

## บทคัดย่อ

171773

การศึกษาการจัดการธุรกิจแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มอาชีพชุมชนยอดแก้ว ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองคายในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการองค์กรของกลุ่มในปัจจุบัน การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านการตลาดและปัญหาในการดำเนินธุรกิจการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรของกลุ่มอาชีพ

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นกรณีศึกษาของการจัดการธุรกิจแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรซึ่งได้แก่ ข้าวเกรียบงา ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มอาชีพชุมชนยอดแก้ว ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากสำนักงานเทศบาลเมืองหนองคาย ภายได้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มที่ทำการศึกษามีสมาชิกในกลุ่มทั้งหมด 13 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ประธานกรรมการกลุ่มแม่บ้าน เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบโครงการ สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน เอกสารรายงานผลการดำเนินงานของกลุ่ม การรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสารและเอกสารทางวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาพบว่าในการบริหารงานยังไม่มีแบ่งหน้าที่ออกเป็นฝ่ายต่างๆ แต่มีตำแหน่งที่แบ่งไว้คือ ประธานกรรมการกลุ่ม รองประธาน เลขานุการ เภรัญญิก และประชาสัมพันธ์ กลุ่มมีการประชุมเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อแจ้งผลการดำเนินงานแต่ละเดือน และร่วมพิจารณาปรึกษาหารือกันในกลุ่ม เงินทุนของกลุ่มได้มาจากการระดมทุนจากสมาชิก การสนับสนุนจากสำนักงานเทศบาลเมืองหนองคาย จากเงินอุดหนุนโครงการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) รวมทั้งสิ้น 2,000 บาท ในการผลิตจะใช้แรงงานจากสมาชิกกลุ่มร่วมกันผลิตโดยใช้การลงเวลาปฏิบัติงานและคิดค่าตอบแทนให้โดยแบ่งตามสัดส่วนของเวลาที่มาปฏิบัติงาน ซึ่งการจัดสรรกำไรจะแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ แบ่งเป็นเงินให้แก่สมาชิกร้อยละ 65 แบ่งเป็นเงินทุนสวัสดิการให้แก่สมาชิกร้อยละ 20 เก็บไว้เป็นเงินหมุนเวียนในกลุ่มร้อยละ 10 และอื่นๆตามที่คณะกรรมการเห็นสมควรร้อยละ 5 การผลิตจะผลิตตามความต้องการของตลาด โดยเฉลี่ยในหนึ่งเดือนจะทำการผลิตสินค้าประมาณ 6,600 ถุง แบ่งข้าวข้าวและงาคั่วซึ่งเป็นวัตถุดิบหลัก

จะซื้อจากตลาดในตำบล น้ำกะทิจะซื้อจากโรงงานคั้นกะทิในชุมชน การจำหน่ายจะจัดจำหน่ายให้กับ ร้านค้าส้มตำทั้งในและนอกชุมชน ร้านค้ามินิมาร์ท ร้านอาหาร ร้านค้าในโรงเรียน และผู้ค้าปลีก ซึ่งผู้ซื้อจะมาสั่งซื้อ ณ ที่ทำการกลุ่มโดยตรง โดยจำหน่ายในราคาถุงละ 8 บาทสำหรับขนาด 75 กรัม กलोंละ 16 บาทสำหรับขนาด 150 กรัม ราคาที่ผู้บริโภคซื้อถุงละ 10 บาทและกलोंละ 20 บาท ต้นทุนในการผลิตข้าวเกรียบงาถุงละ 7.28 บาท ซึ่งมีต้นทุนผันแปรร้อยละ 97.58 และต้นทุนคงที่ร้อยละ 2.42 โดยมีค่าแรงงานเป็นต้นทุนมากที่สุดถึงร้อยละ 57.90 ปัญหาที่พบคือ สมาชิกกลุ่มไม่มีความเป็นผู้นำ โดยสมาชิกทั้งหมดมอบอำนาจการตัดสินใจให้อยู่ที่ประธานกลุ่มเพียงผู้เดียว ทำให้การพัฒนากลุ่มทำได้ยาก กลุ่มไม่มีการวางแผนการผลิตทำให้การผลิตมีปริมาณน้อย ต้นทุนในการผลิตสูงโดยเฉพาะต้นทุนผันแปร และปัญหาที่สำคัญคือการขาดแคลนเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย กลุ่มยังขาดผู้ที่มีความชำนาญในการวางแผนการตลาดมาช่วยในการวางแผนการตลาดและขยายตลาดให้ จึงทำให้ตลาดที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จำกัดอยู่ในพื้นที่เฉพาะในจังหวัดหนองคายและจังหวัดใกล้เคียงเท่านั้น

## **ABSTRACT**

**171773**

The study of the business management for agricultural product processing of the One Tambon One Product project (OTOP) of Yodkaew's Group, Tambon Nai Muang, Amphoe Muang, Chang Wat Nong Khai, are to study the management of the current organization, study the management of production, study the management of marketing, and study problems and suggestions in the business management for agricultural product processing of Group.

This study is of the management of the agricultural product business; black sesame rice chip, in OTOP of Yodkaew's Group, Tambon Nai Muang, Amphoe Muang, Chang Wat Nong Khai supported and assisted by the Local Government of Moun Nong Khai under the OTOP. Such project has policies to encourage people to have additional jobs and secured income by using local knowledge. The studied group has 13 members. Data collection was done by interviewing a chairman of Yodkaew's group, officials who responsible for the project, members of the group, reports of the work output of the group, books, journals, textbooks and other related documents.

It was found that there was no work distribution into different function in the management but there were positions that had been assigned-chairman of the group, vice-chairman, secretary, and public relation where the meeting was conducted once a month to have the group member informed about operating result of each month as well as discuss within the group. Budget of the group came from contributions of the group members, support the Local Government of Moun Nong Khai, granted funds from community economic development project, OTOP, and increase of earnings project, which was amounted to 2,000 Baht. In production process, workforces came from group members and their wage was paid based on

project, OTOP, and increase of earnings project, which was amounted to 2,000 Baht. In production process, workforces came from group members and their wage was paid based on their working hours counted from the time they sign in and out. A profit distribution was divided into 4 parts. Firstly, 65% of the total profit was paid to workers in accordance to their working hour. Secondly, 20% was economized for workers welfare. Thirdly, 10% was circulated within the group. The rest, 5% was general expense. An amount of product was produced depending on consumer demand. There were normally 6,600 packs a month. Rice flour, black sesame and coconut milk were the main raw materials, which were bought from local market in Tambon Nai Muang. The products were sold to Som Tam shops, minimarts, restaurants, stalls in school, and retailers which those customers purchased the goods at the office of the group directly. The products were sold at 8 baht per unit for 75 g. and 16 baht per 150 g. while consumers bought 10 baht and 20 baht per unit, respectively. The costs in producing black sesame rice chip were 7.28 baht which are 97.58 percent of the variable cost and 2.42 percent of fixed cost. The most cost are 57.90 percent for the labors. A problem that was found was that group members did not have leadership skills. They gave all authorization to their single chairman, which is difficult for the group to be developed. The group did not have production plan which lead to a low product yield and high production cost. And the most crucial problem was a lack of production technology. The group had no expert who is proficient in marketing and capable of helping them investigate as well as expand the market. Then the market in which the product was currently sold was limited within Chang Wat Nong Khai and nearby as a consequence.