

การศึกษาการจัดการธุรกิจสินค้าในโครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองกงใหญ่ ต.หนองกงใหญ่ อ.กระนวน จ.ขอนแก่น : กรณีผลิตภัณฑ์มะม่วงแช่อิ่ม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจ และการผลิตมะม่วงแช่อิ่ม ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาทางด้านการตลาดและการจัดการรวมทั้งเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสม รวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองกงใหญ่ การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประธาน คณะกรรมการ สมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมการผลิต การจำหน่ายมะม่วงแช่อิ่มที่เข้าร่วมกิจกรรมการดำเนินงานของกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ และมีอายุสมาชิกตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป จำนวน 20 คน ซึ่งจากการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2534 มีสมาชิกจำนวน 25 คน โดยมีเงินทุนจำนวน 2,000 บาท ซึ่งได้รับการสนับสนุน จากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอกระนวน ต่อมาเมื่อปี 2544 ได้เข้าร่วมโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันปี 2546 มีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 64 คน มีการรวมหุ้น หุ้นละ 100 บาท เป็นเงินจำนวน 64,000 บาท ได้รับการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนจากภาครัฐแบ่งเป็น เงินทุนหมุนเวียนที่ไม่ต้องใช้คืน 325,300 บาท เงินทุนหมุนเวียนที่ต้องใช้คืน 540,000 บาท ซึ่งได้มีการชำระคืนไปแล้ว 300,000 บาท

ในการดำเนินงานกลุ่มมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพิ่มพูนรายได้แก่สมาชิกในการประกอบอาชีพหลัก 2) ส่งเสริมการประกอบอาชีพเสริมหลังฤดูกาลเก็บเกี่ยว 3) เสริมสร้างความสามัคคีแก่สมาชิกกลุ่ม 4) สนับสนุนการทำงานในระบบประชาธิปไตยภายในกลุ่ม 5) เสริมสร้างและพัฒนากลุ่มในเชิงธุรกิจชุมชน 6) การบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ มีระเบียบการแบ่งปันและจัดสรรผลประโยชน์จากการจำหน่ายหลังจากหักค่าใช้จ่าย ให้ผู้จำหน่ายร้อยละ 55 และแบ่งเป็นเงินปันผลค่าหุ้น เงินสะสมกองทุน และเงินตอบแทนคณะกรรมการอีกส่วนละร้อยละ 15 ตามลำดับ การบริหารงานกลุ่ม มีการคัดสรรคณะกรรมการที่มาจากการลงมติของสมาชิกทั้งหมดจำนวน 64 คน เพื่อเป็นตัวแทนของสมาชิกกลุ่ม โดยประกอบไปด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ เภรัญญิก และคณะกรรมการ รวมทั้งหมด 13 คน

การผลิตจะทำการผลิตตามความต้องการของตลาด โดยเฉลี่ยจะทำการผลิตวันละ 67.5 ก.ก. ซึ่งวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตได้แก่ มะม่วงแก้ว ซึ่งคัดคุณภาพโดยใช้วิธีสังเกตดูจากผิวของผลมะม่วงที่ไม่มีมีแผล ไม่เหี่ยวเฉา รูปผลสวยไม่ผิดปกติ ผลมะม่วงแข็งแรงแน่น ผลใหญ่ สีเขียว และแก่จัด ขนาดมาตรฐานของกลุ่มคือ 4 ผล ต่อ 1 กิโลกรัม จนถึงขนาดต่ำสุดที่รับซื้อคือ 6 ผล ต่อ 1 กิโลกรัม มีการรับซื้อเพียงปีละครั้งช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคมของทุกปี ราคาเฉลี่ยที่รับซื้อ 2.50 บาท หรือจากการสอบถามราคาตลาดในจังหวัดขอนแก่นและให้ราคาสูงกว่าราคาตลาดอีก 10 สตางค์ เพื่อเป็นการจูงใจให้เกษตรกรที่รักษาเรื่องมาตรฐานและคุณภาพ นอกจากนี้ยังมีการรับซื้อมะม่วงที่ดองแล้วจากเครือข่ายอีกด้วย เมื่อทำการแปรรูปเป็นมะม่วงแช่อิ่มแล้วจะจำหน่ายทั้งส่งและปลีก มีขนาดบรรจุ 2 ขนาด คือ ขนาด 400 กรัม จำหน่ายส่งและฝากขายราคา 18 บาท จำหน่ายปลีกราคา 20 บาท ขนาด 1,000 กรัม จำหน่ายส่งและฝากขายราคา 40 บาท จำหน่ายปลีกราคา 50 บาท โดยใช้ช่องทางจำหน่าย ช่องทางตรงเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายร้อยละ 80 โดยใช้พนักงานขายที่เป็นสมาชิก ช่องทางอ้อมเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายร้อยละ 20 โดยผ่านร้านค้า OTOP ที่สถานีขนส่งจังหวัดขอนแก่น สถานีขนส่งปรับอากาศจังหวัดขอนแก่น และร้านศึกษภัณฑ์จังหวัดขอนแก่น บรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับบรรจุเพื่อจำหน่ายนั้นใช้ถุงพลาสติกสำหรับบรรจุอาหาร 2 ขนาดคือ ขนาด 7×11 นิ้ว บรรจุมะม่วงแช่อิ่ม 400 กรัม ราคาขายส่ง 18 บาท ราคาขายปลีก 20 บาท และถุงพลาสติกขนาด 8×12 นิ้ว บรรจุมะม่วงแช่อิ่ม 1,000 กรัม ราคาขายส่ง 40 บาท ราคาขายปลีก 50 บาท ตัดผลลากอาหารตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด และได้รับการรับรองมาตรฐานอ.ย. มะม่วงแช่อิ่มของกลุ่มมีรสชาติอร่อย กรอบ สะอาด ไม่ใส่วัตถุกันเสียและปลอดภัยต่อผู้บริโภคและได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ในปี 2546 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีการผลิตมะม่วงแช่อิ่มทั้งหมด 24,300 กิโลกรัม มีรายได้ที่เป็นเงินสดจากการจำหน่ายมะม่วงแช่อิ่ม 584,397 บาท ต้นทุนในการผลิตมะม่วงดอง 1 กิโลกรัมเท่ากับ 8.05 บาท ต้นทุนการแปรรูปมะม่วงแช่อิ่ม 1 กิโลกรัม (ผลิตมะม่วงเอง) เท่ากับ 20.22 บาท ต้นทุนการแปรรูปมะม่วงแช่อิ่ม 1 กิโลกรัม (ซื้อมะม่วงดอง) เท่ากับ 21.86 บาท ในการแปรรูปมะม่วงดองมีมูลค่าเพิ่มสุทธิจากการแปรรูปเฉลี่ย 1 กิโลกรัม เท่ากับ 15.23 บาท

ข้อเสนอแนะในส่วนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาขนาดบรรจุให้มีความหลากหลายโดยเพิ่มขนาดบรรจุขนาดเล็ก 100 กรัม 200 กรัม เพื่อให้เหมาะกับการบริโภคครั้งเดียว หรือต่อการบริโภคเพียง 1 คนพอดี ส่วนบรรจุภัณฑ์ควรมีการปรับเปลี่ยนเป็นถุงสุญญากาศ มีฉลากอาหารที่พิมพ์รายละเอียดส่วนผสม ระบุวันที่ผลิต วันหมดอายุให้ชัดเจน เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพ และยืดอายุการเก็บรักษาได้นานยิ่งขึ้น และเพื่อความปลอดภัยจากสิ่งปลอมปนที่อาจตกหล่นลงไปนมะม่วงแช่อิ่มก่อนการตัดจำหน่าย ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ยิ่งขึ้นว่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่เทียบเท่ากับธุรกิจอุตสาหกรรมโรงงานด้านการจัดจำหน่าย ควรมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านมินิมาร์ท ร้านค้าตามสถานศึกษา ทั้งในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง

The purpose of this research is to study the 1) business management and production of preserved mangoes under the OTOP (One Tambon One Product) project, 2) problems and obstacles in developing marketing and management strategies, including eliciting manufacturers opinions, 3) marketing strategies of Nong Kung Yai farmers' housewives group. The methodology used for collecting data was interview. The sample group includes 20 participants comprised of the chair of the committee members and the group members involving in producing and selling the preserved mango process. All participants worked on a regular basis and have been members of the group for no less than a year.

Results from the study revealed that the farmers' housewives group had been established since September 25, 1991. The group began with 25 members and a budget of 2,000 baht given the office of community development, Kranuan district. Later in 2001, the group joined the One Tambon One Product (OTOP) project. In 1996, the number of members increased to 64. Partnerships were created with members holding shares, costing 100 baht each adding up to 64,000 baht. The group also received investment money from the government, which is separated into a gratuity of 300,000 baht and a guaranteed investment (loan) of 540,000 baht; 300,000 baht of this loan has already been returned.

The purpose of establishing the group was to 1) increase the income for members, 2) create jobs for members in the post-harvesting season, 3) encourage harmony between members, 4) encourage a democratic working system in the group, 5) create and develop a business community, and 6) develop quality management. A system was developed to distribute the profit after calculating the expenses. The retailer was given 55% of the profit, 15% to shareholders, 15% for the loan, and other 15% to the group's committee.

The committee was elected by the 64 group members. The committee consisted of 13 people including, a chairman, a vice-chairman, a secretary, a treasurer and a board.

The quantity of production depended on the market's demand. In average, the group produced 67.5 kilograms of preserved mangoes per day. The mangoes used as the raw material were Kaew mangoes. The selected mangoes had to have no scars, were not rotten, good shape and solid, large and green, and just ripe. The standard size was that four mangoes should weigh one kilogram, but six mangoes per one kilogram was the minimum acceptance. The mangoes were purchased once a year; that is between April and May of every year. The average purchasing price was 2.50 baht. However, the group would pay 10 satang more than the Khon Kaen city market price in order to encourage vendors to maintain the standard and quality of mangoes.

After the mangoes have undergone the preservation process they are packed and delivered in two sizes; 400 grams and 1000 grams. The smaller package is sold 18 baht for wholesale and 20 baht for retail sale. The larger package sold 40 baht for wholesale and 50 baht for retail sale. There were two distribution channels (i.e., the direct channel and the indirect channel). The direct channel was comprised 80% of distribution; the products were sold by vendors who were members of the group. The indirect channel was comprised of 20% of the distribution; the products were sold through OTOP chain store at the Khon Kaen city bus station, the air-conditioned bus terminal, and Sueksapan Khon Kaen.

The products were packed in two sizes of plastic bags. The smaller 400 grams package were wrapped in 7x11-inche plastic bags. The larger 1000 grams package were wrapped in 8x12-inche plastic bags. The bags were labeled according to regulations released by the Ministry of Public Health. The product was also certified with the Food and Medicine label.

The preserved mangoes produced by the group were tasty, crispy, clean and had no preservatives in; therefore, safe for consumers. The preserved mangoes were extremely popular; in 2003, 24,300 kilograms were produced. The production cost for pickled mangoes was 8.05 baht per kilogram. The production cost for preserved mangoes (made from regular mangoes) equaled 20.22 baht while the production cost for preserved mangoes (made from pickled mangoes) was 21.86 baht. The farmers' housewives group sold 584,397 baht worth of preserved mangoes. The sale value from pickled mangoes increased to 15.23 baht per kilogram.

Recommendations to the farmers' housewives included supplementing a 100 gram package and a 200 gram package to the existing package sizes. These sizes would fit a portion of one person. Next, a container should be changed from plastic bags to air-tight bags. Third, there should be details of ingredients, manufacture date and expire date. This would be useful in extending its age and maintaining its quality. Besides, it could prevent any contaminating substances. These recommendations would make consumers more confident in the product manufactured by the farmers' housewives group. Finally, it was also recommended to have more distribution channels e.g. department stores, mini-marts, stores in schools in Khon Kaen and nearby provinces