

บทคัดย่อ

171461

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปในการผลิต ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน ระบบการตลาด จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคตลอดจนแนวทางแก้ไขของเกษตรกรผู้เพาะเห็ดโคนญี่ปุ่นในโรงเรียน ภูมิศึกษาตัวอย่างผู้ประกอบการทำหัวเชื้อและก้อนเชื้อเห็ดจำนวน 1 ราย และเกษตรกรเปิดดอกเห็ดจำนวน 2 ราย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการเป็นเพศชาย สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการบัญชี เริ่มทำการเพาะเห็ดโคนญี่ปุ่นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 พื้นที่ในการทำธุรกิจเพาะเห็ดโคนญี่ปุ่นประมาณ 6 ไร่ 3 งาน การจ้างแรงงานของฟาร์มเห็ดมีลูกจ้างทั้งหมดจำนวน 33 คน คือ ทำการผลิตหัวเชื้อเห็ด 4 คน ผลิตก้อนเชื้อเห็ด 14 คน เก็บดอกเห็ด 6 คน ผลิตอุปกรณ์ 4 คน จัดซื้อ 1 คน และการตลาด 4 คน ในการเพาะเลี้ยงเห็ดโคนญี่ปุ่นรอบ 1 ปีสามารถทำการผลิตได้ 1 รุ่นในการผลิตหัวเชื้อจำนวน 300 ขวด ต้นทุนทั้งหมด 1,339.48 บาท หรือ 4.46 บาทต่อขวด กำไรสุทธิ 460.52 บาท หรือ 1.54 บาทต่อขวด การผลิตก้อนเชื้อจำนวน 5,000 ก้อน ต้นทุนทั้งหมด 17,200.30 บาท หรือ 3.44 บาทต่อก้อน กำไรสุทธิ 22,799.70 บาท หรือ 4.56 บาทต่อก้อน การผลิตดอกเห็ดโคนญี่ปุ่น 1,250 กิโลกรัม ต้นทุนทั้งหมด 76,756.64 บาท หรือ 61.41 บาทต่อกิโลกรัม กำไรสุทธิ 48,243.36 บาท หรือ 38.59 บาทต่อกิโลกรัม โดยวิธีการตลาดของเกษตรกรมีช่องทางการจำหน่าย 3 ช่องทาง คือ ช่องทางการตลาดหัวเชื้อ ร้อยละ 70 จำหน่ายให้กับเกษตรกรในกลุ่ม อีกร้อยละ 30 ทางฟาร์มจะใช้ในการผลิตก้อนเชื้อ ช่องทางการตลาดก้อนเชื้อจะทำการขายให้แก่เกษตรกรทั้งหมด และช่องทางการตลาดดอกเห็ด เกษตรกรได้ทำการขายคืนให้แก่ผู้ประกอบการเพียง ร้อยละ 80 หลังจากนั้นผู้ประกอบการจึงทำการส่งต่อไปยังแผนกการตลาดต่อไป

สำหรับปัญหาและอุปสรรคการผลิตและการตลาด คือ ขี้เถี้ยะยางพาราและวัสดุอุปกรณ์มีราคาแพง เส้นใยของเห็ดโคนญี่ปุ่นค่อนข้างอ่อนไหวทำให้ผลผลิตเกิดการสูญเสียค่อนข้างสูง การกระตุ้นการเกิดดอกต้องใช้เวลานานทำให้ผลผลิตไม่สม่ำเสมอและขาดช่วงนานจึงไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด อีกทั้งในฤดูฝนมีเห็ดหลายชนิดถูกนำมาออกขายในท้องตลาดและเกษตรกรรายย่อยมีการจำหน่ายดอกเห็ดในราคาต่ำมีผลทำให้ราคาดอกเห็ดโคนญี่ปุ่นมีราคาไม่แน่นอน

ABSTRACT

171461

The objective of this research was to study production of Yamagimatsutake mushroom in terms of general situation of production, capital investment and returns, marketing system, and SWOT analysis by using a case study of fungal grain and spawn maker and 2 cases of the mushroom growers in Muang, Chaiyaphum province.

The result showed that the grower is a 36 years old male. He finished bachelor degree of accounting, and he has run business since 1993. The size of the farm is 6 rai 3 ngan (10,800 m²). There are 33 labors; 4 fungal grain makers, 14 spawn makers, 6 harvesters, 4 equipment providers, 1 supplier and 4 marketing. In a year, the production of Yamagimatsutake mushroom can only produce 1 time. Total investment of 300 bottles of fungal grain was 1,33.48 baht or 4.46 baht per bottle, and total net profit gained was 460.52 baht or 1.54 baht per bottle. Total investment of 5,000 units of spawn was 17,200.30 baht or 3.44 baht per unit, and total net profit gained was 22,799.70 baht or 4.56 baht per unit. Total investment of 1,250 kilograms of caps was 76,756.64 baht or 61.41 baht per kilogram, and total net profit of selling caps was 48,243.36 baht or 38.59 baht per kilogram. The farmer has 3 market channels. The first channel is selling 70% of fungal grain to other farmer within group of mushroom growers, and 30% of the rest was used in the farm. The second channel is selling 100% of spawn to other farmer within the group, and the last channel is buying 80% of caps from other farmer and then sell them to the market.

Problems found in the production and marketing was the price of sawdust from natural rubber wood was too high. The mycelium of Yamagimatsutake was highly sensitive which brought to high loss of the production. Furthermore, it took a longer time for the mushroom to fruit out. Consequently, there were not enough mushroom in the market. In rainy season, there were many rivals come out to the market, so the mushroom price was uncertain.