

การศึกษาโครงสร้างและประสิทธิภาพการผลิตไวน์และสุราแช่ จังหวัดลำพูน

A STUDY OF THE ORGANIZATION AND EFFICIENCY OF THE  
PRODUCTION OF WINE AND OTHER ALCOHOLIC BEVERAGES

ศิริพร กิริติการกุล อัมภา วิรัตน์พุกภัย

SIRIPORN KIRATIKARNKUL AMPA WIRATPHRUK

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์และสหกรณ์การเกษตร

คณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เชียงใหม่ 50290

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาโครงสร้างและประสิทธิภาพการผลิตไวน์และสุราแช่ จังหวัดลำพูน มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 1.เพื่อศึกษาถึงสภาพปัจจุบันและพัฒนาการผลิตไวน์และสุราแช่ในจังหวัดลำพูน 2.เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อไวน์และสุราแช่ของผู้ซื้อ 3.เพื่อทำการแผนการปรับปรุงโครงสร้างการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดการองค์กรให้เหมาะสมให้แก่ผู้ผลิตไวน์และสุราแช่ ในจังหวัดลำพูน

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจจากสหกรณ์ไวน์ 3 สหกรณ์ ในจังหวัดลำพูน ได้แก่ สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด สหกรณ์ไวน์ป่าขางลำพูน จำกัด และสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด โดยทำการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยข้อมูลปฐมภูมিরวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ผลิต 45 คน และกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภค 130 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น สำหรับการวิเคราะห์ทางการเงินใช้เครื่องมือทางบัญชี ได้แก่ อัตราส่วนทางการเงินในการวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน และประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่า สหกรณ์ไวน์ในจังหวัดลำพูนจัดขึ้นตามแนวนโยบายการสนับสนุนการผลิตไวน์พื้นบ้าน เพื่อทดแทนการนำเข้าไวน์จากต่างประเทศ สหกรณ์ผลิตไวน์และสุราแช่ที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรี มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 29.36 บาท ต่อลิตร โดยอาศัยวัตถุดิบภายในท้องถิ่น มีมาตรฐานการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพที่ไม่ได้มาตรฐาน ทั้งด้านความสะอาดและการปนเปื้อน ทางด้านการตลาด สหกรณ์ไวน์ลำพูนมีประสิทธิภาพการแข่งขันด้านราคา แต่ยังไม่มีประสิทธิภาพทางด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย ทางด้านโครงสร้างทางการเงิน สหกรณ์ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในรูปแบบอุปกรณ์และเครื่องจักร มีการระดมทุนจากแหล่งเงินทุนภายใน ในรูปทุนเรือนหุ้นและเงินกู้ยืมจากสมาชิก เมื่อพิจารณาฐานะทางการเงินจากอัตราส่วนทางการเงิน พบว่า สหกรณ์มีสภาพคล่องค่อนข้างน้อย มีประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ ประสิทธิภาพในการทำกำไรค่อนข้างต่ำ มีระบบการหมุนของสินค้าน้อย รูปแบบการจัดองค์กรจะเป็นรูปแบบของการบริหารจัดการองค์กร 3 ส่วน ได้แก่ ฝ่ายบริหารซึ่งทำหน้าที่วางแผนและกำหนดนโยบายโดยคณะกรรมการจำนวน 7-15 คน ฝ่ายจัดการทำหน้าที่ผลิตและการตลาด โดยพนักงานและลูกจ้างจำนวน 5-12 คน และสมาชิกสหกรณ์ทำหน้าที่การผลิตและจัดหาวัตถุดิบ จำนวน 20-80 คน

ผลการสำรวจพฤติกรรมและทัศนคติของผลิตภัณฑ์ไวน์ จากผู้บริโภครวม 70 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุมากกว่า 40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับจ้างและมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน พบว่าผู้บริโภคมองเห็นต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์และราคาของไวน์ลำพูนในระดับปานกลาง

สหกรณ์ไวน์ลำพูนควรทำแผนปรับปรุงโครงสร้างการผลิต โดยให้ความสำคัญในด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้มาตรฐานอาหารและยาของกระทรวงสาธารณสุข ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ในด้านรสชาติและสีสรร ด้านการตลาดควรทำแผนปรับปรุงทางด้านบรรจุภัณฑ์และช่องทางการตลาด ให้ดึงดูดใจผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ด้านการเงินควรแก้ไขปัญหาสภาพคล่อง โดยการระบายสินค้าค้างสต็อกจำนวนมากและเพิ่มรอบการหมุน

## ABSTRACT

The Objectives of this research were 1) to study the present structure and future development of cooperatives included production, marketing, organizing and financing 2) to study consumer behavior and decision making 3) to formulate a strategy to increase productivity, improve marketing efficiency, establish sound financial management practices, revise the organization of the cooperatives.

Three cooperatives were surveyed 1) Umong Lumpoon winery cooperative 2) Prasang Lumpoon winery cooperative 3. Wieng Nonglong Lumpoon winery cooperative. Primary and secondary data were used. Primary data were collected from both producers and consumers by means of a questionnaire. A total of 105 individuals contributed information. There were 45 producers and 70 consumers. The data were analyzed and the results were presented as percentage, means, weight means score, standard deviation. The secondary data were obtained from financial records. This information was then analyzed by using financial ratios.

The Thai govt has a policy of promoting the development of locally produced goods to substitute for imported products. The winery cooperatives in Lumpoon were established in accordance with that policy. It was found that the alcoholic content of various kinds of drinks produced is less than 15%. Their average cost is 29.36 baht per liter and the raw ingredients are collected from the immediate vicinity (from area close by). Quality control standard, are the quality of the wines produced did not meet national standard, especially in regard to clarity and impurities.

Marketing, In this regard the cooperatives maintain a certain level of efficiency in the pricing of their products. However, because the products are substandard the place of production is remote and promotion is weak, marketing is mainly inefficient. Financing, the 3 cooperatives received govt subsidies in term of production equipments. Their working capital was raised partly from the sale of shares and partly from money loans by members and committees of cooperative themselves. After financial analysis the ratios showed a low level of liquidity and turn-over.

Organization, there are 3 parts to the structure of each cooperative. 1) The committee, which are chosen from members of the cooperative at each annual meeting. There are only

between 7 and 15 committee members and their duties are planning and policy making  
2) Management staff, who are responsible for production and marketing. The number of management staff is never greater than 15 people and sometimes as few as 5. 3 member, their job naturally is to provide raw materials and produce the wine. The number of members in each cooperative varies from 20 to 80 people.

Recommendation, for the production each of three cooperatives should develop as soon as possible plan addressing the following concern

1. Quality, national food and drugs standard must be met.
2. Production, the wine must be improved by ensuring better taste more clarity and purity.
3. The wines should be allowed more time to fully mature before bottling.

For marketing, presentation, packaging of the products is not always over high standard of presentation need to be higher and more attractive to consumers including overseas visitors.

For financing, the cooperatives can solve the problem of low liquidity by eliminating unsalable stock of wines.