

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

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษาอิสระ เรื่อง “การจัดการธุรกิจขาไ้หม่อนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในจังหวัด
ขอนแก่น” มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงหลักการจัดการธุรกิจขาไ้หม่อน และโครงสร้างตลาดขาไ้
หม่อนในจังหวัดขอนแก่น โดยคาดว่าข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจ
ขาไ้หม่อนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผลการศึกษาค้นคว้าสรุปได้ว่า

หลักการจัดการธุรกิจขาไ้หม่อนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

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

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

3. ด้านการเงิน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีรายได้จากการจำหน่ายขาไ้หม่อน ซึ่งจำหน่ายราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 283.14 บาท และมีต้นทุนเฉลี่ยกิโลกรัมละ 70.09 บาท มีกำไรสุทธิ เฉลี่ยกิโลกรัมละ 214.76 บาท ซึ่งได้จัดสรรผลตอบแทนให้กับสมาชิกแต่ละราย โดยคิดตามปริมาณขาไ้หม่อนที่สมาชิกแต่ละคนผลิตส่งให้กลุ่มในราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 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 เสรฐัญญิก ประชาสัมพันธ์ และเลขานุการ และคณะกรรมการกลางรับผิดชอบงานในหน้าที่ต่าง ๆ อีก 4 ตำแหน่ง ได้แก่ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายตรวจสอบบัญชีและคุณภาพ ฝ่ายส่งเสริมความรู้และสินเชื่อ และฝ่ายทำหน้าที่ทั่วไป

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

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

ข้อเสนอแนะในการศึกษารั้งนี้

1. ด้านการผลิต ควรมีการวางแผนการผลิต โดยกำหนดปริมาณการผลิตที่แน่นอนโดยการแบ่งเป็นโควตาการผลิตให้กับสมาชิกแต่ละราย ซึ่งจะช่วยให้พ่อค้าเกิดความมั่นใจในปริมาณที่สั่งซื้อ สมาชิกแต่ละรายควรมีการตัดแต่งกิ่งใบหม่อนเพื่อให้แตกใบได้เร็วขึ้น จะทำให้มีใบหม่อนเพียงพอสำหรับผลิตชาใบหม่อน ช่วยลดต้นทุนค่าใบหม่อนสด และช่วยลดความไม่สม่ำเสมอของสีชาใบหม่อนได้
2. ด้านการตลาด ควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม สามารถใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ถึงคุณประโยชน์ของการดื่มชาใบหม่อน
3. ด้านการเงิน ควรมีการวางแผนการใช้จ่าย โดยตั้งเป็นงบประมาณค่าใช้จ่ายแต่ละประเภทให้ชัดเจน แล้วควบคุมการใช้จ่ายให้เป็นไปตามนั้น นอกจากนี้ภาครัฐควรช่วยเหลือในการจัดหาแหล่งเงินกู้ให้ เช่น ให้อำนาจการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์อำนวยสินเชื่อให้กับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้ จะช่วยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีเงินลงทุนเพื่อขยายธุรกิจได้มากขึ้น
4. ด้านการจัดองค์กร ภาครัฐควรส่งเสริมด้านการฝึกอบรมความรู้ ให้กับคณะกรรมการบริหารกลุ่มและสมาชิกอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดทักษะและความชำนาญในการจัดการธุรกิจ