

บทที่ 5

บริบทกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้

การเปลี่ยนแปลงทรัพยากร การระดมทรัพยากร

จากการศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลหนองบอน อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า กลุ่มมีการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรและมีการระดมทรัพยากร พอสรุปได้ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงทรัพยากร

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญซึ่งนำมาสู่การทำธุรกิจชุมชนของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไม้นั้นเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2528 โดยกลุ่มชาวสันตือโสภณผู้ผลิตจากไม้เริ่มจากการได้รับการสนับสนุนจาก นายไชยวัฒน์ สินธุวงศ์ อธิบดีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมสมัยนั้น ได้สนับสนุนให้ชาวบ้านหนองบอน จำนวน 7 คน คือ นายประสงค์ เงามาม นายบุญเรือง เจริญยิ่ง นายสว่าง มณีศรี นายลอน สงนวน นายอุทัย อินพระ นายระวี เนาว์ประโคน และนายดี คำชู ไปฝึกอบรม หัตถกรรมจากกะลามะพร้าว เช่น ทำทัพพี ช้อน กระบวยตักน้ำ ฯลฯ ที่สำนักสันตือโสภณ เขตคลองกุ่ม กรุงเทพมหานคร แล้วนำความรู้ดังกล่าวมาเผยแพร่ให้ชาวบ้านหนองบอนได้ฝึกทำเป็นอาชีพเสริมรายได้หลังฤดูทำนา มีจำนวนสมาชิกเริ่มแรกจำนวน 20 คน วัตถุประสงค์ที่ทำผลิตภัณฑ์ที่ใช้กะลาเป็นวัตถุดิบที่มีในหมู่บ้าน ต่อมาการผลิตเพิ่มมากขึ้นวัตถุดิบกะลามะพร้าวเริ่มหายากจึงต้องสั่งซื้อมาจากต่างจังหวัด เช่น ชลบุรี นครปฐม ฯลฯ ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูง ต้นทุนการผลิตจึงสูงขึ้นตามไปด้วย การทำผลิตภัณฑ์กะลาเริ่มจากการที่ใช้มือผลิตทั้งหมด เช่น การเลื่อย การขัด การเจาะ ต่อมามีการเปลี่ยนแปลงใช้มอเตอร์ไฟฟ้าขัดเจาะ หินเจียรไน และเลื่อยวงเดือน ทำให้การผลิตสะดวกรวดเร็วขึ้นสามารถเพิ่มปริมาณการผลิตได้มากและใช้วัตถุดิบที่ซื้อจากนอกหมู่บ้านเพิ่มขึ้น

ต่อมาปี พ.ศ. 2532 มีการเปลี่ยนแปลงจากกะลามะพร้าวมาเป็นไม้มะค่า ไม้พยุง ไม้ตาลและไม้มะพร้าวผลิตแทนกะลา มีรูปแบบผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีสมาชิกในกลุ่มไปดูผลิตภัณฑ์ที่ห้างโลโก้ จึงทดลองทำจากไม้พรรณชาติก่อน ลักษณะไม้เป็นไม้สีดำนๆ คล้ำๆ โดยไม่ต้องต่อกะลาทำเป็นไม้ล้วนๆ เช่น ช้อนส้อม ช้อนมีลาย ทัพพี ตะหลิว ฯลฯ เมื่อผลิตแล้วสามารถขายได้ ต่อมาชาวบ้านมีการเปลี่ยนแปลงวัตถุดิบจากกะลามะพร้าวมาเป็นไม้ที่มีอยู่ในพื้นที่ เช่น ไม้มะค่า ไม้มะม่วง ไม้พยุง ไม้แดง ฯลฯ การผลิตจะใช้แรงงานภายในครอบครัวผลิตซึ่งปัจจุบันนี้มีจำนวนถึง 1053 ครัวเรือน ทำให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแพร่หลายเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีผู้มารับซื้อเพิ่มมากขึ้นและชาวบ้านสามารถยึดเป็นอาชีพรองจากการทำนา เมื่อถึงฤดูทำนา

ผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์จากไม้ก็จะจ้างหว่าน ไร่ ปักดำเก็บเกี่ยว ทำให้มีอาชีพ มีรายได้ มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

2. การระดมทรัพยากร

การระดมทรัพยากรของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้เนื่องจากการใช้ไม้มาเป็นวัตถุดิบในการผลิตทำให้มีผลกระทบต่อชุมชนเมื่อมีผู้ผลิตมากขึ้น ไม้เริ่มหายาก เพราะว่าเป็นสภาพปัจจุบันนี้ชุมชนมีไม้ที่นำมาเป็นวัตถุดิบสำหรับแปรรูปผลิตภัณฑ์มีเพียงบางชนิดเท่านั้น เช่น ไม้ตาล ไม้มะพร้าว ไม้หมาก และไม้มันปลาเท่านั้น ผู้ผลิตจึงต้องไปซื้อไม้จากนอกชุมชนมาผลิต เช่น ไม้พยุง ไม้มะค่าซึ่งเป็นไม้เนื้อแข็ง มีความคงทนถาวรในการใช้งานและเนื้อไม้ละเอียด เมื่อขัดแล้วจะเงาสวยงาม แต่เนื่องจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไม้ดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นไม้ที่กฎหมายหวง เจ้าหน้าที่ป่าไม้และเจ้าหน้าที่ตำรวจมีการเข้มงวดกวดขันการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไม้มากขึ้น ทำให้ชาวบ้านซึ่งมีฝีมือ มีความรู้ ความสามารถด้านการผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ต้องหลบซ่อนและไม้กล้าผลิตจำนวนมาก ๆ

ชาวบ้านหนองโจรงจึงแก้ไขปัญหาโดยเปลี่ยนวัตถุดิบจากไม้หวงห้ามมาเป็นไม้ตาล ไม้มะพร้าว ไม้หมาก ไม้มะม่วง ซึ่งไม่ใช่ไม้หวงห้าม จะเห็นได้ว่ากลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลหนองบอนได้มีการพัฒนาการผลิตใช้วัตถุดิบทดแทนเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งไม่ทำลายป่าไม้หรือไม้หวงห้าม ปัจจุบันกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไม้ได้ผลิตสิ่งของเครื่องใช้ ของที่ระลึกและสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย เช่น ตะเกียบ ที่รองตะเกียบ ทับพี ซ้อน ถ้วยน้ำจิ้ม ตะหลิว ที่เขี่ยบุหรี่ ที่ปักธูป เขิงเทียน ไม้เกาหลัง ไม้จิ้มผลไม้ ซ้อนตักยา กระบวยตักน้ำ ซ้อนกาแฟ ไม้คนไวน์ ไม้ปาดเค้ก ไม้ปาดเนย ไม้บรรทัด หวี ลูกเป็ดนกกระยาง เต้า เป็นต้น การรวมกลุ่มการผลิตมีการระดมทุนจากการรวมกลุ่มลงทุนๆ ละ 10 บาท นอกจากนี้ได้ประสานงานขอรับการสนับสนุนจากศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจัดฝึกอบรมและกระจายทรายสำหรับขัดผิวชิ้นงาน และองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบอนสนับสนุนให้ยืมวัสดุอุปกรณ์ใช้ในการผลิตอีกด้วย

แต่การแก้ไขปัญหาโดยเปลี่ยนวัตถุดิบดังกล่าวของชาวบ้านหนองโจรงก็ยังไม่ตรงกับความต้องการของตลาดเพราะว่าตลาดยังมีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ (ไม้พยุง ไม้มะค่า และไม้ประดู่) ซึ่งมีเนื้อแข็ง เนื้อละเอียด มีความเงางาม มีความคงทนถาวรต่อการใช้งานมาก

การพัฒนาของกลุ่มที่มีผลต่อชุมชน

ความเริ่มต้นของกลุ่มสาเหตุที่ต้องปรับเปลี่ยนวัตถุดิบการผลิต เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกะลามะพร้าวมีข้อจำกัดด้านรูปลักษณะไม่สามารถผลิตให้มีรูปแบบที่หลากหลายได้มากนักและ

เริ่มหายากในพื้นที่ต้องสั่งซื้อมาจากจังหวัดอื่น ประกอบกับบางขั้นตอนต้องทำด้วยมือใช้ความละเอียดอ่อน ความปรารถนาในการผลิตจึงทำให้ใช้เวลาในผลิตนาน ปริมาณการผลิตก็ได้จำนวนน้อย เมื่อหันมาใช้ไม้ผลิตทั้งหมดสามารถใช้เครื่องมือ เช่น เลื่อยวงเดือน สว่านไฟฟ้า เครื่องกลึงมอเตอร์ไฟฟ้าตัดหินเจียรระโน ตัดกระดาษทรายขัด มาช่วยในการผลิตทำให้เพิ่มปริมาณการผลิต และมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายตรงตามความต้องการของตลาด

เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงวัตถุดิบจากกะลาม้าเป็น ไม้แล้วชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สาเหตุเพราะชาวบ้านมีงานทำโดยใช้แรงงานในครัวเรือน ไม่ต้องอพยพไปหางานทำขายแรงหลังฤดูทำนา ทำให้ครอบครัวมีความอบอุ่นอยู่กันอย่างพร้อมหน้าพ่อแม่ ลูก มีความสุขกับสถาบันครอบครัวมากขึ้น มีรายได้ดีกว่าเดิมเนื่องจากสามารถผลิตได้หลายรูปแบบ มีทางเลือกในการผลิตเพื่อป้อนตลาดมากขึ้นทำให้มีเงินมาใช้จ่ายในชีวิตประจำวันและซื้อสิ่งอำนวยความสะดวกได้ตามความต้องการ

พัฒนาแล้วมีผลการพัฒนาที่มีผลกระทบต่อชุมชนในแง่บวก คือ เป็นการพัฒนาการที่มีผลกระทบกับวิถีชีวิตในชุมชน สุขภาพ การใช้เทคโนโลยี วัสดุอุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัยทำให้มีผลกระทบกับวิถีชีวิตดังนี้

1. ภูมิปัญญา ฝีมือ ดั้งเดิมที่เคยใช้ฝีมือ ทักษะทำการผลิตเปลี่ยนแปลงไปใช้เครื่องจักรแทนทำให้สะดวกรวดเร็วขึ้น
2. การอพยพแรงงานลดน้อยลงเพราะว่ามีงานทำ มีรายได้ดี
3. การพัฒนาวัสดุ อุปกรณ์ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตทำให้เพิ่มกำลังการผลิตทั้งปริมาณและคุณภาพเพิ่มมากขึ้น

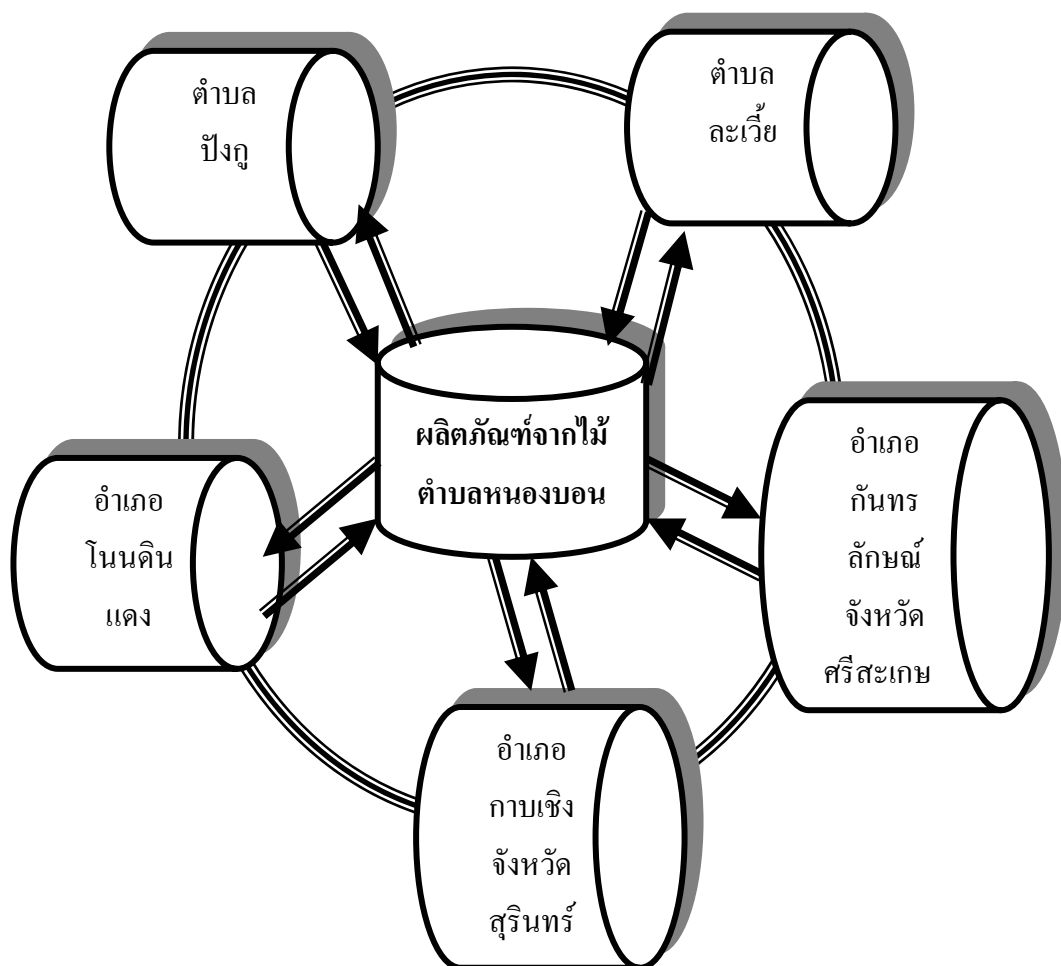
พัฒนาแล้วมีผลการพัฒนาที่มีผลกระทบต่อชุมชนในแง่ลบ คือ

1. การทำกิจกรรมเพื่อส่วนรวมลดลง เพราะต่างคนต่างเร่งผลิตชิ้นงานเพื่อให้เสร็จทันตามจำนวนที่พ่อค้าสั่งมาภายในเย็นวันศุกร์ ทั้งนี้เพราะว่าพ่อค้าจะต้องนำไปจำหน่ายต่อที่สวนจตุจักรวันเสาร์ – อาทิตย์ ฉะนั้นชาวบ้านจะมีเวลาว่างพอที่จะทำกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนร่วมกันเฉพาะวันเสาร์ อาทิตย์เท่านั้น
2. การพัฒนาการใช้เทคโนโลยี วัสดุอุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัยทำให้เกิดเสียงดังรบกวน อาจเป็นอันตรายต่อระบบการได้ยิน
3. การใช้มอเตอร์ขัดทำให้มีฝุ่นละอองเพิ่มมากขึ้น เป็นอันตรายต่อระบบหายใจ
4. วัตถุดิบผลิตภัณฑ์ไม้ จากเดิมไม้ชาวบ้านพึ่งพาอาศัยกันเคยขอกันได้จึงมีการซื้อขายกันมากขึ้น

การเชื่อมโยงกับภายนอกชุมชนและเครือข่าย

1. การเชื่อมโยงเรื่องของวัดถุดิบ

ในปัจจุบันนี้ได้มีชาวบ้านเขตตำบลหนองบอนและตำบลใกล้เคียงเช่น ตำบลปังกู และตำบลละเวีย นอกจากนี้ยังมีชาวบ้านต่างอำเภอและต่างจังหวัด เช่น อำเภอโนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์ อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์และอำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษได้นำไม้มาขายให้ชาวบ้านหนองโจรงเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ดังภาพประกอบ 14 (อุทัย อินพระ. สัมภาษณ์. 2545)



ภาพประกอบ 14 แสดงการเชื่อมโยงแหล่งวัตถุดิบของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลหนองบอน

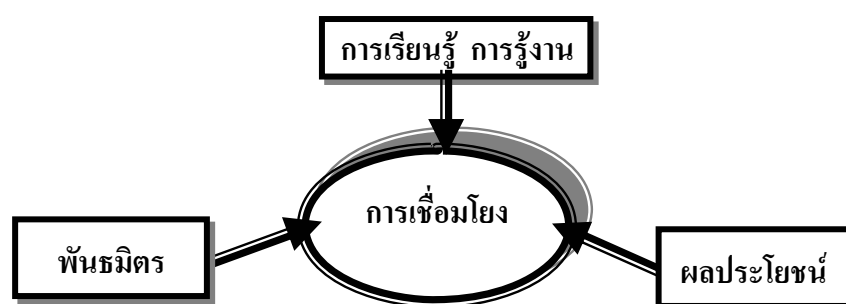
จากภาพประกอบ 14 แสดงการเชื่อมโยงแหล่งวัตถุดิบของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลหนองบอน พบว่า แหล่งวัตถุดิบที่ชาวบ้านหนองโจรงนำมาแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไม้มาจาก

หลายแหล่งด้วยกันจากพื้นที่ใกล้เคียงและต่างจังหวัด วัตถุประสงค์ในตำบลใกล้เคียง เช่น ตำบลปังกู ตำบลละเวีย อำเภอประโคนชัย จะมีไม้ประเภทไม้ตาล ไม้มะพร้าว ไม้หมาก ส่วนเขตอำเภอ โนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์ อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ จะเป็นไม้ประเภทไม้เนื้อแข็ง ไม้พุงและไม้มะค่า

2. การเชื่อมโยงกระบวนการเรียนรู้การถ่ายทอดความรู้

เริ่มแรกจากสำนักสันติอโศกลักษณะของกลุ่มเริ่มจากนายบุญเรือง เจริญยิ่ง และญาติพี่น้องจำนวน 5 คนต่อมารับฝึกเพิ่มทีละ 2 คน เป็นกลุ่มแรกจำนวน 20 คน เป็นผู้ชาย ทั้งหมด ขยายกลุ่มจากในหมู่บ้าน เครือญาติ และคนในกลุ่มที่มีญาติพี่น้องต่างหมู่บ้านก็ชักชวนญาติพี่น้องมาฝึกทำเมื่อเป็นงานแล้วก็กลับไปทำที่บ้าน ส่วนผลิตภัณฑ์จะนำมาขายรวมกันครบตามจำนวนที่พ่อค้าสั่งมา

หน่วยงานภายนอกที่มาศึกษาดูงาน สถาบันราชภัฏ ชาวบ้านจังหวัดปราจีนบุรี สุรินทร์ ชัยภูมิและชาวกัมพูชา ดังภาพประกอบ 15 (ระดมความคิดจัดเวทีอภิปรายกลุ่ม วันที่ 31 สิงหาคม 2545)



ภาพประกอบ 15 แสดงการเชื่อมโยงกระบวนการเรียนรู้ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้

จากภาพประกอบ 15 พบว่า การเรียนรู้ การรู้งาน เริ่มแรกจากสำนักสันติอโศก ต่อมา มีนายสมชาย มีประเสริฐ เป็นพ่อค้ามาจากจังหวัดระยองมาสั่งทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวโดยนำตัวอย่างผลิตภัณฑ์มาให้ดูทำตามแล้วขยายไปยังหมู่บ้านอื่นๆ พันธมิตรหรือผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมกับกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลหนองบอน พันธมิตรที่เด่นชัด ได้แก่

ศูนย์บริการการศึกษานอก โรงเรียนมาให้ความรู้ในเรื่องของการจัดกระดาษทรายและสนับสนุนกระดาษทราย

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอประโคนชัย พาไปขายผลิตภัณฑ์ตามงานแสดงสินค้า
สำนักงานเกษตรอำเภอประโคนชัยให้คำแนะนำการปลูกพืชหมุนเวียนและการปลูกไม้
ทดแทนเพื่อใช้งานในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์จากไม้

สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์ ให้การอบรมเรื่องการบริหารการจัดการ เช่น การจัดทำบัญชี
การกำหนดราคา การตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายระบบอิเล็กทรอนิกส์

องค์การบริหารส่วนตำบลหนองบอน สนับสนุนงบประมาณและให้ยืมวัสดุอุปกรณ์
พ่อค้า ได้แก่ นายนายสมชาย มีประเสริฐ เป็นพ่อค้ามาจากจังหวัดระยอง นำตัวอย่าง
รูปแบบผลิตภัณฑ์มาให้ชาวบ้านผลิตแล้วรับซื้อผลิตภัณฑ์ไปขาย

อาจารย์บุญมา เจือรัมย์ อติดาจารย์ใหญ่โรงเรียนหนองบอนวิทยามีความรู้ในพื้นที่
ให้คำแนะนำกลุ่มสันตโศกในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์

3. การผลิตมีการแบ่งงานกันทำ

เนื่องจากผลิตภัณฑ์จากไม้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด ความถนัดหรือความ
ชำนาญของชาวบ้านหนองโจรงจึงมีความแตกต่างกันไป เช่น บางคนมีความชำนาญผลิตตะเกียบ
หัวต่างๆ (หัวเกลียว หัวสี่แฉก หัวกลุข หัวฟันปลา ฯลฯ) บางคนมีแท่นกลึงไม้ก็จะทำถ้วยกาแฟ
จานรอง ที่ใส่กระดาษ บางคนมีราเวอร์เจาะเป็นรางได้ก็จะผลิตเป็นกล่องใส่รูป กล่องใส่ตะเกียบ
ส่วนชิ้นงานที่ใช้มอเตอร์เจีย ชัดได้ ก็จะผลิตที่รองตะเกียบ ซ้อนส้ม ซ้อนกาแฟ ทัพพี ฯลฯ
ดังนั้นการแบ่งงานจะแบ่งงานกันตามฝีมือหรือความถนัด ความชำนาญของแต่ละคน

4. การเชื่อมโยงการเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม หมู่บ้าน ตำบล จังหวัด

การเชื่อมโยง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม หมู่บ้าน ส่วนใหญ่จะเรียนรู้ในกลุ่ม
ของเครือญาติก่อน มีการฝึกหัดทำร่วมกันและแบ่งกันไปผลิตเพื่อให้ครบตามจำนวนโควตาที่
ผู้รับซื้อสั่ง ในระดับตำบล เริ่มจากนายสมภพ เกลียวทอง พัฒนาการตำบลหนองบอน ได้จัดทำเวที
ประชาคมโดยมีผู้ผลิตจากไม้ตำบลหนองบอนร่วมประชุม ให้มีการตั้งชมรมหัตถกรรม
หนองบอน ตั้งแต่ วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2545 มีนายอุทัย อินพระ เป็นประธานกลุ่ม นายระวี
เนาวิประโคน เป็นรองประธาน นายธีรพันธ์ นระธาเทียม เป็นเลขานุการ ระหว่างจังหวัด
มีชาวบ้านจากจังหวัดชัยภูมิ ร้อยเอ็ด สุรินทร์ ฯลฯ มาศึกษาดูงาน

5. การเชื่อมโยงเรื่องตลาด

5.1 ผู้รับซื้อ ส่วนใหญ่เป็นบุคคลที่อยู่ในหมู่บ้านหนองโจรงและหนองบอนเป็น
ผู้รับซื้อจากชาวบ้าน โดยจะนำผลิตภัณฑ์ไปส่งให้กับพ่อค้าที่สวนจตุจักร กรุงเทพฯ ในเย็น
วันศุกร์และรับไปส่งซื้อผลิตภัณฑ์กลับมาในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์พร้อมกับจ่ายเงินให้กับผู้ผลิต

ทุกสัปดาห์ รายชื่อผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์จากไม้ของกลุ่มมีดังตาราง 17 (สุวิท สายบุตร. สัมภาษณ์. 2545)

ตาราง 17 แสดงรายชื่อ ที่อยู่ ผู้รับซื้อและความสัมพันธ์กับคนในหมู่บ้าน

ลำดับที่	ชื่อ - นามสกุล	ที่อยู่	ความสัมพันธ์กับคนในหมู่บ้าน
1.	นายโชติ หริกประโคน	11 หมู่ที่ 1 บ้านหนองบอน	กรรมการหมู่บ้าน
2.	นายจำรัส เปนะนาม	16 หมู่ที่ 1 บ้านหนองบอน	บุคคลที่ชาวบ้านเชื่อถือ
3.	นายสุวัฒน์ พุมมะลา	73 หมู่ที่ 1 บ้านหนองบอน	บุคคลที่ชาวบ้านเชื่อถือ
4.	นายเสริม พิมพ์พงษ์	69 หมู่ที่ 1 บ้านหนองบอน	บุคคลที่ชาวบ้านเชื่อถือ
5.	นายทอง บุตรางาม	87 หมู่ที่ 1 บ้านหนองบอน	บุคคลที่ชาวบ้านเชื่อถือ
6.	นายสมัย ทาเงิน	91 หมู่ที่ 8 บ้านหนองโจรง	ประธานกลุ่มธนาคารข้าว
7.	นายบุญเรือง เจริญยิ่ง	92 หมู่ที่ 8 บ้านหนองโจรง	กรรมการหมู่บ้าน
8.	นายสว่าง มณีศรี	115 หมู่ที่ 8 บ้านหนองโจรง	กรรมการหมู่บ้าน
9.	นายประเสริฐ เจริญยิ่ง	214 หมู่ที่ 8 บ้านหนองโจรง	กรรมการหมู่บ้าน
10.	นายสมชัย จิตหาญ	29 หมู่ที่ 8 บ้านหนองโจรง	กรรมการหมู่บ้าน
11.	นายลอน สงนวน	23 หมู่ที่ 8 บ้านหนองโจรง	กรรมการหมู่บ้าน
12.	นายดี คำชู	117 หมู่ที่ 8 บ้านหนองโจรง	กรรมการหมู่บ้าน
13.	นายพงษ์วิสุทธิ เงามาม	168/1 หมู่ที่ 8 บ้านหนองโจรง	ประธานกลุ่มออมทรัพย์ฯ
14.	นายบุญทึ่ง สงนวน	48 หมู่ที่ 8 บ้านหนองโจรง	บุคคลที่ชาวบ้านเชื่อถือ
15.	นายวีระ เงามาม	40 หมู่ที่ 8 บ้านหนองโจรง	บุคคลที่ชาวบ้านเชื่อถือ
16.	นายบุญสม จิตหาญ	105 หมู่ที่ 8 บ้านหนองโจรง	บุคคลที่ชาวบ้านเชื่อถือ
17.	นายพร ศรีเพชร	56 หมู่ที่ 8 บ้านหนองโจรง	บุคคลที่ชาวบ้านเชื่อถือ
18.	นายสุวิท สายบุตร	9 หมู่ที่ 8 บ้านหนองโจรง	ผู้ใหญ่บ้าน

จากตาราง 17 พบว่า ผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่จะเป็นผู้อาศัยอยู่ในหมู่บ้านหนองโจรง จำนวน 13 คน และหมู่บ้านหนองบอน จำนวน 5 คน โดยมีตำแหน่งเป็น

ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มองค์กรและเป็นบุคคลที่ชาวบ้านยอมรับนับถือ ดังนี้ คือ นายสุวิทย์ สายบุตร ผู้ใหญ่บ้านหนองโจรง คณะกรรมการหมู่บ้านหนองโจรงที่เป็นผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 5 คน คือ นายบุญเรือง เจริญยิ่ง นายสว่าง มณีศรี นายประเสริฐ เจริญยิ่ง นายสมชัย จิตหาญ นายลอน สงวนนและนายตรี คำชู ประธานกลุ่มธนาคารข้าว คือ นายสมชัย ทาเงิน และเป็นบุคคลที่ชาวบ้านยอมรับนับถือ จำนวน 4 คน คือ นายบุญทึ่ง สงวนน นายวิระ เงามาม นายบุญสม จิตหาญ และ นายพร ศรีเพชร ตามลำดับ ส่วนบ้านหนองบอน ผู้รับซื้อส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ชาวบ้านให้การยอมรับนับถือมีจำนวน 4 คน คือ นาย จำรัส เปนะนาม นายสุพัฒน์ พุ่มมะลา นายเสริม พิมพ์พงษ์ และนายทอน บุตรางาม กรรมการหมู่บ้านมี 1 คน คือ นายโชติ หริกประโคน ตามลำดับ

5.2 ราคาที่รับซื้อ ราคาที่ขายส่งและส่วนต่าง ผู้รับซื้อในหมู่บ้านจะเป็นผู้กำหนดราคาตามชนิด ขนาด รูปแบบของผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นให้ผู้ผลิต ส่วนราคาที่ขายส่ง การคิดส่วนต่างผลกำไรผู้รับซื้อจะตกลงซื้อขายกับพ่อค้ารายใหญ่จากกรุงเทพฯ โดยมีการกำหนดราคาคงตาราง 18 (สมชัย ทาเงิน. สัมภาษณ์. 2545)

ตาราง 18 แสดงราคาที่รับซื้อ ราคาขายส่งและส่วนต่างของผลิตภัณฑ์ต่อ 1 หน่วยผลิตภัณฑ์

ชื่อผลิตภัณฑ์	ราคาที่รับซื้อ	ราคาที่ขายส่ง	ส่วนต่าง	ร้อยละของส่วนต่าง
1. ตะเกียบ	4	4.50	0.50	12.5
2. กลองรูป	5	6	1	20
3. ถ้วยน้ำจิ้ม	5	6	1	20
4. ช้อน	5	6	1	20
5. ที่วางตะเกียบ	3	3.50	0.50	12.5
6. ทัพพี	25	27	2	8
7. ไม้จิ้มผลไม้	4	4.50	0.50	12.5
8. ที่ปาดเนย	4.50	5	0.50	11.11
9. ไม้เกาหลัง	20	22	2	10
10. ตะหลิว	25	27	2	8
11. ที่ปิ้งรูป	7	8	1	14.28
12. ไม้พาย (กวน)	15	17	2	13.33

ตาราง 18 (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ราคาที่รับซื้อ	ราคาที่ขายส่ง	ส่วนต่าง	ร้อยละของส่วนต่าง
13. ซ้อน-ล้อม(สลัด)	25	27	2	8
14. กระบวย	40	45	5	12.5
15. ถาดรองแก้ว	14	15	1	7.14
16. หวี	10	12	2	20
17. ที่เขี่ยบุหรี	20	22	2	10
18. กล่องตะเกียบ	25	27	2	8
19. ถ้วยกาแฟ	70	80	10	14.28
20. โบว์ล	550	570	20	3.63
21. ไม้เท้า	150	160	10	6.66
22. เชิงเทียน	7	8	1	14.28
23. ไม้บรรทัด	5	6	1	20
24. เต้า	30	35	5	16.66
25. เป็ด	10	12	2	20

จากตาราง 18 พบว่า ผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์จะซื้อตามชนิดของผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้น เช่น ที่วางตะเกียบ ตะเกียบ ไม้จิ้มผลไม้ ราคาซื้อตั้งแต่ 3-4 บาท ราคาขายส่ง 3.50-4.50 บาท คิดส่วนต่าง (กำไร) 0.50 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.5 บาท กล่องรูป ถ้วยน้ำจิ้ม ซ้อน ไม้บรรทัด ราคาที่รับซื้อ 5 บาท ราคาขายส่ง 6 บาท คิดส่วนต่าง (กำไร 1 บาท) คิดเป็นร้อยละ 20 และ ผลิตภัณฑ์ที่รับซื้อสูงที่สุด คือ โบว์ล ราคาที่รับซื้อ 550 บาท ราคาขายส่ง 570 บาท คิดส่วนต่าง (กำไร) 20 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.63 ตามลำดับ

5.3 ประวัติผู้รับซื้อ เริ่มจากนายบุญเรือง เจริญยิ่ง ได้พาญาติพี่น้องผลิตและจำหน่าย ให้กลุ่มสันติอโศกและพ่อค้าที่สวนจตุจักร กรุงเทพฯ อีกรายหนึ่งคือ นายสมชาย มีประเสริฐ เป็นพ่อค้ามาจากจังหวัดระยองมาสั่งทำผลิตภัณฑ์ได้นำตัวอย่างผลิตภัณฑ์มาให้ชาวบ้านผลิตแล้วนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายก่อน สักดาห์ต่อมาจึงนำเงินมาชำระให้ เมื่อชาวบ้านผลิตกันมากๆ ขึ้นทำให้

ผู้ผลิตรายอื่นๆ มองเห็นช่องทางการจำหน่ายจึงได้ไปติดต่อขายให้กับผู้รับซื้อที่สวนจตุจักร ด้วยตนเอง บางรายเมื่อรับใบสั่งซื้อผลิตภัณฑ์มาจำนวนมากๆ ซึ่งตนเองผลิตไม่ทันก็ขยายงานให้กับผู้ผลิตรายอื่นผลิตเพื่อให้ได้ตามจำนวนที่รับมาจึงเป็นการยกฐานะจากผู้ผลิตมาเป็นผู้รับซื้อไปด้วย ทำให้เกิดมีลูกค้าทางการผลิตหรือสาขาขึ้น เช่น นายสุวิท สายบุตร รับผลิตที่ปีกรูปมา 500 อัน กล่องใส่รูป 300 กล่อง ถ้วยน้ำจิ้ม 400 ถ้วย ต้องส่งให้ผู้รับซื้อสัปดาห์หน้านายสุวิท สายบุตรไม่สามารถผลิตได้ทันตามกำหนดจึงแบ่งงานให้รายอื่นผลิตให้ พอถึงตอนเย็นวันศุกร์นายสุวิท สายบุตรก็จะรวบรวมผลิตภัณฑ์ส่งขายต่อไป

ดังนั้นผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละรายก็จะมีผู้ผลิตเป็นขาประจำของตนเองผลิตส่งให้ ผู้ผลิตบางรายถ้าขาดเงินทุนหมุนเวียนผู้รับซื้อก็จะให้ความช่วยเหลือ เช่น ซื้อไม้ให้ผลิตหรือให้เงินก่อนเมื่อขายผลิตภัณฑ์ได้แล้วจึงหักชำระหนี้กันเป็นการผูกขาดซึ่งทำให้ผู้ผลิตจะขายให้รายอื่นๆ ไม่ได้ (บุญเรือง เจริญยิ่ง และสุวิท สายบุตร. สัมภาษณ์. 2545)

ปัญหา / สาเหตุ / ทางเลือก

จากการจัดทำเวทีอภิปรายกลุ่มระดมความคิดร่วมกันของกลุ่มผู้ผลิตจาก ไม้ วันที่ 31 สิงหาคม 2545 พอสรุปได้ดังตาราง 19 (จากการจัดเวทีอภิปรายกลุ่ม วันที่ 31 สิงหาคม 2545)

ตาราง 19 แสดงปัญหา สาเหตุ และแนวทางในการแก้ไขของกลุ่ม

ปัญหา	สาเหตุ	แนวทางแก้ไข
1. วัสดุดิบ	1. ราคาแพง 2. หายาก 3. เป็นไม้หวงห้าม	1. หาไม้ราคาถูก 2. ใช้ไม้ในท้องถิ่น 3. ใช้เศษไม้เหลือทิ้งที่พอทำประโยชน์ได้
2. สินค้าราคาถูก	1. มีคนทำมาก คู่แข่งมาก 2. ตัดราคาตัวเอง 3. ขาดการรวมกลุ่ม 4. ขึ้นงานขาดคุณภาพ	1. ประกันราคาโดยหน่วยงาน / ราชการ 2. มีการรวมกลุ่ม 3. กำหนดตราและรูปแบบ

ตาราง 19 (ต่อ)

ปัญหา	สาเหตุ	แนวทางแก้ไข
3. รูปแบบสินค้าคล้ายกัน	5. ต้นทุนวัตถุดิบต่างกัน 1. ไม่ได้พัฒนาสินค้าขึ้นมาใหม่ 2. ขาดการศึกษาดูงาน 3. ชนิดของไม้ที่เหมือนกัน 4. ลอกเลียนแบบได้ง่าย 5. ถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลาง	ผลิตภัณฑ์ที่เป็นของตนเอง 4. รวมกันหาวัตถุดิบ 1. พัฒนาและออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ 2. ฝึกอบรม 3. ศึกษาดูงาน
4. กฎหมายทางราชการ	1. เป็นไม้หวงห้าม 2. ขาดการจัดตั้งกลุ่มชมรม / สหกรณ์ที่ได้รับการรับรองจากทางราชการ	1. ใช้ไม้ที่ทางราชการอนุญาต 2. หาไม้จากประเทศกัมพูชา 3. หาไม้จากโรงเลื่อย 4. ค่าเบิกทางใช้ไม้ 5. จัดตั้งกลุ่มชมรม / สหกรณ์ที่ได้รับการรับรองจากทางราชการ
5. เงินทุนหมุนเวียน	1. เงินทุนประกอบการสูง 2. มีหนี้สินเดิม 3. ไม่ได้รับเงินค่าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามจำนวนจริง (กลไกตลาด)	1. เลือกพ่อค้าคนกลางที่น่าเชื่อถือ 2. จำหน่ายตรง 3. การประชาสัมพันธ์ 4. ขอรับการสนับสนุนจากองค์กรภายนอก เช่น อบต./พอช./กศน./ระดมทุน/สวัสดิการ/หาทุน

ตาราง 19 (ต่อ)

ปัญหา	สาเหตุ	แนวทางแก้ไข
6. ปัญหาด้านมาตรฐานสินค้า	1. ความไม่รู้ 2. ไม่เข้าใจขั้นตอนของการรับรองมาตรฐานสินค้า	1. เชิญผู้รู้มาให้ความรู้ 2. ศึกษาดูงาน 3. ดำเนินการอย่างจริงจัง 4. สอบกรรมการรักษา ตรวจสอบคุณภาพ 5. ข้อเสนอแนะ - โดยใช้ระบบกลุ่ม
7. การบริหารการจัดการ - การวางแผน - วัตถุดิบ - การผลิต - การตลาด - การประชาสัมพันธ์	1. เคยล้มเลิก 2. ไม่เป็นระบบกลุ่ม 3. ต่างคนต่างผลิตขาย	

จากตาราง 19 พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลหนองบอนมีปัญหาและสาเหตุของปัญหาซึ่งมีแนวทางแก้ไขดังต่อไปนี้

1. ปัญหาด้านวัตถุดิบ

สาเหตุ เนื่องจากวัตถุดิบไม้ที่นำมาผลิตมีราคาแพงขึ้นกว่าเดิม ไม้บางชนิดเริ่มหายาก เช่น ไม้พุงสีดำ ไม้ที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นไม้หวงห้าม

แนวทางแก้ไข หาไม้ราคาถูกลงมาทดแทน พยายามใช้ไม้ในท้องถิ่น ใช้ไม้ย้อมสีค้ำ เศษไม้เหลือทิ้งที่พอทำประโยชน์ได้ก็นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นเล็กๆ จำหน่าย

2. ปัญหาสินค้าราคาถูก

สาเหตุ เนื่องจากชาวบ้านมีการผลิตกันมากทำให้เกิดการแข่งขันกันขาย ขายตัดราคา กันเอง ขาดการรวมกลุ่ม ไม่มีการตรวจสอบคุณภาพที่ชัดเจนทำให้ชิ้นงานขาดคุณภาพ ต้นทุนวัตถุดิบ

แตกต่างกันบางรายซื้อวัตถุดิบจากพ่อค้าขณะที่บางรายซื้อจากญาติ พี่น้องหรือคนที่สนิทสนมกัน ทำให้ได้ราคาถูกลงกว่าจึงมีต้นทุนการที่ผลิตต่ำและขายผลิตภัณฑ์ราคาต่ำกว่ารายอื่นๆ ได้

แนวทางการแก้ปัญหา ต้องมีการรวมกลุ่ม ประกันราคาโดยหน่วยงานราชการ กำหนดราคาและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นของตนเอง รวมกันหาวัตถุดิบ

3. ปัญหารูปแบบสินค้าที่คล้ายกัน

สาเหตุ เนื่องจากไม่ได้พัฒนาสินค้าขึ้นมาใหม่ ขาดการศึกษาดูงาน ชนิดของไม้ที่นำมาผลิตเหมือนกัน ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบได้ง่ายและถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลาง

แนวทางแก้ไข ผู้ผลิตต้องพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เอง ฝึกอบรม ศึกษาดูงาน

4. ปัญหากฎหมายทางราชการ

สาเหตุ เนื่องจากไม้ที่นำมาผลิตส่วนใหญ่เป็นไม้หวงห้าม ขาดการจัดตั้งกลุ่มหรือชมรมหรือสหกรณ์ที่ได้รับการรับรองจากทางราชการ

แนวทางแก้ไข ใช้ไม้ที่ทางราชการอนุญาต เช่น ไม้จากโรงเลื่อย ไม้ประเทศกัมพูชา จัดตั้งกลุ่มชมรม สหกรณ์ที่ได้รับการรับรองจากทางราชการ

5. ปัญหาเงินทุนหมุนเวียน

สาเหตุ เนื่องจากเงินทุนประกอบการสูง มีหนี้สินเดิม ไม้ได้รับเงินค่าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามจำนวนจริง

แนวทางการแก้ไขปัญหา เลือพ่อค้าที่น่าเชื่อถือทางการเงินดี การประชาสัมพันธ์ขอรับการสนับสนุนจากองค์กรภายนอก เช่น อบต./ พอช./ กศน. ระดมทุน / สวัสดิการ

6. ปัญหาด้านมาตรฐานสินค้า

สาเหตุ เนื่องจากความรู้ ความไม่เข้าใจการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

แนวทางการแก้ไข เชิญผู้รู้มาให้ความรู้ ศึกษาดูงาน ดำเนินการอย่างจริงจัง

มีคณะกรรมการรักษาตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ รับคำแนะนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานดีขึ้น

7. การบริหารจัดการ

สาเหตุ เนื่องจากยังไม่มีระบบกลุ่มที่ชัดเจนเพื่อบริหารจัดการร่วมกันต่างคนต่างผลิตแต่เดิมเคยตั้งกลุ่มมาแล้วยังไม่สามารถดำเนินกิจกรรมที่ทำให้เข้มแข็งได้

แนวทางแก้ไข โดยใช้ระบบกลุ่ม

การปรับตัว / การแก้ปัญหาของชุมชน

ในการปรับตัว / การแก้ปัญหาของชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้มีการปรับตัวในด้านของวัตถุดิบ ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านการตลาด ด้านกฎหมาย ดังต่อไปนี้

1. **ด้านวัตถุดิบ** เริ่มจากการผลิตจากกะลามะพร้าวเมื่อวัตถุดิบเริ่มหายากต้องนำมาจากจังหวัดอื่น เช่น ชลบุรี นครปฐม ฯลฯ ทำให้เพิ่มค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นจึงเปลี่ยนวัตถุดิบมาใช้ไม้ในท้องถิ่น แต่ก็มีปัญหาไม้บางชนิดเป็นไม้หวงห้ามจึงเริ่มเปลี่ยนเป็นไม้ตาล ไม้มะพร้าว ไม้มะม่วง ไม้มันปลา และไม้หมากมาทดแทน แต่ความพยายามชาวบ้านที่พยายามหันมาใช้ไม้ที่ไม่หวงห้ามก็ยังไม่ตรงกับความต้องการของตลาด เพราะว่าตลาดยังต้องการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นไม้เนื้อแข็ง สีสวย มีความคงทนถาวรในการใช้งานนาน

2. **ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์** จากเดิมผลิตภัณฑ์กะลามีข้อจำกัดด้านการผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์ผลิตตามรูปทรงของกะลาเท่านั้น ทำให้ขั้นตอนการผลิตเนื่องจากกะลามีรูปทรงที่แตกต่างกัน การเจาะ การต่อกะลา การขัดกะลาต้องใช้ความชำนาญ ความประณีตมาก ทำให้ผลิตได้ไม่มากนัก ไม่คุ้มค่าแต่ความต้องการของตลาดยังมีความต้องการผลิตภัณฑ์อยู่จึงปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์มาจนกระทั่งเป็นผลิตภัณฑ์ไม้ การผลิตเริ่มแรกผลิตจากกะลาส่วนๆ การผลิตตามรูปทรงของกะลาโดยนำกะลาต่อกับกะลาทำผลิตภัณฑ์เป็นรูปเต่า ท็อปพี ซ้อน ทำเป็นของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์สำหรับใช้สอย แต่ผลิตภัณฑ์จากกะลามีความบางไม่คงทนถาวรเหมาะสมกับการใช้งานใน บางประเภท จึงเปลี่ยนมาเป็นกะลาต่อกับไม้ ผลิตรถกระบวยด้ามไม้ ซ้อนด้ามไม้ ตะหวัดด้ามไม้ ต่อมาเปลี่ยนมาเป็นผลิตจากไม้ผู้ผลิตสามารถ เลื่อย กลึง เจาะไม้ให้ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ หลากหลายตรงความต้องการของตลาดในปัจจุบัน

3. **ด้านวัสดุอุปกรณ์** จากเดิมผลิตด้วยมือเริ่มตั้งแต่การการใช้เลื่อยมือ สว่านมือ ขัดเงาด้วยมือ ฯลฯ มีการปรับตัวใช้เทคโนโลยี อุปกรณ์ที่ทันสมัยขึ้นใช้เลื่อยไฟฟ้า (เลื่อยวงเดือน) สว่านไฟฟ้า มอเตอร์ไฟฟ้าขัดเงา ทำให้สะดวกรวดเร็วเพิ่มปริมาณการผลิตได้มากขึ้น

4. **ด้านการตลาด** จากเดิมไม่สามารถแก้ไขได้ เนื่องจากยังขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดี พ่อค้าคนกลางสามารถคุมตลาดได้เป็นผู้กำหนดราคาและคุณภาพผลิตภัณฑ์ และพ่อค้าคนกลางบางรายซื้อไม้มาให้ผลิตในลักษณะจ้างทำ ผู้ผลิตจะขายให้พ่อค้ารายอื่นไม่ได้ เมื่อมีการรวมกลุ่มจึงติดต่อผู้ซื้อโดยตรงพยายามตัดพ่อค้าคนกลางออก

5. **ด้านกฎหมาย** เป็นไม้ที่หวงห้ามการแก้ปัญหาก็จะพยายามเจรจาต่อรองกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในลักษณะการต่อรอง รดบรทุกผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายที่สวนจตุจักรเสียค่าบริการคันละ 100 บาท / สัปดาห์ ค่าวางผลิตภัณฑ์ขายที่ลานจอดรถคันละ 100 บาท / สัปดาห์ ขณะเดียวกันก็พยายามใช้ไม้ที่ถูกต้องทดแทน เช่น ไม้ตาล ไม้มะพร้าว ไม้มะม่วง ไม้มันปลาและไม้หมาก

ความสนใจของชาวบ้าน ศักยภาพชุมชนและองค์ความรู้

ชาวบ้านหนองโจรงมีความสนใจและองค์ความรู้ประกอบด้วย องค์ความรู้ของชาวบ้านด้านการผลิต เทคนิคการทำผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การขาย วิธีการขาย การส่งเสริมการขาย ช่องทางการขาย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ข้อมูลจากการระดมความคิดจัดเวทีอภิปรายกลุ่ม วันที่ 31 สิงหาคม 2545)

1. องค์ความรู้ของชาวบ้านด้านการผลิต

เนื่องจากชาวบ้านหนองโจรงมีฝีมือ ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและทักษะในการผลิตหัตถกรรมจากไม้มานานนับสิบปี เริ่มตั้งแต่การผลิตจากกะลามะพร้าวล้วนๆ (กะลาดัดกะลา) กะลาต่อไม้ (กระบายด้ามไม้) จนกระทั่งเปลี่ยนเป็นไม้ทั้งหมด มีฝีมือวิธีการผลิตที่แน่นอน สวยงามเหมาะสมกับการใช้งาน จนผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับมีผู้รับซื้อและศึกษาดูงาน บางหน่วยงานเชิญเป็นวิทยากรในการจัดฝึกอบรมหลักสูตรวิชาชีพพระยาสันให้กับกลุ่มผู้สนใจ เช่น ศูนย์บริการศึกษานอกโรงเรียน ซึ่งเป็นองค์ความรู้ด้านการผลิตหัตถกรรมรูปแบบหนึ่ง

1.1 เทคนิคการทำให้ผลิตภัณฑ์ดีขึ้น

ชาวบ้านหนองโจรงมีเทคนิคในการผลิตที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ดีขึ้น โดยนำเอาภูมิปัญญาหรือองค์ความรู้ดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้กับเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น ทำหัวตะเกียบให้ สวยงาม เอาไม้สีขาวมาทากาวติดสลักสี ต่อมาผู้ซื้อคิดว่าเมื่อใช้ตะเกียบถูกความร้อนแล้วทำให้กาวละลาย หัวตะเกียบหลุด ดังนั้นเพื่อให้คงทนถาวรจึงเจาะหัวตะเกียบเอาไม้ทำสลักเล็กๆ ติดแทนกาว หรือการขัดชิ้นงานให้เป็นมัน เงามาม สม่ยก่อนใช้มือจับกระดาษทรายขัด ต่อมา มีการประยุกต์ใช้รองเท้าฟองน้ำที่เลิกใช้แล้วตัดเป็นรูปร่างให้เหมาะสมกับชิ้นงานเอากระดาษทรายทากาวติดเป็นเครื่องขัดใส่กับมอเตอร์ไฟฟ้าทำให้ขัดได้รวดเร็วขึ้น การทำให้ผิวงานมันก็ขัดเรียงเบอร์กระดาษทรายจากเบอร์หยาบไปหาละเอียดเบอร์ ประมาณ 4-5 เบอร์

1.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่ชาวบ้านผลิตจะทำตามผู้รับซื้อรายใหญ่กำหนดเป็นส่วนมาก โดยจะนำตัวอย่างรูปร่างหรือขนาดมาให้ผลิต แต่มีผลิตภัณฑ์บางชนิดที่ผู้ผลิตเป็นผู้ออกแบบหรือเลียนแบบเสนอผู้รับซื้อ เช่น ถ้วยน้ำจิ้มผู้รับซื้อรายใหญ่สั่งเป็นรูปสี่เหลี่ยม นายสุวิท สายบุตร จึงคิดออกแบบทำเป็นรูปหัวใจ รูปใบโพธิ์ ทำเป็น 2 หลุม 3 หลุม ซ้อนกาแพทำด้ามเป็นรูปปลา เสนอผู้รับซื้อได้รับการสั่งทำมากขึ้น การเลียนแบบ เช่น ซ้อนสแตนเลส ตราหัวม้าลาย นายอุทัย อินพระ นำมาเป็นตัวอย่าง แต่ใช้ไม้ทำแทน

1.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผู้ผลิตจะพัฒนาฝีมือและรูปแบบผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ผลิตภัณฑ์บางชนิดต้องอาศัยความสวยงาม มีขนาดที่สม่ำเสมอ ถ้าไม่ตรงตามต้องการของผู้รับซื้อจะไม่รับซื้อหรือซื้อแต่ลดราคาลง

1.4 การขาย

ผู้ผลิตส่วนใหญ่จะขายให้กับพ่อค้าคนกลางในหมู่บ้านนำไปส่งให้กับผู้รับซื้อรายใหญ่ อีกต่อหนึ่ง บางรายก็ส่งขายตามร้านแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปราสาทเขาพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ ฯลฯ

1.5 วิธีการขาย

ผู้ผลิตจะขายให้กับพ่อค้าในหมู่บ้านเป็นส่วนใหญ่โดยการให้ผลิตภัณฑ์ไปขายก่อน ในทุกๆ วันศุกร์ผู้ผลิตจะรวบรวมผลิตภัณฑ์ให้กับพ่อค้าตามจำนวนและราคาที่ตกลงกันได้ เมื่อพ่อค้านำผลิตภัณฑ์ไปขายกลับมาวันอาทิตย์ถึงจะชำระเงินกันและพร้อมกันนี้พ่อค้าซึ่งรับคำสั่งซื้อมาก็จะสั่งหรือแบ่งงานให้กับผู้ผลิตแต่ละรายไปทำตามจำนวนและราคาที่กำหนดเป็นวัฏจักรการขายเช่นนี้ทุกสัปดาห์

1.6 การส่งเสริมการขาย

ผู้ผลิตยังไม่มี การส่งเสริมการขายเนื่องจากการขายนั้นเป็นการขายตามผู้รับซื้อสั่งทำเท่านั้น แต่ก็มีผู้รับซื้อรายใหญ่บางรายที่สวนจตุจักร สั่งซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปเพิ่มมูลค่าเอง เช่น สั่งซื้อตะเกียบหัวเกลียว มีขนาดเฉพาะเพื่อนำไปตีปลายและหัวเป็นเงิน หรือบางรายสั่งตะเกียบแต่นำไปบรรจุใส่ซองติดสติ๊กเกอร์เป็นผลิตภัณฑ์ของตนเองจำหน่ายต่อไป

1.7 ช่องทางการขาย

ช่องทางการขายผลิตภัณฑ์จากไม้แหล่งใหญ่ที่สุดอยู่ที่สวนจตุจักร กรุงเทพฯ ในปัจจุบันนี้ผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลหนองบอนได้รับการยอมรับจากหน่วยงานราชการและเอกชนให้เป็นผลิตภัณฑ์ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ฉะนั้นเป็นโอกาสที่ผู้ผลิตจะส่งจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าที่ทางหน่วยงานราชการ/เอกชนจัดขึ้นมีเพิ่มมากขึ้น

2. ศักยภาพชุมชน

หมู่บ้านหนองโจรงมีศักยภาพในด้านแรงงาน ด้านฝีมือแรงงาน ด้านเงินทุน ด้านการผลิตมีรายละเอียดดังนี้ (ข้อมูลจากการระดมความคิดการจัดเวทีอภิปรายกลุ่ม วันที่ 31 สิงหาคม 2545)

2.1 ศักยภาพด้านแรงงาน

บ้านหนองโจรงเป็นหมู่บ้านผลิตภัณฑ์จากไม้ใช้แรงงานในครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ ในบางครั้งมีญาติพี่น้อง หรือคนที่รู้จักอยากมาฝึกหัดก็จะมาฝึกงานหัดทำโดยไม่ต้องคิดค่าจ้าง ฉะนั้นจึงมีความพร้อมในด้านแรงงานมาก ด้านฝีมือ ชาวบ้านหนองโจรงได้ทำผลิตภัณฑ์จากไม้มานานหลายปีจึงมีความชำนาญ มีเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตที่ทันสมัย สามารถนำเอาภูมิปัญญา ความชำนาญมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับการผลิตแต่ละชนิดผลิตภัณฑ์ เช่น การผลิตตะเกียบสมัยก่อนต้องค่อยๆ เจียรระไนเลาให้แหลมเรียวแต่ละอันแล้วมาเปรียบเทียบแต่ละคู่ให้เท่ากันๆ กัน แต่ในปัจจุบันนี้ ชาวบ้านหนองโจรง คิดประดิษฐ์เป็นแทนเจียรระไนโดยเอาไม้มาทำเป็นช่องเรียวติดใกล้หินเจียรระไนให้มีขนาดเท่ากับตะเกียบ ส่วนไม้ที่ซอยเป็นสี่เหลี่ยมเพื่อทำตะเกียบนั้นก็ทำหิ้วจับยึดติดกับสว่านไฟฟ้า เมื่อเปิดสวิสไฟฟ้าหินเจียรระไนหมุนขัดผิวงานในขณะที่ยังงานก็หมุนตามไปด้วยทำให้สามารถเลาเป็นรูปไม้ตะเกียบได้รวดเร็วและมีขนาดเท่ากันทุกๆ อัน จึงทำให้การใช้แรงงานคนลดลงและมีศักยภาพด้านแรงงานจากการประยุกต์ใช้เครื่องมือดังกล่าว

2.2 ศักยภาพฝีมือแรงงาน

การคัดระดับฝีมือแรงงาน เนื่องจากการผลิตชาวบ้านมีความถนัดในการผลิตแต่ละชนิดผลิตภัณฑ์เพื่อส่งขายให้ผู้รับซื้อเป็นประจำเป็นส่วนใหญ่จึงยังไม่มี การแบ่งเกรดฝีมือด้านแรงที่ชัดเจน ซึ่งจะมีปัญหาบ้างในระยะแรกๆ บ้างที่ผลิตภัณฑ์ไม่ได้ขนาด ไม่ได้มาตรฐานผู้รับซื้อก็จะคัดออก แต่มีพ่อค้าคนกลางรายอื่นมารับซื้อผลิตภัณฑ์จึงขายได้หมด

2.3 ศักยภาพด้านเงินทุน

หมู่บ้านหนองโจรงเป็นหมู่บ้านที่ศักยภาพด้านเงินทุนเนื่องจากมีแหล่งเงินทุนที่สามารถให้ชาวบ้านได้กู้ยืมหลายแหล่ง ดังนี้

2.3.1 กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต มีกิจกรรมหลักของกลุ่ม คือ ระดมทุน เพื่อให้สมาชิกได้กู้ยืม ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2542 ประธานกลุ่ม คือ นายพงษ์วิสุทธิ์ เงามาม อายุ 30 ปี ที่อยู่ที่ติดต่อดี บ้านเลขที่ 168 หมู่ที่ 8 หมู่บ้านหนองโจรง ตำบลหนองบอน อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ 31140 จำนวนสมาชิกที่เริ่มก่อตั้ง 69 คน สมาชิกในปัจจุบัน 150 คน เดิมกลุ่มมีทุนก่อตั้งเพียง 2,400 บาท ปัจจุบันกลุ่มมีเงินกองทุนเพิ่มขึ้นเป็นเงินกว่า 140,000 บาท การกู้ยืมให้สมาชิกกู้โดยคิดดอกเบี้ยร้อยละ 2 บาทต่อเดือน การส่งชำระคืนพร้อมดอกเบี้ยภายใน 2 เดือน สมาชิกจะกู้ยืมไปใช้จ่ายในการผลิตหัตถกรรมจากไม้เป็นส่วนใหญ่โดยไม่จำกัดวงเงินกู้

2.3.2 กองทุนตามโครงการแก้ไขปัญหาความยากจน (กข.คจ.) ได้รับการจัดสรรงบประมาณมาจากกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ตั้งแต่ปีงบประมาณ

พ.ศ. 2539 เป็นจำนวนเงิน 280,000 บาท มีนายสุวิทย์ สายบุตรเป็นประธานกองทุน เป็นการให้ยืมโดยไม่มีดอกเบี้ยผ่อนชำระส่งคืนภายใน 3 ปี ในปีแรกๆ ให้ยืมรายละ 9,000 บาท แต่ในปีนี้คณะกรรมการมีมติให้ยืมรายละ 4,500 บาท ผ่อนชำระส่งคืนภายใน 3 ปี ซึ่งชาวบ้านกู้ไปเพื่อไปลงทุนในการซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตกล้วยจากไม้

2.3.3 กองทุนหมู่บ้าน 1 ล้านบาท ได้รับการจัดสรรตามนโยบายของรัฐบาล โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ มีนายสุวิทย์ สายบุตร เป็นประธานกองทุน การกู้ยืมดอกเบี้ยร้อยละ 9 บาทต่อปี ให้ยืมรายละไม่เกิน 20,000 บาท ชาวบ้านกู้เงินกองทุนเพื่อประกอบอาชีพเลี้ยงวัวเป็นส่วนใหญ่มีจำนวนถึง 21 ราย รองลงมาประกอบอาชีพตัดถักรวมจากไม้ 19 ราย และเลี้ยงโค 12 ราย

2.3.4 กองทุนหมู่บ้าน 1 แสนบาท เป็นงบประมาณที่องค์การบริหารส่วนตำบลหนองบอนให้กลุ่มศูนย์สาธิตการตลาดและกลุ่มสวนผักกุ่ม โดยคิดดอกเบี้ยร้อยละ 2 บาทต่อเดือน

2.4 ศักยภาพด้านการผลิต

ศักยภาพด้านการผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลหนองบอน มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย จากการสำรวจปริมาณการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลหนองบอนมีดังตาราง 20 (แบบสำรวจสมาชิกผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ ตำบลหนองบอน อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์. 2545)

ตาราง 20 แสดงกำลังการผลิตระบุลักษณะหน่วยผลิตภัณฑ์ในรอบปีที่ผ่านมา

ชนิดผลิตภัณฑ์	จำนวนผลิต / วัน	จำนวนวันผลิต / เดือน	จำนวนผลิต / เดือน	จำนวนวัน ผลิต /ปี	จำนวนผลิต / ปี
1. ตะเกียบ	4,000 คู่	20	80,000 คู่	240	960,000 คู่
2. ก่องรูป	4,000 ก่อง	20	80,000 ก่อง	240	960,000 ก่อง
3. ถ้วยน้ำจิ้ม	4,000 อัน	20	80,000 อัน	240	960,000 อัน
4. ซ้อนมัลลาย	3,000 อัน	20	60,000 อัน	240	720,000 อัน
5. ที่วางตะเกียบ	2,000 อัน	20	40,000 อัน	240	480,000 อัน
6. ทัพพี	2,000 อัน	20	40,000 อัน	240	480,000 อัน
7. ไม้จิ้มผลไม้	2,000 อัน	20	40,000 อัน	240	480,000 อัน
8. ที่ปาดเนย	1,000 อัน	20	20,000 อัน	240	240,000 อัน
9. ไม้เกาหลัง	800 อัน	20	16,000 อัน	240	192,000 อัน
10. ตะหลิว	600 อัน	20	12,000 อัน	20	144,000 อัน
11. ที่ปิ้งรูป	400 อัน	20	8,000 อัน	240	96,000 อัน
12. ไม้พาย	400 อัน	20	8,000 อัน	240	96,000 คู่
13. ซ้อน – ส้อม	160 คู่	15	2,400 คู่	180	28,800 อัน
14. กระบวย	160 อัน	10	1,600 อัน	120	19,200 อัน
15. ถาดรองแก้ว	200 อัน	20	4,000 อัน	240	48,000 อัน
16. หวี	80 อัน	15	1,200 อัน	180	14,400 อัน
17. ที่เชี่ยนหรี	66 อัน	30	1,980 อัน	360	23,760 อัน
18. ก่องตะเกียบ	53 อัน	30	1,590 อัน	360	19,080 อัน
19. ถ้วยกาแฟ	13 ชุด	30	390 ชุด	360	4,680 ชุด
20. โบว์ล (ชาม)	3 อัน	30	100 อัน	360	1,200 อัน
21. ไม้เท้า	3 อัน	30	100 อัน	360	972 อัน
22. เริงเทียน	200 อัน	20	4,000 อัน	240	48,000 อัน
23. ไม้บรรทัด	200 อัน	20	4,000 อัน	240	48,000 อัน
24. เต่า	30 ตัว	20	600 ตัว	240	7,200 ตัว
25. เป็ด	50 ตัว	20	1,000 ตัว	240	12,000 ตัว

จากตาราง 20 แสดงกำลังการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมีจำนวนหน่วยมากที่สุด คือ ตะเกียบ กล่องรูป ถ้วยน้ำจิ้ม จำนวนที่ผลิตได้ 4,000 ชิ้นต่อวัน จำนวนที่ผลิตได้ 80,000 ชิ้นต่อเดือน และจำนวนที่ผลิตได้ 960,000 ชิ้นต่อปี รองลงมา ซ้อนม้าลาย ผลิตได้ 3,000 อันต่อวัน จำนวนที่ผลิตได้ 60,000 อันต่อเดือน จำนวนที่ผลิตได้ 720,000 อันต่อปี และที่วางตะเกียบ ทัพพี ไม้จิ้มผลไม้ จำนวนที่ผลิตได้ 2,000 ชิ้นต่อวัน จำนวนที่ผลิตได้ 40,000 ชิ้นต่อเดือน จำนวนที่ผลิตได้ 480,000 ชิ้นต่อปี ตามลำดับ

โครงสร้างของกลุ่มในปัจจุบัน

โครงสร้างของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้จากการศึกษาพบว่าชาวบ้านหนองโจรงมีแนวความคิดที่จะรวมกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ หลังจากที่ได้ฝึกอบรมหัตถกรรมจากกะลามะพร้าว ปัจจัยบางประการที่ไม่ลงตัวระหว่างสมาชิกกลุ่มทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควรจึงมีการรวมกลุ่มถึง 3 ครั้งดังนี้

ครั้งแรกเริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 มีนายประสงค์ เงามาม เป็นประธาน นายบุญเรือง เจริญยิ่ง เป็นเลขานุการ นายลอน สงนวน เป็นเหรัญญิก มีสมาชิก 20 คน เริ่มทำจากกะลามะพร้าว แหล่งวัตถุดิบมีภายในหมู่บ้าน ทำกระบวยตักน้ำ นกกระยาง ซ้อน และทัพพี กลุ่มเริ่มแตกแยกเมื่อมีคำสั่งซื้อจากพ่อค้าสั่งเข้ามามากขึ้น มีการแบ่งงานกันทำจึงทำให้ได้มาตรฐานที่ไม่เท่ากัน ต่างคนต่างทำบางคนทำชิ้นงานมีขนาดเล็ก บางคนทำชิ้นงานมีขนาดใหญ่ และความมีฝีมือในการผลิตปราณีตที่แตกต่างกัน จึงขายไม่ค่อยได้ ขณะเดียวกันก็มีพ่อค้ามารับซื้อผลิตภัณฑ์เป็นรายบุคคลจึงทำให้กลุ่มที่ตั้งขึ้นเกิดความแตกแยกหันไปขายให้กับพ่อค้าคนกลาง (บุญเรือง เจริญยิ่ง. สัมภาษณ์. 2545)

ครั้งที่ 2 เริ่มตั้งกลุ่ม ปี พ.ศ. 2541 มีนายสมัย ทาเงิน เป็นประธาน นายอ่อนศรี การรัมย์ เป็นรองประธาน นายอุทัย คิปประดิษฐ์ เป็นเหรัญญิก ในยุคนี้เริ่มมีเยาวชนสนใจเข้ามาร่วมทำงานด้วย มีการระดมทุน ลงหุ้นเป็นเงิน 20,000 บาท

วัตถุดิบจากกะลามะพร้าวเป็นไม้มีคำสั่งซื้อจากพ่อค้าเข้ามา เริ่มมีผลประโยชน์ การไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกัน สมาชิกมีความไม่เข้าใจในระบบการรวมกลุ่มที่ชัดเจน การแบ่งงานกลุ่มเริ่มแตกแยกเพราะการแบ่งงานให้สมาชิกผลิตไม่เป็นธรรม โดยคณะกรรมการเองงานที่ทำยากกว่าไร่น้อยให้ผู้ที่ไม่ใช่ญาติหรือพรรคพวกตัวเองทำ คณะกรรมการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวมากกว่าผลประโยชน์ของกลุ่ม (เทศ ไกรสุข เดช ไกรสุข และอุทัย อินพระ. สัมภาษณ์. 2545)

ครั้งที่ 3 ยุคปัจจุบัน เริ่มตั้งกลุ่มเมื่อวันที่ 7 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545 มีเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ นายรณภพ เกลียวทอง เป็นพัฒนากรประจำตำบลหนองบอน ร่วมจัดตั้งโดยการจัดเวทีประชาคม (อุทัย อินพระ. สัมภาษณ์. 2545)

ปัจจุบันกลุ่มมีคณะกรรมการดังต่อไปนี้

1. คณะกรรมการ

คณะกรรมการของกลุ่มมีรายชื่อดังต่อไปนี้

นายอุทัย	อินพระ	ประธาน
นายระวี	เนาว่าประโคน	รองประธาน
นายธีรพันธ์	นระราเทียม	เลขานุการ
นายบุญทอง	บุญโกมล	ผู้ช่วยเลขานุการ
นายศักดิ์	บัญญัติเมฆ	เหรัญญิก
นายแสวง	ต่อแก้ว	ผู้ช่วยเหรัญญิก
นายทรงฤทธิ์	เอี่ยมอิทธิฤทธิ์	ประชาสัมพันธ์
นายสมบัติ	เนาว่าประโคน	ผู้ช่วยประชาสัมพันธ์
นายบุญชู	เงางาม	การตลาด
นายเทศ	ไกรสุข	การตลาด
นายบุญเหลือ	พรหมเอาะ	การตลาด
นายสุริยา	เจริญยิ่ง	การตลาด
นายดี	คำชู	การตลาด
นายสำรวล	ชูโพธิ์	การตลาด
นายวีระ	เงางาม	การตลาด

ที่ปรึกษา

นายรณภพ	เกลียวทอง	พัฒนากรประจำตำบล
นายทิวา	นระราเทียม	ประธานกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบอน
นายสมาน	ศรีเพชร	ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบอน
นายเดช	ไกรสุข	เลขานุการสภาองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบอน

คุณสมบัติของคณะกรรมการ

- (1) เป็นผู้มีภูมิลำเนาในเขตตำบลหนองบอน
- (2) เป็นผู้ที่มีความประพฤติเรียบร้อย
- (3) เป็นผู้ประกอบอาชีพโดยสุจริต
- (4) เป็นผู้เห็นชอบในหลักกรรมของกลุ่ม พร้อมทั้งจะปฏิบัติตามข้อบังคับและ

ระเบียบของกลุ่ม

วาระการดำเนินงานของคณะกรรมการ

มีอายุอยู่ในวาระคราวละ 2 ปี แต่ไม่เกิน 2 วาระ

บทบาทของคณะกรรมการ

(1) สำรวจความต้องการของสมาชิกที่ทำงานอาชีพเสริมหลังจากฤดูทำนา เพื่อหา
งานให้สมาชิกทำ

- (2) จัดหางบประมาณให้สมาชิกโดยผ่านคณะกรรมการ
- (3) ให้สมาชิกดำเนินงานตามระเบียบของกลุ่ม

2. สมาชิก

สมาชิกมีจำนวนทั้งหมด 219 คน มีจำนวน 7 หมู่บ้านในเขตตำบลหนองบอน
ประกอบด้วยดังต่อไปนี้

- 2.1 บ้านหนองบอน หมู่ที่ 1 มีจำนวน 19 คน
- 2.2 บ้านห้วยเสลา หมู่ที่ 2 จำนวน 38 คน
- 2.3 บ้านห้วยเสลา หมู่ที่ 3 มีจำนวน 55 คน
- 2.4 บ้านหนองน้ำขุ่น หมู่ที่ 5 มีจำนวน 2 คน
- 2.5 บ้านหนองโจรง หมู่ที่ 8 มีจำนวน 82 คน
- 2.6 บ้านสุขสำราญ หมู่ที่ 10 มีจำนวน 4 คน
- 2.7 บ้านห้วยเสลา หมู่ที่ 11 จำนวน 19 คน

3. กฎระเบียบของกลุ่ม

กฎระเบียบของกลุ่มผลิตภัณฑจากไม้ตำบลหนองบอนได้มาจากการประชุมร่วมกันของ
สมาชิกผลิตภัณฑจากไม้ในเขตตำบลหนองบอน เพื่อรวมกลุ่มผู้ผลิตและกำหนดกฎระเบียบร่วมกัน
โดยใช้ชื่อว่า “ชมรมหัตถกรรมหนองบอน” ประชุมเมื่อวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2545 ณ ที่ทำการ
องค์การบริหารส่วนตำบลหนองบอน การประชุมดังกล่าวมีนายสมภพ เกียวทอง พัฒนาการ
ประจำตำบลหนองบอน เข้าร่วมประชุมด้วย กฎระเบียบของกลุ่มมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อบังคับชมรม “หัตถกรรมหนองบอน”

หมวด 1

ข้อความทั่วไป

- ข้อ 1 ชมรมนี้เรียกว่า “หัตถกรรมหนองบอน”
- ข้อ 2 ข้อบังคับนี้ใช้ตั้งแต่วันที่ชมรมก่อตั้งเป็นต้นไป
- ข้อ 3 สำนักงานชมรมตั้งอยู่ที่ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองบอน อ.ประโคนชัย จ.บุรีรัมย์
- ข้อ 4 เครื่องหมายของชมรมเป็น..... อยู่ภายในวงกลมซ้อนกัน 2 วงภายในเขียนชื่อชมรม
- ข้อ 5 ในข้อบังคับนี้
- “ชมรม” หมายความว่า “หัตถกรรมหนองบอน”
- “สมาชิก” หมายความว่า สมาชิกชมรม “หัตถกรรมหนองบอน”
- “คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการชมรม “หัตถกรรมหนองบอน”
- ข้อ 6 การก่อตั้งชมรม ก่อตั้งเมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2545

หมวด 2

วัตถุประสงค์

- ข้อ 7 ชมรมมีวัตถุประสงค์เพื่อ
- 7.1 ดำรงไว้ซึ่งเกียรติยศชื่อเสียงและศักดิ์ศรีของสมาชิกคงความเป็นเอกลักษณ์ของชมรม
- 7.2 เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีและความเอื้ออาทรต่อกันของสมาชิก
- 7.3 เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ของสมาชิกอย่างอิสระตามระบอบประชาธิปไตย
- 7.4 เพื่อสนับสนุนการประกอบอาชีพหัตถกรรมของสมาชิกชมรมหัตถกรรมหนองบอน
- 7.5 เพื่อร่วมกันพัฒนาท้องถิ่นและสร้างความมั่นคงให้เกิดแก่มวลสมาชิก
- 7.6 เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นและความเป็นธรรมในสังคม
- 7.7 เพื่อร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ
- 7.8 เพื่อสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมของทางราชการสมาชิกและบุคคลทั่วไปตามความเหมาะสม
- 7.9 เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายและการดำเนินงานของกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ให้สามารถเกื้อกูลกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้
- 7.10 ชมรมนี้ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง

หมวด 3

สมาชิกภาพและการขาดจากสมาชิกภาพ

- ข้อ 8 สมาชิกชมรมคือ ผู้ผลิตและผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในเขตพื้นที่ตำบลหนองบอน
- ข้อ 9 คุณสมบัติของสมาชิก จะต้องเป็นผู้ผลิตและผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในเขตพื้นที่ตำบลหนองบอน
- ข้อ 10 ผู้สมัครเข้าเป็นสมาชิกชมรมต้องยื่นใบสมัครตามแบบฟอร์มของชมรม ณ ที่ทำการของชมรมพร้อม
- ค่าสมัคร (ค่าลงทะเบียน) 10 บาท
 - ค่าหุ้น 100 บาท
- ข้อ 11 สมาชิกภาพจะสิ้นสุดในกรณี ดังนี้
- 11.1 เลิกผลิตและเลิกใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
 - 11.2 ลาออก
 - 11.3 มติคณะกรรมการ 2 ใน 3 ให้ออก

หมวด 4

รายได้และรายจ่ายของชมรม

- ข้อ 12 ชมรมมีรายได้ ดังนี้
- 12.1 ค่าสมัครเป็นสมาชิกชมรม
 - 12.2 ค่าหุ้น
 - 12.3 ค่าบำรุงชมรมจากสมาชิก(จาก 10% ต่อชิ้นงาน)
 - 12.4 ผู้บริจาค
 - 12.5 การจัดกิจกรรมของชมรม
 - 12.6 ดอกเบี้ยเงินฝาก
 - 12.7 เงินอุดหนุนจากองค์กรภาครัฐ/เอกชน
- ข้อ 13 ชมรมมีรายจ่ายดังนี้
- 13.1 จ่ายเพื่อสาธารณประโยชน์
 - 13.2 จ่ายเพื่อดำเนินกิจกรรมของชมรม
 - 13.3 จ่ายตามวัตถุประสงค์ของชมรม

หมวด 5

สิทธิและหน้าที่ของสมาชิก

ข้อ 14 สิทธิและหน้าที่ของสมาชิก

- 14.1 มีสิทธิเข้าใช้สถานที่ของชมรมโดยเท่าเทียมกัน
- 14.2 มีสิทธิเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของชมรมต่อคณะกรรมการ
- 14.3 มีสิทธิได้รับสวัสดิการต่างๆที่ชมรมจัดให้มี
- 14.4 มีสิทธิเข้าร่วมประชุมใหญ่ของชมรม
- 14.5 มีสิทธิในการเลือกตั้งหรือได้รับการเลือกตั้งหรือแต่งตั้งเป็นกรรมการของชมรม

และมีสิทธิออกเสียงลงมติต่างๆ ในที่ประชุมได้คนละ 1 เสียง

- 14.6 มีสิทธิร้องขอต่อคณะกรรมการเพื่อตรวจสอบเอกสารและบัญชีทรัพย์สินของชมรมโดยมีสิทธิเข้าชื่อร่วมกันอย่างน้อย 1 ใน 10 ของสมาชิกทั้งหมด
- 14.7 มีสิทธิเข้าชื่อร่วมกันอย่างน้อย 2 ใน 3 ของสมาชิกทั้งหมดขอต่อคณะกรรมการให้จัดประชุมใหญ่วิสามัญได้

- 14.8 มีหน้าที่จะต้องปฏิบัติตามระเบียบ/ข้อบังคับของชมรมอย่างเคร่งครัด
- 14.9 มีหน้าที่ประพฤติให้สมเกียรติที่เป็นสมาชิกของชมรม
- 14.10 มีหน้าที่ให้ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆของชมรม
- 14.11 มีหน้าที่ร่วมกิจกรรมของชมรมที่ชมรมจัดขึ้น
- 14.12 มีหน้าที่เผยแพร่ชื่อเสียงของชมรมให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย
- 14.13 มีหน้าที่ร่วมประชุมทุกครั้ง เมื่อมีการประชุมชมรม
- 14.14 เมื่อสมาชิกเปลี่ยนแปลงที่อยู่ หรือสถานที่ดำเนินการให้แจ้งการเปลี่ยนแปลง

ดังกล่าวให้เลขานุการชมรมทราบ

หมวด 6

คณะกรรมการและการดำเนินงาน

ข้อ 15 ให้มีคณะกรรมการ 1 คณะ (ไม่น้อยกว่า 5 คน ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก ปฏิคมและคณะกรรมการอื่นๆ ตามความเหมาะสม) ซึ่งเลือกโดยสมาชิก

ข้อ 16 คณะกรรมการอยู่ในตำแหน่งได้ตามวาระ 2 ปี เมื่อครบกำหนดกรรมการจะต้องพ้นจากตำแหน่งทั้งคณะ

ข้อ 17 เมื่อคณะกรรมการเก่าพ้นจากตำแหน่งตามวาระ ให้คณะกรรมการชุดเดิมปฏิบัติงานจนกว่า คณะกรรมการชุดใหม่จะเข้ารับหน้าที่

หมวด 9

การจัดสรรผลกำไร

ข้อ 32 ให้คณะกรรมการผู้รับผิดชอบดำเนินการจัดสรรผลกำไรแก่สมาชิกในที่ประชุมใหญ่สมาชิก ภายในเดือนมกราคม ของทุกปี

ข้อ 33 ผลกำไรที่ได้นำมาจัดสรร มีดังนี้

33.1	ปันผล	15 %
33.2	เฉลี่ยคืน	20 %
33.3	บำรุงชมรม	15 %
33.4	ค่าตอบแทนกรรมการ	10 %
33.5	ทุนสำรอง	20 %
33.6	กิจกรรมสาธารณประโยชน์	10 %
33.7	ศึกษาดูงาน	10 %

หมวด 10

การแก้ไขหรือเพิ่มเติมข้อบังคับ

ข้อ 34 การแก้ไขหรือเพิ่มเติมข้อบังคับจะกระทำได้ โดยมติที่ประชุมใหญ่และจะต้องมีคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของจำนวนสมาชิกในที่ประชุม และจะต้องไม่ขัดต่อวัตถุประสงค์ของชมรมหรือกฎหมาย

หมวด 11

การเลิกชมรมและการชำระบัญชี

ข้อ 35 ชมรมจะเลิกกิจการได้ เมื่อมติที่ประชุมใหญ่ให้เลิก

ข้อ 36 เมื่อมีการเลิกชมรมให้คณะกรรมการจัดให้มีการชำระบัญชีและจัดการทรัพย์สินตามมติที่ประชุมใหญ่

ข้อ 37 กรณีที่ประธานหรือคณะกรรมการดำเนินการจ่ายเงินไม่ชอบด้วยข้อบังคับให้ผู้ส่งจ่ายเป็นผู้รับผิดชอบส่งเงินคืนชมรมภายใน 15 วัน นับแต่วันที่ชมรมแจ้งให้ทราบ

หมวด 12

บทเฉพาะกาล

ข้อ 38 ให้ประธานชมรม “หัตถกรรมหนองบอน” เป็นผู้ลงนามในระเบียบชมรม

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 7 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545

(ลงชื่อ)-----

(นายอุทัย อินพระ)

ประธานชมรม “หัตถกรรมหนองบอน”

4. กิจกรรมของกลุ่ม

4.1 กิจกรรมประจำ ประชุมสมาชิกทุกเดือนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการผลิตรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาด นอกจากนี้ยังมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และร่วมพัฒนาชุมชนกับกลุ่มอื่นๆ เป็นประจำ

4.2 กิจกรรมต่อเนื่องจากการจัดตั้งกลุ่ม

4.3 มีการอบรมทรัพย์สินของสมาชิกทุกเดือน

4.4 จัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าที่ผลิตได้ และสินค้าต่าง ๆ

ในราคาที่ถูก

5. การพัฒนาเชิงองค์กร

การพัฒนาองค์กรกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไม้ด้าบหนองบอน อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ การเรียนรู้ของสมาชิกในเรื่องของการบริหารจัดการยังมีน้อย จากการที่ตั้งกลุ่มตั้งแต่ปี 2533 ระยะเวลาแรกมีความสามัคคีร่วมมือในการบริหารดีจนกระทั่งปัจจุบันมีสมาชิกเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งสิ้น จำนวน 219 คน และมีช่องทางของตลาดที่สวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร สมาชิกบางรายจึงมีการรับซื้อและนำไปขายส่งเองเป็นต้นเหตุทำให้ขาดการบริหารจัดการร่วมกัน จุดเปลี่ยนที่แตกต่างจากกลุ่มเดิม มีการปรึกษาทางราชการ ขอโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจตำบลละ 1 ล้านบาท ขาดการประชาสัมพันธ์ โครงการยังมีไม่มากนัก มีการเชื่อมโยงกลุ่มไปยังหมู่ที่ 1 2 3 5 8 10 และ 11 รวม 7 หมู่ มีการเปรียบเทียบ ฝีมือ ความประณีต ความถนัด มีการแบ่งงานกันทำในข้อจำกัดตามฝีมือ และตามความสนิธิ (ข้อมูลจากการระดมความคิดการจัดเวทีอภิปรายกลุ่ม วันที่ 31 สิงหาคม 2545)

5.1 เชิงปริมาณ

5.1.1 รับสมัครจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นโดยลำดับ จากหมู่บ้านหนองโจรง จนขยายเป็นวงกว้างทั้งตำบลและตำบลใกล้เคียง

5.1.2 จำนวนเงินหมุนเวียนจากอดีตสู่ปัจจุบัน 2,000 – 136,266 บาท

5.1.3 จำนวนลูกค้าและปริมาณสินค้าที่ขายได้ ลูกค้ามีจำนวนมากขึ้น จากภายในจังหวัดก็ขยายสู่ต่างจังหวัดและต่างประเทศ มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเพราะลูกค้า มีความต้องการสินค้าเป็นจำนวนมาก

5.2 เชิงคุณภาพ

จากเมื่อก่อนเสร็จจากฤดูทำนาแล้วชาวบ้านจะมีการอพยพไปขายแรงงานในต่างจังหวัด แต่เมื่อมาทำอาชีพเสริมตรงนี้แล้วทำให้ความเป็นอยู่ของชาวบ้านดีขึ้น ไม่ต้องอพยพไปขายแรงงาน ต่างจังหวัดทำให้ครอบครัวมีความอบอุ่น และมีเงินทองหมุนเวียนสามารถซื้อสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า ฯลฯ เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย สามารถผลิตขายได้มากกว่าผลิตภัณฑ์กะลา

6. มาตรฐานผลิตภัณฑ์

6.1 มาตรฐานภายใน ประกอบด้วย

6.1.1 ใช้ผู้รู้ในกลุ่มภาคคะเน เป็นผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญ เป็นผู้สร้าง แบบมาตรฐาน ใช้การคาดคะเน

6.1.2 มีแบบมาตรฐานหรือตัวอย่าง ซึ่งเป็นแบบมาตรฐาน

6.1.3 มีคณะกรรมการควบคุมมาตรฐาน (คุณภาพ + ผู้บริโภค)

6.2 มาตรฐานจากภายนอก

6.2.1 ผู้ซื้อสินค้าเป็นผู้กำหนด (ออเดอร์)

6.2.2 สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) อุตสาหกรรมจังหวัดภาค 7

6.2.3 สมาคมคุ้มครองผู้บริโภค (สคม.)

นอกจากนี้จะต้องสร้างสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์สินค้าของตนเองโดยการทำตราสัญลักษณ์ ไว้บนผลิตภัณฑ์

7. ความมุ่งหวังในการรวมกลุ่ม

7.1 การรวมกลุ่มแล้วทำให้กลุ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้นทั้งในด้านราคาและ ปริมาณเพราะว่าผู้รับซื้อมีความมั่นใจในผลิตภัณฑ์มีจำนวนมากพอสามารถสั่งซื้อครั้งละมากๆ ได้ และมีผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง มีการตรวจสอบคุณภาพจากกลุ่มทำให้ขายได้ราคาดีกว่าการที่ไม่ได้ รวมกลุ่ม เช่น ราคาตะเกียบ ราคาส่งทั่วไป คู่ละ 4-5 บาท แต่พอรวมกลุ่มมีการตรวจสอบคุณภาพ สามารถขายส่งได้ในราคาคู่ละ 8 บาท

7.2 มีอำนาจการต่อรองทั้งในด้านของการซื้อวัตถุดิบ อุปกรณ์ และการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์

7.3 มีความเชื่ออาทรต่อกันในการแบ่งปันผลประโยชน์ด้านการผลิตวัตถุดิบ อุปกรณ์และเงินทุน

7.4 การแข่งขันลดน้อยลงแต่จะเพิ่มการพัฒนาฝีมือ ทักษะการผลิตและการจำหน่าย

7.5 ผลิตได้ทันกับระยะเวลาที่กำหนด

7.6 เพื่อให้ชาวบ้านมีอาชีพเสริมมีรายได้เพิ่มมากขึ้นหลังฤดูการทำนา

7.7 เพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาชาวบ้านในการประกอบอาชีพตามศักยภาพ

7.8 เพื่อเกิดความสามัคคีในชุมชน

7.9 เพื่อให้เกิดชุมชนเข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้

7.10 เพื่อส่งเสริมให้มีการบริหารจัดการที่ดีถูกต้องโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้

7.11 เพื่อให้เกิดการแบ่งงานในการผลิต ซึ่งมีส่วนได้เปรียบมากกว่าการผลิตแต่คนเดียว ดังตาราง 21 (การระดมความคิดจากการจัดเวทีอภิปรายกลุ่ม วันที่ 31 สิงหาคม 2545)

ตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบการแบ่งงานการผลิตกับทำคนเดียว

แบ่งงาน	ทำคนเดียว
รวดเร็ว	รู้งานทั้งหมด
ทำงานเป็นทีม	ความงาม / คุณภาพ
ชิ้นงานละเอียด	
ตรวจสอบเวลาได้	
การวางแผนการบริหารจัดการ	

จากตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างการผลิตกับทำคนเดียว ถ้ามีการแบ่งงานกันทำจะทำให้การผลิตรวดเร็วขึ้นเพราะทำงานกันเป็นทีมชิ้นงานแต่ละชิ้นมีความละเอียด สามารถตรวจสอบคุณภาพได้และสามารถวางแผนการบริหารจัดการร่วมกันได้ แต่ถ้าทำ

คนเดียวหรือต่างคนต่างผลิต ทำให้โรงงานทั้งหมดทุกระบวนการผลิตแต่ละขั้นตอนทำให้ชิ้นงานมีสวยงาม มีคุณภาพดี

วิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ SWOT เป็นเทคนิคเพื่อหาจุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรคและโอกาสที่มีผลกระทบต่อกลุ่มผู้ผลิตภัณฑ์จากไม้ บ้านหนองโจง ตำบลหนองบอน อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

จุดแข็ง (Strengths) หมายถึง จุดเด่นของกลุ่มผู้ผลิตภัณฑ์จากไม้ซึ่งสามารถเป็นประโยชน์และควบคุมได้ นำมาใช้ในการเสริมสร้างจุดอ่อนให้ดีขึ้น เช่น ความสามารถในการผลิต สมาชิกมีความรู้ความชำนาญ มีภูมิปัญญา ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไม้ มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมีการพัฒนาอยู่เสมอ ผู้นำที่เข้มแข็ง ความรักความสามัคคีของสมาชิกในชุมชน มีความสงบสุข เป็นต้น

จุดอ่อน (Weaknesses) หมายถึง ข้อด้อยของกลุ่มผู้ผลิตภัณฑ์จากไม้ เกี่ยวกับความขาดแคลน ความผิดพลาด กลุ่มต้องหาแนวทางกำจัดจุดอ่อนให้ได้ เช่น เงินทุนหมุนเวียนมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอ วัตถุดิบไม่เพียงพอต่อการผลิต ขาดการรวมกลุ่มที่เป็นรูปธรรม วัตถุดิบไม่ตรงกับความต้องการของตลาด เป็นต้น

โอกาส (Opportunities) หมายถึง ปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้การดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตภัณฑ์จากไม้มีความเข้มแข็งขึ้นและทำให้กลุ่มดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ แตกต่างจากจุดแข็ง เช่น นโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุน 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ หรืองานเทศกาลแสดงสินค้าที่ทางราชการ/เอกชนจัดขึ้น เป็นต้น

อุปสรรค (Threats) หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการทำงานของ กลุ่มผู้ผลิตภัณฑ์จากไม้ และเป็นผลต่อความสำเร็จของกลุ่ม เช่น ตลาดแคบเนื่องจากผลิตตามที่พ่อค้าสั่ง ผู้ผลิตมีมากทำให้เกิดแข่งขันการขายสูงขึ้นขายตัดราคากันเอง และระเบียบ กฎหมาย เป็นต้น

1. วัตถุประสงค์

- 1.1 เพื่อทราบจุดแข็ง จุดอ่อนของกลุ่มผู้ผลิตภัณฑ์จากไม้
- 1.2 เพื่อทราบปัจจัยภายใน / ภายนอก ที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้ผลิตภัณฑ์จากไม้
- 1.3 เพื่อหาแนวทางแก้ไข เพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตมีความเข้มแข็ง

2. วิธีดำเนินงาน

คณะผู้วิจัยขอวิธีการดำเนินงานแก่ชาวบ้าน โดยมีวิธีการปฏิบัติดังตาราง 22 (การระดมความคิดจากการจัดเวทีอภิปรายกลุ่ม วันที่ 31 สิงหาคม 2545)

ตาราง 22 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานการวิเคราะห์ SWOT

ลำดับที่	ขั้นตอน	วิธีการปฏิบัติ	วัสดุ/ อุปกรณ์
1	ความคาดหวัง	กิจกรรมที่ 1	กระดาษ ฟลิปชาร์ต ปากกา
2	สถานการณ์ วิกฤต	กิจกรรมที่ 2	
		1. ระดมความคิดในการมองภาพรวมของหมู่บ้าน 2. วิเคราะห์สถานการณ์ของหมู่บ้าน 2.1 ประวัติความเป็นมา 2.2 ผู้นำอยู่ส่วนใดบ้าง 2.3 สาธารณะประโยชน์ 2.4 กลุ่มอาชีพต่างๆ 3. จุดอ่อน จุดแข็งของกลุ่ม 4. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกลุ่ม เชิงบวก เชิงลบ 5. วิเคราะห์แยกปัจจัยภายในด้าน 5.1 ทรัพยากร บุคลากร งบประมาณ/วัสดุอุปกรณ์/เทคโนโลยี 5.2 ด้านโครงสร้าง นโยบาย ระบบการทำงาน บทบาท หน้าที่ 5.3 กฎเกณฑ์ ระเบียบ 5.4 การสนับสนุนจากภายนอก	

ตาราง 22 (ต่อ)

ลำดับที่	ขั้นตอน	วิธีการปฏิบัติ	วัสดุ/ อุปกรณ์
		6. วิเคราะห์แยกปัจจัยภายนอก 6.1 ด้านสังคม 6.2 ด้านการเมืองการปกครอง 6.3 ด้านเศรษฐกิจ 6.4 ด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ 6.5 ด้านเครือข่าย 7. กำหนดกรอบแผนยุทธศาสตร์	

จากตาราง 22 คณะผู้วิจัยบอกวิธีการดำเนินงานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ SWOT โดยมีลำดับขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติเพื่อให้ชาวบ้านมีความเข้าใจและร่วมกันระดมความคิดวิเคราะห์ลำดับที่ 1 ขั้นตอนความคาดหวัง วิธีปฏิบัติให้แต่ละคนแนะนำตัวเอง เพื่อให้เกิดความสนิทสนมรู้จักกันมากยิ่งขึ้น ลำดับที่ 2 ขั้นตอนสถานการณ์วิกฤต วิธีปฏิบัติ ระดมความคิดวิเคราะห์สถานการณ์ของหมู่บ้านเริ่มตั้งแต่ประวัติความเป็นมาการเกิดผู้นำมีใครบ้างและมีบทบาทอย่างไร ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งสาธารณประโยชน์ต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงมาอย่างไร กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความเป็นมาอย่างไร จุดอ่อน จุดแข็งของกลุ่มมีอะไรบ้าง วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกลุ่มเชิงบวก เชิงลบ วิเคราะห์ปัจจัยภายในด้านทรัพยากร บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ เทคโนโลยี ด้านโครงสร้างของกลุ่ม ระบบการทำงาน บทบาทหน้าที่ กฎระเบียบของกลุ่ม ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านสังคม การเมือง การปกครอง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ ด้านเครือข่าย และกรอบแผนยุทธศาสตร์

3. กลุ่มเป้าหมาย คือ คณะกรรมการและสมาชิก

4. วัน / เวลา / สถานที่ วันที่ 2 กันยายน 2545 เวลา 18.00-23.30 น. สถานที่ วัดบ้านหนองบอน ตำบลหนองบอน อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

5. ผลการวิเคราะห์ มีดังนี้

5.1 จุดอ่อน

- 5.1.1 ขาดเงินทุนหมุนเวียน
- 5.1.2 ต้นทุนสูง เนื่องจากวัตถุดิบเริ่มหายากมีราคาแพงเพิ่มมากขึ้น
- 5.1.3 กลุ่มไม่เข้มแข็ง ขาดการวางแผนการผลิต
- 5.1.4 วัตถุดิบการผลิตไม่เพียงพอ
- 5.1.5 ผู้ผลิตกำหนดราคาเองไม่ได้ พ่อค้าคนกลางจะเป็นผู้กำหนดราคา
- 5.1.6 วัตถุดิบไม่ตรงกับความต้องการของตลาด
- 5.1.7 ขาดสัญลักษณ์
- 5.1.8 ขาดมาตรฐานผลิตภัณฑ์

5.2 จุดแข็ง

- 5.2.1 มีฝีมือ มีภูมิปัญญา
- 5.2.2 ใช้แรงงานในครอบครัว
- 5.2.3 ผู้นำเข้มแข็ง
- 5.2.4 ผลิตภัณฑ์จากไม้ มีรูปแบบที่หลากหลาย ปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์

ตามทรัพยากร มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของตลาด

- 5.2.5 การทำงานมีระบบเครือข่าย มีความสงบสุข
- 5.2.6 มีเครือข่ายพันธมิตร เป็นที่ฝึกงาน ฝึกการเรียนรู้ในการผลิต
- 5.2.7 มีที่สาธารณะสามารถปลูกป่าชดเชยได้

5.3 อุปสรรค

- 5.3.1 ตลาดแคบ เนื่องจากผู้ผลิตทำการผลิตตามที่พ่อค้าสั่งทำ
- 5.3.2 ราคาต่ำ
- 5.3.3 พ่อค้าคนกลางมาก
- 5.3.4 ผู้ผลิตมาก
- 5.3.5 กฎหมาย (ไม้หวงห้าม)
- 5.3.6 ไม้หายาก
- 5.3.7 ขาดการส่งเสริมจากหน่วยงานราชการอย่างต่อเนื่อง (กระทรวง

อุตสาหกรรม กรมป่าไม้ และกระทรวงพาณิชย์)

5.4 โอกาส

- 5.4.1 เทศกาลที่ทางราชการ และเอกชนจัด

5.4.2 นโยบายรัฐบาล

5.4.3 งานวิจัย

5.4.4 งบประมาณตามโครงการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชน

5.4.5 แหล่งพัฒนาความรู้ (ดีกว่า และแหล่งประกอบการ)

5.4.6 การสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ (กสน. อบต. และพัฒนาชุมชน)

5.4.7 การประชาสัมพันธ์

ยุทธศาสตร์ของกลุ่ม

1. ภายหลังจากการวิเคราะห์ SWOT ที่ดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆ ในข้อ 8.5 เสร็จเรียบร้อยแล้วคณะผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT มาจับคู่เพื่อหาความสัมพันธ์หรือมีเหตุผลที่สอดคล้องกัน จุดแข็งซึ่งเป็นจุดเด่นมาจับคู่กับอุปสรรค จุดแข็งกับโอกาส จุดอ่อนกับอุปสรรค และจุดอ่อนกับโอกาส มาทำแผนยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้

1.1 จุดแข็ง + อุปสรรค

1.1.1 มีฝีมือ มีภูมิปัญญา มีแรงงาน + มีผู้ผลิตมาก ราคาต่ำ การตัดราคา

1.1.2 ผู้นำเข้มแข็ง มีความสงบสุข + พ่อค้าคนกลางเยอะ

1.1.3 เครื่องมือ เครื่องช่าง พันธมิตร + ผู้ผลิตมาก กฎหมาย ขาดทรัพยากร

1.1.4 ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีการพัฒนารูปแบบตลอดเวลา + พ่อค้า

คนกลางมาก ขาดทรัพยากร ขาดการส่งเสริมจากหน่วยงานราชการอย่างต่อเนื่อง

1.2 จุดแข็ง + โอกาส

1.2.1 มีฝีมือ มีภูมิปัญญา มีแรงงาน + การประชาสัมพันธ์ นโยบายรัฐ การสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ

1.2.2 ผู้นำเข้มแข็ง ชุมชนสงบสุข + งานวิจัย โครงการพัฒนาเศรษฐกิจ

1.2.3 เครื่องมือ เครื่องช่าง พันธมิตร + แหล่งพัฒนาความรู้

1.2.4 ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายที่มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ตลอดเวลา +

เทศกาลที่ทางราชการ และเอกชนจัด

1.3 จุดอ่อน + อุปสรรค

1.3.1 ต้นทุนสูง + ตลาดแคบ ราคาต่ำ

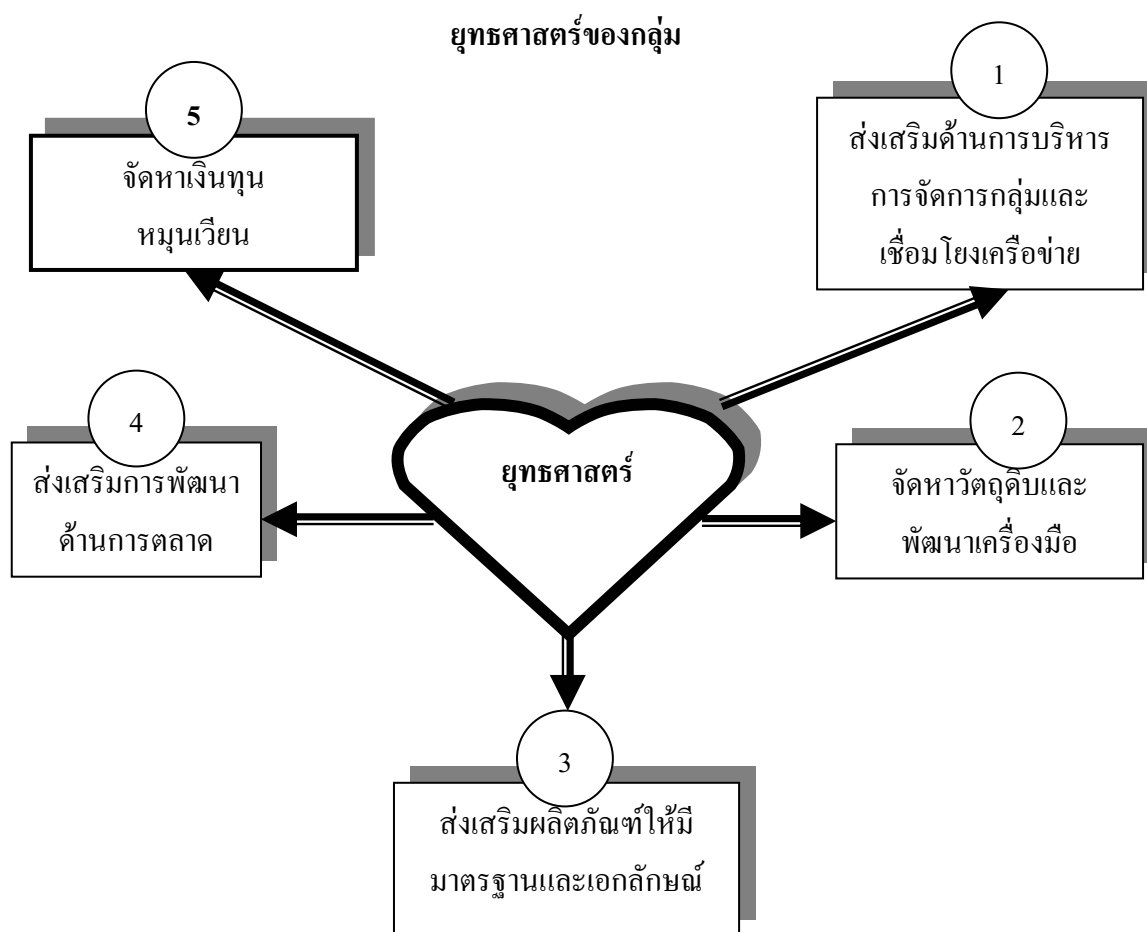
1.3.2 กลุ่มยังไม่แข็ง + การตัดราคา

1.3.3 วัตถุดิบไม่เพียงพอ + ทรัพยากรหายาก

1.3.4 การกำหนดราคาเองไม่ได้ + พ่อค้าคนกลางมาก กฎหมาย

- 1.3.5 วัตถุดิบไม่ตรงกับความต้องการของตลาด + ตลาดแคบ ทรัพยากรหายาก
- 1.3.6 ไม่มีความรู้ด้านแผนการผลิต + ขาดการส่งเสริมจากหน่วยงานราชการ
- 1.3.7 ขาดสัญลักษณ์ + ผู้ผลิตมาก
- 1.3.8 ขาดมาตรฐาน + ผู้ผลิตมาก
- 1.4 จุดอ่อน + โอกาส
- 1.4.1 ต้นทุนสูง + งบประมาณตามโครงการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชน
- 1.4.2 กลุ่มยังไม่แข็ง + แหล่งพัฒนาความรู้
- 1.4.3 วัตถุดิบไม่เพียงพอ + นโยบายรัฐบาล การสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ
- 1.4.4 การกำหนดราคาเองไม่ได้ + การสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ
- 1.4.5 วัตถุดิบไม่ตรงกับความต้องการของตลาด + เทศกาลที่ทางราชการ และเอกชนจัด
- 1.4.6 ไม่มีความรู้ด้านแผนการผลิต + การสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ
- 1.4.7 ขาดสัญลักษณ์ + งานวิจัย
- 1.4.8 ขาดมาตรฐาน + การประชาสัมพันธ์

2. การจัดทำยุทธศาสตร์ภายหลังจากที่ได้จับคู่เรื่อง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค คณะผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการจับคู่จัดทำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวประกอบ 16 (จากการจัดเวทีอภิปรายกลุ่ม วันที่ 2 กันยายน 2545)



ภาพประกอบ 16 แสดงแผนยุทธศาสตร์กลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้

จากภาพประกอบ 16 พบว่ายุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลหนองบอนมี ยุทธศาสตร์เรียงลำดับดังนี้ การส่งเสริมด้านการบริหารจัดการกลุ่มและการเชื่อมโยงเครือข่าย การ จัดหาวัตถุดิบและพัฒนาเครื่องมือ การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและเอกลักษณ์ ส่งเสริมการ พัฒนาด้านการตลาดและการจัดหาเงินทุนหมุนเวียน ตามลำดับ

3. การแปลงยุทธศาสตร์สู่แผนงาน / โครงการ / กิจกรรม ภายหลังจากที่ดำเนินการตาม ขั้นตอนต่างๆ ในข้อ 2. เสร็จเรียบร้อยแล้ว คณะผู้วิจัยได้นำยุทธศาสตร์มากำหนดกรอบแผน ยุทธศาสตร์ โครงการ / กิจกรรม กลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลา ผู้รับผิดชอบ สถานที่ และงบประมาณ มีรายละเอียด ดังตาราง 23 (การระดมความคิดจาก การจัดเวทีอภิปรายกลุ่ม วันที่ 7 กันยายน 2545)

ตาราง 23 แสดงกรอบแผนยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์	โครงการ / กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลา ๑	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่	งบประมาณ
1. ส่งเสริมด้านการบริหารจัดการกลุ่มและเชื่อมโยงเครือข่าย	1. ประชุมสมาชิก	สมาชิก	ก.ย.45 (6เดือน / ครั้ง)	คณะกรรมการ	อบต.หนองบอน	2,000 บ./ ครั้ง (อบต.)
	2. ฝึกอบรมด้านการบริหารจัดการองค์กรและเชื่อมโยงเครือข่าย	สมาชิก	ต.ค.45- ม.ค. 46	คณะกรรมการ	อบต.หนองบอน	10,000 บาท (อบต.)
	3. ศึกษาดูงาน	กรรมการและ ผู้แทนสมาชิก 44 คน	ต.ค.45 - พ.ย.46	คณะกรรมการ	จังหวัด ปราจีนบุรี	10,000 บาท (อบต.)
	4. จัดฝึกอบรมด้านบัญชี การเงินและพานิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	กรรมการและ ผู้แทนสมาชิก 30 คน	3 วัน	คณะกรรมการ	โรงเรียน บ้านหนอง บอนวิทยา กลุ่ม	16,000 บาท (อบต.)
2. จัดหาวัตถุดิบและพัฒนาเครื่องมือ	1. โครงการจัดหาเครื่องมือพร้อมจัดทำทะเบียน	คณะกรรมการ	ธ.ค 45	กรรมการ	ศูนย์ หัตถกรรม	170,000 บาท (อบต.)
	2. โครงการจัดเวทีเพื่อจัดหาวัตถุดิบ	สมาชิกและ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	พ.ย. 45	กลุ่ม	ศูนย์ หัตถกรรม	5,000 บาท (กลุ่ม)
	3. โครงการปลูกไม้ทดแทน	สมาชิก	พ.ค. 46	กรรมการ นายเดช ไกรสุข นายอุทัย อินพระ ประธาน กลุ่ม	ที่ สาธารณะ หมู่ที่ 1 หมู่ที่ 8	--

ตาราง 23 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์	โครงการ/กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่	งบประมาณ
3. โครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและเอกลักษณ์	1. โครงการจัดทำเครื่องหมายการค้า	คณะกรรมการ	ก.ย. 45	คณะกรรมการ	ศูนย์ หัตถกรรม	10,000 บาท (พช.)
	2. โครงการควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์	คณะกรรมการควบคุมมาตรฐาน	ตลอดปี	คณะกรรมการ	ศูนย์ หัตถกรรม	10,000 บาท (พช.)
	3. โครงการประชาสัมพันธ์					
	3.1 คู่มือผลิตภัณฑ์	1,000 เล่มๆ ละ 15 บาท	ธ.ค. 45	คณะกรรมการ	ศูนย์ หัตถกรรม	15,000 บาท (กลุ่ม)
	3.2 เอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	1,000 เล่ม ๆ ละ 2 บาท	ธ.ค. 45	คณะกรรมการ	ศูนย์ หัตถกรรม	2,000 บาท (กลุ่ม)
	3.3 สร้างผลิตภัณฑ์จำลองขนาดใหญ่	2 แห่ง	ธ.ค. 45	นายเดชไกรสุข นายอุทัย อินพระ	ทางเข้า หมู่บ้าน	5,000 บาท (กลุ่ม)
4. ส่งเสริมพัฒนาด้านการตลาด	1. โครงการสร้างศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์	1 แห่ง	ก.ย. 45 - เม.ย. 46	คณะกรรมการ	บ้าน หนอง โจรง	136,000 บาท(อบต.)
	2. โครงการสู่ระบบพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์	สมาชิกเครือข่ายผลิตภัณฑ์จากไม้	ก.ย. 45 - ต.ค. 46	กลุ่ม / สถาบัน ราชภัฏ บุรีรัมย์	บ้าน หนอง โจรง	136,000 บาท (อบต.)
	3. โครงการจัดทำเส้นทางการตลาดผลิตภัณฑ์จากไม้	สมาชิกเครือข่ายผลิตภัณฑ์จากไม้	ก.ย. 45 - ต.ค. 46	กลุ่ม / สถาบัน ราชภัฏ บุรีรัมย์	----	2,000 บาท

ตาราง 23 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์	โครงการ/กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่	งบประมาณ
5.โครงการจัดหาเงินทุนหมุนเวียน	4. โครงการผลิตภัณฑ์ไม้สัญจร	ตัวแทนกลุ่ม	ตลอดปี	นางงามสุนทรา	ตามที่รับเชิญ	----
	ติดต่อประสานงานแหล่งเงินทุน	อบต. อบจ. วิชาการ กองทุนฯลฯ	ก.ย. 45 - ต.ก.46	รักษ์คณะกรรมกร	----	----

จากตาราง 23 พบว่า กรอบแผนยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้มีกรอบยุทธศาสตร์ 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- ส่งเสริมด้านการบริหารจัดการกลุ่มและเชื่อมโยงเครือข่าย มีโครงการ / กิจกรรม ได้แก่ ประชุมสมาชิก ฝึกอบรมด้านการจัดการองค์กรและเชื่อมโยงเครือข่าย ศึกษาดูงาน จัดฝึกอบรมด้านบัญชี การเงินและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- จัดหาวัตถุดิบและพัฒนาเครื่องมือ โครงการ / กิจกรรม ได้แก่ โครงการจัดหาเครื่องมือพร้อมจัดทำทะเบียน โครงการจัดเวทีเพื่อจัดหาวัตถุดิบ โครงการปลูกไม้ทดแทน
- ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและเอกลักษณ์ โครงการ / กิจกรรม ได้แก่ โครงการจัดทำเครื่องหมายการค้า โครงการควบคุมมาตรฐานผลิต โครงการประชาสัมพันธ์ คู่มือผลิตภัณฑ์ เอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สร้างผลิตภัณฑ์จำลองขนาดใหญ่
- ส่งเสริมการพัฒนาด้านการตลาด โครงการ / กิจกรรม ได้แก่ โครงการสร้างศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ โครงการสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โครงการการจัดทำเส้นทางตลาดผลิตภัณฑ์จากไม้ โครงการผลิตภัณฑ์ไม้สัญจร
- จัดหาเงินทุนหมุนเวียน จัดหาเงินทุน โครงการ / กิจกรรม ได้แก่ ติดต่อประสานงานแหล่งเงินทุน

แผนการผลิต

คณะผู้วิจัยได้ร่วมจัดเวทีอภิปรายกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลหนองบอน อำเภอ ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ และผลจากการวิเคราะห์ SWOT ทำให้ทราบถึง ปัญหา อุปสรรค สาเหตุของปัญหา ตลอดจนแนวทางแก้ไขร่วมกันของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ พบว่า กลุ่มมีศักยภาพ ในหลายด้าน ทั้งทางด้านภูมิปัญญา ฝีมือในการผลิตความสามารถในการปรับเปลี่ยนแปรรูป ผลิตภัณฑ์ตามวัตถุดิบซึ่งนำมาประยุกต์ใช้กับเครื่องมือที่ทันสมัย ทำให้มีกำลังการผลิตที่สูงขึ้นมี ปริมาณและคุณภาพมากขึ้น ด้านแรงงานส่วนใหญ่ใช้แรงงานภายในครอบครัวเป็นหลัก มีระบบ เครือญาติ มีความสามัคคีช่วยเหลือซึ่งกันในการทำงานที่ดี โดยมีกลุ่มองค์กรหลายกลุ่มที่ดำเนิน กิจกรรมร่วมกันมาอย่างต่อเนื่อง เช่น กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กลุ่มโรงสีข้าว กลุ่มร้านค้า ชุมชน กลุ่มปลูกผัก ฯลฯ

แต่กลุ่มมีปัญหาอุปสรรคในด้านของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ไม้เริ่มหายาก มีราคาสูงขึ้น ทำให้มีต้นทุนการผลิตสูงตามขึ้นด้วย การรวมกลุ่มยังไม่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนเพื่อสร้างอำนาจใน การต่อรอง ด้านตำแหน่งผลิตภัณฑ์พบว่าอยู่ในระดับปานกลางทั้งด้านราคาและด้านคุณภาพ ด้าน ส่วนแบ่งการตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลหนองบอนมีส่วนแบ่งการตลาด ประมาณ 20% ของ ตลาดสวนจตุจักร กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นตลาดการค้าผลิตภัณฑ์จากไม้ที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ

นอกจากนี้แล้วยังทราบข้อมูลที่ได้จากแบบสำรวจสมาชิกผู้ผลิตที่ลดกรรมจากไม้ เกี่ยวกับจำนวนผู้ผลิตแต่ละผลิตภัณฑ์ แหล่งวัตถุดิบในการผลิต กำลังการผลิตต่อวัน/เดือน/ปี ต้นทุนและผลตอบแทนต่อ 1 หน่วยผลิตภัณฑ์ ซึ่งข้อมูลทั้งหมดดังที่กล่าวมาสามารถนำมาเป็น องค์กรประกอบในการพิจารณาจัดทำแผนการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ได้ โดยมี รายละเอียดดังนี้

1. การสำรวจแหล่งวัตถุดิบผลิตภัณฑ์จากไม้

จากการศึกษาแหล่งวัตถุดิบโดยสมาชิกกลุ่มร่วมกันทำแบบสำรวจเป็นรายบุคคลและ การจัดทำเวทีอภิปรายกลุ่มทำให้ทราบว่า แหล่งวัตถุดิบที่นำมาผลิตส่วนใหญ่ต้องซื้อมาจากแหล่ง อื่นนอกชุมชน ไม้ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญโดยจะมีพ่อค้านำไม้มาขายให้กับผู้ผลิตถึงหมู่บ้าน ตามขนาดที่ต้องการ เมื่อทราบข้อมูลจากการสำรวจแหล่งวัตถุดิบดังกล่าวแล้วจึงเป็นประโยชน์ ต่อกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไม้สมาชิกผู้ผลิตสามารถวางแผนการผลิตกำหนดรูปแบบหรือชนิด ของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับแหล่งวัตถุดิบหรือเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนในการจัดหา วัตถุดิบเพิ่มเติมหรือการจัดการแหล่งวัตถุดิบอื่นทดแทน กลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ต้องพึ่งพาแหล่ง วัตถุดิบจากภายนอกชุมชนซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตในระยะยาวเกี่ยวกับการจัดหาวัตถุดิบ มาผลิตเพื่อจำหน่ายให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภคต่อไป

คณะผู้วิจัยของสถาบันราชภัฏบุรีรัมย์ได้ร่วมจัดเวทีอภิปรายกลุ่มผู้ผลิตผักจากไม้พอสรูปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตอยู่ขณะนี้มีรูปแบบหรือรูปทรงขนาดเล็กเป็นส่วนใหญ่จึงทำให้ไม้สิ้นเปลืองไม้มากนักและขณะเดียวกันผู้ที่นำไม้มาขายให้กับผู้ผลิตก็สามารถจัดหาไม้ที่มีขนาดเล็กหรือบางชิ้นเป็นจำพวกเศษไม้ที่เหลือจากการใช้ประโยชน์อย่างอื่นที่ต้องใช้ไม้ที่มีขนาดใหญ่ ความยาว หรือความหนา มาก จึงทำให้ในสภาพปัจจุบันนี้ การผลิตถ้ามีผู้สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีรูปทรงขนาดใหญ่ก็จะมีปัญหาด้านวัตถุดิบบ้าง ไม่สามารถผลิตให้ได้ ฉะนั้นผู้ผลิตยังต้องอาศัยแหล่งวัตถุดิบเป็นตัวกำหนดปัจจัยการผลิตด้วยส่วนหนึ่ง

ในการจัดเวทีอภิปรายกลุ่มผู้ผลิตผักจากไม้เกี่ยวกับการสำรวจแหล่งวัตถุดิบซึ่งเป็นปัจจัยในการผลิตเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2545 คณะผู้วิจัยได้นำผลิตภัณฑ์จากไม้มะม่วง (แฉก) มาให้สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตผักจากไม้ตำบลหนองบอนได้ดูเป็นตัวอย่างซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่กลุ่มผู้ผลิตสามารถใช้เป็นทางเลือกในการเปลี่ยนแปลงวัตถุดิบเพื่อทดแทนวัตถุดิบที่ขาดแคลนหรือหายาก จากการสำรวจแหล่งวัตถุดิบของกลุ่มผู้ผลิตผักจากไม้ตำบลหนองบอนมีดังตาราง 24 (แบบสำรวจสมาชิกผู้ผลิตหัตถกรรมจากไม้ ตำบลหนองบอน อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ . 2545)

ตาราง 24 แสดงแหล่งวัตถุดิบของกลุ่มผู้ผลิตผักจากไม้ตำบลหนองบอน อำเภอประโคนชัย

รายการ	แหล่งที่ 1	แหล่งที่ 2	แหล่งที่ 3
1. ไม้พุง และไม้มะค่า	ที่อยู่ อำเภอโนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์ ราคาวัตถุดิบต่อหน่วย ไม้สี่ดำ ขนาด เส้นผ่าศูนย์กลาง 6-8 นิ้ว ยาว 1 เมตร ราคา 400 บาท ไม้สี่ลาย ราคา 300 บาท	ที่อยู่ อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ราคาวัตถุดิบต่อหน่วย ไม้สี่ดำ ขนาด เส้นผ่าศูนย์กลาง 6-8 นิ้ว ยาว 1 เมตร ราคา 400 บาท ไม้สี่ลาย ราคา 300 บาท	ที่อยู่ อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ ราคาวัตถุดิบต่อหน่วย ไม้สี่ดำ ขนาด เส้นผ่าศูนย์กลาง 6-8 นิ้ว ยาว 1 เมตร ราคา 400 บาท ไม้สี่ลาย ราคา 300 บาท

ตาราง 24 (ต่อ)

รายการ	แหล่งที่ 1	แหล่งที่ 2	แหล่งที่ 3
2. ไม้ตาล ไม้มะพร้าว ไม้ห่มากและ ไม้มันปลา	ที่อยู่ ตำบลหนองบอน อำเภอประโคนชัย ราคาวัตถุดิบต่อหน่วย ไม้ตาล ราคา ต้นละ 300-400 บาท ไม้มะพร้าว ราคา ต้นละ 20-50 บาท	ที่อยู่ ตำบลปังกู อำเภอประโคนชัย ราคาวัตถุดิบต่อหน่วย ไม้ตาล ราคา ต้นละ 300-400 บาท ไม้มะพร้าว ราคา ต้นละ 20-50 บาท	ที่อยู่ ตำบลละเวีย อำเภอประโคนชัย ราคาวัตถุดิบต่อหน่วย ไม้ตาล ราคา ต้นละ 300-400 บาท ไม้มะพร้าว ราคา ต้นละ 20-50 บาท

จากตาราง 24 แสดงแหล่งที่มาของวัตถุดิบผลิตภัณฑ์จากไม้ พบว่า มีพ่อค้านำไม้มาขายให้ผู้ผลิตโดยจัดส่งให้ถึงบ้าน ไม้บางชนิดจะทำเป็นชิ้นขนาดเท่าผลิตภัณฑ์ เช่น ตะเกียบ พ่อค้าไม้จะแปรรูปไม้ขนาด 1" x 1" ส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่พ่อค้าจะตัดเป็นท่อนๆ ยาว 1 เมตร ขนาดไม้เส้นผ่าศูนย์กลาง 6-8 นิ้ว ขายราคาท่อนละ 300-400 บาท ต้นตาลต้นละ 300-400 บาท ต้นมะพร้าว และต้นห่มาก ต้นละ 20-50 บาท แหล่งที่ 1 มาจากอำเภอโนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์ แหล่งที่ 2 มาจากอำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ แหล่งที่ 3 มาจากอำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ ส่วนไม้ตาล ไม้มะพร้าว ไม้ในปลา ไม้ห่มาก แหล่งที่ 1 มาจากในตำบลหนองบอน แหล่งที่ 2 มาจากตำบลปังกู อำเภอประโคนชัย แหล่งที่ 3 ตำบลละเวีย อำเภอประโคนชัย ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลไม่สามารถระบุรายชื่อ ที่อยู่ของพ่อค้าที่จำหน่ายไม้ให้ได้ เนื่องจากไม้บางชนิดได้มาไม่ถูกต้องตามกฎหมาย

2. สํารวจต้นทุน

การศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้บ้านหนองโจรง หมู่ที่ 8 ตำบลหนองบอน อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จากการสำรวจต้นทุนการผลิตต่อ 1 หน่วยผลิตภัณฑ์ ได้ทำการแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 ระดับคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีขั้นตอนการผลิตระดับยาก (กระบาย ชูดกาแพ โบว์ล (ชาม) เต่า และเป็ด) จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีขั้นตอน

การผลิตระดับปานกลาง (ทับพี ไม้เกาหลี ตะหวัด ช้อน-ส้อม ถาดรองแก้ว หวี ที่เขี่ยบุหรี่
 กล่องตะเกียบ กล่องรูป เขิงเทียน และช้อนม้าลาย) จำนวน 11 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ที่มี
 ขั้นตอนการผลิตระดับง่าย (ตะเกียบ ที่วางตะเกียบ ถ้วยน้ำจิ้ม ไม้จิ้มผลไม้ ที่ปาดเนย ที่ปักรูป
 ไม้พาย(กวน) ไม้เท้า และไม้บรรทัด) จำนวน 9 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถจำแนกต้นทุนการผลิต
 จำแนกต้นทุนผันแปรตามประเภทของผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีขั้นตอนการผลิตระดับยาก
 ค่าไม้ 35% ของต้นทุน ค่ากระดาษทราย 4 % ของต้นทุน ค่ากาว 2 % ของต้นทุน ค่าไฟฟ้า 5 %
 ของต้นทุน ค่าผ้าขัด 2 % ของต้นทุน ค่าเจาะ 3 % ของต้นทุน ค่ากลึง 9 % ของต้นทุน
 ค่าแรงงาน 40 % ของต้นทุน ผลิตภัณฑ์ที่มีขั้นตอนการผลิตระดับปานกลาง ค่าไม้ 30% ของ
 ต้นทุน ค่ากระดาษทราย 15 % ของต้นทุน ค่ากาว 3.50 % ของต้นทุน ค่าไฟฟ้า 2 % ของ
 ต้นทุน ค่าผ้าขัด 2.5 % ของต้นทุน ค่าเจาะ 3 % ของต้นทุน ค่าแรงงาน 44 % ของต้นทุน
 ผลิตภัณฑ์ที่มีขั้นตอนการผลิตระดับง่าย ค่าไม้ 42.5% ของต้นทุน ค่ากระดาษทราย 11 % ของ
 ต้นทุน ค่ากาว 3 % ของต้นทุน ค่าไฟฟ้า 2 % ของต้นทุน ค่าผ้าขัด 3 % ของต้นทุน ค่าแรงงาน
 38.50 % ของต้นทุน (จากการจัดเวทีอภิปรายกลุ่มในวันที่ 15 กันยายน 2545 ของคณะกรรมการ
 และสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ ตำบลหนองบอน อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ได้
 อภิปรายกลุ่มเพื่อ จัดทำแผนการผลิต ดังสรุปข้อมูลแผนการผลิต ในตาราง 25 - 27)

ตาราง 25 แสดงต้นทุนการผลิตต่อ 1 หน่วยผลิตภัณฑ์ (กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีขั้นตอนการผลิตระดับยาก)

ชนิดผลิตภัณฑ์	รายการค่าวัสดุ/หน่วย													รวมต้นทุน การผลิต/ หน่วย			
	ไม้ (บาท)	ร้อย ละ ของ ต้น ทุ น	กระ ดาก ทราย (บาท)	ร้อย ละ ของ ต้น ทุ น	กาว (บาท)	ร้อย ละ ของ ต้น ทุ น	ไฟฟ้า (บาท)	ร้อย ละ ของ ต้น ทุ น	ผ้าขัด (บาท)	ร้อย ละ ของ ต้น ทุ น	ค่า เจาะ (บาท)	ร้อย ละ ของ ต้น ทุ น	ค่า กลึง (บาท)		ร้อย ละ ของ ต้น ทุ น	ค่าแรง งาน (บาท)	ร้อย ละ ของ ต้น ทุ น
1. กระบวย	14	35	1.60	4	0.80	2	2	0.80	2	5	2	1.20	3	3.60	9	16	40
2. ชุดกาแฟ	24.50	35	2.80	4	1.40	2	3.50	1.40	2	5	2	2.10	3	6.30	9	28	70
3. โบว์ล (ขาม)	192.50	35	22	4	11	2	27.50	11	2	5	2	16.50	3	49.50	9	220	550
4. เต้า	10.50	35	1.20	4	0.60	2	1.50	0.60	2	5	2	0.90	3	2.70	9	12	30
5. ฝัก	3.50	35	0.40	4	0.20	2	0.50	0.20	2	5	2	0.30	3	0.90	9	4	10

จากตาราง 25 พบว่า ต้นทุนการผลิตต่อ 1 หน่วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีขั้นตอนการผลิตระดับยาก ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการผลิตของแต่ละขั้นตอนการผลิตรวมเป็นต้นทุนการผลิตต่อ 1 หน่วยผลิตภัณฑ์ ดังตัวอย่าง เช่น ต้นทุนการผลิตกระบวย 1 อัน ราคาต้นทุนการผลิตอันละ 40 บาท มีต้นทุนการผลิต ดังนี้ ค่าไม้เป็นเงิน 14 บาท ร้อยละ 35 ของต้นทุน ค่ากระดาษทราย เป็นเงิน 1.60 บาท ร้อยละ 4 ของต้นทุน ค่ากาวที่ใช้ติดชิ้นงาน ติดกระดาษทราย และติดผ้าขัดรวมเป็นเงิน 0.80 บาท ร้อยละ 2 ของต้นทุน ค่าไฟฟ้าที่ส่องแสงสว่างและเครื่องมือไฟฟ้า เป็นเงิน 2 บาท ร้อยละ 5 ของต้นทุน ค่าผ้าขัดเป็นเงิน 0.80 บาท ร้อยละ 2 ของต้นทุนค่าเจาะเป็นเงิน 1.20 บาท ร้อยละ 3 ของต้นทุน ค่ากึ่งเป็นเงิน 3.60 บาท ร้อยละ 9 ของต้นทุน และค่าแรงงาน 16 บาท ร้อยละ 40 ของต้นทุน รวมทั้งสิ้นคิดเป็นต้นทุนการผลิตกระบวย 1 อัน เป็นเงิน 40 บาท เป็นต้น

ตาราง 26 แสดงต้นทุนการผลิตต่อ 1 หน่วยผลิตถัดต่อ (กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีขั้นตอนการผลิตระดับปานกลาง)

ชนิดผลิตภัณฑ์	รายการค่าวัสดุ / หน่วย											รวมต้นทุนการผลิต / หน่วย			
	ไม้ (บาท)	ร้อยละ ของ ต้นทุน	กระดาษทราย (บาท)	ร้อยละ ของ ต้นทุน	กาว (บาท)	ร้อยละ ของ ต้นทุน	ไฟฟ้า (บาท)	ร้อยละ ของ ต้นทุน	ผ้าขัด (บาท)	ร้อยละ ของ ต้นทุน	ค่าเจาะ (บาท)		ร้อยละ ของ ต้นทุน	ค่าแรง งาน (บาท)	ร้อยละ ของ ต้นทุน
1. ทัพพี	7.50	30	3.75	15	0.88	3.50	0.50	2	0.62	2.50	0.75	3	11	44	25
2. ไม้เกהלั้ง	6	30	3	15	0.70	3.50	0.40	2	0.50	2.50	0.60	3	8.80	44	20
3. ตะหวัด	7.50	30	3.75	15	0.88	3.50	0.50	2	0.62	2.50	0.75	3	11	44	25
4. ซ้อน-ส้อม	7.50	30	3.72	15	0.88	3.50	0.50	2	0.62	2.50	0.75	3	11	44	25
5. ถาดรองแก้ว	4.20	30	2.10	15	0.49	3.50	0.28	2	0.35	2.50	0.42	3	6.16	44	14
6. หวี	3.60	30	1.80	15	0.42	3.50	0.24	2	0.30	2.50	0.36	3	5.28	44	12
7. ที่ตักอาหาร	6	30	3	15	0.70	3.50	0.40	2	0.50	2.50	0.60	3	8.80	44	20
8. กล้องตะเกียบ	7.50	30	3.75	15	0.88	3.50	0.50	2	0.62	2.50	0.75	3	11	44	25
9. กล้องชุป	1.50	30	0.75	15	0.18	3.50	0.10	2	0.12	2.50	0.15	3	2.20	44	5
10. เจึงเทียน	2.10	30	1.05	15	0.24	3.50	0.14	2	0.18	2.50	0.21	3	3.08	44	7
11. ซ้อนมีดถาย	3	30	1.5	15	0.35	3.50	0.20	2	0.25	2.50	0.30	3	4.40	44	10

จากตาราง 26 พบว่า ต้นทุนการผลิตต่อ 1 หน่วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีขั้นตอนการผลิตระดับปานกลาง ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการผลิตของแต่ละขั้นตอนการผลิตรวมเป็นต้นทุนการผลิตต่อ 1 หน่วยผลิตภัณฑ์ ดังตัวอย่าง เช่น ต้นทุนการผลิตทัฟพี 1 อัน ราคาต้นทุนการผลิตอันละ 25 บาท มีต้นทุนการผลิต ดังนี้ ค่าไม้เป็นเงิน 7.50 บาท ร้อยละ 30 ของต้นทุน ค่ากระดาษทราย เป็นเงิน 3.75 บาท ร้อยละ 15 ของต้นทุน ค่ากาวที่ใช้ติดชิ้นงานติดกระดาษทราย และติดผ้าขัดรวมเป็นเงิน 0.88 บาท ร้อยละ 3.50 ของต้นทุน ค่าไฟฟ้าที่ส่องแสงสว่างและเครื่องมือไฟฟ้า เป็นเงิน 0.50 บาท ร้อยละ 2 ของต้นทุน ค่าผ้าขัดเป็นเงิน 0.62 บาท ร้อยละ 2.50 ของต้นทุน ค่าเจาะเป็นเงิน 0.75 บาท ร้อยละ 3 ของต้นทุน และค่าแรงงาน 11 บาท ร้อยละ 44 ของต้นทุน รวมทั้งสิ้นคิดเป็นต้นทุนการผลิตทัฟพี 1 อัน เป็นเงิน 25 บาท เป็นต้น

ตาราง 27 แสดงต้นทุนการผลิตต่อ 1 หน่วยผลิตถั่ว (กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีขั้นตอนการผลิตระดับง่าย)

ชนิดผลิตภัณฑ์	รายการค่าวัสดุ / หน่วย										รวมต้นทุนการผลิต / หน่วย		
	ไม้ (บาท)	ร้อยละของ ต้นทุน	กระดาษทราย (บาท)	ร้อยละของ ต้นทุน	กาว (บาท)	ร้อยละของ ต้นทุน	ไฟฟ้า (บาท)	ร้อยละของ ต้นทุน	ผ้าตัด (บาท)	ร้อยละของ ต้นทุน		ค่าแรงงาน (บาท)	ร้อยละของ ต้นทุน
1. ตะเกียบ	1.70	42.50	0.44	11	0.12	3	0.08	2	0.12	3	1.54	38.50	4
2. ที่วางตะเกียบ	1.27	42.50	0.33	11	0.09	3	0.06	2	0.09	3	1.16	38.50	3
3. ถ้วยน้ำจิ้ม	2.12	42.50	0.55	11	0.15	3	0.1	2	0.15	3	1.93	38.50	5
4. ไม้จิ้มผลไม้	1.70	42.50	0.44	11	0.12	3	0.08	2	0.12	3	1.54	38.50	4
5. ที่ปาดเนย	1.91	42.50	0.50	11	0.14	3	0.09	2	0.14	3	1.72	38.50	4.50
6. ที่ปิ้งกฐูป	2.98	42.50	0.77	11	0.21	3	0.14	2	0.21	3	2.69	38.50	7
7. ไม้พาย (กวน)	6.37	42.50	1.65	11	0.45	3	0.30	2	0.45	3	5.78	38.50	15
8. ไม้เท้า	63.75	42.50	16.50	11	4.5	3	3	2	4.50	3	57.75	38.50	150
9. ไม้บรรทัด	2.12	42.50	0.55	11	0.15	3	0.6	2	0.15	3	1.93	38.50	5

จากตาราง 27 พบว่า ต้นทุนการผลิตต่อ 1 หน่วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีขั้นตอนการผลิตระดับง่าย ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการผลิตของแต่ละขั้นตอนการผลิตรวมเป็นต้นทุนการผลิตต่อ 1 หน่วยผลิตภัณฑ์ ดังตัวอย่าง เช่น ต้นทุนการผลิตตะเกียบ 1 คู่ ราคาต้นทุนการผลิตคู่ละ 4 บาท มีต้นทุนการผลิต ดังนี้ ค่าไม้เป็นเงิน 1.70 บาท ร้อยละ 42.50 ของต้นทุน ค่ากระดาษทราย เป็นเงิน 0.44 บาท ร้อยละ 11 ของต้นทุน ค่ากาวที่ใช้ติดชิ้นงานติดกระดาษทราย และติดผ้าชั่วคราวเป็นเงิน 0.12 บาท ร้อยละ 3 ของต้นทุน ค่าไฟฟ้าที่ส่องแสงสว่างและเครื่องมือไฟฟ้า เป็นเงิน 0.08 บาท ร้อยละ 2 ของต้นทุน ค่าผ้าขัดเป็นเงิน 0.12 บาท ร้อยละ 3 ของต้นทุน และค่าแรงงาน 1.54 บาท ร้อยละ 38.50 ของต้นทุน รวมทั้งสิ้นคิดเป็นต้นทุนการผลิตตะเกียบ 1 คู่ เป็นเงิน 4 บาท เป็นต้น

3. ผลตอบแทน

จากการศึกษาการคิดค่าผลตอบแทนของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้บ้านหนองโจรง หมู่ที่ 8 ตำบลหนองบอน อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จากแบบสำรวจสมาชิกผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้และนำมาตรวจสอบโดยการระดมความคิดอภิปรายของกลุ่มของคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม พบว่าผลตอบแทนต่อ 1 หน่วยของผลิตภัณฑ์คิดจากราคาที่ผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ขายส่ง หักด้วยราคาที่รับซื้อแต่ละชนิดนั้น ซึ่งมีรายละเอียดดังตาราง 28 (แบบสำรวจสมาชิกผู้ผลิตหัตถกรรมจากไม้ตำบลหนองบอน. 2545)

ตาราง 28 แสดงผลตอบแทนต่อ 1 หน่วยผลิตภัณฑ์

ชื่อผลิตภัณฑ์	ราคาที่รับซื้อ	ราคาขายส่ง	ส่วนต่าง	ร้อยละของส่วนต่าง
1. ตะเกียบ	4	4.50	0.50	12.5
2. กล่องรูป	5	6	1	20
3. ถ้วยน้ำจิ้ม	5	6	1	20
4. ช้อน	5	6	1	20
5. ที่วางตะเกียบ	3	3.50	0.50	12.5
6. ทัพพี	25	27	2	8
7. ไม้จิ้มผลไม้	4	4.50	0.50	12.5
8. ที่ปาดเนย	4.50	5	0.50	11.11

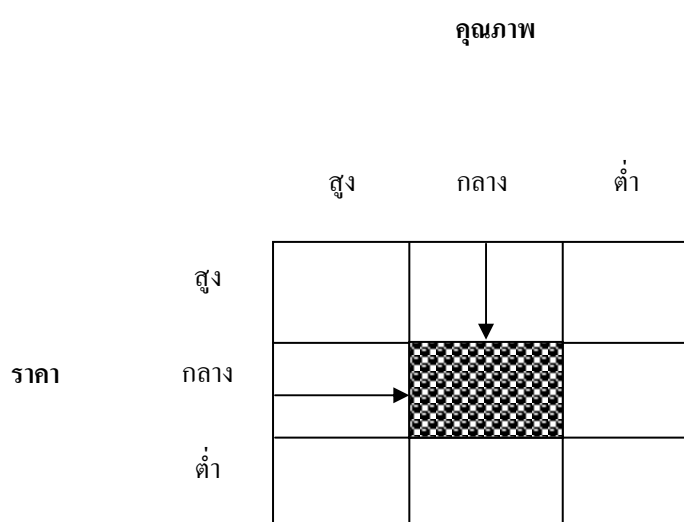
ตาราง 28 (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ราคาที่ได้รับซื้อ	ราคาที่ยายส่ง	ส่วนต่าง	ร้อยละของส่วนต่าง
9. ไม้เกาหลัง	20	22	2	10
10. ตะหลิว	25	27	2	8
11. ที่ปักรูป	7	8	1	14.28
12. ไม้พาย (กวน)	15	17	2	13.33
13. ซ้อน-ส้อม(สลัด)	25	27	2	8
14. กระบวย	40	45	5	12.5
15. ถาดรองแก้ว	14	15	1	7.14
16. หวี	10	12	2	20
17. ที่เชี่ยบุหรี	20	22	2	10
18. กล่องตะเกียบ	25	27	2	8
19. ถ้วยกาแฟ	70	80	10	14.28
20. โบว์ล (ชาม)	550	570	20	3.63
21. ไม้เท้า	150	160	10	6.66
22. เจึงเทียน	7	8	1	14.28
23. ไม้บรรทัด	5	6	1	20
24. เต่า	30	35	5	16.66
25. เป็ด	10	12	2	20

จากตาราง 28 พบว่า ผลตอบแทนต่อ 1 หน่วยผลิตภัณฑ์ มากที่สุด คือ กล่องรูป ถ้วยน้ำจิ้ม ซ้อน ที่ปักรูป หวี ไม้บรรทัด และเป็ด มีผลตอบแทน หน่วยละ 1-2 บาท คิดเป็น ร้อยละ 20 รองลงมาคือ เต่า มีผลตอบแทน หน่วยละ 5 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.66 และ ผลิตภัณฑ์ที่มีผลตอบแทนน้อยที่สุด คือ โบว์ล หน่วยละ 3 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.63

4. ตำแหน่งสินค้า

ตำแหน่งสินค้าผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลงบอน จากการที่คณะผู้วิจัยจัดเวทีอภิปรายกลุ่มร่วมกับผู้ผลิต ผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์จากไม้ วันที่ 15 กันยายน 2545 โดยการใช้ข้อมูลด้านคุณภาพและราคา ระดับสูง กลาง และต่ำเป็นองค์ประกอบในการพิจารณา สรุปได้ดังภาพประกอบ 17 (การจัดเวทีอภิปรายกลุ่ม วันที่ 15 กันยายน 2545)



ภาพประกอบ 17 แสดงการวางตำแหน่งสินค้า

จากภาพประกอบ 17 พบว่า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์จากไม้อยู่ในระดับกลาง คือ ราคาอยู่ในระดับปานกลางและราคาอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

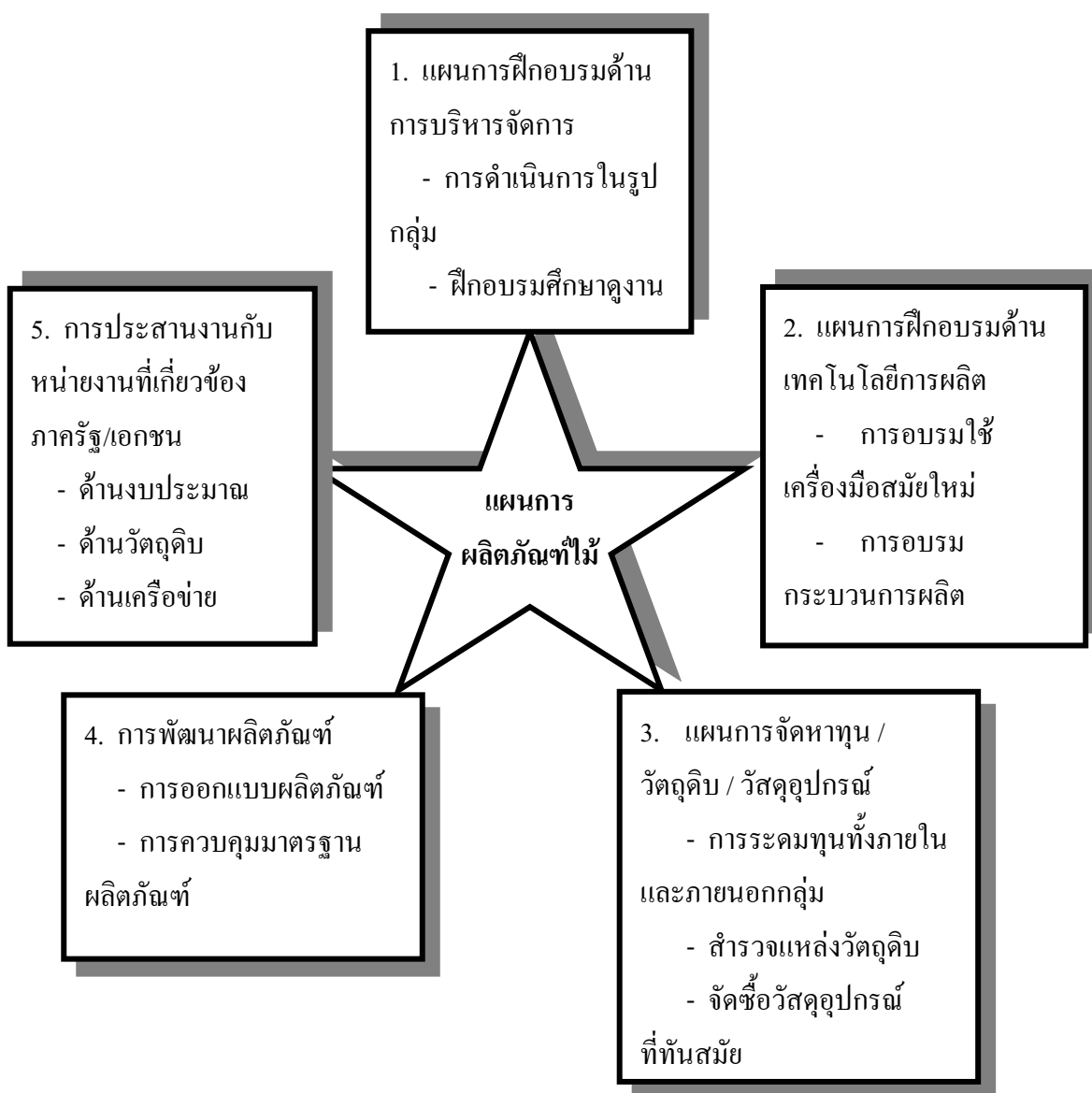
5. ส่วนแบ่งการตลาด

ผลิตภัณฑ์จากไม้ของตำบลหนองบอนจากการสัมภาษณ์ผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ที่นำไปจำหน่ายที่สวนจตุจักรซึ่งเป็นตลาดใหญ่ของการค้าผลิตภัณฑ์จากไม้พบว่าในแต่ละสัปดาห์จะมีพ่อค้าจากจังหวัดต่าง ๆ นำสินค้าไปจำหน่ายประมาณ 5 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดบุรีรัมย์ ศรีสะเกษ เชียงใหม่ ลำปาง และนครปฐม มียอดจำหน่ายเฉลี่ยทั้งหมดประมาณ 5,000,000 บาทต่อสัปดาห์ สำหรับพ่อค้าที่รับซื้อผลิตภัณฑ์จากตำบลหนองบอนไปจำหน่ายมีประมาณ 20 ราย ยอดจำหน่ายเฉลี่ยรายละ 50,000 บาทต่อสัปดาห์ ทั้งหมดประมาณ 1,000,000 บาทต่อสัปดาห์

จากยอดจำหน่ายดังกล่าวสรุปได้ว่า ผลผลิตจากไม้ด้าบลหนองบอนมีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 20% (สมัย ทาเงิน. สัมภาษณ์. 2545)

6. การจัดทำแผนการผลิต

หลังจากสำรวจข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการผลิตซึ่งประกอบด้วย การสำรวจแหล่งวัตถุดิบ การสำรวจต้นทุน การสำรวจผลตอบแทน การสำรวจตำแหน่งสินค้า การสำรวจส่วนแบ่งของตลาด นำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจวางแผนการผลิตร่วมกันโดยการจัดเวทีอภิปรายกลุ่ม เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2545 เวลา 18.00 – 23.00 น. ณ วัดบ้านหนองบอน มีรายละเอียดดังภาพประกอบ 18 (การจัดเวทีอภิปรายกลุ่ม วันที่ 15 กันยายน 2545)



ภาพประกอบ 18 แสดงกรอบแผนการผลิตไม้ด้าบล

จากภาพประกอบ 18 แสดงกรอบแผนการผลิตภัณฑ์ไม้ พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ มีการวางกรอบแผนการผลิต ประกอบด้วย แผนการฝึกอบรมด้านการบริหารจัดการ แผนการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีการผลิต แผนการจัดหาทุน/วัตถุดิบ/วัสดุอุปกรณ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ร่วมกับคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้จัดเวทีอภิปรายกลุ่มเพื่อจัดทำแผนการผลิตดังตาราง 29 (การจัดเวทีอภิปรายกลุ่ม วันที่ 15 กันยายน 2545)

ตาราง 29 แสดงแผนการผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลหนองบอน

ยุทธศาสตร์	โครงการ/ กิจกรรม	กลุ่ม เป้าหมาย	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่	งบประมาณ
1. แผน ฝึกอบรม ด้านการ บริหาร จัดการ	1. จัดฝึกอบรม เรื่องการรวมกลุ่ม/ การเชื่อมโยงเครือข่าย	สมาชิก 219 คน	ต.ค.-ธ.ค.45	คณะกรรมการ	กลุ่ม	3,000 บาท (อบต.)
	2. จัดศึกษาดูงาน	คณะกรรมการ	ต.ค.-ธ.ค.45	คณะกรรมการ	กลุ่ม	5,000 บาท (กลุ่ม)
2. แผนการ อบรมด้าน เทคโนโลยี การผลิต	1. อบรมการใช้ เครื่องมือ	สมาชิก 219 คน	ต.ค.-ธ.ค.45	คณะกรรมการ	กลุ่ม	10,000 บาท
	2. อบรมกระบวนการ ผลิต	สมาชิก 219 คน	ม.ค.46 - เม.ย.46	นายอุทัย อิน พระ	กลุ่ม	(กลุ่ม) 12,000 บาท (อบต.)
3. แผนการ จัดหาทุน / วัตถุดิบ / วัสดุ อุปกรณ์	1. ระดมทุนทั้ง ภายนอก / ภายใน กลุ่ม	คณะกรรมการ	ม.ค.46 - เม.ย.46	นายอุทัย อิน พระ	กลุ่ม	200,000 บาท (พอช.)
	2. จัดหาวัสดุ/ อุปกรณ์ที่ทันสมัย	คณะกรรมการ สมาชิก	ม.ค.46 - เม.ย.46	กรรมการ	กรุงเทพฯ ต่างจังหวัด วัด	10,000 บาท (อบต.)

ตาราง 29 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์	โครงการ/ กิจกรรม	กลุ่ม เป้าหมาย	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่	งบประมาณ
4. การ พัฒนา ผลิตภัณฑ์	1. การออกแบบ ผลิตภัณฑ์	หน่วยรัฐ / เอกชน	ตลอดปี	นายอุทัย อินพระ	กลุ่ม	10,000บาท (กลุ่ม)
	2. การควบคุม / มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ / โลโก้	คณะกรรมการ	ต.ค – ธ.ค 45	นายอุทัย อินพระ	กลุ่ม	3,000 บาท (กลุ่ม)
5. การ ประสาน งาน	1. ประสานงาน ด้านแหล่งเงินทุน	คณะกรรมการ	ต.ค – ธ.ค 45	กรรมการ	กลุ่ม	5,000 บาท (กลุ่ม)
	2. การเชื่อมโยง เครือข่าย	คณะกรรมการ	ต.ค – ธ.ค 45	กรรมการ	กลุ่ม	10,000 บาท (กลุ่ม)
	3. ประสานงาน ด้านการผลิต	คณะกรรมการ	ตลอดปี	กรรมการ	กลุ่ม	5,000 บาท (กลุ่ม)

จากตาราง 29 พบว่า แผนการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ประกอบด้วยดังนี้

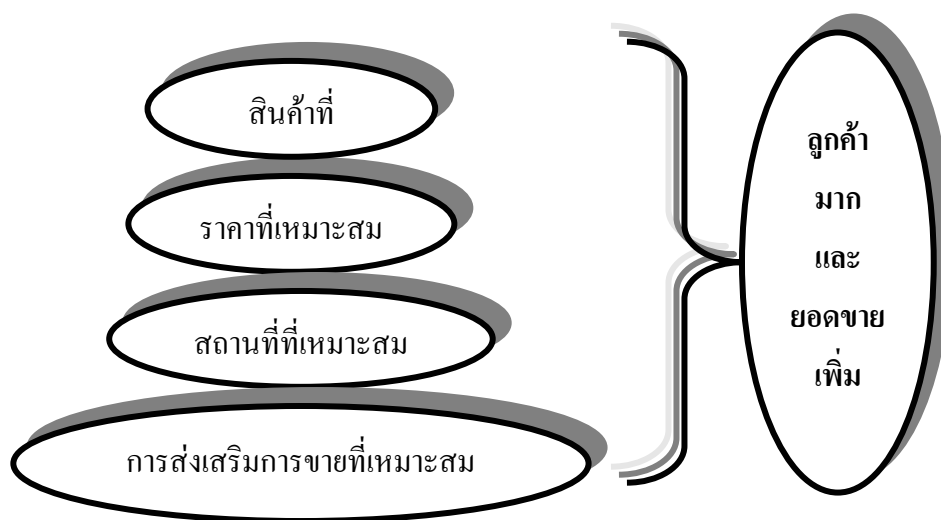
1. แผนการฝึกอบรมด้านการบริหารจัดการ มีโครงการ/กิจกรรมการจัดฝึกอบรมเรื่องการรวมกลุ่ม การเชื่อมโยงเครือข่าย
2. แผนการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีการผลิต มีโครงการ/กิจกรรมการจัดฝึกอบรมการใช้เครื่องมือที่ทันสมัย การอบรมด้านกระบวนการผลิต
3. แผนการจัดหาทุน/วัสดุดิบ/วัสดุอุปกรณ์ มีโครงการ/กิจกรรมจัดหาทุนทั้งภายนอกและภายในกลุ่ม การจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัย
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีโครงการ/กิจกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ การควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์

5. การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้งภาครัฐและเอกชนมีโครงการกิจกรรมประสานงานด้านแหล่งเงินทุน การเชื่อมโยงเครือข่าย และการประสานงานด้านการผลิต

แผนการตลาด

การศึกษาตลาดเป็นสิ่งจำเป็นจะต้องศึกษาสำหรับการทำธุรกิจชุมชนเพื่อให้ทราบว่าลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นใคร มีความต้องการผลิตภัณฑ์จากไม้รูปแบบใด ไม้ชนิดไหน กลุ่มผู้ผลิตจะต้องผลิตให้สอดคล้องกับความพอใจ และความต้องการของผู้บริโภคโดยผู้ผลิตมีกำไรมีรายได้

การวางแผนการตลาด หมายถึง การสร้างองค์ประกอบ 4 อย่าง ที่ส่งผลให้กิจการสามารถทำให้เกิดการขายผลิตภัณฑ์ได้ องค์ประกอบเหล่านั้น ได้แก่ ตัวสินค้า ราคา ท่าเลที่ตั้ง จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย การทำแผนการตลาดเป็นการพิจารณาและตัดสินใจว่าจะจัดองค์ประกอบทั้ง 4 ประการดังภาพประกอบ 19 (การจัดเวทีอภิปรายกลุ่มวันที่ 7 กันยายน 2545)



ภาพประกอบ 19 แสดงองค์ประกอบในการจัดทำแผนการตลาด

จากภาพประกอบ 19 พบว่า สินค้าที่เหมาะสม หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากไม้จะต้องวางแผนไว้ว่าจะขายผลิตภัณฑ์ประเภทใด สี ขนาด ลวดลายเป็นอย่างไร มีคุณภาพระดับใด

ซึ่งปัจจุบันกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบหนองบอนมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายจึงต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่ใส่สอย คุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้วย

ราคาที่เหมาะสม หมายถึง จำนวนเงินที่ได้รับจากการขายผลิตภัณฑ์ รวมถึงการลดราคา และการให้เครดิตแก่ลูกค้า ดังนั้นการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ต้องรู้ต้นทุนของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจึงสามารถกำหนดราคาที่เหมาะสมได้ซึ่งเป็นราคาที่ลูกค้ายินดีจ่ายมีราคาต่ำพอที่จะดึงดูดใจลูกค้าและสูงพอที่จะทำให้เกิดกำไรแก่ผู้ผลิต สำหรับผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบหนองบอนจากการสำรวจ พบว่า กำหนดราคาผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดนั้นขึ้นอยู่กับ ผู้ผลิตและพ่อค้าคนกลาง เป็นผู้กำหนดมีรายละเอียดดังตาราง 30 (แบบสำรวจสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมไม้ ตำบหนองบอน จังหวัดบุรีรัมย์. 2545)

ตาราง 30 แสดงผู้กำหนดราคาและวิธีการกำหนดราคา (ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ต้องการ)

รายการ	ผู้ผลิตกำหนด	ผู้ซื้อกำหนด	พ่อค้าคนกลาง กำหนด	ผู้ผลิตร่วมกับ พ่อค้าคน กลางกำหนด
1. ตะเกียบ				✓
2. ก่องรูป			✓	
3. ถ้วยน้ำจิ้ม				✓
4. ช้อน				✓
5. ที่วางตะเกียบ			✓	
6. ทัพพี			✓	✓
7. ไม้จิ้มผลไม้			✓	
8. ที่ปาดเนย				
9. ไม้เกาหลัง				✓
10. ตะหลิว			✓	
11. ที่ปิ้งรูป			✓	
12. ไม้พาย (กวน)				
13. ช้อน – ส้อม (สลัด)			✓	✓
14. กระบวย				
15. ถาดรองแก้ว			✓	
16. หวี				
17. ที่เขี่ยบุหรี่				✓
18. ก่องตะเกียบ				✓
19. ถ้วยกาแฟ	✓			
20. โบว์ล	✓			
21. ไม้เท้า	✓			

ตาราง 30 (ต่อ)

รายการ	ผู้ผลิตกำหนด	ผู้ซื้อกำหนด	พ่อค้าคนกลางกำหนด	ผู้ผลิตร่วมกับพ่อค้าคนกลางกำหนด
22. เชงเทียน		✓		
23. ไม้บรรทัด		✓		
24. เต้า				✓
25. เป็ด				✓

จากตาราง 30 พบว่า การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลงบอง จากแบบสำรวจสมาชิกกลุ่มหัตถกรรม จำนวนผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 25 ชนิด ปรากฏว่าพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนด 11 ชนิด กำหนดร่วมกันระหว่างผู้ผลิตและพ่อค้าคนกลางกำหนด 11 ชนิด และผู้ผลิตกำหนดเอง 3 ชนิด ตามลำดับ

สถานที่ที่เหมาะสม หมายถึง ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือวิธีการกระจายผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้า ได้แก่ การขายตรง คือ ผู้ผลิตขายสินค้าให้แก่ผู้ใช้โดยตรง การขายส่ง คือ ผู้ผลิตขายผลิตภัณฑ์จำนวนมากๆ ให้แก่ผู้ขายส่งซึ่งจะนำผลิตภัณฑ์นั้นไปขายให้แก่ผู้ขายรายย่อยและลูกค้าจะซื้อจากผู้ขายรายย่อย การขายปลีก คือ ผู้ผลิตขายผลิตภัณฑ์ให้ร้านค้าปลีก โดยผู้ซื้อจะซื้อจากร้านค้าปลีกนั้น ดังตาราง 31 (แบบสำรวจสมาชิกผู้ผลิตจากไม้ ตำบลงบอง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์)

ตาราง 31 แสดงแหล่งขายและราคาขายส่ง ขายปลีก (บาท/หน่วยผลิตภัณฑ์)

ชนิด ผลิตภัณฑ์	ราคาขาย ในหมู่บ้าน		ราคาขายออกร้าน (งานเทศกาล ต่างๆ)		ราคาขาย ให้เครือข่าย		พ่อค้าต่างจังหวัด	
	ขายส่ง	ขาย ปลีก	ขายส่ง	ขาย ปลีก	ขายส่ง	ขาย ปลีก	ขายส่ง	ขาย ปลีก
1. ตะเกียบ	4	6	6	10	4.50	6	5	7
2. ก่องรูป	5	6	6	10	5	10	6	10
3. ถ้วยน้ำจิ้ม	5	6	6	10	5	10	6	10
4. ซ้อนม้ลาย	10	12	12	15	11	12	12	15
5. ที่วางตะเกียบ	3	4	4	5	4	5	4	5
6. ทัพพี	25	27	27	30	25	27	25	30
7. ไม้จิ้มผลไม้	4	4.50	5	6	4.5	5	4.50	5
8. ที่ปาดเนย	4.50	5	5	6	5	6	5	6
9. ไม้เกาหลัง	20	25	25	30	25	30	25	30
10. ตะหลิว	25	30	30	35	27	30	27	30
11. ที่ปิ้งรูป	7	8	8	10	7	8	8	10
12. ไม้พาย	15	20	17	25	17	20	17	20
13. ซ้อน – ส้อม	25	30	25	30	27	30	27	30
14. กระบวย	40	45	45	50	45	50	45	50
14. ถาดรองแก้ว	14	15	15	17	15	17	15	17
16. หวี	12	15	15	20	14	17	15	20
17. ที่เขียนหูหรี	20	25	25	27	22	25	22	25
18. ก่องตะเกียบ	25	30	30	35	27	30	27	30
19. ถ้วยกาแฟ	70	80	80	100	80	90	80	90
20. โบว์ล	550	600	600	650	600	650	600	650

ตาราง 31 (ต่อ)

ชนิด ผลิตภัณฑ์	ราคาขาย ในหมู่บ้าน		ราคาขายออกร้าน (งานเทศกาล ต่างๆ)		ขาย ให้เครือข่าย		พ่อค้าต่างจังหวัด	
	ขาย ส่ง	ขาย ปลีก	ขายส่ง	ขาย ปลีก	ขายส่ง	ขาย ปลีก	ขายส่ง	ขาย ปลีก
21. ไม้เท้า	150	170	170	200	170	200	170	200
22. เชิงเทียน	7	8	8	10	8	10	8	10
23. ไม้บรรทัด	5	6	6	10	6	10	6	10
24. เต้า	30	40	40	50	35	40	35	40
25. เป็ด	10	12	12	15	12	15	12	15

จากตาราง 31 พบว่า ราคาที่ผู้ผลิตขายในหมู่บ้านจะถูกกว่าราคาที่ขายให้กับเครือข่าย พ่อค้าต่างจังหวัดและตามงานเทศกาล เช่น ตะเกียบ ราคาขายส่งในหมู่บ้านราคา 4 บาท ขายปลีก 6 บาท ขายออกร้านตามงานเทศกาล ขายส่ง 6 บาท ขายปลีก 10 บาท ขายส่งให้เครือข่าย 4.50 บาท ขายปลีก 10 บาท ขายส่งให้พ่อค้าต่างจังหวัด 5 บาท และขายปลีก 7 บาท เป็นต้น

การส่งเสริมการขายที่เหมาะสม หมายถึง การบอกกล่าวและดึงดูดใจให้กับลูกค้า เป้าหมายมาซื้อผลิตภัณฑ์จากไม้ ซึ่งทำได้โดยมีวิธีการดังนี้

การโฆษณา เป็นการบอกกล่าวให้ลูกค้าทราบถึงข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ช่วย จูงใจให้ลูกค้ามีความสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ โดยใช้สื่อมวลชนต่างๆ เช่น ป้าย เอกสาร แผ่นพับ และใบปลิว

การประชาสัมพันธ์ เป็นการที่ผู้อื่นบอกกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ เช่น การออกร้านตามงาน แสดงสินค้าที่หน่วยงานของรัฐและเอกชนจัดขึ้นซึ่งมีผู้มาเยี่ยมชมหรือการผ่านทางสื่อระบบ อิเล็กทรอนิกส์

การกระตุ้นการขาย เป็นการกระตุ้นความสนใจและทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ โดยการลด แลก แจก แถมผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับตัวผลิตภัณฑ์ สร้างความสนใจและดึงดูดใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ

องค์ประกอบ 4 ประการที่กล่าวมานี้ซึ่งจะนำไปจัดทำแผนการตลาดจากการสำรวจข้อมูลกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบหนองบอนมีรายละเอียดดังตาราง 32 (แบบสำรวจสมาชิกผู้ผลิตภัณฑ์จากไม้ ตำบหนองบอน อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์)

ตาราง 32 แสดงการวางแผนการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้

ยุทธศาสตร์	โครงการ/กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่	งบประมาณ (บาท)
1. ผลิตภัณฑ์	1. จัดฝึกอบรมศึกษาดูงานเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์	สมาชิก 219 คน	ต.ค.- ธ.ค. 45	คณะกรรมการ	กลุ่ม	3,000 (กลุ่ม)
	2. จัดหาวัสดุ/อุปกรณ์ที่ทันสมัย	สมาชิก 219 คน	ต.ค.- ธ.ค.45	คณะกรรมการ	กลุ่ม	10,000 (กลุ่ม)
	3. การควบคุม / มาตรฐานผลิตภัณฑ์ / โลโก้	คณะกรรมการ	ต.ค.- ธ.ค.45	คณะกรรมการ	กลุ่ม	10,000 (กลุ่ม)
	4. การออกแบบผลิตภัณฑ์	สมาชิก 219 คน	ตลอดปี	นายอุทัย อินพระ	ต่างจังหวัด กรุงเทพฯ	12,000(กลุ่ม)
	5. การเชื่อมโยงเครือข่ายผลิตภัณฑ์	คณะกรรมการ	ม.ค.46 - เม.ย.46	นายอุทัย อินพระ	ต่าง จังหวัด กรุงเทพฯ	12,000 (กลุ่ม)
2. ราคา	1. สำรวจต้นทุนผลิตภัณฑ์	สมาชิก	ก.ย. 46	คณะกรรมการ	กลุ่ม	--
	2. สำรวจคู่แข่ง	คณะกรรมการ	ม.ค.46 - เม.ย.46	สมาชิก	กลุ่ม	3,000 (กลุ่ม)
	3. การกำหนดราคา	สมาชิก	ต.ค - ธ.ค 45	คณะกรรมการ	กลุ่ม	15,000 (อบต)

ตาราง 32 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์	โครงการ/กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ	สถานที่	งบประมาณ (บาท)
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย	การสำรวจตลาด	สมาชิก	ต.ค. – ธ.ค. 45	คณะกรรมการ	กลุ่ม	10,000 บาท (อบต.)
4. การส่งเสริมการขาย	1. การประชาสัมพันธ์	สมาชิก	ต.ค – ธ.ค. 45	คณะกรรมการ	กลุ่ม	15,000 (อบต.)
	2. การโฆษณา	สมาชิก	ต.ค – ธ.ค. 45	คณะกรรมการ	กลุ่ม	10,000 (อบต.)
	3. การกระตุ้นการขาย	สมาชิก	ต.ค – ธ.ค. 45	คณะกรรมการ	กลุ่ม	10,000 (อบต.)

จากตาราง 32 พบว่า การวางแผนการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้มีองค์ประกอบดังนี้

1. ตัวผลิตภัณฑ์ มีโครงการ/กิจกรรม จัดฝึกอบรมศึกษาดูงานเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัสดุ/อุปกรณ์ที่ทันสมัย การควบคุม/มาตรฐานผลิตภัณฑ์/โลโก้ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การเชื่อมโยงเครือข่ายผลิตภัณฑ์
2. ราคา มีโครงการ / กิจกรรม สำรวจต้นทุนผลิตภัณฑ์ สำรวจคู่แข่ง การกำหนดราคา
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย มีโครงการ / กิจกรรม การสำรวจตลาด
4. การส่งเสริมการตลาด มีโครงการ / กิจกรรม การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การกระตุ้นการขาย

ผลกระทบของชุมชนจากโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่ต่อชุมชน

จากการศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ ตำบลหนองบอน อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า การดำเนินงานที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนจาก โครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม พอสรุปได้ดังนี้

1. สมาชิกในชุมชนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เกิดความรักสามัคคีในชุมชน เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน ทั้งในเรื่องการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ การจำหน่าย การบริหารจัดการองค์กร เป็นต้น
2. หากมองผลกระทบจากโครงการวิจัยในแง่ลบ พบว่า มีบ้างเนื่องจากผลิตภัณฑ์ไม้ของกลุ่มบางชนิดเป็นไม้หวงห้าม ทำให้มีกลุ่มผู้คนที่ไม่เห็นด้วยคัดค้านว่าเป็นโครงการวิจัยที่อาจส่งเสริมอาชีพชาวบ้านให้ทำผิดกฎหมาย แต่ผลิตภัณฑ์จากไม้ตำบลหนองบอนมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย รูปแบบสวยงาม ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของอำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ดังนั้นหากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องส่งเสริมสนับสนุนให้การดำเนินกิจกรรมที่ถูกต้องและค่อยๆ ปรับเปลี่ยนมาใช้ไม้อื่น ๆ ที่มีคุณภาพใกล้เคียงกันแล้วก็จะทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้สามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืนต่อไป
3. พัฒนาเชิงองค์กรเกิดกระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการร่วมกัน สมาชิกมีความกระตือรือร้นในการรวมกลุ่มมากขึ้น
4. ชุมชนได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ การระดมความคิดและทำงานร่วมกัน
5. ชุมชนเริ่มรู้จักการเชื่อมโยงเครือข่าย เช่น จากการสำรวจแหล่งวัตถุดิบร่วมกันของสมาชิกทำให้สมาชิกรู้จักพ่อค้าวัตถุดิบเพิ่มขึ้นและมีความสัมพันธ์สั่งซื้อวัตถุดิบต่อกัน เกิดการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิก โดยการรวมจำนวนกันสั่งซื้อทำให้สามารถต่อรองราคากับพ่อค้าได้ซึ่งเป็นลักษณะการเชื่อมโยงเครือข่ายแหล่งวัตถุดิบ
6. ทำให้สมาชิกในชุมชนรู้จักการสำรวจข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา เช่น การสำรวจตนเอง รู้จักการระดมความคิด การวิเคราะห์ ปัญหา อุปสรรค ทำให้มีการร่วมกันคิด ร่วมกันวางแผน ร่วมปฏิบัติ และร่วมแก้ไข ซึ่งจะนำไปสู่การร่วมรับผลประโยชน์ร่วมกันในอนาคต
7. ผู้ผลิตบางรายเห็นว่า การรวมกลุ่มไม่จำเป็นทำให้ขาดความคล่องตัวในการทำงาน เพราะต้องผ่านระบบกลุ่ม การบริหารการจัดการร่วมกันทำให้ล่าช้า
8. พ่อค้าคนกลางที่อยู่ในหมู่บ้านไม่อยากให้มีการรวมกลุ่มเท่าใดนักเพราะถ้ามีการรวมกลุ่มที่เป็นรูปธรรมแล้วทำให้พ่อค้าคนกลางที่อยู่ในหมู่บ้านขาดรายได้ ขาดอำนาจในการกำหนดราคา และการตลาด เพราะต้องผ่านระบบกลุ่ม