษณะความรับผิดชอบของหน่วยงานภาครัฐบาลที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ในจังหวัดมหาสารคาม

จากการสัมภาษณ์ถึงประเด็นของลักษณะความรับผิดชอบของหน่วยงานที่สังกัดที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนและส่งเสริมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ในจังหวัดมหาสารคาม สามารถสรุปได้ ดังนี้

##### 3.1.1 สำนักงานพาณิชย์จังหวัดมหาสารคาม มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง คือ

- ผลักดันให้จังหวัดมหาสารคามเป็นประตูสู่อินโดจีนและลงสู่เวียดนามตอนใต้ โดยผ่านเส้นทางช่องเม็ก – ปากเซ – เว้ (ท่าเรือน้ำลึก) – ดานัง (ท่าเรือน้ำลึก) – คักโถ – โฮจิมินห์ซิตี้
- ผลักดันการสร้างศูนย์กระจายสินค้าและระบบ Logistics ที่ด่านพรมแดนช่องเม็ก รวมทั้งเป็นศูนย์การแปรรูปสินค้าและวัตถุดิบ เพื่อการส่งออก โดยผลักดันให้เป็นเขตเศรษฐกิจชายแดน (Special Border Economic Zone)

- ส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจ/นักลงทุนไทยในการเดินทางไปหาตลาดใหม่ในแถบ  
อินโดจีน เพื่อรองรับการแข่งขันในอนาคต

- ส่งเสริมให้กลุ่มผู้ผลิต/วิสาหกิจชุมชน พัฒนาไปสู่ธุรกิจ SMEs และเร่งให้  
ความรู้ด้านธุรกิจเพื่อการส่งออกให้มากขึ้นทั้งในระดับสถานศึกษาและระดับชุมชน

### 3.1.2 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดมหาสารคาม มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง คือ

- เสนอแนะนโยบาย และแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะและขีด  
ความสามารถของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและ  
สังคมของประเทศ และการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก

- บริหารและดำเนินงานด้านการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาสมรรถนะของ  
อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ในสาขาที่สำคัญให้เป็นไปตามนโยบาย

- พัฒนาบุคลากรและสนับสนุนภาคอุตสาหกรรม ในสาขาที่สำคัญด้าน  
เทคโนโลยีและการจัดการ ให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการพัฒนาการผลิตให้มีมาตรฐาน  
สู่ระบบสากล

### 3.1.3 สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดมหาสารคาม มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง คือ

- สร้างความตระหนักให้องค์การบริหารส่วนตำบล ประชาชน และหน่วยงาน  
พัฒนา เห็นความสำคัญของการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมบริหารกิจกรรมพัฒนาท้องถิ่น  
ถ่ายทอดทักษะ และกระตุ้นให้ดำเนินงาน ตามหลักการพัฒนาชุมชน สนับสนุนด้านวิชาการและ  
งบประมาณบางส่วน เพื่อพัฒนาศักยภาพ ขององค์การบริหารส่วนตำบล ด้านการพัฒนาและการ  
ดำเนินงานพัฒนาชุมชนและให้การสนับสนุนองค์กรและ/หรือกลุ่มกิจกรรมในเรื่อง การสร้างและ  
พัฒนาเครือข่าย การฝึกอบรมพัฒนาประชาชน เพื่อเป็นทรัพยากรของ อบต. การจัดตั้งและพัฒนา  
กลุ่ม ช่วยประสานความร่วมมือ ทรัพยากร ระหว่างแหล่งต่าง ๆ ในการสนับสนุน องค์กรบริหาร  
ส่วนตำบล โดยพัฒนาจัดระบบ และให้บริการข้อมูลข่าวสารจัดเวทีชาวบ้าน ในหมู่บ้าน/ตำบล  
รวมทั้งการเผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับชนบท และองค์การบริหารส่วนตำบล

### 3.1.4 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง คือ

- เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่จัดบริการงานด้านการเรียนการสอน  
- งานด้านการวิจัย โดยเฉพาะงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน  
- งานด้านบริการวิชาการให้กับชุมชน เช่น การอบรม การสัมมนา  
- เป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อปวงชน ที่จัดบริการการศึกษาหลากหลายรูปแบบ  
วิจัยให้บริการ วิชาการ พัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลิตและพัฒนาครู ทำนุบำรุง ศิลปะ  
วัฒนธรรม โดยให้ความสำคัญในการนำภูมิปัญญา ท้องถิ่นมาผสมผสานสากล เพื่อความเป็นเลิศ

ขององค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ สอดคล้อง ตรงปัญหาความต้องการของท้องถิ่น และการพัฒนาที่ยั่งยืน

**3.1.5 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง คือ**

- ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภาคตามนโยบายของรัฐบาล

- ส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่ และตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกำหนดจุดขายของประเทศไทย (Positioning Thailand) ให้มีความชัดเจน

- ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทั้งระดับในประเทศต่างประเทศ ในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมกันขจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยวและเป็นหนทางก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

- มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการและเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อเป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติ ภายใต้อัตลักษณ์รัฐบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กร ในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด

- เร่งรัดพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (E-Tourism) เพื่อรองรับการทำธุรกรรมบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการดำเนินงานด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการดำเนินงานด้านการตลาดด้วยระบบสารสนเทศ โดยมีกลไกในการควบคุมและป้องกันเพื่อเป็นหลักประกันในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

**3.1.6 ธนาคารออมสินสาขามหาสารคาม เป็นสถาบันการเงินที่ให้บริการทางการเงินในหลายรูปแบบ ทั้งในรูปแบบเงินฝาก เงินให้สินเชื่อ วงเงินเบิกเกินบัญชี และบริการทางการเงินอื่น ๆ โดยเป็นการให้บริการในส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน รวมทั้งในองค์กรธุรกิจเอกชนทั้งขนาดย่อม ขนาดกลางและขนาดใหญ่ ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของทุกกลุ่มอาชีพและอายุ ด้วยเงื่อนไขที่เหมาะสม เช่น เงินฝากทั่วไป เงินฝากสลากออมสินพิเศษ เงินเชื่อเฉพาะ สินเชื่อสวัสดิการ เงินเชื่อเพื่อการศึกษา และการบริการทางการเงินอื่นๆ เช่น บริการบัตร**

บริการวิชาการ โดยการเปิดอบรมหรือให้ความรู้ในด้านในด้านต่าง ๆ ที่จะเป็นการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการทั้งในส่วนของการผลิตและจำหน่าย ซึ่งได้มีการดำเนินการดังต่อไปนี้

- การส่งเสริมด้านงานวิจัย โดยทำการรวบรวมข้อมูลในเรื่องลายเครื่องจักสานของจังหวัดมหาสารคามและทำการวิจัยในด้านการตลาด

- การบริการวิชาการ หากมีการจัดอบรมในด้านการพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขัน เช่น ด้านการตลาด ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การค้าปลีก เป็นต้น จะมีการประชาสัมพันธ์ไปยังผู้ผลิต เพื่อพัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ ให้สามารถแข่งขันในตลาดและพัฒนาสินค้าให้เป็นที่ต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น

**3.2.5 ด้านการท่องเที่ยว** หน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือด้านการท่องเที่ยว คือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้ให้ความช่วยเหลือในภาพรวมใหญ่ ๆ ในเรื่องของ การซื้อสินค้า OTOP โดยการส่งเสริมให้คนทั่วไปหรือนักท่องเที่ยวนิยมซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ โดยจะเป็นการสนับสนุนและช่วยเหลือในเรื่องของการกระจายรายได้ และในช่วงที่ทางจังหวัดมหาสารคามได้มีการจัดประกวดผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ การท่องเที่ยวก็ได้มีการส่งตัวแทนเข้าไปร่วมเป็นกรรมการในการตัดสินการประกวด

**3.2.6 ด้านการเงิน** หน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือด้านการเงิน คือ ธนาคารออมสิน โดยได้มีการดำเนินการดังต่อไปนี้

- ให้คำแนะนำในด้านการเงินแก่กลุ่มผู้ผลิต

- ให้บริการในการให้สินเชื่อ

- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับผู้ผลิต โดยจัดให้มีการจำหน่ายสินค้าในบริเวณธนาคารออมสิน

- ให้การสนับสนุนและการประสานงานจัดหาผู้ผลิตที่มีความพร้อม เพื่อไปดูงานที่ต่างประเทศ

**3.3 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการให้การสนับสนุนและส่งเสริมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่จังหวัดมหาสารคาม**

นักวิชาการในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ระบุถึงลักษณะของปัญหาที่เกิดขึ้นในการสนับสนุนและส่งเสริมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ในจังหวัดมหาสารคาม ในประเด็นต่อไปนี้

**3.3.1 ด้านการตลาด** ทางกลุ่มผู้ผลิตมีความรู้ทางด้านการตลาดค่อนข้างน้อยและยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่หลากหลาย ดังนั้นเมื่อมีการผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ จำนวนมาก โดยไม่มีการวางแผนในการจัดจำหน่าย ส่งผลให้เกิดการตัดราคากันเอง



3.3.2 ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ในปัจจุบัน ไม่มีงบประมาณในการที่จะส่งเสริมกลุ่มอาชีพ และส่วนใหญ่แล้วมักจะไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากกลุ่มผู้ผลิต

3.3.3 ด้านการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นักวิชาการ ได้แบ่งเป็นประเด็นย่อย ๆ ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาด้านการผลิต ทางกลุ่มผู้ผลิตมีการผลิตเครื่องจักสานหลายอื่น ๆ ซึ่งความหลากหลายเพิ่มขึ้น จึงทำให้ผู้ผลิตลดจำนวนในการผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ที่เป็นลายเอกลักษณ์ดั้งเดิมลง

2. ปัญหาด้านคุณภาพ ในบางเทศกาล เช่น วันเข้าพรรษา วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น ซึ่งมีการสั่งซื้อเครื่องจักสานในจำนวนมาก ทางกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ อย่างเร่งรีบจนไม่คำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ที่ผลิตได้

3.3.4 ด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบปัญหาดังต่อไปนี้

1. ทางกลุ่มผู้ผลิตไม่ก่อนให้ความสนใจในด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากในการผลิตเครื่องจักสานนั้น ผู้ผลิตไม่ถือว่าเป็นงานหลักเป็นเพียงแ่งงานเสริม โดยจะทำในช่วงเวลาที่ว่างจากการทำนา ทำไร่ ซึ่งหน่วยงานมีความตั้งใจนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้จริงกับธุรกิจของชุมชน แต่ผู้ผลิตก็ไม่ให้ความสนใจเท่าที่ควร เช่น การให้การอบรมในด้านวิชาการ ผู้ผลิตจะเข้าอบรมไม่ครบตามระยะเวลา และขาดการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง คือ ไม่มีการประเมินว่าผู้เข้าอบรมได้นำไปประยุกต์ใช้หรือไม่ หรือถ้าใช้ได้ผลอย่างไร

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานต้องอาศัยเงินทุนและความรู้ขั้นสูงซึ่งชาวบ้านไม่พร้อมและมีความรู้สึกว่าคุณวู้ที่มีอยู่นั้นเพียงพอแล้ว

3.3.5 ด้านการเงิน พบปัญหาดังต่อไปนี้

การบริหารจัดการด้านการเงินในกลุ่มยังไม่ถูกต้องและไม่ชัดเจน เนื่องจากกลุ่มผู้ผลิตไม่มีความรู้ด้านการเงิน การทำระบบบัญชี

3.4 แนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในให้การสนับสนุนและส่งเสริมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ในจังหวัดมหาสารคาม และทิศทางการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน

3.4.1 ด้านการตลาด ให้ความรู้ในด้านการตลาดและสร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ให้มีความเชื่อมโยงกันมากขึ้น

3.4.2 ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จัดสรรงบประมาณมาส่งเสริมกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ให้มีการพัฒนารูปแบบ ลวดลาย และสีสันทนของเครื่องจักสาน และส่งเสริมให้มีการปรับปรุงในด้านของคุณภาพของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ให้มีมาตรฐานที่เท่ากัน

3.4.3 ด้านการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ โดยการจัดประกวดในระดับต่าง ๆ และเน้นการส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ลายผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ลายดั้งเดิมไว้ โดยทำการศึกษาลายผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ของแต่ละกลุ่ม เพื่อรวบรวมเป็นข้อมูลในการที่ทำการส่งเสริมและพัฒนา

3.4.4 ด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สนับสนุนให้ทำเท่าที่ขีดความสามารถของกลุ่มผู้ผลิตจะทำได้เอง โดยไม่ต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากบุคคลภายนอกกลุ่มมากนัก กล่าวคือ กลุ่มผู้ผลิตกลุ่มไหนที่มีความสามารถที่พัฒนาในระดับที่สูงขึ้นก็ส่งเสริมให้พัฒนาต่อไป ส่วนกลุ่มไหนยังไม่มีความสามารถเพียงพอที่ส่งเสริมให้เป็นไปตามความต้องการและศักยภาพที่จะทำได้จริงตามขีดความสามารถของทุนและเทคโนโลยี นอกจากนี้ในด้านการดำเนินการด้านวิชาการตามขีดความสามารถของทุนและเทคโนโลยี ควรจะมีการติดตามผลและประเมินผลหลังการเข้ารับการอบรม

3.4.5 ด้านการเงิน ให้คำแนะนำในด้านการบริการทางการเงิน การทำระบบบัญชี โดยการส่งวิทยากรไปให้คำแนะนำตามกลุ่มต่าง ๆ

#### 4. ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

##### 4.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

###### 4.1.1 ที่มาของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

แต่เดิมบ้านลุ่มพุกมีการปลูกไม้ไผ่จำนวนมาก เมื่อว่างเว้นจากฤดูทำนา ราษฎรในหมู่บ้านว่างงานจึงเริ่มมองหาอาชีพใกล้ตัวที่สืบทอดมาจากรบรรพบุรุษ โดยเริ่มต้นจากการตัดลำไม้ไผ่ที่ได้ขนาดมาสานเป็นกระติบข้าว หรือตุ่มไก่อ่ เริ่มแรกผลิตไว้ใช้เองในครัวเรือน และจำหน่ายเองบ้างแต่ไม่มากนัก และไม่เป็นรูปแบบของการรวมกลุ่ม จากนั้นในปี พ.ศ. 2530 เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอกันทรวิชัยได้เข้ามาส่งเสริม สนับสนุนให้รวมกลุ่มกันขึ้นเริ่มแรกมีสมาชิกจำนวน 30 คน เงินกองทุน 3,000 บาท ต่อมาในปี พ.ศ. 2541 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอกันทรวิชัย ได้เสนอของบประมาณจากสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดมหาสารคาม เป็นเงิน 45,000 บาท เพื่อใช้ในการบริหารจัดการกลุ่มให้มีความเข้มแข็ง พ.ศ. 2545 ทางกลุ่มได้มีการรวมกลุ่ม ด้วยความสมัครสมานสามัคคี ตั้งใจผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ทำให้มีกระติบข้าวจำหน่ายในพื้นที่จังหวัดมหาสารคามและจังหวัดใกล้เคียง ได้รับการรับรองจากองค์การบริหารส่วนตำบลโลกพระ ให้เป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และในปี พ.ศ. 2546 เป็นปีที่ทางกลุ่มมีความภาคภูมิใจอย่างมาก เนื่องจากได้รับรางวัลสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2 ดาว

ในระดับจังหวัด และ 3 ดาวในระดับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปัจจุบันทางกลุ่มได้รับการส่งเสริมจากสำนักพัฒนาชุมชน อำเภอกันทรวิชัยให้มีการพัฒนาสินค้า โดยมีการเข้าร่วมประชุมและออกจำหน่ายสินค้าในงานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด จังหวัดมหาสารคามได้จัดทำโครงการสืบสานเครื่องจักสานเมืองมหาสารคาม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการรณรงค์ไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมอันล้ำค่าของเมืองมหาสารคาม และเพื่อสนับสนุนกลุ่มอาชีพจักสานต่าง ๆ ให้มีการพัฒนาคุณภาพงานและการสร้างรายได้ของสมาชิกให้มากขึ้น ให้กับจังหวัดมหาสารคามมาจนถึงปัจจุบัน

#### 4.1.2 ขอบเขตอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ หมายถึง

1. การผลิตผลิตภัณฑ์จักสานโดยใช้ไม้ไผ่เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตซึ่งเป็นการผลิตในจังหวัดมหาสารคามเท่านั้น
2. ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ประกอบด้วย 19 ราย ซึ่งได้กล่าวมาแล้วใน

ตารางที่ 2

#### 4.1.3 โครงสร้างปัจจัยการผลิต

การผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ มีปัจจัยที่สำคัญดังนี้

1. วัตถุดิบ วัตถุดิบที่สำคัญในปัจจุบันที่ต้องใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ คือ กรรไกร มีดเหลาดินสอ เข็ม ด้ายไนลอน เลื่อย เป็นต้น แต่อุปกรณ์หลักเป็นมีด หินลับมีด เหล็กหมาด ไม้แบบสำหรับใช้วัดขนาดกระติ๊ด

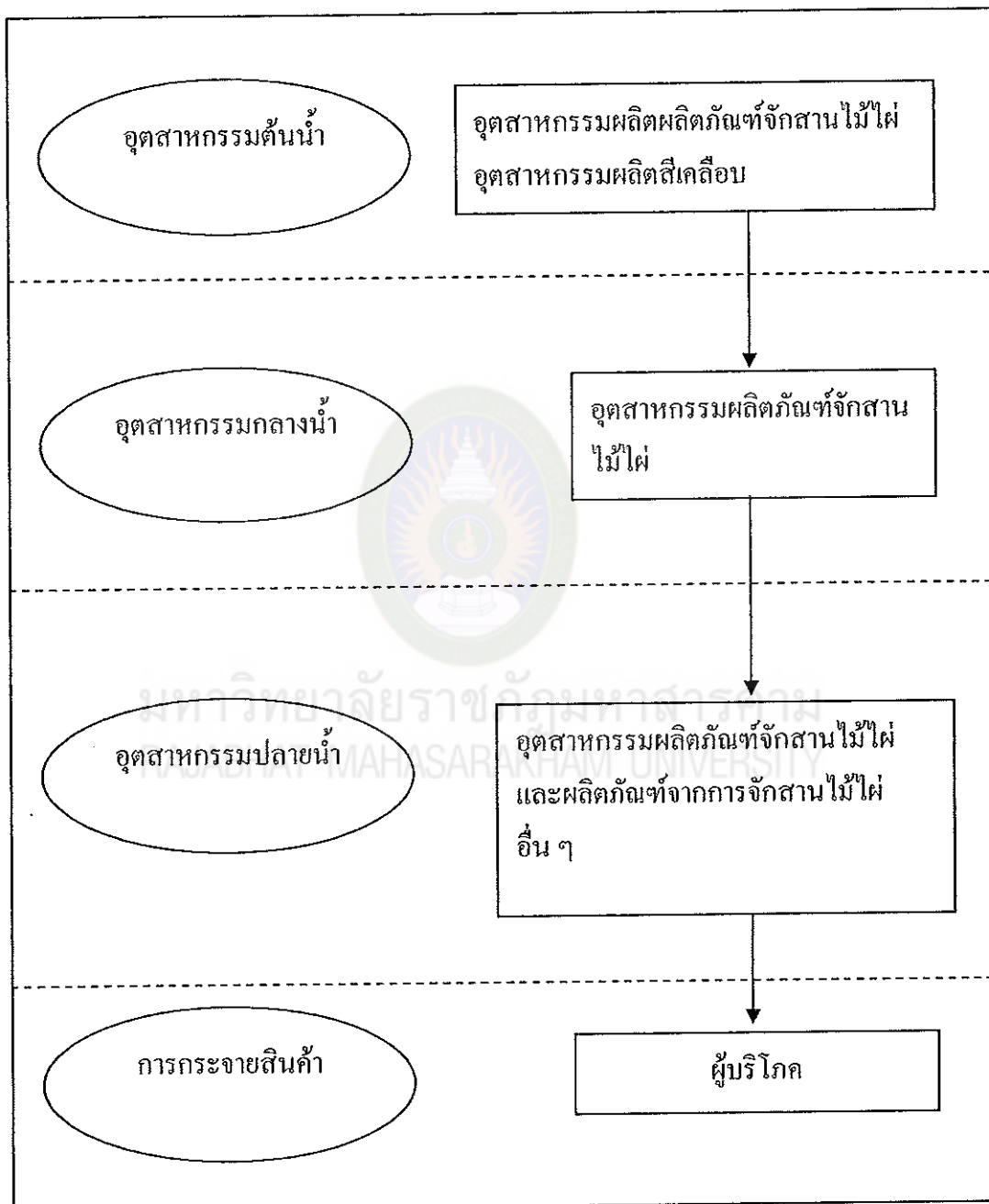
2. แรงงาน อุตสาหกรรมนี้จำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีฝีมือ โดยเฉพาะซึ่งต้องใช้เวลาในการฝึกฝนเป็นเวลานานกว่าจะมีความชำนาญ เนื่องจากความต้องการความชำนาญและทักษะเฉพาะด้าน

3. เงินทุน อุตสาหกรรมนี้จำเป็นต้องใช้เงินทุนหมุนเวียน เนื่องจากผู้ผลิตไม่มีการเก็บวัตถุดิบในการผลิตไว้เป็นสินค้าคงคลัง จึงมีความจำเป็นที่จะต้องนำเงินที่ขายผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ได้มาเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการซื้อวัตถุดิบที่จะต้องใช้ในการครั้งต่อไป

4. เครื่องจักรอุปกรณ์ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการใช้ฝีมือแรงงาน จึงไม่ได้มีการนำเครื่องมือเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิต โดยจะใช้อุปกรณ์และวัตถุดิบในการจักสาน

#### 4.1.4 ความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่

สามารถจัดกลุ่มได้เป็น 3 อุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมกลางน้ำ อุตสาหกรรมปลายน้ำ ซึ่งสามารถแสดงความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ดังแผนภูมิที่ 10 ต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 10 ความเชื่อมโยงอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ทั้งระบบ

4.2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) สภาพแวดล้อมทั่วไปนั้น เป็นสภาพแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จัสานไม้ไผ่ ที่มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จัสานไม้ไผ่ ซึ่งผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทั่วไปมีในด้านต่าง ๆ ดังนี้

4.2.1.1 ปัจจัยทางการเมือง กฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับ และนโยบายที่เกี่ยวข้อง (Polititc and Legal) ปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จัสานไม้ไผ่ ต้องคำนึงถึง โดยในปัจจุบันกฎระเบียบข้อบังคับ กฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องได้ส่งผลในด้านต่าง ๆ ต่อกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จัสานไม้ไผ่ ดังนี้

1) การเปิดเขตการค้าเสรี (Free Trade Agreement : FTA) กับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ๆ ของไทย ทั้งหมด 8 ประเทศ และ 2 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศออสเตรเลีย ประเทศนิวซีแลนด์ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศจีน ประเทศอินเดีย ประเทศบาห์เรน ประเทศเปรู กลุ่ม BIMSTEC และกลุ่ม EFTA ซึ่งเป็นการสร้างพันธมิตรทางเศรษฐกิจ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ เพิ่มโอกาสในการส่งออก และปรับโครงสร้างการผลิตในประเทศให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยในด้านของผลิตภัณฑ์จัสานไม้ไผ่เกิดผลกระทบจากการเปิดเขตการค้าเสรีกับประเทศต่าง ๆ คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศออสเตรเลีย ประเทศญี่ปุ่น ประเทศจีน ซึ่งมีประเด็นดังต่อไปนี้

1.1) การลงนามความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-สหรัฐอเมริกา (Thailand-US Free trade Agreement : TUSFTA) ทำให้ไทยเป็นประเทศแรก ๆ ในโลกที่สหรัฐฯ มี FTA ด้วยซึ่งจะทำให้ไทย เป็นประเทศแรก ๆ ที่สามารถเข้าไปเจาะตลาดเฉพาะด้าน (niche market) และใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบประเทศคู่แข่งเพื่อลดหลักประกันอย่างมั่นคงในประเทศสหรัฐอเมริกา ก่อนประเทศอื่น ๆ ซึ่งในด้านของสินค้าผลิตภัณฑ์จัสานไม้ไผ่ โดยประโยชน์ที่จะได้รับ คือ การลด หรือการยกเลิกภาษีสินค้า และยังเป็นการสร้างยี่ห้อให้เป็นที่รู้จักในตลาดสหรัฐฯ (Thailand Brand) อีกด้วย

1.2) การลงนามความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (Thailand Australia Free Trade Agreement : TAFTA) ซึ่งมีผลบังคับใช้อย่างเป็นทางการในวันที่ 1 มกราคม 2548 ผู้ประกอบการไทยจะได้รับผลประโยชน์ด้านภาษีนำเข้าที่ลดลงจาก 25% เหลือ 12.5% ส่งผลให้ราคาสินค้าไทยในตลาดออสเตรเลียถูกลง รวมทั้งการที่ไทยเปิดการค้าเสรีกับออสเตรเลียก่อนประเทศคู่แข่งด้านผลิตภัณฑ์จัสานไม้ไผ่ของไทย เช่น ประเทศจีน ประเทศอินเดีย ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งมีกำลังการผลิตสูงและมีแรงงานราคาถูก จะทำให้ไทยมีโอกาสช่วงชิงความได้เปรียบในการเปิดตลาดออสเตรเลียก่อนประเทศเหล่านั้น

1.3) การลงนามความตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างไทย - ญี่ปุ่น (Japan – Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA) ในส่วนของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จักสาน ไม้ไผ่จะช่วยส่งเสริมขยายการส่งออกสินค้านี้เพิ่มมากขึ้น โดยญี่ปุ่นเสนอเปิดตลาดสินค้าเกษตรให้ไทยเพิ่มขึ้นในสินค้าหลายชนิด เช่น เชื้อไก่แปรรูป เครื่องในหมูและวัวแปรรูป ถั่วอัด สับประรดสด กากน้ำตาล ส่วนไทยเสนอยกเลิกภาษีสินค้าเหล่านี้ 15 ปี โดยจะเริ่มลดภาษีตั้งแต่วันที่ 11 และยกเลิกในปีที่ 15 และไทยได้เสนอให้คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยเน้นการคุ้มครองสินค้าที่อยู่ในระดับพิเศษสำหรับข้าวและเครื่องจักสาน

1.4) การลงนามความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน – จีน (ASEAN – China Free Trade Agreement) โดยจะเริ่มลดภาษีสินค้าตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 โดยมีสินค้าที่ประเทศไทยพยายามผลักดัน คือ สินค้าที่สิ่งและสินค้าอื่น ๆ เช่น ทุ่นากระป๋อง อัญมณี ซึ่งการเปิดการค้าเสรีกับประเทศจีนนี้เป็นการเพิ่มโอกาสให้กับสินค้าที่มีศักยภาพของไทย ในการเข้าสู่ตลาดจีนได้ง่ายขึ้น

2) รัฐบาลได้มีการจัดโครงการกรุงเทพมหานครเมืองแฟชั่น ซึ่งเป็นนโยบายสำคัญนโยบายหนึ่งของรัฐบาล โดยได้เริ่มดำเนินโครงการเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2546 ซึ่งได้ตั้งเป้าหมายการดำเนินการโครงการไว้ 3 ระยะ คือ ระยะแรกใช้เวลาดำเนินงาน 18 เดือน เพื่อให้กรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางแฟชั่นในอาเซียนให้ได้ภายในเดือนมกราคม พ.ศ. 2546 ระยะที่สอง การเป็นศูนย์กลางแฟชั่นในภูมิภาค ภายในระยะเวลา 3 ปี และระยะสุดท้ายคือ การเป็นศูนย์กลางแฟชั่นแห่งหนึ่งของโลกภายในปี พ.ศ. 2555 โดยมีกลยุทธ์ที่ใช้รองรับการดำเนินโครงการประกอบด้วย การสร้างคน เน้นการพัฒนาบุคลากรด้านแฟชั่น การสร้างธุรกิจ เสนอการพัฒนาเชื่อมโยงธุรกิจแฟชั่น และการสร้างเมืองเน้นการพัฒนาภาพลักษณ์กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมแฟชั่นที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมหลัก 3 อุตสาหกรรม

3) รัฐบาลได้มีนโยบายการจัดทำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นนโยบายที่สนับสนุนให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยที่รัฐบาลให้การช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ในการบริหารจัดการ เสริมสร้างศักยภาพและยกระดับการผลิต สนับสนุนส่งเสริมเพิ่มช่องทางการตลาด สนับสนุนพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนและเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อเป็นการเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ (หนึ่งปี หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, 2545, หน้า 12) ในนโยบายการจัดทำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) นี้เป็นปัจจัยที่จะเอื้อประโยชน์ในการที่จะทำให้กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ได้มีความเข้มแข็งในรูปแบบของการรวมกลุ่มและเพิ่มศักยภาพของกลุ่ม ซึ่งทั้งหมดนั้นเกิดได้จากการได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากโครงการนี้

4) นโยบายกองทุนหมู่บ้าน เป็นนโยบายของรัฐบาลที่มีเป้าหมายเพื่อให้ชุมชนมีแหล่งเงินทุนเพื่อการพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิตของตนเอง ที่ไม่ใช่การพึ่งพารัฐเพียงด้านเดียว ชุมชนต้องมีการสะสมทุนของตนเอง เป็นก้าวแรกของการสร้างสถาบันการเงินของชุมชนที่พึ่งตนเองได้ในระยะยาว เป็นปัจจัยที่จะเอื้อประโยชน์ในการที่จะทำให้กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ได้มีแหล่งเงินทุนที่จะใช้ในการผลิตในระยะยาวเพิ่มมากขึ้น

5) นโยบายของจังหวัดมหาสารคาม มีวิสัยทัศน์ว่า “ชุมชนเข้มแข็ง เมืองน่าอยู่ มีประตูก้าและการท่องเที่ยวสู่เพื่อนบ้าน การเกษตรมีศักยภาพ” โดยทางจังหวัดได้ดำเนินการด้วยการกำหนดยุทธศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อให้ได้ผลตามวิสัยทัศน์ที่ทางจังหวัดกำหนดขึ้น ซึ่งยุทธศาสตร์หนึ่งก็คือ ยุทธศาสตร์การเป็นประตูก้า-การลงทุน เป็นยุทธศาสตร์ที่จะส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และบริการข้อมูลเพื่อการค้าและการท่องเที่ยว โดยมีเป้าประสงค์ในการที่จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นปีละ 6% และรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นปีละ 6% ถือเป็นโอกาสในทางอ้อมของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ เนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาที่จังหวัดมหาสารคามมากขึ้น ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ซึ่งเป็นสินค้าของฝากที่มีชื่อเสียงจังหวัด ก็จะได้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

#### 4.2.1.2 เศรษฐกิจ (Economic)

สภาวะเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ โดยตรงและโดยอ้อม ทั้งในแง่การลงทุน การขยายธุรกิจ อำนวยความสะดวกของผู้บริโภค อันส่งผลกระทบต่อรายได้ของกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วยด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) ช่วงสถานการณ์เศรษฐกิจในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา พบว่า การดำเนินนโยบายของรัฐบาลที่เป็นการพัฒนาคู่ขนานไปพร้อมกัน ทั้งด้านการสร้างอุปสงค์ในประเทศ การสร้างเศรษฐกิจรากหญ้า และด้านการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศ ได้ส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมฟื้นตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจมหภาคมีความมั่นคงและมีเสถียรภาพมาก กล่าวคือ เศรษฐกิจโดยรวม ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) สามารถขยายตัวได้เฉลี่ยร้อยละ 5.2 ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2547 (ร้อยละ 2.2 5.3 6.9 และ 6.2 ตามลำดับ) โดยเป็นการขยายตัวของทุกภาคการผลิต (สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2547, หน้า 4) แต่แนวโน้มเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2548 พบว่า จะมีการขยายตัวแต่ในอัตราที่ชะลอตัวลง เนื่องจากความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจที่ลดลง อันเป็นผลมาจากปัจจัยลบต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยเฉพาะในประเทศนั้นมีการปรับขึ้นของราคาน้ำมัน การหดตัวของการท่องเที่ยว ปัญหารักษาสิ่งแวดล้อมทั้งสถานการณ์ความไม่สงบภาคใต้ ภาวะการณแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลก ซึ่งประมาณการ

อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยสำหรับปี พ.ศ. 2548 นี้ลดลงเป็นร้อยละ 3.6–4.0 จากประมาณการเดิมที่ 4.6–5.1

2) ภาวะเศรษฐกิจของจังหวัดมหาสารคาม ปี พ.ศ. 2547 โดยภาพรวมขยายตัวเพิ่มขึ้นในเกณฑ์น่าพอใจ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2546 ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการลงทุนขนาดย่อมและการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค โดยปัจจัยที่สำคัญนั้นเป็นผลมาจากการใช้จ่ายของประชาชนที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับผลของนโยบายการกระจายงบประมาณสู่ท้องถิ่นของรัฐบาล เช่น กองทุนหมู่บ้าน โครงการธนาคารประชาชนและโครงการนักรูทกิจห้องแถว เป็นต้น

รายได้จากการจำหน่ายสินค้า OTOP ในปี พ.ศ. 2547 นี้เป็นรายได้จากการจำหน่ายสินค้าในประเทศ 547.96 ล้านบาท และเป็นรายได้จากการจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ 3.49 ล้านบาท โดยสินค้าที่ทำรายได้ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย รองลงมาคือเครื่องใช้จักสานและเครื่องประดับตกแต่ง ดังแสดงในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 รายได้จากการจำหน่ายสินค้า OTOP จำแนกเป็น 6 กลุ่มประเภท ปี พ.ศ. 2547

ประเภท	รายได้จากการจำหน่าย (หน่วย :ล้านบาท)		
	ต่างประเทศ	ในประเทศ	รวม
อาหาร	0.02	2.48	2.50
เครื่องคั้ม	-	2.48	2.48
ผ้าและเครื่องแต่งกาย	2.55	19.00	21.55
เครื่องใช้จักสานและเครื่องประดับตกแต่ง	0.81	15.63	16.44
ศิลปประติมากรรมและของที่ระลึก	0.11	5.55	5.66
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	-	2.82	2.82
รวม	3.49	47.96	51.45

ที่มา : สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดมหาสารคาม, 2547, หน้า 7

จากเศรษฐกิจโดยภาพรวมภายในประเทศที่เกิดการชะลอตัวขึ้นนั้น โดยเกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ราคาน้ำมันที่สูงขึ้น หรืออัตราเงินเฟ้อของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นปัจจัยกัยคุกคามในเรื่องต้นทุนต่างๆ ที่เพิ่มมากขึ้น แต่ในภาคการค้าที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นตามการจับจ่ายใช้สอยของประชาชนในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียงนั้นเป็นปัจจัยที่แสดงให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นของกำลังซื้อของประชาชน ซึ่งเป็นโอกาสแก่กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ โดยจะเห็น



ได้จากรายได้จากการจำหน่ายสินค้า OTOP ในปี พ.ศ. 2547 ซึ่งสินค้าที่ทำรายได้มากที่สุดก็คือ สินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย

#### 4.2.1.3 สังคม-วัฒนธรรม (Social – Cultural)

ปัจจัยทางด้านสังคม – วัฒนธรรม เป็นประเด็นด้านลักษณะการดำเนินชีวิต (Life – style) ค่านิยม การศึกษา อายุประชากร ซึ่งจะส่งผลต่อกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ในด้านต่าง ๆ ดังจะกล่าวต่อไปนี้

- 1) ปัจจุบันจังหวัดมหาสารคาม ได้มีการรณรงค์ให้หน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ประชาชนใช้กระติบข้าว ซึ่งเป็นโอกาสในแก่กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ คือ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งเสริมให้มีการซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ เพิ่มมากขึ้นในกลุ่มของวัยทำงาน
- 2) ค่านิยมในการใช้เครื่องจักสาน ในปัจจุบันนี้กำลังเริ่มลดลง เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากด้านตะวันตกมากขึ้น
- 3) การผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ เป็นการผลิตที่ต้องอาศัยฝีมือและต้องอาศัยความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ ซึ่งในปัจจุบันบุคลากรและแรงงานฝีมือส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุโดยคนในช่วงวัยรุ่นส่วนใหญ่มีความนิยมในการเข้าไปทำงานที่กรุงเทพฯ จึงทำให้ไม่มีคนที่จะสืบทอดกรรมวิธีการผลิต ซึ่งอาจจะส่งผลให้อาณาเขตอาจเกิดการเลือนหายไปของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่
- 4) อายุประชากรและจำนวนประชากรในกลุ่มของผู้สูงอายุ มีสัดส่วนเพิ่มขึ้น ซึ่งประชากรในกลุ่มผู้สูงอายุนี้ จะเป็นกลุ่มที่นิยมใช้เครื่องจักสาน ซึ่งจะเป็นโอกาสที่ดีของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสาน ไม้ไผ่ ที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ได้มากขึ้น

#### 4.2.1.4 เครื่องจักรอุปกรณ์และเทคโนโลยี (Technology)

ปัจจุบันเทคโนโลยีมีความเจริญรุดหน้าอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อธุรกิจในด้านต่าง ๆ เช่น ลักษณะการผลิต ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้นสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วของธุรกิจ เทคโนโลยีจึงเป็นประเด็นที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

- 1) ในปัจจุบันมีการพัฒนานาโนเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับชีวิตประจำวันทั่วไป ในด้านของเครื่องจักสานนั้นมีการพัฒนา คือ ในอนาคตเมื่อมีการพัฒนานาโนเทคโนโลยีและสามารถได้นำมาใช้ในอุตสาหกรรมอย่างแพร่หลายแล้ว ก็จะทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งจะเป็นส่วนที่จะทำให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้
- 2) ภาคการผลิตส่วนใหญ่ของประเทศไทย จะเห็นได้ชัดเจนว่า ผู้ประกอบการไทยยังมองข้ามเรื่องการสรรหานวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาช่วย เรื่องของเทคโนโลยีจึงยังเป็นจุดอ่อนของระบบการผลิตของประเทศไทย และกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ก็เป็นหนึ่งในภาคการ

ผลิตที่ยังขาดการพัฒนาในด้านการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิต ถือว่าเป็นอุปสรรค คือ เมื่อไม่มีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ก็จะส่งผลให้ไม่สามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันได้

3) การจัดทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยมีเว็บไซต์ชื่อ [www.thaitambon.com](http://www.thaitambon.com) จะเป็นการรวมข้อมูลของผลิตภัณฑ์ทั่วประเทศทั้งทางด้านชนิด รูปแบบ ราคา และสถานที่ผลิต การจัดทำธุรกิจ e-commerce นี้จะเป็นสื่อทางหนึ่งที่จะช่วยให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเพิ่มมากขึ้น เป็นจะการลดค่าใช้จ่าย และยังมีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ถือว่าเป็น โอกาสกับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ เนื่องจากสินค้ากลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ก็เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่มีการขายผ่านช่องทาง e-Commerce นี้ ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ เป็นที่รู้จักในวงกว้างและมีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น

#### 4.2.1.5 สภาพแวดล้อม (Ecology)

เนื่องจากวัตถุดิบหลักในการผลิตที่ใช้ในอุตสาหกรรม คือ ไม้ไผ่ ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ใช้เวลานานในการผลิต เนื่องจากเป็นวงจรชีวิต ทำให้ผลิตไม่ทันกับความต้องการ ผนวกกับผู้ผลิตไม่นิยมปลูกกัน จากเหตุข้างต้นทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถผลิตไม้ไผ่เอง ถือว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ คือ เมื่อไม่ผลิตวัตถุดิบเอง ทำให้ต้องซื้อจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ซึ่งผู้จำหน่ายที่มีไม้ไผ่ ที่มีคุณภาพที่ดีมีจำนวนไม่มาก ส่งผลให้ผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีอำนาจในการต่อรองสูง

#### 4.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงความสามารถหรือศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ บนพื้นฐานของจุดแข็งจุดอ่อน ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งความสามารถในการทำกำไรและความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ซึ่งผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายในมีในด้านต่าง ๆ ดังนี้

##### 4.2.1 ด้านการตลาด

##### 1) ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ประดิมายาวนาน จะเห็นได้จากวรรณกรรมโบราณอีสาน โดยมีความเป็นเอกลักษณ์ มีลักษณะเฉพาะของลายที่โดดเด่นไม่เหมือนใคร นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ยังเป็นเครื่องจักสานเอกลักษณ์ประจำจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ทุกกลุ่มได้ผ่านการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

จากคณะอนุกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด/อำเภอ โดยได้รับการพิจารณาให้อยู่ในสินค้าระดับ 2 ดาว - ระดับ 3 ดาว

ในปัจจุบันผู้ผลิตยังต้องประสบปัญหาในเรื่องของผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เนื่องจากยังไม่ได้มาตรฐานเดียวกันทุกชิ้น ซึ่งสมาชิกบางคนยังขาดความรู้ความชำนาญและทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยจะมีความรู้และทักษะในการผลิตอยู่ในระดับดี แต่เป็นการผลิตรูปแบบเดิมเพื่อสนองตอบแต่ตลาดในท้องถิ่น จึงทำให้ภาพรวมของผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ยังขาดความเป็นมาตรฐาน

## 2) ราคา (Price)

ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ในปัจจุบันมีราคาขายราคากล่องละ 25 - 250 บาท ราคาขายขึ้นอยู่กับลายของเครื่องจักสานและคุณภาพของเนื้อไม้ไผ่ โดยส่วนใหญ่ในการตั้งราคาจะเป็นการกำหนดราคาาร่วมกันระหว่างผู้ผลิตและทางกลุ่ม

## 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

รูปแบบของการจำหน่ายจะเป็นในลักษณะโดยกลุ่มเพียงอย่างเดียว ซึ่งลักษณะเช่นนี้กลุ่มได้มีข้อตกลงกับสมาชิกในการที่จะผลิตร่วมกัน เมื่อได้ผลผลิตแล้วสมาชิกจะนำมาจำหน่ายผ่านทางกลุ่ม ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งได้เป็น 3 ช่องทาง คือ ผู้ซื้อในจังหวัดและต่างจังหวัด ร้อยละ 80 พ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 10 และร้านค้าในจังหวัดและต่างจังหวัดร้อยละ 10 ในปัจจุบันยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่หลากหลายและยังไม่กว้างขวางนัก ดังนั้นเมื่อมีการผลิตผลิตภัณฑ์จักสาน ไม้ไผ่ จำนวนมาก โดยไม่มีการวางแผนในการจัดจำหน่าย ส่งผลให้เกิดสินค้าคงเหลือในกลุ่ม

## 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ในด้านการส่งเสริมการขาย ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในด้านการส่งเสริมการขาย โดยทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทางจังหวัดมหาสารคามและการประชาสัมพันธ์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ แต่ผู้ผลิตยังคงต้องประสบกับปัญหาในการจัดทำ การส่งเสริมการตลาด เนื่องจากผู้ผลิตยังขาดความรู้และความเข้าใจในด้านการตลาด โดยส่วนใหญ่แล้วจะใช้วิธีในการจะรอให้ผู้ซื้อเข้ามาติดต่อเอง

### 4.2.2 ด้านการผลิต

ด้านการผลิตจะใช้วิธีการผลิตแบบดั้งเดิม โดยในการผลิตเครื่องจักสานยังไม่มี การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิตมากนัก อันเนื่องมาจากต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่สูง ประกอบกับความรู้ความสามารถของผู้ผลิตในแต่ละกลุ่มจะยังไม่เอื้ออำนวยต่อการใช้เทคโนโลยีที่สูงมากนัก และในการผลิตเครื่องจักสานนั้น ใช้แรงงานคนเป็นหลัก จึงทำให้เกิดปัญหา ซึ่งส่งผลให้

ต้องประสบกับปัญหาในการจัดทำกรส่งเสริมการตลาด เนื่องจากสมาชิกแต่ละคนมีความรู้ความชำนาญและทักษะไม่เท่ากัน ทำให้เครื่องจักรสานที่ผลิตได้นั้นยังไม่ได้มาตรฐานเดียวกันทุกคน

#### 4.2.3 ด้านการเงิน

ปัญหาสำคัญของผู้ผลิตส่วนใหญ่ คือ ขาดแคลนเงินทุนที่จะใช้หมุนเวียนในการผลิต เพราะต้นทุนในการผลิตสูง เนื่องจากราคาของวัตถุดิบในการผลิตมีราคาสูงขึ้น แต่ราคาในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยังเท่าเดิม และสมาชิกบางส่วนไม่มีเงินทุนเพียงพอ ทำให้ต้องรอจำหน่ายสินค้าให้ได้ก่อนจึงจะสามารถมีทุนมาดำเนินการผลิตต่อ ทำให้การผลิตไม่ต่อเนื่อง ซึ่งเป็นข้อจำกัดของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ นอกจากนี้ การบริหารจัดการด้านการเงินในกลุ่มยังไม่ถูกต้องและไม่ชัดเจน เนื่องจากกลุ่มผู้ผลิตไม่มีความรู้ด้านการเงิน การทำระบบบัญชี

#### 4.2.4 ด้านทรัพยากรมนุษย์

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ พบว่า กลุ่มผู้ผลิตจะได้รับการฝึกอบรมจากหน่วยงานที่สนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่น วิธีการผลิต วิธีการทาสี การจัดจำหน่าย วิธีการจัดการด้านการเงิน แต่ในปัจจุบันการผลิตเครื่องจักรสานของสมาชิกภายในกลุ่มยังไม่ได้มาตรฐานเดียวกันทุกคน รวมไปถึงการออกแบบลวดลายให้มีความหลากหลาย ซึ่งยังมีสมาชิกที่ขาดความรู้ความชำนาญ และสมาชิกในกลุ่มยังถือว่าการผลิตเครื่องจักรสานเป็นเพียงงานเสริม ซึ่งรองจากการทำการเกษตร ดังนั้นสมาชิกแต่ละคน จึงให้ความสำคัญกับงานด้านการเกษตรมากกว่างานผลิตเครื่องจักรสาน ซึ่งงานผลิตเครื่องสานจะทำต่อเมื่อว่างจากงานอื่น ๆ แล้วเท่านั้นจึงทำให้งานผลิตเครื่องจักรสานไม่สม่ำเสมอและไม่ต่อเนื่อง รวมทั้งสมาชิกของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ถึงแม้ว่า จะมีทักษะมีความตั้งใจในการผลิตสูง แต่สมรรถนะทางร่างกายก็ถดถอยไปตามวัย