

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ	การวิเคราะห์รายได้และการตลาดของธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์มะขามหวาน ในเขตอำเภอห่มเกล้า จังหวัดเพชรบูรณ์	
ผู้เขียน	นางสาวสิรินทิพย์ อัครลาวัณย์	
ปริญญา	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต	
คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระ	รศ. พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์ ผศ. กาญจนา โชคถาวร ผศ. สุรภร วิศิษฐ์สุวรรณ	ประธานกรรมการ กรรมการ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ หนึ่งศึกษาถึงการดำเนินธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์มะขามหวานของกลุ่ม 102 สร้างสรรค์และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรร่วมใจ และสองเพื่อศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์มะขามหวานของกลุ่ม 102 สร้างสรรค์และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรร่วมใจ ในเขตอำเภอห่มเกล้า จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มฯ และสมาชิกของทั้ง 2 กลุ่มฯ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ในรูปของค่าเฉลี่ยและร้อยละ

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่ม 102 สร้างสรรค์ มีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 48 คน อำนวยการบริหารส่วนใหญ่อยู่ที่ประธานกลุ่มฯ กลุ่มฯ ทำการผลิตมะขามหวาน ผลผลิตต่อปีประมาณ 660 กิโลกรัม วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ซื้อจากร้านค้าในชุมชน แรงงานที่ใช้ในการผลิตเป็นสมาชิกกลุ่มทั้งหมด กลุ่มฯ ทำการขายส่งและขายปลีกในสัดส่วนที่เท่ากัน โดยราคาขายส่งและขายปลีกห่อ (250 กรัม) ละ 15 บาท และ 20 บาท ตามลำดับ อัตรากำไรต่อต้นทุนรวมของการขายปลีกและขายส่งคือ ร้อยละ 5.31 และ 41 ตามลำดับ

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวมใจ มีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 42 คน อำนวยการบริหารส่วนใหญ่อยู่ที่ประธานกลุ่มฯ กลุ่มฯ ทำการผลิตผลิตภัณฑ์ 2 ชนิด คือ มะขามแช่อิ่มและมะขามหยี ผลผลิตต่อปีประมาณ 1,800 กิโลกรัม และ 1,480 กิโลกรัม ตามลำดับ วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ซื้อจากร้านค้าในชุมชน แรงงานที่ใช้ในการผลิตเป็นสมาชิกกลุ่มทั้งหมด กลุ่มฯ ทำการขายส่งและขายปลีกในสัดส่วนที่เท่ากัน โดยมะขามแช่อิ่มและมะขามหยีมีราคาขายส่งสูง (10 กิโลกรัม) ละ 650 บาท และ 700 บาท ตามลำดับ อัตรากำไรต่อต้นทุนรวมของการขายส่งมะขามแช่อิ่มและมะขามหยีคือ ร้อยละ 5.43 และ 17.04 ตามลำดับ สำหรับมะขามแช่อิ่มและมะขามหยีมีราคาขายปลีกราคาเดียวกันคือ สูง (350 กรัม) ละ 35 บาท อัตรากำไรต่อต้นทุนรวมของการขายปลีกมะขามแช่อิ่มและมะขามหยีคือ ร้อยละ 49.31 และ 53.62 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบผลการประกอบการของทั้ง 2 กลุ่มฯ แล้วพบว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวมใจมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ต่อปีและกำไรสุทธิในปี พ.ศ. 2547 สูงกว่ากลุ่ม 102 สร้างสรรค์ ถึง 5.93 และ 7.54 เท่าตามลำดับ กลุ่ม 102 สร้างสรรค์และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวมใจมีจุดแข็งที่เหมือนกันคือ ผลิตภัณฑ์ของทั้ง 2 กลุ่มฯ ได้รับคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับสามดาวในระดับประเทศ ในปี พ.ศ. 2547 แต่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวมใจมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้ให้กับกลุ่มฯ ขณะที่กลุ่ม 102 สร้างสรรค์มีผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียวและการผลิตยังไม่สม่ำเสมอตลอดทั้งปีอีกด้วย ทั้ง 2 กลุ่มฯ มีโอกาสที่จะขยายตลาดได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐ ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

Independent Study Title	Income and Marketing Analysis of Sweet Tamarind Product Business in Lomkao District, Phetchabun Province
Author	Miss Sirintip Ak-karalawan
Degree	Master of Economics
Independent Study Advisory Committee	Assoc. Prof. Porntip Tianteerawit Chairperson Asst. Prof. Kanjana Choktavon Member Asst. Prof. Suraporn Wisitsuwan Member

ABSTRACT

This study attempts to understand the sweet tamarind processing business run by two local community enterprises including 102-Sangsarn (creative) Group and Ruam Jai Housewife Group in Lomkao District, Phetchabun; and their strength, weakness, opportunity, and threat (SWOT) in doing this type of business. Data and information were obtained from interviewing the group chairpersons as well as group members for analysis through descriptive statistics in term of mean values and percentage.

The 102-Sangsarn Group was found to have 48 members but its main decisive authority concerning administration and management was generally rested with the chairman. The group produced about 660 kilograms annually sweet tamarind candy with raw materials purchased from local stores and labor inputs entirely from group members. The products were sold at wholesale and retail levels at about the same proportion; at the prices of 15 baht and 20 baht per 250 g. package and with the profit margin of 5.31% and 41%, respectively.

The Ruam Jai Housewife Group had 42 members with administrative authority being rested with the chairman as well. The Group produced two product lines including pickled tamarind, and shredded tamarind preserve at the yearly capacity of 1,800 and 1,480 kgs. respectively. The raw materials were purchased mainly from local stores and the entire labor inputs came from group members. Both lines of product were sold to wholesale and retail markets at equal proportion. The wholesale prices for 10 kgs. package for pickled tamarind and shredded tamarind preserve were 650 baht and 700 baht yielding the profit rates over total cost of 5.43% and 17.04%, respectively. However, they were sold at the same price at 35 baht per 350 g. package at the retail level getting the profit margin at 49.31% and 53.62%, respectively.

On business performance in 2003, the Ruam Jai Housewife Group appeared to get sale revenue and net profit 5.93 and 7.54 times, respectively, higher than these of 102-Sansarn Group. However, both groups shared similar strength in that their products were identified as three-star products at the national level in 2003, while the former group could create additional value to the products and income for the group, the latter group still had weakness in the processing of only one product line and the lack of constant production activities year-round. Nevertheless, both group had the opportunity to expand their markets with the government agencies' support by promotion their products as part of One Tambon One Product Project via internet.