

การจัดการธุรกิจการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของกลุ่มเกษตรกร บ้านท่ากระเสริม ตำบลท่ากระเสริม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

Sericulture business management of farmer groups at ban thagarsern, tambob thakasern, nam pong district, changwat khon kaen

จันจิรา สุวรรณปา¹ และ สุภาภรณ์ พวงชมพู¹

Junjira Suwannapa and Supaporn Pongchompu

บทคัดย่อ: การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การจัดการธุรกิจและปัญหาอุปสรรคในการจัดการธุรกิจการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของกลุ่มเกษตรกรในหมู่บ้านท่ากระเสริม ตำบลท่ากระเสริม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง พบว่าสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเป็นอาชีพเสริม แต่ละรายมีพื้นที่ปลูกหม่อนเฉลี่ย 1.37 ไร่ มีประสบการณ์การเลี้ยงไหมเฉลี่ย 19.25 ปี รายได้จากการขายไหมเฉลี่ย 15,825 บาทต่อครัวเรือน สมาชิกทุกรายปลูกหม่อนพันธุ์รำ 60 แหล่งน้ำที่ด้วยใช้น้ำฝน พันธุ์ไหมที่เลี้ยงมากที่สุดคือพันธุ์ดอกบัว คำคูณและไทยพื้นบ้าน เฉลี่ยละ 4-5 รุ่นต่อปี ค่าใช้จ่ายในการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเฉลี่ย 9,560.95 บาทต่อปี ส่วนการจัดองค์กรพบว่าการจัดการธุรกิจของกลุ่มยังไม่มีแนวทางในบริหารจัดการที่เป็นระบบ ด้านการผลิตยังไม่มีการควบคุมมาตรฐานที่ชัดเจน ดังนั้น สมาชิกควรเพิ่มความรู้และปรับปรุงทักษะในการจัดการซึ่งรวมถึงการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การสาวไหม การฟอกย้อมเส้นไหม การออกแบบลายผ้าไหม เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและสร้างตราสินค้าจะช่วยสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกให้มีฐานะความเป็นอยู่ดี-7ho

คำสำคัญ: หนอนไหม การสาวไหม การฟอกย้อม

ABSTRACT: The research aimed to study socio-economic, business management, and problems of the mulberry plantation and silkworm rearing business of farmer group in Tambon Takrasern, Amphur Nampong, Khon Kean. Data were collected by using a structural questionnaire. The result found that the majority of members planted sericulture as their secondary jobs with plantation roughly 1.37 rai per household (6.25 rai = 1 ha.). Farmers had an experience in planting silk worms approximately 19.25 years. The total income from selling silk was 15,825 baht/household. Mulberry variety that farmer used was Buri Ram 60. The cultivation was based on rainfed. The most popular varieties of silk worm were Dokbow, KumKoon and Thaipenban, about 4-5 generations/ year/family. The average cost of mulberry plantation and silkworm rearing was 9,560.95 per year. For organization management, the group did not have systematic management and quality control. Thus, members should improve their knowledge and skills to manage, including mulberry plantation and silkworm rearing, silk reeling, silk yarn dyeing, and

¹ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40002

Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture, Khon Kaen University, Khon Kaen 40002, Thailand.

Corresponding author : mykakioo@hotmail.com

silk designs. There should provide more marketing channels, and conduct new brand. These can help the members to increase income for better livelihoods.

Keywords: Silk worm, silk reeling, silk yarn dyeing

บทนำ

ปัจจุบันการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเป็นอาชีพทางเลือกให้เกษตรกรเพื่อการเพิ่มรายได้ ปัจจุบันมีเกษตรกรประกอบอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริมประมาณ 80,000 ครัวเรือน (ลัดดาวรรณ, 2550) ซึ่งลดลงอย่างต่อเนื่องจาก 2 – 3 แสนครัวเรือนนับจากปี 2545 การส่งออกไปต่างประเทศซึ่งในแต่ละปีจะมีมูลค่าประมาณ 1 – 2 พันล้านบาท (สถาบันหม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ, 2552) มูลค่าการซื้อขายผ้าไหมของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมีมูลค่าสูงถึงเกือบ 6 พันล้านบาท ซึ่งแนวโน้มในอนาคตนั้นจะให้ความสำคัญเรื่องของผ้าไหมที่เป็นหัตถกรรมเน้นที่การขายภูมิปัญญาวัฒนธรรมความเป็นไทยด้านหม่อนไหมที่ไม่ใช่เป็นเพียงแค่ผ้าไหมแต่หากหมายถึงศิลปะบนผืนผ้าและความมีชีวิตชีวาของผ้าไหมไทย สำหรับกลุ่มเกษตรกรบ้านท่ากระเสริมตำบลท่ากระเสริม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น มีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมเกษตรกรสามารถพัฒนาการเกษตรทั้งการปลูกพืชและการเลี้ยงสัตว์เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีระบบชลประทานจากเขื่อนอุบลรัตน์ที่น้ำดี จึงสามารถปลูกหม่อนเลี้ยงไหมได้ตลอดทั้งปี แต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมมีการลงทุนในปีแรกค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นทุนด้านการเตรียมแปลงหม่อนหรือโรงเลี้ยงไหมและอุปกรณ์การเลี้ยงไหม กลุ่มเกษตรกรจึงประสบปัญหาในการจัดการธุรกิจไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงควรที่จะทำการศึกษาถึงวิธีการจัดการธุรกิจของกลุ่มเกษตรกรช่วยพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและสร้างความเข้มแข็งแก่กลุ่มเกษตรกร เพื่อให้อาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมได้คงอยู่ต่อไปและเป็น

เอกลักษณ์ที่แฝงด้วยวัฒนธรรมต่อไปของชาวไทยต่อไป

วิธีการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) และ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) และมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 10 รายจากเกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในหมู่บ้านและทั้งหมดเป็นสมาชิกของกลุ่มจำนวน 57 ราย ประกอบไปด้วยประธานกลุ่มจำนวน 1 รายและคณะกรรมการกลุ่มจำนวน 9 ราย เนื่องจากกลุ่มประสบปัญหาภาวะน้ำท่วมอย่างรุนแรงจึงสามารถเก็บข้อมูลได้จากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และใช้มาตราประมาณค่า (Numerical rating scale)-ของ Linkert ในการศึกษาระดับการจัดการธุรกิจของสมาชิกปัญหาและอุปสรรคในการจัดการธุรกิจของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่เดือนตุลาคม 2553 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2554

ผลการศึกษา

การจัดการองค์กรและการจัดการธุรกิจ

กลุ่มมีการแบ่งโครงสร้างการบริหารขององค์กรโดยอาศัยคณะกรรมการดำเนินงานกลุ่ม จำนวน 10 คน ภาพรวมจัดการองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง โดยแบ่งหน้าที่ในการทำงานออกเป็นส่วนๆการวางแผนการดำเนินงานอยู่ในระดับดีแต่คณะกรรมการไม่

บริหารจัดการให้เกิดประโยชน์จึงทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ กลุ่มควรจัดการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ทางด้านการบริหารจัดการองค์กลุ่มแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอโดยการศึกษาดูงานเพื่อให้เกิดความรู้สามารถนำไปพัฒนาอาชีพของตนเองแต่เนื่องจากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเป็นอาชีพที่บอกถึงวัฒนธรรมของชาวบ้านที่ใช้ความประณีตและความละเอียดอ่อนในการทำ จึงทำให้การพัฒนาอย่างไม่ได้ผล ส่วนด้านจัดการดำเนินงานของกลุ่มพบว่ายังขาดความรู้ความเข้าใจในระบบการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานกลุ่มควรมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการองค์กรของกลุ่ม

การจัดการด้านการผลิต

สมาชิกส่วนใหญ่ทำนาเป็นอาชีพหลักและปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเป็นอาชีพเสริม สมาชิกกลุ่มการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมที่ทำเป็นประจำในครอบครัวคือแม่บ้าน รองลงมาคือพ่อบ้านและบุตร (คิดเป็นร้อยละ 71.02 และ 13.5 ตามลำดับ) จุดประสงค์หลักในการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม 3 อันดับแรก คือ เพื่อเป็นสินทรัพย์หรือเป็นของกำนัลในงานมงคล เพื่อขายและเพื่อใช้ในการนุ่งห่ม มีพื้นที่ถือครอง 17.75 ไร่ต่อครัวเรือน ใช้แหล่งน้ำส่วนตัวและแหล่งน้ำสาธารณะในการปลูกหม่อน คิดเป็นร้อยละ 83.33 สามารถให้ผลผลิตหม่อนได้ตลอดทั้งปี สภาพดินในหมู่บ้านเป็นดินร่วนปนทรายสมาชิกเลี้ยงไหมเฉลี่ย 4-5 รุ่นต่อปี ภาพรวมการจัดการแปลงหม่อนของสมาชิกกลุ่มอยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เลือกใส่ปุ๋ยเคมีมากกว่าใส่ปุ๋ยอินทรีย์ การจัดการการเลี้ยงไหมสมาชิกมีประสบการณ์การเลี้ยงไหมเฉลี่ย 19.25 ปี ส่วนใหญ่สมาชิกสร้างโรงเรือนเลี้ยงไหมแบบประหยัดได้ทุนบ้านพันธุ์ไหมที่ใช้เลี้ยงมากที่สุดคือพันธุ์ดอกบัวดอกคูณ คำคูณและพันธุ์ไทยพื้นบ้าน ระดับการจัดการการเลี้ยงไหมของสมาชิกอยู่ในระดับดี เกษตรกรส่วนใหญ่จะประสบกับปัญหาความชื้นสูงในห้องเลี้ยงไหม

ช่วงฤดูฝนทำให้หม่อนไหมเกิดโรคได้ง่ายและปัญหาน้ำท่วมขังแปลงหม่อน

สำหรับต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม พบว่ามีต้นทุนการผลิตทั้งที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสดเท่ากับ 9,560.95 บาทต่อปี เนื่องจากเกษตรกรมีการปรับปรุงดินโดยใช้ปุ๋ยเคมี และใช้น้ำจากแหล่งน้ำสาธารณะเป็นส่วนใหญ่โดยใช้ไฟฟ้าจากครัวเรือน ทำให้มีต้นทุนค่าวัสดุและค่าไฟฟ้าสูง มีผลผลิตเส้นไหมต่อแผ่นเฉลี่ย 1.7 กิโลกรัม โดยสมาชิกมีรายได้สุทธิจากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อปี เท่ากับ 1,5825 บาท มีประสบการณ์ในการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเฉลี่ย 19.25 ปี แปลงหม่อนมีพื้นที่เฉลี่ย 1.37 ไร่ต่อครัวเรือน ส่วนใหญ่มีแปลงหม่อน 1 แปลง คิดเป็นร้อยละ 63.33 ต่อสมาชิกทั้งหมด พันธุ์หม่อนที่ปลูกมากที่สุดคือพันธุ์บุรีรัมย์.60 คิดเป็นร้อยละ 93.33 ใช้เวลาเลี้ยงรุ่นละ 23.49 วัน คิดเป็นร้อยละ 71.53 แรงงานที่ใช้ประจำที่ใช้ในการเลี้ยงไหมเฉลี่ย 1.86 รายต่อครัวเรือน ผลผลิตรังไหม 11.55 กิโลกรัมได้เส้นไหม 1 กิโลกรัม สมาชิกกลุ่มทำการเลี้ยงไหมเฉลี่ย 2 รุ่นต่อแผ่น

วิธีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เลี้ยงไหมมากกว่า 3 คาบต่อวัน 3 คาบต่อวัน และน้อยกว่า 3 คาบต่อวัน (คิดเป็นร้อยละ 20 70 และ 10 ตามลำดับ) มีการถ่ายมูลไหมตรงตามวัย(คิดเป็นร้อยละ 86) มีการให้ใบหม่อนตรงตามวัยของไหม(คิดเป็นร้อยละ 56.66) สมาชิกส่วนใหญ่ไม่มีการขายใบหม่อนในรอบปี 2554 (จากตารางที่ 1) เมื่อเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนค่าเฉลี่ยของสมาชิกกลุ่ม จากการจัดการธุรกิจการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมพบว่าต้นทุนผันแปรที่ไม่เป็นเงินสดซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะหมดไปกับค่าแรงงาน สมาชิกมีรายได้เพียงเล็กน้อยแต่เนื่องจากอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเป็นการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นจึงสิ่งที่น่าสนใจควมมีใจสำหรับเกษตรกร

การตลาด

ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายคือ รังไหม เส้นไหม ดักแด้และผ้าไหม โดยมีพ่อค้าคนกลางเป็นผู้จัดการตลาดให้ในทั้งพื้นที่ รับซื้อเส้นไหมราคา กิโลกรัม ละ 1,400 บาท ราคาดักแด้ไหม กิโลกรัมละ 100 บาท และผ้าทอมือผืนละ 1,400 – 3,000 บาทต่อผืน เนื่องจาก กลุ่มเกษตรกรขาดอำนาจการต่อรอง เกษตรกรจะต้อง ปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น การจำหน่าย ส่วนใหญ่จะมีพ่อค้าคนกลางไปรับถึงชุมชนที่ผลิตผ้า ทอมือ บางครั้งกลุ่มต้องจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า ขึ้นอยู่กับ ข้อตกลงซื้อขาย กลุ่มควรส่งเสริมจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ตามสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อหาได้ โดยง่าย เป็นการเข้าถึงลูกค้าโดยตรง ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ มือบางกลุ่มผู้ผลิตมีการจัดวางสินค้าหน้าร้านเพื่อดึงดูด สายตา และเป็นจุดสนใจแก่ผู้พบเห็น ตลาดที่สามารถ ส่งสินค้าในประเทศได้ เช่น ตลาดนัด ประจวบฯ เป็นต้น ตลาดการซื้อขายผลิตภัณฑ์ ยังมีอนาคตไกลถ้ารัฐบาล ให้การสนับสนุน (พจนานและคณะ, 2544) รวมทั้ง ประชาชนคนไทยที่ต้องหันสนับสนุนสินค้าไทย เพื่อให้เงินหมุนเวียนภายในประเทศ และยังช่วย ส่งเสริมให้คนในชุมชนห่างไกลที่ผลิตสินค้างานฝีมือ เหล่านี้มีความเป็นอยู่ดีขึ้น ผู้ผลิตจะต้องมีการพัฒนา คุณภาพผลผลิตให้มีคุณภาพและมาตรฐาน วิธ ีการตลาดของหม่อนและไหม ซื้อขายกัน ด้วย ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ (Traditional Market) มี ลักษณะเฉพาะผลผลิตของสมาชิกในกลุ่มญาติผลผลิต ที่นำมาขายจะเป็นดักแด้ไหม ผ้าถุงไหม เส้นไหม ขาไบ หม่อน ซึ่งผลผลิตเหล่านี้จะเหลือจากการบริโภคแล้วจึง นำมาจำหน่ายจ่ายแจก ผู้ผลิตจึงผ่านการคัดกรองของ เครือข่ายที่มีอยู่ทั่วไป เนื่องจากตลาดไม่ได้เน้นรายได้ กำไร ในขณะที่เกษตรกรกลุ่มนี้ยังมีการหนี้สิน ตลาด ค้าส่งในประเทศ (Domestic Wholesale Market) เกษตรกรนำผลผลิตส่วนที่เหลือจากการจำหน่ายใน ตลาดที่กล่าวข้างต้น มาจำหน่ายตลาดค้าส่งคือผู้บริโภค จะกำหนดราคา แต่ไม่ได้กำหนดปริมาณรับซื้อ การ กำหนดราคาจะพิจารณาจากปริมาณสินค้าที่เกษตรกร นำมาจำหน่ายพิจารณาเพียงขนาด และความสวยงาม

โดยไม่ได้คำนึงถึงคุณภาพ ประกอบกับผู้บริโภคใน ตลาดมีจุดแข็งคือเป็นตลาดซื้อขายผลผลิตจำนวนมาก วิถีการตลาดของการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมผลิตภัณฑ์ที่ ได้ส่วนหนึ่งเกษตรกรจะเก็บไว้เพื่ออุปโภคและบริโภค ในครัวเรือนจำนวน 20% และอีก 80% จะส่งขายใน รูปแบบต่างๆคือ ตลาดที่มีความสัมพันธ์แบบเครือญาติ 45% ส่วนการค้าส่งโดยผ่านพ่อค้าคนกลางคือขายตลาด นิดในท้องถิ่นจำนวน 20% และอีก 15% ในตลาดค้าส่ง ในประเทศ (Fig. 1)

ปัญหาและอุปสรรค

จากผลการศึกษาปัญหาด้านการจัดการองค์ กลุ่มขาดการอบรมวิชาการแก่สมาชิก เนื่องจากสมาชิก ได้รับการศึกษาอบรมเป็นบางส่วน และกลุ่มยังประสบ กับปัญหาอุทกภัยทำให้เกษตรกรมีอุปสรรคในการ จัดการผลิตที่มีเกี่ยวกับโรคระบาดในไหมที่ได้รับ ผลกระทบจากสภาพภูมิอากาศ ทำให้การเจริญเติบโต ของไหม ตลอดจนคุณภาพผลผลิตรังไหมเส้นไหม นอกจากนี้กลุ่มยังประสบปัญหาในช่วงเดือน ตุลาคม – กุมภาพันธ์ คือการขาดแคลนหม่อน ส่วนด้านการ จัดการการเงินกลุ่มยังไม่มีการบริหารจัดการที่ไม่เกิด ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ถึงแม้ว่าภาครัฐเข้ามา สนับสนุนเงินทุนในปีแรก และด้านการจัดการตลาด กลุ่มยังไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของ ตลาดเท่าที่ควรเนื่องจากขาดความรู้ความสามารถใน การแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด

สรุปและข้อเสนอแนะ

การเลี้ยงไหมในฤดูฝนมักจะประสบกับ ปัญหาความชื้นสูง ทำให้โอกาสเกิดโรคของไหมได้ อย่างง่าย เช่น โรคแกรสเซอร์ (โรคเตื่อ) และโรคที่เกิด จากเชื้อรา เช่น โรคมีสตาตินสามารถลดการระบาดของ โรคโดยการปรับลดความชื้นในโรงเลี้ยงไหม ด้วยการ เปิดหน้าต่างเพื่อระบายอากาศให้อากาศถ่ายเทภายใน โรงเลี้ยงไหม จากสถานการณ์น้ำท่วมในพื้นที่

ทำการศึกษาค่อนข้างรุนแรงเกษตรกรควรแก้ไขปัญหาดังกล่าว กรณีที่เป็นน้ำหลากในระยะเวลาสั้นๆจะไม่ส่งผลกระทบต่อต้นหม่อนแต่หากได้ต้นหม่อนมีน้ำท่วมขังเป็นเวลานานเกิน 1 เดือน ต้นหม่อนอาจตายทำให้ต้องทำการปลูกใหม่เมื่อน้ำลดหากต้นหม่อนยังไม่ตายควรทำการพรวนดินเพื่อให้อากาศเข้าไปในดินซึ่งจะช่วยให้การฟื้นตัวของรากต้นหม่อนได้ดียิ่งขึ้น ส่วนการจัดการธุรกิจของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมด้านการบริหารจัดการกลุ่มยังไม่มีประสิทธิภาพทำให้การรวมกลุ่มไม่เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ด้านการลงทุนการบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มเพื่อการบริหารธุรกิจขนาดย่อมให้สามารถประกอบการได้อย่างต่อเนื่องต้องมีการคิดต้นทุนและกำไร ตลอดจนสัดส่วนที่ก่อให้เกิดเงินทุนและผลตอบแทน ทั้งนี้เนื่องจากในแต่ละกิจกรรมมีตัวแปรที่แตกต่างกัน ดังนั้นการจัดการกลุ่มที่ดีและเหมาะสมประกอบด้วย การวางแผนผลิต การเงิน และระบบการบริหารจัดการกลุ่มที่สมาชิกร่วมดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ด้านการตลาดกลุ่มควรคำนึงนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของการพึ่งตนเองของชุมชน เน้นการช่วยเหลือเกื้อกูลมากกว่าการเน้นกำไรเป็นตัวตั้งแลกเปลี่ยนความรู้ จึงถือเป็นจุดแข็งที่ทำให้ตลาดสามารถดำรงอยู่ได้ ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไปเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ควรมีการศึกษาเรื่องปริมาณความต้องการของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ที่ทำจากหม่อนไหมในรูปแบบต่างๆ เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าไหมอ่อนอินทรีย์หรือแปรรูปผลิตภัณฑ์อย่างอื่นเป็นต้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้กับผู้ผลิตเพื่อที่จะผลิตสินค้าให้ตรงตามที่ต้องการ

คำขอบคุณ

ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษา คุณคณาจารย์ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ทุกท่านที่ให้คำแนะนำตรวจทานข้อบกพร่องและกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านท่ากระเสริม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น เป็นอย่างสูงที่ให้ความช่วยเหลือและเอื้อเพื่อให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- พจนนา วีระโสภณ, วิโรจน์ แก้วเรือง, จรรยา ปั่นแห่งเพชร, ทิพรณี เสนะวงศ์. 2544. 1 ศตวรรษแห่งการพัฒนาไหมไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด, กรุงเทพฯ.
- ลัดดาวรรณ กองหาโคตร. 2550. การจัดการการธุรกิจการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สถาบันหม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ. สถิติการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในประเทศไทย. กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ จังหวัดขอนแก่น. 2554. ข้อมูลการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านท่ากระเสริม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

Table 1. Cost and return of mulberry plantation and silkworm production in ban Thagasarm,Tambon Thagasarm, Nam phong district, Changwat Khon kaen

Average cost and return	Cash	Non-cash	Total(Bath)	% of total
Total Variable costs(bath/life cycle)	602.50	1,309.69	1,912.19	97.45
Labor / machinery / equipment		1,152.00	1,152.00	58.70
Silkworm breeding	43.50	-	43.50	2.21
water and electricity	35.00	-	35.00	1.78
Chemical	40.00	-	40.00	2.03
Fertilizer	484.00	-	484.00	24.66
Other (threshing basket, cloth)	-	157.69	157.69	8.03
Total fixed costs	50	-	50	2.54
Depreciation and Equipment	50	-	50	2.54
Total costs(bath/life cycle)	602.5	1,309.69	1,912.19	100
Total costs(bath/year)	3,012.5	6,548.45	9,560.95	100
Yield(life cycle/year)	5	-	5	-
Price(bath/ life cycle, silk yarn,pupa,silk)	2,815.00	350.00	3,165.00	100.00
Total profit.(bath/year)	14,075.00	1,750.00	15,825.00	100
Profit.(bath/ life cycle)	902.81	350.00	1,252.81	7.98
Net profit	4,514.05	1,750.00	6,264.05	39.90

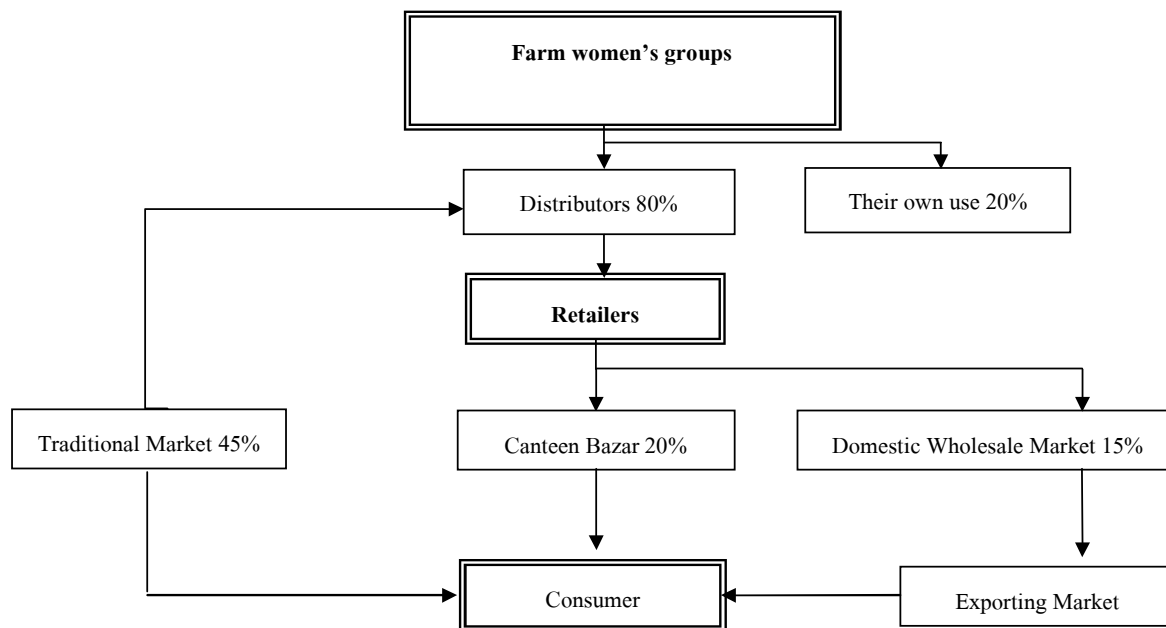


Fig.1. Marketing channel of silkworm product.