

การศึกษาวิจัยธุรกิจชาใบหม่อนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกลุ่ม เพื่อนำมาวิเคราะห์ วางแผนเชิงกลยุทธ์ และประเมินผลให้กับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่นิ่งหิน-ศิลาทิพย์ได้ผลิตชาใบหม่อนให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยได้เลือกศึกษากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่นิ่งหิน-ศิลาทิพย์ ต.พระยีน อ.พระยีน จ.ขอนแก่น

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่นิ่งหิน-ศิลาทิพย์ มีสมาชิกทั้งหมด 69 ราย แต่ลงมือทำชาใบหม่อนจริงเพียง 20 ราย มีคณะกรรมการบริหารกลุ่ม 8 คน ซึ่งมาจากการเลือกตั้ง มีวาระ 2 ปี กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้ทำผลิตภัณฑ์ชาใบหม่อน 3 ชนิด คือ ชาใบชนิดชาผงชนิดของ และชาหม่อนผงสำเร็จรูป โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายคือ ขายให้กับผู้บริโภคทั่วไป วางขาย ณ ที่ทำการกลุ่ม อุปกรณ์ประจำต่างจังหวัดที่จัดส่งทางไปรษณีย์ ร้านจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ร้านศึกษาภัณฑ์ขอนแก่น โรงแรมโฆษณา และอ.ส. นอกจากผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิดนี้แล้ว ทางกลุ่มแม่บ้านยังได้ทำชาใบอินทรีย์ที่อบแห้งแล้ว ขายให้กับตัวแทนผู้ผลิตสหกรณ์กรีนเนทหรือมูลนิธิสายใยแผ่นดิน ที่รับซื้อชาหม่อนจากกลุ่มแม่บ้าน ภายใต้การทำสัญญาข้อตกลงในระยะเวลา 1 ปี โดยให้ทางกลุ่มแม่บ้านจัดส่งชาทางไปรษณีย์ให้กับสหกรณ์กรีนเนทเดือนละ 60 กิโลกรัม

เงินทุนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเมื่อเริ่มก่อตั้งกลุ่มในปี 2541 เป็นเงิน 594,550 บาท โดยเป็นทุนที่ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพระยีนเป็นผู้จัดหาให้ ถือว่ามีผลกระทบต่อการดำเนินการเกษตร และการถือหุ้นของสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านเอง

ในรอบปี 2547 กลุ่มมีกำไรทุกเดือน โดยมีกำไรรวมตลอดทั้งปีเท่ากับ 72,770 บาท และในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี กำไรในแต่ละเดือนจะมากกว่า 10,000 บาท เนื่องจากมีตลาดรองรับที่แน่นอนกว่าแต่ก่อน คือส่งให้สหกรณ์กรีนเนทเป็นรายเดือน และได้ผลตอบแทนในเดือนถัดมา

สภาพการแข่งขันในท้องตลาดของชาใบหม่อนในอำเภอพระยีนมีการแข่งขันที่ไม่สูงนัก เนื่องจากมีเพียงสองกลุ่มเท่านั้นที่ผลิตชาใบหม่อน คือ ชาใบหม่อนพระยีน ซึ่งผลิตโดย กลุ่ม

แม่บ้านเกษตรกรบ้านดงกลาง ตำบลบ้านโน้น และชาไบหมู่่อนชั่งผลิตโดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร
พินเท็บ-คีลาทิพย์เอง

จากการศึกษาผู้วิจัยได้กำหนดเป็นกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านการจัด
องค์กร ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรบุคคล(ชาหมู่่อนอินทรีย์) กลยุทธ์ด้านการผลิต ได้แก่
กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรดินและพื้นที่เพาะปลูกดันหมู่่อน กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรน้ำ กล
ยุทธ์การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อรักษาคุณภาพของใบชา กลยุทธ์การพัฒนาเครื่องมือและอุปกรณ์
การทำชา กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์กลยุทธ์ด้านการตลาด ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาตลาด กล
ยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่ม กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย กลยุทธ์การรักษาภาระต้นราคา กลยุทธ์การ
พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ และกลยุทธ์ด้านการเงิน ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาเทคโนโลยีด้าน
การเงิน

จากแผนเชิงกลยุทธ์ที่ได้กำหนดขึ้น ผู้วิจัยได้นำมาทำการประเมินเพื่อให้ได้ข้อสรุปว่า
ถ้าปฏิบัติตามแผนกลยุทธ์ดังกล่าวภายในระยะเวลา 3 ปี เมื่อสิ้นสุดปีที่ 3 และ จะทำให้ผลการ
ปฏิบัติงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยกลุ่มได้รับผลประโยชน์มากขึ้น
คือ รายได้ของกลุ่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 ต่อปี สมาชิกได้รับเงินปันผลมากขึ้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 ต่อ
ปี ค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยเคมีลดลง ชนิดของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากเดิมเป็น 5 ชนิด กลุ่มมีความ
เข้มแข็งขึ้น ความสามัคคีภายในกลุ่มดีขึ้น ได้รับการยอมรับจากสังคมมากขึ้น ความเสี่ยงในความ
ผิดพลาดทางบัญชีลดลง การรู้จักผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ส่วนความสูญเสียที่กลุ่มจะได้รับ
คือ เสียค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโทรศัพท์พื้นฐาน 500 บาทต่อเดือน เสียค่าจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์
15,000 บาท รายได้จากชาใบหมู่่อนเดิมลดลงร้อยละ 30 และเสียเวลาในการพัฒนาและปรับปรุง
พื้นที่เพาะปลูกจากเกษตรทั่วไปมาเป็นเกษตรอินทรีย์ 3 ปี

The objectives of this research were to study the internal and external environments of Hin Herb-Silathip Farmer Housewife Group in order to improve their Potentiality and effectiveness in their Production of mulberry tea. The research analysis were strategic planning and the evaluation of the Hin Herb-Silathip Farmer Housewife Group in Tambon Prayuen, Amphoe Prayuen, Changwat Khon Kaen.

The research findings were as follows: The Hin Herb-Silathip Farmer Housewife Group had 69 members; only 20 of them actually produced mulberry tea. The Group had 8 Executive Committee, elected for a 2-year term. The Group did produced 3 kinds of products: leaf tea, encased power tea and ready-made power tea. The sale distribution channels included sale to general consumers sale at the group's office, mail-order from regular customers, OTOP center in Khon Kaen, and shops at Kosa Hotel and at the bus station. In addition to the three, kinds of products the Group also produced bakes organic tea leaf to the order of Green-net or the Land Network Foundation under the one-year contract, obligating the Group to deliver 60 kilograms per month by mail.

The original capital of the Group which stated in 1998 was baht. 594,550. It was the loan from the Agricultural Promotion Department through the Tambon Administrative Organization. Members also took part by way of share holders.

In the year 2004, the Group made profit every month, making the annual total of baht. 72,770. During the last quarter, the profits exceeded baht 10,000 per month, due to the Green-net deal. Members received their dividends during the month which followed.

The market competition of mulberry tea in Amphoe Prayuen was not keen because there were only two groups which produced mulberry tea, the one by the farmer housewife group in Ban Dongklang, Tambon Ban Ton and the other by the farmer housewife group in Ban Hin Herb-Silathip itself.

Based on the study, the researcher has designed the following strategies: strategy on organizational management, i.e. strategy on the personnel development (organic mulberry tea); strategy on production, i.e. strategy on land development to grow mulberry trees; strategy on the development of tools and equipments for tea production; strategy on production development and on marketing, i.e. strategies on market development, on value-adding, on sale promotion, on price control, on information technology development; and strategy on finance, i.e. strategy on the development of financial technology.

From these strategies which have been designed, the researcher under took an evaluation, which led to the following conclusions. If these strategies were put into effect for 3 years, at the end of the third year, the results of the work by the farmer housewife group will change and become different from the past. That is to say, the benefits will be much more: the group income will increase by 50 percent, the group members will receive 50 percent increase in their annual dividend, the cost of chemical fertilizer will decrease, the products will increase into 5 kinds, the group will become strong, the group unity will be enhanced, the group will be more recognized by the community, the risk of accounting mistakes will decrease, the products will be better known by the consumers. But the liabilities with the group will face include the following: 500 baht per month for the basic telephone, 15,000 baht for the computer purchase, the income from old mulberry tea will decrease by 30 percent, and it will take 3 years to develop and rehabilitate the land from general farming into organic farming.