

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และการทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีและแนวคิด

ในการศึกษาเรื่องการดำเนินงานของธุรกิจผลิตเชื้อเห็ดฟางของฟาร์มเห็ดในอำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง มีทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย

ทฤษฎีองค์กร (Organization Theory)



1. แนวคิดด้านการจัดการ
2. แนวคิดด้านการผลิต
3. แนวคิดด้านการตลาด
4. แนวคิดด้านการเงิน/บัญชี
5. ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดย่อม
6. ความเสี่ยงด้านธุรกิจเกษตร

1.แนวคิดด้านการจัดการ

วิช สงวนวงศ์วาน (2547) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ของการบริหารจัดการ (Functions of Management) หรือกระบวนการของการบริหารจัดการ (Management Process) เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องและประสานกัน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรเป็นหน้าที่พื้นฐาน ประกอบด้วย

1) การวางแผน (Planning) เป็นขั้นตอนการกำหนดวัตถุประสงค์ และพิจารณาถึงวิธีการที่ควรปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น เช่น การดำเนินการตรวจสอบตนเองเพื่อกำหนด

สถานภาพในปัจจุบันขององค์กร การกำหนดวัตถุประสงค์ การพยากรณ์สถานการณ์ในอนาคต การกำหนดแนวทางปฏิบัติงานและความจำเป็นในการใช้ทรัพยากร เป็นต้น

2) การจัดการองค์กร (Organizing) เป็นขั้นตอนในการจัดบุคคล และทรัพยากรที่ใช้ในการทำงาน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการทำงานนั้น หรือเป็นการจัดแบ่งงานและจัดสรรทรัพยากรสำหรับงานเพื่อให้งานเหล่านั้นสำเร็จ เช่น การระบุและอธิบายงานที่จะถูกนำไปดำเนินงาน การกระจายงานออกเป็นหน้าที่ การสรรหาผู้ปฏิบัติงานที่มีศักยภาพ การคัดเลือกบุคคลที่สรรหามา การฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต่างๆ เป็นต้น

3) การนำ (Leading) เป็นขั้นตอนในการกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้น และชักนำความพยายามของพนักงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งจะเกี่ยวกับการใช้ความพยายามของผู้จัดการที่จะกระตุ้นให้พนักงานมีศักยภาพในการทำงานสูง ดังนั้นการนำ(Leading) จะช่วยให้งานบรรลุผลสำเร็จ เสริมสร้างขวัญและกำลังใจผู้ใต้บังคับบัญชา เช่น การติดต่อสื่อสารและอธิบายวัตถุประสงค์ ให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้ทราบการมอบหมายมาตรฐานของการปฏิบัติงานต่างๆ การให้รางวัลแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาบนพื้นฐานของการปฏิบัติงาน การจัดการสภาพแวดล้อมมากระตุ้นการจูงใจ โดยการติดต่อสื่อสาร เพื่อสำรวจความต้องการและสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง เป็นต้น

4) การควบคุม (Control) เป็นการติดตามผลการทำงาน และแก้ไขในสิ่งที่จำเป็น หรือเป็นขั้นตอนของการวัดผลการทำงาน และการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุผลที่ต้องการ เช่น การกำหนดมาตรฐาน การเปรียบเทียบและติดตามผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐาน การแก้ไขความบกพร่อง การทบทวนและปรับวิธีการควบคุมเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด เป็นต้น

2.แนวคิดด้านการผลิต

สุปัญญา ไชยชาญ (2540) ได้ให้แนวคิดการผลิตไว้ว่าปัจจัยที่นำมาศึกษากิจกรรมด้านการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบ การผลิต การควบคุม การผลิต และคุณภาพการผลิต

1) วัตถุดิบ (Raw Materials) เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการและผลิตสินค้าที่ผู้บริหารในทุกองค์กรต้องให้ความสำคัญ โดยที่หลายธุรกิจมีต้นทุนค่าวัตถุดิบและการจัดหาบริการอื่นรวมกันในอัตราที่สูง เมื่อเปรียบเทียบกับยอดขาย ซึ่งถือว่าเป็นส่วนสำคัญของต้นทุนการดำเนินงาน ผู้บริหารจัดระบบบริหารวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมสามารถควบคุมต้นทุนในการดำเนินงานได้

2) **การควบคุมการผลิต (Controlling)** หมายถึงการติดตาม ตรวจสอบประเมินการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามที่กำหนดหรือไม่ ตลอดจนการดำเนินการแก้ไขข้อผิดพลาดเกี่ยวกับการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนที่ต้องการ

3) **คุณภาพการผลิต (Quality)** คุณภาพของสินค้าและบริการ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ธุรกิจ ผู้บริหารต้องตัดสินใจเกี่ยวกับคุณภาพทั้งด้านนโยบายและวิธีการดำเนินงานโดยพิจารณาถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

3.แนวคิดด้านการตลาด

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) ของ Philip Kotler ซึ่งประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์ (Product) (2) ราคา (Price) (3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) (4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีรายละเอียดดังนี้ (วารุณี ต้นดวงสุวรรณิช และคณะ, 2546)

1) **ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่เสนอให้แก่ตลาด เพื่อสร้างความสนใจ การเป็นเจ้าของ การใช้ หรือการบริโภค โดยจะต้องตอบสนองความต้องการและความจำเป็น และผลิตภัณฑ์มิได้หมายถึงเพียงแค่อินค้าที่จับต้องได้ แต่หมายรวมถึง วัตถุประสงค์ทางกายภาพ บริการ เหตุการณ์ บุคคล สถานที่ องค์กร แนวความคิด หรือสิ่งต่างๆข้างต้นรวมกัน

2) **ราคา (Price)** หมายถึง จำนวนเงินที่คิดสำหรับสินค้าหรือบริการ จำนวนรวมของคุณค่าทั้งหมดที่ผู้บริโภคยอมจ่าย เพื่อแลกกับผลประโยชน์ที่ได้รับของการมีหรือการใช้สินค้าหรือบริการ

3) **ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4) **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อสร้างความเชื่อถือ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความน่าเชื่อถือ หรือพฤติกรรมซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย และการขายโดยใช้ตรง

4.แนวคิดด้านการเงิน/บัญชี

ขบวนการที่ใช้ควบคุมดูแลการใช้ทรัพย์สินต่างๆ ของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุด ถูกต้องเหมาะสมสอดคล้องกับความจำเป็นในการปฏิบัติงานแต่ละอย่าง เพื่อบรรลุถึงเป้าหมายของบริษัทที่กำหนดไว้ ตัวแปรที่นำมาใช้พิจารณา (ศศิวิมล มีอำพล,2548) ได้แก่

1) แหล่งที่มาของเงินทุน (Source of The Use of Asset) ตามสมการบัญชีที่ว่าสินทรัพย์ = หนี้สิน + ทุน อันประกอบด้วย

แหล่งที่มาของสินทรัพย์ทั้งหลายอันได้แก่ เงินสด หลักทรัพย์ระยะสั้น ลูกหนี้การค้า ตัวรับเงินสินค้าคงเหลือ

แหล่งที่มาของหนี้สิน ได้แก่ หนี้สินระยะสั้น หนี้สินระยะยาว ตลอดจนค่าใช้จ่ายค้างจ่ายต่างๆ ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่ม ได้แก่ การลงทุนเพิ่มของผู้ถือหุ้น และกำไรสะสมของผู้ถือหุ้น

2) แหล่งใช้ไปของเงินทุน (Source of The Use of Asset) อันจะพิจารณาถึงการใช้จ่ายของเงินทุนใน ส่วนของสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น

3) ผลการดำเนินงานของบริษัท (The Financial Operation) ซึ่งจะพิจารณาถึงผลกำไรของบริษัทที่เกิดขึ้น

5. ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดย่อม (สมชาติ หิรัญกิตติ, 2542) ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1) การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage) เป็นลักษณะที่ธุรกิจสามารถทำได้เหนือจากคู่แข่งอันเกิดได้หลายปัจจัย และมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันมีดังนี้

1.1) ความยืดหยุ่นได้ (Flexibility) เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมมีโครงสร้างการบริหารงานที่มีขอบเขตแคบกว่าโครงสร้างการบริหารธุรกิจขนาดใหญ่ และมีอำนาจตัดสินใจกับคนเพียงไม่กี่คน จึงทำให้มีความยืดหยุ่นในการตัดสินใจ และสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างทันที

1.2) นวัตกรรม (Innovation) ธุรกิจขนาดย่อมจะมีนวัตกรรมเกิดขึ้นได้ง่าย ซึ่งนวัตกรรมเป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมด้วยกระบวนการ ความคิด และลักษณะธุรกิจที่ใหม่และดีกว่าด้วยการสร้างความคิดสร้างสรรค์ (Creative destruction) โดยธุรกิจขนาดย่อมจะมีการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการพัฒนาและเทคโนโลยี

1.3) ความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับลูกค้า (Close relationship to customers) เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมควรมีความสัมพันธ์กับลูกค้าของตนอย่างใกล้ชิด ได้รู้จักความต้องการของลูกค้า

ทำให้สามารถสร้างความพอใจในการบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ชำนาญไปสู่การใช้บริการซ้ำของ
ลูกค้า

1.4) คุณภาพสินค้า (Product Quality) ธุรกิจขนาดย่อมจะมีโอกาสพัฒนาคุณภาพของ
สินค้าได้ตามความพอใจของลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจง จึงสามารถรักษาลูกค้า เพิ่มยอดขาย กำไร
และลดความสิ้นเปลืองของทรัพยากรที่ใช้ได้

2) การประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ ต้องเตรียมตัวและศึกษา
ข้อมูลดังนี้

2.1) การเตรียมตัว ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ควรใช้เวลาที่จะทำธุรกิจอย่างเต็มที่ มี
เงินทุนอย่างพอเพียง มีสุขภาพที่แข็งแรงสามารถสู้งานหนักได้ ทั้งควรมีความตรงต่อเวลา กล้า
เสี่ยง กล้าตัดสินใจ ไม่กลัวความล้มเหลว

2.2) การผลิต ในกรณีที่เป็นการผลิตควรศึกษาถึงกระบวนการผลิต วัตถุดิบที่ต้องใช้
วิธีการสั่งซื้อ และการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2.3) การวางแผนการดำเนินงาน ธุรกิจควรมีการวางแผนการดำเนินงาน รวมทั้งการ
บันทึกข้อมูลเก็บเอกสารอย่างไรจึงจะมีประสิทธิภาพ

3) คุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ควรมีดังนี้

3.1) มีความสามารถในการคิดริเริ่มสิ่งใหม่ โดยนำแนวความคิดที่ดีมาเสริมสร้างให้
เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ ทำในสิ่งที่ถูกต้องก่อนคนอื่น เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

3.2) มีความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ มีความสามารถใจการจูงใจลูกน้อง มีศิลปะ
ในการปกครองคน และการจูงใจลูกค้า ทั้งมีทักษะในการติดต่อสื่อสารที่ดี

3.3) มีความรู้ความสามารถในการบริหาร รู้จักการวางแผน การควบคุม การจัดการ
องค์กร การสั่งการ การจัดหาบุคลากร

6. ความเสี่ยงด้านธุรกิจเกษตร ประกอบด้วย (ศิณีย์ สังข์ศรี, 2528)

1) ความไม่แน่นอนในเรื่องราคา (Price Uncertainty) ราคาสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงขึ้น
ลงอยู่เสมอๆ ราคาขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทาน

2) ความไม่แน่นอนในเรื่องต้นทุนการผลิต (Cost Uncertainty)

3) ความไม่แน่นอนในเรื่องค่าขนส่ง

4) ความไม่แน่นอนในการผลิต (Production Uncertainty) ที่อาจเกิดจากภัยธรรมชาติ

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

พรทิพภา ธรรมรัศชัย (2547) ได้ศึกษาพบว่าเกษตรกรซึ่งเป็นตัวอย่างที่ทำฟาร์มเห็ดนางฟ้าบ้านคอนหัน ตำบลบ้านฝาง อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น เริ่มประกอบธุรกิจฟาร์มเห็ดมาตั้งแต่ปี 2529 เดิมเคยประกอบอาชีพรับเหมาก่อสร้าง แต่เนื่องจากประสบปัญหาเรื่องแรงงานและขาดผู้ว่าจ้าง จึงได้มาประกอบอาชีพเพาะเห็ดจำหน่าย ในช่วง 3 ปีแรก ยังประสบปัญหาเรื่องผลผลิต และการตลาดเพราะยังขาดประสบการณ์ หลังจากนั้นธุรกิจฟาร์มเห็ดเริ่มดีขึ้น เนื่องจากมีโรงงานมารับซื้อเห็ดจำนวนมาก เพื่อนำไปแปรรูป โดยโรงงานจะรับซื้อเห็ดจากเกษตรกรผู้เพาะเห็ดเฉลี่ยวันละ 600 – 800 กิโลกรัม ในราคากิโลกรัมละ 25 บาท ทำให้เกษตรกรเพิ่มการผลิตมากขึ้น แต่ระยะหลังต่อมาทางโรงงานที่รับซื้อเห็ดนางฟ้า มีเงื่อนไขในการรับซื้อโดยคัดเกรดขนาดดอกเห็ด ซึ่งจะทำการวัดขนาดดอกเห็ดให้ได้เส้นผ่านศูนย์กลาง 5 เซนติเมตร ทำให้เกษตรกรผู้เพาะเห็ดต้องสูญเสียดอกเห็ดขนาดเล็กทิ้งไป หลังจากนั้นเกษตรกรจึงได้เริ่มมาทำการตลาดเองทั้งในเขตอำเภอบ้านฝาง และอำเภอเมืองขอนแก่น

เกษตรกรได้เริ่มขยายการผลิตขึ้นทีละน้อยอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยใช้เงินทุนของตนเองไม่ได้กู้ยืมจากแหล่งทุนใด ในปีพ.ศ. 2544 มีงบประมาณกองทุนหมู่บ้านตามนโยบายภาครัฐเข้ามาสนับสนุน ทำให้มีการรวมกลุ่มสมาชิกกันเพื่อผลิตและจำหน่ายเห็ด แต่ก็ต้องประสบปัญหาหลายด้าน ทั้งด้านการผลิต การจัดการ เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีอาชีพหลักอื่นอยู่แล้ว ในส่วนการตลาดก็ประสบปัญหาทำให้ดอกเห็ดสดราคาตกต่ำ และปริมาณดอกเห็ดออกมาล้นตลาด เพราะช่วงนั้นมีกรรวมกลุ่มกันหลายกลุ่มในจังหวัดขอนแก่นทำให้สมาชิกกลุ่มยกเลิกการรวมกลุ่มไป เกษตรกรผู้นี้จึงได้ดำเนินงานต่อแต่เพียงผู้เดียว และมีความเห็นว่าการเพาะเห็ดนางฟ้าเป็นการสร้างรายได้ที่ดี ให้ผลตอบแทนอย่างต่อเนื่อง แต่จะต้องมีความขยัน อดทน และต้องอาศัยประสบการณ์

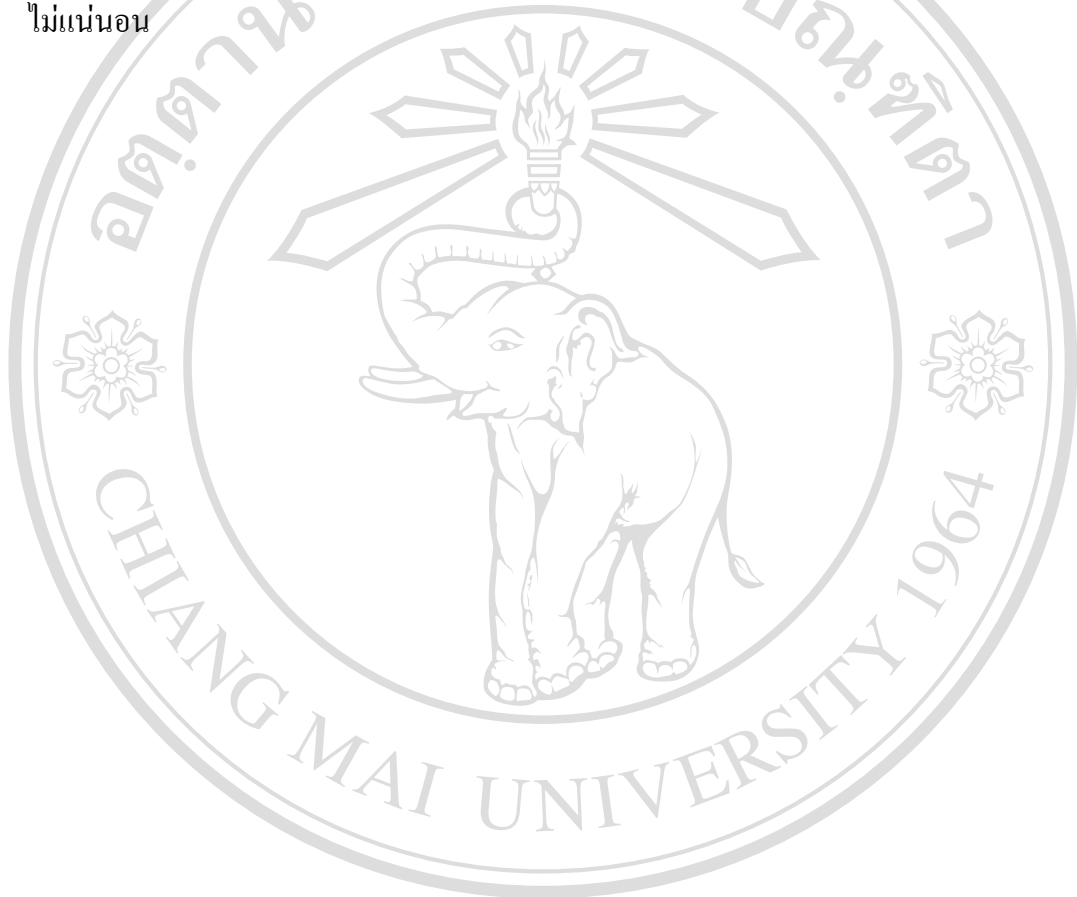
ปัทมภรณ์ เกียรติระกูล (2549) ได้ศึกษาพบว่าธุรกิจเชื้อเห็ดในเขตอำเภอสันทรายจังหวัดเชียงใหม่ เกษตรกรผู้เพาะเห็ดที่ผลิตเชื้อเห็ดเอง มีจำนวนทั้งหมด 14 ราย โดยมีเกษตรกรที่ผลิตเชื้อเห็ดเพื่อจำหน่ายเพียง 4 รายเท่านั้น ซึ่งผู้ผลิตเชื้อเห็ดทุกรายจะเพาะก้อนเชื้อเห็ดสำหรับเปิดออกดอกเพื่อจำหน่ายดอกเห็ด เพราะนอกจากจะเป็นการเพิ่มรายได้แล้ว ยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงคุณภาพ และความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ที่วัดได้จากปริมาณของดอกเห็ด ส่วนในธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ในการเพาะเห็ดในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีผู้ประกอบการเพียง 3 ราย โดยจะจำหน่ายอุปกรณ์ในการเพาะเห็ดเพียงบางชนิด ทำให้เกษตรกรผู้เพาะเห็ดจะต้องเดินทางไปซื้ออุปกรณ์ในการเพาะเห็ดจากแหล่งจำหน่ายหลายแห่ง ทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ซึ่งในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีผู้ประกอบการที่ทำทั้งธุรกิจเชื้อเห็ดและอุปกรณ์ในการ

เพาะเห็ดเพียง 2 รายเท่านั้น จึงเป็น โอกาสทางการตลาดที่ดีของผู้ประกอบการที่สนใจลงทุนผลิต ภัณฑ์ของโครงการ ประกอบด้วย ดอกเห็ด เชื้อเห็ดและอุปกรณ์ในการเพาะเห็ดทุกชนิด โดย กลุ่มลูกค้าของเชื้อเห็ดและอุปกรณ์ในการเพาะเห็ด คือ เกษตรกรผู้เพาะเห็ด ซึ่งเชื้อเห็ดจะ ผลิตตามปริมาณการสั่งซื้อของเกษตรกรผู้เพาะเห็ด โดยจะมีบริการจัดส่งให้ถึงที่ และจะนำเชื้อ เห็ดส่วนหนึ่งไปผลิตดอกเห็ด ซึ่งดอกเห็ดจะจำหน่ายในราคาขายส่งหน้าฟาร์มให้แก่ ผู้รับซื้อดอก เห็ดของบริษัทต่าง ๆ พ่อค้าคนกลางและผู้บริ โภคที่มาซื้อหน้าฟาร์ม

วินัย แก้วศิริ (2546) ได้ศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจน้ำตาลสดสเตอร์ไลส์ในจังหวัด สมุทรสงคราม พบว่ากิจการจดทะเบียนในรูปบริษัท มีการบริหารงานแบบครอบครัว ดำเนิน ธุรกิจผลิตน้ำตาลสดและน้ำผลไม้ต่างๆ คนงานของกิจการขนาดเล็กน้อยกว่า 10 คน และกิจการ ขนาดกลางมีคนงาน 31 – 40 คน ด้านการจัดการ ในระยะเริ่มต้นส่วนใหญ่จะเป็นรุ่นที่บิดามารดาเปิด ไว้และต่อมาบุตรจะเป็นผู้สืบทอดกิจการ กิจการขนาดเล็กไม่มีการวางแผน จะเป็นการแก้ปัญหา เฉพาะหน้าวันต่อวัน กิจการขนาดกลางจะเป็นการวางแผนระยะสั้นและระยะกลาง กิจการมี ลักษณะโครงสร้างตามหน้าที่ การคัดเลือกคนเข้าทำงานส่วนใหญ่จะพิจารณาความชำนาญในงาน ค่าตอบแทนพิจารณาตามข้อกำหนดของกฎหมายแรงงาน การควบคุมและประเมินผลงานผู้บริหาร จะเป็นผู้ดำเนินการเอง ด้านการผลิต การวางแผนการผลิตเป็นการวางแผนระยะสั้นผลิตตามยอด ซื่อสินค้าของลูกค้าและคำนึงถึงวัตถุดิบที่สามารถจัดซื้อได้ กรรมวิธีการผลิตจะใช้เทคโนโลยีอย่าง ง่าย ไม่ซับซ้อน ด้านการตลาด การจัดจำหน่ายโดยใช้พนักงานขนส่งสินค้าไปจำหน่ายร้านค้าปลีก ร้านอาหารที่มีคู่แข่งตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ กิจการส่วนใหญ่ไม่มีการโฆษณาและส่งเสริมการ ขาย เนื่องจากทำให้ต้นทุนสูงขึ้น ด้านการเงินกิจการมีระบบการบันทึกข้อมูลบัญชีโดยใช้ คอมพิวเตอร์ มีการจัดทำรายงานการเงินตามที่กฎหมายกำหนด โดยแหล่งเงินทุนที่ได้มาจากส่วน ของผู้ถือหุ้นและการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน มีเงินทุนหมุนเวียนมากกว่า 0.5 ล้านบาทต่อเดือน

อภิรัตน์ กัณชัช (2548) ได้ศึกษาการจัดการการผลิตและการตลาดเห็ดโคนญี่ปุ่นพบว่า ในการเพาะเลี้ยงเห็ดโคนญี่ปุ่นรอบ 1 ปีสามารถทำการผลิตได้ 1 รุ่น ในการผลิตหัวเชื้อจำนวน 300 ขวด ต้นทุนทั้งหมด 1,339.48 บาท หรือ 4.46 บาทต่อขวด กำไรสุทธิ 460.52 บาท หรือ 1.54 บาทต่อขวด การผลิตก้อนเชื้อจำนวน 5,000 ก้อน ต้นทุนทั้งหมด 17,200.30 บาท หรือ 3.44 บาท ต่อก้อน กำไรสุทธิ 22,799.70 บาท หรือ 4.56 บาทต่อก้อน การผลิตดอกเห็ดโคนญี่ปุ่น 1,250 กิโลกรัม ต้นทุนทั้งหมด 76,756.64 บาท หรือ 61.41 บาทต่อกิโลกรัม กำไรสุทธิ 48,243.36 บาท หรือ 38.59 บาทต่อกิโลกรัม การทำการตลาดของเกษตรกรมีช่องทางการจำหน่าย 2 ช่องทาง คือ ช่องทางการตลาดหัวเชื้อ ร้อยละ 70 และจำหน่ายให้กับเกษตรกรในกลุ่ม อีกร้อยละ 30

สำหรับปัญหาและอุปสรรคการผลิตและการตลาด คือ ขี้เถื่อขยายพาราและวัสดุอุปกรณ์มีราคาแพง เส้นใยของเห็ดโคนญี่ปุ่นค่อนข้างอ่อนไหว ทำให้ผลผลิตเกิดการสูญเสียค่อนข้างสูง การกระตุ้นการเกิดดอกเห็ดต้องใช้เวลาานาน ทำให้ผลผลิตไม่สม่ำเสมอและขาดช่วงนานจึงไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด อีกทั้งในฤดูฝนมีเห็ดหลายชนิดถูกนำมาออกขายในท้องตลาด และเกษตรกรรายย่อยมีการจำหน่ายดอกเห็ดในราคาต่ำ ส่งผลทำให้ราคาดอกเห็ดโคนญี่ปุ่นมีราคาไม่แน่นอน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved