

บทที่ 6

การสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 การสรุปผล

จากวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน 4 ประการ คือ

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ ในภาคอีสาน

3) เพื่อออกแบบและพัฒนาเตาอบรมควันที่เหมาะสมกับงานหัตถกรรมไม้ไผ่

4) เพื่อกำหนดแนวทางในการออกแบบและพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน

ในการดำเนินการวิจัย คณะผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อวิจัยออกเป็น 3 โครงการวิจัยย่อยตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย 3 ประการ คือ

โครงการวิจัยย่อยที่ 1 เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน

โครงการวิจัยย่อยที่ 2 เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน

โครงการวิจัยย่อยที่ 3 เรื่อง การออกแบบและการพัฒนาเตาอบไม้ไผ่ที่เหมาะสมกับงานหัตถกรรม

จากนั้นนำผลการวิจัยทั้ง 3 โครงการมาวิเคราะห์ข้อมูลและบูรณาการความรู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดแนวทางในการออกแบบและพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน

ซึ่งวิธีการดำเนินการวิจัยของโครงการวิจัยย่อย 2 โครงการ คือ โครงการวิจัยย่อยที่ 1 เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน และโครงการวิจัยย่อยที่ 2 เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาข้อเท็จจริงทางด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ เป็นการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ จากผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการศูนย์สินค้าหัตถกรรมในพื้นที่ 7 จังหวัด คือ อุบลราชธานี สุรินทร์ นครราชสีมา ขอนแก่น มุกดาหาร หนองคายและเลย ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีแหล่งจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ ส่วนการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ เป็นการศึกษาจากผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ในพื้นที่ 12 จังหวัดใน

เขตภาคอีสาน ได้แก่ จังหวัดเลย หนองคาย กาฬสินธุ์ มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด สกลนคร นครพนม อำนาจเจริญ และอุบลราชธานี ส่วนวิธีการดำเนินการวิจัยของโครงการวิจัยย่อยที่ 3 คือ เรื่อง การออกแบบและพัฒนาเตาอบไม้ไผ่ที่เหมาะสมกับงานหัตถกรรม เป็นการวิจัยที่ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาข้อมูลการอบรมคว้น ตลอดจนวิธีการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยลงพื้นที่จัดเก็บข้อมูลในพื้นที่ 11 จังหวัดของไทย คือ ปราจีนบุรี นครนายก ชลบุรี หนองบัวลำภู กาญจนบุรี อุบลราชธานี เลย นครพนม อำนาจเจริญ เชียงใหม่ และกาฬสินธุ์ ทั้งนี้ได้จำแนก การศึกษาออกเป็น 2 ลักษณะคือ การรวมคว้นสำหรับงานจักสาน และการรวมคว้นสำหรับงานเฟอร์นิเจอร์ หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลมาพัฒนาเตาอบคว้น โดยทดลองสร้างเตาอบคว้นจำนวน 4 เตา เพื่อทดลองหาความเหมาะสมกับการนำไปประยุกต์ใช้กับการผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน ซึ่งถือเป็น การวิจัยและพัฒนา (Research and Development) สุดท้ายเป็นการนำผลการศึกษาและทดลอง มาประยุกต์ใช้งาน เพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน โดยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้ผลิตในเขตพื้นที่อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร ซึ่งมีการนำเสนอ ผลงานการวิจัยย่อยทั้ง 3 โครงการ และมีการทดลองผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่เพื่อจัดจำหน่าย สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยได้ดังนี้

6.1.1 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

จากข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 413 คน พบว่า มีข้อสรุปที่ เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา งานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสานในหลายประการ เช่น

ในปัจจุบันสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค คือ เติ่งไม้ไผ่/เฟอร์นิเจอร์ ไม้ไผ่ ตะกร้าไม้ไผ่ และตะเกียบไม้ไผ่ ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ของผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ คือ ซื้อไว้ใช้เอง รองลงมา ซื้อเพื่อเป็นของฝาก และสินค้าที่นิยมซื้อไว้ใช้เอง คือ ก่องข้าว และตะเกียบ ส่วนสินค้าที่ นิยมซื้อเป็นของฝากคือ ตะกร้าไม้ไผ่ และที่รองแก้ว รองจาน

เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ของผู้บริโภค คือ ราคาถูก และหาซื้อได้ง่าย ส่วนเหตุผลที่ไม่นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ เนื่องจากสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ในปัจจุบันไม่มีรูปแบบ ที่หลากหลาย

ส่วนสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ที่เป็นแหล่งที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อ คือ งาน แสดงสินค้า ร้านค้าทั่วไป และศูนย์สินค้าหัตถกรรม ตามลำดับ

กิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่นิยมมาก คือ ส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก บริการส่งสินค้า และของแถม ตามลำดับ

ส่วนพฤติกรรมในการซื้อของผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ พบว่า สมาชิกในครอบครัวที่เป็นผู้ซื้อสินค้าโดยส่วนใหญ่ คือ แม่ และผู้ที่ให้คำแนะนำในการซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่มักจะเป็นคนในครอบครัว วิธีการซื้อผู้ซื้อจะเป็นผู้ตัดสินใจในการซื้อด้วยตนเอง

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ของผู้บริโภค จากการพิจารณา 2 ด้าน คือ ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมอื่น พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่นั้น ปัจจัยสำคัญที่สุด คือ ประโยชน์ใช้สอยของสินค้า รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณค่าสินค้า และดูแลรักษาง่าย ส่วนปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ เอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย ราคาที่เหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจ และค่านิยมของสังคมไทย ตามลำดับ เมื่อพิจารณาแยกตามรายได้ จาก 11 ปัจจัยที่ใช้ในการสอบถาม พบว่า มี 6 ปัจจัย ที่กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความคิดเห็นแตกต่าง คือ 1) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ 2) โปรโมชันและการส่งเสริมการขาย 3) ความมีเอกลักษณ์ของความเป็นไทย 4) ค่านิยมในการใช้สินค้าไทย 5) การส่งเสริมการใช้สินค้าไทยของรัฐบาล และ 6) การได้รับการยอมรับในสังคม โดยกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อ 6 ปัจจัยข้างต้น สูงกว่ากลุ่มรายได้อื่นๆ เช่น กลุ่มรายได้ 5,001-10,000 บาท กลุ่มรายได้ 15,001-30,000 บาท กลุ่มรายได้ 30,001-50,000 บาท กลุ่มรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนปัจจัยที่เหลือ 5 ปัจจัยทุกกลุ่มรายได้ต่างๆ มีความเห็นตรงกันโดยให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าในระดับที่ไม่แตกต่างกัน คือ 1) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ในท้องตลาด 2) ความสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ 3) ความเหมาะสมของราคาของผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ 4) เทคโนโลยีในการผลิตและออกแบบที่ทันสมัย และ 5) ความต้องการในการใช้ผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่

6.1.2 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน

สำหรับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน คณะผู้วิจัยสามารถสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลได้ 3 ประเด็น ดังนี้

อิทธิพลจากภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการศึกษาเรียนรู้สืบทอดกันมาแต่อดีตมีอิทธิพลต่อการผลิตและการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในท้องถิ่นค่อนข้างมาก เช่น มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการแก้ปัญหามอดและราหลายวิธี โดยเฉพาะวิธีการอบรมควัน เช่น การรมควันกลางแจ้ง การรมควันโดยใช้เตารมควันขนาดเล็ก การรมควันโดยใช้เตารมควันขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นการทำให้ไม้ไผ่แห้ง เกิดสีสวยงามตามธรรมชาติ และมีกลิ่นที่ช่วยป้องกันมอดและแมลงได้ในระดับหนึ่ง

แต่อย่างไรก็ตาม วิธีการดังกล่าวยังมีปัญหายู่มาก เช่น การใช้เวลาค่อนข้างนาน การรบกวนทำได้น้อยขึ้นต่อครั้ง ไม่สามารถควบคุมระบบการเผาไหม้และควันได้ เป็นต้น

อิทธิพลจากการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2544-2551 ซึ่งจำแนกออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยภายใน พบว่า การสืบทอดงานฝีมือของผู้ผลิตโดยส่วนใหญ่เป็นการสืบทอดฝีมือแบบสืบทอดกันในระบบครอบครัว ผู้ผลิตถือว่างานหัตถกรรมไม้ไผ่เป็นงานที่มีความจำเป็นต่อการใช้งานในชีวิตประจำวันและเห็นว่ากระบวนการผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่เป็นงานที่ไม่มีความยุ่งยากซับซ้อน ไม้ไผ่เป็นวัสดุท้องถิ่นที่มีปริมาณเพียงพอต่อการผลิต

ส่วนที่ 2 ปัจจัยภายนอก พบว่า สภาพเศรษฐกิจ นโยบายภาครัฐมีผลกระทบต่องานหัตถกรรมไม้ไผ่ในระดับมากที่สุด การให้ความช่วยเหลือของส่วนราชการด้านการอบรมให้ความรู้โดยส่วนใหญ่ตรงตามความต้องการของผู้ผลิต สามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้มาก นอกจากนั้นยังพบว่า ปัจจุบันผู้ผลิตส่วนใหญ่ต้องการให้ส่วนราชการช่วยเหลือด้านงบประมาณ เพื่อนำมาใช้ในการจัดซื้อวัตถุดิบ จัดซื้อเครื่องมืออุปกรณ์ และเป็นเงินหมุนเวียนภายในกลุ่มผู้ผลิต

และสุดท้ายผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสานมีความคิดเห็นอื่นๆ ว่า งานหัตถกรรมไม้ไผ่เป็นงานที่มีจุดเด่นเนื่องจากผลิตจากวัสดุจากธรรมชาติ แต่มีจุดด้อยเกี่ยวกับปัญหามอดและแมลงกัดแทะ เพราะเนื้อของไม้ไผ่ประกอบด้วยแป้งและน้ำตาล ซึ่งเป็นอาหารอย่างดีของมอดและแมลง ดังนั้น ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน ผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ส่วนใหญ่เห็นว่า ควรมีการศึกษาวิธีการแก้ไขปัญหามอดและแมลงกัดแทะไม้ไผ่ แม้ว่าในปัจจุบันจะมีสารเคมีหลายชนิดที่สามารถป้องกันได้ แต่ก็ถือเป็นวัตถุดิบอันตรายที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค จึงไม่เป็นที่นิยมของชาวบ้าน

6.1.3 การออกแบบและพัฒนาเตาอบรมควันในงานหัตถกรรมไม้ไผ่

จากการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลในหลายจังหวัด ได้จำแนกวิธีการที่พบออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การอบรมควันสำหรับงานจักสานและการอบรมควันสำหรับงานเฟอร์นิเจอร์ สำหรับการอบรมควันสำหรับงานจักสาน พบกรณีศึกษาที่มีความแตกต่างกัน 9 กรณี และการอบรมควันสำหรับงานเฟอร์นิเจอร์ พบกรณีศึกษาที่มีความแตกต่างกัน 6 กรณี นอกจากนั้นยังได้ศึกษากรรมวิธีการป้องกันมอดและแมลงอื่นๆ และการใช้เตาในงานอบอื่นๆ ที่คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเตาอบรมควันอีก 5 กรณี หลังจากนั้นได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์รูปแบบของเตาอบ และคุณภาพในการอบในลักษณะต่างๆ เช่น

ขนาด ปริมาณ ความจุ การสูญเสียเชื้อเพลิงเวลาในการอบ ผลที่ได้จากการอบและอื่นๆ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพของการอบในรูปแบบต่างๆ ซึ่งสรุปผลเป็นข้อมูลที่น่ามาใช้ในการออกแบบและพัฒนาเตาอบรมควัน ได้ 5 ประเด็นหลัก คือ ข้อสรุปเกี่ยวกับวัสดุในการก่อสร้างเตาอบรมควัน ข้อสรุปเกี่ยวกับกรรมวิธีในการก่อสร้าง ข้อสรุปเกี่ยวกับการออกแบบเตาอบรมควัน ข้อสรุปเกี่ยวกับกรรมวิธีในการอบรมควัน และข้อสรุปเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เตาอบรมควัน หลังได้ข้อสรุปในประเด็นต่างๆ ผู้วิจัยได้จัดประชุมระดมความคิดผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 12 ราย สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ 3 ประการ คือ 1) ด้านเชื้อเพลิงในการเผาไหม้ ควรเน้นความประหยัดในการเผาไหม้ วัสดุในการนำมาเป็นเชื้อเพลิงควรเป็นวัสดุหาได้ในท้องถิ่น และควรเป็นวัสดุเหลือใช้ กรรมวิธีการเผาและวัสดุเชื้อเพลิงต้องไม่ก่อให้เกิดอันตรายหรือมลพิษต่อผู้ใช้งานและบุคคลอื่นๆ ที่อยู่ในพื้นที่ 2) ด้านรูปแบบเตาอบรมควัน ควรมีขนาดที่สามารถบรรจุไม้ไผ่ได้ในขนาดความยาวไมต่ำกว่า 2 เมตร มีช่องทางบรรจุไม้ไผ่ ช่องทางเติมเชื้อเพลิง และช่องทางระบายควัน 3) ด้านวัสดุก่อสร้างเตา ควรเป็นวัสดุที่หาซื้อได้ในท้องถิ่น มีความคงทนต่อการใช้งาน และเน้นความประหยัด จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งหมด ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อกำหนดเบื้องต้น เพื่อสร้างแนวคิดในการออกแบบ 6 หัวข้อ คือ 1) ควรทดสอบการวางไม้ไผ่ภายในเตาอบทั้งแบบแนวนอนและแนวตั้ง 2) จำกัดพื้นที่ในการวางไม้ไผ่จำนวนระหว่าง 10-15 ลำ ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางไม้ไผ่โดยเฉลี่ยตั้งแต่ 8-12 เซนติเมตร 3) ก่อเชื้อเพลิงบริเวณด้านนอกของพื้นที่ห้องอบรมควัน 4) จำกัดพื้นที่ในการปิด-เปิด เพื่อควบคุมควันไม่ให้เกิดการรั่วไหล 5) ใช้วัสดุบล็อกหรืออิฐแดง เป็นโครงสร้างในการก่อ หากมีการใช้งานได้จริงจึงใช้ดินโคลนเป็นวัสดุฉาบผิวผนัง และ 6) ต่อช่องควันออกด้านนอกโดยใช้ท่อคอนกรีตที่มีจำหน่ายตามท้องตลาด ในการทดลองพัฒนารูปแบบเตา ผู้วิจัยได้ทดลองสร้างเตาอบรมควัน รวมจำนวน 4 เตาอบโดย เตาอบหมายเลข 1 เป็นเตาอบรมควันที่ใช้กรรมวิธีการอบไม้ไผ่ในแนวนอน เตาอบหมายเลข 2 เป็นเตาอบรมควันที่ใช้กรรมวิธีการอบไม้ไผ่ในแนวตั้ง หลังคาเรียบ เตาอบหมายเลข 3 เป็นเตาอบรมควันที่ใช้กรรมวิธีการอบไม้ไผ่ในแนวตั้ง หลังคาโค้ง ทดลองใช้งานในสถานประกอบการ จังหวัดอุบลราชธานี เตาอบหมายเลข 4 เป็นเตาอบรมควันที่ใช้กรรมวิธีการอบไม้ไผ่ในแนวตั้ง หลังคาโค้ง ทดลองใช้งานในสถานประกอบการ จังหวัดยโสธร ซึ่งในภาพรวม เตาอบรมควันทั้ง 4 แบบ มีจุดเด่น จุดด้อยที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบเตาอบรมควันที่มีการพัฒนาสุดท้าย คือ เตาอบหมายเลข 4 ถือเป็นเตาที่มีความสมบูรณ์มากที่สุด สอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนด มีความเหมาะสมกับการนำมาใช้ในกระบวนการผลิตงาน

หัตถกรรมไม้ไผ่ทั้งงานจักสานและงานเฟอร์นิเจอร์ ในการทดสอบการป้องกันมอดและแมลงกัดแทะ พบว่าในช่วงระยะเวลา 6 เดือน ไม่พบการกัดแทะของมอดและแมลง

6.1.4 การกำหนดแนวทางในการออกแบบและพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน

สำหรับการกำหนดแนวทางในการออกแบบและพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน ได้มีการสร้างเตาอบรมควันเพื่อใช้ในการผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ จำนวน 2 สถานประกอบการ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคุ้มท่าช้าง ของนายเลอลักษณ์ บุญเอก ตั้งอยู่ตำบลท่าช้าง อำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไผ่งาม ของนายสมยศ คำเวบุญ บ้านดงยาง ตำบลบากเรือ อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่และของตกแต่งบ้าน โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไผ่งาม ผู้วิจัยได้เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างในการนำผลงานวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่

ในการทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผู้วิจัยได้แยกกลุ่มผู้ผลิตออกตามความสนใจในการผลิตเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ผลิตงานประเภทของใช้ของตกแต่ง มีผู้ผลิตจำนวน 15 ราย และกลุ่มผู้ผลิตงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ไผ่ จำนวน 5 ราย รวมเป็น 20 ราย ใช้เวลาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 7 วัน ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบประเภทของใช้ของตกแต่ง จำนวน 9 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบประเภทเฟอร์นิเจอร์ไม้ไผ่ จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ โดยในระหว่างการผลิตต้นแบบมีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตให้คำแนะนำปรึกษาในการผลิตทุกวัน หลังการผลิตต้นแบบจัดให้มีการอภิปรายและประเมินผลิตภัณฑ์ร่วมกัน เพื่อนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปผลิตเพื่อการจำหน่ายต่อไป ซึ่งการติดตามผลหลังการรวมกลุ่มผลิตต้นแบบ ผู้ผลิตได้นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปผลิตจำหน่ายสามารถสร้างรายได้ในชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง

ข้อสรุปในการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม 3 ประการ ดังนี้

1) ผู้ผลิตควรมีการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายอยู่เสมอ ทั้งนี้ รูปแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการพิจารณาให้มีสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ทั้งนี้อาจใช้เกณฑ์พิจารณาจากข้อมูลในงานวิจัยนี้

2) ผู้ที่มีบทบาทในการส่งเสริมงานหัตถกรรมไม้ไผ่ใน ควรให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และควรศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน

ซึ่งจะช่วยให้การพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่มีสอดคล้องกับความต้องการของผู้ผลิต และความต้องการของผู้บริโภค

3) ในกระบวนการผลิตของผู้ผลิต ผู้ผลิตควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพของวัสดุ และขั้นตอนการผลิตที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะกรรมวิธีการอบรมควัน ถือเป็นวิธีการที่มีความปลอดภัยต่อการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้งาน และช่วยยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่

ซึ่งแนวทางในการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ ผู้ผลิตสามารถศึกษาได้ ในรายละเอียดจากงานวิจัยนี้ ทั้งนี้ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ตามความเหมาะสม

6.2 การอภิปรายผล

ในการวิจัยเพื่อพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คือ ผู้บริโภค เป็นผู้ที่มีอำนาจในการซื้อ และส่งผลต่อปริมาณการผลิต

ส่วนที่ 2 คือ ผู้ผลิต เป็นผู้ที่ต้องเรียนรู้พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการซื้อขาย การแลกเปลี่ยนในอัตราที่เหมาะสม

ส่วนที่ 3 คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน เป็นผู้ให้การสนับสนุน เพื่อให้เกิดกลไกทางการตลาด เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม และเกิดผลดีกับทุกฝ่าย ประกอบด้วย นักวิชาการ นักวิจัย นักออกแบบผลิตภัณฑ์ นักการตลาด นักวิชาการพัฒนาชุมชน ผู้นำชุมชน และเจ้าหน้าที่ของรัฐต่างๆ

โดยทั้งสามส่วนมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ผู้บริโภคถือเป็นเป้าหมายที่ผู้ผลิตจะต้องเรียนรู้ และเลือกผลิตสินค้าในรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการ ทั้งนี้อาจเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เคยใช้อยู่เดิม หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นขึ้นใหม่ก็ได้ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เคยใช้อยู่เดิม เช่น เฟอร์นิเจอร์ ไม้ไผ่ ถาด ตะกร้า ที่รองแก้ว กรอบรูป จากไม้ไผ่ อาจนำสินค้าเข้าสู่ตลาดได้ง่าย แต่หากคิดค้นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เครื่องประดับจากไม้ไผ่ ซึ่งยังไม่มีผู้ผลิตมาก อาจมีความจำเป็นต้องทำการตลาดก่อน ดังนั้นในแง่ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตมีความจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน ในการวิจัยนี้ จึงเป็นการเน้นที่ความเข้าใจของคนสองกลุ่ม คือ ผู้ผลิต และผู้บริโภค ซึ่งบทบาทในการขับเคลื่อนของคนสองกลุ่มจะเกิดขึ้นได้ดี และประสบผลสำเร็จได้ ก็ต้องอาศัยกลุ่มบุคคลที่มีบทบาทในการสนับสนุนทั้งที่เป็นบุคคลจากภาครัฐ เอกชน หรือมูลนิธิต่างๆ

งานวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นว่า ในปัจจุบันผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิงนิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ขนาดเล็กมากกว่าสินค้าขนาดใหญ่ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่เป็นสินค้าที่ไม่ค่อยมีความคงทน จึงยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก นอกจากนี้ อาจเป็นไปได้ว่าสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ยังไม่ได้รับการออกแบบและพัฒนาให้มีความเหมาะสมกับการใช้ตกแต่งบ้าน หรือที่ทำงานสมัยใหม่เท่าที่ควร ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า การพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ควรมีการส่งเสริมให้มีการออกแบบและพัฒนาสินค้าจากไม้ไผ่ให้มีความมั่นคง แข็งแรง ทนสมัย และมีความเหมาะสมกับอาคารและบ้านสมัยใหม่อีกขึ้น

จากวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ของผู้บริโภคที่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักนิยมซื้อไว้ใช้เอง ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ซื้อง่าย ใช้ง่าย และไม่รู้สึกลำบาก ซึ่งสินค้าที่ผู้บริโภคนิยมซื้อเป็นของฝากมักเป็นประเภทตะกร้าไม้ไผ่ ที่รองแก้วรองจาน เนื่องจากข้อมูลที่พบสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ประเภทนี้ในท้องตลาดยังเป็นสินค้าที่ธรรมดา ไม่มีรูปแบบที่น่าสนใจ หรือทันสมัย ซึ่งไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันที่ผลิตจากวัตถุดิบอย่างอื่นได้ เพราะมีการออกแบบที่สวยงามทันสมัย เป็นที่ดึงดูดสายตาของผู้ใช้งาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า สินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ยังไม่มีคุณค่าในใจของผู้บริโภค ไม่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้เป็นเจ้าของได้ จึงยังไม่เป็นที่นิยมกันมากนัก โดยเฉพาะการซื้อเพื่อเป็นของฝากผู้อื่น

เมื่อพิจารณาในแง่ส่วนประสมทางการตลาดตามทฤษฎี 4P's พบว่า ในเรื่องของ “Product” หรือผลิตภัณฑ์และบริการ จะเห็นว่า เหตุผลที่ไม่นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ คือ สินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ไม่มีความหลากหลายในรูปแบบ ซึ่งเป็นเหตุผลที่สืบเนื่องจากข้างบนที่ว่า สินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ยังไม่ได้รับการพัฒนาและออกแบบให้ทันสมัย เหมาะสมกับแบบการดำเนินชีวิต (life style) ของคนรุ่นใหม่ที่ชอบสิ่งใหม่ๆ หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ที่มีความทันสมัย ไม่ซ้ำซากจำเจ คนรุ่นใหม่ต้องการสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทยรวมกับความทันสมัย

ส่วนในเรื่องของ “Price” หรือราคา กลายเป็นจุดเด่นของสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ นั่นคือ มักมีราคาถูก เนื่องจากวัตถุดิบหาได้ในท้องถิ่น และการผลิตก็ผลิตด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่มักผลิตด้วยมือ ไม่ใช้เครื่องจักรในการผลิต จึงทำให้มีรูปแบบแบบเดิมๆ ไม่ทันสมัย แต่ละชิ้นไม่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ คือ สินค้ามีราคาถูก ซึ่งโดยเฉลี่ยสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ทั่วไปที่เขาซื้อกัน ราคาเฉลี่ยประมาณ 100 -250 บาท ซึ่งถือว่าราคาค่อนข้างต่ำ เพราะราคาเฉลี่ยนี้จะรวมทั้งสินค้าชิ้นเล็กจนถึงชิ้นขนาดกลาง (ซึ่งมีราคาตั้งแต่ไม่กี่บาทจนถึงหลักพันบาท) เพราะส่วนใหญ่ผู้บริโภคไม่นิยมซื้อสินค้าชิ้นใหญ่

ส่วน “Place” หรือช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ที่เป็นแหล่งที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อ คือ งานแสดงสินค้า และศูนย์สินค้าหัตถกรรมในแต่ละจังหวัดเท่านั้น แต่ไม่นิยมซื้อในร้านประเภทโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) เช่น เทสโก้โลตัส บิ๊กซี คาร์ฟูร์ เป็นต้น เนื่องจากสินค้าหัตถกรรมยังไม่มี ความหลากหลาย และราคาถูก จึงไม่สามารถนำไปฝากขายในร้าน

โมเดิร์นเทรด ที่มีการเก็บค่าฝากขายค่อนข้างสูง อีกทั้งสินค้ายังมีความเป็นไทยแบบดั้งเดิม ยังไม่ทันสมัย จึงไม่เหมาะสมกับสถานที่จัดจำหน่ายอย่างโมเดิร์นเทรด ดังนั้น ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทนี้ จึงยังแคบ ทำให้ไม่เกิดความนิยมหรือได้รับการสนับสนุนมากนัก แม้ว่าจะรณรงค์ให้มีการใช้สินค้าไทยมากมายเพียงใดก็ตาม กอปรกับผู้ผลิตเองคือ ชาวบ้านในชุมชน ก็ยังไม่ยึดเป็นอาชีพจริงจัง มีผลทำให้การผลิตมีจำนวนไม่แน่นอน มักจะผลิตต่อเมื่อว่างจากการทำนาเท่านั้น

และ “Promotion” หรือการส่งเสริมการตลาดนั้น ยังไม่มีการใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดหลายรูปแบบมากนัก ที่นิยมใช้กันมากและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค คือ การให้ส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก บริการส่งสินค้า และให้ของแถม ตามลำดับ เนื่องจากสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ยังเปรียบเสมือนสินค้าที่ไม่มีความแตกต่างกัน (Mass product) แม้ว่าจะผลิตด้วยมือก็ตาม แต่ยังไม่มียุทธวิธีที่แตกต่างกัน อีกทั้งมีราคาถูก และยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายนัก ผู้จำหน่ายจึงไม่เห็นความจำเป็นต้องใช้การส่งเสริมการตลาดหลากหลายรูปแบบเพื่อสร้างยอดขายให้สูงขึ้น โดยมีต้นทุนการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น เพราะยังไม่สามารถมั่นใจได้ว่า การเพิ่มการส่งเสริมการตลาดรูปแบบอื่นจะช่วยเพิ่มยอดขายได้มากนัก และดังที่กล่าวไปข้างต้นแล้วว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ที่สำคัญ คือ สินค้ามีราคาถูก ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันจึงยังเน้นที่การลดราคา หรือให้ของแถมอยู่นั่นเอง

เมื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ยังพบว่า มีความถี่ในการซื้อมากกว่า 1 ครั้งต่อปี ซึ่งถือว่าความถี่ต่ำมาก และผู้แนะนำให้ซื้อ ผู้ใช้ ผู้ตัดสินใจซื้อ ก็ยังเป็นตนเองและคนในครอบครัวเท่านั้น และส่วนใหญ่ยังซื้อเพื่อนำมาใช้เองที่บ้าน ดังนั้นความต้องการจึงยังไม่แพร่หลาย และผู้ใช้เองก็ยังไม่ยอมบอกต่อกัน อีกทั้งยังไม่นิยมซื้อเป็นของฝากแก่ผู้อื่นอีกด้วย แสดงให้เห็นว่า สินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ยังไม่เป็นที่ยอมรับในเรื่องคุณภาพและความทันสมัยที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยทั่วไป การใช้จึงยังอยู่ในวงแคบๆ เช่นเดิม

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ด้านคือ ปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยสิ่งแวดล้อม นั้นพบว่า

ปัจจัยแรก คือ ปัจจัยด้านการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ของผู้บริโภคนั้น ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ ประโยชน์ใช้สอยของสินค้า รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณค่าสินค้า และดูแลรักษาง่าย ตามลำดับ

ปัจจัยที่สอง คือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ของผู้บริโภคนั้น ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ ความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจและ เป็นค่านิยมของสังคมไทย ตามลำดับ

และเมื่อพิจารณาพร้อมกันทั้งสองปัจจัยนั้นพบว่า เมื่อแยกพิจารณาตามเพศ มีปัจจัย “โปรโมชัน และการส่งเสริมการขาย” ที่เพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นแตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากเพศหญิง

มีนิสัยชอบซื้อสินค้าที่มีการส่งเสริมการขาย ไม่ว่าสินค้าจะเป็นสินค้าประเภทใดก็ตาม ในขณะที่เพศชาย จะไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขาย มักจะซื้อสินค้าตามความสนใจของตนเองเท่านั้น

เมื่อแยกพิจารณาตามอายุ มีปัจจัย “ความสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์” ที่กลุ่มอายุอื่นๆ คือ กลุ่มอายุมากกว่า 20 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้มากกว่ากลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี อาจเนื่องมาจาก กลุ่มอายุอื่นที่มากกว่า 20 ปีนั้น ไม่นิยมการให้ความพยายามเสาะหาซื้อสินค้าทดแทนกรรมไม้ไผ่ ในขณะที่ กลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี ยังมีพฤติกรรมในการเสาะหาซื้อสินค้า ไม่เพียงแต่สินค้าทดแทนกรรมไม้ไผ่เท่านั้น สินค้าประเภทอื่นๆ ก็เช่นเดียวกัน หรืออาจกล่าวได้ว่า วัยรุ่นมีพฤติกรรมชอบ shopping มากกว่า วัยอื่นๆ นั่นเอง และโดยธรรมชาติของสินค้าทดแทนกรรมไม้ไผ่ ไม่ใช่สินค้าที่ผู้บริโภคจะนิยมเสาะหาซื้อ เพราะไม่มีความหลากหลายของสินค้า และไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายจำนวนมาก แต่ในขณะที่กลุ่ม อายุ 51 ปีขึ้นไปกลับให้ความสำคัญต่อยุปัจจัยนี้มากกว่ากลุ่มอายุ 21-30 ปี และ กลุ่มอายุ 31-40 ปี อาจเนื่องมาจาก กลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป จะมีความรู้จักและผูกพันกับสินค้าทดแทนกรรมไม้ไผ่มากกว่ากลุ่มอื่นๆ เพราะในอดีตสินค้าประเภทนี้ยังเป็นที่รู้จักและนิยมใช้ในชีวิตประจำวันมากกว่าในยุคปัจจุบัน จึงทำให้ กลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป ยังคงให้ความสำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้าทดแทนกรรมไม้ไผ่มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ยกเว้นกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมการจับจ่ายเลือกซื้อของ

เมื่อพิจารณาแยกตามอาชีพพบว่า มีเพียงปัจจัย “ค่านิยมในการใช้สินค้าไทย” ที่กลุ่ม นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญต่อยุปัจจัยนี้มากกว่ากลุ่มค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว อาจเนื่องมาจากนักเรียน/ นักศึกษาได้รับรู้จากการรณรงค์และปลูกฝังของรัฐบาลให้มีความนิยมใช้สินค้าไทยมากยิ่งขึ้น จึงได้รับการ ชิมชั้บค่านิยมการใช้สินค้าไทยมากกว่ากลุ่มค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

ส่วนในมุมมองของผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ที่ได้จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน จำแนกออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยภายในของกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่

1) การสืบทอดงานฝีมือ

ด้านการสืบทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ฝีมือเชิงช่างในการผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ ไม่มีผู้สืบทอดและขาดการถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่ลูกหลานเยาวชน สืบเนื่องจากประชาชนในยุคของ ความเปลี่ยนแปลงได้ให้ความสนใจกับรูปแบบผลิตภัณฑ์จากพลาสติกกันมากขึ้น อีกทั้งเทคโนโลยีพลาสติก มีการพัฒนาตนเองอย่างไม่หยุดยั้ง ราคาผลิตภัณฑ์จากพลาสติกอยู่ในระดับที่ประชาชนโดยทั่วไป สามารถซื้อหาได้ ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่หลายชนิดถูกทดแทนด้วยงานพลาสติก แม้ว่าบางครั้งคุณภาพ จะต่ำกว่าผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ก็ตาม ดังนั้นการสืบทอดฝีมือเชิงช่าง ควรพิจารณาจากผลิตภัณฑ์ที่มีความ จำเป็นต่อชีวิตประจำวันก่อน และเป็นผลิตภัณฑ์ที่หาวัสดุอื่นทดแทนได้ยาก อาศัยจุดเด่นของวัสดุ

เป็นหลัก เช่น ก่องข้าว กระติบข้าวเหนียว หวด มวยนึ่งข้าว กระดัง ช้อง และอื่นๆ เพราะงานหัตถกรรมไม้ไผ่ในกลุ่มดังกล่าวยังมีความนิยมค่อนข้างสูงและจะอยู่คู่คนอีสานอีกยาวนาน ซึ่งการผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่แต่ละท้องถิ่น จะสร้างผลงานของตนเองด้วยกระบวนการผลิตที่ได้รับการสืบทอดมาแตกต่างกัน ในสมัยก่อนการสืบทอดกรรมวิธีการผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่จะเกิดขึ้นในหลายลักษณะ เช่น พ่อสอนลูก ปู่สอนหลาน ผู้ใหญ่สอนเด็ก เป็นต้น บางครั้งก็ตั้งหน้าตั้งตาเคี้ยวเชื้สอนอย่างเอาใจจริง เอาใจ บางครั้งก็สอนกันโดยไม่ได้ตั้งใจเกิดขึ้นในขณะที่ไปทำไร่นา ทำไร่ ทำนา เลี้ยงวัวควายด้วยกัน เรียนรู้จากการได้เห็นบ่อยๆ คนที่มีความตั้งใจก็จะแสวงหาผู้เชี่ยวชาญเพื่อที่จะเรียนรู้ ดังนั้นฝีมือในการสร้างงานหัตถกรรมในอดีตจึงมีความหลากหลาย ผู้ที่สืบทอดฝีมือจึงมีทั้งประเภทประณีตสวยงาม และประเภทผลิตได้พอได้ใช้สอยในครัวเรือน ปัจจุบันพบว่า ชาวอีสานสืบทอดงานฝีมือ ซึ่งอาจเกิดจากสาเหตุหลายประการ อาทิ คนรุ่นใหม่งานจักสานไม้ไผ่เป็นงานที่ต้องใช้ฝีมือ มีความละเอียด ประณีต ต้องใช้ความชอบและความอดทน คนรุ่นใหม่จึงไม่สนใจ ไม่เห็นความสำคัญ ทำให้ขาดแรงงานในการผลิตและสืบทอด ดังนั้นภาครัฐจึงควรมีนโยบายด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยเฉพาะการให้ความสำคัญเกี่ยวกับงานฝีมือหัตถกรรม โดยจัดให้มีในหลักสูตรการเรียนการสอนระดับชั้นประถมศึกษา ระดับชั้นมัธยมศึกษาหรืออื่นๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมสนับสนุนเยาวชนคนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้ และตระหนักถึงคุณค่าของงานหัตถกรรมไม้ไผ่ หรืองานฝีมือจักสานมากขึ้น

2) ความจำเป็นในการใช้งานในชีวิตประจำวัน

งานไม้ไผ่สามารถประดิษฐ์เป็นสิ่งของเครื่องใช้ ที่เหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวันได้มากมายหลายอย่าง และสามารถใช้งานได้ยาวนานประสงค์มาตั้งแต่โบราณ จนกระทั่งปัจจุบันก็ยังมีใช้กันอยู่แทบทุกบ้านทุกครัวเรือน สิ่งของเครื่องใช้หลายอย่างที่ทำขึ้นจากไม้ไผ่วัสดุอื่นทดแทนไม่ได้ หรือได้แต่ก็ไม่ดี เช่น กระติบน้ำแทนก่องข้าว/กระติบข้าว คนส่วนใหญ่ชอบงานไม้ไผ่ ด้วยเห็นว่า งานไม้ไผ่เป็นวัสดุธรรมชาติ มีความงามในตัวเอง สามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่น

3) ความยาก-ง่ายในการผลิต

งานหัตถกรรมไม้ไผ่ได้พัฒนาเข้าสู่ยุคของการประยุกต์ดัดแปลงพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป งานจักสานหลายอย่างต้องมีการปรับปรุงรูปแบบและการให้สีสันทันสมัยขึ้น ดังนั้นเพื่อให้มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตดั้งเดิม และทันต่อกระแสความต้องการในวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติแท้ๆ จึงควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการให้สีผิวกับวัสดุไม้ไผ่ โดยอาศัยการย้อมสีจากธรรมชาติที่หาได้ในท้องถิ่น เช่น สีจากเปลือกประดู่ แก่นขนุน ใบขี้เหล็ก และอื่นๆ โดยชาวบ้าน

ผู้ผลิตไม่ต้องลงทุนในการซื้อวัตถุดิบ อีกทั้งช่วยสร้างสีสันให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นขึ้น ไม่มีพิษภัยใดๆ ต่อผู้ใช้ผลิตภัณฑ์

4) วัสดุที่ใช้ในการผลิต

โดยทั่วไปชาวบ้านในภาคอีสานจะนิยมใช้ไม้ไผ่ที่หาง่ายและมีในท้องถิ่น ทั้งนี้ชนิดของไม้ไผ่ โดยธรรมชาติจะขึ้นอยู่กับสภาพภูมิประเทศของแต่ละท้องถิ่น เช่น บริเวณหมู่บ้านหรือชุมชนที่มีท่าเลอยู่ ใกล้กับเขตภูเขา ไม้ไผ่ที่มีมากในภาษาถิ่นของชาวบ้านคือ ไม้ไผ่ไร่ ไม้ไผ่ช้างผา/ไม้ไผ่เชียงพร ไม้ไผ่ป่า ไม้ไผ่พุง ไม้ไผ่ขาง และไม้ไผ่เพ็ก ส่วนหมู่บ้านที่อยู่บริเวณพื้นที่ราบ ไม้ไผ่ที่มีอยู่มากคือ ไม้ไผ่รวก ไม้ไผ่บ้าน (ไม้ไผ่สีสุก) ไม้ไผ่ตง ไม้ไผ่บง และไม้ไผ่ล่ำมะลอก ไม้ไผ่ที่นำมาใช้ในงานหัตถกรรมแต่ละชนิด ก็จะมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน การนำมาใช้ประโยชน์ย่อมแตกต่างกัน แต่ที่พบมากและเหมาะสมสำหรับการนำมาแปรรูปเป็นเฟอร์นิเจอร์ สิ่งของตกแต่งบ้าน ได้แก่ ไม้ไผ่บ้าน ไม้ไผ่ตง เนื่องจากเป็นไม้ไผ่ที่มี ลำต้นใหญ่ ตรง ไม่มีหนาม ลำปล้องยาว เนื้อนุ่มและหนา ส่วนไม้พุง ไม้ช้างผา ไม้ไผ่ไร่ เป็นไม้ไผ่ที่มี ลำปล้องยาว เนื้อเหนียว สามารถจักและฉีกได้ง่าย เหมาะสำหรับงานจักสาน จุดเด่นของไม้ไผ่คือ เป็นวัสดุ ธรรมชาติที่สามารถหาได้ง่ายและมีมากในท้องถิ่น จุดอ่อนที่พบในไม้ไผ่ก็คือ ปัญหาผอมและรา และ อัตราการใช้ไม้ไผ่มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การที่จะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ ในภาคอีสาน จึงมีความจำเป็นต้องช่วยกันหาแนวทางแก้ไขข้อบกพร่องของไม้ไผ่ซึ่งเป็นวัตถุดิบก่อน เช่น ปัญหาเกี่ยวกับผอมและรา ควรนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์เพื่อหาแนวทางป้องกันผอมและรา ที่เหมาะสมต่อไป นอกจากนี้การใช้วัตถุดิบในปริมาณมากๆ ควรส่งเสริมการปลูกไม้ไผ่ทดแทนให้ มากขึ้น หรือส่งเสริมการปลูกในเชิงพาณิชย์ โดยจัดให้มีการประกันราคาวัตถุดิบ จัดให้มีตลาดรองรับ วัตถุดิบ เพื่อให้มีวัตถุดิบไว้ใช้สำหรับผลิตงานหัตถกรรมได้อย่างเพียงพอต่อไป และควรจัดหาแหล่งทุน เพื่อใช้สำรองวัตถุดิบเมื่อยามขาดแคลน นอกจากนี้ควรมีการนำวัสดุชนิดอื่น เช่น หวาย คล้า เถาวัลย์ เครือไม้ ทองเหลือง หนังสือตัว ผ้า ไม้ ไนลอน พลาสติก และอื่นๆ มาใช้ร่วมในกระบวนการผลิตงาน หัตถกรรมไม้ไผ่ เพื่อช่วยสร้างรูปทรงได้หลากหลายยิ่งขึ้น ช่วยแก้ไขข้อจำกัดของวัสดุหลักในจุดที่เป็น ปัญหาต่อการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้งาน เช่น ส่วนที่ต้องการความนุ่มในการจับถือ หรือส่วนที่ต้องการความ คงทนแข็งแรง ทำให้การผลิตง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น และช่วยทำให้เกิดความสวยงามบนความหลากหลาย ของวัสดุ

5) การพัฒนาความรู้

งานหัตถกรรมไม้ไผ่ มีเสน่ห์ตามธรรมชาติของงานทำมือ เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรงคุณค่าแห่งมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งนับวันจะหายากขึ้นทุกขณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากผลิตภัณฑ์นั้นมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนใคร มีกลิ่นไอของความเป็นพื้นถิ่น เพื่อให้ระลึกถึง มีเรื่องเล่า มีที่มา มีความหมายและความเชื่อถือศรัทธาแฝงอยู่ เป็นสิ่งของที่หายากยิ่ง มีอันเดียว รูปแบบแปลกแหวกแนวไม่ซ้ำใคร ทำขึ้นจากวัสดุธรรมชาติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ช่วยลดภาวะโลกร้อน ไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้ใช้ เป็นของใช้จำเป็นที่ต้องมี มีแหล่งผลิตที่เดียวไม่มีที่อื่น หรือมีเทคนิคการผลิตเป็นการเฉพาะที่ยุ่งยากซับซ้อน กระบวนการผลิตค่อนข้างใช้เวลานาน และใช้ความเพียร ต้องใส่ใจทุกขั้นตอนการผลิต เนื่องจากต้องใช้ทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน มีความละเอียด ประณีตสวยงาม เป็นสิ่งที่มีคนทำได้น้อยมากหรือทำได้ยาก ฯลฯ เหล่านี้ นับได้ว่าเป็นต้นทุนทางปัญญาที่บรรพบุรุษสืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ถือว่า เป็นจุดขาย เป็นโอกาสของการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี จากการสำรวจศึกษางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสานในปัจจุบันพบว่า ผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่วนใหญ่ก็ยังเป็นสิ่งของ เครื่องใช้ที่อยู่ในวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม เนื่องจากผู้ผลิต ผู้สร้างสรรค์ผลงาน ส่วนใหญ่เป็นผู้เฒ่าผู้แก่ชาวบ้านในชุมชน ด้วยเห็นว่า เป็นการทำงานอยู่บ้าน เป็นรายได้เสริมให้กับครอบครัว ดีกว่าอยู่เฉยๆ ซึ่งผู้เฒ่าผู้แก่นั้นเคยทำอะไร ทำอย่างไร ก็ทำแต่สิ่งของเครื่องใช้เหล่านั้น โดยเอาความชอบความเคยชินของตนเองมาทำการผลิต เช่น เอาสีที่ตนเองมี สีที่ตนเองชอบหรือเห็นว่าสวย หรือเอาของเหลือใช้มาทำ มีอะไรก็เอาอันนั้นมาทำ โดยไม่คำนึงถึงผู้บริโภค จึงเป็นเรื่องท้าทายอย่างยิ่งในการปรับเปลี่ยนแนวคิด ปรับเปลี่ยนเทคนิควิธีทำที่เป็นรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการใช้ในวิถีสังคมปัจจุบัน ดังนั้นลวดลาย สี สัน หรือการนำไปใช้ประโยชน์ จึงเป็นรูปแบบใหม่ๆ ที่อยู่ในแวดวงแคบๆ ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ไม่สามารถส่งจำหน่ายตลาดในวงกว้างได้ ที่สำคัญ มีคู่แข่งที่ผลิตสินค้าแบบเดียวกันเป็นจำนวนมาก เกิดปัญหาสินค้าล้นตลาด กล่าวคือ “เฮ็ดแล้ว ขายปได้” หรือถึงแม้จะขายได้ แต่ต้นทุนสูง วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีราคาแพง ขายได้ราคาต่ำ ไม่คุ้มค่ากับความเพียรและใช้เวลาในการทำ ก็เป็นการยากที่จะหาผู้สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเหล่านี้ต่อไปได้ ส่วนกลุ่มผู้ผลิตที่มีผู้นำเข้มแข็ง มีรางวัลการประกวดจากแหล่งต่างๆ รับรองคุณภาพ ผลิตผลงานออกมาดี ฝีมือประณีต สวยงาม สามารถขายได้ มีรายการสั่งซื้อเข้ามาเป็นจำนวนมาก แทนที่ราคาจะถูกกด ตามหลักการตลาด แต่กลับมีราคาสูงขึ้น และประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานฝีมือ ด้วยเหตุผล “เฮ็ดบ่ทัน บ่มีคนเฮ็ด” ที่สำคัญ วิถีชีวิตของผู้ผลิต

ส่วนใหญ่ มีความผูกพันและให้ความสำคัญในเรื่องของการทำไร่ ทำนา ซึ่งถือว่า เป็นอาชีพหลัก ดังนั้น ฤดูกาลทำนาก็เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตอย่างยิ่ง จึงเป็นปัญหาสำคัญของผู้ผลิตในเรื่องของช่องทางการตลาด อันมีผลมาจากขาดความต่อเนื่องในการผลิต และขาดความเข้าใจผู้บริโภคว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต/วัฒนธรรม รสนิยม ความต้องการของเขาเป็นอย่างไร นั่นคือ “เฮ็ดอียัง จั่งสิขายได้” ดังนั้นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้กับกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การรู้จักและทำความเข้าใจกับผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย ความรู้ทางการตลาด เทคนิคการผลิตใหม่ๆ ให้กับผู้ผลิต เพื่อสร้างความเข้าใจในการผลิตสินค้าและบริการ “ฝีมือดีอย่างเดียวไม่พอ ต้องเข้าใจวิถีคนเมือง” จัดอบรมพัฒนาทักษะฝีมือ จัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ และแหล่งทุน ควบคู่ไปด้วย นอกจากนี้การนำเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนใคร นำกลิ่นไอของความเป็นพื้นถิ่น เพื่อให้ระลึกถึง มาเป็นแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ต้องมีเรื่องเล่า มีที่มา และมีความหมาย สิ่งของบางอย่าง ขายได้บางกลุ่ม บางเทศกาล ควรสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ โดยส่งเสริมการสร้างสินค้าแบบเจาะกลุ่มผู้บริโภคเป็นการเฉพาะ จัดอบรมถ่ายทอดเทคนิคการผลิตสู่กลุ่มอื่นๆ ทำเป็นเครือข่าย รวมกลุ่มกันขาย เพื่อป้องกันการถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง ซึ่งกดราคา และสามารถรองรับความต้องการของตลาดได้ หากผลิตสินค้าจำนวนมากๆ ควรใช้มาตรฐานจับ ส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าด้วยวิธีการย้อมสีที่ได้จากธรรมชาติ ไม่เป็นพิษต่อสุขภาพร่างกาย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับกระแสลดภาวะโลกร้อน ลดผลกระทบจากสีย้อมที่เป็นสาเหตุของการเกิดโรคมะเร็ง จัดให้มีการประกวด การรับรองคุณภาพการผลิตสินค้าที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการ ส่งเสริมให้มีการพัฒนาวัสดุ/ผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ หรือใช้วัสดุผสมผสาน ใช้กลยุทธ์ของการแข่งขัน โดยการทำให้แตกต่างไปจากที่คนอื่นทำ (เน้นรูปแบบที่แตกต่าง) เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ด้วยการทำเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ เช่น ได้รับแรงบันดาลใจมาจากอะไร มีที่มาที่ไปอย่างไร มีความเชื่อความหมายอย่างไร ทำจากวัสดุอะไร เด่นอย่างไร มีประโยชน์อะไรบ้าง ฯลฯ ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตกแต่ง ของที่ระลึก ให้มีประโยชน์ใช้สอยเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ซื้อ พัฒนามาตรฐานการบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม น่าสนใจ ให้กับสินค้าและบริการ หน่วยงานภาครัฐที่ให้การส่งเสริมสนับสนุน ควรจัดให้มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและครอบคลุมทุกกระบวนการ เช่น เปิดโลกทัศน์ด้วยการพาไปศึกษาดูงานกลุ่มที่ประสบความสำเร็จ ส่งเสริมการขายขยายเครือข่ายตลาดให้เป็นที่รู้จักทั่วประเทศ จัดกิจกรรมการประกวด เพื่อคัดเลือกผลงานที่ดีเป็นตัวแทน

ของจังหวัด หรือเสริมแรงให้กำลังใจด้วยการมอบรางวัลสำหรับกลุ่มที่มีการบริหารจัดการที่ดี ประสบความสำเร็จ ฯลฯ โดยวิธีชุมชน ผู้เชี่ยวชาญท้องถิ่นซึ่งถือว่าเป็นผู้มีทักษะยุทธศาสตร์ ส่งเสริมประสบการณ์ มาเนิ่นนานจากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ พร้อมทั้งจะถ่ายทอดประสบการณ์ภูมิความรู้สู่คนรุ่นใหม่ๆ ดังนั้น เพื่ออนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นอันทรงคุณค่า ซึ่งนับวันจะจางหายไปกับผู้เฒ่าผู้แก่ ขาดผู้สืบทอด ควรบรรจุภูมิปัญญาท้องถิ่นเหล่านี้ไว้ในหลักสูตรการศึกษา (ระดับไหนก็น่าจะเป็นผลดีทั้งนั้น) แล้วเชิญผู้เชี่ยวชาญท้องถิ่น เป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ ทักษะในด้านต่างๆ หรือ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเป็นแม่งาน จัดทำโครงการเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านต่างๆ กับการประยุกต์ใช้ในวิถีสังคมปัจจุบัน สู่คนรุ่นใหม่ โดยเป็นศูนย์กลางจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ อาศัยผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขาอาชีพที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญท้องถิ่น ในแต่ละด้าน เข้ามาช่วยเป็นวิทยากรในการถ่ายทอดความรู้ และฝึกทักษะ เปิดโอกาสให้ผู้สนใจทั่วไป เข้าร่วมโครงการและต้องทำให้ครบวงจร ดังคำที่ชาวบ้านในภาคอีสานเคยพูดว่า “พาเฮ็ด พาขาย รายได้จั่งสิมี”

ส่วนที่ 2 ปัจจัยภายนอกของกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่

1) ผลกระทบจากระบบเศรษฐกิจ

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสานที่ผ่านมาพบว่า เศรษฐกิจไม่ดี รายได้ตกต่ำ ลูกค้าประหยัดเงิน ไม่ค่อยมีการใช้จ่าย ขายไม่ได้ (ยอดขายตก) ไม่มีคนซื้อ ขาดการดูแล ส่งเสริมจากภาครัฐอย่างจริงจัง เนื่องจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผู้ซื้อส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยว ผลจากระบบเศรษฐกิจและการเมือง นักท่องเที่ยวลดลง รายได้ลดลง ในปี 51 ประมาณ 50% ปี 52 ลดลงเหลือประมาณ 10% ปัจจุบันการผลิตจะทำเฉพาะเมื่อมีรายการสั่งจากผู้แทนจำหน่าย รัฐควรมีนโยบายให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมอาชีพ สนับสนุนทุนหมุนเวียน ส่งเสริมให้มีช่องทางการจำหน่ายมากขึ้น เช่น จัดกิจกรรมการจัดแสดงสินค้าให้มากขึ้น หาแหล่งจำหน่าย หาดตลาดให้สามารถขยายตลาดต่างประเทศ พัฒนาภูมิปัญญาสู่สากล เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชน

2) แนวนโยบายภาครัฐ

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสานที่ผ่านมา พบว่า ผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ส่วนใหญ่เห็นว่า รัฐบาลขาดการส่งเสริมสนับสนุนอย่างจริงจัง ตั้งกลุ่มแล้วไม่เหลือวแล เอาแต่ผลงานไปของบประมาณสนับสนุนแต่ไม่ถึงกลุ่มผู้ผลิตเท่าที่ควร รัฐจัดสถานที่จำหน่ายไม่ถูกที่ ขายไม่ได้ ค่าเช่าสถานที่แพง ออกร้านขาดทุน ส่งผลให้การผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่

ทำแล้ว ขายไม่ได้ หรือขายได้แต่ไม่คุ้มค่าแรง รัฐบาลควรมีแนวนโยบายสนับสนุน/หาแหล่งจำหน่าย/ตลาดให้มากขึ้น ควรมีหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องเข้ามาให้ความช่วยเหลือในทุกด้านอย่างจริงจัง และให้เห็นผลเชิงประจักษ์ จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเข้ามา เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ รวมถึงนโยบายสนับสนุนการแก้ไขปัญหาอดและรา ซึ่งเป็นปัญหาหลักสำคัญของงานหัตถกรรมไม้ไผ่ และนโยบายส่งเสริมการปลูกไม้ไผ่เพื่อการพาณิชย์ทดแทน เพื่อรองรับปริมาณการผลิตสูง ที่อาจส่งผลต่อวัตถุดิบมีไม่เพียงพอในอนาคต

3) สภาพแวดล้อมทางการผลิต

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสานที่ผ่านมา พบว่า ผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ส่วนใหญ่เห็นว่า สภาพพื้นที่ล้อมรอบด้วยภูเขา มีไม้ไผ่มากเป็นทุนในการผลิต ที่ได้มีไม้ไผ่เป็นวัตถุดิบเยอะก็สามารถผลิตงานได้ สร้างรายได้ให้กับครอบครัว วัตถุดิบมากก็สามารถทำงานจักสานได้มาก อยู่ที่ไหนก็ทำได้ ขอให้ไม้วัตถุดิบ และควรนำเอกลักษณ์ชุมชนมาใช้เป็นจุดขาย

4) การพัฒนาวัสดุทดแทน

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสานที่ผ่านมา พบว่า ผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ส่วนใหญ่เห็นว่า ไม้ไผ่เป็นของธรรมชาติ ดียอยู่แล้ว ผู้ซื้อเขาซื้อเพราะชอบงานไม้ไผ่ ที่ขายได้ก็เพราะความเป็นไม้ไผ่ ซึ่งมีคุณค่า มีความงาม และมีเสน่ห์อยู่ในตัวของไม้ไผ่อยู่แล้ว ดังนั้น หากจะพัฒนาวัสดุทดแทน ควรส่งเสริมการปลูกพันธุ์ไม้ให้มากขึ้น เพื่อรองรับปริมาณการผลิตที่อาจไม่เพียงพอในอนาคต

5) ค่านิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์

การดำเนินชีวิตของมนุษย์ถูกแยกด้วยสภาพความเป็นอยู่ที่แตกต่างกัน เกิดเป็นสังคมชนบท ที่ยังคงมีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมพึ่งพิงธรรมชาติและสังคมเมือง ที่รูปแบบการดำเนินชีวิตภายใต้กระแสความเจริญจากโลกไร้พรมแดน ที่มีการใช้เทคโนโลยีสนองความต้องการและอำนวยความสะดวกสบายให้กับชีวิตความเป็นอยู่มากขึ้น แม้ว่าสังคมเมืองจะให้ความสำคัญกับสิ่งของเครื่องใช้สมัยใหม่ แต่กระแสด้านความต้องการของใช้ที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติก็ยังคงอยู่ การปรับใช้ระหว่างสิ่งของเครื่องใช้จากวัสดุธรรมชาติกับสิ่งของสมัยใหม่จึงเกิดขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้ได้รำลึกถึงรากเหง้าความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ เป็นความร่วมมือระหว่างสิ่งเก่ากับสิ่งใหม่ เป็นการนำสิ่งที่เป็นภูมิปัญญาในอดีต ทั้งด้านรูปแบบ รูปทรง ลวดลาย และสีสันท มาประยุกต์ใช้งาน เพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการใช้สอยในวิถีสังคมปัจจุบัน เช่น โคมไฟ นาฬิกาไม้ไผ่ กล่องไม้ไผ่อ่อนเกประสงค์ แหวนดีไทรพ์

งานเฟอร์นิเจอร์ไม้ไผ่ เช่น ชิงช้าไม้ไผ่ แคร่ไม้ไผ่ เตียงไม้ไผ่ ชุมนมหลังคา ชุมนไม้ไผ่ ชุดรับแขกไม้ไผ่ เก้าอี้ไม้ไผ่ ชั้นวางของ ชุมนขายของ บันไดลิง ฯลฯ ศักดิ์ชาย สิกขา (2548: 24) เคยกล่าวไว้ว่า ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันจะเห็นคุณค่าในงานหัตถกรรมไม้ไผ่ที่แตกต่างกัน ตามอิทธิพลทางวัฒนธรรมที่ได้รับ ซึ่งอาจจำแนกได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

(1) กลุ่มอนุรักษ์นิยม เป็นกลุ่มที่มีค่านิยมทางวัฒนธรรมค่อนข้างสูง นอกจากนํางานหัตถกรรมเพื่อใช้สอยในครัวเรือนแล้ว ยังอาจนำมาจัดเก็บเป็นของประดับตกแต่งบ้าน และเป็นของฝากให้ญาติมิตร คนที่รัก เคารพนับถือ

(2) กลุ่มคาบเกี่ยวระหว่างวัฒนธรรม เป็นกลุ่มที่เลือกใช้งานหัตถกรรมตามความเหมาะสม และจำเป็นโดยคำนึงถึงองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น ราคา รูปทรง ฝีมือ ความจำเป็นในครัวเรือน และอื่นๆ

(3) กลุ่มวัฒนธรรมใหม่ เป็นกลุ่มยุคใหม่ แสวงหาสิ่งทดแทนที่ดีกว่า ซึ่งอาจมีการเลือกใช้งานหัตถกรรมบ้าง แต่เป็นไปเพื่อการตกแต่งมากกว่าประโยชน์ใช้สอย

งานหัตถกรรมไม้ไผ่ เป็นงานศิลปหัตถกรรมที่มีคุณค่าจากความประณีตที่หล่อหลอมจากชีวิตจิตใจ และความรักของคนทำ จึงทำให้งานไม้ไผ่มีคุณค่าอยู่ในจิตวิญญาณของคนอีสานโดยส่วนใหญ่เสมอมา การพัฒนารูปแบบที่ไม่หยุดนิ่งจึงเป็นเส้นทางอีกทางหนึ่งที่จะทำให้งานหัตถกรรมไม้ไผ่อยู่คู่คนอีสานได้อย่างยาวนาน

ในแง่ของชาวบ้านผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน อาจกล่าวได้ว่ามีค่านิยมเกี่ยวกับผลงานที่ผลิตใน 3 ประการ ดังนี้คือ

(1) ผลงานที่ผลิตต้องมีรูปแบบเฉพาะท้องถิ่นที่สืบทอดต่อกันมา

(2) ผลงานที่ผลิตมีความเชื่อแฝงอยู่ ซึ่งไม่สามารถพิสูจน์ได้

(3) ผลงานที่ผลิตไม่นิยมความเปลี่ยนแปลงแบบสิ้นเชิง เพราะเป็นสิ่งที่ยึดถือสืบทอดกันมา แต่ครั้งบรรพบุรุษแม้ว่าจะมีปัจจัยจากภายนอก ก็ยังคงความพยายามรักษาเค้าโครงเดิมไว้

ดังนั้นในการปรับปรุงพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ ควรเริ่มต้นที่การสร้างความเข้าใจในค่านิยมของผู้ผลิตหรือชาวบ้านก่อน จึงนำสู่การพัฒนารูปแบบที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงรากฐานองค์ความรู้เดิมของชาวบ้าน

การสร้างสรรค์ความงามและคุณภาพของงานหัตถกรรมไม้ไผ่ในอดีตที่ผ่านมา งานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสานมีเอกลักษณ์เฉพาะคือ ความเรียบง่าย โดยเน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก ปัจจุบันได้มีการ

พัฒนารูปแบบใน 2 ทาง คือ การผลิตเพื่อจำหน่ายที่เน้นปริมาณ ลดรายละเอียดที่ซับซ้อนออกไป และอีกทางก็คือ การผลิตโดยเน้นความประณีตสวยงาม เน้นการจำหน่ายงานที่มีคุณภาพ เพื่อให้มีการใช้งานที่คงทนยาวนานยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามยังมีปัญหาในการแก้ไขทางด้านคุณภาพอยู่หลายประการ เช่น การป้องกันมอด แมลงทำลายผลิตภัณฑ์ การเลือกไม้ไผ่ที่เหมาะสมกับลักษณะงาน การแก้ไขจุดบกพร่องของการชำรุดเฉพาะจุดของผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ สิ่งเหล่านี้เป็นปัญหาที่รอการแก้ไขปรับปรุง ซึ่งจะทำให้งานหัตถกรรมไม้ไผ่ได้รับการพัฒนาในแนวทางที่ผู้ผลิตและผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ต้องการ มีความสอดคล้องกับสภาพปัญหาที่แท้จริง ดังนั้นการออกแบบเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการทำให้งานหัตถกรรมไม้ไผ่สามารถอยู่ในวิถีชีวิตของคนอีสานได้อีกยาวนานขึ้น เพราะที่ผ่านมางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสานได้มีการสืบทอดมาด้วยระยะเวลาอันยาวนานมาก หากมีการทบทวนพิจารณาปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้หรือผู้บริโภคมากขึ้น จะทำให้งานหัตถกรรมไม้ไผ่มีเส้นทางการพัฒนามากยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้ในการปรับเปลี่ยนใดๆ ข้อที่ควรคำนึงอย่างยิ่งคือ ผู้ผลิตซึ่งเป็นชาวบ้านในท้องถิ่นก็ได้รับการสืบทอดฝีมือมาด้วยระยะเวลาอันยาวนานเช่นกัน ทั้งรูปแบบ รูปทรง ลวดลาย และกระบวนการผลิตต่างๆ จึงควรอยู่บนพื้นฐานความรู้เดิมของผู้ผลิตเป็นหลัก หากมีการปรับปรุงพัฒนาที่สอดคล้องกันทั้งผู้ใช้ผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต จะทำให้งานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสานเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

และสุดท้ายในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษากรรมวิธีในการอบรมควันไม้ไผ่ ถือเป็นหนึ่งในขั้นตอนของกระบวนการผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ โดยเฉพาะในงานหัตถกรรมเครื่องจักสาน ซึ่งมีกนิยมใช้วิธีการรมควันตั้งแต่การตัดไม้ไผ่ก่อนที่จะนำมาจักเป็นเส้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ไม้ไผ่มีเนื้อที่อ่อนนุ่ม ซึ่งเหมาะกับงานจักสานที่ใช้ไม้ไผ่อ่อนไม่เกิน 1 ปี เพื่อใช้จักสานหวดหนึ่งข้าวเหนียว กระติบข้าว และอื่นๆ ส่วนงานจักสานที่ต้องการไม้ไผ่แก่ ช่วง 2-3 ปี ประเภท สานช่อง กระด้ง ก่องข้าว และอื่นๆ ไม่นิยมรมควันก่อนสาน แต่หลังการสานควรนำเครื่องจักสานไปรมควันก่อน เพื่อป้องกันมอดและแมลงกัดแทะผลิตภัณฑ์ สำหรับในอดีตขั้นตอนการรมควันถือเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมาก จากภูมิปัญญาดั้งเดิมของชาวบ้านในท้องถิ่น การรมควันได้ถูกนำมาคิดค้นเพื่อใช้ในงานหัตถกรรมเฟอร์นิเจอร์ เพราะเชื่อว่า การรมควันเป็นอีกกรรมวิธีหนึ่งที่จะช่วยในการป้องกันมอดและแมลง ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของการผลิตงานเฟอร์นิเจอร์ และจากการสำรวจข้อมูลในพื้นที่ทำให้ผู้วิจัย พบว่า กลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมเฟอร์นิเจอร์ทุกแห่งประสบปัญหาเกี่ยวกับมอดและแมลงเช่นเดียวกัน ด้วยภูมิอากาศของพื้นที่เขตร้อนที่มีมอดและแมลงอยู่จำนวนมากในทุกพื้นที่ หลายแห่งไม่ได้ให้ความสำคัญเพราะคิดว่า

ไม่สามารถป้องกันได้ และคิดว่าทำให้เสียเวลากับผลิตที่ต้องมาแก้ปัญหาดังกล่าว หลายแห่งใช้วิธีนำไม้ไผ่มาแช่น้ำ 3 เดือนตามความเชื่อว่าจะสามารถกำจัดเชลลูโลส ที่เป็นอาหารของมอดและแมลงได้ และมีผู้ผลิตอีกหลายแห่งที่ไม่ยอมแพ้ยังคงทดลองสร้างเตาอบรมควันเพื่อไขปัญหา ในการเก็บข้อมูลที่หลากหลายและกรรมวิธีการแก้ไขปัญหาก็แตกต่างกัน ผู้วิจัยได้ประมวลนำจุดเด่นของแต่ละแห่งมาเป็นข้อมูลในการทดลองออกแบบและพัฒนาเตาอบรมควัน ซึ่งผลการทดลองก่อสร้าง และมีการทดสอบประสิทธิภาพของเตา ผู้วิจัย พบว่า ความสำคัญของเตาอบรมควัน มี 3 ส่วน คือ ระบบการหมุนเวียนและเก็บรักษาควัน ระบบการเผาไหม้ กรรมวิธีในการก่อสร้าง เป็นส่วนสำคัญของการสร้างเตาอบรมควัน และเมื่อมีการสร้างเสร็จต้องคำนึงถึงราคาในการก่อสร้างที่เหมาะสม และช่วงเวลาในการอบที่พอดีไม่นานเกินไป ทั้งนี้ หากมีผู้สนใจที่จะคิดค้นต่อไป ผู้วิจัยเชื่อว่า ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อยอด ทั้งนี้หลังการทดลองพัฒนาเตาอบรมควันไม้ไผ่ ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ซึ่งทำให้เกิดงาน เกิดรายได้ในชุมชนที่ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่

6.3 ข้อเสนอแนะ

สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัย ดังนี้

6.3.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยที่พบว่า สินค้าที่ผู้บริโภคนิยมซื้อคือ เตียงไม้ไผ่ ตะกร้าไม้ไผ่ และตะเกียบ ซึ่งเป็นสินค้าที่ให้ความสำคัญกับประโยชน์ใช้สอย (Functional Benefit) มากกว่าประโยชน์ทางด้านอารมณ์ (Emotional Benefit) เนื่องจากสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ยังไม่มีหลากหลาย และยังไม่เป็นที่รับรู้และยอมรับในกลุ่มผู้บริโภคมากนัก ดังนั้นลูกค้ายังจำกัดอยู่ในกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่มีการใช้สินค้าประเภทนี้ในชีวิตประจำวันมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย พ่อแม่ จนถึงรุ่นลูกหลาน แต่ยังไม่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยใช้สินค้าประเภทนี้มาก่อนเลย ดังนั้นการสร้างการรับรู้และการยอมรับเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจกลุ่มสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ของไทย

นอกจากนั้น ส่วนใหญ่ผู้บริโภคมักซื้อสินค้าประเภทนี้ไว้ใช้เอง จากการที่เคยใช้มาก่อน แต่ยังไม่ค่อยนิยมซื้อเป็นของขวัญมากนัก เพราะสินค้านี้มีรูปแบบที่จำกัด มีเพียงตะกร้าไม้ไผ่ และที่รองแก้ว รองจานที่มักซื้อเป็นของขวัญ และผู้ซื้อก็ไม่แน่ใจว่าการซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่เป็นของขวัญหรือของที่ระลึกนั้น จะเป็นสิ่งที่ผู้รับฝากต้องการหรือนิยมใช้หรือไม่ และสินค้านี้ยังมีรูปแบบที่ไม่ทันสมัยอีกด้วย จึงอาจไม่เหมาะสมกับผู้รับฝากก็เป็นได้ และที่ผ่านมานั้น ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ด้วยเหตุผล

ที่ว่า ราคาถูก ซึ่งจะเหมาะสมกับผู้บริโภคบางกลุ่มเท่านั้น เนื่องจากสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ที่ผ่านมาไม่มีการออกแบบที่ทันสมัย แปลกตาแต่อย่างใด จึงสามารถตั้งราคาถูก โดยเน้นที่ประโยชน์ใช้สอยเพียงอย่างเดียว และยังไม่มีความคงทนอีกด้วย ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่า สินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ควรได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังให้มีการพัฒนาให้ทันสมัย สร้างความสะอาดตา ด้วยการออกแบบที่สร้างสรรค์ เพื่อให้เหมาะสมกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป สินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่สามารถสร้างนวัตกรรมได้อีกมาก และยังสามารถสร้างประโยชน์ทางอารมณ์ (Emotional Benefit) ได้ การจำหน่ายสินค้าที่มีความทันสมัยจะช่วยให้การตั้งราคามีความเหมาะสมกับความทันสมัยของสินค้าได้ และเป็นการช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้สินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ดียิ่งขึ้น สามารถจำหน่ายให้กลุ่มเป้าหมายกลุ่มรายได้สูงได้อีกด้วย

ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ก็ยังมีจำกัด คือ มีเพียงงานจัดแสดงสินค้า และการวางจำหน่ายตามศูนย์สินค้าหัตถกรรมของแต่ละจังหวัด ดังนั้น หากผู้ผลิตสามารถออกแบบสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ให้มีความหลากหลาย และทันสมัย ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น และเป็นที่ยอมรับหลายแล้วนั้น ผู้จำหน่ายก็สามารถที่จะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้ อาทิเช่น สินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ประเภทเฟอร์นิเจอร์ กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ ก็สามารถจำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ได้ กลุ่มลูกค้าโครงการอสังหาริมทรัพย์ก็สามารถจำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรืองานการตลาดตามสถานการณ์ (Event Marketing) ที่เน้นในเรื่องเฟอร์นิเจอร์ไม้ไผ่ได้นอกจากงานแสดงสินค้าที่มีอยู่ทั่วไป และกลุ่มผู้บริโภครายย่อยก็สามารถจำหน่ายผ่านร้านเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ของแต่ละจังหวัด แต่ละอำเภอได้ ส่วนสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ประเภทของที่ระลึกก็เช่นกัน หากเป็นกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ ก็สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ กลุ่มลูกค้าธุรกิจ ก็สามารถจัดจำหน่ายผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต หรือการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ของผู้จำหน่าย และอาจจำหน่ายผ่านศูนย์ตัวแทนจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ในแต่ละภูมิภาค หรือศูนย์สินค้าหัตถกรรมของจังหวัดก็ได้ และกลุ่มลูกค้าทั่วไปก็สามารถจำหน่ายผ่านทางศูนย์สินค้าหัตถกรรมของจังหวัด และช่องทางการจัดจำหน่ายโมเดิร์นเทรด (เช่น เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี คาร์ฟูร์ เป็นต้น)

ส่วนกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ผู้บริโภคนิยมคือ การลดราคาและของแถม เท่านั้น เนื่องจากสินค้าเหล่านี้ เป็นสินค้าประเภทเน้นประโยชน์ใช้สอย (Functional Benefit) จึงสนใจในเรื่องราคาและของแถม ดังนั้นหากสามารถพัฒนาการออกแบบสินค้าให้มีความหลากหลายและทันสมัยยิ่งขึ้น สินค้าประเภทนี้ก็สามารถหันมาเน้นที่ประโยชน์ทางด้านอารมณ์ (Emotional Benefit) ได้ด้วย และ

ยังเพิ่มกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย กิจกรรมส่งเสริมการตลาดก็ต้องมีการพัฒนาและประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เช่น การทำการตลาดตามสถานการณ์ หรือ Event marketing เพื่อกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ หรือลูกค้าของธุรกิจโครงการอสังหาริมทรัพย์, การทำการตลาดสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) กับกลุ่มธุรกิจโรงแรม การท่องเที่ยว ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น

และจากผลการวิจัยพบว่า ปัญหาในการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่คือ ไม้ไผ่ไม่มีความคงทน และสินค้าไม่มีความหลากหลาย ดังนั้นจึงควรมีหน่วยงานที่เข้ามาช่วยพัฒนาและส่งเสริมงานสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ให้เป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้น โดยต้องหาวิธีทำให้วัตถุดิบไม้ไผ่มีความคงทนมากยิ่งขึ้น และไม่เป็นเชื้อราได้ง่าย อาทิเช่น การทำวิจัยและการสนับสนุนในการสร้างเตาอบไม้ไผ่ที่มีต้นทุนไม่สูงให้กับผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ เพื่อสร้างความคงทนและกำจัดปัญหาการเป็นเชื้อราของไม้ไผ่ให้ได้ก่อน และหลังจากนั้นหน่วยงานของรัฐควรจัดสนับสนุนในการอบรมการออกแบบสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ให้มีความสวยงามทันสมัย และมีความหลากหลายตามความต้องการของผู้บริโภคให้ได้ อย่างจริงจัง อีกทั้งหน่วยงานของรัฐควรช่วยประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความน่าสนใจของสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ และสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และการยอมรับสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ของผู้บริโภคให้ได้เป็นวงกว้าง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร เฟอ์ริเจอร์ กระทั่งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ที่มีความทันสมัย และมีโครงการรณรงค์ให้ใช้สินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น โดยเน้นที่ประโยชน์ใช้สอยของสินค้า อันเป็นปัจจัยด้านการตลาดที่สำคัญที่สุด และเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย อันเป็นปัจจัยสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ให้ความรู้จากการศึกษาใน 3 ด้านได้แก่ ด้านที่หนึ่ง คือ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสาน ที่เกี่ยวข้องกับงานหัตถกรรมไม้ไผ่ที่อยู่ในวิถีชีวิตตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ด้านที่สอง คือ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน และด้านที่สาม คือ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน ทั้งจุดเด่น และจุดด้อย ซึ่งผู้ศึกษางานวิจัยสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสานได้ โดยอาศัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ 3 องค์ประกอบ (ศักดิ์ชาย สึกษา 2548: 5) คือ

1) มนุษย์ (ผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่) ประกอบด้วย ความรู้เชิงช่างที่สืบทอดในการผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ ทักษะการทำงานไม้ไผ่ แนวคิดในการพัฒนารูปแบบ การเผยแพร่และสืบทอดฝีมือในชุมชน

2) ธรรมชาติ (พันธุ์ไม้ที่มีอยู่ตามสภาพทางภูมิศาสตร์) ประกอบด้วย คุณสมบัติของไม้ไผ่ ปริมาณของไม้ไผ่ในภาคอีสาน (อัตราเพิ่ม/ลดลง) การพัฒนาคุณภาพให้เหมาะสมกับงานหัตถกรรม และความคุ้มค่าประโยชน์ในการใช้งานไม้ไผ่

3) สังคม (ผู้บริโภค/ผู้ใช้งานหัตถกรรมไม้ไผ่) ประกอบด้วย ความต้องการผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ สภาพปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้งานผลิตภัณฑ์ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่

ส่วนการนำแบบเตาอบรมควันจากงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ 3 ประการ คือ

1) การนำแบบเตาอบรมควันในการวิจัยครั้งนี้ ไปก่อสร้างเพื่อใช้ในการผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ ผู้นำไปใช้สามารถประยุกต์ดัดแปลงการใช้วัสดุได้ตามความเหมาะสม ความสำคัญของแบบเตาอบรมควันในครั้งนี้ อยู่ที่ระบบการวางท่อ ที่ส่งผลให้เกิดการหมุนเวียนของควันได้ดี ดังนั้นส่วนอื่นๆ สามารถปรับปรุงแก้ไขได้ตามสภาพพื้นที่ และเงินทุนในการก่อสร้าง

2) ความเหมาะสมในการใช้งาน สามารถใช้ออบรมควันกับงานได้ทุกประเภท ทั้งงานจักสาน งานเฟอร์นิเจอร์ไม่เฉพาะแต่เพียงงานไม้ไผ่ งานหัตถกรรมไม้ที่ต้องการอบก่อนนำไปแปรรูปก็สามารถใช้เตาอบนี้ได้เช่นเดียวกัน

3) วัสดุเชื้อเพลิงในการเผาไหม้ สามารถใช้ได้กับวัสดุทุกชนิดที่ก่อให้เกิดควัน แต่หากต้องการให้ไม้ไผ่ที่ผ่านการอบมีกลิ่นจากการเผาไหม้ที่ดี ควรเลือกไม้หรือวัสดุที่ให้กลิ่นดี

6.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการทำวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ของกลุ่มผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษากลุ่มผู้บริโภคในภาคอื่นๆ ของประเทศไทย เพื่อให้เห็นภาพรวมของพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทั่วประเทศ

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ในงานวิจัยขั้นนี้ ใช้เพียง 2 ปัจจัยหลักในการพิจารณา คือ ปัจจัยทางด้านการตลาด และปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่อาจมี

ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปอาจมีการนำปัจจัยอื่นๆ เข้ามาช่วยพิจารณาเพิ่มเติม

ในงานวิจัยครั้งนี้ ศึกษาผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีได้แบ่งกลุ่มลูกค้า (segmentation) และกลุ่มสินค้าอย่างชัดเจน ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป อาจมีการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ประเภทของที่ระลึกของกลุ่มลูกค้าธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว เป็นต้น

ทั้งนี้จากสภาพเศรษฐกิจ สังคมที่เปลี่ยนไป การพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน จำเป็นต้องมีความต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในสังคมปัจจุบัน งานหัตถกรรมไม้ไผ่จึงไม่ควรหยุดนิ่ง ควรมีการศึกษาวิจัยและพัฒนาทั้งด้านวัสดุ กระบวนการผลิต และรูปแบบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

1) ด้านวัสดุและกระบวนการผลิต

ปัจจุบันกระแสรณรงค์ลดปริมาณสารเคมีที่ผู้ผลิตนิยมใช้ป้องกันกำจัดมอดแมลง รวมถึงการให้สิทธิผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีผลกระทบต่อความปลอดภัยของผู้ผลิตและผู้บริโภคและภาวะโลกร้อนมีมากขึ้น ดังนั้นควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการย้อมสีผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่จากวัสดุธรรมชาติ เช่น ใบ เปลือก หรือ ผล ของพืชบางชนิด ที่ไม่เป็นพิษภัยต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค

2) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคทำให้ทราบว่า ยังมีผลิตภัณฑ์อีกมากที่งานหัตถกรรมไม้ไผ่สามารถเข้ามามีบทบาทได้โดยการใช้ร่วมกับวัสดุอื่นๆ ดังนั้นจึงควรศึกษาวัสดุอื่นๆ ที่เหมาะสำหรับการนำมาใช้ร่วมกับการผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้คนในวิถีสังคมปัจจุบัน เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ในอนาคต