

บุศรินทร์ คะโยธา. 2545. *การจัดการธุรกิจชาใบหม่อนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในจังหวัด
ขอนแก่น*. รายงานการศึกษานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจ
การเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. [ISBN 974-367-230-3]
คณะกรรมการที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ : รศ.อัมพน ห่อนาค, ผศ.เพียรศักดิ์ ภักดี

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษานิพนธ์ เรื่อง “การจัดการธุรกิจชาใบหม่อนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในจังหวัด
ขอนแก่น” มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงหลักการจัดการธุรกิจชาใบหม่อน และโครงสร้างตลาดชาใบ
หม่อนในจังหวัดขอนแก่น โดยคาดว่าข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจ
ชาใบหม่อนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผลการศึกษาครั้งนี้สรุปได้ว่า

หลักการจัดการธุรกิจชาใบหม่อนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

1. ด้านการผลิต กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผลิตชาใบหม่อนทั้งหมด 5,847 กิโลกรัมต่อปี มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยกิโลกรัมละ 70.09 บาท ต้นทุนส่วนใหญ่เป็นค่าจัดการได้แก่ ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าโทรศัพท์ และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 42.80 รองลงมาคือ ต้นทุนวัตถุดิบหรือค่าใบหม่อนสดคิดเป็นร้อยละ 35.67

2. ด้านการตลาด กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาใบหม่อนผ่านช่องทางการจำหน่าย 3 ช่องทาง ได้แก่ จำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อที่หมู่บ้าน จำหน่ายให้กับร้านค้าในจังหวัด และจำหน่ายโดยตรงให้กับผู้บริโภค มีมูลค่าการจำหน่ายทั้งหมด 1,665,540 บาทต่อปี โดยจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 71.11 จำหน่ายให้กับร้านค้าในจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 16.14 และจำหน่ายโดยตรงให้กับผู้บริโภคคิดเป็นร้อยละ 6.75

3. ด้านการเงิน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีรายได้จากการจำหน่ายชาใบหม่อน ซึ่งจำหน่ายราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 283.14 บาท และมีต้นทุนเฉลี่ยกิโลกรัมละ 70.09 บาท มีกำไรสุทธิ เฉลี่ยกิโลกรัมละ 214.76 บาท ซึ่งได้จัดสรรผลตอบแทนให้กับสมาชิกแต่ละราย โดยคิดตามปริมาณชาใบหม่อนที่สมาชิกแต่ละคนผลิตส่งให้กลุ่มในราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 214.76 บาท

อย่างไรก็ตามในการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพนั้น ต้องมีเงินลงทุนเบื้องต้น 6,000 บาท และมีเงินหมุนเวียนเดือนละ 125,000 บาท แต่ปัจจุบันยังไม่มีสถาบันการเงินใดอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำให้การขยายธุรกิจเป็นไปได้ช้า ๆ

4. ด้านการจัดองค์กร กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบโดยการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารจำนวน 9 คน อยู่ในวาระคราวละ 1 ปี ประกอบด้วย ประธานกรรมการ รองประธาน เภรัณญิก ประธานสัมพันธ์ และเลขานุการ และคณะกรรมการกลางรับผิดชอบงานในหน้าที่ต่าง ๆ อีก 4 ตำแหน่ง ได้แก่ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายตรวจสอบบัญชีและคุณภาพ ฝ่ายส่งเสริมความรู้และสินเชื่อ และฝ่ายทำหน้าที่ทั่วไป

โครงสร้างการตลาด ตลาดชาใบหม่อนในจังหวัดขอนแก่น เป็นตลาดผู้ขายน้อยราย ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เป็นความแตกต่างด้านคุณภาพ ได้แก่ ความหอม รสชาติ และสี ซึ่งขึ้นกับเทคนิคการผลิตที่ต่างกัน อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด ได้แก่ ความรอบรู้ในการประกอบธุรกิจ เทคนิคการผลิต และความสามารถในการหาแหล่งเงินทุน

ปัญหาและอุปสรรค ด้านการผลิต ได้แก่ คุณภาพของชาใบหม่อนที่ยังไม่ได้มาตรฐาน โดยเฉพาะเรื่องความสม่ำเสมอของสีชาใบหม่อน ซึ่งกำหนดให้มีสีเขียวอมดำสม่ำเสมอทั้งรุ่นที่ผลิต แต่เนื่องจากการผลิตได้ทำการแยกกันผลิตในแต่ละราย เมื่อนำมารวมกันสีของชาใบหม่อนจึงไม่กลมกลืนกันทำให้ขายไม่ได้ราคา การเก็บรักษาชาใบหม่อนในถุงพลาสติกเพียงชั้นเดียวทำให้ชาใบหม่อนเกิดเชื้อราเนื่องจากความชื้นได้ง่าย และปัญหาเรื่องปริมาณการผลิตที่ยังไม่มีความแน่นอน ส่วนด้านการตลาด ได้แก่ ช่องทางการจำหน่ายยังมีน้อย การขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง การบรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่สวยงาม ด้านการเงิน ได้แก่ การขาดแหล่งเงินทุนและยังมีต้นทุน ด้านการจัดการค่อนข้างสูง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

1. ด้านการผลิต ควรมีการวางแผนการผลิต โดยกำหนดปริมาณการผลิตที่แน่นอนโดยการแบ่งเป็นโควตาการผลิตให้กับสมาชิกแต่ละราย ซึ่งจะช่วยให้พ่อค้าเกิดความมั่นใจในปริมาณที่สั่งซื้อ สมาชิกแต่ละรายควรมีการตัดแต่งกิ่งใบหม่อนเพื่อให้แตกใบได้เร็วขึ้น จะทำให้มีใบหม่อนเพียงพอสำหรับผลิตชาใบหม่อน ช่วยลดต้นทุนค่าใบหม่อนสด และช่วยลดความไม่สม่ำเสมอของสีชาใบหม่อนได้
2. ด้านการตลาด ควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม สามารถใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ถึงคุณประโยชน์ของการดื่มชาใบหม่อน
3. ด้านการเงิน ควรมีการวางแผนการใช้จ่าย โดยตั้งเป็นงบประมาณค่าใช้จ่ายแต่ละประเภท ให้ชัดเจน แล้วควบคุมการใช้จ่ายให้เป็นไปตามนั้น นอกจากนี้ภาครัฐควรช่วยเหลือในการจัดหาแหล่งเงินทุนให้ เช่น ให้อำนาจการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์อำนวยการสินเชื่อให้กับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้ จะช่วยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีเงินลงทุนเพื่อขยายธุรกิจได้มากขึ้น
4. ด้านการจัดองค์กร ภาครัฐควรส่งเสริมด้านการฝึกอบรมความรู้ ให้กับคณะกรรมการบริหารกลุ่มและสมาชิกอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดทักษะและความชำนาญในการจัดการธุรกิจ

Busarin Kayotha. 2002. *Management of Mulberry Tea Business of Housewife Groups in Changwat Khon Kaen*. An Independent Study Report for the Master of Science in Agribusiness, Graduate School, Khon Kaen University. [ISBN 974-367-230-3]
Independent Study Advisory Committee: Assoc. Prof. Ampon Hornak,
 Asst. Prof. Piansak Pakdee

Abstract

The objectives of this study were to study the principles of mulberry tea business management and the structure of mulberry tea market in Changwat Khon Kaen by it is expected to be useful in developing of mulberry tea business so their become increasingly effectiveness The results of this study, it was concluded that :

Management of Mulberry Tea Business of Housewife Groups.

1) Production aspects : Every studied housewife groups produced 5,847 kg and the average cost of production was 70.09 Bahts. Most costs of production were the management cost : 42.80 percent were packing cost, telephone cost, traveling cost and 35.67 percent were raw materials cost/mulberry tea price.

2) Marketing aspects : Farmer housewife groups distributed mulberry tea products through 3 channels : 71.11 percent distributed to the middlemen who came to buy the products at the village, 16.14 percent distributed to the shops in Changwat Khon Kaen, and 6.75 percent distributed directly to the customers. All the distribution costs were 1,665,540 Bahts/year.

3) Financial aspects : Farmer housewife groups had their income from selling the mulberry tea in average cost 283.14 Bahts/kg and the average cost of production was 70.09 Bahts/kg. It made the absolute profit in average of 214.76 Baht/kg and it allocated the benefit to each housewife members in average of 214.76 Bahts per volume of the mulberry tea which each member sent them to the housewife group.

However, the business would proceed efficiently, it should have the preliminary capital investment 6,000 bahts per month. At present there was not any financial institutions lending the money to the housewife groups, it made the business grow slowly.

4) Organizing aspects : Housewife Groups shared the responsibilities clearly by electing 9 Administration committee includings: chairman, vice-chairman, public relations , financial officer and secretary of the group. In addition, there was a Central committee being responsible in other works such as marketing group, auditing and checking quality group, supporting the knowledge and credit group and general group.

The structure of mulberry tea market in Changwat Khon Kaen was a market that there was a few seller. The difference of the products depended on different production techniques and the obstructions were business intelligence, production technique and ability to find the capital investment.

Problems and obstructions the housewife groups were faced in many aspects including:

- 1) Production aspects which was not the best quality according to the production of housewife groups made the difference color of the mulberry tea so the price of the products was not good.
- 2) Preservation problem which caused damage from fungi and volumes of production were not constancy.
- 3) Lack of public relations continuously.
- 4) Packaging is not pretty enough.
- 5) Lack of capital investment source and
- 6) High cost of production.

Suggestions from this study were as follows:

- 1) Production aspects: Planning to produce by determining the definite volume of production to each member which would make the merchants be certain about the volume of production they would order.

- 2) Marketing aspects: Developing the packaging more beautiful and applying it to be the media about the knowledge of drinking tea from the mulberry tea is useful.

- 3) Financial aspects: Planning the expenses by proposing and controlling the budget.

In addition, the government sector would search for the capital investment source to the housewife groups in order to support this business extending better and the training programs for the housewife groups continuously.