

การสร้างเครือข่ายจักษานเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

พฤษภาคม 2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

การสร้างเครือข่ายจักษุสถานเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

พฤษภาคม 2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

THE DEVELOPMENT OF NETWORKING AMONG BASKETRY PRODUCERS TO CREATE
COMPETITIVE ADVANTAGE



A Thesis Submitted to University of Phayao
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Business Administration
May 2022

Copyright 2022 by University of Phayao

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การสร้างเครือข่ายจักษุสถานเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

ของ สุรีนาถ ครองสุข

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ของมหาวิทยาลัยพะเยา

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มัทนชัย สุทธิพันธุ์)

ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีระพงษ์ กิติวงศ์)

กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บังอร สวัสดิ์สุข)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประกอบศิริ ภัคดีพิณิจ)

เรื่อง:	การสร้างเครือข่ายจักษุสถานเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน
ผู้วิจัย:	สุรีนาถ ครองสุข, วิทยานิพนธ์: บธ.ม., มหาวิทยาลัยพะเยา, 2564
อาจารย์ที่ปรึกษา:	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีระพงษ์ กิตติวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บังอร สวัสดิ์สุข
คำสำคัญ:	การสร้างเครือข่าย, กลุ่มจักษุสถาน, การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายจักษุสถานเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายของกลุ่มจักษุสถาน และเพื่อศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับกลุ่มเครือข่ายจักษุสถาน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามี 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการการธุรกิจหัตถกรรมจักษุสถานในพื้นที่จังหวัดพะเยาจำนวน 10 กลุ่ม จังหวัดแพร่ 5 กลุ่ม ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกอนทิมหรือแบบลูกโซ่ หน่วยงานภาครัฐ 3 หน่วยงาน และผู้ประกอบการในภาคเอกชน 3 แห่ง ใช้การเลือกตัวอย่างตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ ผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มจักษุสถานในพื้นที่จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ พบว่า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งสามารถนำจุดแข็งของกลุ่มหนึ่งไปช่วยลดจุดอ่อนของกลุ่มอื่นได้ จึงก่อให้เกิดแนวทางการสร้างเครือข่ายของกลุ่มจักษุสถานไม่เพียงจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ 3 เครือข่าย ได้แก่ เครือข่ายการจัดหาวัตถุดิบ เครือข่ายการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเครือข่ายการตลาด แนวทางการสร้างเครือข่ายของกลุ่มจักษุสถานในพื้นที่จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ มีรูปแบบการสร้างเครือข่าย ได้แก่ 1) เครือข่ายความคิด จะเน้นการทำงานด้านความคิด การแบ่งปันความรู้หรือเทคนิคต่าง ๆ มีการเผยแพร่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน 2) เครือข่ายกิจกรรม จะเน้นการร่วมมือกันในการทำกิจกรรม ช่วยเหลือกันในการทำงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ 3) เครือข่ายสนับสนุนทุน การรวมกลุ่มช่วยทำให้เกิดการระดมทุนของสมาชิกในกลุ่มเพื่อใช้ในการดำเนินงาน และทำให้เกิดอำนาจต่อรอง และได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐได้ง่าย ขั้นตอนการสร้างเครือข่ายมี 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสร้างเครือข่ายโดยตระหนักถึงปัญหา 2) การสร้างประโยชน์ร่วมกัน 3) การแสวงหาแกนนำของเครือข่าย 4) การสร้างแนวร่วมสมาชิกของเครือข่าย การวิเคราะห์กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหมาะสมสำหรับทางการสร้างเครือข่ายของกลุ่มจักษุสถานในพื้นที่จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ พบว่า กลยุทธ์สำคัญที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพ และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนให้กับกลุ่มเครือข่ายจักษุสถาน ได้แก่ กลยุทธ์การผสมผสาน: การบูรณาการด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำและกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง ซึ่งเป็นการผลิตสินค้าโดยเน้นความแปลกใหม่ของตัวผลิตภัณฑ์ ให้มีความแตกต่าง เป็นเอกลักษณ์ และตอบสนองความต้องการ และการใช้งานของผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยอยู่ภายใต้การผลิตที่มีต้นทุนต่ำ ตลอดจนการได้รับการช่วยเหลือ และสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน อย่างต่อเนื่อง

Title: THE DEVELOPMENT OF NETWORKING AMONG BASKETRY PRODUCERS TO CREATE COMPETITIVE ADVANTAGE

Author: Sureenat Krongsook, Thesis: M.B.A., University of Phayao, 2021

Advisor: Assistant Professor Dr. Weerapong Kitiwong Co–advisor Assistant Professor Dr.Bungon Sawatsuk

Keywords: Networking, Basketry Group, Create Competitive Advantage

ABSTRACT

The objective of this research is to study the method of creating a basketry network to create competitive advantages. It is qualitative research with objectives to study the ways to create a network of basketry groups and to study strategies for creating competitive advantages for the basketry network group. This research used snowball or chain sampling. The sample groups consisted of 4 groups: 10 groups of basketry crafts business entrepreneurs in Phayao Province, 5 groups of Phrae Province, 3 government agencies and 3 private sector entrepreneurs. The data collection tool was a semi–structured interview. Qualitative data were analyzed using Thematic analysis. SWOT analysis of the basketry group in Phayao Province and Phrae Province showed the results showed that each group has different strengths, weaknesses, opportunities and threats. These differences can compensate others. One group's strengths can be used to militate against weaknesses of another group. Thus, this will help create the 3 networks of basketry crafts groups in Phayao Province and Phrae Province. The networks include raw materials procurement network, production and product development network and marketing network. Guideline for developing network of bamboo basketry groups in Phayao Province and Phrae Province should be in the following forms and use the following ways. First, intellectual network will focus on the working on ideas, the sharing knowledge or techniques and the disseminating and exchanging knowledge between each other. Second, activity network will focus on helping with and cooperating in activities and helping each other with working or other activities such as raw material procurement, production, product development and marketing. Third, supporting network and cooperation will help the group members to easily have fundraising, have more bargaining power and easily receive financial support from government agencies. There should be 4 steps in network building process: 1) network building by recognizing problems, 2) creating mutual benefits, 3) seeking for the leader of the network and 4) creating a network members alliance. According to the analysis of competitive advantage strategies for developing network of bamboo basketry groups in Phayao Province and Phrae Province, it was found that the key strategies that would increase the potential and creating sustainable competitive advantages for the basketry network group are the mixed strategies, namely, the integration of the low–cost strategy and the differentiation strategy. These strategies focus on the products' novelty and uniqueness to meet consumers' demands and product utilizations with low–cost of production. In addition, there should be assistance and continuous support from the government agencies and the private sectors.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี เพราะความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระพงษ์ กิตติวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาในการให้ความรู้ ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ตลอดจนช่วยตรวจทานงาน และแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ มาโดยตลอดด้วยความกรุณาอย่างยิ่ง จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บังอร สวัสดิ์สุข กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่คอยให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา คอยเป็นห่วง และให้กำลังใจ มาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัทนชัย สุทธิพันธุ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะ ในการแก้ไขเพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ถ่ายทอดความรู้ในวิชาต่าง ๆ จนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ บุคลากรทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณกลุ่มผู้ผลิตจักสานในพื้นที่จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ รวมถึงเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ และให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวของข้าพเจ้า ที่เป็นกำลังใจสำคัญ ที่ทำให้ข้าพเจ้าเกิดแรงผลักดัน เกิดความพยายาม มุ่งมั่น และอดทน ในการทำวิทยานิพนธ์จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จลุล่วงได้ด้วยดี สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณเพื่อนนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เพื่อร่วมงาน และกัลยาณมิตรทุกท่าน ที่คอยอยู่เบื้องหลัง คอยสนับสนุน และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยตลอดมา

สุรีนาถ ครองสุข

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องจักรสาน.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่าย	13
แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT.....	22
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์.....	23
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน	23
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	32

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	32
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล	35
การวิเคราะห์ข้อมูล	36
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
การวิเคราะห์ SWOT.....	39
การวิเคราะห์การสร้างเครือข่ายจักษุ.....	72
การวิเคราะห์กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	89
บทที่ 5 บทสรุป.....	93
สรุปและอภิปรายผลการวิจัย.....	93
ข้อเสนอแนะ.....	97
บรรณานุกรม	98
ภาคผนวก.....	104
ภาคผนวก ก ตารางแสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	105
ภาคผนวก ข ตารางแสดงการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย	112
ภาคผนวก ค ตารางวิเคราะห์กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	114
ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอาชีพจักษุ.....	128
ภาคผนวก จ แบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ.....	136
ประวัติผู้วิจัย	137

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 สรุปภาพรวมการวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มผู้จักสานในจังหวัดพะเยาและจังหวัดแพร่	62
---	----



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 เครื่องข่ายจักสาน	34
ภาพ 2 กรอบในการดำเนินงานวิจัย	37
ภาพ 3 การเก็บข้อมูลการวิจัย	38
ภาพ 4 การวิเคราะห์ SWOT ในภาพรวมของธุรกิจจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา.....	49
ภาพ 5 การวิเคราะห์ SWOT ในภาพรวมของธุรกิจจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดแพร่	60
ภาพ 6 โครงสร้างเครือข่ายจักสานตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ	73
ภาพ 7 กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหมาะสมกับกลุ่มเครือข่ายจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่	88
ภาพ 8 แนวทางการสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่	92



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เครื่องจักรกล เป็นผลงานศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้านของไทยที่มีการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น จากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน โดยผ่านกระบวนการคิดค้นด้วยกรรมวิธีการต่าง ๆ ขึ้นมา เพื่อให้เกิดเป็นเครื่องมือ เครื่องใช้สอยที่มีประโยชน์ ให้สอดคล้องกับการดำรงชีวิตประจำวัน ของมนุษย์ แต่เมื่อกาลเวลาเปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีสมัยใหม่เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อการ ดำรงชีวิตของมนุษย์มากขึ้น รูปแบบของเครื่องจักรกลจึงมีการเปลี่ยนแปลงไป (วุฒิชัย วิภาทาณัง, 2558) โดยส่วนใหญ่จะเน้นในด้านประโยชน์ใช้สอยตามสภาพสังคมแต่ละยุคสมัย จากการ เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้ความจำเป็นของการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลในชีวิตประจำวัน ลดน้อยลง ทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลต้องปรับเปลี่ยนสภาพไปตามการเปลี่ยนแปลง (ธัญญาภรณ์ ใจปานแก่น, 2559) เช่น การพัฒนารูปแบบ หรือรูปทรงให้มีความทันสมัย การนำไปใช้งานรูปแบบใหม่ รวมไปถึงการนำวัสดุทดแทนอื่นที่นอกเหนือจากวัสดุที่ได้จาก ธรรมชาติ นำมาประกอบเป็นเครื่องจักรกลให้มีรูปทรงที่มีความแปลกใหม่ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ เครื่องจักรกลเกิดการพัฒนารูปแบบใหม่มาอย่างต่อเนื่อง ในอดีตงานจักรกลเป็นการผลิต เพื่อใช้ในครัวเรือน และนำมาแลกเปลี่ยนกันใช้ภายในชุมชน แต่ปัจจุบันนี้เครื่องจักรกล กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชน จนทำให้การผลิตเครื่องจักรกล กลายเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่เราสามารถเห็นได้ทั่วไปตามที่ต่าง ๆ (วุฒิชัย วิภาทาณัง, 2558) การที่จะพัฒนากลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักรกลให้สามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีศักยภาพ และมีประสิทธิภาพช่วยสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน ควรจะให้ความสำคัญ และมีการพัฒนาต่อยอดการส่งเสริมการสร้างเครือข่าย (ฉัตรนภา พรหมมา โสภา เทพวรชัย และอุดม คำชาติ, 2547) โดยการสนับสนุนให้มีการขยายเครือข่ายการตลาด สนับสนุน เครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตให้เกิดการพัฒนาด้านการผลิต และพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด (อังกาบ บุญสูง, 2559)

การจะพัฒนาศิลปะการทำเครื่องจักรกลให้มีคุณภาพ มีศักยภาพเพื่อที่จะสร้างงาน และรายได้นั้น ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการสร้างเครือข่าย ซึ่งการสร้างเครือข่าย ทางธุรกิจเป็นเทคนิคในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดขององค์กรขนาดเล็กหลาย ๆ แห่งรวมตัวกัน เพื่อให้ได้ประโยชน์เท่ากับองค์กรขนาดใหญ่ โดยการรวมตัวกันในลักษณะเครือข่ายนั้นจะยังคง รักษาจุดเด่นของกิจการขนาดเล็กเอาไว้ (สุรศักดิ์ นานานุกูล, 2555) และสามารถสร้าง

ความเปลี่ยนแปลงให้ธุรกิจขนาดเล็ก ดำเนินธุรกิจเพื่อความอยู่รอดและสร้างรายได้เปรียบ
ทางการแข่งขันได้ (ชัญญาภักดิ์ หล้าแหล่ง เศษฐ์ ใจเพชร และวิชชชดา เอื้ออารี, 2561) ขั้นตอน
และกระบวนการทางธุรกิจที่เหมาะสมในการสร้างเครือข่าย ได้แก่ การสร้างเครือข่าย
ความร่วมมือทางการจัดหาวัตถุดิบ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางด้านการวิจัย
การออกแบบ การพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยี การสร้างเครือข่ายการเตรียมบุคลากร
และการฝึกอบรม การสร้างเครือข่ายข้อมูลการตลาด การสร้างเครือข่ายการตลาดที่ทันสมัย
(สุรศักดิ์ นานานุกูล, 2555) การรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายนั้นเป็นเครื่องมือและกลไกสำคัญ
ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่ก้าวไปสู่การผลิตที่มีศักยภาพในการแข่งขันระดับ
สากล

การสร้างเครือข่าย เป็นการเชื่อมโยงกันของกลุ่มคนหรือกลุ่มองค์กรที่มีสมัครใจ
ที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสาร หรือทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีความเป็นอิสระเท่าเทียมกัน เคารพ
เชื่อถือ เอื้ออาทร ซึ่งกันและกัน (ชนิภูธรา กาญจนรังสีนนท, 2549) การสร้างเครือข่ายทาง
ธุรกิจเป็นการร่วมมือกันระหว่างธุรกิจหลาย ๆ แห่งทำงานร่วมกันเพื่อให้ธุรกิจเครือข่ายนั้น
สามารถทำงาน ที่แต่ละคนไม่สามารถทำเพียงลำพังได้ โดยที่ธุรกิจเครือข่ายทำกิจกรรมต่าง ๆ
ร่วมกัน เสมือนธุรกิจขนาดใหญ่ โดยยังคงรักษาจุดเด่นของธุรกิจขนาดเล็กเอาไว้ และยัง
สามารถช่วยในเรื่องของการลดต้นทุน การแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายร่วมกัน การเข้าถึงเทคโนโลยี
ที่มีราคาแพงร่วมกัน การร่วมกันผลิตและออกแบบสินค้าในรูปแบบใหม่ ๆ การร่วมกันเจรจา
ต่อรอง เพื่อให้ได้ข้อตกลงและเงื่อนไขที่ดีกว่า (สุรศักดิ์ นานานุกูล, 2555)

การสร้างเครือข่ายให้กับกลุ่มจักสาน จึงเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพ
ให้มีการดำเนินงานร่วมกัน โดยผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ให้มีความรู้เท่าทันต่อสถานการณ์
และการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (นันทิยา หุตานุกวัตร และณรงค์ หุตานุกวัตร, 2551) และช่วยให้
เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองของความต้องการของผู้บริโภค
และขยายเครือข่ายทางการตลาดให้กว้างขวางออกไปทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
การสร้างเครือข่ายในกลุ่มจักสานนอกจากจะเป็นแนวทางที่ก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพ
ในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญแล้ว ยังส่งผลต่อการพัฒนาความสามารถในการสร้างรายได้เปรียบใน
การแข่งขัน (Qiao, Ju and Fung, 2014) ให้ธุรกิจมีความสามารถเหนือคู่แข่ง จากการผลิต
สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งสินค้าและบริการที่เหนือกว่าคู่แข่งนั้น จะต้องมีความแตกต่าง
มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความยากต่อการลอกเลียนแบบ (ชนิศา สมศักดิ์, 2558) และสร้างสรรค์
ตัวสินค้าให้ทันสมัยอยู่เสมอ จะทำให้สามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจ และสร้างความเติบโต
ให้กับธุรกิจได้อย่างมั่นคง (สุภมิตร ไชยรัตน์ และคณะ, 2555) เป้าหมายในการสร้าง

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ ธุรกิจสามารถทำกำไร และสร้างผลการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืนและเหนือกว่าคู่แข่ง เพราะเมื่อธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เหนือคู่แข่งได้ นั่นก็หมายความว่า ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการได้ดีกว่า (สมยศ นาวิการ, 2548) ความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงถือเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นในการดำเนินธุรกิจ ในยุคที่การแข่งขันมีความรุนแรง (รัฐนันท์ พงศ์วิรุทธิธร และสุรัชย์ อุตมอ่าง, 2554) ดังนั้นจึงต้องตระหนักถึงความสำคัญ สำหรับการสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน และพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันในตลาด ตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งจะช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน (ณภัทร ทิพย์ศรี และคณะ, 2558) ให้กับกลุ่มเครือข่ายจักสาน เพราะจะช่วยทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ การสร้างกลุ่มเครือข่ายที่เข้มแข็งจะช่วยให้กลุ่มจักสานมีศักยภาพและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดได้

ปัจจุบัน ศิลปะหัตถกรรมจักสานไทยประสบปัญหาหลายด้าน เช่น การตัดราคาสินค้าระหว่างกลุ่ม ช่องทางการจำหน่ายสินค้า การแสวงหาตลาดใหม่ การผลิตมีต้นทุนสูง การผลิตที่ทำลายสิ่งแวดล้อมและไม่เป็นไปตามมาตรฐานการผลิต และปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่ม (อังกาบ บุญสูง, 2559) การขาดระบบการควบคุมการผลิตให้ได้มาตรฐาน การขาดความรู้เรื่องการผลิต การขาดแคลนวัตถุดิบ การขาดการพัฒนาการเป็น OTOP เพื่อให้ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล (วิเชียร วงศ์ณิชากุล, 2546) การขาดความรู้เรื่องกลยุทธ์การตลาด (วิเชียร วงศ์ณิชากุล, 2546) รูปแบบของจักสานยังคงเป็นรูปแบบดั้งเดิม (พัชรา วงศ์แสงเทียน, 2559) ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ไม่ตอบสนองความต้องการของตลาด (มานพ สารสุข, 2557) และขาดกระบวนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดปัญหาการลอกเลียนแบบ (เอกพงษ์ อินเกื้อ และคณะ, 2554)

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ทำให้เกิดคำถามว่า จะทำอย่างไรให้จักสานไทยสามารถคงอยู่ต่อไปได้ในอนาคต เป็นที่นิยมของคนไทยและเป็นที่รู้จักในตลาด ประกอบกับแผนปฏิบัติการกรมการพัฒนาชุมชน ประจำปี พ.ศ. 2562 ที่มีแผนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงวิถีชีวิต (Way of Life) ซึ่งจัดให้มีโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และพัฒนาระดับคุณภาพของสินค้า OTOP เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน ดังนั้น จึงใช้แนวคิดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นกระบวนการเตรียมชุมชน และสินค้าให้พร้อม (กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2561) ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา แนวทางการสร้างเครือข่าย เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน ให้มีการรวมกลุ่มกัน ช่วยเหลือ

แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์จักสานท้องถิ่นไทยให้สามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืน สอดรับกับนโยบายแผนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงวิถีชีวิต (Way of Life) ของกรมพัฒนาชุมชน ตลอดจนศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อที่จะพัฒนาจักสานไทยให้เข้มแข็งและให้สามารถส่งออกสู่ตลาดโลกได้ในอนาคต ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มจักสานในพื้นที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ กลุ่มจักสานในจังหวัดพะเยา และกลุ่มจักสานในจังหวัดแพร่ เนื่องจากกลุ่มจังหวัดดังกล่าวมีพื้นที่เขตติดต่อใกล้เคียงกัน ทำให้ง่ายต่อการสร้างเครือข่ายของกลุ่มจักสาน และที่สำคัญทั้งสองจังหวัดนี้อยู่ในพื้นที่โครงการก่อสร้างรถไฟรางคู่ ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการพัฒนาระบบรางภายใต้แผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งของไทย พ.ศ. 2558-2565 ที่รัฐบาลเร่งรัดดำเนินการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเดินทางและการขนส่ง ช่วยเสริมสร้างโครงข่ายคมนาคมของไทยให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น สามารถขนส่งสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมได้อย่างสะดวกทำให้ประชาชนเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น เกิดการค้าขาย และเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจ (เชียงใหม่นิวส์, 2561, สื่อออนไลน์) โดยมีกลุ่มจักสานในจังหวัดพะเยา จำนวน 68 กลุ่ม (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพะเยา, 2562) และกลุ่มจักสานในจังหวัดแพร่ 21 กลุ่ม (ไทยตำบลดอทคอม, 2562, สื่อออนไลน์)

คำถามการวิจัย

ทำอย่างไรจึงจะสามารถสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับกลุ่มจักสาน ผ่านทางการสร้างเครือข่าย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายของกลุ่มจักสาน
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ให้กับกลุ่มเครือข่ายจักสาน

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาการสร้างเครือข่ายจักสานเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจหัตถกรรมจักสาน ในพื้นที่จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่

2. ขอบเขตด้านประชากร แบ่งเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ หัตถกรรมจักสานในจังหวัดพะเยา 10 กลุ่ม และจังหวัดแพร่ 5 กลุ่ม กลุ่มที่ 2 คือ หน่วยงานภาครัฐ 3 หน่วยงาน และกลุ่มที่ 3 คือ ผู้ประกอบการภาคเอกชน 3 แห่ง

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาจากเอกสาร ตำรา ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการจักสาน ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเครือข่าย แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มประชากร เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจจักสาน แนวทางการสร้างและพัฒนาเครือข่าย การวิเคราะห์ SWOT กลยุทธ์ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

การสร้างเครือข่าย หมายถึง การรวมตัวกันด้วยความสมัครใจ ของบุคคล กลุ่ม และองค์กรธุรกิจที่มีขนาดเล็ก โดยรวมตัวกันเพื่อให้ได้ประโยชน์และสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้เหมือนกับธุรกิจขนาดใหญ่ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน คอยช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน โดยสมาชิกทุกคนมีความเป็นอิสระ มีสิทธิเท่าเทียมกัน

กลุ่มจักสาน หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจักสานในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานขององค์กรให้มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะต้องมีต้นทุนการผลิตต่ำ มีความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถสร้างความพึงพอใจและตอบสนองของความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบแนวทางการสร้างเครือข่ายของกลุ่มธุรกิจจักสาน ให้มีการดำเนินงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพทางด้านต่าง ๆ และสร้างความสามารถทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

2. ทำให้ทราบกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ให้กับกลุ่มเครือข่ายจักสาน เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้กับธุรกิจ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องจักสาน
2. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่าย
3. แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT
4. กระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องจักสาน

1. ความหมายของเครื่องจักสาน

เครื่องจักสาน พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 อธิบายว่า **จักสาน** น. เรียกเครื่องมือที่ทำด้วยไม้ไผ่หรือหวาย เป็นต้นว่า เครื่องจักสาน **จัก** ก. เอาคมมีดผ่าไม้ไผ่หรือหวายให้แตกจากกันเป็นเส้นบาง ๆ **จักตอก** ก. เอาคมมีดผ่าไม้ไผ่ให้เป็นเส้นแบนบางสำหรับผูก มัด หรือสานสิ่งต่าง ๆ **สาน** ก. อากาที่ใช้เส้นตอกทำด้วยไม้ไผ่ หวาย กก ใบลาน เป็นต้น ชัดกันให้เป็นผืน เช่น เสื่อหรือทำขึ้นเป็นวัตถุมีรูปร่างต่าง ๆ เช่น กระบุง กระจาด (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน, ม.ป.ป., สื่อออนไลน์)

“เครื่องจักสาน” เป็นงานศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้านของไทยที่มีมาช้านานและมีในทุกภาคของประเทศ โดยส่วนใหญ่จะใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบในการผลิต เช่น หวาย ไม้ไผ่ ย่านลิเภา กระจูด กก ฯลฯ เพื่อนำมาผลิตเป็นเครื่องมือ เครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน โดยสนองความต้องการประโยชน์ใช้สอยขั้นพื้นฐานเป็นสำคัญ เครื่องจักสานจึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับชีวิตของชาวชนบท จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน ที่มีการสร้างสรรค์และสืบทอดต่อเนื่องกันมาแต่อดีต นับตั้งแต่การรู้จักออกแบบ ลวดลาย รูปทรง โครงสร้าง ตลอดจนการเลือกใช้วัสดุพื้นบ้านได้อย่างเหมาะสมตามคตินิยมท้องถิ่นนั้น ๆ ทำให้เครื่องจักสานของไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างกันออกไป

นับเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและสภาพสังคมทั่วไปของชาวชนบทในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2525)

สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน (ม.ป.ป.) ได้นำเสนอเกี่ยวกับ “เครื่องจักสาน” ซึ่งเป็นคำที่เรียกตามกรรมวิธีในการผลิตที่ทำให้เกิดเป็นภาชนะ ซึ่งจะผ่านกระบวนการที่ประกอบด้วย

การจัก ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกของการทำเครื่องจักสาน การ “จัก” เป็นการนำวัสดุ เช่น ไม้ไผ่ หรือหวาย มาทำให้เป็นเส้น เป็นแฉก เป็นริ้ว เพื่อให้สะดวกในการนำมาสาน การจักตอก โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การจักตอกป็นเป็นการจักตอกตามแนวไม้ไผ่ส่วนแบน และการจักตอกตะแคงเป็นการจักตอกส่วนของผิวไม้ไผ่สันตอก นอกจากนี้ยังมีการจักตอกให้เป็นเส้นกลม หรือรูปแบบอื่นให้เหมาะสมกับการใช้งาน ดังนั้น การจักตอกจึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการทำผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน เพราะลักษณะ และรูปแบบของตอกจะส่งผลกับรูปแบบ และลวดลายของเครื่องจักสาน

การสานเป็นกระบวนการทางความคิดที่สร้างสรรค์ ในการนำวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ การสานในยุคแรก ๆ จะเป็นการสานที่เรียกว่า ลายขัด โดยจะมีการใช้วัสดุขัดกันไปมาอย่างง่าย ๆ และจากการสานด้วยลายขัดแบบธรรมดาได้มีการพัฒนาการสานเพื่อตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย จึงเกิดเป็นภาชนะขึ้นมาโดยการสานลายขัดเข้ากับแม่แบบ เพื่อให้เกิดเป็นรูปทรงของภาชนะ และจากนั้นก็ได้มีการพัฒนาลวดลายที่ใช้ในการสาน เพื่อให้ได้ภาชนะที่มีรูปทรงเหมาะสมกับการใช้งาน และเกิดความสวยงาม วิธีการสานโดยทั่วไปสามารถจำแนกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. การสานด้วยวิธีสอดขัดกัน
2. การสานด้วยการสอดขัดกันของเส้นทแยง
3. การสานด้วยวิธีขัดเป็นวง

การสานทั้ง 3 แบบนี้ เป็นวิวัฒนาการของการสานเครื่องจักสาน เพื่อให้เกิดประโยชน์และเหมาะสมกับชนิดหรือรูปทรงของภาชนะเครื่องจักสาน

การถัก หรืออาจจะเรียกว่า การผูก เป็นการเสริมความแข็งแรงให้กับโครงสร้างภายนอกของเครื่องจักสาน เช่น ขอบ ขา ปาก หู และก้นของภาชนะ การถักจะช่วยทำให้ภาชนะมีความเรียบร้อย สวยงาม วัสดุที่นำมาใช้จะเป็นเส้นอ่อนและยาวพอสมควร ลักษณะการถัก หรือผูกขอบของภาชนะโดยทั่วไป จะมีลักษณะเฉพาะของภาชนะแต่ละแบบ เช่นเดียวกับลักษณะของลายถัก เช่น ลายถักหัวแมลงวัน หรือลายถักสันปลาช่อน เป็นต้น การถักนอกจาก

จะเป็นขั้นตอนเสริมเพื่อให้เครื่องจักสานมีความสมบูรณ์และสวยงามแล้ว ยังเป็นกระบวนการที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ขาดไม่ได้ของเครื่องจักสานหลาย ๆ ชนิด

2. การกำเนิดและวิวัฒนาการของจักสาน

มนุษย์คิดทำเครื่องจักสานมาตั้งแต่เมื่อใดไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจน เครื่องจักสานยุคแรกอาจทำขึ้นง่าย ๆ โดยใช้กิ่งไม้ เถาวัลย์ มาขัดกันเป็นริ้ว หรือนำใบไม้มาสานให้เป็นพื้นสำหรับบังแดด กันฝน รองนั่ง หรือปูนอน ก่อนที่จะสานเป็นภาชนะที่มีลวดลายประณีตยิ่งขึ้น

หลักฐานการทำภาชนะจักสานพบว่า มีมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ตามที่ได้พบร่องรอยเครื่องจักสานบนภาชนะดินเผาแหล่งโบราณคดีสมัยก่อนประวัติศาสตร์บ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี เป็นภาชนะเล็ก ๆ ปากกลม ก้นสี่เหลี่ยม (ปัจจุบันจัดแสดงอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร กรุงเทพมหานคร) อีกใบหนึ่งเป็นภาชนะดินเผาทรงกระบอกเล็ก ๆ พบที่แหล่งโบราณคดีในจังหวัดลพบุรี (ปัจจุบันจัดแสดงอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์มหาราช จังหวัดลพบุรี) ภาชนะดินเผาสมัยก่อนประวัติศาสตร์ดังกล่าว มีรอยจักสานบนผิวด้านนอก แสดงว่าการทำภาชนะดินเผานั้นใช้ดินเหนียวยาล้างไปในแม่แบบที่เป็นภาชนะจักสาน เมื่อดินแข็งและแห้งแล้วนำไปเผาไฟ จนไหม้ภาชนะจักสานที่เป็นแม่แบบ เหลือแต่ดินเผาที่มีรูปร่างเช่นเดียวกับภาชนะ และจากหลักฐานนี้อาจสันนิษฐานได้ว่ามนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์ในประเทศไทยรู้จักการทำเครื่องจักสานก่อนการทำเครื่องปั้นดินเผา

3. ความสัมพันธ์ระหว่างเครื่องจักสานกับคนไทย

เครื่องจักสานในวิถีชีวิตของคน โดยเฉพาะเครื่องจักสานไม้ไผ่ มีความเกี่ยวข้องกับคนไทยในอดีตตั้งแต่เกิดจนตาย ตั้งแต่แรกเกิด เมื่อทารก “ตกฟาก” คือ คลอดจากครรภ์มารดา คนไทยสมัยโบราณใช้ไม้ไผ่มาสับให้แตกแล้วแผ่ออกเป็นแผ่น ใช้ปูเป็นพื้นเรือนเรียกว่า ฟาก เมื่อทารกคลอดออกมาจึงอยู่บนฟาก คนไทยจึงเรียกเวลาที่เด็กเกิดว่า ตกฟาก หลังคลอดแล้วหมอตายจะใช้ผิวไม้ไผ่รวกที่ปาดให้บางคมตัดสายสะดือเด็ก จากนั้นนำเด็กไปนอนในกระดัง ที่สานด้วยไม้ไผ่คลุมด้วยแห เพื่อป้องกันผีและสิ่งชั่วร้ายไม่ให้เข้ามาทำร้ายเด็ก ตามความเชื่อที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ พอเริ่มเข้าสู่วัยหนุ่มสาว ต่างต้องเรียนรู้การทำเครื่องจักสานสำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน และประกอบอาชีพ โดยเฉพาะชาวไร่ ชาวนา ชาวสวน ต้องหัดทำเครื่องจักสานจากพ่อแม่ หรือญาติพี่น้อง เช่น หัตถสานกระบุง ตะกร้า กระดัง ตะแกรง ลอบ สุ่ม เพราะเครื่องจักสานเหล่านี้เป็นเครื่องใช้จำเป็นในการดำรงชีพ จึงต้องทำด้วยตนเอง นอกจากนี้ในบางท้องถิ่นเครื่องจักสานยังมีความสำคัญต่อการเริ่มต้นชีวิตครอบครัวด้วย เช่น ชาวบ้านโพหัก ตำบลโพหัก อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี ใช้เครื่องจักสานประเภท กระบุง กระจาด งบ

เป็น “ของอาสา” คือ สิ่งของที่ฝ่ายชายทำเป็นของกำนัลให้ฝ่ายหญิงที่ตนรัก เพื่อแสดงไมตรี แสดงฝีมือและความสามารถในการทำเครื่องจักสาน

นอกจากนี้ยังมีเครื่องจักสานที่เกี่ยวข้องกับชีวิตคนไทยอีกมาก เช่น ภาชนะ เครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น กระจาด กระจอน หวด กล่องข้าว กระจิบ และแอบข้าว โดยเฉพาะ ก่องข้าวและแอบข้าว สำหรับใส่ข้าวเหนียวหนึ่ง ซึ่งเป็นเครื่องจักสานที่ใช้กันทั่วไปในกลุ่มคนที่บริโภคข้าวเหนียวเป็นอาหารหลัก ในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาชนะจักสานเหล่านี้สนองประโยชน์การใช้สอยได้สมบูรณ์ที่สุด จึงมีผู้ใช้สอยสืบทอดกันมานานจนถึงปัจจุบัน

เครื่องจักสานที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตที่สำคัญอีกประเภทหนึ่ง คือ เครื่องจักสานที่ใช้ประกอบอาชีพ เช่น กระจัดมัดข้าว ตะแกรงร่อนข้าวลึบ กระจบุง กระจ้อม โพงหรือขงโลง สำหรับโพงน้ำ วิ หรือ กา (เครื่องใช้ในการนวดข้าวของชาวนาภาคเหนือ เป็นพัดขนาดใหญ่สานด้วยดอกแห้ง ใช้พัดให้เศษฟางหรือข้าวลึบปลิวออกไป ที่เรียกเครื่องใช้ชนิดนี้ว่า กา ก็เพราะชาวนาจะเก็บไว้เหนือเตาไฟในครัวเพื่อมิให้หมอดกักกิน จึงมีสีดำเหมือนสีของนกกา) ครุ หรือ คุ หรือ แอ่ว สำหรับตีข้าว หรือ ครุที่ใช้ตักน้ำ เครื่องจักสานเหล่านี้ต้องมีไว้ประจำบ้านแทบทุกครัวเรือน แม้ตนเองไม่ได้ก็ต้องมีการแลกเปลี่ยนหรือซื้อไว้ประจำบ้านของตน

เครื่องจักสานที่ใช้กันทั่วไปในทุกภาคของประเทศอีกประเภทหนึ่ง คือ เครื่องมือสำหรับจับดักและขังสัตว์น้ำ เช่น ลอบ ไช ชนาง ลุ่ม อีจู้ ตุ่ม จัน ข้อง เครื่องจักสานเหล่านี้มีรูปร่างและการใช้งานแตกต่างกันมากมาย

เครื่องจักสานที่ใช้ในพิธีกรรม นอกจากเครื่องจักสานที่ใช้ในชีวิตประจำวันแล้ว ยังมีเครื่องจักสานอีกหลายชนิดที่ใช้ในพิธีกรรมตามความเชื่อของแต่ละท้องถิ่น เช่น คนไทยภาคกลางในสมัยโบราณ มักใช้ดอกสานเป็นเฉลวเล็ก ๆ ปักไว้บนฝาหม้อยา เพื่อป้องกันสิ่งชั่วร้ายไม่ให้มาทำยาเสื่อม หรือใช้เฉลวปักไว้ตามที่ต่าง ๆ เพื่อป้องกันผีและสิ่งชั่วร้ายไม่ให้เข้าไปในบริเวณนั้น ชาวบ้านในภาคเหนือ มักทำเฉลวแขวนไว้เหนือประตูบ้านเวลามีศพผ่านบ้านเรือนของตน เพราะเชื่อว่าจะช่วยป้องกันผีไม่ให้เข้าไปในบ้านเรือนของตน

4. คุณค่าของเครื่องจักสาน

คุณค่าด้านจิตใจ เครื่องจักสานเป็นงานหัตถกรรมที่มีคุณค่าอย่างยิ่งอย่างหนึ่งของไทยที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ เป็นงานหัตถกรรมที่ทำจากวัสดุที่หาได้ง่าย ราคาไม่แพง และมีวิธีทำง่าย ๆ ด้วยการสานด้วยมือเป็นหลักและใช้เครื่องมือเพียงไม่กี่ชิ้น ไม่มีขั้นตอนและกรรมวิธียุ่งยากซับซ้อนเหมือนงานหัตถกรรมประเภทอื่น แต่สิ่งเหล่านี้กลับทำให้เครื่องจักสานเป็นงานหัตถกรรมที่มีคุณค่าทางจิตใจ เพราะสร้างขึ้นอย่างตรงไปตรงมา “จากสมองสู่สองมือ” และไม่ใช่งานที่ผลิตขึ้นเป็นจำนวนมากด้วยเครื่องจักร

คุณค่าด้านภูมิปัญญา เครื่องจักสานเป็นงานหัตถกรรมที่สะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาชาวบ้านหลายอย่าง เช่น ความฉลาดในการเลือกใช้วัสดุ และนำมาใช้ได้อย่างเหมาะสม ความสามารถในการประดิษฐ์ที่สนองประโยชน์ ใช้สอยได้อย่างสมบูรณ์ลงตัว และประณีตสวยงาม แม้ปัจจุบันจะมีวัสดุสังเคราะห์หลายชนิด และมีเครื่องจักรที่นำมาใช้ในการผลิตก็ไม่อาจจะทดแทนเครื่องจักสานบางอย่างได้

เครื่องจักสานที่เป็นตัวอย่างได้ชัดเจน คือ ก่องข้าวและกระติบข้าว ซึ่งเป็นภาชนะใส่ข้าวเหนียวหนึ่ง ที่ใช้กันมากในภาคเหนือและภาคอีสาน ไม่มีภาชนะอื่นที่จะใส่ข้าวเหนียวหนึ่งได้ดีเท่าก่องข้าวและกระติบข้าว ทั้งยังมีน้ำหนักเบาไม่แตกหักเสียหายง่าย

คุณค่าด้านศิลปะและความงาม คุณค่าสำคัญอีกประการหนึ่งของเครื่องจักสานไทย คือ คุณค่าทางศิลปะและความงาม เครื่องจักสานหลายชนิดมีรูปทรง โครงสร้าง และลวดลายที่ลงตัวงดงาม หากที่จะหาเครื่องมือเครื่องใช้ประเภทอื่นที่สร้างด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่มาทดแทนได้ โดยเฉพาะการแสดงออกทางอารมณ์ของช่างจักสาน ที่ปรากฏให้เห็นในเครื่องจักสานแต่ละชนิดแตกต่างกันไป เครื่องจักสานบางชนิดแสดงให้เห็นอารมณ์ที่เยือกเย็นด้วยรูปแบบที่อ่อนช้อยและลวดลายที่ละเอียดประณีต

จะเห็นได้ว่า เครื่องจักสานมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับชีวิตคนไทยตั้งแต่เกิดจนตาย และยังผูกพันกับวิถีชีวิตของคนไทยมาช้านาน แม้ทุกวันนี้วิถีชีวิตคนไทยได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตมากแล้วก็ตาม และการทำเครื่องจักสานเพื่อใช้สอยในครัวเรือนได้ลดลงไปมาก แต่ยังมีชาวชนบทอีกจำนวนไม่น้อยที่ทำเครื่องจักสานเป็นอาชีพเสริม เพื่อหารายได้ให้ครอบครัว ดังนั้น วัตถุประสงค์ของการทำเครื่องจักสานจึงเปลี่ยนไป จากการทำเพื่อใช้สอยในครัวเรือนมาเป็นการทำเพื่อจำหน่ายด้วย ทำให้ต้องเปลี่ยนรูปแบบและกรรมวิธีให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด อย่างไรก็ตามเครื่องจักสานก็ยังมีคุณค่าในตัวเอง คนไทยจึงควรให้ความสนใจและหันมาใช้เครื่องจักสานให้มากขึ้น เพื่อให้เครื่องจักสานอยู่กับคนไทยตลอดไป

5. ชนิดของไม้ไผ่ที่ใช้ในการจักสาน

อนุชาติ บุรณะพิมพ์ และมยุรี จิตต์แก้ว (2547) ได้นำเสนอ ชนิดของไม้ไผ่ที่นำมาใช้ในการจักสาน ได้แก่

ไม้ไผ่บง ไผ่บงบ้าน ลำไผ่โตปานกลาง ผิวคายหม่นเห็นได้ชัด สันข้อและเนื้อไผ่หนา กอไผ่ค่อนข้างท่างไม่อัดกันแน่น เส้นผ่านศูนย์กลางของลำต้นโดยประมาณ 4-5 นิ้ว พบเห็นในหมู่บ้านชนบททั่วไป

ไผ่บงป่า ลำไผ่จะค่อนข้างเล็กกว่าไผ่บงบ้าน แต่ปล้องไผ่จะยาวกว่าไผ่บงบ้าน ผิวคายหม่นเหมือนกัน สันข้อจะตื้นไม่เหมือนไผ่บงบ้าน เนื้อไผ่หนา

ไผ่บงบ้านและไผ่บงป่า นิยมนำมาทำเครื่องจักสานได้หลากหลายชนิด เพราะเส้นตอกเหนียวและจักตอกได้ที่ละหลาย ๆ ปล้อง โดยทั่วไปจะนำมาจักตอกแนวตะแคง เพราะจะได้เส้นตอกมาก สามารถใช้สานตะกร้า กระบุง กระดัง

ไผ่ไผ่ซาง ไผ่ซางบ้าน ลำไผ่โตปานกลาง ผิวไผ่ซางจะเขียวเป็นมัน สันข้อตื้นเล็ก กอไผ่จะไม่อัดกันแน่นนักเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 4-5 นิ้ว เนื้อไผ่หนาเท่ากับไผ่บงบ้าน พบเห็นได้ตามชนบททั่ว ๆ ไป

ไผ่ซางป่า พบเห็นได้มากในเขตภาคเหนือตอนบน ในเขตป่าเขามีมากกว่าไผ่ชนิดอื่น ขึ้นเป็นผืนป่าบริเวณกว้าง ผิวไผ่ซางป่าจะเขียวเป็นมัน สันข้อตื้นเล็ก แต่เนื้อไผ่บางกว่าไผ่ซางบ้าน

ไผ่ไผ่ซางป่า และ ไผ่ไผ่ซางบ้าน สามารถทำผลิตภัณฑ์จากไผ่ไผ่ได้หลากหลายทั้ง งานจักสาน เครื่องเรือนไม้ไผ่ ทำเป็นแพโดยนำมามัดรวมกันเป็นแพลอยน้ำ งานจักสานไม้ไผ่ ส่วนมากจะเป็นงานค่อนข้างหยาบ เช่น แข่งใส่ฝัก ส่วนมากจะนิยมนำมาทำนั้งร้านในงานก่อสร้างอาคารสูง ๆ

ไผ่ไผ่ไร่ เป็นไผ่ที่ชอบขึ้นตามชายป่าเชิงเขา พบมากในเขตป่าเขาภาคเหนือตอนบน ลำต้นไม่ค่อยโต เส้นผ่านศูนย์กลางไม่เกิน 2 นิ้ว ผิวไผ่คายไม่เป็นมัน ลำต้นไม่สูงมากนัก กอไผ่ทรงพุ่มแน่น ปล้องระหว่างข้อไผ่ค่อนข้างยาว หน่อไผ่ไร่ถือว่าเป็นหน่อไม้เศรษฐกิจ เพราะเป็นหน่อไม้ที่มีคุณภาพและมีจำนวนมาก ไผ่ไร่ มักนิยมนำมาทำเครื่องจักสานที่เป็นงานละเอียด เพราะ เส้นตอกนิ่ม และเหนียวมาก เช่น กระติบใส่ข้าวเหนียว กระเป่าไผ่ไผ่สานสามารถนำไปทำเครื่องเรือนไม้ไผ่ได้ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ชั้นวางของ เป็นต้น ลักษณะพิเศษของไผ่ไร่ ลำต้นจากโคนต้นขึ้นมาประมาณ 2 ฟุต สามารถตัดโค้งงอได้โดยใช้ความร้อน

ไผ่ไผ่เสี้ยะ เป็นไผ่ที่ชอบขึ้นตามป่าชื้นเชิงเขาใกล้แหล่งน้ำ เป็นไผ่ที่มีลำปล้องยาวมาก ผิวไผ่จะออกคายเหลือง หรือเขียวหม่น ๆ ผิวไผ่ไม่มัน เนื้อไผ่เสี้ยะบาง สันข้อตื้น ลำต้นตั้งตรง ยาวประมาณ 6-8 เมตร และไม่มีแขนงไผ่ยื่นออกมา ไผ่เสี้ยะเป็นไผ่ที่ให้เนื้อไม้ไผ่ไม่มาก ลำต้นกลวง นิยมนำมาสานเป็นฝากระท่อมในชนบท ไผ่เสี้ยะเป็นตัวประกอบของงานจักสานได้เป็นบางส่วน เพราะเนื้อไม้ไผ่เมื่อแห้งจะกรอบหักง่าย

ไผ่ไผ่ข้าวหลาม เป็นไผ่ที่ชอบขึ้นตามป่าชื้นเชิงเขาใกล้แหล่งน้ำเหมือนไผ่เสี้ยะ ผิวเป็นคายออกเขียวจัด ไม้ข้าวหลามบางปล้องยาวประมาณ 2 ฟุต แต่เนื้อไม้หนากว่า ไผ่ไผ่เสี้ยะ สันข้อหนา ลำต้นตั้งตรง ยาวประมาณ 6-7 เมตร ข้อสังเกตุ ไม้ไผ่ข้าวหลามผิวไม้จะชุ่มชื้นกว่าไผ่ไผ่เสี้ยะ ไม้ไผ่ข้าวหลามนิยมนำมาทำเป็นกระบอกรับข้าวหลามในบางฤดูกาล เส้นตอกจะเหนียวและได้เส้นตอกที่กว้าง สามารถนำมาสานเป็น กระดัง ตะแกรง ตอกมัดข้าว ถักเป็นเส้นเปียนำมาเย็บเป็นหมวก

ไม้ไผ่สีสุก เป็นไผ่ที่กอไผ่ค่อนข้างใหญ่ ทรงแผ่ออกกว้าง มีแขนงหนามรอบกอ จะพบใกล้แหล่งน้ำในชนบท ลำต้นสูงใหญ่ ผิวไผ่เป็นมันเส้นผ่านศูนย์กลางไม่เกิน 7 นิ้ว ปล้องแต่ละปล้องยาวประมาณ 1-2 ฟุต ลำต้นตั้งตรง แขนงไผ่มาก เนื้อไม้สีสุกมีความหนาแน่นกว่าไม้ไผ่ที่กล่าวมาข้างต้น ไม้สีสุก เป็นไผ่ที่มีคุณค่าในการจักสานได้ทุกชนิดตั้งแต่ กระบุง ตะกร้า กระดัง ตะแกรง เข่ง ไซดักปลา สุ่มปลา เป็นต้น และสามารถนำมาทำโครงสร้างเครื่องเรือนไม้ไผ่ เป็นไม้ไผ่ที่สามารถสร้างสรรค์งานได้ทั้งงานหยาบและงานละเอียด เพราะเนื้อไม้ไผ่ค่อนข้างเหนียวทนทาน

ไม้ไผ่รวก เป็นไผ่ที่พบเห็นได้ทั่ว ๆ ไป ทั้งไผ่รวกบ้านและไผ่รวกป่า ไผ่รวกบ้านจะนิยมปลูกขยายพันธุ์ในเชิงธุรกิจ เพราะลำไผ่รวกบ้านใหญ่กว่าไผ่รวกป่า ไผ่รวก กอไม้ใหญ่ ลำต้นตรง แขนงไผ่มีไม่มาก ลำต้นยาวถึง 12 เมตร เส้นผ่านศูนย์กลางไม่เกิน 3-4 นิ้ว ไผ่รวกเป็นไผ่เอนกประสงค์ สามารถใช้ในงานจักสานได้หลากหลายประเภท

6. ลวดลายจักสาน

สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน (ม.ป.ป.) ได้อธิบายลวดลายจักสาน ดังนี้

ลวดลายของการจักสาน เป็นลักษณะของการขัดกันเพื่อให้มีแรงยึดระหว่างกันจนเกิดเป็นแผ่น เป็นแผงหรือเป็นผนังของเครื่องจักสานตามความต้องการ สามารถจำแนกได้ดังนี้

ลายขัด เป็นลายจักสานพื้นฐาน การสานลายขัดจะนำตอกมาสอดขัดกันไปมาให้เป็นมุมฉากในแนวตั้งและแนวนอนเพื่อสร้างแรงยึดระหว่างตอก นำตอกสองเส้นขัดกัน สลับกันไปมา เรียกกันว่า การสานลายหนึ่ง การสานลายสอง การสานลายสาม และลายอื่น ๆ

ลายทแยง เป็นวิธีสานที่ใช้เส้นตอกสอดขัดกันในแนวทแยง รูปแบบของลายจะเปียดตัวกันสนิทจนเกือบไม่มีช่องว่าง ไม่มีเส้นตั้งหรือเส้นนอนแบบลายขัด แต่จะสานสอดขัดกันตามแนวทแยงเป็นทแยงเหลี่ยมเชื่อมต่อกันไปเรื่อย ๆ คล้ายรวงผึ้ง เช่น ลายตาเข่ง ลายเกล็ดเต่า และลายเฉลว ลายทแยงมักใช้สานภาชนะโปร่ง เช่น เข่ง ชะลอม หรือสานประกอปกับลายอื่น

ลายขดหรือลายถัก เครื่องจักสานที่ทำด้วยลายขด เป็นวิธีการทำเครื่องจักสานที่เก่าแก่อีกวิธีหนึ่ง และได้มีการพัฒนาเรื่อย ๆ ตามความต้องการใช้สอย ลายขดเป็นการใช้วัสดุประเภทเส้นกลมมาขดจากศูนย์กลาง และมัดยึดให้ต่อเนื่องกันให้เป็นรูปทรงตามต้องการ แต่โดยทั่วไปแล้วการสานลายขดจะเริ่มต้นจากการขดวัสดุเป็นวงออกมาจากด้านใน ในลักษณะรูปก้นหอยเสมอ วัสดุที่ใช้จะเป็นวัสดุจำพวกหวาย ปอ หรือวัสดุอื่น ๆ ที่ไม่สามารถคงรูปอยู่ได้ด้วยตนเอง การสานแบบขดจะช่วยรับน้ำหนักได้ดี

ลายอิสระ เป็นลายที่สานขึ้นอย่างอิสระด้วยความคิดสร้างสรรค์ ตามความต้องการของผู้สาน ไม่มีระเบียบลายหรือหลักการสานที่ตายตัวแต่อย่างใด สามารถสร้างรูปทรงหรือโครงสร้างของสิ่งที่สานขึ้นด้วยกฎเกณฑ์ของตนเอง เป็นระเบียบแบบแผนเฉพาะตัว

ถัก เป็นวิธีการประกอบเพื่อช่วยให้เครื่องจักสานมีความแข็งแรง คงทนและสวยงาม เป็นการเก็บริมหรือเก็บขอบโดยใช้วัสดุที่เป็นเส้นอ่อนที่มีความยาวพอ ถักยึดโครงสร้างภายนอกเพื่อเป็นการเสริมความแข็งแรง ถือว่าเป็นวิธีที่ทำให้งานจักสานเสร็จสมบูรณ์

จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ เป็นจังหวัดที่อยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย เป็นจังหวัดที่มีเขตพื้นที่ติดต่อกัน ลักษณะภูมิประเทศเป็นทิวเขาและหุบเขาสลับกัน ทิวเขาเหล่านี้เป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำลำธารในประเทศที่สำคัญ คือ แม่น้ำปิง วัง ยม น่าน และยังมีแม่น้ำสายสั้น ๆ อีกหลายสาย ตามบริเวณหุบเขาที่แม่น้ำเหล่านี้ไหลผ่านเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำที่มีดินอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเกษตรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่จึงประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำให้มีการผลิตเครื่องมือ เครื่องใช้สำหรับการทำอาชีพที่เป็นเครื่องจักสานหลายชนิดหลายรูปแบบ และยังมีการผลิตเครื่องจักสานที่ใช้ในชีวิตประจำวันอีกด้วย เช่น ก่องข้าว แอบข้าว บุง น้ำถุง ช้ำ โตก กว๋ย ครุ กะเพียด สุ่ม ไซ เป็นต้น (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน, ม.ป.ป., สื่อออนไลน์)

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่าย

1. ความหมายของการสร้างเครือข่าย

เครือข่าย ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Network มีที่มาจากคำว่า net และ work โดย net หมายถึง ตาข่ายที่โยงใยถึงกันและกัน ส่วน work หมายถึง การทำงาน เมื่อนำสองคำมารวมกัน จึงมีความหมายว่า การทำงานร่วมกันโดยมีการเชื่อมโยงประสานกันเหมือนกับตาข่าย

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ของไทย ไม่ได้บัญญัติคำว่า เครือข่ายไว้ มีแต่คำว่า เครือ กับคำว่า ข่าย ซึ่งเป็นคำที่แยกออกจากกัน โดย เครือ หมายถึง เถาไม้ พรรณไม้ที่เป็นเถา เชื้อสาย วงศ์วาน ใช้เรียกงวงที่มีหรือกล้วยว่าเครือกล้วย ส่วนคำว่า ข่าย หมายถึง เครื่องดักสัตว์ชนิดหนึ่ง ถ้าเป็นตารางแห

ชนิภูสา กาญจนรังสินนท์ (2549) กล่าวว่า “การสร้างเครือข่าย” หรือ Networking หมายถึง การทำให้เกิดการติดต่อและการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการร่วมมือกันโดยสมัครใจ สมาชิกในเครือข่ายจะต้องมีความเป็นอิสระ เท่าเทียมกัน มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน

นภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย และคณะ (2555) กล่าวว่า เครือข่าย เป็นระบบที่เชื่อมโยงระหว่างกลุ่มบุคคลกับกลุ่มบุคคล บุคคลกับกลุ่มหรือองค์กร เพื่อกระทำกิจกรรมร่วมกันให้ประสบผลสำเร็จ บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายร่วมกัน สิ่งสำคัญคือการเพิ่มพลังการต่อรองเพื่อแก้ไขปัญหาและสามารถพึ่งพาตนเองได้ทั้งภายในกลุ่มเดียวกัน และกลุ่มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

สุรศักดิ์ นานานุกุล (2555) การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ หมายถึง การร่วมมือระหว่างธุรกิจหลาย ๆ แห่ง ในรูปแบบต่าง ๆ รวมไปถึงวิธีการสร้างความสัมพันธ์ และการทำธุรกิจร่วมกันเพื่อให้ธุรกิจเครือข่ายนั้นสามารถทำงานที่แต่ละคนทำเพียงลำพังไม่ได้ โดยที่ธุรกิจเครือข่ายทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันเสมือนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งจะทำให้เกิดความสามารถ ประสิทธิภาพ ความคล่องตัวที่สูงกว่า และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ธุรกิจเครือข่ายจะช่วยให้ธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อมสามารถอยู่รอดและแข่งขันกับธุรกิจในระดับโลกได้

มนต์ชัย เพียรคำ (2557) กล่าวว่า เครือข่าย คือ กลุ่มคน หรือกลุ่มองค์กรที่มาเข้าร่วมกลุ่มด้วยความสมัครใจ มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน มีการทำกิจกรรมร่วมกัน การจัดรูปแบบเครือข่ายสมาชิกในเครือข่ายจะต้องมีความเป็นอิสระต่อกัน ความสัมพันธ์ของสมาชิกในเครือข่ายเป็นไปด้วยความสมัครใจ การทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันในเครือข่ายสมาชิกต้องมีความเสมอภาค และเท่าเทียมกัน และการเป็นสมาชิกของเครือข่ายไม่กระทบความเป็นอิสระ ความเป็นส่วนตัวบุคคล หรือองค์กร

วรัญญา ติคม (2557) กล่าวว่า เครือข่าย หมายถึง การที่บุคคลหรือองค์กรสมัครใจเชื่อมโยงสร้างความสัมพันธ์เพื่อดำเนินกิจกรรมใด ๆ โดยมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน ซึ่งหากเป็นในส่วนของภาคธุรกิจ อาจมีความหมายรวมถึงบุคคลหรือองค์กรที่มีผลประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกัน

พระดาวเหนือ บุตรสีทา (2557) กล่าวว่า เครือข่าย หมายถึง การประสานความร่วมมือระหว่างบุคคล กลุ่ม และองค์กร ที่มีกิจกรรมคล้ายคลึงกัน และเชื่อมโยงขยายผลการทำงานหรือแนวคิดไปสู่กลุ่มหรือองค์กรอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างพลังในการแก้ปัญหาและเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ระหว่างกัน การมีส่วนร่วม การทำกิจกรรมร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยการติดต่ออาจทำได้ทั้งที่ผ่านศูนย์กลางแม่ข่ายหรือแกนนำ หรืออาจจะไม่มีแม่ข่ายหรือแกนนำแต่จะทำการติดต่อโดยตรงระหว่างกลุ่ม ซึ่งจะมีการจัดรูปแบบการรวมตัวกันแบบหลวม ๆ เฉพาะกิจ ตามความจำเป็นหรือเป็นโครงสร้างที่มี

ความสัมพันธ์ชัดเจน เพื่อนำไปสู่เป้าหมายและวิธีการทำงานร่วมกันให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน

คิรดา เทาะเจริญ (2560) กล่าวว่า เครือข่าย หมายถึง การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลกับบุคคล บุคคลกับกลุ่ม กลุ่มกับกลุ่ม องค์กรกับองค์กร สถาบันกับสถาบัน ชุมชนกับชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายเพื่อดำเนินกิจกรรมให้บรรลุความสำเร็จร่วมกันบนพื้นฐานของความสัมพันธ์และผลประโยชน์ที่เท่าเทียมกัน

พนารัช ปรีดากรณ์ และสุภาวดี เหล่าฤทธิรัตน์ (2561) กล่าวว่า การสร้างเครือข่าย หมายถึง การร่วมมือและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจการร่วมมือระหว่างธุรกิจนั้น จะช่วยให้การทำงานที่แต่ละฝ่ายไม่สามารถทำได้เพียงลำพัง ให้มีการช่วยเหลือกัน เพื่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจเป็นทางออกที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูงทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ

ในการศึกษาครั้งนี้จึงสรุปว่า การสร้างเครือข่าย คือ การรวมตัวกันด้วยความสมัครใจของบุคคล กลุ่ม และ องค์กรธุรกิจที่มีขนาดเล็ก โดยรวมตัวกันเพื่อให้ได้ประโยชน์และสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้เหมือนกับธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งการสร้างเครือข่ายจะเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน มีส่วนร่วมคอยช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน โดยสมาชิกทุกคนมีความเป็นอิสระ มีสิทธิเท่าเทียมกัน มีการจัดรูปแบบ และโครงสร้างของเครือข่ายอย่างชัดเจนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายและการทำงานร่วมกัน และเพื่อประโยชน์ในการต่อรอง การแก้ไขปัญหาและเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และผลประโยชน์ร่วมกัน

2. องค์ประกอบของเครือข่าย

ชนิภูรี กาญจนรังสินนท์ (2549) กล่าวว่า เครือข่าย ต้องมีองค์ประกอบสำคัญอย่างน้อย 7 อย่าง ได้แก่

2.1 มีการรับรู้มุมมองที่เหมือนกัน สมาชิกในเครือข่ายต้องมีการรับรู้ถึงเหตุผลของการเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายที่เหมือนกัน เช่น มีความต้องการการช่วยเหลือที่เหมือนกัน ประสบปัญหาที่คล้ายคลึงกัน มีความเข้าใจในปัญหาซึ่งกันและกัน มีจิตสำนึกในการช่วยเหลือและพร้อมแก้ไขปัญหาาร่วมกัน

2.2 การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน หมายถึง การที่สมาชิกมองเห็นจุดมุ่งหมายในอนาคตที่เป็นภาพเดียวกัน การมีวิสัยทัศน์ และจุดมุ่งหมายในอนาคตที่เป็นภาพเดียวกันนั้นจะทำให้การดำเนินงานของเครือข่ายมีความเข้มแข็ง และช่วยลดปัญหา หรือข้อขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้นในเครือข่าย

2.3 มีความสนใจหรือผลประโยชน์ร่วมกัน ผลประโยชน์ เป็นความต้องการ (need) ของมนุษย์ในเชิงปัจเจก เช่น เกียรติยศชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ โอกาสในการก้าวหน้า ความสุข ความพึงพอใจ ฯลฯ สมาชิกเครือข่ายเป็นมนุษย์ปุถุชนธรรมดาที่ต่างก็มีความต้องการเป็นของตัวเอง (human needs) หากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายตอบสนอง และสร้างผลประโยชน์ให้กับสมาชิกในเครือข่ายได้ จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น ดังนั้น การดำเนินงานของเครือข่าย จะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่สมาชิกในเครือข่ายจะได้รับ ซึ่งผลประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับอาจมีลักษณะที่ต่างกันออกไป และเมื่อใดที่สมาชิกมีความรู้สึกว่ตนเองเสียประโยชน์ หรือได้ในสิ่งที่ตนต้องการแล้ว สมาชิกในเครือข่ายก็อาจจะออกไปจากเครือข่าย

2.4 การมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่าย เป็นการร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจ และลงมือทำงานร่วมกัน เพื่อพัฒนาให้เครือข่ายมีความเข้มแข็ง เพราะฉะนั้น สมาชิกของเครือข่ายทุกคนจะต้องมีอิสระ เท่าเทียมกัน

2.5 การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน คือ การที่สมาชิกช่วยกันสร้างความเข้มแข็งซึ่งกันและกัน นำจุดแข็งของฝ่ายหนึ่งไปช่วยแก้ไขจุดอ่อนของอีกฝ่าย ซึ่งการเสริมสร้างซึ่งกันและกันนั้น จะช่วยให้การดำเนินงานของเครือข่ายเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง และทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีขึ้น

2.6 การเกื้อหนุนพึ่งพากัน จะช่วยให้การดำเนินงานของเครือข่ายมีความต่อเนื่อง การดำเนินงานเพียงลำพังอาจจะทำให้งานไม่สำเร็จลุล่วงได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้น การสร้างเครือข่ายจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะเครือข่ายจะทำให้สมาชิกได้ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน

2.7 มีปฏิสัมพันธ์แลกเปลี่ยน สมาชิกในเครือข่ายจะต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยการทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น มีการพบปะกัน มีการทำกิจกรรมร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างกัน ยิ่งสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กันมากเท่าไร ก็จะทำให้เกิดความผูกพันกันมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย

3. การก่อเกิดของเครือข่าย

ชนิฎฐา กาญจนรังสีนนท์ (2549) กล่าวว่า ชนิดของการก่อเกิดเครือข่าย สามารถแบ่งออกได้ 3 ลักษณะ คือ

3.1 เครือข่ายที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เกิดจากกลุ่มคนที่มีวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ลักษณะการทำงานคล้ายคลึงกัน หรือพบเจอปัญหาเดียวกัน เข้ามารวมตัวกันเป็นเครือข่ายเพื่อที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แลกเปลี่ยนความคิด และแลกเปลี่ยนประสบการณ์

การทำงานร่วมกัน ลักษณะเครือข่ายที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติจะเป็นเครือข่ายที่เกิดจากกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชน หรือภูมิสำเนาเดียวกัน โดยสมาชิกส่วนใหญ่มีความเป็นเครือญาติกัน โดยเริ่มแรกของการจัดตั้งเครือข่ายอาจมีการให้สมาชิกได้ทำกิจกรรมร่วมกัน และจากนั้นก็จะมี การขยายเครือข่ายให้กว้างขวางออกไปเมื่อเครือข่ายมีสมาชิกเพิ่มขึ้น การสร้างตัวของเครือข่ายลักษณะนี้จะใช้ระยะเวลาในการสร้างที่นานพอสมควร แต่หากเครือข่ายดังกล่าวนี้เกิดขึ้นก็จะมี ความแข็งแรง และสามารถขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว

3.2 เครือข่ายจัดตั้ง ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับนโยบาย การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ การเกิดขึ้นของเครือข่ายจะอยู่ภายใต้กรอบ และมีกลไกภาครัฐเป็นตัวทำให้เกิดเครือข่ายขึ้น สมาชิกที่มาเข้าร่วมเครือข่ายมักจะมีความคิด และความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายที่แตกต่างกัน การรวมตัวกันของเครือข่ายลักษณะนี้จะไม่มีความต่อเนื่องและเมื่อเวลาผ่านไปเครือข่ายก็จะสูญหายไป แต่ถ้าหากเครือข่ายได้รับการช่วยเหลือ ได้รับการแนะนำให้มีการดำเนินงานที่ดี จนทำให้สมาชิกในเครือข่ายมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเครือข่าย จะทำให้สมาชิกในเครือข่ายเกิดความผูกพันกัน และทำให้เครือข่ายเกิดการพัฒนาเป็นเครือข่ายที่แท้จริง

3.3 เครือข่ายวิวัฒนาการ การเกิดขึ้นของเครือข่ายลักษณะนี้ไม่ได้เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ และไม่ได้เกิดขึ้นจากการจัดตั้งโดยตรง แต่การเกิดขึ้นของเครือข่ายเริ่มจากการที่กลุ่มคน หรือกลุ่มองค์กรมารวมตัวกันโดยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะช่วยเหลือ สนับสนุน และเรียนรู้ไปด้วยกัน แต่วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของการรวมตัวกันอาจจะยังไม่มี ความชัดเจน หรืออาจจะเกิดจากการได้เห็น หรือการรับฟังจากเครือข่ายอื่นแล้วทำให้อยากรวมตัวกันเป็นเครือข่ายเพื่อให้เกิดการพัฒนา ถึงแม้การเกิดขึ้นของเครือข่ายดังกล่าวไม่ได้เกิดจากความตั้งใจโดยตรง แต่ถ้าสมาชิกของเครือข่ายมีความตั้งใจจริงที่จะทำให้เครือข่ายเกิดขึ้น และเครือข่ายได้รับการช่วยเหลือ สนับสนุน ก็จะสามารถพัฒนาต่อไปจนกลายเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง เหมือนกับเครือข่ายที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ

4. ประเภทและรูปแบบของเครือข่าย

นภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย และคณะ (2555) แบ่งประเภทและรูปแบบของเครือข่ายออกเป็นดังนี้

4.1 เครือข่ายความคิด เป็นเครือข่ายที่เน้นการทำงานด้านความคิด ความรู้หรือเทคนิคต่าง ๆ มีการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน

4.2 เครือข่ายกิจกรรม เป็นเครือข่ายที่เน้นการช่วยเหลือร่วมมือกันในการทำกิจกรรม ส่วนใหญ่จะเป็นเครือข่ายภายในชุมชน คอยช่วยเหลือ ระดมความร่วมมือกันในการทำกิจกรรม ทำให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลกันภายในเครือข่าย

4.3 เครือข่ายสนับสนุนทุน เป็นเครือข่ายดำเนินกิจกรรมร่วมกันที่จำเป็นจะต้องมีทุนเพื่อการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย

5. ขั้นตอนการสร้างเครือข่าย

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543 อ้างอิงใน พระดาวเหนือ บุตรลีทา, 2557) ได้กล่าวถึงกระบวนการสร้างเครือข่ายแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

5.1 ขั้นตอนการก่อรูปเครือข่าย การก่อเกิดเครือข่ายสามารถเกิดขึ้นได้ 2 แนวทาง คือ เครือข่ายที่มีการจัดตั้งขึ้นโดยมีประชาชนเป็นแกนนำ และ เครือข่ายที่เกิดจากการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ การรวมตัวของเครือข่ายทั้ง 2 แบบอาจจะมีหน่วยงานของภาครัฐเข้าไปให้ความช่วยเหลือ ขั้นตอนการก่อตั้งเครือข่ายแบ่งได้ดังนี้

5.1.1 การสร้างเครือข่ายโดยตระหนักถึงปัญหาและสำนึกในการรวมตัว จะทำให้เกิดความร่วมมือกันของสมาชิก มีการประชาสัมพันธ์ เช่น การสื่อสารมวลชน การใช้สื่อวิทยุหรือโทรทัศน์ การจัดเวทีเพื่อระดมความคิดเห็น มีการจัดกิจกรรมประชุม สัมมนาร่วมกัน เป็นต้น การประชาสัมพันธ์จะช่วยสร้างความเข้าใจและสร้างภาพลักษณ์ให้สังคมได้รับรู้โดยการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน

5.1.2 การสร้างจุดร่วมของผลประโยชน์ เป็นการหาประเด็นการใช้ประโยชน์ร่วมกัน เพื่อทำให้เกิดการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเป็นก้อน

5.1.3 การแสวงหาแกนนำของเครือข่าย ผู้ที่มีความเหมาะสมที่จะเป็นแกนนำของเครือข่ายจะต้องเป็นผู้ที่มีอิทธิพล มีคุณสมบัติที่เหมาะสม และมีความสามารถในการผลักดันนโยบายด้านต่าง ๆ ให้กับสมาชิกในเครือข่าย

5.1.4 การสร้างแนวร่วมสมาชิกของเครือข่าย เป็นการสร้างแนวร่วมของสมาชิกให้ขยายออกไปมากขึ้น มีการดึงบุคคล กลุ่ม องค์กร เข้ามาร่วมเป็นสมาชิกของเครือข่าย โดยเน้นที่แกนนำของกลุ่ม หรือกลุ่มที่มีการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งอยู่ก่อนแล้วจะทำให้การก่อตัวเป็นเครือข่ายเกิดได้เร็วขึ้น

6. การใช้ประโยชน์เครือข่าย

6.1 การใช้เครือข่ายเป็นช่องทางในการประสานงาน โดยการสร้างความรู้ เข้าใจถึงแผนการดำเนินงาน วัตถุประสงค์ ขอบเขตงาน รวมไปถึงแนวทางการปฏิบัติของเครือข่ายให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

6.2 การใช้เครือข่ายในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ข้อมูล ข่าวสาร ต่าง ๆ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้นี้จะทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และความรู้ใหม่ ๆ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกในเครือข่ายยังมีมากก็จะมีช่วยทำให้เกิดการต่อยอดความคิด และความรู้ของสมาชิกในเครือข่ายให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

6.3 การใช้เครือข่ายเพื่อเป็นพื้นที่ในการระดมทรัพยากร ซึ่งควรจะมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุนในเรื่องของเงินทุนในการจัดตั้งเครือข่ายที่นอกเหนือจากการระดมทุนจากสมาชิกในเครือข่าย

6.4 การใช้เครือข่ายเพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาความรู้ใหม่ ให้กับสมาชิกในเครือข่าย ซึ่งความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้น มักจะเกิดจากการแลกเปลี่ยนกันของสมาชิกในเครือข่าย และทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการของเครือข่าย

6.5 การใช้เครือข่ายในการสร้างกระแสและผลักดันความรู้ใหม่ ๆ เครือข่ายมักจะเป็นตัวปลูกกระแสให้สังคมมีการตื่นตัว และเมื่อเครือข่ายมีความเข้มแข็งมากพอ จะทำให้เกิดการขยายเครือข่ายให้กว้างขวางออกไปครอบคลุมกลุ่มคนส่วนใหญ่ในสังคม

7. การธำรงรักษาเครือข่าย

7.1 การจัดให้มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ การจะรักษาเครือข่ายให้มั่นคงจะต้องมีการกำหนดกิจกรรมอย่างชัดเจน ทั้งเรื่องระยะเวลา ความสม่ำเสมอในการจัดกิจกรรม รวมถึงความน่าสนใจของกิจกรรม เพื่อดึงดูดสมาชิกในเครือข่ายให้เข้ามามีส่วนร่วม

7.2 การรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาชิกในเครือข่าย การสร้างความสัมพันธ์อันดีเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยรักษาเครือข่ายให้ดำรงต่อไปอย่างยั่งยืน โดยเครือข่ายควรมีการจัดกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความสัมพันธ์ให้กับสมาชิกในเครือข่าย และมีการป้องกันการเกิดปัญหาและความขัดแย้งระหว่างกันของสมาชิกในเครือข่าย

7.3 การสร้างความภูมิใจ การจะรักษาเครือข่ายและขยายเครือข่ายให้กว้างขวางออกไป จะต้องมีการสร้างแรงจูงใจให้กับสมาชิกให้เกิดความสนใจอยากเข้ามามีส่วนร่วม

7.4 การจัดหาทรัพยากรมาสนับสนุนอย่างเพียงพอ เครือข่ายควรมีการประสานงานกับหน่วยงานของรัฐ และภาคเอกชน ให้เข้ามามีส่วนร่วม ในการสนับสนุนการดำเนินงานของเครือข่าย

7.5 การให้ความช่วยเหลือและร่วมกันแก้ไขปัญหา ในช่วงเริ่มแรกเครือข่ายอาจจะเกิดปัญหาในการดำเนินงาน สมาชิกในเครือข่ายควรมีการร่วมกันปรึกษาหารือ ให้ความช่วยเหลือ เพื่อให้เครือข่ายสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น จะช่วยทำให้เครือข่ายเกิดความเข้มแข็งยิ่งขึ้น

7.6 การสร้างผู้นำรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง เป็นหัวใจหลักของการรักษาเครือข่ายให้ดำเนินต่อไป การสร้างผู้นำรุ่นใหม่จะต้องมีการคัดเลือก และส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาความเป็นผู้นำอย่างสม่ำเสมอ ผู้นำรุ่นใหม่จะต้องคัดเลือกจากผู้ที่มีความเหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของคนเครือข่าย

8. กระบวนการและแนวทางในการสร้างเครือข่าย

Henneberg, et al. (2006 อ้างอิงใน ดวงพร พุทธิวงศ์, 2561) ได้กล่าวถึงกระบวนการและแนวทางในการสร้างเครือข่าย ดังนี้

การสร้างเครือข่าย เป็นการรวมตัวกันด้วยความสมัครใจของบุคคล กลุ่ม และองค์กรธุรกิจขนาดเล็ก โดยมีการรวมตัวกันเพื่อให้เกิดการทำงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบเครือข่ายของสมาชิก เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก เพราะจะทำให้สมาชิกมีจิตสำนึกในการช่วยเหลือ พี่พาคาตัยซึ่งกันและกัน

นภาพรธรณ พัฒนฉัตรชัย และคณะ (2555) ได้อธิบายว่าการสร้างเครือข่ายสามารถทำได้ดังนี้

8.1 พิจารณาถึงพื้นที่หรือที่ตั้งของกลุ่มธุรกิจที่มีเขตพื้นที่ใกล้เคียงกัน เพื่อความสะดวกในการไปมาหาสู่และการติดต่อสื่อสาร

8.2 เก็บข้อมูลเบื้องต้นโดยการสำรวจกลุ่มธุรกิจและการวิเคราะห์ SWOT เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครือข่ายธุรกิจที่เหมาะสมและการใช้ประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งการวิเคราะห์ SWOT จะทำให้พบว่าแต่ละกลุ่มมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่แตกต่างกันออกไป โดยจุดแข็งของกลุ่มหนึ่งสามารถนำไปช่วยเหลือจุดอ่อนของอีกกลุ่มหนึ่งได้

8.3 พิจารณาถึงความเกี่ยวข้อง ของกลุ่มธุรกิจที่สามารถรวมเป็นกลุ่มเครือข่ายที่เสริมประโยชน์ซึ่งกันและกันได้

8.4 ในการรวมกลุ่มเครือข่าย ผู้นำกลุ่ม และสมาชิกจะต้องมีความเต็มใจ ตั้งใจที่จะเรียนรู้เพื่อประสานประโยชน์ซึ่งกันและกัน

9. การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจสู่ความยั่งยืน

Novabizz (2010 อ้างอิงใน นภาพรธรณ พัฒนฉัตรชัย และคณะ, 2555) กล่าวถึงการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจว่า เป็นเทคโนโลยีทางการจัดการองค์กร เป็นการรวมตัวกันของธุรกิจขนาดเล็กหลาย ๆ แห่ง รวมตัวกันเพื่อให้ได้ประโยชน์เท่ากับธุรกิจขนาดใหญ่ ในขณะที่ยังคงรักษาจุดเด่นของธุรกิจขนาดเล็กเอาไว้ ซึ่งการจัดการองค์กรเช่นนี้ จะต้องออกแบบให้เหมาะสมกับสภาพในท้องถิ่น

สุรศักดิ์ นานานุกูล (2555) ได้กล่าวว่า การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจสู่ความยั่งยืน มีทางเลือกมากมายแล้วแต่ความเหมาะสม เช่น

1. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการจัดหาวัตถุดิบและชิ้นส่วน
2. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการติดต่อกับแหล่งวัตถุดิบและชิ้นส่วน
3. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางด้านการวิจัย การออกแบบ และการพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยี
4. การสร้างเครือข่ายการวางระบบงานด้าน เทคโนโลยีทางการบริหาร
5. การวางแผน และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ร่วมกัน
6. การสร้างเครือข่ายการใช้เทคโนโลยีข่าวสารที่ทันสมัยระดับโลก
7. การสร้างเครือข่ายระบบงานด้านการบริหารร่วมกัน
8. การสร้างเครือข่ายการเตรียมบุคลากร การฝึกอบรม ให้มีทักษะทางการบริหารและมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย
9. การสร้างเครือข่ายข้อมูลการตลาด (Logistics) การคลังสินค้า (Warehousing) และการจำแนก แจกจ่าย (Distribution)
10. การสร้างเครือข่ายข้อมูลการตลาด (Marketing Intelligence)
11. การสร้างเครือข่ายการตลาดที่ทันสมัยเพื่อการแข่งขันกับธุรกิจระดับโลก
12. การสร้างเครือข่าย (Export)
13. การสร้างเครือข่ายการบริการหลังการขาย และการเรียกเก็บเงิน
14. ประโยชน์ของการสร้างธุรกิจเครือข่าย

สุรศักดิ์ นานานุกูล (2555) ยังได้กล่าวถึงประโยชน์ที่สำคัญของการสร้างธุรกิจเครือข่ายว่า การรวมตัวกันเป็นเครือข่ายของธุรกิจขนาดกลาง และธุรกิจขนาดย่อม ทางด้านอุปกรณ์ทางการผลิต ระบบการบริหารจัดการ จะช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้เสมือนธุรกิจขนาดใหญ่ โดยยังคงรักษาความคล่องตัวและความเข้าถึงสภาพในท้องถิ่นได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

1. ธุรกิจเครือข่ายสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิต และแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายทางการบริหารจัดการร่วมกัน
2. ธุรกิจเครือข่ายสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีราคาแพงร่วมกัน
3. ธุรกิจเครือข่ายสามารถแบ่งหน้าที่กัน เพื่อช่วยกันผลิตสินค้าที่มีความยุ่งยาก และซับซ้อน ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ที่ต่างคนต่างถนัด
4. ธุรกิจเครือข่ายสามารถรวมกันเจรจาต่อรองเพื่อให้ได้เงื่อนไข และข้อตกลงที่ดีกว่า

5. ธุรกิจเครือข่ายสามารถร่วมกันผลิตสินค้าเพื่อส่งให้กับลูกค้า และตลาดที่มีขนาดใหญ่ได้
6. ธุรกิจเครือข่ายสามารถร่วมกันเรียนรู้เทคนิค วิธีการผลิต และการบริหารจัดการร่วมกัน
7. ธุรกิจเครือข่ายสามารถร่วมกันเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้

แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT

อัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Albert Humphrey) ผู้คิดค้นทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT หลักการที่สำคัญของ SWOT Analysis คือ การวิเคราะห์สถานการณ์ 2 ด้าน คือ สถานการณ์ภายในและสถานการณ์ภายนอก เพื่อให้ธุรกิจรู้จักสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ การวิเคราะห์ SWOT จะทำให้ทราบแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อธุรกิจ

1. การวิเคราะห์ SWOT มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจ สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

2. องค์ประกอบของ SWOT

จุดแข็ง (Strengths) คือ ผลกระทบทางด้านบวกที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมภายในหรือข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ หรือสิ่งที่ธุรกิจสามารถทำได้ดี ซึ่งแต่ละธุรกิจจะต้องทราบถึงความสามารถที่เป็นจุดเด่นของตน เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางในการดำเนินงานต่าง ๆ ให้ธุรกิจมีความโดดเด่น หรือสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างไปจากคู่แข่งชั้นจุดแข็ง ที่เป็นปัจจัยภายในที่จะช่วยทำให้การดำเนินงานของธุรกิจประสบผลสำเร็จ

จุดอ่อน (Weaknesses) คือ ผลกระทบทางด้านลบที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายในหรือข้อเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจ หรือสิ่งที่ธุรกิจไม่สามารถกระทำได้ดี ซึ่งเป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องของธุรกิจ โดยที่ธุรกิจจะต้องหาวิธีในการแก้ไขปัญหานั้น

โอกาส (Opportunities) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ ส่งผลทางด้านบวกต่อการดำเนินธุรกิจ โดยองค์กรธุรกิจจะต้องมีการตรวจสอบ รวมทั้งต้องคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย เทคโนโลยี และการแข่งขันเพื่อแสวงหาประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมเหล่านี้

อุปสรรค (Threats) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นภัยคุกคาม หรือมีผลเสียต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ แต่ธุรกิจสามารถหาทางป้องกันผลเสียที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยลงได้

ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์ SWOT ในการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อค้นหาศักยภาพของแต่ละกลุ่มจักสาน ว่าแต่ละกลุ่มมีความสามารถ มีศักยภาพ หรือมีปัญหาข้อบกพร่องในเรื่องใดบ้าง ซึ่งในการรวมตัวกันเป็นเครือข่าย เราสามารถนำข้อดี หรือส่วนที่เป็นจุดเด่น จากกลุ่มหนึ่งไปช่วยแก้ไขปัญหา ที่เป็นจุดอ่อนของอีกกลุ่มหนึ่งได้ ถือว่าเป็นการช่วยส่งเสริมเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์สำคัญของการสร้างเครือข่าย

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์

ทัศนีย์ กำเนิดสิงห์ (ม.ป.ป.) ได้นำเสนอ กระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ดังนี้

1. วิสัยทัศน์ (Vision) หมายถึง ความคาดหวังในอนาคตขององค์กรที่ต้องการจะเป็น ความคาดหวังที่องค์กรคาดหวังให้เกิดขึ้นในอนาคต ลักษณะของวิสัยทัศน์ที่ดี จะต้องมีความชัดเจน การปฏิบัติงานเป็นภาพเชิงบวก ชูใจ และดึงดูดใจ สอดคล้องกับค่านิยมขององค์กร แนวโน้มในอนาคต มีความชัดเจน และนำไปสู่การปฏิบัติได้ โดยทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมในการกำหนด

2. พันธกิจ (Mission) หมายถึง การกำหนดขอบเขตงาน หรือบทบาทหน้าที่อย่างกว้าง ๆ ที่องค์กรต้องทำเพื่อให้องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้

3. เป้าประสงค์ (Goal) หมายถึง การกำหนดเป้าหมาย หรือจุดมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์ หรือเป้าประสงค์ จากวิสัยทัศน์ ซึ่งแสดงถึงสิ่งที่ต้องการในอนาคต ต้องพยายามทำให้เกิดขึ้น หรือผลสำเร็จที่องค์กรต้องการบรรลุ โดยสอดคล้องกับพันธกิจที่กำหนดไว้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

1. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

กนกอร อ่อนเรือง (2556) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการแสวงหาเป้าหมาย สร้างคุณค่า และสามารถสร้างผลงานให้เหนือกว่าคู่แข่ง จากการผลิต หรือการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้า

จันทร์เพ็ญ ชาประดิษฐ์ (2557) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานขององค์กรที่เหนือกว่าคู่แข่ง ตลอดจนการสร้างผลงานที่ดีกว่า ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพ ความรวดเร็ว การตอบสนองต่อลูกค้า การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า

ชนิตา สมศักดิ์ (2558) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง สิ่งที่องค์กรมีเหนือกว่าคู่แข่ง จากการผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสินค้าและบริการที่จะเป็นสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพได้ก็ต่อเมื่อมี 1) ความยากที่จะเลียนแบบ 2) สามารถประยุกต์ได้หลายสถานการณ์ 3) มีเอกลักษณ์เฉพาะ 4) มีความเหมาะสม 5) เป็นผู้นำทางการแข่งขันจึงจะทำให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการให้อยู่รอดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สมชาย สุจา (2558) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการสร้างผลงานให้เหนือกว่าองค์กรอื่น จากการผลิตสินค้า หรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่า โดยพื้นฐานสำคัญของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันก็คือความเหนือกว่าในด้านนวัตกรรม คุณภาพ ประสิทธิภาพ และการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสามารถทำให้ดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นภัสชัย ภูริพัทธ์ เพ็ชรบัว (2558) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง การที่องค์กรมีความสามารถที่แตกต่างจากผู้อื่น โดยมีการปรับใช้กลยุทธ์ทางการแข่งขันที่เหมาะสมแก่องค์กร เพื่อให้มีผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่ง อันนำไปสู่การเป็นผู้นำการตลาดและองค์กรอื่น ไม่สามารถเลียนแบบได้ หรือทำได้ไม่ดีเท่านั่นเอง

พรพิมล แผ่นผา (2559) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรที่สร้างผลงานเหนือองค์กรอื่น ในเรื่องของการผลิตสินค้า และบริการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์กรต้องสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง 3 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์การเน้นตลาดเฉพาะส่วน

การศึกษาครั้งนี้จึงสรุปว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ ความสามารถในการดำเนินงานขององค์กรให้มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นการผลิตสินค้า หรือการให้บริการ จะต้องมีความแตกต่าง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ สามารถสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

2. ประเภทของความได้เปรียบทางการแข่งขันและการพัฒนาที่ยั่งยืน

Dess, Lumpkin and Eisner (2007) ได้นำเสนอ กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันของ Michael Porter 3 กลยุทธ์ ซึ่งมีศักยภาพที่จะทำให้บริษัทแข็งแกร่งกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันได้ มีดังนี้

2.1 การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ขึ้นอยู่กับการสร้างตำแหน่งที่มีต้นทุนต่ำ บริษัทต้องจัดการความสัมพันธ์ตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่าและลดต้นทุนตลอดทั้งห่วงโซ่ การเป็นผู้นำด้านต้นทุนโดยรวม ต้องใช้กลวิธีที่ประกอบด้วย

2.1.1 การสร้างความมั่นใจที่มีประสิทธิภาพในระดับสูง

2.1.2 การแสวงหาการลดต้นทุน

2.1.3 การควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่าย

2.1.4 การลดต้นทุนในทุกกิจกรรมในห่วงโซ่ เช่น การวิจัยและพัฒนา การบริการ พนักงานขาย และการโฆษณา

2.2 การสร้างความแตกต่าง เป็นสิ่งที่บริษัทจำเป็นต้องมี เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีเอกลักษณ์และมีคุณค่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ประกอบด้วย การสร้างความแตกต่างในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการ โดยการสร้างสิ่งที่เป็นที่รับรู้กันทั่วทั้งอุตสาหกรรม ว่ามีความเป็นเอกลักษณ์และมีคุณค่า การสร้างความแตกต่าง อาจมีได้หลายรูปแบบ

2.2.1 ภาพลักษณ์หรือตราสินค้า

2.2.2 เทคโนโลยี

2.2.3 นวัตกรรม

2.2.4 คุณสมบัตินี้

2.2.5 เครือข่ายตัวแทนจำหน่าย

2.3 กลยุทธ์การมุ่งเน้น คือ การมุ่งความสนใจไปยังสายผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้ซื้อ ตลาดเป้าหมายตามภูมิศาสตร์ และจะต้องบรรลุความได้เปรียบทางการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างหรือความเป็นผู้นำด้านต้นทุน สาระสำคัญของกลยุทธ์การมุ่งเน้น คือ การใช้ประโยชน์จากช่องทางการตลาดเฉพาะ กลยุทธ์การมุ่งเน้น มี 2 แบบ ได้แก่

2.3.1 การมุ่งเน้นในด้านต้นทุน บริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างความได้เปรียบทางด้านต้นทุน การมุ่งเน้นด้านต้นทุนเป็นการใช้ประโยชน์จากความแตกต่างของพฤติกรรมต้นทุนในบางกลุ่ม

2.3.2 การมุ่งเน้นในการสร้างความแตกต่าง บริษัทพยายามที่จะสร้างความแตกต่างในตลาดเป้าหมาย การมุ่งเน้นที่การสร้างความแตกต่างเป็นการใช้ประโยชน์จากความต้องการพิเศษของผู้ซื้อในกลุ่มต่าง ๆ

2.3.3 กลยุทธ์การผสมผสาน: การบูรณาการด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

ประโยชน์สำคัญสำหรับบริษัท ที่รวมกลยุทธ์ต้นทุนต่ำและการสร้างความแตกต่าง คือ ความยากลำบากสำหรับคู่แข่งที่จะทำซ้ำหรือลอกเลียนแบบ กลยุทธ์นี้จะช่วยทำให้บริษัท สามารถมอบคุณค่าสองอย่างให้แก่ลูกค้า ได้แก่ คุณลักษณะที่แตกต่าง และราคาที่ต่ำกว่า เป้าหมายของกลยุทธ์นี้ คือ การมอบคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์ให้กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ บางบริษัทสามารถบรรลุข้อได้เปรียบทั้งสองอย่างพร้อมกัน เช่น คุณภาพที่เหนือกว่าสามารถนำไปสู่ต้นทุนที่ต่ำกว่า

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่าย

เหมวดี กายใหญ่ (2552) ได้ทำการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการและการสร้างเครือข่ายการค้าของกลุ่มอาชีพทอผ้าเทศบาลตำบลนาอ้อ อำเภอเมือง จังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและความเป็นมาของกลุ่มอาชีพทอผ้า และหารูปแบบการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและการสร้างเครือข่ายการค้ากลุ่มอาชีพทอผ้าเทศบาลตำบลนาอ้อ อำเภอเมือง จังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบกลุ่มอาชีพทอผ้าจะเข้มแข็งได้ต้องประกอบด้วย 1) ผู้นำกลุ่มที่มีความเสียสละอดทน 2) สมาชิกกลุ่มอาชีพมีความกระตือรือร้น 3) รูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพมีโครงการสร้างที่ชัดเจน 4) รู้จักนำภูมิปัญญาในกลุ่มอาชีพมาใช้ในการสร้างความโดดเด่น 5) ชุมชนส่งเสริมกลุ่มอาชีพทอผ้า 6) ได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ และยังพบว่าการศึกษาการสร้างเครือข่ายการค้าเป็นแบบพันธมิตรทางการค้าช่วยให้ผู้ผลิตผู้ขายวัตถุดิบ ผู้ขายสินค้า ร่วมมือกันเป็นเครือข่ายส่งผลให้เพิ่มช่องทางการขายมากขึ้นลดต้นทุนวัตถุดิบ นำไปสู่การสร้างเศรษฐกิจเข้มแข็งให้กับกลุ่มอาชีพและชุมชน

นภาพรธณ พัฒนฉัตรชัย และคณะ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่องศักยภาพทางธุรกิจและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของกลุ่มธุรกิจชุมชน การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพและลักษณะการดำเนินการทางธุรกิจของธุรกิจชุมชนในปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษาการสร้างรูปแบบเครือข่ายทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจชุมชนประเภทผ้าไหมแต่ละกลุ่ม เพื่อตั้งศักยภาพที่มีอยู่ภายในกลุ่มให้มีความเด่นชัด และเพื่อหาประเด็นการใช้ประโยชน์ร่วมกัน พบว่า แต่ละกลุ่มมีจุดเด่น จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งจุดเด่นของกลุ่มหนึ่งสามารถนำไปช่วยเหลือหรือสนับสนุนจุดอ่อนของอีกกลุ่มหนึ่งได้ และจุดเด่นของแต่ละกลุ่มสามารถหนุนเสริมซึ่งกันและกัน การพัฒนาการสร้างเครือข่าย ผู้วิจัยได้พิจารณาตามประโยชน์ของการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ 6 ด้าน ได้แก่ 1) การเข้าถึงเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้เทคนิคและ

วิธีการบริหาร 2) การแบ่งปันหน้าที่ร่วมผลิตสินค้าที่มีความซับซ้อน 3) การแบ่งปันหน้าที่ตามความชำนาญพิเศษ 4) การร่วมเจรจาต่อรอง 5) การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด 6) การลดต้นทุน เพื่อแสวงหาความร่วมมือในด้านต่าง ๆ และผู้วิจัยได้พิจารณาการสร้างกลุ่มเครือข่ายโดยคำนึงถึงพื้นที่หรือที่ตั้งของกลุ่มธุรกิจที่อยู่ใกล้เคียงกันเพื่อความสะดวกในการไปมาหาสู่และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งสามารถจัดกลุ่มเครือข่ายได้ 3 กลุ่ม

มนต์ชัย เพียรทำ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผ้าชิต: การสร้างเครือข่ายและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานวัฒนธรรมภาคอีสาน การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความเป็นมา สภาพปัจจุบันและปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้าชิตชุมชนในภาคอีสาน การสร้างเครือข่ายและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานวัฒนธรรมภาคอีสาน ผลการวิจัยพบว่า การสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ผ้าชิต ของชุมชนในภาคอีสาน จะเห็นว่าแต่ละชุมชนมีการรวมกลุ่มเป็นธุรกิจชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มสมาชิกเครือข่ายได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความคิด องค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการและคุณภาพผลิตภัณฑ์ร่วมกันของกลุ่มสมาชิกในเครือข่าย มีการจัดโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน มีการสร้างรูปแบบการดำเนินงานภายใต้ข้อตกลงร่วมกัน บทบาทหน้าที่ กำหนดความรับผิดชอบ มีการตั้งกฎเกณฑ์ ระเบียบเพื่อใช้ในการดำเนินงานและให้สมาชิกปฏิบัติร่วมกัน มีหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาร่วมเครือข่ายให้การสนับสนุน ลักษณะของเครือข่ายมีลักษณะเป็นเครือข่ายผลิตภัณฑ์และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เป็นเครือข่ายกิจกรรมการผลิตทั้งในและนอกพื้นที่ เครือข่ายการตลาดโดยมีแหล่งจำหน่ายอยู่ทั่วไป เครือข่ายสนับสนุนทุนโดยได้รับการสนับสนุนทุนจากแหล่งทุนต่าง ๆ เครือข่ายกิจกรรมจะเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพของเครือข่ายโดยการฝึกอบรมและการศึกษาดูงาน ส่วนแนวทางการสร้างเครือข่ายของทั้ง 3 ชุมชน คือ การสร้างเครือข่ายความคิด การสร้างเครือข่ายกิจกรรม การสร้างเครือข่ายสนับสนุนทุน และการสร้างเครือข่ายพื้นที่ นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าชิตเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานวัฒนธรรมภาคอีสาน ผู้วิจัยได้แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งมีการอบการดำเนินการ คือ ด้านวัตถุดิบ เครื่องมือการผลิต ขั้นตอนการผลิต เอกลักษณ์ ราคาต้นทุน/ราคาจำหน่าย การออกแบบ และบรรจุภัณฑ์ นำไปสู่การกำหนดรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เกิดการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจ

พระดาวเหนือ บุตรสีเทา (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสร้างเครือข่าย และการจัดการเครือข่ายในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาของชุมชนบ้านพบธรรมนำสุข อำเภอทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบเครือข่ายมี 2 รูปแบบ คือ เครือข่ายระดับชุมชน/เครือข่ายเชิงพื้นที่ และเครือข่ายระดับบุคคล ขั้นตอนการสร้างเครือข่ายมี 5 ขั้นตอน ได้แก่

ตระหนักถึงปัญหาและสำนึกการรวมตัวเป็นเครือข่าย มีปฏิสัมพันธ์อันดีต่อกัน สร้างความไว้วางใจ การแสวงหาแกนนำที่ดี การสร้างแนวร่วมสมาชิกเครือข่าย แนวทางการจัดการเครือข่ายมีการจัดการใน 2 ขั้นตอน คือ การสร้างความเป็นองค์การเครือข่าย และการทำให้เกิดความมั่นคง และการรักษาความต่อเนื่องของการเป็นองค์การเครือข่าย

อังกาบ บุญสูง (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการสร้างเครือข่ายชุมชนหัตถกรรมจักสานจังหวัดอุดรดิตถ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายชุมชนหัตถกรรมจักสานจังหวัดอุดรดิตถ์ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ใช้กระบวนการในการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ในการดำเนินการวิจัยศึกษาบริบทของชุมชน ผลิตรภัณฑ์ และมีการประชุมกลุ่มย่อย โดยการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่ม ทำการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ สังเคราะห์เนื้อหา โดยการวิจัยนี้ทำการศึกษาชุมชนหัตถกรรมจักสานจังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผลิตรภัณฑ์จักสานผักตบชวาทุ่งเศรษฐี อำเภอเมือง กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเต่าไหเหนือ อำเภอพิชัย กลุ่มจักสานหมวกนาอิน และกลุ่มจักสานหมวกไม้ไผ่ อำเภอน้ำปาด ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพของชุมชนหัตถกรรมจักสานมีหลายด้าน ได้แก่ 1) ทูทางวัฒนธรรมที่เกิดจากภูมิปัญญาด้านการจักสาน 2) ทูทางสังคมในการรวมกลุ่มของคนในชุมชน และ 3) ทูทางทรัพยากรธรรมชาติในเรื่องความหลากหลายทางชีวภาพซึ่งสมาชิกในชุมชนนำศักยภาพของตนมาบูรณาการร่วมกันจนก่อให้เกิด “เครือข่ายชุมชนหัตถกรรมจักสาน” ความสามารถที่จะพัฒนามาให้มีขีดความสามารถได้อย่างต่อเนื่องจำเป็นต้องมีองค์ประกอบ ดังนี้ การมีแกนนำกลุ่มที่เข้มแข็ง การมีเป้าหมายชัดเจน การเคารพกฎ ระเบียบ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน มีการแบ่งปันทรัพยากร มีการทำกิจกรรมร่วมกัน มีความรู้สึกเป็นพี่เป็นน้อง และมีความไว้วางใจกัน ซึ่งจากกระบวนการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน มีความเอื้ออาทรกันจนก่อให้เกิด “เครือข่ายชุมชนหัตถกรรมจักสานจังหวัดอุดรดิตถ์” จำนวน 4 เครือข่าย ที่เป็นไปตามความต้องการของสมาชิก ได้แก่ เครือข่ายจัดซื้อวัตถุดิบ เครือข่ายข้อมูลข่าวสาร เครือข่ายการเรียนรู้ และเครือข่ายการจัดจำหน่ายผลิตรภัณฑ์ ส่งผลให้เกิดการยกระดับขีดความสามารถของชุมชนหัตถกรรมจักสานจังหวัดอุดรดิตถ์

ชัยัญญาภัค หล้าแหล่ง และคณะ (2561) ได้ทำการศึกษา การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดชุมพร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของศักยภาพในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจที่มีต่อตัวแปรตาม ได้แก่ ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ และทดสอบปัจจัยสาเหตุ ได้แก่ จิตสำนึกการพึ่งพาและร่วมมือกันของผู้นำ ความเชื่อถือไว้วางใจของภาคี กลไกการติดต่อสื่อสาร

ที่สามารถเข้าถึงภาคี การจัดการความรู้และระบบการบริหารจัดการเครือข่าย ผลการวิจัยพบว่า จิตสำนึกการพึ่งพาและร่วมมือกันของผู้นำ ความเชื่อถือไว้วางใจของภาคี กลไกการติดต่อสื่อสารที่สามารถเข้าถึงภาคี การจัดการความรู้และระบบการบริหารจัดการเครือข่าย ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อศักยภาพในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ศักยภาพการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจทางธุรกิจส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

วีราวรรณ มารังกุล และปรีชญา ชุมศรี (2550) ได้ทำการศึกษาการตลาดและการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการหัตถกรรม จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการตลาดของผู้ประกอบการหัตถกรรมที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน และศึกษากลยุทธ์การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการหัตถกรรมเพื่อหาโอกาสทางการตลาด เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของสินค้าหัตถกรรม ผลการศึกษาพบว่า การผลิตผลิตภัณฑ์ใยตาลมี 2 ลักษณะ คือการทอและการจักสาน มีลักษณะหลากหลายรูปแบบ ตลาดของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การขายสินค้าตามงานเทศกาลต่าง ๆ การรับคำสั่งซื้อ และการฝากขาย กลยุทธ์สำคัญของการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ

- 1) กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน ทางกลุ่มมีต้นทุนวัตถุดิบที่ต่ำมาก คือสามารถรวบรวมกาบตาลโดนดที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในหมู่บ้าน ส่วนแรงงานในการผลิตจะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุและแรงงานนอกภาคการเกษตรจึงทำให้ผลิตภัณฑ์มีราคาต่ำ นำไปสู่การมีกำไรที่สูง ส่วนเครื่องตีเส้นใยตาลและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ
- 2) กลยุทธ์ความแตกต่าง ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีลักษณะเด่นเฉพาะ เนื่องจากใยตาลมีลักษณะเหนียวและแข็ง มีความทนทาน อายุการใช้งานสูง กระบวนการผลิตเส้นใยตาลต้องใช้ความพยายาม และเวลานาน การย้อมสีเส้นใยและการออกแบบมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ชัดเจน ลูกค้าส่วนใหญ่รับรู้ว่าคุณค่าใยตาลเป็นผลิตภัณฑ์ที่สวยงามเหมาะแก่การใช้งาน
- 3) กลยุทธ์มุ่งเฉพาะกลุ่ม ได้ยึดลูกค้าเป็นสำคัญ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าใยตาลประกอบไม้ โลหะ และหนัง ราคาตั้งแต่ 600 บาท ถึง 3,000 บาท กลุ่มลูกค้าคือผู้หญิงวัยทำงาน ซึ่งมีความชอบและรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์สูงมาก ตลาดส่วนนี้เป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงถึงแม้ว่าจะเป็นตลาดส่วนเล็กก็ตาม กลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมใยตาล มีโอกาสประสบความสำเร็จสูง เนื่องจากสามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันได้และได้รับการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายมีความสามารถในการแข่งขันจนอยู่รอดและยั่งยืน

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และสุรัชย์ อุตมอ่าง (2554) ได้ทำการศึกษาการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย ความสำเร็จในการดำเนินงานผลกระทบและความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน อยู่ในระดับมากเนื่องจากการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันถือเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจในยุคที่การแข่งขันมีความรุนแรง ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ และการกำหนดนโยบายในการแข่งขันที่ชัดเจนจะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งจะช่วยสร้างขีดความสามารถและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่ง

วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และวัลยา กำรามัญ (2560) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กรณีศึกษา: บ้านลูกประคบสมุนไพร อำเภอลำปาง จังหวัดลำปาง การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินงานของศูนย์การเรียนรู้สินค้า (OTOP) บ้านลูกประคบสมุนไพร อ.ลำปาง จ.ลำปาง 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของศูนย์การเรียนรู้สินค้าบ้านลูกประคบสมุนไพร ผลการศึกษาพบว่า 1) การดำเนินธุรกิจเป็นการบริหารจัดการแบบธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) 2) การศึกษากลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่า ธุรกิจมีจุดแข็ง คือ สินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ราคาต้นทุนการผลิตถูกกว่าเจ้าอื่น ส่วนจุดอ่อน คือ ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก และโอกาสของธุรกิจลูกประคบสามารถขยายฐานการค้าไปยังต่างประเทศได้แล้ว แต่ยังมีอุปสรรคในเรื่องของการขนส่งสินค้าและธุรกิจได้นำเอากลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ 1) กลยุทธ์ความแตกต่าง พบว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์ลูกประคบมีขนาดที่หลากหลายน้อยอยู่กับความต้องการใช้งานของลูกค้า และได้คิดค้นการสร้างแตกต่างจากผู้ค้ารายอื่นในเรื่องของสูตรสมุนไพรหรือนวัตกรรมที่ทันสมัยควบคู่ไปกับการคงเอกลักษณ์ลวดลายไทยของผลิตภัณฑ์ เพื่อป้องกันการตามทันของคู่แข่งและสร้างความเหนือการคาดหมายของคู่แข่ง 2) กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน พบว่า มีการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ไม่ได้แตกต่างกันมาก

และมีระยะห่างของราคาที่เหมาะสม กิจการกำหนดราคาโดยการอิงราคา คุณภาพ และขั้นตอนการผลิตเป็นสิ่งสำคัญ การตั้งราคาจะคำนวณต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ รวมถึงผลกำไรที่จะได้รับ 3) กลยุทธ์การจัดจำหน่าย พบว่า กลยุทธ์การจัดจำหน่ายมี 2 ช่องทาง คือ การขายตรง และขายผ่านตัวแทน โดยผู้ประกอบการมีหน้าร้านเป็นของตัวเองทำให้เกิดความน่าเชื่อถือและมีการออกร้านตามงานจัดแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ ศูนย์ขายของฝาก แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ ส่วนการขายผ่านตัวแทน ทำให้กระจายสินค้าได้มาก เนื่องจากที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง มีกลุ่มลูกค้าทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด รวมไปถึงชาวต่างชาติ ที่มักจะทำการซื้อกลับไป และมีการสั่งเป็น Order เข้ามาในภายหลังเนื่องจากความชอบในตัวผลิตภัณฑ์ 4) กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย พบว่า ได้ใช้กลยุทธ์การลดราคา แจกของแถม มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการออกแสดงสินค้าในงานต่าง ๆ หรือบริการนวดให้ฟรี เพื่อให้เห็นถึงวิธีการใช้ และการทำงานของสินค้าแบบเห็นผลทันตา ดึงดูดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความจงรักภักดีของลูกค้าเดิม และเชิญชวนให้ลูกค้าใหม่มาใช้บริการมาใช้เป็นแบบอย่างในการดำเนินธุรกิจ จึงทำให้สามารถดำเนินธุรกิจให้มีความอยู่รอดและประสบความสำเร็จ เป็นผู้ครองตลาดและครองใจผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่า การสร้างเครือข่ายเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มธุรกิจที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน โดยให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เชื่อมโยงและเสริมกิจการซึ่งกันและกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน คือ การเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน Porter เชื่อว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นหน่วยที่เล็กที่สุดของระบบเศรษฐกิจ ถ้าสามารถเพิ่มผลิตภาพให้สูงขึ้นได้ย่อมทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน และนำไปสู่การยกระดับในการสร้างความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น (สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, ม.ป.ป)

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาการสร้างเครือข่ายจักษุสถานเพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขัน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) นอกจากนี้ยังใช้ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิเป็นองค์ประกอบ ในการวิเคราะห์รวมทั้งมีผลวิจัยอื่น ๆ ช่วยสนับสนุนให้งานวิจัยครั้งนี้มีเหตุผล และมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ในบทนี้จะมีเนื้อหาตั้งหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มี 3 กลุ่ม ดังนี้

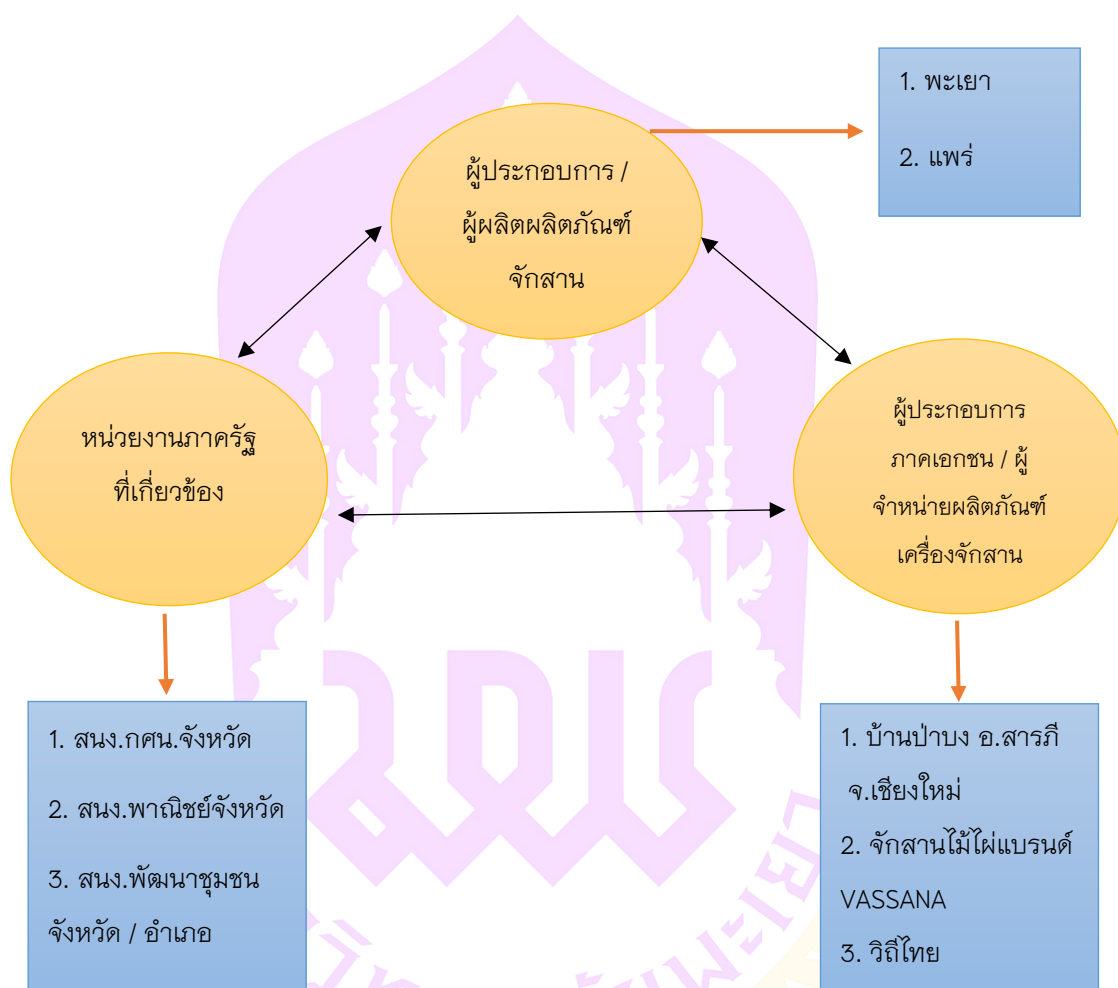
กลุ่มที่ 1 คือ ผู้ประกอบการธุรกิจหัตถกรรมจักษุสถาน ในจังหวัดพะเยาจำนวน 68 กลุ่ม (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพะเยา, 2562) จังหวัดแพร่ มี 21 กลุ่ม (ไทยตำบล ดอท คอม, 2562) รวมเป็นประชากรทั้งหมด 89 กลุ่ม ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) จำนวน 15 กลุ่ม หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลจนถึงจุดอิ่มตัว ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบก๊อมนิมะหรือแบบลูกโซ่ (Snowball or Chain Sampling) เนื่องจากผู้วิจัยไม่มีเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจจักษุสถาน จึงเลือกตัวอย่างโดยอาศัยการแนะนำ หรือบอกต่อจากตัวอย่างหนึ่งไปสู่ตัวอย่างอื่น ๆ โดยขั้นตอนแรก ผู้วิจัยจะต้องหาตัวอย่างเริ่มแรกให้ได้ก่อน โดยจะเริ่มจากการค้นหาว่าใครที่มีความรู้ในประเด็นที่จะศึกษามากที่สุด เมื่อได้ตัวอย่างแรกแล้ว ผู้วิจัยก็จะสอบถามตัวอย่างถัดไปจากกลุ่มตัวอย่างแรก เกี่ยวกับประเด็นการวิจัย ทำให้ได้ตัวอย่างที่ 2 และใช้วิธีเดียวกันนี้เพื่อหาตัวอย่างอื่นต่อไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะได้กลุ่มตัวอย่าง หรือข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการ โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลควบคู่กันไปอย่างต่อเนื่อง จนถึงจุดอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) กล่าวคือ ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมนั้นสามารถนำไปค้นหารูปแบบ หรือสร้างข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ โดยไม่พบแนวคิด รูปแบบ หรือข้อค้นพบอื่น ๆ ที่จะทำให้ข้อมูลเกิดความซ้ำซ้อน โดยเลือกผู้ประกอบการธุรกิจหัตถกรรมจักษุสถานในจังหวัดพะเยา 10 กลุ่ม จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 68 กลุ่ม และจังหวัดแพร่ 5 กลุ่ม จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 21 กลุ่ม โดยใช้วิธีการ

เลือกขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ Nastasi and Schensul (2005) โดยหลักการคร่าว ๆ ในการกำหนดขนาดตัวอย่างของแนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักหรือการสัมภาษณ์เชิงลึก ควรมีการสัมภาษณ์ประมาณ 5-30 บุคคล (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559)

กลุ่มที่ 2 คือ หน่วยงานภาครัฐ เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีบทบาทสำคัญ ที่จะช่วยส่งเสริมและเสนอแนะแนวทางให้มีการสร้างและพัฒนาเครือข่ายให้ประสบความสำเร็จ และให้ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานเพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐเหล่านี้เป็นหน่วยงานที่กำกับดูแล ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนส่งเสริม และให้ความรู้ กับผู้ประกอบการในจังหวัด ให้ผู้ประกอบการเหล่านี้มีความเข้มแข็ง และสร้างความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ใช้การเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างโดยคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด / อำเภอ จำนวน 3 หน่วยงาน

กลุ่มที่ 3 คือ ผู้ประกอบการในภาคเอกชน เป็นแบบอย่างความสำเร็จในด้านต่าง ๆ แบบอย่างเรื่องรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย รูปแบบการทำการตลาดออนไลน์ จากการศึกษา ค้นคว้าข้อมูล พบว่า 1) จักสานไม้ไผ่หมู่บ้านป่าบาง จ.เชียงใหม่ เป็นหมู่บ้านหัตถกรรมจักสานที่มีความเป็นเอกลักษณ์แบบล้านนา มีการผลิตที่เน้นคุณภาพ รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์มีความเป็นธรรมชาติ มีความโดดเด่น และทันสมัย สร้างรายได้ให้กับชุมชน และยังเป็นตัวอย่างในเรื่องของการรวมตัวกันเพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการทำราคาให้กับพ่อค้าคนกลางด้วย 2) จักสานไม้ไผ่ แบรินต์ VASSANA ผู้สร้างสรรค์งานจักสานไม้ไผ่ในมุมมองใหม่ ที่มีการพัฒนาดีไซน์ให้เข้ากับยุคสมัย สร้างคุณค่าให้กับผลงาน มีการวิจัยคิดค้นวิธีสานแบบใหม่ที่มีลวดลายที่สร้างเอกลักษณ์ให้กับแบรินต์ Vassana และยังมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการทำชิ้นส่วนงานจักสานต่าง ๆ จากกลุ่มชาวบ้านมากกว่า 20 พื้นที่ทั่วภาคเหนือ โดยพยายามขยายเครือข่ายออกไปเพื่อให้มีช่างฝีมือเพียงพอต่อการผลิตสินค้า ออกสู่ตลาดสร้างรายได้ให้กับครอบครัว และชุมชนได้ (ธนาวิดี แทนเพชร, 2561, สื่อออนไลน์) 3) วิถีไทย (VT Thai) สตาร์ทอัพดาวรุ่งเพิ่มคุณค่า “จักสานไทย” ดึงไกลทั่วโลกด้วยการสร้างเรื่องราว และ Online งานจักสานที่มีการออกแบบด้วยดีไซน์ที่สวยงาม และทันสมัย เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ เป็นผู้ริเริ่มทำศูนย์กลางงานจักสานแบบ E-Commerce ช่องทาง การขายสินค้าออนไลน์ วิถีไทยเปิดกว้างสำหรับสินค้าจักสานของชุมชน สามารถนำสินค้ามาฝากขายได้ และยังช่วยดูแลกระบวนการ

ออกแบบ และสร้างแบบรนต์ให้กับสินค้าจักสานของชุมชนอีกด้วย (วิถิไทย, 2560, สื่ออนไลน์) ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ใช้การเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างโดยคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล



ภาพ 1 เครือข่ายจักสาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ซึ่งข้อดีของการใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง คือ เป็นการสัมภาษณ์ที่มีการวางแผนไว้อย่างเป็นขั้นเป็นตอน มีการกำหนดประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็นเครื่องชี้นำการสัมภาษณ์ รูปแบบคำถามมีลักษณะแบบปลายเปิด มีความยืดหยุ่นพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม และเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีอิสระในการตอบคำถาม ได้พูดเนื้อหาอื่นที่อาจเป็นประโยชน์และมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ผู้สัมภาษณ์ต้องการ ส่วนข้อเสียของการใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง คือ ข้อมูลที่ได้ อาจไม่ใช่ข้อมูลจริง หรืออาจได้ข้อมูลไม่เพียงพอ หากผู้สัมภาษณ์ไม่มีทักษะในการเจาะลึกเพื่อให้ได้ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลทำได้ยากกว่าการใช้แบบสอบถาม ความสำเร็จในการเก็บข้อมูลขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้สัมภาษณ์ ต้องใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลมาก

โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจักสาน ในจังหวัดพะเยา 10 กลุ่ม จังหวัดแพร่ 5 กลุ่ม รวมเป็นจำนวน 15 กลุ่ม หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 หน่วยงาน และเก็บข้อมูลผู้ประกอบการในภาคเอกชน จำนวน 3 แห่ง จากเว็บไซต์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษานั้น ผู้วิจัยได้นำประเด็นคำถามต่าง ๆ ในกระบวนการการศึกษาเชิงคุณภาพมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนทั้งหมด 15 กลุ่ม หน่วยงานภาครัฐ 3 หน่วยงาน โดยผู้วิจัยได้ติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการธุรกิจจักสาน หน่วยงานภาครัฐ เพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์ด้วยตัวเอง และผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลของผู้ประกอบการในภาคเอกชน 3 แห่ง จากเว็บไซต์เพื่อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และประเด็นที่สนใจ โดยแบ่งประเภทของการเก็บข้อมูลเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ ขั้นตอนที่ 1 ดำเนินการสัมภาษณ์ โดยการใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจจักสาน ในจังหวัดพะเยา 10 กลุ่ม จังหวัดแพร่ 5 กลุ่ม รวมเป็นจำนวน 15 กลุ่ม โดยทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง ณ สถานที่อยู่ของผู้ถูกสัมภาษณ์ ทำการบันทึกข้อมูลด้วยวิธีการจด และการบันทึกเสียง สัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับ ลักษณะทั่วไป ความเป็นมาของการประกอบการธุรกิจ วัฒนธรรมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ สภาพความเป็นเครือขาย แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือขาย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และปัญหาต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการ การตลาด การผลิต และการจัดการ

เงินทุน ทิศทางการเจริญเติบโตของธุรกิจ รวมไปถึงกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การมุ่งเน้น กลยุทธ์การผสมผสาน ที่ใช้ในดำเนินธุรกิจ

ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการสัมภาษณ์ โดยการใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยทำการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด/อำเภอ จำนวน 3 หน่วยงาน โดยทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง ณ สถานที่ทำงานของผู้ถูกสัมภาษณ์ ทำการบันทึกข้อมูลด้วยวิธีการจด และการบันทึกเสียง สัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับ แนวคิดการสร้างเครือข่าย และกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การมุ่งเน้น กลยุทธ์การผสมผสาน ที่จะช่วยพัฒนาให้ธุรกิจจักสานให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์

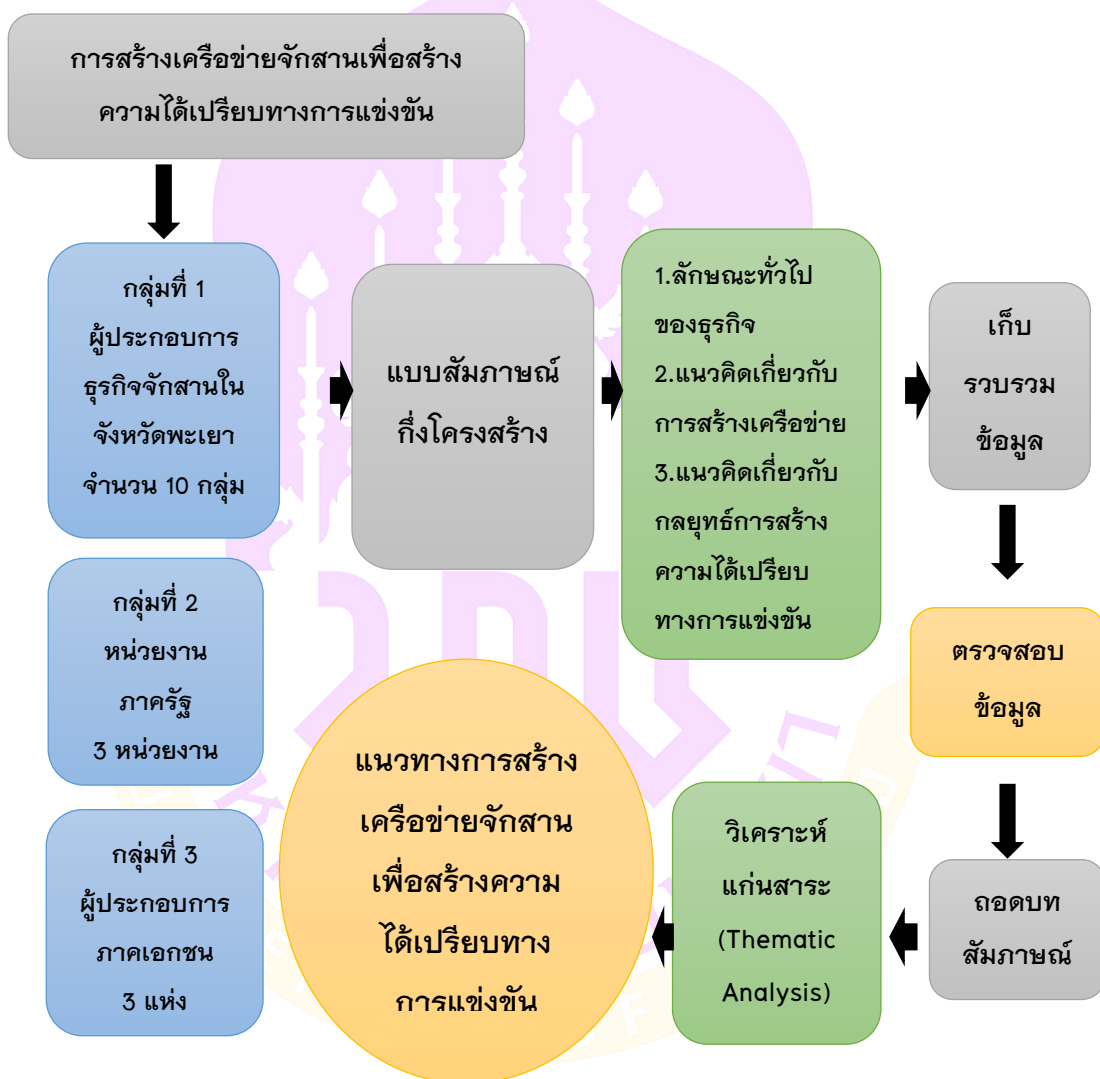
ขั้นตอนที่ 1 ดำเนินการศึกษาข้อมูลของผู้ประกอบการในภาคเอกชน จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ จักสานไม้ไผ่หมู่บ้านป่าบง จ.เชียงใหม่ จักสานไม้ไผ่ แปรนต์ VASSANA จ.เชียงใหม่ และวิถีไทย จากเว็บไซต์ โดยทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ แนวคิดการสร้างเครือข่าย และกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การมุ่งเน้น กลยุทธ์การผสมผสาน ที่จะช่วยพัฒนาให้ธุรกิจจักสานให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

การวิเคราะห์ข้อมูล

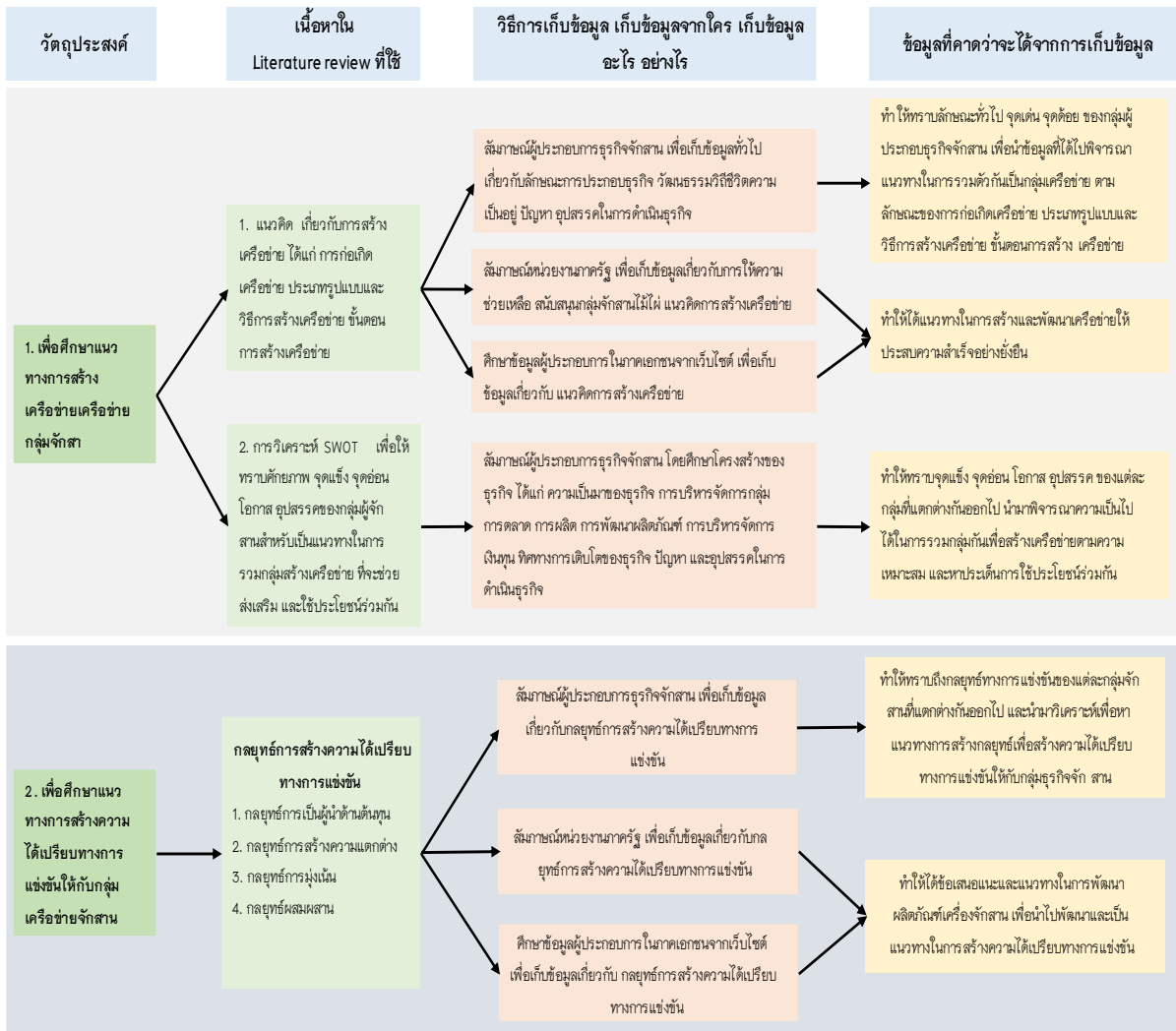
1. ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลตลอดกระบวนการวิจัยเพื่อความน่าเชื่อถือ (reliability) ของผลวิจัย ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) เพื่อตรวจสอบ และยืนยันความถูกต้อง หรือมีการเพิ่มเติมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และสอบถามผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มผู้ประกอบการอื่น เพื่อเป็นการตรวจสอบ และยืนยันว่าข้อมูลที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ และหากข้อมูลที่ได้ ได้รับการตรวจสอบแล้วพบว่า เป็นข้อมูลที่เหมือนกัน น่าเชื่อถือ และถูกต้อง ข้อมูลเหล่านั้นจะนำกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลอ่านอีกครั้ง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงตามที่ผู้ให้ข้อมูลให้สัมภาษณ์ เมื่อได้ข้อมูลและประเด็นที่ตรงกับผู้ให้ข้อมูลแต่ละครั้งแล้วทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ (กังสดาล กนกหงษ์, 2561)

2. ผู้วิจัยทำการถอดบทสัมภาษณ์ แล้วนำข้อมูลที่ได้อ่านวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) Braun and Clarke (2006) ได้เสนอรูปแบบ

กระบวนการวิเคราะห์แบบ Thematic Analysis ใช้ 6 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การทำความเข้าใจกับข้อมูล 2) การทำให้เกิดข้อมูลเบื้องต้น 3) การค้นหาแก่นสาระ 4) การตรวจสอบซ้ำแก่นสาระ 5) การระบุและตั้งชื่อแก่นสาระ 6) การจัดทำรายงาน กระบวนการวิเคราะห์แก่นสาระ มีหลายรูปแบบและยังไม่มีข้อสรุปที่ชัดเจน แต่กระบวนการ 6 ขั้นตอนนี้มีความเหมาะสมกับงานวิจัยเชิงคุณภาพ และช่วยอธิบายข้อมูลที่มีได้อย่างละเอียด



ภาพ 2 กรอบในการดำเนินงานวิจัย



ภาพ 3 การเก็บข้อมูลการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างเครือข่ายจักสานเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจจักสานแบ่งเป็น ผู้ประกอบการจักสานในจังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการในภาคเอกชน

การวิเคราะห์ SWOT

ผู้วิจัยได้ศึกษา ลักษณะการดำเนินธุรกิจของแต่ละธุรกิจจักสาน ในจังหวัดพะเยา โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis ในการค้นหาศักยภาพของแต่ละกลุ่ม

จากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจักสานในจังหวัดพะเยา จำนวน 10 กลุ่ม เกี่ยวกับลักษณะการดำเนินธุรกิจของแต่ละกลุ่มจักสาน โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis เพื่อค้นหาศักยภาพของแต่ละกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ได้ผลสรุปดังนี้

1. จุดแข็ง (Strengths)

จุดแข็ง ในภาพรวมของธุรกิจจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา คือ

1.1 ด้านการจัดการองค์กร

1.1.1 ผู้นำกลุ่ม

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 4 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า กลุ่มจะพัฒนา และประสบความสำเร็จได้ จะต้องมีผู้นำที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสม มีความเสียสละ เข้มแข็ง อดทน กล้าคิด กล้าทำ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ โดยผู้จักสานในกลุ่ม D กล่าวไว้ว่า “...ยอมรับเลย ผู้นำกลุ่มเราสุดยอด เก่ง มีความเสียสละ แก่เป็นคนรุ่นใหม่ด้วยกล้าคิดและลงมือทำสิ่งใหม่ ๆ ถ้าไม่มีผู้นำกลุ่มคนนี้ กลุ่มเราคงไม่ประสบความสำเร็จมาถึงทุกวันนี้...”

1.1.2 ศักยภาพของกลุ่มเพื่อการพัฒนาค่อนข้างสูง

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 4 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า กลุ่มจะพัฒนา และเข้มแข็งได้ สมาชิกในกลุ่มจะต้องมีความสามัคคี ร่วมแรงร่วมใจ ให้ความร่วมมือ ยอมรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน โดยผู้จักสานในกลุ่ม G กล่าวไว้ว่า “...เราทำงานจักสานด้วยกัน ใครทำออกมาไม่ดี เราจะบอกตักเตือน ติเตือนกันตามตรงเลยว่าตรงนั้นไม่ดี ตรงนี้สวย ทำแบบนี้ไม่ถูก ต้องทำ

แบบนี้ แต่ละคนก็ยินดีที่จะแก้ไขชิ้นงานเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มออกมาดีที่สุด เราได้รับออเดอร์ ตะกร้ามาจำนวนหนึ่งให้เวลาทำไม่กี่วัน เราช่วยกันทำ ตีนมาตีสาม ตีสี่ มาช่วยกันทำจนเสร็จ...”

1.2 ด้านการตลาด

1.2.1 การวางแผนการตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการ ของลูกค้า ทำให้ทราบว่าลูกค้าต้องการสินค้าแบบไหน จะนำสินค้าไปขายที่ไหน และขายให้ใคร เพื่อตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การทำเครื่องจักสานเรา จะต้องศึกษาความต้องการของลูกค้า จะต้องทราบก่อนว่าผลิตสินค้าออกมาแล้วจะนำไปจำหน่าย ให้กับใคร ลูกค้ากลุ่มไหน เพื่อจะได้ทำการผลิตให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทั้งในเรื่อง ของรูปแบบ และปริมาณที่เหมาะสม โดยผู้จักสานในกลุ่ม D กล่าวว่า “...เราต้องศึกษา ความต้องการของลูกค้า เราต้องรู้ก่อนว่าเราทำสินค้าเราจะทำขายที่ไหน ขายให้กับใคร เช่น ผลิตภัณฑ์แบบนี้เหมาะกับคนเฒ่าคนแก่ไปวัด ผลิตภัณฑ์แบบนี้เหมาะกับเอาไปใส่เอกสาร Notebook หรือ เหมาะสำหรับเอาไปใส่เครื่องสำอาง...”

1.2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบสินค้าที่มีอยู่เดิม ให้มีลักษณะที่มีความแปลกใหม่เพิ่มมูลค่าให้กับ ตัวผลิตภัณฑ์ โดยเน้นความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ โดยผู้จักสานในกลุ่ม D กล่าวว่า “...เมื่อก่อนการจักสานเริ่มแรก จะเป็นข้อ เครื่องมือทางการประมงซึ่งสานโดยผู้สูงอายุ จากนั้นจึงลองนำมาใส่หูกะเป่าธรรมดา และหลังจากนั้นก็ได้พัฒนาออกแบบโดยนำข้อ มาทำเป็นกระเป่า มีการตกแต่งด้วยการปั๊ม ปอมปอมไหมพรม หูกะเป่าประดับด้วยเชือกถัก หลากสีสันทัน และ หูกะเป่าที่ทำจากไม้ หรือ หวาย ทางกลุ่มจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน แบบใหม่อีก เราจะเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอุปกรณ์หาปลาพื้นบ้านของเราให้แหละ...”

1.2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 1 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า ช่องการจำหน่ายสินค้า ของกลุ่ม นอกจากนำสินค้าไปวางจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ที่หน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น ยังมีการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ด้วย โดยผู้จักสานในกลุ่ม D กล่าวว่า “...กลุ่มที่จะ มีการขายของผ่านทางออนไลน์ด้วย มีทั้งโพสต์รูปขายผ่านเพจ Facebook และ ไลฟ์สดผ่านทางเพจ Facebook ในเพจ Facebook เราจะมีการนำเสนอการขายสินค้า เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า โดยการสร้างเรื่องราวและคุณค่าให้กับตัวสินค้า โดยนำเสนอเรื่องราวของการช่วยเหลือ คนในชุมชนให้มีอาชีพ และมีรายได้ ซึ่งได้รับความสนใจจากลูกค้าเป็นอย่างมาก...”

1.3 ด้านการผลิต

1.3.1 การบริหารและการวางแผนการผลิต เป็นการบริหารจัดการ ควบคุม การดำเนินงานให้สอดคล้องกับกระบวนการผลิตเพื่อคุณภาพ และตอบสนองต่อความต้องการ ของลูกค้า

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 5 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า เมื่อกลุ่มได้รับคำสั่งซื้อ จากลูกค้าแล้ว จะต้องมีการบริหารจัดการ และวางแผนการผลิตเพื่อให้งานเสร็จทันตามที่ ลูกค้ากำหนด โดยผู้จักสานในกลุ่ม J กล่าวว่า “...เวลามีคนเขามาสั่งสินค้า ป้าก็จะรับงานมาแล้ว เอามากระจายต่อให้สมาชิกในกลุ่ม แบ่งงานกันไปทำบางครั้งก็นั่งรวมกลุ่มกัน ทำด้วยกันที่บ้านป้า นี้แหละ หรือใครอยากจะทำที่บ้านก็แล้วแต่ ใครทำเสร็จก่อนก็จะเอามาของมารวมไว้ที่บ้านป้า รอลูกค้ามารับ แล้วก็มาช่วยคนที่ทำไม่เสร็จ เราจะช่วยกันทำงานแบบนี้...”

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การวางแผนการผลิตที่ รวดเร็ว และใช้เวลาไม่นานจะต้องมีการแบ่งงานกันทำ สมาชิกในกลุ่มแต่ละคนมีความถนัด และความชำนาญในการทำจักสานแต่ละอย่างแตกต่างกันออกไป โดยผู้จักสานในกลุ่ม D กล่าวว่า “...เมื่อทางกลุ่มได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า ทางกลุ่มจะมีการประชุมเพื่อแบ่งงานกันทำ โดยจะ แบ่งงานให้กับสมาชิกแต่ละคนเท่า ๆ กัน ใครถนัดทำอันไหนก็ทำอันนั้น เพราะว่าเวลาทำงานที่ ตนเองถนัดเขาสามารถทำได้เร็ว และสวยงาม แล้วค่อยเอาชิ้นงานมาประกอบกัน...”

1.3.2 การจัดหาวัสดุหรือวัตถุดิบ ไม้ไผ่ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการทำจักสาน ถ้าพื้นที่ไหนที่สามารถปลูกไผ่ไว้ใช้เองได้จะช่วยประหยัดต้นทุนอย่างมาก และสามารถขายสินค้า ได้ในราคาถูก

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 4 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า วัตถุดิบเป็นส่วนสำคัญของการผลิต วัตถุดิบหลักในการทำจักสาน ก็คือไม้ไผ่ ถ้าพื้นที่ไหนที่สามารถปลูกไผ่ไว้ใช้เองได้จะช่วย ประหยัดต้นทุนอย่างมาก โดยผู้จักสานในกลุ่ม A กล่าวว่า “...ไม้ไผ่เป็นวัตถุดิบหลักในการทำ เครื่องจักสาน ไม้ไผ่ที่เราเอามาสาน เป็นไม้ไผ่ที่ปลูกในหมู่บ้านเราทั้งหมด ชาวบ้านเกือบทุกหลัง จะมีพื้นที่ไว้สำหรับปลูกไผ่เกือบทุกหลังคาเรือน แล้วแต่ใครจะมีมากหรือน้อย ผลิตภัณฑ์กลุ่มเรา เลยขายได้ราคาถูก และมีคุณภาพ เราสามารถผลิตสินค้าได้ต่อเนื่องตลอด เพราะวัตถุดิบเรา มีเยอะ ไม่มีขาด...”

1.3.3 มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิตช่วยลดต้นทุนแรงงาน

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 1 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การใช้เครื่องจักรในการทำงานจักสาน ถึงแม้ว่าเครื่องจักรที่มีจะไม่ได้มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยแต่ก็ช่วยทุ่นแรง และประหยัดเวลาได้เป็นอย่างมาก โดยผู้จักสานในกลุ่ม A กล่าวว่า “...กลุ่มจักสานของเรา

ได้รับการสนับสนุน เครื่องจักรออกจากหน่วยงานรัฐ โดยเอาตั้งไว้ที่จุดศูนย์กลางของหมู่บ้าน ใครจะใช้ก็สามารถมาใช้ได้เลย เครื่องจักรตอกช่วยได้มากเราไม่ต้องเสียเวลาไปนั่งจกตอกที่ละเส้น ๆ และยังได้เส้นตอกที่มีขนาดเท่ากันด้วย...”

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า อุปกรณ์ที่นำมาช่วยทุ่นแรงในการทำงานจักสาน ไม่ได้มีแค่เครื่องจักรเท่านั้น แต่เป็นการนำเอาวัสดุ อุปกรณ์ที่มีอยู่ในครัวเรือน นำมาดัดแปลงประยุกต์ใช้เป็นเครื่องทุ่นแรงในการทำเครื่องจักสาน โดยผู้จักสานในกลุ่ม I กล่าวว่า “...ตัวช่วยทุ่นแรงในการทำจักสาน ของเรามีการนำปิ่นโตเอามาประยุกต์ใช้ โดยนำมาเจาะเป็นรูขนาดต่าง ๆ ใช้สำหรับเหลาเส้นตอกให้มีความเกลี้ยงเกลา สวยงาม และได้เส้นตอกมีขนาดเท่ากัน...”

1.3.4 การจัดการของเสีย เป็นการนำวัสดุที่เหลือใช้จากการทำผลิตภัณฑ์หลักมาสร้างมูลค่าเพิ่ม

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การนำวัสดุที่เหลือใช้จากการจักสานเครื่องจักสานที่เป็นผลิตภัณฑ์หลัก มาทำเป็นงานจักสานชิ้นเล็ก ๆ เป็นการใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่า และยังเป็น การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ด้วย โดยผู้จักสานในกลุ่ม A กล่าวว่า “...เศษผิวไม้ไฟ หรือเศษไม้ไฟที่เหลือจากการสานเชิง ทางกลุ่มเราจะเอามาทำสินค้าใหม่ที่มีขนาดเล็ก ทำเป็นโคมไฟบ้าง ของประดับตกแต่งบ้าง เอาไปขายได้ และยังได้ราคาสูงอีกด้วย...”

1.3.5 การควบคุมและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ เป็นการควบคุม และตรวจสอบคุณภาพของสินค้าให้เป็นไปตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้ซึ่งจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 4 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การตรวจสอบจุดบกพร่อง การควบคุมคุณภาพสินค้าให้เป็นไปตามรูปแบบที่กำหนดไว้ จะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยผู้จักสานในกลุ่ม D กล่าวว่า “...ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นของกลุ่มจะต้องผ่านการตรวจสอบความเรียบร้อย โดยหัวหน้ากลุ่มทุกชิ้น ก่อนนำไปจำหน่าย หรือส่งให้กับลูกค้า ถ้าผลิตภัณฑ์ชิ้นไหนไม่ถูกต้อง หรือไม่สวยงามจะถูกกลับให้เขาไปแก้ไข ผลิตภัณฑ์จักสานเป็นงานทำมือทุกชิ้น ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นอาจจะไม่ได้มีลักษณะที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งหมด แต่การตรวจสอบนั้นเป็นการควบคุม เพื่อให้สินค้าของกลุ่มมีความเรียบร้อย และได้คุณภาพ ก่อนนำไปจำหน่ายให้กับลูกค้า...”

1.3.6 การดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ เครื่องจักรสานด้วยวิธีธรรมชาติ และวิธีตามแบบภูมิปัญญาชาวบ้านจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานมีความแข็งแรง คงทน

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 6 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การดูแลผลิตภัณฑ์จะใช้วิธีแบบพื้นบ้านง่าย ๆ ไม่ต้องใช้เครื่องมือเครื่องมือที่ทันสมัย ไม่มีการใช้สารเคมี โดยผู้จักสานในกลุ่ม H กล่าวว่า “...ผลิตภัณฑ์จักสานที่ทำเสร็จแล้ว เราจะเอาไปรมควันไฟเพื่อให้มันแห้ง แล้วนำไปตากแดด ฝั่งลมจนแห้งสนิท จะช่วยป้องกันมอด และเก็บใส่ถุงพลาสติกไว้เพื่อกันเชื้อรา...”

1.3.7 ศักยภาพการผลิต เป็นความสามารถของสมาชิกกลุ่มที่จะสามารถผลิตสินค้าให้ได้ตามความต้องการของลูกค้า

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า ศักยภาพของการผลิตจักสานนั้น ผู้จักสานจะต้องมีพื้นฐาน มีฝีมือการจักสานที่ละเอียด ประณีต มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถเรียนรู้ ตัดแปลงการทำเครื่องจักสานแบบใหม่ ๆ ตามความต้องการของลูกค้า ผู้จักสานในกลุ่ม A กล่าวไว้ว่า “...บางทีลูกค้าเขาจะส่งตัวอย่างสินค้ามาทางไลน์ เราก็จะช่วยกันแกะแบบลายสาน แล้วก็เอามาสอนคนในกลุ่ม...”

ผู้จักสานในกลุ่ม D กล่าวไว้ว่า “...ดีที่ทางกลุ่มเรามีแม่ครู พ่อครูที่เก่ง เวลาเราได้ลายจักสานใหม่ ๆ มา แม่ครูก็จะเป็นคนแกะแบบ แล้วมาสอนให้กับสมาชิกในกลุ่ม...”

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การนำวัตถุดิบจากธรรมชาติมาย้อมสีไม้ไม่ทำให้ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีความสวยงาม และปลอดภัยมากกว่าการใช้สีเคมี ผู้จักสานในกลุ่ม A กล่าวไว้ว่า “...สีน้ำตาลนี้เราได้มาจากกากกาแฟที่เหลือใช้ เอามาต้มใส่เกลือ แล้วเอาเส้นตอกลงไปแช่ พอเอามาสานทำให้ผลิตภัณฑ์ของเรามีสีสวยสวยงามไปอีกแบบ บางทีลูกค้าชอบเอาไปใส่ของกิน มันก็จะปลอดภัยด้วย...”

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า กระบวนการผลิตที่ทุกคนร่วมมือร่วมใจ ให้ความช่วยเหลือกัน ในการผลิต จะทำให้งานเสร็จเร็ว และทำได้จำนวนมาก ผู้จักสานในกลุ่ม D กล่าวไว้ว่า “...ทางกลุ่มเรา จะช่วยกันทำงาน ช่วยกันคนไม้ละมือ ตอกเรา จะซื้อสำเร็จมาเลยเพราะเราจะช่วยเหลือชาวบ้านให้เขามีรายได้ คนสานขึ้นรูปก็คนหนึ่ง คนทำหูกระเป่าก็คนหนึ่ง คนตกแต่งก็คนหนึ่ง คนปั้ผ้าในกระเป่าก็คนหนึ่ง คนทาสีเคลือบแลคก็คนหนึ่ง เราจะทำงานกันแบบนี้งานของคนไหนเสร็จก็ส่งต่อกันเป็นทอด ๆ ไป เราจะแบ่งงานกันแบบนี้ทำเป็นงาน ๆ ไป เพราะแต่ละคนเขาจะมีความเชี่ยวชาญ ในงานที่เขาถนัด เขาจะทำได้ดี และทำได้รวดเร็ว...”

1.4 ด้านการเงินและบัญชี

1.4.1 การบริหารด้านการเงิน การวางแผนด้านการเงิน และแหล่งเงินทุนที่ได้จากการระดมทุนจากสมาชิกในกลุ่ม และได้รับสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อนำมาใช้บริหารจัดการในกลุ่ม

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 4 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การบริหารการเงินเป็นการบริหารจัดการเกี่ยวกับการได้มาซึ่งเงินทุน ที่จะนำมาใช้หมุนเวียนภายในกลุ่ม และการใช้จ่ายงบประมาณของกลุ่ม ผู้จักสานในกลุ่ม A กล่าวว่า “...เริ่มแรกของการก่อตั้งกลุ่ม มีการระดมทุนจากสมาชิกในกลุ่ม และมีส่วนหนึ่งที่ได้รับสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เมื่อทางกลุ่มมีการผลิตและจำหน่ายสินค้า รายได้ส่วนหนึ่งจะถูกหักเข้ามาเป็นรายได้ของกลุ่ม นำมาใช้เพื่อสาธารณประโยชน์ ของหมู่บ้าน...”

1.4.2 ผลการดำเนินงานของกลุ่มที่มีคำสั่งซื้อจากลูกค้า ทำให้กลุ่มมีการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง ช่วยให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้ประจำ

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 4 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า ผลการดำเนินงานของกลุ่ม ประกอบไปด้วยการผลิตสินค้า การจำหน่ายสินค้า และได้รับกำไรเป็นผลตอบแทน ผู้จักสานในกลุ่ม A กล่าวว่า “...ทางกลุ่มมีคำสั่งซื้อจากลูกค้า และมีการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้สมาชิกของกลุ่มมีรายได้ประจำ...”

1.4.3 สถานภาพการเงิน การผลิตสินค้าต่อเนื่อง จะช่วยให้สมาชิกกลุ่มมีอาชีพ และมีรายได้ประจำ

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า สินค้าของกลุ่มมีการผลิตอย่างต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มมีรายได้เข้ามาอย่างต่อเนื่อง ผู้จักสานในกลุ่ม D กล่าวไว้ว่า “...สินค้าของเราขายได้ตลอด มีการผลิตอย่างต่อเนื่อง ส่วนมากเขาจะมาซื้อเป็นของฝากบ้าง ซื้อไปขายต่อบ้าง เราขายได้เราจะเอาเงินมาเข้ากองกลางของกลุ่มก่อน ทางกลุ่มเราจะมีการประชุมกันเดือนละครั้ง เราก็จะแบ่งเงินกันสมาชิกในกลุ่มจะได้รับเงินกันอย่างทั่วถึง...”

2. จุดอ่อน (Weaknesses)

จุดอ่อน ในภาพรวมของธุรกิจจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา คือ

2.1 ด้านการจัดการองค์กร

ปัญหาด้านการจัดการกลุ่ม สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเกษตรกร ทำไร่ทำนา เป็นหลัก เนื่องจากงานจักสานเป็นงานละเอียด และใช้เวลาในการทำค่อนข้างนาน ขายได้ราคาถูก สมาชิกกลุ่มบางคนจะทำงานจักสานก็ต่อเมื่อว่างจากการทำอาชีพหลัก

กลุ่มผู้จักสานจำนวน 4 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า ปัญหาของกลุ่มจักสาน เป็นเพราะว่าคนส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือ ทำการเกษตร จะมารวมกลุ่มทำงานจักสานก็ต่อเมื่อว่างจากงานหลัก เพราะทำงานจักสานอย่างเดียว รายได้ไม่เพียงพอ ทำให้คนส่วนใหญ่ไม่ค่อย ให้ความสนใจในการทำจักสาน ผู้จักสานในกลุ่ม E กล่าวไว้ว่า “...คนในชุมชนส่วนใหญ่เขาไม่สนใจ ทำจักสานกันหรอก เขามีอาชีพหลัก คือ การทำไร่ทำนา เขามองว่างานจักสานมันเป็นงาน ละเอียด ใช้เวลาในการทำงาน หาดตลาดไปขายยาก...”

ผู้จักสานในกลุ่ม B กล่าวไว้ว่า “...มีคนเขามาจ้างทำตะกร้า เขาเอาแบบมาให้ เขาอยากได้ 3,000 ชิ้น จะรับทำหรือเปล่าไม่รู้ ทำก็ยาก ให้ราคาถูกอีก คนก็เหลือแค่นี้...”

2.2 ด้านการตลาด

2.2.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย ตลาดสำหรับจำหน่ายสินค้าจักสานยังไม่ กว้างขวางมากนัก และคนที่ทำจักสานส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ การเข้าถึงเทคโนโลยีการตลาด ที่ทันสมัยค่อนข้างยาก ทำให้สินค้าที่ผลิตออกมาไม่มีที่จำหน่าย

กลุ่มผู้จักสานจำนวน 4 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า ปัญหาทางการตลาด ของผู้ประกอบการจักสานนั้นเป็นเพราะว่า ตลาดสำหรับจำหน่ายสินค้าจักสานยังไม่กว้างขวาง มากนัก ความยากในการเข้าถึงเทคโนโลยีการตลาดที่ทันสมัย ผู้บริโภคไม่ค่อยให้ความสนใจ ผลิตรักษ์จักสาน อาจจะเป็นเพราะรูปแบบจักสานยังเป็นรูปแบบเดิม ไม่มีความแปลกใหม่ ไม่ตรงตามความต้องการ ถูกกดราคาจากพ่อค้า ผู้จักสานในกลุ่ม E กล่าวไว้ว่า “...อยู่ว่าง ๆ ก็ทำไว้เผื่อแหละ ทำแล้วเก็บใส่ถุงไว้มันไม่มีที่ขาย ไม่รู้จะเอาไปขายที่ไหน นานที ๆ จะมีหน่วยงาน ราชการมาขอให้ไปออกแสดงสินค้า...”

ผู้จักสานในกลุ่ม H กล่าวไว้ว่า “...ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเราก็เป็นสินค้า ทั่ว ๆ ไป พวกตะกร้า กระบุง ทำเสร็จก็ตั้งขายไว้เผื่อแหละ เขาขับรถผ่านไปผ่านมาเห็นเขาก็ซื้อ จักสานอย่างอื่นเขามาจ้างทำอยู่ชิ้นหนึ่ง ใช้ไม้ไผ่จะเป็นลารถ ใช้เวลาทำหลายวันกว่าจะเสร็จ ก็มาขอต่อราคา ให้ราคาถูก จะให้ขายทาง Facebook ก็ทำไม่เป็นหรอกมีแต่คนเฒ่า คนแก่ทั้งนั้น...”

2.2.2 การส่งเสริมการขาย งานจักสานเป็นงานฝีมือ การทำจักสานแต่ละชิ้น ใช้เวลาค่อนข้างนาน การส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม เพื่อดึงดูดลูกค้าจึงไม่ สามารถทำได้

กลุ่มผู้จักสานจำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่จะช่วยกระตุ้นความสนใจลูกค้าให้ซื้อสินค้า แต่ผลิตภัณฑ์จักสาน เป็นงานฝีมือหากจะให้มีการลด แลก แจก แถม มันก็ไม่คุ้มค่า เพราะกว่าจะทำผลิตภัณฑ์ ออกมาได้แต่ละชิ้น ใช้เวลาค่อนข้างนาน ผู้จักสานในกลุ่ม G กล่าวไว้ว่า “...ทางกลุ่มเราไม่มี

การส่งเสริมการขาย เนื่องจากงานแต่ละชิ้นเป็นงานฝีมือซึ่งใช้เวลาทำต่อชิ้นใช้เวลาดูค่อนข้างนาน ให้เรามาทำลด แลก แจก แถม มันก็ไม่คุ้ม เราจะได้ทำอะไรเลย...”

2.3 ด้านการผลิต

2.3.1 การใช้เทคโนโลยีในการผลิต การขาดเครื่องจักร หรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ เข้ามาช่วยในการผลิตทำให้กว่าจะได้ผลิตภัณฑ์ออกมาแต่ละชิ้นใช้ระยะเวลา

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 7 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า ปัญหาของการผลิตนั้น มาจากการไม่มีเครื่องจักรที่จะนำมาช่วยทุ่นแรง กว่าจะได้ผลิตภัณฑ์จักสานแต่ละชิ้นใช้เวลาดูค่อนข้างนาน ผู้จักสานในกลุ่ม C กล่าวไว้ว่า “...กว่าจะทำจักสานได้ออกมาแต่ละชิ้น ใช้ระยะเวลา เวลานาน กว่าจะนั่งเตรียมไม้ไผ่ เตรียมดอกใช้เวลาหลายวันอยู่ ถ้าเตรียมดอกไว้สัปดาห์ก็ไม่นาน...”

2.3.2 ปัญหาด้านการผลิต สมาชิกในกลุ่มจักสานแต่ละคนมีฝีมือ ความละเอียด ความประณีต และความเอาใจใส่ในการจักสานไม่เหมือนกัน ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้ไม่มีมาตรฐาน เดียวกัน

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 4 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า งานจักสานเป็นงานฝีมือ ผู้จักสานจะต้องใช้ความประณีตในการทำจึงจะทำให้ชิ้นงานออกมาสวยงาม ผู้จักสานในกลุ่ม I กล่าวไว้ว่า “...ฝีมือแต่ละคนมันไม่เหมือนกัน บางคนไม่รีดไม้เหลาดอกให้เกลี้ยงเกลาสวยงาม เวลาสานมันก็ออกมาไม่ดี...”

2.4 ด้านการเงินและบัญชี

ปัญหาทางด้านการเงิน ขาดความต่อเนื่องจากการสนับสนุนงบประมาณจาก หน่วยงานภาครัฐ และไม่มีความรู้ในเรื่องการจัดทำบัญชี ทำให้ไม่ทราบที่มาที่ไปของรายได้และ ค่าใช้จ่าย

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 8 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า ปัญหาทางด้านการเงินและ บัญชี เกิดจากการที่กลุ่มผู้จักสานไม่มีความรู้ในเรื่องการทำบัญชี การเงิน การคำนวณต้นทุน จึงไม่มีการบันทึกบัญชีไว้อย่างเป็นระบบ รายได้ที่ได้จากการทำงานจักสานน้อยทำให้คนไม่ค่อย ให้ความสนใจในการทำอาชีพจักสาน และ ขาดการสนับสนุนในเรื่องของงบประมาณจากทาง ภาครัฐ ผู้จักสานในกลุ่ม H กล่าวไว้ว่า “...ปีนี้ทางกลุ่ม ไม่มีงบ ไม่มีอะไรมาเลย ทางกลุ่มทำจักสาน เสร็จขายได้ก็จะเก็บเงินเข้าส่วนกลาง มันขายได้น้อยบางวันก็ขายได้ บางวันก็ไม่ได้ขายเลย คนอื่น เขาก็ไม่ค่อยทำกันหายกันไปหมด...”

ผู้จักสานในกลุ่ม I กล่าวไว้ว่า “...รายได้มันกำหนดไม่ได้ ไม่เคยจดไว้ แต่มันจะได้ เป็นของได้รถมอเตอร์ไซด์มาคันหนึ่ง ได้สร้อยมาเส้นหนึ่ง และก็เอาส่งลูกส่งหลานเรียนด้วย...”

3. โอกาส (Opportunities)

โอกาส ในภาพรวมของธุรกิจจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา คือ

3.1 นโยบายขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของภาครัฐ

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า รัฐบาลมีแผนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ส่งเสริมให้มีโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และพัฒนาระดับคุณภาพสินค้า OTOP เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน ผู้จักสานในกลุ่ม A กล่าวไว้ว่า “...หมู่บ้านเราเป็นหมู่บ้านที่ได้รับรางวัลหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้นแบบ เป็นแหล่งศึกษาดูงานเกี่ยวกับวิถีพอเพียงของจังหวัด และได้รับการยกย่องว่าเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว หมู่บ้านเราจะมีคนภายนอกเข้ามาเที่ยวศึกษาดูงานตลอด...”

3.2 นโยบายรณรงค์ลดโลกร้อน

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า ปัจจุบันนี้ผู้คนให้ความสำคัญกับการลดโลกร้อน จึงหันมาสนใจสินค้าประเภทจักสาน โดยนำมาใช้ทดแทนพวกพลาสติก และมีการนำมาใช้ประดับตกแต่งเพื่อความสวยงาม ผู้จักสานในกลุ่ม G กล่าวไว้ว่า “...สินค้ากลุ่มเราจะมีหูหิ้วกาแฟเขาเอาไปใช้แทนถุงพลาสติก และก็มีลูกค้าคนบ้านเราที่แหละ แต่เขาเปิดร้านอยู่ที่ชลบุรี เขาให้แม่เขามารับจักสานที่กลุ่มเราที่แหละ และส่งไปให้ที่ชลบุรี เขาเอาไปขาย ลูกค้าก็ซื้อไปตกแต่งร้านอาหารบ้าง ส่วนมากเขาจะเอาไปใส่ต้นไม้...”

4. อุปสรรค (Threats)

อุปสรรค ในภาพรวมของธุรกิจจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา คือ

4.1 ภาวะการเกิดโรคระบาด

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 5 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การเกิดโรคระบาด COVID-19 ทำให้ขายสินค้าไม่ได้ ยอดขายลดลงจำนวนมาก เนื่องจากมาตรการห้ามบุคคลออกจากเคหสถาน งด หรือ ชะลอการเดินทางข้ามต่างจังหวัด ผู้จักสานในกลุ่ม B กล่าวไว้ว่า “...ปกติพ่อค้าจะมารับเอา สัปดาห์วันเขาก็มารับของครึ่งนึง มาที่ก็ได้เงินสองพันสามพัน ตั้งแต่โควิดมาไม่ได้ขายเลย ทำเสร็จก็เก็บไว้ รายได้ไม่มีเลย รอหมดโควิดก่อน...”

4.2 สินค้าทดแทน

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า งานจักสานไม้ไผ่เป็นงานฝีมือกว่าจะได้สินค้าออกมาแต่ละชิ้นใช้เวลาค่อนข้างนาน ทำให้ต้นทุนการผลิตในส่วนที่เป็นค่าแรงมีอัตราสูง ทำให้คนสนใจหันไปซื้อสินค้าที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน การใช้งานทดแทนกันได้ และมีราคาต่ำกว่า ผู้จักสานในกลุ่ม B กล่าวไว้ว่า “...ผลิตภัณฑ์กลุ่มเราเป็นงานทำมือ ไม่มีการใช้

เครื่องจักรกว่าจะได้สินค้าออกมาแต่ละชิ้นใช้เวลานาน บางคนสานตะกร้าหนึ่งใบ ใช้เวลาเป็นอาทิตย์จะให้เรามาขายถูก ๆ เราก็ไม่ได้อะไร ลูกค้าบางคนสู้ราคาไม่ได้เขาก็หันไปซื้อตะกร้าพลาสติกมาใช้แทน ...”

4.3 การสนับสนุนจากภาครัฐ

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า หน่วยงานภาครัฐเป็นส่วนสำคัญ ที่ควรให้ความช่วยเหลือสนับสนุนกลุ่ม ไม่ว่าจะ เป็นงบประมาณ การฝึกอบรม รวมไปถึงการตลาด เพื่อหาช่องทางจำหน่ายสินค้ากับกลุ่ม ผู้จักสานในกลุ่ม E กล่าวไว้ว่า “...ภาครัฐ เขารู้ว่าจะมีกลุ่มจักสานเราอยู่เวลาว่างงาน หรือมีกิจกรรมของตำบลเขาก็จะมาบอก มาเอาของของเราไปออกงาน พอไม่มีงานเราก็ไม่รู้จะเอาไปขายที่ไหน ก็ทำเก็บไว้ที่นี้แหละเวลาเขาเรียกหา จะได้มีของไปให้เขาทันที...”

ผู้จักสานในกลุ่ม F กล่าวไว้ว่า “...เริ่มแรกหน่วยงานรัฐเขาก็เข้ามาช่วย มาจัดโครงการฝึกอบรมให้ หางบประมาณ หาวัสดุ อุปกรณ์ มหาวิทยาลัยมาสอนชาวบ้านทำจักสาน 2-3 วัน พอหมดโครงการเขาก็หาไม่ได้เข้ามาช่วยเหลืออีก...”

สรุปได้ว่า ผลจากการวิเคราะห์ SWOT ในภาพรวมของธุรกิจจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในแต่ละด้าน ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำ คือ เรื่องวัตถุดิบหลักที่เป็นไม้ไผ่ กิจกรรมกลางน้ำ คือ การผลิต รูปแบบ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมปลายน้ำ คือ วิธีการจำหน่ายสินค้า รูปแบบการทำการตลาด ที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์ต่อถึงแนวทางในการสร้างเครือข่ายให้กับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจักสานในจังหวัดพะเยา ที่จะสามารถร่วมมือกันของกลุ่มผู้จักสานเอง และร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนที่จะสามารถจัดทำเป็นแนวทางในการรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายเพื่อให้ธุรกิจเกิดความยั่งยืนต่อไป



ภาพ 4 การวิเคราะห์ SWOT ในภาพรวมของธุรกิจจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา

จากการวิเคราะห์ SWOT พบว่า จุดแข็งที่เป็นปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ร่วมกัน ได้แก่ 1) รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่ไม่เหมือนใคร 2) ต้นทุนการผลิตต่ำเนื่องจากวัตถุดิบหลักที่เป็นไม้ไผ่ สามารถปลูกได้เอง 3) กลุ่มจักสานสามารถเรียนรู้การผลิตเครื่องจักสานได้ตามความต้องการของลูกค้า 4) มีการขายสินค้าผ่านทาง Facebook จุดอ่อนที่ส่งผลกระทบ ได้แก่ 1) ไม่มีตลาดรองรับสินค้าประเภทเครื่องจักสาน 2) คนในชุมชนไม่ให้ความสนใจในอาชีพจักสาน 3) ฝีมือการจักสานยังขาดความประณีต สวยงาม 4) ขาดความรู้ในเรื่องการทำบัญชีและ

การคำนวณต้นทุน 5) ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โอกาส ได้แก่ 1) ผู้คนให้ความสำคัญกับการลดโลกร้อน จึงให้ความสนใจสินค้าประเภทจักสาน โดยนำมาใช้ทดแทนพวกพลาสติก 2) นโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมให้มีโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อุปสรรค ได้แก่ 1) การเกิดโรคระบาด COVID-19 2) การสนับสนุน และช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐไม่มีความต่อเนื่อง 3) สินค้าทดแทน ทำให้ค้นพบแนวทางการสร้างเครือข่ายของกลุ่มจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา ที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์ SWOT ได้แก่ เครือข่ายการจัดหาวัตถุดิบ เครือข่ายการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเครือข่ายการตลาด

ผู้วิจัยได้ศึกษา ลักษณะการดำเนินธุรกิจของแต่ละธุรกิจจักสาน ในจังหวัดแพร่ โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis ในการค้นหาคักยภาพของแต่ละกลุ่ม

จากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจักสานในจังหวัดแพร่ จำนวน 5 กลุ่ม เกี่ยวกับลักษณะการดำเนินธุรกิจของแต่ละกลุ่มจักสาน โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis เพื่อค้นหาคักยภาพของแต่ละกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ได้ผลสรุปดังนี้

1. จุดแข็ง (Strengths)

จุดแข็ง ในภาพรวมของธุรกิจจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดแพร่ คือ

1.1 ด้านการจัดการองค์กร

1.1.1 การบริหารจัดการกลุ่ม

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การจะพัฒนากลุ่มให้มีความเข้มแข็ง สมาชิกทุกคนจะต้องมีส่วนร่วม และให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม มีการแบ่งงาน แบ่งหน้าที่ให้กับสมาชิกกลุ่ม ตามความเหมาะสม โดยผู้จักสานในกลุ่ม K กล่าวไว้ว่า “...คณะกรรมการกลุ่มเรามีการกำหนดภารกิจ บทบาทหน้าที่ ของคณะกรรมการกลุ่ม และสมาชิกกลุ่มตามศักยภาพ ความรู้ ความสามารถ ความเหมาะสม และความคิดเห็นกลุ่มจากการประชุม โดยใช้เสียงส่วนใหญ่ของสมาชิกถือเป็นมติของกลุ่ม...”

1.1.2 ศักยภาพของกลุ่มเพื่อการพัฒนาค่อนข้างสูง

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 4 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า กลุ่มจะเกิดการพัฒนาได้ สมาชิกในกลุ่มจะต้องมีความสามัคคี รักใคร่ไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ร่วมกันตัดสินใจ และร่วมลงมือทำอย่างเข้มแข็ง คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจในการทำอาชีพจักสาน โดยผู้จักสานในกลุ่ม N กล่าวไว้ว่า “...กลุ่มเรามีสมาชิกกลุ่มที่มีฝีมือในการทำงานจักสาน แต่ละคนจะมีฝีมือที่ประณีตและสวยงาม สมาชิกกลุ่มเราจะช่วยกันหารูปแบบจักสานแปลก ๆ ใหม่ ๆ จากอินเทอร์เน็ต และมาช่วยกันแกะลาย กลุ่มเราจะฝ่ายที่คอยรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า

แล้วเราก็จะช่วยกันผลิต ส่วนมากเวลาทำงานเราจะมานั่งรวมกลุ่มกันทำ มานั่งพูดนั่งคุยกัน แต่ใครอยากเอาไปทำที่บ้านตัวเองก็ได้เสร็จงานก็ค่อยเอามาส่งที่กลุ่ม กลุ่มเรามีความเข้มแข็ง เวลาใครจะทำอะไร ต้องการอะไรทางกลุ่มจะรวมตัวกันได้ง่าย ซึ่งเราทำกันแบบนี้สี่ปีต่อเนื่อง เป็นภูมิปัญญาที่เราสืบทอดกันมา...”

ผู้จักสานในกลุ่ม K กล่าวว่า “...กลุ่มมีระบบการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาทักษะร่วมกัน สามารถถ่ายทอดความรู้ได้ทั้งในชุมชน นอกชุมชน และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น เด็กในหมู่บ้านเราทำจักสานกันเป็นเกือบทุกคน เพราะโรงเรียนได้ทำเป็นหลักสูตร การงานพื้นฐานอาชีพ เขาก็เอาเราเข้าไปสอนให้เด็กถึงในโรงเรียนเลย ...”

1.2 ด้านการตลาด

1.2.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมโดยเน้นประโยชน์ใช้สอย ที่ตอบสนองการใช้งานในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ โดยผู้จักสานในกลุ่ม N กล่าวว่า “...ทางกลุ่มจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม พัฒนาขึ้นให้มีรูปแบบใหม่ที่สวยงาม แปลกตา และการใช้งานที่เข้ากับยุคสมัย ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของกลุ่มจะเป็นกล่องข้าวทรงกลม จากนั้นมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์มาเรื่อย ๆ ล่าสุดทำเป็นทรงพีกทอง นอกจากนั้นทางกลุ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปเรื่อย ๆ มีรูปแบบสินค้าที่หลากหลาย มีการใช้หวายมาสานผสมกับไม้ไผ่ มีที่นึ่งข้าวที่สามารถใช้หนึ่งกับหม้อหุงข้าว เต้าไฟฟ้า หรือเต้าแก๊ส โดยไม่ต้องใช้เต้าไฟ ซึ่งง่ายและสะดวกสำหรับคนที่อยู่ในเมือง อยู่คอนโดหรืออยู่หอพักที่มีพื้นที่จำกัด และยังมีส่งออกไปขายยังต่างประเทศอีกด้วย”

1.2.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นช่องทางการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับความสะดวก และง่ายต่อการเข้าถึงของผู้บริโภค

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า สินค้าของกลุ่มที่ผลิตเสร็จจะนำไปวางจำหน่ายที่ร้านค้าของกลุ่ม และจะมีกลุ่มพ่อค้าคนกลางมารับซื้อเป็นประจำ เพื่อนำไปจำหน่ายตามร้านขายสินค้าประเภทเครื่องจักสานทั้งในพื้นที่จังหวัดแพร่ และจังหวัดใกล้เคียง และมีการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ โดยผู้จักสานในกลุ่ม K กล่าวว่า “...กลุ่มเรามีร้านค้าชุมชน สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าจักสานในชุมชน ตำบล อำเภอ และจังหวัด แหล่งที่ตั้งชุมชนเราเป็นพื้นที่ติดถนนสายหลัก และแหล่งเศรษฐกิจ ลูกค้าสามารถเข้ามาเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ได้ที่หน้าร้านค้าชุมชนของกลุ่ม นอกจากนั้นก็จะมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อเป็นประจำ ไม่เคยขาด ณ ร้านค้าชุมชนของกลุ่มและนำไปจำหน่ายทั้งในจังหวัด และ จังหวัดใกล้เคียง

ได้แก่ น่าน ลำปาง ลำพูน พะเยา เชียงใหม่ และสินค้าของกลุ่มจะมีลูกค้ารับสินค้าไปขาย โดยขายผ่านช่องทางออนไลน์ทาง Facebook ด้วย...”

1.3 ด้านการผลิต

1.3.1 ประเภทและรูปแบบของผลิตภัณฑ์

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 4 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า ประเภทและรูปแบบของ ผลิตภัณฑ์จักสานที่มีความหลากหลาย จะช่วยให้ผู้บริโภคมีทางเลือก ในการเลือกซื้อ เครื่องจักสานตามประโยชน์การใช้งาน และผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต จะได้รับความสนใจจากลูกค้า โดยผู้จักสานในกลุ่ม N กล่าวว่า “...ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเราได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงาน และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะถูกนำไป ตั้งโชว์ตามสถานที่ราชการต่าง ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่รู้จัก บางครั้งจะมีลูกค้า ตามมาซื้อถึงที่กลุ่ม ผลิตภัณฑ์จักสานของกลุ่มมีทั้งลวดลาย รูปแบบสินค้าที่หลากหลาย ให้ ลูกค้าได้เลือก บางคนก็จะซื้อไปเป็นของที่ระลึกงานเกษียณอายุ ซื้อไปเป็นของฝาก ของที่ระลึก ...”

1.3.2 การบริหารและการวางแผนการผลิต เป็นการบริหารจัดการ ควบคุม การดำเนินงานให้สอดคล้องกับกระบวนการผลิตเพื่อคุณภาพ และตอบสนองต่อความต้องการ ของลูกค้า

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า เมื่อกลุ่มได้รับคำสั่งซื้อ จากลูกค้า ทางกลุ่มจะต้องมีการวางแผนการผลิต วางแผนการจัดเตรียมวัสดุดิบ และมีการแบ่ง งานให้กับสมาชิกตามความถนัด ตามความชำนาญ และความสามารถของสมาชิกกลุ่ม โดยผู้จัก สานในกลุ่ม M กล่าวว่า “...ถ้าทางกลุ่มได้รับคำสั่งซื้อจำนวนมาก ๆ ก็จะกระจายงานให้แก่ สมาชิกในกลุ่ม พี่จะรู้ว่าใครมีฝีมือพอที่จะทำงานแบบนี้ได้ พี่ก็จะมอบหมายงานให้เขาไปทำ เรา จะมีการเตรียมวัสดุ อุปกรณ์เอาไว้ก่อน เช่น จักตอก เหลาตอก เสร็จแล้วจะสานที่เดียวจะทำให้ การสานรวดเร็วขึ้น...”

1.3.3 การควบคุมและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ เป็นการควบคุม และตรวจสอบ คุณภาพของสินค้าให้เป็นไปตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้ซึ่งจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับ ลูกค้า

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การตรวจสอบสินค้า ให้ตรงตามรูปแบบที่ลูกค้ากำหนด ก่อนส่งมอบให้ลูกค้า จะช่วยสร้างความประทับใจ และ ความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยผู้จักสานในกลุ่ม O กล่าวว่า “...หัวหน้ากลุ่มจะเป็นคนตรวจเช็ค

คุณภาพ ตรวจสอบความเรียบร้อย ของสินค้าทุกชิ้นก่อนส่งมอบให้กับลูกค้า สินค้าทุกชิ้นจะต้องมีความสวยงาม มีคุณภาพ ตรงตามแบบที่ลูกค้ากำหนด ขึ้นไหล่ไม่สวย ไม่ดีก็จะคัดออก...”

1.3.4 ศักยภาพการผลิต เป็นความสามารถของสมาชิกกลุ่มที่จะสามารถผลิตสินค้าให้ได้ตามความต้องการของลูกค้า สินค้ามีคุณภาพ และมีมาตรฐาน

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า ผลลัพธ์ที่ได้รับ การรับรองมาตรฐานการผลิต แสดงให้เห็นถึงคุณภาพ และมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับ เทคนิคการจักสานจะช่วยสร้างความแตกต่าง และสร้างเอกลักษณ์ให้งานจักสานมีความโดดเด่น ผู้จักสานในกลุ่ม K กล่าวไว้ว่า “...ผลิตภัณฑ์จักสานของกลุ่มได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ประเภทของใช้ทั่วไป และยังได้รับคัดเลือกให้เป็นผู้ผลิต ประเภทผู้ประกอบการ OTOP ดีเด่นระดับจังหวัด สินค้าของกลุ่มมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงามและนำมาใช้ประโยชน์ได้อเนกประสงค์...”

ผู้จักสานในกลุ่ม M กล่าวไว้ว่า “...กลุ่มเราจะมีเทคนิคในการจักตอก เทคนิคการสานที่เมื่อสานออกมาแล้วเครื่องจักสานของเรามันจะมีความสวยงาม มีความงามไม่เหมือนที่อื่น มันเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่ม ลองไปดูของที่อื่นจะไม่เหมือนของเรา...”

ผู้จักสานในกลุ่ม K กล่าวว่า “...ทางกลุ่มเราได้เข้าร่วมโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ มีการอบรมการนำศิลปะตะเคียวมาใช้ตกแต่งผลิตภัณฑ์จักสานให้มีความสวยงามแตกต่างจากที่อื่น...”

1.4 ด้านการเงินและบัญชี

1.4.1 การบริหารด้านการเงิน การวางแผนด้านการเงิน และแหล่งเงินทุนที่ได้จากการระดมทุนจากสมาชิกในกลุ่ม และได้รับสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อนำมาใช้บริหารจัดการในกลุ่ม

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การบริหารด้านการเงิน เป็นการบริหารจัดการงบประมาณที่ได้รับจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้หมุนเวียนภายในกลุ่ม ทั้งในส่วนที่เป็นรายได้ และค่าใช้จ่าย ผู้จักสานในกลุ่ม K กล่าวว่า “...ทางกลุ่มจะนำเงินที่ได้รับจากการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และเงินกู้ยืมโครงการเศรษฐกิจชุมชนเป็นทุนหมุนเวียนในการจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ และทางกลุ่มมีนโยบายการบริหารจัดการกลุ่มโดยให้สมาชิกกลุ่มนำผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายให้กับกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายได้ 1 ชิ้น จะถูกหักเข้ากลุ่ม 1 บาทเพื่อเป็นทุนสะสมของสมาชิก และกองทุนของกลุ่ม สิ้นปีมาก็จะมีการจ่ายเงินปันผลให้กับสมาชิกตามจำนวนชิ้นงาน เป็นสวัสดิการสำหรับสมาชิกกลุ่มให้มีรายได้เพิ่มขึ้น...”

1.4.2 ผลการดำเนินงานของกลุ่มที่มีการสั่งซื้อจากลูกค้าเป็นประจำ ทำให้กลุ่มมีการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง ช่วยสร้างรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่ม

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 5 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า มีการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพราะจะมีพ่อค้ามารับเป็นประจำ เพื่อนำไปส่งขายต่อทั้งในจังหวัด และต่างจังหวัด ทำให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้อย่างต่อเนื่อง ผู้จักสานในกลุ่ม L กล่าวว่า “...ทางกลุ่มมีการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง ในช่วงที่ไม่เกิดโรคระบาด covid-19 มีพ่อค้ามารับตลอด ทำให้มีรายได้ประจำอย่างต่อเนื่อง...”

1.4.3 สถานภาพการเงิน การบริหารจัดการการเงินที่ดี เป็นระบบ กลุ่มมีการผลิตสินค้าต่อเนื่อง จะช่วยทำให้สมาชิกกลุ่มมีอาชีพ มีรายได้ประจำ และมีสวัสดิการที่ดี

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การบริหารจัดการการเงินที่ดี และการที่กลุ่มมีการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ทำให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้้อย่างทั่วถึง ผู้จักสานในกลุ่ม K กล่าวไว้ว่า “...ทางกลุ่มจะมีการระดมทุนจากสมาชิก ให้สมาชิกมีการออมเงินเป็นประจำทุกเดือน มีการจัดตั้งกองทุนของกลุ่ม มีการใช้ประโยชน์จากกองทุน จ่ายดอกเบี้ยจากการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม มีสวัสดิการให้สมาชิกอย่างเป็นระบบ...”

2. จุดอ่อน (Weaknesses)

จุดอ่อน ในภาพรวมของธุรกิจจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดแพร่ คือ

2.1 ด้านการจัดการองค์กร

ปัญหาด้านการจัดการกลุ่ม การรวมกลุ่มของคนในชุมชนเกิดจากความต้องการที่จะได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ แต่ก็ไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาให้การส่งเสริม สนับสนุน ช่วยเหลือ จึงทำให้การรวมกลุ่มไม่มีความเข้มแข็ง อีกทั้ง สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มแม่บ้านในชุมชน ที่มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร คนรุ่นใหม่ส่วนใหญ่ ไม่ให้ความสนใจในการทำอาชีพจักสาน เนื่องจากรายได้น้อย การทำจักสานแต่ละชิ้นใช้เวลา ค่อนข้างนาน ไม่คุ้มค่ากับเงินที่ได้รับ

กลุ่มผู้จักสานจำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า ปัญหาของกลุ่มจักสาน เป็นเพราะว่า การรวมกลุ่มยังไม่เข้มแข็งพอ ที่จะทำให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยส่งเสริม สนับสนุนในเรื่องต่าง ๆ คนรุ่นใหม่ในชุมชนไม่ให้ความสนใจในอาชีพจักสาน ผู้จักสานในกลุ่ม L กล่าวไว้ว่า “...การจัดตั้งกลุ่มเป็นการจัดตั้งขึ้น โดยการรวมตัวกันของคนในชุมชน จะมีผู้สูงอายุ และกลุ่มแม่บ้านในชุมชนเพื่อหวังว่าเมื่อมีการรวมกลุ่มกันแล้วจะได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ แต่ก็ไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาช่วยเหลือ สนับสนุนเลย ลักษณะการทำงานของ คนในกลุ่มก็จะแยกกันทำ ต่างคนต่างทำ ขายสินค้าของตนเอง จะมีการรวมกลุ่มก็ต่อเมื่อมีการร้องขอจากกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน สมาชิกถึงจะมารวมตัวกัน คนรุ่นใหม่ในชุมชนก็ไม่มีใคร

ทำอาชีพนี้ต่อแล้ว เพราะรายได้มันน้อยกว่าจะทำได้ออกมาแต่ละชิ้นใช้เวลานาน เขาจึงหันไปทำอาชีพอย่างอื่นที่ได้เงินเร็วกว่า...”

2.2 ด้านการตลาด

2.2.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์

กลุ่มผู้จักสานจำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นไปได้ยาก เพราะสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ยึดติดกับการจักสานในรูปแบบเดิม ผู้จักสานในกลุ่ม O กล่าวไว้ว่า “...สมาชิกกลุ่มจะยึดติดกับการจักสานผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมไม่ค่อยเปิดใจสำหรับการทำจักสานรูปแบบใหม่ ๆ เพราะทำยาก อีกร้อยทุกคนคิดว่าทำจักสานแบบเดิม ยังไงก็ขายได้ และขายได้ดีด้วย ทำให้สินค้าของกลุ่มมีรูปแบบที่ไม่หลากหลายนัก...”

2.2.2 ราคาและการตั้งราคา การทำเครื่องจักสานแต่ละชิ้นต้องใช้ฝีมือ ความละเอียด ประณีตในการทำ และใช้ระยะเวลาในการทำงาน จึงทำให้มีการตั้งราคาสินค้าที่ค่อนข้างสูง

กลุ่มผู้จักสานจำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า ปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบอาชีพจักสานนั้นเป็นเพราะว่า กระบวนการผลิตเครื่องจักสานมีความละเอียดกว่าจะได้ออกมาแต่ละชิ้นใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน สินค้าจึงมีราคาสูง ผู้จักสานในกลุ่ม K กล่าวไว้ว่า “...ลูกค้าไม่ทราบถึงกระบวนการทำเครื่องจักสาน จึงทำให้มีปัญหาในเรื่องของราคา ซึ่งบางครั้งลูกค้าคิดว่าสินค้ามีราคาแพงเกินไป โดยไม่ได้คำนึงถึงระยะเวลาในการทำ ความประณีตในการทำส่งผลให้ขายสินค้าได้ยาก...”

2.2.3 ปัญหาด้านการตลาด เมื่อมีคู่แข่งในธุรกิจมาก และคู่แข่งทางธุรกิจมีการนำเสนอสินค้าประเภทจักสานในรูปแบบใหม่ ๆ การใช้วัสดุอื่นที่ไม่ใช่ไม้ไผ่ การทำจักสานรูปแบบทั่วไปที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ทำให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาด

กลุ่มผู้จักสานจำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การผลิตเครื่องจักสานในรูปแบบเดิม จะทำให้ขายได้ในราคาถูก และทำให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่งรายอื่น ผู้จักสานในกลุ่ม K กล่าวว่า “...คู่แข่งทางการตลาดเรามีมาก การจักสานที่ทำแต่รูปแบบเหมือนกันทำให้เกิดการกดราคาสินค้า และเกิดส่วนแบ่งทางการตลาด...”

ผู้จักสานในกลุ่ม N กล่าวว่า “...กลุ่มอื่นมีการผลิต และขายสินค้าที่คล้ายกัน แต่มีการใช้วัสดุอื่นที่มีราคาถูกกว่า หาได้ง่ายกว่า และมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายกว่า เช่นการใช้เชือกฟาง เชือกพลาสติก...”

2.3 ด้านการผลิต

2.3.1 การจัดหาวัสดุหรือวัตถุดิบ ไม้ไผ่เป็นวัตถุดิบหลักในการทำเครื่องจักสาน หากพื้นที่ไหนที่สามารถปลูกไม้ไผ่ไว้ใช้เองได้ก็จะเป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตเป็นอย่างมาก แต่หากพื้นที่ไหนไม่สามารถปลูกไม้ไผ่ไว้ใช้เองได้ก็ต้องสั่งซื้อจากที่อื่นซึ่งเป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิต

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 4 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า พื้นที่ตั้งชุมชนของกลุ่มผู้ผลิตจักสาน ไม่สามารถปลูกไม้ไผ่ไว้ใช้เองได้ ไม้ไผ่หายาก ต้องสั่งซื้อจากพ่อค้านำมาส่งขายให้ผู้จักสานในกลุ่ม N กล่าวว่า “... ซื้อไม้ไผ่จากพ่อค้า เพราะพื้นที่ชุมชนเราไม่สามารถปลูกไม้ไผ่ได้ เขาจะเข้าไปตัดในป่าชุมชนเอามาส่งขายให้ ถ้าไม่มีก็จะข้ามเขตไปตัดเอาที่อื่น วัตถุดิบก็มีเพียงพอไม่ขาด แต่จะมีปัญหาขาดวัตถุดิบในช่วงฤดูห้ามเข้าป่า ทางเราจะต้อง屯วัตถุดิบไว้ บางที่มันก็ไม่พอ...”

2.3.2 การใช้เทคโนโลยีในการผลิต การนำเครื่องจักร หรือเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิตเป็นสิ่งที่ดี เพราะจะช่วยทุ่นแรง และช่วยให้การผลิตรวดเร็วขึ้น

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า งานจักสานเป็นงานฝีมือ แต่ขั้นตอนในการเตรียมวัสดุก่อนที่จะสานก็สำคัญ ควรจะมีเครื่องจักรที่เข้ามาช่วยทุ่นแรง เพราะอาจจะช่วยให้ระยะเวลาการจักสานรวดเร็วขึ้น แต่หากเครื่องจักร หรือเทคโนโลยี ที่นำมาใช้งานไม่มีประสิทธิภาพก็จะเป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิตได้เช่นกัน ผู้จักสานในกลุ่ม N กล่าวว่า “...การทำจักสานมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก จะขาดตรงการเตรียมตอก กว่าที่จะเหลาตอก กว่าจะชุบเสร็จต้องเอาไปตากแดดอีก เสร็จแล้วเอามาแช่น้ำ กว่าจะได้สาน ถ้ามีเครื่องจักรที่เอามาช่วยทุ่นแรงก็จะดีมาก กว่าจะทำจักสานได้ออกมาแต่ละชิ้น ใช้เวลานาน กว่าที่จะนั่งเตรียมไม้ไผ่ เตรียมตอกใช้เวลาหลายวันอยู่ ถ้าเตรียมตอกไว้สานก็ทำไม่นาน...”

ผู้จักสานในกลุ่ม K กล่าวว่า “...ทางกลุ่มเรามีเครื่องจักรตอก มันก็ช่วยทุ่นแรงอยู่ แต่ประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องไม่ดี จักตอกเสียครึ่งต่อครึ่งเราเลยเลิกใช้...”

2.3.3 ปัญหาด้านการผลิต สมาชิกส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ยึดติดกับการจักสานรูปแบบเดิม ไม่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และในกลุ่มจักสานสมาชิกแต่ละคนมีฝีมือการจักสาน มีความเอาใจใส่ในการจักสานไม่เหมือนกัน ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้ไม่มีมาตรฐานเดียวกัน เงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการบริหารจัดการ และกำลังการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า สมาชิกกลุ่มจักสานส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุยึดติดกับการสานในรูปแบบดั้งเดิม งานจักสานเป็นงานฝีมือ ผู้จักสานจะต้องใช้ความประณีตในการทำจึงจะทำให้ชิ้นงานออกมาสวยงาม และต้องมีความคิด

สร้างสรรค์ใหม่ ๆ ผู้จักสานในกลุ่ม O กล่าวไว้ว่า “...กลุ่มเราส่วนใหญ่ก็มีแต่ผู้สูงอายุนี้แหละ เครื่องจักสานที่เราทำก็เป็นแบบดั้งเดิม ตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษสืบทอดกันมา...”

ผู้จักสานในกลุ่ม M กล่าวว่า “...การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่ทำเป็น ตัวหนังสือ มันค่อนข้างทำยาก น้อยคนนักที่จะทำได้สำเร็จ ทำให้สมาชิกกลุ่มหันมาทำจักสาน รูปแบบเดิมที่สามารถทำได้ไว และได้จำนวนมากกว่า บางครั้งที่กลุ่มได้รับ ออเดอร์จำนวนที่ละเอียด ๆ สมาชิกกลุ่มไม่สามารถช่วยกันผลิตได้ เพราะลูกค้าต้องการให้สินค้าทุกชิ้นมีขนาดเท่ากัน บางคนทำเล็ก บางคนทำใหญ่ถึงแม้เราจะมีแบบให้ก็ตาม ในกลุ่มมันก็จะมียัก 3-4 คนที่พอจะเรียนรู้และตัดแปลงรูปแบบจักสานได้บ้าง มันทำให้การผลิตมันไม่ทันกับความต้องการของลูกค้า...”

ผู้จักสานในกลุ่ม N กล่าวว่า “...กลุ่มเราไม่กล้าขายสินค้าผ่านทาง Facebook เพราะเรากลัวลูกค้ามาสั่งเยอะ กลัวผลิตไม่ทัน และทางกลุ่มไม่มีเงินทุนหมุนเวียนมากพอที่จะลงทุนหากได้คำสั่งซื้อจากภายนอกจำนวนมาก เพราะลูกค้า พอค้าแม่ค้าที่มารับประจำก็เยอะอยู่แล้ว...”

2.4 ด้านการเงินและบัญชี

ปัญหาทางด้านการเงิน เงินทุนที่ใช้ในการบริหารจัดการภายในกลุ่ม และงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐไม่เพียงพอ ไม่มีความรู้ในเรื่องการจัดทำบัญชี ทำให้ไม่ทราบรายได้ และค่าใช้จ่ายที่แน่นอน

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า ปัญหาทางด้านการเงินและบัญชี เกิดจากการที่กลุ่มผู้จักสานไม่มีความรู้ในเรื่องการทำบัญชี จึงไม่มีการบันทึกบัญชีไว้อย่างเป็นระบบ ทำให้ไม่ทราบรายได้ และค่าใช้จ่ายที่ถูกต้อง และงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการของกลุ่ม ผู้จักสานในกลุ่ม M กล่าวไว้ว่า “...งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้มาน้อยมากไม่เพียงพอกับจำนวนสมาชิกที่ต้องการเข้าร่วมอบรม ทำให้ต้องควักเงินส่วนตัวเพื่อช่วยให้สมาชิกได้เข้ารับการอบรมอย่างทั่วถึง...”

ผู้จักสานในกลุ่ม O กล่าวว่า “...รายได้เรามันไม่แน่นอน ทำเสร็จก็ขาย ไม่ได้มีการจด ไม่ได้มีการทำบัญชีหรอก...”

3. โอกาส (Opportunities)

โอกาส ในภาพรวมของธุรกิจจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดแพร่ คือ

3.1 นโยบายปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า นโยบายปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแห่งองค์สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ภายใต้หลักการพัฒนาประเทศตามทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง ที่จะช่วยให้ประชาชนสามารถพัฒนาตนเองทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ ได้อย่างยั่งยืน โดยยึดหลักการพึ่งตนเอง สามารถนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาสร้างรายได้ โดยสร้างงานให้กับคนในชุมชนยามว่างเว้นจากการทำกิจกรรมเพื่อให้พัฒนาสู่ความเป็นชุมชนที่เข้มแข็งอย่างยั่งยืน ผู้จักสานในกลุ่ม K กล่าวไว้ว่า “...หน่วยงานส่วนท้องถิ่นส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มของประชาชนในหมู่บ้าน เพื่อให้ดำเนินกิจกรรมผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ส่งขาย ส่งเสริมอาชีพให้กับคนในท้องถิ่นให้มีรายได้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่เรา ได้รับรางวัลประเภทกลุ่ม/องค์กร ชุมชนแกนนำหลักสำคัญในการพัฒนาหมู่บ้านดีเด่นระดับจังหวัด ชุมชนนำร่องขยายผลทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ได้รับการยอมรับและยกย่องชมเชยจากภาคีการพัฒนาหน่วยงานต่าง ๆ และได้รับงบประมาณสนับสนุนกิจกรรมต่อยอดการพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง ...”

3.2 โครงการเศรษฐกิจชุมชนของกระทรวงมหาดไทย

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า โครงการเศรษฐกิจชุมชนเป็นนโยบายเร่งด่วนของภาครัฐที่จะฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ บำบัดทุกข์ บำรุงสุขให้แก่ประชาชน จึงได้จัดทำยุทธศาสตร์เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองขึ้น เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมด้วยการพัฒนาชุมชนระดับฐานราก ให้มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างยั่งยืน โดยได้จัดสรรงบประมาณให้กระทรวงมหาดไทยเพื่อดำเนินโครงการเศรษฐกิจชุมชน ผู้จักสานในกลุ่ม K กล่าวไว้ว่า “...กลุ่มได้รับคัดเลือกให้เป็นผู้ผลิต ประเภทผู้ประกอบการ OTOP ดีเด่นระดับจังหวัด และเพื่อการพัฒนาต่อยอดของกลุ่ม หน่วยงานส่วนท้องถิ่นได้ให้การสนับสนุนงบประมาณจำนวนหนึ่ง เป็นประจำทุกปี และทุนจากการกู้ยืมเงินโครงการเศรษฐกิจชุมชน เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารกิจกรรมของกลุ่มให้บรรลุตามวัตถุประสงค์...”

3.3 ได้รับการช่วยเหลือ และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า หน่วยงานภาครัฐมีส่วนสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้กลุ่มจักสานมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ผู้จักสานในกลุ่ม N กล่าวไว้ว่า “...มีหน่วยงานภาครัฐ เข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนกลุ่ม แต่ละหน่วยงานก็จะให้ความช่วยเหลือที่แตกต่างกันไป บางหน่วยงานก็จะช่วยสนับสนุนการให้ความรู้ การฝึกอบรม การพัฒนาทักษะการศึกษาดูงาน สนับสนุนเป็นงบประมาณ...”

4. อุปสรรค (Threats)

อุปสรรค ในภาพรวมของธุรกิจจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดแพร่ คือ

4.1 ภาวะการเกิดโรคระบาด

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 5 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การเกิดโรคระบาด COVID-19 ทำให้การผลิตสินค้าลดลง ยอดขายลดลง เนื่องจากมาตรการป้องกันแพร่ระบาดต่าง ๆ การงดห้ามเดินทางข้ามจังหวัด ทำให้ ผู้จักสานในกลุ่ม L กล่าวไว้ว่า “...ตั้งแต่เกิดโรคระบาด Covid-19 เราทำจักสานน้อยลงเพราะทำไปก็ไม่มีพ่อค้ามารับอยู่ดี เพราะเขาห้ามเดินทาง...”

4.2 สินค้าทดแทน

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 2 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า กระบวนการทำเครื่องจักสาน ใช้เวลาในการทำค่อนข้างนาน เป็นงานฝีมือที่ใช้ความละเอียดในการทำ กว่าจะได้สินค้าออกมาแต่ละชิ้น วัตถุดิบหลักที่เป็นไม้ไผ่ค่อนข้างหายากเพราะไม่สามารถปลูกได้เองในพื้นที่ชุมชน จึงทำให้มีการนำวัสดุอื่นมาใช้ทดแทนไม้ไผ่ ซึ่งหาได้ง่ายกว่า มีราคาที่ถูกกว่า และยังนำมาทำผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายกว่าด้วย ผู้จักสานในกลุ่ม N กล่าวไว้ว่า “...กลุ่มอื่นเขาก็ทำสินค้าคล้าย ๆ กับเรานี้แหละ แต่เขาใช้วัสดุอื่นมาทำซึ่งมันราคาถูกกว่า หาได้ง่ายกว่า ท่าง่าย และสินค้ามีรูปแบบที่หลากหลาย เพราะวัสดุอื่นมันสามารถขึ้นรูปได้ง่ายกว่าไม้ไผ่ อย่างเช่น เชือก พลาสติก เชือกฟาง ...”

4.3 มาตรการจังหวัดห้ามมิให้บุคคลใดเข้าไปในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติและป่าอนุรักษ์ ในท้องที่จังหวัดแพร่

กลุ่มผู้จักสานจำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า พื้นที่ในชุมชนไม่สามารถปลูกไม้ไผ่ได้ จึงต้องมีการซื้อไม้ไผ่จากพ่อค้าที่เข้าไปตัดไม้ไผ่จากในป่าแล้วนำมาขายให้ และจะมีช่วงที่จังหวัดประกาศมาตรการห้ามเข้าป่าเพื่อ ป้องกันคนนอกเข้าไปตัดไม้ ทำลายป่า และต้องการฟื้นฟูธรรมชาติให้อุดมสมบูรณ์ ผู้จักสานในกลุ่ม M กล่าวไว้ว่า “...เราซื้อไม้ไผ่มาจากพ่อค้าที่อำเภออื่น เพราะพื้นที่ในชุมชนไม่สามารถปลูกไม้ไผ่ได้ ถ้าถึงช่วงปิดป่า พ่อค้าก็จะเข้าป่าไปตัดไม้ได้เราต้องทนไม้ไว้ เราจะไม่ถูกรอกช่วงไหนใช้มากใช้น้อย บางทีไม้ไผ่ที่ทนไว้มันก็ไม่พอ...”

สรุปได้ว่า ผลจากการวิเคราะห์ SWOT ในภาพรวมของธุรกิจจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดแพร่ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในแต่ละด้าน ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำ คือ เรื่องวัตถุดิบหลักที่เป็นไม้ไผ่ กิจกรรมกลางน้ำ คือ การผลิต รูปแบบ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมปลายน้ำ คือ วิธีการจำหน่ายสินค้า รูปแบบการทำการตลาด ที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์ต่อถึงแนวทางในการสร้างเครือข่ายให้กับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจักสานในจังหวัดแพร่ ที่จะสามารถ

ร่วมมือกันของกลุ่มผู้จักสานเอง และร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนที่จะสามารถจัดทำเป็นแนวทางในการรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายเพื่อให้ธุรกิจเกิดความยั่งยืนต่อไป

	ปัจจัยที่เอื้อประโยชน์	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบ
ปัจจัยภายใน	<p>S Strengths: จุดแข็ง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีการบริหารจัดการกลุ่มที่ดี 2. มีเทคนิค และลวดลายจักสานที่เป็นเอกลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานรับรองคุณภาพ และมี การพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์จักสานจาก ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมให้ตอบสนองการใช้งานของผู้บริโภคในปัจจุบัน 3. มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าหลายช่องทาง 4. มีการบริหารจัดการการเงินที่ดี กระจายรายได้ และผลประโยชน์จากการดำเนินงานให้กับสมาชิกอย่างทั่วถึง 5. คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจในอาชีพจักสาน 	<p>W Weaknesses: จุดอ่อน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สมาชิกกลุ่มขาดความเข้าใจในการรวมกลุ่ม 2. ผู้จักสานส่วนใหญ่ยังยึดติดกับการจักสานในรูปแบบเดิม 3. วัตถุดิบหลักในการทำจักสานไม่เพียงพอ เนื่องจากพื้นที่ชุมชนไม่สามารถปลูกไม้ไผ่ใช้เองได้ 4. กำลังการผลิตไม่เพียงพอ และขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ 5. กระบวนการผลิตเครื่องจักสานที่ใช้เวลานาน ทำให้ต้องตั้งราคาสูง 6. ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำบัญชีอย่างเป็นระบบ
ปัจจัยภายนอก	<p>O Opportunities: โอกาส</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยงานภาครัฐ และภาคการศึกษาพร้อมให้การสนับสนุนและผลักดันกลุ่มจักสานเพื่อนำไปสู่การพัฒนาในด้านต่าง ๆ 2. นโยบายปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งเสริมให้นำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน 3. งบประมาณสนับสนุนจากนโยบายโครงการเศรษฐกิจชุมชนของกระทรวงมหาดไทย ที่ต้องการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมด้วยการพัฒนาชุมชนระดับฐานรากให้มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพ 	<p>T Threats: อุปสรรค</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มาตรการจังหวัดในการประกาศปิดป่า ห้ามเข้าป่า 2. ภาวะการเกิดโรคระบาด COVID-19 3. การผลิตเครื่องจักสาน รูปแบบคล้ายคลึงกันกับผู้ผลิตรายอื่นทำให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาด 4. สินค้าทดแทน 5. ในชุมชนขาดแคลนพื้นที่ สำหรับปลูกไม้ไผ่

ภาพ 5 การวิเคราะห์ SWOT ในภาพรวมของธุรกิจจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดแพร่

จากการวิเคราะห์ SWOT พบว่า จุดแข็งที่เป็นปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ร่วมกัน ได้แก่

- 1) มีการบริหารจัดการกลุ่มที่ดี
- 2) มีเทคนิค และลวดลายจักสานที่เป็นเอกลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานรับรองคุณภาพ และมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จักสานจากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมให้ตอบสนองการใช้งานของผู้บริโภคในปัจจุบัน
- 3) มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าหลายช่องทาง
- 4) มีการบริหารจัดการการเงินที่ดี กระจายรายได้ และผลประโยชน์จากการดำเนินงานให้กับสมาชิกอย่างทั่วถึง
- 5) คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจในอาชีพจักสาน จุดอ่อนที่ส่งผลกระทบต่อ ได้แก่

- 1) สมาชิกกลุ่มขาดความเข้าใจในการรวมกลุ่ม
- 2) ผู้จักสานส่วนใหญ่ยังยึดติดกับการจักสานในรูปแบบเดิม
- 3) วัตถุดิบหลักในการทำจักสานไม่เพียงพอ เนื่องจากพื้นที่ชุมชนไม่สามารถปลูกไม้ไผ่ใช้เองได้
- 4) กำลังการผลิตไม่เพียงพอ และขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ
- 5) กระบวนการผลิตเครื่องจักสานที่ใช้เวลานาน ทำให้ต้องตั้งราคาสูง

6) ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำบัญชีอย่างเป็นระบบ โอกาส ได้แก่

- 1) หน่วยงานภาครัฐ และภาคการศึกษาพร้อมให้การสนับสนุน และผลักดันกลุ่มจักสานเพื่อนำไปสู่การพัฒนาในด้านต่าง ๆ
- 2) นโยบายปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่ส่งเสริมให้นำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน
- 3) งบประมาณสนับสนุนจากนโยบายโครงการเศรษฐกิจชุมชนของกระทรวงมหาดไทย ที่ต้องการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมด้วยการพัฒนาชุมชนระดับฐานรากให้มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพ อุปสรรค ได้แก่

- 1) มาตรการจังหวัดในการประกาศปิดป่า ห้ามเข้าป่า
- 2) ภาวะ การเกิดโรคระบาด COVID-19
- 3) การผลิตเครื่องจักสาน รูปแบบคล้ายคลึงกันกับผู้ผลิตรายอื่นทำให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาด
- 4) สินค้าทดแทน

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์สรุปภาพรวม SWOT ของกลุ่มผู้จักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ เพื่อหาแนวทางการสร้างเครือข่ายร่วมกัน โดยหาประเด็นการใช้ประโยชน์ร่วมกันของกลุ่มผู้ผลิตจักสานไม้ไผ่ สรุปได้ดังนี้

ตาราง 1 สรุปภาพรวมการวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มผู้จักสานในจังหวัดพะเยาและจังหวัดแพร่

สรุปภาพรวม	การผลัดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์			
	วัตถุประสงค์	พะเยา (PY)	แพร่ (PH)	การตลาด
จุดแข็ง (S)	<p>1. ต้นทุนการผลิตต่ำเนื่องจากวัตถุดิบหลักที่เป็นไม้ สามารถปลูกได้เอง</p>	<p>1. รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ มีความแปลกใหม่ ไม่เหมือนใคร</p> <p>2. กลุ่มจักสานสามารถเรียนรู้การผลิตเครื่องจักสานได้ตามความถูกต้องของการของลูกค้า</p>	<p>1. มีการบริหารจัดการกลุ่มที่ดี</p> <p>2. มีเทคนิคและลวดลายจักสานที่เป็นเอกลักษณ์</p> <p>ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ และมีภาพลักษณ์แบบผลิตภัณฑ์จักสานจากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม</p>	<p>มีการขายสินค้าผ่านช่องทาง Facebook</p> <p>มีการขายสินค้าผ่านหลายช่องทาง</p>
				<p>มีการแข่งขันของ</p> <p>ผู้บริโภคในปัจจุบัน</p> <p>3. คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจในอาชีพจักสาน</p>

ตาราง 1 (ต่อ)

สรุปภาพรวม	วัตถุประสงค์	การผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์	การตลาด	
SWOT	พะเยา (PY)	แพรร (PH)	แพรร (PH)	
จุดอ่อน (W)	พะเยา (PY)	แพรร (PY)	แพรร (PY)	
จุดอ่อน (W)	<p>1. วัตถุประสงค์หลักในการทำจักษุสถานไม่เพียงพอ</p> <p>เนื่องจากพื้นที่ชุมชนไม่สามารย</p> <p>ปลูกไม้ไผ่เองได้</p>	<p>คนในชุมชนไม่ให้ความสนใจในอาชีพจักษุสถาน</p> <p>2. ฝีมือการจักษุสถานยังขาดความประณีต สวยงาม</p>	<p>1. ผู้จักษุสถานส่วนใหญ่ยังยึดติดกับการจักษุสถานในรูปแบบเดิม</p> <p>2. กำลังการผลิตต่ำเพียงพอ และขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ</p> <p>3. กระบวนการผลิตเครื่องจักษุสถานที่ใช้เวลานานทำให้ต้องตั้งราคาสูง</p>	<p>ไม่มีตลาดรองรับสินค้าประเภทจักษุสถาน</p>

ตาราง 1 (ต่อ)

สรุปภาพรวม SWOT	วัตถุประสงค์	การผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์	การตลาด
	พะเยา (PY)	แพร่ (PH)	พะเยา (PY)
โอกาส (O)	1. มีสภาพแวดล้อมและพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การปลูกไม้ไผ่	1. นโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมให้มีโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	1. ผู้คนให้ความสนใจเกี่ยวกับการส่งเสริมสิ่งให้ความสนใจสินค้าประเภทจักสาน โดยนำมาใช้ทดแทนพวกพลาสติก
		1. นโยบายปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งเสริมให้เอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน	1. หน่วยงานภาครัฐและภาคการศึกษาพร้อมให้การสนับสนุนและผลักดันกลุ่มจักสานเพื่อนำไปสู่การพัฒนาในด้านต่าง ๆ
		2. บงประมาณสนับสนุนจากนโยบายโครงการเศรษฐกิจชุมชนของกระทรวงมหาดไทยที่รองรับพื้นที่ฟู	
		เศรษฐกิจและสังคม	
		การพัฒนาชุมชน	
		ระดับฐานรากให้มี	
		ความเข้มแข็งและมีศักยภาพ	

ตาราง 1 (ต่อ)

สรุปภาพรวม	วัตถุประสงค์	การผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์	การตลาด
SWOT	พะเยา (PY)	พะเยา (PY)	พะเยา (PY)
อุปสรรค	1. มาตรการจังหวัด ในการประกาศ ปิดป่า ห้ามเขาป่า 2. ในชุมชนขาด แคลนพื้นที่สำหรับ ปลูกไม้ไฟ	1. การสนับสนุน และช่วยเหลือจาก หน่วยงานภาครัฐ ไม่มีความต่อเนื่อง	1. การเกิดโรค ระบาด COVID-19 2. สินค้าทดแทน จำกัดรูปแบบ คล้ายคลึงกันกับ ผู้ผลิตรายอื่นทำให้ เกิดสวมนแบ่งทาง การตลาด 3. สินค้าทดแทน
วิเคราะห์เพื่อสร้าง เครือข่าย	ไม่เพียงพอเป็นวัตถุประสงค์สำคัญ สำหรับ การทำจักสาน หลายพื้นที่ในจังหวัดพะเยา มีพื้นที่ป่าที่สามารถปลูกไม้ไฟได้เองได้ และมีการปลูกไม้ไฟเป็นจำนวนมาก ชาวบ้านในพื้นที่จะมีการปลูกไม้ไฟเพียง ในช่วงฤดูฝนของทุกปี ทำให้ไม้ไฟเพียงพอ สำหรับการผลิต ซึ่งมีกลุ่มผู้ผลิตจักสานใน จังหวัดพะเยา	รูปแบบผลิตภัณฑ์จักสานของจังหวัดพะเยา มีความแปลกใหม่ ไม่เหมือนใคร มีการ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ จากอุปกรณ์ทำ ปลาของชาวบ้าน เช่น กระเป่าของมด กระเป่าไซ กระเป่าชะ กระเป่าแห ที่ สามารถพับได้ ม้วนได้ และมีกรน้ำเอา วัสดุอื่นมาสานผสมกับไม้ไฟ เช่น ผักตบชวา หวาย มีการนำผ้าไหมพรม เชือก	จังหวัดพะเยามีการจักสานกันอย่าง แพร่หลาย แต่ตลาดรองรับสินค้าจักสานยังมี ไม่มากนัก การขายสินค้าจักสานผ่าน ช่องทางตลาดออนไลน์ มีเพียงบางกลุ่มที่ สามารถทำได้ บางกลุ่มไม่สามารถทำได้ เลย เป็นเพราะความสะดวกของกลุ่มจักสาน ส่วนใหญ่ที่เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งไม่สามารถ เข้าถึงการตลาดออนไลน์ได้เลย จึงทำให้

ตาราง 1 (ต่อ)

สรุปภาพรวม	วัตถุประสงค์	การผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์	การตลาด
SWOT	พะเยา (PY)	แพร่ (PH)	พะเยา (PY)
<p>และจังหวัดแพร่หลายกลุ่มที่ยังขาดแคลนไม่เพียงพอในการผลิตเครื่องจักรกล และในส่วนของจังหวัดแพร่ในพื้นที่ชุมชนไม่สามารถปลูกพืชไร่ได้ ต้องรับซื้อจากคนที่เขาไปหาตัดไม้ในป่าแล้วนำมาขายให้ และมีช่วงที่จังหวัดประกาศปิดป่าทำให้ผู้ผลิตขาดแคลนวัตถุดิบดังกล่าว ต้องหาซื้อจากที่อื่นทำให้เป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิต</p> <p>การวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจ ของเครือข่ายการจัดหาวัตถุดิบของกลุ่มธุรกิจในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ โดยการจับคู่ระหว่างจุดแข็ง (S) กับ โอกาส (O) เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของเครือข่าย ซึ่งก็คือ จังหวัดพะเยามีสภาพแวดล้อม และพื้นที่ป่าในชุมชนที่เหมาะสมแก่การปลูกไม้ การสร้างเครือข่าย</p>	<p>มาตกแต่ทำที่ผลิตภัณฑ์ซึ่งจำกัสามมีความสวยงาม มีรูปทรงที่หลากหลาย เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จำกัสาม และ สมาชิกมีความสามารถในการเรียนรู้การผลิตเครื่องจักรกล และลดค่าจกัสาม สร้างแบบจกัสาม ได้ตามความต้องการของลูกค้า แต่ก็ยังมีปัญหาในเรื่องการจกัสามที่ยังขาดความประณีต และคนในชุมชนไม่ให้ความสนใจในอาชีพจกัสามมากนัก ส่วนรูปแบบการจกัสามของจังหวัดแพร่มีเทคนิคการจกัสามที่ทำให้ผลิตภัณฑ์จกัสามจะมีความงาม สวยงามตามธรรมชาติ เป็นเอกลักษณ์ มีลวดลายจกัสามที่สวยงาม และหลากหลาย นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาแบบของเครื่องจักรกลจากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมให้มีรูปแบบใหม่ ตอบสนองการใช้งานของผู้บริโภคปัจจุบัน เช่น หวดนึ่งข้าว</p>	<p>เกิดปัญหาทำจกัสามแล้ว ไม้รู้จะนำไปขายที่ไหน สถานเก็บไม้ นาน ๆ ครั้งถึงจะมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาเชิญชวนให้ไปออกงาน หรือนำไปวางจำหน่ายตามหน่วยงานภาครัฐจัดให้ ซึ่งทำให้การผลิต การขายสินค้าและรายได้ไม่ต่อเนื่อง ส่วนในจังหวัดแพร่มี มีกลุ่มจกัสามที่มีร้านคัสมชนสามารถนำสินค้าจกัสามไปวางจำหน่ายได้ ซึ่งแหล่งที่ตั้งของร้านคัสมชน เป็นพื้นที่ติดถนนสายหลัก และเป็นแหล่งเศรษฐกิจ ลูกค้าสามารถเข้ามาเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ที่นำร้านได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ยังมีพ่อค้าคนกลางมารับไปขายไม่เคยขาด มีหนาร้านจำหน่ายสินค้าประเภทจกัสามมากมายหลายแห่ง ทั้งจังหวัด แต่ปัญหาที่พบของทั้ง 2 จังหวัดคือ การผลิตสินค้าที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน กับ</p>	

ตาราง 1 (ต่อ)

สรุปภาพรวม	วัตถุประสงค์	การผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์	การตลาด	
SWOT	พะเยา (PY)	แพร่ (PH)	พะเยา (PY)	
	วัตถุประสงค์ ของกลุ่มผู้ผลิตด้วยกันทั้งภายในจังหวัด พะเยา และจังหวัดแพร่ จะทำให้สามารถ ช่วยเหลือเกื้อกูลกันในเรื่องของวัตถุดิบได้ ทำให้การผลิตเครื่องจักรกลสามารถทำได้ อย่างต่อเนื่อง และทำให้ขบวนการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ (SPY,OPY ₁)	การผลิตในรูปแบบที่สามารถใช้หรือตั้ง ช่างกับกระแทกไฟฟ้า เตาไฟฟ้า ซึ่งเหมาะกับ คนที่อาศัยอยู่หอพัก คอนโด ที่มีพื้นที่จำกัด นอกจากนี้ยังมีคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจใน อาชีพจักรกลอีกด้วย ส่วนปัญหาที่พบใน กลุ่มผู้จักรกลในจังหวัดแพร่คือ ผู้จักรกล ส่วนใหญ่ยังคงยึดติดกับการจักรกลในรูปแบบ แบบเดิม กำลังการผลิตไม่เพียงพอ และ กระบวนการผลิตที่ใช้เวลานานทำให้การตั้ง ราคาลิ้นค่าของสูงในราคาสูง	การผลิตรายอื่น และสินค้าทดแทน จากการใช้วัสดุชิ้นในการผลิตที่หาได้ง่ายกว่า ต้นทุนต่ำกว่า กระบวนการผลิตง่ายกว่า อายุการใช้งานยาวนานกว่า สามารถตั้ง ราคาได้ต่ำกว่า ทำให้เกิดส่วนแบ่ง การตลาดของสินค้าประเภทจักรกล นอกจากนี้ยังประสบปัญหาการเกิดโรค ระบาด COVID-19 ที่มีมาตรการป้องกัน ต่าง ๆ มากมาย ทำให้การผลิต และการ ขายสินค้าต้องหยุดชะงัก ผู้ผลิตขาดรายได้	การวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจ ของ เครือข่ายการตลาดของกลุ่มจักรกลใน จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ โดย จับคู่ระหว่างจุดแข็ง (S) กับ โอกาส (O) เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการ แข่งขันของเครือข่าย ซึ่งก็คือ การสร้าง เครือข่ายจะช่วยให้ช่องทางทางการจำหน่าย
		มีการพัฒนารูปแบบที่สามารถใช้หรือตั้ง ช่างกับกระแทกไฟฟ้า เตาไฟฟ้า ซึ่งเหมาะกับ คนที่อาศัยอยู่หอพัก คอนโด ที่มีพื้นที่จำกัด นอกจากนี้ยังมีคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจใน อาชีพจักรกลอีกด้วย ส่วนปัญหาที่พบใน กลุ่มผู้จักรกลในจังหวัดแพร่คือ ผู้จักรกล ส่วนใหญ่ยังคงยึดติดกับการจักรกลในรูปแบบ แบบเดิม กำลังการผลิตไม่เพียงพอ และ กระบวนการผลิตที่ใช้เวลานานทำให้การตั้ง ราคาลิ้นค่าของสูงในราคาสูง	การวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจ ของ เครือข่ายการตลาดของกลุ่มจักรกลใน จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ โดย จับคู่ระหว่างจุดแข็ง (S) กับ โอกาส (O) เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการ แข่งขันของเครือข่าย ซึ่งก็คือ การสร้าง เครือข่ายจะช่วยให้ช่องทางทางการจำหน่าย	

ตาราง 1 (ต่อ)

สรุปภาพรวม	วัตถุประสงค์	การพัฒนาผลิตภัณฑ์	การตลาด
SWOT	พะเยา (PY)	แพร่ (PH)	แพร่ (PH)
	<p>จะทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมกัน</p> <p>เกิดการเรียนรู้เทคนิค และวิธีการทำงาน</p> <p>ใหม่ ๆ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น มีการขยายกำลังการผลิตภายในเครือข่ายให้ช่วยกันผลิตสินค้าในกรณีที่มีการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมาก ๆ เพื่อลดการเสียโอกาสจากปัญหา กำลังการผลิตที่ไม่เพียงพอ มีการแบ่งงานกันทำตามความชำนาญ และความร่วมมือของสมาชิกในเครือข่าย ซึ่งการแบ่งงานกันทำตามความเชี่ยวชาญ ความชำนาญของแต่ละคนนั้น จะทำให้การทำกิจกรรมทำได้เร็ว ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนตามเวลาและค่าแรงขงยให้การลงทุนลดลง และยังเป็นการกระจาย และรายได้ให้สมาชิกเครือข่ายให้ได้รับ</p>	<p>สินค้าให้กับสมาชิกในเครือข่าย ซึ่งจังหวัดแพร่ มีช่องทางจำหน่ายที่เป็นร้านค้าชุมชนที่มีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ใกล้แหล่งเศรษฐกิจ การคมนาคมสะดวก ภูมิอากาศสามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีหน่วยงานภาครัฐ และภาคการศึกษาที่พร้อมให้การสนับสนุนและผลักดันกลุ่มเพื่อนำไปสู่การพัฒนาในด้านต่าง ๆ (SPH,OPH₁)</p>	

ตาราง 1 (ต่อ)

สรุปภาพรวม	วัตถุประสงค์	การผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์	การตลาด
SWOT	พะเยา (PY)	พะเยา (PY)	พะเยา (PY)
	พะเยา (PH)	พะเยา (PH)	พะเยา (PH)
		<p>ประชาชนได้เป็นอย่างดี ถึง ประกอบกับนโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐที่เข้ามาช่วยส่งเสริมและสนับสนุน ให้มีการพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เพื่อให้เกิดการพึ่งพาเศรษฐกิจและสังคม ด้วยการพัฒนาชุมชนระดับฐานรากให้มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพ (SPH₂OPY₁)</p>	

จากการศึกษาวิเคราะห์สรุปรูปภาพรวม SWOT ของผู้จักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ ทำให้ค้นพบแนวทางการสร้างเครือข่ายของกลุ่มจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ ที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งนำไปสู่การวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจของกลุ่มเครือข่ายจักสานในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ โดยการจับคู่ระหว่างจุดแข็ง (S) กับ โอกาส (O) เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของเครือข่าย จำนวน 3 เครือข่าย ได้แก่ เครือข่ายการจัดหาวัตถุดิบ เครือข่ายการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเครือข่ายการตลาด ดังนี้

1. เครือข่ายการจัดหาวัตถุดิบ ไม้ไผ่ถือว่าเป็นวัตถุดิบหลักที่สำคัญ สำหรับการทำจักสาน หลายพื้นที่ในจังหวัดพะเยามีพื้นที่ป่าที่สามารถปลูกไม้ไผ่ไว้ใช้เองได้ และมีการปลูกไม้ไผ่เป็นจำนวนมาก ชาวบ้านในพื้นที่จะมีการปลูกไม้ไผ่ชดเชยในช่วงฤดูฝนของทุกปี ทำให้มีไม้ไผ่เพียงพอสำหรับการผลิต ซึ่งมีกลุ่มผู้ผลิตจักสานในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่หลายกลุ่มที่ยังขาดแคลนไม้ไผ่ไว้ใช้ในการผลิตเครื่องจักสาน และในส่วนของจังหวัดแพร่นั้นในพื้นที่ชุมชนไม่สามารถปลูกไม้ไผ่ไว้ใช้เองได้ ต้องรับซื้อจากคนที่เข้าไปหาตัดไม้ไผ่ในป่าแล้วนำมาขายให้ และมีช่วงที่จังหวัดประกาศปิดป่าทำให้ผู้ผลิตขาดแคลนวัตถุดิบดังกล่าว ต้องหาซื้อจากที่อื่น ทำให้เป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิต การวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจ ของเครือข่ายการจัดหาวัตถุดิบของกลุ่มจักสานในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ โดยการจับคู่ระหว่างจุดแข็ง (S) กับ โอกาส (O) เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของเครือข่าย ซึ่งก็คือ จังหวัดพะเยามีสภาพแวดล้อม และพื้นที่ป่าในชุมชน ที่เหมาะแก่การปลูกไม้ไผ่ การสร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้ผลิตด้วยกัน ทั้งภายในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ จะทำให้สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลกันในเรื่องของวัตถุดิบได้ ทำให้การผลิตเครื่องจักสานสามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง และทำให้ช่วยลดต้นทุนการผลิตได้อีกด้วย (SPY₁OPY₁)

2. เครือข่ายการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์จักสานของจังหวัดพะเยา มีความแปลกใหม่ ไม่เหมือนใคร มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ จากอุปกรณ์หาปลาของชาวบ้าน เช่น กระจ่างข่องมดคล กระจ่างไซ กระจ่างแซะ กระจ่างแห ที่สามารถพับได้ ม้วนได้ และมีการนำเอาวัสดุอื่นมาสานผสมกับไม้ไผ่ เช่น ผักตบชวา หวาย มีการนำผ้า ไหมพรม เชือก มาตกแต่งทำให้ผลิตภัณฑ์จักสานมีความสวยงาม มีรูปทรงที่หลากหลาย เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จักสาน และ สมาชิกมีความสามารถในการเรียนรู้การผลิตเครื่องจักสาน เกะลวดลายจักสาน สร้างแบบจักสาน ได้ตามความต้องการของลูกค้า แต่ก็ยังมีปัญหาในเรื่องการจักสานที่ยังขาดความประณีต และคนในชุมชนไม่ให้ความสนใจในอาชีพจักสานมากนัก ส่วนรูปแบบการจักสานของจังหวัดแพร่นั้น จะมีเทคนิคการจักสานที่ทำให้ผลิตภัณฑ์จักสานจะมีความงามสวยงามตามธรรมชาติ เป็นเอกลักษณ์ มีลวดลายจักสานที่สวยงาม และหลากหลาย นอกจากนี้ยังมีการพัฒนารูปแบบของเครื่องจักสานจากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมให้มีรูปแบบใหม่ ตอบสนอง

การใช้งานของผู้บริโภคปัจจุบัน เช่น หวดนึ่งข้าว มีการพัฒนารูปแบบให้สามารถใช้หวดนึ่งข้าว กับกระทะไฟฟ้า เต้าไฟฟ้า ซึ่งเหมาะกับคนที่อาศัยอยู่หอพัก คอนโด ที่มีพื้นที่จำกัด นอกจากนี้ ยังมีคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจในอาชีพจักสานอีกด้วย ส่วนปัญหาที่พบในกลุ่มผู้จักสาน ในจังหวัดแพร่ คือ ผู้จักสานส่วนใหญ่ยังคงยึดติดกับการจักสานในรูปแบบเดิม กำลังการผลิตไม่เพียงพอ และกระบวนการผลิตที่ใช้เวลานานทำให้การตั้งราคาสินค้าต้องตั้งในราคาสูง การวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจ ของเครือข่ายการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มจักสานในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ โดยการจับคู่ระหว่างจุดแข็ง (S) กับ โอกาส (O) เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของเครือข่าย ซึ่งก็คือ การสร้างเครือข่ายจะทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน เกิดการเรียนรู้เทคนิค และวิธีการทำงานใหม่ ๆ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบใหม่ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น มีการขยายกำลังการผลิตภายในเครือข่ายให้ช่วยกันผลิต สินค้าในกรณีที่มีการสั่งซื้อสินค้าเข้ามาจำนวนมาก ๆ เพื่อลดการเสียโอกาสจากปัญหาลังการผลิตที่ไม่เพียงพอ มีการแบ่งงานกันทำตามความชำนาญ และความเชี่ยวชาญของสมาชิกในเครือข่าย ซึ่งการแบ่งงานกันทำตามความเชี่ยวชาญ ความชำนาญของแต่ละคนนั้น จะทำให้การทำจักสานทำได้ดี และทำได้รวดเร็ว ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนด้านเวลาและค่าแรงช่วยให้การตั้งราคาสินค้าถูกลง และยังเป็น การกระจายงาน และรายได้ให้สมาชิกเครือข่ายให้ได้รับประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง ประกอบกับนโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐที่เข้ามาช่วยส่งเสริมและสนับสนุน ให้มีการพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ให้กับคน ในชุมชนเพื่อให้เกิดการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคม ด้วยการพัฒนาชุมชนระดับฐานรากให้มีความเข้มแข็ง และมีศักยภาพ (SPH₂OPY₁)

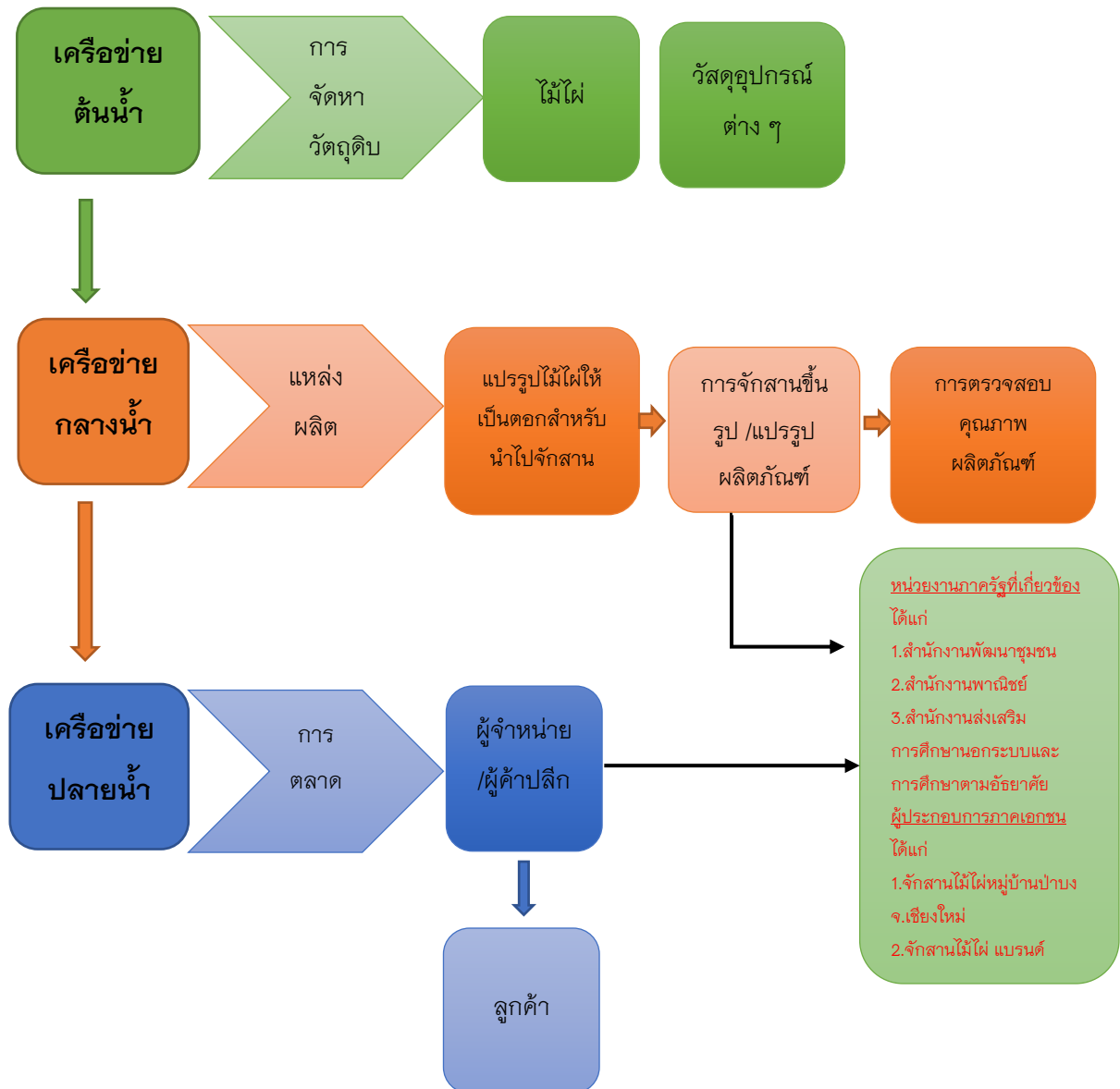
3. เครือข่ายการตลาด จังหวัดพะเยามีการจักสานกันอย่างแพร่หลาย แต่ตลาดรองรับ สินค้าจักสานยังมีไม่มากนัก การขายสินค้าจักสานผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ มีเพียงบางกลุ่ม ที่สามารถทำได้ บางกลุ่มไม่สามารถทำได้เลย เป็นเพราะว่าสมาชิกของกลุ่มจักสานส่วนใหญ่ ที่เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งไม่สามารถเข้าถึงการตลาดออนไลน์ได้เลย จึงทำให้เกิดปัญหาทำจักสานแล้ว ไม่รู้จะนำไปขายที่ไหน สานเก็บไว้ นาน ๆ ครั้งถึงจะมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาเชิญชวนให้ไปออกงาน หรือนำไปวางจำหน่ายตามที่หน่วยงานภาครัฐจัดให้ ซึ่งทำให้การผลิต การขายสินค้าและ รายได้ไม่ต่อเนื่อง ส่วนในจังหวัดแพร่นั้น มีกลุ่มจักสานที่มีร้านค้าชุมชน สามารถนำสินค้า จักสานไปวางจำหน่ายได้ ซึ่งแหล่งที่ตั้งของร้านค้าชุมชน เป็นพื้นที่ติดถนนสายหลัก และเป็น แหล่งเศรษฐกิจ ลูกค้านำมาเข้ามาเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ที่หน้าร้านได้อย่างสะดวก นอกจากนี้สินค้าจักสาน ยังมีพ่อค้าคนกลางมารับไปขายไม่เคยขาด มีหน้าร้านจำหน่ายสินค้า ประเภทจักสานมากมายหลายแห่ง ทั่วทั้งจังหวัด แต่ปัญหาที่พบของทั้ง 2 จังหวัด คือ การผลิต สินค้าที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับผู้ผลิตรายอื่น และสินค้าทดแทนจากการใช้วัสดุอื่นในการผลิต ที่หาได้ง่ายกว่า ต้นทุนต่ำกว่า กระบวนการผลิตง่ายกว่า อายุการใช้งานยาวนานกว่า สามารถ

ตั้งราคาได้ต่ำกว่า ทำให้เกิดส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าประเภทจักสาน นอกจากนี้ยังประสบปัญหาการเกิดโรคระบาด COVID-19 ที่มีมาตรการป้องกันต่าง ๆ มากมายทำให้การผลิต และการขายสินค้าต้องหยุดชะงัก ผู้ผลิตขาดรายได้ การวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจ ของเครือข่ายการตลาดของกลุ่มจักสานในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ โดยการจับคู่ระหว่างจุดแข็ง (S) กับ โอกาส (O) เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของเครือข่าย ซึ่งก็คือ การสร้างเครือข่ายจะ ช่วยเพิ่มช่องทาง การจำหน่ายสินค้า ให้กับสมาชิกในเครือข่าย ซึ่งจังหวัดแพร่ มีช่องทางการจำหน่ายที่เป็นร้านค้าชุมชนที่มีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ใกล้แหล่งเศรษฐกิจ การคมนาคมสะดวก กลุ่มลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีหน่วยงานภาครัฐ และภาคการศึกษาที่พร้อมให้การสนับสนุนและผลักดันกลุ่มเพื่อนำไปสู่การพัฒนาในด้านต่าง ๆ (SPH₁OPH₁)

การวิเคราะห์การสร้างเครือข่ายจักสาน

ผู้วิจัยได้ศึกษาการสร้างเครือข่ายจักสาน ซึ่งการสร้างเครือข่าย คือ การรวมตัวกันด้วยความสมัครใจ ของบุคคล กลุ่ม และองค์กรธุรกิจที่มีขนาดเล็ก โดยรวมตัวกันเพื่อให้ได้ประโยชน์ และสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้เหมือนกับธุรกิจขนาดใหญ่ การสร้างเครือข่ายเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน มีส่วนร่วมคอยช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน สมาชิกมีความเป็นอิสระ มีสิทธิเท่าเทียมกัน มีการจัดรูปแบบและโครงสร้างของเครือข่ายอย่างชัดเจนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายและการทำงานร่วมกัน และเพื่อประโยชน์ในการต่อการแก้ไขปัญหาและเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และผลประโยชน์ร่วมกัน โดยได้ศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้

1. โครงสร้างเครือข่ายจักสานตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ



ภาพ 6 โครงสร้างเครือข่ายจักสานตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ

เครือข่ายต้นน้ำ ได้แก่ การจัดหาวัตถุดิบซึ่งเป็นไม้ไผ่ ไม้ไผ่ถือว่าเป็นวัตถุดิบหลักที่สำคัญ สำหรับการทำจักสาน หลายพื้นที่ในจังหวัดพะเยามีพื้นที่ป่าที่สามารถปลูกไม้ไผ่ไว้ใช้เองได้ และมีการปลูกไม้ไผ่ไว้เป็นจำนวนมาก ชาวบ้านในพื้นที่จะมีการปลูกไม้ไผ่ชดเชยในช่วงฤดูฝนของทุกปี ทำให้มีไม้ไผ่เพียงพอสำหรับการผลิต ซึ่งมีกลุ่มผู้ผลิตจักสานในจังหวัดพะเยา และ

จังหวัดแพร่ หลายกลุ่มที่ยังขาดแคลนไม้ไผ่ไว้ใช้ในการผลิตเครื่องจักสาน และในส่วนของจังหวัดแพร่ นั้น ในพื้นที่ชุมชนไม่สามารถปลูกไม้ไผ่ไว้ใช้เองได้ ต้องรับซื้อจากคนที่เข้าไปหาตัดไม้ไผ่ในป่าแล้วนำมาขายให้ และมีช่วงที่จังหวัดประกาศปิดป่าทำให้ผู้ผลิตขาดแคลนวัตถุดิบดังกล่าว ต้องหาซื้อจากที่อื่นทำให้เป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิต การสร้างเครือข่ายการจัดหาวัตถุดิบของกลุ่มผู้ผลิตด้วยกันทั้งภายในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ จะทำให้สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลกันในเรื่องของวัตถุดิบได้ ทำให้การผลิตเครื่องจักสานสามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง และทำให้ช่วยลดต้นทุนการผลิตได้อีกด้วย

เครือข่ายกลางน้ำ ได้แก่ แหล่งผลิต การแปรรูปจากไม้ไผ่เป็นท่อนเป็นลำนำไปจักเป็นตอก เพื่อนำไปทำจักสาน แปรรูป ขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ และมีการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์จักสานของจังหวัดพะเยา มีความแปลกใหม่ ไม่เหมือนใคร มีการนำเอาวัสดุอื่นมาสานผสมกับไม้ไผ่ เช่น ผักตบชวา หวาย มีการนำผ้า ไหมพรม เชือก มาตกแต่งทำให้ผลิตภัณฑ์จักสานมีความสวยงาม มีรูปทรงที่หลากหลาย เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จักสาน และสมาชิกมีความสามารถในการเรียนรู้การผลิตเครื่องจักสาน แกะลวดลายจักสาน สร้างแบบจักสาน ได้ตามความต้องการของลูกค้า แต่ก็ยังมีปัญหาในเรื่องการจักสานที่ยังขาดความประณีต และคนในชุมชนไม่ให้ความสนใจในอาชีพจักสานมากนัก ส่วนรูปแบบการจักสานของจังหวัดแพร่ นั้น จะมีเทคนิคการจักสานที่ทำให้ผลิตภัณฑ์จักสานจะมีความสวยงามตามธรรมชาติ เป็นเอกลักษณ์ นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนารูปแบบของเครื่องจักสานจากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมให้มีรูปแบบใหม่ ตอบสนองการใช้งานของผู้บริโภคปัจจุบัน เช่น หวดหนึ่งข้าว มีการพัฒนารูปแบบให้สามารถใช้หวดหนึ่งข้าวกับกระทะไฟฟ้า เต้าไฟฟ้า ซึ่งเหมาะกับคนที่อาศัยอยู่หอพัก คอนโด ที่มีพื้นที่จำกัด นอกจากนี้ ยังมีคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจในอาชีพจักสานอีกด้วย ส่วนปัญหาที่พบในกลุ่มผู้จักสานในจังหวัดแพร่ คือ ผู้จักสานส่วนใหญ่ยังคงยึดติดกับการจักสานในรูปแบบเดิม กำลังการผลิตไม่เพียงพอ และกระบวนการผลิตที่ใช้เวลานานทำให้การตั้งราคาสินค้า ต้องตั้งในราคาสูง การสร้างเครือข่ายการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้จักสานในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ จะทำให้เกิดการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน เกิดการเรียนรู้เทคนิค และวิธีการทำงานใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป มีการนำจุดเด่นไปพัฒนาจุดด้อยของกันและกัน มีการขยายกำลังการผลิตภายในเครือข่ายให้ช่วยกันผลิตสินค้าในกรณีที่มีการสั่งซื้อสินค้าเข้ามาจำนวนมาก ๆ มีการแบ่งงานกันทำตามความชำนาญ และความเชี่ยวชาญของสมาชิกในเครือข่าย ซึ่งการแบ่งงานกันทำตามความเชี่ยวชาญ ความชำนาญของแต่ละคนนั้น จะทำให้การทำจักสานทำได้ดีและทำได้รวดเร็ว ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนด้านเวลาและค่าแรง ช่วยให้การตั้งราคาสินค้าต่ำลง และยังเป็นการกระจายงาน และรายได้ให้สมาชิกเครือข่ายให้ได้รับ

ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง ประกอบกับนโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐที่เข้ามาช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนเพื่อให้เกิดการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคม ด้วยการพัฒนาชุมชนระดับฐานรากให้มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพ ในส่วนนี้ก็จะมีส่วนหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และสำนักงาน กศน.จังหวัด เข้ามาเป็นตัวช่วยส่งเสริม สนับสนุน ในเรื่องของการพัฒนาศักยภาพกลุ่ม การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ โดยจะมีการฝึกอบรมโดยเชิญผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้านมาให้ความรู้กับกลุ่มผู้จักสาน หรือมีการพาไปศึกษาดูงานหมู่บ้านที่มีความโดดเด่นในการทำจักสานเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตัวเอง รวมถึงการสนับสนุนช่วยเหลือในเรื่องของงบประมาณ ในส่วนของผู้ประกอบการ ในภาคเอกชน ก็จะเป็นแบบอย่างในเรื่องของการพัฒนารูปแบบ การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นทันสมัย เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในปัจจุบัน รวมถึงการนำเศษวัสดุที่เหลือใช้จากการทำจักสานมาใช้ประโยชน์จนไม่มีขยะเหลือทิ้ง

เครือข่ายปลายน้ำ ได้แก่ การตลาด การจำหน่ายสินค้าจนถึงมือผู้บริโภค จังหวัดพะเยา มีการจักสานกันอย่างแพร่หลาย แต่ตลาดรองรับสินค้าจักสานยังมีไม่มากนัก การขายสินค้าจักสานผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ บางกลุ่มก็สามารถทำได้ บางกลุ่มก็ไม่สามารถทำได้ เป็นเพราะว่าสมาชิกของกลุ่มจักสานส่วนใหญ่ที่เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งไม่สามารถเข้าถึงการตลาดออนไลน์ได้เลย จึงทำให้เกิดปัญหาทำจักสานแล้ว ไม่รู้จะนำไปขายที่ไหน สานเก็บไว้นาน ๆ ครั้งถึงจะมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาเชิญชวนไปออกงาน หรือนำไปวางจำหน่ายตามที่หน่วยงานภาครัฐจัดให้ ซึ่งทำให้การขายสินค้าและรายได้ไม่ต่อเนื่อง ส่วนในจังหวัดแพร่ นั้น มีกลุ่มจักสานที่มีร้านค้าชุมชน สามารถนำสินค้าจักสานไปวางจำหน่ายได้ ซึ่งแหล่งที่ตั้งของร้านค้าชุมชนเป็นพื้นที่ติดถนนสายหลัก และเป็นแหล่งเศรษฐกิจ ลูกค้าสามารถเข้ามาเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ที่หน้าร้านได้อย่างสะดวก นอกจากนี้สินค้าจักสาน ยังมีพ่อค้าคนกลางมารับไปขายไม่เคยขาด มีหน้าร้านจำหน่ายสินค้าประเภทจักสานมากมายหลายแห่ง ทั่วทั้งจังหวัด แต่ปัญหาที่พบของทั้ง 2 จังหวัด คือ การผลิตสินค้าที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน กับผู้ผลิตรายอื่น และสินค้าทดแทนจากการใช้วัสดุในการผลิตที่หาได้ง่ายกว่า ต้นทุนต่ำกว่า กระบวนการผลิตง่ายกว่า อายุการใช้งานยาวนานกว่า สามารถตั้งราคาได้ต่ำกว่า ทำให้เกิดส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าประเภทจักสาน นอกจากนี้ ยังประสบปัญหาการเกิดโรคระบาด COVID-19 ที่มีมาตรการป้องกันต่าง ๆ มากมาย ทำให้การผลิต และการขายสินค้าต้องหยุดชะงัก ส่งผลให้ผู้ผลิตขาดรายได้ ในส่วนนี้หน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และสำนักงาน กศน.จังหวัด ก็มีส่วนสำคัญที่เข้ามาช่วยเหลือ ช่วยส่งเสริม และสนับสนุนในเรื่องของการตลาด โดยหน่วยงานภาครัฐ จะช่วยพัฒนาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ ช่วยขยายกลุ่มลูกค้าให้กว้างขึ้น การพาไปออกบูธ

หรืองานแสดงสินค้าระดับประเทศ และยังช่วยส่งเสริมการทำตลาดแบบออนไลน์ การขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นต้น ในส่วนของผู้ประกอบการในภาคเอกชน จะช่วยในเรื่องของช่องทางการจำหน่าย รูปแบบวิธีการทำการตลาดออนไลน์ การตลาดต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยให้ตลาดจักสานเปิดกว้างมากขึ้น และมีรูปแบบการทำตลาดโดยการนำเสนอสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับงานจักสานด้วยการสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจให้กับตัวสินค้าแต่ละชิ้นอีกด้วย

2. การก่อเกิดเครือข่าย

2.1 การก่อเกิดของเครือข่าย

จากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจักสานในจังหวัดพะเยา จำนวน 10 กลุ่ม และจังหวัดแพร่ จำนวน 5 กลุ่ม เกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายจักสาน โดยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ได้ผลสรุปดังนี้

การก่อเกิดเครือข่าย สามารถแบ่งออกได้ 3 ลักษณะ ดังนี้

2.1.1 เครือข่ายที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ ซึ่งเกิดจากกลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ลักษณะวัฒนธรรม หรือประสบปัญหาที่คล้ายคลึงกัน มารวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เครือข่ายลักษณะนี้จะเกิดขึ้นในหมู่เครือญาติ คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน รวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มโดยการมีกิจกรรมร่วมกันก่อน จากนั้นจึงค่อยขยายเป้าหมายวัตถุประสงค์ และพื้นที่การดำเนินงานออกไป จนพัฒนาให้เกิดขึ้นเป็นเครือข่าย เครือข่ายลักษณะนี้มักจะใช้ระยะเวลาในการสร้างที่ค่อนข้างนาน และเมื่อเกิดขึ้นแล้วเครือข่ายก็จะมีความเข้มแข็งและยั่งยืน

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 10 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การรวมตัวกันของกลุ่มส่วนใหญ่จะเป็นคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน เป็นเครือญาติกัน รวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และพัฒนาทักษะร่วมกัน โดยผู้จักสานในกลุ่ม D กล่าวไว้ว่า “...กลุ่มเกิดจากการรวมตัวกันของญาติพี่น้อง คนที่อยู่บ้านใกล้เคียงกัน ที่อยากมีอาชีพ และอยากมีรายได้จากการทำเครื่องจักสาน...”

2.1.2 เครือข่ายจัดตั้ง เกิดจากนโยบายหรือการดำเนินงานของภาครัฐ เป็นส่วนใหญ่ สมาชิกที่มารวมตัวเป็นเครือข่ายส่วนใหญ่ไม่ได้มีพื้นฐาน ความคิด ความต้องการ หรือความเข้าใจในการจัดตั้งเครือข่ายมาก่อน การรวมตัวกันจะเป็นการรวมตัวเฉพาะกิจ ไม่มีความต่อเนื่อง และเมื่อระยะเวลาผ่านไปเครือข่ายก็มักจะจางหายไปมากที่สุด แต่ถ้าหากเครือข่ายได้รับการช่วยเหลือ การแนะนำที่ดี เพื่อให้เครือข่ายนั้นมีการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน จนสมาชิกที่มาเข้าร่วมเครือข่ายมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเครือข่าย อาจจะทำให้เครือข่ายเกิดการพัฒนาจนนำไปสู่เครือข่ายที่แท้จริงได้

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 8 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การรวมกลุ่มเกิดจากการที่ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มของคนในชุมชน โดยสนับสนุนงบประมาณเข้ามาช่วยในการจัดกิจกรรม หรือพัฒนาอาชีพ อบรมให้ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ โดยผู้จักสานในกลุ่ม A กล่าวว่า “...แต่ก่อนทางส่วนราชการมีนโยบายว่าทุกอย่างจะต้องทำร่วมกันเป็นกลุ่ม เพื่อที่จะสามารถรวมตัวกันไปของงบประมาณสนับสนุน เพื่อนำมาพัฒนาหมู่บ้าน และสร้างการรับรู้ให้ชาวบ้านรับทราบถึงประโยชน์ของการรวมกลุ่มกัน การจะไปของงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐแบบรายบุคคลไม่มีทางเป็นไปได้เลย เราจะได้งบประมาณสนับสนุนก็ต่อเมื่อมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ เพื่อไปต่อรองกับหน่วยงานรัฐ...”

ผู้จักสานในกลุ่ม N กล่าวว่า “...การรวมกลุ่มของเราทำให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือ สนับสนุนงบประมาณง่ายขึ้น...”

2.1.3 เครือข่ายวิวัฒนาการ ไม่ได้เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ และไม่ได้เกิดจากการจัดตั้งโดยตรง แต่การเกิดขึ้นของเครือข่ายเริ่มจากการที่กลุ่มบุคคล องค์กรมารวมกัน ด้วยวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะช่วยเหลือ สนับสนุน และศึกษาเรียนรู้ไปด้วยกัน แต่วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการรวมตัวกันอาจจะยังไม่มีที่ชัดเจน หรืออาจจะเกิดจากการได้เห็นหรือการรับฟังจากเครือข่ายอื่นแล้วทำให้อยากรวมตัวกันเป็นเครือข่ายเพื่อให้เกิดการพัฒนา จึงทำให้เกิดความคิดที่จะรวมตัวกัน

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 3 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การรวมกลุ่มเกิดจากการที่อยากจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนเหมือนกับชุมชนอื่น โดยผู้จักสานในกลุ่ม C กล่าวว่า “...กลุ่มเกิดจากการรวมตัวของผู้สูงอายุในชุมชน โดยมีแกนนำที่เป็นนักพัฒนาธุรกิจ ที่ทำงานร่วมกับจังหวัดได้มองเห็นว่าผู้สูงอายุในชุมชนมีพื้นฐานในการทำจักสาน และมีการทำจักสานเป็นประจำอยู่แล้ว จึงมีแนวคิดที่อยากจะช่วยพัฒนา และสนับสนุนการทำจักสานของชุมชน เพื่อสร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนอย่างยั่งยืน...”

3. รูปแบบและวิธีการสร้างเครือข่าย

3.1 เครือข่ายความคิด เป็นเครือข่ายที่เน้นการทำงานด้านความคิด ความรู้หรือเทคนิคต่าง ๆ มีการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 6 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การรวมกลุ่มทำให้สมาชิกได้พบปะ ทำงานร่วมกัน แลกเปลี่ยนความคิดระหว่างกันของสมาชิกในกลุ่ม โดยผู้จักสานในกลุ่ม D กล่าวว่า “...การรวมตัวของสมาชิกในกลุ่ม เราจะทำงานร่วมกัน มีการเรียนรู้วิธีการจักสาน เทคนิคต่าง ๆ ด้วยกันภายในกลุ่ม เพราะสมาชิกในกลุ่มของเราแต่ละคนจะมี

ความเชี่ยวชาญในการทำลายจักสานที่แตกต่างกันไป ลายจักสานของกลุ่มเรามีเยอะประมาณ 7-8 ลาย แต่ละคนก็จะมีความเชี่ยวชาญที่ต่างกันเราก็จะมาเรียนรู้ร่วมกัน...”

ผู้จักสานในกลุ่ม K กล่าวว่า “...กลุ่มมีระบบการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาทักษะร่วมกัน สามารถถ่ายทอดความรู้ได้ทั้งในชุมชน และนอกชุมชน และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น...”

3.2 เครือข่ายกิจกรรม เป็นเครือข่ายที่เน้นการช่วยเหลือร่วมมือกันในการทำกิจกรรม ส่วนใหญ่จะเป็นเครือข่ายภายในชุมชน คอยช่วยเหลือ ระดมความร่วมมือกันในการทำกิจกรรม ทำให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลกันภายในเครือข่าย

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 5 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า ทางกลุ่มมีการรวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน ให้ความช่วยเหลือร่วมมือกันในการทำงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยผู้จักสานในกลุ่ม A กล่าวว่า “...สมาชิกในกลุ่มจะช่วยเหลือกันในการผลิตสินค้า มีการกระจายการผลิตให้แก่สมาชิกในกลุ่มอย่างทั่วถึง...”

3.3 เครือข่ายสนับสนุนทุน เป็นเครือข่ายดำเนินกิจกรรมร่วมกันที่จำเป็นจะต้องมีทุนเพื่อการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 7 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า หน่วยงานภาครัฐจะเข้ามาช่วยสนับสนุนงบประมาณเพื่อให้คนในชุมชนมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม โดยผู้จักสานในกลุ่ม F กล่าวว่า “...กลุ่มของเราเกิดจากที่หน่วยงานรัฐเขียนโครงการเพื่อนำงบประมาณมาช่วยสนับสนุน และส่งเสริมกลุ่มผู้สูงอายุในหมู่บ้านเดียวกันที่มีความสนใจที่จะทำงานจักสาน มารวมกลุ่มกันมาเรียนรู้และฝึกอบรมร่วมกัน โดยได้สนับสนุนงบประมาณมาจำนวนหนึ่งสำหรับให้กลุ่มนำมาเป็นเงินลงทุนเริ่มต้น ทางกลุ่มก็เอาไปซื้อพวกวัสดุ...”

จักสานในกลุ่ม K กล่าวว่า “...กลุ่มมีการบริหารจัดการที่โปร่งใส มีความเข้มแข็ง สามารถเป็นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้แก่วิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ตลอดจนเป็นแหล่งศูนย์เรียนรู้ชุมชนทางภาครัฐได้เล็งเห็นความสำคัญของกลุ่มที่ช่วยสร้างประโยชน์ในภาพรวมให้กับสังคม จึงได้อนุมัติงบประมาณช่วยเหลือกลุ่ม...”

4. ขั้นตอนการสร้างเครือข่าย

4.1 การสร้างเครือข่ายโดยตระหนักถึงปัญหา

กลุ่มผู้จักสาน จำนวน 7 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การรวมตัวของคนในกลุ่มมักเกิดจากคนที่มีปัญหา หรือมีความต้องการการได้รับความช่วยเหลือในลักษณะที่เหมือนกัน โดยผู้จักสานในกลุ่ม D กล่าวว่า “...จุดเริ่มต้นของการรวมกลุ่มเกิดจากที่เราเห็นผู้สูงอายุในชุมชนอยู่บ้านเฉย ๆ และบางคนป่วยเป็นกระดูกทับเส้น บางคนก็ป่วยถึงขั้นเดินไม่ได้ จึงคิดอยากจะทำ

กิจกรรมที่ทำให้ทุกคนได้มารวมตัวกัน ช่วยให้คนเหล่านั้นมีอาชีพ และมีรายได้ ผู้ป่วยบางคน พอได้มาลองทำจักสาน ได้ขยับ ได้เคลื่อนไหวร่างกายถึงกับหายจากอาการป่วย...”

ผู้จักสานในกลุ่ม M กล่าวว่า “...สมาชิกกลุ่มเราจะเป็นแม่บ้านที่อยู่บ้านเฉย ๆ ว่างจากการทำอะไร ทำนา ก็ไม่มีอะไรทำ จึงคิดมาทำจักสานเพื่อหารายได้เสริม หลังจากนั้นทางกลุ่ม ได้มีการเขียนโครงการเข้าไปของงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ก็จะได้รับงบประมาณสนับสนุน และได้รับการช่วยเหลือทางด้านการจัดฝึกอบรมความรู้ให้กับสมาชิกในกลุ่ม สนับสนุนในเรื่อง การจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์...”

ผู้จักสานในกลุ่ม N กล่าวว่า “...กลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่เราเกิดจากการรวมกลุ่ม ของคนในชุมชน เพราะปัญหาการตัดราคาของพ่อค้าคนกลางและคนในชุมชนเอง ทำให้คนชุมชน เกิดแนวคิดที่จะจัดตั้งกลุ่ม เพื่อกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์และต่อรองกับพ่อค้าคนกลาง...”

4.2 การสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน

กลุ่มผู้จักสานจำนวน 6 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การรวมกลุ่มต้องคำนึงถึง ผลประโยชน์ที่คนส่วนใหญ่จะได้รับ เพราะจะทำให้เกิดแรงจูงใจให้คนเข้ามามีส่วนร่วม โดยผู้จักสานในกลุ่ม A กล่าวว่า “...การรวมกลุ่มของคนในชุมชนช่วยให้เกิดอำนาจต่อรองกับ หน่วยงานภาครัฐ เพื่อของงบประมาณสนับสนุนได้ และยังทำให้เกิดอำนาจต่อรองกับผู้ซื้อ ได้อีกด้วย...”

4.3 การแสวงหาแกนนำของเครือข่าย

กลุ่มผู้จักสานจำนวน 6 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า ผู้นำกลุ่มจะต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติ เหมาะสม และมีอิทธิพลเพียงพอในการผลักดันด้านต่าง ๆ โดยผู้จักสานในกลุ่ม D กล่าวว่า “...ยอมรับเลยผู้นำกลุ่มเราสุดยอด เก่ง มีความเสียสละ แก่เป็นคนรุ่นใหม่ด้วยกล้าคิดและลงมือ ทำสิ่งใหม่ ๆ ถ้าไม่มีผู้นำกลุ่มคนนี้ กลุ่มเราคงไม่ประสบความสำเร็จมาถึงทุกวันนี้...”

ผู้จักสานในกลุ่ม M กล่าวว่า “...กลุ่มเรามีผู้นำกลุ่มที่มีเสียสละ อุทิศตนทำงาน เพื่อส่วนรวม และมีความสามารถในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อดึง งบประมาณเข้ามาสนับสนุนกลุ่ม ทางกลุ่มเราได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐอยู่เสมอ เพราะกลุ่มเราเป็นกลุ่มที่เข้มแข็ง...”

4.4 การสร้างแนวร่วมสมาชิกของเครือข่าย

กลุ่มผู้จักสานจำนวน 5 กลุ่ม ให้ความเห็นว่า การสร้างแนวร่วมเครือข่าย คือ การขยายเครือข่ายให้กว้างขวางโดยการดึงบุคคล หรือกลุ่มที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าร่วมเป็น สมาชิกกลุ่ม โดยผู้จักสานในกลุ่ม C กล่าวว่า “...บริษัทประชารัฐเป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นมา เพื่อทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยบริษัทประชารัฐเข้ามาช่วยเขียนโครงการเพื่อขอ

งบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐ ในชื่อโครงการตะกร้าพะเยา โดยจะให้มีการรวมกลุ่มของผู้จักสานทั่วทั้งจังหวัดพะเยาเข้าร่วมโครงการดังกล่าว โดยที่แต่ละกลุ่มจะต้องรักษาเอกลักษณ์การจักสานของแต่ละกลุ่มเอาไว้...”

ผู้จักสานในกลุ่ม K กล่าวว่า “...กลุ่มเราสามารถเป็นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ และเป็นแหล่งศูนย์เรียนรู้ชุมชนของ กศน.อำเภอด้วย...”

จากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐจำนวน 3 หน่วยงาน ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ เกี่ยวกับการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจจักสาน ข้อเสนอแนะแนวทางส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเครือข่าย และข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขัน ทุกหน่วยงานมีบทบาทที่สำคัญในการช่วยส่งเสริม ทั้งด้านความรู้ ด้านวิชาการ และด้านงบประมาณ ซึ่งได้ผลสรุปดังนี้

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด กล่าวว่า “...สำนักงานพัฒนาชุมชนจะเป็นหน่วยงานที่เชื่อมโยง และส่งเสริมสนับสนุนในเรื่องของการพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมในเรื่องของการตลาด และมีการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม โดยจะมี การฝึกอบรม โดยเชิญผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน เช่น ด้านการจักสานก็จะมีนักออกแบบ หรือนักดีไซน์ที่มีประสบการณ์มาสอนให้ความรู้ หรือมีการพาไปศึกษาดูงานหมู่บ้านที่มีความโดดเด่นในการทำจักสาน ถ้ากลุ่มไหนมีศักยภาพในการผลิตทางหน่วยงานก็จะหาแบบใหม่ ๆ ให้ และทางสำนักงานพัฒนาชุมชนจะมีในเรื่องของการตลาดออนไลน์ซึ่งมีการเปิด webpage ของ OTOP Today ซึ่งจะมีนักการตลาดออนไลน์รุ่นใหม่ของจังหวัด จะมีหน้าที่ออกไปไลฟ์สดขายสินค้าให้กับผู้ประกอบการ และทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่ม โดยกลุ่มเหล่านี้จะเอาสินค้ามาไว้ให้ที่สำนักงาน หรือบางที่ให้ไปไลฟ์สดขายถึงกลุ่มเลยแล้วแต่ความสะดวก มีการพากลุ่มออกตลาดทั้งใน และต่างจังหวัด...”

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดกล่าวว่า “...สำนักงานพาณิชย์ มองว่าการรวมกลุ่ม เป็นการจับให้คนมารวมตัว รวมกลุ่มกัน ติดต่อสร้างเครือข่าย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน เช่น เครือข่ายความร่วมมือในเรื่องวัตถุดิบ การผลิต การออกแบบ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการตลาด เป็นต้น สำนักงานพาณิชย์จะมีธุรกิจ Biz Club เครือข่ายธุรกิจ Biz Club คือทุกจังหวัดของสำนักงานพาณิชย์จะมีเครือข่ายนี้อยู่ ซึ่งรับผลิตภัณฑ์ทุกประเภทเข้ามาอยู่ในเครือขையนี้ คนที่เข้ามาอยู่ในเครือขையนี้เขาจะได้รับการพัฒนาอบรมด้านต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์จะทำผ่านเครือข่ายธุรกิจ Biz Club แจ้งผ่านทางไลน์ หรือถ้ามีการอบรมที่เจาะเฉพาะอาชีพอย่างจักสานก็จะมีการทำหนังสือผ่านเกษตรจังหวัด พัฒนาชุมชน เพื่อสอบถามว่าแต่ละหน่วยงานมีข้อมูลกลุ่มที่ทำจักสานหรือไม่ จะขอความร่วมมือให้หน่วยงานประชาสัมพันธ์ให้อีกทาง

การรวมกลุ่มของกลุ่มผู้จักสาน เเท่าที่เห็นเริ่มต้นจะเป็นการรวมกลุ่มแบบธรรมชาติ อาจจะเป็นทุนเดิมของเขาที่เคยมีมา แต่ปัจจุบันการรวมกลุ่มที่รัฐส่งเสริมมันมีเยอะ การรวมกลุ่มกันมักจะเกิดจากนโยบายของรัฐมากกว่า เพราะมันจะเกิดในรูปแบบนิติบุคคล การรวมหุ้น สวัสดิการต่าง ๆ รายรับรายจ่าย รวมถึงการจ่ายเงินปันผล แต่ถ้าการรวมกลุ่มแบบธรรมชาติ เรามองว่ามันไม่เป็นรูปธรรมเท่าไร แต่ทุกคนในกลุ่มก็ช่วยเหลือกัน แต่ไม่มีความชัดเจนในการแบ่งหน้าที่กัน ไม่รู้ใครจะทำหน้าที่อะไร แต่ถ้าการรวมกลุ่มตามภาครัฐ มันจะมีโครงสร้างที่ชัดเจน เป็นระบบ มีประธาน รองประธาน เลขา เหรัญญิก เวลาที่มีกิจกรรม ก็จะมีการรวมตัวกันเพื่อแบ่งงาน แบ่งหน้าที่กัน มีการสรุปทำบัญชี รายรับ รายจ่ายที่ชัดเจน การรวมกลุ่มที่ดีมันจะต้องเกิดจากการส่งเสริมจากภาครัฐที่จะต้องเข้าไปช่วยส่งเสริม เอาจบประมาณไปช่วยสนับสนุนให้เขาในการตั้งต้นกลุ่ม เพราะการจตุวิสาหกิจมันมีผลต่อการจะได้เงินทุนมาใช้ในการบริหารจัดการกลุ่ม...”

สำนักงานการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย กล่าวว่า “...จากการทำผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่รูปแบบเดิม ๆ ไม่มีการพัฒนารูปแบบให้มีความหลากหลาย ทันสมัย ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ทำออกมาไม่สามารถจำหน่ายได้ สมาชิกมีรายได้ลดลง เพราะลูกค้าส่วนใหญ่หันไปซื้อสินค้าที่สวยงาม และแปลกใหม่ สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย กคน.ได้เป็นส่วนหนึ่งในการจุดประกายความคิดให้สมาชิกเกิดความคิดที่จะพัฒนาตนเองในการทำผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ มีขั้นตอนที่ลดเวลาและวิธีการทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สวยงาม สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า และสามารถพัฒนาตนเองไปสู่การขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ เพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเอง และสมาชิกกลุ่ม มีการจัดให้มีการฝึกวิชาชีพระยะสั้น การทำผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบ ให้สวยงาม ตรงตามความต้องการของตลาด และการเรียนรู้ที่จะพัฒนาการตลาดสู่การค้าออนไลน์ในรูปแบบของการสร้างเพจ และการขายผ่านกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยมีการสำรวจความต้องการของสมาชิกกลุ่มที่มีความต้องการในการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์จากเดิมที่มีอยู่ และได้ดำเนินการจัดกิจกรรมการศึกษาต่อเนื่อง ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ได้เพิ่มพูนความรู้ และพัฒนารูปแบบที่หลากหลาย สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของตนเอง ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีความแตกต่าง สวยงาม ทันสมัย และเป็นที่ต้องการของตลาด เป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ กลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้น และผลิตภัณฑ์ยังเป็นที่ยุ้จักอย่างแพร่หลาย มีการติดตามการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ของการเข้าร่วมกิจกรรมที่ กคน.จัดขึ้นด้วยการติดตามการดำเนินงานของกลุ่มว่า เมื่อเข้าร่วมกิจกรรมแล้วสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ได้จริง มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง สามารถมีรายได้เพิ่มขึ้นและสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้

ให้กับผู้อื่นได้ และจากการติดตามผลการจัดกิจกรรม ทำให้ทราบว่า ผู้ร่วมกิจกรรมได้นำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของตนเอง ให้มีความหลากหลาย ตรงกับความต้องการของตลาด เหมาะสมกับการใช้งานแต่ละประเภท สมาชิกในกลุ่มบางคนมีความคิดสร้างสรรค์ในการหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ สมาชิกกลุ่ม ชุมชนมีความภาคภูมิใจและพร้อมที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของตนเอง สร้างกลุ่มให้มีความเข้มแข็ง ส่งผลให้มีรายได้ มีอาชีพที่มั่นคง...”

จากการศึกษาข้อมูล ผู้ประกอบการในภาคเอกชนจำนวน 3 แห่ง จากเว็บไซต์เกี่ยวกับการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจจักสาน ข้อเสนอแนะแนวทางส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเครือข่าย และข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขัน ได้ผลสรุปดังนี้

จักสานไม้ไผ่หมู่บ้านป่าบง กล่าวว่า “...บ้านป่าบง เป็นหมู่บ้านตำบลหนึ่งในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ในอดีตหมู่บ้านนี้อุดมไปด้วยป่าไม้ไผ่ คนในหมู่บ้านจึงมีการนำไผ่บงมาจักสานเป็นข้าวของเครื่องใช้ ซึ่งถือเป็นงานอดิเรกหลังจากการทำเกษตรกรรม งานจักสานเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตประจำวันที่สืบทอดกันมา จากรุ่นสู่รุ่นของชาวบ้านในหมู่บ้านป่าบง ชาวบ้านยึดอาชีพจักสานไม้ไผ่เป็นอาชีพหลัก งานจักสานของหมู่บ้านป่าบง มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ มีความโดดเด่นที่แตกต่างจากที่อื่น คือ ลายสองมิติ จากกระบุงหาบ ที่มีการสืบสานเอกลักษณ์จากรุ่นสู่รุ่นของชาวบ้านป่าบง และรูปแบบที่มีการสร้างสรรค์ตามจินตนาของชาวบ้านที่มีความสวยงามทันสมัย จากรูปลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์ความเป็นล้านนา โดยสัมผัสได้ถึงความเป็นธรรมชาติที่ผ่านกรรมวิธีจากฝีมือของชาวบ้านในท้องถิ่น ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ซึ่งได้จำหน่ายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ และลายกระต๊อนอกในจากช่องหลวง ลวดลายจักสานเหล่านี้นำมาพัฒนาสร้างสรรค์รูปแบบ รูปทรงจักสานจากรูปทรงเดิม ๆ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น...” (Arts and Culture CNX, 2020, สืบออนไลน์)

จักสานไม้ไผ่แบรนด์ VASSANA กล่าวว่า “...การจักสานดั้งเดิมจะเป็นงานจักสานพวก กบ เต่า กุ้ง ปู ปลาตะเพียน ทำไว้ให้ลูกหลานเล่นไม่ได้สานเพื่อการจำหน่าย และสิ่งที่พบกับการสานดังกล่าวได้ถูกทิ้งเป็นเศษขยะ ส่วนลวดลายง่าย ๆ สานไปขายในช่วงเทศกาลประเพณีที่มีการประดับตกแต่งกันง่าย ๆ สานเสร็จเอาไปย้อมสีแล้วก็จบ แต่งานประเภทนี้มันขายได้ราคาไม่มาก สานหมวก สานกระเป๋าขายก็ได้ราคาถูก แถมยังขายยากอีกด้วย จากสิ่งที่ได้พบเห็นจึงทำให้เกิดแรงบันดาลใจเอางานที่มีอยู่แล้วมาสร้างเรื่องราวใหม่ เอามาทำให้เกิดประโยชน์มากขึ้น เพราะคิดว่างานฝีมือมันน่าจะให้อะไรกับคนทำได้มากกว่านี้ จึงเกิดแรงบันดาลใจที่อยากจะรักษางานจักสานเหล่านี้เอาไว้ อาจารย์วาสนาได้รับทุนวิจัย เพื่อศึกษาลวดลายจักสานดั้งเดิม มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ใช้สอยได้จริง จนค้นพบว่าไม้ไผ่ของจังหวัดพะเยา

มีความยาวกว่าที่อื่น ไม้ไผ่ที่มีความยาวทำให้เมื่อนำไปทำงานจักสาน จะสานดอกได้เร็วกว่า และไม่ต้องต่อความยาวเพิ่ม ทำให้ได้ลวดลายที่สวยงาม การค้นพบครั้งนี้ทำให้ได้ต่อยอดการศึกษา มาคิดค้นวิธีสานแบบใหม่ จนเกิดเป็น ลายวีว ซึ่งลายนี้นำมาประยุกต์การสานได้อีกหลายแบบ และเป็นลวดลายที่สร้างเอกลักษณ์ให้แบรนด์ Vassana มาจนถึงทุกวันนี้

แรงบันดาลใจของลายจักสานได้มาจากกล้วยไม้ไผ่ไฮบริด พอสานเสร็จจะมีเศษเหลือ จะเอามาทำอะไรดี เลยลองเอามาตีเป็นเกลียวให้มันสามารถใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น และเอามาทำเป็นไส้แกนข้างใน หรือก้านดอก ส่วนที่เป็นไส้ในนี้แหละที่ทำให้ได้รางวัลแรกในชีวิต เพราะมันเป็น Eco-design ที่เราเอาเศษที่เหลือใช้ มาใช้ประโยชน์ต่อจนไม่มีขยะเหลือทิ้ง และได้รับรางวัลชนะเลิศประเภทงานจักสาน Innovative Craft Award 2012 จากงานจักสาน โคมไฟรงนก ซึ่งเป็นก้าวสำคัญที่ทำให้แบรนด์เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว

การที่แบรนด์ Vassana จะประสบความสำเร็จได้นั้น ไม่ได้มาจากตัวอาจารย์คนเดียว แต่ต้องอาศัยความร่วมมือในการทำชิ้นส่วนจักสานต่าง ๆ จากชาวบ้านด้วย ชิ้นส่วนชิ้นเล็ก ชิ้นน้อย ที่ประกอบกันออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ เป็นชิ้นงานที่มาจากกลุ่มชาวบ้านที่ทำงานฝีมือ มากกว่า 20 พื้นที่ทั่วประเทศ ซึ่งมีไม้ไผ่เป็นจำนวนมากและหาได้ง่ายกว่าที่อื่น ได้แก่ พะเยา เชียงราย ลำพูน และ อำเภอด่าง ในพื้นที่เชียงใหม่ ที่สำคัญคนเฒ่าคนแก่ในพื้นที่ ภาคเหนือมีทักษะในการทำงานจักสานกันอยู่แล้ว แต่งานจักสานที่เคยทำที่ผ่านมามันช่วยสร้างรายได้ไม่มากนัก อาจารย์วาสนาจึงได้นำความรู้ที่มีอยู่ไปให้ความรู้ให้กับช่างฝีมือเหล่านี้ อย่างเต็มที่ เพื่อให้คนเหล่านี้ผลิตชิ้นงานส่งขายให้อีกที เมื่อแบรนด์ Vassana เป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น จากจุดเล็ก ๆ ที่อยากจะช่วยสร้างรายได้ สร้างอาชีพเสริม ให้กับชาวบ้านและชุมชน งานจักสานชิ้นส่วนจึงกลายเป็นรายได้หลักของผู้เฒ่าผู้แก่ในภาคเหนือ และยังมีอีกหลายชุมชน ที่อาจารย์วาสนาพยายามขยายเครือข่ายออกไปเพื่อให้มีช่างฝีมือ เพียงพอต่อการผลิตสินค้าออกสู่ตลาด

งานจักสานที่เคยหมดคุณค่าในสายตาของชาวบ้าน ถูกชุบชีวิตจากงานจักสานดั้งเดิม ในภาคเหนือให้กลับมามีลมหายใจอีกครั้ง ด้วยการเปลี่ยนดีไซน์ใหม่ นำไปประกอบกับงานใหม่ ๆ และฟังก์ชันใหม่ให้ไปไกลกว่าแค่ข้าวของเครื่องใช้ธรรมดา เช่น พวงมาลัยที่ใช้ในงานมงคล กระเป๋าถือรูปทรงทันสมัย

แบรนด์ VASSANA ได้มีโอกาสพางานจักสานไปนำเสนอสู่สายตาชาวโลก ได้มีโอกาส ร่วมงานกับศิลปินรุ่นใหม่ ได้นำมุมมองใหม่ ๆ มาพัฒนาผลงาน และเปิดโลกงานออกแบบด้วยการไปร่วมงานแสดงผลงานในต่างประเทศ ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ..." (ธนาวดี แทนเพชร, 2561, สื่อออนไลน์)

วิถีไทย (VT Thai) กล่าวว่า “...วิถีไทยเป็นสตาร์ทอัพดาวรุ่งเพิ่มคุณค่าให้กับจักสานไทย ดึงไปไกลทั่วโลกด้วย การสร้างเรื่องราว และ Online สำหรับคนทั่วโลกที่เมื่อคิดถึงงานจักสานของไทย ที่ผ่านการออกแบบด้วยดีไซน์ที่สวยงามและรูปแบบที่ทันสมัย เหมาะกับไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ วิถีไทยจะต้องเป็นชื่อแรกที่ใคร ๆ ก็นึกถึง ด้วยศักยภาพของการตลาดที่รองรับกลุ่มงานจักสานประเภท Handmade ที่เติบโตสูงมากในตลาดโลกทำให้วิถีไทย ได้ริเริ่มทำศูนย์กลางงานจักสานแบบ E-Commerce บนแนวคิด Thai Handicraft Marketplace ผ่านทางเว็บไซต์ www.vtthai.com

จุดเริ่มต้นนั้นเกิดจากการที่ต้องไปติดต่อธุรกิจในต่างจังหวัดอยู่บ่อยครั้ง และในหลายพื้นที่เกือบทั่วประเทศ ก็มักจะเห็นสินค้าประเภทงานจักสานวางขายเรียงรายตามข้างทาง โดยงานจักสานแต่ละชิ้นนั้นล้วนเป็นงานฝีมือที่ต้องใช้ทักษะในการทำทุกชิ้น แต่คนขายที่เป็นกลุ่มชาวบ้านในท้องถิ่นมักจะขายตัดราคากัน ในขณะที่ต่างประเทศสินค้ากลุ่มนี้สามารถขายได้ในราคาสูง เพราะคนต่างชาติส่วนใหญ่ชื่นชอบในความสวยงามแบบคลาสสิก ทำให้สามารถขายได้ในราคาสูง แต่สินค้าจักสานของชุมชนในประเทศไทย ยังขาดองค์ประกอบหลักที่สำคัญคือ เรื่องของการตลาด และดีไซน์ ถ้าหากว่าเราสามารถเติมเต็มเรื่องเหล่านี้ได้ก็จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้สินค้าจักสานของไทยได้มากยิ่งขึ้น ทำให้กลายเป็นอีกหนึ่งสินค้าที่นักท่องเที่ยวจะต้องถามหาเมื่อมาเที่ยวประเทศไทย

วิถีไทยนอกจากเข้ามาเป็นช่องทางขายสินค้าให้กับสินค้าเหล่านี้แล้ว ยังมีการเพิ่มมูลค่าให้กับงานจักสานด้วยการสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจให้กับสินค้าแต่ละชิ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวของวัตถุดิบ ความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ที่มีรูปแบบในการสานหรือเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใคร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนนำมาสร้างเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ได้ทุกมิติเลยทีเดียว

ในเรื่องของรูปแบบและความโดดเด่นในเรื่องของการดีไซน์ ได้ร่วมมือกับกลุ่มไทยดีไซน์เนอร์ เพื่อร่วมงานกันออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยได้เริ่มทำ MOU กับทางภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการออกแบบของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ

ภารกิจสำคัญของวิถีไทยที่ต้องเร่งทำให้สำเร็จ คือ การเป็นส่วนหนึ่งที่จะเข้ามาช่วยรักษา และสืบสานวิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบไทยเอาไว้ ก่อนที่ทุกคนจะมองข้ามและหันหลังให้กับสิ่งที่คนทั่วโลกมองเห็นคุณค่าและความสวยงาม แต่ในสายตาของคนไทยด้วยกันเอง กลับมองว่าเป็นสิ่งธรรมดาที่พบเห็นได้ทั่วไปจนบางครั้งลืมที่จะให้ความสำคัญงานจักสานของคนไทย คนในต่างประเทศชื่นชมและมองเห็นว่ามีความคลาสสิก ขณะที่คนไทย

หลายหมื่นหมู่บ้านทั่วประเทศ สามารถทำกันเองเพื่อเก็บไว้ใช้ในครัวเรือน ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดเมื่อเพิ่มดีไซน์เข้าไป เพิ่มการตลาดเข้าไป และสร้างเป็นรายได้ให้กับครอบครัว สามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้น จากการทำสินค้าทั่ว ๆ ไปที่ไม่แตกต่าง และนำมาขายตัดราคา รายได้ที่เข้ามาอาจจะไม่ก็พื้บาทต่อเดือน แต่เมื่อสร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้สำเร็จ ก็สามารถขายของ 1 ชิ้นได้ในราคาเท่ากับที่เคยใช้เวลาขายทั้งเดือน

เป้าหมายของวิถีไทย คือ การเป็นหนึ่งในโมเดลที่จะเข้ามาช่วยสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับชาวบ้านในพื้นที่ เพื่อที่คนหนุ่มสาว หรือคนรุ่นใหม่ที่เคยต้องออกไปทำงานที่กรุงเทพฯ หรือต่างถิ่น สามารถทำงานที่บ้านได้ มีรายได้มากพอที่จะดูแลครอบครัวอย่างต่อเนื่อง เป็นการรักษาวินัยชีวิตแบบไทย ๆ และรักษาความสัมพันธ์ ความใกล้ชิดของครอบครัว คนในชุมชนต่างจังหวัด คนสูงอายุ ปู่ย่า พ่อแม่ ก็มีลูกหลานคอยดูแล ซึ่งภาพเหล่านี้ เริ่มหาได้ยากมากแล้วในปัจจุบัน สิ่งที่วิถีไทยต้องทำ คือ ทำให้ภาพที่คิดไว้เกิดขึ้น และเป็นความจริงให้เร็วที่สุด เพราะตอนนี้ คนที่เข้ามาทำงานจ๊ากสานส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ม้งานทำ ส่วนคนรุ่นใหม่ก็ยังคงเลือกที่จะไปทำงานนอกบ้านที่สร้างรายได้เร็วกว่า จึงจำเป็นต้องเร่งสร้างตลาด เพื่อให้มือเดอ์เข้ามาอย่างต่อเนื่อง และมีปริมาณมากพอ ที่จะช่วยสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน และมากพอที่จะทำให้คนรุ่นใหม่ สนใจที่จะเข้ามาสานต่อในจุดนี้เพิ่มมากขึ้น เพราะถ้าสามารถพิสูจน์ได้ว่างานนี้สร้างรายได้ใกล้เคียงกับงานอื่น ๆ แต่ได้อยู่ที่บ้าน ได้อยู่กับครอบครัว มีคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า ค่าครองชีพถูกกว่า เชื่อว่าหลาย ๆ คนน่าจะเลือกกลับมาอยู่กับครอบครัวและช่วยงานตรงนี้มากขึ้น

อีกหนึ่งจุดแตกต่างที่จะทำให้วิถีไทยแตกต่างจากเว็บไซต์อื่น ๆ คือ การเข้าถึงชุมชนช่วยเหลือ และทำงานร่วมกับชุมชนแต่ละแห่งอย่างแท้จริง สินค้าที่ผลิตขึ้นมาจึงถือว่าเป็นของท้องถิ่นนั้นๆ ตั้งแต่การใช้วัตถุดิบ ที่หาได้ในพื้นที่ชุมชน กระบวนการผลิตที่ทำโดยคนในแต่ละชุมชนจริง ๆ และทำแบบงานฝีมือ ทำให้เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์วิถีไทย ก็เหมือนกับได้สั่งซื้อสินค้าจากแต่ละชุมชนโดยตรง รายได้ที่เกิดขึ้นก็จะกลับสู่คนในชุมชนนั้น ๆ ซึ่งเป็นจุดที่แตกต่างจากที่อื่น ๆ อย่างชัดเจน เพราะปัจจุบันเม็ดเงินส่วนใหญ่มักจะตกอยู่กับโรงงานผู้ผลิตเป็นหลัก ขณะที่บางรายก็เลือกที่จะเข้าไปต่อยอดจากชุมชนที่มีความเข้มแข็งและช่วยเหลือตัวเองได้แล้ว มากกว่าเลือกที่จะขยายความช่วยเหลือให้ขยายวงกว้างออกไป

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของวิถีไทย จะเน้นที่กลุ่มคนต่างชาติและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นหลัก โดยเฉพาะใน 4 ตลาดสำคัญ คือ ยุโรป อเมริกา จีน และญี่ปุ่น โดยขณะนี้ได้เริ่มต้นทำตลาดในประเทศญี่ปุ่นแล้ว ทั้งการทำเพจเฟซบุ๊ก บล็อกเกอร์ และยูทูปแอด

เป็นภาษาญี่ปุ่น รวมทั้งจะขยายไปสู่ตลาดประเทศจีน ด้วยการโปรโมทเป็นภาษาจีนผ่าน Weibo, Wechat และ youku ซึ่งเทียบเท่า Facebook, Line และ YouTube ของประเทศไทย

วิถีไทยเปิดกว้างสำหรับสินค้าจักสานของชุมชน ทั้งกลุ่มสินค้าที่มีแบรนด์อยู่แล้วก็สามารถมาฝากขายได้ โดยจะนำมาถ่ายรูป เขียนเรื่องราวให้กับสินค้า แปลเป็น 3 ภาษา และบริหารจัดการเรื่องของการตลาดต่างประเทศและส่งสินค้าให้ โดยคิดค่า Operation 20% ขณะที่บางชุมชนยังไม่มีแบรนด์ ไม่มีดีไซน์ ก็จะเข้าไปดูแลทั้งกระบวนการให้ ซึ่งช่วงนี้ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น อยู่ระหว่างการทดลองหาโมเดลที่เหมาะสมสำหรับทุกฝ่าย รวมทั้งการศึกษาตลาดเพื่อดูศักยภาพของสินค้าในแต่ละกลุ่ม และประสิทธิภาพของแต่ละตลาดที่รองรับ เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจที่สอดคล้องและเหมาะสมต่อไป

สินค้าจักสานหากมีการเพิ่มดีไซน์ และการเพิ่มการตลาดมันสามารถขายได้ในราคาสูง และสามารถขายได้จริงทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ ภายใน 1-2 ปี เราไม่ต้องการสร้างรายได้ให้สูง แต่เราต้องการสร้างฐานรากให้แข็งแรง ให้ดีไซน์เนอร์มาร่วมทำงานแล้วมีความสุขมีกำไรกลับไปให้ชาวบ้านมาทำ และมีความสุข เขายังทำแบบเดิมแต่เขามีรายได้เพิ่มขึ้น ถ้าเราสามารถทำโมเดลนี้ได้ชัดเจน เรามองว่าอนาคตมันเติบโตได้และทุกฝ่ายได้กำไรเหมือนกัน

เราจะเห็นว่าเวลาเราไปต่างประเทศเขามีงานหัตถกรรม เขาสามารถขายได้ในราคาสูง แต่พอกลับมาดูบ้านเรางานหัตถกรรมต้องใช้เวลาการทำงานเหมือนกันแต่กลับขายได้ในราคาถูก สิ่งที่เราตั้งใจทำมากก็คือ เรามาทำแพลตฟอร์มเพื่อเป็นหนึ่งช่องทางให้เขาขายในตลาดต่างประเทศได้

วิถีไทยเป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของคนรุ่นใหม่ ที่มองเห็นและพยายามต่อยอดคุณค่าความเป็นไทย และวิถีแบบไทยๆ เพื่อให้ได้รับการยอมรับในตลาดโลก ซึ่งแน่นอนว่าไม่ใช่เรื่องง่าย แม้ว่าจะมองเห็นโอกาสเปิดรออยู่ก็ตาม โดยเฉพาะความท้าทายสำคัญ ที่คนในชุมชนส่วนใหญ่ อาจจะยังคุ้นชินกับวิถีเดิม ๆ ไม่เร่งรีบ ไม่แข่งขัน ทำให้ต้องพยายามทำความเข้าใจ ค่อย ๆ ปรับเปลี่ยนวิธีคิดและทัศนคติ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้วยความเข้าใจ และมีความพร้อมสำหรับการเติบโตอย่างเข้มแข็ง โดยที่ยังคงสามารถรักษาคุณค่าของวิถีชีวิตแบบไทย ๆ เช่นนี้ไว้ให้ได้มากที่สุด

การสร้างเรื่องราว ให้กับสินค้าเป็นการเล่าเรื่องราวตั้งแต่แหล่งที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการการผลิต มันต้องใช้การสื่อสารว่ามันมีเสน่ห์ มีจุดเด่น มีคุณสมบัติอย่างไร จากการที่ได้เดินทางไปต่างจังหวัดเห็นผลิตภัณฑ์ สินค้าจักสานที่ขายตามข้างทางซึ่งขายได้ในราคาถูก เราเลยมองเห็นว่า เราอาศัยฝีมือของเขา ใช้ทักษะการสานของเขา แต่ยังคงรักษาเสน่ห์การสานอยู่ แต่แค่เปลี่ยนรูปทรงการจักสานให้อยู่ในรูปแบบที่ทันสมัยกับไลฟ์สไตล์

ปัจจุบัน แล้วนำมาโปรโมทขายในราคาที่สูงขึ้น เราก็ให้ชาวบ้านได้มากขึ้น ชาวบ้านได้รายได้ดี ได้สืบสานการทำจักสาน ต่างคนต่างเติมเต็มซึ่งกันและกัน ดีไซน์เนอร์เก่งดีไซเนอร์ก็ออกแบบ ชาวบ้านเก่งงานจักสานมีเสน่ห์ในการทำแบบนี้ก็รักษาไว้แต่แค่เปลี่ยนรูปทรงการสาน วิธีไทยก็จะเข้ามาช่วยเติมเต็มในเรื่องของการตลาดให้...”



การวิเคราะห์กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

1. กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน

จังหวัดพะเยา เป็นจังหวัดที่มีสภาพแวดล้อม และมีพื้นที่ป่าในชุมชน ที่เหมาะแก่การปลูกไม้ไผ่ หน่วยงานภาครัฐมีการส่งเสริมให้ชุมชนปลูกไม้ไผ่ชดเชยในช่วงฤดูฝนของทุกปี ทำให้การผลิตเครื่องจักสานสามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง และทำให้ช่วยลดต้นทุนการผลิต การสร้างเครือข่ายจะทำให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในเรื่องของวัตถุดิบ และสามารถนำตัวอย่างจากผู้ประกอบการจักสานไม้ไผ่แบรนด์ VASSANA ที่มีการนำเศษไม้ไผ่ที่เหลือจากการจักสาน มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศษไม้ไผ่ที่เหลือทิ้ง และหากกลุ่มเครือข่ายมีความเข้มแข็ง และมีศักยภาพเพียงพอ มีโอกาสได้ทำงานร่วมกับวิถิไทย ซึ่งวิถิไทยเปิดกว้างสำหรับสินค้าจักสานของชุมชน วิถิไทยก็จะเข้ามาช่วยเหลือและทำงานร่วมกับชุมชน ร่วมออกแบบและผลิตสินค้าที่เป็นของท้องถิ่นนั้น โดยวิถิไทยจะเน้นการใช้วัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่ชุมชนซึ่งจะทำให้มีต้นทุนการผลิตต่ำ เน้นกระบวนการผลิตที่เป็นงานฝีมือที่แท้จริง และวิถิไทยจะนำสินค้าของชุมชนมาต่อยอด ด้วยการเพิ่มดีไซน์ เพิ่มการตลาดเข้าไป จากสินค้าที่ขายได้ในราคาถูก วิถิไทยนำไปขายผ่านเว็บไซต์ของวิถิไทยในราคาที่สูงขึ้น หรือหากกลุ่มมีสินค้าของตนเองอยู่แล้วสามารถนำสินค้าไปฝากขายได้ โดยวิถิไทยจะนำมาถ่ายรูป เขียนเรื่องราวให้กับสินค้า แปลเป็น 3 ภาษา บริหารจัดการเรื่องของการตลาดต่างประเทศและส่งสินค้าให้

2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

รูปแบบของผลิตภัณฑ์จักสานของกลุ่มเครือข่ายจักสานในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จักสานจากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม ให้มีรูปแบบแปลกใหม่ สมาชิกกลุ่มมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ และพัฒนาการจักสานอย่างสม่ำเสมอ การสร้างเครือข่ายจะทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน เกิดการเรียนรู้เทคนิค และวิธีการทำงานใหม่ ๆ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น และกลุ่มเครือข่ายยังได้รับการช่วยเหลือ สนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐทั้งในเรื่องการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ และสนับสนุนด้านงบประมาณ เครือข่ายจักสานในจังหวัดพะเยาและจังหวัดแพร่ยังสามารถนำตัวอย่าง จากผู้ประกอบการในภาคเอกชนมาปรับใช้กับการจักสานของเครือข่าย เช่น มีการคิดค้นลวดลายจักสานแบบใหม่ที่เป็นลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง และสามารถนำไปประยุกต์เป็นงานจักสานรูปแบบอื่นที่หลากหลายขึ้น มีการพัฒนารูปแบบ รูปทรงผลิตภัณฑ์จักสานให้ทันสมัยตอบสนองการใช้งานของผู้บริโภค มีการทำการตลาดที่แตกต่างของวิถิไทย ด้วยการเพิ่มคุณค่าให้กับเครื่องจักสานไทย ด้วยการสร้าง

เรื่องราวให้กับตัวสินค้าให้มีความน่าสนใจในทุกมิติ โดยการเล่าเรื่องราวตั้งแต่แหล่งที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต กรรมวิธีการผลิต โดยสื่อสารให้เห็นถึงเสน่ห์ จุดเด่น คุณสมบัติของงานจักสาน ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของงานจักสานแต่ละท้องถิ่นที่แตกต่างกัน นำมาทำการตลาดในราคาที่สูงขึ้น

3. กลยุทธ์การมุ่งเน้น

การพัฒนา รูปแบบของเครื่องจักสาน โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาความต้องการของลูกค้า จะทำให้การผลิตเครื่องจักสานเน้นสนองความต้องการของลูกค้าที่เฉพาะเจาะจง หน่วยงานภาครัฐมีการส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายเพื่อให้คนมารวมตัวกัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน หน่วยงานภาครัฐยังมีเครือข่ายธุรกิจ Bizclub ที่จะช่วยเหลือสมาชิกในเครือข่ายให้ได้รับการพัฒนา อบรมความรู้ที่เฉพาะเจาะจงอย่างอาชีพจักสาน มีการฝึกวิชาชีพระยะสั้น การทำผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ และการพัฒนาการตลาดสู่การค้าออนไลน์ มีการนำตัวอย่างการจักสานของผู้ประกอบการในภาคเอกชนมาปรับใช้ เช่น การพัฒนางานจักสานดั้งเดิมด้วยการเพิ่มดีไซน์ใหม่ ฟังก์ชันใหม่ การร่วมมือกับกลุ่มดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่ของไทย ที่จะช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานให้มีความสวยงาม มีรูปแบบที่ทันสมัยเหมาะกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในปัจจุบัน และวิถีไทยมีการวางกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเน้นที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ลูกค้าชาวต่างชาติโดยเฉพาะ ตลาดอเมริกา จีน และญี่ปุ่น มีการทำการตลาดทั้ง Page Facebook, Blogger, Google Ads เป็นภาษาต่างประเทศ

4. กลยุทธ์การผสมผสาน : การบูรณาการด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำและกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง

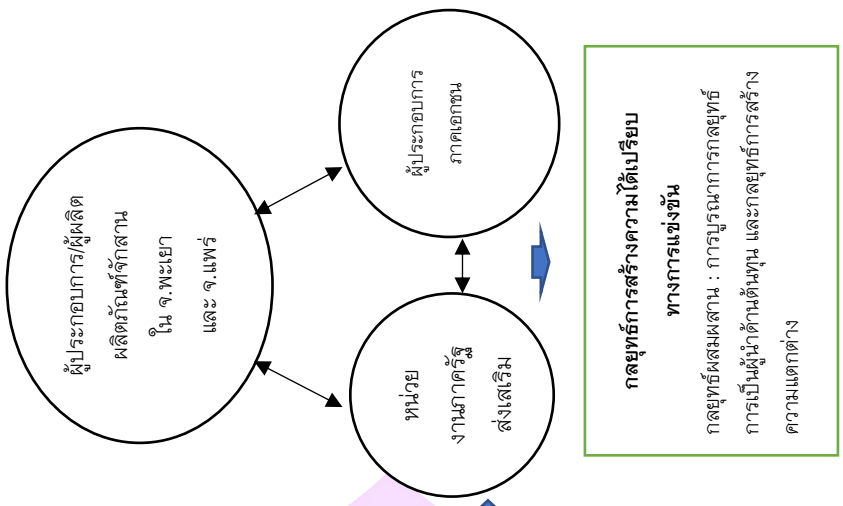
เป็นการบูรณาการกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ซึ่งเป็นการผลิตสินค้าโดยเน้นความแปลกใหม่ของตัวผลิตภัณฑ์ ให้มีความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์ และตอบสนองความต้องการ และการใช้งานของผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยอยู่ภายใต้การผลิตที่มีต้นทุนต่ำ ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของกลุ่มเครือข่ายจักสานไม้ไผ่จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ ที่มีพื้นที่ป่า ที่สามารถปลูกไม้ไผ่ที่เป็นวัตถุดิบหลักสำคัญในการทำจักสานไว้ใช้เองได้ โดยมีหน่วยงานภาครัฐช่วยเหลือ สนับสนุนในการให้ความรู้ สนับสนุนงบประมาณ สำหรับการจัดซื้อวัสดุ การจัดฝึกอบรม ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายของกลุ่มเครือข่ายจักสาน และสามารถนำตัวอย่างของผู้ประกอบการในภาคเอกชน อย่างจักสานไม้ไผ่แบรนด์ VASSANA ที่มีการขยายเครือข่ายการผลิตไปยังกลุ่มชาวบ้านทั่วพื้นที่ภาคเหนือเพื่อให้ช่วยกันผลิตชิ้นงานส่งขายให้กับแบรนด์ VASSANA เป็นการกระจายรายได้และยังช่วยลดต้นทุนด้านวัตถุดิบและค่าแรง นอกจากนี้วิถีไทยยังเป็นตัวอย่างในเรื่องของการนำไม้ไผ่ที่สามารถหาได้ในพื้นที่ชุมชน

มาผลิตเครื่องจักสาน รูปแบบการจักสานยังคงเสน่ห์และเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเอาไว้ และวิถีไทย ช่วยในเรื่องการออกแบบดีไซน์ การทำการตลาดทั้งในและต่างประเทศด้วยการขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของวิถีไทย ทำการตลาดด้วยการสร้างเรื่องราว ให้สินค้ามีความสนใจในทุกมิติ ทำให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้น

จากการศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มเครือข่ายจักสานในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ สรุปได้ว่า กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหมาะสมกับกลุ่มเครือข่ายจักสานในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ ได้แก่ กลยุทธ์การผสมผสาน : การบูรณาการด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำและกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง



รูปแบบการสร้างเครือข่ายจากกลุ่มองค์กร
จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่



ขั้นตอนการสร้างเครือข่าย

1. การสร้างเครือข่ายโดยตระหนักถึงปัญหาและการรวมตัวกันของคนในชุมชนที่มีปัญหาและต้องการความช่วยเหลือ ทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาอาชีพ และก่อให้เกิดรายได้
2. การสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน
 - สร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ของการรวมกลุ่มที่คนส่วนใหญ่จะได้รับ เช่น การเกิดอำนาจต่อรองกับภาครัฐ ในการขอสนับสนุนด้านงบประมาณ การได้รับการช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องกับผู้ซื้อ เป็นต้น
 - 3. การแสวงหาแนวทางของเครือข่าย
 - ผู้นำกลุ่มจะต้องเป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์ที่เหมาะสม มีความเสียสละ มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าคิด กล้าตัดสินใจ ลงมือทำในสิ่งใหม่ ๆ
 - 4. การสร้างแนวร่วมสมาชิกของเครือข่าย
 - การขยายเครือข่ายให้เบ็ดเสร็จ สร้างแนวร่วมผ่านกิจกรรม โครงการต่าง ๆ ให้ทุกคนได้มาทำงานร่วมกัน

ประเภทรูปแบบและวิธีการสร้างเครือข่าย

1. เครือข่ายความคิด
 - จะเน้นการทำงานด้านความคิด การแบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ หรือเทคนิคต่าง ๆ มีการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน และกันของสมาชิกในกลุ่ม โดยบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้นำกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม ผู้นำงานพัฒนาชุมชน ผู้นำงานพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมการค้าศึกษาอบรมและ การศึกษาต่อมัธยมศึกษา (กศน.)
 - 2. เครือข่ายกิจกรรม
 - จะเน้นการช่วยเหลือร่วมมือกันในการทำกิจกรรม โดยช่วยเหลือ ให้ความช่วยเหลือร่วมกันในการทำงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดหัตถ์ศิลป์ การผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย การดำเนินงานกิจกรรมจะมีในรูปแบบของการเรียนรู้ฝึกอบรมร่วมกัน การศึกษาดูงาน เป็นต้น
 - 3. เครือข่ายสนับสนุน
 - การดำเนินงานรูปแบบเครือข่ายจะสำเร็จลุล่วง จำเป็นต้องมีทุนสนับสนุนการดำเนินงาน การรวมกลุ่มกันจะช่วยให้เกิดการระดมทุนของสมาชิกในกลุ่ม และทำให้มีอำนาจต่อรอง และได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐได้ง่าย

การก่อให้เกิดเครือข่าย

1. เครือข่ายที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ
 - การรวมกลุ่มกันของคนที่มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีคล้ายคลึงกัน ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นเครือข่ายอาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน
 - 2. เครือข่ายจัดตั้ง
 - เกิดจากการที่ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มของคนในชุมชนโดยมีกำลังสนับสนุนงบประมาณมาช่วยในการจัดกิจกรรม หรือพัฒนาอาชีพ อบรมให้ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เครือข่ายที่เกิดจากการที่มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนจะมีความเป็นรูปธรรมมากกว่า มีโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจนเป็นระบบระเบียบมากกว่า

ภาพ 8 แนวทางการสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบทาง การแข่งขันของ กลุ่มจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง การสร้างเครือข่ายจักสานเพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขัน ผู้วิจัยขอสรุปการศึกษา และนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ตามลำดับ ดังนี้

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายของกลุ่มจักสาน

1. การวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์สรุปภาพรวม SWOT ของกลุ่มผู้จักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ ทำให้ค้นพบแนวทางการสร้างเครือข่ายของกลุ่มจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ ที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งนำไปสู่การวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจของกลุ่มเครือข่ายจักสานในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ โดยการจับคู่ระหว่างจุดแข็ง (S) กับ โอกาส (O) เพื่อหาแนวทางการสร้างเครือข่ายร่วมกัน โดยหาประเด็นการใช้ประโยชน์ร่วมกันของกลุ่มผู้ผลิต ทำให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน ออกไป ทำให้เกิดแนวทางการสร้างเครือข่าย ซึ่งเราสามารถนำจุดแข็งของแต่ละกลุ่มมาเรียนรู้ และนำจุดแข็งนั้นไปช่วยพัฒนาจุดอ่อนของกลุ่มอื่น ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์ร่วมกันของการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย จึงก่อให้เกิดเครือข่ายของกลุ่มจักสานไม้ไผ่ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ 3 เครือข่าย ได้แก่ เครือข่ายการจัดหาวัตถุดิบ เครือข่ายการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ เครือข่ายการตลาด สอดคล้องกับ นภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย และคณะ (2555) ซึ่งใช้การวิเคราะห์ SWOT เพื่อค้นหาศักยภาพของแต่ละกลุ่มจักสาน ว่าแต่ละกลุ่มมีความสามารถ มีศักยภาพ หรือมีปัญหาข้อบกพร่องในเรื่องใดบ้าง เพื่อหาแนวทางการใช้ประโยชน์ร่วมกัน

2. แนวทางการสร้างเครือข่ายของกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในพื้นที่จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่

จากการศึกษาพบว่า โครงสร้างเครือข่ายจักสานตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ มี 3 เครือข่าย คือ 1) เครือข่ายต้นน้ำ ได้แก่ การจัดหาไม้ไผ่ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของการทำจักสานไม้ไผ่ ซึ่งกลุ่มผู้จักสานในจังหวัดพะเยามีกลุ่มที่สามารถปลูกไม้ไผ่ไว้ใช้เอง ทำให้ช่วยลดต้นทุนในการผลิตได้ 2) เครือข่ายกลางน้ำ ได้แก่ การผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้จักสานในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ มีรูปแบบ และเอกลักษณ์ของการทำเครื่องจักสาน

ที่แตกต่างกันออกไป เครือข่ายการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน เกิดการเรียนรู้เทคนิค และวิธีการทำงานใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป มีการขยายกำลังการผลิตภายในเครือข่ายให้ช่วยกันผลิตสินค้าในกรณีที่มีการสั่งซื้อสินค้าเข้ามาจำนวนมาก ๆ มีการแบ่งงานกันทำตามความชำนาญ และความเชี่ยวชาญของสมาชิกในเครือข่าย ซึ่งการแบ่งงานกันทำตามความเชี่ยวชาญ ความชำนาญของแต่ละคนนั้น จะทำให้การทำจักสานทำได้ดีและทำได้รวดเร็ว ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนด้านเวลาและค่าแรง และยังเป็น การกระจายงาน และรายได้ให้สมาชิกเครือข่ายให้ได้รับประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง มีหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และสำนักงาน กศน.จังหวัด เข้ามาช่วยสนับสนุนกลุ่มในเรื่องของการพัฒนาศักยภาพกลุ่ม การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ และสนับสนุนช่วยเหลือในเรื่องของงบประมาณในส่วนของผู้ประกอบการในภาคเอกชน จะเป็นแบบอย่างในเรื่องของการพัฒนารูปแบบ การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น ทันสมัย เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในปัจจุบัน 3) เครือข่ายปลายน้ำ ได้แก่ การตลาด ช่องทางการจำหน่ายสินค้าจนถึงมือผู้บริโภค หน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และสำนักงาน กศน.จังหวัด มีส่วนสำคัญที่เข้ามาช่วยเหลือ ช่วยส่งเสริม และสนับสนุนในเรื่องของการตลาด โดยช่วยพัฒนาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ ช่วยขยาย กลุ่มลูกค้าให้กว้างมากขึ้น และยังช่วยส่งเสริมการตลาดแบบออนไลน์ การขายสินค้าผ่าน แพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นต้น ในส่วนของผู้ประกอบการในภาคเอกชน จะช่วยในเรื่องของช่องทางการจำหน่าย รูปแบบวิธีการทำการตลาดออนไลน์ การตลาดต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยให้ตลาด จักสานเปิดกว้างมากขึ้น และมีรูปแบบการทำการตลาดโดยการนำเสนอสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่า ให้กับงานจักสานด้วยการสร้างเรื่องราว ที่น่าสนใจให้กับตัวสินค้า สอดคล้องกับ นภาพรธรณ พัฒนจักรชัย และคณะ (2555) ที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการดำเนินการในห่วงโซ่อุปทานของ ธุรกิจทอผ้าไหมของชุมชนในจังหวัดสุรินทร์อย่างครบวงจรตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภค และการแสดงให้เห็นถึงหน่วยงานต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการผลักดันให้ธุรกิจชุมชน สามารถดำเนินการและพัฒนาสู่ความสำเร็จและการคงอยู่ของธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

3. การก่อเกิดเครือข่ายของกลุ่มจักสานในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่

จากการศึกษาพบว่า การก่อเกิดเครือข่ายของกลุ่มจักสาน ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ มีทั้งกลุ่มเครือข่ายที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ คือเป็นการรวมตัว รวมกลุ่มกันของ คนที่มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่คล้ายคลึงกัน ส่วนใหญ่เป็นเครือญาติอาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน รวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน และกลุ่มเครือข่ายจัดตั้ง การรวมกลุ่มเกิดจาก นโยบายหรือการดำเนินงานของภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ โดยภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนให้มี

การรวมกลุ่มของคนในชุมชน โดยมีการสนับสนุนงบประมาณมาช่วย ในการจัดกิจกรรมหรือพัฒนาอาชีพ อบรมให้ความรู้ด้านวิชาการในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งเครือข่ายที่เกิดจากการที่มีหน่วยงานภาครัฐ เข้ามาสนับสนุนจะมีความเป็นรูปธรรมมากกว่า มีโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจนเป็นระบบระเบียบมากกว่า

4. ประเภทรูปแบบและวิธีการสร้างเครือข่าย

จากการศึกษาพบว่า ประเภทรูปแบบและวิธีการสร้างเครือข่าย มีดังนี้ 1) เครือข่ายความคิด จะเน้นการทำงานด้านความคิด การแบ่งปันความรู้หรือเทคนิคต่าง ๆ มีการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน โดยมีบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้นำกลุ่มสมาชิกกลุ่ม สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ประสบความสำเร็จ 2) เครือข่ายกิจกรรม จะเน้นการช่วยเหลือร่วมมือกันในการทำกิจกรรม คอยช่วยเหลือกันในการทำงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดหาวัตถุดิบ การผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย การดำเนินกิจกรรมจะมีในรูปแบบของการฝึกอบรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้วิธีการจักสาน เทคนิคต่าง ๆ ร่วมกัน การศึกษาดูงาน เป็นต้น 3) เครือข่ายสนับสนุนทุน การดำเนินงานรูปแบบเครือข่ายจะสำเร็จลุล่วงจำเป็นต้องมีทุนสนับสนุน การดำเนินงาน การรวมกลุ่มกันจะช่วยให้เกิดการระดมทุนของสมาชิกในกลุ่ม และทำให้มีอำนาจต่อรอง และได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐได้ง่าย สอดคล้องกับ มนต์ชัย เพียรคำ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ผ้าซิด: การสร้างเครือข่ายและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานวัฒนธรรมภาคอีสาน ได้เสนอแนวทางการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าซิดของชุมชนในภาคอีสาน คือ การสร้างเครือข่ายความคิด การสร้างเครือข่ายกิจกรรม การสร้างเครือข่ายสนับสนุนทุน และการสร้างเครือข่ายพื้นที่

5. ขั้นตอนการสร้างเครือข่าย

จากการศึกษาพบว่า ขั้นตอนการสร้างเครือข่ายมี 4 ขั้นตอน 1) เริ่มต้นจากการตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการการได้รับความช่วยเหลือในลักษณะที่เหมือนกัน ทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันเพื่อให้เกิดการพัฒนาอาชีพ ทำให้คนในชุมชนมีรายได้ 2) สร้างผลประโยชน์ร่วมกัน การรวมกลุ่มต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่คนส่วนใหญ่จะได้รับ เพราะจะทำให้เกิดแรงจูงใจให้คนเข้ามามีส่วนร่วม 3) มีการแสวงหาแกนนำกลุ่มที่เป็นผู้นำที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มีความเสียสละ มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าคิด กล้าตัดสินใจ ลงมือทำในสิ่งใหม่ ๆ 4) มีการสร้างแนวร่วมสมาชิกของเครือข่าย คือมีการขยายเครือข่ายให้กว้างขวาง โดยการดึงบุคคล หรือกลุ่มที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม มีกิจกรรม

โครงการต่าง ๆ ที่ให้ผู้คนได้มาทำงานร่วมกัน สอดคล้องกับ พระดาวเหนือ บุตรสีทา (2557) ได้ศึกษาการสร้างเครือข่ายและการจัดการเครือข่ายการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของชุมชน บ้านพบธรรมนำสุข อำเภอทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย พบว่า ขั้นตอนการสร้างเครือข่าย มี 5 ขั้นตอน คือ 1) ตระหนักถึงปัญหาและสำนึกการรวมตัวเป็นเครือข่าย เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา ในรูปแบบใหม่ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ก่อให้เกิดความรักความสามัคคี เอื้อเพื่อ เอื้อแก่ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน 2) มีปฏิสัมพันธ์อันดีต่อกัน โดยเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ในเชิงลึก อาศัยความเป็นเครือญาติ พวกร่วม และความเป็นคนในชุมชนเดียวกัน นับถือศาสนาเดียวกัน 3) สร้างความไว้วางใจ 4) การแสวงหาแกนนำที่ดี ร่วมกันพัฒนา ทำงานด้วยความมุ่งมั่นใจ ท่วมเท เสียสละโปร่งใส ตรวจสอบได้ ทำให้เกิดความไว้วางใจในการทำงานร่วมกัน และ 5) การสร้างแนวร่วมสมาชิกเครือข่าย ด้วยการประชาสัมพันธ์ชักชวน เชิญชวน เข้าร่วมโครงการ กิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักของบุคคลภายในภายนอก เพื่อให้ได้มาทำกิจกรรมร่วมกัน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษากลยุทธ์การสร้างเครือข่ายจักสานเพื่อสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน

กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหมาะสมกับกลุ่มเครือข่ายจักสานในจังหวัดพะเยา และจังหวัด แพร่ ได้แก่ กลยุทธ์การผสมผสาน: การบูรณาการด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำและกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง ซึ่งเป็นการผลิตสินค้าโดยเน้นความแปลกใหม่ของตัวผลิตภัณฑ์ ให้มีความ แตกต่าง เป็นเอกลักษณ์ และตอบสนองความต้องการ และการใช้งานของผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยอยู่ภายใต้การผลิตที่มีต้นทุนต่ำ ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของกลุ่มเครือข่ายจักสานไม้ไผ่จังหวัด พะเยา และจังหวัดแพร่ ที่มีพื้นที่ป่า ที่สามารถปลูกไม้ไผ่ที่เป็นวัตถุดิบหลักสำคัญในการทำจัก สานไว้ใช้เองได้ โดยมีหน่วยงานภาครัฐช่วยเหลือ สนับสนุนในการให้ความรู้ สนับสนุน งบประมาณสำหรับการจัดซื้อวัสดุ การจัดฝึกอบรม ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายของกลุ่มเครือข่าย จักสาน และสามารถนำตัวอย่างของผู้ประกอบการในภาคเอกชน อย่างจักสานไม้ไผ่แบรนด์ VASSANA ที่มีการขยายเครือข่ายการผลิตไปยังกลุ่มชาวบ้านทั่วพื้นที่ภาคเหนือเพื่อให้ช่วยกัน ผลิตชิ้นงานส่งขายให้กับแบรนด์ VASSANA เป็นการกระจายรายได้และยังช่วยลดต้นทุนด้าน วัตถุดิบ และค่าแรง นอกจากนี้วิถีไทยยังเป็นตัวอย่างในเรื่องของการนำไม้ไผ่ที่สามารถหาได้ ในพื้นที่ชุมชน มาผลิตเครื่องจักสาน รูปแบบการจักสานยังคงเสน่ห์และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เอาไว้ และวิถีไทยช่วยในเรื่องการออกแบบดีไซน์ การทำการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ด้วยการขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของวิถีไทย ทำการตลาดด้วยการสร้างเรื่องราว ให้สินค้า มีความสนใจในทุกมิติ ทำให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายจักสานของกลุ่มหัตถกรรมจักสานในพื้นที่จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ มีข้อเสนอแนะ 2 ส่วน ได้แก่

1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่

1.1.1 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดและสำนักงาน กศน.จังหวัด ควรให้การส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพให้กับกลุ่มผู้จักสานอย่างทั่วถึง

1.1.2 หน่วยงานภาครัฐ (เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และสำนักงาน กศน.จังหวัด) ที่ให้การส่งเสริม สนับสนุน และช่วยเหลือกลุ่มผู้จักสาน ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ หรือการให้ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ควรมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

1.1.3 หน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และสำนักงาน กศน.จังหวัด ควรสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับกลุ่มผู้จักสาน เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับจากการสร้างเครือข่าย

1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจจักสาน ได้แก่

1.2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจจักสานควรให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย เครือข่ายการจัดหาวัตถุดิบ เครือข่ายการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ เครือข่ายการตลาด

1.2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจจักสานร่วมกันสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มเครือข่าย โดยต้องสนับสนุนและส่งเสริม ตั้งแต่ความเข้มแข็งภายในกลุ่ม ความสามารถของผู้นำกลุ่ม ความสามัคคีร่วมมือร่วมใจของสมาชิกกลุ่ม ระบบการบริหารจัดการกลุ่ม

2. ข้อเสนอแนะแนวทางการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาผลที่เกิดจากการสร้างเครือข่ายของกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในพื้นที่จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่

2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication) เพื่อสร้างพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

บรรณานุกรม

- กนกอร อ่อนเรือง. (2556). **ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการองค์การสมัยใหม่ และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2561). **แผนปฏิบัติการกรมการพัฒนาชุมชน ประจำปี พ.ศ. 2562.** กรุงเทพฯ: บีทีเอส เพลส.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (ม.ป.ป.). **การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ราชอาณาจักรอุตสาหกรรม.** สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2563, จาก [http://www.dip.go.th/Portals/0/AEC/SWOT_Analysis ของอุตสาหกรรมรายสาขา.pdf](http://www.dip.go.th/Portals/0/AEC/SWOT_Analysis%20of%20Industrial%20Sector.pdf).
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2525). **แม่ลายจักสาน** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ประยูรวงศ์.
- กังสดาล กนกหงส์. (2561). **แนวทางการพัฒนาและการจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พืชผักอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 6(2), 261-284.**
- ขนิษฐา กาญจนรังษิณันต์. (2549). **การสร้างเครือข่ายเพื่อการพัฒนา.** แปลจาก The International Forum for Rural Tran Sport and Development : Networking for Development โดย Paul Starkey และ Burke, A.A, Social Development Division Department for International Development. Communication & Development a practical guide. กรุงเทพฯ: กรมพัฒนาชุมชน.
- จันทร์เพ็ญ ชาประดิษฐ์. (2557). **การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ ไ้ตะจีนจังหวัดนครปฐม.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.

ฉัตรนภา พรหมมา, โสภกา เทพวรชัย และอุตม คำชาติ. (2547). การพัฒนาเครือข่ายระหว่าง
ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และครบวงจร
ภายใต้นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม 6 จังหวัดภาคเหนือ.

ใน การประชุมทางวิชาการเพื่อนำเสนอผลงานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏ
กับการวิจัยเพื่อท้องถิ่น (หน้า 167-173). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
สุรนารี

ชนิตา สมศักดิ์. (2558). กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจ
บ้านจัดสรรจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยแม่โจ้,
เชียงใหม่.

ชัยญภาภัค หล้าแหล่ง, เชษฐ ใจเพชร และวิชชุดา เอื้ออารี. (2561). การสร้างเครือข่าย
ทางธุรกิจกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัด
ชุมพร. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(2), 3447-3464.

เชียงใหม่นิวส์. (2561). **อนุมัติแผนสร้างรถไฟทางคู่ เด่นชัย-เชียงราย-เชียงใหม่.**
สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2563, จาก
<https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/768194/>.

ณภัทร ทิพย์ศรี, พินิจ บำรุง, สิริพร กุศลใจ และสุภาวดี เตชะยอด. (2558). ความได้เปรียบ
ทางการแข่งขันด้วยการจัดการตลาดเชิงกลยุทธ์ในยุคเศรษฐกิจแห่งการเปลี่ยนแปลง
ของธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาการจัดการ
สมัยใหม่*, 8(1), 153-166.

ดวงพร พุทธวงศ์. (2561). ความสำเร็จของการพัฒนาระบบเครือข่ายธุรกิจขนาดเล็ก
ของผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคม
สถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพ
รัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี*, 7(ฉบับพิเศษ), 18-31.

ทัศนีย์ กำเนิดสิงห์. (ม.ป.ป.). **กระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์(2).** สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน
2564, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/457518>.

ไทยตำบลดอทคอม. (2562). **กลุ่มจักสานในจังหวัดแพร่.** สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2562,
จาก <https://www.thaitambon.com>

- ธนาวดี แทนเพชร. (2561). **คุยกับเจ้าของแบรนด์ Vassana ผู้เปลี่ยนลูกงานจักสานไม้ไผ่ให้ทันสมัย และกระจายรายได้ให้กับชุมชนในภาคเหนือ**. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2564, จาก <https://readthecloud.co/crafting-vassana-th/>
- ธัญญาภรณ์ ใจปานแก่น. (2559). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมกรณีศึกษากลุ่มจักสานไม้ไผ่ ตำบลน้ำพัน อำเภอนองวัวชอ จังหวัดอุดรธานี. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชธานี.
- นภัสรัชต์ภู่อัฐ เพ็ชรบัว. (2558). **องค์การแห่งการเรียนรู้ที่มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างขนาดเล็ก ในกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- นภาพรพรรณ พัฒนฉัตรชัย, ธาราธร ภูพันธ์เอก, และสุรีย์ฉาย สุคันธรัตน์. (2555). **ศักยภาพทางธุรกิจและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของกลุ่มธุรกิจชุมชน**. สุรินทร์: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- นันทิยา หุตานูวัตร และณรงค์ หุตานูวัตร. (2551). **คิดกลยุทธ์ด้วย SWOT (พิมพ์ครั้งที่ 7)**. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์ และประสพชัย พสุนนท์. (2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ. **วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ**, 29(2), 31-48.
- พนารัช ปรีดาภรณ์ และสุภาวดี เหล่าฤทธิรัตน์. (2561). การสร้างเครือข่ายธุรกิจที่มีศักยภาพ: กรณีศึกษาเครือข่ายเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าในต่างประเทศ. **วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า**, 5(1), 95-130.
- พรพิมล แผ่นผา. (2559). การศึกษาแนวทางการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- พระดาวเหนือ บุตรสีเทา. (2557). **การสร้างเครือข่ายและการจัดการเครือข่ายในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาของชุมชนบ้านพบรมมนาสูข อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พัชรา วงศ์แสงเทียน. (2559). การพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนดั้งเดิมอำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

มนต์ชัย เพียรทำ. (2557). **ผ้าขีด: การสร้างเครือข่ายและการพัฒนาผลิตภัณฑ์**

เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานวัฒนธรรมภาคอีสาน. วิทยานิพนธ์

บธ.ม., มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.

มานพ สารสุข. (2557). การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมในงานหัตถกรรม

เครื่องจักสานไม้ไผ่ชุมชน. **วารสารวิทยาศาสตร์ คชสาร**, 36(1), 22–34.

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และสุรชัย อุดมอ่าง. (2554). การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขัน

เพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย.

วารสารวิทยาการจัดการ, 28(1), 49–63.

รุ่งอรุณ วงศ์วุฒิ. (2555). **กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยาแผนปัจจุบัน**

ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม.,

มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.

วรัญญา ธิคม. (2557). **ความสัมพันธ์ของการสร้างเครือข่ายและกลยุทธ์การตลาดที่มี**

อิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการเคมีภัณฑ์การเกษตรในจังหวัดลำปาง.

การค้นคว้าอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, ลำปาง.

วรรณวิษา วรฤทธิณา. (2555). **การศึกษาปัญหาและกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร**

กรณีศึกษา บริษัท This Work จำกัด. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม.,

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ.

วันทนา เนาว์วัน และลำยอง ปลั่งกลาง. (2560). กระบวนการเรียนรู้และการจัดการความรู้เพื่อ

พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

และอ่างทอง. **วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่**, 10(2), 60–74.

วิเชียร วงศ์นิชชากุล. (2546). **ปัญหาพื้นฐานทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการขายตลาด**

ของผู้ผลิตเครื่องจักสานไม้ไผ่และหวายในเขตพื้นที่ทิวภูมิภาคของประเทศไทย.

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิถีไทย. (2560). **จักสานไม้ไผ่.** สืบค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://vtthai.com/>

วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และวัลยา กำรามัญ. (2560). กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบ

ทางการแข่งขันของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กรณีศึกษา: บ้านลูกประคบ

สมุนไพร อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. **Veridian E-Journal, Silpakorn**

University, 10(3), 2007–2026.

- วีรารวรรณ มารังกูร และปรีชญา ชุมศรี. (2550). การตลาดและการสร้างข้อได้เปรียบทางด้าน
การแข่งขันของผู้ประกอบการหัตถกรรม จังหวัดสงขลา. **วารสารวิชาการและวิจัย
มทร.พระนคร**, 1(2), 203–210.
- วุฒิชัย วิภาทานิ่ง. (2558). การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน
เพื่อการส่งออก. **วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์**,
10(2), 67–83.
- ศิริดา เทาะเจริญ. (2560). **การสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมของกลุ่มอนุรักษ์
อ่าวปัตตานี**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- สมชาย สุจา. (2558). **กลยุทธ์การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ
ร้านขายยาเดี่ยว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.,
มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- สมยศ นาวิการ. (2548). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ 1991.
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. (ม.ป.ป.). **เครื่องจักสาน**. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2562, จาก
<http://saranukromthai.or.th/sub/book/book.php?book=22&chap=3&page=chap3.htm>.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพะเยา. 2562. **กลุ่มจักสานในจังหวัดพะเยา**. สืบค้นเมื่อ
1 ตุลาคม 2562, จาก <https://www.dit.go.th/region/PHAYAO>.
- สำนักวิชาการ สำนักเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (ม.ป.ป.). **คลังเตอร์: การรวมกลุ่มธุรกิจ
เพื่อการแข่งขัน**. สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2563,
จาก <http://www.parliament.go.th/library>.
- สุภมิตร ไชยรัตน์, กมล เสวตสมบุรณ์, และนิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่าง
ระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์กับข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสื่อสาร
โทรคมนาคมในประเทศไทย. **วารสารการบัญชีและการจัดการ**, 4(1), 69–78.
- สุรศักดิ์ นานานุกูล (ผู้บรรยาย). (2555). การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (Business to Business
Networking) : ทางอยู่รอดของธุรกิจขนาดย่อม. ใน **การสัมมนาเศรษฐกิจการเกษตร
และการค้าสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ไทย-จีน ครั้งที่ 2**.
สาธารณรัฐประชาชนจีน: นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน.
- สุรียกาล ชุมแสง. (2556). **การศึกษาเปรียบเทียบขีดความสามารถแข่งขันห่วงโซ่อุปทาน
ระหว่างตลาดน้ำวัดลำพญาและตลาดบางหลวง ร.ศ. 122**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.,
มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.

เหมวดี ภายใหญ่. (2552). **รูปแบบการบริหารจัดการและการสร้างเครือข่ายการค้า
ของกลุ่มอาชีพทอผ้าเทศบาลตำบลนาอ้อ อำเภอเมือง จังหวัดเลย.**

เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

อดิศร เอย. (2555). **การวิเคราะห์ SWOT Analysis.** สืบค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2563,
จาก <http://adisonx.blogspot.com/2012/10/swot-analysis.html>.

อนุชาติ บุรณะพิมพ์ และมยุรี จิตต์แก้ว. (2547). **การจักสานผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่.**

กรุงเทพฯ: อักษรสยาม.

อังกาบ บุญสูง. (2559). การศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายชุมชนหัตถกรรมจักสานจังหวัด
อุตรดิตถ์. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์**, 11(2), 403–418.

เอกพงศ์ อินแก้ว, ประชา พิจักขณา และอาณัติ ศิริพิชญ์ตระกูล. (2554). **การศึกษาและพัฒนา
กระบวนการผลิตหัตถกรรมจักสานสำหรับสร้างแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์
เพื่อความยั่งยืนของจังหวัดอ่างทอง.** กรุงเทพฯ: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการ
ออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

Arts and Culture CNX. (2020). **เครื่องจักสานบ้านป่าบงหลง.** สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2564,
จาก <https://artsandculture-cn.com>.

Dess, G., Lumpkin, G. T. and Eisner, A. (2007). **Strategic management: Creating
competitive advantages** (3rd ed.). Boston: McGraw-Hill/Irwin.

Qiao, P., Ju, X. And Fung, H. G. (2014). Industry association networks, innovations,
and firm performance in Chinese small and medium-sized enterprises.

China Economic Review, 29, 213–228.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ตารางแสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัย	เรื่องการศึกษา	ทฤษฎีที่ใช้	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
วีราวรรณ มารีงกุล และ ปรีชญา ชุมศรี (2550)	การตลาดและการสร้างขอได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการจังหวัดสงขลา	แนวคิดเกี่ยวกับ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. แนวคิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การตอบสนอง 3. แนวคิดความสำเร็จในการดำเนินงาน	ประธาน กรรมการกลุ่ม และสมาชิกที่เป็นผู้ผลิตงานหัตถกรรมเย็บตาล ในพื้นที่ อ.สทิงพระ จ.สงขลา	กลยุทธ์สำคัญของการสร้างขอได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ 1. กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน ทางกลุ่มมีต้นทุนวัตถุดิบที่ต่ำมาก คือสามารถรวบรวมกาบตาลโตนดที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในหมู่บ้านสวนแรงงานในการผลิตจะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุและแรงงานออกภาคการเกษตรจึงทำให้ผลิตภัณฑ์มีราคาต่ำ ส่วนเครื่องตีเส้นเย็บตาลและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ 2. กลยุทธ์ความแตกต่าง ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีลักษณะเด่นเฉพาะ เนื่องจากเย็บตาลมีลักษณะเหนียวและแข็งแรงทนทาน อายุการใช้งานสูง กระบวนการผลิตเส้นเย็บตาลต้องใช้ความพยายามและเวลานาน การยอมเสียสละ และการออกแบบมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ชัดเจน 3. กลยุทธ์มุ่งเฉพาะกลุ่ม ได้ยึดลูกค้าเป็นสำคัญ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าย่างตาลประกอบไม้

ผู้วิจัย	เรื่องที่ศึกษา	ทฤษฎีที่ใช้	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
เหมวดี ภายใหญ่ (2552)	รูปแบบการบริหารจัดการและการสร้างเครือข่ายการค้าของกลุ่มอาชีพทอผ้าเทศบาลตำบลนอ อำเภอมือง จังหวัดเลย	<ol style="list-style-type: none"> แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการกลุ่มอาชีพ แนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม แนวคิดการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด SWOT Analysis 	<ol style="list-style-type: none"> คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มทอผ้า ในเทศบาลตำบลนอ อ.เมือง จ.เลย หน่วยงานที่ให้การส่งเสริมสนับสนุน ได้แก่ พัฒนาชุมชนเทศบาล ต.นาออ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการทำอาชีพทอผ้า 	<p>โลหะ และหนัง ราคาตั้งแต่ 600 บาท ถึง 3.000 บาท กลุ่มลูกค้าคือผู้หญิงวัยทำงานซึ่งมีความชอบและรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์สูงมาก กลุ่มผู้ประกอบการที่ถนัดมีเย็บตาล มีโอกาสประสบความสำเร็จสูง เนื่องจากสามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันได้และได้รับการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย มีความสามารถในการแข่งขันจนอยู่รอดและยั่งยืน</p> <p>รูปแบบกลุ่มอาชีพทอผ้าจะเข้มแข็งได้ต้องประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> ผู้นำกลุ่มที่มีความเสียสละอดทน สมาชิกกลุ่มอาชีพที่มีความกระตือรือร้น มีโครงสร้างการบริหารที่ชัดเจน รู้จักนำภูมิปัญญาในกลุ่มอาชีพมาใช้ในการสร้างความโดดเด่น ชุมชนส่งเสริมกลุ่มอาชีพทอผ้า ได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ

ผู้วิจัย	เรื่องที่ศึกษา	ทฤษฎีที่ใช้	การเลือกกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล	ผลการศึกษา
รัฐันท์ พงศ์วิฑิตร์ และ สุรัชย์ อุตมอangs (2554)	การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย	5. ระบบการสร้างเครือข่ายการค้า ทฤษฎีที่ใช้ 1. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. แนวคิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การตอบสนอง 3. แนวคิดความสำเร็จในการดำเนินงาน	4. ผู้เกี่ยวข้องในระบบเครือข่ายการค้ากลุ่มอาชีพ ทอผ้า ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอ ผู้จำหน่ายคนกลางผ้าทอ ผู้ขายปลีกผ้าทอ 1. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs 2. ตัวแทนผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม SMEs และผู้บริหารสมาคมหรือผู้กำหนดนโยบายบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ของภาครัฐในเขตภาคเหนือตอนบน 9 จังหวัด	ผู้ประกอบการ SMEs ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมในด้านการสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน อยู่ในระดับมาก เนื่องจากความได้เปรียบทางการแข่งขันถือเป็นสิ่งหนึ่งที่มีความจำเป็นในการดำเนินธุรกิจในยุคที่การแข่งขันมีความรุนแรง ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายการแข่งขันที่ชัดเจนจะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้ไปตามเป้าหมายและสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยสร้างขีดความสามารถและความสำเร็จในการแข่งขัน

ผู้วิจัย	เรื่องที่ศึกษา	ทฤษฎีที่ใช้	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
นภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย ธราธร ภูพันธ์เอก และสุริยฉาย สุคันธ์รัตน์ (2555)	ศักยภาพทางธุรกิจ และการสร้างเครือข่ายทาง ธุรกิจของกลุ่มธุรกิจชุมชน	1. แนวคิดเครือข่าย 2. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจ ชุมชน 3. แนวคิดเกี่ยวกับ การวิเคราะห์ SWOT	ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน จังหวัดสุรินทร์ ในกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่อง แต่งกายประเภทผ้าไหม	ของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่ง การสร้างเครือข่ายช่วยทำให้เกิดประโยชน์ในการ พัฒนาความรู้ความสามารถ และเอื้อประโยชน์ซึ่ง กันและกันในด้านการบริหารจัดการองค์กร ด้าน การตลาด ด้านการผลิตและด้านการเงิน
มนต์ชัย เพียรทำ (2557)	พาณิชย์: การสร้างเครือข่าย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ บนพื้นฐานวัฒนธรรม ภาคอีสาน	1. แนวคิดออกแบบ 2. แนวคิดการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ 3. แนวคิดการตลาด 4. แนวคิดการจัดการผลิต 5. แนวคิดเครือข่าย 6. ทฤษฎีนิเวศวิทยา วัฒนธรรม 7. ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ 8. ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์ เชิงสัญลักษณ์ 9. ทฤษฎีอัตลักษณ์	ประชากรในพื้นที่ภาคอีสาน 3 จังหวัด ได้แก่ กทม. พิษณุ โยธร อ่างทอง นครศรี - กลุ่มผู้รู้ 15 คน - กลุ่มผู้ประกอบการ 58 คน - กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 15 คน	แนวทางการสร้างเครือข่ายของทั้ง 3 ชุมชน คือ การสร้างเครือข่ายความคิด การสร้างเครือข่าย กิจกรรม การสร้างเครือข่ายสนับสนุน และการสร้างเครือข่ายพื้นที่ การรวมกลุ่มสร้าง เครือข่าย นำไปสู่การกำหนดรูปแบบการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ เกิดการเพิ่มคุณค่าและมูลค่า ทางเศรษฐกิจ
พระดาเวเนอ บุตรสีเทา	การสร้างเครือข่ายและการ จัดการเครือข่ายในการเผยแพร่	1. แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่ม 2. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย	1. กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ที่ อาศัยอยู่ในพื้นที่ของชุมชน	รูปแบบเครือข่ายมี 2 รูปแบบ คือ เครือข่ายระดับ ชุมชน/เครือข่ายเชิงพื้นที่ และเครือข่ายระดับ

ผู้วิจัย	เรื่องการศึกษา	ทฤษฎีที่ใช้	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
	แพระพุทธศาสนานของชุมชนบ้านพรหมน้ำสุข อำเภอทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย	3. การสร้างเครือข่ายการเผยแพร่ตามแนวพุทธ 4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเครือข่าย 5. แนวคิดเกี่ยวกับกรณีศึกษา	บ้านพรหมน้ำสุข อ.ทุ่งเสลี่ยม จ.สุโขทัย 2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ กลุ่มผู้นำ และประชาชนส่วนหนึ่งของชุมชนบ้านพรหมน้ำสุข อ.ทุ่งเสลี่ยม จ.สุโขทัย	บุคคล ๕ คนตอนการสร้างเครือข่ายมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ ๑.ตระหนักถึงปัญหาและดำเนินการรวมตัวเป็นเครือข่าย ๒.ปฏิสัมพันธ์อันดีต่อกัน ๓.สร้างความไว้วางใจ ๔. การแสวงหาแกนนำที่ดี ๕. การสร้างแนวร่วมสมาชิกเครือข่าย ๖. แนวทางการจัดการเครือข่ายมีการจัดการใน 2 ขั้นตอน คือ ๑. การสร้างความมั่นคง เครือข่ายและการทำให้เกิดความมั่นคง และการรักษาความต่อเนื่องของการเป็นองค์กรเครือข่าย
อังกาบ บุญสูง (2559)	แนวทางการสร้างเครือข่ายชุมชนที่วัดอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์	1. SWOT Analysis 2. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่าย	ชุมชนที่วัดอุตรดิตถ์ ๓ แห่งในที่ จ.อุตรดิตถ์ จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเจ้าสภามหาวิทยาลัยใน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านตาโหนด อำเภอน้ำขุ่น กลุ่มผลิตน้ำตาล กลุ่มแม่บ้านทำขนมหวาน กลุ่มสตรี	การสร้างเครือข่ายชุมชนที่วัดอุตรดิตถ์ ๓ แบบ ๑. สถานพละที่มี ความเข้มแข็งจะต่อ ประชกอบไป ๒. โดย ผู้นำที่เข้มแข็ง เป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน สมาชิกเคารพในกฎระเบียบ มีการเรียนรู้ร่วมกัน การแบ่งปันทรัพยากร การทำกิจกรรมร่วมกัน ความรู้สึกเป็นหนึ่งองที่ ทำให้อยากทำงานร่วมกัน

ผู้วิจัย	เรื่องที่ศึกษา	ทฤษฎีที่ใช้	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และวัลยา กำรัมย์ (2560)	กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการ แข่งขันของโครงการหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา: بانสูงประตบสมุนไพร อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ	1. กลยุทธ์การสร้าง ได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ การเป็นผู้นำทางดาน ต้นทุนรวม การสร้างควม แตกต่าง การมุ่งตลาด เฉพาะส่วน 2. แนวคิดสวนประสม ทางการตลาด (4P's)	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง เจาะจงกิจการบานสูง ประตบสมุนไพร โครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด. บางหัวเสือ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ	ผลการศึกษา ธุรกิจได้เานเอกกลยุทธ์การสร้างควมได้เปรียบ ทางการแข่งขัน มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ 1. กลยุทธ์ควมแตกต่าง พบว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์ มีขนาดที่หลากหลายขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ งานของลูกค้า และควมแตกต่างในเรื่องของสูตร สมุนไพรหรือวัตถุดิบที่ผสมยตัวบุดูไปกับการ ดงเอกลักษณ์ลวดลายไทยของผลิตภัณฑ์ 2. กลยุทธ์การเป็นผู้นำดานต้นทุน พบว่า มีการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ไม่ได้แตกต่างกันมาก มีการกำหนดราคาโดยการอิงราคา คู่แข่ง และ ขั้นตอนการผลิตเป็นสิ่งสำคัญ การตั้งราคาจะ คำนวณต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ รวมถึงผล กำไรที่จะได้รับ 3. กลยุทธ์การจัดจำหน่าย พบว่า มี 2 ช่องทาง คือ การขายตรงและขายผ่านตัวแทน ผู้ประกอบการมีร้านเป็นของตัวเองทำให้เกิด ควมน่าเชื่อถือ มีการออกรตามตามงจัดแสดง สินค้าทั้งในและต่างประเทศ ศูนย์ขายของฝาก แหล่งท่องเที่ยว ผ่านสื่อออนไลน์ ส่วนการขาย ผ่านตัวแทน ทำให้กระจายสินค้าได้มาก

ผู้วิจัย	เรื่องที่ศึกษา	ทฤษฎีที่ใช้	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
ชัยญภัค หล้าแหล่ง และ คณະ (2561)	การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับความสามารถการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดชุมพร	1. การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ 2. ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ	ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดชุมพร จำนวน 355 แห่ง	4. กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย พบว่า เชื้อกลยุทธ์การตลาดราคา แจกของแถม มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการออกแสดงสินค้าในงานต่าง ๆ หรือบริการนวดสปา เพื่อให้เห็นถึงวิธีที่ใช้และการทำงานของสินค้าแบบเห็นผลทันที ดึงดูดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความจงรักภักดีของลูกค้าเดิม และเชิญชวนให้ลูกค้าใหม่มาใช้บริการ
				ปัจจัยสาเหตุที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจส่งผลกระทบต่อเชิงบวกต่อศักยภาพในการสร้างเครือข่าย และศักยภาพการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ภาคผนวก ข ตารางแสดงการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

วัตถุประสงค์	เนื้อหาใน Literature review ที่ใช้	วิธีการเก็บข้อมูล เก็บข้อมูลจากใคร เก็บ ข้อมูลอะไร อย่างไร	ข้อมูลที่คาดว่าจะได้จากกรเก็บข้อมูล
<p>1. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายของ กลุ่มจักสาน</p>	<p>1. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่าย ได้แก่ การก่อเกิดของเครือข่าย กระบวนการ การสร้างเครือข่าย ประเภทและรูปแบบของ เครือข่าย องค์ประกอบของเครือข่าย และประโยชน์ของการสร้างเครือข่าย</p> <p>2. การวิเคราะห์ SWOT เพื่อให้ทราบศักยภาพ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของ ผู้ประกอบการธุรกิจจักสาน สำหรับเป็น แนวทางในการรวมกลุ่มสร้างเครือข่าย</p>	<p>- สัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ จักสาน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล ลักษณะ ทั่วไปของธุรกิจ วัฒนธรรมชีวิตความเป็นอยู่ สภาพความเป็นเครือข่าย สถานที่ตั้ง ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจของกลุ่มจักสาน</p> <p>- สัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ และ ภาคเอกชน เช่น สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัด พณิชยจังหวัด พัฒนาชุมชน และผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ประสบความสำเร็จในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทจักสาน เป็นต้น</p> <p>- สัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ จักสาน โดยศึกษาโครงสร้างของธุรกิจ ได้แก่ ความเป็นมาของธุรกิจ การบริหารจัดการองค์กร การตลาด การ</p>	<p>- ทำให้ทราบลักษณะทั่วไปของกลุ่มผู้ ประกอบธุรกิจจักสานและนำข้อมูลที่ได้ไป พิจารณาแนวทางในการรวมตัวกันเป็น กลุ่มเครือข่าย ตามลักษณะของกาการเกิด เครือข่าย ประเภท รูปแบบ และ องค์ประกอบของเครือข่าย</p> <p>- ทำให้ได้แนวทางในการสร้างและพัฒนา เครือข่ายให้ประสบความสำเร็จและยั่งยืน</p> <p>- จะทำให้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของแต่ละกลุ่มจักสานที่แตกต่างกัน ออกไป นำมาพิจารณาความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายตามความ</p>

วัตถุประสงค์	เนื้อหาใน Literature review ที่ใช้ที่จะช่วยส่งเสริม และใช้ประโยชน์ร่วมกัน	วิธีการเก็บข้อมูล เก็บข้อมูลจากใคร เก็บ ข้อมูลอะไร อย่างไร	ข้อมูลที่ได้อาจจะได้จากการเก็บข้อมูล
2. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับกลุ่มเครือข่ายกิจการ	กลยุทธ์การสร้างความคิดได้เปรียบทางการแข่งขัน - การเป็นผู้นำด้านต้นทุน - การสร้างความแตกต่าง - กลยุทธ์การมุ่งเงิน - กลยุทธ์การผลิตผลงาน	ผลดี และการจัดการเงินทุน ทิศทาง การเจริญเติบโตของธุรกิจ ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจ	เหมาะสม ซึ่งเราสามารถนำจุดแข็งของแต่ละกลุ่มมาเรียนรู้และสนับสนุนกันและกัน และนำจุดแข็งของกลุ่มหนึ่ง ไปช่วยพัฒนาจุดอ่อนของอีกกลุ่มหนึ่งได้ เป็นการใช้ประโยชน์ร่วมกัน ของการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย
	กลยุทธ์การสร้างความคิดได้เปรียบทางการแข่งขัน - สัมภาษณ์ผู้ประกอบการกิจการ แต่ละแห่ง เกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ การ เป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้าง ความแตกต่าง กลยุทธ์การมุ่งเงิน และกลยุทธ์ผลิตผลงาน - สัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ และ ภาคเอกชน เช่น สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัด พาณิชย์จังหวัด พัฒนาชุมชน และผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ ประสบความสำเร็จในการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ประเภทกิจการ เป็นต้น	- ทำให้ทราบถึงกลยุทธ์ทางการแข่งขันของ แต่ละกลุ่มกิจการที่แตกต่างกันออกไป และ นำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทาง การสร้างกลยุทธ์เพื่อความได้เปรียบ ทางการแข่งขันให้กับกลุ่มธุรกิจกิจการ - ได้รับข้อเสนอแนะและแนวทาง ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลาน จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไป พัฒนาและเป็นแนวทางในการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	

ภาคผนวก ค ตารางวิเคราะห์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

วิเคราะห์กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน	กลุ่มเครือข่ายเจ้า ส่วนในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่	หน่วยงานภาครัฐ	ผู้ประกอบการในภาคเอกชน	ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้าง เครือข่าย และ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันจาก หน่วยงานภาครัฐและผู้ ประกอบการในภาคเอกชนที่ เหมาะสมกับเครือข่ายเจ้าส่วน
กลยุทธ์การเป็นผู้นำ ด้านต้นทุน	จังหวัดพะเยาเป็นจังหวัดที่มี สภาพแวดล้อม และมีพื้นที่ป่า ในชุมชนที่เหมาะสมแก่การปลูก ไม้ไผ่ ทำให้การผลิตเครื่องจัก สานสามารถทำได้โดย ต่อเนื่อง และทำให้ช่วยลด ต้นทุนการผลิต	หน่วยงานภาครัฐมีการ ส่งเสริมให้ชุมชนที่มีพื้นที่ป่าที่ เหมาะสมกับการปลูกไม้ไผ่ ให้ มีการปลูกไม้ไผ่ทดแทน ในช่วง ฤดูฝนของทุกปี เพื่อให้มีไม้ ไว้ใช้ในการจักสานตลอด ขาดแคลน	เจ้าส่วนไม้ไผ่หมู่บ้านบาง หมู่บ้านบางเป็นหมู่บ้านที่มีการ ปลูกป่าไม้ไผ่ไว้เป็นจำนวนมาก และมีการนำไม้ไผ่มาทำจักสาน เป็นข้าวของ เครื่องใช้เพื่อใช้ใน ชีวิตประจำวัน เจ้าส่วนไม้ไผ่แบรนด์ VASSANA 1.เศษไม้ที่เหลือจากการทำจัก สาน นำมาพัฒนารูปแบบให้ใช้ ประโยชน์ต่อจนไม่มีขยะเหลือทิ้ง และได้รับรางวัล Eco-design 2. มีการขยายเครือข่ายการผลิต	จังหวัดพะเยาเป็นจังหวัดที่มี สภาพแวดล้อม และมีพื้นที่ป่าใน ชุมชนที่เหมาะสมแก่การปลูกไม้ไผ่ หน่วยงานภาครัฐมีการส่งเสริมให้ ชุมชนปลูกไม้ไผ่ทดแทนในช่วงฤดูฝน ของทุกปี ทำให้การผลิตเครื่องจัก สานสามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง และทำให้ช่วยลดต้นทุนการผลิต การสร้างเครือข่ายจะทำให้เกิดการ ช่วยเหลือเกื้อกูลกันในเรื่องของ วัตถุดิบ และสามารถนำตัวอย่าง จากผู้ประกอบการเจ้าส่วนไม้ไผ่

วิเคราะห์ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน	กลุ่มเครือข่ายจัดสถานที่ ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่	หน่วยงานภาครัฐ	ผู้ประกอบการในภาคเอกชน	ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้าง เครือข่าย และ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันจาก หน่วยงานภาครัฐและ ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ เหมาะสมกับเครือข่ายจัดสถานที่
			ไปยังกลุ่มชาวบ้านที่มีทักษะ และมีสื่อในการทำจักสานกว่า 20 พื้นที่ทั่วภาคเหนือ ซึ่งมีไม่ เป็นจำนวนมาก เพื่อให้กลุ่มคน เหล่านี้ผลิตชิ้นส่วนงานต่าง ๆ ส่งขายให้กับแบรนด์ VASSANA ช่วยสร้างอาชีพและรายได้ให้กับ ชาวบ้านในชุมชน วิถียไทย	แบรนด์ VASSANA ที่มีการนำ เศษไม้ที่เหลือจากการจักสาน มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เป็น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศษไม้ ที่เหลือทิ้ง และหากกลุ่มเครือข่ายมีความ เข้มแข็ง และมีศักยภาพเพียงพอ มีโอกาสได้ทำงานร่วมกับวิถียไทย ซึ่งวิถียไทยเปิดกว้างสำหรับสินค้า จักสานของชุมชน วิถียไทยก็จะเขา มาช่วยเหลือและทำงานร่วมกับ ชุมชน รวมออกแบบและผลิตสินค้า ที่เป็นของท้องถิ่น โดยวิถียไทยจะ

วิเคราะห์ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน	กลุ่มเครือข่ายจัดสถานที่ ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่	หน่วยงานภาครัฐ	ผู้ประกอบการในภาคเอกชน	ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้าง เครือข่าย และ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันจาก หน่วยงานภาครัฐและ ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ เหมาะสมกับเครือข่ายจัดสถานที่
			<p>จัดทำให้แตกต่างจากเว็บไซต์อื่น คือเข้าถึงชุมชน ช่วยเหลือและ ทำงานร่วมกับชุมชน เพื่อให้ ชุมชนผลิตสินค้าที่เป็นของ ท้องถิ่นนับ ตั้งแต่การเว็บไซต์ที่ หาได้ในพื้นที่ชุมชน กระบวนการ ผลิตที่เป็นงานฝีมือที่แท้จริง วิถี ไทยได้นำสินค้าจากชุมชนมาขาย โดยนำสินค้ามาต่อยอด ด้วยการ เพิ่มดีไซน์ เพิ่มการตลาดเข้าไป นำมาขายผ่านเว็บไซต์ไทย ใน ราคาที่สูงขึ้น รายได้ที่เกิดขึ้นก็จะ กลับไปสู่ชุมชนนั้น ๆ อย่างเหมาะสม</p>	<p>เน้นการ เว็บไซต์ที่หาได้ในพื้นที่ ชุมชนซึ่งจะทำให้มีต้นทุนการผลิต ต่ำ เน้นกระบวนการผลิตที่เป็นงาน ฝีมือที่แท้จริง และวิถีไทยจะนำ สินค้าของชุมชนมาต่อยอด ด้วย การเพิ่มดีไซน์ เพิ่มการตลาดเข้าไป จากสินค้าที่ขายได้ในราคาถูก วิถี ไทยนำไปขายผ่านเว็บไซต์ของวิถี ไทยในราคาที่สูงขึ้น หรือหากกลุ่มมี สินค้าของตนเองอยู่แล้วสามารถนำ สินค้าไปฝากขายได้ โดยวิถีไทยจะ นำมาถายรูป เขียน เรื่องราวสินค้า แปลเป็น 3 ภาษา บริหารจัดการ เรื่องของการตลาดต่างประเทศ</p>

วิเคราะห์ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน	กลุ่มเครือข่ายจัดสถานที่ ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่	หน่วยงานภาครัฐ	ผู้ประกอบการในภาคเอกชน	ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้าง เครือข่าย และ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันจาก หน่วยงานภาครัฐและ ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ เหมาะสมกับเครือข่ายจัดสถานที่ และสถานที่
			<p>2. วิถีไทยเปิดกว้างสำหรับสินค้า จัดสถานที่ของชุมชนสินค้าที่มีแบ รณดอยู่แล้ว สามารถนำมาฝาก ขาย โดยจะนำมาขายรูป เชิญ เรื่องราวสินค้า แปลเป็น 3 ภาษา และบริหารจัดการเรื่องของ การตลาดต่างประเทศและสง สินค้าให้ สวมสินค้าที่ยังไม่มีแบ รณด ไม่มีดีไซน์ วิถีไทยก็จะเข้าไป ช่วยดูแลให้ทั้งกระบวนการแต่ ต้องพิจารณาศักยภาพของสินค้า ในแต่ละกลุ่มด้วย การเพิ่มดีไซน์ และการเพิ่มการตลาดจะช่วยให้ ขายสินค้าได้ในราคาสูง ชำนาญ</p>	

<p>วิเคราะห์ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน</p>	<p>กลุ่มเครือข่ายเจ้าของ ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่</p>	<p>หน่วยงานภาครัฐ</p>	<p>ผู้ประกอบการในภาคเอกชน</p>	<p>ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้าง เครือข่าย และ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันจาก หน่วยงานภาครัฐและ ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ เหมาะสมกับเครือข่ายเจ้าของ</p>
<p>การสร้าง ความแตกต่าง</p>	<p>รูปแบบการเจ้าของ จังหวัดพะเยา มีความแปลก ใหม่ มีการพัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์จากอุปกรณ์ทำ ปลาของชาวบ้าน เช่นกระเป๋ ของมงคล กระเป๋าใช้ กระเป๋า และ กระเป๋าแห่ ที่สามารถ พับ ม้วนเก็บได้ และมีกรรม วิธีสุดอันมาผสานผสมกับไม้ไผ่ เช่น ผักตบชวา หวาย มีการ นำผ้าไหมพรม เชือก มา ตกแต่งทำให้ผลิตภัณฑ์มี ความสวยงาม มีรูปทรงที่</p>	<p>สำนักงานพัฒนาชุมชน มีการส่งเสริมให้มีการพัฒนา ศักยภาพกลุ่มผู้จักสาน โดย การจัดให้มีโครงการฝึกอบรม โดยเชิญผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ ในแต่ละด้าน เช่น ด้านการจัก สานก็จะมีการออกแบบ หรือ นักดีไซน์ที่มีประสบการณ์มา สอนให้ความรู้ และยังหาแบบ ลวดลายใหม่ ๆ มาให้กลุ่มผู้ จักสานได้ลองทำอีกด้วย</p> <p>สำนักงาน กศน.</p>	<p>ทำแบบเดิมแต่มีรายได้เพิ่มขึ้น จักสานไม้ไผ่หมู่บ้านบาง งานจักสานของหมู่บ้านบาง มีลายของมีดี และ ลายกระตู่ นอกใน ซึ่งเป็นลวดลายที่มี เอกลักษณ์ มีความโดดเด่นที่ แตกต่างจากที่อื่น และสามารถ นำลวดลายจักสานนี้มาพัฒนา สร้างสรรค์รูปแบบ รูปทรง จักสาน จากรูปทรงเดิมให้มี ความสวยงาม ทันสมัย และหลากหลาย จักสานไม้ไผ่แบรนด์ VASSANA 1.ลายริ้ว ลวดลายจักสานที่มีการ</p>	<p>รูปแบบของผลิตภัณฑ์จักสานของ กลุ่มเครือข่ายจักสานในจังหวัด พะเยา และจังหวัดแพร่ มีการ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จักสาน จากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม ให้มีรูปแบบ แปลกใหม่ สมาชิกกลุ่มมีความ พร้อมที่จะเรียนรู้ และพัฒนาการ จักสานอย่างสม่ำเสมอ การสร้าง เครือข่ายจะทำให้เกิดการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ร่วมกัน เกิดการเรียนรู้ เทคนิค และวิธีการทำงานใหม่ ๆ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อ พัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ให้มี</p>

<p>วิเคราะห์ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน</p>	<p>กลุ่มเครือข่ายธุรกิจในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่</p>	<p>หน่วยงานภาครัฐ</p>	<p>ผู้ประกอบการในภาคเอกชน</p>	<p>ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้าง เครือข่าย และ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันจาก หน่วยงานภาครัฐและ ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ เหมาะสมกับเครือข่ายอีสาน</p>
<p>หลากหลาย มีการนำเสนอ การขายสินค้าโดยการสร้าง เรื่องราวให้กับสินค้า ให้เกิด คุณค่า เป็นที่น่าสนใจ สวม รูปแบบการนำเสนอของ จังหวัดแพร่จะมีเทคนิค การจัดสถานที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ มีความเงา สวยงามตาม ธรรมชาติ เป็นเอกลักษณ์ และยังมีการพัฒนารูปแบบ เครื่องจักสานจากผลิตภัณฑ์ ดั้งเดิมให้มีรูปแบบใหม่ ที่ ตอบสนองการใช้งานของ ผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน เช่น</p>	<p>เป็นหน่วยงานที่ดูประกาย ความคิดที่หลากหลายเกิด ความคิดที่จะพัฒนาตนเองใน การทำงานผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ มีขั้นตอนที่ลดเวลา และ วิธีการทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มี คุณภาพ สวยงาม และได้มี การดำเนินงานจากรมอย่าง ต่อเนื่อง เพื่อให้กลุ่มผู้จักสาน ได้เพิ่มพูนความรู้ และพัฒนา รูปแบบที่หลากหลาย นำ ความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้เพื่อ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของ ตนเองให้มีความแตกต่าง</p>	<p>คิดค้นขึ้นใหม่ ได้แรงบันดาลใจ จากดอกไม้สวยไม่โอ้อวด ซึ่งลายวิจิตรสวยงามมาประยุกต์ การสานได้อีกหลายแบบ และ เป็นลวดลายที่สร้างเอกลักษณ์ ให้กับแบรนด์ VASSANA 2. นำลายริ้วมาประยุกต์เป็นงาน จักสานที่หลากหลาย เช่น โคมไฟ รังนก ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ ประเภทงานจักสาน Innovative Craft Award 2012 ซึ่งเป็นก้าว สำคัญที่ทำให้แบรนด์เติบโตขึ้น อย่างรวดเร็ว</p>	<p>ความหลากหลายมากขึ้น และกลุ่ม เครือข่ายยังได้รับการช่วยเหลือ สนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐทั้ง ในเรื่องการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ และสนับสนุนด้านงบประมาณ เครือข่ายจักสานในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ยังสามารถนำ ตัวอย่าง จากผู้ประกอบการใน ภาคเอกชนมาปรับใช้กับการจัก สานของเครือข่าย เช่น มีการคิดค้น ลวดลายจักสานแบบใหม่ที่เป็น ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ของตนเอง และสามารถนำไป ประยุกต์เป็นงานจักสานรูปแบบอื่น</p>	

<p>วิเคราะห์ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน</p>	<p>กลุ่มเครือข่ายธุรกิจในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่</p>	<p>หน่วยงานภาครัฐ</p>	<p>ผู้ประกอบการในภาคเอกชน</p>	<p>ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้าง เครือข่าย และ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันจาก หน่วยงานภาครัฐและ ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ เหมาะสมกับเครือข่ายจักสาน</p>
	<p>หวดนิ่งขาว มีการพัฒนา รูปแบบและวิธีการใช้งานให้ สามารถใช้หวดนิ่งขาวกับ กระแสไฟฟ้า เต้าไฟฟ้า ซึ่ง เหมาะกับผู้คนที่อาศัยอยู่หอพัก คอนโด ที่มีพื้นที่จำกัด</p>	<p>สวยงาม ทันสมัย ตรงตาม ความต้องการของลูกค้า</p>	<p>วิสัย 1. มีการทำการตลาดที่แตกต่าง ด้วยการเพิ่มคุณค่าให้กับเครื่อง จักสานไทย ให้ตั้งไปไกลทั่วโลก ด้วยการสร้าง เรืองราว ให้สินค้า มีความน่าสนใจในทุกมิติ โดยเป็น การเล่าเรื่องราวตั้งแต่แหล่งที่มา ของวัตถุดิบ กระบวนการ กรรมวิธีการผลิต โดยสื่อสารให้ เห็นถึงเสน่ห์ จุดเด่น คุณสมบัติ ของงานจักสาน ความเป็น เอกลักษณ์เฉพาะตัวของงานจัก สานแต่ละท้องถิ่นที่แตกต่างกัน</p> <p>2. การอาศัยฝีมือ ชักเย็บการ</p>	<p>ที่หลากหลายขึ้น มีการพัฒนา รูปแบบ รูปทรงผลิตภัณฑ์จักสาน ให้ทันสมัย ตอบสนองการเชิงงาน ของผู้บริโภค มีการทำการตลาดที่ แตกต่างของวิถีไทย ด้วยการเพิ่ม คุณค่าให้กับเครือข่ายไทย ด้วย การสร้างเรื่องราว ให้กับตัวสินค้า ให้มีความน่าสนใจในทุกมิติ โดย การเล่าเรื่องราวตั้งแต่แหล่งที่มา ของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต กรรมวิธีการผลิต โดยสื่อสารให้ เห็นถึงเสน่ห์ จุดเด่น คุณสมบัติของ งานจักสาน ความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัวของงานจักสานแต่ละ</p>

<p>วิเคราะห์ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน</p>	<p>กลุ่มเครือข่ายเจ้าของกิจการ ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่</p>	<p>หน่วยงานภาครัฐ</p>	<p>ผู้ประกอบการในภาคเอกชน</p>	<p>ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้าง เครือข่าย และ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันจาก หน่วยงานภาครัฐและ ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ เหมาะสมกับเครือข่ายเจ้าของกิจการ</p>
<p>กลุ่มเป้าหมาย และศึกษา ความต้องการของลูกค้า จะ ทำให้การผลิตเครื่องจักรกล เน้นสนองความต้องการของ กลุ่มลูกค้าที่เฉพาะเจาะจง ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ตะกร้าไม้ ไม้สำหรับผู้สูงอายุไว้ตัด กระดาษสำหรับรับกลุ่ม ลูกค้าวัยทำงาน กระเป๋า รูปแบบต่าง ๆ ที่มีความ ทันสมัยเหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ ของผู้บริโภคในปัจจุบัน เครื่องใช้ต่าง ๆ ที่มีการพัฒนา รูปแบบให้สะดวก และยืดหยุ่น</p>	<p>การสร้างเครือข่ายให้คนมา รวมตัวกัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างกัน เช่น เครือข่าย ความร่วมมือในเรื่องวิถีปฏิบัติ การผลิต การออกแบบ การ เข้าถึงแหล่งเงินทุน และ การตลาด สำนักงานพาณิชย์ จะมีเครือข่ายธุรกิจ Bizclub สมาชิกเครือข่ายจะได้รับ การพัฒนาอบรมตามต่าง ๆ อบรมเฉพาะเจาะจงอาชีพ อย่างเจ้าของร้าน เป็นต้น สำนักงาน กปร.</p>	<p>ด้วยการเปลี่ยนดีไซน์ใหม่ นำไป ประกอบกับงานใหม่ ๆ และ ฟังก์ชันใหม่ให้ไปไกลกว่าชาวของ เครื่องใช้ธรรมดา เช่น พวงมาลัย ที่ใช้ในงานมงคล กระเป๋าถือ รูปทรงทันสมัย วิถียุคใหม่</p> <p>1.มีการออกแบบงานจักสาน โดย มีการร่วมมือกับกลุ่มดีไซน์เนอร์ รุ่นใหม่ ร่วมกันออกแบบ ผลิตภัณฑ์จักสานที่มีความ สวยงาม มีรูปแบบที่ทันสมัย เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค ในปัจจุบัน สามารถขยายได้ใน</p>	<p>และศึกษาความต้องการของลูกค้า จะทำให้การผลิตเครื่องจักรกลเน้น สนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า ที่เฉพาะเจาะจง หน่วยงานภาครัฐมี การส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่าย เพื่อให้เกิดความร่วมมือกัน แลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างกัน หน่วยงานภาครัฐ ยังมีเครือข่ายธุรกิจ Bizclub ที่จะ ช่วยเหลือสมาชิกในเครือข่ายให้ ได้รับการพัฒนา อบรมความรู้ที่ เฉพาะเจาะจงอย่างอาชีพจักสาน มีการฝึกวิชาชีพระยะสั้น การทำ ผลิตภัณฑ์จากไม้ไฟ และการ พัฒนาการตลาดสู่การออนไลน์</p>	

<p>วิเคราะห์ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน</p>	<p>กลุ่มเครือข่ายธุรกิจในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่</p>	<p>หน่วยงานภาครัฐ</p>	<p>ผู้ประกอบการในภาคเอกชน</p>	<p>ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้าง เครือข่าย และ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันจาก หน่วยงานภาครัฐและ ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ เหมาะสมกับเครือข่ายธุรกิจใน</p>
	<p>การแข่งขัน เชนหวดหนึ่งขา เป็นต้น</p>	<p>ทำผลิตภัณฑ์จากไม้ เพื่อ พัฒนาผู้ประกอบการจากไม้ให้ สวยงาม ตรงตามตลาด และ ต้องการของตลาด และ ส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ที่จะ พัฒนาการตลาดสู่การค้า ออนไลน์ในรูปแบบของการ สร้างเพจการขายสินค้าผ่าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตนเอง ไปสู่การขายสินค้าผ่านระบบ ออนไลน์</p>	<p>ราคาที่สูงขึ้น 2. มีการวางกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยจะเน้นที่กลุ่มคนต่างชาติ และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวใน ประเทศไทย โดยเฉพาะตลาด ยุโรป ตลาดอเมริกา ตลาดจีน และตลาดญี่ปุ่น มีการทำ การตลาดทั้งPage Facebook, Blogger, Google Ads เป็น ภาษาต่างประเทศ</p>	<p>มีการนำตัวอย่างการจัดงานของ ผู้ประกอบการในภาคเอกชนมา ปรับใช้ เช่น การพัฒนางานจักสาน ดั้งเดิมด้วยการเพิ่มดีไซน์ใหม่ ฟังก์ชันใหม่ การรวมมือกับกลุ่ม ดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่ของไทย ที่จะ ช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานให้มี ความสวยงาม มีรูปแบบที่ทันสมัย เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคใน ปัจจุบัน และวิถีไทยมีการวางกลุ่ม ลูกค้าเป้าหมาย โดยเน้นที่ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ลูกค้า ชาวต่างชาติโดยเฉพาะ ตลาด อเมริกา จีน และญี่ปุ่น มีการทำ</p>

<p>วิเคราะห์ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน</p>	<p>กลุ่มเครือข่ายจัดสถานี ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่</p>	<p>หน่วยงานภาครัฐ</p>	<p>ผู้ประกอบการในภาคเอกชน</p>	<p>ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้าง เครือข่าย และ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันจาก หน่วยงานภาครัฐและ ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ เหมาะสมกับเครือข่ายจัดสถานี</p>
<p>กลยุทธ์การ ผสมผสาน : การบูร ณาการตามกลยุทธ์ ต้นทุนต่ำและกลยุทธ์ การสร้างค่า แตกต่าง</p>	<p>เป็นการนำกลยุทธ์ทดแทนการ เป็นผู้นำตามต้นทุนมาใช้ รวมกับกลยุทธ์การสร้าง ค่าแตกต่าง ซึ่งเป็นการ ผลิตสินค้าโดยเน้นความ แปลกใหม่ของตัวผลิตภัณฑ์ ให้มีความแตกต่าง เป็น เอกลักษณ์ และตอบสนอง ความต้องการ และการใช้งาน ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดย อยู่ภายใต้การผลิตที่มีต้นทุน</p>	<p>หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานพาณิชย์ สำนักงาน กศน. จะช่วยส่งเสริมกลุ่มผู้ จัดสถานีในเรื่องของการให้ ความรู้ สนับสนุนเรื่อง งบประมาณ เช่น สนับสนุน งบประมาณสำหรับการจัดซื้อ วัสดุ การจัดโครงการ ฝึกอบรมต่าง ๆ การพาไป ศึกษาดูงาน ส่งเสริมในเรื่อง</p>	<p>จัดสถานีไม่เพียงบนบาง งานจัดสถานีของหมู่บ้านบาง เป็นงานจัดสถานีที่มีผลกลายเป็น เอกลักษณ์ มีความโดดเด่นที่ แตกต่างจากที่อื่น มีการพัฒนา สร้างสรรค์รูปแบบ รูปทรงจัก สถานี จากรูปทรงเดิมให้มีความ สวยงาม ทันสมัย และ หลากหลาย ซึ่งใช้ไม่เป็นที่ วัตถุประสงค์ในการทำจัดสถานีที่ ปลูกไว้ในหมู่บ้านเป็นจำนวนมาก</p>	<p>การตลาดทั้งPage Facebook, Blogger, Google Ads เป็น ภาษาต่างประเทศ</p> <p>กลยุทธ์การผสมผสาน เป็นการบูร ณาการกลยุทธ์การเป็นผู้นำตาม ต้นทุน และกลยุทธ์การสร้างค่า แตกต่าง ซึ่งเป็นการผลิตสินค้า โดยเน้นความแปลกใหม่ของตัว ผลิตภัณฑ์ ให้มีความแตกต่าง เป็นเอกลักษณ์ และตอบสนอง ความต้องการ และการใช้งานของ ผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยอยู่ภายใต้ การผลิตที่มีต้นทุนต่ำ ซึ่งเป็นขอ ได้เปรียบของกลุ่มเครือข่ายจัดสถานี</p>

<p>วิเคราะห์ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน</p>	<p>กลุ่มเครือข่ายจังหวัด ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่</p>	<p>หน่วยงานภาครัฐ</p>	<p>ผู้ประกอบการในภาคเอกชน</p>	<p>ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้าง เครือข่าย และ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันจาก หน่วยงานภาครัฐและ ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ เหมาะสมกับเครือข่ายจังหวัด</p>
	<p>ซึ่งเป็นขอได้เปรียบของ กลุ่มเครือข่ายจังหวัด จังหวัดพะเยา และจังหวัด แพร่ ที่มีพื้นที่ป่าที่สามารถ ปลูกไม้ไผ่ที่เป็นวัตถุดิบหลัก สำคัญในการทำจักสานไผ่ เองได้</p>	<p>ของการตลาด และช่องทาง การจัดจำหน่าย และ สนับสนุนด้านอื่น ๆ ที่จะ ช่วยเหลือและพัฒนากลุ่มผู้ ประกอบการพัฒนาศักยภาพ</p>	<p>จักสานไม้ไผ่แบรนด์ VASSANA การขยายเครือข่ายการผลิตไปยัง กลุ่มชาวบ้านในพื้นที่ภาคเหนือ ที่มีไม้ไผ่เป็นจำนวนมาก มีทักษะ และมีฝีมือในการทำจักสานเพื่อ กลุ่มคนเหล่านี้ผลิตชิ้นส่วนงาน ต่าง ๆ ส่งขายให้กับแบรนด์ VASSANA นอกจากนี้จะช่วยสร้าง อาชีพ และรายได้ให้แล้ว ยังช่วย ให้ควบคุมต้นทุนตามวัตถุดิบ และค่าแรงได้ด้วย ชื่นชมจักสาน ต่าง ๆ ที่ส่งให้กลุ่มชาวบ้าน ช่วยกันผลิตมัน จะถูกนำมา ประกอบเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบ</p>	<p>ไม่ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ ที่มีพื้นที่ป่า ที่สามารถปลูกไม้ไผ่ที่ เป็นวัตถุดิบหลักสำคัญในการทำจัก สานไผ่เองได้ โดยมีหน่วยงาน ภาครัฐช่วยเหลือ สนับสนุนในการ ให้ความรู้ สนับสนุนงบประมาณ สำหรับการจัดซื้อวัสดุ การจัด ฝึกอบรม ซึ่งจะช่วยเหลือค่าใช้จ่าย ของกลุ่มเครือข่ายจักสาน และ สามารถนำตัวอย่างของ ผู้ประกอบการในภาคเอกชน อยาง จักสานไม้ไผ่แบรนด์ VASSANA ที่มี การขายเครือข่ายการผลิตไปยัง กลุ่มชาวบ้านทั่วพื้นที่ภาคเหนือ</p>

วิเคราะห์ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน	กลุ่มเครือข่ายธุรกิจในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่	หน่วยงานภาครัฐ	ผู้ประกอบการในภาคเอกชน	ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้าง เครือข่าย และ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันจาก หน่วยงานภาครัฐและ ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ เหมาะสมกับเครือข่ายธุรกิจใน
			<p>ต่าง ๆ ของแบรนด์ VASSANA วิถีไทย ผลิตภัณฑ์จากชาวบ้านที่ นำไม้ที่สกัดหาได้ในพื้นที่ใน ชุมชน มาผลิตเครื่องจักสาน โดย ใช้ฝีมือ ทักษะการจักสานที่ยังคง เสน่ห์และเอกลักษณ์ของแต่ละ ท้องถิ่น โดยมีวิถีไทยเข้ามาช่วย ในเรื่องของการดีไซน์รูปแบบ รูปทรงของเครื่องจักสานใหม่ ความทันสมัย และทำการตลาด ทั้งในและ ต่างประเทศ ที่แตกต่างกันด้วยการ เพิ่มเติมค่าให้กับเครื่องจักสาน</p>	<p>เพื่อช่วยกันผลิตชิ้นงานลงขาย ให้กับแบรนด์ VASSANA เป็นการ กระจายรายได้และยังช่วยลดต้นทุน ด้านวัตถุดิบ และค่าแรง นอกจากนี้ วิถีไทยยังเป็นตัวอย่างในเรื่องของ การนำไม้ที่สกัดหาได้ในพื้นที่ ชุมชน มาผลิตเครื่องจักสาน รูปแบบการจักสานยังคงเสน่ห์และ เอกลักษณ์ของท้องถิ่นเอาไว้ และ วิถีไทยช่วยในเรื่องการออกแบบ ดีไซน์ การทำการตลาดทั้งในและ ต่างประเทศด้วยการสร้างเรื่องราว ให้สินค้ามีความสนใจในทุกมิติ ทำ ให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาที่ดี</p>

<p>วิเคราะห์ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน</p>	<p>กลุ่มเครือข่ายจัดสถานที่ ในจังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่</p>	<p>หน่วยงานภาครัฐ</p>	<p>ผู้ประกอบการในภาคเอกชน</p>	<p>ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้าง เครือข่าย และ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันจาก หน่วยงานภาครัฐและ ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ เหมาะสมกับเครือข่ายจัดสถานที่</p>
			<p>ไทย ใ้ตั้งไปไกลทั่วโลกด้วยการ สร้างเรื่องราว ให้สินค้ามีความ น่าสนใจในทุกมิติ ทำให้สามารถ ขายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้น</p>	<p>สูงขึ้น</p>

ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอาชีพจักสานไม้ไผ่

แบบสัมภาษณ์

งานวิจัยเรื่อง การสร้างเครือข่ายจักสานเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอาชีพจักสานไม้ไผ่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

1. เพศ
2. อายุ.....
3. สถานภาพ.....
4. ระดับการศึกษา.....
5. อาชีพหลัก.....
6. อาชีพเสริม.....
7. รายได้ต่อเดือน.....
8. ระยะเวลาในการประกอบอาชีพจักสาน.....

ตอนที่ 2 การประกอบอาชีพธุรกิจจักสานเพื่อค้นหาศักยภาพของผู้ประกอบธุรกิจ

2.1 ด้านการจัดการองค์กร

ชื่อสถานประกอบการ.....

สถานที่ตั้ง.....

ผู้นำกลุ่ม.....

ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

.....

.....

วัตถุประสงค์การจัดตั้ง

.....

.....

.....

บทบาทของกลุ่ม

.....

.....

.....

รูปแบบขององค์กร (โครงสร้าง)

.....

.....

.....

บทบาทของคณะกรรมการ

.....

.....

.....

ปัญหาด้านการจัดการกลุ่ม

.....

.....

.....

แหล่งให้ทุนสนับสนุน

.....

.....

.....

การวางแผนการดำเนินงาน

.....

.....

.....

ศักยภาพของกลุ่มเพื่อการพัฒนา

.....

.....

.....

2.2 ด้านการตลาด

การวางแผนการตลาด

.....

.....

.....

การพัฒนาผลิตภัณฑ์

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

ช่องทางการจัดจำหน่าย

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

ราคาและการตั้งราคา

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

การส่งเสริมการขาย

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

ปัญหาด้านการตลาดและความต้องการความช่วยเหลือ

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

ศักยภาพด้านการตลาด

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

2.3 ด้านการผลิต

ประเภทและรูปแบบของผลิตภัณฑ์

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

การบริหารและการวางแผนการผลิต

.....

.....

.....

การจัดหาวัสดุหรือวัตถุดิบ

.....

.....

.....

ราคาของวัสดุหรือวัตถุดิบ

.....

.....

.....

ขั้นตอนการผลิต

.....

.....

.....

การใช้เทคโนโลยีในการผลิต

.....

.....

.....

การจัดการของเสีย

.....

.....

.....

แรงงานและการจ้างงาน

.....

.....

.....

ประมาณการต้นทุนและผลตอบแทน

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

การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์

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

การดูแลรักษาผลิตภัณฑ์

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

ปัญหาด้านการผลิตและความต้องการการช่วยเหลือ

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

ศักยภาพการผลิต/ปัจจัยการผลิต/กระบวนการผลิต

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

2.4 ด้านการเงินและบัญชี

การบริหารด้านการเงิน

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

การวางแผนการเงิน

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

แหล่งเงินทุน

.....

.....

.....

ผลการดำเนินงาน

.....

.....

.....

สถานภาพการเงิน

.....

.....

.....

ปัญหาทางการเงิน

.....

.....

.....

ศักยภาพด้านการเงิน

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 รูปแบบและวิธีการการสร้างเครือข่าย

3.1 โครงสร้างเครือข่ายจักษานตั้งแต่ต้นน้ำ ถึง ปลายน้ำ

.....

.....

.....

3.2 การก่อเกิดของเครือข่าย

.....

.....

.....

3.3 รูปแบบและวิธีการสร้างเครือข่าย

.....

.....

.....

3.4 ขั้นตอนการสร้างเครือข่าย

การสร้างเครือข่ายโดยตระหนักถึงปัญหา

.....

.....

.....

การสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน

.....

.....

.....

การแสวงหาแกนนำของเครือข่าย

.....

.....

.....

การสร้างแนวร่วมสมาชิกของเครือข่าย

.....

.....

.....

3.5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

ตอนที่ 4 กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จเปรียบทางการแข่งขัน

4.1 กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน

.....

.....

4.2 กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง

.....

.....

.....

4.3 กลยุทธ์การมุ่งเน้น

.....

.....

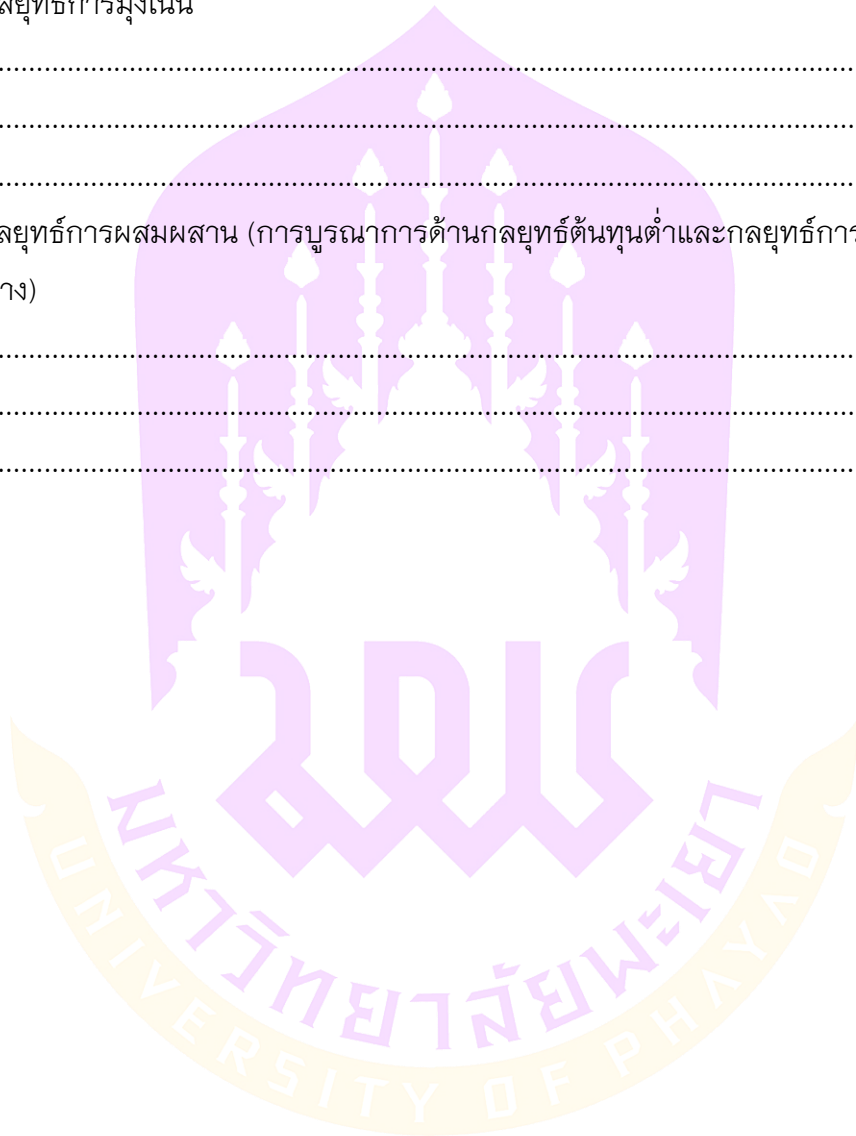
.....

4.4 กลยุทธ์การผสมผสาน (การบูรณาการด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำและกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง)

.....

.....

.....



ภาคผนวก จ แบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ

แบบสัมภาษณ์

งานวิจัยเรื่อง การสร้างเครือข่ายจักษุสถานเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

แบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้น

1.1 ชื่อ-สกุล.....

1.2 อายุ.....

1.3 ระยะเวลาในการทำธุรกิจ.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไป และลักษณะการประกอบธุรกิจ

.....
.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ แนวทางส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเครือข่าย

3.1 โครงสร้างเครือข่ายจักษุสถานตั้งแต่ต้นน้ำ ถึง ปลายน้ำ

3.2 การก่อเกิดของเครือข่าย

3.3 รูปแบบและวิธีการสร้างเครือข่าย

3.4 ขั้นตอนการสร้างเครือข่าย

- การสร้างเครือข่ายโดยตระหนักถึงปัญหา
- การสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน
- การแสวงหาแกนนำของเครือข่าย
- การสร้างแนวร่วมสมาชิกของเครือข่าย

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ แนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

4.1 กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน

4.2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

4.3 กลยุทธ์การมุ่งเน้น

4.4 กลยุทธ์การผสมผสาน

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....
.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	สุรีนาถ ครองสุข
วัน เดือน ปี เกิด	14 ตุลาคม 2530
สถานที่เกิด	เชียงราย
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2553 บช.บ (บัญชี), มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก
ที่อยู่ปัจจุบัน	377 หมู่ 3 ต.ท่าวังทอง อ.เมือง จ.พะเยา 56000
ผลงานตีพิมพ์	สุรีนาถ ครองสุข. (2564). การศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายของกลุ่มหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ในพื้นที่จังหวัดพะเยา รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัย (ออนไลน์) ระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 53 "การจัดการเรียนรู้ การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน" (หน้า 17-32). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
รางวัลที่ได้รับ	-

