

การศึกษาการจัดการการผลิตและการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานกก : กรณีศึกษา บ้านเหล่าพัฒนา ตำบลเหล่าพัฒนา อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม

A Study on Production and Marketing Management of kok wickerwork : A Case Study in Ban Laophattana Tambon Laophattana Amphoe Nawa Nakhonphanom Province.

มณีวรรณ บรรลุศิลป์

อาจารย์สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม

E-mail : noy_111@hotmail.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานกก 2) เพื่อศึกษาการจัดการการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานกก 3) เพื่อศึกษาการจัดการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานกก 4) เพื่อศึกษาปัญหาในการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานกก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้อาวุโส ผู้นำชุมชน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ หน่วยงานที่สนับสนุน จำนวน 90 คน ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ 1) แบบสัมภาษณ์ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมา / การดำเนินงานของกลุ่ม 2) แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 80 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 70 การศึกษาประดับประถม ร้อยละ 60 สถานภาพการสมรส ร้อยละ 76 สถานภาพการเป็นสมาชิกในกลุ่ม 6 – 10 ปี ร้อยละ 56 รายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 85 การจัดการการผลิต พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$) การจัดการการตลาด พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$) ปัญหาในการจัดการการผลิตและการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานกก พบว่า ราคาผลิตภัณฑ์ไม่แน่นอน

คำสำคัญ : การจัดการการผลิต, การตลาด, เครื่องจักสาน

ABSTRACT

This research intends to 1) to A Study On Production and Marketing Management of Kok wickerwork 2) to study management of kok

wickerwork. 3) to study management marketing of kok wickerwork . 4) The samples used in the study of research is a senior community leader manufacturer, Buyers, Agency, the National Asset Management supports 90 people. The researchers selected purposively. Instruments used in the study were: 1) Interviews to collect information about the source/ operat of the group. 2) Questionnaire results showed that Information about the data. Most are women between the ages of 31-40 years 80 percent to 70 percent, Primary education, 60 percent, Married, 76 percent, Marital status, membership in the group 6-10 years, 76 percent, 56 percent of family income of less than 5,000 baht per month, 85 percent of the membership period. Production management, found that in the overall level ($\bar{x}=3.71$). The productivity improvements At a high level ($\bar{x} = 3.65$). The problem of managing the production and marketing of agricultural products continue group were found of the product price instability.

Keyword : Management Production, Marketing ,

Wickerwork

1. บทนำ

ธุรกิจชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งในการยกระดับรายได้ ชีวิตความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของชาวบ้านหรือเกษตรกรในชนบทที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ แต่เป็นกลุ่มคนที่ยากจนที่สุดของประเทศ หากกลุ่มชาวบ้านหรือกลุ่มเกษตรกรเหล่านี้มีรายได้สูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยในการ

ประกอบธุรกิจชุมชนควรมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัตถุดิบในชุมชน โดยคนในชุมชน เพื่อคนในชุมชน [1]

งานจักสานเป็นงานหัตถกรรมที่ชาวบ้านทำเพื่อใช้ในครัวเรือนมาแต่โบราณ แม้ในปัจจุบันงานจักสานหรือเครื่องจักสานจะมีอยู่น้อย แต่ก็ยังคงมีอยู่ทั่วไป ทุกภาคในประเทศ นอกเหนือจากประโยชน์ใช้สอยแล้ว งานจักสานยังสะท้อน วัฒนธรรม สะท้อนความคิดสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาของชาวบ้านได้อีกด้วย [2]

บ้านเหล่าพัฒนา ตำบลเหล่าพัฒนา อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม เป็นหมู่บ้านหนึ่งที่มีการผลิตเครื่องจักสานก และมีการจัดระบบการตลาดเป็นของตนเอง ฉะนั้นผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษากระบวนการเรียนรู้ เนื้อหาในการเรียนรู้ของคนในชุมชน ชุมชนมีความสัมพันธ์กับภายนอกอย่างไร และผู้วิจัยสนใจศึกษาการจัดการด้านการผลิตและการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานก บ้านเหล่าพัฒนา ตำบลเหล่าพัฒนา อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตและการตลาดต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานก 2) เพื่อศึกษาการจัดการการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานก 3) เพื่อศึกษาการจัดการการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานก 4) เพื่อศึกษาปัญหาในการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานก บ้านเหล่าพัฒนา

3. วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร (Population) ได้แก่ ผู้อาวุโส ผู้นำชุมชน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ หน่วยงานที่สนับสนุน จำนวน 225 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) จำนวน 90 คน ได้แก่ 1) ผู้อาวุโสในชุมชน 2) ผู้นำชุมชน ได้แก่ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำ

กลุ่มทอผ้า 3) ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานก 4) ผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ ได้แก่ พ่อค้าคนกลาง 5) หน่วยงานของภาครัฐและองค์กรเอกชนที่สนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Instrument)

ประกอบด้วย

1) แบบสัมภาษณ์ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมา / การดำเนินงานของกลุ่ม

2) แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการ สถานภาพการเป็นสมาชิก ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้สมาชิกในครอบครัว

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการจัดการการผลิต ได้แก่ การวางแผนในการผลิต กระบวนการผลิต การตรวจสอบการผลิต และการประเมินผล

ตอนที่ 3 เกี่ยวกับการจัดการการตลาด ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การหาช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย

โดยลักษณะของแบบสอบถามในตอน 2 และ ตอนที่ 3 เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ในคำถามแต่ละด้านมีการกำหนดเกณฑ์การประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) [3] และค่าจำแนกรายข้อระหว่าง 0.37 ถึง 0.84 มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.84

ตอนที่ 4 เกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงาน ได้แก่ ปัญหาการดำเนินงานด้านการผลิต การตลาด การบริหารงาน การเงิน การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เป็นต้น

4. ผลการศึกษา

1) ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานก พบว่างานหัตถกรรมจากกก บ้านเหล่าพัฒนา เดิมมีผู้อาวุโสท่านหนึ่งนำต้น กกมาจากอำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี มาปลูกที่ หนองโคก ซึ่งเป็นหนองน้ำขนาดใหญ่อยู่ทางทิศตะวันออกของหมู่บ้าน มีพื้นที่กว่า 2,000 ไร่ เมื่อต้นกกที่ปลูกขยายพื้นที่ปลูกมากขึ้น จึงกลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของชุมชนชาวบ้านได้นำ

กมาแปรรูป เป็นสื่อใช้ในครัวเรือน และ จำหน่ายบ้าง ในปี พ.ศ.2517 สตรีในหมู่บ้านได้ร่วมกันจัดตั้งกลุ่มขึ้นมีสมาชิกแรกเริ่ม จำนวน 20 คน ปัจจุบันมี สมาชิกจำนวน 182 คน

2) ผลการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการผลิต

ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 80 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 70 ระดับการศึกษาประถมศึกษา ร้อยละ 60 สถานภาพการสมรส ร้อยละ 76 สถานภาพการเป็นสมาชิกในกลุ่ม 6-10 ปี ร้อยละ 56 รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 85

ผลการศึกษาการจัดการการผลิต ดังนี้

1) ด้านการวางแผน (Planning) เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{x} = 3.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มได้มีการวางแผนในการออกแบบและพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ในระดับมาก (\bar{x} = 4.03) กลุ่มมีการวางแผนในการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก (\bar{x} = 3.68) กลุ่มมีการวางแผนในการจัดหาแหล่งเงินทุนในการผลิต ในระดับมาก (\bar{x} = 3.64) กลุ่มมีการวางแผน ในการจัดเตรียม วัตถุดิบในการผลิต ในระดับมาก (\bar{x} = 3.63) กลุ่มมีการวางแผนในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก (\bar{x} = 3.55)

2) ด้านการดำเนินการผลิต (Doing) เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มได้จัดให้มีการประชุมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า ในระดับมาก (\bar{x} = 3.84) กลุ่มมีแหล่งเงินทุน ในการผลิตสินค้าที่เพียงพอเหมาะสม ในระดับมาก (\bar{x} = 3.81) กลุ่มได้มีการผลิตและพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ในระดับมาก (\bar{x} = 3.78) กลุ่มมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก ในระดับมาก (\bar{x} = 3.75) กลุ่มได้กำหนดราคาสินค้าหลายระดับตามความเหมาะสมในการจำหน่าย ในระดับมาก (\bar{x} = 3.69)

3) ด้านการตรวจสอบ (Checking) เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มมีการจัดหาและตรวจสอบแหล่งเงินทุนในการผลิตสินค้าที่เหมาะสม ในระดับมาก

(\bar{x} = 4.14) กลุ่มได้มีการตรวจสอบการผลิตและตรวจสอบสินค้าที่ผลิต ในระดับมาก (\bar{x} = 3.94) กลุ่มมีการตรวจสอบการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภค ในระดับมาก (\bar{x} = 3.91) กลุ่มมีการตรวจสอบในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกในระดับมาก (\bar{x} = 3.85) กลุ่มได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบในการผลิตได้อย่างเพียงพอ ในระดับมาก (\bar{x} = 3.81)

4) ด้านการพัฒนาปรับปรุงการผลิต (Action) เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มได้มีการพัฒนาสินค้าใหม่ที่ตรงกับความต้องการของตลาด ในระดับมาก (\bar{x} = 4.01) กลุ่มได้กำหนดราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมในการจำหน่าย ในระดับมาก (\bar{x} = 3.87) กลุ่มได้จัดให้มีการนำเอาข้อสรุปจากการประชุมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้ามาพัฒนาการผลิตสินค้า ในระดับมาก (\bar{x} = 3.81) กลุ่มมีวัตถุดิบในการผลิตได้อย่างเพียงพอและเหมาะสม ในระดับมาก (\bar{x} = 3.80) กลุ่มมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในระดับมาก (\bar{x} = 3.76)

ผลการศึกษาการจัดการการตลาด ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.88) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มมีการผลิตสินค้าหลากหลายชนิดตามความต้องการของลูกค้าในระดับมาก (\bar{x} = 4.08) กลุ่มมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค ในระดับมาก (\bar{x} = 4.05) กลุ่มมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนนำออกไปจำหน่าย ในระดับมาก (\bar{x} = 3.93) กลุ่มมีสำรวจความต้องการสินค้าของผู้บริโภค ในระดับมาก (\bar{x} = 3.90) กลุ่มมีการพัฒนารูปแบบของสินค้าใหม่ ๆ ในระดับมาก (\bar{x} = 3.87)

2) ด้านราคา (Products) เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้ว อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{x} = 3.36) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ราคาสินค้าที่ผลิตจะเปลี่ยนแปลงตามต้นทุนการผลิต ในระดับมาก (\bar{x} = 3.85) กลุ่มมีกลยุทธ์ในการกำหนดราคาเพื่อการแข่งขันในระดับมาก (\bar{x} = 3.77) กลุ่มมีการ

กำหนดราคาขายส่งและขายปลีกที่ชัดเจน ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$) กลุ่มมีการปรับเปลี่ยนราคาสินค้าตามความเหมาะสม ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.59$) กลุ่มการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.41$)

3) **ด้านสถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มมีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าหลายช่องทาง ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$) กลุ่มมีการปรับปรุง/เปลี่ยนแปลงรูปแบบของ สถานที่จำหน่ายสินค้าตามความเหมาะสม ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$) กลุ่มมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านสถานที่จำหน่ายสินค้าแก่ผู้บริโภค ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$) กลุ่มมีปฏิทินในการจำหน่ายสินค้าที่ผลิตขึ้นที่ชัดเจน ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$) กลุ่มมีสถานที่ในการจำหน่ายสินค้าที่แน่นอน ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$)

4) **ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)** เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การส่งเสริมการขายของกลุ่มมีความเหมาะสมในการจำหน่ายสินค้า ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.23$) กลุ่มมีการวางแผนในการส่งเสริมการขายสินค้าที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10$) การส่งเสริมการขายของกลุ่มเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการติดต่อประสานระหว่างกลุ่ม และลูกค้าในระดับมาก ($\bar{x} = 4.22$)

ผลการศึกษาปัญหาการดำเนินงาน

ปัญหาราคาของผลิตภัณฑ์ที่ไม่แน่นอน คือ ยังไม่มีสถานที่ในการจำหน่ายที่เป็นศูนย์กลางหรือสถานที่จัดแสดงสินค้าของกลุ่มและเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิก ไม่ให้มีการจำหน่ายสินค้าในแต่ละบ้านอย่างที่เคยเป็นมา เพื่อที่จะได้ราคาที่เป็นมาตรฐานสามารถต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลางได้

ปัญหาสมาชิกไม่มีความรู้ในการจัดการผลิตภัณฑ์และการวางแผนการตลาด คือ สมาชิกส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา ไม่มีความรู้ด้านการหากลยุทธ์ใน

การส่งเสริมการขาย ไม่มีการประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับราคาของสินค้าให้สูงขึ้นได้

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 80 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 70 ระดับการศึกษาประถมศึกษา ประถม ร้อยละ 60 สถานภาพการสมรส ร้อยละ 76 สถานภาพการเป็นสมาชิกในกลุ่ม 6-10 ปี ร้อยละ 56 รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 85

ผลการศึกษาการจัดการการผลิต พบว่า กลุ่มได้มีการจัดการการผลิตในระดับปานกลาง โดยกลุ่มได้มีการออกแบบและผลิตสินค้าใหม่ จัดหาแหล่งเงินทุนในการการผลิต มีการจัดเตรียมวัตถุดิบในการวิเคราะห์ แต่กลุ่มมีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนไม่เป็นประจำ ขาดการประชุมกลุ่มอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัย วิบูลย์ ลีสุวรรณ (ม.ป.ป.) พบว่า มีไม่กี่ชนิดที่ทำกัน ทั้งนี้ สาเหตุอาจเป็นเพราะวัสดุที่ใช้ส่วนใหญ่ เป็นวัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น เป็นวัตถุดิบในการผลิต ขาดการวางแผนการผลิตและการตลาดในการกำหนดราคา เครื่องหมายการค้าเครื่องจักสาน รวมถึงไม่มีการรับประกันสินค้าเครื่องจักสาน

ด้านการดำเนินการผลิต พบว่า กลุ่มได้มีการดำเนินการผลิตในระดับมาก ซึ่งกลุ่มได้มีแหล่งเงินทุน ได้มีการกำหนดราคาสินค้าหลายระดับ มีการสรุปต้นทุนและผลตอบแทนในการจำหน่ายแก่สมาชิก แต่การจัดเตรียมวัตถุดิบในการผลิตไม่เพียงพอ ช่องทางการจำหน่ายน้อย ซึ่งสอดคล้องและใกล้เคียงกับงานวิจัยของ กิ่งแก้ว อินสว่าง (2532) ได้วิจัยเรื่อง ทักษะคดีที่มีต่อการประกอบอาชีพจักสาน พบว่า อาชีพจักสานเป็นอาชีพหัตถกรรมพื้นบ้านไทยประเภทหนึ่งที่เป็นปัญหาเรื่องหาตลาดจำหน่ายไม่ค่อยได้ในทำนองเดียวกันกับงานวิจัยการตลาดธุรกิจร้านกาแฟสดของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2546) พบว่า ท่าเล ที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่ายสถานที่ สำหรับประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ควรมีลักษณะการสัญจรที่สะดวก โดดเด่น ที่จอดรถสะดวกภายในบริเวณ

ร้านจะต้องจัดแต่งให้สวยงาม สว่าง บรรยากาศของร้านในลักษณะที่สบาย เป็นกันเอง

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1) สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมและสนับสนุนในด้านงบประมาณร่วมกับกลุ่มจักสานในการวางแผนการใช้จ่ายงบประมาณ เพื่อให้กลุ่มจักสานสามารถหมุนเงินหมุนเวียนได้อย่างต่อเนื่องและไม่ขาดแคลน

2) ควรมีการส่งสมาชิกในกลุ่มไปอบรมในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย น่าสนใจและเป็นทางเลือกอื่นสำหรับผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานกอก จังหวัดนครพนม

2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานกอก บ้านเหล่าพัฒนา ตำบลเหล่าพัฒนา อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัย เรื่อง การศึกษาการจัดการการผลิตและการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานกอก : กรณีศึกษา บ้านเหล่าพัฒนา ตำบลเหล่าพัฒนา อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม เพื่อศึกษาการจัดการการผลิตการจัดการ

การตลาดและปัญหาในการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานกอก บ้านเหล่าพัฒนา ตำบลเหล่าพัฒนา อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม ในการศึกษาการดำเนินงานการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือร่วมมือเป็นอย่างดีจากกลุ่มสมาชิกจักสานกอก บ้านเหล่าพัฒนาทุกท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์และอำนวยความสะดวกในการให้สัมภาษณ์ข้อมูลทุกประเด็น

เอกสารอ้างอิง

- [1] ธนาวิทย์ บัวฝ้าย, “ธุรกิจชุมชน : แนวทางในการพัฒนาชนบท,” บทความวิชาการ, สำนักวิชาการ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, เข้าถึงได้จาก <http://www.hu.ac.th/academic/article/Mk/Business%20community.html>, 2013.
- [2] บุญเลิศ มรกต, “การศึกษาหัตถกรรมจักสานครุฑน้อย บ้านสะอาง ตำบลห้วยเหนือ อำเภوخุขันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ,” สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2545.
- [3] อธิเดช พิมพ์ทองงาม, สถิติเพื่อการวิจัย, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, 2552.