

ชาลิตา นามมะภูนา 2552: การผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ในจังหวัดลำปาง  
 ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการทรัพยากรป่าไม้) สาขาการจัดการทรัพยากรป่าไม้  
 ภาควิชาการจัดการป่าไม้ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์สันติ สุขสอาด, วท.ด.  
 106 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการผลิตการตลาด การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจของผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ในจังหวัดลำปาง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ในจังหวัดลำปางจำนวน 17 ราย โดยจำแนกเป็นผู้ผลิตไม้เสียบอาหารจำนวน 4 ราย ผู้ผลิตไม้เสียบอาหารและตะเกียบจำนวน 7 ราย ผู้ผลิตไม้เสียบอาหาร ตะเกียบ และไม้จิ้มฟันจำนวน 5 ราย และผู้ผลิตกำไลข้อมือจำนวน 1 ราย

ผลการศึกษาพบว่ากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่แต่ละประเภทมีลักษณะคล้ายคลึงกันโดย วัตถุดิบที่ใช้คือ ไม้ซางที่มีการตัดขนาดและความยาวตามความต้องการเรียกว่าไม้เส้น ในปีพ.ศ. 2550 มีการใช้ไม้เส้นจำนวน 6,883,823 กิโลกรัม ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมีรูปแบบตายตัวไม่มีการออกแบบให้แตกต่างกันมากนัก มีโรงงานที่มีตราหือเป็นของตนเองเพียงร้อยละ 35.29 มีการใช้ถ่ดองกระดาดลูกฟูกและกระสอบเป็นบรรจุภัณฑ์ โดยไม่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ในปี พ.ศ. 2550 มีการผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ในจังหวัดลำปางจำนวน 6,258,025 กิโลกรัม โดยสามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตถึง 109,187,086 บาท การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของผู้ประกอบการทั้ง 17 รายพบว่า  $B/C > 1$ ,  $NPV > 0$  และ  $IRR >$  อัตราดอกเบี้ยที่กำหนด สำหรับปัญหาด้านการผลิตที่พบคือ การขาดแคลนแรงงานในฤดูทำนาช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม และช่วงประเพณีต่าง ๆ ของหมู่บ้าน ปัญหาการถูกแมลงรบกวน วัตถุดิบ และสินค้าเมื่อมีการเก็บรักษาไว้ในคลังสินค้าเกิน 3 เดือน และปัญหาความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพไม้ไผ่ที่สั่งซื้อมา ส่วนปัญหาด้านการตลาดพบว่าราคาขายผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ของแต่ละโรงงานไม่มีความแน่นอนขึ้นอยู่กับบริษัทที่สั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ไม่มีการออกแบบและพัฒนาให้มีรูปแบบหลากหลายให้เป็นที่น่าสนใจ การจำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่เป็นเพียงโรงงานผู้รับผลิตสินค้าและส่งให้ลูกค้าประจำ และไม่มียิงประมาณเพียงพอที่จะโฆษณาสินค้าให้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป ดังนั้นหน่วยงานของรัฐควรสนับสนุนให้มีการจัดตั้งสมาคมของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ขึ้นเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองให้กับผู้ประกอบการ และหน่วยงานของรัฐควรเป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการผลิต และการตลาด ตลอดจนการให้ความรู้กับผู้ผลิตให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อจะได้ขายสินค้าในราคาที่สูงขึ้น นอกจากนี้หน่วยงานราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากไม้ไผ่ควรจะมีการส่งเสริมให้มีการปลูกไม้ไผ่ซางบริเวณบ้านหรือที่ทำกินเพื่อรองรับอุตสาหกรรมที่ใช้ไม้ไผ่เป็นวัตถุดิบที่เกิดขึ้นใหม่ในอนาคตและเป็นการลดการนำไม้ซางจากป่าธรรมชาติมาใช้ประโยชน์

Chalita Nammakuna 2009: Production and Marketing of Bamboo Products in Lampang Province.  
 Master of Science (Forest Resource Management), Major Field: Forest Resource Management,  
 Department of Forest Management. Thesis Advisor: Associate Professor Santi Suksard, Ph.D.  
 106 pages.

Objectives of the study were to determine production and marketing of bamboo products, financial analysis and problems faced in bamboo product enterprise in Lampang province. Data was gathered by interviewing 17 sampled entrepreneurs which could be classified into 4 food stick, 7 food stick and chopstick producers, 5 food stick, chopstick and toothpick producers, and only one incense stick producer.

Results of this study indicated that *Dendrocalamus strictus* was the only one bamboo species using as the raw material for producing such bamboo products. In 2007, the quantity of bamboo in form of line wood utilization was 6,883,823 kg. The finished products had a little difference in design. Only 35.29 percent of total producers had their own brand and using corrugated paper box and sack for packaging, without extra packaging design. In 2007, the production of bamboo products in Lampang was 6,258,025 kg, generated income to producers in amount of 109,187,086 baht. Based on the financial analysis indicated that  $B/C > 1$ ,  $NPV > 0$  and  $IRR >$  the determining discount rate, the main production problems were short of labor during paddy growing season from June to August, and during community cultural celebration and insect disturbance, raw materials and products were stored in warehouse for more than 3 months and the quality of ordered bamboo was not uniform. Marketing problems found were uncertainty of bamboo product price of each factory, mainly due to ordered companies. Bamboo products were not diversely designed for attracting customers. The most suppliers were factories which accepted to produce and sending the products to the permanent customers. They had insufficient advertisement budget for providing marketing informations to the customers. Thus, relevant government agencies should support to establish the Society of Bamboo Product Entrepreneurs in order to create the bargaining power for the entrepreneurs. Government agencies should be the center for providing production and marketing information as well as knowledge to the producers, this will enable them to produce the good quality products for increasing their market price. Moreover, the government agencies which take responsibility in bamboo utilization should conduct the extension programs on bamboo planting in the residential areas as well as cultivated lands in order to increase bamboo supply to meet the future bamboo demand in the near future, this will assist to reduce bamboo collection from the natural forest.