

บทคัดย่อ

171489

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบการจัดการ ดันทุ่น ตลอดจนจุดคุ้มทุนจากการประกอบธุรกิจมะพร้าวแก้วของกลุ่มสตรีในเขตพื้นที่บ้านน้อย ต.เชียงคาน อ.เชียงคาน จ.เลย ผู้ผลิตมะพร้าวแก้วในพื้นที่ประกอบด้วย 1) กลุ่มสตรีมะพร้าวแก้วบ้านน้อย 2) กลุ่มแม่บ้านเกษตรร่วมใจ และ 3) กลุ่มสตรีและเยาวชนผู้ใช้น้ำบ้านน้อย ศึกษาโดยการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มและสุ่มเลือกสมาชิกของกลุ่มสตรีแต่ละกลุ่มแบบเจาะจง ผลการศึกษสรุปได้ดังนี้

ด้านองค์กร พบว่า กลุ่มสตรีผู้ผลิตในพื้นที่นี้มีหน่วยงานราชการช่วยวางโครงสร้างการจัดการระเบียบข้อบังคับต่างๆของแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มสตรีมะพร้าวแก้วบ้านน้อยอยู่ในการดูแลของเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรร่วมใจอยู่ในการดูแลของเจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอ ส่วนกลุ่มสุดท้ายคือกลุ่มสตรีและเยาวชนผู้ใช้น้ำบ้านน้อยอยู่ในการดูแลของเจ้าหน้าที่ สหกรณ์จังหวัดเลย พบว่าสองกลุ่มแรกมีระเบียบข้อบังคับที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในระบบการร่วมผลิตและร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ ส่วนกลุ่มสุดท้ายรวมตัวกันเพื่อให้เข้าถึงแหล่งทุน ในขณะที่การผลิตเป็นโครงสร้างแบบหลวมๆจึงเป็นสาเหตุของปัญหาการควบคุมคุณภาพ

ด้านการผลิต แหล่งวัตถุดิบมะพร้าวที่สำคัญของธุรกิจชุมชนแห่งนี้ คือ จ.เพชรบูรณ์ ในแต่ละปีทั้ง 3 กลุ่มต้องการมะพร้าวประมาณ 300 ตันซึ่งสามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วได้ประมาณ 33,333 กก. ใน 1 ปีรอบการผลิตใช้เวลา 96 ถึง 336 วัน ในแต่ละปีกลุ่มมีรอบการผลิตตั้งแต่ 48 ถึง 84 รอบ ปัจจุบันยังไม่มีปัญหาด้านวัตถุดิบ

ด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วของทั้ง 3 กลุ่มแบ่งเป็นเกรด A B และ C พบว่าสองกลุ่มแรกมีส่วนแบ่งทางการตลาดรวมกันถึงร้อยละ 75 แต่ได้กำไรเพียงร้อยละ 10-20 ส่วนกลุ่มสตรีและเยาวชนผู้ใช้น้ำบ้านน้อยจัดตั้งกลุ่มในภายหลัง ด้วยเหตุนี้ทางกลุ่มจึงจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในช่องทางการจำหน่ายเฉพาะกลุ่ม เช่น งานนิทรรศการและตลาดนัดงานแสดงสินค้า ทำให้กลุ่มมีกำไรสูงถึงร้อยละ 60

ทุกกลุ่มได้รับเงินลงทุนเริ่มแรกจากหน่วยงานราชการ ปัจจุบันทุกกลุ่มสามารถช่วยเหลือตนเองได้จากเงินทุนสะสมที่ได้จากกำไรสุทธิประจำปีโดยสะสมเป็นทุนเพื่อลงทุนต่อไปโดยเฉลี่ยร้อยละ 20

จากการศึกษาพบว่า สองกลุ่มแรกมีปัญหาเรื่องการขยายตลาดในขณะที่กลุ่มที่เกิดขึ้นใหม่มีความสามารถในการขยายตลาดแต่มีปัญหาเรื่องการควบคุมคุณภาพ ทั้ง 3 กลุ่มมีแข่งขันกันเองในตลาดขายปลีกในพื้นที่และยังไม่มีความร่วมมือกันระหว่าง 3 กลุ่ม จากการศึกษา มีข้อเสนอแนะคือ ทั้ง 3 กลุ่มควรมีการเปลี่ยนเวรกันขายในตลาดค้าปลีกในพื้นที่ เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา และควรมีการอภิปรายร่วมกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านต่างๆ ในการเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของปริมาณวัตถุดิบและอุปสงค์ของสินค้า อย่างไรก็ตามในระยะแรกจำเป็นต้องมีผู้ช่วยประสานงานระหว่างกลุ่มเพื่อผลักดันความร่วมมือและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่าง 3 กลุ่ม

Nattapan Phasookmoon. 2005. *Business Management of Sweet Coconut Product of Woman Groups : A Case Study of Tumbon Chiangkan Amphoe Chiangkan Changwat Loei in the Year 2003*. An Independent Study Report for Master of Science in Agribusiness, Graduated School, Khon Kaen University.
[ISBN 974-666-824-2]

Independent Study Advisors : Assoc.Prof. Nongluck Suphanchaimat,
Miss. Pacharee Suriya

Abstract

171489

The objectives of this research was to study management system, cost and the break-even point of sweet coconut business of woman groups in bannoi Mu 4 Tumbon Chiangkan Amphoe Chiangkan Changwat Loei. The three groups are 1) Bannoi sweet coconut woman group 2) Farmer housewife group and 3) Bannoi water user group. Purposive sampling method was used to interview chairman and member of each groups and managing committees. Results of the study are as follows:

Organizing aspect: The study found that women producer groups in this area were supervised by several government agencies that have helped lay out managing structures of each groups, Bannoi sweet coconut woman group was supervised by a community development officers, Farmer housewife group was supervised by a district agricultural officers and the last group was supervised by Loei co-operative officers. The study revealed that the first two groups had formalized rules and regulation to control production and benefit sharing system. The last group was loosely organized in order to get access to government supports while the production was less controlled that caused quality problem.

Production aspect: Coconut, the main input to these local business, were all purchased from Petchabun province. Each year, the three groups require about 300 tonnes which can produce about 33,333 kg of sweet coconut products. There were 48-84 production cycles in one year each cycle required 4 days of operation. Currently, production input has not been a problem so all groups did not show their concerns over input supplies.

Marketing aspect: Sweet coconut products can be divided into three grades: A, B and C. The first two groups could get as much as 75% of market share but obtained less profit margin. This was because the groups used old market channel of local retail market and wholesale buyers. The water user group was recently

established therefore the group has been selling their product at special market channel such as exhibition and trade fairs. The group could obtain high profit margin of 60% as compared to 10-20% profit margin of the first two groups.

All groups were provided with initial investment from the government. Currently, all group are able to be self supported with average 20% of annual profit accumulated in equity capital.

The study found that the two former groups faced declining market while the new group could sell their products to new market channel but were having quality control problem. The three groups compete with each other at local retail market and do not coordinate. The study suggests that the three groups should take turns in selling at local retail market to avoid price battle and there should be a forum for data exchanges in order to share experiences in management and be prepared for future drops in input supplies and product demands, However, it is necessary that a facilitator is needed at initial stage to enhance cooperation and data sharing among the three groups.