



รายงานผลการวิจัย
มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เรื่อง

การศึกษาโครงสร้างและประสิทธิภาพการผลิตไวน์และ
สุราแช่ จังหวัดลำพูน

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



ศิริพร กิริติการกุล อภิภา วิรัตน์พฤษ

2547



รายงานผลการวิจัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เรื่อง การศึกษาโครงสร้างและประสิทธิภาพการผลิตไวน์และสุราแช่ จังหวัด
ลำพูน

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

ได้รับการจัดสรรงบประมาณวิจัย ประจำปี 2547
จำนวน 83,500 บาท

หัวหน้าโครงการ นางสาวศิริพร กิตติการกุล

ผู้ร่วมโครงการ นางสาวอำภา วิรัตน์พฤษย์

งานวิจัยเสร็จสิ้นสมบูรณ์

วันที่ 31 ตุลาคม 2547

1276 / 47

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาโครงสร้างและประสิทธิภาพการผลิตไวน์และสุราแช่ จังหวัดลำพูน ซึ่งได้รับทุนอุดหนุนงานวิจัยประจำปีงบประมาณ 2547 ของสำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากการอนุเคราะห์จากคณะกรรมการ ฝ่ายจัดการ สมาชิกของสหกรณ์ทั้ง 3 แห่ง คือ สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด สหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด และสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องที่กรุณาให้ข้อมูลด้วยความเต็มใจและจริงใจ ขอขอบพระคุณ ดร.ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ รศ.ดร.อริ วิบูลย์พงศ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาอันเป็นประโยชน์เอนกอนันต์ตลอดมา รายงานฉบับนี้ไม่อาจเกิดขึ้นได้โดยปราศจากความอนุเคราะห์ความร่วมมือของทุกท่าน ขอขอบคุณเป็นพิเศษสำหรับผู้ช่วยวิจัยที่ได้ทุ่มเทในการวิจัย การแก้ไขปรับปรุงครั้งแล้วครั้งเล่าด้วยความอุตสาหะเพื่อการจัดทำรายงานฉบับนี้ ซึ่งหากมีข้อบกพร่อง ควรทำการแก้ไขปรับปรุง คณะผู้วิจัยยินดีนำข้อเสนอแนะต่างๆ ไปแก้ไขปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

อาจารย์ศิริพร กิตติการกุล

นางสาวอำภา วรรณพฤกษ์

คณะผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(ก)
สารบัญภาพ	(ข)
บทคัดย่อ	1
ABSTRACT	3
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	5
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	8
1.3 ขอบเขตการศึกษา	9
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย	9
1.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	9
1.4.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างและพื้นที่ศึกษา	9
1.4.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา	10
1.4.4 วิธีวิเคราะห์	11
1.5 ทบทวนเอกสาร	18
บทที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป	26
2.1 ข้อมูลพื้นฐานของตำบลอุโมงค์	26
2.1.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์	26
2.1.2 ประวัติความเป็นมาของชุมชน	29
2.1.3 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ	29
2.1.4 วัฒนธรรมและของดีตำบลอุโมงค์	32
2.1.5 ความช่วยเหลือจากภาครัฐและเอกชน	34
2.1.6 การเปลี่ยนแปลงของตำบลและสภาพปัญหา	34
2.1.7 ศักยภาพการพัฒนาของตำบล	35
2.2 ข้อมูลพื้นฐานของตำบลป่าซาง	36
2.2.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์	36
2.2.2 ประวัติความเป็นมาของชุมชน	38
2.2.3 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ	38
2.2.4 ประเพณีและวัฒนธรรมชุมชน	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.2.5 ความช่วยเหลือจากภาครัฐและเอกชน	39
2.2.6 การเปลี่ยนแปลงของตำบลและสภาพปัญหา	39
2.2.7 ศักยภาพการพัฒนาของตำบล	40
2.3 ข้อมูลพื้นฐานของตำบลวังผาง	41
2.3.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์	41
2.3.2 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ	42
2.3.3 ศาสนาและวัฒนธรรม	44
2.3.4 ความช่วยเหลือจากภาครัฐและเอกชน	45
2.3.5 การเปลี่ยนแปลงของตำบลและสภาพปัญหา	45
2.3.6 ศักยภาพการพัฒนา	47
บทที่ 3 ข้อมูลพื้นฐานของสหกรณ์	
3.1 ข้อมูลพื้นฐานของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	48
3.1.1 ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์	48
3.1.2 ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์	49
3.1.3 บทบาทของสหกรณ์ต่อชุมชน	50
3.1.4 การจัดองค์กรและบริหารงานสหกรณ์	50
3.1.5 แหล่งให้การสนับสนุนและช่วยเหลือแก่สหกรณ์	57
3.1.6 ศักยภาพการพัฒนาของสหกรณ์	58
3.2 ข้อมูลพื้นฐานของสหกรณ์ไวน์ป่าขางลำพูน จำกัด	59
3.2.1 ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์	59
3.2.2 ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์	60
3.2.3 บทบาทของสหกรณ์ต่อชุมชน	60
3.2.4 การจัดองค์กรและบริหารงานสหกรณ์	61
3.2.5 แหล่งให้การสนับสนุนและช่วยเหลือแก่สหกรณ์	66
3.2.6 ศักยภาพการพัฒนาของสหกรณ์	69
3.3 ข้อมูลพื้นฐานของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	67
3.3.1 ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์	67
3.3.2 ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์	69

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3.3 บทบาทของสหกรณ์ต่อชุมชน	70
3.3.4 การจัดองค์กรและบริหารงานสหกรณ์	70
3.3.5 แหล่งให้การสนับสนุนและช่วยเหลือแก่สหกรณ์	76
3.3.6 ศักยภาพการพัฒนาของสหกรณ์	77
บทที่ 4 การผลิต	
4.1 การผลิตของสหกรณ์ไวน์อู๋มอังก์ลำพูน จำกัด	78
4.1.1 ผลิตภัณฑ์	78
4.1.2 การบริหารและการวางแผนการผลิต	79
4.1.3 การจัดหาปัจจัยการผลิต	80
4.1.4 แรงงานและการจ้างแรงงาน	87
4.1.5 ดินทุนและผลตอบแทนการผลิตไวน์ของสหกรณ์	88
4.1.6 กรรมวิธีการผลิต	89
4.1.7 การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต	107
4.1.8 สภาพและผังโรงงาน	107
4.1.9 การจัดการของเสียที่เกิดจากระบวนการผลิต	108
4.1.10 การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์	109
4.1.11 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต	109
4.1.12 ศักยภาพด้านการพัฒนา	110
4.2 การผลิตของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	111
4.2.1 ผลิตภัณฑ์	111
4.2.2 การบริหารและการวางแผนการผลิต	112
4.2.3 การจัดหาปัจจัยการผลิต	112
4.2.4 แรงงานและการจ้างแรงงาน	120
4.2.5 ดินทุนและผลตอบแทนการผลิตไวน์ของสหกรณ์	120
4.2.6 กรรมวิธีการผลิต	130
4.2.7 การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต	132
4.2.8 สภาพและผังโรงงาน	134
4.2.9 การจัดการของเสียที่เกิดจากระบวนการผลิต	134

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2.10 การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์	135
4.2.11 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต	136
4.2.12 ศักยภาพด้านการพัฒนา	136
4.3 การผลิตของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	137
4.3.1 ผลิตภัณฑ์	137
4.3.2 การบริหารและการวางแผนการผลิต	138
4.3.3 การจัดหาปัจจัยการผลิต	139
4.3.4 แรงงานและการจ้างแรงงาน	145
4.3.5 ดินทุนและผลตอบแทนการผลิตไวน์ของสหกรณ์	146
4.3.6 กรรมวิธีการผลิต	159
4.3.7 การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต	160
4.3.8 สภาพและผังโรงงาน	162
4.3.9 การจัดการของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต	163
4.3.10 การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์	163
4.3.11 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต	163
4.3.12 ศักยภาพด้านการพัฒนา	164
4.4 ผลสำรวจความคิดเห็นด้านการผลิตของสมาชิกและกรรมการสหกรณ์	165
4.4.1 ผลสำรวจด้านการผลิตและด้านตลาดลำพูน	165
4.4.2 ผลการสำรวจความคิดเห็นด้านการผลิตไวน์ของสหกรณ์ไวน์ลำพูน	167
4.4.3 ผลการสำรวจความคิดเห็นด้านการผลิตและบรรจุภัณฑ์ของสหกรณ์ไวน์ลำพูน	168
4.4.4 ผลการสำรวจความคิดเห็นด้านการตลาดไวน์สหกรณ์ไวน์ลำพูน	168
บทที่ 5 การตลาด	
5.1 การตลาดของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	170
5.1.1 การบริหารและการวางแผนการตลาด	170
5.1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	171
5.1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย	173
5.1.4 ราคาและการตั้งราคา	175

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.1.5 การส่งเสริมการขาย	184
5.1.6 ปัญหาและการต้องการความช่วยเหลือ	185
5.1.7 ศักยภาพทางการตลาด	185
5.2 การตลาดของสหกรณ์ไวน้ำป่าซางลำพูน จำกัด	186
5.2.1 การบริหารและการวางแผนการตลาด	186
5.2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	187
5.2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย	188
5.2.4 ราคาและการตั้งราคา	190
5.2.5 การส่งเสริมการขาย	190
5.2.6 ปัญหาและการต้องการความช่วยเหลือ	197
5.2.7 ศักยภาพทางการตลาด	198
5.3 การตลาดของสหกรณ์ไวน้ำเวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	198
5.3.1 การบริหารและการวางแผนการตลาด	198
5.3.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	199
5.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย	200
5.3.4 ราคาและการตั้งราคา	201
5.3.5 การส่งเสริมการขาย	211
5.3.6 ปัญหาและการต้องการความช่วยเหลือ	212
5.3.7 ศักยภาพทางการตลาด	213
5.4 การสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคไวน้ำ	214
บทที่ 6 การเงิน	
6.1 การเงินของสหกรณ์ไวน้ำอุโมงค์ลำพูน จำกัด	220
6.1.1 การบริหารและการวางแผนการเงิน	220
6.1.2 แหล่งเงินทุน	221
6.1.3 ผลการดำเนินงานและสภาพทางการเงิน	221
6.1.4 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือ	231
6.1.5 ศักยภาพทางการเงิน	232

	หน้า
6.2 การเงินของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	235
6.2.1 การบริหารและการวางแผนการเงิน	235
6.2.2 แหล่งเงินทุน	236
6.2.3 ผลการดำเนินงานและสภาพทางการเงิน	238
6.2.4 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือ	244
6.2.5 ศักยภาพทางการเงิน	245
6.3 การเงินของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	248
6.3.1 การบริหารและการวางแผนการเงิน	248
6.3.2 แหล่งเงินทุน	249
6.3.3 ผลการดำเนินงานและสภาพทางการเงิน	249
6.3.4 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือ	257
6.3.5 ศักยภาพทางการเงิน	257
บทที่ 7 SWOT Analysis	
7.1 จุดแข็ง	260
7.1.1 การจัดองค์กร	260
7.1.2 การผลิต	261
7.1.3 การตลาด	261
7.1.4 การเงิน	262
7.2 จุดอ่อน	262
7.2.1 ด้านองค์กร	262
7.2.2 การผลิต	263
7.2.3 การตลาด	263
7.2.4 การเงิน	264
7.3 โอกาส	265
7.4 ข้อยกเว้น	266

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 8 บทสรุป	
8.1 สรุปผลการศึกษา	267
8.2 ศักยภาพการพัฒนา	270
8.3 กลยุทธ์ในการพัฒนา	272
8.4 ข้อเสนอแนะ	274
เอกสารอ้างอิง	277
ภาคผนวก	
ก สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	280
ข สหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	290
ค สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	293

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แหล่งน้ำอุปโภคและบริโภคของคนในชุมชน	27
2.2 ประชากรของตำบลอุโมงค์	30
2.3 อาชีพของราษฎรตำบลอุโมงค์	31
2.4 รายได้ของประชากรตำบลอุโมงค์	32
2.5 ประชากรตำบลวังผาง	44
4.1 ผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	78
4.2 ช่วงเวลาจัดหาวัตถุดิบของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	82
4.3 วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือนของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	83
4.4 การศึกษาและค่าจ้างแรงงานของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	88
4.5 ต้นทุนผลตอบแทนของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	90
4.6 ผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	111
4.7 ปริมาณการผลิตของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	112
4.8 ช่วงเวลาจัดหาวัตถุดิบของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	115
4.9 วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือนของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	116
4.10 อัตราค่าอากรแสตมป์ของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	119
4.11 ต้นทุนผลตอบแทนของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	121
4.12 ผลิตภัณฑ์สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	138
4.13 ช่วงเวลาจัดหาและสั่งซื้อวัตถุดิบของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	142
4.14 วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือนของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	143
4.15 อากรแสตมป์ติดขวดไวน์ขนาด 750 ml. สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	145
4.16 การจ้างแรงงานผลิตสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	145
4.17 ต้นทุนผลตอบแทนของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	147
4.18 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นการผลิต การตลาด สหกรณ์ไวน์ จังหวัดลำพูน	166
4.19 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักระดับความคิดเห็นด้านการผลิตไวน์ของสหกรณ์	167

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.20 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ของสหกรณ์ไวน์ จังหวัดลำพูน	168
4.21 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักระดับความคิดเห็นด้านการตลาดไวน์ สหกรณ์ไวน์ ลำพูน	169
5.1 แผนการตลาดและส่งเสริมการขาย	170
5.2 ราคาและการตั้งราคาของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	176
5.3 ยอดการจำหน่ายสินค้าสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	187
5.4 ราคาและการตั้งราคาของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	191
5.5 ยอดขายของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	202
5.6 ช่องทางการจำหน่ายสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด ปี 2545	203
5.7 ราคาและการตั้งราคาของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	205
5.8 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	215
5.9 ผลสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ไวน์	216
5.10 ผลสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคในด้านคุณภาพไวน์ แยกตามกลุ่มผู้บริโภค	217
5.11 ผลสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคในด้านบรรจุภัณฑ์และราคา	217
5.12 ผลสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคในด้านบรรจุภัณฑ์และราคาไวน์ แยกตามกลุ่ม ผู้บริโภค	219
6.1 ประมาณการรายได้ – รายจ่ายสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	222
6.2 ยอดขายและผลการดำเนินงานของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	224
6.3 อัตราส่วนทางการเงินของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	233
6.4 แผนงานประจำปี 2547 ของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	236
6.5 ประมาณการรายได้-รายจ่ายสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	237
6.6 ผลการดำเนินงานสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	238
6.7 อัตราส่วนทางการเงินของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	246
6.8 การเปรียบเทียบการลงบันทึกบัญชีการขายของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่อง ลำพูน จำกัด	251
6.9 อัตราส่วนทางการเงินของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	259

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการศึกษา	10
2.1	ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของตำบลอุโมงค์	26
2.2	อาชีพหลักของราษฎรตำบลอุโมงค์	31
2.3	ห้างนาเจ้า	32
2.4	ข้าวมุง	32
2.5	ศูนย์วัฒนธรรมตำบลอุโมงค์	33
2.6	มณฑปพระพุทธบาท	33
2.7	ลำไยและลำไยอบ	33
2.8	ไวน์	33
3.1	ที่ตั้งสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	48
3.2	โครงสร้างการจัดองค์กรของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	51
3.3	โครงสร้างการบริหารและดำเนินงานของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	52
3.4	การบริหารเงินกู้ยืมของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	56
3.5	ที่ตั้งสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	59
3.6	โครงสร้างการจัดองค์กรของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	62
3.7	โครงสร้างการบริหารและดำเนินงานของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	63
3.8	ที่ตั้งสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	68
3.9	โครงสร้างการจัดองค์กรและบริหาร ช่วงที่ 1	71
3.10	โครงสร้างการจัดองค์กรและบริหาร ช่วงที่ 2	72
3.11	โครงสร้างการบริหารและดำเนินงานของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	80
4.1	กระบวนการผลิตไวน์ของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	106
4.2	สภาพและผังโรงงานของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	108
5.1	การจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าประจำของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด	174
5.2	ช่องทางจำหน่ายสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด	189
5.3	การจำหน่ายสินค้าของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	204

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.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การเกษตรของประเทศไทยได้ผ่านยุคปฏิวัติเขียวหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ในปี 2535 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน ผลการปฏิวัติเขียวที่ผ่านมาทำให้เกิดปัญหาต่างๆ อย่างมากมาย เช่น ป่าไม้ถูกทำลาย การสูญเสียทรัพยากรชีวภาพ การสูญเสียภูมิปัญญาท้องถิ่น การสูญเสียความอุดมสมบูรณ์ของดินและน้ำ การสูญเสียความสมดุลของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การสร้างมลภาวะให้แก่ประเทศ สังคมเกษตรล่มสลาย โดยเกษตรกรหันไปทำงานภาคอุตสาหกรรมในเมือง หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ใหม่ๆ โลกขาดแคลนอาหารอย่างมาก อันอาจเป็นแรงกดดันให้เกิดการปฏิวัติเขียวเพื่อผลิตอาหารให้เพียงพอับความต้องการดังกล่าว (ยุคติ สาริกะภูติ, 2540)

นับตั้งแต่คณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2544 ได้เห็นชอบในหลักการ วิธีการและเงื่อนไขการขออนุญาตผลิตเครื่องดื่มน้ำและผลิตผลจากการเกษตรที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรีได้ โดยจะต้องขออนุญาตก่อสร้างโรงงานผลิตต่ออธิบดีกรมสรรพสามิต หรือสรรพสามิตจังหวัด และผู้ขออนุญาตจะต้องเป็นสหกรณ์หรือบุคคลธรรมดาที่มีสัญชาติไทย จำนวน 9 คน ขึ้นไป แต่ไม่เกิน 15 คน ซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่ที่จะขออนุญาตเท่านั้น ซึ่งการขออนุญาตสร้างโรงงานจะต้องยื่นคำขอพร้อมแผนที่แสดงที่ตั้งโรงงาน การติดตั้งเครื่องจักรอุปกรณ์การผลิตและการปลูกสร้างอาคารให้ถูกต้องก่อน ประกอบกับประเทศไทยมีผลไม้มากมายหลากหลายชนิดออกหมุนเวียนตามฤดูกาลตลอดปี บางชนิดออกพร้อมกันจำนวนมาก บางชนิดเก็บรักษาได้ในระยะเวลาจำกัดและผลไม้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 จำหน่ายในลักษณะสินค้าสด ทำให้ถูกกดราคา หากมีการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าเป็นเครื่องดื่มจากไม้ผลประเภทไวน์จะเป็นการสร้างทางเลือกใหม่ในการประกอบอาชีพของเกษตรกร ตลอดจนก่อให้เกิดวิสาหกิจขนาดเล็กในชุมชน สอดคล้องกับนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล

สถานการณ์การผลิตไวน์ของกลุ่มเกษตรกรไทยในขณะนี้พบว่า กลุ่มเกษตรกรสหกรณ์การเกษตรและกลุ่มสตรีสหกรณ์ได้ริเริ่มทำการผลิตไวน์จากผลไม้ที่เหลือเกินความต้องการในท้องถิ่นมาเป็นเวลานานแล้ว ซึ่งเป็นการผลิตเพื่อการศึกษา การทดลองทางวิชาการร่วมกับหน่วยงานวิชาการ มิใช่ผลิตเพื่อจำหน่าย จากการรวบรวมรายชื่อกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตไวน์พบว่า ปัจจุบันมี 72 กลุ่ม อยู่ในภาคเหนือ 19 กลุ่ม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 14 กลุ่ม ภาคกลาง 23 กลุ่ม ภาคตะวันออก 4 กลุ่ม ภาคใต้ 12 กลุ่ม (x-cite ไทยโพสต์ 11 มีนาคม 2545)

สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ผลิตไวน์นั้น พบว่า ผลไม้ที่นิยมนำมาผลิตมีอยู่ในท้องถิ่นเกือบทุกชนิดที่นิยมกันในภาคเหนือ คือ ลำไยและมะขาม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ สับปะรดและกระเจี๊ยบ ภาคตะวันออก ได้แก่ มังคุดและสับปะรด ส่วนภาคใต้ ได้แก่ สับปะรด เงาะ และองุ่น เป็นต้น

ส่วนผลตอบแทนจากการทำไวน์จากผลไม้ นั้น ถือว่าให้ผลตอบแทนสูงกว่าการประกอบอาชีพเกษตรอื่นและยังช่วยแก้ปัญหาวิกฤตการณ์เรื่องการเคลื่อนย้ายถิ่นไปทำงานในเมืองใหญ่นอกฤดูกาลอีกด้วย

การผลิตไวน์ในปัจจุบัน พบว่า นอกจากจะมีปริมาณการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดแล้ว ยังมีข้อจำกัดที่ทำให้กลุ่มเกษตรกรไม่สามารถเพิ่มการผลิตได้ เช่น ขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ขาดความรู้และเทคโนโลยี ทำให้ไวน์ที่ผลิตได้ยังมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานด้านรสชาติ ความใส และระดับของแอลกอฮอล์และข้อจำกัดของกฎหมายที่พบว่าไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 ของกลุ่มเกษตรกรยังไม่ได้เสนอขออนุญาตดำเนินการผลิตไวน์อย่างถูกต้องตามระเบียบต่อกรมสรรพสามิต เนื่องจากยังไม่พร้อมเรื่องก่อสร้างสถานที่ เงินประกันการปฏิบัติตามสัญญา กับกรมสรรพสามิต ตลอดจนมาตรฐานคุณภาพของไวน์ที่ผลิตได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่หน่วยงานรัฐจะต้องหาทางช่วยเหลือต่อไป (วารสารส่งเสริมการเกษตร)

วิสัยทัศน์ไวน์ผลไม้ไทยในอนาคตนั้น จะเน้นการพัฒนาการผลิตของเกษตรกรในระดับครัวเรือนที่ผลิตระดับพื้นบ้านให้เป็นระดับการค้า หรือรัฐวิสาหกิจชุมชนและพัฒนารูปแบบการค้าขนาดเล็กให้เป็นการค้าขนาดใหญ่ทดแทนการนำเข้าไวน์จากต่างประเทศ และก้าวสู่การส่งออกจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทั้งภายในและต่างประเทศรู้จักไวน์ผลไม้ไทย ในภาพลักษณ์ของไวน์สมุนไพร หรือเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

ไวน์ เป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่คนไทยนิยมบริโภคเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน จากข้อเท็จจริงในการนำเข้าไวน์จากต่างประเทศ ประเทศไทยมีการนำเข้าไวน์ในปี 2543 ไม่ต่ำกว่า 6 พันล้านบาท (พิบูลย์ เจียมอนุกุลกิจ, 2544) และไวน์เป็นสินค้าที่จัดอยู่ในกลุ่มสินค้าหรูหราฟุ่มเฟือย (Luxury Product) และเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยต้องสูญเสียเงินตราต่างประเทศไปกับการนำเข้าสุราชนิดดังกล่าว ในขณะที่คนไทยมีขีดความสามารถในการผลิตสุราประเภทไวน์ได้ ซึ่งกรรมวิธีการผลิตมิได้ซับซ้อนมากนัก จึงเห็นว่าการสนับสนุนให้คนไทยหรือเกษตรกรไทยทำการผลิตสุราประเภทไวน์ จะเป็นแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมอาชีพให้กับคนไทย เพื่อก่อให้เกิดการสร้างงานให้กับคนไทยและสนับสนุนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ตลอดจนสามารถลดการสูญเสียเงินตราต่างประเทศจากการนำเข้าสุราชนิดดังกล่าว ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

การพัฒนาธุรกิจการทำไวน์ผลไม้และสุราแช่ของกลุ่มเกษตรกรระดับครัวเรือนที่เป็นการผลิตระดับพื้นบ้านให้เป็นระดับการค้าหรือวิสาหกิจชุมชน จึงเป็นหนทางหนึ่งที่สามารถแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาดังกล่าวข้างต้นได้ สอดคล้องกับแผนพัฒนาชนบทซึ่งเน้นหนักในเรื่องของธุรกิจชุมชน และยังเป็นการยกระดับรายได้และเสริมสร้างความแข็งแกร่งแก่ชุมชน การส่งเสริมธุรกิจการทำไวน์และสุราแช่ในชุมชน เพื่อยกระดับรายได้และเสริมสร้างความแข็งแกร่งแก่ชุมชน นอกจากนี้การส่งเสริมธุรกิจการทำไวน์และสุราแช่ในชุมชนจะมีส่วนช่วยส่งเสริมและพัฒนาภูมิปัญญาชาวบ้านให้มีการพัฒนาสืบต่อไป

ในระดับมหภาค เราทราบความสำคัญของธุรกิจการทำไวน์และสุราแช่ในชุมชนแล้ว คำถามก็คือว่า ทำอย่างไรเราจึงจะเพิ่มบทบาทและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันการทำไวน์และสุราแช่ในชุมชนที่มีต่อระบบเศรษฐกิจให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับเศรษฐกิจชุมชน และเพิ่มความเข้มแข็งให้กับสถาบันครอบครัว การที่จะตอบคำถามดังกล่าวและสามารถให้คำแนะนำเชิงยุทธศาสตร์ได้คืออย่างเป็นรูปธรรมนั้นเราต้องทำการศึกษาสภาพปัจจุบันของผู้ผลิตไวน์และสุราแช่ในชุมชน โดยเจาะลึกถึงโครงสร้างการผลิต เทคโนโลยี (ซึ่งหมายถึงรวมถึงการวิเคราะห์เทคโนโลยีการผลิตจากภูมิปัญญาชาวบ้าน และเทคโนโลยีที่ไม่ได้มาจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ช่องว่างของเทคโนโลยีการผลิตที่ขาดหายไป งานวิจัยที่ต้องการด้านเทคโนโลยีการผลิตเพื่อเพิ่มคุณภาพความสม่ำเสมอหรือมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ความแน่นอนของปริมาณการผลิต และการลดต้นทุนการผลิตเนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี) การตลาด การเงิน และการจัดองค์กร รวมถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการเพิ่มประสิทธิภาพ ขีดความสามารถในการแข่งขันและความเข้มแข็งของธุรกิจการผลิตไวน์และสุราแช่ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาใช้เพื่อพัฒนาการผลิตของผู้ประกอบการ อีกทั้งยังชี้ให้เห็นถึงลักษณะการจัดโครงสร้างองค์กรทั้งในการผลิต การตลาด และการเงิน อันจะนำไปสู่แผนการปรับปรุงโครงสร้างการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดองค์กรที่เหมาะสม การศึกษาทางการตลาดเพื่อทราบถึงพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่ของผู้ซื้อจะช่วยทำให้เกิดความเข้าใจตลาดผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่ได้ดี รวมทั้งการศึกษากิจการการตลาดผู้ผลิตไวน์และสุราแช่อย่างละเอียดจะช่วยให้สามารถแนะนำสู่ทางการขยายตลาดของธุรกิจไวน์และสุราแช่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ต่อฝ่ายต่างๆ รวมทั้งผู้ประกอบการ ผู้วางนโยบาย ฝ่ายส่งเสริมและผู้สนับสนุนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และทำให้สามารถจัดทำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดเพื่อความสะดวกในการติดต่อซื้อขายระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อ ผู้ผลิตกับนักการตลาด ผู้ผลิตกับสถาบันการเงิน ผู้ผลิตกับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการผลิตต่างๆ รวมถึงการร่วมมือกับหน่วยงานในภาครัฐเพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับธุรกิจการผลิตไวน์และสุราแช่ในชุมชน

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาโครงสร้างและประสิทธิภาพการผลิตไวน์และสุราแช่ จังหวัดลำพูน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ชีวความสามารถในการผลิต และความเข้มแข็งทางด้านการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดองค์กรของผู้ผลิตไวน์และสุราแช่ในจังหวัดลำพูน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่ อันจะส่งผลต่อเนื่องไปถึงการยกระดับรายได้ การบรรเทาปัญหาการว่างงาน กระจายรายได้ไปสู่ชนบทของประเทศ และเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจชุมชนและสถาบันครอบครัว

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น จึงมีวัตถุประสงค์เฉพาะ ดังนี้ คือ

(1) เพื่อศึกษาถึงสภาพปัจจุบันและพัฒนาการผู้ผลิตไวน์และสุราแช่ในจังหวัดลำพูน โดยเจาะลึกผู้ประกอบการแต่ละราย ในประเด็นต่างๆ อาทิ โครงสร้างการผลิต โครงสร้างการตลาด โครงสร้างทางการเงิน การระดมทุน ลักษณะการประกอบการหรือการดำเนินธุรกิจ รูปแบบการจัดองค์กร เทคโนโลยีการผลิต/แปรรูป การเงิน และศักยภาพในการขยายธุรกิจและขยายตลาด รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ของผู้ผลิตไวน์หรือสุราแช่ ในจังหวัดลำพูน โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งหมายรวมไปถึงเทคโนโลยีที่มาจากภูมิปัญญาชาวบ้านด้วย

(2) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่ของผู้ซื้อ ดังได้กล่าวไว้ในขอบเขตของการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการทำการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ไวน์ต่อไป

(3) เพื่อทำแผนการปรับปรุงโครงสร้างการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดองค์กรที่เหมาะสมให้แก่ผู้ผลิตไวน์และสุราแช่ ในจังหวัดลำพูน ให้มีความเข้มแข็งสามารถแข่งขันและสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

(4) เพื่อจัดประชุม เพื่อระดมความคิดและหาความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการและองค์กรท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่ โดยเน้นให้ธุรกิจการผลิตไวน์และสุราแช่เป็นธุรกิจชุมชน

(5) เพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Plan) และแผนแม่บท (Master Plan) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาดของผู้ผลิตไวน์และสุราแช่ ในจังหวัดลำพูน ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้นโยบายสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

(6) เพื่ออบรมผู้ผลิตไวน์และสุราแช่ในการดำเนินการผลิต การตลาด การเงินและการจัดองค์กร ในส่วนของผู้ผลิตไวน์และสุราแช่ที่ยังมีความอ่อนแอตามผลการวิจัยที่ได้ศึกษามา เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ผลิตไวน์และสุราแช่ ในจังหวัดลำพูน

1.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษากการปรับปรุงโครงสร้างและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่ ในจังหวัดลำพูน

1. เป็นการศึกษาการผลิตผลิตภัณฑ์ไวน์แบบเจาะลึกเป็นรายผู้ประกอบการและรายผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อทราบสภาพการผลิตและการตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่แท้จริงและชัดเจนของผู้ประกอบการแต่ละรายและผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

2. เป็นการศึกษาธุรกิจการผลิตไวน์และสุราแช่ในรายละเอียดเฉพาะพื้นที่เป้าหมาย ในจังหวัดลำพูน ทั้งนี้เพื่อศึกษาเชิงลึกเป็นรายกลุ่มผู้ประกอบการและรายสินค้า เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริง ปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินงานเป็นรายๆ ไป อันจะเป็นประโยชน์ในการทำแผนปรับโครงสร้างการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดองค์กรของผู้ผลิตไวน์และสุราแช่ ในจังหวัดลำพูนแต่ละรายหรือแต่ละกลุ่ม

1.4 ระเบียบวิธีวิจัย

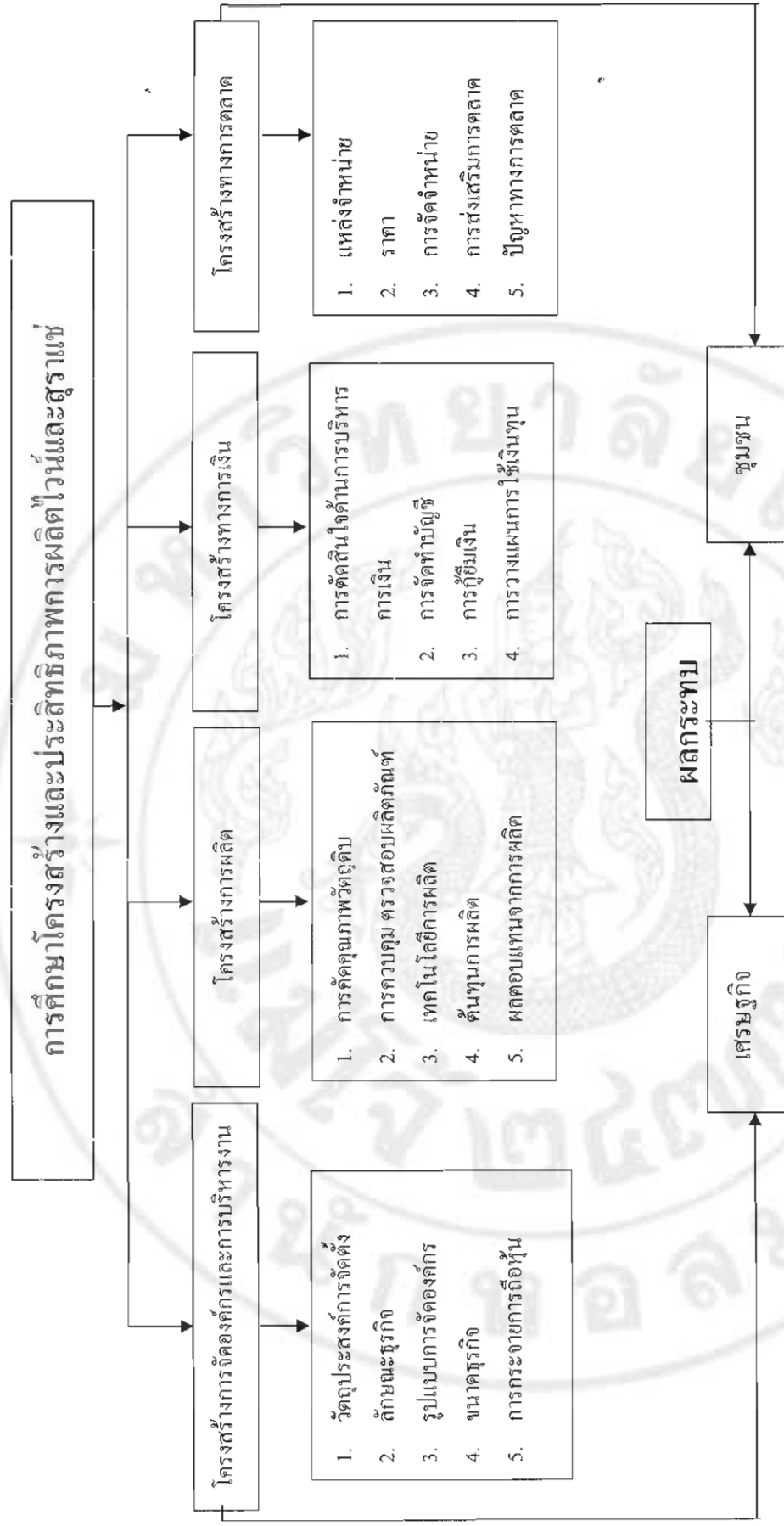
1.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาจะมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลภาคสนามเป็นสำคัญ ซึ่งจะได้จากการสำรวจและสัมภาษณ์จากผู้ผลิตไวน์และสุราแช่ และผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่ในเขตจังหวัดลำพูน ส่วนข้อมูลทุติยภูมินั้นจะเกี่ยวข้องกับข้อมูลเบื้องต้นด้านการผลิตและการตลาดของผู้ผลิตไวน์และสุราแช่ในจังหวัดลำพูน อาทิ เช่น แหล่งผลิต เทคโนโลยีการผลิต วิธีการผลิต มาตรฐานผลิตภัณฑ์ แหล่งเงินทุน ปริมาณการบริโภค เป็นต้น ซึ่งจะได้จากแหล่งต่างๆ ได้แก่ สำนักงานสหกรณ์จังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) กรมการพัฒนาชุมชนและกรมส่งเสริมสหกรณ์

1.4.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างและพื้นที่ศึกษา

การศึกษารัั้งนี้ พื้นที่ที่เลือกทำการศึกษาได้แก่ อำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดลำพูน และกลุ่มผู้ผลิตที่เลือกทำการศึกษา คือ สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่อง จำกัด และสหกรณ์ไวน์ป่าขางลำพูน จำกัด และรวมถึงผู้ประกอบการรายย่อย หรือกลุ่มผู้ประกอบการที่ทำการผลิตไวน์และสุราแช่ในจังหวัดลำพูน

1.4.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

1.4.4. วิธีวิเคราะห์

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาโครงสร้างและประสิทธิภาพการผลิตไวน์และสุรา แห่งจังหวัดลำพูน ครอบคลุมในส่วนของผู้ประกอบการและผู้ซื้อ โดยทางด้านการประกอบการนั้น จะประกอบด้วยการศึกษาโครงสร้างการจัดองค์กรและการบริหารงานของผู้ผลิตไวน์หรือสุราแห่ง โครงสร้างการผลิต โครงสร้างการตลาดและโครงสร้างทางการเงิน ส่วนทางด้านการซื้อนั้น ประกอบด้วยการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อ และความพอใจของผู้ซื้อในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ซึ่งในการศึกษาแต่ละด้านจะมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

โครงสร้างการจัดองค์กรและการบริหารงาน

การศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างการจัดองค์กรและการบริหารงาน จะใช้วิธีการ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการแต่ละราย เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของกิจการ วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง และลักษณะของธุรกิจ (รายกลุ่ม หรือรายเดี่ยว) รูปแบบการจัดองค์กร ขนาดของธุรกิจ โดยพิจารณาจากจำนวนสมาชิก ลักษณะการกระจายการถือหุ้น และความสอดคล้องกันระหว่าง หน้าที่ตามตำแหน่งงานกับงานที่ปฏิบัติจริง โดยการศึกษาจะเน้นถึงการจัดองค์กรและ การบริหารงานของผู้ประกอบการรายกลุ่มเป็นสำคัญ

โครงสร้างการผลิต

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างการผลิตนั้น จะประกอบด้วยการคัดคุณภาพ ของวัตถุดิบ การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีการผลิต ต้นทุนและ ผลตอบแทนในการผลิต และความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต รวมถึงศักยภาพของ ผลิตภัณฑ์ อันประกอบด้วย ศักยภาพในการทำกำไรต่อหน่วย ศักยภาพทางด้านยอดขาย และ ศักยภาพทางด้านยอดขายรวมและกำไรรวม

1. การคัดคุณภาพของวัตถุดิบ การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์และ เทคโนโลยีการผลิต จะศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์จากผู้ประกอบการแต่ละ กลุ่ม ว่ามีวิธีการและขั้นตอนการปฏิบัติอย่างไรและนำมาประมวลผลร่วมกัน เพื่อหาข้อสรุปที่แน่ชัด

2. ต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิต

การศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตจะใช้วิธีการคำนวณ ดังนี้

(2.1) ต้นทุนรวมการผลิต

$$\text{ต้นทุนรวม} = \text{ต้นทุนผันแปร} + \text{ต้นทุนคงที่}$$

(2.2) ต้นทุนต่อหน่วย

$$\text{ต้นทุนต่อหน่วย} = \text{ต้นทุนรวม} / \text{ปริมาณการผลิต}$$

(2.3) ผลตอบแทนสุทธิการผลิต

$$\text{ผลตอบแทนสุทธิการผลิต} = \text{รายได้รวม} - \text{ต้นทุนรวม}$$

(2.4) ผลตอบแทนสุทธิต่อหน่วย

$$\text{ผลตอบแทนสุทธิต่อหน่วย} = \text{ผลตอบแทนสุทธิ} / \text{ปริมาณการผลิต}$$

(2.5) ผลตอบแทนเหนือต้นทุนผันแปร

$$\text{ผลตอบแทนเหนือต้นทุนผันแปร} = \text{รายได้รวม} - \text{ต้นทุนผันแปร}$$

3. ความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต จะศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแต่ละกลุ่ม และนำมาประมวลผลร่วมกันเพื่อหาข้อสรุปที่แน่ชัดในระดับอุตสาหกรรม

4. ศักยภาพในการทำกำไรต่อหน่วย

การศึกษากำไรต่อหน่วย ประกอบด้วย อัตรากำไรต่อราคาขายและอัตรากำไรต่อต้นทุน

(4.1) อัตรากำไรต่อราคาขาย

$$\text{อัตรากำไรต่อราคาขาย} = (\text{กำไรต่อหน่วย} / \text{ราคาขายต่อหน่วย}) \times 100$$

(4.2) อัตรากำไรต่อต้นทุน

$$\text{อัตรากำไรต่อต้นทุน} = (\text{กำไรต่อหน่วย} / \text{ต้นทุนต่อหน่วย}) \times 100$$

5. ศักยภาพทางด้านยอดขาย

การศึกษาศักยภาพทางด้านยอดขายนั้น พิจารณาจากยอดขายเฉลี่ยต่อรายต่อปียอดขายเฉลี่ยต่อรายต่อปี = ยอดขายรวมตลอดปีของผู้ประกอบการทุกสหกรณ์ / จำนวนสหกรณ์ผู้ประกอบการ

6. ศักยภาพทางด้านยอดขายรวมและกำไรรวม

การศึกษาศักยภาพทางด้านยอดขายรวมและกำไรรวมประกอบด้วยยอดขายผลิตภัณฑ์หลักเฉลี่ยต่อรายต่อปี อัตรายอดขายผลิตภัณฑ์หลักต่อยอดขายผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่ อัตรากำไรจากผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่ต่อยอดขายทั้งหมดของกลุ่ม ยอดขายรวมเฉลี่ยต่อรายต่อปี ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์หลัก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่ที่มีศักยภาพมากที่สุดของกลุ่ม และมีการผลิตเป็นระยะเวลานานพอสมควร

(6.1) ยอดขายผลิตภัณฑ์หลักเฉลี่ยต่อปี

$$\text{ยอดขายผลิตภัณฑ์หลักเฉลี่ยต่อปี}$$

$$= \text{ยอดขายผลิตภัณฑ์หลักตลอดปีของผู้ประกอบการทุกราย} / \text{จำนวนผู้ประกอบการ}$$

(6.2) อัตรายอดขายผลิตภัณฑ์หลักต่อยอดขายผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่
 อัตรายอดขายผลิตภัณฑ์หลักต่อยอดขายผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่
 = (กำไรจากผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่ต่อปี / ยอดขายทั้งหมดของกิจการ ต่อปี) X 100

(6.3) อัตรากำไรจากผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่ต่อยอดขายทั้งหมดของผู้ประกอบการ
 อัตรากำไรจากผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่ต่อยอดขายทั้งหมดของผู้ประกอบการ
 = (กำไรจากผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่ต่อปี / ยอดขายทั้งหมดของผู้ประกอบการ) X 100

(6.4) ยอดขายรวมเฉลี่ยต่อรายต่อปี
 ยอดขายรวมเฉลี่ยต่อรายต่อปี
 = (ยอดขายรวมทั้งปีของผู้ประกอบการทุกราย / จำนวนผู้ประกอบการ)

โครงสร้างทางการเงิน

การศึกษาโครงสร้างทางการเงิน ประกอบด้วย การศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจในด้านการบริหารการเงิน การจัดทำบัญชี การกู้ยืมเงิน การวางแผนการใช้เงินทุน และศักยภาพทางการเงิน

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับ การตัดสินใจในด้านการบริหารการเงิน การจัดทำบัญชี การกู้ยืมเงินและการวางแผนการใช้เงินทุนนั้น จะใช้วิธีสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแต่ละรายแล้วนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์เชิงพรรณนาและสรุปเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับใช้พิจารณาประกอบกับข้อมูลด้านศักยภาพทางการเงิน

การศึกษาศักยภาพทางการเงินนั้น จะมีการวิเคราะห์การเงิน 3 ประเด็น ด้วยกัน ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) และสภาพหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E)

1. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return of Equity : ROE)

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น คือ ค่าที่ใช้ในการวัดผลตอบแทนต่อเจ้าของ และคำนวณโดยการนำกำไรหลังการหักภาษีหารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้น อาจเขียนเป็นสูตรในการคำนวณได้ดังนี้

$$ROE = (\text{กำไรสุทธิของผู้ถือหุ้น} / \text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}) \times 100$$

หากค่าที่คำนวณได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม (ร้อยละ 15) แต่ไม่ต่ำกว่าค่า ROA ของกิจการ แสดงว่ากิจการยังสามารถก่อหนี้ได้เพิ่มอีก เนื่องจากผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นสูงกว่าผลตอบแทนในรูปสินทรัพย์ลงทุน

2. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return of Assets : ROA)

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ คือ ค่าผลตอบแทนจากการใช้ สินทรัพย์ของกิจการ ซึ่งใช้ในการวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจโดยรวม และมีวิธีการคำนวณโดยนำกำไรหลังการหักภาษีหารด้วยสินทรัพย์ทั้งหมด

$$ROA = (\text{กำไรสุทธิของผู้ถือหุ้น} / \text{สินทรัพย์รวม}) \times 100$$

หากค่าที่คำนวณได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม(ร้อยละ 9) แสดงว่า ความสามารถในการใช้สินทรัพย์ลงทุนเพื่อทำกำไรของกิจการอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

3. สภาพหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt-Equity Ratio : D/E)

สภาพหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) คำนวณได้โดยนำปริมาณหนี้สินทั้งหมดหารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้น

$$D/E = \text{หนี้สินของผู้ถือหุ้น} / \text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}$$

หากค่าสภาพหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีค่าไม่เกิน 1 แสดงว่าอยู่ในเกณฑ์ดี กิจการมีสถานะภาพมั่นคงเพราะภาระในเรื่องดอกเบี้ยยังน้อยมาก ดังนั้น จึงสามารถขยายกิจการโดยการก่อหนี้ได้อีก ส่วนค่าที่ติดลบแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตไม่สามารถขยายกิจการได้ นอกจากจะมีการเพิ่มทุน

นอกจากนี้ยังมีอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญอื่น ๆ ที่จะต้องพิจารณาเพิ่มเติม ดังนี้

4. อัตราส่วนวิเคราะห์สภาพคล่อง (Liquidity Ratio)

4.1 Days' Sales in Receivables

$$= \text{Gross Receivables} / (\text{Net Sales} / 365)$$

4.2 Accounts Receivable Turnover in Days

$$= \text{Net Sales} / \text{Average Gross Receivables}$$

4.3 Accounts Receivable Turnover in Days

$$= \text{Average Gross Receivables} / (\text{Net Sales} / 365)$$

4.4 Days' Sales in Inventory

$$= \text{Ending Inventory} / (\text{Cost of Goods Sold} / 365)$$

4.5 Inventory Turnover in Days

$$= \text{Cost of Goods Sold} / \text{Average Inventory}$$

4.6 Inventory Turnover in Days

$$= \text{Average Inventory} / (\text{Cost of Goods Sold} / 365)$$

4.7 Operating Cycle

$$= \text{Accounts Receivable Turnover in Days} + \text{Inventory Turnover in Days}$$

4.8 Working Capital

$$= \text{Current Assets} - \text{Current Liabilities}$$

4.9 Acid Test Ratio

$$= \frac{(\text{Cash Equivalents} + \text{Marketable Securities} + \text{Net Receivables})}{\text{Current Liabilities}}$$

4.10 Cash Ratio

$$= (\text{Cash Equivalents} + \text{Marketable Securities}) / \text{Current Liabilities}$$

4.11 Sales to Working Capital

$$= \text{Sales} / \text{Average Working Capital}$$

4.12 Operating Cash Flow/Current Maturities of Long-Term Debt and Current Notes Payable

$$= \text{Operating Cash Flow} / \text{Current Maturities of Long-Term Debt and Current Notes Payable}$$

5. ความสามารถในการชำระหนี้ระยะยาว (Long-Term Debt - Paying Ability)

5.1 Times Interest Earned

$$= \frac{\text{Recurring Earnings, Excluding Interest Expense, Tax Expense, Equity Earnings, and Minority Earnings}}{\text{Interest Expense, including Capitalized Interest}}$$

5.2 Fixed Charge Coverage

$$= \frac{((\text{Recurring Earnings, Excluding Interest Expense, Tax Expense, Equity Earnings, and Minority Earnings}) + \text{Interest Portion of Rentals})}{((\text{Interest Expense, Including Capitalized Interest}) + \text{Interest Portion of Rentals})}$$

5.3 Debt Ratio = Total Liabilities / Total Assets Debt to Tangible Net Worth

= Total Liabilities / (Shareholders' Equity – Intangible Assets)

5.4 Operating Cash Flow / Total Debt

= Operating Cash Flow / Total Debt

6. ความสามารถในการทำกำไร (Profitability)

6.1 Net Profit Margin

= Net Income before Minority Share of Earnings and Nonrecurring
Items / Net Sales

6.2 Total Asset Turnover = Net Sales / Average Total Assets

6.3 Return on Asset

= Net Income before Minority Share of Earnings and Nonrecurring
Items / Average Total Assets

6.4 DuPont Return on Asset = Net Profit Margin X Total Asset Turnover

6.5 Operating Income Margin = Operating Income / Net Sales

6.6 Operating Asset Turnover

= Net Sales / Average Operating Asset

6.7 Return on Operating Assets

= Operating Income / Average Operating Assets

6.8 DuPont Return on Operating Assets

= Operating Income Margin X Operating Asset Turnover

6.9 Sales to Fixed Assets = Net Sales / Average Net Fixed Assets

6.10 Return on Investment

= Net Income before Minority Share of Earnings and Nonrecurring Item
+ [(Interest Expense) X (1 – Tax Rate)] / Average (Long-Term
Liabilities + Equity)

6.11 Return on Total Equity

= (Net Income before nonrecurring Items – Dividends Redeemable
Preferred Stock) / Average Total Equity



6.12 Return on Common Equity

$$= \frac{(\text{Net Income before Nonrecurring Items} - \text{Preferred Dividends})}{\text{Average Common Equity}}$$

6.13 Gross Profit Margin = Gross Profit / Net Sales

6.14 Operating Cash Flow Per Share

$$= \frac{(\text{Operating Cash Flow} - \text{Preferred Dividends})}{\text{Common Shares Outstanding}}$$

7. การวิเคราะห์สำหรับนักลงทุน (Investor Analysis)

7.1 Degree of Financial Leverage

$$= \frac{\text{Earnings before Interest, Tax, Minority Share of Earnings, equity Income, and Nonrecurring Items}}{\text{Earnings before Tax, Minority Share of Earnings, Equity Income, and Nonrecurring Items}}$$

7.2 Earning Pre Common Share :

$$\text{Simple} = \frac{(\text{Net Income} - \text{Preferred Dividends})}{\text{Weighted average Number of Common Shares out standing}}$$

$$\text{Price/Earnings Ratio} = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Fully Diluted Earnings per Share}}$$

$$\text{Percentage of Earnings Retained} = \frac{(\text{Net Income} - \text{All dividends})}{\text{Net Income}}$$

$$\text{Dividend Payout} = \frac{\text{Dividends per Common Share}}{\text{Fully Diluted Earnings per Share}}$$

$$\text{Dividend Yield} = \frac{\text{Dividends per Common Share}}{\text{Market Price per Common Share}}$$

$$\text{Book Value per Share} = \frac{(\text{Total Stockholders' Equity} - \text{referred Stock Equity})}{\text{Number of Common Shares outstanding}}$$

$$\text{Operating Cash Flow/Cash Dividends} = \frac{\text{Operating Cash Flow}}{\text{Cash Dividends}}$$

โครงสร้างทางการตลาดของผู้ผลิต พฤติกรรมการซื้อ และความพอใจของผู้ซื้อในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว

การศึกษาถึงโครงสร้างการตลาดของผู้ผลิต จะพิจารณาจากแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และยอดขายโดยเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์ไวน์ในตลาดแต่ละระดับ โดยจะมีการสัมภาษณ์ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่เกี่ยวกับกระบวนการตลาดของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ผู้ประกอบการทำการผลิต เพื่อให้ทราบถึงระดับตลาด และสามารถนำมาประมวลเพื่อสรุปเป็นแนวทางการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์ไวน์และสุราแช่ต่อไป

1.5 ทบทวนเอกสาร

องุ่นเป็นวัตถุดิบหลักและดีที่สุดในการใช้ผลิตไวน์ในประเทศที่มีอากาศหนาวหรืออบอุ่น ประเทศเหล่านี้ผลิตไวน์จากผลไม้ ข้าว พืชผัก และสมุนไพรรวมทั้งเครื่องเทศบ้าง แต่ไม่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเมื่อเปรียบเทียบกับไวน์จากองุ่น ชนิดของสมุนไพรและเครื่องเทศในประเทศที่มีอากาศหนาวมีไม่มาก เท่าที่ทราบมีการผลิตไวน์แบบครัวเรือนจากกานพลู จิง สารระเหย ผักชีฝรั่ง และอื่นๆ บ้าง แต่มักเติมหรือแช่สมุนไพรและเครื่องเทศหรือของเหลวที่สกัดได้ในไวน์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์สูง (ไวน์ที่มีการเติมแอลกอฮอล์กลั่น) เช่น Vermouth, Martini เป็นต้น ส่วนใหญ่จะแช่หรือคองสมุนไพรในสุราขาวหรือเหล้าโรง เช่น ยาของเหล้าที่พบในประเทศจีน เกาหลีและประเทศไทย คั้นเพื่อบำรุงร่างกาย และรักษาโรคบางอย่าง (เพียวเหมือนวงศ์ญาติ, 2534) มีการทดลองผลิตไวน์ต่างๆ รวมทั้งไวน์จากพืชผักสมุนไพรเพื่อการเรียนการสอนการวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไวน์ในมหาวิทยาลัย และสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ในประเทศไทยเราเป็นเวลานานแล้ว โดยเฉพาะการทดลองผลิตไวน์จากดอกกระเจี๊ยบ (ประดิษฐ์ ครัววัฒนาและคณะ, 2533) เพราะหาง่าย ราคาถูก ไม่ยุ่งยากในการผลิตเป็นไวน์สีแดงสวย รสดีและดื่มง่าย Sarunya and Thipawan (1996) ได้ทดลองผลิตไวน์ว่านหางจระเข้ (Aloe Vera และไวน์ว่านหางจระเข้ผสมน้ำดอกกระเจี๊ยบแดง พบว่า มีการยอมรับดีขึ้น ถ้าไวน์มีสีแดง นัศรพรและคณะ (2541) ได้ทดลองผลิตไวน์จากขิง ตะไคร้และดอกเก๊กฮวย พบปัญหาด้านการหมักไวน์มีปริมาณแอลกอฮอล์ต่ำและมีรสหวาน คงมีการศึกษาทดลองผลิตไวน์จากสมุนไพรอื่นๆ บ้าง แต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากหมักเป็นไวน์ยากหรือยีสต์หยุดการหมักไวน์มีปริมาณแอลกอฮอล์ต่ำแต่ไม่เสีย เพราะสมุนไพรหลายชนิด มีคุณสมบัติ คือ

1. มีตัวยาหรือมีฤทธิ์ไม่มากนักน้อยในการยับยั้งหรือทำลายจุลินทรีย์ต่างๆ ยีสต์ซึ่งเป็นจุลินทรีย์ชนิดหนึ่งย่อมได้รับผลจากตัวยาในสมุนไพรด้วย

2. มีสี กลิ่น หรือรสชาติที่ไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคเมื่อผลิตเป็นไวน์ โดยเฉพาะหากมีกลิ่นและรสชาติเผ็ดหรือร้อนหรือขม

กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตไวน์ในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้จะผลิตไวน์ในลักษณะเป็นอาชีพเสริมในครัวเรือน เป็นการผลิตแบบพื้นบ้านที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีทันสมัยมากนัก ทำให้ต้นทุนต่ำอยู่ในช่วงระหว่าง 20-45 บาทต่อขวด ขนาด 750 ซีซี กำหนดราคาขายปลีกอยู่ในช่วง 40-80 บาท ได้กำไรอยู่ระหว่างร้อยละ 60-90 บาทต่อขวด หากเป็นกลุ่มที่ผลิตในลักษณะเป็นการค้ามากกว่าอุปกรณ์การผลิตก็ทันสมัยมากขึ้น ทำให้ต้นทุนสูงอยู่ในช่วง 50-60 บาทต่อขวด ขนาด 750 ซีซี และสามารถกำหนดราคาขายปลีกได้สูงกว่า โดยอยู่ในระดับ 80-100 บาทต่อขวด ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตไวน์จากผลไม้เป็นอาชีพเสริมที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าอาชีพทางการเกษตรอื่นๆ เกือบทั้งหมด (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร , 2545)

ภาควิชาเทคโนโลยีชีวภาพ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้กล่าวถึงไวน์ ในวารสารพวงแสง ฉบับเดือนเมษายน 2543 ไว้ว่าไวน์เป็นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่ได้จากการหมักผลไม้โดยไม่ผ่านการกลั่น แบ่งเป็น 2 ชนิด ได้แก่

1. ไวน์ธรรมชาติ มีแอลกอฮอล์น้อยกว่าร้อยละ 15 โดยปริมาตร
2. ไวน์อย่างแรง มีแอลกอฮอล์ประมาณร้อยละ 15-21 โดยปริมาตร

ไวน์ธรรมชาติ เป็นไวน์ที่ได้จากการหมักผลไม้อย่างสมบูรณ์ เปลี่ยนน้ำตาลในผลไม้เป็นเอทิลแอลกอฮอล์ มีเกณฑ์การแบ่งประเภทดังนี้ คือ

- แบ่งตามปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เป็น 2 ชนิด ได้แก่
 - Table wine เป็นไวน์ที่ไม่มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์
 - Sparkling wine เป็นไวน์ที่มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ จากการหมัก 2 ขั้นตอน
- แบ่งตามความหวานได้เป็น 3 ชนิด ได้แก่
 - Dry wine ไม่มีน้ำตาลที่หมักเหลืออยู่หรือมีปริมาณน้ำตาลในไวน์น้อยกว่าร้อยละ 1
 - Semi sweet wine มีรสหวานเล็กน้อย
 - Sweet wine มีน้ำตาลประมาณร้อยละ 14
- แบ่งตามลักษณะสีได้เป็น 3 ชนิดคือ
 - ไวน์แดง (Red wine) ทำจากองุ่นแดง หรือผลไม้ที่ให้สีแดง
 - ไวน์ขาว (White wine) สีของไวน์นี้ไม่เป็นสีขาวที่เดียวแต่จะออกเป็นสีน้ำตาลหรือ

เหลืองอ่อน

ไวน์สีชมพู (Pink and Rose wine) ได้จากการทำเช่นเดียวกับไวน์แดงสีอ่อนกว่า หรืออาจได้จากการผสมไวน์แดงกับไวน์ขาว

พิบูลย์ เกษมอนุกุลกิจ (2545) กล่าวถึง ปัญหาที่มีข้อสังเกตสำหรับการแก้ไขใน ประเด็นที่สมควรให้มีการลดภาษีสรรพสามิต การช่วยเหลือเกษตรกรในการตรวจรับรองคุณภาพ มาตรฐานสุราแช่ การจัดตั้งหน่วยงานให้ทำหน้าที่ในการตรวจสอบ และรับรองคุณภาพมาตรฐาน ไวน์ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของตลาดผู้บริโภค การสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไวน์ของไทยที่ มีความหลากหลาย ที่ผลิตจากผลผลิตการเกษตรหลายชนิด เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับรสนิยม ของตลาดในแต่ละท้องที่ การสนับสนุนในการออกแบบผลิตภัณฑ์และการติดฉลาก การสนับสนุนในการณรงค์ และประชาสัมพันธ์ให้คนไทยและชาวต่างประเทศรู้จักไวน์ไทย ใน บทความทางวิชาการเรื่อง การส่งเสริมเกษตรกรรายย่อยผลิตและจำหน่ายไวน์เสรี ในวารสารข่าว เศรษฐกิจฉบับเดือนเมษายน 2545 ไว้ว่า คณะกรรมการการเกษตรและสหกรณ์ วุฒิสภาได้ ทำการศึกษาและพิจารณาในเวลา 360 วัน จนมีข้อยุติแล้ว เห็นสมควรเสนอให้กระทรวงการคลัง โดยกรมสรรพสามิต พิจารณาดำเนินการตามข้อสังเกต ดังนี้

1) การขออนุญาตผลิตและจำหน่ายไวน์ เห็นสมควรขยายเพิ่มเติมไปสู่กลุ่ม แม่บ้าน ซึ่งปัจจุบันยังไม่เป็นนิติบุคคล แต่คาดว่าจะเป็นิติบุคคลในอนาคต ตามที่รัฐบาลจะ ผลักดันร่างกฎหมายวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งการอนุญาตครอบคลุมให้ถึงเกษตรกรรายย่อย หรือ เกษตรรายเดี่ยวด้วย

2) การควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลผลิตไวน์ กรณีของเกษตรกรรายย่อย เห็นสมควร ให้วิธีการตรวจสอบปลายทางตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ ที่เน้นการตรวจสอบตามเกณฑ์ เพื่อให้เกิดหลักประกัน ความปลอดภัยของผู้บริโภคแทนการใช้เกณฑ์มาตรฐานทางอุตสาหกรรมที่มีระเบียบใน การตรวจสอบทุกขั้นตอนการผลิต หรือนั้นการตรวจสอบแบบย้อนกลับได้ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูง

3) ควรพิจารณาสนับสนุนการจัดตั้งสถาบันที่ทำหน้าที่ในการกำหนดมาตรฐาน ไวน์ สุราแช่ การดำเนินงานด้านนี้ อาจจะมอบหมายให้สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร ซึ่งจะมี ความพร้อมรับไปดำเนินการให้บังเกิดผลต่อไป

4) ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานไวน์ของเกษตรกรรายย่อย เห็นสมควรเสนอให้รัฐบาลจัดตั้งงบประมาณเพื่ออุดหนุนในส่วนราชการที่มีความพร้อม อาทิ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมวิทยาศาสตร์บริการ กรมวิชาการเกษตร หรือหน่วยงานของรัฐอื่น ที่มีอุปกรณ์พร้อมที่จะทำการตรวจสอบให้บริการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานไวน์ โดยไม่คิด ค่าใช้จ่ายกับเกษตรกรรายย่อย

5) ภาระภาษีกรรมสรรพสามิตไวน์เห็นสมควรปรับลดภาษีให้เหลือน้อยที่สุด หรือยกเว้นภาษีสำหรับการผลิตไวน์ของเกษตรกรรายย่อยที่มีกำลังการผลิตต่ำกว่าปีละ 1,000 ลิตร เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เกิดความทัดเทียมในด้านการตลาดของผู้บริโภคสุรา เมื่อเปรียบเทียบกับ การบริโภคสุราชนิดอื่น ตลอดจนเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายของเกษตรกรที่อยู่ในฐานะผู้ผลิต หากมีเหตุผลสำคัญที่ควรจัดเก็บภาษีสรรพสามิตก็เห็นสมควรให้จัดเก็บภาษีสรรพสามิต โดยวิธีการ คำนวณจากคิกริแอลกอฮอล์เพียงทางเดียว เพื่อไม่ให้เกิดภาระภาษีกับเกษตรกรที่สูงนัก และหาก เป็นไปได้ควรพิจารณา ยกเว้นการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตให้เกษตรกรรายย่อยในระยะเริ่มต้น เป็น เวลา 3 ปี และหลังจากนั้น เชื่อว่าเกษตรกรผู้ผลิตไวน์จะมีความสามารถในการเสียภาษีสรรพสามิต ตามเกณฑ์ปกติ

6) ควรจะได้มีการประชาสัมพันธ์ เพื่อชี้แจงให้ประชาชนเกิดความเข้าใจอย่าง ทัวถึง และเกิดการยอมรับในการปฏิบัติตามระเบียบของทางราชการ ในประเด็นการเสียภาษี สรรพสามิต รวมทั้งภาระภาษีอื่นๆ ด้วย

7) รัฐบาลควรรณรงค์ในการประชาสัมพันธ์ให้คนไทยและชาวต่างประเทศ ได้รู้จักกับไวน์ไทย ที่มีความหลากหลายในประเภท และรสชาติไวน์ที่ผลิตจากพืชผลการเกษตร ชนิดต่างๆ และเป็นไวน์ที่มีคุณภาพทัดเทียมกับไวน์ต่างประเทศ

8) รัฐบาลควรสนับสนุนเกษตรกรไทยในการลงทุนพัฒนาผลผลิตไวน์ให้มี คุณภาพตรงตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งการสนับสนุน การออกแบบการติดฉลาก เพื่อสร้างค่านิยมในการบริโภคไวน์ไทย

ประพัฒน์ ปัญญาชาติรักษ์ (2545) กล่าวว่า การผลิตสุราแช่ผลไม้ สุราแช่ พื้นเมืองและผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตรที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรี ต้องถูกควบคุม ภายใต้อัตราภาษีกรรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง และต้องปฏิบัติตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2544 (ฉบับที่ 3) ลงวันที่ 12 ธันวาคม 2544 ซึ่งมีได้เปิดโอกาสให้ผลิต และจำหน่ายโดยเสรี แต่ก็ได้ปรับลด กฎ ระเบียบ เกี่ยวกับการผลิตและจำหน่าย อาทิ เช่น

(1) การขออนุญาตผลิต สุราแช่ผลไม้ สุราแช่พื้นเมือง ในประกาศ กระทรวงการคลังฉบับที่ 3 ได้ปรับลดเงื่อนไขจากเดิมลง คือ ผู้ผลิตรายย่อย เช่น กลุ่มบุคคล ธรรมดา กลุ่มเกษตรกร หรือนิติบุคคลก็สามารถขออนุญาตผลิต หรือจำหน่ายได้ ซึ่งแตกต่างจาก ประกาศกระทรวงการคลังในฉบับก่อนที่ผู้ขออนุญาตจะต้องเป็นสหกรณ์เท่านั้น

(2) การควบคุมมาตรฐานสุราแช่ ในประกาศกระทรวงการคลังฉบับที่ 3 ได้ กำหนดหน่วยงานเพื่อทำการตรวจสอบวิเคราะห์ คุณภาพของสุราแช่ คือ กรมสรรพสามิต กรมวิชาการเกษตร สถาบันราชภัฏ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมวิทยาศาสตร์บริการ และ

หน่วยงานอื่นๆ ที่กรมสรรพสามิตเห็นชอบ ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกในขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพสุราของผู้ผลิตในส่วนกลางและในต่างจังหวัด

(3) ในประกาศกระทรวงการคลัง ฉบับที่ 3 ได้ลดขั้นตอนในการขออนุญาตลง โดยให้มีการกระจายอำนาจไปสู่ระดับท้องถิ่น โดยผู้ขออนุญาตสามารถดำเนินการให้เสร็จสิ้นได้ในระดับจังหวัด ซึ่งเป็นการลดอุปสรรค และภาระให้กับผู้ขออนุญาต

ประพัฒน์ ปัญญาชาติรักษ์ (2545) ยังได้กล่าวถึง นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับการผลิตไวน์และสุราแช่ ในการบรรยายเรื่อง นโยบายการผลิตสุราแช่และผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตรที่มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรี ที่อาคารสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2545 ไว้ว่า รัฐบาลมุ่งเน้น

1) พัฒนาการผลิตในระดับท้องถิ่นให้อยู่ในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชน และระหว่างชุมชน โดยนำวัตถุดิบ ทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน รวมทั้งงานวิจัยต้นแบบมาสร้างสรรค์ผลผลิต เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน เพื่อนำไปสู่ระบบความสัมพันธ์และวิถีชีวิตร่วมกัน ทั้งการประกอบอาชีพที่มีเป้าหมายแห่งการพัฒนาร่วมกัน มีการเรียนรู้และจัดการทรัพยากรร่วมกัน ลงทุนร่วมกัน สามารถกำหนดขอบเขตกิจกรรมทางการผลิตและการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อสร้างความมั่นคง ความสงบสุขของสังคมโดยรวม

2) ควบคุมคุณภาพมาตรฐานสุราแช่ผลไม้ สุราแช่พื้นเมือง และผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตรที่มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรี ให้ได้มาตรฐานทั้งด้านความสะอาด และปราศจากสารปนเปื้อน เพื่อเป็นหลักประกันในการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ได้รับผลกระทบต่อสุขภาพ โดยสนับสนุนให้มีการจัดตั้งสถาบันที่ทำหน้าที่ในการกำหนดและตรวจสอบมาตรฐานสุราแช่ผลไม้หรือสุราแช่พื้นเมืองหรืออาจพิจารณามอบหมายให้หน่วยงานที่มีความพร้อมไปดำเนินการ อนึ่งสุราแช่เป็นเครื่องดื่มเม้าท์จำเป็นต้องมีการควบคุมการติดฉลาก และใส่คำเตือนด้วย

3) การลดขั้นตอนการขออนุญาตผลิตและจำหน่าย รัฐบาลทราบดีว่าการขออนุญาตผลิตและจำหน่ายมีหลายขั้นตอน ซึ่งเป็นอุปสรรคและเป็นภาระต่อผู้ผลิต ดังนั้น รัฐบาลพยายามปรับลดขั้นตอนการขออนุญาตให้สะดวกและรวดเร็ว แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ก็ต้องอยู่บนรากฐานของความถูกต้องของทางราชการที่สามารถตรวจสอบ กำกับ ดูแลได้ หากสามารถขออนุญาตผลิตได้รวดเร็วขึ้น ทำให้ปริมาณการผลิตมากขึ้น รัฐบาลจำเป็นต้องพิจารณาถึงความสมดุลระหว่างนโยบายส่งเสริมการผลิต และนโยบายสนับสนุนให้ประชาชนบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดปัญหาเรื่องสุขภาพ สิ้นเปลืองงบประมาณด้านรักษาพยาบาล ตลอดจนปัญหาด้านศีลธรรมและสังคมอันดีงาม

4) การปรับลดภาษี การผลิตสุราแช่ผลไม้ สุราแช่พื้นเมือง และผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตรที่มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรี รัฐบาลตระหนักดีว่าภาระภาษีทำให้ต้นทุนการผลิตและราคาจำหน่ายสุราแช่สูงขึ้น อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ไม่ประสบผลสำเร็จทางการตลาด ทำให้สูญเสียโอกาสส่งออก หรือทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกน้อยลง ประกอบกับนโยบายการปรับลดภาษีสุราแช่ทำให้รายรับของรัฐบาลลดลง ดังนั้น รัฐบาลจะได้จัดตั้งคณะกรรมการจากผู้ที่เกี่ยวข้องขึ้นมาศึกษาอัตราภาษีที่เหมาะสมต่อไป

5) การเพิ่มงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ให้คนไทยและชาวต่างประเทศ ได้รู้จักสุราแช่ชนิดผลไม้และสุราแช่พื้นเมือง ที่มีความหลากหลายจากผลิตภัณฑ์ที่มาจากผลผลิตทางการเกษตร รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากการที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้มอบหมายให้กรมส่งเสริมสหกรณ์จัดงาน “เทศกาลสุราแช่ภูมิปัญญาไทย” ระหว่างวันที่ 29 สิงหาคม 2545 ถึง 1 กันยายน 2545 ณ ศูนย์สรรพสินค้าซีคอนสแควร์ ถนนศรีนครินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และแนะนำผลิตภัณฑ์สุราแช่ให้ผู้บริโภคได้รู้จักอย่างกว้างขวาง

อย่างไรก็ตาม รัฐบาลได้ตระหนักเป็นอย่างดี ถึงแม้จะเพิ่มงบประมาณประชาสัมพันธ์ให้เพิ่มขึ้นสักเพียงใดก็คงไม่ใช่ หลักประกันว่า สุราแช่ของไทยจะประสบความสำเร็จสามารถแข่งขันได้ทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ หากคุณภาพไม่ดี รสชาติไม่สอดคล้องกับรสนิยมของผู้บริโภค ดังนั้นรัฐบาลจึงได้ให้ความสำคัญกับการเพิ่มงบประมาณในการสนับสนุนทางด้านพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต (เทคนิคการผลิต และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย) ตลอดจนพัฒนาการบรรจุหีบห่อให้เป็นสากล หรุหร่า เพื่อดึงดูดผู้บริโภคด้วย

ปีติพงศ์ พึ่งบุญ ณ อยุธยา (2545) ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาการผลิตสุราแช่และผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตรที่มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรี ในการบรรยายพิเศษ เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2545 ไว้ว่า การผลิตสุราแช่ผลไม้และสุราแช่พื้นเมืองของชุมชนได้ทำการผลิตมาเป็นเวลานานแล้ว ซึ่งเป็นการผลิตโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยเทคโนโลยีพื้นบ้านแบบง่ายๆ เพื่อจำหน่ายภายในชุมชน หรือใช้บริโภคในการจัดงานหรือเลี้ยงตามเทศกาลต่างๆ แต่ไม่สามารถทำการค้าหรือธุรกิจขนาดใหญ่ได้ด้วยข้อจำกัดด้านเงินทุนและกฎหมาย เมื่อรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนให้มีการผลิต จึงได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการศึกษาความเหมาะสมเกี่ยวกับการผลิตสุราแช่ผลไม้ สุราแช่พื้นเมืองและผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตรที่มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรี เพื่อทำการศึกษาหาความเหมาะสมในขั้นตอนการผลิต กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวกับการผลิตสุราแช่ พร้อมกันนั้นได้เร่งรัดผลักดันร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เพื่อส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจชุมชนที่มุ่ง

ประกอบการเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชน และระหว่างชุมชน โดยนำวัตถุดิบ ทรัพยากร และภูมิปัญญาของชุมชน รวมทั้งงานวิจัยต้นแบบมาสร้างสรรค์ผลผลิตกับวิถีชีวิตของผู้ผลิตสุราแช่ของไทย หากพระราชบัญญัติฉบับนี้ผ่านสภาฯ และมีผลบังคับใช้จะช่วยพัฒนาการผลิตสุราแช่ของไทยได้เป็นอย่างมาก

ปิติพงศ์ พึ่งบุญ ณ อยุธยา (2545) ยังกล่าวต่อไปอีกว่า แนวทางการพัฒนาการผลิตสุราแช่และผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตรที่มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรี จะต้องดำเนินการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอนให้ครอบคลุมในทุกๆ เรื่อง ได้แก่

ฐานข้อมูล จะต้องได้รับการพัฒนาเก็บรวบรวมให้เป็นระบบเพื่อเป็นประโยชน์ในการกำหนดมาตรการช่วยเหลือด้านต่างๆ ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้ผลิต สถานที่ผลิต ประเภทสุราแช่ที่ผลิต และปริมาณที่ทำการผลิต

งานวิจัยพัฒนา จะต้องมีการพัฒนางานวิจัยของหน่วยงานราชการ สถานศึกษาที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน ให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตสุราแช่ในทางปฏิบัติได้ งานวิจัยด้านการผลิต เช่น เทคโนโลยีการผลิตที่ใช้ในการผลิต ความรู้และเทคนิคในการผลิต งานวิจัยด้านการตลาด เช่น รสนิยมผู้บริโภคและปริมาณความต้องการในแต่ละตลาด ทั้งตลาดในท้องถิ่น ตลาดในกรุงเทพฯ และตลาดต่างประเทศ

สถานที่ผลิต ซึ่งที่ผ่านมาถือเป็นปัญหาและอุปสรรคในการขออนุญาตผลิตของผู้ผลิตสุราแช่ เนื่องจากตามประกาศของกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2544 (ฉบับที่ 3) กำหนดให้ต้องแยกออกจากส่วนที่ใช้อยู่อาศัยโดยชัดเจน และต้องตั้งอยู่ในทำเลและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีบริเวณและพื้นที่เพียงพอที่จะทำสุราแช่โดยไม่ก่อให้เกิดอันตรายเหตุเดือดร้อน รำคาญต่อผู้อื่น ทำให้ต้องใช้เงินเป็นจำนวนไม่น้อยในการลงทุนก่อสร้าง เป็นภาระต่อผู้ขออนุญาต แต่ในปัจจุบันกรมสรรพสามิตได้มีการปรับลดเงื่อนไขเรื่องนี้ โดยให้ใช้หลังคาพร้อมกับที่อยู่อาศัยได้ แต่ต้องอยู่ในบริเวณที่เหมาะสม ซึ่งจำเป็นต้องมีการพัฒนาสถานที่ผลิตสุราแช่ให้ได้มาตรฐาน สะดวกในการจัดวางอุปกรณ์ในการผลิต เพื่อให้ทำการผลิตได้รวดเร็ว สะอาด และถูกสุขอนามัย

การรับรองคุณภาพ จะต้องได้รับการพัฒนา เพื่อให้สุราแช่ที่ผลิตได้มีคุณภาพ ตั้งแต่ระดับฟาร์มจนถึงผู้บริโภค (from farm to table) โดยต้องเพิ่มหน่วยงานหรือสถาบันที่มีความพร้อมในการทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพเพื่อการรับรอง นอกเหนือจากกรมสรรพสามิตที่ได้ทำหน้าที่อยู่แล้วแต่ยังไม่เพียงพอกับความต้องการ เช่น กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมวิทยาศาสตร์บริการ กรมวิชาการเกษตร หรือสถานศึกษาต่างๆ ทำหน้าที่กำหนดมาตรฐาน ตรวจสอบคุณภาพ เพื่อการรับรองคุณภาพสุราแช่ที่ผลิตได้ว่าเป็นสุราแช่ของผู้ผลิตรายใด ผลิตจาก

แหล่งใด ผลิตภัณฑ์ใด ซึ่งจะต้องจำแนกประเภทของสุราแช่ที่ผลิตได้แต่ละชนิดให้ชัดเจนด้วย คำจำกัดความ เช่น Mayrai (เมรัย) คือ น้ำเมาที่เกิดจากการหมัก หรือแช่/น้ำเมาที่ไม่ได้กลั่น Ou (อุ) คือ น้ำเมาชนิดหนึ่งใช้ปลายข้าวและกลีบผสมกับแป้งเชื้อ Satho (สาโท) คือ น้ำขาว/น้ำเมาหมักแช่เชื้อแต่ยังมิได้กลั่น Kashae (กระแช่) คือ น้ำตาลเมา/น้ำเมาหมักแช่เชื้อแต่ยังมิได้กลั่นเป็นสุรา Kaomarg (ข้าวหมาก) คือ ของกินอย่างหนึ่งทำด้วยข้าวเหนียวหนึ่งแล้วหมักกับแป้งเชื้อ เป็นต้น

การบ่มเพาะ (Incubation) จะต้องพัฒนา บ่มเพาะปัจจัยต่างๆ ที่จะมีผลให้ธุรกิจการผลิตสุราแช่ของไทยสามารถเติบโตแข่งขันกับคู่แข่งได้ เช่น การฝึกอบรมเทคนิคการผลิตต่างๆ การฝึกอบรมการบริหารจัดการ หรือกลยุทธ์การตลาดแก่ผู้ผลิตสุราแช่ เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ในธุรกิจนี้ต่อไปได้

การส่งเสริมการผลิต จะต้องพัฒนาให้เกิดสมดุลระหว่างการส่งเสริมการผลิต กับการไม่สนับสนุนให้ประชาชนบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากๆ โดยอาจจะเน้นส่งเสริมเฉพาะรายที่ผลิตอยู่แล้วแต่คุณภาพยังไม่ได้มาตรฐาน หรือส่งเสริมการผลิตทดแทนการนำเข้าที่ทำให้สูญเสียเงินตราต่างประเทศจำนวนมาก แทนการส่งเสริมผู้ผลิตรายใหม่ๆ

ทรัพย์สินทางปัญญา เนื่องจากสุราแช่ของไทยถือเป็นสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ไทย ควรจะมีการพัฒนาไปสู่การจดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร หรือเครื่องหมายการค้า เพื่อไม่ให้เสียโอกาสในอนาคต เช่น สินค้าอื่นๆ ที่เคยปรากฏมาแล้ว

บทที่ 2

ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

2.1 ข้อมูลพื้นฐานของตำบลอุโมงค์

2.1.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์

สภาพทางกายภาพ

ตำบลอุโมงค์ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ตั้งอยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 10 กิโลเมตร ตำบลนี้ประกอบด้วยหมู่บ้านทั้งหมด 11 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านอุโมงค์(หมู่ 1) บ้านกอม่วง(หมู่ 2) บ้านสันกับตอง(หมู่ 3) บ้านฮ่องกอก(หมู่ 4) บ้านป่าเหว(หมู่ 5) บ้านป่าลาน(หมู่ 6) บ้านเซตวันหนองหมู(หมู่ 7) บ้านไร่(หมู่ 8) บ้านป่าเส้า(หมู่ 9) บ้านชัยสถาน(หมู่ 10) บ้านแม่ร่องน้อย(หมู่ 11) โดยมีอาณาเขตติดต่อกับตำบลต่างๆ ดังนี้ (ภาพที่ 2.1)

ทิศเหนือ	ติดกับ	อำเภอสารภี	จังหวัดเชียงใหม่
ทิศใต้	ติดกับ	ตำบลเหมืองง่า	จังหวัดลำพูน
ทิศตะวันออก	ติดกับ	แม่น้ำกวัง	
ทิศตะวันตก	ติดกับ	ตำบลหนองช้างค้ำ	จังหวัดลำพูน

อ.สารภี



ภาพที่ 2.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของตำบลอุโมงค์

ลักษณะพื้นที่ทั้งหมดของตำบลอุโมงค์เป็นพื้นที่ราบลุ่มตามแนวชายฝั่งตะวันตกแม่น้ำกวัง นอกจากนี้ยังมีลำเหมืองปิงห่างไหลผ่านส่วนกลางของตำบล ลำน้ำทั้งสองเป็นแหล่งน้ำที่สำคัญที่ชาวบ้านในพื้นที่ใช้ทำการเกษตรและเลี้ยงปลาในกระชัง ตำบลอุโมงค์ตั้งอยู่ในพื้นที่ความสูงระหว่าง 297-300 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล ดินมีสภาพร่วนซุยเหมาะแก่การทำนาทำสวน โดยเฉพาะสวนลำไย ชาวบ้านในพื้นที่ทุกครัวเรือนนิยมปลูกทั้งเป็นสวนและพื้นที่ว่างรอบๆ บริเวณบ้าน

ในอดีตราษฎรส่วนใหญ่ตั้งถิ่นฐานอยู่หนาแน่นบริเวณใกล้แหล่งน้ำทั้งน้ำแม่กวังและลำเหมืองปิงห่าง แต่ปัจจุบันชุมชนกลับหนาแน่นบริเวณสองข้างทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 106 ซึ่งเชื่อมระหว่างจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน (สายหนองหอย) โดยคนในพื้นที่ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง รองลงมาเป็นเกษตรกร ค้าขาย และอุตสาหกรรมในครัวเรือน

การอุปโภคและถึงอำนวยความสะดวก

การคมนาคม ในชุมชนและระหว่างหมู่บ้านเป็นถนนคอนกรีต สะดวกในการสัญจรไปมาหาสู่ของประชากรในพื้นที่ นอกจากนี้ถนนสายหลักที่ใช้เดินทางไปมาระหว่างจังหวัดลำพูนและเชียงใหม่เป็นถนนลาดยางทำให้การเดินทางรวดเร็วขึ้นกว่าในอดีต

น้ำดื่ม น้ำดื่มส่วนใหญ่ใช้น้ำจากบ่อบาดาลและบ่อน้ำตื้น บางรายซื้อน้ำดื่มเป็นถังจากเอกชน บางครัวเรือนใช้จากประปาหมู่บ้าน หรือน้ำฝน ส่วนน้ำใช้ในการเกษตรใช้จากบ่อบาดาล น้ำแม่กวัง และ/หรือ ลำเหมืองปิงห่างที่ไหลผ่านชุมชน (ตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 แหล่งน้ำอุปโภคและบริโภคของคนในชุมชน

ประเภทแหล่งน้ำ	จำนวน	การใช้ประโยชน์
บ่อบาดาล (บ่อ)		
ใช้ตลอดปี	1,361	อุปโภค-บริโภค และการเกษตร
ใช้ได้บางครั้ง	46	การเกษตร
ใช้ไม่ได้	60	-
บ่อน้ำตื้น (บ่อ)	602	อุปโภค-บริโภค และการเกษตร
ซื้อน้ำบริโภค (ครัวเรือน)	203	อุปโภค-บริโภค
ประปาหมู่บ้าน (ครัวเรือน)	10	อุปโภค-บริโภค
น้ำฝน (ครัวเรือน)	11	อุปโภค-บริโภค
ไม่ระบุ (ครัวเรือน)	1,836	-

ที่มา: โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก, 2545

ไฟฟ้า ในครัวเรือนทุกหมู่บ้านมีไฟฟ้าใช้ และยังคงติดตั้งให้แสงสว่าง เพื่อความปลอดภัยในการเดินทางบนถนนสายหลักที่ส่วนใหญ่ใช้เป็นประจำ

การโทรคมนาคม มีโทรศัพท์บ้านใช้เกือบทุกครัวเรือน และบางครอบครัวมีโทรศัพท์มือถือใช้ในการติดต่อค้าขายและส่วนตัว

สถานพยาบาล ที่อยู่ใกล้ที่สุดเป็นสถานอนามัยมีอยู่ 1 แห่ง ตั้งอยู่หมู่ที่ 1 บ้านอุโมงค์ หากเจ็บป่วยหนักชาวบ้านนิยมไปใช้บริการที่โรงพยาบาลในตัวจังหวัดลำพูน หรือบางรายใช้บริการที่โรงพยาบาลในตัวเมืองเชียงใหม่ เนื่องจากหมู่บ้านอยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองทั้งสองมากนัก และการเดินทางสะดวก

โรงเรียน มีทั้งหมด 6 แห่ง ตั้งอยู่ในหมู่ที่ 1, 3, 5, 7, 9 และ 10 เป็นโรงเรียนที่เปิดสอนในระดับประถมศึกษา และมีโรงเรียนมัธยมศึกษาจำนวน 1 แห่ง ตั้งอยู่หมู่ที่ 8 บางครอบครัวที่ฐานะค่อนข้างดีนิยมส่งบุตรหลานไปเรียนในตัวเมืองลำพูน และเชียงใหม่

สถาบันการเงิน / แหล่งเงิน ธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ที่สุด คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) และธนาคารกรุงเทพ ทั้งสองตั้งอยู่หมู่ที่ 7 บนถนนทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 106 และใกล้กับตลาดกลางป่าเหว สำหรับแหล่งเงินกู้ที่สำคัญของคนในท้องถิ่นนอกเหนือจากธนาคารแล้ว ยังมีกองทุนหมู่บ้านที่มีคณะกรรมการชุมชนเป็นผู้บริหารจัดการและพิจารณาให้กู้แก่คนในชุมชน และมีสหกรณ์การเกษตรเป็นแหล่งเงินให้กู้กับเกษตรกรในตำบลอีกด้วย

สถานที่ราชการ มีเทศบาลตำบลอุโมงค์จำนวน 1 แห่ง ตั้งอยู่หมู่ที่ 5 เคยได้รับการจัดตั้งเป็นสุขาภิบาล เมื่อ พ.ศ. 2514 และยกฐานะเป็นเทศบาล เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2542 และมีป้อมยามตำรวจจำนวน 1 แห่ง ให้บริการประชาชนในพื้นที่

ร้านค้า/ตลาด มีร้านค้าชุมชนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลผลิตของคนในท้องถิ่นจำนวน 1 แห่ง นอกจากนี้มีตลาดกลางจำหน่ายวัสดุการเกษตรและอาหารสดอีก 1 แห่ง ซึ่งทั้งสองตั้งอยู่หมู่ที่ 7 และติดถนนสายหลักเชียงใหม่ – ลำพูน (สายหนองหอย)

สถานที่ท่องเที่ยว ในชุมชนมี 2 กิจกรรม คือ Home stay และกิจกรรมล่องแพลุ่มน้ำแม่กวัง ให้บริการทั้งรายเดี่ยวและหมู่คณะ อัตราค่าบริการขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่ทำและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ถูกค่าต้องการ

2.1.2 ประวัติความเป็นมาของชุมชน

การก่อตั้งถิ่นฐานของชุมชนตำบลอุโมงค์ ไม่มีหลักฐานปรากฏแน่ชัดว่าก่อตั้งเมื่อใด แต่ชาวบ้านในพื้นที่คาดว่าสร้างในรุ่นคราวเดียวกับการสร้างเมืองเชียงใหม่ เนื่องจากหมู่บ้านอยู่ห่างจากเมืองกุมภภินสถานที่ตั้งตัวเมืองเชียงใหม่ครั้งแรกเพียงประมาณ 10 กิโลเมตร และการตั้งชื่อหมู่บ้านต่างๆ ในตำบลอุโมงค์ ส่วนใหญ่มาจากชื่อต้นไม้ที่คนโบราณในพื้นที่เรียกและรู้จักเป็นอย่างดี บางชื่อมาจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ เช่น บ้านอุโมงค์ (ม.1) ลักษณะเป็นที่ราบลุ่ม แอ่งกันกระทะ จึงตั้งชื่อว่าบ้านอุโมงค์ แต่ปัจจุบันดินเป็นพื้นที่ราบเสมอกันหมด บ้านกอม่วง (ม.2) มีต้นมะม่วงป่าขนาดใหญ่ตั้งสูงเด่นเป็นสง่า เป็นที่รู้จักของผู้สัญจรไปมาระหว่างชุมชนในอดีต หมู่บ้านจึงถูกเรียกว่าบ้านกอม่วงจนถึงทุกวันนี้ ส่วนบ้านสันกับตอง (ม.3) มีต้นกับตองขึ้นอย่างมากมาย สำหรับบ้านช่องกอก (ม.5) ก็เช่นเดียวกันมีต้นมะกอกเป็นสัญลักษณ์ของชุมชน เช่นเดียวกับบ้านปาลาน (ม.6) ที่มีต้นลานจำนวนมาก และไม่แตกต่างกันกับบ้านป่าเสา (ม.9) ที่มีต้นเส้าหลากหลายพันธุ์ กอปรกับบ้านแม่ร่องน้อย (ม.11) มีแม่น้ำลำธารไหลผ่านชุมชนในอดีตเรียกแม่น้ำนี้ว่าแม่ร่องน้อย ซึ่งปัจจุบันคือแม่น้ำกวัง

2.1.3 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ

สภาพทางสังคม

ประชากรตำบลอุโมงค์ทั้งหมด 11 หมู่บ้าน มีทั้งสิ้นจำนวน 4,443 ครัวเรือน รวม 13,636 คน เป็นชาย 6,543 คน (ร้อยละ 47.98) และหญิง 7,093 คน หรือร้อยละ 52.02 โดยมีผู้คนอาศัยอยู่จำนวนมากในบ้านชัยสถาน หมู่ที่ 9 รองลงมาเป็นบ้านอุโมงค์ (หมู่ 1) และบ้านเขตนวนหนองหมู (หมู่ 7) ตามลำดับ (ตารางที่ 2.2)

สภาพทางเศรษฐกิจ

ในปี 2545 ชาวบ้านในตำบลอุโมงค์ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลักรับจ้างประมาณ ร้อยละ 41 รองลงมาเป็นอาชีพทำสวนและค้าขายร้อยละ 16 และ 15 ส่วนอาชีพที่มีการทำน้อยที่สุดในพื้นที่คือการทำนามีเพียงร้อยละ 1 สำหรับอาชีพรองที่นิยมทำกัน ได้แก่ การรับจ้าง และการทำสวน (ตารางที่ 2.3 และภาพที่ 2.2) จากการศึกษาของโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก (2545) โดยการสัมภาษณ์ประชากรจำนวน 3,083 ครัวเรือน จากทั้งหมด 4,443 ครัวเรือน (ร้อยละ 69.39) พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 50,001-100,000 บาท (ร้อยละ 14.14) รองลงมาเป็น 30,001-50,000 บาท (ร้อยละ 11.03) และพบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามไม่สามารถเปิดเผยรายได้ของตนเองสูงถึง 931 ครัวเรือน จากผู้สัมภาษณ์ทั้งหมด 3,083 ครัวเรือน หรือคิดเป็นร้อยละ 30.20 (ตารางที่ 2.4) ส่วนพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของ

ชุมชนและสร้างรายได้ให้เกือบทุกครัวเรือน คือ ลำไย ซึ่งปัจจุบันให้ผลผลิตตลอดปี แตกต่างจากในอดีที่เก็บได้เพียงปีละครั้ง ผลผลิตที่เก็บขายได้ทั้งผลสดและอบแห้ง สำหรับการอบแห้งเป็นการดึงอุปสงค์ส่วนเกิน (over supply) ออกจากตลาด ในช่วงผลผลิตออกมากและทำให้ราคาตกต่ำ ทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและเก็บรักษาไว้จำหน่ายได้ตลอดปี จึงส่งผลให้คนในชุมชนมีรายได้ค่อนข้างสูง นอกจากนี้ชุมชนยังมีการนำลำไยทั้งผลสดและอบแห้งที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ไวน์ เพิ่มมูลค่าออกจำหน่ายอีกทางหนึ่งและเป็นการสร้างงานให้คนในพื้นที่อีกด้วย

ตารางที่ 2.2 ประชากรของตำบลอุโมงค์

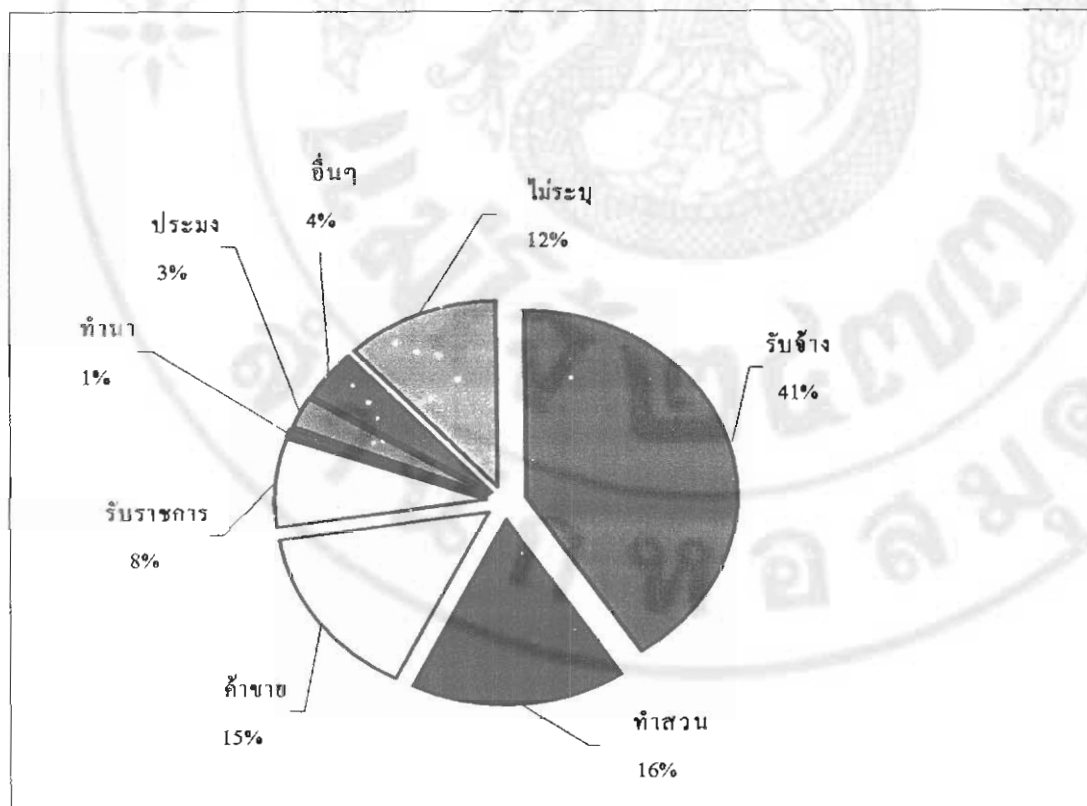
หมู่ที่	ครัวเรือน	ประชากร (คน)		
		ชาย	หญิง	รวม
1	599	901	981	1,882
2	286	396	435	831
3	153	234	234	468
4	229	307	317	624
5	370	531	570	1,101
6	306	484	499	983
7	561	808	971	1,779
8	441	737	705	1,442
9	633	927	1,032	1,959
10	526	771	860	1,631
11	339	447	489	936
รวม	4,443	6,543	7,093	13,636

ที่มา: โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก, 2545

ตารางที่ 2.3 อาชีพของราษฎรตำบลอุโมงค์

อาชีพ	อาชีพหลัก		อาชีพรอง	
	ครัวเรือน	ร้อยละ	ครัวเรือน	ร้อยละ
รับจ้าง	1,263	40.97	248	8.04
ทำสวน	506	16.41	223	7.23
ค้าขาย	467	15.15	107	3.47
รับราชการ	234	7.59	-	-
ทำนา	23	0.75	-	-
ประมง	81	2.63	-	-
อื่นๆ	135	4.38	110	3.57
ไม่ระบุ	374	12.12	2,396	77.69
รวม	3,083	100.00	3,083	100.00

ที่มา: โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก, 2545



ภาพที่ 2.2 อาชีพหลักของราษฎรตำบลอุโมงค์

ตารางที่ 2.4 รายได้ของประชากรตำบลอุโมงค์

รายได้ (บาท)	ครัวเรือน	ร้อยละ
1-1,000	105	3.41
1,001-5,000	180	5.84
5,001-10,000	206	6.68
10,001-20,000	304	9.86
20,001-30,000	270	8.76
30,001-50,000	340	11.03
50,001-100,000	436	14.14
> 100,000	311	10.09
ไม่ระบุ	931	30.19
รวม	3,083	100.00

ที่มา: โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก, 2545

2.1.4 วัฒนธรรมและของดีตำบลอุโมงค์

ตำบลอุโมงค์เป็นดินแดนวัฒนธรรมกลุ่มน้ำปิงห่าง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีสิ่งที่น่าสนใจมากมาย เช่น วัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมโบราณสถานที่เก่าแก่ และแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ ดังนี้

1. ห้างนาเจ้า เป็นอาคารทรงแปดเหลี่ยมที่สร้างขึ้นโดยเจ้าผู้ครองนครหริภุญชัยองค์สุดท้าย คือ เจ้าจักรคำขจรศักดิ์ ประมาณปี พ.ศ. 2472 (ภาพที่ 2.3)



ภาพที่ 2.3 ห้างนาเจ้า



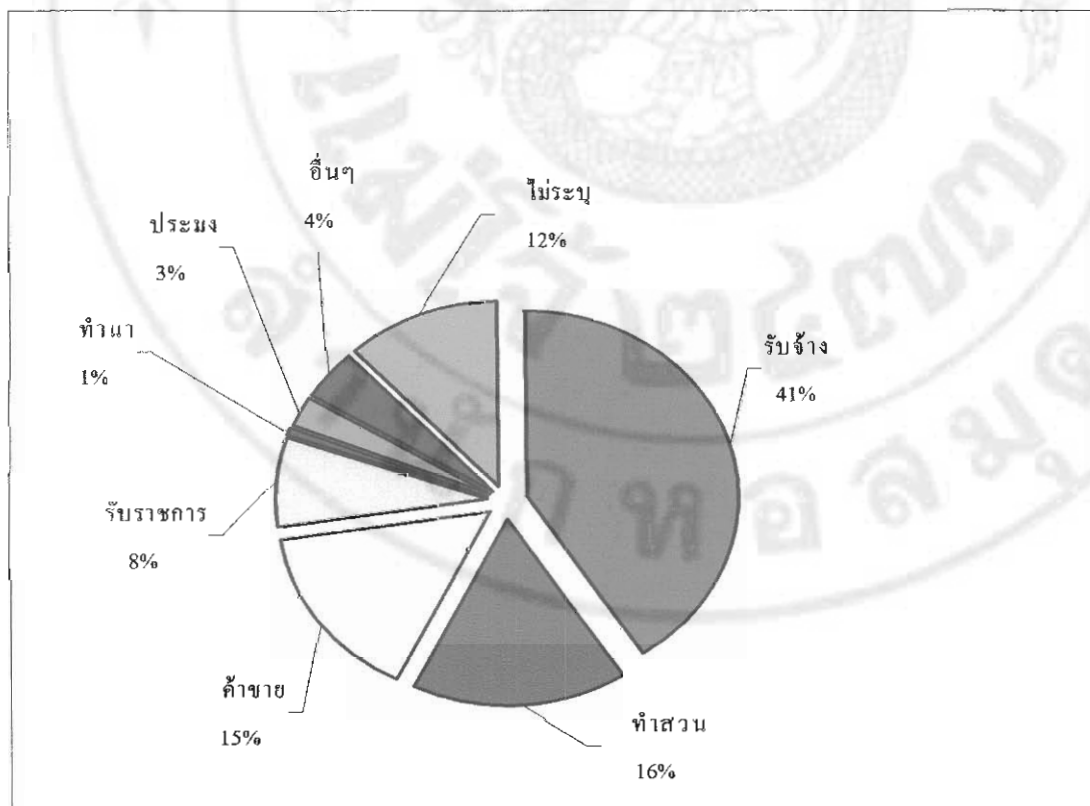
ภาพที่ 2.4 ขั้วมุง

2. สะพานข้ามลำน้ำปิงห่าง ซึ่งเดิมทีมุงหลังคาด้วยตังกะสี ปัจจุบันมุงด้วยไม้ การปลูกสร้างสะพานแบบมุงหลังคาสมัยก่อน นอกจากจะใช้ประโยชน์ในการสร้างลำเหมืองแล้วยังใช้เป็นที่หลบพริกกันแดด - ฝน (ภาพที่ 2.4)

ตารางที่ 2.3 อาชีพของราษฎรตำบลอุโมงค์

อาชีพ	อาชีพหลัก		อาชีพรอง	
	ครัวเรือน	ร้อยละ	ครัวเรือน	ร้อยละ
รับจ้าง	1,263	40.97	248	8.04
ทำสวน	506	16.41	223	7.23
ค้าขาย	467	15.15	107	3.47
รับราชการ	234	7.59	-	-
ทำนา	23	0.75	-	-
ประมง	81	2.63	-	-
อื่นๆ	135	4.38	110	3.57
ไม่ระบุ	374	12.12	2,396	77.69
รวม	3,083	100.00	3,083	100.00

ที่มา: โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก, 2545



ภาพที่ 2.2 อาชีพหลักของราษฎรตำบลอุโมงค์

ตารางที่ 2.4 รายได้ของประชากรตำบลอุโมงค์

รายได้ (บาท)	ครัวเรือน	ร้อยละ
1-1,000	105	3.41
1,001-5,000	180	5.84
5,001-10,000	206	6.68
10,001-20,000	304	9.86
20,001-30,000	270	8.76
30,001-50,000	340	11.03
50,001-100,000	436	14.14
> 100,000	311	10.09
ไม่ระบุ	931	30.19
รวม	3,083	100.00

ที่มา: โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก, 2545

2.1.4 วัฒนธรรมและของดีตำบลอุโมงค์

ตำบลอุโมงค์เป็นดินแดนวัฒนธรรมกลุ่มน้ำปิงห่าง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีสิ่งที่น่าสนใจมากมาย เช่น วัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมโบราณสถานที่เก่าแก่ และแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ ดังนี้

1. ห้างนาเจ้า เป็นอาคารทรงแปดเหลี่ยมที่สร้างขึ้นโดยเจ้าผู้ครองนครหริภุญชัยองค์สุดท้าย คือ เจ้าจักรคำขจรศักดิ์ ประมาณปี พ.ศ. 2472 (ภาพที่ 2.3)



ภาพที่ 2.3 ห้างนาเจ้า



ภาพที่ 2.4 ขัวมุง

2. สะพานข้ามลำน้ำปิงห่าง ซึ่งเดิมทีมุงหลังคาด้วยตังกะสี ปัจจุบันมุงด้วยไม้ การปลูกสร้างสะพานแบบมุงหลังคาสมัยก่อน นอกจากจะใช้ประโยชน์ในการสร้างลำเหมืองแล้วยังใช้เป็นที่หลบพริกกันแดด - ฝน (ภาพที่ 2.4)

3. ศูนย์วัฒนธรรมตำบลอุโมงค์ อาคารนี้จำลองแบบมาจาก ห้างนาเจ้า ตั้งอยู่บริเวณลำน้ำปิงทางหน้าวัดคอม่วงใช้เป็นสถานที่เก็บรวบรวมเครื่องมือเครื่องใช้ทำมาหากินของชาวบ้านสมัยก่อนไว้ให้คนรุ่นหลังศึกษาและใช้เป็นศูนย์แสดงศิลปวัฒนธรรมของคนในชุมชน (ภาพที่ 2.5)

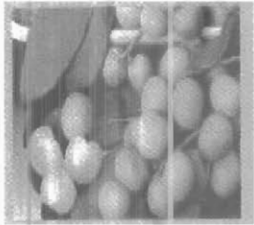


ภาพที่ 2.6 มณฑปพุทธบาท



ภาพที่ 2.5 ศูนย์วัฒนธรรมตำบลอุโมงค์

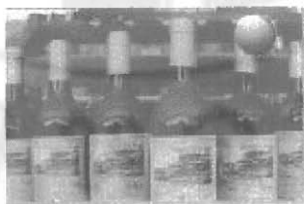
4. มณฑปพุทธบาท ตั้งอยู่บ้านเซตวัน หนองหมู หมู่ 8 สถานที่ดังกล่าวเป็นที่ประดิษฐานรอยพระพุทธรูปของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า เป็นที่เคารพสักการะของประชาชนชาวอุโมงค์ (ภาพที่ 2.6)



ภาพที่ 2.7 ลำไยและลำไยอบแห้ง

5. ลำไยและลำไยอบแห้ง เป็นพืชเศรษฐกิจของประชาชนในตำบลอุโมงค์สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในท้องถิ่น จำหน่ายเป็นของฝากและของที่ระลึกในโอกาสต่างๆ (ภาพที่ 2.7)

6. ไวน์ ริเริ่มมาจากเทศบาลตำบลอุโมงค์ เป็นผู้คิดแปรรูปผลไม้ให้เป็นไวน์ เช่น ลำไยสด ลำไยแห้ง ลูกหว้า สมุนไพร ฯลฯ เป็นผลิตภัณฑ์ไวน์ผลไม้ที่สร้างรายได้แก่ชุมชนในรูปของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด (ภาพที่ 2.8)



ภาพที่ 2.8 ไวน์

2.1.5 ความช่วยเหลือจากภาครัฐและเอกชน

ตำบลอุโมงค์ได้รับความช่วยเหลือตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันที่เห็นได้เป็นรูปธรรม สร้างความเจริญให้กับประชากร ตั้งแต่ได้รับการจัดตั้งเป็นสุขาภิบาล เมื่อปี 2514 ที่มีอำนาจ บริหารงานและจัดสรรงบประมาณโดยคนในท้องถิ่น ทำให้สามารถแก้ปัญหาตรงตาม ความต้องการของชุมชน และทันเหตุการณ์ ตลอดจนบรรเทา และ/หรือ ชะลอปัญหาที่รุนแรงให้ ลดลง นอกเหนืออำนาจที่ทางสุขาภิบาลจะผู้จัดการได้เอง จากหนักเป็นเบา เพื่อให้หน่วยงาน ผู้ มีอำนาจที่เกี่ยวข้องเข้าไปจัดการ อย่างไรก็ตามเมื่อสุขาภิบาล ยกฐานะเป็นเทศบาล เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2542 มาจนถึงปัจจุบัน ภายใต้การบริหารงานของนายขยัน วิพรหมชัย มีการจัดสรร งบประมาณช่วยเหลือชุมชนในหลายๆ ด้าน ได้แก่ สร้างถนนทำให้สะดวกในการสัญจรไปมา ติดตั้งไฟฟ้าให้แสงสว่างบนถนนสายหลักทุกสาย บูรณะสถาปัตยกรรมต่างๆ (วัด , ห้างนาเจ้า , มณฑปพุทธบาท ฯลฯ) และเป็นผู้ดำเนินการจัดตั้ง สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด ก่อให้เกิด การจ้างงานและสร้างรายได้ให้กับชุมชน ขณะเดียวกันเกษตรกรขยายผลผลิตได้สูงขึ้น เพราะมี การซื้อวัตถุดิบในพื้นที่ไปแปรรูปเป็นไวน์ ยังเป็นผู้คิดริเริ่มจัดงาน “ชิมไวน์ – ไล่ฮั่ว ลำพูน” ทำให้ ตำบลอุโมงค์เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เข้ามาเยี่ยมชมซื้อสินค้ามากขึ้น ทั้งยังมีกิจกรรม Home stay และท่องเที่ยวแม่น้ำกวังอีกด้วย จากการสัมภาษณ์พบว่าชาวบ้านส่วนใหญ่พอใจและชื่นชอบ การบริหารงานของนายขยันเป็นอย่างมาก

2.1.6 การเปลี่ยนแปลงของตำบลและสภาพปัญหา

การเปลี่ยนแปลงของตำบล

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ตำบลอุโมงค์ มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก ชาวบ้าน มีความเป็นอยู่ดีขึ้น มีสาธารณูปโภคสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายใช้ในชีวิตประจำวัน กล่าวคือ แต่เดิมไม่มีไฟฟ้าและน้ำประปาหมู่บ้านใช้ ถนนเป็นลูกรัง ปัจจุบันมีไฟฟ้าและโทรศัพท์ใช้ทุก ครัวเรือน ส่วนประปาหมู่บ้านมีให้บริการแต่ยังไม่ครบทุกครัวเรือน สำหรับถนนมีทั้งถนนลาดยาง และคอนกรีตตัดผ่าน การเปลี่ยนแปลงอาชีพจากเดิมทำนา หันมาทำสวนลำไยมากขึ้นกว่าร้อยละ 99 ของคนทั้งหมดในตำบล และมีอาชีพรับจากเพิ่มมากขึ้นกว่าในอดีต โดยได้รับค่าจ้างรายวันๆ ละ 120 -250 บาทต่อวัน ขึ้นอยู่กับฤดูกาล หากเป็นช่วงเก็บเกี่ยวลำไยจะได้รับค่าแรงสูง นอกจากนี้การศึกษาของบุตรหลานของคนในตำบลยังสูงขึ้นด้วย เพราะมีโรงเรียนเปิดสอนตาม โครงการขยายโอกาสทางการศึกษาเพิ่มขึ้น การเดินทางไปศึกษาระดับสูงขึ้นในตัวเมืองลำพูน และ เชียงใหม่มากขึ้นตามไปด้วย

สภาพปัญหา

ปัญหาส่วนใหญ่เป็นปัญหาทางเศรษฐกิจตามภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ด้านปัญหาหนี้สินของเกษตรกรที่กู้ยืมเงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) เมื่อรัฐบาลมีนโยบายพักชำระหนี้ให้กับเกษตรกร ชาวบ้านในตำบลได้เข้าร่วมโครงการพักชำระหนี้ประมาณร้อยละ 70 ของลูกหนี้ ธกส. ในตำบลทั้งหมด ทำให้ไม่สามารถกู้ยืมเงินมาลงทุนต่อไปได้ ส่วนใหญ่จึงหันมากู้ยืมเงินจากกองทุนหมู่บ้าน และจากแหล่งอื่นทดแทน

ด้านสิ่งแวดล้อมมีปัญหาการใช้สารเคมีในสวนลำไย ทำให้มีสารตกค้าง ส่วนหนึ่งถูกชะล้างลงแม่น้ำและซึมลงสู่ลำน้ำใต้ดิน ส่งผลให้ชาวบ้านบางรายไม่สามารถใช้น้ำในบ่อน้ำและน้ำบาดาลเพื่อการบริโภคได้ จึงต้องซื้อน้ำดื่มจากบริษัทเอกชน

ด้านสังคมมีปัญหายาเสพติด โดยเฉพาะในช่วงปี 2541 ถึงกลางปี 2545 มีการระบาดในชุมชนอย่างหนักโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งมีชาวบ้านบางรายเป็นผู้ค้ารายย่อย เมื่อรัฐบาลมีนโยบายปราบปรามอย่างหนัก ทำให้ปัญหาดังกล่าวในชุมชนลดลง

2.1.7 ศักยภาพการพัฒนาของตำบล

ตำบลอุโมงค์มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรสวนลำไย มีผลผลิตออกมามากฤดูเก็บเกี่ยวเดือนกรกฎาคม – กันยายน ส่วนเดือนอื่นๆ ผลผลิตออกเพียงเล็กน้อย ช่วงที่ผลผลิตออกมากราคาจะตกต่ำ แต่ปัจจุบันตำบลอุโมงค์ได้นำผลผลิตที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งและไวน์ออกจำหน่าย แต่ไวน์ที่ผลิตคุณภาพยังไม่ได้มาตรฐาน กล่าวคือ การผลิตแต่ละครั้งได้คุณภาพไม่เหมือนกัน เป็นผลให้ลูกค้าที่เคยซื้อแล้วส่วนใหญ่ไม่กลับมาซื้ออีก หากมีการพัฒนาและรักษาคุณภาพไวน์ให้คงที่สม่ำเสมอเป็นที่ต้องการของตลาด อันจะก่อให้เกิดศักยภาพการพัฒนาขยายการผลิต การจ้างงาน การใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์และเกิดประสิทธิภาพ หากมีการประชาสัมพันธ์ไวน์ เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากขึ้น และเชื่อมขมกิจการเป็นประจำ จะส่งผลให้การขยายตัวของธุรกิจสาขาอื่นตามมา ไม่ว่าจะเป็นการบริการ ร้านอาหาร และการท่องเที่ยว เป็นต้น

กิจกรรม Home stay และท่องเที่ยวแม่ น้ำกวัง จัดตั้งประมาณ 2 ปี แต่ยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายมากนัก ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าในท้องถิ่น แต่คนนอกพื้นที่และต่างประเทศยังมีน้อย หากมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น และฝึกอบรมบุคลากรให้สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้ หรือมีการร่วมมือกับบริษัททัวร์ต่างๆ ทั้งในตัวอำเภอเมืองจังหวัดลำพูนและเชียงใหม่ เชื่อว่าจะทำให้กิจกรรมนี้สามารถแข่งกันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ อันเป็นผลก่อให้เกิดศักยภาพการพัฒนาบุคลากรของชุมชน และเพิ่มรายได้แก่คนในท้องถิ่น

ศักยภาพด้านการเกษตร คือ การศึกษาและคัดเลือกสายพันธุ์ลำไย ช่วงระยะเวลาการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสมสำหรับผลิตไวน์ เพื่อให้ได้ไวน์คุณภาพดี เช่นเดียวกับที่ต่างประเทศคัดเลือกองุ่นในการผลิตไวน์ อันจะเป็นผลให้การคัดเลือกมาตรฐานวัตถุดิบในการผลิตไวน์ในอนาคต

2.2 ข้อมูลพื้นฐานของตำบลป่าซาง

2.2.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์

สภาพทางกายภาพ

เทศบาลตำบลป่าซาง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน ประกอบด้วยพื้นที่ 2 ตำบล 10 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนป่าซางงาม ชุมชนอินทขิล ชุมชนพานิชสิทธิการาม ชุมชนสันนา ชุมชนบ้านลือ ชุมชนนางข้าวใต้ ชุมชนนางข้าวน้อยเหนือ ชุมชนหนองหอย ชุมชนสบตา และชุมชนปากบ่อง ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมด 8,518 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของจังหวัดลำพูน มีอาณาเขตติดต่อกับตำบลต่างๆ ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดกับ	อ.เมืองลำพูน และ ต.แม่ก๊า	อ.สันป่าตอง	จ.เชียงใหม่
ทิศใต้	ติดกับ	ต.ม่วงน้อย	อ.ป่าซาง	จ.ลำพูน
ทิศตะวันออก	ติดกับ	ต.แม่แป้น	อ.เมืองลำพูน	จ.ลำพูน
ทิศตะวันตก	ติดกับ	ต.แม่แรง	อ.ป่าซาง	จ.ลำพูน

ลักษณะพื้นที่ทั้งหมดในเขตเทศบาลตำบลป่าซาง เป็นพื้นที่ราบลุ่มตามแนวชายแม่น้ำ ด้านทิศตะวันออกเป็นที่ราบมีแม่น้ำไหลผ่านยาวประมาณ 4 กิโลเมตร ส่วนด้านทิศเหนือมีแม่น้ำกวงและแม่น้ำปิงไหลมาบรรจบกัน จึงก่อให้เกิดที่ราบลุ่มแม่น้ำที่อุดมสมบูรณ์ ร่วนซุยเหมาะสำหรับทำนา ทำสวน โดยเฉพาะสวนลำไย ชาวบ้านในพื้นที่ทุกครัวเรือนนิยมปลูกทั้งเป็นสวนและพื้นที่ว่างรอบๆ บริเวณบ้าน

ในอดีตราษฎรส่วนใหญ่ตั้งถิ่นฐานอยู่หนาแน่นบริเวณใกล้แหล่งน้ำทั้งนั้น แต่ปัจจุบันชุมชนกลับหนาแน่นบริเวณสองข้างทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 106 ซึ่งเชื่อมระหว่างตัวเมืองลำพูน และอำเภอเถิน โดยคนในพื้นที่ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง รองลงมาเป็นเกษตรกรการค้าขาย และอุตสาหกรรมในครัวเรือน

สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก

การคมนาคม ในชุมชนและระหว่างหมู่บ้านเป็นถนนคอนกรีต สะดวกในการคมนาคม นอกจากนี้ถนนสายหลักที่ใช้เดินทางไปมาระหว่างตัวเมืองจังหวัดลำพูนและชุมชนเป็นถนนลาดยางทำให้การเดินทางรวดเร็วกว่าอดีต

น้ำดื่ม/น้ำใช้ ส่วนใหญ่ใช้น้ำจากบ่อบาดาลและบ่อน้ำตื้น บางรายซื้อน้ำดื่มเป็นถังจากเอกชน บางครัวเรือนใช้จากประปาหมู่บ้าน หรือน้ำฝน ส่วนน้ำใช้ในการเกษตรใช้จากบ่อบาดาล น้ำแม่กวัง และ/หรือ น้ำแม่ปิงที่ไหลผ่านชุมชน และมีประปาภูมิภาคให้บริการ 1 แห่ง

ไฟฟ้า ในครัวเรือนทุกหมู่บ้านมีไฟฟ้าใช้ และยังคงติดตั้งให้แสงสว่าง เพื่อความปลอดภัยในการเดินทางบนถนนสายหลักที่ส่วนใหญ่ใช้เป็นประจำ

การโทรคมนาคม มีโทรศัพท์บ้านใช้เกือบทุกครัวเรือน และบางครอบครัวมีโทรศัพท์มือถือใช้ในการติดต่อค้าขาย

สถานพยาบาล มีสถานอนามัย 2 แห่งอยู่ใกล้เคียง คือ สถานอนามัยเฉลิมพระเกียรติฯ ตำบลป่าซาง และสถานอนามัยตำบลปากบ่อง ซึ่งชาวบ้านในพื้นที่ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการ สำหรับผู้ที่มีฐานะ เมื่อมีอาการป่วยหนักนิยมใช้บริการที่โรงพยาบาลในตัวเมืองจังหวัดลำพูน หรือตัวเมืองเชียงใหม่ เนื่องจากการเดินทางสะดวก

โรงเรียน มีโรงเรียนสังกัดประถมศึกษา 4 แห่ง สังกัดกรมสามัญศึกษา 1 แห่ง โรงเรียนประถมศึกษาเอกชน 1 แห่ง โรงเรียนอนุบาลเอกชน 2 แห่ง

สถาบันการเงิน / แหล่งเงิน ธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ที่สุด คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) และธนาคารกสิกรไทย ทั้งสองตั้งอยู่หมู่ที่ 1 ตำบลป่าซาง บนถนนทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 106 และใกล้กับตลาดป่าซาง สำหรับแหล่งเงินกู้ที่สำคัญของคนในท้องถิ่นนอกเหนือจากธนาคารแล้ว ยังมีกองทุนหมู่บ้านที่มีคณะกรรมการชุมชนเป็นผู้บริหารจัดการและพิจารณาให้กู้แก่คนในชุมชน และมีสหกรณ์การเกษตรเป็นแหล่งเงินให้กู้กับเกษตรกรผู้เป็นสมาชิกอีกด้วย

สถานที่ราชการ มีเทศบาลตำบลป่าซางจำนวน 1 แห่ง ตั้งอยู่หมู่ที่ 1 เดิมได้รับการจัดตั้งเป็นสุขาภิบาลตำบลป่าซาง จัดตั้งตามประกาศกระทรวงมหาดไทย เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2498 ครอบคลุมพื้นที่หมู่ที่ 1 - 4 ตำบลป่าซาง และหมู่ที่ 1 ตำบลปากบ่อง ต่อมามีการเปลี่ยนแปลงเขตการบริหารงานของสุขาภิบาลเพิ่มขึ้น ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย ลงวันที่ 22 มิถุนายน 2522 ครอบคลุมพื้นที่หมู่ที่ 1-5 ตำบลป่าซาง และหมู่ที่ 1 หมู่ที่ 5 ตำบลปากบ่อง จากนั้นวันที่ 25 พฤษภาคม 2542 สุขาภิบาลตำบลป่าซาง ได้รับการเปลี่ยนแปลงและยกฐานะขึ้นเป็นเทศบาลตำบลป่าซาง ตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่ม 116 ตอนที่ 9ก วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2542 นอกจากนี้มีสถานีตำรวจสำหรับให้บริการประชาชน 1 แห่ง

ร้านค้า/ตลาด มีร้านค้าชุมชนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลผลิตของคนในท้องถิ่นจำนวน 2 แห่ง ส่วนร้านค้าจำหน่ายของเอกชนจำนวนมาก จำหน่ายสินค้าหลากหลายตั้งอยู่ตลอดสองข้างทางของทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 106

สถานที่ท่องเที่ยว มีศูนย์วัฒนธรรมตำบลป่าซาง 1 แห่ง จัดแสดงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
ของชุมชน

2.2.2 ประวัติความเป็นมาของชุมชน

เวียงป่าซาง เป็นชุมชนเก่าแก่ตั้งแต่ครั้งประวัติศาสตร์หลายร้อยปี ก่อนกอบกู้
เมืองเชียงใหม่จากพม่า พระยาภาวดีสงครามสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่บ้านวังสะแกงได้เดือนหนึ่ง เมื่อถึงวัน
อาทิตย์เดือนเกี๋ย แรม 8 ค่ำยามก่อนงาย พระยาภาวดีสงครามยกพลพรรคเข้าตั้งยังเวฬุคาม คือ
“เวียงป่าซาง” สร้างคุ่มน้อยคุ่มใหญ่ หอนอน ตั้งปราสาทลำเวียงค่าย คือ หัวหมู ประตูล้อมค้อม
ป้อมหอหึ่งหอเลอเพื่อข่มศัตรู ทรงตั้งเวียงล้อมแม่น้ำทา คือ น้ำแม่ฝายท่ามกลาง ฝายน้ำกล้าหนึ่ง
หนึ่ง เรียกว่า “ป่าซางหลวง” ฝายน้ำกล้าหนึ่งเรียกว่า “ป่าซางน้อย” และทรงสร้างจัดประจำปี
เวียงป่าซางจำนวน 2 แห่ง คือ วัดอินทนิล ถือว่าเป็นวัดสะคือเมืองเวียงป่าซาง วัดป่าซางเป็นวัด
ประจำ พระองค์

ต่อมาเมื่ออยู่สะสมกำลังในเวียงป่าซางนานถึง 14 ปี 8 เดือน 20 วัน เมื่อถึง
จุลศักราช 1158 (พ.ศ. 2339) เดือน 6 เหนือ ขึ้น 8 ค่ำ ตรงกับวันอาทิตย์ก็ทรงยกพลไพร่ออก
จากเวียงป่าซางเดินทางเข้าสู่นครเชียงใหม่ ใช้เวลาในการเดินทาง 4 วัน เพื่อร่วมกอบกู้เมือง
เชียงใหม่ขับไล่พม่า และเมื่อชนะสงคราม เวียงป่าซางจึงเป็นหัวเมืองบริวารด้านทิศใต้ของเมือง
เชียงใหม่

นับแต่นั้นมาเวียงป่าซางก็เจริญก้าวหน้าสงบบรมเย็นภายใต้การปกครองของเมือง
เชียงใหม่ และร่วมแห่งพระพุทธศาสนา การประกอบสัมมาอาชีพก็ได้ผลผลิตบริบูรณ์เต็มที่
การค้าขายกับต่างบ้านต่างเมืองทำให้เวียงป่าซางเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนเครื่องอุปโภค -
บริโภคแหล่งสำคัญของนครหริภุญชัย ประชาชนส่วนมากสืบเชื้อสายมาจากไทของ

2.2.3 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ

สภาพทางสังคม

ประชากร ณ วันที่ 24 มิถุนายน 2546 มีครัวเรือนทั้งหมด 3,004 ครอบครั
จำนวน 8,455 คน แบ่งเป็นชาย 3,949 คน หญิง 4,506 คน การตั้งบ้านเรือนที่อยู่อาศัยของ
ประชากร จะเกาะกลุ่มตั้งถิ่นฐานริมแม่น้ำทา แม่น้ำกวัง และแม่น้ำปิง และทางหลวงหมายเลข
1072 (สายประจักษ์และทางหลวงสายสบทา - ท่าลี่) มีชุมชนประกอบพาณิชยกรรมสองข้างทาง
บริเวณหมู่ 1 ตำบลป่าซาง และทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 106 และหมู่ที่ 5 ตำบลปากบ่อง ตรง
จุดถนนสบทา - ท่าลี่ บรรจบกับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 106

สภาพทางเศรษฐกิจ

ประชากรประมาณร้อยละ 70 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยมีการทำสวน ลำไย ปลูกหอม กระเทียม ข้าว อุตสาหกรรมในครอบครัว และหัตถกรรมพื้นเมืองมีการแกะสลักไม้ ตัดเย็บเสื้อผ้าพื้นเมือง ผ้าห่ม ของที่ระลึกจากผ้าพื้นเมือง การทำผ้าบาติก

2.2.4 ประเพณีและวัฒนธรรมชุมชน

ประเพณีมหาสงกรานต์ป่าซาง เป็นประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยโบราณกาล และจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยได้รับความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและเอกชนเป็นอย่างดี เพื่อเผยแพร่ส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของป่าซาง ให้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ โดยมีกิจกรรม “ปิ๊กเอือน เยือนถิ่นถิ่นขันโดก” เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยม

2.2.5 ความช่วยเหลือจากภาครัฐและเอกชน

เทศบาลตำบลป่าซางได้รับความช่วยเหลือตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันที่เห็นได้เป็นรูปธรรม สร้างความเจริญให้กับประชากร ตั้งแต่ได้รับการจัดตั้งเป็นสุขาภิบาล เมื่อปี 2498 ที่มีอำนาจบริหารงานและจัดสรรงบประมาณโดยคนในท้องถิ่น ทำให้สามารถแก้ปัญหาตรงตามความต้องการของชุมชนและทันเหตุการณ์ ตลอดจนบรรเทาและ/หรือชะลอปัญหาที่รุนแรงให้ลดลง นอกเหนืออำนาจที่ทางสุขาภิบาลจะเป็นผู้จัดการได้เอง จากหนักเป็นเบา เพื่อให้หน่วยงานผู้มีอำนาจที่เกี่ยวข้องเข้าไปจัดการ อย่างไรก็ตามเมื่อสุขาภิบาล ยกฐานะเป็นเทศบาล เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2542 มาจนถึงปัจจุบัน ภายใต้การบริหารงานนายกเทศมนตรีที่เป็นคนในท้องถิ่นมีการจัดสรรงบประมาณช่วยเหลือชุมชนในหลายๆ ด้าน ได้แก่ สร้างถนนทำให้สะดวกในการคมนาคม ติดตั้งไฟฟ้าให้แสงสว่างบนถนนสายหลักทุกสาย บูรณะสถาปัตยกรรมต่างๆ

2.2.6 การเปลี่ยนแปลงของตำบลและสภาพปัญหา

การเปลี่ยนแปลงของตำบล

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ตำบลอุโมงค์ มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก ชาวบ้านมีความเป็นอยู่ดีขึ้น มีสาธารณูปโภคสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายในชีวิตประจำวัน กล่าวคือ เดิมไม่มีไฟฟ้าและน้ำประปาหมู่บ้าน เป็นถนนลูกรัง ปัจจุบันมีไฟฟ้าและโทรศัพท์ใช้ทุกครัวเรือน แต่ประปาหมู่บ้านยังไม่มีครบทุกครัวเรือน ถนนมีทั้งถนนลาดยางและคอนกรีตตัดผ่าน มีการเปลี่ยนแปลงอาชีพจากการทำนาเป็นการทำสวนลำไยมากขึ้น กว่าร้อยละ 99 ของ

สภาพทางเศรษฐกิจ

ประชากรประมาณร้อยละ 70 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยมีการทำสวน ลำไย ปลูกหอม กระเทียม ข้าว อุตสาหกรรมในครอบครัว และหัตถกรรมพื้นเมืองมีการแกะสลักไม้ ตัดเข็บเสื้อผ้าพื้นเมือง ผ้าห่ม ของที่ระลึกจากผ้าพื้นเมือง การทำผ้าบาติก

2.2.4 ประเพณีและวัฒนธรรมชุมชน

ประเพณีมหาสงกรานต์ป่าซาง เป็นประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยโบราณกาล และจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยได้รับความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและเอกชนเป็นอย่างดี เพื่อเผยแพร่ส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของป่าซาง ให้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ โดยมีกิจกรรม “ปิ๊กเอือน เอือนลัน กิ้นขันโลก” เป็นกิจกรรมที่ได้รับความสนใจ

2.2.5 ความช่วยเหลือจากภาครัฐและเอกชน

เทศบาลตำบลป่าซางได้รับความช่วยเหลือตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันที่เห็นได้เป็นรูปธรรม สร้างความเจริญให้กับประชากร ตั้งแต่ได้รับการจัดตั้งเป็นสุขาภิบาล เมื่อปี 2498 ที่มีอำนาจบริหารงานและจัดสรรงบประมาณโดยคนในท้องถิ่น ทำให้สามารถแก้ปัญหาตรงตามความต้องการของชุมชนและทันเหตุการณ์ ตลอดจนบรรเทาและ/หรือชะลอปัญหาที่รุนแรงให้ลดลง นอกเหนืออำนาจที่ทางสุขาภิบาลจะเป็นผู้จัดการได้เอง จากหนักเป็นเบา เพื่อให้หน่วยงานผู้มีอำนาจที่เกี่ยวข้องเข้าไปจัดการ อย่างไรก็ตามเมื่อสุขาภิบาล ยกฐานะเป็นเทศบาล เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2542 มาจนถึงปัจจุบัน ภายใต้การบริหารงานนายกเทศมนตรีที่เป็นคนในท้องถิ่นมีการจัดสรรงบประมาณช่วยเหลือชุมชนในหลายๆ ด้าน ได้แก่ สร้างถนนทำให้สะดวกในการคมนาคม ติดตั้งไฟฟ้าให้แสงสว่างบนถนนสายหลักทุกสาย บูรณะสถาปัตยกรรมต่างๆ

2.2.6 การเปลี่ยนแปลงของตำบลและสภาพปัญหา

การเปลี่ยนแปลงของตำบล

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ตำบลอุโมงค์ มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก ชาวบ้านมีความเป็นอยู่ดีขึ้น มีสาธารณูปโภคสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายในชีวิตประจำวัน กล่าวคือ แต่เดิมไม่มีไฟฟ้าและน้ำประปาหมู่บ้าน เป็นถนนลูกรัง ปัจจุบันมีไฟฟ้าและโทรศัพท์ใช้ทุกครัวเรือน แต่ประปาหมู่บ้านยังใช้มิไม่ครบทุกครัวเรือน ถนนมีทั้งถนนลาดยางและคอนกรีตตัดผ่าน มีการเปลี่ยนแปลงอาชีพจากการทำนาเป็นการทำสวนลำไยมากขึ้น กว่าร้อยละ 99 ของ

ประชากรในตำบล และมีอาชีพรับจ้างเพิ่มมากขึ้นกว่าในอดีต โดยได้รับค่าจ้างรายวันๆ ละ 120 – 250 บาทต่อวัน ขึ้นอยู่กับฤดูกาล หากเป็นช่วงเก็บเกี่ยวลำไยจะได้รับค่าแรงสูง นอกจากนี้ การศึกษาของบุตรหลานยังสูงขึ้นด้วย เพราะมีการเปิดสอนตามโครงการขยายโอกาสทางการศึกษา สืบเนื่องให้มีการเดินทางไปศึกษาต่อในระดับสูงในตัวเมืองลำพูน และเชียงใหม่มากขึ้นตามไปด้วย

สภาพปัญหา

ปัญหาส่วนใหญ่เป็นปัญหาทางเศรษฐกิจตามภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ด้านปัญหาหนี้สินของเกษตรกรที่กู้ยืมเงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) เมื่อรัฐบาลมีนโยบายพักชำระหนี้ให้กับเกษตรกร ชาวบ้านในตำบลได้เข้าร่วมโครงการพักชำระหนี้ประมาณร้อยละ 50 ของลูกค้ำ ธกส. ในตำบลทั้งหมด ทำให้ไม่สามารถกู้ยืมเงินมาลงทุนต่อไปได้ ส่วนใหญ่จึงหันมากู้ยืมเงินจากกองทุนหมู่บ้าน และจากแหล่งอื่นทดแทน

ด้านสิ่งแวดล้อมมีปัญหาการใช้สารเคมีในสวนลำไย ทำให้มีสารตกค้าง ส่วนหนึ่งถูกชะล้างลงแม่น้ำและซึมลงสู่ลำน้ำใต้ดิน ส่งผลให้ชาวบ้านบางรายไม่สามารถใช้น้ำในบ่อน้ำ และน้ำบาดาลเพื่อการบริโภคได้ จึงต้องซื้อน้ำดื่มจากบริษัทเอกชน

ด้านสังคมมีปัญหาขาดเสถียรภาพ โดยเฉพาะในช่วงปี 2541 ถึงกลางปี 2545 มีการระบาคในชุมชนอย่างหนักโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งมีชาวบ้านบางรายเป็นผู้ค้ารายย่อย เมื่อรัฐบาลมีนโยบายปราบปรามอย่างหนัก ทำให้ปัญหาดังกล่าวในชุมชนลดลง

2.2.1 ศักยภาพการพัฒนาของตำบล

เทศบาลตำบลป่าซางมีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรสวนลำไย มีผลผลิตออกมากในฤดูเก็บเกี่ยวช่วงเดือนกรกฎาคม – กันยายน ส่งผลให้ผลผลิตราคาตกต่ำ แต่ปัจจุบันตำบลอุโมงค์ได้นำผลผลิตดังกล่าวมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งและไวน์เพื่อจำหน่าย แต่ไวน์ที่ผลิตคุณภาพยังไม่ได้มาตรฐาน กล่าวคือ การผลิตแต่ละครั้งได้คุณภาพทั้งรสชาติและสีไม่สม่ำเสมอ ส่งผลให้ลูกค้ำที่เคยซื้อแล้วส่วนใหญ่ไม่กลับมาซื้ออีก หากมีการพัฒนาและรักษาคุณภาพไวน์ให้คงที่สม่ำเสมอตรงตามความต้องการของตลาด จะก่อให้เกิดศักยภาพการพัฒนาขยายการผลิต การจ้างงาน การใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์และเกิดประสิทธิภาพ หากมีการประชาสัมพันธ์ไวน์ให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากขึ้น และมีการให้เยี่ยมชมกิจการเป็นประจำ จะส่งผลให้การขยายตัวของธุรกิจสาขาอื่นตามมา ไม่ว่าจะเป็นการบริการ ร้านอาหาร และการท่องเที่ยว เป็นต้น

ศักยภาพด้านการเกษตร คือ การศึกษาและคัดเลือกสายพันธุ์ลำไย ช่วงระยะเวลาการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสมสำหรับผลิตไวน์ เพื่อให้ได้ไวน์คุณภาพดี เช่นเดียวกับที่ต่างประเทศคัดเลือกองุ่นในการผลิตไวน์ อันจะเป็นผลให้เกิดการคัดเลือกมาตรฐานวัตถุดิบในการผลิตไวน์ในอนาคต

การพัฒนาด้านการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นเมือง ได้แก่ ไม้แกะสลัก ดัดเย็บเสื้อผ้าพื้นเมือง ผ้าห่ม ของที่ระลึกจากผ้าพื้นเมือง การทำผ้าบาติก พัฒนาเพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าคุณภาพ ประณีต ออกแบบสินค้าใหม่ๆ นำเสนอต่อลูกค้าอยู่เสมอ รวมถึงการหาวิธีการและแนวทางลดต้นทุนการผลิตสินค้าเหล่านี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการจ้างงานและสร้างเศรษฐกิจให้กับชุมชน

2.3 ข้อมูลพื้นฐานของตำบลวังผาง

2.3.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์

สภาพทางกายภาพ

ตำบลวังผาง กิ่งอำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน ตั้งอยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 35 กิโลเมตร และห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 60 กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งหมด 12.20 ตารางกิโลเมตร เขตการปกครองประกอบด้วยหมู่บ้านทั้งหมด 8 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านเหล่าแมว (หมู่ 1) บ้านร้องธาร (หมู่ 3) บ้านดงหลวง (หมู่ 5) บ้านเวียงหนองล่อง (หมู่ 6) บ้านวังหมุ่น (หมู่ 7) บ้านดงเหนือ (หมู่ 8) บ้านกลางทุ่ง (หมู่ 9) และบ้านดงเจริญ (หมู่ 10) โดยมีอาณาเขตติดต่อกับตำบลต่างๆ ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดกับ	ต.ช่วงเปา	อ.จอมทอง	จ.เชียงใหม่
ทิศใต้	ติดกับ	ต.ศรีเตี้ย	อ.บ้านโฮ้ง	จ.ลำพูน
ทิศตะวันออก	ติดกับ	ต.น้ำดิบ	อ.ป่าซาง	จ.ลำพูน
ทิศตะวันตก	ติดกับ	ต.หนองล่อง	กิ่งอำเภอเวียงหนองล่อง	จ.ลำพูน

ด้วยกระทรวงมหาดไทยได้พิจารณาเห็นว่า ท้องถิ่นบางส่วนของตำบลวังผาง อำเภอป่าซาง มีสภาพสมควรยกฐานะเป็นสุขาภิบาล เพื่อประโยชน์ในการทำนุบำรุงท้องถิ่นให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป จึงได้ยกฐานะท้องถิ่นของตำบลวังผางบางส่วนจัดตั้งเป็นสุขาภิบาลมีชื่อว่า “สุขาภิบาลวังผาง” ต่อมาวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2538 กระทรวงมหาดไทยได้ประกาศจัดตั้งว่าการกิ่งอำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน ซึ่งตำบลวังผางได้รวมอยู่ในเขตพื้นที่ของกิ่งอำเภอเวียงหนองล่อง และเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2542 สุขาภิบาลวังผางได้รับการยกฐานะเปลี่ยนจากสุขาภิบาลเป็นเทศบาลตำบล ตามพระราชบัญญัติให้เปลี่ยนแปลงของสุขาภิบาลเป็นเทศบาล พ.ศ. 2542 ในประกาศกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่มที่ 116 ตอนที่ 9 ก วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2542

สภาพภูมิประเทศของตำบลวังผางส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม ด้านทิศเหนือมีแม่น้ำปิงไหลผ่าน พื้นดินมีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเกษตรกรรม โดยพื้นที่ทางทิศเหนือมีสภาพเป็นที่ลุ่มแม่น้ำปิงและเขตตำบลวังผางเป็นศูนย์กลางธุรกิจและการคมนาคมที่สำคัญแห่งหนึ่งของกิ่งอำเภอเวียงหนองล่อง และจังหวัดลำพูน มีเส้นทางคมนาคมติดต่ออำเภอต่างๆ ในจังหวัดลำพูนและเชียงใหม่ สภาพภูมิอากาศของพื้นที่เป็นแบบร้อนชื้น แบ่งออกเป็น 3 ฤดู ได้แก่

ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ – พฤษภาคม และมีอากาศร้อนจัดในเดือนเมษายน

ฤดูฝน เริ่มเดือนมิถุนายน – กันยายน โดยมีฝนตกหนักเดือนกันยายน

ฤดูหนาว ตั้งแต่เดือนตุลาคม – มกราคม มีอากาศหนาวจัดในเดือนธันวาคม

สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก

การคมนาคม ถนนสายหลักที่ใช้เดินทางสัญจรระหว่างจังหวัดลำพูนและเชียงใหม่ เส้นทางที่สำคัญ ได้แก่

ทางหลวงแผ่นดิน	หมายเลข	1010
ทางหลวงแผ่นดิน	หมายเลข	1031
ทางหลวงแผ่นดิน	หมายเลข	1156
ทางหลวงแผ่นดิน	หมายเลข	106

ส่วนในเขตเทศบาลตำบลวังผางมีถนนคอนกรีตเสริมไม้ไผ่ จำนวน 28 สาย ถนนลูกรัง จำนวน 8 สาย สะพานคอนกรีต 8 แห่ง พนังป้องกันตลิ่งพังจำนวน 2 แห่ง นอกจากนี้ยังมีสัญญาณไฟจราจร จำนวน 3 จุด คือ บริเวณสี่แยกบ้านเวียงหนองล่อง หมู่ที่ 6 สี่แยกบ้านดงหลวง หมู่ที่ 5 และสี่แยกบ้านเหล่าแมว หมู่ที่ 1 ซึ่งบริเวณดังกล่าวเป็นจุดที่มีประชาชนสัญจรไปมาเป็นประจำและที่สำคัญเป็นย่านชุมชนเป็นแหล่งตลาดซื้อขายสินค้า

น้ำดื่ม/น้ำใช้ ทุกหมู่บ้านในเขตเทศบาลใช้น้ำประปาของแต่ละหมู่บ้าน โดยเทศบาลฯ เป็นผู้สนับสนุนในการจัดสร้างถังเก็บน้ำ รวมถึงระบบประปาที่มีคุณภาพให้แต่ละหมู่บ้านได้จัดดำเนินการด้วยตนเอง ส่วนน้ำใช้เพื่อการเกษตรใช้น้ำจากน้ำแม่ปิงและน้ำแม่ลี้ที่ไหลผ่านตลอดปี รวมทั้งมีแหล่งน้ำต่างๆ เพียงพอต่อการทำการเกษตรตลอดปี

ไฟฟ้า มีทุกครัวเรือน แต่ยังคงขาดสาธารณะ (ไฟกิ่ง) ตามซอยและถนนบางสายในเขตเทศบาล เพื่อความปลอดภัยในการเดินทาง

การสื่อสาร/การโทรคมนาคม ในเขตเทศบาลมีโทรศัพท์สาธารณะ จำนวน 8 แห่ง ล้วนโทรศัพท์บ้านมีใช้เกือบทุกครัวเรือน ซึ่งทางองค์การโทรศัพท์ได้ทำการติดตั้ง

สายโทรศัพทฺครบเกือบทุกหมู่บ้าน และมีที่ทำการไปรษณีย์ขนาดเล็กจำนวน 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่บ้านเวียงหนองล่องหมู่ที่ 6

สถานพยาบาล ที่อยู่ใกล้ที่สุดเป็นสถานอนามัยมีอยู่ 2 แห่ง คือสถานอนามัยวังผาง ตั้งอยู่หมู่ที่ 9 และสถานอนามัยดงหลวง หมู่ที่ 5 และมีสถานพยาบาลเอกชนจำนวน 2 แห่ง หากเจ็บป่วยหนักชาวบ้านนิยมไปใช้บริการที่โรงพยาบาลในตัวเมืองจังหวัดลำพูน และบางรายใช้บริการที่โรงพยาบาลในตัวเมืองเชียงใหม่ เนื่องจากการเดินทางสะดวก

โรงเรียน มีทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนวัดบ้านดง โรงเรียนบ้านเวียงหนองล่อง และโรงเรียนวัดร่องธาร – ท่าลี่ และมีศูนย์เด็กเล็กก่อนวัยเรียน 3 แห่ง และศูนย์พัฒนาเด็กเล็กจำนวน 1 แห่ง

สถาบันการเงิน / แหล่งเงิน ธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ที่สุด คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) สำหรับแหล่งเงินกู้ที่สำคัญของคนในท้องถิ่นนอกเหนือจากธนาคาร ยังมีกองทุนหมู่บ้านที่มีคณะกรรมการชุมชนเป็นผู้บริหารจัดการและพิจารณาให้กู้แก่คนในชุมชน

สถานที่ราชการ มีเทศบาลตำบลเวียงหนองล่องจำนวน 1 แห่ง ตั้งอยู่หมู่ที่ 6 เดิมได้รับการจัดตั้งเป็นสุขาภิบาล เมื่อ พ.ศ. 2538 และยกฐานะเป็นเทศบาล เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2542 และมีป้อมยามตำรวจจำนวน 1 แห่ง ให้บริการประชาชนในพื้นที่

ร้านค้า / ตลาด / บริการ ตลาดสดเอกชนจำนวน 3 แห่ง สำหรับจำหน่ายอาหารอุปโภคบริโภคแก่คนในชุมชน ตลาดนัดวัว – ควาย ตั้งอยู่บริเวณบ้านเวียงหนองล่องหมู่ที่ 6 จำนวน 1 แห่ง ร้านค้าขนาดเล็กและขนาดกลางมีอยู่ทั่วไป มีสถานบริการน้ำมัน 3 แห่ง รวมทั้งมีสถานบริการประเภทร้านอาหาร เครื่องดื่ม ซึ่งธุรกิจร้านค้าต่าง ๆ มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต

สถานที่ท่องเที่ยว ภายในเขตเทศบาลมีน้อยมาก โดยที่มีอยู่นั้นไม่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ แต่มีศักยภาพพอที่จะพัฒนาให้ดีขึ้นในอนาคต อาทิ เช่น บริเวณริมแม่น้ำปิงบ้านร่องธาร – ท่าลี่ หมู่ที่ 3 และบริเวณเวียงเก่า บ้านหนองล่อง หมู่ที่ 6

2.3.2 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ

สภาพทางสังคม

ในปี 2546 ตำบลวังผางมีพื้นที่ปกครองทั้งหมด 8 หมู่บ้าน ประชากร 2,263 คน รวม 6,061 คน เป็นชาย 3,442 คน (ร้อยละ 48.75) และหญิง 3,619 คน หรือร้อยละ 51.25 โดยประชากรส่วนใหญ่อาศัยอยู่บ้านเวียงหนองล่อง หมู่ที่ 6 รองลงมาเป็นบ้านดงหลวง (หมู่ 5) และบ้านเหล่าแมว (หมู่ 1) ตามลำดับ (ตารางที่ 2.5)

ตารางที่ 2.5 ประชากรตำบลวังผาง

หมู่ที่	หมู่บ้าน	ครัวเรือน	ประชากร (คน)		
			ชาย	หญิง	รวม
1	บ้านเหล่าแมว	424	580	682	1,262
3	บ้านร้องธาร – ท่าลี่	126	154	196	350
5	บ้านดงหลวง	526	852	855	1,707
6	บ้านเวียงหนองล่อง	661	948	1,003	1,951
7	บ้านวังหมื่น	96	145	133	278
8	บ้านดงเหนือ	143	240	214	454
9	บ้านกลางทุ่ง	118	175	206	381
10	บ้านดงเจริญ	169	348	330	678
รวม		2,263	3,442	3,619	7,061

ที่มา: บรรยายสรุปเทศบาลตำบลวังผาง ประจำปี 2546

สภาพทางเศรษฐกิจ

ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับการเกษตร ทั้งทำการเกษตรโดยตรง และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร รายได้แปรผันตามราคาสินค้าเกษตรในแต่ละฤดูกาล รายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีประมาณ 18,000 บาท (องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน, 2545 อ้างใน บรรยายสรุปเทศบาลตำบลวังผาง ประจำปี 2546) ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนาทำสวน โดยพืชสวนที่สำคัญได้แก่ ลำไย มะม่วง สำหรับพืชแซมที่ปลูกประกอบด้วยหอมแดงและกระเทียม ซึ่งมีพื้นที่ทำการเกษตรประมาณ 1/3 ของพื้นที่ทั้งหมด ราคาพืชผลที่เกษตรกรได้รับไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตในฤดูกาลนั้นๆ ด้านอุตสาหกรรมในเขตเทศบาลเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากการเกษตร เช่น ลำไยอบแห้ง ไวน์ผลไม้ โรงสีข้าว ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีอุตสาหกรรมเย็บผ้าขนาดเล็กมีคณงานประมาณ 20 คน จำนวน 1 แห่ง

2.3.3 ศาสนาและวัฒนธรรม

ประชากรในเขตเทศบาลตำบลวังผางส่วนใหญ่ร้อยละ 95 ของจำนวนประชากรทั้งหมดนับถือศาสนาพุทธเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวและรวมจิตใจของประชาชนในหมู่บ้าน ซึ่งมีวัดในเขตเทศบาลทั้งหมด 4 แห่ง ตั้งอยู่หมู่ที่ 3, 5, 6 และ 8 ส่วนที่เหลือร้อยละ 5 นับถือศาสนาอื่นๆ

สำหรับประเพณีวัฒนธรรมที่คนในท้องถิ่นต่างยึดถือปฏิบัติกันมาตั้งแต่โบราณ สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน เป็นประเพณีสงกรานต์ที่จัดขึ้นเป็นประจำระหว่างวันที่ 13- 16 เมษายน ของทุกปี และในวันที่ 17 เมษายน เทศบาลกำหนดให้มีประเพณีแห่ไม้ค้ำดันโพธิ์ โดยประชาชน ในพื้นที่มาร่วมกิจกรรมจำนวนมาก ประเพณีลอยกระทงเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ชาวบ้านปฏิบัติ สืบต่อกันมาจัดขึ้นในเดือนพฤศจิกายนของทุกปีเช่นกัน แต่ละหมู่บ้านจะตกแต่งรูปขบวนร่วมกัน และแห่ไปร่วมทำพิธีลอยกระทง ณ วัดร่องธารท่าลี่ หมู่ที่ 3

2.3.4 ความช่วยเหลือจากภาครัฐและเอกชน

ประชากรในเขตเทศบาลตำบลวังผางได้รับความช่วยเหลือตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สร้างความเจริญให้กับประชากร ตั้งแต่ได้รับการจัดตั้งเป็นสุขาภิบาล เมื่อปี 2538 มีอำนาจ บริหารงานและจัดสรรงบประมาณโดยคนในท้องถิ่น ทำให้สามารถแก้ปัญหาตรงตาม ความต้องการของชุมชน และทันเหตุการณ์ ตลอดจนบรรเทา และ/หรือ ชะลอปัญหาที่รุนแรงให้ ลดลง เพื่อให้หน่วยงานผู้มีอำนาจที่เกี่ยวข้องเข้าไปจัดการ . อย่างไรก็ดีตามเมื่อสุขาภิบาล ยกฐานะเป็นเทศบาล เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2542 มาจนถึงปัจจุบัน ภายใต้การบริหารงานของ สำนักงานเทศบาลตำบลวังผางมีการจัดสรรงบประมาณช่วยเหลือชุมชนในหลายๆ ด้าน ได้แก่ สร้างถนนเพื่อความสะดวกในการคมนาคม ติดตั้งไฟฟ้าให้แสงสว่างบนถนนสายหลักทุกสายเพื่อ ความปลอดภัย

2.3.5 การเปลี่ยนแปลงของตำบลและสภาพปัญหา

การเปลี่ยนแปลงของตำบล

จากอดีตจนถึงปัจจุบันเขตเทศบาลตำบลวังผางมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม แต่ ปัจจุบันชาวบ้านมีความเป็นอยู่ดีขึ้น มีสาธารณูปโภคสิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน กล่าวคือ แต่เดิมไม่มีไฟฟ้าและน้ำประปาหมู่บ้านใช้ ถนนเป็นลูกรัง ปัจจุบันมีไฟฟ้าและโทรศัพท์ ใช้ทุกครัวเรือน ส่วนประปาหมู่บ้านมีให้บริการแต่ยังไม่ครบทุกครัวเรือน สำหรับถนนมีทั้ง ถนนลาดยางและคอนกรีตตัดผ่าน การเปลี่ยนแปลงอาชีพจากเดิมทำนา หันมาทำสวนลำไยมากขึ้น กว่าร้อยละ 90 ของคนทั้งหมดในตำบล และมีอาชีพรับจ้างเพิ่มมากขึ้นกว่าในอดีต โดยได้รับ ค่าจ้างรายวัน ๆ ละ 120 -250 บาทต่อวัน ขึ้นอยู่กับฤดูกาล หากเป็นช่วงเก็บเกี่ยวลำไยจะได้รับ ค่าจ้างสูง นอกจากนี้การศึกษาของบุตรหลานก็สูงขึ้น เพราะมีโรงเรียนเปิดสอนตามโครงการขยาย โอกาสทางการศึกษา และสามารถศึกษาต่อระดับสูงขึ้นทั้งในตัวเมืองลำพูนและเชียงใหม่

สภาพปัญหา

ปัญหาที่ประสบในเป็นปัญหาทางเศรษฐกิจตามภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ส่วนปัญหาหนี้สินของเกษตรกรที่กู้ยืมเงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) ในการกู้ยืมดังกล่าว เมื่อรัฐบาลมีนโยบายพักชำระหนี้ให้กับเกษตรกร ชาวบ้านในตำบล เข้าร่วมโครงการพักชำระหนี้ประมาณร้อยละ 70 ของลูกหนี้ ธกส. ในเขตเทศบาลทั้งหมด ทำให้ไม่สามารถกู้ยืมเงินมาลงทุนต่อไปได้ ส่วนใหญ่จึงหันมากู้ยืมเงินจากกองทุนหมู่บ้าน และจากแหล่งอื่นทดแทน

ด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาการใช้สารเคมีในสวนลำไยที่ตกค้างถูกชะล้างลงแม่น้ำ และซึมลงสู่ใต้ดิน ส่งผลให้ชาวบ้านบางรายไม่สามารถใช้น้ำในบ่อน้ำและน้ำบาดาลบริโภคได้ จึงต้องซื้อน้ำดื่มจากเอกชน ทั้งนี้ปัญหาเรื่องขยะมูลฝอยที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากร และน้ำท่วมขัง

ส่วนทางสังคมมีปัญหายาเสพติด ในช่วงปี 2541 ถึงกลางปี 2545 มีการระบาดในชุมชนอย่างหนักโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ชาวบ้านบางรายเป็นผู้ค้ารายย่อย เมื่อรัฐบาลมีนโยบายปราบปรามอย่างเข้มข้น ทำให้ปัญหาดังกล่าวในชุมชนลดลง ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน พบว่า สถิติของอาชญากรรมต่าง ๆ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัญหาประชากรที่ย้ายเข้ามาทำงานจากต่างพื้นที่ ทำให้มีปัญหาลักขโมย ปัญหายาเสพติด ส่วนอุบัติเหตุต่าง ๆ เป็นปัญหาเรื่องอุบัติเหตุในช่วงฤดูแล้งเดือนมีนาคม - พฤษภาคม

2.3.6 ศักยภาพการพัฒนา

ในเขตเทศบาลตำบลวังผางมีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรสวนลำไย มีผลผลิตออกมากในฤดูเก็บเกี่ยวช่วงเดือนกรกฎาคม – กันยายน ส่งผลให้ผลผลิตมีราคาตกต่ำ แต่ปัจจุบันนำผลผลิตที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งและไวน์ออกจำหน่าย แต่ไวน์ที่ผลิตคุณภาพยังไม่ได้มาตรฐาน กล่าวคือ การผลิตแต่ละครั้งได้คุณภาพไม่เหมือนกัน เป็นผลให้ลูกค้าที่เคยซื้อแล้วส่วนใหญ่ไม่กลับมาซื้ออีก หากมีการพัฒนาและรักษาคุณภาพไวน์ให้คงที่สม่ำเสมอเป็นที่ต้องการของตลาด อันจะก่อให้เกิดศักยภาพการพัฒนาขยายการผลิต การจ้างงาน การใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์และเกิดประสิทธิภาพ หากมีการประชาสัมพันธ์ไวน์ เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากขึ้น และเชื่อมขมกิจการเป็นประจำ จะส่งผลให้การขยายตัวของธุรกิจสาขาอื่นตามมาไม่ว่าจะเป็นการบริการ ร้านอาหาร และการท่องเที่ยว เป็นต้น

ศักยภาพด้านการเกษตร คือ การศึกษาและคัดเลือกสายพันธุ์ลำไย ช่วงระยะเวลาการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสมสำหรับผลิตไวน์ เพื่อให้ได้ไวน์คุณภาพดี เช่นเดียวกับที่ต่างประเทศคัดเลือกองุ่นในการผลิตไวน์ อันจะเป็นผลให้การคัดเลือกมาตรฐานวัตถุดิบในการผลิตไวน์ในอนาคต



บทที่ 3

ข้อมูลพื้นฐานของสหกรณ์

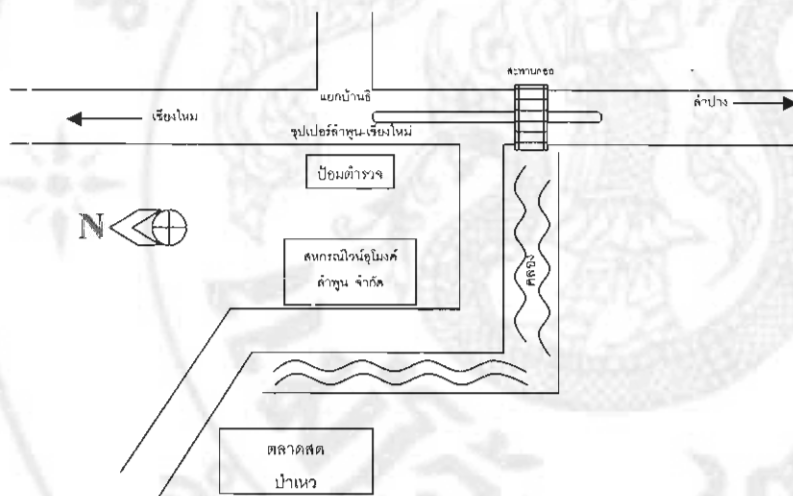
3.1 ข้อมูลพื้นฐานของสหกรณ์ไวน์อูโมงค์ลำพูน จำกัด

3.1.1 ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์

ชื่อกิจการ: สหกรณ์ไวน์อูโมงค์ลำพูน จำกัด (สหกรณ์)

สถานที่ตั้งกิจการ: เลขที่ 27/1 หมู่ที่ 2 ตำบลอูโมงค์ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โทร.

053-558850 สามารถเยี่ยมชมกิจกรรมดำเนินงานของสหกรณ์ ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 ที่ตั้งสหกรณ์ไวน์อูโมงค์ลำพูน จำกัด

ผู้นำคนสำคัญ

ตั้งแต่ก่อตั้งสหกรณ์จนถึงปัจจุบัน ผู้ที่มีบทบาทและเป็นผู้นำคนสำคัญอยู่ 2 คน คือ นายขยัน วิพรหมชัย และนางอุษา วีระสະ ทั้งสองเป็นประธานและรองประธาน โดยนายขยัน อายุ 43 ปี นอกจากจะเป็นประธานสหกรณ์แล้วยังเป็นนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอุโมงค์ และประกอบธุรกิจค้าขายวัสดุก่อสร้าง โดยงานในธุรกิจการยาเป็นผู้ดูแลทั้งหมด และมีบุตรชาย 1 คน กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 ซึ่งบุตรที่โตและธุรกิจที่มีภรรยาดูแล ทำให้นายขยันมีเวลาทุ่มเทในการบริหารงานของสหกรณ์และเทศบาลอย่างเต็มที่ ในการบริหารงานสหกรณ์ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย เป้าหมายการทำงาน ควบคุมและตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการให้เป็นไปตามเป้าหมาย กอปรกับเป็นผู้ประสานงานขอความช่วยเหลือด้านวิชาการและเงินทุนสนับสนุนแก่สหกรณ์ ตลอดจนคอยแจ้งข่าวการออกร้านแสดงสินค้าแก่ฝ่ายตลาด ทั้งยังมีอำนาจหน้าที่ในการจัดสรรงบประมาณจากเทศบาลตำบลอุโมงค์มาสนับสนุนเครื่องมือและการจัดฝึกอบรมวิชาการแก่เจ้าหน้าที่และสมาชิกสหกรณ์

นางอุษา วีระสະ จบการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 4 สมรสแล้วมีบุตร 2 คน บุตรคนแรกอายุ 32 ปี และคนที่สองอายุ 30 ปี ทั้งสองมีธุรกิจเป็นของตนเอง นางอุษามีบทบาทสำคัญด้านการผลิต ทำหน้าที่ผลิตและตรวจสอบคุณภาพสินค้าแต่ละครั้งที่ผลิตได้ อย่างไรก็ตามคุณภาพสินค้าที่ได้แต่ละครั้งยังไม่สม่ำเสมอ ส่วนด้านการจัดหาวัตถุดิบถึงแม้จะมีคณะกรรมการจัดซื้อโดยตรง แต่อำนาจการตัดสินใจซื้อครั้งสุดท้ายขึ้นอยู่กับนางอุษา เมื่อมีผู้มาเยี่ยมชมกิจการจะทำหน้าที่เป็นผู้บรรยายสรุปแก่ผู้มาเยือน

3.1.2 ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์

สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลสหกรณ์ประเภท สหกรณ์การเกษตร เมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2544 เลขทะเบียนเลขที่ ก.008744 เลขทะเบียนข้อบังคับ ก.183544 การก่อตั้งแรกเริ่มมีสมาชิกจำนวน 16 คน โดยการลงหุ้นๆ ละ 10 บาท จำนวน 4,700 หุ้น เป็นเงินทั้งสิ้น 47,000 บาท และมีกำหนดการสิ้นสุดปีบัญชีวันที่ 31 ธันวาคม ของทุกปี

ภายหลังจดทะเบียนเป็นสหกรณ์ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ จึงดำเนินการขออนุญาตก่อสร้างโรงเรือนผลิตสุราแช่พื้นบ้านชนิดสุราผลไม้ ซึ่งเป็นการดำเนินการตามประกาศกระทรวงการคลังว่าด้วยวิธีการบริหารงานสุรา (ฉบับที่ 3) และได้รับใบอนุญาตจากกรมสรรพสามิต เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2545 โดยเสียค่าธรรมเนียมปีละ 4,000 บาท ทั้งนี้มีนายขยัน และนางอุษา เป็นผู้ขออนุญาต และดำเนินงานมาจนถึงปัจจุบัน

3.1.3 บทบาทของสหกรณ์ต่อชุมชน

สหกรณ์เข้าไปมีบทบาทต่อชุมชนในด้านต่างๆ ดังนี้

- ชาวบ้านในพื้นที่ขายผลผลิตได้ในราคาสูงขึ้น เพราะมีการแข่งขันรับซื้อผลผลิตมากขึ้น จึงทำให้เกษตรกรมีทางเลือกขายสินค้าเพิ่มขึ้นเช่นกัน และการที่มีตลาดรับซื้อในท้องถิ่นยังช่วยลดต้นทุนค่าขนส่งของเกษตรกรอีกด้วย
- การดำเนินงานของสหกรณ์ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้แก่คนในพื้นที่ ทำให้คนอยู่กับชุมชน ลดปัญหาด้านสังคม มีเวลาอบรมบุตรหลานมากขึ้น
- การประสมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ทำให้คนเข้ามาซื้อสินค้า เยี่ยมชมและท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจด้านอื่นๆ ขยายตัวตามมา เช่น ธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น

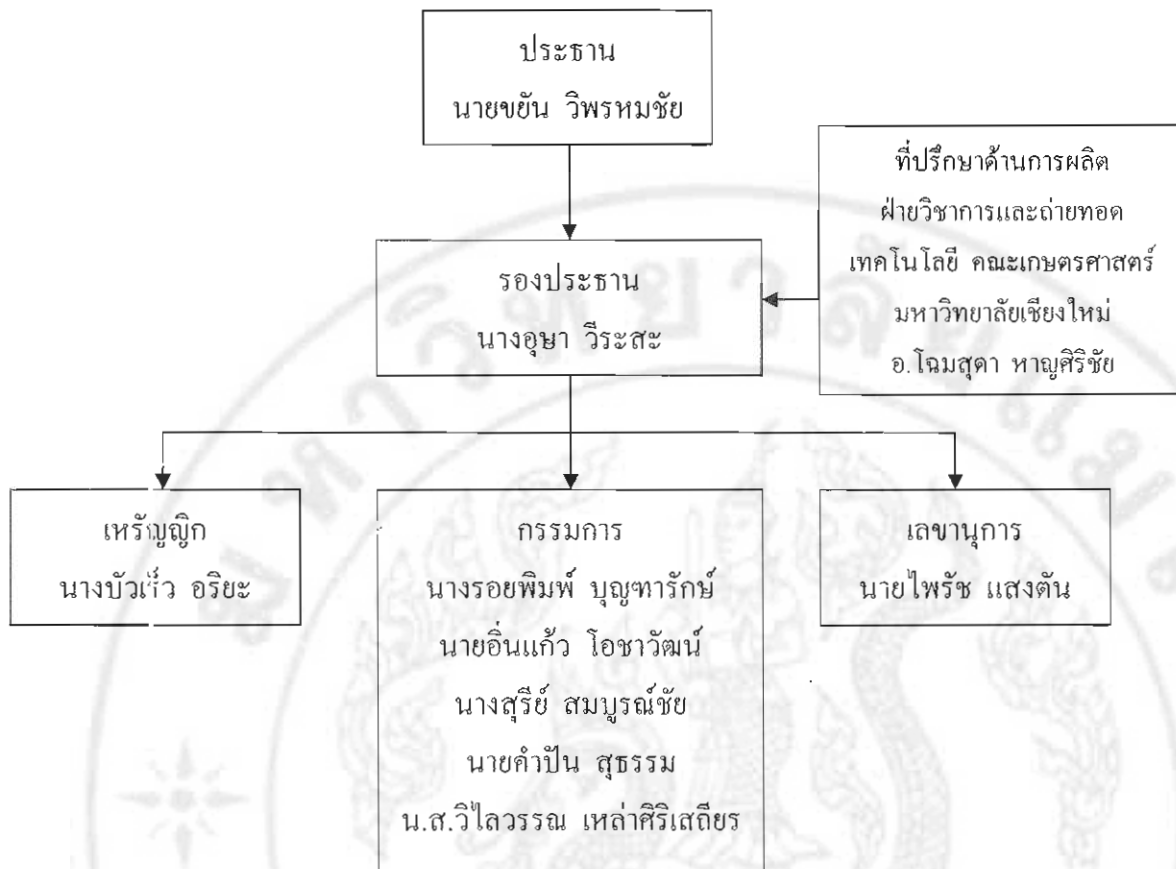
3.1.4 การจัดองค์กรและบริหารงานสหกรณ์

โครงสร้างการจัดองค์กรและบริหารงานคณะกรรมการ

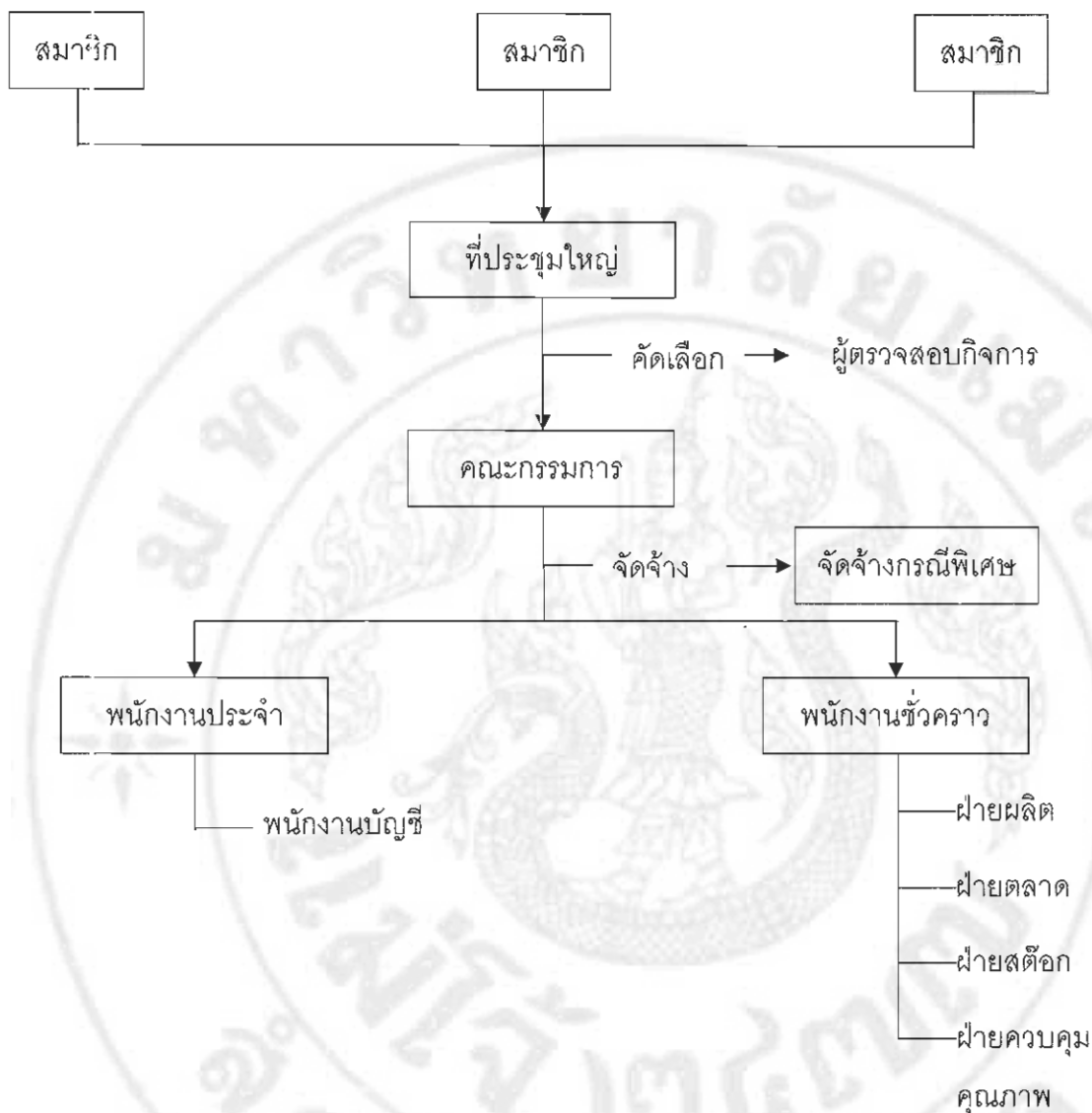
กิจการก่อตั้งเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2544 และจดทะเบียนเป็นสหกรณ์ เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2545 เป็นช่วงที่นายขยัน วิพรหมชัย ดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มมาโดยตลอด และในการดำเนินงานมีคณะกรรมการบริหารงานทั้งหมด 7 ตำแหน่ง ได้แก่ ที่ปรึกษาด้านการผลิต ประธาน รองประธานและหัวหน้าฝ่ายผลิต เลขานุการ เหรัญญิก และกรรมการ โดยการจัดรูปแบบโครงสร้างการทำงานของคณะกรรมการมาจากประสบการณ์ของประธานสหกรณ์ ซึ่งดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลโง้งค่อมหลายสมัยจนถึงปัจจุบัน จึงใช้ความรู้จากการทำงานดังกล่าวมาจัดรูปแบบโครงสร้างการทำงานคณะกรรมการของสหกรณ์ และรูปแบบการบริหารงาน ดังภาพที่ 3.2

โครงสร้างการบริหารและดำเนินงานสหกรณ์

ในการคัดเลือกคณะกรรมการบริหารงานของสหกรณ์ใช้หลักประชาธิปไตย โดยการเรียกสมาชิกเข้าประชุม และที่ประชุมจะเสนอชื่อกรรมการแต่ละตำแหน่ง เพื่อคัดเลือกผู้ที่เหมาะสมเข้ามาทำงาน สมาชิก 1 คน สามารถยกมือออกเสียงได้ 1 ครั้งต่อกรรมการ 1 ตำแหน่ง เมื่อได้กรรมการครบตามจำนวน ที่ประชุมจะคัดเลือกผู้ตรวจสอบกิจการอีก 1 ตำแหน่ง (ภาพที่ 3.3) ซึ่งใช้หลักเกณฑ์เดียวกันกับการคัดเลือกคณะกรรมการบริหารงานสหกรณ์ คณะกรรมการที่ได้รับคัดเลือกมีอำนาจหน้าที่ในการบริหารงานในทุกด้าน จัดจ้างและว่าจ้างพนักงานเข้าทำงาน



ภาพที่ 3.2 โครงสร้างการจัดองค์กรของสหกรณ์ไวน์อู่มองค์ลำพูน จำกัด



ภาพที่ 3.3 โครงสร้างการบริหารและดำเนินงานสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด

คุณสมบัติของคณะกรรมการที่เสนอชื่อเพื่อคัดเลือกในแต่ละตำแหน่ง

ประธาน ต้องเป็นผู้ที่มีภาวะเป็นผู้นำ มีน้ำใจ วิสัยทัศน์กว้าง สามารถประสานงานขอความร่วมมือจากคณะทำงานและแสวงหาความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ตลอดจนหาความรู้ใหม่ๆ ให้กับสมาชิก

รองประธาน สามารถทำหน้าที่แทนประธานในด้านต่างๆ ให้การต้อนรับผู้มาเยี่ยมชมกิจการ ทำหน้าที่บรรยายสรุปผลการดำเนินงานของสหกรณ์ ตลอดจนทำหน้าที่ควบคุมการผลิต

เหรียญก เป็นคนซื่อสัตย์ ทำหน้าที่ควบคุมตรวจสอบการเบิก – จ่าย การใช้จ่ายเงินของ สหกรณ์

เลขานุการ ต้องเป็นผู้เข้าใจงานทำหน้าที่ปรับปรุงดูแลโรงงาน ห้องแสดงสินค้า ทำหน้าที่ นัดหมายคณะกรรมการ และ/หรือ สมาชิกในการประชุม รวมทั้งหน้าที่จัดบันทึกการประชุม และ ทบทวนบันทึกข้อตกลงที่ผ่านมาในการประชุมครั้งใหม่ได้รับทราบ

กรรมการ มีเวลาเพียงพอในการทำงาน มองโลกในแง่ดี ให้ข้อคิดเห็นและชี้แนะด้าน ต่างๆ ในเรื่องที่คณะทำงานจำเป็นต้องร่วมกันตัดสินใจ

ผู้ตรวจสอบกิจการ ต้องเป็นผู้มีความรู้ เคยเป็นรับราชการมาก่อน คอยตรวจสอบผล การดำเนินงานของคณะกรรมการสหกรณ์ ให้เกิดความโปร่งใสในการบริหารงานและเป็นไปตาม เป้าหมายที่กำหนดไว้

คณะกรรมการสหกรณ์ที่ได้รับเลือกบริหารงาน มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

- นายขยัน วิพรหมชัย ประธานสหกรณ์ ทำหน้าที่บริหารติดตามการทำงานของ คณะกรรมการแต่ละคน แสวงหาความร่วมมือและจัดหาทุนสนับสนุนสหกรณ์ และมีอำนาจ ตัดสินใจปัญหาต่างๆ ได้ทันที หากเป็นเรื่องที่ไม่สำคัญมากนัก แต่ถ้าเป็นเรื่องใหญ่จำเป็นต้องขอ ความเห็น จากกรรมการจะนำเข้าที่ประชุมและขอความเห็นคณะกรรมการร่วมตัดสินใจ

- นางอุษา วัระสะ รองประธาน รับผิดชอบด้านการผลิต ควบคุมตรวจสอบ คุณภาพผ่านค้า เป็นผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจข้อจำกัดในการผลิตคนสุดท้าย ถึงแม้ว่าจะมีกรรมการ จำนวน 3 คน ทำหน้าที่ฝ่ายจัดซื้ออยู่แล้วก็ตาม แต่ทุกครั้งก่อนจะซื้อจะต้องปรึกษากับนางอุษา นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นผู้บรรยายสรุปการดำเนินงานสหกรณ์ให้กับคณะต่างๆ ที่เข้ามาเยี่ยมชม กิจการ

- นางบัวเรว อริยะ เหรียญก ในปี 2546 ที่ผ่านมายังไม่ได้ทำหน้าที่ควบคุม ตรวจสอบเบิก – จ่ายการใช้จ่ายเงินของสหกรณ์แต่อย่างใด แต่ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นนางพรวิไล นิธิมาร พนักงานขายลูกจ้างรายวัน

- นายไพรัช แสงตัน เลขานุการ ทำหน้าที่จัดบันทึกการประชุมบางครั้ง แต่ก็มักจะ ไม่เรียบร้อย ต้องให้นางพรวิไล นิธิมาร ปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ ดังนั้นการจัดบันทึก การประชุมส่วนใหญ่นางพรวิไลจึงเป็นผู้ทำเอง และรายงานให้ที่ประชุมทราบในครั้งต่อไป อย่างไรก็ตามนายไพรัช ยังไปออกร้านแสดงสินค้าร่วมกับคณะกรรมการ ซึ่งจะผลัดเปลี่ยน หมุนเวียนกันไปออกงาน

- คณะกรรมการ 5 คน ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาและร่วมตัดสินใจเรื่องต่างๆ ออก
ร้านสดสินค้า และจัดหาวัตถุดิบ รวมทั้งจัดหาว่าจ้างแรงงานมาปรับปรุงต่อเติมโรงเรือนผลิต
ห้องแสดงและจำหน่ายสินค้า

วาระการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการทั้ง 9 คน มีระยะเวลาการทำงาน 2 ปี
โดยแต่ละปีให้คณะกรรมการออกครั้งหนึ่ง โดยวิธีจับสลากในปีแรกและตามวาระในปีต่อไปและ
เลือกเข้ามาแทนใหม่จากผู้ที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ ซึ่งกรรมการที่ออกจากตำแหน่งอาจได้รับเลือกตั้ง
เข้ามาใหม่ได้ แต่อยู่ในตำแหน่งได้ไม่เกิน 2 วาระติดต่อกัน คณะกรรมการบริหารและดำเนินงาน
เป็นผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ดำเนินงานทั้งปวงของสหกรณ์ให้เป็นไปตามกฎหมายข้อบังคับ และมติแห่ง
ที่ประชุมใหญ่เป็นสำคัญ และมติที่ประชุมมอบหมายให้คณะกรรมการปฏิบัติงาน คือ

1. แต่งตั้งแผนกควบคุมการผลิต โดยทำหน้าที่ควบคุมการผลิตไว้ในโรงงานของ
สหกรณ์
2. แต่งตั้งแผนกรับซื้อผลผลิต มีหน้าที่ในการจัดซื้อวัตถุดิบ เพื่อใช้ในการผลิตไวน์
ตามฤดูกาลผลไม้และตามตลาดไวน์ต้องการ
3. แต่งตั้งแผนกควบคุมสินค้า ดูแลตรวจนับสินค้า (stock)
4. แต่งตั้งแผนกการตลาด มีหน้าที่จัดหาตลาดต่างๆ เพื่อหาช่องทางตลาดไวน์
5. อนุมัติจัดจ้าง พนักงานประจำสำนักงาน

- พนักงานประจำ ปฏิบัติหน้าที่ด้านบัญชีของสหกรณ์และเอกสารทั่วไป จำนวน
1 ตำแหน่ง อัตราค่าจ้าง 4,700 บาทต่อเดือน

- พนักงานชั่วคราว

ฝ่ายผลิต ปฏิบัติหน้าที่ในโรงงาน จำนวน 6 คน อัตราค่าจ้างวันละ 140 บาท

ฝ่ายตลาด ปฏิบัติหน้าที่ด้านการตลาด จำนวน 1 คน อัตราค่าจ้างวันละ 170 บาท

ฝ่ายตรวจนับสินค้า ปฏิบัติหน้าที่ตรวจนับผลิตภัณฑ์ไวน์ จำนวน 1 คน อัตราค่าจ้างวัน
ละ 140 บาท

ฝ่ายควบคุมคุณภาพ ปฏิบัติหน้าที่ควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ไวน์ให้ได้มาตรฐาน
อุตสาหกรรม จำนวน 1 คน อัตราค่าจ้างวันละ 170 บาท

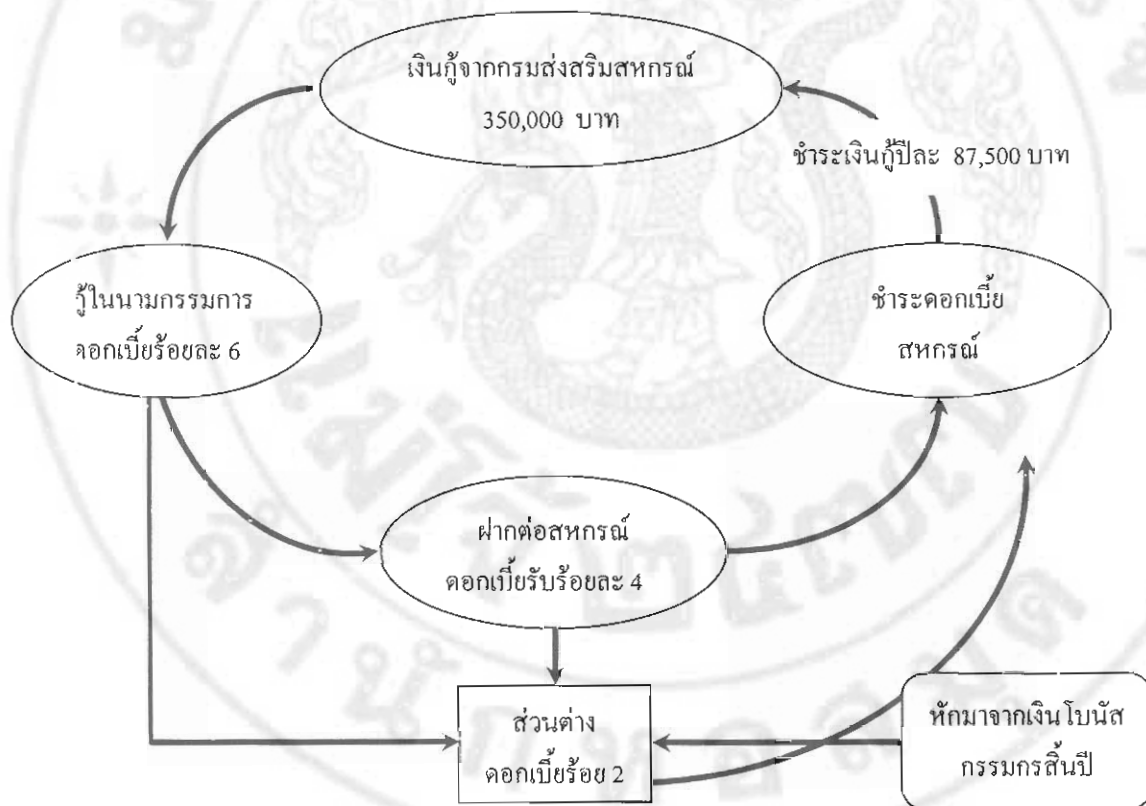
สำหรับผู้ตรวจสอบกิจการมีหน้าที่ ตรวจสอบการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ
ให้เป็นไปตามระเบียบแบบแผนข้อบังคับและวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ จากการศึกษาพบว่า ในมติ
ที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปี เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2545 ที่ผ่านมานายบุญส่ง เพ็งมาวัน

ได้รับคัดเลือกให้เป็นผู้ตรวจสอบกิจการ ระหว่างที่ดำรงตำแหน่งยังไม่เคยเข้าตรวจสอบ การดำเนินงานของสหกรณ์แต่อย่างใด และในปี 2546 ที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปี เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2546 ได้คัดเลือกนางอัมพร ชัยธรรม เป็นผู้ตรวจสอบกิจการ อย่างไรก็ตามตั้งแต่ก่อตั้ง จนถึงปัจจุบันสหกรณ์ได้มีการประชุมใหญ่สามัญประจำปี เพื่อชี้แจงผลการดำเนินงานให้กับ สมาชิกได้รับทราบ ตลอดจนคัดเลือกคณะกรรมการชุดใหม่เข้ามาดำรงตำแหน่งตามวาระต่าง ๆ นอกจากนี้การประชุมย่อยตามวาระต่าง ๆ ที่มีเรื่องสำคัญจำเป็นต้องแจ้งให้คณะกรรมการทราบ ในปี 2544 คณะกรรมการมีการประชุมจำนวน 5 ครั้ง และมีกรรมการมาประชุมเฉลี่ย จำนวน 7 คนต่อครั้ง ปี 2545 มีการประชุมจำนวน 3 ครั้ง มีคณะกรรมการมาประชุมเฉลี่ย 5 ครั้งเท่ากับปี 2544 แต่ถ้าเป็นเรื่องไม่เร่งด่วนและไม่สำคัญจะใช้วิธีการบอกต่อ ๆ กัน หรือเมื่อคณะกรรมการมา ปฏิบัติงานที่สหกรณ์

ในการบริหารงานของคณะกรรมการได้กำหนดระเบียบถือปฏิบัติเพื่อใช้ในการ บริหารจัดการงานสหกรณ์ รวม 17 ระเบียบ ตั้งแต่วันที่ 20 ธันวาคม 2545 ดังต่อไปนี้

1. ระเบียบว่าด้วยกลุ่มสมาชิก
2. ระเบียบว่าด้วยที่ปรึกษา
3. ระเบียบว่าด้วยคณะกรรมการ
4. ระเบียบว่าด้วยเงินทุนสะสมเพื่อการศึกษาอบรมของสหกรณ์
5. ระเบียบว่าด้วยเงินทุนเพื่อสาธารณประโยชน์
6. ระเบียบว่าด้วยเงินทุนสะสมเพื่อการพัฒนากิจการของสหกรณ์
7. ระเบียบว่าด้วยเงินกองทุนสงเคราะห์เจ้าหน้าที่สหกรณ์
8. ระเบียบว่าด้วยการจับจ่ายและเก็บรักษาเงิน
9. ระเบียบว่าด้วยการรวบรวมผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ของสมาชิก
10. ระเบียบว่าด้วยการจัดหาสิ่งของที่สมาชิกต้องการมาจำหน่าย
11. ระเบียบว่าด้วยการรับฝากออมทรัพย์และเงินฝากประจำปี พ.ศ. 2545
12. ระเบียบว่าด้วยเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ พ.ศ. 2545
13. ระเบียบว่าด้วยเงินกู้และดอกเบี้ยเงินกู้
14. ระเบียบว่าด้วยการให้สหกรณ์อื่นกู้ยืมเงิน
15. ระเบียบว่าด้วยเจ้าหน้าที่และลูกจ้าง
16. ระเบียบว่าด้วยอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สหกรณ์
17. ระเบียบว่าด้วยการลาสำหรับเจ้าหน้าที่และลูกจ้าง

ในการออมทรัพย์จากสมาชิกหรือพนักงานของสหกรณ์โดยแท้จริงยังไม่มี แต่ปี 2545 สหกรณ์โดยการนำของนายชยัน กู๋ยืมเงินจากกรมส่งเสริมสหกรณ์จำนวน 350,000 บาท เป็นเงินกู้ปลอดดอกเบี้ย ระยะเวลาชำระคืน 4 ปี เฉลี่ยปีละ 87,500 บาท เงินดังกล่าวนำมาบริหารจัดการโดยปล่อยกู้ในนามคณะกรรมการและนางวรรคำ มะโนใจ รวมทั้งหมด 10 คน อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 6 ต่อปี และเงินจำนวนทั้งหมดนำกลับมาฝากไว้กับสหกรณ์และได้รับ ดอกเบี้ยร้อยละ 4 บาทต่อปี ซึ่งดอกเบี้ยจำนวนนี้กลับมาเข้าเป็นรายได้ของสหกรณ์อีกครั้ง โดยที่ ผู้กู้ไม่ได้รับทั้งเงินต้นและดอกเบี้ยแต่อย่างใด อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าอัตราดอกเบี้ยปล่อยกู้และ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่สหกรณ์ต้องจ่ายต่างกันอยู่ร้อยละ 2 ส่วนต่างดังกล่าวคณะกรรมการนำเงิน มาจากเงินโบนัสบางส่วนของการการที่ได้รับเมื่อสิ้นปีมาชดเชย (ภาพที่ 3.4) ฉะนั้นจะเห็นได้ว่า ดอกเบี้ยที่สหกรณ์ได้รับก็คือ ผลกำไรจากการขายไว้นั่นเอง



ภาพที่ 3.4 การบริหารเงินกู้ยืมของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน

ปัญหาการจัดการองค์กร

จากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ และพนักงานบางตำแหน่งไม่ตรงตามหน้าที่ และบางตำแหน่งไม่ได้ระบุหน้าที่อย่างชัดเจน จากการวิเคราะห์พอแยกประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. จากโครงสร้างการบริหารองค์กรจะเห็นได้ว่า ไม่มีกรรมการฝ่ายผลิต และฝ่ายตลาด หรือส่งเสริมการขาย รับผิดชอบหน้าที่โดยตรง แต่ฝ่ายผลิตและควบคุมการผลิตมอบหมายให้นางอุษา เป็นผู้รับผิดชอบและปฏิบัติงานในหน้าที่รองประธรองประธานควบคู่ไปด้วย ซึ่งต้องปฏิบัติงานแทนประธานในบางครั้ง จะเห็นได้ว่านางอุษาทำงานในหลายหน้าที่ อาจทำงานไม่คล่องตัวเมื่อต้องติดธุระ หรือเจ็บป่วยไม่สบาย ไม่มีผู้ปฏิบัติหน้าที่แทนและตัดสินใจในเรื่องต่างๆ โดยเฉพาะการสั่งงานการผลิต จุดนี้เองอาจก่อให้เกิดปัญหาตามมาในอนาคต อาจส่งผลต่อการบริหารงานและดำเนินงานสหกรณ์ได้

2. คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ว่าจ้างพนักงานตรวจสอบคุณภาพไวน์ แต่ที่ผ่านมา มีผู้ตรวจสอบจำนวน 1 คน ระยะเวลาทำงานเพียง 1 ปี (กลางปี 2545 – กลางปี 2546) โดยเทศบาลตำบลอุโมงค์เป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการว่าจ้าง แต่ปัจจุบันไม่มีผู้ทำหน้าที่ในตำแหน่งนี้ จึงส่งผลให้คุณภาพไวน์ไม่คงที่และไม่ได้มาตรฐานจากการผลิตแต่ละครั้ง

3.1.5 แหล่งให้การสนับสนุนและช่วยเหลือแก่สหกรณ์

ในปี 2544 สหกรณ์ได้รับความช่วยเหลือจากคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยอาจารย์โสมสุดา หารศิริชัย เป็นผู้อบรมการผลิตแก่สมาชิกสหกรณ์ จำนวน 20 คน เป็นระยะเวลา 2 วัน ณ สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด

ต่อมาวันที่ 18-20 มกราคม 2545 เทศบาลตำบลอุโมงค์เป็นเจ้าภาพจัดงานเทศกาลชิมไวน์กับไส้ฮั่ว ลำพูน ครั้งที่ 1 เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ นอกจากนี้ยังสนับสนุนการอบรม โครงการพัฒนาคุณภาพไวน์สู่สากล ในวันที่ 16 มิถุนายน และในวันที่ 26-28 มิถุนายน โดยครั้งหลังเป็นความร่วมมือกับคณะกรรมการภาครัฐและเอกชน (กรอ.) จัดอบรมการผลิตไวน์แก่สมาชิกจำนวน 40 คน ใช้สถานที่ร้านคำชุมชน ตำบลอุโมงค์

ปี 2546 การจัดเทศกาลไวน์กับไส้ฮั่ว ลำพูน ครั้งที่ 2 โดยเทศบาลตำบลอุโมงค์ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 17-19 มกราคม ต่อมาเดือนสิงหาคม 2546 สหกรณ์ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากเทศบาลตำบลอุโมงค์ จัดซื้ออุปกรณ์เป็นเงินทั้งสิ้น 49,000 บาท ดังนี้

- ตู้แช่ไวน์	ราคา	25,000	บาท
- คอมพิวเตอร์	ราคา	20,000	บาท
- เครื่องปริ้นเตอร์	ราคา	4,000	บาท

และในปีเดียวกันนี้สหกรณ์ได้รับความสนับสนุน จากสำนักงานสหกรณ์จังหวัด ลำพูน เพื่อจัดซื้ออุปกรณ์การผลิต ประกอบด้วย

1. เครื่องกรองไวน์ 20 Plate ขนาด 200 x 200 ซม. ราคา	180,000 บาท
2. เครื่องบรรจุไวน์กึ่งอัตโนมัติ 1 ตัว ราคา	65,000 บาท
3. เครื่องพาสเจอร์ไรเซอร์โรตอรีโมมิเตอร์ วัสดุทนอุณหภูมิขนาด 55 x 55 x 130 ซม. บรรจุ 50 ลิตร ราคา	48,000 บาท
4. เครื่องอัดจุกคอร์คฐานสแตนเลส 1 ตัว ราคา	17,500 บาท
5. เครื่องวัดกรด – ค่า 2 ตัว ราคา	10,000 บาท
6. เครื่องวัดน้ำตาล 2 ตัว ราคา	15,000 บาท
7. เครื่องวัดปริมาณแอลกอฮอล์ 2 ตัว	15,000 บาท
3. ถังหมักบ่มไวน์สแตนเลส ขนาด 1,600 ลิตร 5 ใบ	50,000 บาท
รวม	400,500 บาท

3.1.6 ศักยภาพการพัฒนาของสหกรณ์

1. การฝึกอบรมและให้ความรู้เรื่องการบริหารจัดการองค์กรแก่คณะกรรมการและสมาชิกสหกรณ์ ซึ่งแต่ละคนมีโอกาสดูกลเลือกเข้ามาบริหารงานเมื่อคณะกรรมการชุดเก่าเมื่อหมดวาระลง ฉะนั้นการฝึกอบรมจะช่วยให้มีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติในหน้าที่แต่ละตำแหน่งได้เป็นอย่างดี

2. การศึกษาดูงานบริษัทหรือกลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กรและนำข้อดีต่างๆ ของกิจการเหล่านั้นมาปรับปรุงแก้ไขการบริหารงานของสหกรณ์

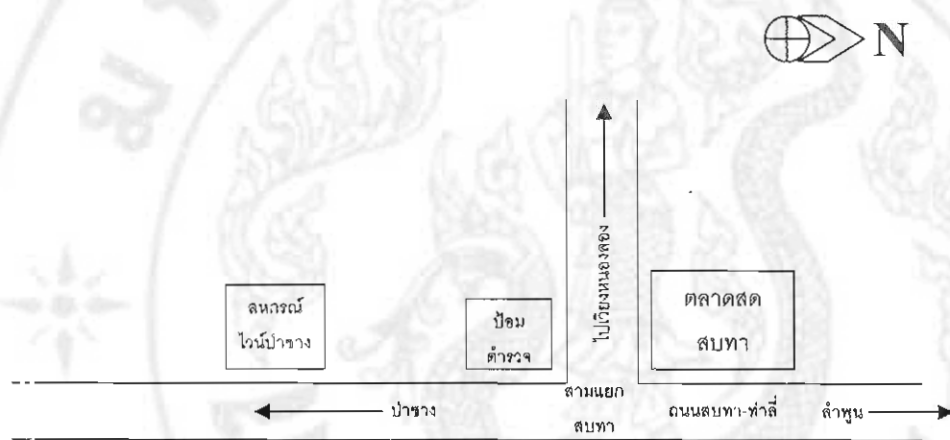
3. ร่วมมือกับกิจการอื่นๆ สร้างเป็นกลุ่มเครือข่าย และแลกเปลี่ยนความรู้ในการบริหารงานซึ่งกันและกัน เพราะบางปัญหาอาจเคยเกิดขึ้นแล้วในกลุ่มอื่นและสามารถแก้ไขได้ แต่ปัญหาเดียวกันอาจกำลังเกิดขึ้นในอีกกิจการหนึ่ง โดยการเรียนรู้และแก้ไขปัญหาร่วมกันจะก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่

3.2 ข้อมูลพื้นฐานของสหกรณ์ไวน์ป่าขางลำพูน จำกัด

3.2.1 ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์

ชื่อกิจการ: สหกรณ์ไวน์ป่าขางลำพูน จำกัด (สหกรณ์)

สถานที่ตั้งกิจการ: เลขที่ 29 หมู่ที่ 1 ตำบลป่าขาง อำเภอป่าขาง จังหวัดลำพูน โทร. 053-521569 การเดินทางไปสำนักงานสหกรณ์ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 1072 (สายราชประชาอุทิศ และทางหลวงสบทา – ท่าลี่) เป็นระยะทางประมาณ 11 กิโลเมตร ก่อนถึงตัวอำเภอป่าขาง สังเกตเห็นป้ายสหกรณ์ตั้งอยู่ทางขวามือ (ภาพที่ 3.5)



ภาพที่ 3.5 ที่ตั้งสหกรณ์ไวน์ป่าขางลำพูน จำกัด

ผู้นำคนสำคัญ

การบริหารงานสหกรณ์ตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน นางอารีวรรณ มนุสสุ เป็นผู้นำคนสำคัญและมีบทบาทในฐานะผู้ริเริ่มก่อตั้งสหกรณ์และดำรงตำแหน่งประธานมาโดยตลอด ก่อนจัดตั้งสหกรณ์นางอารีวรรณ เคยดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลป่าขาง และพบว่าคนในชุมชนประสบปัญหาการขาดแคลนสินค้า โดยเฉพาะลำไยพืชเศรษฐกิจสำคัญของชุมชน ดังนั้นจึงชักชวนชาวบ้านจัดตั้งสหกรณ์ไวน์ป่าขางลำพูน จำกัด เพื่อนำผลผลิตที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ไวน์ออกจำหน่าย ด้วยภาระครอบครัวที่มีไม่มากนัก จึงทำให้นางอารีวรรณมีเวลาทุ่มเทให้กับการบริหารงานสหกรณ์ หน้าที่การบริหารคือการกำหนดนโยบาย เป้าหมาย

การทำงาน ควบคุมและตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการให้เป็นไปตามแผนงาน รวมทั้งประสานงานขอความช่วยเหลือแหล่งทุนและความรู้ด้านวิชาการจากหน่วยงานต่าง ๆ เมื่อสหกรณ์ขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนและมีความจำเป็นเร่งด่วน ประธานจะใช้เงินทุนส่วนตัวสำรองจ่ายก่อน

3.2.2 ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์

สหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด จัดทะเบียนเป็นนิติบุคคลสหกรณ์ประเภทสหกรณ์การเกษตร เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2545 เลขทะเบียนเลขที่ ก.025345 เลขทะเบียนข้อบังคับ ก.062945 แรกเริ่มมีสมาชิกจำนวน 59 คน จำนวนหุ้น 8,802 หุ้น เป็นเงิน 88,020 บาท กำหนดการสิ้นสุดปีบัญชีวันที่ 30 มิถุนายน ของทุกปี

ภายหลังจดทะเบียนเป็นสหกรณ์ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ ได้ดำเนินการขออนุญาตก่อสร้างโรงเรือนผลิตสุราแช่พื้นบ้านชนิดสุราผลไม้ ซึ่งเป็นการดำเนินการตามประกาศกระทรวง การคลังว่าด้วยวิธีการบริหารงานสุรา (ฉบับที่ 3). และได้รับใบอนุญาตจากกรมสรรพสามิต ใบอนุญาตเล่มที่ 1553 เลขที่ 04 เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม โดยเสียค่าธรรมเนียมปีละ 4,000 บาท โดยนางอารีวรรณ มนุสข ประธานกรรมการ และนางเรียมเล็ก บุญยัง เป็นผู้ขออนุญาต พร้อมแสดงรายละเอียดการประกอบขอตั้งโรงงาน คือ จำนวนแรงงานที่ทำสุรา 6 คน เครื่องจักรอุปกรณ์การทำสุราขนาดรวม 3 แรงม้า และโครงสร้างต้นทุนการผลิต พร้อมทั้งราคา ณ โรงงาน เมื่อได้รับอนุญาตการทำสุรา สหกรณ์ดำเนินการส่งตัวอย่างน้ำสุราเพื่อตรวจวิเคราะห์คุณภาพ จำนวน 9 ชนิด กรมสรรพสามิตทำการตรวจวิเคราะห์แล้ว ผลปรากฏว่าตัวอย่างสุราแช่ชนิดสุราผลไม้ของสหกรณ์ มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมไวน์ และได้รับอนุญาตให้นำออกจำหน่ายได้

3.2.3 บทบาทของสหกรณ์ต่อชุมชน

สหกรณ์มีบทบาทต่อชุมชนในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ชาวบ้านในพื้นที่ขายผลผลิตในราคาสูงขึ้น เพราะมีการแข่งขันรับซื้อผลผลิตเกษตรกรมีทางเลือกขายสินค้าเพิ่มขึ้น การเกิดตลาดรับซื้อในท้องถิ่นยังช่วยลดต้นทุนค่าขนส่งของเกษตรกร ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น
2. การดำเนินงานของสหกรณ์ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้แก่คนในพื้นที่ ทำให้คนอยู่กับชุมชน ลดปัญหาด้านสังคม มีเวลาอบรมบุตรหลานมากขึ้น

3. การประสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ทำให้คนเข้ามาซื้อสินค้า เยี่ยมชมและท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจด้านอื่นขยายตัวตามมา เช่น ธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น

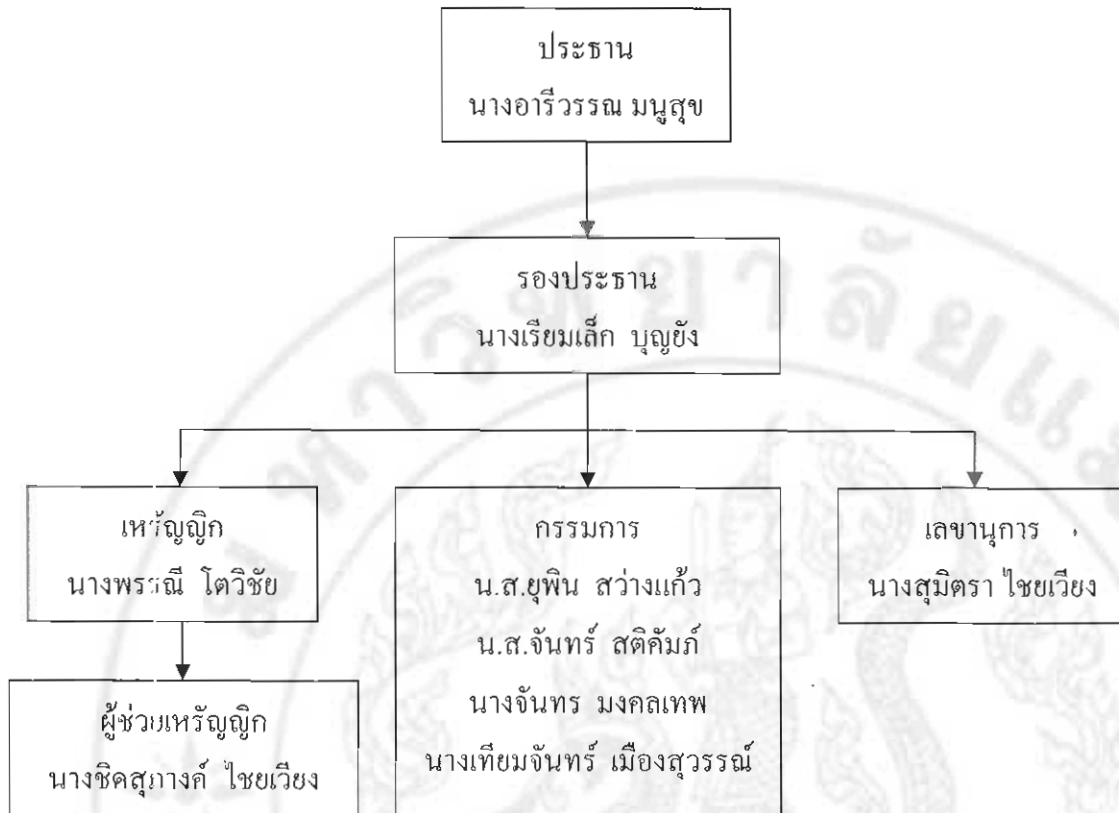
3.2.4 การจัดองค์กรและบริหารงานสหกรณ์

โครงสร้างการจัดองค์กร

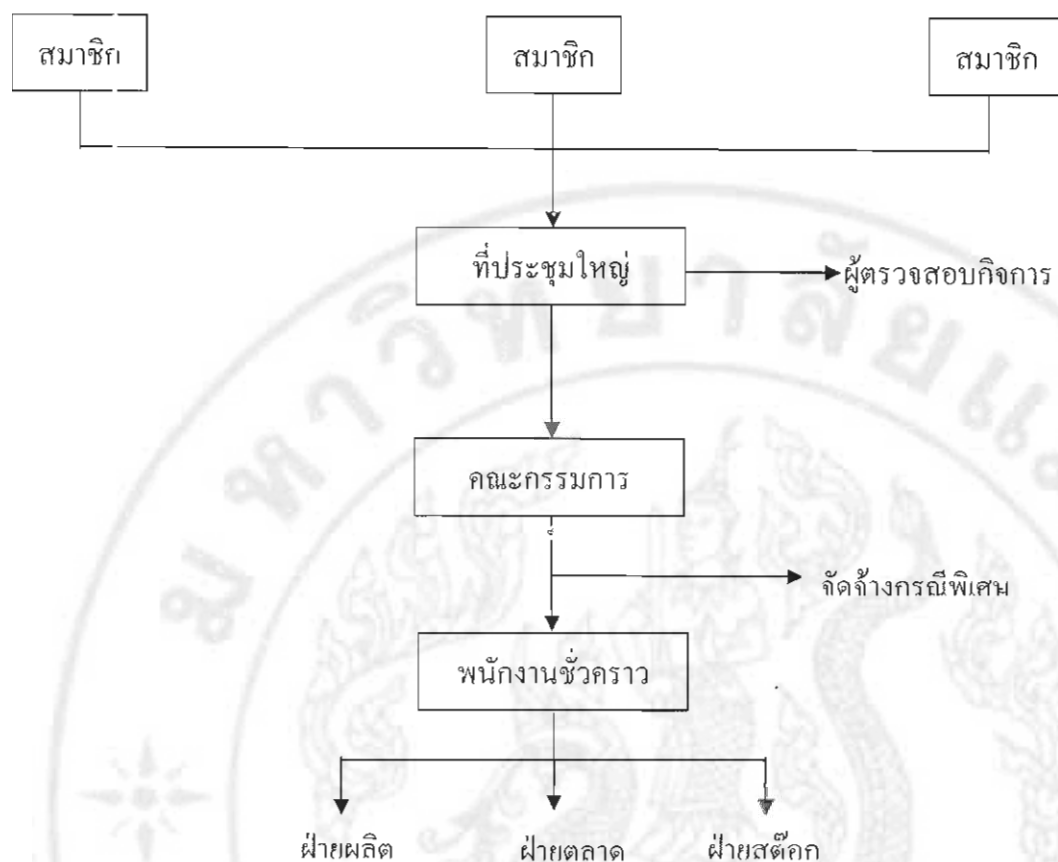
กิจการก่อตั้งเมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2545 และจดทะเบียนเป็นสหกรณ์ เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2545 ถึงปัจจุบัน การบริหารงานอยู่ภายใต้การนำของนางอารีวรรณ มนุสุข โดยมี การจัดโครงสร้างองค์กรประกอบด้วย คณะกรรมการทั้งหมด 6 ตำแหน่ง ได้แก่ ประธาน รองประธาน เลขานุการ เภรัญญิก ผู้ช่วยเภรัญญิก และกรรมการ การจัดรูปแบบโครงสร้างการทำงานของคณะกรรมการมาจากประสบการณ์ของประธาน ซึ่งเคยดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลป่าซาง รูปแบบการบริหารงานมีดังนี้ (ภาพที่ 3.6)

โครงสร้างการบริหารและดำเนินงานสหกรณ์

ในการคัดเลือกคณะกรรมการบริหารงานสหกรณ์ใช้หลักประชาธิปไตย โดยให้สมาชิกร่วมประชุม และที่ประชุมเสนอชื่อกรรมการแต่ละตำแหน่ง เพื่อคัดเลือกผู้ที่เหมาะสมเข้าบริหารงาน สมาชิก 1 คน สามารถออกเสียงได้ 1 เสียงต่อกรรมการ 1 ตำแหน่ง เมื่อสามารถคัดเลือกกรรมการได้ครบตามตำแหน่งที่วางไว้แล้ว ที่ประชุมจะคัดเลือกผู้ตรวจสอบกิจการอีก 1 ตำแหน่ง (ภาพที่ 3.7) ซึ่งใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน คณะกรรมการที่ได้รับคัดเลือกมีอำนาจหน้าที่ในการบริหารงานในทุกด้าน รวมทั้งจัดจ้างและว่าจ้างพนักงานเข้าทำงานในตำแหน่งงานต่างๆ



ภาพที่ 3.6 โครงสร้างการจัดองค์กรของสหกรณ์ไวน้ำป่าช้างลำพูน จำกัด



ภาพที่ 3.7 โครงสร้างการบริหารและดำเนินงานสหกรณ์ไวน์ป่าขางลำพูน จำกัด

คุณสมบัติคณะกรรมการที่เสนอชื่อเพื่อคัดเลือกในแต่ละตำแหน่ง

ประธาน มีภาวะความเป็นผู้นำ มีน้ำใจ วิสัยทัศน์กว้าง สามารถประสานงานขอความร่วมมือจากคณะทำงานและแสวงหาความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทำหน้าที่บรรยายสรุปผลการดำเนินงานของสหกรณ์ ตลอดจนหาความรู้ใหม่ๆ ให้กับสมาชิก

รองประธาน สามารถทำหน้าที่แทนประธานในด้านต่าง ๆ ให้การต้อนรับผู้มาเยี่ยมชมกิจการ ตลอดจนทำหน้าที่ควบคุมการผลิต

เหรัญญิก เป็นคนซื่อสัตย์ ทำหน้าที่ควบคุมตรวจสอบการเบิก – จ่าย การใช้เงินของสหกรณ์

ผู้ช่วยเหรัญญิก สามารถทำหน้าที่แทนเหรัญญิกได้ ตามที่เหรัญญิกมอบหมาย หรือเมื่อไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้

เลขานุการ สามารถทำหน้าที่นัดหมายคณะกรรมการ และ/หรือ สมาชิกในการประชุม รวมทั้งหน้าที่จัดบันทึกการประชุม และทบทวนบันทึกข้อตกลงที่ผ่านมาในการประชุมครั้งใหม่ให้สมาชิกทราบ

กรรมการ มีเวลาเพียงพอในการทำงาน มองโลกในแง่ดี ให้ข้อคิดเห็นและชี้แนะด้านต่างๆ ในเรื่องที่คณะกรรมการจำเป็นต้องร่วมกันตัดสินใจได้

ผู้ตรวจสอบกิจการ ต้องเป็นผู้มีความรู้ คอยตรวจสอบผลการดำเนินงานของคณะกรรมการ ให้เกิดความโปร่งใสในการบริหารงานและเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

คณะกรรมการสหกรณ์ที่ได้รับเลือกบริหารงาน มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

1. นางอารีวรรณ มนุสข ประธาน ทำหน้าที่บริหารจัดการตามการทำงานของคณะกรรมการ แต่ละคน แสวงหาความร่วมมือและจัดหาทุนสนับสนุนสหกรณ์ และมีอำนาจตัดสินใจปัญหาต่างๆ ได้ทันทีหากเป็นเรื่องที่ไม่สำคัญมากนัก แต่ถ้าเป็นเรื่องใหญ่จำเป็นต้องขอความเห็นจากกรรมการ จะนำเข้าสู่ที่ประชุมและขอความเห็นคณะกรรมการร่วมตัดสินใจ นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นผู้บรรยายสรุปการดำเนินงานสหกรณ์ให้กับคณะต่างๆ ที่เข้ามาเยี่ยมชมกิจการ และจัดหาเงินทุนหมุนเวียนใช้ในกิจการ

2. นางเรียมเล็ก บุญยัง รองประธาน รับผิดชอบช่วยงานบริหารรองประธาน และ/หรือ ทำหน้าที่แทนกรณีประธานติดภารกิจ และทำหน้าที่ตรวจสอบการเบิกจ่ายเงิน รวมทั้งเหรียญฉีกและเลขานุการ

3. นางพรรณี ไตรวิชัยเหรียญ ทำหน้าที่รับผิดชอบด้านการเงินร่วมกับประธาน

4. นางจิตสุกานันท์ ไชยเวียง ผู้ช่วยเหรียญ ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานสหกรณ์และช่วยงานเหรียญ เมื่อนางพรรณีติดภารกิจไม่สามารถงานปฏิบัติหน้าที่ได้

5. นางสุมิตรา ไชยเวียง เลขานุการ ทำหน้าที่จัดบันทึกการประชุมบางครั้ง และรายงานให้ที่ประชุมทราบในครั้งต่อไป ร่วมออกร้านแสดงสินค้ากับคณะกรรมการ ซึ่งจะผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไปออกงาน และร่วมรับผิดชอบเบิกจ่ายเงินในบัญชีธนาคารกับรองประธานและเหรียญ

6. คณะกรรมการ 4 คน ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาและร่วมตัดสินใจเรื่องต่างๆ ออกร้านแสดงสินค้า และจัดหาวัตถุดิบ รวมทั้งจัดหาว่าจ้างแรงงานมาปรับปรุงต่อเติมโรงเรือนผลิต ห้องแสดงและจำหน่ายสินค้า

7. ผู้ตรวจสอบกิจการ เพื่อให้การปฏิบัติงานของสหกรณ์เป็นไปตามระเบียบแบบแผน ข้อบังคับและวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ กิจการจึงมีผู้ตรวจสอบกิจการ โดยทำการเลือกตั้งจากที่

ประชุมใหญ่ ซึ่งกำหนดไว้ในข้อบังคับมีจำนวน 1 คน หรือมากกว่าหนึ่งคน ซึ่งอาจเป็นสมาชิก หรือบุคคลภายนอก โดยที่ประชุมใหญ่เห็นชอบ

จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมคัดเลือกผู้ตรวจสอบกิจการตามมติที่ประชุมใหญ่สามัญ ครั้งแรก เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2545 จำนวน 2 คน คือ นางสาวนงลักษณ์ อังคสิงห์ และนางสาวณัฐมล พันธุ์เดช

ในการบริหารงานคณะกรรมการมีวาระการดำรงตำแหน่ง 2 ปี โดยแต่ละปีให้คณะกรรมการออกครั้งหนึ่ง โดยวิธีจับสลากในปีแรกและตามวาระในปีต่อไป และเลือกเข้ามาแทนใหม่จากผู้ที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ ซึ่งกรรมการที่ออกจากตำแหน่งอาจได้รับเลือกตั้งเข้ามาใหม่ได้ แต่อยู่ในตำแหน่งได้ไม่เกิน 2 วาระติดต่อกัน คณะกรรมการบริหารและดำเนินงานเป็นผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ดำเนินงานทั้งปวงของสหกรณ์ให้เป็นไปตามกฎหมายข้อบังคับ และมติแห่งที่ประชุมใหญ่เป็นสำคัญ และมติที่ประชุมมอบหมายให้คณะกรรมการปฏิบัติงาน คือ

1. จัดประชุม เพื่อควบคุมติดตามผลการดำเนินงาน จากการศึกษพบว่า คณะกรรมการไม่ได้ปฏิบัติตามข้อบังคับที่กำหนดไว้ในที่ประชุมคณะกรรมการอย่างน้อยเดือนละครั้ง โดยในรอบปีบัญชีของสหกรณ์ตั้งแต่การประชุมใหญ่ครั้งแรกในเดือนสิงหาคม 2545 ถึงเดือนพฤษภาคม 2546 มีการประชุม 2 ครั้ง คณะกรรมการร่วมประชุมเฉลี่ย 10 คน

2. แต่งตั้งและมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ ผู้รับผิดชอบด้านการผลิต การตลาด และสต็อกสินค้า (stock)

3. อนุมัติจัดจ้างพนักงาน

3.1 พนักงานชั่วคราวประจำสำนักงาน จำนวน 2 คน

- พนักงานธุรการและประชาสัมพันธ์
- พนักงานบัญชี

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า กิจการจ้างพนักงานปฏิบัติหน้าที่จริงเพียง 1 คน ทำงานในทั้ง 2 หน้าที่ โดยรับค่าจ้างรายวัน วันละ 150 บาท

3.2 พนักงานชั่วคราวฝ่ายผลิต จำนวน 3 คน ค่าจ้างวันละ 100 บาท ซึ่งจะปฏิบัติงานก็ต่อเมื่อประธานสั่งผลิต ส่วนใหญ่พนักงานทำหน้าที่กรอง บรรจุขวด และส่งจำหน่าย

ปัญหาการจัดการองค์กร

จากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ พบว่า การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการและพนักงานบางตำแหน่งไม่ตรงตามหน้าที่ และบางตำแหน่งไม่ได้ระบุหน้าที่อย่างชัดเจน จากการวิเคราะห์ไม่มีกรรมการฝ่ายควบคุมผลิต และฝ่ายตลาด หรือส่งเสริมการขาย รับผิดชอบหน้าที่

โดยตรง โดยเฉพาะการควบคุมการผลิตเป็นหน้าที่ของลูกจ้างรายวันฝ่ายผลิต จึงทำให้การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน

ส่วนการตัดสินใจผลิตรวมถึงการตลาดและส่งเสริมการขายอำนาจการตัดสินใจเป็นหน้าที่ประธานเพียงคนเดียว เมื่อติดธุระจึงไม่มีผู้ปฏิบัติหน้าที่แทน ส่งผลให้ช่องทางการตลาดของสหกรณ์ไม่ขยายตัวเท่าที่ควร และอาจเกิดปัญหาความไม่คล่องตัวในการบริหารงาน

3.2.5 แหล่งให้การสนับสนุนและช่วยเหลือแก่สหกรณ์

ในปี 2545 สหกรณ์ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากเทศบาลตำบลป่าซาง จัดซื้ออุปกรณ์การผลิต ดังนี้

- ถังสแตนเลส	จำนวน 10	ใบ	ราคา	89,000 บาท
- เครื่องอัดจุกคอรัค	จำนวน 1	เครื่อง	ราคา	6,000 บาท
- เครื่องอัดฝาจีบ	จำนวน 1	เครื่อง	ราคา	4,000 บาท

ต่อมาในปี 2546 กิจการได้รับการสนับสนุน จากสำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน เพื่อจัดซื้ออุปกรณ์การผลิต ประกอบด้วย

1. เครื่องกรองไวน์ 20 Plate ขนาด 200 x 200 ซม.	ราคา	180,000 บาท
2. เครื่องบรรจุไวน์กึ่งอัตโนมัติ 1 ตัว	ราคา	65,000 บาท
4. เครื่องพาสเจอร์ไรเซอร์โฮมเมดอร์ วัดอุณหภูมิขนาด 55 x 55 x 130 ซม. บรรจุ 50 ลิตร	ราคา	48,000 บาท
4. เครื่องอัดจุกคอรัคฐานสแตนเลส 1 ตัว	ราคา	17,500 บาท
5. เครื่องวัดกรด-ด่าง 1 ตัว	ราคา	5,000 บาท
6. เครื่องวัดน้ำตาล 1 ตัว	ราคา	7,500 บาท
7. เครื่องวัดปริมาณแอลกอฮอล์ 1 ตัว		7,500 บาท
8. ถังหมักบ่มไวน์สแตนเลส ขนาด 1,250 ลิตร 10 ใบ		<u>70,000 บาท</u>
รวม		<u>400,500 บาท</u>

3.2.6 ศักยภาพการพัฒนาของสหกรณ์

1. การฝึกอบรมและให้ความรู้เรื่องการบริหารจัดการองค์กรแก่คณะกรรมการและสมาชิกสหกรณ์ ซึ่งแต่ละคนมีโอกาสถูกเลือกเข้ามาบริหารงานเมื่อคณะกรรมการชุดเก่าหมดวาระลง ฉะนั้นการฝึกอบรมจะช่วยให้มีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติหน้าที่แต่ละตำแหน่งได้เป็นอย่างดี

2. การศึกษาดูงานบริษัทหรือกลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กรและนำข้อดีต่าง ๆ ของกิจการเหล่านั้นมาปรับปรุงแก้ไขการบริหารงานของสหกรณ์

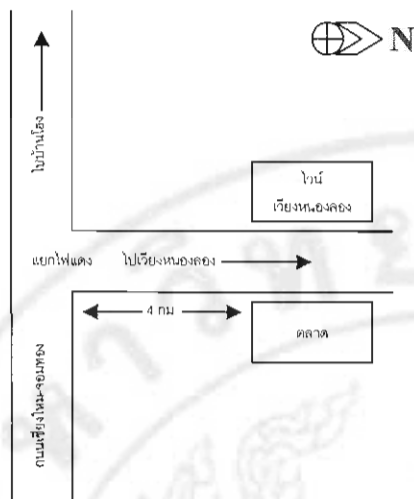
3. ร่วมมือกับกิจการอื่น ๆ สร้างเป็นกลุ่มเครือข่าย และแลกเปลี่ยนความรู้ในการบริหารงานซึ่งกันและกัน เพราะบางปัญหาอาจเคยเกิดขึ้นแล้วในกลุ่มอื่นและสามารถแก้ไขได้ แต่ปัญหาเดียวกันอาจกำลังเกิดขึ้นในอีกกิจการหนึ่ง โดยการเรียนรู้และแก้ไขปัญหาร่วมกันจะก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่

3.3 ข้อมูลพื้นฐานของสหกรณ์ไวน้เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด

3.3.1 ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์

ชื่อกิจการ: สหกรณ์ไวน้เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด (สหกรณ์)

สถานที่ตั้งกิจการ: เลขที่ 225 หมู่ที่ 1 ตำบลวังผาง กิ่งอำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน โทร. 053-653504 และ 06-1854683 การเดินทางใช้ถนนสายเชียงใหม่ – จอมทอง สังกัดป้ายบอกทางแยกไปอำเภอบ้านโฮ่งเตรียมเลี้ยวขวาตรงแยกไฟแดง ขับตรงไปประมาณ 4 กิโลเมตร จะพบตลาดด้านขวามือที่ชาวบ้านนำสินค้ามาจำหน่ายช่วงเช้าและเย็น ให้ชะลอหรือ หยุดรถและจะพบว่าที่ทำการสหกรณ์อยู่ตรงข้ามกับตลาดดังกล่าว (ภาพที่ 3.8)



ภาพที่ 3 8 ที่ตั้งสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด

ผู้นำคนสำคัญ

การบริหารงานสหกรณ์ปัจจุบัน ผู้ที่มีบทบาทและเป็นผู้นำคนสำคัญ 2 คน คือ นางกมลรัตน์ รอดเมธ (คุณส้ม) และนายประวิณ เตชะอินทร์ ทั้งสองเป็นประธานและเลขานุการ โดยคุณส้ม จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 แต่งงานแล้ว แต่ไม่มีบุตร เคยทำงานกับมูลนิธิโครงการหลวง แผนกแปรรูปอาหารทุกชนิดเป็นระยะเวลาประมาณ 4 ปี จากนั้นลาออกและเรียนทำ bakery และบัญชีในกรุงเทพมหานคร เมื่อมีความรู้จึงรับจ้างสอนทำอาหารให้กับพนักงานบริษัทเอกชนตามบริษัทต่าง ๆ เป็นระยะเวลาประมาณ 3 ปี ในปี 2534 รับราชการสังกัดศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานมีหน้าที่สอนอาหารแปรรูปเป็นระยะเวลา 2 ปี จึงลาออก และเป็นวิทยากรอิสระรับสอนการผลิตสินค้าแปรรูปเกษตรให้กับกลุ่มแม่บ้านต่างๆ ทั่วไปจนถึงปัจจุบัน ส่วนใหญ่ผู้ที่ว่าจ้างเป็นหน่วยงานของรัฐ เช่น กระทรวงแรงงาน กรมการพัฒนาชุมชน ฯลฯ จากประสบการณ์การสอนและภาระครอบครัวที่มีไม่มากทำให้เวลาและพร้อมทำงานให้กับสหกรณ์อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะความรู้ที่มีอยู่นำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และคุณภาพสินค้าของสหกรณ์ให้ดีขึ้น ทั้งนี้เป็นผู้ทำหน้าที่ควบคุมคุณภาพการผลิตของสหกรณ์

นายประวิณ เตชะอินทร์ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เคยรับราชการเป็นครู ก่อนลาออกในโครงการเกษียณอายุราชการก่อนกำหนด ตามนโยบายของรัฐบาลในปี 2545 และสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์และทำงานในตำแหน่งเลขานุการ ประกอบกับไม่มีภาระครอบครัวมากนัก โดยมีแม่บ้านคอยดูแลภารกิจต่างๆ ในบ้านและบุตรชายทำงานแล้ว

ทำให้นายประวิณมีเวลาทำงานและนำผลิตภัณฑ์ไปออกร้านแสดงสินค้าตามที่ต่างๆ ซึ่งต้องไปหลายวันโดยเฉพาะการออกร้านที่กรุงเทพ คณะกรรมการและสมาชิกรายอื่นไม่มีความสะดวกที่จะไปออกร้านขายสินค้า นอกจากนี้เมื่อสหกรณ์ขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนและมีเหตุจำเป็นเร่งด่วนต้องใช้เงิน นายประวิณใช้เงินทุนส่วนตัวสำรองจ่ายโดยไม่คิดดอกเบี้ยหรือค่าใช้จ่ายใดๆ และสหกรณ์ชำระคืนภายหลังเมื่อมีรายได้จากการขายสินค้า

3.3.2 ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์

สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด เดิมชื่อ “สหกรณ์สุราผลไม้และสมุนไพรเหล่าแมวลำพูน จำกัด จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลประเภทสหกรณ์การเกษตร เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2544 เลขทะเบียนสหกรณ์ที่ ก.028144 เลขทะเบียนข้อบังคับที่ ก.257644 ที่ตั้งสำนักงาน 231/1 หมู่ 6 ถนนท่าลี่-ม่วงโตน ตำบลวังผาง กิ่งอำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน สมาชิกแรกเข้าจำนวน 28 คน และทุนเรือนหุ้น 11,350 บาท ปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 30 พฤศจิกายน ของทุกปี เมื่อได้รับจดทะเบียนเป็นสหกรณ์ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ จึงได้ดำเนินการขออนุญาตผลิตสุราแช่พื้นบ้านชนิดสุราผลไม้ โดยดำเนินการตามประกาศกระทรวงการคลังว่าด้วยวิธีการบริหารงานสุรา (ฉบับที่ 3) และได้รับอนุญาตจากกรมสรรพสามิต ใบอนุญาตเล่มที่ 1551 เลขที่ 01 เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2545 เสียค่าธรรมเนียมปีละ 4,000 บาท โดยมีนางศิริพรรณ หมั่นแสน ประธานสหกรณ์และนายสวัสดิ์ หม่องกี เลขานุการเป็นผู้ขออนุญาต

ต่อมาได้ขอจดทะเบียนเปลี่ยนชื่อจากสหกรณ์สุราผลไม้และสมุนไพรเหล่าแมวลำพูน จำกัด เป็น “สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด” ตั้งแต่วันที่ 7 ตุลาคม 2545 และเปลี่ยนสถานที่ตั้งสำนักงานใหม่เป็น 225 หมู่ 1 ถนนท่าลี่-ม่วงโตน ตำบลวังผาง กิ่งอำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน เปิดรับสมาชิกใหม่และมีสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 71 คน หลังจากเปลี่ยนชื่อและที่ตั้งสำนักงานใหม่ สหกรณ์ต้องดำเนินการขออนุญาตก่อสร้างโรงงานใหม่เพื่อทำการผลิต และได้รับอนุญาตจากกรมสรรพสามิตให้ก่อสร้างโรงงานใหม่ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2546 โดยรายละเอียดในการขออนุญาต คือ สถานที่ตั้งสำนักงาน แผนที่สังเขป งบประมาณการลงทุนจำนวน 100,000 บาท จำนวนแรงงานที่ใช้ทำสุรา 6 คน เครื่องจักรอุปกรณ์ทำสุรารวมขนาด 3 แรงม้า และโครงสร้างต้นทุนการผลิตและราคา ณ โรงงาน

เมื่อได้รับอนุญาตผลิตสุราแช่ สหกรณ์ได้ส่งน้ำสุราเพื่อตรวจวิเคราะห์คุณภาพจำนวน 4 ชนิด ได้แก่ ไวน์ลำไย มะขามป้อม มะเฟือง และกระเจียบ ซึ่งผ่านการตรวจวิเคราะห์ทั้ง 4 ชนิด ในปี 2546 ดำเนินการส่งน้ำสุราเพื่อตรวจวิเคราะห์คุณภาพอีก 8 ชนิด ได้แก่ ไวน์ตะไคร้ น้ำผึ้ง เสาวรส ส้มหลอด กระท้อน ลูกยอ สมอ และสตروبอริ ผลการตรวจสอบ

ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมไวน์ (มอก.2089 – 2544) อนุญาตให้ผลิตและนำออกจำหน่ายได้

3.3.3 บทบาทของสหกรณ์ต่อชุมชน

สหกรณ์เข้าไปมีบทบาทต่อชุมชนในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ชาวบ้านในพื้นที่ขายผลผลิตได้ในราคาสูงขึ้น เพราะมีการแข่งขันรับซื้อผลผลิต ทำให้เกษตรกรมีทางเลือกขายสินค้าเพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดตลาดรับซื้อในท้องถิ่น ช่วยลดต้นทุนค่าขนส่งของเกษตรกรในการนำสินค้าไปจำหน่าย
2. การดำเนินงานของสหกรณ์ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้แก่คนในพื้นที่ทำให้คนอยู่กับชุมชน ลดปัญหาด้านสังคม มีเวลาอบรมบุตรหลานมากขึ้น

3.3.4 การจัดองค์กรและบริหารงานสหกรณ์

โครงสร้างการจัดองค์กรและบริหารงานคณะกรรมการ

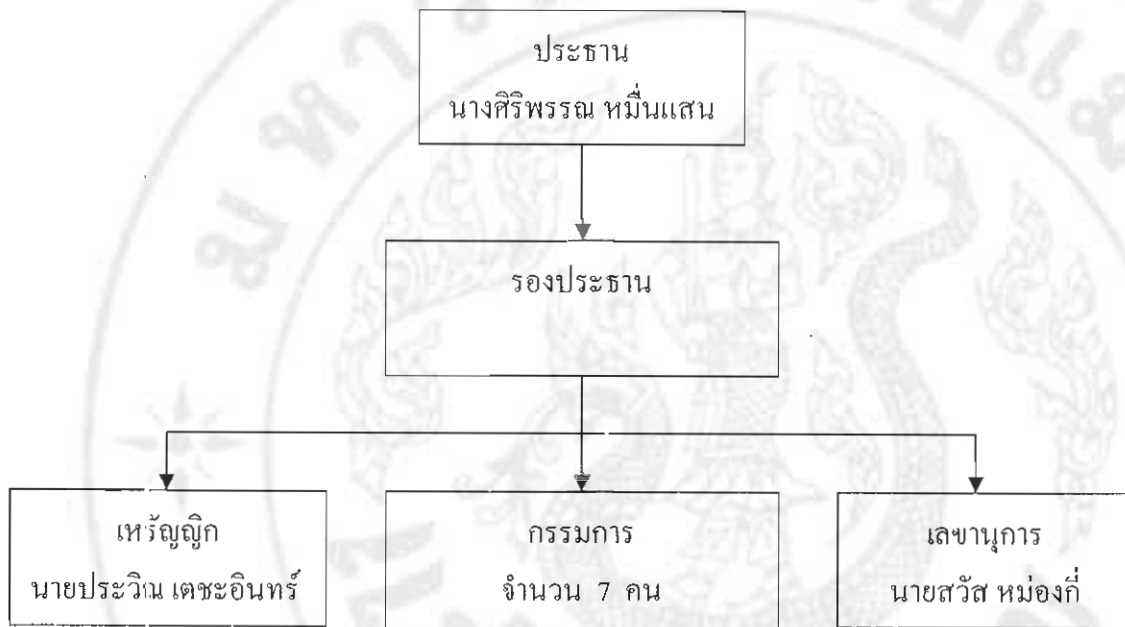
ในการดำเนินงานมีคณะกรรมการบริหารงานทั้งหมด 5 ตำแหน่ง ได้แก่ ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก และกรรมการ โดยการจัดรูปแบบโครงสร้างการทำงานของคณะกรรมการมาจากประสบการณ์ของประธานสหกรณ์ ซึ่งดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลป่าซางมาก่อน รูปแบบการบริหารงานมีดังนี้ (ภาพที่ 3.9)

โครงสร้างการบริหารและดำเนินงานสหกรณ์

ในการบริหารงานสหกรณ์ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน แบ่งการบริหารงานออกเป็น 2 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 ก่อตั้งครั้งแรก – กรกฎาคม 2545 ภายใต้การบริหารงานของนางศิริพรรณ หมั่นแสน เป็นประธาน โครงสร้างการบริหารงานประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เหรัญญิก เลขานุการ และกรรมการจำนวน 7 คน รวมทั้งหมด 11 คน ตามข้อบังคับระเบียบว่าด้วยกิจการสหกรณ์ ประธานสหกรณ์เป็นโดยตำแหน่งจากประธานแม่บ้านในขณะนั้น ส่วนกรรมการที่เหลือมาจากการแต่งตั้งที่คนในชุมชนรู้จักเป็นอย่างดี ให้ความเคารพเชื่อถือการบริหารงานในช่วงนี้อำนาจหน้าที่เกือบทั้งหมดเป็นของประธาน โดยเฉพาะการเงินที่ได้มาจากการจำหน่ายสินค้าประธานเป็นผู้ถือไว้เอง และไม่นำเงินบางส่วนฝากเข้าบัญชีในนามสหกรณ์ เหรัญญิกและคณะกรรมการไม่มีส่วนรับทราบการใช้จ่ายเงิน เนื่องจากประธานเป็นผู้ตัดสินใจแต่เพียงผู้เดียว ขณะเดียวกันว่าจ้างหลานสาวของตนเองเป็นผู้ทำบัญชีรับ – จ่าย ด้วยเหตุนี้ทำให้นักคณะกรรมการและสมาชิกบางส่วนไม่ไว้วางใจการบริหารงานของประธาน จึงทำให้เกิด

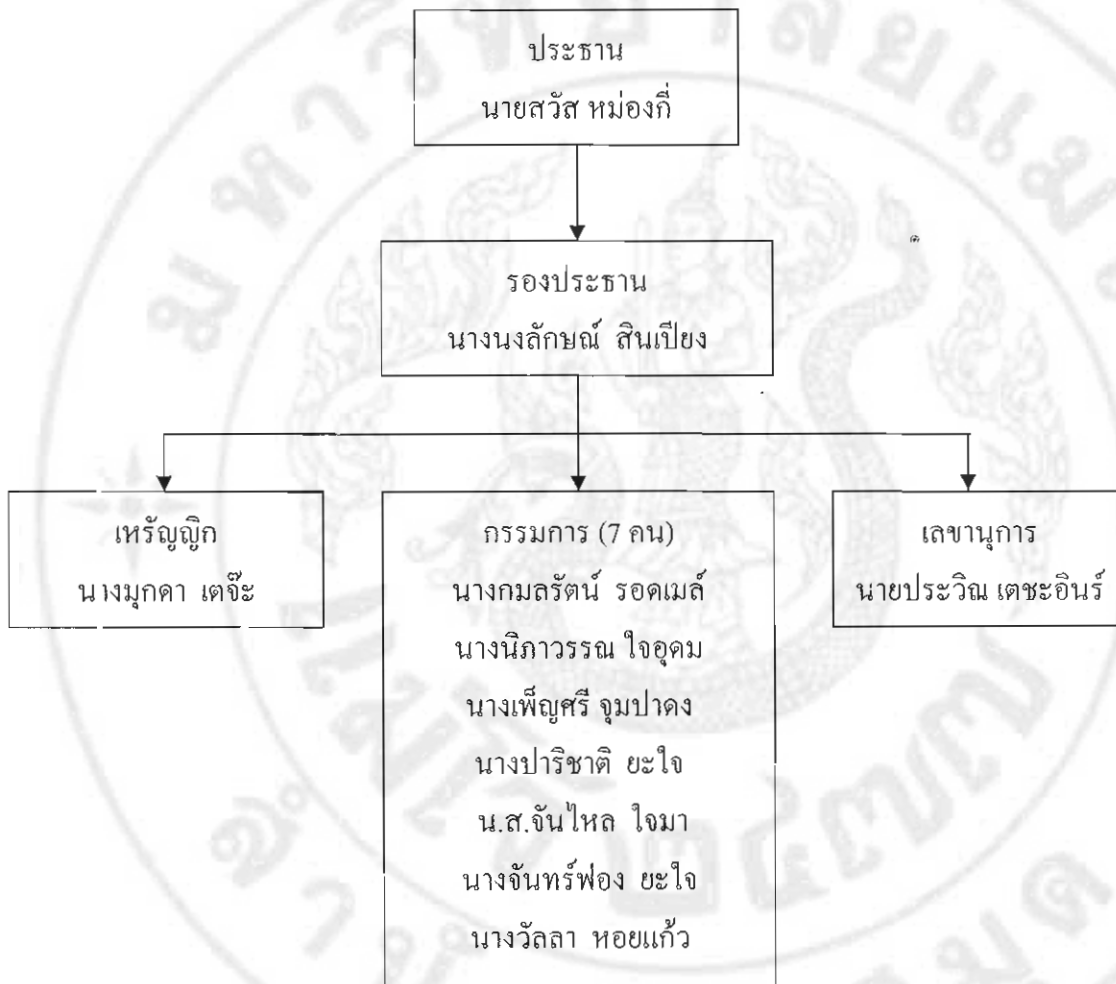
การเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนชื่อสหกรณ์จากสหกรณ์สุรากลั่นและสมุนไพรเหล่านมวาลำพูน จำกัด มาเป็นสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด เปลี่ยนสถานที่ผลิตจาก 231/1 หมู่ 6 บ้านของนางศิริพรรณ หมั่นแสน มาเป็น 225 หมู่ 1 สหกรณ์เช่าเดือนละ 4,000 บาท สำหรับเป็นที่ตั้งสำนักงานและผลิต และเปลี่ยนคณะกรรมการบริหารงานชุดใหม่ แต่ยังคงใช้โครงสร้างองค์กรแบบเดิม โดยนางศิริพรรณ ยังคงเป็นสมาชิกอยู่จนถึงปัจจุบัน (ภาพที่ 3.9)



ภาพที่ 3.9 โครงสร้างการจัดองค์กรและบริหารงานช่วงที่ 1

ช่วงที่ 2 ตุลาคม 2545 – ปัจจุบัน คณะกรรมการทั้งหมดมาจากกิ่งเลือกตั้งและกิ่งแต่งตั้ง เป็นผลมาจากปัญหาการบริหารงานช่วงแรก ส่งผลให้ทางสำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูนเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาและเรียกประชุม เพื่อสรรหาคณะกรรมการชุดใหม่ขึ้นมาบริหารงานแทนชุดเดิม จากความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องมีกรรมการเข้ามาแก้ไขปัญหาดำเนินงานสหกรณ์ต่อไป ดังนั้นกรรมการจึงมาจากกิ่งเลือกตั้งและกิ่งแต่งตั้ง จากความเห็นชอบของสมาชิกที่มาร่วมประชุม ณ ครั้งนั้นและเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์จังหวัดลำพูน ซึ่งพิจารณาตามความเหมาะสมและการยอมรับของคนในชุมชน กรรมการหลายตำแหน่งยังมาจากคณะกรรมการชุดเดิม อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการชุดนี้บริหารงานต่อมาประมาณ 4 เดือน นายสวัสดิ์ ประธาน ได้ยื่นใบลาออกจากการเป็นประธานคณะกรรมการดำเนินการ เนื่องจากมีปัญหาด้านสุขภาพ คณะกรรมการ

ส่วนใหญ่เห็นชอบให้นางกมลรัตน์ รอดเมธ (กรรมการ และผู้ควบคุมการผลิต) รักษาการประธาน สหกรณ์จากนั้น โดยไม่มีการแต่งตั้งหรือเลือกตั้งผู้เข้ามาดำรงตำแหน่งแต่อย่างใดจนถึงปัจจุบัน (ภาพที่ 3.10) การบริหารงานของคณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ในการว่าจ้างพนักงานประจำฝ่าย บัญชี และพนักงานชั่วคราวสำหรับทำหน้าที่ผลิต (ภาพที่ 3.11)



ภาพที่ 3.10 โครงสร้างการจัดองค์กรและบริหารงานช่วงที่ 2

4. นายประวิณ เตชะอินทร์ เลขานุการ ทำหน้าที่บริหารงานทุกด้าน โดยเฉพาะด้านวางแผนการผลิตและการตลาด ในการวางแผนการผลิตจะร่วมปรึกษาหารือกับประธานและแจ้งให้สมาชิกรวมกลุ่มผลิต ณ ที่ทำการสหกรณ์ ส่วนการตลาดตัดสินใจร่วมกับนายณรงค์นึ่งเขยเป็นตัวแทนจำหน่ายและออกร้านจำหน่ายสินค้าตามหน่วยงานต่างๆ ในนามสหกรณ์ และนายประวิณทำหน้าที่เป็นตัวแทนสหกรณ์ไปทำหน้าที่ช่วยขาย นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นตัวแทนสหกรณ์ร่วมประชุมกับหน่วยงานต่างๆ ให้การต้อนรับผู้ที่มาเยี่ยมชมกิจการ ตลอดจนเรียกประชุมคณะกรรมการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เกิดขึ้นจากการบริหารงาน และตัดสินใจในการว่าจ้างกรณีพิเศษ เช่น ปรับปรุงโรงเรือนสถานที่ผลิต หรือสำนักงานสหกรณ์

5. คณะกรรมการ 7 คน ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาและเข้าร่วมประชุม

6. ผู้ตรวจสอบกิจการ เพื่อให้การปฏิบัติงานสหกรณ์เป็นไปตามระเบียบแบบแผนข้อบังคับและวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ จึงต้องมีผู้ตรวจสอบกิจการ โดยทำการเลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่ ซึ่งกำหนดไว้ในข้อบังคับมีจำนวน 1 คน หรือมากกว่าหนึ่งคนก็ได้ อาจมาจากสมาชิกหรือบุคคลภายนอก โดยที่ประชุมใหญ่เห็นชอบ ในวันที่ 19 สิงหาคม 2545 สหกรณ์คัดเลือกผู้ตรวจสอบกิจการตามมติที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปีเห็นชอบให้มีผู้ตรวจสอบจำนวน 3 คน คือ นายอดิสร กันใหม่ นายสงวน กันทะดี และนางศรีพรรณ ปิ่นคำพิชัย เมื่อได้รับเลือกตั้งผู้ตรวจสอบทั้งหมดยังไม่เคยตรวจสอบการบริหารงานของคณะกรรมการแต่อย่างใด

สำหรับวาระการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการทั้ง 11 คน มีระยะเวลาการทำงาน 2 ปี จึงเลือกตั้งเข้ามาใหม่และกรรมการบางคนจากชุดเดิมมีโอกาสดูถูกเลือกหรือแต่งตั้งเข้ามาบริหารงานใหม่ได้เช่นกัน คณะกรรมการบริหารและดำเนินงานเป็นผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ดำเนินงานทั้งปวงของสหกรณ์ให้เป็นไปตามกฎหมายข้อบังคับ และปฏิบัติงาน คือ

1. ผู้ควบคุมสินค้าคงเหลือ โดยทำหน้าที่ลงทะเบียนสินค้าที่สหกรณ์ผลิตและรับซื้อใหม่จากสมาชิก รวมทั้งวัสดุการผลิตทุกชนิด โดยมีนายสงวน กันทะดี และนางมุกดา เตชะอินทร์เป็นผู้รับผิดชอบ

2. ผู้จัดการชั่วคราว ทำหน้าที่บริหารจัดการงานสหกรณ์และบริหารงานโรงงานผลิตจนกว่าสหกรณ์จะมีรายได้สามารถจ้างบุคคลภายนอกมาทำหน้าที่ โดยแต่งตั้งให้นายประวิณ เตชะอินทร์

3. ผู้ควบคุมคุณภาพ ทำหน้าที่ควบคุมการผลิตไวน์ให้ได้คุณภาพมาตรฐานอุตสาหกรรม คือ นางกมลรัตน์ รอดเมล์

4. อนุมัติจ้างพนักงานบัญชี โดยที่ประชุมอนุมัติให้จ้างนางสาวราตรี เทียวกันยะ เป็นพนักงานประจำสหกรณ์ อัตราค่าจ้างเดือนละ 3,000 บาท

เมื่อคณะกรรมการชุดที่ 2 เข้ามาบริหารงานได้มีการจัดจ้างพนักงานชั่วคราวฝ่ายผลิต ทำหน้าที่กรองไวน์และบรรจุขวด จำนวน 6 คน พนักงานชายได้รับค่าจ้างวันละ 150 บาท และหญิงวันละ 120 บาท

ในการบริหารงานคณะกรรมการกำหนดระเบียบถือปฏิบัติเพื่อใช้ในการบริหารจัดการงานสหกรณ์ รวม 7 ระเบียบ ดังต่อไปนี้

1. ระเบียบว่าด้วยกลุ่มสมาชิก พ.ศ. 2546
2. ระเบียบว่าด้วยจัดหาสิ่งของที่สมาชิกต้องการมาจำหน่าย พ.ศ. 2546
3. ระเบียบว่าด้วยการรวบรวมผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์ของสมาชิก พ.ศ. 2546
4. ระเบียบว่าด้วยการทำการต่างๆ เกี่ยวกับทรัพย์สินของสหกรณ์
5. ระเบียบว่าด้วยการรับจ่ายและเก็บรักษาเงิน พ.ศ. 2546
6. ระเบียบว่าด้วยคณะกรรมการ พ.ศ. 2546
7. ระเบียบว่าด้วยการเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการ พ.ศ. 2546

อย่างไรก็ตามตั้งแต่ก่อตั้งจนถึงปัจจุบันคณะกรรมการมีการประชุมเพื่อพิจารณาเกี่ยวกับกิจการสหกรณ์ รวมทั้งควบคุม ติดตามผลการดำเนินงาน จากการสัมภาษณ์พบว่าคณะกรรมการไม่ได้ปฏิบัติตามข้อบังคับที่กำหนดให้คณะกรรมการประชุมอย่างน้อยเดือนละครั้ง โดยในปี 2544 ระยะเวลาในการดำเนินงานตั้งแต่สิงหาคม 2544 - พฤศจิกายน 2544 จำนวน 4 เดือน คณะกรรมการมีการประชุม 2 ครั้ง คณะกรรมการมาประชุมเฉลี่ย 8 คนต่อครั้ง ต่อมาปี 2545 ระยะเวลา 12 เดือน คณะกรรมการดำเนินการประชุม 7 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย 8 คนต่อครั้ง และปี 2546 ทั้งปีประชุมจำนวน 6 ครั้ง มีผู้เข้าประชุมเฉลี่ย 7 คนต่อครั้ง แต่ถ้าเป็นเรื่องไม่เร่งด่วนและไม่สำคัญจะใช้วิธีการบอกต่อๆ กัน หรือเมื่อคณะกรรมการมีโอกาสดพบกัน

ปัญหาการจัดการองค์กร

จากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการและพนักงานบางตำแหน่งไม่ตรงตามหน้าที่ และบางตำแหน่งไม่ได้ระบุหน้าที่อย่างชัดเจน จากการวิเคราะห์แยกประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1. จากโครงสร้างการบริหารองค์กรจะเห็นได้ว่า ไม่มีกรรมการฝ่ายผลิต และฝ่ายตลาด หรือส่งเสริมการขาย รับผิดชอบหน้าที่โดยตรง แต่มอบหมายให้นายประวิณ เป็นผู้รับผิดชอบด้านการตลาด และแต่งตั้งให้นายณรงค์น้องเขยเป็นผู้แทนจำหน่ายนำผลิตภัณฑ์ไปขายในนามสหกรณ์ และตนเองต้องไปทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยขายในทุกๆ งานที่ไปออกร้านจำหน่าย จาก

การแต่งตั้งผู้แทนขายในนามสหกรณ์ อาจทำให้สมาชิกไม่มีโอกาสหรือไม่กล้าพอที่จะออกร้านขายสินค้าด้วย หรือบางส่วนคิดว่าไม่ใช่หน้าที่ของตนเอง สิ่งเหล่านี้อาจเป็นข้อจำกัดในการพัฒนาบุคลากรของกิจการเอง การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ ถึงแม้ว่านายประวิณ จะเป็นผู้ไปออกร้านเป็นประจำ เมื่อนำสิ่งที่พบเห็นมาบอกกล่าวแก่สมาชิกอาจไม่เห็นด้วย เพราะไม่เข้าใจเพียงพอ หรือมองไม่เห็นภาพของการพัฒนากิจการ ฉะนั้นกิจการควรออกร้านจำหน่ายสินค้าเป็นของตนเองและเปิดโอกาสให้สมาชิกหมุนเวียนผลัดเปลี่ยนไปออกร้าน เป็นโอกาสได้เรียนรู้ทราบภาวะตลาด และทำให้มีส่วนร่วมในการบริหารงานสหกรณ์ ตลอดจนเป็นการฝึกอบรมบุคลากรอีกด้วย

2. ผู้ตรวจสอบกิจการ ไม่ได้ทำหน้าที่ในการตรวจสอบการบริหารงานของคณะกรรมการตามที่สมาชิกให้ความไว้วางใจมอบหมายในการทำหน้าที่ อาจทำให้สมาชิกเกิดความสงสัยในการบริหารงานของคณะกรรมการ จนส่งผลถึงความมั่นคงในการบริหารสหกรณ์

3. จากโครงสร้างการบริหารและดำเนินงานสหกรณ์ หน้าที่ต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นของนายประวิณ รวมทั้งการตัดสินใจในเรื่องสำคัญและการดำเนินกิจกรรมการตลาด หากนายประวิณไม่สบายหรือไม่สามารถทำหน้าที่ตลาด หรือลาออก จะส่งผลถึงการดำเนินงานสหกรณ์ทันที โดยเฉพาะการบริหารงานที่พึ่งพารายได้ส่วนใหญ่มาจากการออกร้านขายสินค้า เมื่อหยุดการออกร้านก็จะไม่มีรายได้มาหมุนเวียนใช้จ่ายกิจการที่ต้องมีค่าใช้จ่ายประจำทุกเดือน

4. คณะกรรมการและสมาชิกไม่มีความพร้อมเพียงในการบริหารงาน จากการประชุมที่ผ่านมาคณะกรรมการและสมาชิกไม่ให้ความร่วมมือเข้าประชุมเท่าที่ควร จึงทำให้ไม่ทราบข้อประชุมทั้งหมด อาจเกิดข้อสงสัยและพูดถึงการบริหารงานของคณะกรรมการในทางที่ไม่ดี

3.3.5 แหล่งให้การสนับสนุนและช่วยเหลือสหกรณ์

ตั้งแต่ก่อตั้งจนถึงปัจจุบันหน่วยงานที่เข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนมีเพียงหน่วยงานเดียว คือ องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน (อบจ.) ให้ยืมอุปกรณ์การผลิต โดยเซ็นสัญญายืมปีต่อปี เครื่องมือทั้งหมดประกอบด้วย

1. เครื่องอัดผ้าจีบ	จำนวน	1	เครื่อง
2. เครื่องกรอง	จำนวน	1	เครื่อง
3. เครื่องบดข่อย	จำนวน	1	เครื่อง
4. เครื่องสับดะกอก	จำนวน	1	เครื่อง
5. เครื่องพลาสติกเจอร์ไรด์	จำนวน	1	เครื่อง

6. เครื่องคันน้ำ	จำนวน	1	เครื่อง
7. หม้อต้มสุญญากาศ	จำนวน	1	ใบ

3.3.6 ศักยภาพการพัฒนาของสหกรณ์

1. การฝึกอบรมและให้ความรู้เรื่องการบริหารจัดการองค์กรแก่คณะกรรมการและสมาชิกสหกรณ์ ซึ่งแต่ละคนมีโอกาสถูกเลือกเข้ามาบริหารงานเมื่อคณะกรรมการชุดเก่าหมดวาระลง ฉะนั้นการฝึกอบรมจะช่วยให้มีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติในหน้าที่แต่ละตำแหน่งได้เป็นอย่างดี

2. การศึกษาดูงานบริษัทหรือกลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กรและนำข้อดีต่าง ๆ ของกิจการเหล่านั้นมาปรับปรุงแก้ไขการบริหารงานของสหกรณ์

3. ร่วมมือกับกิจการอื่น ๆ สร้างเป็นกลุ่มเครือข่าย และแลกเปลี่ยนความรู้ในการบริหารงานซึ่งกันและกัน เพราะบางปัญหาอาจเคยเกิดขึ้นแล้วในกลุ่มอื่นและสามารถแก้ไขได้ แต่ปัญหาเดียวกันอาจกำลังเกิดขึ้นในอีกกิจการหนึ่ง โดยการเรียนรู้และแก้ไขปัญหาร่วมกันจะก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่

บทที่ 4
การผลิต

4.1 การผลิตของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด

4.1.1 ผลิตภัณฑ์

สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด ในปี 2544 และ 2545 ทำการผลิตสินค้าทั้งหมด 29 ชนิด บางชนิดจำหน่ายไม่หมดยังคงค้างจนถึงปี 2546 และบางชนิดไม่เป็นที่นิยมของลูกค้าจึงหยุดผลิต ส่วนปี 2547 สหกรณ์มีเป้าหมายที่จะผลิตเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ขายดีในสองปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 4.1) ลวณสินค้าที่ผลิตบรรจุขวดออกจำหน่ายใน 3 ขนาด คือ ขวดขนาด 750 , 630 และ 330 ml. (ภาพผนวก ก รูปที่ ก1)

ตารางที่ 4.1 ผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด

ผลิตภัณฑ์	ปีที่ผลิต			
	2544	2545	2546	เป้าหมาย 2547
1. ลำไยสด	✓	✓	✓	✓
2. ลำไยแห้ง	✓	✓	✓	✓
3. ลิ้นจี่สด	✓	✓	✓	✓
4. ลิ้นจี่แห้ง	✓	✓	✓	✓
5. กระชายดำ	✓	✓	✓	✓
6. ลูกหว้า	✓	✓	✓	✓
7. กระเจี๊ยบ	✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	✓	✓
8. สมุนไพร	✓	✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	
9. ลูกยอ		✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	
10. กลั้วหอม		✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	
11. มะขามป้อม		✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	
12. มะปราง	✓	ยังคงค้างและจำหน่าย		
13. กระเทียม	✓	ยังคงค้างและจำหน่าย		
14. ระกำ,	✓	ยังคงค้างและจำหน่าย		
15. บัว	✓	ยังคงค้างและจำหน่าย		
16. เซอร์รี่		✓		

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	ปีที่ผลิต			
	2544	2545	2546	เป้าหมาย 2547
17. มะม่วง		✓		
18. สับปะรด		✓		
19. มะเฟือง	✓			
20. เสาวรส	✓			
21. ส้มหลอด	✓			
22. ชมพู่	✓			
23. กลิ้วน้ำหว่า	✓			
24. ขนุน	✓			
25. ฝรั่ง	✓			
26. จิง	✓			
27. กระจับ(แกง)	✓			
28. ระกำ	✓			
29. บัว	✓			

หมายเหตุ: ✓ หมายถึงปีที่ทำการผลิต

□ ไม่มีการผลิต

4.1.2 การบริหารและการวางแผนการผลิต

การบริหารการผลิต

การบริหารการผลิตทั้งหมด อยู่ภายใต้การจัดการของนางอุษา วีระสระ รองประธานสหกรณ์ โดยมีคณะกรรมการ 3 คน เป็นฝ่ายจัดหาและซื้อปัจจัยการผลิต ได้แก่ นางรอยพิมพ์ บุญทาร์ักษ์, นายอินแก้ว โอชาวัฒน์ และนางสุรีย์ สมบูรณ์ชัย แต่อำนาจการตัดสินใจซื้อขั้นสุดท้ายขึ้นอยู่กับนางอุษา และในการผลิตสหกรณ์จ้างพนักงานฝ่ายผลิต ปฏิบัติหน้าที่ในโรงงานจำนวน 6 คน ทั้งหมดเป็นคนในท้องถิ่น บางรายเป็นสมาชิกสหกรณ์ การปฏิบัติงานอยู่ภายใต้การสั่งงานของนางอุษา โดยทุกคนสามารถทำงานแทนกันได้ในทุกหน้าที่

การวางแผนการผลิต

นางอุษาเป็นผู้วางแผนการผลิต โดยผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ลำไย ลิ้นจี่ กระจ่างดำ ลูกหว้า และกระเจี๊ยบ จัดซื้อวัตถุดิบในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวก็กคุณเก็บไว้ใช้ผลิตตลอดปี หากไม่เพียงพอจะซื้อเพิ่มจากสมาชิกหรือชาวบ้านในหมู่บ้าน สำหรับการวางแผนกำลังการผลิตไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับสินค้าชนิดใดขายดีนางอุษา จะสั่งผลิตเพิ่ม แต่ส่วนใหญ่สินค้าหลักทำการผลิตในปริมาณมาก (ขนาด 500 – 1,600 ลิตร) และทยอยนำออกจำหน่าย ถ้าชนิดใดในโกดังผลิตลดลงเหลือ 200-300 ลิตร จึงผลิตและหมักเพิ่ม ในปี 2546 กิจกรรมผลิตเพิ่มเพียงเล็กน้อย เพราะมีสินค้าบางส่วนเหลือจากปี 2545 นอกจากนี้เป็นการทดลองผลิตวัตถุดิบตัวใหม่ และนำออกจำหน่ายทดลองตลาด สหกรณ์ทำการผลิตในปริมาณน้อยและทำการหมักในถังน้ำดื่มขนาด 20 ลิตร หากขายดีเป็นที่ต้องการของตลาด จึงจะผลิตเพิ่ม อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ใหม่ทดลองผลิตเป็นการลองผลิตลองถูกในช่วงปี 2544 – 2545 (ตารางที่ 4.1) เมื่อถึงปี 2546 และแนวโน้มการผลิตปี 2547 กิจกรรมจะทำการผลิตเฉพาะสินค้าตัวหลักที่ขายดีติดตลาดแล้ว

4.1.3 การจัดหาปัจจัยการผลิต

วัตถุดิบ

วัตถุดิบหลัก เป็นผลผลิตทางการเกษตรที่ใช้ในการผลิตไวน์แต่ละชนิด ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะสินค้าที่ผลิตไวน์ตัวหลักที่ขายดี ได้แก่ ลำไย ลิ้นจี่ กระจ่างดำ ลูกหว้า และกระเจี๊ยบ การจัดหา มีคณะกรรมการทำหน้าที่จัดซื้อ 3 คน คือ นางรอยพิมพ์ บุญธารักษ์, นายอินแก้ว โอชาวัฒน์ และนางสุรีย์ สมบูรณ์ชัย ทั้งสามคนเป็นผู้คัดเลือกวัตถุดิบเบื้องต้นที่สมาชิกหรือชาวบ้านนำมาเสนอขาย เมื่อเป็นที่พอใจของฝ่ายจัดซื้อคนใดคนหนึ่งจะนำวัตถุดิบที่ได้ไปให้นางอุษา เป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพ และตัดสินใจซื้อขั้นสุดท้าย โดยการตรวจสอบวัตถุดิบมีรายละเอียดดังนี้

1. ลำไยสด ใช้สำหรับผลิตไวน์ขาวซื้อผลสดที่แก่จัดเกรด A พันธุ์อู่เบี้ยวเขียวจะให้คุณภาพสินค้าที่ดี หากเป็นพันธุ์อื่นให้คุณภาพด้อยกว่า การทดสอบคุณภาพวัตถุดิบโดยแกะเปลือกออกดูคุณภาพเนื้อต้องหนา เมล็ดเล็ก คมแล้วมีกลิ่นหอมของลำไย ทดสอบการชิมเพื่อดูรสชาติหวานจัดของน้ำตาลฟรุ๊ตโตส ถ้ามีปริมาณมากและคุณสมบัติครบตามข้างต้นจึงสั่งซื้อที่ผ่านมาสั่งซื้อเฉพาะช่วงฤดูเก็บเดือนกรกฎาคม – กันยายน เท่านั้น

2. ลำไยแห้ง ใช้ผลิตไวน์แดง ซื้อมีลำไยอบแห้งพร้อมทั้งเปลือกเรียบร้อยแล้ว ตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้น ดูจากเปลือกของลำไยต้องไม่มีแมลงเจาะ ไม่มีควันของฟืนและสารกำมะถันที่ใช้เป็นส่วนประกอบของการอบแห้งตกค้าง จากนั้นแกะเปลือกดูคุณภาพของสีต้องเป็นสีแดงคล้ำ เพราะเมื่อนำไปผลิตจะให้สีของผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม เนื้อของลำไยหนา คมแล้วมีกลิ่น

หอมของลำไยและควั่นไฟที่อบ เมื่อชิมให้รสชาติที่หวานจัดของน้ำตาลฟลักโตส ถ้ามีคุณสมบัติตามข้างต้นจึงสั่งซื้อ แต่เมื่อดมดูแล้วมีกลิ่นของกำมะถันปะปนอยู่สหกรณ์จะไม่ซื้อสินค้านั้น

3. ถิ่นจีสด ใช้ผลิตไวน์ขาว สั่งซื้อจากชาวบ้านในชุมชนที่เป็นแม่ค้าคนกลาง หรือผู้ที่มีส่วนในอำเภอฝาง หรือจังหวัดเชียงราย เป็นผู้นำวัตถุดิบมาให้ดูและตรวจสอบคุณภาพ ต้องเป็นสินค้าเกรด A ลูกโต เนื้อหนา เมล็ดเล็ก ทดสอบโดยการชิมให้รสชาติเปรี้ยวอมหวาน และถ้ามีคุณภาพดังกล่าวจึงสั่งซื้อ ที่ผ่านมาสั่งซื้อช่วงฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิตเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม

4. ถิ่นจีแห้ง ผลิตไวน์แดง การคัดคุณภาพดูจากความสะดวกของวัตถุดิบ ต้องไม่มีเศษวัสดุและสิ่งปนเปื้อน สีของเนื้อถิ่นจีเป็นสีน้ำตาลเข้ม เนื้อหนา ดมดูมีกลิ่นหอม เมื่อชิมมีรสชาติไม่เปลี่ยนไปจากถิ่นจีสด หากมีคุณภาพตามต้องการจึงสั่งซื้อ

5. กระจายคำ ซื้อจากสมาชิกที่เป็นแม่ค้าคนกลาง ค้าขายสินค้าเกษตร แม่ค้าเหล่านี้ซื้อกระจายคำจากจังหวัดเลยมาจำหน่ายแก่สหกรณ์ ช่วงแรกที่ทำกรผลิตฝ่ายสั่งซื้อยังไม่มีความรู้เรื่องการคัดคุณภาพวัตถุดิบ ขณะเดียวกันแม่ค้าที่นำมาขายให้ก็ไม่มีความรู้ในคุณภาพสินค้าเช่นกัน ดังนั้นวัตถุดิบที่ซื้อในช่วงนั้น จึงมีกระจายคำทั้งตัวผู้และตัวเมีย เมื่อนำมาผลิตไวน์จึงให้คุณภาพไม่ดี สีไม่สวย และรสชาติไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ต่อมาประมาณกลางปี 2545 มีผู้รู้ได้แนะนำการคัดเลือกคุณภาพสินค้าให้กับฝ่ายจัดซื้อ ถึงการแยกกระจายคำตัวผู้และตัวเมีย โดยสังเกตจากข้อต่อของหัวกระจาย (เหง้า) กลิ่น สี และรสชาติ โดยกระจายคำตัวผู้เหง้าหรือหัวจะเล็กเกาะกันเป็นกระจุก มีกลิ่นฉุน เมื่อผ่าหัวออกดูมีสีม่วงเข้ม และทดสอบโดยการเคี้ยวจะให้รสชาติฝาด ซึ่งกระจายคำตัวผู้ให้คุณภาพไวน์ดีกว่าตัวเมีย ราคาซื้อขายในตลาดก็สูงกว่า ส่วนตัวเมียมีคุณสมบัติตรงข้ามกับตัวผู้ทุกประการ ในปี 2546 ยังไม่มีการสั่งซื้อ เพราะมีวัตถุดิบเหลือจากปี 2545 ราคารับซื้อช่วงต้นปีนี้กระจายคำตัวผู้กิโลกรัมละ 120 บาท และปลายปีกิโลกรัมละ 500 บาท

6. ลูกหว่า หรือมะเกี๋ยง (ภาษาถิ่น) ซื้อจากชาวบ้านในชุมชนที่ปลูกไว้บริโภคในครัวเรือน เมื่อเหลือจึงนำมาขาย สหกรณ์ซื้อเฉพาะช่วงฤดูกาลเดือนกรกฎาคม ในปี 2546 ซื้อในราคา กิโลกรัมละ 15 บาท การคัดคุณภาพวัตถุดิบ เลือกเฉพาะผลใหญ่ แก่จัด ลักษณะสีแดงปนดำ เมื่อชิมดูจะให้รสชาติเปรี้ยวอมหวาน ถ้ามีวัตถุดิบตรงตามที่ต้องการจึงสั่งซื้อ

7. กระจับบ สั่งซื้อจากแม่ค้าคนกลางที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ แม่ค้าเหล่านี้ซื้อกระจับบแห้งจากจังหวัดอุดรธานีมาจำหน่าย การคัดคุณภาพของสหกรณ์ไม่ยุ่งยากมากนัก หากไม่

มีสิ่งปนเปื้อนในวัตถุดิบ ดูแล้วเป็นของใหม่และมีสีแดงจัดถึงแดงเข้ม เพราะเมื่อใช้ผลิตให้สีไวน์แดงสวยงาม ช่วงเวลาจัดหาและสั่งซื้อแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.2

วัตถุดิบรอง คือ วัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตไวน์ (ตารางที่ 4.2) ซึ่งมีดังนี้

1. น้ำตาลทราย ซื้อจากตลาดในชุมชน ใช้สำหรับปรับคุณภาพไวน์ให้มีรสหวาน ตามมาตรฐานของสหกรณ์ ซื้อในราคา กิโลกรัมละ 13.50 บาท
2. ยีสต์ ใช้สำหรับหมักวัตถุดิบหลักให้เป็นไวน์ ซื้อในราคา กิโลกรัมละ 8,000 บาท (ภาคผนวก ก รูปที่ ก.2)
3. โปรแตสเซียม เมทคาไบซัลไฟร์ (KMS) ซื้อจากร้านเวชวิทย์ข้างโรงพยาบาล ตานนา จังหวัดเชียงใหม่ (ภาคผนวก ก รูปที่ ก.3)
4. กรดแทนนิน เป็นตัวปรับวัตถุดิบที่หมักให้ได้ไวน์ที่มีรสฝาด เพราะทำมาจากเปลือกมัลลาคู ซื้อจากร้านเวชวิทย์ ราคา กิโลกรัมละ 80 บาท (ภาคผนวก ก รูปที่ ก.3)
5. กรดซิตริก ใช้ปรับคุณภาพไวน์ให้มีรสเปรี้ยว ซื้อจากร้านเวชวิทย์
6. แก๊ส ใช้คั้นน้ำเพื่อหมักวัตถุดิบ ซื้อจากร้านค้าในชุมชน

ตารางที่ 4.2 ช่วงเวลาจัดหาวัตถุดิบ

ผลิตภัณฑ์	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
วัตถุดิบหลัก												
1. ลำไยสด							←→					
2. ลำไยแห้ง	←						←→					→
3. ลิ้นจี่สด						←→						
4. ลิ้นจี่แห้ง	←					←→						→
5. กระจ่าง	←	→										→
6. ลูกหว้า						←→						
7. กระจ่าง	←											→
วัตถุดิบรอง												
1. น้ำตาลทราย	←											→
2. ยีสต์	←											→
3. โปรแตสเซียม เมทคาไบซัลไฟร์	←											→
4. กรดแทนนิน	←											→
5. กรดซิตริก	←											→
6. แก๊ส	←											→

หมายเหตุ: ←→ จัดซื้อประจำและจำนวนมาก
 ←--> จัดซื้อต่อเมื่อหมดคลังหรือใกล้จะหมด

วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักรและโรงเรือน

วัสดุ ที่ใช้ในการผลิตอายุการใช้งานไม่เกิน 1 ปี ในการจัดหาและสั่งซื้อนางอุษาจะเป็นผู้พิจารณา และขอให้ฝ่ายการเงินหรือตลาดเป็นผู้จัดซื้อให้ ถ้าเป็นการสั่งซื้อปริมาณมากจะปรึกษารื้อกับคณะกรรมการ หรือประธานก่อนตัดสินใจสั่งซื้อ

เครื่องจักรและอุปกรณ์ การผลิตที่สหกรณ์ใช้มีอายุมากกว่า 1 ปี ซึ่งมาจากทั้งที่สหกรณ์จัดซื้อเองและจากการสนับสนุนของหน่วยงานต่างๆ ส่วนที่กิจการเป็นผู้จัดซื้อเองมีทั้งชำระเป็นเงินสดและซื้อเชื่อผ่อนเป็นรายเดือน สินค้าที่ผ่อนชำระซื้อจากร้าน M&P ของนายขยัน วิพรหมชัย ประธานสหกรณ์และนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอุโมงค์ โดยเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ผลิตมีรายละเอียด (ตารางที่ 4.3 และภาคผนวก ก)

โรงเรือน สหกรณ์เช่าสถานที่เอกชน เป็นสถานที่ดำเนินการทั้งการผลิต ห้องแสดงสินค้าและจัดจำหน่าย ค่าเช่าปีละ 50,000 บาท

ตารางที่ 4.3 วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือนของสหกรณ์อุโมงค์ลำพูน จำกัด

วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือน	จำนวน	ราคารวม (บาท)	แหล่งที่มา	ปีที่ได้มา	อายุการใช้งาน (ปี)	ลักษณะการใช้งาน
วัสดุ (อายุใช้งานไม่เกิน 1 ปี)						
1. แผ่นกรอ ๑	45	2,430	ซื้อเอง	2545	1	กรองไวน์
2. ถุงมือ	36	1,260	"	2545	1	สวมใส่ระหว่างผลิต
3. ตะกร้าใส่ผลไม้	10	350	ประธาน	2545	1	ใส่วัตถุดิบ
4. ตะกร้าใส่ผ้า	6	300	ซื้อเอง	2545	1	ใส่วัตถุดิบ
5. ตะกร้าใส่ขยะ	6	360	"	2545	1	ใส่ขยะ
6. เก้าอี้นั่งพลาสติกเล็ก 4 ขา	6	150	"	2545	1	นั่งทำงาน
7. ไม้ถูพื้น	2	140	"	2545	1	ทำความสะอาด
8. ตะกร้าไม้ไผ่	4	80	"	2545	1	ซ้อนวัตถุดิบที่ต้ม
9. กระชอนจาวใหญ่	5	350	"	2545	1	คนและคัดวัตถุดิบ
10. กระชอนเตาเล็ก	3	330	"	2545	1	คนและคัดวัตถุดิบ
11. สายยางซิลิโคน	3	30	"	2545	1	ดูดถ่ายไวน์ถึงขนาด 20 ลิตร
12. ถาลักน้ำพลาสติก	1	20	"	2545	1	ดูดน้ำผักน้ำ
13. ถังน้ำพลาสติกเบอร์ 3	2	160	"	2545	1	ใส่น้ำ
14. ปลั๊กไฟ	3	390	"	2545	1	เสียบไฟฟ้า

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือน	จำนวน	รวมรวม (บาท)	แหล่งที่มา	ปีที่ ได้มา	อายุการ ใช้งาน (ปี)	ลักษณะการใช้งาน
อุปกรณ์ - เครื่องจักร						
1. ถังน้ำพลาสติกขนาด 20 ลิตร	15	450	ซื้อเอง	2544	3	ใส่น้ำ
2. กระบวยพลาสติก	2	200	"	2544	5	คนวัดดูดิบ
3. กรวยสแตนเลสใหญ่	4	800	"	2544	5	กรอกไวน์ใส่ถัง 20 ลิตร
4. กรวยสแตนเลสเล็ก	4	600	"	2544	5	กรอกไวน์ใส่ขวด
5. ไม้ฝายค้ำไม้	2	100	"	2544	6	คนไวน์ในถังหมัก
6. ไม้ฝายพลาสติก	4	100	"	2544	5	คนไวน์ในถังหมัก
7. มีด	7	700	"	2544	3	ผลิต
8. ตาชั่ง 15 กก.	1	650	"	2544	5	ชั่งผลิตภัณฑ์
9. ตาชั่ง 60 กก.	1	1,050	"	2545	5	ชั่งผลิตภัณฑ์
10. กระติกน้ำแข็ง 10 ลิตร	2	240	"	2545	2	ใส่น้ำ
11. โต๊ะพลาสติก	1	500	"	2544	3	ทำงาน
12. เก้าอี้เหล็ก	6	420	"	2545	2	นั่งทำงาน
13. โต๊ะทำงานฝ่ายผลิต	3	1,900	"	2544	5	ทำงาน
14. ตู้เก็บเอกสาร	2	2,400	"	2544	5	เก็บเอกสารการผลิต
15. ชั้นวางหนังสือ	1	900	"	2545	7	วางหนังสือและวารสาร
16. หม้ออบกร 40	4	1,200	"	2544	5	ต้มวัตถุดิบ
17. หม้ออบกร 60	4	4,800	"	2544	5	ต้มวัตถุดิบ
18. ชั่ง	1	450	"	2544	5	นึ่งผ้าขาวเพื่อจุ่มเชื้อ
19. รองเท้าบูต	5	275	"	2545	2	สวมใส่ในการผลิต
20. กาต้มน้ำ	1	130	"	2544	3	ต้มน้ำร้อนลวกฆ่าเชื้อในขวด
21. ทัพพีอลูมิเนียม	2	120	"	2545	2	ตักวัตถุดิบ
22. ทัพพีสแตนเลส	2	200	"	2544	5	ตักวัตถุดิบ
23. สายยางขนาด 5 นิ้ว (ม.)	20	2,500	"	2544	3	ดูดเปลี่ยนถ่ายไวน์ระหว่างถัง
24. สายยางขนาด 0.5 นิ้ว (ม.)	20	300	"	2544	5	ล้างอุปกรณ์การผลิต
25. กะละมังพลาสติก	2	160	"	2544	4	ล้างอุปกรณ์และวัตถุดิบ
26. รถเข็น	2	1,900	"	2544	6	ขนวัตถุดิบและถังไวน์
27. พัดลม	4	6,800	"	2545	6	ใช้ผลิต
28. เครื่องวัดแอลกอฮอล์	1	15,000	ยืมเทศบาล ตำบลอุโมงค์	2544	3	วัดแอลกอฮอล์
29. เครื่องวัดน้ำตาล	1	15,000	"	2544	3	วัดน้ำตาล
30. เครื่องปั่นน้ำผลไม้	1	1,500	"	2544	3	บดผลไม้ก่อนหมักไวน์
31. เครื่องคั้นน้ำผลไม้	1	1,500	"	2544	3	คั้นน้ำผลไม้ก่อนหมัก
32. ถังหมัก สแตนเลส 1,600 ลิตร	31	275,900	ซื้อเอง-บริจาค	2545	10	หมักไวน์

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือน	จำนวน	ราคารวม (บาท)	แหล่งที่มา	ปีที่ได้มา	อายุการใช้งาน (ปี)	ลักษณะการใช้งาน
33. ถังหมัก ขนาด 1,250 ลิตร	9	65,250	ซื้อเอง-บริจาค	2545	10	หมักไวน์
34. ถังหมัก ขนาด 700 ลิตร	4	22,000	“	2545	10	“
35. ถังหมัก ขนาด 650 ลิตร	3	13,500	“	2545	10	“
36. ถังหมัก ขนาด 500 ลิตร	1	3,500	“	2545	10	“
37. ถังหมัก ขนาด 200 ลิตร	15	15,000	“	2544	5	“
38. ถังหมัก ขนาด 20 ลิตร	1,295	64,750	“	2544	2	“
39. ถังหมัก ขนาด 500 ลิตร	27	62,100	“	2544	5	“
40. เครื่องสูบน้ำ	2	2,400	ซื้อเอง	2544	5	ดูดเปลี่ยนถ่ายไวน์ที่หมัก
41. เครื่องอัดฟาง	1	4,000	“	“	5	ปิดฝาขวด
42. เครื่องอัดลูกคอร์ก	1	6,500	ซื้อเอง	2545	5	ปิดปากขวด
43. เครื่องกรอง	1	48,000	สำนักงาน สหกรณ์ จังหวัดลำพูน	2544	5	กรองไวน์
44. เครื่องซี	1	1,200	“	“	4	เป่าพลาสติกปิดปากขวด
45. เครื่องกรองไวน์ 20 Plate	1	180,000	“	2546	5	กรองไวน์
46. เครื่องบรรจุไวน์กึ่งอัตโนมัติ	1	65,000	“	“	5	บรรจุไวน์
47. เครื่องพาสเจอร์ไร	1	48,000	“	“	5	ฆ่าเชื้อในขวดบรรจุภัณฑ์
48. เครื่องอัดลูกคอร์กสแตนเลส	1	17,500	“	“	5	อัดลูกคอร์กปิดปากขวด
49. เครื่องวัดกรด – ค่า	2	10,000	“	“	5	วัดกรด – ค่า ไวน์ที่หมัก
50. เครื่องวัดน้ำตาล	2	15,000	“	“	5	วัดความหวานของไวน์
51. เครื่องวัดแอลกอฮอล์	2	15,000	“	“	5	วัดปริมาณแอลกอฮอล์
52. ถังหมักขนาด 1,600 ลิตร	5	50,000	“	“	10	หมักไวน์
53. โรงเรือน (เช่าปีละ 50,000)	1	50,000	“	“	15	ผลิตและจำหน่ายสินค้า

ที่มา: จากการสำรวจ

บรรจุน้ำ

สหกรณ์ใช้บรรจุน้ำประกอบด้วย

1. ขวดเก่า หรือขวด recycle สั่งซื้อจากร้านรับซื้อของเก่าทั้งในตัวเมืองลำพูน เชียงใหม่ และลำปาง ที่ผ่านมาสหกรณ์สั่งซื้ออยู่ 3 ขนาด

1.1 ขวดขนาด 750 มิลลิลิตร (ml) โหลละ 70 บาท ซื้อจากจังหวัด ลำพูน และโกดังวรวินัย สีแยกหนองหอย จังหวัดเชียงใหม่

1.2 ขวดขนาด 630 มิลลิลิตร (ml) โหลละ 24 บาท ซื้อจากจังหวัด ลำปาง

1.3 ขวดขนาด 330 มิลลิลิตร (ml) ช่วงแรกราคาโหลละ 12 บาท และเพิ่มขึ้นเป็น 19 บาท ในเดือนกรกฎาคม 2546 ที่ผ่านมา สั่งซื้อจากโกดังนายคมกฤษ จังหวัดลำปาง

2. ฝาจีบ ใช้สำหรับปิดขวดขนาด 630 มิลลิเมตร (ml) สั่งซื้อจากนายประสงค์ หงษ์ทอง ร้านค้าจากกรุงเทพมหานคร ในราคาฝาละ 1.75 บาท

3. จุกคอรัค ใช้ปิดขวดขนาด 750 มิลลิเมตร (ml) สั่งซื้อจากกรุงเทพมหานคร ในราคารุ่นละ 3.80 บาท (ภาคผนวก ก รูปที่ ก.24)

4. พลาสติกซิลปากขวด ใช้ปิดฝาจีบและจุกคอรัคให้ยึดแน่นติดกับปากขวด เพื่อให้ไม่ให้ไอน้ำไหลออก ระหว่างจำหน่ายหรือขนส่ง จัดซื้อจากกรุงเทพมหานคร

5. ฉลาก ประธานกลุ่มเป็นผู้สั่งผลิตจากร้านในตัวเมืองเชียงใหม่ ต้นทุนการผลิตชุดละ 250 บาทต่อขวด

6. แสตมป์ ซื้อจากสำนักงานสรรพสามิตจังหวัดลำพูน ซึ่งราคาแสตมป์คิดมาจาก 2 วิธีโดยวิธีแรกคิดจากต้นทุนการผลิตและเสียอัตราภาษีตามมูลค่า และวิธีที่สองคิดจากอัตราภาษีตามปริมาณหน่วยที่บรรจุขายและปริมาณแอลกอฮอล์ ซึ่งทั้งสองวิธีเมื่อคำนวณแล้ว หากวิธีใดเสียอัตราภาษีสูงกว่าจะยึดมูลค่านั้นเป็นอากรแสตมป์จำหน่ายแก่สหกรณ์ ที่ผ่านมาราคาอากรแสตมป์ให้สหกรณ์ซื้อติดขวดก่อนนำออกจำหน่าย มีดังนี้

- ขวดขนาด 750 มิลลิเมตร (ml) เสียค่าแสตมป์ขวดละ 7.98 บาท
- ขวดขนาด 630 มิลลิเมตร (ml) เสียค่าแสตมป์ขวดละ 6.07 บาท
- ขวดขนาด 330 มิลลิเมตร (ml) เสียค่าแสตมป์ขวดละ 3.02 บาท

การเก็บรักษาปัจจัยการผลิตและการตรวจสอบคุณภาพก่อนผลิต

การซื้อวัตถุดิบของสหกรณ์มี 2 ชนิด คือ ผลสด และผลิตภัณฑ์อบแห้ง ทั้งสองชนิดมีการเก็บรักษาและตรวจสอบคุณภาพต่างกัน ดังนี้

1. ผลสด ได้แก่ ลำไย ลิ้นจี่ ลูกหว้า และกระชายดำ วัตถุดิบสามชนิดแรกเมื่อเหลือจากการผลิต นั้นหมายถึงถึงที่ใช้หมักไม่เพียงพอ แต่ซื้อผลผลิตมากเกินไปที่จะผลิตได้หมดในครั้งเดียว กิจการจะนำผลผลิตที่เหลือเก็บรักษาในห้องเย็นของนางโสภา พิธิ์ก เจ้าของโรงเรือนที่สหกรณ์เช่าผลิตและจำหน่ายสินค้า โดยเสียค่าเช่าโรงโหลรมละ 1 บาทต่อเดือน แต่ที่ผ่านมาสหกรณ์ฝากเก็บสินค้าไม่เกิน 1 สัปดาห์ เนื่องจากจะทำให้คุณภาพของวัตถุดิบลดลง รวมทั้งสินค้ามีการเน่าเสียมากขึ้น ซึ่งต้องคัดทิ้ง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นตามมา ดังนั้นก่อนนำมาผลิต

พนักงานจะคัดเลือกชิ้นที่เน่าเสียออกก่อน ตรวจสอบสิ่งเจือปนและแปลกปลอมอีกครั้ง นำไปล้างน้ำทำความสะอาดก่อนเข้าเครื่องบดให้ละเอียด เข้าสู่กระบวนการผลิตต่อไป

ส่วนการเก็บรักษากระชายดำที่เหลือจากการผลิต การดูแลไม่ยุ่งยากเพียงแค่เก็บหัวกระชายตากแห้งไว้ในร่ม ไม่กองรวมกันในปริมาณมากเกินไปจนเกิดความร้อน เพราะจะทำให้หัวกระชายเน่าเสียง่าย การตากแห้งสามารถเก็บไว้ใช้ผลิตได้ตลอดปี การคัดเลือกล้างก่อนนำมาผลิตจะคัดส่วนที่เน่าเสียและเป็นเชื้อราออก ส่วนที่ดีนำไปปอกเปลือก เหลือแต่หัวข้างในนำไปล้างน้ำทำความสะอาด เข้าเครื่องบดและหมักต่อไป

2. ผลิตภัณฑ์อบแห้ง ได้แก่ ลำไย ลิ้นจี่ และกระเจียบ เก็บรักษาไว้ในถุงพลาสติกสองใบซ้อนกันปิดปากให้สนิท เก็บไว้ในที่แห้ง (ไม่ชื้น) เพราะหากชื้นจะเกิดเชื้อราได้ง่าย การคัดวัตถุดิบก่อนนำมาผลิต คัดสิ่งแปลกปลอมเจือปนทิ้ง และเลือกเฉพาะสินค้าที่มีผิวสวย ส่วนที่เป็นเชื้อราและผิวดำคล้ำจะคัดทิ้ง วัตถุดิบที่ดีจะนำไปล้างและดมในน้ำเดือดก่อนเข้าสู่กระบวนการหมัก

4.1.4 แรงงานและการจ้างแรงงาน

ในการผลิตปี 2546 กิจการจ้างแรงงานแรงงานจำนวน 8 คน (ตารางที่ 4.4) ทำหน้าที่ฝ่ายผลิตจำนวน 6 คน และตรวจนับสินค้า 1 คน โดยมีนางอุษาเป็นหัวหน้าฝ่ายผลิตได้รับค่าแรงวันละ 200 บาท และที่เหลือทั้งหมดช่วยแรงวันละ 140 บาท และฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้า 1 อัตรา ค่าจ้างวันละ 170 บาท แต่ในตำแหน่งนี้ปฏิบัติงานช่วงกลางปี 2545 ถึงกลางปี 2546 เป็นระยะเวลา 1 ปี และใช้งบประมาณสนับสนุนจากความร่วมมือของเทศบาลตำบลอุโมงค์ และคณะกรรมการภาครัฐและเอกชน (กรอ.) ปัจจุบันไม่มีผู้ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งนี้ ในการผลิตช่วงที่มีคำสั่งซื้อเข้ามามาก หรือต้องออกร้านแสดงสินค้าหลายแห่งพร้อมกัน ทำให้ต้องเร่งผลิตและส่งสินค้า พนักงานทุกคนจะช่วยกันผลิตและในการทำงานสหกรณ์จะให้ 1 คน ทำงานได้หลายหน้าที่ เพราะหากคนใดคนหนึ่งติดธุระต้องลาหยุดหรือขาดงาน คนอื่นสามารถทำงานในตำแหน่งนั้นแทนได้ทันที

ด้านการคัดเลือกคนเข้าทำงาน เบื้องต้นจะเปิดรับสมัครจากคนในพื้นที่ตำบลอุโมงค์ จากนั้นคณะกรรมการจะร่วมกันพิจารณาคุณสมบัติจากประวัติและความประพฤติของแต่ละคน ซึ่งจะเป็นที่ทราบกันเป็นอย่างดีในชุมชน สามารถทำงานล่วงเวลาได้ในวันเสาร์หรือช่วงเย็นที่มีความจำเป็นต้องเร่งผลิต ถ้ามีความประพฤติดีและยังไม่มียานพาหนะรวมทั้งทำงานล่วงเวลาได้จะได้รับการพิจารณาก่อน และการตัดสินใจรับขั้นสุดท้ายเป็นหน้าที่ของนางอุษา รองประธานและหัวหน้าฝ่ายผลิต เพราะคนเหล่านั้นต้องทำงานภายใต้การสั่งงานและควบคุมการผลิตของนางอุษา

นอกจากจ้างแรงงานประจำแล้ว ยังมีการจ้างแรงงานชั่วคราวรายวัน เพื่อปรับปรุง ต่อเติม ห้องผลิต หรือห้องแสดงและจำหน่ายสินค้า (show room) ปี 2545 จ้างทั้งหมด 3 คน เป็น ระยะเวลา 1 เดือน อัตราค่าจ้างวันละ 200 บาทต่อคน เป็นเงินทั้งสิ้น 18,000 บาท ต่อมาปี 2546 กิจการจ้างต่อเติมกันห้องหมักบ่มไวน์ จำนวน 6 คน ระยะเวลา 7 วัน ค่าจ้างวันละ 200 บาทต่อคน เสียงบประมาณทั้งหมด 8,400 บาท

ตารางที่ 4.4 การศึกษาและค่าจ้างแรงงานของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด

ชื่อ - นามสกุล	การศึกษา	สถาบัน	ปฏิบัติหน้าที่	ค่าจ้าง (บาท/วัน)
1. นางอุษา วีระสะ	ป.4	โรงเรียนบ้านอุโมงค์	หัวหน้าฝ่ายผลิต	200
2. นางกัญญา บุญศรี	ป.4	“	ผลิต	140
3. นางกาญจนา ไชหงษ์	ปวศ.	อาชีวศึกษาลำปาง	“	140
4. นายภาณุ อุดมิก	ม.3	โรงเรียนอุโมงค์วิทยาคม	“	140
5. นายอินทราวุฒ	ม.3	“	“	140
สมบุญชัย				
6. นายสุรยุทธ์ นิธิมาร	ม.3	“	“	140
7. นายเอกวุฒิ สุริยะเจริญ	ปวศ.	สถาบันเทคโนโลยีเอเชีย	ตรวจนับสินค้า	140
8. นางสาวนันทมน มายะเลิศ	ป.ตรี	สถาบันราชภัฏลำปาง	ตรวจสอบ	170
(กลางปี 2545-กลางปี 2546)			คุณภาพไวน์	

4.1.5 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตไวน์ของสหกรณ์

ในการคำนวณต้นทุนของสหกรณ์เป็นเพียงการประมาณการจากต้นทุนวัตถุดิบ และแรงงานเป็นหลัก ส่วนต้นทุนจากการวิเคราะห์เป็นการคำนวณต้นทุนมาจากวัตถุดิบ ค่าแรง วัสดุอุปกรณ์และโรงเรือน ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งในด้านการผลิต การตลาด และการจัดการ ทั้งที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสด

จากผลิตภัณฑ์ที่สหกรณ์ผลิตในปี 2545 จำนวน 18 ชนิด แต่ขายได้เพียง 15 ชนิด บางชนิดบรรจุขวดออกทั้ง 3 ขนาด คือ 750 ml. 630 ml. และ 330 ml. ส่วนอีก 3 ชนิดไม่มีการนำออกขายเพราะอยู่ในช่วงทดลองผลิต ได้แก่ สับปะรด มะม่วง และไวน์เชอร์รี่หมักรวมกับ ลูกยอ นอกจากนี้สินค้าที่ขายในปี 2545 ยังมีสินค้าคงค้างจากปี 2544 นำออกจำหน่ายอีกจำนวน หนึ่ง ประกอบด้วยไวน์กระเจียบ แคนตาลูป ฝรั่ง มินเบอร์ สตอเบอร์รี่ และส้มหลอด สำหรับ มะขามป้อมมีบางส่วนคงค้างมาจากปี 2544 และผลิตเพิ่มบางส่วนในปี 2545 ซึ่งในการวิเคราะห์ ต้นทุนผลตอบแทนต่อครั้งและทำการวิเคราะห์ผลผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายเฉพาะในปี 2545

เท่านั้น ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ที่คงค้างและสินค้าที่อยู่ในช่วงทดลองผลิตจะไม่ทำการคำนวณต้นทุน เพราะไม่ทราบต้นทุนวัตถุดิบและแรงงานที่ใช้ในการผลิต

ผลจากการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์จำนวน 15 ชนิด ที่ทำการผลิตและจำหน่ายในปี 2545 ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดและทุกขนาดที่บรรจุขวดออกจำหน่ายมีกำไรเหนือต้นทุนการผลิต (ไม่รวมต้นทุนการตลาดและการจัดการ) เหนือต้นทุนขายส่งอยู่ระหว่างร้อยละ 26–70 ขึ้นอยู่กับขนาดขวดบรรจุ หากจำหน่ายในราคาขายปลีกจะได้รับกำไรสูงกว่านี้ (ตารางที่ 4.5) และลูกค้าของ สหกรณ์ ไร่นาโม่งค์ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าปลีก นอกจากนี้ยังพบว่าสินค้าที่บรรจุขนาด 750 ml. จะได้รับกำไรหรือส่วนต่างมากกว่าการบรรจุขนาดอื่นออกจำหน่าย

4.1.6 กรรมวิธีการผลิต

ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ

วัตถุดิบผลสด ถ้าเป็นลำไยและลิ้นจี่ต้องแกะเปลือกและนำเมล็ดออกก่อนนำไปล้างน้ำและทำความสะอาด คัดเลือกสิ่งเจือปนและเน่าเสียออก ส่วนลูกหว้าคัดเอาผลดีเฉพาะลูกแก่จัด สีแดงเข้มไปล้างน้ำและผึ่งแห้งในร่มจนสะเด็ดน้ำ สำหรับกระชายดำจะปอกเปลือกออกก่อนจนเหลือแต่เนื้อสีม่วงเข้ม นำไปทำความสะอาดด้วยน้ำ วัตถุดิบทั้งหมดที่ผ่านการทำความสะอาดต้องนำไปชั่งน้ำหนัก เตรียมเข้าเครื่องบด ในการบดใส่น้ำสะอาดเล็กน้อยเพื่อช่วยให้การบดตัวของวัตถุดิบและเครื่องบดทำงานได้สะดวก คัดส่วนน้ำหนักของวัตถุดิบผลสดต่อน้ำที่ใช้ในการผลิต (หมัก) มีดังนี้

1. ลำไยสด	1 กิโลกรัม	ต่อน้ำ	1 ลิตร
2. ลิ้นจี่	7 กิโลกรัม	ต่อน้ำ	20 ลิตร
3. ลูกหว้า	7 กิโลกรัม	ต่อน้ำ	20 ลิตร
4. กระชายดำ	1 กิโลกรัม	ต่อน้ำ	20 ลิตร

ตารางที่ 4.5 ต้นทุนผลตอบแทนของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด

รายการ	ไวน์กระชายดำ								
	ต้นทุนขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ		
	750 ml		630 ml		330 ml		ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	750 ml	630 ml	330 ml
(1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ป้อนการผลิต		31.6708		26.6035		19.4010	73.33	73.11	79.29
2. แร่ธาตุ		7.0499		5.9219		3.1020	16.32	16.27	12.68
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		1.2368		1.0389		0.5442	2.86	2.86	2.22
ต้นทุนคงที่		3.2330		2.8240		1.4225	7.49	7.76	5.81
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	80.00	43.1905	35.00	36.3884	25.00	24.4696	100.00	100.00	100.00
ราคาขายส่ง		100.00		66.66		33.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)		20.00		31.66		8.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(6)		60.04		33.10		10.28			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(7)		60.04		33.10		10.28			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)		56.81		30.27		8.86			
อัตราส่วน (:) ต่อราคาขายส่ง (%)		20.00		47.49		24.99			
อัตราส่วน (€) ต่อราคาขายส่ง (%)		60.04		49.65		30.85			
อัตราส่วน (€) ต่อราคาขายส่ง (%)		60.04		49.65		30.85			
อัตราส่วน (€) ต่อราคาขายส่ง (%)		56.81		45.41		26.58			
ราคาขายปลีก		120.00		70.00		35.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)		40.00		35.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)		80.04		36.44		11.95			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(11)		80.04		36.44		11.95			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)		76.81		33.61		10.53			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายปลีก (%)		33.33		50.00		28.57			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายปลีก (%)		66.70		52.05		34.15			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)		66.70		52.05		34.15			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)		64.01		48.02		30.09			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	ไวน์กระเทียม								
	ต้นทุนขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ		
	750 ml		630 ml		330 ml		ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห	750 ml	630 ml	330 ml
(1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปัจฉิการผลิต						10.9451			68.35
2. แรงงาน						3.1020			19.37
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ						0.5442			3.40
ต้นทุนคงที่						1.4225			8.88
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)					25.00	16.0137			100.00
ราคาขายส่ง						33.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)						8.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(6)						18.74			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(7)						18.74			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)						17.32			
อัตราส่วน (i) ต่อราคาขายส่ง (%)						24.99			
อัตราส่วน (ii) ต่อราคาขายส่ง (%)						56.22			
อัตราส่วน (iii) ต่อราคาขายส่ง (%)						56.22			
อัตราส่วน (iv) ต่อราคาขายส่ง (%)						51.95			
ราคาขายปลีก						35.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)						10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)						20.41			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(11)						20.41			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)						18.99			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายปลีก (%)						28.57			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายปลีก (%)						58.31			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)						58.31			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)						54.25			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	ไวน์กล้วยหอม								
	ต้นทุนขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ		
	750 ml		630 ml		330 ml		ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	750 ml	630 ml	330 ml
(1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปัจจัยการผลิต				17.5552		14.6614		63.37	74.31
2. แรงงาน				5.9219		3.1020		21.38	15.72
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ				1.0389		0.5442		3.75	2.76
ต้นทุนคงที่				3.1867		1.4225		11.50	7.21
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)			35.00	27.7028	25.00	19.7301		100.00	100.00
ราคาขายส่ง				66.66		33.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)				31.66		8.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(6)				42.14		15.02			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(7)				42.14		15.02			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)				38.96		13.60			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)				47.49		24.99			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)				63.22		45.07			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)				63.22		45.07			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)				58.44		40.80			
ราคาขายปลีก				70.00		35.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)				35.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)				45.48		16.69			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(11)				45.48		16.69			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)				42.30		15.27			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายปลีก (%)				50.00		28.57			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายปลีก (%)				64.98		47.69			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)				64.98		47.69			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)				60.42		43.63			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	ไวน์เชอรี่								
	ต้นทุนขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ		
	750 ml		630 ml		330 ml		750 ml	630 ml	330 ml
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห			
(1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปัจจัยการผลิต				20.2488		16.0723		66.62	76.02
2. แรงงาน				5.9219		3.1020		19.48	14.67
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ				1.0389		0.5442		3.42	2.57
ต้นทุนคงที่				3.1867		1.4225		10.48	6.73
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)			35.00	30.3963	25.00	21.1410		100.00	100.00
ราคาขายส่ง				66.66		33.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)				31.66		8.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(6)				39.45		13.61			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(7)				39.45		13.61			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)				36.26		12.19			
อัตราส่วน (:) ต่อราคาขายส่ง (%)				47.49		24.99			
อัตราส่วน (ค) ต่อราคาขายส่ง (%)				59.18		40.84			
อัตราส่วน (จ) ต่อราคาขายส่ง (%)				59.18		40.84			
อัตราส่วน (ข) ต่อราคาขายส่ง (%)				54.40		36.57			
ราคาขายปลีก				70.00		35.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)				35.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)				42.79		15.28			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(11)				42.79		15.28			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)				39.60		13.86			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายปลีก (%)				50.00		28.57			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายปลีก (%)				61.13		43.66			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)				61.13		43.66			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)				56.58		39.60			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	ไวน์ขาว								
	ต้นทุนขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ		
	750 ml		630 ml		330 ml		ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	750 ml	630 ml	330 ml
(1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปังจักรการผลิต						17.3921			77.43
2. แรงงาน						3.1020			13.81
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ						0.5442			2.42
ต้นทุนคงที่						1.4225			6.33
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)					25.00	22.4607			100.00
ราคาขายส่ง						33.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)						8.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(6)						12.29			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(7)						12.29			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)						10.87			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)						24.99			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)						36.88			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)						36.88			
อัตราส่วน (3) ต่อราคาขายส่ง (%)						32.61			
ราคาขายปลีก						35.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)						10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)						13.96			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(11)						13.96			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)						12.54			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายปลีก (%)						28.57			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายปลีก (%)						39.89			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)						39.89			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)						35.83			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	ไวน์มะพร้าว								
	ต้นทุนขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ		
	750 ml		630 ml		330 ml		ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห	750 ml	630 ml	330 ml
(I) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปัจจัยการผลิต				16.3297		14.0195		61.67	73.45
2. แรงงาน				5.9219		3.1020		22.37	16.25
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ				1.0389		0.5442		3.92	2.85
ต้นทุนคงที่				3.1867		1.4225		12.04	7.45
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)			35.00	26.4772	25.00	19.0881		100.00	100.00
ราคาขายส่ง				66.66		33.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)				31.66		8.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(6)				43.37		15.66			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(7)				43.37		15.66			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)				40.18		14.24			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)				47.49		24.99			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)				65.06		47.00			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)				65.06		47.00			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)				60.28		42.73			
ราคาขายปลีก				70.00		35.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)				35.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)				46.71		17.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(11)				46.71		17.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)				43.52		15.91			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายปลีก (%)				50.00		28.57			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายปลีก (%)				66.73		49.53			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)				66.73		49.53			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)				62.18		45.46			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	ไวน์ราคา								
	ต้นทุนขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ		
	750 ml		630 ml		330 ml		ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	750 ml	630 ml	330 ml
(1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ป้อนจัดการผลิต				17.8093		14.7945		63.70	74.48
2. แรงงาน				5.9219		3.1020		21.18	15.62
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ				1.0389		0.5442		3.72	2.74
ต้นทุนคงที่				3.1867		1.4225		11.40	7.16
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)			35.00	27.9568	25.00	19.8631		100.00	100.00
ราคาขายส่ง				66.66		33.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)				31.66		8.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(6)				41.89		14.89			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(7)				41.89		14.89			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)				38.70		13.47			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)				47.49		24.99			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)				62.84		44.67			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)				62.84		44.67			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)				58.06		40.40			
ราคาขายปลีก				70.00		35.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)				35.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)				45.23		16.56			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(11)				45.23		16.56			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)				42.04		15.14			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายปลีก (%)				50.00		28.57			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายปลีก (%)				64.61		47.31			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)				64.61		47.31			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)				60.06		43.25			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	ไวน์ลำไยสด								
	ต้นทุนขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ		
	750 ml		630 ml		330 ml		ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	750 ml	630 ml	330 ml
(1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปัจจัยการผลิต		19.0155		15.9731			62.27	62.01	
2. แรงงาน		7.0499		5.9219			23.09	22.99	
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		1.2368		1.0389			4.05	4.03	
ต้นทุนคงที่		3.2330		2.8240			10.59	10.96	
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	80.00	30.5352	35.00	25.7579			100.00	100.00	
ราคาขายส่ง		100.00		66.66					
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)		20.00		31.66					
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(6)		72.70		43.73					
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(7)		72.70		43.73					
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)		69.46		40.90					
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)		20.00		47.49					
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)		72.70		65.60					
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)		72.70		65.60					
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)		69.46		61.36					
ราคาขายปลีก		120.00		70.00					
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)		40.00		35.00					
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)		92.70		47.07					
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(11)		92.70		47.07					
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)		89.46		44.24					
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายปลีก (%)		33.33		50.00					
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายปลีก (%)		77.25		67.24					
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)		77.25		67.24					
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)		74.55		63.20					

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	ไวน์ลำไยแห้ง								
	ต้นทุนขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ		
	750 ml		630 ml		330 ml		ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	750 ml	630 ml	330 ml
(1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนต้นแปร									
1. บัญชีการผลิต		22.2085		18.6551		15.2375	65.85	65.59	75.04
2. แรงงาน		7.0499		5.9219		3.10197	20.90	20.82	15.28
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		1.2368		1.0389		0.54418	3.67	3.65	2.68
ต้นทุนคงที่		3.2330		2.8240		1.4225	9.59	9.93	7.01
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	80.00	33.7281	35.00	28.4400	25.00	20.3062	100.00	100.00	100.00
ราคาขายส่ง		100.00		66.66		33.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)		20.00		31.66		8.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(6)		69.50		41.04		14.45			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนต้นแปร(7)		69.50		41.04		14.45			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)		66.27		38.22		13.02			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)		20.00		47.49		24.99			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)		69.50		61.57		43.34			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)		69.50		61.57		43.34			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)		66.27		57.34		39.08			
ราคาขายปลีก		120.00		70.00		35.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)		40.00		35.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)		89.50		44.38		16.12			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนต้นแปร(11)		89.50		44.38		16.12			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)		86.27		41.56		14.69			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายปลีก (%)		33.33		50.00		28.57			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายปลีก (%)		74.59		63.41		46.05			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)		74.59		63.41		46.05			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)		71.89		59.37		41.98			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ).

รายการ	ไวน์ลินีฮัสต								
	ต้นทุนขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ		
	750 ml		630 ml		330 ml		ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	750 ml	630 ml	330 ml
(1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปัจฉิการผลิต		25.8748		21.7348		16.8507	69.19	68.96	76.88
2. แรงงาน		7.0499		5.9219		3.10197	18.85	18.79	14.15
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		1.2368		1.0389		0.54418	3.31	3.30	2.48
ต้นทุนคงที่		3.2330		2.8240		1.4225	8.65	8.96	6.49
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	80.00	37.3945	35.00	31.5197	25.00	21.9194	100.00	100.00	100.00
ราคาขายส่ง		100.00		66.66		33.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)		20.00		31.66		8.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(6)		65.84		37.96		12.83			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(7)		65.84		37.96		12.83			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)		62.61		35.14		11.41			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)		20.00		47.49		24.99			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)		65.84		56.95		38.50			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)		65.84		56.95		38.50			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)		62.61		52.72		34.24			
ราคาขายปลีก		120.00		70.00		35.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)		40.00		35.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)		85.84		41.30		14.50			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(11)		85.84		41.30		14.50			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)		82.61		38.48		13.08			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายปลีก (%)		33.33		50.00		28.57			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายปลีก (%)		71.53		59.01		41.44			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)		71.53		59.01		41.44			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)		68.84		54.97		37.37			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	ไวน์ลินจีแห้ง								
	ต้นทุนขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ		
	750 ml		630 ml		330 ml		ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	750 ml	630 ml	330 ml
(1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปัจจัยการผลิต		28.0962		20.7861		17.8281	70.92	67.99	77.86
2. แรงงาน		7.0499		5.9219		3.10197	17.80	19.37	13.55
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		1.2368		1.0389		0.54418	3.12	3.40	2.38
ต้นทุนคงที่		3.2330		2.8240		1.4225	8.16	9.24	6.21
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	80.00	39.6158	35.00	30.5709	25.00	22.8968	100.00	100.00	100.00
ราคาขายส่ง		100.00		66.66		33.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)		20.00		31.66		8.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(6)		63.62		38.91		11.86			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(7)		63.62		38.91		11.86			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)		60.38		36.09		10.43			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)		20.00		47.49		24.99			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)		63.62		58.38		35.57			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)		63.62		58.38		35.57			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)		60.38		54.14		31.30			
ราคาขายปลีก		120.00		70.00		35.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)		40.00		35.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)		83.62		42.25		13.53			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(11)		83.62		42.25		13.53			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)		80.38		39.43		12.10			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายปลีก (%)		33.33		50.00		28.57			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายปลีก (%)		69.68		60.36		38.64			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)		69.68		60.36		38.64			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)		66.99		56.33		34.58			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	ไวน์ลูกยอ								
	ต้นทุนขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ		
	750 ml		630 ml		330 ml		ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห	750 ml	630 ml	330 ml
(I) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปัจจัยการผลิต		21.1370		15.8315		14.7661	64.72	61.80	74.45
2. แรงงาน		7.0499		5.9219		3.10197	21.59	23.12	15.64
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		1.2368		1.0389		0.54418	3.79	4.06	2.74
ต้นทุนคงที่		3.2330		2.8240		1.4225	9.90	11.02	7.17
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	80.00	32.6567	35.00	25.6163	25.00	19.8348	100.00	100.00	100.00
ราคาขายส่ง		100.00		66.66		33.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)		20.00		31.66		8.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(6)		70.58		43.87		14.92			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(7)		70.58		43.87		14.92			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)		67.34		41.04		13.50			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)		20.00		47.49		24.99			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)		70.58		65.81		44.76			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)		70.58		65.81		44.76			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)		67.34		61.57		40.49			
ราคาขายปลีก		120.00		70.00		35.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)		40.00		35.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)		90.58		47.21		16.59			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(11)		90.58		47.21		16.59			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)		87.34		44.38		15.17			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายปลีก (%)		33.33		50.00		28.57			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายปลีก (%)		75.48		67.44		47.39			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)		75.48		67.44		47.39			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)		72.79		63.41		43.33			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	ไวน์ลูกหว้า								
	ต้นทุนขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ		
	750 ml		630 ml		330 ml		ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	750 ml	630 ml	330 ml
(1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปัจจัยการผลิต		24.5062		20.5852		16.2485	68.02	67.78	76.22
2. แรงงาน		7.0499		5.9219		3.10197	19.57	19.50	14.55
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		1.2368		1.0389		0.54418	3.43	3.42	2.55
ต้นทุนคงที่		3.2330		2.8240		1.4225	8.97	9.30	6.67
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	80.00	36.0258	35.00	30.3700	25.00	21.3172	100.00	100.00	100.00
ราคาขายส่ง		100.00		66.66		33.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)		20.00		31.66		8.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(6)		67.21		39.11		13.44			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(7)		67.21		39.11		13.44			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)		63.97		36.29		12.01			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)		20.00		47.49		24.99			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)		67.21		58.68		40.31			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)		67.21		58.68		40.31			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)		63.97		54.44		36.04			
ราคาขายปลีก		120.00		70.00		35.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)		40.00		35.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)		87.21		42.45		15.11			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(11)		87.21		42.45		15.11			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)		83.97		39.63		13.68			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายปลีก (%)		33.33		50.00		28.57			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายปลีก (%)		72.67		60.65		43.16			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)		72.67		60.65		43.16			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)		69.98		56.61		39.09			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	ไวน์มะขามป้อม								
	ต้นทุนขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ		
	750 ml		630 ml		330 ml		ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	750 ml	630 ml	330 ml
(1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนคั้นแปร									
1. ปัจจัยการผลิต		22.7782		19.1337		15.4882	66.41	66.16	75.34
2. แรงงาน		7.0499		5.9219		3.10197	20.56	20.48	15.09
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		1.2368		1.0389		0.54418	3.61	3.59	2.65
ต้นทุนคงที่		3.2330		2.8240		1.4225	9.43	9.77	6.92
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	80.00	34.2979	35.00	28.9185	25.00	20.5569	100.00	100.00	100.00
ราคาขายส่ง		100.00		66.66		33.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)		20.00		31.66		8.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(6)		68.94		40.57		14.20			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนคั้นแปร(7)		68.94		40.57		14.20			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)		65.70		37.74		12.77			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)		20.00		47.49		24.99			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)		68.94		60.85		42.59			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)		68.94		60.85		42.59			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)		65.70		56.62		38.32			
ราคาขายปลีก		120.00		70.00		35.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)		40.00		35.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)		88.94		43.91		15.87			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนคั้นแปร(11)		88.94		43.91		15.87			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)		85.70		41.08		14.44			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายปลีก (%)		33.33		50.00		28.57			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายปลีก (%)		74.11		62.72		45.33			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)		74.11		62.72		45.33			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)		71.42		58.69		41.27			

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	ไวน์สมุนไพร								
	ต้นทุนขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ		
	750 ml		630 ml		330 ml		ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	750 ml	630 ml	330 ml
(1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปัจจัยการผลิต		24.9067		21.0236		16.4782	68.38	68.24	76.48
2. แรงงาน		7.0499		5.9219		3.10197	19.35	19.22	14.40
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		1.2368		1.0389		0.54418	3.40	3.37	2.53
ต้นทุนคงที่		3.2330		2.8240		1.4225	8.88	9.17	6.60
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	80.00	36.4264	35.00	30.8085	25.00	21.5468	100.00	100.00	100.00
ราคาขายส่ง		100.00		66.66		33.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)		20.00		31.66		8.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(6)		66.81		38.68		13.21			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(7)		66.81		38.68		13.21			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)		63.57		35.85		11.78			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)		20.00		47.49		24.99			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)		66.81		58.02		39.62			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)		66.81		58.02		39.62			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)		63.57		53.78		35.35			
ราคาขายปลีก		120.00		70.00		35.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)		40.00		35.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)		86.81		42.02		14.88			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(11)		86.81		42.02		14.88			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)		83.57		39.19		13.45			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายปลีก (%)		33.33		50.00		28.57			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายปลีก (%)		72.34		60.02		42.50			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)		72.34		60.02		42.50			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)		69.64		55.99		38.44			

วัตถุดิบแปรรูป ที่สหกรณ์ใช้ผลิต คือ ลำไย ลิ้นจี่ และกระเจี๊ยบ พนักงานจะคัดเลือกสิ่งแปลกปลอม เจือปน รวมทั้งวัตถุดิบที่เป็นเชื้อราและเน่าเสียออก จากนั้นนำไปล้างน้ำและต้มต่อในน้ำเดือดประมาณ 20-30 นาที หรือจนกว่าวัตถุดิบแปรรูปนั้นจะขยายตัวเต็มที่จึงยกออกจากเตารอจนกว่าน้ำเย็นตัวลง จึงผสมน้ำคั้นสุกตามสัดส่วนผลิตดังนี้

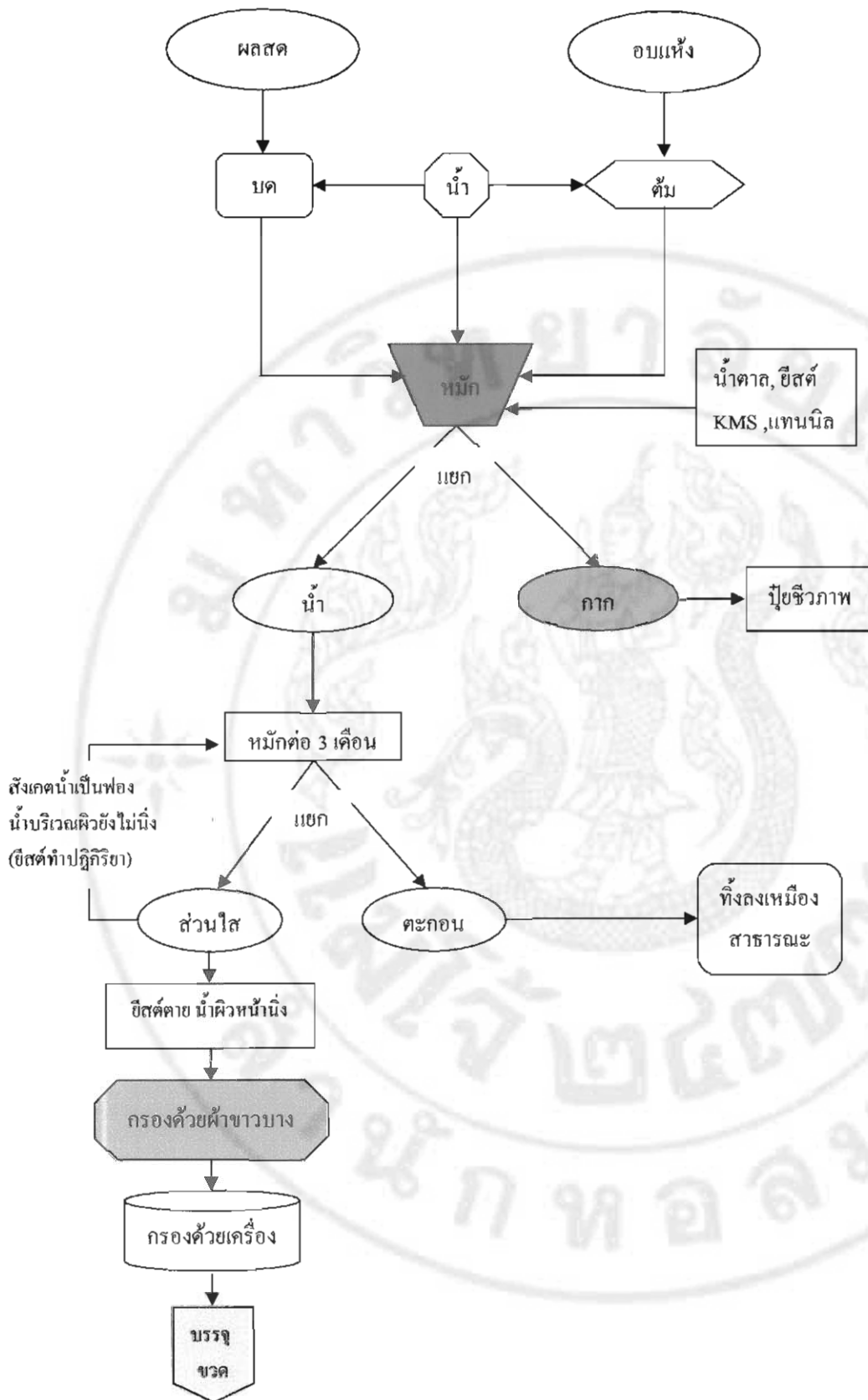
1. ลำไยอบแห้ง	2 กิโลกรัม	ต่อน้ำ	20 ลิตร
2. ลิ้นจี่อบแห้ง	1 กิโลกรัม	ต่อน้ำ	20 ลิตร
3. กระเจี๊ยบแห้ง	2 กิโลกรัม	ต่อน้ำ	20 ลิตร

ขั้นตอนการผลิต

1. เมื่อเตรียมวัตถุดิบและผสมน้ำตาลตามสัดส่วนการผลิต ตรวจวัดความหวาน ปรับเพิ่มด้วยการเติมน้ำตาล ถ้าหวานมากปรับลดโดยการเติมน้ำจนได้สัดส่วนตามต้องการ จากนั้นตรวจวัดความเป็นกรด - ด่าง ปรับลดหรือเพิ่ม โดยเติมกรดแทนนิล และกรดซิตริก ถ้าใช้วัตถุดิบผลสดในการหมักในช่วงนี้จะเติม KMS เพื่อฆ่าเชื้อ ถ้าใช้วัตถุดิบอบแห้งไม่ต้องเติม เพราะผ่านกระบวนการต้มเพื่อฆ่าเชื้อแล้ว ท้ายสุดของกระบวนการนี้ คือ การเติมยีสต์ตามสัดส่วนการผลิต และหมักในถังช่วงนี้ใช้ระยะเวลาประมาณ 3 เดือน

2. แยกน้ำและกากออกจากกัน โดยกากให้ฟรีแก่กลุ่มผลิตปุ๋ยชีวภาพไปใช้ในการผลิตและจำหน่ายเป็นปุ๋ยชีวภาพขายในชุมชนกิโลกรัมละ 8 บาท ส่วนน้ำที่แยกได้หมักต่อในถังใช้ระยะเวลา 3 เดือน ช่วงนี้ต้องตรวจสอบด้วยการวัดน้ำตาล และกรด - ด่าง อีกครั้งด้วยปรับเพิ่ม - ลดน้ำตาล หรือกรดซิตริก และแทนนิล รวมทั้งตรวจวัดแอลกอฮอล์และซิมคูรสาติ

3. หากครบกำหนดตามขั้นตอนที่ 2 เปิดดูถังหมักไวน์สังเกตส่วนใสบริเวณผิวหน้า ว่าใสและนิ่ง หรือเป็นฟองและน้ำผิวหน้าไม่นิ่ง (ยีสต์ทำปฏิกิริยา) ก่อนทำการแยกส่วนใสและตะกอนออกจากกัน ซึ่งตะกอนที่แยกได้เททิ้งลงถังเหมือนสาธณะ และใช้ EM (effective Microorganism) เทตามหลังตะกอนอีกครั้ง สำหรับส่วนใสที่แยกได้ถ้าหากยีสต์ยังไม่ตาย นั่นคือน้ำบริเวณผิวหน้าเป็นฟองและไม่นิ่ง ส่วนใสที่ได้ให้นำกลับไปหมักต่อจนกว่ายีสต์ตาย อันหมายถึงสิ้นสุดกระบวนการหมัก อย่างไรก็ตามถ้าใสและนิ่ง ส่วนใสที่แยกได้ต้องเติม KMS อีกครั้งเพื่อฆ่าเชื้อ และผ่านเข้าสู่กระบวนการกรองด้วยผ้าขาวบางวางซ้อนกัน 3 ชั้น ก่อนเข้าสู่เครื่องกรองผ่านการกรองอีก 3 ครั้ง ด้วยแผ่นกรองเบอร์ 1 , 2 และ 3 ตรวจวัดแอลกอฮอล์ น้ำตาล และกรด - ด่าง ปรับคุณภาพไวน์ให้ได้ตามสัดส่วนการผลิต บรรจุขวดและส่งต่อผู้รောင်းนับสินค้า (stock) ดังแสดงในภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 กระบวนการผลิตไวน์ของสหกรณ์ไวน์อูโมงค์ลำพูน จำกัด

4.1.7 การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต

1. การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตของกิจการยังไม่มีเปลี่ยนแปลงมากนัก เนื่องจากก่อตั้งกิจการได้ประมาณ 3 ปี ช่วงแรกของการผลิตหมักบ่มไวน์ด้วยถังน้ำคัมขนาด 20 ลิตร ต่อมาเมื่อกิจการพอมีกำไรบ้างรวมกับหน่วยงานต่างๆ ให้การสนับสนุนงบประมาณจัดซื้อถังขนาดใหญ่ขึ้นเป็น 500 – 1,600 ลิตร ทั้งถังพลาสติกและสแตนเลส ทำให้หมักบ่มไวน์แต่ละชนิดได้ปริมาณมากขึ้น ส่งผลให้การแยกกากและน้ำหมักไวน์ ทำได้ง่ายและรวดเร็วกว่าการหมักในถังน้ำคัมขนาด 20 ลิตร

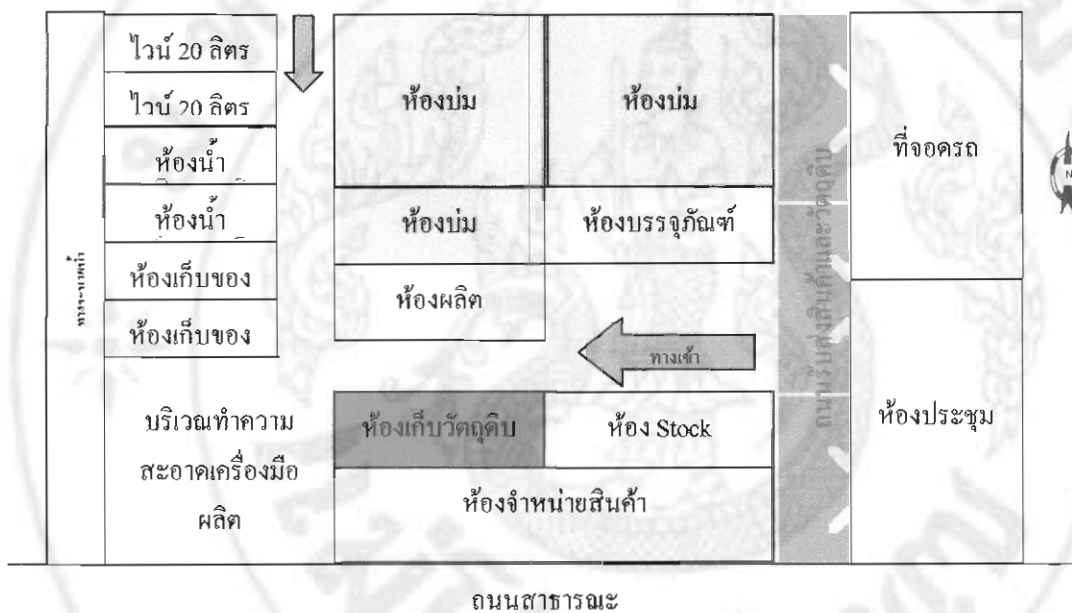
2. เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ ปี 2544 ถึงกลางปี 2545 บรรจุภัณฑ์ใช้ขวดขนาด 630 มิลลิลิตร ปิดปากขวดด้วยเครื่องอัดฝาจีบ ต่อจากนั้นจนถึงปัจจุบันเปลี่ยนเป็นขวดขนาด 750 มิลลิลิตร และปิดปากขวดด้วยเครื่องอัดจุกคอร์ก และหยุดการใช้งานเครื่องอัดฝาจีบระยะหนึ่งจนกระทั่งกลางปี 2546 มีการเพิ่มบรรจุภัณฑ์ขวดขนาด 330 มิลลิลิตร ออกจำหน่ายและปิดปากขวดด้วยฝาจีบ จึงทำให้เครื่องอัดฝาจีบถูกนำกลับมาใช้งานอีกครั้ง

4.1.8 สภาพและผังโรงงาน

สถานที่ดำเนินงานกิจการสหกรณ์เช่าจากนางโสภา พิสิก จ่ายค่าเช่าเป็นปีๆ ละ 50,000 บาท โดยพื้นที่ดังกล่าวเคยเป็นโกดังเก็บของมาก่อน เมื่อสหกรณ์เช่าจึงแบ่งและกั้นพื้นที่ออกเป็นห้องต่างๆ ดังภาพที่ 4.2 ซึ่งประกอบด้วย

1. ห้องจำหน่ายสินค้า	จำนวน 1 ห้อง
2. ห้องเก็บสินค้า	จำนวน 1 ห้อง
3. ห้องเก็บวัตถุดิบ	จำนวน 1 ห้อง
4. ห้องผลิต	จำนวน 1 ห้อง
5. ห้องบ่มไวน์	จำนวน 1 ห้อง
6. ห้องบรรจุภัณฑ์	จำนวน 1 ห้อง
7. ห้องเก็บถังไวน์ขนาด 20 ลิตร	จำนวน 1 ห้อง
8. ห้องน้ำ	จำนวน 1 ห้อง
9. ห้องเก็บของ	จำนวน 1 ห้อง
10. ห้องทำความสะอาดเครื่องมือผลิต	จำนวน 1 ห้อง

จากสภาพและผังการผลิตจะเห็นได้ว่าการวางแผนแปลนกันห้องหรือวางผังกระบวนการผลิต ยังไม่ค่อยเหมาะสม เนื่องจากมีห้องน้ำเข้าไปแทรกอยู่บริเวณผลิต ซึ่งควรจะแยกออกจากบริเวณพื้นที่ผลิต เพราะจะเป็นแหล่งบ่มเพาะเชื้อโรคและส่งกลิ่นเหม็น นอกจากนี้ห้องผลิตอยู่ไม่ต่อเนื่องกับบริเวณทำความสะอาดเครื่องมือผลิต ภายหลังเสร็จสิ้นการผลิตต้องขนย้ายเครื่องมือมาทำความสะอาด ทำให้เสียเวลาในการผลิตและอาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุระหว่างการปฏิบัติงานได้ รวมทั้งห้องบรรจุภัณฑ์ เมื่อทำการบรรจุเสร็จต้องขนย้ายสินค้ามาเก็บที่ห้องตรวจนับสินค้า (stock) แต่ห้องทั้งสองอยู่ห่างกัน ต้องเสียเวลาเคลื่อนย้าย ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการวางผังการผลิตยังไม่ค่อยเหมาะสม



ภาพที่ 4.2 สภาพและผังโรงงานของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด

4.1.9 การจัดการของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต

ในกระบวนการผลิตมีของเสียเกิดขึ้น 2 ชนิด คือ กากและตะกอน โดยกากที่เหลือจากการผลิต สหกรณ์ให้ฟรีแก่กลุ่มผู้ผลิตปุ๋ยชีวภาพนำไปผลิตปุ๋ยใช้ต่อในกิจกรรมการเกษตร ส่วนตะกอนผู้ผลิตปล่อยลงสู่รางระบายน้ำ ที่ลงลำเหมืองแม่น้ำปิงห่างลำน้ำสาธารณะต่อไป ภายหลังจากเททิ้งจะใช้ EM (effective Microorganism) ผสมน้ำลาดเทตามหลัง โดยเชื่อว่าสาร EM จะช่วยดับกลิ่นและยับยั้งจุลินทรีย์ที่มากทำปฏิกิริยากับตะกอน และน้ำคาลที่เททิ้ง ซึ่งจุดนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตขาดความรู้และความเข้าใจในการจัดการตะกอนของเสียจากการผลิต ที่ควรทำการ

บำบัดในระบบน้ำทิ้งก่อนเพื่อแยกตะกอนออกนำไปกำจัดต่างหาก ส่วนน้ำที่เหลือทำการบำบัดจนใสก่อนปล่อยลงเหมืองสาธารณะ ซึ่งวิธีการที่สหกรณ์ปฏิบัติในปัจจุบันคือตะกอนลงลำน้ำโดยไม่มี การบำบัดนั้น จะส่งผลกระทบต่อลำน้ำเน่าเสีย อันส่งผลสืบเนื่องต่อผู้เพาะเลี้ยงปลาในกระชังในลำเหมืองดังกล่าว และผู้ใช้น้ำในเหมืองเพื่อการอุปโภค - บริโภค

4.1.10 การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์

การผลิตมีควบคุมและตรวจสอบคุณภาพระหว่างขั้นตอนการผลิตจำนวน 3 ครั้ง คือ ช่วงเข้าถังหมักก่อนนำไปบ่มจะตรวจสอบด้วยเครื่องวัดน้ำตาล และเครื่องวัดความเป็นกรด - ด่าง ปรับตามสัดส่วนการผลิต โดยเพิ่ม - ลด ด้วยกรดแทนนิน กรดซิตริก น้ำตาล และน้ำ ทำการตรวจสอบเช่นนี้อีกครั้งหลังจากแยกน้ำและกากออกจากกัน ทดลองชิมรสชาติแล้วปรับลดให้ได้ตามสัดส่วนการผลิต สำหรับการตรวจสอบครั้งที่ 3 ทำภายหลังจากเสร็จสิ้นการกรองด้วยเครื่องกรอง การตรวจสอบทำเช่นเดียวกันกับครั้งที่สอง ปรับคุณภาพให้ได้ตามที่ต้องการและบรรจุขวดเตรียมจำหน่ายต่อไป ช่วงการปี 2545 ถึงกลางปี 2546 การตรวจสอบคุณภาพไวน์ให้ผู้ตรวจสอบที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านเทคโนโลยีการอาหาร จากมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี แต่ปัจจุบันพนักงานฝ่ายผลิตลูกจ้างรายวันเป็นผู้ควบคุมและตรวจสอบเอง นอกจากนี้ การตรวจสอบยังเป็นผลมาจากการทดลองชิมไวน์ของลูกค้าเมื่อเข้าเยี่ยมชมกิจการ หรือออกร้านแสดงสินค้าแล้วนำคำแนะนำเหล่านั้นมาปรับปรุงคุณภาพไวน์

การควบคุมตรวจสอบคุณภาพไวน์กิจการใช้ผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์และมีความรู้หรือสำเร็จการศึกษาโดยตรงทางด้านเทคโนโลยีการอาหารมาทำหน้าที่ควบคุมและตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ แต่ละครั้งใช้ลูกจ้างรายวันที่มีอยู่ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันมาตรวจสอบคุณภาพสินค้า ทำให้คุณภาพไวน์ที่ผลิตได้แต่ละครั้งไม่เหมือนกัน ออกจำหน่ายทำให้เป็นที่มาของไวน์ไม่ได้มาตรฐาน ขณะเดียวกันการตรวจสอบคุณภาพไวน์บางครั้งเป็นไปตามคำสั่งซื้อของลูกค้า บางรายต้องการรสชาติที่หวานมาก แต่บางรายต้องการหวานน้อย หรือต้องการแอลกอฮอล์เกินมาตรฐานที่ทางสรรพสามิตกำหนดไว้ ฝ่ายผลิตสหกรณ์ก็จะปรับปรุงรสชาติไวน์ตามที่ลูกค้าต้องการออกจำหน่าย โดยไม่ได้ตั้งมาตรฐานของสหกรณ์เอง อย่างไรก็ตามการผลิตแต่ละครั้งผลิตในปริมาณมาก ผลิตภัณฑ์ที่เหลือจากคำสั่งซื้อของลูกค้าแต่ละครั้ง สหกรณ์จะนำออกจำหน่ายขายปลีกให้กับลูกค้าทั่วไป หรือลูกค้าประจำรายอื่นที่เข้ามาซื้อ ทำให้ลูกค้าที่ซื้อไปดื่มบางครั้งได้รสชาติไวน์ที่ตนเองชอบและต้องการ เมื่อมาซื้อครั้งต่อไปกลับไม่ได้ไวน์คุณภาพดังเดิม หรือได้รสชาติใหม่ไม่ตรงกับความต้องการ จึงไม่กลับมาซื้อสินค้าของกิจการอีก

4.1.11 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต

จากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ปัญหา พบว่า มีปัญหาหลายประเด็น

1. ปัญหาด้านคุณภาพไวน์ไม่คงที่ จากการผลิตแต่ละครั้ง ทั้งนี้อาจเป็นผลจากคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ผลิตมาจากหลายแหล่ง ซึ่งวัตถุดิบดังกล่าวไม่สามารถควบคุมการผลิตตั้งแต่การปลูกถึงเก็บเกี่ยว ดังเช่นบริษัทผู้ผลิตไวน์รายใหญ่ต่างประเทศให้ความสำคัญควบคุมคุณภาพวัตถุดิบตั้งแต่ต้นเพื่อให้ได้ไวน์คุณภาพออกจำหน่ายทั่วโลก ขณะเดียวกันประสบการณ์ของผู้ควบคุมไวน์ของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด มีประสบการณ์ด้านการผลิตน้อย จึงส่งผลให้การตรวจสอบคุณภาพสินค้าแต่ละครั้งได้ไวน์ที่มีรสชาติไม่เหมือนกัน
2. การกำจัดตะกอนที่เหลือจากการผลิต โดยแหล่งสู่ลำเหมืองสาธารณะจะทำให้เกิดปัญหามลภาวะตามมา จะส่งผลต่อผู้ใช้น้ำในลำน้ำดังกล่าว

4.1.12 ศักยภาพด้านการพัฒนา

1. วัตถุดิบที่ใช้ผลิตไวน์ชนิดที่ขายดี ส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น แม้บางชนิดต้องสั่งซื้อจากต่างจังหวัดแต่ก็มีมากเพียงพอหาซื้อง่าย และราคาไม่สูงมากนัก ฉะนั้นในอนาคตหากกิจการจะขยายกำลังการผลิตจึงทำได้ง่าย
2. พนักงานฝ่ายผลิตและผู้ตรวจสอบคุณภาพไวน์ มีประสบการณ์ด้านการผลิตน้อย ควรส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านนี้ด้วยการจัดฝึกอบรมเพิ่มประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้ตรวจสอบคุณภาพไวน์อาจจำเป็นต้องไปศึกษาถึงต่างประเทศกับบริษัทหรือกิจการที่เชี่ยวชาญโดยเฉพาะและยินดีที่จะถ่ายทอดเทคนิคดังกล่าวให้กับผู้ศึกษา
3. พนักงานสาธารณสุขหรือกรมโรงงานอุตสาหกรรมควรจะเข้ามาให้ความรู้หรือตรวจสอบระบบการจัดการของเสีย ให้ความรู้และวิธีการกำจัดที่ถูกต้อง โดยไม่เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือผลกระทบต่อชุมชน ขณะเดียวกันด้านการผลิตสาธารณสุขควรเข้ามาตรวจสอบใกล้ชิด ให้ความรู้และฝึกอบรมการผลิตให้ได้มาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) ซึ่งเป็นมาตรฐานการผลิตที่ทั่วไปให้การยอมรับ สำหรับกรมอุตสาหกรรมโรงงานควรเข้ามาช่วยในเรื่องสายงานการผลิต (process) ให้มีความคล่องตัวในการทำงาน และช่วยลดอุบัติเหตุระหว่างการผลิต
4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือสถาบันการศึกษา ควรทำการศึกษาวิจัยการคัดเลือกวัตถุดิบที่เหมาะสมต่อการผลิตไวน์แต่ละชนิด โดยศึกษาตั้งแต่ พันธุ์ การปลูกดูแลรักษา ช่วงระยะเวลาเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม ฯลฯ ซึ่งบริษัทผู้ผลิตไวน์ต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จให้ความสำคัญในจุดนี้เป็นอย่างมาก หากประเทศไทยสามารถทำการวิจัยและประสบ

ความสำเร็จโดยเพาะพืชเศรษฐกิจที่สำคัญอย่าง ลำไยและลิ้นจี่ ที่มักจะมีปัญหาผลผลิตล้นตลาด ช่วงฤดูเก็บเกี่ยว และเป็นเหตุให้รัฐต้องแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าด้วยการประกันราคาหรือพยุงราคา ประจำทุกปี ถ้าการวิจัยประสบความสำเร็จได้ไวน์ที่มีคุณภาพดี สามารถขายสินค้าแข่งขัน ต่างประเทศได้และต้องขยายการผลิตเพิ่มขึ้นตามมา เป็นการนำเงินตราเข้าประเทศส่งผลต่อ เศรษฐกิจมหภาคโดยรวมดีขึ้น และยังเป็นการช่วยแก้ปัญหาระยะยาวของราคาผลผลิตตกต่ำได้ อย่างยั่งยืน ทั้งยังสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับคนอยู่กับท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยลดปัญหาด้านสังคม ตามมา เพราะพ่อแม่ไม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้าน มีเวลาดูแลอบรมบุตรหลานมากขึ้น

4.2 การผลิตของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด

4.2.1 ผลผลิต

สหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด ทำการผลิตสินค้าปี 2545 ทั้งหมด 6 ชนิด (ตารางที่ 4.1) ในปี 2546 ผลิตไวน์มะขามป้อมเพิ่มขึ้นอีก 1 ชนิด และต้นปี 2547 ทดลองผลิต ไวน์กระชายดำอีกชนิดหนึ่ง ส่วนผลผลิตอื่นๆ คงค้างจากปี 2545 ปริมาณการผลิตทั้งหมดแสดง รายละเอียดในตารางที่ 4.2 ในปี 2545-2546 สหกรณ์ถูกอุทกภัยน้ำท่วมทำให้สินค้าเสียหายเลื่อม ชำรุดไม่สามารถนำออกจำหน่ายได้ มติที่ประชุมคณะกรรมการดำเนินการ วันที่ 26 พฤศจิกายน 2545 และวันที่ 2 กรกฎาคม 2546 กำหนดให้เป็นสินค้าชำรุด ส่วนสินค้าที่เหลือผลิตบรรจุขวด จำหน่าย 3 ขนาด คือ 750, 640 และ 330 มิลลิลิตร (ml.) (ภาคผนวก ข)

ตารางที่ 4.6 ผลผลิตของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด

ผลผลิต	ปีที่ผลิต		
	2545	2546	เป้าหมาย 2547
1. ลิ้นจี่	✓	คงค้างสต็อก	คงค้างสต็อก
2. กระท้อน	✓	คงค้างสต็อก	คงค้างสต็อก
3. ลำไย	✓	คงค้างสต็อก	คงค้างสต็อก
4. ลูกหว้า (มะเกี๋ยง)	✓	คงค้างสต็อก	คงค้างสต็อก
5. ผลไม้รวม	✓	คงค้างสต็อก	คงค้างสต็อก
6. สาโท	✓	คงค้างสต็อก	คงค้างสต็อก
7. มะขามป้อม	✗	✓	คงค้างสต็อก
8. กระชายดำ	✗	✗	✓

หมายเหตุ: ☒ หมายถึง ปีที่ทำการผลิต

☒ หมายถึง ไม่มีการผลิต

ตารางที่ 4.7 ปริมาณการผลิตสหกรณ์ไวน้ำป่าซางลำพูน จำกัด

ชนิด	ปริมาณผลิต (ลิตร)	บรรจุขวด (ลิตร)	คงเหลือ (ลิตร)	หมายเหตุ: เสียหายจาก อุทกภัยน้ำท่วม (ลิตร)
1. ลิ้นจี่	7,995	4,388	927	2,680
2. กระท้อน	5,266	3,328	678	1,260
3. ลำไย	3,180	1,725	815	640
4. ลูกหว้า (มะเกี๋ยง)	3,780	1,924	1,036	820
5. ผลไม้รวม	810	530	0	280
6. สาลิ	636	628	8	-
7. มะขามป้อม	5,000	0	5,000	-
8. กระจ่างดำ	<-----ทดลองผลิต----->			
รวม	26,667	12,523	8,464	5,680

4.2.2 การบริหารและการวางแผนการผลิต

การบริหารการผลิต

การบริหารการผลิตทั้งหมดอยู่ภายใต้การจัดการของนางอารีวรรณ มนุสสุข ประธานวางแผนและจัดหาปัจจัยการผลิต ใช้งานผลิตด้วยตนเองหรือผ่านทางพนักงานชั่วคราวประจำสำนักงาน บอกต่อไปยังลูกจ้างฝ่ายผลิตให้มาทำการผลิตที่สหกรณ์

การวางแผนการผลิต

นางอารีวรรณ วางแผนโดยสังเกตจากปริมาณสินค้าที่คงค้างสต็อกเมื่อเหลือประมาณ 200-300 ลิตร จึงสั่งผลิตเพิ่ม และจัดหาปัจจัยการผลิตวัตถุดิบตามฤดูกาล (ตารางที่ 4.8) และทำการผลิตทันทีโดยไม่มีการเก็บกักทุนวัตถุดิบ ส่วนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยผลิตแต่เป็นที่ต้องการของตลาดจะทดลองผลิตในปริมาณน้อย เพื่อคุณภาพผลิตภัณฑ์และพัฒนาตามความต้องการของลูกค้า

4.2.3 การจัดหาปัจจัยการผลิต

วัตถุดิบ

วัตถุดิบหลัก ประธานเป็นผู้คัดเลือกวัตถุดิบจากสมาชิกหรือชาวบ้านนำมาเสนอขาย โดยการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบดังนี้

1. ถิ่นจีสด การคัดคุณภาพดูจากความสะดวกของวัตถุดิบ ไม่มีเศษวัสดุและสิ่งปนเปื้อน เนื้อเป็นสีขาวขุ่นและหนา คมคมมีกลิ่นหอม เมื่อชิมมีรสชาติเปรี้ยวอมหวาน หากมีคุณภาพตามต้องการจึงสั่งซื้อ นอกจากนี้ยังใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตไวน์ผลไม้

2. กระท้อน พันธุ์พื้นเมืองชาวบ้านเรียกว่ามะตั้น คัดเลือกผลสดผิวสีเหลืองปนเขียวสุกประมาณ 60 เปอร์เซ็นต์ เมื่อหมักจะให้สารแทนนินทำให้ได้รสชาติฝาดปนนุ่มโดยธรรมชาติจึงไม่จำเป็นต้องปรุงแต่งสารแทนนินระหว่างหมัก อย่างไรก็ตามถ้าผลแก่จัดมากกว่านี้ไวน์จะไม่มีรสชาติฝาด ผลผลิตออกในช่วงเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม สมาชิกซื้อจากชาวบ้านกิโกรัมละ 3-8 บาท นอกจากจะใช้ผลิตไวน์กระท้อนแล้ว ยังใช้ผลิตไวน์ผลไม้รวม

3. ลำไย ในการผลิตใช้ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก ตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้น ดูจากเปลือกของลำไยต้องไม่มีแมลงเจาะ ไม่มีควันฟันและสารกำมะถันที่ใช้เป็นส่วนประกอบกรอบแห้งคก้าง เมื่อแกะเปลือกเนื้อเป็นสีแดงคล้ำเพราะเมื่อนำไปผลิตจะให้สีของผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม เนื้อของลำไยหนา คมแล้วมีกลิ่นหอมของลำไยและควันทิอบ เมื่อชิมให้รสชาติที่หวานจัดของน้ำตาลฟลักโตส ถ้ามีคุณสมบัติตามข้างต้นจึงสั่งซื้อ แต่เมื่อดมดูแล้วมีกลิ่นของกำมะถันปะปนอยู่จะไม่ซื้อสินค้าและใช้วัตถุดิบนั้นผลิตไวน์

4. ลูกหว้าหรือมะเกี๋ยง (ภาษาท้องถิ่น) ซื้อจากชาวบ้านในชุมชนที่ปลูกไว้บริโภคในครัวเรือน เมื่อเหลือจึงนำมาขาย สหกรณ์ซื้อเฉพาะช่วงฤดูกาลเดือนกรกฎาคม ในปี 2546 ซื้อในราคากิโกรัมละ 15 บาท การคัดคุณภาพวัตถุดิบ เลือกเฉพาะผลใหญ่ แก่จัด ลักษณะสีแดงปนดำ เมื่อชิมดูจะให้รสชาติเปรี้ยวอมหวาน ถ้ามีวัตถุดิบตรงตามที่ต้องการจึงสั่งซื้อ ทั้งยังใช้เป็นส่วนผสมผลิตไวน์ผลไม้

5. ข้าวสาร ชนิดข้าวเหนียว ใช้สำหรับผลิตสาโท ซื้อจากร้านค้าในชุมชนราคากิโกรัมละ 15 บาท

6. กระเจี๊ยบ ใช้ชนิดแห้งในการผลิตซื้อจากแม่ค้าคนกลางซึ่งรับซื้อต่อมาจากจังหวัดอุดรติดำจำหน่าย การคัดคุณภาพไม่มีสิ่งปนเปื้อนในวัตถุดิบ ดูแล้วเป็นของใหม่และมีสีแดงจัดถึงแดงเข้ม เมื่อใช้ผลิตให้สีไวน์แดงสวยงาม กระเจี๊ยบใช้สำหรับผลิตไวน์ผลไม้รวม

7. มะขามป้อม คัดเลือกลูกสีเขียวใส มีลายเส้นมองเห็นทะลุได้ในลูก ผลแก่จัดทดสอบชิมให้รสชาติฝาดกลมกล่อม สั่งซื้อจากอำเภอสี ราคากิโกรัมละ 8 บาท สำหรับผลิตไวน์มะขามป้อมและไวน์ผลไม้รวม

8. กระจ่างดำ ซื้อจากแม่ค้าคนกลางขายสินค้าเกษตร และรับซื้อกระจ่างดำจากจังหวัดเลยมาจำหน่ายแก่สหกรณ์ คัดเลือกวัตถุดิบสังเกตจากข้อต่อของหัวกระจ่าง (เหง้า) กลิ่น สี และรสชาติ โดยกระจ่างดำตัวผู้เหง้าหรือหัวจะเล็กเกาะกันเป็นกระจุก มีกลิ่นฉุน เมื่อผ่าหัวออกดูมีสี

ม่วงเข้ม และทดสอบโดยการเคี้ยวจะให้รสชาติฝาด ซึ่งกระษัตริย์ผู้ให้คุณภาพไวน์ดีกว่าตัวเมีย จึงทำให้ราคาสูงถึงกิโลกรัมละ 250–300 บาท ช่วงเวลาจัดหาและสั่งซื้อแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.8

วัตถุดิบรอง คือ วัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตไวน์

1. น้ำตาลทราย ซื้อจากตลาดในชุมชน ใช้สำหรับปรับคุณภาพไวน์ให้มีรสหวานตามมาตรฐานของสหกรณ์ ซื้อในราคา กิโลกรัมละ 13 บาท
2. ยีสต์ ใช้สำหรับหมักวัตถุดิบหลักให้เป็นไวน์ ซื้อในราคา กิโลกรัมละ 8,000 บาท
3. โปรแตสเซียม เมทตาไบซัลไฟต์ (KMS) ซื้อจากร้านเวชวิทย้างโรงพยาบาลลานนา จังหวัดเชียงใหม่
4. กรดแทนนิล ตัวปรับไวน์ให้มีรสฝาด เพราะทำมาจากเปลือกมังคุด ซื้อจากร้านเวชวิทย รากิโลกรัมละ 80 บาท
5. กรดซิตริก ใช้ปรับคุณภาพไวน์ให้มีรสเปรี้ยว ซื้อจากร้านเวชวิทย
6. แก๊ส ใช้ต้มน้ำเพื่อหมักวัตถุดิบ ซื้อจากร้านค้าในชุมชน

วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักรและโรงเรือน

วัสดุ ที่ใช้ในการผลิตอายุการใช้งานไม่เกิน 1 ปี นางอารีวรรณเป็นผู้พิจารณาจัดหา และสั่งซื้อ และนำบิลสินค้าส่งให้กับพนักงานบัญชี พร้อมกับแจ้งค่าใช้จ่ายให้ฝ่ายเหรัญญิก รับผิดชอบอย่างไรก็ตามหากเป็นการสั่งซื้อปริมาณมากจะปรึกษากับคณะกรรมการก่อนตัดสินใจ

เครื่องจักรและอุปกรณ์ อายุมากกว่า 1 ปี ทั้งที่สหกรณ์จัดซื้อเองและจากการสนับสนุนของหน่วยงานต่างๆ (ตารางที่ 4.4)

โรงเรือน ใช้สถานที่ของประธาน ดำเนินงานทั้งการผลิต ห้องแสดงสินค้าและจัดจำหน่าย

ตารางที่ 4.8 ช่วงเวลาจัดหาวัตถุดิบของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด

ผลิตภัณฑ์	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
วัตถุดิบหลัก												
1. ลินจี						↔	↔					
2. กระท้อน							↔	↔				
3. ลำไยแห้ง	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←
4. ลูกหว้า						↔	↔					
5. ข้าวสาร (ข้าวเหนียว)	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←
6. กระเจี๊ยบ	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←
7. มะขามป้อม	↔	↔										↔
8. กระชายดำ	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←
วัตถุดิบรอง												
1. น้ำตาลทราย	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←
2. ยีสต์	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←
3. โปรแตสเซียมเมทคาไบซัลไฟร์	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←
4. กรดแทนนิน	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←
5. กรดซิตริก	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←
6. แก๊ส	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←	←

หมายเหตุ: ↔ จัดซื้อประจำและจำนวนมาก
 ←--- จัดซื้อต่อเมื่อหมดลงหรือใกล้จะหมด

ตารางที่ 4.9 วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือนของสหกรณ์ไวน์ป่าขางลำพูน จำกัด

วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือน	จำนวน	ราคารวม (บาท)	แหล่งที่มา	ปีที่ได้มา	อายุการใช้งาน (ปี)	ลักษณะการใช้งาน
วัสดุ (อายุใช้งานไม่เกิน 1 ปี)						
1. ถูมือ	36	450	ซื้อเอง	2546	1	สวมใส่ระหว่างผลิต
2. ผ้ากันเปื้อนและหมวก	20	1,000	“	2546	1	สวมใส่ระหว่างผลิต
3. ผ้าปิดจมูก	36	100	“	2546	1	สวมใส่ระหว่างผลิต
4. แผ่นกรองเบอร์ 1, 2 และ 3	268	11,510	“	2546	1	กรองไวน์
5. ตะกร้าใส่ผลไม้	40	1,400	“	2546	1	ใส่วัตถุดิบ
6. แก้วน้ำพลาสติกเล็ก 4 ขา	6	150	“	2546	1	นั่งทำงานผลิต
7. ไม้ถูพื้น	2	100	“	2546	1	ทำความสะอาด
8. ตะกร้าซื้อมากาวัตถุดิบ	10	100	“	2546	1	ซื้อมาวัตถุดิบที่ต้ม
9. กระชอนตาเล็ก	2	70	“	2546	1	คนและคั่ววัตถุดิบ
10. ไม้กรองไวน์	1	3,900	“	2546	1	กรองไวน์
อุปกรณ์ – เครื่องจักร						
1. สายยางกาลักน้ำ	2	50	“	2545	3	ดูดเปลี่ยนไวน์จากถัง 20 ลิตร
2. ลูกบอลไซค์เคอร์	2	50	“	“	3	
3. สายยางซิลิโคน	3	30	“	“	3	ดูดถ่ายไวน์ถึงขนาด 20 ลิตร
4. กาลักน้ำพลาสติก	1	20	“	“	3	ดูดน้ำจากถังน้ำดื่ม
5. ถังน้ำพลาสติกเบอร์ 3	2	160	“	“	3	ใส่น้ำ
6. ปลั๊กไฟ	3	390	“	“	3	เสียบไฟฟ้า
7. กระบวยสเตนเลส	2	500	“	“	5	คนวัตถุดิบ
8. กรวยพลาสติก	2	70	“	“	5	กรองไวน์ใส่ถัง 20 ลิตร
9. ไม้ผายค้ำไม้	2	200	“	“	6	คนไวน์ในถังหมัก
10. มีด	2	160	“	“	3	ใช้ผลิต
11. ตะขัง 1 กก.	1	450	“	“	5	ซังวัตถุดิบ
12. ตะขัง 7 กก.	1	650	“	“	5	ซังวัตถุดิบ
13. ตะขัง 60 กก.	1	1,050	“	“	5	ซังวัตถุดิบ
14. กระตักน้ำแข็ง 10 ลิตร	1	120	“	“	2	ใส่น้ำ

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือน	จำนวน	ราคารวม (บาท)	แหล่งที่มา	ปีที่ ได้มา	อายุการ ใช้งาน (ปี)	ลักษณะการใช้งาน
15. หม้อเบียร์ 40	2	500	“	“	5	ต้มวัตถุดิบ
16. หม้อเบียร์ 60	2	1,200	“	“	5	ต้มวัตถุดิบ
17. รองเท้าบูต	3	210	“	“	2	สวมใส่ในการผลิต
18. ท็อปฟลูมินิก	2	120	“	“	2	ตัดวัตถุดิบ
19. กระละมั่งพลาสติก	20	700	“	“	4	ล้างอุปกรณ์และวัตถุดิบ
20. รถเข็น	2	1,900	“	“	6	ขนวัตถุดิบและถังไวน์
21. เครื่องปรับอากาศ	2	35,000	“	“	6	ใช้ผลิต
22. ที่เป่าลมร้อน	1	990	“	“	3	หมักไวน์
23. ถังน้ำพลาสติก ขนาด 20 ลิตร	494	29,200	“	“	3	หมักไวน์
24. ถังหมักไวน์ 150 ลิตร	17	4165	“	“	3	หมักไวน์
25. ถังแช่คนเลส (SSL)	1	2,050	“	“	10	หมักไวน์
26. ถังแช่คนเลส 1,250 ลิตร	3	18,000	“	“	10	หมักไวน์
27. ขาตั้งไวน์	13	9,750	“	“	3	ตั้งถังหมักไวน์
28. ถังหมักสแตนเลส 1,600 ลิตร	10	89,000	เทศบาล ตำบลป่าซาง	2545	10	หมักไวน์
29. เครื่องอัดลูกกอร์ก	1	6,500	“	“	5	ปิดปากขวด
30. เครื่องอัดฝาจีบ	1	4,000	“	“	5	ปิดฝาขวด
31. เครื่องกรองไวน์ 20 Plate	1	180,000	สำนักงาน สหกรณ์ จังหวัดลำพูน	2546	5	กรองไวน์
32. เครื่องบรรจุไวน์ กึ่งอัตโนมัติ	1	65,000	“	“	5	บรรจุไวน์
33. เครื่องพาสเจอร์ไร	1	48,000	“	“	5	ฆ่าเชื้อ
34. เครื่องอัดลูกกอร์ก สแตนเลส	1	17,500	“	“	5	อัดลูกกอร์กปิดปากขวด
35. เครื่องวัดกรด – ค่า	1	5,000	“	“	5	วัดกรด – ค่า ไวน์ที่หมัก

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือน	จำนวน	ราคารวม (บาท)	แหล่งที่มา	ปีที่ได้มา	อายุการใช้งาน (ปี)	ลักษณะการใช้งาน
36. เครื่องวัดน้ำตาล	1	7,500	“	“	5	วัดความหวานของไวน์
37. เครื่องวัดแอลกอฮอล์	1	7,500	“	“	5	วัดปริมาณแอลกอฮอล์
38. ถังหมักสแตนเลส 1,250 ลิตร	10	70,000	“	“	10	หมักไวน์
39. โรงเรือน	1	120,000	“	2545	30	ผลิตและจำหน่ายสินค้า

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: * คัดจากประมาณค่าเช่าเดือนละ 3,000 บาท

บรรณภัณฑ์

สหกรณ์ใช้บรรณภัณฑ์ในการผลิตประกอบด้วย

1. ขวดเก่า หรือขวด recycle ตั้งซื้อจากร้านรับซื้อของเก่าทั้งในตัวเมืองลำพูน และ เชียงใหม่ จำนวน 3 ขนาด

1.1 ขวดขนาด 330 มิลลิลิตร (ml) ขวดเก่าเบียร์ไฮเนเก้นท์ (Heineken) ช่วงแรก ราคาโหลละ 12 บาท และเพิ่มขึ้นเป็น 19 บาท ในเดือนกรกฎาคม 2546 ถึงปัจจุบัน ซื้อจาก โกดังวรวิทย์

1.2 ขวดขนาด 640 มิลลิลิตร (ml) โหลละ 24 บาท ซื้อจากตัวเมืองลำพูน

1.3 ขวดขนาด 750 มิลลิลิตร (ml) ขวดไวน์เก่าี่ห้อต่างๆ ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ปี 2546 ถึงปัจจุบัน ซื้อโหลละ 70 บาท จากตัวเมืองลำพูน และโกดังวรวิทย์ ที่แยกหนอง-หอย จังหวัดเชียงใหม่

2. ฝาจับ ใช้สำหรับปิดขวดขนาด 630 และ 330 มิลลิเมตร (ml) ซื้อจากสหกรณ์ไวน์ อุโมงค์ลำพูนจำกัด หรือร้าน M&P ของนายขยัน พรหมวิหาร ประธานสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ ราคา ฝาละ 2 บาท

3. จุกคอร์ค ใช้ปิดขวดขนาด 750 มิลลิเมตร (ml) ซื้อจากสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด หรือร้าน M&P ของนายขยัน พรหมวิหาร ราคาฝาละ 4 บาท

4. พลาสติกซิลปากขวด ใช้ปิดฝาจับและจุกคอรั้งให้ยึดแน่นติดกับปากขวด เพื่อไม่ให้ไวน์ไหลออก ซื้อมาจากร้านค้าในจังหวัดเชียงใหม่ หรือสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ จำกัด

5. ฉลาก ประธานเป็นผู้สั่งผลิตจากร้านในตัวเมืองเชียงใหม่ ต้นทุนการผลิตชุดละ 2.50 บาทต่อขวด

6. แสตมป์ ซื้อมาจากร้านงานสรรพสามิตจังหวัดลำพูน ซึ่งราคาแสตมป์คิดมาจาก 2 วิธีโดยวิธีแรกคิดจากต้นทุนการผลิตและเสียอัตราภาษีตามมูลค่า และวิธีที่สองคิดจากอัตราภาษีตามปริมาณหน่วยที่บรรจุขายและปริมาณแอลกอฮอล์ ซึ่งทั้งสองวิธีเมื่อคำนวณแล้ว หากวิธีใดเสียอัตราภาษีสูงกว่าจะยึดมูลค่านั้นเป็นอากรแสตมป์จำหน่ายแก่สหกรณ์ และกิจการเสียค่าอากรแสตมป์ที่สหกรณ์ซื้อติดขวดก่อนนำออกจำหน่าย (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 อัตราค่าอากรแสตมป์

ชนิดผลิตภัณฑ์	ขนาด 750 ml. (บาท)	ขนาด 640 ml. (บาท)	ขนาด 330 ml. (บาท)
1. กระเจี๊ยบ	7.50	6.40	3.30
2. กระท้อน	7.10	6.05	3.12
3. มะขามป้อม	7.85	6.70	3.54
4. ลำไย	6.91	5.80	3.04
5. ลิ้นจี่	7.25	6.19	3.19
6. ลูกหว้า (มะเกี๋ยง)	7.36	6.28	3.24
7. มะขามป้อม	<-----อยู่ระหว่างทดลองผลิต----->		
8. กระชายดำ	<-----อยู่ระหว่างทดลองผลิต----->		

การเก็บรักษาปัจจัยการผลิตและการตรวจสอบคุณภาพก่อนผลิต

สหกรณ์ซื้อวัตถุดิบทั้งผลสดและอบแห้ง โดยมีการเก็บรักษาและตรวจสอบคุณภาพดังนี้

1. ผลสด ประกอบด้วย ลิ้นจี่ กระท้อน ลูกหว้า มะขามป้อม และกระชายดำ วัตถุดิบสี่ชนิดแรกซื้อให้พอดีกับการผลิตแต่ละครั้ง ก่อนนำมาผลิตพนักงานจะคัดเลือกส่วนที่เน่าเสียออกก่อน ตรวจสอบสิ่งเจือปนและแปลกปลอมอีกครั้ง นำไปล้างน้ำทำความสะอาดก่อนเข้าเครื่องบดให้ละเอียด ก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตต่อไป

ส่วนกระชายดำที่เหลือจากการผลิต เก็บรักษาโดยผึ่งตากแห้งไว้ในร่ม ไม่กองสุ่มรวมกันในปริมาณมากเกินไปจนเกิดความร้อน เพราะจะทำให้หัวกระชายเน่าเสียง่าย การตากผึ่งลม

สามารถเก็บไว้ใช้ผลิตได้ตลอดปี การคัดเลือกก่อนนำมาผลิตจะคัดส่วนที่เน่าเสียและเป็นเชื้อราออก ส่วนที่ดีนำไปปอกเปลือก เหลือแต่หัวข้างในนำไปล้างน้ำทำความสะอาด ใส่เครื่องบดและหมักต่อไป

2. ผลิตภัณฑ์อบแห้ง ได้แก่ ลำไย และกระเจียบ เก็บรักษาไว้ในถุงพลาสติกสองใบ ซ้อนกันปิดปากให้สนิท เก็บไว้ในที่แห้ง (ไม่ชื้น) เพราะหากชื้นจะเกิดเชื้อราได้ง่าย การคัดวัตถุดิบก่อนนำมาผลิต คัดสิ่งแปลกปลอมเจือปนทิ้ง และเลือกเฉพาะสินค้าที่มีผิวสวย ส่วนที่เป็นเชื้อราและผิวดำคั่วจะคัดทิ้ง วัตถุดิบที่ดีจะนำไปล้างและต้มในน้ำเดือดก่อนเข้าสู่กระบวนการหมัก

4.2.4 แรงงานและการจ้างแรงงาน

สหกรณ์คัดเลือกและว่าจ้างแรงงานจากสมาชิกและคนในชุมชนที่ยากจน มีอาชีพรับจ้างรายวันทั่วไป ในการผลิตจ้างแรงงานแรงงานจำนวน 3 คน ทำงานในทุกหน้าที่ ตั้งแต่หมักบ่มไวน์ กรอง บรรจุขวด ปิดฝาจับ หรือจุกคอรีด ติดสติ๊กเกอร์ ตรวนนับเข้าสต็อกสินค้า แรงงานได้รับค่าจ้างวันละ 100 บาท ส่วนใหญ่มาทำงานก็ต่อเมื่อมีคำสั่งซื้อ หรือประธานสั่งผลิต หรือมีผู้มาเยี่ยมชมกิจการ ส่วนวันอื่นๆ แรงงานจะไปรับจ้างทั่วไป

4.2.5 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตไวน์ของสหกรณ์

ในการคำนวณต้นทุนของสหกรณ์เป็นเพียงการประมาณการจากต้นทุนวัตถุดิบ และแรงงานเป็นหลัก ส่วนต้นทุนจากการวิเคราะห์เป็นการคำนวณต้นทุนมาจากวัตถุดิบ ค่าแรง วัสดุอุปกรณ์และโรงเรือน ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งในด้านการผลิต การตลาด และการจัดการ ทั้งที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสด

จากสินค้าที่ผลิตทั้งหมดบรรจุขวดจำหน่าย 3 ขนาด คือ 330, 640 และ 750 ml. ผลวิเคราะห์ต้นทุนผลิต พบว่า กิจการมีกำไรเหนือต้นทุนวิเคราะห์ทุกขนาดในทุกชนิดผลิตภัณฑ์ ซึ่งมากน้อยแตกต่างกันไป (ตารางที่ 4.11) โดยสาโทที่ผลิตมีกำไรเหนือต้นทุนวิเคราะห์มากที่สุด ในขวดที่บรรจุทุกขนาด เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่บรรจุขวดในขนาดเดียวกัน ส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีกำไรน้อยที่สุดคือไวน์ผลไม้รวมที่บรรจุขวด 330 ml. และขวดขนาด 640 และ 750 ml. มีกำไรเหนือต้นทุนน้อยที่สุดในไวน์ลำไย และรายละเอียดอื่นๆ แสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ต้นทุนผลตอบแทนของสหกรณ์ไวน้ำป่าขางลำพูน จำกัด

รายการ	ขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อต้นทุนทั้งหมด (%)		
	330 ml		640 ml		750 ml		330 ml	640 ml	750 ml
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์			
ไวน้ำลิ้นจี่									
ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปัจจัยการผลิต		9.9906		16.5878		31.1167	55.90	52.04	63.47
2. แรงงาน		1.9564		3.7942		4.4464	10.95	11.90	9.07
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		3.8358		7.4425		8.7178	21.46	23.35	17.78
ต้นทุนคงที่		2.0894		4.0521		4.7486	11.69	12.71	9.69
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	25.00	17.8722	40.00	31.8767	70.00	49.0295	100.00	100.00	100.00
ค่าขายส่ง		25.00		50.00		80.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน สหกรณ์(5)		0.00		10.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน สหกรณ์(6)		9.22		22.18		35.72			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผัน แปร(7)		9.22		22.18		35.72			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน ทั้งหมด(8)		7.13		18.12		30.97			
ราคาส่วน (5) ต่อราคา ขายส่ง (%)		0.00		20.00		12.50			
ราคาส่วน (6) ต่อราคา ขายส่ง (%)		36.87		44.35		44.65			
ราคาส่วน (7) ต่อราคา ขายส่ง (%)		36.87		44.35		44.65			
ราคาส่วน (8) ต่อราคา ขายส่ง (%)		28.51		36.25		38.71			

วงที่ 4.11 (ต่อ)

รายการ	ขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อต้นทุนทั้งหมด (%)		
	330 ml		640 ml		750 ml		330 ml	640 ml	750 ml
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์			
ขายปลีก		35.00		90.00		120.00			
ตอบแทนสิทธิเหนือต้นทุน กรรม(9)		10.00		50.00		50.00			
ตอบแทนสิทธิเหนือต้นทุน สด(10)		19.22		62.18		75.72			
ตอบแทนสิทธิเหนือต้นทุน ร(11)		19.22		62.18		75.72			
ตอบแทนสิทธิเหนือต้นทุน หมด(12)		17.13		58.12		70.97			
ราคาส่วน (9) ต่อราคา ปลีก (%)		28.57		55.56		41.67			
ราคาส่วน (10) ต่อราคา ปลีก (%)		54.91		69.08		63.10			
ราคาส่วน (11) ต่อราคา ปลีก (%)		54.91		69.08		63.10			
ราคาส่วน (12) ต่อราคา ปลีก (%)		48.94		64.58		59.14			
กำไรสุทธิ									
ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปัจจัยการผลิต		8.8956		14.4028		28.0885	53.24	48.74	61.26
2. แรงงาน		1.9564		3.7942		4.4464	11.71	12.84	9.70
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		3.7658		7.3025		8.5678	22.54	24.71	18.69
ต้นทุนคงที่		2.0894		4.0521		4.7486	12.51	13.71	10.36
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	25.00	16.7072	40.00	29.5517	70.00	45.8513	100.00	100.00	100.00
ขายปลีก		25.00		50.00		80.00			

รายการ	ขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อต้นทุนทั้งหมด (%)		
	330 ml		640 ml		750 ml		330 ml	640 ml	750 ml
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห้	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห้	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห้			
ตอบแทนสุทธิเหนือทุนสหกรณ์(5)		0.00		10.00		10.00			
ตอบแทนสุทธิเหนือทุนเงินสด(6)		10.38		24.50		38.90			
ตอบแทนสุทธิเหนือทุนผันแปร(7)		10.38		24.50		38.90			
ตอบแทนสุทธิเหนือทุนทั้งหมด(8)		8.29		20.45		34.15			
ราคาส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)		0.00		20.00		12.50			
ราคาส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)		41.53		49.00		48.62			
ราคาส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)		41.53		49.00		48.62			
ราคาส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)		33.17		40.90		42.69			
ค่าขายปลีก		35.00		90.00		120.00			
ตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(9)		10.00		50.00		50.00			
ตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(10)		20.38		64.50		78.90			
ตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(11)		20.38		64.50		78.90			
ตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)		18.29		60.45		74.15			
ราคาส่วน (9) ต่อราคาขายปลีก (%)		28.57		55.56		41.67			

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รายการ	ขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	330 ml		640 ml		750 ml		330 ml	640 ml	750 ml
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์			
ค่าส่วน (11) ค่าราคา ขายปลีก (%)		58.23		71.67		65.75			
ค่าส่วน (12) ค่าราคา ขายปลีก (%)		52.27		67.16		61.79			
ไวน์ลำไย									
1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปัจจัยการผลิต		11.9986		20.4558		35.1635	60.81	57.86	66.44
2. แรงงาน		1.9564		3.7942		4.4464	9.92	10.73	8.40
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		3.6858		7.0525		8.5678	18.68	19.95	16.19
ต้นทุนคงที่		2.0894		4.0521		4.7486	10.59	11.46	8.97
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	25.00	19.7302	40.00	35.3547	70.00	52.9263	100.00	100.00	100.00
ค่าขายส่ง		25.00		50.00		80.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน สหกรณ์(5)		0.00		10.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน ในสด(6)		7.36		18.70		31.82			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน ในแปร(7)		7.36		18.70		31.82			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(8)		5.27		14.65		27.07			
ค่าส่วน (5) ค่าราคาขายส่ง (%)		0.00		20.00		12.50			
ค่าส่วน (6) ค่าราคาขายส่ง (%)		29.44		37.39		39.78			
ค่าส่วน (7) ค่าราคาขายส่ง (%)		29.44		37.39		39.78			
ค่าส่วน (8) ค่าราคาขายส่ง (%)		21.08		29.29		33.84			
ค่าขายปลีก		35.00		90.00		120.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน สหกรณ์(9)		10.00		50.00		50.00			

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รายการ	ขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	330 ml		640 ml		750 ml		330 ml	640 ml	750 ml
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์			
ลดตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน เงินสด(10)		17.36		58.70		71.82			
ลดตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน เงินแปร(11)		17.36		58.70		71.82			
ลดตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(12)		15.27		54.65		67.07			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายปลีก (%)		28.57		55.56		41.67			
อัตราส่วน (10) ต่อราคา ขายปลีก (%)		49.60		65.22		59.85			
อัตราส่วน (11) ต่อราคา ขายปลีก (%)		49.60		65.22		59.85			
อัตราส่วน (12) ต่อราคา ขายปลีก (%)		43.63		60.72		55.89			
ไวน์ลูกหว่า									
1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนเงินแปร									
1. ปัจจัยการผลิต		9.5336		15.6358		29.5385	54.59	50.41	62.11
2. แรงงาน		1.9564		3.7942		4.4464	11.20	12.23	9.35
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		3.8858		7.5325		8.8278	22.25	24.29	18.56
ต้นทุนคงที่		2.0894		4.0521		4.7486	11.96	13.07	9.98
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	25.00	17.4652	40.00	31.0147	70.00	47.5613	100.00	100.00	100.00
ราคาขายส่ง		25.00		50.00		80.00			
ลดตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(5)		0.00		10.00		10.00			
ลดตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน เงินสด(6)		9.62		23.04		37.19			
ลดตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน เงินแปร(7)		9.62		23.04		37.19			

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รายการ	ขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	330 ml		640 ml		750 ml		330 ml	640 ml	750 ml
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน ทั้งหมด(8)		7.53		18.99		32.44			
อัตราส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)		0.00		20.00		12.50			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)		38.50		46.07		46.48			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)		38.50		46.07		46.48			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)		30.14		37.97		40.55			
ราคาขายปลีก		35.00		90.00		120.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน สหกรณ์(9)		10.00		50.00		50.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน เงินสด(10)		19.62		63.04		77.19			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน เงินแปร(11)		19.62		63.04		77.19			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน ทั้งหมด(12)		17.53		58.99		72.44			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายปลีก (%)		28.57		55.56		41.67			
อัตราส่วน (10) ต่อราคา ขายปลีก (%)		56.07		70.04		64.32			
อัตราส่วน (11) ต่อราคา ขายปลีก (%)		56.07		70.04		64.32			
อัตราส่วน (12) ต่อราคา ขายปลีก (%)		50.10		65.54		60.37			

างที่ 4.11 (ต่อ)

รายการ	ขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	330 ml		640 ml		750 ml		330 ml	640 ml	750 ml
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์			
ไวน์ผลไม้รวม									
ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปัจจัยการผลิต		13.2669		17.0108		28.1705	62.41	52.33	60.80
2. แรงงาน		1.9564		3.7942		4.4464	9.20	11.67	9.60
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		3.9458		7.6525		8.9678	18.56	23.54	19.36
ต้นทุนคงที่		2.0894		4.0521		4.7486	9.83	12.46	10.25
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	25.00	21.2585	40.0000	32.5097	70.00	46.3333	100.00	100.00	100.00
ราคาขายส่ง		25.00		50.00		80.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน สหกรณ์(5)		0.00		10.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน สด(6)		5.83		21.54		38.42			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน แปร(7)		5.83		21.54		38.42			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน รวม(8)		3.74		17.49		33.67			
ส่วน (5) ต่อราคาขายส่ง (%)		0.00		20.00		12.50			
ส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)		23.32		43.08		48.02			
ส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)		23.32		43.08		48.02			
ส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)		14.97		34.98		42.08			
ราคาขายปลีก		35.00		90.00		120.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน สหกรณ์(9)		10.00		50.00		50.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน สด(10)		15.83		61.54		78.42			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน แปร(11)		15.83		61.54		78.42			

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รายการ	ขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	330 ml		640 ml		750 ml		330 ml	640 ml	750 ml
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน ทั้งหมด(12)		13.74		57.49		73.67			
อัตราส่วน (9)ต่อราคาขายปลีก (%)		28.57		55.56		41.67			
อัตราส่วน (10) ต่อราคา ขายปลีก (%)		45.23		68.38		65.35			
อัตราส่วน(11)ต่อราคาขายปลีก (%)		45.23		68.38		65.35			
อัตราส่วน (12) ต่อราคา ขายปลีก (%)		39.26		63.88		61.39			
สาขา									
1) ต้นทุนการผลิต									
ต้นทุนผันแปร									
1. ปัจจัยการผลิต		7.1376		10.9808		24.0849	46.44	41.00	56.54
2. แรงงาน		1.9564		3.7942		4.4464	12.73	14.17	10.44
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		4.1858		7.9525		9.3178	27.24	29.70	21.87
ต้นทุนคงที่		2.0894		4.0521		4.7486	13.59	15.13	11.15
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	25.00	15.3692	40.00	26.7797	70.00	42.5976	100.00	100.00	100.00
ราคาขายส่ง		25.00		50.00		80.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน สหกรณ์(5)		0.00		10.00		10.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน เงินสด(6)		11.72		27.27		42.15			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน ผันแปร(7)		11.72		27.27		42.15			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน ทั้งหมด(8)		9.63		23.22		37.40			
อัตราส่วน (5) ต่อราคา ขายส่ง (%)		0.00		20.00		12.50			

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รายการ	ขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	330 ml		640 ml		750 ml		330 ml	640 ml	750 ml
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห			
ค่าส่วน (6) ค่าราคา		46.88		54.54		52.69			
ขายส่ง (%)									
ค่าส่วน (7) ค่าราคา		46.88		54.54		52.69			
ขายส่ง (%)									
ค่าส่วน (8) ค่าราคา		38.52		46.44		46.75			
ขายส่ง (%)									
ค่าขายปลีก		35.00		90.00		120.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน สหกรณ์(9)		10.00		50.00		50.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน ในสด(10)		21.72		67.27		82.15			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน ในเปร(11)		21.72		67.27		82.15			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุน ทั้งหมด(12)		19.63		63.22		77.40			
ค่าส่วน (9) ค่าราคาขายปลีก (%)		28.57		55.56		41.67			
ค่าส่วน (10) ค่าราคา ขายปลีก (%)		62.06		74.75		68.46			
ค่าส่วน (11) ค่าราคา ขายปลีก (%)		62.06		74.75		68.46			
ค่าส่วน (12) ค่าราคา ขายปลีก (%)		56.09		70.24		64.50			

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รายการ	ขนาดบรรจุ (บาท)						อัตราส่วนของต้นทุนต่อ ต้นทุนทั้งหมด (%)		
	330 ml		640 ml		750 ml		330 ml	640 ml	750 ml
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือ ต้นทุนสหกรณ์(9)		10.00		50.00		50.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือ ต้นทุนเงินสด(10)		19.22		62.18		75.72			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือ ต้นทุนผันแปร(11)		19.22		62.18		75.72			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือ ต้นทุนทั้งหมด(12)		17.13		58.12		70.97			
อัตราส่วน (9) ต่อราคา ขายปลีก (%)		28.57		55.56		41.67			
อัตราส่วน (10) ต่อราคา ขายปลีก (%)		54.91		69.08		63.10			
อัตราส่วน (11) ต่อราคา ขายปลีก (%)		54.91		69.08		63.10			
อัตราส่วน (12) ต่อราคา ขายปลีก (%)		48.94 ^a		64.58		59.14			

4.2.6 กรรมวิธีการผลิต

ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ

วัตถุดิบผลสด ลินจี กระท้อน ลูกหว้า มะขามป้อม และกระชายดำ วัตถุดิบ 4 ชนิดแรกนำไปล้างน้ำและทำความสะอาด คัดเลือกสิ่งเจือปนและเน่าเสียออก นำไปผึ่งแห้งในร่มจนสะเด็ดน้ำ และนำเมล็ดออกเหลือแต่เนื้อ ส่วนกระชายดำปอกเปลือกออกเหลือแต่เนื้อสีม่วงเข้ม นำไปล้างน้ำทำความสะอาด เนื้อวัตถุดิบที่ได้ทั้งหมดนำไปชั่งน้ำหนัก เตรียมเข้าเครื่องบด ในการบดใส่น้ำสะอาดเล็กน้อยเพื่อช่วยให้การบดคล่องตัว ขั้นตอนการผลิตและหมักมีดังนี้

1. ลิ้นจี่ (ถัง 100 ลิตร)	10 กก.	น้ำตาล 15 กก.	น้ำสะอาด 50	ลิตร
2. กระท้อน (ถัง 120 ลิตร)	30 กก.	น้ำตาล 20 กก.	น้ำสะอาด 80	ลิตร
3. มะขามป้อม (ถัง 100 ลิตร)	20 กก.	น้ำตาล 20 กก.	น้ำสะอาด 80	ลิตร
4. ลูกหว่า (ถัง 100 ลิตร)	30 กก.	น้ำตาล 20 กก.	น้ำสะอาด 50	ลิตร
5. กระจ่างดำ (ถัง 100 ลิตร)	3 กก.	น้ำตาล 20 กก.	น้ำสะอาด 80	ลิตร

วัตถุดิบแห้ง ลำไย และกระเจี๊ยบ พนักงานจะคัดเลือกสิ่งแปลกปลอม เจือปน รวมทั้งวัตถุดิบที่เป็นเชื้อราและเน่าเสียออก นำไปล้างน้ำและต้มคั่วในน้ำเดือดประมาณ 20-30 นาที หรือจนกว่าวัตถุดิบแห้งขยายตัวเต็มที่ยกออกจากเตา รอจนกว่าน้ำเย็นตัวลง และผสมน้ำดื่มสุกตามสัดส่วนผลิตดังนี้

1. ลำไย (ถัง 100 ลิตร)	3 กก.	น้ำตาล 20 กก.	น้ำสะอาด 80 ลิตร
2. กระเจี๊ยบ (ถัง 100 ลิตร)	2 กก.	น้ำตาล 20 กก.	น้ำสะอาด 80 ลิตร

ขั้นตอนการผลิต

1. เมื่อเตรียมวัตถุดิบและผสมน้ำตาลตามสัดส่วนการผลิต ตรวจวัดความหวาน ปรับเพิ่มด้วยการเติมน้ำตาล ถ้าหวานมากปรับลดโดยการเติมน้ำจนได้สัดส่วนตามต้องการ จากนั้นตรวจวัดความเป็นกรด - ด่าง ปรับลดหรือเพิ่ม โดยเติมกรดแทนนิล และกรดซิตริก ถ้าใช้วัตถุดิบผลสดในการหมักในช่วงนี้จะเติม KMS เพื่อฆ่าเชื้อ ส่วนวัตถุดิบอบแห้งไม่เติมเพราะผ่านกระบวนการต้มฆ่าเชื้อ ท้ายสุดของกระบวนการนี้ คือ การเติมยีสต์ตามสัดส่วนการผลิตและหมักในถังช่วงใช้ระยะเวลาประมาณ 3 เดือน

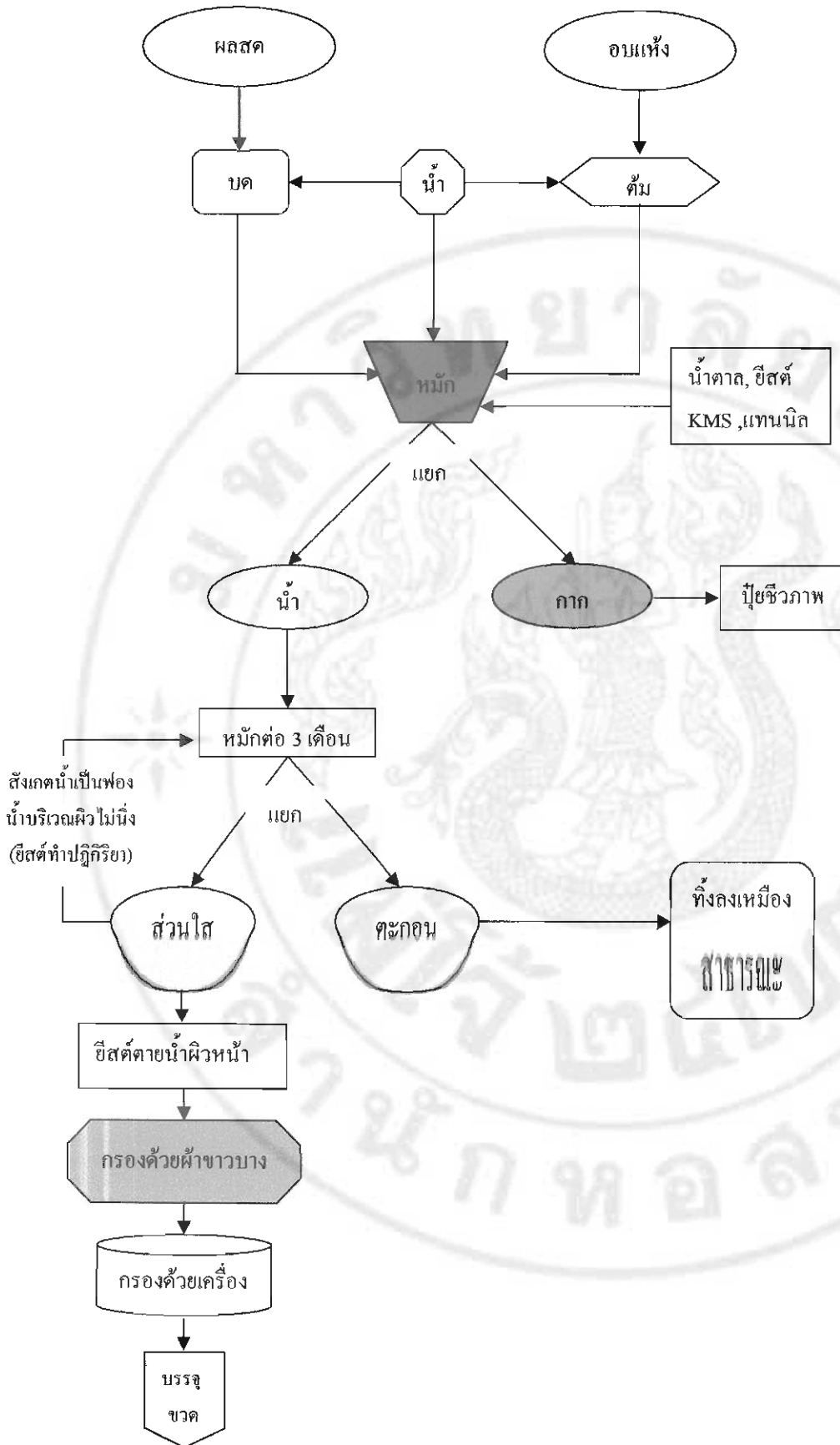
2. แยกน้ำและกากออกจากกัน โดยกากให้เปล่าแก่กลุ่มผลิตปุ๋ยชีวภาพไปใช้ในการเกษตร ส่วนน้ำที่แยกได้หมักต่อในถังใช้ระยะเวลา 3 เดือน ช่วงนี้ต้องตรวจสอบด้วยการวัดน้ำตาล และกรด - ด่าง อีกครั้ง ปรับเพิ่ม - ลดน้ำตาล หรือกรดซิตริก และแทนนิล รวมทั้งตรวจวัดแอลกอฮอล์และซิมบูรสชาติ

3. หากครบกำหนดตามขั้นตอนที่ 2 เปิดดูถังหมักไวน์สังเกตส่วนใสบริเวณผิวหน้าว่าใสและนิ่ง หรือเป็นฟองและน้ำผิวหน้าไม่นิ่ง (ยีสต์ทำปฏิกิริยา) ก่อนทำการแยกส่วนใสและตะกอนออกจากกัน ซึ่งตะกอนที่แยกได้เททิ้งลงถังหมักสาธณะ สำหรับส่วนใสที่แยกและยีสต์ยังไม่ตาย น้ำบริเวณผิวหน้าเป็นฟองและไม่นิ่ง ส่วนใสที่ได้ให้นำกลับไปหมักต่อจนกว่ายีสต์ตาย อันหมายถึงสิ้นสุดกระบวนการหมัก อย่างไรก็ตามถ้าใสและนิ่ง ส่วนใสที่แยกได้ต้องเติม KMS อีกครั้ง เพื่อฆ่าเชื้อ และผ่านเข้าสู่กระบวนการกรองด้วยผ้าขาวบางวางซ้อนกัน 3 ชั้น ก่อนเข้าสู่

เครื่องกรองผ่านการกรองอีก 3 ครั้ง ด้วยแผนกรองเบอร์ 1 , 2 และ 3 ตรวจวัดแอลกอฮอล์ น้ำตาล และกรด – ด่าง ปรับคุณภาพไวน์ตามลักษณะการผลิต บรรจุขวดและส่งต่อผู้ตรวจนับสินค้า (stock) ดังแสดงในภาพที่ 4.3

4.2.7 การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต

1. กิจการยังไม่มีมีการเปลี่ยนแปลงมากนัก เนื่องจากก่อตั้งมาได้ประมาณ 2 ปี ช่วงแรกของการผลิตหมักบ่มไวน์ด้วยถังน้ำดื่มขนาด 20 ลิตร ต่อมาเมื่อกิจการพอมีกำไรบ้างรวมกับ หน่วยงานต่าง ๆ ให้การสนับสนุนงบประมาณจัดซื้อถังสแตนเลสขนาดใหญ่ ทำให้หมักบ่มไวน์แต่ละชนิดได้ปริมาณมากขึ้น ส่งผลให้การแยกกากและน้ำหมักไวน์ ทำได้ง่ายและรวดเร็วกว่าการหมักในถังน้ำดื่มขนาด 20 ลิตร
2. เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ ปี 2545 บรรจุภัณฑ์ใช้ขวดขนาด 630 และ 330 มิลลิลิตร ปิดปากขวดด้วยเครื่องอัดฝาจีบ ต่อมาปี 2546 เพิ่มขวดบรรจุภัณฑ์เป็นขวดขนาด 750 มิลลิลิตร และปิดปากขวดด้วยเครื่องอัดจุกคอ르크
3. เครื่องกรอง เดิมใช้ผ้าขาวบาง ทำให้มีตกตะกอนเมื่อบรรจุขวดทิ้งไว้นาน เมื่อได้รับการสนับสนุนเครื่องกรองจากสำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน ใช้ในการผลิตส่งผลให้ปัญหาดังกล่าว ลดลง และการทำงานเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น
4. การบรรจุขวด เดิมใช้กรอกด้วยมือ เมื่อได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน ส่งผลให้การทำงานสะดวกรวดเร็วมมากขึ้น



ภาพที่ 4.3 กระบวนการผลิตไวน์ของสหกรณ์ไวน์ป่าช้างลำพูน จำกัด

อย่างไรก็ตามเครื่องมืออุปกรณ์ดังกล่าว ยังไม่มีการใช้งานเต็มประสิทธิภาพเท่าที่ควร เพราะการผลิตของกิจการยังมีจำนวนน้อย ขณะเดียวกันบุคลากรขาดทักษะและประสบการณ์ ทำให้บางครั้งหันไปใช้วิธีการผลิตแบบดั้งเดิม

4.2.8 สภาพและผังโรงงาน

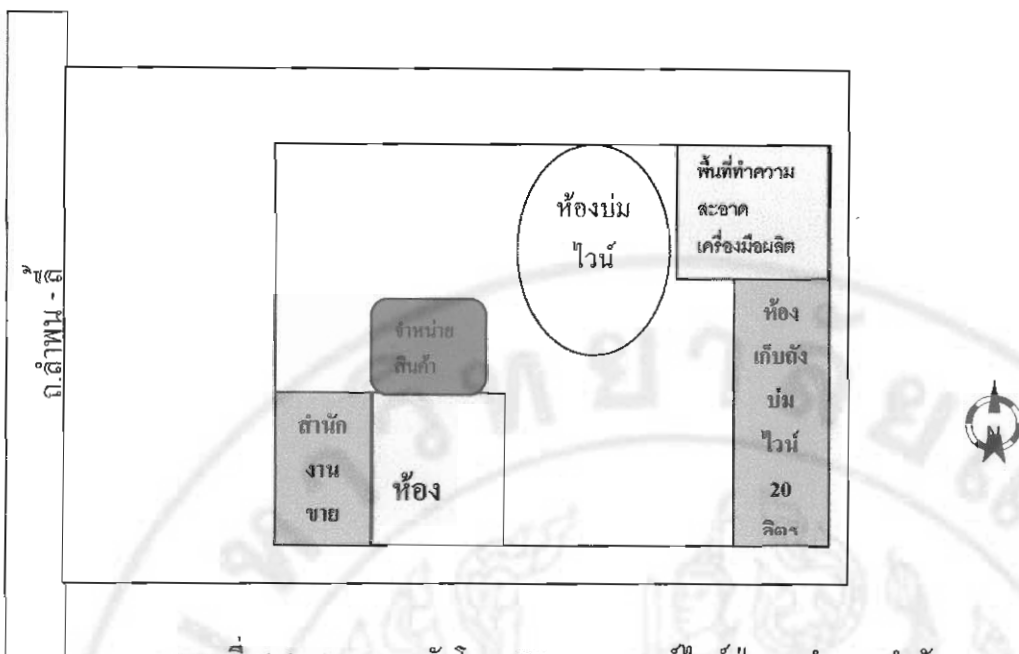
การดำเนินงานสหกรณ์ใช้สถานที่นางอารีวรรณ ประธาน เดิมเป็นห้องแถวให้เช่ามาก่อน เมื่อสหกรณ์เข้ามาใช้สถานที่จึงแบ่งและกันพื้นที่ออกเป็นห้องต่าง ๆ ดังภาพที่ 4.4 ซึ่งประกอบด้วย

1. สำนักงานขาย	จำนวน 1 ห้อง
2. ห้องบรรจุภัณฑ์	จำนวน 1 ห้อง
3. แสดงและจำหน่ายสินค้า	จำนวน 1 ห้อง
4. ห้องปั๊มไวน์	จำนวน 1 ห้อง
5. ห้องเก็บถังไวน์ขนาด 20 ลิตร และอุปกรณ์เครื่องมือ	จำนวน 1 ห้อง
6. พื้นที่ทำความสะอาดเครื่องมือผลิต	

จากสภาพและผังการผลิตจะเห็นได้ว่าการวางแบบแปลนกันห้องหรือวางผังกระบวนการผลิต ยังไม่เหมาะสม ห้องปั๊มไวน์อยู่ไม่ต่อเนื่องกับห้องบรรจุ และห้องบรรจุอยู่ไม่ต่อเนื่องบริเวณทำความสะอาดเครื่องมือผลิต ภายหลังเสร็จสิ้นการผลิตต้องขนย้ายเครื่องมือมาทำความสะอาด ทำให้เสียเวลาในการผลิตและอาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุระหว่างการปฏิบัติงานได้ จึงเห็นได้ว่าการวางผังการผลิตยังไม่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน

4.2.9 การจัดการของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต

ในกระบวนการผลิตมีของเสียเกิดขึ้น 2 ชนิด คือ ถากและตะกอน โดยกากที่เหลือจากการผลิต สหกรณ์ให้ฟรีแก่กลุ่มผู้ผลิตปุ๋ยชีวภาพนำไปผลิตปุ๋ยใช้ต่อในกิจกรรมการเกษตร ส่วนตะกอน ผู้ผลิตปล่อยลงสู่ลำเหมืองสาธารณะต่อไป ซึ่งผู้ผลิตยังขาดความรู้และความเข้าใจในการจัดการตะกอนของเสียจากการผลิต ควรทำการบำบัดในระบบน้ำทิ้งก่อนเพื่อแยกตะกอนออกนำไปกำจัดต่างหาก ส่วนน้ำที่เหลือทำการบำบัดจนใสก่อนปล่อยลงเหมืองสาธารณะ วิธีการจัดการของสหกรณ์จะส่งผลต่อน้ำในลำน้ำเน่าเสีย และผู้ใช้น้ำในเหมืองเพื่อการอุปโภค - บริโภค



ภาพที่ 4.4 สภาพและผังโรงงานของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด

4.2.10 การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์

การผลิตมีควบคุมและตรวจสอบคุณภาพระหว่างขั้นตอนการผลิตจำนวน 3 ครั้ง คือ ช่วงเข้าถังหมักก่อนนำไปบ่มจะตรวจสอบด้วยเครื่องวัดน้ำตาล และเครื่องวัดความเป็นกรด - ด่าง ปรับตามสัดส่วนการผลิต โดยเพิ่ม - ลด ด้วยกรดแทนนิล กรดซิตริก น้ำตาล และน้ำ ทำการตรวจสอบเช่นนี้อีกครั้งหลังจากแยกน้ำและกากออกจากกัน ทดลองชิมรสชาติแล้วปรับลดให้ได้ตามสัดส่วนการผลิต สำหรับการตรวจสอบครั้งที่ 3 ทำภายหลังจากเสร็จสิ้นการกรองด้วยเครื่องกรอง การตรวจสอบทำเช่นเดียวกันกับครั้งที่สอง ปรับคุณภาพให้ได้ตามที่ต้องการและบรรจุขวดเตรียมจำหน่ายต่อไป โดยพนักงานฝ่ายผลิตถูกจ้างรายวันเป็นผู้ควบคุมและตรวจสอบเอง นอกจากนี้ การตรวจสอบยังเป็นผลมาจากการทดลองชิมไวน์ของลูกค้าเมื่อเข้าเยี่ยมชมกิจการหรือออกร้านแสดง สินค้าแล้วนำคำแนะนำเหล่านั้นมาปรับปรุงคุณภาพไวน์

การควบคุมตรวจสอบคุณภาพไวน์กิจการ ใช้ผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์และมีความรู้หรือจบโดยตรงทางด้านเทคโนโลยีการอาหารมาทำหน้าที่ควบคุมและตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ แต่ครั้งใช้ถูกจ้างรายวันที่มีอยู่ผลิตเปลี่ยนหมุนเวียนกันมาตรวจสอบคุณภาพสินค้า ทำให้คุณภาพไวน์ที่ผลิตได้แต่ละครั้งไม่คงที่ ออกจำหน่ายทำให้เป็นที่มาของไวน์ไม่ได้มาตรฐาน ขณะเดียวกันการตรวจสอบ คุณภาพไวน์บางครั้งเป็นไปตามคำสั่งซื้อของลูกค้า บ้างต้องรสชาติที่หวานมาก แต่บางรายต้องการหวานน้อย หรือต้องการแอลกอฮอล์เกินมาตรฐานที่ทางสรรพสามิตกำหนดไว้ ฝ่ายผลิตสหกรณ์ก็จะปรับปรุงรสชาติไวน์ตามที่ลูกค้าต้องการออกจำหน่าย อย่างไรก็ตามการผลิตแต่

ละครึ่งผลิตในปริมาณมาก ผลิตภัณฑ์ที่เหลือจากคำสั่งซื้อของลูกค้าแต่ละครั้ง สหกรณ์จะนำออกจำหน่ายปลีกให้กับลูกค้าทั่วไป หรือลูกค้าประจำรายอื่นที่เข้ามาซื้อ ทำให้ลูกค้าที่ซื้อไปเดิมบางครั้งได้รสชาติไวน์ที่ตนเองชอบและต้องการ เมื่อมาซื้อครั้งต่อไปกลับไม่ได้ไวน์คุณภาพดั้งเดิม หรือได้รสชาติใหม่ไม่เป็นที่ชื่นชอบ จึงส่งผลเสียไม่กลับมาซื้อสินค้าของกิจการอีก

4.2.11 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต

จากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ พบว่า มีปัญหาดังนี้

1. ปัญหาด้านคุณภาพไวน์ไม่คงที่ จากการผลิตแต่ละครั้ง ทั้งนี้อาจเป็นผลคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ผลิตมาจากหลายแหล่ง ซึ่งวัตถุดิบดังกล่าวไม่สามารถควบคุมการผลิตตั้งแต่การปลูกถึง เก็บเกี่ยว ดังเช่นบริษัทผู้ผลิตไวน์รายใหญ่ต่างประเทศให้ความสำคัญควบคุมคุณภาพวัตถุดิบตั้งแต่ต้นเพื่อให้ได้ไวน์คุณภาพออกจำหน่ายทั่วโลก ขณะเดียวกันประสบการณ์ของผู้ควบคุมไวน์ของ สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ มีประสบการณ์ด้านการผลิตน้อย จึงส่งผลให้การตรวจสอบคุณภาพสินค้าแต่ละครั้งได้ไวน์ที่มีรสชาติไม่คงที่
2. การกำจัดตะกอนที่เหลือจากการผลิต โดยเทลงสู่ลำเหมืองสาธารณะจะทำให้เกิดปัญหามลภาวะตามมา จะส่งผลต่อผู้ใช้น้ำในลำน้ำดังกล่าว

4.2.12 ศักยภาพด้านการพัฒนา

1. วัตถุดิบที่ใช้ผลิตไวน์ ส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น แม้บางชนิดต้องสั่งซื้อจากต่างจังหวัดแต่ก็มีมากเพียงพอหาซื้อง่าย และราคาไม่สูงมากนัก ฉะนั้นในอนาคตหากกิจการจะขยายกำลังการผลิตจึงทำได้ง่าย
2. กิจการไม่มีผู้ควบคุมตรวจสอบคุณภาพไวน์ ส่งเสริมพัฒนาศักยภาพด้วยการจัดฝึกอบรมเพิ่มประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้ตรวจสอบคุณภาพไวน์อาจจำเป็นต้องไปศึกษาถึงต่างประเทศกับบริษัทหรือกิจการที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะและยินดีที่จะถ่ายทอดเทคนิคดังกล่าวให้กับ ผู้ศึกษา
3. พนักงานสาธารณสุขหรือกรมโรงงานอุตสาหกรรมควรจะเข้ามาให้ความรู้หรือตรวจสอบระบบการจัดการของเสีย ให้ความรู้และวิธีการกำจัดที่ถูกต้อง โดยไม่เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือผลกระทบต่อชุมชน ขณะเดียวกันด้านการผลิตสาธารณสุขควรเข้ามาตรวจสอบอย่างใกล้ชิด ให้ความรู้และฝึกอบรมการผลิตให้ได้มาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) ซึ่งเป็นมาตรฐานการผลิตที่ทั่วไปให้การยอมรับ สำหรับกรมอุตสาหกรรม

โรงงานควรเข้ามาช่วยในเรื่องสายงานการผลิต (process) ให้มีความคล่องตัวในการทำงาน และช่วยลดอุบัติเหตุระหว่างการผลิต

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือสถาบันการศึกษา ควรทำการศึกษาวิจัย การคัดเลือกวัตถุดิบที่เหมาะสมต่อการผลิตไวน์แต่ละชนิด โดยศึกษาตั้งแต่ พันธุ์ การปลูกดูแลรักษา ช่วงระยะเวลาเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม ฯลฯ ซึ่งบริษัทผู้ผลิตไวน์ต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จให้ความสำคัญในจุดนี้เป็นอย่างมาก หากประเทศไทยสามารถทำการวิจัยและประสบความสำเร็จโดยเฉพาะพืชเศรษฐกิจที่สำคัญอย่าง ลำไยและลิ้นจี่ ที่มักจะมีปัญหาผลผลิตล้นตลาด ช่วงฤดูเก็บเกี่ยว และเป็นเหตุให้รัฐต้องแก้ไขปัญหานี้เฉพาะหน้าด้วยการประกันราคาหรือพยุงราคาประจำทุกปี ถ้าการวิจัยประสบความสำเร็จได้ไวน์ที่มีคุณภาพดี สามารถขายสินค้าแข่งขันต่างประเทศได้และต้องขยายการผลิตเพิ่มขึ้นตามมา เป็นการนำเงินตราเข้าประเทศส่งผลต่อเศรษฐกิจมหภาคโดยรวมดีขึ้น และยังเป็นการช่วยแก้ไขปัญหาระยะยาวของราคาผลผลิตตกต่ำได้อย่างยั่งยืน ทั้งยังสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยลดปัญหาด้านสังคมตามมา เพราะพ่อแม่ไม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้าน มีเวลาดูแลอบรมบุตรหลานมากขึ้น

4.3 การผลิตของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด

4.3.1 ผลิตภัณฑ์

สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด ในปี 2544 ทำการผลิตสินค้า 7 ชนิด ต่อมาปี 2545 ผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 12 ชนิด โดยเป็นสินค้าเดิมที่เคยผลิต 4 ชนิด ผลิตภัณฑ์ใหม่ 8 ชนิด ปีเดียวกันนี้หยุดผลิตสินค้าเก่าไม่เป็นที่ต้องการของตลาด 4 ชนิด และปี 2546 เพิ่มการผลิตไวน์ลูกหว้าเพิ่มขึ้นอีก 1 ชนิด และหยุดการผลิตไวน์ตะไคร้ อย่างไรก็ตามสินค้า 11 ชนิด ที่ผลิตในปี 2545 ยังคงค้างจำหน่ายจนถึงปี 2546 โดยไม่มีการผลิตเพิ่มและยังคงค้างจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2547 ช่วงที่เก็บรวบรวมข้อมูล สหกรณ์มีเป้าหมายที่จะระบายสินค้าค้างค้างออกจำหน่ายให้หมด (ตารางที่ 4.12) ส่วนสินค้าที่ผลิตบรรจุขวดออกจำหน่ายเพียงขนาดเดียว 750 มิลลิลิตร (ml.)

ตารางที่ 4.12 ผลิตภัณฑ์สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด

ผลิตภัณฑ์	ปีที่ผลิต			
	2544	2545	2546	เป้าหมาย 2547
1. กุหลาบ	✓			
2. บัวบก	✓			
3. ใบหม่อน	✓			
4. กระเจี๊ยบ	✓	✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	ยังคงค้างและจำหน่าย
5. ลำไยอบแห้ง	✓	✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	ยังคงค้างและจำหน่าย
6. มะขามป้อม	✓	✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	ยังคงค้างและจำหน่าย
7. มะเฟือง	✓	✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	ยังคงค้างและจำหน่าย
8. กระชายดำ		✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	ยังคงค้างและจำหน่าย
9. กระเทียม		✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	ยังคงค้างและจำหน่าย
10. น้ำผึ้ง		✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	ยังคงค้างและจำหน่าย
11. ตะไคร้		✓		
12. ลูกหว้า		✓	✓	ยังคงค้างและจำหน่าย
13. ลูกยอ		✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	ยังคงค้างและจำหน่าย
14. สมอ		✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	ยังคงค้างและจำหน่าย
15. สตรอเบอร์รี่		✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	ยังคงค้างและจำหน่าย
16. เสาวรส		✓	ยังคงค้างและจำหน่าย	ยังคงค้างและจำหน่าย

หมายเหตุ: ✓ หมายถึงปีที่ทำการผลิต

□ ไม่มีการผลิต

4.3.2 การบริหารและการวางแผนการผลิต

การบริหารการผลิต

การบริหารการผลิตทั้งหมดอยู่ภายใต้การจัดการของนางกมลรัตน์และนายประวิณ บริหารงานผลิตโดยให้สมาชิกเป็นผู้ผลิตและรับภาระต้นทุนผลิตเองและสหกรณ์รับซื้อน้ำไวน์จากสมาชิก ในการผลิตอาจเป็นรายเดี่ยวหรือรวมกลุ่มย่อย 2-5 คน แต่ละรายผลิตสินค้า 2-4 ชนิด แต่เป็นผลิตภัณฑ์ใน 12 ชนิดที่สหกรณ์เคยส่งตรวจกับสำนักงานสรรพสามิต ซึ่งในการผลิตแต่ละครั้งจะมีการบอกกล่าวให้สมาชิกทราบและนัดหมายวันเวลาที่ผลิต ผู้ที่จะผลิตจะเตรียมวัตถุดิบมา

ผลิต ณ สำนักงานสหกรณ์ หมักบ่มเก็บไว้ในโกดังถึงหมักแยกตามผู้ผลิตแต่ละรายซึ่งอาจมีวันหลายชนิดกองรวมกัน ทุกครั้งที่นัดหมายสมาชิกรวมกันผลิตนางกมลรัตน์จะเป็นผู้ควบคุมการผลิต แต่วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ทั้งหมดเป็นของสหกรณ์ การรับซื้อน้ำไวน์สหกรณ์ซื้อในราคาประกันลิตรละ 40 บาท ยกเว้นไวน์กระชายดำลิตรละ 180 บาท การบรรจุขวดออกจำหน่าย สหกรณ์จ้างพนักงานชั่วคราวที่เป็นสมาชิกจำนวน 6 คน ทำหน้าที่บรรจุเป็นระยะๆ ขึ้นอยู่กับภาวะตลาดที่ขายดี ผลิตภัณฑ์ที่บรรจุได้ส่งให้ฝ่ายบัญชีตรวจนับเข้าสต็อกสินค้า

การวางแผนการผลิต

ประธานและเลขานุการเป็นผู้วางแผนการผลิต โดยใช้ผลไม้ตามฤดูกาล ได้แก่ มะขามป้อม กระชายดำ กระเทียม ลูกหว้า ลูกยอ สตรอเบอรี่ และเสาวรส (ตารางที่ 4.13) สมาชิกซื้อเพียงพอสำหรับการผลิตแต่ละครั้งตามกำลังการผลิตของตนเองที่สามารถทำได้ ส่วนวัตถุดิบที่สามารถจัดหาได้ตลอดปี คือ มะเฟือง น้ำผึ้ง กระเจี๊ยบ และลำไย ปัจจัยการผลิตทั้งหมดหาซื้อได้ง่ายในท้องถิ่น ดังนั้นจึงไม่มีการซื้อกักตุนเก็บไว้ ในการวางแผนการผลิตสหกรณ์ใช้ตลาดเป็นตัวนำ กล่าวคือ จากที่นายประวิณเป็นผู้ออกตลาดเป็นประจำจะนำความต้องการของตลาดและทราบจำนวนและชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ขายดีนำมาบอกกล่าวแก่สมาชิกและนางกมลรัตน์เป็นผู้กำหนดปริมาณการผลิตสินค้าแต่ละชนิดทั้งหมดที่จะผลิตแต่ละครั้ง ก่อนแจ้งให้สมาชิกทราบเพื่อให้แต่ละรายหรือกลุ่มย่อยแจ้งความจำนงค์ที่จะผลิตในรอบนั้นกลับมา ก่อนที่ทั้งหมดจะมาด้วยกันผลิตที่สหกรณ์

4.3.3 การจัดหาปัจจัยการผลิต

วัตถุดิบ

วัตถุดิบหลัก ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะสินค้าที่ผลิตในปี 2545 และยังคงเหลือจนถึงปัจจุบัน การจัดหาสมาชิกผู้ผลิตรายย่อยต่างคนต่างจัดหาจากเงินทุนของตนเอง ดังนั้นจึงเป็นอิสระในการจัดหา แต่ผู้ควบคุมการผลิตให้หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกวัตถุดิบคุณภาพดีดังนี้

1. สมอ เป็นวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นเขตอำเภอจอมทองและลี้ ขึ้นตามป่าบนภูเขา ออกผลผลิตเดือนมกราคม - มีนาคม ชาวบ้านในพื้นที่จะเก็บและนำมาเสนอขายให้กับสมาชิกสหกรณ์ผู้ผลิตกลุ่มย่อย การคัดเลือกผลสมอคุณภาพเหมาะสมสำหรับผลิตไวน์ ผลมีสีเขียวอ่อนหรือเขียวเข้มงานเขียวคล้ำ เหลี่ยมหาย ถ้าผู้ที่นำมาเสนอขายผลมีลักษณะดังกล่าวจึงสั่งซื้อ ในปี 2545 ที่ผ่านมาซื้อราคา กิโลกรัมละ 6 บาท

2. ลูกหว้า หรือภาษาถิ่นเรียกว่ามะเกี๋ยง สั่งซื้อจากชาวบ้านในชุมชน เกือบทุกรั้วเรือนปลูกไว้บริโภค คัดเลือกจากผลแก่จัดสีแดงเลือนจนทั่วทั้งผล ขั้วของผลสดและไหม้

ไม่ซ้ำ ไม่เน่า และไม่มีแมลงหวี่ตอมจึงจัดซื้อในช่วงเดือนกรกฎาคม – สิงหาคม ปี 2545 ซื้อในราคา กิโลกรัมละ 8 บาท

3. มะเฟือง ใช้พันธุ์พื้นเมืองคัดเลือกผลแก่ประมาณ 70 เปอร์เซ็นต์ (กำลังห้าม) ผิว และเหลี่ยมมีสีเขียวไม่บุบหรือฉีกขาด หากผลแก่กว่านี้จะทำให้สีของไวน์ไม่สวยและขุ่น เพราะมีตะกอนจากกากเมื่อหมักจะให้กลิ่นแก๊สมาก ซื้อจากชาวบ้านในชุมชนกิโลกรัมละ 4 บาท มะเฟือง ออกผลผลิตตลอดปี

4. กระท้อน พันธุ์พื้นเมืองชาวบ้านเรียกว่ามะต้น คัดเลือกผลสดผิวสีเหลืองปนเขียว สุกประมาณ 60 เปอร์เซ็นต์ เมื่อหมักจะให้สารแทนนินทำให้ได้รสชาติฝาดปนนุ่มโดยธรรมชาติ จึงไม่จำเป็นต้องปรุงแต่งสารแทนนินระหว่างหมัก อย่างไรก็ตามถ้าผลแก่จัดมากกว่านี้ ไวน์จะไม่มีรสชาติฝาด ผลผลิตออกในช่วงเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม สมาชิกซื้อจากชาวบ้าน กิโลกรัมละ 3-8 บาท ขึ้นอยู่กับภาวะการแข่งขันทางการตลาด เพราะในพื้นที่มีเอกชนผลิตไวน์ ออกจำหน่ายหลายราย

5. เสาวรส ซื้อจากเกษตรกรตำบลทุ่งหัวช้าง อำเภอสี เลือกผลใหญ่แก่ประมาณ 80 เปอร์เซ็นต์ ผ่าดูเนื้อในเชื้อที่หุ้มเมล็ดสมบูรณ์ ไม่บุบและไม่ฉีกขาด จึงสั่งซื้อ ที่ผ่านมากเกษตรกรขาย กิโลกรัมละ 8 บาท ผลิตออกช่วงเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม

6. มะขามป้อม คัดเลือกลูกสีเขียวใส มีลายเส้นมองเห็นทะลุได้ในลูก ผลแก่จัด ทดสอบชิมให้รสชาติฝาดกลมกล่อม สั่งซื้อจากอำเภออมก๋อย ดอยเต่า สะเมิง แม่สะเรียง แม่ลา น้อย ถ้านอกพื้นที่นี้จะไม่สั่งซื้อ เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวมีลักษณะภูมิศาสตร์ที่แห้งแล้งจึงให้ผลผลิต มะขามป้อมมีน้ำในผลน้อย ส่งผลให้มีรสชาติฝาดมาก เพราะมีกรดแทนนินสูง เมื่อหมักบ่มจึงได้ ไวน์คุณภาพดี ปี 2545 ผู้ขายมาติดต่อเองช่วงที่ผลผลิตออกในเดือนธันวาคม – กุมภาพันธ์ ราคา กิโลกรัมละ 4-14 บาท โดยช่วงต้นและปลายฤดูจะมีราคาสูง

7. ลูกยอ คัดเลือกสีเขียวใส ตาห่าง ผลโต แก่ประมาณ 70 เปอร์เซ็นต์ หากผลแก่จัด เมื่อหมักบ่มจะให้ตะกอนมาก ซื้อจากชาวบ้านกิโลกรัมละ 6 บาท ผลผลิตออกตลอดปี

8. กระจ่างดำ ซื้อจากจังหวัดเพชรบูรณ์พ่อค้าเป็นผู้นำมาเสนอขายช่วงเดือน พฤศจิกายน - มกราคม เลือกเจ้าหน้าที่แก่จัดระยะเวลาปลูกครบ 12 เดือน ตรวจสอบดั่งเปลือกหรือผิว นอกออกจะล่อนเห็นเนื้อข้างในสีม่วงเข้มเสมอกันไม่ว่าจะเป็นแง่เล็กหรือแง่ใหญ่ ที่ผ่านมาซื้อ ราคา กิโลกรัมละ 280-300 บาท

ลำไยอบแห้ง เป็นลำไยเกรด A คว้านเมล็ดออกและนำไปอบแห้งด้วยไฟฟ้าหรือแก๊สเป็น ระยะเวลาประมาณ 15-17 ชั่วโมง หากอบแห้งด้วยฟืนจะไม่ซื้อเพราะหมื่นกลิ่นควันไฟ คัดเลือกสี

เนื้อน้ำตาลแดง กลิ่นหอม ซื้อมาจากชาวบ้านในหมู่บ้านกิโลกรัมละ 35-50 บาท ขึ้นอยู่กับฤดูกาลหรือนอกฤดูกาล

9. ใบบัวบก ใช้ใบแก่จัด ไม่เฒ่า เมื่อขยี้ด้วยมือและดมมีกลิ่นหอม ทดสอบคั้นน้ำให้สีเขียวเข้ม ซื้อมาจากชาวบ้านกิโลกรัมละ 10 บาท ผลผลิตออกตลอดปี

10. กระเจี๊ยบ ใช้กลีบที่ตากแห้ง ผลใหญ่สีแดงเสมอทั่วทั้งดอก ทดสอบใช้มือขยี้ให้สีแดงคืดมือ และให้กลิ่นเหมือนกระเจี๊ยบผลสด ซื้อมาจากร้านค้าทั่วไปและชาวบ้านนำมาเสนอขายราคากิโลกรัมละ 120-150 บาท ขึ้นอยู่กับเกรดความใหญ่ยาวของกลีบดอก

11. น้ำผึ้ง ใช้น้ำผึ้งที่ให้ผลผลิตเฉพาะเดือน 5 (เมษายน) เลี่ยงจากใต้ต้นลำไยเท่านั้น เพราะจะให้กลิ่นหอมและน้ำหวานจากดอกลำไยเป็นชาชนิดหนึ่งตามคำบอกเล่าของคนโบราณ ถ้าเป็นเดือนอื่นกลิ่นน้ำผึ้งจะไม่หอม สมาชิกซื้อจากเกษตรกรเลี้ยงผึ้งกิโลกรัมละ 600 บาท หรือถึงขนาด 300 กิโลกรัมราคา 18,000 บาท รายละเอียดของช่วงการจัดหาและสั่งซื้อวัตถุดิบแสดงในตารางที่ 4.2

วัตถุดิบรอง คือ วัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตไวน์ (ตารางที่ 4.13) ซึ่งมีดังนี้

1. น้ำตาลทรายแดง
2. ยีสต์
3. DAP = Dinomew Phosphate
4. โปรแตสเซียม เมทตาไบซัลไฟร์ (KMS)
5. สารเบนโตไนท์
6. กรดซิตริก
7. แก้ว
8. อาหารเสริม
9. น้ำสะอาด

วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักรและโรงเรือน

วัสดุ การผลิตอายุการใช้งานไม่เกิน 1 ปี ในการจัดหาและสั่งซื้อนายประวิณจะเป็นผู้พิจารณา ตัดสินใจสั่งซื้อเองถ้าเป็นสินค้าที่มีราคาไม่สูงและจำนวนไม่มาก แต่ถ้าราคาสูงและ/หรือ จำนวนมากจะปรึกษารื้อกับคณะกรรมการ และเบิกเงินจากเหรียญกไปจัดซื้อ

เครื่องจักรและอุปกรณ์ อายุการใช้งานมากกว่า 1 ปี ซึ่งมาจากทั้งที่ สหกรณ์จัดซื้อเอง ยืมจากประธานและองค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน (อบจ.) โดยการยืมจากองค์การ

บริหารส่วนจังหวัดเป็นการทำเรื่องขอยืมปีต่อปี เครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ผลิตแสดงรายละเอียด ตามตารางที่ 4.14

สำนักงานสหกรณ์และโรงเรียน เข้าสถานที่เอกชน เป็นสถานที่ดำเนินการทั้งการผลิต ห้องแสดงสินค้าและจัดจำหน่าย ค่าเช่าเดือนละ 4,000 บาท

ตารางที่ 4.13 ช่วงเวลาจัดหาและสั่งซื้อวัตถุดิบของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด

ผลิตภัณฑ์	ม.ก.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
วัตถุดิบหลัก												
1. สมอ	←→		→									
2. ลูกหว้า							←→	→				
3. มะเฟือง	←											→
4. กระเทียม							←→	→				
5. เติบรส							←→	→				
6. มะขามป้อม	←→	→										←→
7. ลูกข่อย	←											→
8. กระชายดำ	←→	→									←→	→
9. ลำไยอบแห้ง	←											→
10. ใบบัวบก	←											→
11. กระเจี๊ยบ	←											→
12. น้ำผึ้ง	←			←→								→
วัตถุดิบรอง												
1. น้ำตาลทรายแดง	←											→
2. ยีสต์	←											→
3. DPA	←											→
4. KMS	←											→
5. เบนไดไนท์	←											→
6. กรดซิตริก	←											→
7. แก๊ส	←											→
8. อาหารเสริม	←											→
9. น้ำสะอาด	←											→

หมายเหตุ: ←→ จัดซื้อประจำและจำนวนมาก
 ←---→ จัดซื้อเมื่อหมดคลังหรือใกล้จะหมด

ตารางที่ 4.14 วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร สำนักงานและโรงเรือนของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่อง
ถ้าทุน จำกัด

วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือน	จำนวน	ราคารวม (บาท)	แหล่งที่มา	ปีที่ ได้มา	อายุการ ใช้งาน (ปี)	ลักษณะการใช้งาน
วัสดุ (อายุใช้งานไม่เกิน 1 ปี)						
1. ถุงมือ	66	825	สมาชิก	2545	1	สวมใส่ระหว่างผลิต
2. ผ้ากันเปื้อน	21	735	"	2545	1	กันเปื้อน
3. ผ้าปิดจมูก	140	700	"	2545	1	ปิดจมูก
4. หมวก	49	1,715	"	2545	1	สวมขณะผลิต
5. แผ่นกรอง	100	4,000	สหกรณ์ซื้อเอง	2545	1	กรองไวน์
6. ตะกร้าใส่ผลไม้	35	1,925	"	2545	1	ใส่วัตถุดิบ
7. ตะกร้าใส่ขยะ	7	175	"	2545	1	ใส่ขยะ
8. เก้าอี้นั่งพลาสติกเล็ก 4 ขา	10	250	"	2545	1	นั่งทำงาน
9. ไม้ถูพื้น	2	1,200	"	2545	1	ทำความสะอาด
10. กระชอนตาใหญ่	4	1,000	"	2545	1	คนและตักวัตถุดิบ
11. กระชอนตาเล็ก	3	150	"	2545	1	คนและตักวัตถุดิบ
12. สายยางซิลิโคน	4	20	"	2545	1	ดูดถ่ายไวน์ถึงขนาด 20 ลิตร
13. ปลั๊กไฟ	2	160	"	2545	1	เสียบไฟฟ้า
อุปกรณ์ - เครื่องจักร						
1. ถังน้ำหมักไวน์ขนาด 20 ลิตร	3,000	180,000	สมาชิก	2544	3	หมักไวน์
2. กระบวยสเตนเลส	4	1,000	สหกรณ์ซื้อเอง	2544	5	คนวัตถุดิบ
3. กรวยสเตนเลสใหญ่	2	360	"	2544	5	กรอกไวน์ใส่ถัง 20 ลิตร
4. ไม้ฝายค้ำไม้	4	80	"	2544	6	คนไวน์ในถังหมัก
5. ไม้ฝายพลาสติก	7	315	"	2544	5	คนไวน์ในถังหมัก
6. มีด	7	700	"	2544	3	ผลิต
7. ตาชั่ง 20 กก.	1	650	"	2544	5	ชั่งผลิตภัณฑ์
8. กระติกน้ำแข็ง 10 ลิตร	4	220	ยืม	2545	2	ใส่น้ำ
9. หม้อเบอร์ 40	1	350	สหกรณ์ซื้อเอง	2544	5	ต้มวัตถุดิบ
10. หม้อเบอร์ 60	3	1,500	"	2544	5	ต้มวัตถุดิบ
11. รองเท้าบูต	10	450	"	2545	2	สวมใส่ในการผลิต
12. กากันน้ำ	1	85	"	2544	3	ตักน้ำร้อนลงภาชนะในขวด
13. ทัพพีอลูมิเนียม	5	125	"	2545	2	ตักวัตถุดิบ
14. ทัพพีสเตนเลส	3	195	"	2544	5	ตักวัตถุดิบ
15. กะละมังพลาสติก	2	50	"	2544	4	ล้างอุปกรณ์และวัตถุดิบ
16. รถเข็น	1	1,250	"	2544	6	ขนวัตถุดิบและถังไวน์
17. พัดลม	2	1,950	"	2545	6	ใช้ผลิต
18. เครื่องอัดลูกบอล	1	8,500	"	2545	5	ปิดปากขวด
19. เครื่องวัดแอลกอฮอล์	1	1,800	ยืมประธาน	2544	3	วัดแอลกอฮอล์
20. เครื่องวัดน้ำตาล	1	4,800	"	2544	3	วัดน้ำตาล

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือน	จำนวน	ราคารวม (บาท)	แหล่งที่มา	ปีที่ ได้มา	อายุการ ใช้งาน (ปี)	ลักษณะการใช้งาน
21. เครื่องบดข่อย	1	18,000	ซิม อบจ.	2545	3	บดผลไม้ก่อนหมักไวน์
22. เครื่องอัดฝาจีบ	1	6,900	“	2545	5	ปิดฝาขวด
23. เครื่องกรอง	1	48,000	“	2545	5	กรองไวน์
24. เครื่องพาสเจอร์ไรส์	1	33,000	“	2545	5	ฆ่าเชื้อในขวดบรรจุภัณฑ์
25. เครื่องสับดัดแยกกาก	1	34,100	“	2545	5	หั่นข่อยวัตถุดิบ
26. เครื่องคั้นน้ำ	1	4,000	“	2545	5	อัดฝาจีบ
27. หม้อต้มสุญญากาศ	1	36,000	“	2545	5	ฆ่าเชื้อเครื่องมือที่ใช้ผลิต

ที่มา: จากการสำรวจ

บรรจุภัณฑ์

1. ขวดบรรจุภัณฑ์ ปี 2544 กิจการใช้ขวดเก่าหรือขวด recycle ของไวน์ยี่ห้อต่าง ๆ ขนาด 750 ml. โดยซื้อจากร้านวริทธิ์รับซื้อของเก่าตั้งอยู่ถนนสายหนองหอย ปี 2545 ถึงปัจจุบันสั่งซื้อและผลิตจากบริษัทบางกอกกลาส ผู้ผลิตจากกรุงเทพเป็นขวดขนาด 750 ml. เช่นเดียวกันในราคาใบละ 8.55 บาท
2. ฝาจีบ สำหรับปิดปากขวดในการผลิตของปี 2544 สำหรับปิดขวด สั่งซื้อจากผู้จำหน่ายในกรุงเทพมหานคร ในราคาฝาละ 1.75 บาท
3. จุกคอร์ก เริ่มใช้ในปี 2545 ซื้อจากกรุงเทพในราคาชิ้นละ 3.80 บาท
4. กระดาษฟอย และพลาสติกซิลปากขวด ช่วงแรกของการผลิตโดยใช้ฝาจีบปิดปากขวด และกระดาษฟอยปิดทับอีกครั้ง ปี 2545 เมื่อเปลี่ยนมาใช้จุกคอร์กแทนฝาจีบจึงใช้พลาสติกซิลปิดปากขวด จัดซื้อจากกรุงเทพมหานคร
5. ฉลาก นายประวิณเป็นผู้สั่งผลิตจากร้านในตัวเมืองเชียงใหม่ ต้นทุนการผลิตชุดละ 2.50 บาทต่อขวด
6. แสตมป์ ซื้อจากสำนักงานสรรพสามิตจังหวัดลำพูน ราคาแสตมป์ขึ้นอยู่กับชนิดของไวน์ ซึ่งสรรพสามิตพิจารณาจากจาก 2 วิธีโดยวิธีแรกคิดจากต้นทุนการผลิตและเสียอัตราภาษีตามมูลค่า และวิธีที่สองคิดจากอัตราภาษีตามปริมาณหน่วยที่บรรจุขายและปริมาณแอลกอฮอล์ ซึ่งทั้งสองวิธีเมื่อคำนวณแล้ว หากวิธีใดเสียอัตราภาษีสูงกว่าจะยึดมูลค่านั้นเป็นอากรแสตมป์ จำหน่ายแก่สหกรณ์ และสหกรณ์บรรจุขวดขนาด 750 ml. เพียงขนาดเดียว และเสียอากรแสตมป์ดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 อากรแสดงปีติคขวดไวน์ขนาด 750 ml. สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด

ชนิด	ราคาอกรแสดงปี (บาท)
กระเจียบ, มะเฟือง, กระท้อน, สมอ	8
น้ำผึ้ง, ลูกยอ, เสาวรส	8.5
ตะไคร้, ลูกหว้า	9
ลำไย, มะขามป้อม,	9.5
กระชายดำ, สตรอเบอร์รี่	11

การเก็บรักษาปัจจัยการผลิตและการตรวจสอบคุณภาพก่อนผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ผลิตทั้งผลสด และอบแห้ง สมาชิกผู้ผลิตกลุ่มย่อยแต่ละรายจัดซื้อเพียงพอสำหรับการผลิตในแต่ละครั้ง ดังนั้นจึงไม่มีการจัดเก็บวัตถุดิบคงเหลือ หากไม่เพียงจะซื้อและผลิตใหม่ครั้งต่อไป

4.3.4 แรงงานและการจ้างแรงงาน

ในการผลิตผู้ผลิตกลุ่มย่อยใช้แรงงานตนเอง และ/หรือ คนในกลุ่มเป็นผู้ผลิตโดยไม่มี การจ้างแต่อย่างใด แต่เมื่อสหกรณ์ซื้อน้ำไวน์จากสมาชิกและนำมากรอง พร้อมบรรจุขวดจ้าง แรงงานซึ่งเป็นสมาชิกจำนวน 7 คน เป็นชาย 4 คน ค่าแรงวันละ 150 บาท และหญิง 3 คน ค่าจ้าง วันละ 120 บาท (ตารางที่ 4.16) ในการทำงานเป็นการจ้างเป็นระยะๆ ขึ้นอยู่กับช่วงที่ขายดีและไวน์ ในสต็อกใกล้หมด ส่วนใหญ่กรองและบรรจุใช้เวลา 2-5 วันต่อครั้ง

ตารางที่ 4.16 การจ้างแรงงานผลิต

ชื่อ - นามสกุล	การศึกษา	สถาน	ปฏิบัติหน้าที่	ค่าจ้าง (บาท/วัน)
1. นายเจริญ ชูติมา	ป.6	โรงเรียนบ้านวังผาง	ผลิต	150
2. นายสมเดช ตาจุ่มปา	ป.6	“	“	150
3. นายพัฒนชัย ชื่นอรุณ	ป.6	“	“	150
4. นายประเสริฐ ใจอุดม	ป.6	“	“	150
5. นางรัชณี ตาจุ่มปา	ป.6	“	“	120
6. นางสุภารัต ตาจุ่มปา	ป.6	“	“	120
7. นางจันทรา ตาจุ่มปา	ป. 6	“	“	120

4.3.5 ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตไวน์ของสหกรณ์

สหกรณ์ผลิตสินค้าในปี 2545 จำหน่ายไม่หมดคงค้างถึงปี 2546 จำนวน 11 ชนิด โดยที่เหลือีก 2 ชนิด และปีเดียวกันนี้ผลิตไวน์ลูกหว้าเพิ่มขึ้น 1 ชนิด สินค้าที่ผลิตบรรจุขวด จำหน่ายขนาด 750 ml. เพียงขนาดเดียว และในการคำนวณต้นทุนครั้งนี้ คิดเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่คงค้างและผลิตเพิ่มในปี 2546 รวมจำนวน 12 ชนิด

ในการคำนวณต้นทุนสมาชิกผู้ผลิตคิดและประมาณการจากต้นทุนผันแปรส่วนของปัจจัยการผลิตและแรงงานหมักบ่ม รวมทั้งถังหมักไวน์เป็นต้นทุนผู้ผลิต และขายน้ำไวน์ที่บ่มให้กับ สหกรณ์ในราคาประกันเกือบทุกชนิดลิตรละ 40 บาท ยกเว้นไวน์กระชายดำลิตรละ 180 บาท ซึ่งสหกรณ์คิดเป็นต้นทุนร่วมกับขวดบรรจุภัณฑ์ ฉลาก แสตมป์และค่าใช้จ่ายวิเคราะห์ไวน์ อย่างไรก็ตามสมาชิกผู้ผลิตและสหกรณ์ไม่ได้นำต้นทุนคงที่ของเครื่องจักรและอุปกรณ์มาคิดต้นทุนส่วนต้นทุนจากการวิเคราะห์คิดจากต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ทั้งหมด ทั้งที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสด

ผลจากการคำนวณต้นทุนผลตอบแทนของกลุ่มผู้ผลิต สหกรณ์ และต้นทุนจากการวิเคราะห์ ในทุกผลิตภัณฑ์พบว่า ต้นทุนสหกรณ์สูงที่สุด รองลงมาเป็นต้นทุนจากการวิเคราะห์ และต้นทุนสมาชิกผู้ผลิต ทั้งนี้ต้นทุนสหกรณ์ที่สูงเพราะรับซื้อน้ำไวน์ในราคาประกันจากสมาชิกรมาจำหน่ายต่อ เนื่องจากสหกรณ์ไม่มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอที่จะลงทุนผลิตเอง จึงให้สมาชิกเป็นผู้ลงทุนและรับซื้อน้ำไวน์ที่หมัก โดยสหกรณ์เป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายค่าแรงกรองไวน์ ขวดบรรจุภัณฑ์ ฉลาก ค่าวิเคราะห์ แสตมป์ เครื่องจักรอุปกรณ์และค่าซ่อมแซมทั้งหมด ฯลฯ ดังนั้นจึงส่งผลให้ต้นทุนสูงกว่าขวดละ 50 บาทในเกือบทุกผลิตภัณฑ์ และยิ่งสูงขึ้นไปอีกหากเป็นไวน์กระชายดำถึงขวดละ 158 บาท หากสหกรณ์มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอลงทุนผลิตในนามสหกรณ์เองจะมีต้นทุนทั้งหมดจากต้นทุนวิเคราะห์โดยประมาณระหว่าง 29 – 43 บาทต่อขวด ขึ้นอยู่กับชนิดผลิตภัณฑ์ ส่วนต่างดังกล่าวจะทำให้สหกรณ์มีกำไรมากขึ้น

สำหรับต้นทุนผลิตของสมาชิกและจำหน่ายในราคาประกันแก่สหกรณ์ 30 บาท ต่อขวดขนาด 750 ml. จากการคำนวณพบว่า มีต้นทุนต่อขวดประมาณ 9 – 13 บาท ขึ้นอยู่กับไวน์แต่ละชนิด ยกเว้นไวน์กระชายดำต้นทุนกว่า 18 บาทต่อขวด ฉะนั้นผู้ผลิตมีกำไรในทุกผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 ต้นทุนผลตอบแทนของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด

รายการ	ไวน์กระเจียว (บาท)					
	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุนจากการวิเคราะห์			อัตราส่วนของต้นทุน
	สมาชิก	สหกรณ์	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	ต่อต้นทุนทั้งหมด (%)
(1) ต้นทุนการผลิต						
ต้นทุนผันแปร						
1. ปัจจัยการผลิต	7.2222	0.0000	7.4395	0.0000	7.4395	24.1870
2. แรงงาน	0.3000	1.1630	1.4630	0.0000	1.4630	4.7566
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.0000	49.3020	19.3020	0.0000	19.3020	62.7541
ต้นทุนคงที่	1.4677	0.0000	1.4677	1.0859	2.5536	8.3023
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	8.9899	50.4650	29.6722	1.0859	30.7581	100.00
ราคาสมาชิกขายส่ง			30.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผู้ผลิต(6)			21.01			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)			70.03			
ราคาสหกรณ์ขายส่ง			97.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(7)			46.54			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(8)			67.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(9)			68.80			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(10)			65.24			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)			47.97			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)			69.41			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายส่ง (%)			70.92			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายส่ง (%)			68.29			
ราคาสหกรณ์ขายปลีก			130.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(11)			79.54			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(12)			100.33			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(13)			101.80			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(14)			99.24			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)			61.18			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)			77.18			
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายปลีก (%)			78.30			
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)			76.34			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

รายการ	ไวน์ลำไย (บาท)					
	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุนจากการวิเคราะห์			ต่อต้นทุนทั้งหมด (%)
	สมาชิก	สหกรณ์	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
(1) ต้นทุนการผลิต						
ต้นทุนผันแปร						
1. ปัจจัยการผลิต	7.4097	0.0000	7.6270	0.0000	7.6270	23.5069
2. แรงงาน	0.3000	1.1630	1.4630	0.0000	1.4630	4.5092
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.0000	50.8020	20.8020	0.0000	20.8020	64.1134
ต้นทุนคงที่	1.4677	0.0000	1.4677	1.0859	2.5536	7.8705
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	9.1774	51.9650	31.3597	1.0859	32.4456	100.00
ราคาสมาชิกขายส่ง			30.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผู้ผลิต(6)			20.82			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)			69.41			
ราคาสหกรณ์ขายส่ง			97.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(7)			45.04			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(8)			65.64			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(9)			67.11			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(10)			64.55			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)			46.43			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)			67.67			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายส่ง (%)			69.18			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายส่ง (%)			66.55			
ราคาสหกรณ์ขายปลีก			130.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(11)			78.04			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(12)			98.64			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(13)			100.11			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(14)			97.55			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)			60.03			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)			75.88			
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายปลีก (%)			77.01			
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)			75.04			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

รายการ	ไวน์มะขามป้อม (บาท)					
	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุนจากการวิเคราะห์			ต่อต้นทุนทั้งหมด (%)
	สมาชิก	สหกรณ์	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
(1) ต้นทุนการผลิต						
ต้นทุนต้นแปร						
1. ปัจจัยการผลิต	6.9222	0.0000	7.1395	0.0000	7.1395	22.3401
2. แรงงาน	0.3000	1.1630	1.4630	0.0000	1.4630	4.5780
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.0000	50.8020	20.8020	0.0000	20.8020	65.0914
ต้นทุนคงที่	1.4677	0.0000	1.4677	1.0859	2.5536	7.9906
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	8.6899	51.9650	30.8722	1.0859	31.9581	100.00
ราคาสมาชิกขายส่ง			30.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผู้ผลิต(6)			21.31			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)			71.03			
ราคาสหกรณ์ขายส่ง			97.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(7)			45.04			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(8)			66.13			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนต้นแปร(9)			67.60			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(10)			65.04			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)			46.43			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)			68.17			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายส่ง (%)			69.69			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายส่ง (%)			67.05			
ราคาสหกรณ์ขายปลีก			130.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(11)			78.04			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(12)			99.13			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนต้นแปร(13)			100.60			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(14)			93.74			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)			60.03			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)			76.25			
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายปลีก (%)			77.38			
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)			75.42			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

รายการ	ไว้นะเฟื่อง (บาท)					
	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุนจากการวิเคราะห์			ต่อต้นทุนทั้งหมด (%)
	สมาชิก	สหกรณ์	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
(1) ต้นทุนการผลิต						
ต้นทุนผันแปร						
1. ปัจจัยการผลิต	6.2472	0.0000	6.4645	0.0000	6.4645	21.7051
2. แรงงาน	0.3000	1.1630	1.4630	0.0000	1.4630	4.9123
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.0000	49.3020	19.3020	0.0000	19.3020	64.8085
ต้นทุนคงที่	1.4677	0.0000	1.4677	1.0859	2.5536	8.5741
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	8.0149	50.4650	28.6972	1.0859	29.7831	100.00
ราคาสมาชิกขายส่ง			30.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผู้ผลิต(6)			21.99			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)			73.28			
ราคาสหกรณ์ขายส่ง			97.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(7)			46.54			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(8)			68.30			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(9)			69.77			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(10)			67.22			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)			47.97			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)			70.42			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายส่ง (%)			71.93			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายส่ง (%)			69.30			
ราคาสหกรณ์ขายปลีก			130.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(11)			79.54			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(12)			101.30			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(13)			102.77			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(14)			100.22			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)			61.18			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)			77.93			
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายปลีก (%)			79.05			
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)			77.09			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

รายการ	ไว้นักระชาดดำ (บาท)					
	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุนจากการวิเคราะห์			ต่อต้นทุนทั้งหมด (%)
	สมาชิค	สหกรณ์	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
(1) ต้นทุนการผลิต						
ต้นทุนผันแปร						
1. ปังจัดการผลิต	16.5972	0.0000	16.8145	0.0000	16.8145	38.9827
2. แรงงาน	0.3000	1.1630	1.4630	0.0000	1.4630	3.3919
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.0000	157.302	22.3020	0.0000	22.3020	51.7050
ต้นทุนคงที่	1.4677	0.0000	1.4677	1.0859	2.5536	5.9203
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	18.3649	158.465	42.0472	1.0859	43.1331	100.00
ราคาสมาชิคขายส่ง			135.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผู้ผลิต(6)			116.64			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)			86.40			
ราคาสหกรณ์ขายส่ง			250.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(7)			91.54			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(8)			207.95			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(9)			209.42			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(10)			206.87			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)			94.37			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)			214.38			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายส่ง (%)			215.90			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายส่ง (%)			213.26			
ราคาสหกรณ์ขายปลีก			280.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(11)			121.54			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(12)			237.95			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(13)			239.42			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(14)			236.87			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)			93.49			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)			183.04			
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายปลีก (%)			184.17			
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)			182.21			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

รายการ	ไวน์กระท้อน (บาท)					
	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุนจากการวิเคราะห์			ต่อต้นทุนทั้งหมด (%)
	สมาชิก	สหกรณ์	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
(1) ต้นทุนการผลิต						
ต้นทุนผันแปร						
1. ปัจจัยการผลิต	6.2847	0.0000	6.5020	0.0000	6.5020	21.8036
2. แรงงาน	0.3000	1.1630	1.4630	0.0000	1.4630	4.9061
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.0000	49.3020	19.3020	0.0000	19.3020	64.7270
ต้นทุนคงที่	1.4677	0.0000	1.4677	1.0859	2.5536	8.5633
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	8.0524	50.465	28.7347	1.0859	29.8206	100.00
ราคาสมาชิกขายส่ง			30.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผู้ผลิต(6)			21.95			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)			73.16			
ราคาสหกรณ์ขายส่ง			97.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(7)			46.54			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(8)			68.27			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(9)			69.73			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(10)			67.18			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)			47.97			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)			70.38			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายส่ง (%)			71.89			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายส่ง (%)			69.26			
ราคาสหกรณ์ขายปลีก			130.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(11)			79.54			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(12)			101.27			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(13)			102.73			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(14)			100.18			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)			61.18			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)			77.90			
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายปลีก (%)			78.03			
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)			77.06			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

รายการ	ไว้น้ำผึ้ง (บาท)					
	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุนจากการวิเคราะห์			ต่อต้นทุนทั้งหมด (%)
	สมาชิก	สหกรณ์	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
(1) ต้นทุนการผลิต						
ต้นทุนผันแปร						
1. ปังจัดการผลิต	6.4722	0.0000	6.6895	0.0000	6.6895	21.9268
2. แรงงาน	0.3000	1.1630	1.4630	0.0000	1.4630	4.7956
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.0000	49.8020	19.8020	0.0000	19.8020	64.9073
ต้นทุนคงที่	1.4677	0.0000	1.4677	1.0859	2.5536	8.3703
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	8.2399	50.965	29.4222	1.0859	30.5081	100.00
ราคาสมาชิกขายส่ง			30.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผู้ผลิต(6)			21.76			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)			72.53			
ราคาสหกรณ์ขายส่ง			97.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(7)			46.04			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(8)			67.58			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(9)			69.05			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(10)			66.49			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)			47.46			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)			69.67			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายส่ง (%)			71.18			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายส่ง (%)			68.55			
ราคาสหกรณ์ขายปลีก			130.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(11)			79.04			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(12)			100.58			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(13)			102.05			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(14)			99.49			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)			60.80			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)			77.37			
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายปลีก (%)			78.50			
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)			76.53			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

รายการ	ไวน์ลูกหว้า (บาท)					
	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุนจากการวิเคราะห์			ต่อต้นทุนทั้งหมด (%)
	สมาชิก	สหกรณ์	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
(1) ต้นทุนการผลิต						
ต้นทุนผันแปร						
1. บังคับการผลิต	7.4472	0.0000	7.6645	0.0000	7.6645	23.9641
2. แรงงาน	0.3000	1.1630	1.4630	0.0000	1.4630	4.5744
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.0000	50.3020	20.3020	0.0000	20.3020	63.4772
ต้นทุนคงที่	1.4677	0.0000	1.4677	1.0859	2.5536	7.9843
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	9.2149	51.465	30.8972	1.0859	31.9831	100.00
ราคาสมาชิกขายส่ง			30.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผู้ผลิต(6)			20.79			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)			69.28			
ราคาสหกรณ์ขายส่ง			97.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(7)			45.54			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(8)			66.10			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(9)			67.57			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(10)			65.02			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)			46.94			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)			68.15			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายส่ง (%)			69.66			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายส่ง (%)			67.03			
ราคาสหกรณ์ขายปลีก			130.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(11)			78.54			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(12)			99.10			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(13)			100.57			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(14)			98.02			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)			60.41			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)			76.23			
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายปลีก (%)			77.36			
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)			75.40			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

รายการ	ไว้นักขบ (บาท)					
	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุนจากการวิเคราะห์			ต่อต้นทุนทั้งหมด (%)
	สมาชิก	สหกรณ์	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
(1) ต้นทุนการผลิต						
ต้นทุนผันแปร						
1. ปัจจัยการผลิต	6.4722	0.0000	6.6895	0.0000	6.6895	21.9268
2. แรงงาน	0.3000	1.1630	1.4630	0.0000	1.4630	4.7956
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.0000	49.8020	19.8020	0.0000	19.8020	64.9073
ต้นทุนคงที่	1.4677	0.0000	1.4677	1.0859	2.5536	8.3703
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	8.2399	50.965	29.4222	1.0859	30.5081	100.00
ราคาสมาชิกขายส่ง			30.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผู้ผลิต(6)			21.76			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)			72.53			
ราคาสหกรณ์ขายส่ง			97.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(7)			46.04			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(8)			67.58			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(9)			69.05			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(10)			66.49			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)			47.46			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)			69.67			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายส่ง (%)			71.18			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายส่ง (%)			68.55			
ราคาสหกรณ์ขายปลีก			130.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(11)			79.04			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(12)			100.58			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(13)			102.05			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(14)			99.49			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)			60.80			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)			77.37			
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายปลีก (%)			78.50			
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)			76.53			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

รายการ	ไวน์สมอ (บาท)					
	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุนจากการวิเคราะห์			ต่อต้นทุนทั้งหมด (%)
	สมาชิก	สหกรณ์	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
(1) ต้นทุนการผลิต						
ต้นทุนผันแปร						
1. บิ่จยการผลิต	6.6972	0.0000	6.9145	0.0000	6.9145	22.8705
2. แรงงาน	0.3000	1.1630	1.4630	0.0000	1.4630	4.8392
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.0000	49.3020	19.3020	0.0000	19.3020	63.8438
ต้นทุนคงที่	1.4677	0.0000	1.4677	1.0859	2.5536	8.4465
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	8.4649	50.465	29.1472	1.0859	30.2331	100.00
ราคาสมาชิกขายส่ง			30.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผู้ผลิต(6)			21.54			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)			71.78			
ราคาสหกรณ์ขายส่ง			97.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(7)			46.54			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(8)			67.85			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(9)			69.32			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(10)			66.77			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)			47.97			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)			69.95			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายส่ง (%)			71.46			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายส่ง (%)			68.83			
ราคาสหกรณ์ขายปลีก			130.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(11)			79.54			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(12)			100.85			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(13)			102.32			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(14)			99.77			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)			61.18			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)			77.58			
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายปลีก (%)			78.71			
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)			76.74			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

รายการ	ไวน์สตรอเบอรี่ (บาท)					
	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุนจากการวิเคราะห์			ต่อต้นทุนทั้งหมด (%)
	สมาชิก	สหกรณ์	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
(1) ต้นทุนการผลิต						
ต้นทุนผันแปร						
1. ปัจจัยการผลิต	10.9722	0.0000	11.1895	0.0000	11.1895	29.8321
2. แรงงาน	0.3000	1.1630	1.4630	0.0000	1.4630	3.9006
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.0000	52.3020	22.3020	0.0000	22.3020	59.4591
ต้นทุนคงที่	1.4677	0.0000	1.4677	1.0859	2.5536	6.8082
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	12.7399	53.465	36.4222	1.0859	37.5081	100.00
ราคาสมาชิกขายส่ง			30.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผู้ผลิต(6)			17.26			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)			57.53			
ราคาสหกรณ์ขายส่ง			97.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(7)			43.54			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(8)			60.58			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(9)			62.05			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(10)			59.49			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)			44.88			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)			62.45			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายส่ง (%)			63.96			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายส่ง (%)			61.33			
ราคาสหกรณ์ขายปลีก			130.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(11)			76.54			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(12)			93.58			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(13)			95.05			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(14)			92.49			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)			58.87			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)			71.98			
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายปลีก (%)			73.11			
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)			71.15			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

รายการ	ไวน์สวารส (บาท)					
	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุนจากการวิเคราะห์			ต่อต้นทุนทั้งหมด (%)
	สมาชิก	สหกรณ์	เงินสด	ไม่เป็นเงินสด	รวม	
(1) ต้นทุนการผลิต						
ต้นทุนผันแปร						
1. ปังจัดการผลิต	8.9097	0.0000	9.1270	0.0000	9.1270	27.7031
2. แรงงาน	0.3000	1.1630	1.4630	0.0000	1.4630	4.4408
3. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0.0000	49.8020	19.8020	0.0000	19.8020	60.1050
ต้นทุนคงที่	1.4677	0.0000	1.4677	1.0859	2.5536	7.7511
ต้นทุนทั้งหมดต่อหน่วย (บาท)	10.6774	50.965	31.8597	1.0859	32.9456	100.00
ราคาสมาชิกขายส่ง			30.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผู้ผลิต(6)			19.32			
อัตราส่วน (6) ต่อราคาขายส่ง (%)			64.41			
ราคาสหกรณ์ขายส่ง			97.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(7)			46.04			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(8)			65.14			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(9)			66.61			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(10)			64.05			
อัตราส่วน (7) ต่อราคาขายส่ง (%)			47.46			
อัตราส่วน (8) ต่อราคาขายส่ง (%)			67.15			
อัตราส่วน (9) ต่อราคาขายส่ง (%)			68.67			
อัตราส่วน (10) ต่อราคาขายส่ง (%)			66.04			
ราคาสหกรณ์ขายปลีก			130.00			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนสหกรณ์(11)			79.04			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสด(12)			98.14			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร(13)			99.61			
ผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนทั้งหมด(14)			97.05			
อัตราส่วน (11) ต่อราคาขายปลีก (%)			60.80			
อัตราส่วน (12) ต่อราคาขายปลีก (%)			75.49			
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายปลีก (%)			76.62			
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)			74.66			

4.3.6 กรรมวิธีการผลิต

ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ

วัตถุดิบผลสด นำเมล็ดออกก่อนนำไปล้างน้ำและทำความสะอาด คัดเลือกสิ่งเจือปนและเน่าเสียออก ผึ่งให้แห้งในที่ร่มจนสะเด็ดน้ำ สำหรับกระชวยค้ำปลอกเปลือกออกจนเหลือแต่เนื้อสีม่วงเข้ม นำไปทำความสะอาดด้วยน้ำ วัตถุดิบทั้งหมดที่ผ่านการทำความสะอาดนำไปชั่งน้ำหนัก เตรียมเข้าเครื่องหั่นซอยและบด ในการบดใส่น้ำสะอาดเล็กน้อยเพื่อช่วยให้การบดตัวของวัตถุดิบและเครื่องบดทำงานได้สะดวก ส่วนน้ำผึ่งนำไปใช้ในการผลิตได้ทันที สัดส่วนน้ำหนักของวัตถุดิบผลสดต่อน้ำตาลทรายแดงที่ใช้ในการผลิต โดยหมักในถังขนาด 20 ลิตร ดังนี้

1. กุหลาบ 3 ชนิด	3	กก.	น้ำตาล	6	กก.
2. ใบบัวบก	3	กก.	น้ำตาล	6	กก.
3. ใบหม่อน	3	กก.	น้ำตาล	6	กก.
4. มะขามป้อม	7	กก.	น้ำตาล	6	กก.
5. มะเฟือง	6	กก.	น้ำตาล	6	กก.
6. กระชวยค้ำ	1	กก.	น้ำตาล	6	กก.
7. กระท้อน	5	กก.	น้ำตาล	6	กก.
8. น้ำผึ้ง	2	กก.	-		
9. ตะไกร	6	กก.	น้ำตาล	6	กก.
10. ลูกหว้า	7	กก.	น้ำตาล	6	กก.
11. ลูกยอ	5	กก.	น้ำตาล	6	กก.
12. สมอ	6	กก.	น้ำตาล	6	กก.
13. สตรอเบอร์รี่	6	กก.	น้ำตาล	6	กก.
14. เสาวรส	10	กก.	น้ำตาล	6	กก.

วัตถุดิบแห้ง ลำไย และกระเจี๊ยบ คัดเลือกสิ่งแปลกปลอม เจือปนรวมทั้งวัตถุดิบที่เป็นเชื้อราและเน่าเสียออก นำไปล้างน้ำ น้ำที่เตรียมต้มวัดค่า pH ของน้ำให้ได้ประมาณ 4-4.5 ก่อนนำวัตถุดิบใส่และต้มต่อในน้ำเดือดอุณหภูมิ 100°C หรือพลาสเจอร์ไรส์ที่อุณหภูมิ 70°C ทำให้เย็นตัวภายในเวลาที่กำหนด สัดส่วนที่ใช้วัตถุดิบผลิตและหมักในถังขนาด 20 ลิตร ดังนี้

1. ลำไยอบแห้ง	2	กก.	น้ำตาล	5	กก.
2. กระเจี๊ยบแห้ง	0.5	กก.	น้ำตาล	5	กก.

ขั้นตอนการผลิต

1. เมื่อเตรียมวัตถุดิบและผสมน้ำตาลทรายตามสัดส่วนการผลิต ตรวจวัดความหวานให้ได้ประมาณ 22° BRIX ปรับเพิ่มด้วยการเติมน้ำตาล ถ้าหวานมากปรับลดโดยการเติมน้ำ จากนั้นตรวจวัดความเป็นกรด-ด่าง ปรับลดหรือเพิ่ม โดยเติมกรดแทนนิล และ กรดซิตริก กรองกากวัตถุดิบออกและทิ้งให้เย็น เติมเชื้อยีสต์สายพันธุ์ผลิตไวน์ เติมสาร Diamonium hydrogen phosphate (DPA) สารอาหารเสริมให้กับยีสต์ และหมักต่อประมาณ 30 วัน สำหรับกากที่เหลือจากการผลิตสมาชิกนำไปผลิตปุ๋ยชีวภาพสำหรับการเกษตร

2. เมื่อครบตามตามข้อ 1 ทำการเปลี่ยนถ่ายภาชนะ และกรองไวน์ด้วยผ้าขาวบางซ้อนกัน 3 ชั้น เพื่อแยกน้ำและตะกอน โดยน้ำไวน์ที่ได้บ่มต่อไปถึงใหม่ประมาณ 45 วัน นำมากรองด้วยผ้าขาวบางและเปลี่ยนถ่ายภาชนะเป็นครั้งที่ 2 เติมสาร KMS เพื่อฆ่าเชื้อ แล้วบ่มต่อตามระยะเวลาที่กำหนดอย่างน้อย 180 วัน

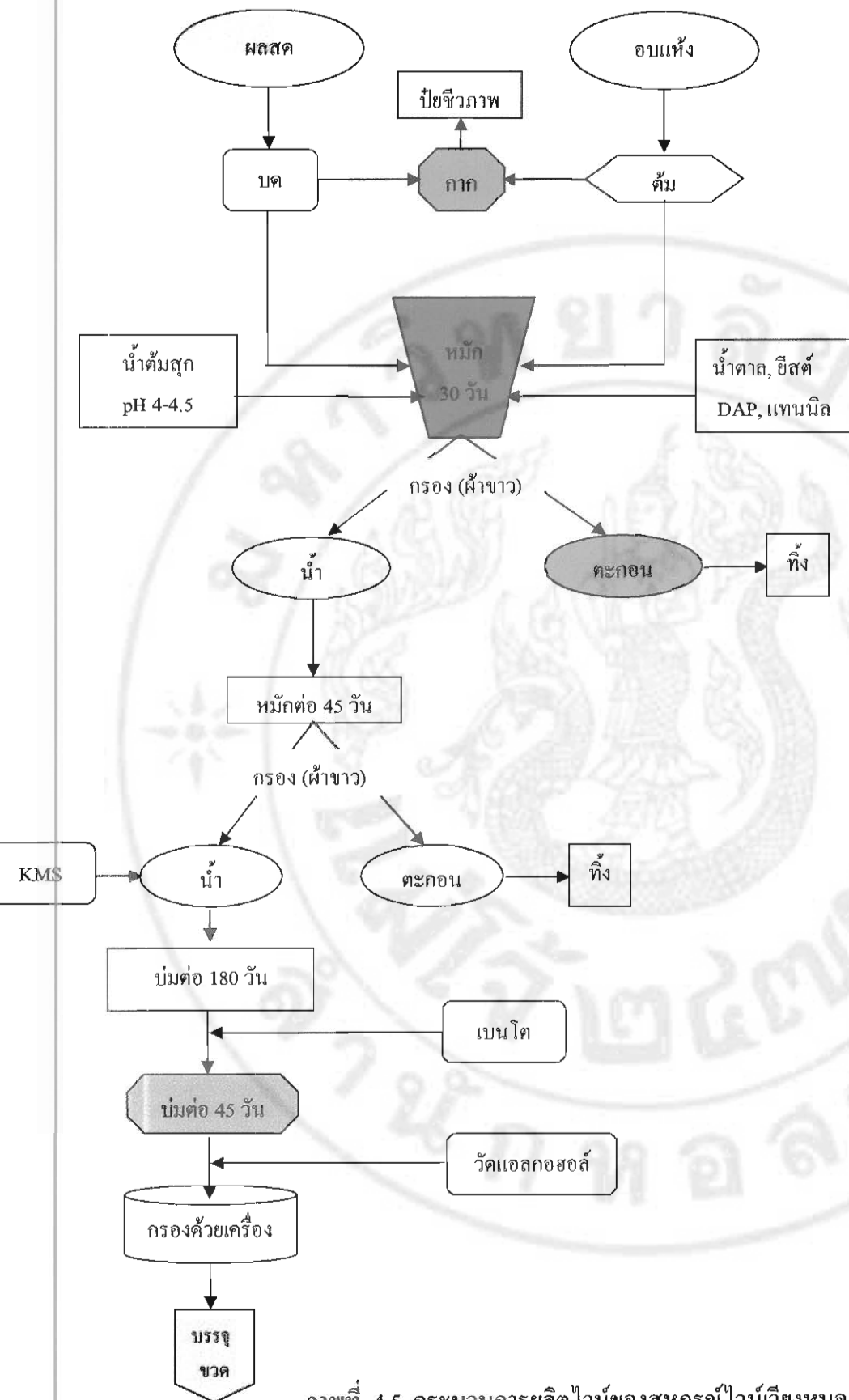
3. ใส่สารเบนโตไนท์ (Bentoni) เพื่อให้ตกตะกอน และน้ำไวน์ใส บ่มต่ออีก 45 วัน ทดสอบปริมาณแอลกอฮอล์ให้ได้ 11° (+ - 1°) กรองด้วยเครื่องกรองไวน์และบรรจุขวดส่งต่อผู้ตรวจนับสินค้า (stock) เตรียมจำหน่ายต่อไป (ภาพที่ 4.5)

4.3.7 การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต

1. การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตของกิจการยังไม่มีเปลี่ยนแปลงมากนัก เนื่องจากก่อตั้งได้ประมาณ 3 ปี ช่วงแรกของการผลิตบดวัตถุดิบและคั้นด้วยมือ ต่อมาได้รับการสนับสนุนเครื่องหั่นซอย บดและคัดแยกน้ำจากองค์การบริหารส่วนจังหวัด ทำให้การผลิตสะดวกรวดเร็วมากขึ้น ลดระยะเวลาทำงานลง

2. การกรองไวน์ ปี 2544 ใช้ผ้าขาวบางเป็นตัวกรอง ทำให้ได้ไวน์ที่ยังมีตะกอนเมื่อบรรจุขวดเก็บไว้รอจำหน่ายจะมีตะกอนนอนบริเวณก้นขวด ปี 2545 ได้รับการสนับสนุนให้ยืมอุปกรณ์เครื่องกรองไวน์จากองค์การบริหารส่วนจังหวัด มาใช้ในการผลิตเป็นผลให้ได้ไวน์ที่มีความใสไม่มีตะกอนตกค้าง

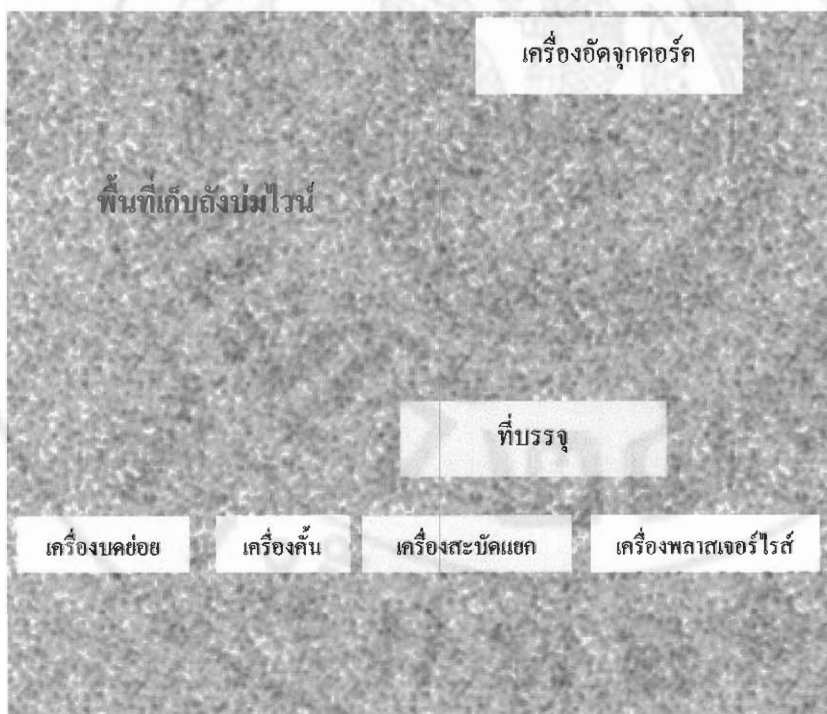
3. เทคโนโลยีการปิดขวดบรรจุภัณฑ์ เดิมใช้เครื่องอัดฝาจับและปิดด้วยกระดาษฟอย ต่อมาเปลี่ยนเป็นเครื่องอัดจุกคอรัคและซิลปิดด้วยพลาสติกทำให้ขวดบรรจุภัณฑ์ดูสวยงามน่าซื้อมากขึ้น



ภาพที่ 4.5 กระบวนการผลิตโปรตีนของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด

4.3.8 สภาพและผังโรงงาน

สถานที่ดำเนินงานกิจการสหกรณ์เข้าจากเอกชนเดือนละ 4,000 บาท ค่าเช่าดังกล่าวรวมทั้งอาคารสำนักงานสหกรณ์และอาคารผลิตรวม 2 หลัง โดยสถานที่ผลิตเป็นอาคาร 2 ชั้น ชั้นที่ 2 สำหรับเก็บบ่มไวน์เพียงอย่างเดียว ส่วนชั้นที่ 1 (ภาพที่ 4.6) ใช้เป็นสถานที่ผลิตมีการวางตำแหน่งเครื่องมือผลิตได้แก่ เครื่องบดย่อย เครื่องคั้น เครื่องสะบัดแยกกาก และเครื่องพลาสติกเจอร์ไรส์ มีการวางเครื่องมือเรียงลำดับตามสายงานที่เหมาะสมทำให้การทำงานสะดวกและคล่องตัว แต่บริเวณที่บรรจุและพื้นที่ตั้งเครื่องอัดจุกคอรัคยังไม่เหมาะสม เนื่องจากอยู่ห่างกันเมื่อบรรจุขวดเสร็จต้องยกไปอัดจุกคอรัคอีกแห่งหนึ่ง ทำให้เสียเวลาและอาจเกิดการแตกเสียหายระหว่างเคลื่อนย้ายได้ ขณะเดียวกันพื้นที่ว่างบริเวณใกล้เคียงยังวางถังไวน์หมักบ่มปะปนกัน อาจทำให้พื้นที่บริเวณดังกล่าวมีฝุ่น เชื้อโรค และสัตว์อาศัยอยู่ สิ่งสกปรกเหล่านี้มีโอกาสเข้าปะปนระหว่างที่บรรจุไวน์ ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าพื้นที่ดังกล่าวมีการจัดการผลิตยังไม่เหมาะสมและการวางตำแหน่งเครื่องมือผลิตบางชนิดไม่เอื้ออำนวยให้การผลิตสะดวกและรวดเร็ว ตลอดจนมีโอกาสก่อให้เกิดอุบัติเหตุระหว่างการทำงานได้



ภาพที่ 4.6 สถานที่ผลิตชั้นที่ 1 ของโรงเรือนผลิต

4.3.9 การจัดการของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต

ในกระบวนการผลิตมีของเสียเกิดขึ้น 2 ชนิด คือ กากและตะกอน โดยกากที่เหลือจากการผลิต สมาชิกนำไปผลิตปุ๋ยชีวภาพใช้ในการเกษตร ส่วนตะกอนผู้ผลิตปล่อยลงสู่รางระบายน้ำ ทั้งลงลำเหมืองสาธารณะ ซึ่งผู้ผลิตยังขาดความรู้และความเข้าใจในการจัดการตะกอนของเสียจากการผลิตที่ควรทำการบำบัดในระบบน้ำทิ้งก่อนเพื่อแยกตะกอนออกนำไปกำจัดต่างหาก ส่วนน้ำที่เหลือทำการบำบัดจนใสก่อนปล่อยลงเหมืองสาธารณะ ซึ่งวิธีการที่สหกรณ์ปฏิบัติในปัจจุบันตะกอนลงลำน้ำโดยไม่มีการบำบัด จะส่งผลต่อน้ำในลำเหมืองเน่าเสียและส่งกลิ่นเหม็นรบกวนเพื่อนบ้านตามมา

4.3.10 การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์

การผลิตมีการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพระหว่างขั้นตอนการผลิต ประกอบด้วย ขั้นตอนการหมักมีการตรวจสอบค่า pH ของน้ำสะอาดต้มสุกให้ได้ประมาณ 4 – 4.5 ตรวจวัดน้ำตาล และกรดแทนนินโดยปรับเพิ่ม - ลดตามสูตรมาตรฐานสหกรณ์ ตลอดกระบวนการหมักบ่มผู้ผลิตตรวจสอบคุณภาพเป็นระยะๆ เน้นกรองตะกอนเพื่อให้ได้ไวน์คุณภาพดีเป็นสำคัญ ก่อนเติมสาร KMS ผ่านการกรองด้วยผ้าขาวบาง 2 ครั้ง ทั้งระยะเวลาห่างกันประมาณ 45 ครั้ง และบ่มต่อให้ครบ 180 วัน ทำการตรวจสอบอีกครั้งเพื่อเติมเบนโตไนท์เป็นอาหารเสริมให้ยีสต์ทำงานหมักบ่มไวน์ต่อ 45 วัน เมื่อครบกำหนดตรวจวัดแอลกอฮอล์

ช่วงเข้าถังหมักก่อนนำไปบ่มจะตรวจสอบด้วยเครื่องวัดน้ำตาล และเครื่องวัดความเป็นกรด - ด่าง ปรับตามสัดส่วนการผลิต โดยเพิ่ม - ลด ด้วยกรดแทนนิน กรดซิตริก น้ำตาล และน้ำ ทำการตรวจสอบเช่นนี้อีกครั้งหลังจากแยกน้ำและกากออกจากกัน ทดลองชิมดูรสชาติแล้วปรับลดให้ได้ตามสัดส่วนการผลิต สำหรับการตรวจสอบครั้งที่ 3 ทำภายหลังจากเสร็จสิ้นการกรองด้วยเครื่องกรอง การตรวจสอบทำเช่นเดียวกันกับครั้งที่สอง ปรับคุณภาพให้ได้ตามที่ต้องการและบรรจุขวดเตรียมจำหน่ายต่อไป โดยนางกมลรัตน์ ประธานเป็นผู้ทำหน้าที่ควบคุมตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกขั้นตอนด้วยตนเอง

4.3.11 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต

จากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ปัญหา พบว่า กิจการมีปัญหาหลายประเด็น

1. สถานที่ผลิต กิจการเช่าระยะสั้นรายเดือน และผู้ให้เช่าพร้อมยกเลิกสัญญาได้ตลอดเวลา ดังนั้นการปรับปรุงสถานที่ให้เหมาะสมกับการผลิต ถูกสุขอนามัยให้ได้มาตรฐาน

GMP (Good manufactory practice) จึงเป็นเรื่องยาก อาจส่งผลให้สินค้าที่ผลิตไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในเรื่องของความสะอาด

2. สหกรณ์จัดการการผลิต โดยให้สมาชิกทั้งรายเดี่ยวหรือรวมกลุ่มย่อย 2-5 คน เป็นผู้ผลิตและถือการรับซื้อน้ำโวน์ การจัดการเช่นนี้อาจทำให้ได้โวน์ที่มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน เพราะแต่ละรายต่างคนต่างผลิต ขณะเดียวกันผู้รับซื้อจะมีเพียงสหกรณ์รายเดียว อาจเกิดปัญหาแข่งขันกันผลิตภายในกลุ่มสมาชิก และ/หรือ กรรมการหรือผู้มีอำนาจรับซื้อน้ำโวน์รับซื้อเฉพาะผู้ผลิตกลุ่มของตนเองและผู้ใกล้ชิด โดยไม่รับซื้อหรือซื้อจำนวนน้อยจากสมาชิกผู้ไม่ได้ใกล้ชิด จึงทำให้เกิดปัญหาตามมา ส่งผลให้การดำเนินงานไม่ยั่งยืน

3. การกำจัดตะกอนที่เหลือจากการผลิตลงสู่ลำเหมืองสาธารณะ อาจก่อให้เกิดปัญหามลภาวะตามมา และส่งผลต่อผู้ใช้น้ำในลำน้ำดังกล่าว

4.3.12 ศักยภาพด้านการพัฒนา

1. วัตถุดิบที่ใช้ผลิตเกือบทั้งหมดเป็นวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น แม้บางชนิดต้องสั่งซื้อจากต่างจังหวัด แต่หาซื้อได้ง่าย มีจำนวนมากพอและราคาไม่สูงมากนัก ฉะนั้นในอนาคตหากกิจการขยายกำลังการผลิตจึงทำได้ง่าย

2. ผู้ตรวจสอบคุณภาพโวน์มีประสบการณ์ด้านการผลิตดี ควรส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านนี้ด้วยการจัดฝึกอบรมเพิ่มประสบการณ์ให้กับสมาชิกผู้ผลิตเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดปัญหาโวน์ที่ผลิตไม่ได้มาตรฐาน ขณะเดียวกันควรเชิญผู้มีประสบการณ์จากภายนอกหรือไปศึกษาดูงานจากกิจการต่างๆ เป็นประจำเพื่อเพิ่มเติมความรู้และนำมาปรับปรุงพัฒนาการผลิตของตนเอง นอกจากนี้สหกรณ์ควรทำเนิการผลิตในนามสหกรณ์อย่างเต็มรูปแบบแทนการให้สมาชิกรวมกลุ่มย่อยผลิตและใช้เงินลงทุนของสมาชิกเอง ซึ่งทำให้การควบคุมคุณภาพโวน์ให้ได้มาตรฐานได้ยาก

3. พนักงานสาธารณสุขหรือกรมโรงงานอุตสาหกรรมควรจะเข้ามาให้ความรู้หรือตรวจสอบระบบการจัดการของเสีย ให้ความรู้และวิธีการกำจัดที่ถูกต้อง โดยไม่เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือผลกระทบต่อชุมชน ขณะเดียวกันด้านการผลิตสาธารณสุขควรเข้ามามตรวจสอบอย่างใกล้ชิด ให้ความรู้และฝึกอบรมการผลิตให้ได้มาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) ซึ่งเป็นมาตรฐานการผลิตที่ทั่วไปให้การยอมรับ สำหรับกรมอุตสาหกรรมโรงงานควรเข้ามาช่วยในเรื่องสายงานการผลิต (process) ให้มีความคล่องตัวในการทำงาน และช่วยลดอุบัติเหตุระหว่างการผลิต

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือสถาบันการศึกษา ควรทำการศึกษาวิจัยการคัดเลือกวัตถุดิบที่เหมาะสมต่อการผลิตไวน์แต่ละชนิด โดยศึกษาตั้งแต่ พันธุ์ การปลูกดูแลรักษา ช่วงระยะเวลาเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม ฯลฯ ซึ่งบริษัทผู้ผลิตไวน์ต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จให้ความสำคัญในจุดนี้เป็นอย่างมาก หากประเทศไทยสามารถทำการวิจัยและประสบความสำเร็จโดยทำการเพาะพืชเศรษฐกิจที่สำคัญอย่าง ลำไยและลิ้นจี่ ที่มีจะมีปัญหาผลผลิตล้นตลาดช่วงฤดูเก็บเกี่ยว และเป็นเหตุให้รัฐต้องแก้ไขปัญหานี้เฉพาะหน้าด้วยการประกันราคาหรือพยุงราคาประจำปี ถ้าการวิจัยประสบความสำเร็จได้ไวน์ที่มีคุณภาพดี สามารถขายสินค้าแข่งขันต่างประเทศได้และต้องขยายการผลิตเพิ่มขึ้นตามมา เป็นการนำเงินตราเข้าประเทศส่งผลต่อเศรษฐกิจมหภาคโดยรวมดีขึ้น และยังเป็นการช่วยแก้ปัญหาภาระยาวของราคาผลผลิตตกต่ำได้อย่างยั่งยืน ทั้งยังสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับคนอยู่กับท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยลดปัญหาด้านสังคมตามมา เพราะพ่อแม่ไม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้าน มีเวลาดูแลอบรมบุตรหลานมากขึ้น

4.4 ผลสำรวจความคิดเห็นด้านการผลิตของสมาชิกและกรรมการสหกรณ์

4.4.1 ผลการสำรวจด้านการผลิตและด้านตลาดลำพูน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล การสำรวจความคิดเห็นด้านการผลิตการตลาดสหกรณ์ไวน์จังหวัดลำพูน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ทำการสัมภาษณ์ คณะกรรมการ สมาชิกและฝ่ายจัดการ สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด สหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด และสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่อง จำกัด รวม 3 สหกรณ์ จำนวน 15 คน พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นร้อยละ 62.2 มีบทบาทหรือสถานภาพเป็นสมาชิกสหกรณ์ ร้อยละ 48.9 เป็นกรรมการสหกรณ์ ร้อยละ 37.8 และเป็นฝ่ายจัดการ ร้อยละ 13.3 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3) ร้อยละ 33.3 มีอายุเฉลี่ย 46.7 ปี (ดูจากตาราง 4.18)

ตารางที่ 4.18 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นการผลิต การตลาด สหกรณ์
ไฉ่น้ำ จังหวัดลำพูน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	หมายเหตุ
สหกรณ์			
สหกรณ์ไฉ่น้ำอุโมงค์ลำพูน จำกัด	15	33.3	
สหกรณ์ไฉ่น้ำป่าขางลำพูน จำกัด	15	33.3	
สหกรณ์ไฉ่น้ำเวียงหนองล่องลำพูน จำกัด	15	33.3	
เพศ			
ชาย	17	37.8	
หญิง	28	62.2	
บทบาท-สถานการณ์ที่มีต่อสหกรณ์			
สมาชิก	22	48.9	
คณะกรรมการ	17	37.8	
ฝ่ายจัดการ	6	13.3	
ระดับการศึกษา			
ประถมศึกษาตอนปลาย (ป.6)	2	4.4	
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3)	15	33.3	
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)	7	15.6	
อาชีวศึกษา	10	22.2	
ปริญญาตรี	11	24.5	
อายุ (ปี)			
20-30	6	13.3	
31-40	6	13.3	
41-50	11	24.4	MIN 22 ปี
51-60	17	37.8	MAX 67 ปี
มากกว่า 60	5	11.2	เฉลี่ย = 46.7 ปี

4.4.2 ผลการสำรวจ ความคิดเห็นด้านการผลิตไวน์ของสหกรณ์ไวน์ลำพูน

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นด้านการผลิตไวน์ของสหกรณ์ไวน์ ลำพูน ทั้ง 3 สหกรณ์พบว่า สหกรณ์ให้ความสำคัญต่อคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ระยะเวลาที่ใช้ในแต่ละขั้นตอนการผลิต การตรวจสอบและควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องและแม่นยำ ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.76 , 3.82 และ 3.78 ตามลำดับ ส่วนความสำคัญทางด้านเทคนิควิธีการผลิต กระบวนการผลิตที่สะอาดถูกหลักอนามัย ด้านอุปกรณ์เครื่องมือที่ได้มาตรฐาน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.07, 2.98 และ 2.86 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นของบุคคลที่เกี่ยวข้องเห็นว่าสหกรณ์ให้ความสำคัญในด้านการผลิตอยู่ในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.38 (ดูจากตาราง 4.19)

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักระดับความคิดเห็นด้านการผลิตไวน์ของสหกรณ์

ความคิดเห็นในด้านการผลิต	WMS	ระดับความคิดเห็น
1. คุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	3.76	มาก
2. เทคนิคและวิธีการผลิตที่ถูกต้อง	3.07	ปานกลาง
3. กระบวนการผลิตที่สะอาดถูกหลักอนามัย	2.98	ปานกลาง
4. อุปกรณ์ เครื่องมือ ในขั้นตอนการผลิตได้มาตรฐาน	2.86	ปานกลาง
5. ระยะเวลาที่ใช้ในแต่ละขั้นตอนมีการกำหนดและควบคุมเหมาะสม	3.82	มาก
6. มีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องและแม่นยำ	3.78	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38	ปานกลาง

ที่มา: จากการสัมภาษณ์

4.4.3 ผลสำรวจความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของสหกรณ์ไวน์ลำพูน

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของสหกรณ์ไวน์ ลำพูน ทั้ง 3 สหกรณ์ พบว่าสหกรณ์ไวน์ให้ความสำคัญด้าน ความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.61 สหกรณ์ให้ความสำคัญด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ความทันสมัยและสวยงาม ด้านศักยภาพของการแข่งขันของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ในระดับปานกลาง ด้านค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.12, 3.07 และ 3.22 ตามลำดับ สำหรับความสำคัญในด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับความคิดเห็นระดับน้อย ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 2.55 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักรวมมีค่า 3.11 หรืออยู่ในระดับปานกลาง (ดูจากตาราง 4.20)

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักและระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของสหกรณ์ไวน์ ลำพูน

ความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	WMS	ระดับความคิดเห็น
1. ผลิตภัณฑ์และขนาดบรรจุภัณฑ์มีความหลากหลาย	3.12	ปานกลาง
2. ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์	3.61	มาก
3. ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ได้มาตรฐาน	2.55	น้อย
4. ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและทันสมัย	3.07	ปานกลาง
5. ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มีศักยภาพในการแข่งขัน	3.22	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.11	ปานกลาง

4.4.4 ผลการสำรวจความคิดเห็นด้านการตลาดของสหกรณ์ไวน์ลำพูน

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นด้านการตลาดของสหกรณ์ไวน์ลำพูนทั้ง 3 สหกรณ์ พบว่าสหกรณ์ให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.67 สหกรณ์ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการขายในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 2.97 และ 2.86 ตามลำดับ สำหรับความสำคัญทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สหกรณ์ให้ความสำคัญในระดับน้อย

ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 2.48 แต่เมื่อพิจารณาภาพรวมของการตลาด ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักรวมจะอยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเท่ากับ 2.99 (ดูจากตาราง 4.21)

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักและระดับความคิดเห็นด้านการตลาดไวน์สหกรณ์ไวน์
คำพูน

ความคิดเห็นด้านตลาด	WMS	ระดับความคิดเห็น
- ผลิตภัณฑ์ (Products)	2.97	ปานกลาง
- ราคา (Price)	3.67	มาก
- ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	2.48	น้อย
- การส่งเสริมการขาย (Promotions)	2.86	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.99	ปานกลาง

บทที่ 5

การตลาด

5.1 การตลาดของสหกรณ์ไวน์โอโมงค์ลำพูน จำกัด

5.1.1 การบริหารและการวางแผนการตลาด

การบริหารการตลาด

ในด้านการบริหารการตลาดของสหกรณ์ไม่มีคณะกรรมการฝ่ายตลาดเข้ามารับผิดชอบหน้าที่โดยเฉพาะ แต่ที่ประชุมเห็นชอบให้นายอินแก้ว โอชาวัฒน์เป็นผู้นำในการขยายตลาด ทั้งการออกร้านแสดงสินค้าและการหาลูกค้าประจำรายใหม่ เพราะนายอินแก้ว มีความสะดวกไม่มีการครอบครว้มากนัก รวมทั้งเคยเป็นข้าราชการมาก่อน ตลอดจนมีรถยนต์เป็นของตนเอง ทำให้มีความพร้อมออกตลาดอยู่เสมอ อย่างไรก็ตามหากติดภารกิจจะมีคณะกรรมการรายอื่นผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไปออกตลาด การไปออกร้านแสดงสินค้าตามที่ต่างๆ ที่ผ่านมาผู้ที่ออกร้านขายสินค้าจะได้รับค่าตอบแทน 2 ลักษณะ คือ ถ้าผู้ขายรับภาระค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการออกตลาดกำไรที่ได้ภายหลังหักต้นทุนที่รับไปจากสหกรณ์เป็นของผู้ขายเอง และอีกวิธีหนึ่งผู้ขายรับค่าจ้างเป็นรายวันๆ ละ 150 บาท โดยสหกรณ์รับภาระค่าใช้จ่ายทั้งหมด ส่วนใหญ่ผู้ที่ไปออกร้านขายสินค้าจะเลือกรับค่าจ้างเป็นรายวันมากกว่า เนื่องจากหากเลือกวิธีแรกแล้วแต่ยอดขายน้อยหรือได้กำไรน้อย และมีค่าใช้จ่ายสูง ไม่คุ้มค่ากับการลงทุนหรือเวลาที่เสียไป ฉะนั้นจึงมักจะเลือกวิธีหลังที่ได้รับค่าตอบแทนแน่นอน ถึงแม้ว่าจะขายไม่ได้ก็ตาม

การวางแผนการตลาด

การวางแผนการตลาดจะเป็นการวางแผนและกำหนดเป้าหมายร่วมกันของคณะกรรมการทั้งหมด ในปี 2545 มีการวางแผนการตลาดและส่งเสริมการขายในหลายรายการ แต่ที่สามารถปฏิบัติได้ เป็นไปตามเป้าหมาย หรือเกินเป้าหมายที่วางไว้ ได้แก่รายการในหมวดการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยรายการวิทยุ ตามแผนเดิมตั้งไว้ 250 ครั้งต่อปี แต่ปฏิบัติได้เพียง 200 ครั้งต่อปี ส่วนแผนพับและคัทเอ้าท์เป็นไปตามแผนและเป้าหมายที่กำหนดจำนวน 20,000 แผ่นและ 5 ครั้ง ตามลำดับ สำหรับป้ายผ้าดำเนินการได้ต่ำกว่าเป้าหมายเล็กน้อยจำนวน 10 ครั้ง จากที่กำหนด 15 ครั้ง ด้านกิจกรรมอื่นๆ ไม่สามารถทำงานได้ตามแผน ดังนั้นในปี 2546 จึงลดเป้าหมายของแผนงานที่ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ในปี 2545 ลง ยกเว้นการออกร้านแสดงสินค้าและให้ความสำคัญกำหนดเป็นจำนวนค่าใช้จ่ายตลอดทั้งปีจำนวน 75,000 บาท ส่วนกิจกรรมอื่นๆที่เคยทำได้ในปีนี้จะกำหนดไว้เท่ากับจำนวนผลที่ได้ในปี 2545

ตารางที่ 5.1 แผนการตลาดและส่งเสริมการขาย

รายการ	หน่วย	1 ม.ค. – 31 ธ.ค. 45		1 ม.ค. – 31 ธ.ค. 46
		แผน	ผล	แผน
การประชาสัมพันธ์				
1. วิทยุ	ครั้ง	250	200	200
2. โทรทัศน์	ครั้ง	12	-	-
3. แผ่นพับ	แผ่น	20,000	20,000	20,000
4. คัทเอ๊าท์	ป้าย	5	5	5
5. ป้ายผ้า	ป้าย	10	15	10
งานแสดงสินค้า				
6. ออกร้านตามเทศกาลต่างๆ	ครั้ง	50	-	75,000 (บาท)
7. จัดงานสัปดาห์คั้ดื่มไวน์เพื่อสุขภาพ	ครั้ง	2	-	-
8. จัดหาตัวแทนจำหน่าย	คน	50	-	-
9. ศูนย์การค้าเชียงใหม่ กรุงเทพฯ และพัทยา	แห่ง	30	-	-
10. จัดวางโชว์ตามห้างร้าน	ร้าน	50	-	-
11. จัดหาตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ	คน	2	-	-
วัสดุอุปกรณ์การขาย				
12. ชั้นวางไวน์สำหรับโชว์	อัน	50	-	-

5.1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกิจการส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มชนิดผลิตภัณฑ์ให้มีจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะในปี 2544 – 2545 เป็นช่วงทดลองผลิตสินค้าใหม่จากวัตถุดิบในท้องถิ่นและผู้ผลิตยังไม่มีความรู้ในการคัดเลือกคุณภาพเท่าที่ควร สูตรที่ใช้ในการผลิตของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดไม่แตกต่างกันมากนักและนำผลิตภัณฑ์เหล่านั้นออกจำหน่ายทดลองตลาด จึงทำให้ผลิตภัณฑ์บางชนิดขายไม่ได้เพราะไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์คงค้างจนถึงปี 2546 ยังจำหน่ายไม่หมดและมีแนวโน้มคงค้างต่อไปจนถึงปี 2547 อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ชนิดที่ขายดี

คุณภาพจากการผลิตแต่ละครั้งยังไม่คงที่ ทั้งนี้เพราะกิจการปรับคุณภาพสินค้าทุกครั้งตามคำแนะนำของลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมและซื้อสินค้าที่กิจการเอง หรือการออกร้านจำหน่ายสินค้าที่มีผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิม ซึ่งการปรับสูตรบ่อยครั้งส่งผลให้ลูกค้าที่เคยซื้อไม่ค่อยกลับมาซื้ออีก ทำให้ยอดขายเริ่มลดลงในปี 2546 ขณะเดียวกันคู่แข่งกันก็มากขึ้น

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

1. การพัฒนาขวดบรรจุภัณฑ์ ช่วงปี 2544 ถึงกลางปี 2545 กิจการใช้ขวดเก่า (recycle) ของผลิตภัณฑ์ยี่ห้อหนึ่งขนาดบรรจุ 630 มิลลิลิตร และปิดปากขวดด้วยฝาจีบ (คล้ายฝาน้ำอัดลม) จากนั้นเปลี่ยนมาเป็นขวดเก่าของผลิตภัณฑ์เบียร์ไฮเนเก้น (Heineken) ที่มีขนาดบรรจุใหญ่ขึ้นเป็น 750 มิลลิลิตร ต่อมากลางปี 2546 เพิ่มชนิดขวดบรรจุ 330 มิลลิลิตร ออกจำหน่ายอีกชนิดหนึ่ง แต่ขวดที่ใช้เป็นขวดเก่าของเบียร์ไฮเนเก้นเช่นกัน

2. การพัฒนาฉลาก ประชาชนเป็นผู้พัฒนาออกแบบและว่าจ้างผู้ผลิต ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันพัฒนามาแล้ว 4 แบบ โดยแบบที่ 1 และ 2 ใช้ภาพอาคารศูนย์วัฒนธรรมตำบลอุโมงค์เป็นสัญลักษณ์ (ภาคผนวก ก รูปที่ ก30 และ ก31) สีสรรของภาพใช้สีที่ได้จากการถ่ายภาพจริง สีพื้นของฉลากเป็นสีฟ้าอ่อนถึงแก่ มองดูแล้วไม่เป็นสากลมากนัก ดังนั้นลูกค้าที่ซื้อสินค้าจึงแนะนำให้เปลี่ยนรูปแบบใหม่ จึงเปลี่ยนมาเป็น (ภาคผนวก ก รูปที่ ก32 - ก33) พื้นฉลากเป็นสีพื้น ได้แก่ สีขาวนวล สีเหลืองอ่อน และสีเขียวอ่อน แต่ยังใช้ภาพอาคารศูนย์วัฒนธรรมตำบลอุโมงค์เป็นสัญลักษณ์จากเดิมที่เป็นภาพถ่ายเปลี่ยนมาเป็นภาพวาดด้วยมือที่ไม่เป็นระเบียบมากนัก เมื่อมองแล้วสามารถบอกได้ว่าเป็นอาคารศูนย์วัฒนธรรมตำบลอุโมงค์ กิจการยังพัฒนาฉลากอย่างต่อเนื่องจนถึงแบบที่ 4 ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งยังคงใช้สัญลักษณ์เช่นเดียวกับแบบที่ 3 แต่เปลี่ยนสีพื้นฉลากให้เป็นสีเข้มมากกว่าเดิมและมองดูแล้วสะดุดตาทันที สีพื้นที่ใช้ ได้แก่ สีแดงเลือดนก สีฟ้า สีเขียว สีม่วง และสีส้มอมแดง (ภาคผนวก ก รูปที่ ก40 - ก35)

3. การพัฒนากล่องบรรจุภัณฑ์ ของกิจการที่ผ่านมาถึงปัจจุบันประชาชนเป็นผู้ออกแบบและสั่งผลิต ในปี 2544 ใช้กล่องกระดาษบรรจุได้จำนวน 12 ขวด และกล่องแพคคู่เป็นบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าส่วนบนของกล่องมีชื่อของสหกรณ์เป็นตัวหนังสือสีแดง ส่วนกลางฉลуп็นรูปมีขนาดกว้างและยาวเกือบพอดีกับขนาดฉลากที่ติดขวด เมื่อบรรจุขวดลงในกล่องดังกล่าวสามารถมองเห็นฉลากที่ติดขวดผ่านรูที่ฉลุทันที ด้านของบรรจุภัณฑ์ยังฉลุป็นรูให้สามารถใช้ถือหัวสินค้าได้ (ภาคผนวก ก รูปที่ ก36 และ ก37) ต่อมาปี 2545 ได้เพิ่มบรรจุภัณฑ์ให้มีหลากหลายมากขึ้น ได้แก่ ตะกร้าสานทางมะพร้าว (ภาคผนวก ก รูปที่ ก3) เป็นบรรจุภัณฑ์แพคคู่สานยึดติดกันด้วยเส้นหวายเทียมและส่วนบนของตะกร้าสานด้วยทางมะพร้าวยึดเข้าด้วยกันใช้สำหรับถือ

หิ้ว กิจการซื้อจากอำเภอหางดง ในราคาใบละ 70 บาท และตะกร้าหวายขนาดบรรจุ 1 ขวด ราคาใบละ 40 บาท

บรรจุภัณฑ์บาร์ไม้ (ภาคผนวก ก รูปที่ ก4) มีลักษณะคล้ายกับเสาชิงช้า โยกไปมาได้ ด้านบนแกะสลักเป็นชื่อ “ไวน์อุโมงค์” ขอบไม้ด้านในและฐานวางขวดไวน์แกะสลักเป็นรูปลายไทย บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้เหมาะสำหรับวางโชว์ เป็นของฝากหรือของขวัญ ผู้ประกอบการสั่งซื้อจากชาวบ้านในหมู่บ้านราคาชิ้นละ 180 บาท

บาร์ยัด (ภาคผนวก ก รูปที่ ก5) ลักษณะเป็นไม้เนื้อแข็งท่อนเดียวเจาะรูเหนือฐานสูงประมาณ $\frac{3}{4}$ ของไม้ ฐานวางตัดเฉียงขนานกับพื้น เพื่อวางผลิตภัณฑ์ไม่ให้ล้ม สินค้าชนิดนี้เหมาะสำหรับวางโชว์ ไม่เหมาะนำมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ ซื้อมาในราคาชิ้นละ 100 บาท

5.1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายของสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นการขายปลีกที่ร้านค้าของกิจการและออกร้านแสดงสินค้าตามงานต่างๆ มียอดขายรวมประมาณร้อยละ 80 ส่วนที่เหลือร้อยละ 20 เป็นการ ขายส่งให้กับลูกค้าประจำ (ภาพที่ 5.1) ดังนี้

1. ร้านวันสนั่นท์ เป็นรายขายของฝากจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่บนถนนเชียงใหม่ – ลำปาง ใกล้กับสี่แยกศาลเด็ก ร้านค้าแห่งนี้มียอดขายการสั่งซื้อเฉลี่ย 2-4 ครั้งต่อเดือน โดยฤดูกาลท่องเที่ยว (ต.ค. – เม.ย.) มียอดขายการสั่งซื้อมากกว่าปกติ ในปี 2545 มียอดขายรวมตลอดปีประมาณร้อยละ 25 จากยอดขายส่งลูกค้าประจำทั้งหมด

2. ร้านอาหารดาวคะนอง มียอดจำหน่ายประมาณร้อยละ 10 ซึ่งร้านแห่งนี้ขายปลีกให้กับลูกค้าที่เข้ามาทานอาหารในร้านหรือซื้อเป็นของฝาก เพราะร้านตั้งอยู่บนถนนเชียงใหม่ – ลำปาง ผู้ที่ใช้เส้นทางนี้สัญจรไปมามักจะแวะเข้าไปรับประทานอาหารเป็นประจำ

3. บริษัท DC. Food ทำหน้าที่เป็นตัวแทนให้กับสหกรณ์ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร มียอดขายการสั่งซื้อประมาณร้อยละ 25 นอกจากจะเป็นตัวแทนกิจการแล้ว บริษัทแห่งนี้ยังเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับผู้ผลิตไวน์และสุราแช่ทั่วประเทศ

4. คุณเหรียญทอง โพธา เป็นสมาชิกสหกรณ์และมีร้านจำหน่ายสินค้าอยู่บนห้างโรบินสัน สาขาแอฟริกา ซึ่งมีลูกค้าไปเลือกซื้อสินค้าประจำ ดังนี้จะนำไวน์ไปจำหน่ายด้วยมี ยอดขายประมาณร้อยละ 8 จากยอดขายส่ง

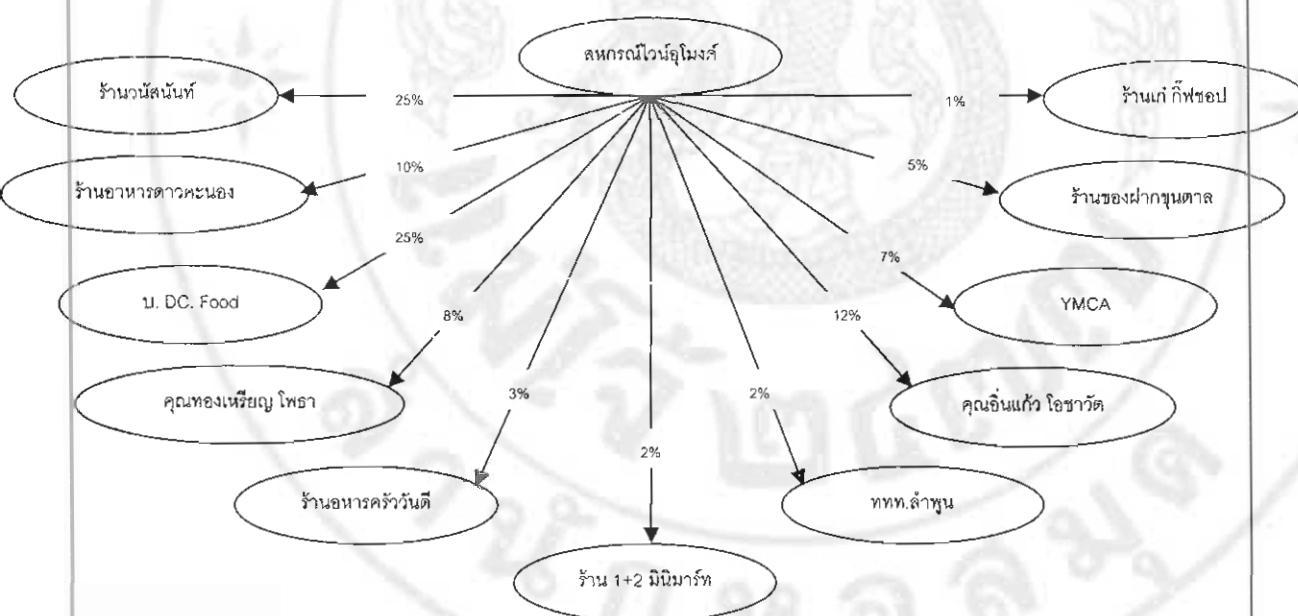
5. ร้านอาหารครัววันดี ตั้งอยู่ในตัวเมืองลำพูนลูกค้าที่มารับประทานอาหารส่วนใหญ่เป็นคนในจังหวัด จึงทำให้ยอดจำหน่ายไม่สูงมากนักประมาณร้อยละ 3 เพราะลูกค้าเหล่านี้สามารถเข้ามาซื้อโดยตรงได้ที่ร้านค้าสหกรณ์

6. ร้าน 1+2 มินิมาร์ท ตั้งอยู่ห่างจากสหกรณ์ประมาณ 5 กิโลเมตร ซึ่งไม่ไกลจากกิจการมากนัก ลูกค้าของร้านส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่นดังนั้นจึงมียอดขายประมาณร้อยละ 2 จากยอดการขายส่ง

7. ททท.ลำพูน เป็นศูนย์บริการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดลำพูน และมีตลาดนัดทุกสัปดาห์ สินค้าที่วางขายส่วนใหญ่จะขายได้ในวันที่มีตลาดนัด แต่มียอดขายไม่สูงมากนักประมาณร้อยละ 2

8. คุณอินแก้ว โอชาวัฒน์ ฝ้ายตลาดของสหกรณ์รับสินค้าจากกิจการในราคาขายส่ง และบวกราคาเพิ่มขึ้นส่งขายต่อให้กับลูกค้ามียอดจำหน่ายประมาณร้อยละ 12 โดยค่าใช้จ่ายในการขนส่งทั้งหมดผู้ส่งเป็นผู้รับภาระเอง จัดส่งไปยังจังหวัดภูเก็ต พิจิตร หาดใหญ่ แม่ฮ่องสอน และคุณเพ็ญศรี ร้านขายสินค้าที่ระลึกบริเวณหน้าพระธาตุหริภุญชัย จังหวัดลำพูน

9. YMAC โดยคุณสวัสดิ์ บันเทิงสุข ซื้อสินค้าไปจำหน่ายให้กับกลุ่มเครือข่ายในสมาคม ซึ่งมีทั้งในและต่างประเทศ มียอดซื้อประมาณร้อยละ 7 ของยอดขายส่ง



ภาพที่ 5.1 การจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าประจำของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด

10. ร้านของฝากขุนตาล ตั้งอยู่ในเขตรอบต่อระหว่างจังหวัดบนถนนสายเชียงใหม่ – ลำปาง มีผู้เดินทางผ่านไปมาจำนวนมากและแวะพักรถซื้อสินค้าจากร้านค้าแห่งนี้มียอดขายประมาณร้อยละ 5

11. ร้านเก๋ ก็ฟชอป เจ้าของร้านเป็นบุตรสาวของนายอินแก้ว โอชาวัฒน์ และเป็นร้านที่อยู่ในชุมชนห่างจากสหกรณ์ประมาณ 1 กิโลเมตร ในปี 2545 มียอดขายประมาณร้อยละ 1 ลูกค้าที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนและเพื่อนๆ ต่างถิ่น

5.1.4 ราคาและการตั้งราคา

สหกรณ์ตั้งราคาขายโดยการประมาณการต้นทุนรวมจากต้นทุนวัตถุดิบและแรงงานผลิตเป็นหลัก และบวกราคาเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 30 ขึ้นอยู่กับขนาดบรรจุและชนิดสินค้า และราคาขายของกลุ่มในตลาดมาประกอบเป็นตัวตัดสินใจตั้งราคา ทั้งนี้การบวกราคาขายเพิ่มขึ้นสูงเป็นเพราะราคาวัตถุดิบไม่แน่นอน ลูกค้าประจำที่ซื้อเป็นจำนวนมากสหกรณ์จะแถมไวน์สำหรับผู้บริโภคทดลองชิมให้ด้วย นอกจากนี้หากกลุ่มลดราคาขายลงสหกรณ์ก็สามารถลดราคาขายแข่งกับผู้ผลิตรายอื่นได้ ซึ่งการขายลดราคาจะเป็นวิธีการที่ทำได้ง่ายกว่าการขึ้นราคา ฉะนั้นสหกรณ์จึงตั้งราคาขายไว้สูง แต่ในการประมาณต้นทุนผู้ประกอบการไม่ได้นำต้นทุนเครื่องจักรอุปกรณ์ซึ่งเป็นต้นทุนคงที่ ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการและต้นทุนการตลาดบางส่วนมาคิดเป็นต้นทุน

ส่วนต้นทุนที่เกิดจากการวิเคราะห์ครั้งนี้คำนวณจากค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นในกิจกรรมการผลิตทั้งที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสด ซึ่งผลจากการเปรียบเทียบ พบว่า ไวน์ทุกชนิดที่บรรจุขวดออกจำหน่ายขนาด 630 และ 330 ml. มีต้นทุนจากการวิเคราะห์และต้นทุนรวมที่ สหกรณ์ประมาณการไม่แตกต่างกันมากนัก ตรงข้ามกับขนาดบรรจุ 750 ml. ต้นทุนมีความแตกต่างกันประมาณ 30 – 50 บาท ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด อย่างไรก็ตามขวดที่บรรจุออกจำหน่ายทุกขนาดในผลิตภัณฑ์ทุกชนิดมีกำไรเหนือต้นทุนการตลาดรวมกับต้นทุนการผลิต และต้นทุนรวมทั้งหมด (ต้นทุนผลิต ตลาดและการจัดการ) ทั้งราคาขายปลีกและขายส่ง รายละเอียดแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 ราคาและการตั้งราคาของสหกรณ์ผู้เลี้ยงไก่พันธุ์ไก่

รายการ	ไวน์กระชายดำ				ไวน์กระเทียม		ไวน์กล้วยหอม	
	ขนาดบรรจุ 750 ml.	ขนาดบรรจุ 630 ml.	ขนาดบรรจุ 330 ml.	ขนาดบรรจุ 330 ml.	ขนาดบรรจุ 330 ml.	ขนาดบรรจุ 330 ml.	ขนาดบรรจุ 630 ml.	ขนาดบรรจุ 630 ml.
1. ต้นทุนการผลิต	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุน	ต้นทุนวิเคราะห์	ต้นทุน	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์
2. ต้นทุนการตลาด								
3. ต้นทุนการจัดการ								
4. ต้นทุนผลิตและตลาด								
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	80.00	52.2214	43.1905	36.3884	24.4696	16.0137	27.7028	3.5857
ราคาขายส่ง	100.00	100.00	4.2687	3.5857	1.8782	2.0954	4.0003	31.2884
ราคาขายปลีก	120.00	120.00	4.7622	39.9741	26.3479	17.8920	35.2887	66.660
ราคาขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาด (13)								70.00
ราคาขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาด (14)								35.37
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายส่ง (%)								38.71
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)								53.06
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)								55.30
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)								31.37
อัตราส่วน (17) ต่อราคาขายส่ง (%)								34.71
อัตราส่วน (18) ต่อราคาขายปลีก (%)								47.06
อัตราส่วน (19) ต่อราคาขายส่ง (%)								49.59

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

รายการ	ไวน์กลี๋ยหอม		ไวน์เพอร์รี่		ไวน์เขียว		ไวน์มะพร้าว
	ขนาดบรรจุ 330 ml.	ต้นทุนสหกรณ์	ขนาดบรรจุ 630 ml.	ต้นทุนสหกรณ์	ขนาดบรรจุ 330 ml.	ต้นทุนสหกรณ์	ขนาดบรรจุ 630 ml.
1. ต้นทุนการผลิต	19.7301		30.3963		22.4607		26.4772
2. ต้นทุนการตลาด	1.8782		3.5857		1.8782		3.5857
3. ต้นทุนการจัดการ	2.0954		4.0003		2.0954		4.0003
4. ต้นทุนผลิตและตลาด	21.6083		33.9820		24.3389		30.0629
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	25.00		37.9823		26.4343		34.0632
ราคาขายส่ง	33.33		66.66		33.33		66.66
ราคาขายปลีก	35.00		70.00		35.00		70.00
ราคาขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาด (13)	11.72		32.68		8.99		36.60
ราคาขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาด (14)	13.39		36.02		10.66		39.94
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายส่ง (%)	35.17		49.02		26.98		54.90
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)	38.26		51.45		30.46		57.05
ราคาขายส่ง - ต้นทุนรวมทั้งหมด (15)	8.33		28.68		8.33		32.60
ราคาขายปลีก - ต้นทุนรวมทั้งหมด (16)	10.00		32.02		10.00		35.94
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	24.99		43.02		24.99		48.90
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)	28.57		45.74		28.57		51.34

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

รายการ	ไวน์มะพร้าว		ไวน์ระกำ				ไวน์ลำไยสด			
	ขนาดบรรจุ 330 ml.		ขนาดบรรจุ 630 ml.		ขนาดบรรจุ 330 ml.		ขนาดบรรจุ 750 ml.		ขนาดบรรจุ 630 ml.	
	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์
1. ต้นทุนการผลิต		19.0881		27.9568		19.8631		30.5352		25.7579
2. ต้นทุนการตลาด		1.8782		3.5857		1.8702		4.2687		3.5857
3. ต้นทุนการจัดการ		2.0954		4.0003		2.0954		4.7622		4.0003
4. ต้นทุนผลิตและตลาด		20.9663		31.5425		21.7413		34.8039		29.3436
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	25.00	23.0617	35.00	35.5427	25.00	23.8367	80.00	39.5661	35.00	33.3439
ราคาขายส่ง	33.33	33.330	66.66	66.660	33.33	33.330	100.00	100.000	66.66	66.660
ราคาขายปลีก	35.00	35.00	70.00	70.00	35.00	35.00	120.00	120.00	70.00	70.00
ราคาขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาด (13)		12.36		35.12		11.59		65.20		37.32
ราคาขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาด (14)		14.03		38.46		13.26		85.20		40.66
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายส่ง (%)		37.09		52.68		34.77		65.20		55.98
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)		40.10		54.94		37.88		71.00		58.08
ราคาขายส่ง - ต้นทุนรวมทั้งหมด (15)	8.33	10.27	31.66	31.12	8.33	9.49	20.00	60.43	31.66	33.32
ราคาขายปลีก - ต้นทุนรวมทั้งหมด (16)	10.00	11.94	35.00	34.46	10.00	11.16	40.00	80.43	35.00	36.66
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	24.99	30.81	47.49	46.68	24.99	28.48	20.00	60.43	47.49	49.98
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)	28.57	34.11	50.00	49.22	28.57	31.90	33.33	67.00	50.00	52.37

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

รายการ	ไวน์จีนี่สด				ไวน์จีนี่สด				ไวน์อุยกู	
	ขนาดบรรจุ 330 ml.		ขนาดบรรจุ 750 ml.		ขนาดบรรจุ 630 ml.		ขนาดบรรจุ 330 ml.		ขนาดบรรจุ 750 ml.	
	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์		
1. ต้นทุนการผลิต		21.9194		39.6158		30.5709		22.8968		32.6567
2. ต้นทุนการตลาด		1.8782		4.2687		3.5857		1.8782		4.2687
3. ต้นทุนการจัดจำหน่าย		2.0954		4.7622		4.0003		2.0954		4.7622
4. ต้นทุนผลิตและตลาด		23.7976		43.8845		34.1566		24.7750		36.9254
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	25.00	25.8930	80.00	48.6468	35.00	38.1569	25.00	26.8704	80.00	41.6876
ราคาขายส่ง	33.33	33.330	100.00	100.000	66.66	66.660	33.33	33.330	100.00	100.00
ราคาขายปลีก	35.00	35.00	120.00	120.00	70.00	70.00	35.00	35.00	120.00	120.00
ราคาขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาด (13)		9.53		56.12		32.50		8.55		63.07
ราคาขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาด (14)		11.20		76.12		35.84		10.22		83.07
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายส่ง (%)		28.60		56.12		48.76		25.67		63.07
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)		32.01		63.43		51.20		29.21		69.23
ราคาขายส่ง - ต้นทุนรวมทั้งหมด (15)	8.33	7.44	20.00	51.35	31.66	28.50	8.33	6.46	20.00	58.31
ราคาขายปลีก - ต้นทุนรวมทั้งหมด (16)	10.00	9.11	40.00	71.35	35.00	31.84	10.00	8.13	40.00	78.31
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	24.99	22.31	20.00	51.35	47.49	42.76	24.99	19.38	20.00	58.31
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)	28.57	26.02	33.33	59.46	50.00	45.49	28.57	23.23	33.33	65.26

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

รายการ	ไว้น้ำถูกยอ				ไว้น้ำถูกหัว			
	ขนาดบรรจุ 630 ml.		ขนาดบรรจุ 330 ml.		ขนาดบรรจุ 750 ml.		ขนาดบรรจุ 630 ml.	
	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์	ต้นทุน	ต้นทุนวิเคราะห์
1. ต้นทุนการผลิต		25.6163		19.8348		36.0258		21.3172
2. ต้นทุนการตลาด		3.5857		1.8782		4.2687		1.8782
3. ต้นทุนการจัดการ		4.0003		2.0954		4.7622		2.0954
4. ต้นทุนผลิตและตลาด		29.2020		21.7130		40.2945		23.1954
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	35.00	33.2023	25.00	23.8084	80.00	45.0568	35.00	25.2908
ราคาขายส่ง	66.66	66.660	33.33	33.330	100.00	100.000	66.66	33.330
ราคาขายปลีก	70.00	70.00	35.00	35.00	120.00	120.00	70.00	35.00
ราคาขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาด (13)		37.46		11.62		59.71		10.13
ราคาขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาด (14)		40.80		13.29		79.71		11.80
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายส่ง (%)		56.19		34.85		59.71		30.41
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)		58.28		37.96		66.42		33.73
ราคาขายส่ง - ต้นทุนรวมทั้งหมด (15)	31.66	33.46	8.33	9.52	20.00	54.94	31.66	8.33
ราคาขายปลีก - ต้นทุนรวมทั้งหมด (16)	35.00	36.80	10.00	11.19	40.00	74.94	35.00	9.71
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	47.49	50.19	24.99	28.57	20.00	54.94	47.49	24.12
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)	50.00	52.57	28.57	31.98	33.33	62.45	50.00	27.74

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

รายการ	ไว้นะขามป้อม					ไว้นะขามไพร				
	ขนาดบรรจุ 750 ml.		ขนาดบรรจุ 630 ml.		ขนาดบรรจุ 330 ml.		ขนาดบรรจุ 630 ml.		ขนาดบรรจุ 330 ml.	
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์
1. ต้นทุนการผลิต		34.2979		28.9185		20.5569		36.4264		30.8085
2. ต้นทุนการตลาด		4.2687		3.5857		1.8782		4.2687		3.5857
3. ต้นทุนการจัดการ		4.7622		4.0003		2.0954		4.7622		4.0003
4. ต้นทุนผลิตและตลาด		38.5665		32.5042		22.4351		40.6950		34.3942
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	80.00	43.3288	35.00	36.5045	25.00	24.5305	80.00	45.4573	35.00	38.3944
ราคาขายส่ง	100.00	100.000	66.66	66.660	33.33	33.330	100.00	100.000	66.66	66.660
ราคาขายปลีก	120.00	120.00	70.00	70.00	35.00	35.00	120.00	120.00	70.00	70.00
ราคาขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาด (13)		61.43		34.16		10.89		59.30		32.27
ราคาขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาด (14)		81.43		37.50		12.56		79.30		35.61
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายส่ง (%)		61.43		51.24		32.69		59.30		48.40
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)		67.86		53.57		35.90		66.09		50.87
ราคาขายส่ง - ต้นทุนรวมทั้งหมด (15)	20.00	56.67	31.66	30.16	8.33	8.80	20.00	54.54	31.66	28.27
ราคาขายปลีก - ต้นทุนรวมทั้งหมด (16)	40.00	76.67	35.00	33.50	10.00	10.47	40.00	74.54	35.00	31.61
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	20.00	56.67	47.49	45.24	24.99	26.40	20.00	54.54	47.49	42.40
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)	33.33	63.89	50.00	47.85	28.57	29.91	33.33	62.12	50.00	45.15

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

รายการ	ไวน์สมุนไพร	
	ขนาดบรรจุ 330 mL	
	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์
1. ต้นทุนการผลิต		21.5468
2. ต้นทุนการตลาด		1.8782
3. ต้นทุนการจัดการ		2.0954
4. ต้นทุนผลิตและตลาด		23.4251
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	25.00	25.5204
ราคาขายส่ง	33.33	33.330
ราคาขายปลีก	35.00	35.00
ราคาขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาด (13)		9.90
ราคาขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาด (14)		11.57
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายส่ง (%)		29.72
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)		33.07
ราคาขายส่ง - ต้นทุนรวมทั้งหมด (15)	8.33	7.81
ราคาขายปลีก - ต้นทุนรวมทั้งหมด (16)	10.00	9.48
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	24.99	23.43
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)	28.57	27.08

5.1.5 การส่งเสริมการขาย

สหกรณ์มีการส่งเสริมการขายในหลายด้าน โดยมีกรรมกรร่วมกับประธานและรองประธานเป็นผู้รับผิดชอบ วิธีการส่งเสริมการขายมีดังนี้

วิธีการหาลูกค้าใหม่

ในปี 2545 ที่ผ่านมามีแผนการส่งเสริมการขายเป้าหมายเพื่อหาลูกค้าใหม่ โดยแผนที่วางไว้และสามารถปฏิบัติได้ คือการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย

1. วิทยู	แผนที่กำหนด	250 ครั้งต่อปี	ปฏิบัติได้	200 ครั้งต่อปี
2. แผ่นพับ	แผนที่กำหนด	20,000 แผ่นต่อปี	ปฏิบัติได้	20,000 แผ่นต่อปี
3. คัทเอ๊าท์	แผนที่กำหนด	5 ป้าย	ปฏิบัติได้	5 ป้าย
4. ป้ายผ้า	แผนที่กำหนด	10 ป้าย	ปฏิบัติได้	15 ป้าย

นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากจากลูกค้าที่ซื้อเคยสินค้าจากสหกรณ์ รวมทั้งประธานและรองประธานเมื่อมีโอกาสดูเป็นวิทยากรหรือร่วมประชุมในที่ต่างๆ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สหกรณ์จังหวัดลำพูน เทศบาลตำบลอุโมงค์ ฯลฯ เป็นผู้ประชาสัมพันธ์ให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ผลจากการประชาสัมพันธ์ทำให้กิจการเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากขึ้น ส่งผลให้หน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาเข้ามาศึกษาดูงาน ให้ความร่วมมือด้านต่างๆ ขณะเดียวกันผู้บริโภคทยอยแวะมาเยี่ยมชมกิจการและซื้อสินค้า มีผลทำให้ยอดขายหรือรายได้สูงขึ้นตามมา

วิธีการรักษาลูกค้าเก่า

1. การให้ส่วนลด และ/หรือแถมสินค้า ลูกค้าเก่าที่ซื้อสินค้าประจำเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ สหกรณ์จะขายในราคาขายส่งและยังแถมสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคทดลองชิม หากซื้อ 1 โหล แถมสินค้าให้ 1 ขวด เป็นขวดที่มีขนาดปริมาณเดียวกันกับที่ซื้อ
2. แคมเปญบรรจุภัณฑ์ ให้กับลูกค้าประจำทั้งที่เป็นแพคเกจและเดี่ยว โดยเฉพาะช่วงเทศกาลที่คนนิยมซื้อเป็นของฝาก โดยข้างกล่องจะมีชื่อที่อยู่ของกิจการซึ่งถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าอีกรูปแบบหนึ่ง
3. บริการให้บาร์โชน์ผลิตภัณฑ์ แก่ลูกค้าเพื่อวางผลิตภัณฑ์จำหน่ายหน้าร้าน โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ และต้องส่งคืนเมื่อหยุดเป็นตัวแทนจำหน่าย
4. บริการส่งสินค้า โดยสหกรณ์เป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายการขนส่งเองทั้งหมด
5. ปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ได้ตรงตามที่ลูกค้าต้องการ เช่น บางรายต้องการรสชาติหวานจัด แต่บางรายไม่ต้องการหวานมาก เป็นต้น

ส่วนปัญหาการแข่งขันในตลาดนั้น ถึงแม้จะมีผู้ผลิตหลายรายในพื้นที่ทั้งไวน์และสุราแช่ สหกรณ์คิดว่าเป็นคู่แข่งที่สามารถแข่งขันได้ เพราะมั่นใจในคุณภาพสินค้าและการประชาสัมพันธ์ของกิจการ อย่างไรก็ตามบางครั้งมีปัญหายอดขายลดลงเช่นกันเมื่อคู่แข่งลดราคาขายในราคาที่ต่ำกว่า

5.1.6 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือ

ปัญหาด้านการตลาด

1. การตลาดมีปัญหาในเรื่องของการออกร้านแสดงสินค้าต่างจังหวัด ทั้งกิจการและฝ่ายตลาดไม่มีความพร้อม กล่าวคือ ไม่มีรถเดินทางเพื่อขนผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ไปจัดร้าน ฉะนั้นจึงออกร้านแสดงสินค้าได้เฉพาะในจังหวัดและพื้นที่ใกล้เคียง การออกร้านแต่ละครั้งมียอดขายไม่สูงมากนัก เพราะมีคู่แข่งมากมายที่ผลิตสินค้าใกล้เคียงกันเมื่อออกร้านบางครั้งจึงลดราคาขายลงเพื่อให้สินค้าของตนเองขายได้ และ/หรือ เพื่อให้คุ้มกับค่าใช้จ่ายในการออกร้านในครั้งนั้น

2. คุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐาน เป็นผลมาจากการปรับปรุงรสชาติให้หวานมาก - น้อย ตามลูกค้าประจำสั่ง เมื่อบรรจุขวดเหลือส่งจึงนำออกจำหน่ายหน้าร้าน ส่งผลให้ลูกค้ารายย่อยที่เคยบริโภคสินค้าและชอบรสชาติครั้งแรกที่เคยดื่ม เมื่อกลับมาซื้ออีกแต่รสชาติเปลี่ยนไปจึงหยุดการซื้อโดยไม่ซื้อสินค้าของสหกรณ์อีกต่อไป

ความต้องการความช่วยเหลือ

1. พัฒนาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐาน โดยแบ่งตลาดผู้บริโภคเป็นตลาดภายในและตลาดนอกประเทศ เพื่อพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการ

2. ฝ่ายตลาดที่เก่งในการทำตลาดเชิงรุก รวมทั้งต้องการให้ศูนย์ส่งเสริมการส่งออกเข้ามาช่วยเหลือนำผลิตภัณฑ์ไปออกร้านแสดงสินค้ายังต่างประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และกิจการให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

5.1.7 ศักยภาพทางการตลาด

สหกรณ์เน้นการทำตลาดเชิงรับ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายย่อยและลูกค้าประจำเป็นรายที่มีกำลังซื้อไม่มากนัก ขณะเดียวกันยังพบว่าปี 2545 ที่ผ่านมาจากรายงานผลการดำเนินงานกิจการยังไม่เคยไปออกร้านแสดงสินค้า ประกอบกับคุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐาน จะเห็นได้ว่าศักยภาพการตลาดของผู้ประกอบการมีน้อย แต่ในปี 2546 สหกรณ์ได้หันมาใช้วิธีการตลาดโดยการร่วมงานแสดงสินค้าและการออกร้านร่วมกับหน่วยงานอื่น โดยการประชาสัมพันธ์

ของภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมสินค้ากลุ่ม SMEs และ OTOP ทำให้สหกรณ์มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าแบบขายตรงและสามารถเพิ่มยอดจำหน่ายสินค้าสหกรณ์ได้สูงขึ้นกว่า 20% แนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดคือ

1. อบรมและพัฒนาบุคลากรด้านการตลาด เน้นการออกร้านแสดงสินค้าให้มากขึ้น โดยให้ฝ่ายตลาดและฝ่ายผลิตมีโอกาสออกร้านแสดงสินค้าร่วมกัน เพื่อสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภค และนำมาพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการ รวมทั้งจะเห็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง และนำมาปรับปรุงของตนเอง

2. ศึกษาวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ โดยแบ่งผู้บริโภคเป็น 2 ระดับ คือ ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด

5.2 การตลาดของสหกรณ์ไวน้ำปางคำพูน จำกัด

5.2.1 การบริหารและการวางแผนการตลาด

การบริหารการตลาด

สหกรณ์ไม่มีคณะกรรมการฝ่ายตลาดรับผิดชอบหน้าที่โดยเฉพาะ ประธานจึงมอบหมายให้นางจิตสุภาภรณ์ ไชยเวียง ผู้ช่วยเหรัญญิกรับผิดชอบการตลาดนำสินค้าไปจำหน่าย โดยผู้ขายเป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายทั้งหมด และสหกรณ์ขายสินค้าให้ในราคาขายส่ง แล้วให้ผู้ขายนำเงินมาชำระคืนภายหลัง แต่ผู้ขายได้นำสินค้าไปจำหน่ายหลายครั้ง แต่ไม่นำเงินบางส่วนมาชำระคืน สหกรณ์จึงหยุดส่งสินค้า เปลี่ยนแผนการบริหารงานใหม่ สำหรับการออกร้านจำหน่ายสินค้าตามงานต่าง ๆ ได้จ้างนางกรองทอง อิงเกตุ เป็นผู้นำสินค้าไปออกร้านจำหน่ายในเทศกาลต่าง ๆ ในอัตราวันละ 300 บาท โดยให้ผู้ขายรับภาระค่าอาหารและค่าเดินทาง ส่วนสหกรณ์รับภาระค่าเช่าสถานที่ อย่างไรก็ตามกำไรหลังหักค่าใช้จ่ายทั้งหมดปันผลคืนให้กับผู้ขายอีกร้อยละ 5 ในการนำสินค้าไปฝากขายประธานทำหน้าที่ด้วยตนเอง ทั้งตรวจนับสินค้าและนำสินค้าไปส่งให้กับลูกค้า ส่วนการจำหน่ายหน้าร้านสหกรณ์มอบหมายให้ลูกจ้างรายวันที่รับผิดชอบสำนักงานเป็นผู้ขาย ในปี 2545 – 2546 ทั้งหมด 15,708 ขวด โดยขวดขนาด 330 ml. ขายดีที่สุด 7,140 ขวด หรือร้อยละ 45.45 รองลงมาเป็นขวดขนาด 640 ml. และ 750 ml. (ตารางที่ 5.3)

ตารางที่ 5.3 ยอดการจำหน่ายสินค้าสหกรณ์ไวน์ป่าขางลำพูนจำกัด

ผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ (ขวด)		
	330 ml.	640 ml.	750 ml.
ลิ้นจี่	1,710	940	740
กระท้อน	1,820	1,280	890
ลำไย	1,320	890	1,968
ลูกหว้า	1,190	580	480
ผลไม้รวม	200	200	100
สาโท	900	400	100
รวม	7,140	4,290	4,278

การวางแผนการตลาด

กิจการไม่มีวางแผนการตลาดและกำหนดเป้าหมายไว้อย่างแน่นอน จากการสัมภาษณ์พบว่า ส่วนใหญ่เน้นการขายโดยการออกร้านแสดงสินค้าตามหน่วยงานต่าง ๆ รองลงมาเป็น การฝากขาย และจำหน่ายหน้าร้านสหกรณ์ ทั้งหมดเป็นลูกค้ารายย่อย โดยที่ผ่านมายังไม่มีลูกค้าประจำรับซื้อสินค้า

5.2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกิจการส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มชนิดผลิตภัณฑ์ให้มีจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะในปี 2545 - 2546 เป็นช่วงทดลองผลิตสินค้าใหม่จากวัตถุดิบในท้องถิ่นและผู้ผลิตยังไม่มีความรู้ในการคัดเลือกคุณภาพเท่าที่ควร สูตรที่ใช้ในการผลิตของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดไม่แตกต่างกันมากนักและนำผลิตภัณฑ์เหล่านั้นออกจำหน่ายทดลองตลาด จึงทำให้ผลิตภัณฑ์บางชนิดขายไม่ได้เพราะไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์คงค้างจนถึงปี 2546 ยังจำหน่ายไม่หมดและมีแนวโน้มคงค้างต่อไปจนถึงปี 2547 อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ชนิดที่ขายดี แต่คุณภาพจากการผลิตแต่ละครั้งยังไม่คงที่ ทั้งนี้เพราะกิจการปรับคุณภาพสินค้าทุกครั้งตามคำแนะนำของลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมและซื้อสินค้าที่กิจการเอง หรือการออกร้านจำหน่าย สินค้าที่มีผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิม ซึ่งการปรับสูตรบ่อยครั้งส่งผลให้ลูกค้าที่เคยซื้อไม่ค่อยกลับมาซื้ออีก ทำ

ให้ยอดขายเริ่มลดลง ขณะเดียวกันคู่แข่งกันก็มากขึ้น ต่อมาผู้ประกอบการทดลองผลิตสินค้าใหม่เพิ่มขึ้นอีก 2 ชนิด คือ ไวน์มะขามป้อม และกระชายดำ แต่ยังไม่ได้นำออกจำหน่ายทดลองตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

1. การพัฒนาขวดบรรจุภัณฑ์ ช่วงปี 2545 กิจการใช้ขวดเก่า (recycle) ของผลิตภัณฑ์ยี่ห้อหนึ่งขนาดบรรจุ 640 มิลลิลิตร และปิดปากขวดด้วยฝาจีบ (คล้ายฝาน้ำอัดลม) จากนั้นเพิ่มขนาดบรรจุเป็นขวดขนาด 330 มิลลิลิตร ยังคงใช้ฝาจีบในการปิดขวด ต่อมาปี 2546 เพิ่มขนาดขวดใหญ่ขึ้นเป็น 750 มิลลิลิตร ขวดเก่าของผลิตภัณฑ์เบียร์ไฮเนเก้น (Heineken) และปิดขวดด้วยจุกคอร์ค

2. การพัฒนาฉลาก ประธานว่าจ้างนักออกแบบพัฒนาฉลาก และว่าจ้างผลิตโดยพัฒนาฉลากมาแล้ว 2 รูปแบบ ฉลากรุ่นแรกใช้พื้นสีม่วงและมีรูปวัตถุคิบัที่ใช้ผลิตไวน์ เช่น กระเทียม ลิ้นจี่ และลำไย (ภาคผนวก ข รูปที่ ข8) แบบที่ 2 ประกอบด้วยฉลาก 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นฉลากขนาดใหญ่ มีรูปผู้หญิงงามมือช้ำถือถาดผลไม้ มือขวาถือแก้วไวน์ ด้านบนรูปเป็นภาษาไทยเขียนว่า เมรัย เวียงป่าซาง ด้านล่างเขียนบรรยายด้วยภาษาอังกฤษ ส่วนที่ 2 เป็นป้ายขนาดเล็กใช้สำหรับติดส่วนล่างใกล้กับฐานขวด และส่วนที่ 3 ฉลากขนาดเล็กเขียนบรรยายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และที่อยู่กิจการ

3. การพัฒนากล่องบรรจุภัณฑ์ ประธานเป็นผู้ออกแบบและสั่งผลิต ในปี 2545 ใช้กล่องกระดาษขนาดบรรจุ 12 ขวด และกล่องแพคคู่เป็นบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าส่วนบนของกล่องมีชื่อของสหกรณ์เป็นตัวหนังสือสีแดง (ภาคผนวก ข รูปที่ ข2) ส่วนกลางฉลเป็นรูปมีขนาดกว้างและยาวเกือบพอดีกับขนาดฉลากติดขวด เมื่อบรรจุขวดลงในกล่องดังกล่าว สามารถมองเห็นฉลากที่ติดขวดผ่านรูปฉล ด้านบนบรรจุภัณฑ์ฉลเป็นรูปสามารถถือหัวสินค้าได้

5.2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายของสหกรณ์ทั้งหมดเป็นการขายปลีกหน้าร้าน ฝากขาย และออกร้านแสดงสินค้า ร้อยละ 10, 30 และ 60 ตามลำดับ (ภาพที่ 5.2) ในการฝากขายสหกรณ์ส่งสินค้าให้กับร้านค้าในราคาขายส่ง และทำการตรวจเช็คสินค้าประจำทุกเดือน แต่ฤดูกาลท่องเที่ยวสินค้าขายดี ประธานจะนำสินค้าไปวางจำหน่ายมากกว่าปกติ หรือตรวจเช็คสินค้าบ่อยมากขึ้น กิจการฝากขายสินค้าทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ดังนี้

1. ร้านวนสนันท์ เป็นร้านขายของฝากจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่บนถนนเชียงใหม่ – ลำปาง ใกล้กับสี่แยกศาลเด็ก ร้านค้าแห่งนี้มียอดการสั่งซื้อ

เฉลี่ย 2-4 ครั้งต่อเดือน โดยฤดูกาลท่องเที่ยว (ต.ค. – เม.ย.) มียอดขายสั่งซื้อมากกว่าปกติ ยอดขายรวมประมาณร้อยละ 10

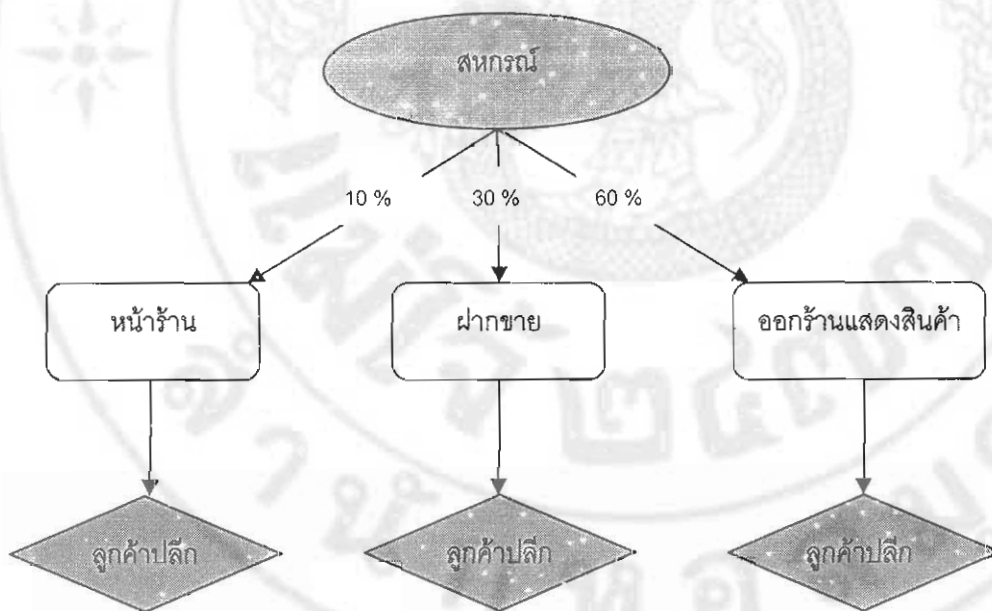
9. ร้านสักไทย อำเภอสันกำแพง จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ประมาณร้อยละ 2

10. ร้านขนมแม่ต๋อย อำเภอสันกำแพง จำหน่ายเบเกอรี่ มียอดขายประมาณร้อยละ 2

11. ร้านม่านเมือง กรุงเทพฯ จำหน่ายอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ยอดจำหน่ายร้อยละ 8

12. ตลาดชุมชน คอยติ ตั้งอยู่บนถนนสายเชียงใหม่ – ลำปาง ห่างจากนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือประมาณ 3 กิโลเมตร ยอดขายประมาณร้อยละ 1

13. ร้านของฝากข้างถนนสายเชียงใหม่ - ลำปาง บริเวณตรงข้ามกับอนุสาวรีย์เจ้าแม่จามเทวี ใกล้กับปั๊มน้ำมันจอยติ ยอดขายประมาณร้อยละ 5



ภาพที่ 5.2 ช่องทางจำหน่ายสหกรณ์ไวน์ป่าข้างลำพูน จำกัด

14. ร้านป่าข้างมินิมาร์ท ตัวเมืองอำเภอป่าซาง เป็นร้านค้าในชุมชน ยอดขายประมาณร้อยละ 1

15. สถานีขนส่งรถสองแถว อำเภอป่าซาง ผู้สัญจรไปมาส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่นและมียอดขายประมาณร้อยละ 1

5.2.4 ราคาและการตั้งราคา

สหกรณ์ตั้งราคาขายโดยการประมาณการต้นทุนรวมจากต้นทุนวัตถุดิบและแรงงานผลิตเป็นหลัก บวกราคาเพิ่มขึ้นตามราคาตลาด โดยเฉพาะราคาขายของกลุ่มในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง รวมถึงขนาดบรรจุและชนิดสินค้า เป็นตัวประกอบในการตัดสินใจตั้งราคาขาย ส่วนใหญ่ตั้งราคาขายสูงกว่าต้นทุนร้อยละ 30 เพื่อลูกค้าต่อรอง และ/หรือ แถมให้กับลูกค้าที่ซื้อจำนวนมาก และเมื่อคู่แข่งลดราคาขายก็สามารถลดราคาขายแข่งกับผู้ผลิตรายอื่นได้ ซึ่งการขายลดราคาจะเป็นวิธีการที่ทำได้ง่ายกว่าการขึ้นราคา ฉะนั้นสหกรณ์จึงตั้งราคาขายไว้สูง แต่ในการประมาณต้นทุนผู้ประกอบการไม่ได้นำต้นทุนเครื่องจักรอุปกรณ์ซึ่งเป็นต้นทุนคงที่ ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการและต้นทุนการตลาดบางส่วนมาคิดเป็นต้นทุน

ส่วนต้นทุนจากการวิเคราะห์ ซึ่งคำนวณจากค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นในกิจกรรมการผลิตทั้งที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสด ผลศึกษา พบว่า ไวน์ทุกชนิดที่บรรจุขวดขนาด 330 ml. ออกจำหน่ายมีกำไรเหนือต้นทุนทั้งหมด แต่มีกำไรเพียงเล็กน้อยประมาณ 0.23 – 3.63 จากราคาขายส่ง ขึ้นอยู่ชนิดผลิตภัณฑ์ เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนสหกรณ์คิดกับราคาขายส่งผู้ประกอบการไม่มีกำไร เพราะต้นทุนที่คิดและราคาขายส่งเท่ากัน แต่การขายปลีกผู้ประกอบการมีกำไร 10 บาท ต่อขวดในทุกผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตามต้นทุนจากการวิเคราะห์และสหกรณ์ประมาณการไม่แตกต่างกันมากนัก (ตารางที่ 5.4) สำหรับขนาดบรรจุ 640 และ 750 ml. จากการวิเคราะห์ พบว่า ส่วนใหญ่กิจการมีกำไรเหนือราคาขายส่งและขายประมาณร้อยละ 10 และ 50 ในทุกผลิตภัณฑ์

5.2.5 การส่งเสริมการขาย

วิธีการหาลูกค้าใหม่

กิจการส่งเสริมการขายโดยใช้แผ่นพับ (brochure) และนามบัตร แจกลูกค้าที่เข้ามาซื้อเองที่กิจการและออกร้านแสดงสินค้า การออกร้านตามหน่วยงานต่างๆ ทุกครั้ง จะมีผลิตภัณฑ์ตัวอย่างของไวน์ทุกชนิดให้ลูกค้าเลือกชิม ก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า ในเดือนตุลาคม 2546 นักข่าวหนังสือพิมพ์ภาคเหนือทำการสัมภาษณ์ประธานและนำข้อมูลลงตีพิมพ์ประชาสัมพันธ์ ฉบับวันที่ 29 – 31 ตุลาคม 2546 ทำให้บุคคลทั่วไปได้รู้จักกิจการมากขึ้น

นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากจากลูกค้าที่ซื้อเคยสินค้าจาก สหกรณ์ รวมทั้งประชาชนและคณะกรรมการ รวมทั้งสมาชิกทุกคนเมื่อมีโอกาสเชิญเป็นวิทยากร หรือร่วมประชุมในที่ต่างๆ และมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สหกรณ์จังหวัดลำพูน เทศบาลตำบล ป่าซาง ฯลฯ เป็นผู้ประชาสัมพันธ์ให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ผลจากการประชาสัมพันธ์ทำให้ กิจกรรมเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากขึ้น ส่งผลให้หน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และ สถาบันการศึกษาเข้ามาศึกษาดูงาน ให้ความร่วมมือด้านต่างๆ

ตารางที่ 5.4 ราคาและการตั้งราคาของสหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด

รายการ	ไวน์ลินจี่					
	ขนาดบรรจุ 330 ml.		ขนาดบรรจุ 640 ml.		ขนาดบรรจุ 750 ml.	
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์
1. ต้นทุนการผลิต		17.8722		31.8767		35.8653
2. ต้นทุนการตลาด		2.1360		4.1426		17.3746
3. ต้นทุนการจัดการ		1.3345		2.5880		3.0328
4. ต้นทุนผลิตและตลาด		20.0083		36.0193		53.2399
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	25.00	21.3427	40.00	38.6073	70.00	56.2727
ราคาขายส่ง	25.00	25.00	50.00	50.00	80.00	80.000
ราคาขายปลีก	35.00	35.00	90.00	90.00	120.00	120.00
ราคาขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาด (13)		4.99		13.98		26.76
ราคาขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาด (14)		14.99		53.98		66.76
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายส่ง (%)		19.97		27.96		33.45
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)		42.83		59.98		55.63
ราคาขายส่ง - ต้นทุนรวมทั้งหมด (15)	0.00	3.66	10.00	11.39	10.00	23.73
ราคาขายปลีก - ต้นทุนรวมทั้งหมด (16)	10.00	13.66	50.00	51.39	50.00	63.73
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	0.00	14.63	20.00	22.79	12.50	29.66
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)	28.57	39.02	55.56	57.10	41.67	53.11

ตารางที่ 5.4 (ต่อ)

รายการ	ไวน์กระเทียม					
	ขนาดบรรจุ 330 ml.		ขนาดบรรจุ 640 ml.		ขนาดบรรจุ 750 ml.	
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห
1. ต้นทุนการผลิต		16.7072		29.5517		45.8513
2. ต้นทุนการตลาด		2.1360		4.1426		17.3746
3. ต้นทุนการจัดการ		1.3345		2.5880		3.0328
4. ต้นทุนผลิตและตลาด		18.8433		33.6943		63.2259
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	25.00	20.1777	40.00	36.2823	70.00	66.2587
ราคาขายส่ง	25.000	25.00	50.00	50.000	80.00	80.000
ราคาขายปลีก	35.00	35.00	90.00	90.00	120.00	120.00
ราคาขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาด (13)		6.16		16.31		16.77
ราคาขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาด (14)		16.16		56.31		56.77
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายส่ง (%)		24.63		32.61		20.97
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)		46.16		62.56		47.31
ราคาขายส่ง - ต้นทุนรวมทั้งหมด (15)	0.00	4.82	10.00	13.72	10.00	13.74
ราคาขายปลีก - ต้นทุนรวมทั้งหมด (16)	10.00	14.82	50.00	53.72	50.00	53.74
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	0.00	19.29	20.00	27.44	12.50	17.18
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)	28.57	42.35	55.56	59.69	41.67	44.78

ตารางที่ 5.4 (ต่อ)

รายการ	ไวน์สําย					
	ขนาดบรรจุ 330 ml.		ขนาดบรรจุ 640 ml.		ขนาดบรรจุ 750 ml.	
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์
1. ต้นทุนการผลิต		19.7302		35.3547		52.9263
2. ต้นทุนการตลาด		2.1360		4.1426		17.3746
3. ต้นทุนการจัดการ		1.3345		2.5880		3.0328
4. ต้นทุนผลิตและตลาด		21.8663		39.4973		70.3009
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	25.00	23.2007	40.00	42.0853	70.00	73.3337
ราคาขายส่ง	25.00	25.000	50.00	50.000	80.00	80.000
ราคาขายปลีก	35.00	35.00	90.00	90.00	120.00	120.00
ราคาขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาด (13)		3.13		10.50		9.70
ราคาขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาด (14)		13.13		50.50		49.70
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายส่ง (%)		12.53		21.01		12.12
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)		37.52		56.11		41.42
ราคาขายส่ง - ต้นทุนรวมทั้งหมด (15)	0.00	1.80	10.00	7.91	10.00	6.67
ราคาขายปลีก - ต้นทุนรวมทั้งหมด (16)	10.00	11.80	50.00	47.91	50.00	46.67
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	0.00	7.20	20.00	15.83	12.50	8.33
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)	28.57	33.71	55.56	53.24	41.67	38.89

ตารางที่ 5.4 (ต่อ)

รายการ	ไวน์ลูกหว่า					
	ขนาดบรรจุ 330 ml.		ขนาดบรรจุ 640 ml.		ขนาดบรรจุ 750 ml.	
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์
1. ต้นทุนการผลิต		17.4652		31.0147		47.5613
2. ต้นทุนการตลาด		2.1360		4.1426		17.3746
3. ต้นทุนการจัดการ		1.3345		2.5880		3.0328
4. ต้นทุนผลิตและตลาด		19.6013		35.1573		64.9359
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	25.00	20.9357	40.00	37.7453	70.00	67.9687
ราคาขายส่ง	25.00	25.000	50.00	50.000	80.00	80.000
ราคาขายปลีก	35.00	35.00	90.00	90.00	120.00	120.00
ราคาขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาด (13)		5.40		14.84		15.06
ราคาขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาด (14)		15.40		54.84		55.06
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายส่ง (%)		21.59		29.69		18.83
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)		44.00		60.94		45.89
ราคาขายส่ง - ต้นทุนรวมทั้งหมด (15)	0.00	4.06	10.00	12.25	10.00	12.03
ราคาขายปลีก - ต้นทุนรวมทั้งหมด (16)	10.00	14.06	50.00	52.25	50.00	52.03
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	0.00	16.26	20.00	24.51	12.50	15.04
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)	28.57	40.18	55.56	58.06	41.67	43.36

ตารางที่ 5.4 (ต่อ)

รายการ	ไวน์ผลไม้รวม					
	ขนาดบรรจุ 330 ml.		ขนาดบรรจุ 640 ml.		ขนาดบรรจุ 750 ml.	
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์
1. ต้นทุนการผลิต		21.2585		32.5097		46.3333
2. ต้นทุนการตลาด		2.1360		4.1426		17.3746
3. ต้นทุนการจัดการ		1.3345		2.5880		3.0328
4. ต้นทุนผลิตและตลาด		23.3946		36.6523		63.7079
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	25.00	24.7290	40.00	39.2403	70.00	66.7407
ราคาขายส่ง	25.00	25.000	50.00	50.000	80.00	80.000
ราคาขายปลีก	120.00	120.00	90.00	90.00	120.00	120.00
ราคาขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาด (13)		1.61		13.35		16.29
ราคาขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาด (14)		96.61		53.35		56.29
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายส่ง (%)		6.42		26.70		20.37
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)		80.50		59.28		46.91
ราคาขายส่ง - ต้นทุนรวมทั้งหมด (15)	0.00	0.27	10.00	10.76	10.00	13.26
ราคาขายปลีก - ต้นทุนรวมทั้งหมด (16)	95.00	95.27	50.00	50.76	50.00	53.26
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	0.00	1.08	20.00	21.52	12.50	16.57
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)	79.17	79.39	55.56	56.40	41.67	44.38

ตารางที่ 5.4 (ต่อ)

รายการ	สาโท					
	ขนาดบรรจุ 330 ml.		ขนาดบรรจุ 640 ml.		ขนาดบรรจุ 750 ml.	
	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์	ต้นทุน สหกรณ์	ต้นทุน วิเคราะห์
1. ต้นทุนการผลิต		15.3692		26.7797		42.5976
2. ต้นทุนการตลาด		2.1360		4.1426		17.3746
3. ต้นทุนการจัดการ		1.3345		2.5880		3.0328
4. ต้นทุนผลิตและตลาด		17.5053		30.9223		59.9722
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	25.00	18.8397	40.00	33.5103	70.00	63.0051
ราคาขายส่ง	25.00	25.000	50.00	50.000	80.00	80.000
ราคาขายปลีก	35.00	35.00	90.00	90.00	120.00	120.00
ราคาขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาด (13)		7.49		19.08		20.03
ราคาขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาด (14)		17.49		59.08		60.03
อัตราส่วน (13) ต่อราคาขายส่ง (%)		29.98		38.16		25.03
อัตราส่วน (14) ต่อราคาขายปลีก (%)		49.98		65.64		50.02
ราคาขายส่ง - ต้นทุนรวมทั้งหมด (15)	0.00	6.16	10.00	16.49	10.00	16.99
ราคาขายปลีก - ต้นทุนรวมทั้งหมด (16)	10.00	16.16	50.00	56.49	50.00	56.99
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	0.00	24.64	20.00	32.98	12.50	21.24
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)	28.57	46.17	55.56	62.77	41.67	47.50

วิธีการรักษาลูกค้าเก่า

1. การให้ส่วนลด และ/หรือแถมสินค้า สำหรับลูกค้าที่ซื้อสินค้าไปจำหน่าย สหกรณ์จะขายในราคาขายส่งและแถมสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคทดลองชิม โดยซื้อ 1 โหล แถม สินค้าให้ 1 ขวด ขนาดเดียวกับที่ซื้อ
2. แถมกล่องบรรจุภัณฑ์ ให้กับลูกค้าประจำทั้งที่เป็นแพคเกจและเดี่ยว โดยเฉพาะช่วงเทศกาลคนนิยมซื้อเป็นของฝาก โดยข้างกล่องจะมีชื่อที่อยู่ของกิจการซึ่งถือว่าเป็น การประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าอีกรูปแบบหนึ่ง
3. บริการให้บาร์โชว์ผลิตภัณฑ์ แก่ลูกค้าเพื่อวางผลิตภัณฑ์จำหน่ายหน้าร้าน โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ และต้องส่งคืนเมื่อหยุดเป็นตัวแทนจำหน่าย
4. บริการส่งสินค้า โดยสหกรณ์เป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายการขนส่งเองทั้งหมด
5. ปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ได้ตรงตามที่ลูกค้าต้องการ เช่น บางรายต้องการรสชาติหวานจัด แต่บางรายไม่ต้องการหวานมากเป็นต้น

ส่วนปัญหาคู่แข่งขันในตลาด ผู้ประกอบการยอมรับว่ากิจการยังมีศักยภาพ การแข่งขันน้อยเมื่อเทียบกับผู้ผลิตในกลุ่มสินค้าเดียวกัน เช่น สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูนจำกัด แต่ สหกรณ์จะพยายามพัฒนาการผลิตและคุณภาพสินค้าต่อไป

5.2.6 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือ

ปัญหาด้านการตลาด

1. ขาดบุคลากรที่มีความสามารถด้านการตลาดและส่งเสริมการขาย ทำหน้าที่ติดต่อขายสินค้าตามที่ต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งลูกค้าประจำ สั่งซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง
2. คุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐาน เป็นผลมาจากการปรับปรุงรสชาติตามคำสั่งซื้อ เมื่อบรรจุขวดเหลือส่งจึงนำออกจำหน่ายหน้าร้าน ส่งผลให้ลูกค้ารายย่อยที่เคยบริโภคสินค้า และชอบรสชาติครั้งแรกที่เคยดื่ม เมื่อกลับมาซื้ออีกแต่รสชาติเปลี่ยนไปจึงหยุดการซื้อ

ความต้องการความช่วยเหลือ

1. พัฒนาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐาน โดยแบ่งตลาดผู้บริโภคเป็นตลาดภายในและตลาดนอกประเทศ เพื่อพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการ
2. ฝ่ายตลาดที่เก่งในการทำตลาดเชิงรุก รวมทั้งต้องการให้ศูนย์ส่งเสริม การ ส่งออกเข้ามาช่วยเหลือนำผลิตภัณฑ์ไปออกร้านแสดงสินค้ายังต่างประเทศ เพื่อ ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และกิจการให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น.

5.2.7 ศักยภาพทางการตลาด

สหกรณ์เน้นการทำตลาดเชิงรับ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายย่อย ประกอบด้วยคุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐาน ส่งผลให้ศักยภาพการตลาดของผู้ประกอบการมีน้อย แนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดคือ

1. อบรมและพัฒนาบุคลากรด้านการตลาด เน้นการออกร้านแสดงสินค้าให้มากขึ้น โดยให้ฝ่ายตลาดและฝ่ายผลิตมีโอกาสออกร้านแสดงสินค้านี้ร่วมกัน เพื่อสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภคและนำมาพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการ รวมทั้งจะเห็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขันและนำมาปรับปรุงของตนเอง
2. ศึกษาวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ โดยแบ่งผู้บริโภคเป็น 2 ระดับ คือ ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด

5.3 การตลาดของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด

5.3.1 การบริหารและการวางแผนการตลาด

การบริหารการตลาด

ในด้านการบริหารการตลาดสหกรณ์ไม่มีคณะกรรมการฝ่ายตลาดเข้ามารับผิดชอบหน้าที่โดยเฉพาะ แต่ที่ประชุมเห็นชอบให้นายประวิณ เตชะอินทร์เป็นผู้นำในการขยายตลาด ทั้งการออกร้านแสดงสินค้าและหาลูกค้าประจำรายใหม่ เพราะนายประวิณมีความสะดวก คล่องตัว ไม่มีภาระครอบครัวมากนัก รวมทั้งเคยเป็นข้าราชการมาก่อน ตลอดจนมีรถยนต์เป็นของตนเอง ทำให้มีความพร้อมออกตลาดอยู่เสมอ แต่ด้วยตัวคนเดียวที่ต้องออกตลาดเป็นประจำและสมาชิกไม่มีความพร้อม นายประวิณจึงบริหารการตลาดโดยหาตัวแทนจำหน่าย โดยการมอบหมายนายจริญ นื่องเขยทำหน้าที่เป็นผู้ออกร้านในนามสหกรณ์ ในปี 2545 ตัวแทนดังกล่าวชื่อไวน์จากสหกรณ์ไปออกร้านในราคาส่งขวดละ 105 บาท นำไปขายปลีกขวดละ 120 บาท ได้กำไรขวดละ 15 บาท โดยตัวแทนผู้ออกร้านเป็นผู้รับภาระค่าเดินทาง ค่าขนส่ง และค่าอาหาร ทดลองออกตลาดไประยะหนึ่ง ปรากฏว่า ผู้แทนขายมีกำไรน้อยไม่คุ้มค่ากับการลงทุน ดังนั้นนายประวิณจึงพูดคุยกับสมาชิกลดราคาขายส่งลงเหลือขวดละ 97 บาท และผู้แทนขายจำหน่ายปลีกในราคาเดิม ยกเว้นไวน์กระชายดำขายส่งขวดละ 250 บาท นำไปขายปลีกต่อขวดละ 280 บาท ซึ่งการปรับเปลี่ยนในครั้งนี้ทำให้ง่ายในการออกร้านทั้งหมดสหกรณ์เป็นผู้รับภาระเอง เช่น ค่าขนส่ง ไวน์ที่ให้ผู้บริโภครทดลองชิม กล่องบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ และตัวนายประวิณเองทำหน้าที่เป็นตัวแทนสหกรณ์ไปช่วยผู้แทนขายออกร้านจำหน่ายสินค้าด้วยทุกครั้ง สหกรณ์ยังคงดำเนินการบริหารงาน

ลักษณะนี้มาจนถึงปัจจุบัน แต่ได้ปรับราคาให้ผู้แทนจำหน่ายไปขายต่อเพิ่มขึ้นจากเดิมขวดละ 120 บาท เพิ่มเป็น 130 บาท ถ้าเป็นการออกร้านจำหน่ายในพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง และเพิ่มเป็น 150 บาท หากเป็นการออกร้านในกรุงเทพมหานคร

ส่วนการหาลูกค้ารายใหม่ยังคงเป็นหน้าที่ของนายประวิณ แต่ในปี 2546 ที่ผ่านมายังไม่มีลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น ตรงข้ามลูกค้าประจำรายใหญ่ที่มีอยู่และสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องกลับลดลงหายไป 3-4 ราย เนื่องจากนายประวิณเห็นว่าลูกค้าเหล่านี้นำสินค้าไปขายในราคาปลีกที่สูงเกินควรจากเดิมที่ขายปลีกในราคาขวดละ 150 บาท บางรายขายปลีกเพิ่มขึ้นเป็น 250 หรือ 350 บาท ขึ้นอยู่กับชนิดผลิตภัณฑ์ ฉะนั้นนายประวิณจึงต่อว่าลูกค้าดังกล่าวและหยุดการส่งมอบสินค้าให้ ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ส่งผลให้สหกรณ์จำหน่ายไวน์ลดลง และส่งผลให้มีสินค้าค้างจำหน่ายตั้งแต่ปี 2545 ถึงปัจจุบัน

การวางแผนการตลาด

สหกรณ์ไม่มีแผนการตลาดที่ชัดเจนกำหนดเป็นเป็นลายลักษณ์อักษร แต่นายประวิณมีแนวทางการตลาดที่เน้นการออกร้านจำหน่ายสินค้าผ่านผู้แทนขายในนามสหกรณ์ การแสดงสินค้าในงานต่าง ๆ เป็นหลัก ปี 2546 ออกร้านขายสินค้าทั้งหมด 15 ครั้ง ในปี 2545 มีแผนส่งเสริมการขายเมื่อออกร้านโดยใช้แผ่นพับ (Brochure) ทั้งสิ้น 3,000 ใบ ควบคู่กับการใช้นามบัตรชื่อของนายประวิณ ต่อจากนั้นจนถึงปัจจุบันใช้เพียงนามบัตรเพียงอย่างเดียว ขณะนี้กำลังอยู่ในขั้นเจรจาขายส่งให้กับบริษัทมารีเน็ต สังกัดในเครือบริษัทบุญรอดบริวเวอรี่ นอกจากนี้สหกรณ์มีผลิตภัณฑ์ขายอยู่บนเว็บไซต์ www.thaitamboon.com ส่วนในอนาคตมีแผนนำผลิตภัณฑ์ไปฝากขายตามร้านจำหน่ายของที่ระลึกต่าง ๆ ในจังหวัดลำพูนและจังหวัดเชียงใหม่

5.3.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในปี 2544 -2545 เป็นการผลิตเพื่อทดลองตลาด จึงทำให้มีสินค้าหลายผลิตภัณฑ์ บางชนิดที่ไม่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดกิจการจึงหยุดผลิต ตั้งแต่ปี 2545 สินค้าขายดีจึงผลิตสินค้ากักตุนเพื่อเตรียมจำหน่ายเป็นจำนวนมาก ประกอบกับตลาดไม่สดใสมากนักในช่วงปลายปีและต่อเนื่องถึงปี 2546 จนต้นปี 2547 กิจการมีผลิตภัณฑ์ค้างจำนวนมาก อย่างไรก็ตามที่ผ่านมามีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นหน้าที่ของนางกมลรัตน์ ประธานสหกรณ์เป็นผู้พัฒนาสินค้า นำสูตรและเทคนิคในการผลิต รวมทั้งการคัดเลือกคุณภาพวัตถุดิบมาแนะนำต่อให้กับสมาชิกผู้ผลิต โดยที่ผ่านมาสูตรที่ใช้ในการผลิตของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะมีมาตรฐานเพียงสูตรเดียว โดยจะไม่ปรับคุณภาพสินค้าตามความต้องการของลูกค้า

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

3. การพัฒนาขวดบรรจุภัณฑ์ ช่วงปี 2544 ใช้ขวดเก่า (recycle) ของผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อรวมทั้งขวดเก่าของผลิตภัณฑ์เบียร์ไฮเนเก้น (Heineken) ตั้งชื่อจากโกดัง วรวิทย์สี่แยกหนองหอย ขวดทั้งหมดมีขนาดบรรจุ 750 มิลลิลิตร และปิดปากขวดด้วยฝาจีบ (คล้ายฝาน้ำอัดลม) และปิดทับด้วยกระดาษฟอยอีกครั้ง จากนั้นเปลี่ยนมาเป็นการปิดขวดด้วยจุกคอ르크 ปิดซิลปากขวดด้วยพลาสติก แต่มีปัญหาเรื่องจุกคอ르크ไม่แน่นเพราะปากขวดของผลิตภัณฑ์หลายยี่ห้อไม่เท่ากัน ประกอบกับสีสรรของขวด รูปลักษณ์ ความหนาบาง และสูงต่ำของขวด ทำให้มีปัญหาการบรรจุกล่องส่งลูกค้า ดังนั้นนายประวิณพยามเปิดหารายชื่อบริษัทผู้ผลิตขวดจากสมุดโทรศัพท์ปกเหลือง จึงพบกับชื่อบริษัทบางกอกกลาส จึงโทรศัพท์ติดต่อสอบถามและทดลองสั่งผลิตเพียงสี่เดียวเป็นขวดลิษา ขนาด 750 ml. มาใช้ในการผลิตก่อนสั่งเพิ่มเป็นสี่ขอมเขียวขนาดเดียวกันอีกชนิดหนึ่ง และขวดทั้งสองชนิดใช้บรรจุออกจำหน่ายจนถึงปัจจุบัน

4. การพัฒนาฉลาก นายประวิณเป็นผู้พัฒนาออกแบบและว่าจ้างผู้ผลิต ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันพัฒนามาแล้ว 5 แบบ โดยแบบที่แรกใช้ตรายางปั๊มสติ๊กเกอร์ชื่อกลุ่มแม่บ้าน และนำมาติดขวด แบบที่ 2 และ 3 นายประวิณเป็นผู้ออกแบบเป็นรูปแมวทองและแมวดำตามลำดับ ปรากฏบนฉลากสติ๊กเกอร์สั่งพิมพ์ในราคาชิ้นละ 2.50 บาท การพัฒนาฉลากยังมีอย่างต่อเนื่องจนว่าจ้างนักออกแบบซึ่งเป็นคนในชุมชนออกแบบให้ทั้งหมดจำนวน 6 แบบ ราคาว่าจ้างรวม 6,400 บาท และสหกรณ์เลือกสั่งพิมพ์เบื้องต้นเพียงแบบเดียวในราคาชิ้นละ 2.50 บาท ต่อมาได้เลือกแบบที่นักออกแบบให้ไว้และสั่งพิมพ์เพิ่มขึ้นเป็นแบบที่ 5 ในราคาชิ้นละ 1.80 บาท โดยแบบที่ 4 และ 5 สหกรณ์ใช้เป็นฉลากติดขวดออกจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน

5. การพัฒนากล่องบรรจุภัณฑ์ นายประวิณเป็นผู้ออกแบบและสั่งผลิต เริ่มต้นด้วยกล่องกระดาษหิ้วบรรจุเพียงขวดเดียว หน้ากล่องเจาะกลมมองเห็นฉลากติดขวด ด้านบนกล่องพิมพ์ชื่อสหกรณ์ สั่งผลิตในราคาใบละ 3.5 บาท ต่อมาพัฒนาเป็นกล่องแพคคู่ในลักษณะเดียวกันราคาใบละ 7 บาท ก่อนพัฒนาเป็นกล่องกระดาษบรรจุขนาด 12 ขวด นอกจากนี้กล่องบรรจุภัณฑ์ยังมีระก้าหลายรูปแบบที่ผู้ซื้อใช้เป็นของขวัญของที่ระลึกตามงานเทศกาลต่าง ๆ กิจกรรมซื้อจากร้านค้าอำเภอหาดงในราคาชิ้นละ 35 – 50 บาท ขึ้นอยู่กับชนิดวัตถุดิบและขนาดที่ผลิต

5.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายของสหกรณ์เน้นการออกร้านจำหน่ายสินค้า และขายปลีก /ขายส่ง ที่ร้านค้าสหกรณ์เป็นหลัก ในปี 2545 มียอดขายทั้งหมด 427,995 บาท (ตารางที่ 5.1) จากบรรดาเนินงานของผู้บริหารชุดใหม่เพียง 5 เดือน มีขายที่ร้านทั้งส่งและปลีก 321,303 บาท (ขายสด

70,697 บาท และขายเชื้อ 250,606 บาท) คิดเป็นร้อยละ 75.07 ของยอดขายทั้งหมด ส่วนที่เหลือเป็นการออกร้านแสดงสินค้า 106,692 บาท (ร้อยละ 24.93) เมื่อพิจารณายอดขายตามช่องทาง การจำหน่ายประกอบด้วยการขายปลีกที่ร้านค้าสหกรณ์ การขายส่ง และออกร้าน พบว่า ยอดขาย ร้อยละ 53.91 เป็นการขายส่งให้กับลูกค้าประจำโดยมีคุณไชยยาเป็นลูกค้ารายใหญ่มียอดขายสูงถึง ร้อยละ 28.17 จากยอดขายทั้งหมด คิดเป็นเงินทั้งสิ้น 120,545 บาท รองลงมาเป็นคุณอุบลวรรณ ร้อยละ 17.09 สำหรับการขายปลีกที่ร้านมียอดขาย 90,574 บาท หรือร้อยละ 21.16 (ตารางที่ 5.5 และภาพที่ 5.3)

ปี 2546 สหกรณ์มียอดขายรวมใน 1 ปี (12 เดือน) เพียง 236,834 บาท (ตารางที่ 5.5) ลดลงจากปี 2545 ที่ดำเนินงานเพียง 5 เดือน ถึง 191,161 บาท หรือร้อยละ 44.66 ของยอดขาย ทั้งหมดในปี 2545 ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้าประจำทั้งหมดที่กิจการมีอยู่ของปี 2545 หยุดการสั่งซื้อ ประกอบกับมีข่าวออกทางโทรทัศน์เกี่ยวกับการปลอมไวน์ของผู้ผลิตรายอื่นออกจำหน่ายทำให้ ผู้บริโภคเสียชีวิต จึงส่งผลต่อยอดขายของกิจการ ทำให้การออกร้านจำหน่ายสินค้าขายได้ไม่ดีมาก นัก และยังส่งผลยอดขายถึงต้นปี 2547

5.3.4 ราคาและการตั้งราคา

สหกรณ์ตั้งราคารับซื้อน้ำไวน์ในราคาประกันขั้นต่ำจากสมาชิก คิดต้นทุนจากการประมาณการต้นทุนวัตถุดิบ ถึงหมักไวน์ แรงงาน และระยะเวลาหมักบ่มที่นำมาคิดเป็น ระยะเวลาของเงินลงทุนของสมาชิก ตั้งเป็นราคารับซื้อน้ำไวน์เกือบทุกชนิดลิตรละ 40 บาท หรือ 750 ml. เป็นเงิน 30 บาท ยกเว้นไวน์กระชายดำลิตรละ 180 บาท หรือ 750 ml. 135 บาท แต่ผล จากการคำนวณต้นทุนของสมาชิกมีต้นทุนการผลิตทุกชนิดมีต้นทุนอยู่ระหว่าง 8-13 บาทต่อขวด และไวน์กระชายดำประมาณ 19 บาท สมาชิกมีกำไรประมาณ 17-22 บาท และ 116 บาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 57-73 และ 86 ตามลำดับ

ส่วนการตั้งราคาขายของสหกรณ์ เป็นการประมาณการต้นทุนรวมจากต้นทุนที่รับ ซื้อน้ำไวน์จากสมาชิก แรงงานกรองและบรรจุ ต้นทุนขวด ฉลาก แสตมป์ ค่าเช่า และค่าจ้าง พนักงานบัญชี ซึ่งทั้งหมดเป็นค่าใช้จ่ายเงินสดเป็นหลักในการคิดประมาณการต้นทุน และบวก ราคาเพิ่มขึ้นตามภาวะตลาด รวมทั้งดูจากราคาขายของกลุ่มในตลาดภายในจังหวัด(สหกรณ์ไวน์ อุโมงค์ลำพูน สหกรณ์ไวน์ป่าซาง ฯลฯ) เป็นหลักประกอบการตัดสินใจ โดยสหกรณ์จะตั้งราคาสูง กว่าคู่แข่งขึ้นดังกล่าวประมาณขวดละ 30 บาท เพราะผู้ประกอบการเชื่อมั่นว่าคุณภาพสินค้าของ ตนเองเหนือกว่าคู่แข่ง ส่วนการบวกราคาขายเพิ่มสูงขึ้นไม่แน่นอนเป็นเพราะราคาวัตถุดิบ เปลี่ยนแปลงเสมอตามฤดูกาล ลูกค้าประจำที่ซื้อเป็นจำนวนมากสหกรณ์จะแถมไวน์ให้สำหรับ

ผู้บริโภคทดลองชิม นอกจากนี้หากคู่แข่งลดราคาขายลงสหกรณ์สามารถลดราคาขายแข่งกับผู้ผลิตรายอื่นได้ ซึ่งการขายลดราคาจะเป็นวิธีการที่ทำได้ง่ายกว่าการขึ้นราคา ฉะนั้นสหกรณ์จึงตั้งราคาขายไว้สูง

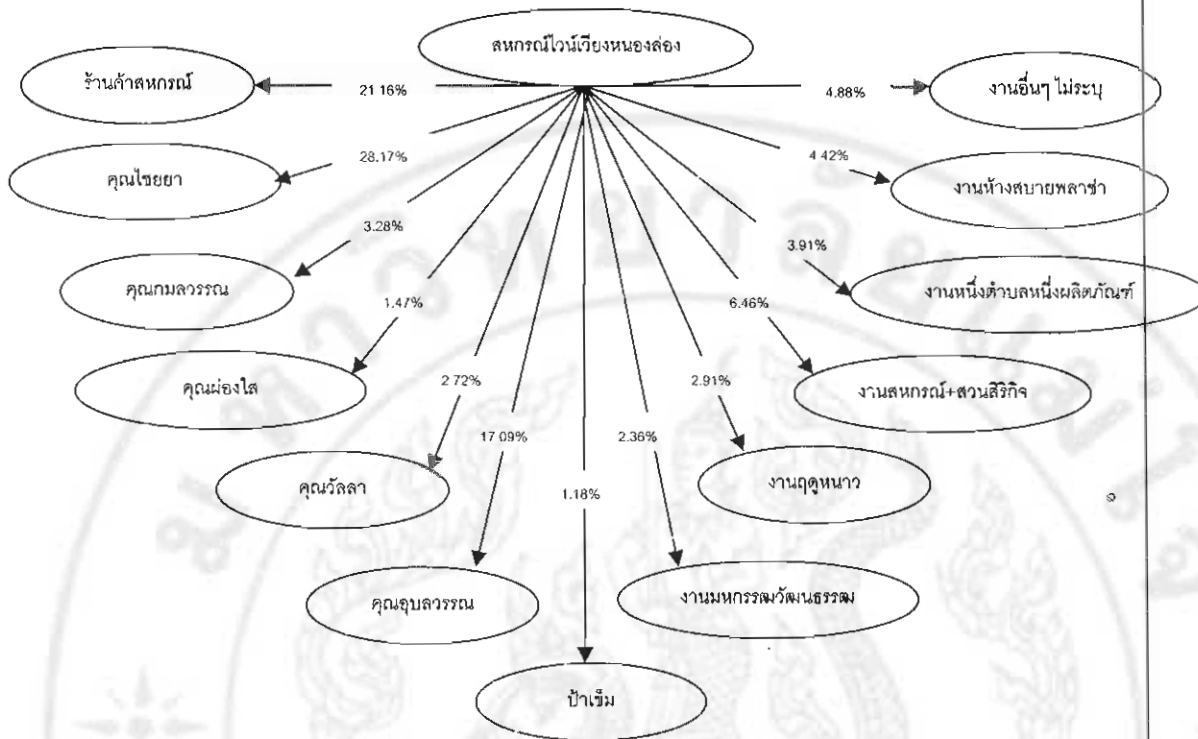
ตารางที่ 5.5 ขอบข่ายสหกรณ์ผู้ผลิตไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด

[illegible]

ตารางที่ 5.6 ช่องทางการจำหน่ายสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูนจำกัด ปี 2545

ช่องทาง	ลูกค้า / ที่จำหน่าย	ยอดขาย		สัดส่วน (%)
		ขวด	บาท	
ขายปลีก	ร้านค้าสหกรณ์	887	90,574	21.16
ขายส่ง	คุณไชยชา	1,849	120,545	28.17
	คุณกมลวรรณ	108	14,040	3.28
	คุณผ่องใส ลิลิตรกันยาคุลา	60	6,300	1.47
	คุณวัลลา หอยแก้ว	120	11,640	2.72
	คุณอุบลวรรณ	1,092	73,164	17.09
	ป้าเต็ม	50	5,040	1.18
	รวม	3,279	230,729	53.91
ออกร้าน	มหกรรมวัฒนธรรม	104	10,088	2.36
	ฤดูหนาว	106	12,460	2.91
	สหกรณ์ + สวนสิริกิต 2-10/8/45	307	27,630	6.46
	หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 25-29/8/45	167	16,729	3.91
	ห้างสบายพลาซ่า	108	18,900	4.42
	อื่นๆ ไม่ระบุ	203	20,885	4.88
	รวม	995	106,692	24.93
	รวมทั้งหมด	5,161	427,995	100

หมายเหตุ: ยอดขายรวมทั้งหมดยังไม่ได้หักสินค้าและยอดขายรับคืน



ภาพที่ 5.3 การจำหน่ายสินค้าของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่อง ในปี 2545

อย่างไรก็ตามการประมาณต้นทุนผู้ประกอบการไม่ได้นำต้นทุนเครื่องจักรอุปกรณ์ ซึ่งเป็นต้นทุนคงที่ ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการและต้นทุนการตลาดบางส่วนมาคิดเป็นต้นทุน ฉะนั้นจึงทำให้การประมาณต้นทุนของผู้ประกอบการต่ำกว่าความเป็นจริง แต่จากการคำนวณ ต้นทุนกิจการมีกำไรเหนือราคาขายส่งกว่าร้อยละ 33 ในทุกผลิตภัณฑ์ และราคาขายปลีกร้อยละ 50 ซึ่งสูงกว่ามาตรฐานขั้นต่ำในการทำธุรกิจทั่วทั้งที่คิดกำไรร้อยละ 25

นอกจากนั้นในการศึกษาครั้งนี้ยังวิเคราะห์ต้นทุนในการผลิต หากสหกรณ์ดำเนิน ธุรกิจด้วยเงินลงทุนทุก ๆ ด้านด้วยเงินทุนของสหกรณ์เอง การวิเคราะห์ต้นทุนทั้งหมด (การผลิต ตลาด และการจัดการ) คำนวณจากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสด ผลจากการศึกษาพบว่า กิจการมีต้นทุนจากการวิเคราะห์ต่ำกว่าต้นทุนสหกรณ์ปัจจุบัน อยู่เกือบทุก ผลิตภัณฑ์ประมาณ 20 บาท และสูงขึ้นไปอีกถ้าเป็นไวน์กระชายดำประมาณ 115 บาท ส่วนต่าง ดังกล่าวหมายถึงกำไรที่สหกรณ์จะได้เพิ่มขึ้นถ้าดำเนินงานกิจกรรมสหกรณ์เต็มรูปแบบ แต่ส่วน เหลือดังกล่าวตกเป็นของสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตบางราย แต่มิใช่สมาชิกทุกคน ผลจากการวิเคราะห์ แสดงในตารางที่ 5.7 และรายละเอียดในการศึกษาทั้งหมดแสดงในตารางภาคผนวก ก

ตารางที่ 5.7 ราคาและการตั้งราคาของสหกรณ์ Weinviertel ของสหกรณ์ จำกัด

รายการ	Weinviertel			Weinviertel		
	ต้นทุนสมาชิก	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์	ต้นทุนสมาชิก	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์
1. ต้นทุนการผลิต	8.9899	50.4650	30.7581	9.1774	51.9650	32.4456
2. ต้นทุนการตลาด	0.0000	1.0332	1.0332	0.0000	1.0332	1.0332
3. ต้นทุนการจัดการ	0.0000	9.4029	9.4029	0.0000	9.4029	9.4029
4. ต้นทุนผลิตและตลาด	8.9899	51.4982	31.7913	9.1774	52.9982	33.4788
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	8.9899	60.9011	41.1942	9.1774	62.4011	42.8817
ราคาสมาชิกขายส่ง	30			30		
ราคาสหกรณ์ขายส่ง		97	97		97	97
ราคาสหกรณ์ขายปลีก		130	130		130	130
ราคาสหกรณ์ขายส่ง – ต้นทุนผลิตและตลาดทั้งหมด (15)	21.01	45.502	65.209	20.82	44.002	63.521
ราคาสหกรณ์ขายปลีก – ต้นทุนผลิตและตลาดทั้งหมด (16)		69.099	88.806		67.599	87.118
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	70.03	46.91	67.23	69.41	45.36	65.49
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)		53.15	68.31		52.00	67.01
ราคาสหกรณ์ขายส่ง – ต้นทุนรวมทั้งหมด (17)		36.10	55.81		34.60	54.12
ราคาสหกรณ์ขายปลีก – ต้นทุนรวมทั้งหมด (18)		69.10	88.81		67.60	87.12
อัตราส่วน (17) ต่อราคาขายส่ง (%)		37.22	57.53		35.67	55.79
อัตราส่วน (18) ต่อราคาขายปลีก (%)		53.15	68.31		52.00	67.01

ตารางที่ 5.7 (ต่อ)

รายการ	ไว้นะขายป้อม			ไว้นะเพื่อง		
	ต้นทุนสมาชิก	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์	ต้นทุนสมาชิก	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์
1. ต้นทุนการผลิต	8.6899	51.9650	31.9581	8.0149	50.4650	29.7831
2. ต้นทุนการตลาด	0.0000	1.0332	1.0332	0.0000	1.0332	1.0332
3. ต้นทุนการจัดการ	0.0000	9.4029	9.4029	0.0000	9.4029	9.4029
4. ต้นทุนผลิตและตลาด	8.6899	52.9982	32.9913	8.0149	51.4982	30.8163
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	8.6899	62.4011	42.3942	8.0149	60.9011	40.2192
ราคาสมาชิกขายส่ง	30			30		
ราคาสหกรณ์ขายส่ง		97	97		97	97
ราคาสหกรณ์ขายปลีก		130	130		130	130
ราคาสหกรณ์ขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาดทั้งหมด (15)	21.31	44.002	64.009	21.99	45.502	66.184
ราคาสหกรณ์ขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาดทั้งหมด (16)		67.599	87.606		69.099	89.781
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	71.03	45.36	65.99	73.28	46.91	68.23
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)		52.00	67.39		53.15	69.06
ราคาสหกรณ์ขายส่ง - ต้นทุนรวมทั้งหมด (17)		34.60	54.61		36.10	56.78
ราคาสหกรณ์ขายปลีก - ต้นทุนรวมทั้งหมด (18)		67.60	87.61		69.10	89.78
อัตราส่วน (17) ต่อราคาขายส่ง (%)		35.67	56.29		37.22	58.54
อัตราส่วน (18) ต่อราคาขายปลีก (%)		52.00	67.39		53.15	69.06

ตารางที่ 5.7 (ต่อ)

รายการ	ไว้นักระชาญต่ำ			ไว้นักระชาญ		
	ต้นทุนสมาชิก	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห	ต้นทุนสมาชิก	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห
1. ต้นทุนการผลิต	18.3649	158.4650	43.1331	8.0524	50.4650	29.8206
2. ต้นทุนการตลาด	0.0000	1.0332	1.0332	0.0000	1.0332	1.0332
3. ต้นทุนการจัดการ	0.0000	9.4029	9.4029	0.0000	9.4029	9.4029
4. ต้นทุนผลิตและตลาด	18.3649	159.4982	44.1663	8.0524	51.4982	30.8538
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	18.3649	168.9011	53.5692	8.0524	60.9011	40.2567
ราคาสมาชิกขายส่ง	135			30		
ราคาสหกรณ์ขายส่ง		250	250		97	97
ราคาสหกรณ์ขายปลีก		280	280		130	130
ราคาสหกรณ์ขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาดทั้งหมด (15)	116.64	90.502	205.834	21.95	45.502	66.146
ราคาสหกรณ์ขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาดทั้งหมด (16)		111.099	226.431		69.099	89.743
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	86.40	36.20	82.33	73.16	46.91	68.19
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)		39.68	80.87		53.15	69.03
ราคาสหกรณ์ขายส่ง - ต้นทุนรวมทั้งหมด (17)		81.10	196.43		36.10	56.74
ราคาสหกรณ์ขายปลีก - ต้นทุนรวมทั้งหมด (18)		111.10	226.43		69.10	89.74
อัตราส่วน (17) ต่อราคาขายส่ง (%)		32.44	78.57		37.22	58.50
อัตราส่วน (18) ต่อราคาขายปลีก (%)		20.68	80.87		53.15	69.03

ตารางที่ 5.7 (ต่อ)

รายการ	ไว้น้ำผึ้ง			ไว้น้ำผึ้ง			ต้นทุนรวม
	ต้นทุนสมาชิก	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์	ต้นทุนสมาชิก	ต้นทุนสหกรณ์	ต้นทุนวิเคราะห์	
1. ต้นทุนการผลิต	8.2399	50.9650	30.5081	9.2149	51.4650	31.9831	
2. ต้นทุนการตลาด	0.0000	1.0332	1.0332	0.0000	1.0332	1.0332	
3. ต้นทุนการจัดการ	0.0000	9.4029	9.4029	0.0000	9.4029	9.4029	
4. ต้นทุนผลิตและตลาด	8.2399	51.9982	31.5413	9.2149	52.4982	33.0163	
5. ต้นทุนรวมทั้งหมด	8.2399	61.4011	40.9442	9.2149	61.9011	42.4192	
ราคาสมาชิกขายส่ง	30			30			
ราคาสหกรณ์ขายส่ง		97	97		97	97	
ราคาสหกรณ์ขายปลีก		130	130		130	130	
ราคาสหกรณ์ขายส่ง - ต้นทุนผลิตและตลาดทั้งหมด (15)	21.76	45.002	65.459	20.79	44.502	63.984	
ราคาสหกรณ์ขายปลีก - ต้นทุนผลิตและตลาดทั้งหมด (16)		68.599	89.056		68.099	87.581	
อัตราส่วน (15) ต่อราคาขายส่ง (%)	72.53	46.39	67.48	69.28	45.88	65.96	
อัตราส่วน (16) ต่อราคาขายปลีก (%)		52.77	68.50		52.38	67.37	
ราคาสหกรณ์ขายส่ง - ต้นทุนรวมทั้งหมด (17)		35.60	56.06		35.10	54.58	
ราคาสหกรณ์ขายปลีก - ต้นทุนรวมทั้งหมด (18)		68.60	89.06		68.10	87.58	
อัตราส่วน (17) ต่อราคาขายส่ง (%)		36.70	57.79		36.18	56.27	
อัตราส่วน (18) ต่อราคาขายปลีก (%)		32.77	68.50		32.38	67.37	

ตารางที่ 5.7 (ต่อ)

รายการ	ไว้น้ํงอย			ไว้น้ํงมอ		
	ค้ํนทุนสมออิก	ค้ํนทุนสมอกรณ้	ค้ํนทุนอครระห้	ค้ํนทุนสมออิก	ค้ํนทุนสมอกรณ้	ค้ํนทุนอครระห้
1. ค้ํนทุนการผลิต	8.2399	50.9650	30.5081	8.4649	50.4650	30.2331
2. ค้ํนทุนการตลาด	0.0000	1.0332	1.0332	0.0000	1.0332	1.0332
3. ค้ํนทุนการจัดการ	0.0000	9.4029	9.4029	0.0000	9.4029	9.4029
4. ค้ํนทุนผลอิตและตลาด	8.2399	51.9982	31.5413	8.4649	51.4982	31.2663
5. ค้ํนทุนรวมท้ํงหมด	8.2399	61.4011	40.9442	8.4649	60.9011	40.6692
ราคาสมอออิกขายส่ง	30			30		
ราคาสมอกรณ้ขายส่ง		97	97		97	97
ราคาสมอกรณ้ขายปลีก		130	130		130	130
ราคาสมอกรณ้ขายส่ง - ค้ํนทุนผลอิตและตลาดท้ํงหมด (15)	21.76	45.002	65.459	21.54	45.502	65.734
ราคาสมอกรณ้ขายปลีก - ค้ํนทุนผลอิตและตลาดท้ํงหมด (16)		68.599	89.056		69.099	89.331
อ้ํตรส่ว (15) ค้ํนราคาขายส่ง (%)	72.53	46.39	67.48	71.78	46.91	67.77
อ้ํตรส่ว (16) ค้ํนราคาขายปลีก (%)		52.77	68.50		53.15	68.72
ราคาสมอกรณ้ขายส่ง - ค้ํนทุนรวมท้ํงหมด (17)		35.60	56.06		36.10	56.33
ราคาสมอกรณ้ขายปลีก - ค้ํนทุนรวมท้ํงหมด (18)		68.60	89.06		69.10	89.33
อ้ํตรส่ว (17) ค้ํนราคาขายส่ง (%)		36.70	57.79		37.22	58.07
อ้ํตรส่ว (18) ค้ํนราคาขายปลีก (%)		52.77	68.50		53.15	68.72

5.3.5 การส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขายนายประวิณ เตชะอินทร์ เป็นผู้รับผิดชอบมิได้กำหนดแผนงานและเป้าหมายส่งเสริมไว้แน่นอน ส่วนใหญ่ใช้การส่งเสริมการขายเมื่อมีโอกาสไปออกร้านค้า และประชาสัมพันธ์เมื่อไปร่วมประชุมสัมมนาตามหน่วยงานต่าง ๆ ประธานและสมาชิกแนะนำผลิตภัณฑ์ลักษณะปากต่อปากให้กับบุคคลทั่วไปให้รู้จักกิจการมากขึ้น

วิธีการหาลูกค้าใหม่

ในปี 2545 ที่ผ่านมากิจการใช้แผ่นพับ (brochure) ส่งเสริมการขายทั้งสิ้น 3,000 ใบ ร่วมกับการใช้นามบัตรแจกให้กับลูกค้า เมื่อออกร้านแสดงสินค้า ต่อมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษขนาดบรรจุ 1 ขวด แพคเกจ และขนาดบรรจุ 12 ขวด ข้างกล่องมีชื่อที่อยู่ของกิจการให้ลูกค้าสามารถติดต่อสั่งซื้อใหม่ครั้งต่อไป นอกจากนี้ตลาดที่ติดบนขวดมีชื่อที่อยู่ของกิจการเช่นกัน ต่อมาปี 2546 ถึงปัจจุบัน สหกรณ์หยุดการใช้แผ่นพับส่งเสริมการขาย เพราะขาดเงินทุนหมุนเวียนในการจัดทำ แต่คงใช้วิธีการส่งเสริมการขายที่เหลือ และเน้นให้สมาชิกช่วยประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากให้มากขึ้น เพราะเป็นการลงทุนน้อยที่สุด โดยที่ผ่านมายังไม่มีลูกค้าประจำรายใหม่เพิ่มขึ้น มีเพียงผู้บริโภครายย่อยเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย

วิธีการรักษาลูกค้าเก่า

1. การให้ส่วนลด และ/หรือแถมสินค้า ลูกค้าเก่าที่ซื้อสินค้าประจำเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ สหกรณ์ขายในราคาขายส่งและแถมสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภครทดลองชิม หากซื้อ 1 โหล แถมสินค้าให้ 1 ขวด
2. แถมกล่องบรรจุภัณฑ์ ให้กับลูกค้าประจำทั้งที่เป็นแพคเกจและเดี่ยว โดยเฉพาะช่วงเทศกาลที่คนนิยมซื้อเป็นของฝาก โดยข้างกล่องมีชื่อที่อยู่ของกิจการซึ่งถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าอีกรูปแบบหนึ่ง
3. บริการให้บาร์โชน์ผลิตภัณฑ์ แก่ลูกค้าเพื่อวางผลิตภัณฑ์จำหน่ายหน้าร้าน โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใด ๆ และต้องส่งคืนเมื่อหยุดเป็นตัวแทนจำหน่าย
4. บริการส่งสินค้า โดยสหกรณ์เป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายการขนส่งเองทั้งหมด

ส่วนปัญหาคู่แข่งในตลาด ถึงแม้จะมีผู้ผลิตหลายรายในพื้นที่ทั้งไวน์และสุราแช่ สหกรณ์คิดว่าเป็นคู่แข่งที่สามารถแข่งขันได้ เพราะมั่นใจในคุณภาพสินค้าและการประชาสัมพันธ์ของกิจการ อย่างไรก็ตามบางครั้งมีปัญหายอดขายลดลงเช่นกันเมื่อคู่แข่งลดราคาขายในราคาที่ต่ำกว่า จากการสัมภาษณ์เป็นที่น่าสังเกตว่าลูกค้าประจำรายใหญ่ที่สั่งซื้อจำนวนมากในปี 2545 ไม่มีคำสั่งซื้อกลับเข้ามาอีกในปี 2546 ถึงปัจจุบัน เมื่อสอบถามนายประวิณ

ผู้รับผิดชอบฝ่ายตลาดไม่ทราบเหตุผล และกิจการไม่มีการติดต่อสอบถามกลับไปยังลูกค้าดังกล่าวเช่นกัน นอกจากนี้ลูกค้าบางรายนายประวิณตัดคำสั่งซื้อไม่ส่งมอบสินค้าให้ ด้วยเหตุผลลูกค้าเหล่านั้นรับสินค้าไปขายปลีกในราคาสูงกว่าราคาขายปลีกของสหกรณ์ ผู้บริโภครายย่อยที่ซื้อไปบริโภคเองต่อว่ามายังนายประวิณเมื่อออกร้านแสดงสินค้า จึงทำให้นายประวิณตัดคำสั่งซื้อของลูกค้าประจำดังกล่าว จากลูกค้าประจำรายใหม่ไม่มีเพิ่มขึ้นและกลับลดลงเกือบหมด ส่งผลให้ยอดขายปี 2546 ลดลงกว่าครึ่งของยอดขายปี 2545

5.3.6 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือ

ปัญหาด้านการตลาด

ข้อมูลจากกิจการ

สมาชิกส่วนใหญ่ไม่มีความพร้อมในการออกตลาดหาลูกค้ารายใหม่ อาศัยเฉพาะนายประวิณเพียงรายเดียว หากต้องออกงานต่างจังหวัดเป็นระยะเวลาหลายวันทำให้เกิดความไม่สะดวกและคล่องตัว หากสินค้าขายดีจำหน่ายหมด จำเป็นต้องส่งสินค้ารอบใหม่ให้ มักเกิดปัญหาเรื่องสินค้าขาดช่วงจำหน่ายอยู่เสมอ ประกอบกับมีงานแสดงสินค้าต่อเนื่องหลายแห่งไม่มีผู้ผลิตเปลี่ยนและบางครั้งต้องหยุดการออกงานบางงานเพราะขาดบุคลากรด้านการตลาด ขณะเดียวกันผู้ไปออกงานจำหน่ายสินค้าไม่ได้รับค่าตอบแทนใด ๆ

จากการวิเคราะห์

1. ขาดบุคลากรด้านการตลาด ที่มีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาดอย่างแท้จริง ทำให้ไม่สามารถรักษาลูกค้าเก่ารายใหญ่ที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก ขณะเดียวกันไม่สามารถหาลูกค้าประจำรายใหม่เพิ่มขึ้นได้

2. การออกร้านจำหน่ายสินค้าโดยอาศัยผู้แทนจำหน่ายเพียงรายเดียวที่ออกร้านแทนในนามสหกรณ์และกิจการเป็นผู้รับภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายทั้งหมด และไม่มีเงินสัญญาถึงจำนวนและปริมาณการขายที่ผู้แทนต้องทำตลาดให้ทั้งปี จุดนี้เป็นข้อเสียเปรียบของสหกรณ์ในการหาผู้แทนจำหน่าย ถ้าผู้แทนรายนี้หยุดการออกงาน ระยะสั้นสหกรณ์จะเสียโอกาสในการออกร้านขายสินค้า และหาลูกค้าใหม่ นอกจากนี้ผู้แทนดังกล่าวอาจนำข้อได้เปรียบของการออกร้านที่ตนเองมีความพร้อมมาเป็นข้อต่อรองให้สหกรณ์ลดราคาขายส่งลงจากเดิม และเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายอื่น ๆ แก่ สหกรณ์มากขึ้น และที่ผ่านมามีตัวแทนนำสินค้าไปขายก่อน และนำเงินพร้อม สินค้าที่เหลือส่งมอบให้แก่สหกรณ์ภายหลัง ซึ่งการดำเนินงานแบบนี้ผู้แทนไม่มีการลงทุนแต่อย่างใด แต่กลับได้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากสหกรณ์

2. จากลูกค้าประจำที่มีอยู่ในปี 2545 หายไปเกือบหมดในปี 2546 – ปัจจุบัน อาจเป็นผลมาจากคุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐาน ในระยะหลังของการติดต่อกับขาย เพราะ สหกรณ์ให้สมาชิกผู้ผลิตกลุ่มย่อยรวมกันผลิต และการตรวจสอบควบคุมคุณภาพสินค้าไม่ทั่วถึง ส่งผลให้มีปัญหาตามมาของสินค้าที่ส่งมอบ และลูกค้าไม่เชื่อถือคุณภาพกิจการอีกต่อไปจึงหยุดการติดต่อกับขาย

3. กิจการเน้นการจำหน่ายออกร้านขายสินค้าเป็นส่วนใหญ่ตามงานที่ภาครัฐเป็นผู้จัดขึ้นตามนโยบายของรัฐในช่วงการบริหารงานของ ฯพณฯ พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร ฉะนั้น หากเกิดการเปลี่ยนแปลงการบริหารงานของรัฐบาลชุดใหม่ และ/หรือ รัฐบาลชุดดังกล่าวให้ความสำคัญในนโยบายอื่นแทน และลดความสำคัญในการส่งเสริมสินค้า OTOP ลง จะทำให้สหกรณ์ดำเนินธุรกิจต่อไปได้ยาก เพราะไม่มีตลาดเป็นของตนเอง

ความต้องการความช่วยเหลือ

กิจการต้องการผู้แทนจำหน่าย หรือบุคลากรภายนอกที่มีความรู้ความสามารถในการทำตลาดเชิงรุกโดยเฉพาะเข้ามาช่วยเหลือกิจการขยายตลาดและหาลูกค้ารายใหม่ เพราะสมาชิกของสหกรณ์มีข้อจำกัดในหลายๆ ด้าน หากจะพัฒนาต้องใช้ระยะเวลา ในขณะที่การดำเนินธุรกิจต้องแข่งขันอย่างรวดเร็วและฉับพลันในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน ฉะนั้นสหกรณ์จึงต้องผู้ที่มีความรู้ความสามารถด้านตลาดเข้ามาทำงานได้ทันที

5.3.7 ศักยภาพทางการตลาด

สหกรณ์ดำเนินการตลาดเชิงรับ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายย่อย ส่งผลให้ยอดขายปี 2546 ไม่สูงมากนัก เปรียบเทียบกับปี 2545 ลดลงกว่าครึ่ง ดังนั้นแสดงให้เห็นว่าศักยภาพการตลาดของผู้ประกอบการมีน้อย แนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดคือ

1. พัฒนาบุคลากรด้านการตลาด ระยะสั้นควรรับผิดชอบจัดหาตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทที่มีความสามารถขยายตลาดธุรกิจไวน์เชิงรุกแทนผู้แทนจำหน่ายรายเดิมที่มีอยู่ โดยรายใหม่ที่จะทำธุรกิจร่วมกันต้องมีการเซ็นสัญญาตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรถึงจำนวนหรือปริมาณสินค้าที่จะรับซื้อหรือขยายตลาดเป็นเป้าหมายที่แน่นอน ภาระค่าใช้จ่าย และเงื่อนไขต่างๆ กิจการต้องพิจารณาก่อนเพื่อไม่ให้เกิดข้อเสียเปรียบ ดังเช่นที่เป็นอยู่ปัจจุบัน ส่วนในระยะยาวควรฝึกอบรมบุคลากรที่เป็นสมาชิกหรือทายาทสมาชิกที่เป็นคนรุ่นใหม่เข้ามารับงานบริหารสหกรณ์ด้านการตลาดอีกทางหนึ่งนอกเหนือจากหาตัวแทนจำหน่าย เพื่อขยายตลาดอีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและศักยภาพมากขึ้นในระยะยาว

2. ควรใช้สื่อส่งเสริมการขายประชาสัมพันธ์กิจการให้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นแผ่นพับ การโฆษณาสื่อวิทยุ ป้ายคัดเอาท์โฆษณาตามจุดสำคัญต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งในการขยายตลาด

3. การรักษาลูกค้าเก่า ควรมีการติดต่อกลับลูกค้าเก่าที่หยุดการติดต่อสั่งซื้อโดยไม่ทราบเหตุผล เพื่อทราบข้อมูลข้อเท็จจริงและนำไปปรับปรุงแก้ปัญหาลักษณะที่เกิดขึ้นเหล่านั้นต่อไป เพื่อรักษาลูกค้าให้อยู่กับกิจการในระยะยาว

5.4 การสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคไวน์

สหกรณ์ไวน์ทั้ง 3 สหกรณ์ ได้ให้ตัวอย่างไวน์ที่มียอดขายสูงสุด อันได้แก่ ไวน์ลำไย ไวน์ลิ้นจี่ ไวน์กระชายดำ ไวน์กระเทียม ไวน์เสาวรส โดยมีขนาดบรรจุภัณฑ์ 750 ซีซี และ 330 ซีซี เพื่อทำการสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภคไวน์

จากการสุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์ผู้บริโภค จำนวน 70 ราย ซึ่งแบ่งเป็นชาย 85.7% มีอายุเฉลี่ย 31.27 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีอาชีพส่วนใหญ่รับจ้าง เป็นผู้บริโภคชาวไทย 60 คน หรือ 85.71% และผู้บริโภคต่างชาติ 70 คน หรือ 14.29% (ดูตารางที่ 5.8)

ตารางที่ 5.8 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	60	87.71
หญิง	10	14.29
อายุ (ปี)		
20 – 25	12	17.14
26 – 30	16	22.86
31 – 35	13	18.57
36 – 40	11	15.71
> 40	18	25.72
ระดับการศึกษา		
ประถม	12	17.14
มัธยม	18	25.72
ปวส./อนุปริญญา	14	20.00
ปริญญาตรี	20	28.57
สูงกว่าปริญญาตรี	6	8.57
อาชีพ		
นักศึกษา	8	11.43
รับจ้าง	22	31.43
ค้าขาย	18	25.72
ข้าราชการ	10	14.29
อื่น ๆ (นักท่องเที่ยว , แม่บ้าน)	12	17.14
ภูมิลำเนา		
เชียงใหม่-ลำพูน	32	45.71
ต่างจังหวัด	28	40.0
ต่างประเทศ	10	14.29

ตารางที่ 5.9 ผลสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ไวน์

ความคิดเห็นในด้านคุณภาพไวน์	ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านรสชาติ		
1.1 ความนุ่มนวลของไวน์ที่ทานทดลองดื่ม	3.02	ปานกลาง
1.2 ความหวานมีความเหมาะสม	2.89	ปานกลาง
1.3 มีรสของผลไม้ตามชนิดของไวน์	3.21	ปานกลาง
1.4 ความขมอยู่ในระดับที่เหมาะสม	3.07	ปานกลาง
2. ด้านสีสรร		
2.1 สีสันทึ่เป็นธรรมชาติ	2.66	ปานกลาง
2.2 ความใส	2.81	ปานกลาง
2.3 ตะกอน	2.98	ปานกลาง

ผลสำรวจของผู้บริโภคไวน์ (ตารางที่ 5.9) ด้านรสชาติไวน์นั้น พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับปานกลางด้วยค่าเฉลี่ย 3.05 โดยที่ระดับคะแนนของรสชาติไวน์ที่มีรสของผลไม้มีค่าสูงสุด (3.21) ความหวานของไวน์มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (2.89) ความขม และความนุ่มนวลของไวน์มีค่าเฉลี่ย 3.07 และ 3.02 ตามลำดับ ผลสำรวจความคิดเห็นด้านสีสรรของไวน์ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับปานกลางด้วยค่าเฉลี่ย 2.81 พบว่าสีสรรของไวน์ที่ดูเป็นธรรมชาติมีค่าเฉลี่ย 2.66 ความใสของไวน์มีค่าเฉลี่ย 2.81 และไวน์ยังมีตะกอน มีค่าเฉลี่ย 2.98

จากผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพของไวน์ทั้ง 6 ชนิด ซึ่งมียอดขายสูงสุดของสหกรณ์ อยู่ในระดับปานกลางแม้ว่าจะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภค 70 คน ใน 3 กลุ่ม เมื่อพิจารณาถึงในกลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่ คือ ผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่-ลำพูน ผู้บริโภคนอกพื้นที่หรือผู้บริโภคคนไทยที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดอื่น ๆ และผู้บริโภคชาวต่างชาติ จะมีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้บริโภคในพื้นที่ที่มีความคิดเห็นในด้านคุณภาพไวน์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.42) ผู้บริโภคนอกพื้นที่และผู้บริโภคต่างชาติ มีความคิดเห็นต่อคุณภาพไวน์ในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.03 และ 2.69 ตามลำดับ

สำหรับความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านสีสรรของไวน์นั้น ผู้บริโภคทั้ง 3 กลุ่ม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 2.82 และค่าเฉลี่ยในแต่ละกลุ่มก็ไม่แตกต่างกันมากนัก คืออยู่ในระดับ 2.63 ถึง 2.95

ตารางที่ 5.10 ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคด้านคุณภาพไวน์ แยกตามกลุ่มผู้บริโภค

ความคิดเห็นด้านคุณภาพไวน์	ค่าเฉลี่ย	ผู้บริโภค ในพื้นที่	ผู้บริโภค นอกพื้นที่	ผู้บริโภค ต่างชาติ
1. ด้านรสชาติ				
1.1 ความนุ่มนวล	3.02	3.31	3.16	2.59
1.2 ความหวานที่เหมาะสม	2.89	3.55	2.90	2.22
1.3 มีรสชาติของผลไม้	3.21	3.61	2.97	3.05
1.4 ความขมที่เหมาะสม	3.07	3.22	3.10	2.89
เฉลี่ย	3.05	3.42	3.03	2.69
2. ด้านสีสรร				
2.1 สีสรรที่เป็นธรรมชาติ	2.66	2.62	2.81	2.55
2.2 ความใน	2.81	2.85	2.83	2.75
2.3 ตะกอน	2.98	3.15	3.20	2.59
เฉลี่ย	2.82	2.87	2.95	2.63

ตารางที่ 5.11 ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคด้านบรรจุภัณฑ์และราคา

ความคิดเห็นในด้านบรรจุภัณฑ์และราคา	ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
1. ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ (Product)		
1.1 ความสวยงาม ทันสมัย	3.32	ปานกลาง
1.2 มีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน	3.12	ปานกลาง
1.3 มีขนาดบรรจุที่เหมาะสม (750 CC และ 330 CC)	3.52	ดี
1.4 มีความสะดวกในการเปิดและพกพา	3.17	ปานกลาง
1.5 มีเอกลักษณ์เฉพาะและสามารถสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ไวน์ในตลาด	2.68	ปานกลาง
2. ความคิดเห็นด้านราคา (Price)		
2.1 ไวน์ผลไม้	3.02	ปานกลาง
2.2 ไวน์สมุนไพร	2.98	ปานกลาง
2.3 จุกคอร์ค (750 CC)	3.32	ปานกลาง
2.4 จุกจิบ (330 CC)	3.00	ปานกลาง

ผลสำรวจด้านบรรจุภัณฑ์และราคาไวน์ (ตารางที่ 5.12) พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ไวน์ของสหกรณ์มีความสวยงาม ทันสมัย มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน มีความสะดวกในการเปิดขวดและพกพาได้สะดวก มีเอกลักษณ์เฉพาะ อยู่ในระดับปานกลาง ขนาดบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม คือ 750 CC และ 350 CC มีความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสมมาก

ซึ่งหากพิจารณาความคิดเห็นโดยแยกตามกลุ่มผู้บริโภคทั้ง 3 กลุ่ม ในด้านบรรจุภัณฑ์และราคาของไวน์แล้ว พบว่า ผู้บริโภคในพื้นที่ที่มีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ไวน์มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีขนาดบรรจุที่เหมาะสม โดยมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก ส่วนผู้บริโภคนอกพื้นที่ที่มีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ไวน์มีขนาดที่เหมาะสม มีความสะดวกในการเปิดและพกพาในระดับที่มาก ผู้บริโภคที่เป็นชาวต่างชาติก็มีความคิดเห็นด้านบรรจุภัณฑ์ในทุกระดับในระดับปานกลาง

ผลสำรวจความคิดเห็นด้านราคาไวน์ ผู้บริโภคที่มีความคิดเห็นว่าราคาไวน์ผลไม้และไวน์สมุนไพรอยู่ในระดับราคาปานกลาง ส่วนไวน์ที่บรรจุจุกคอร์คและจุกจีบอยู่ในระดับราคาที่เหมาะสมมาก ผู้บริโภคคนไทยนอกพื้นที่ที่มีความคิดเห็นว่าราคาไวน์จุกคอร์คมีความเหมาะสมมาก จุกจีบมีความเหมาะสมในระดับน้อย ส่วนไวน์ผลไม้และไวน์สมุนไพรมีความเหมาะสมในระดับปานกลาง ผู้บริโภคที่เป็นชาวต่างชาติมีความคิดเห็นว่าราคาไวน์ผลไม้และไวน์บรรจุจุกคอร์ค มีความเหมาะสมระดับปานกลาง ส่วนไวน์สมุนไพรและไวน์ที่บรรจุด้วยจุกฝาจีบ มีราคาที่เหมาะสมในระดับน้อย

ตารางที่ 5.12 ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคด้านบรรจุภัณฑ์และราคาไวน์ แยกตามกลุ่มผู้บริโภค

ความคิดเห็นด้านบรรจุภัณฑ์ และราคา	ค่าเฉลี่ย	ผู้บริโภค ในพื้นที่	ผู้บริโภค นอกพื้นที่	ผู้บริโภค ต่างชาติ
1. ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ (Product)				
1.1 ความสวยงาม ทันสมัย	3.32	3.55	3.32	3.20
1.2 ความปลอดภัย ได้มาตรฐาน	3.12	3.22	2.95	3.19
1.3 มีขนาดบรรจุที่เหมาะสม (750 CC , 330 CC)	3.52	3.55	3.70	3.31
1.4 มีความสะดวกในการเปิด และพกพา	3.17	3.22	3.53	2.76
1.5 มีเอกลักษณ์เฉพาะ เจดีย์	2.68 3.16	2.86 3.32	2.66 3.19	2.53 2.98
2. ความคิดเห็นด้านราคา(Price)				
2.1 ไวน์ผลไม้	3.02	3.03	3.32	2.71
2.2 ไวน์สมุนไพร	2.98	3.04	3.38	2.52
2.3 จุกคอรัค (750 CC)	3.32	3.43	3.63	2.90
2.4 จุกจีบ (330 CC)	3.00	4.02	2.55	2.53
เฉลี่ย	3.08	3.33	3.27	2.64

บทที่ 6

การเงิน

6.1 การเงินของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด

6.1.1 การบริหารและการวางแผนการเงิน

การบริหารการเงิน

การบริหารการเงินของสหกรณ์มีการตั้งเลือกตั้งนางบัวเรว อริยะ เหรียญุกขึ้นมารับผิดชอบ จากการสัมภาษณ์ พบว่า บุคคลที่มีอำนาจในการเก็บรักษาเงินจำนวนไม่มาก คือ ไม่เกิน 5,000 บาท เป็นพนักงานลูกจ้างรายวันฝ่ายตลาด นอกเหนือจากนี้เก็บฝากไว้ในธนาคารในนามของประธาน รองประธาน และเหรัญญิก หากเบิกจ่ายจำนวนมากจะให้หนึ่งในสามคนเป็นผู้ถือ ส่วนยอดขายที่ได้แต่ละวันจะให้พนักงานลูกจ้างฝ่ายตลาดเป็นผู้เก็บรวบรวมนำฝากเข้าบัญชี เมื่อมีจำนวนมากพอ ถ้ามียอดขายน้อยให้เก็บรวบรวมจนกว่าจะมีจำนวนมากและนำไปฝากครั้งเดียว ทั้งนี้ยังพบว่า เหรียญุกไม่ได้ควบคุมการเงินอย่างจริงจังจะเข้ามาตรวจสอบยอดขายประมาณ 1-2 ครั้งต่อเดือนแทนการตรวจเช็คทุกวัน อย่างไรก็ตามหากมีความจำเป็นเร่งด่วนและหยุดเสาร์-อาทิตย์ หรือเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอประธานจะเป็นใช้เงินทุนส่วนตัวสำรองจ่ายก่อนโดยไม่คิดดอกเบี้ย และสหกรณ์ใช้คืนภายหลัง สำหรับการรับ - จ่ายเงิน ยังเป็นหน้าที่ของลูกจ้างฝ่ายตลาดเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำบัญชี ตลอดจนปิดงบปลายปี ผลกำไรที่ได้จากการดำเนินงานใช้จ่ายเป็นค่าบำรุงสันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย เงินปันผลตามหุ้น เงินโบนัสกรรมการและเจ้าหน้าที่ ทุนสะสมเพื่อศึกษาอบรมทางสหกรณ์ ทุนสะสมเพื่อสวัสดิการและสังคม ทุนสะสมเพื่อสร้างสำนักงาน และที่เหลือทั้งหมดสมทบเป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ

การวางแผนการเงิน

คณะกรรมการทุกคนร่วมกันวางแผนกำหนดทิศทางการดำเนินงานและค่าใช้จ่ายกิจการ โดยจะมีการประมาณรายรับ - รายจ่าย เป็นรอบบัญชีเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม สิ้นสุด 31 ธันวาคม ของทุกปี ซึ่งการวางแผนการเงินและการดำเนินงานมีการกำหนดเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรแบ่งตามหมวดหมู่ไว้อย่างชัดเจน ในการประมาณค่าใช้จ่ายของแต่ละปีมาจากค่าใช้จ่ายจริงของปีที่ผ่านมาเป็นเกณฑ์ ซึ่งพบได้จากรายงานกิจการที่ต้องรายงานผลให้กับสมาชิกทุกคนรับทราบเมื่อสิ้นปี ในปี 2544 ประมาณรายได้และค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 201,600 และ 130,000 บาท แต่ผลการดำเนินงานจริงเมื่อปิดงบบัญชี คือ 388,679 และ 306,365.48 บาท จึงมีกำไรเท่ากับ 82,313.55 บาท ปี 2545 กิจการมีเป้าหมายหารายได้ทั้งสิ้น 2,435,000 บาท โดยคาดว่าจะมีค่าใช้จ่าย 2,116,000 บาท ผลการดำเนินงานตลอดปีมีรายได้และค่าใช้จ่ายเท่ากับ 4,386,212.97 และ

3,073,668.56 บาท มี ผลกำไรเท่ากับ 1,312,544.41 บาท ต่อมาปี 2546 ประมาณค่ารายได้และค่าใช้จ่ายไว้ที่ 3,151,000 และ 2,565,000 บาท โดยคาดว่าจะมีกำไร 586,000 บาท อย่างไรก็ตามจากการประมาณแผนการใช้จ่ายเงินของระยะ 3 ปีที่ผ่านมาหมวดที่มีค่าใช้จ่ายมากที่สุดคือ รายจ่ายเฉพาะกิจ รองลงมาเป็นเงินเดือนและค่าจ้าง และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ทั้งนี้ยังพบว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงโดยส่วนใหญ่จะสูงกว่าค่าใช้จ่ายประมาณการ (ตารางที่ 6.1)

6.1.2 แหล่งเงินทุน

เมื่อสิ้นสุดปีทางบัญชี 31 ธันวาคม 2544 มีสมาชิกจำนวน 43 คน ไม่มีการรับสมาชิกเพิ่มระหว่างปี ถือหุ้นฐานะสมาชิก 14,400 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท เป็นเงินทั้งสิ้น 144,000 บาท และมีเงินทุนสำรองจากการดำเนินงาน 36,927.24 บาท จากกำไรสุทธิ 82,309.37 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 44.86 ของกำไรสุทธิทั้งหมด ต่อมาปี 2545 เปิดรับสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 110 คน ทุนเรือนหุ้นเพิ่มขึ้นเป็น 377,000 บาท ผลกำไรจากการดำเนินงานหักเป็นเงินทุนสำรอง 1,141,426.41 บาท จากกำไรสุทธิ 1,312,544.41 บาท หรือร้อยละ 86.96 นอกจากนี้ระหว่างปี สหกรณ์กู้เงินจากกรมส่งเสริมสหกรณ์จำนวน 350,000 บาท ปลอดดอกเบี้ย และกำหนดการชำระคืน 4 งวดๆ ละ 87,500 บาท วันที่เริ่มชำระหนี้ 31 ตุลาคม 2546 กำหนดชำระเสร็จภายใน 31 ตุลาคม 2549 โดยมีคณะกรรมการทั้งคณะกำกับ

6.1.3 ผลการดำเนินงานและสภาพทางการเงิน

ผลการดำเนินงาน

จากการศึกษาผลการดำเนินงานของสหกรณ์ พบว่า ในปี 2544 ยอดขายทั้งหมด 388,679.03 บาท หักค่าใช้จ่ายในกิจกรรมต่างๆ รวม 306,369.66 บาท หรือร้อยละ 78.82 ของยอดขายทั้งหมด สหกรณ์มีผลกำไรเบื้องต้น 82,309.37 บาท (ร้อยละ 21.18) และกำไรสุทธิหลังจัดสรรเงินไปในกิจกรรมต่างๆ 36,927.24 บาท และมีทุนดำเนินการรวม 180,927.24 บาท ต่อมาในปี 2545 ยอดขายเพิ่มสูงขึ้นเป็น 4,303,820.45 บาท นอกจากนี้ยังมีรายได้อื่นๆ จำนวน 82,392.52 บาท รวมทั้งสิ้น 4,386,212.97 บาท จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นทำให้มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ สูงขึ้นตามมาเช่นกันรวมเป็นเงินทั้งสิ้น 3,073,668.56 บาท หรือร้อยละ 70.08 จากยอดรายได้ทั้งหมด และมีกำไรเบื้องต้นทั้งสิ้น 1,689,544.41 บาท และมีกำไรสุทธิหลังจัดสรรเงินใช้ในกิจกรรมอื่นๆ 1,141,426.41 บาท ทำให้กิจการมีทุนดำเนินการเพิ่มขึ้นเป็น 1,518,426.41 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นเป็น 7.39 เท่าของทุนดำเนินการในปี 2544

ตารางที่ 6.1 ประมาณการรายได้ - รายจ่ายสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด

รายได้		หน่วย	31 ธ.ค.2544		31 ธ.ค.2545		ตั้งไว้ ณ
			แผน	ผล	แผน	ผล	31 ธ.ค. 2546
ประมาณการรายได้ขายสินค้า							
1	1.1 ไวน์ผลไม้	บาท	200,000	383,911	2,400,000	4,261,002	3,000,000
	1.2 สินค้าอื่นๆ รายได้อื่นๆ	"			30,000	34,965	50,000
2	2.1 ดอกเบี้ยเงินฝาก	"		468.03	1,000	699.52	1,000
	2.2 อื่นๆ	"	1,600	4,300	4,000	89,546.45	100,000
รวมรายได้			201,600	388,679	2,435,000	4,386,212.97	3,151,000
ประมาณการรายจ่าย							
3	รายจ่ายเฉพาะกิจ	บาท	100,000	280,414	1,200,000	2,854,219.96	2,000,000
4	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน						
	4.1 เงินเดือนและค่าจ้าง	"	10,000	7,500	150,000	37,000	150,000
	4.2 ค่าเบี้ยเลี้ยงพาหนะ	"	-	-	30,000	-	30,000
	4.3 ค่าเบี้ยประชุม	"	1,000	-	11,000	-	10,000
	4.4 เครื่องเขียนและแบบพิมพ์	"	3,000	2,213	10,000	25,580	30,000
	4.5 ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า	"	16,000	-	120,000	-	-
	4.6 ค่าเช่าสำนักงานและโรงเรือน	"	-	-	50,000	-	-
	4.7 ค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์	"	-	244.04	-	-	-
	4.8 ค่าโทรศัพท์	"	-	-	30,000	12,225.96	30,000
	4.9 ค่าใช้จ่ายฝึกอบรม	"	-	-	20,000	32,650	20,000
	4.10 ค่ารับรอง	"	-	4,348	50,000	5,230	50,000
	4.11 ค่าใช้จ่ายงานประชาสัมพันธ์และ ส่งเสริมการขาย	"	-	6,485	150,000	-	-
	4.12 ค่าใช้จ่ายประชุมใหญ่	"	-	-	20,000	-	20,000
	4.13 ค่าซ่อมแซมบำรุงทรัพย์สิน	"	-	-	25,000	1,330	30,000
	4.14 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	"	-	5,161.44	50,000	75,318.75	100,000
	4.15 ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	"	-	-	200,000	5,495.49	10,000
	4.16 ค่าตอบแทนกรรมการ	"	-	-	-	6,680.00	50,000
	4.17 ค่าประกันสังคม	"	-	-	-	13,078.18	30,000
	4.18 ดอกเบี้ยเงินรับฝาก	"	-	-	-	4,860.22	5,000
รวมรายจ่าย			130,000	306,365.48	2,116,000	3,073,668.56	2,565,000
ประมาณการคงเหลือกำไรสุทธิเพื่อจัดสรร			71,600.00	82,313.55	319,000.00	1,312,544.41	586,000

ที่มา: รายงานกิจการสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด, 2545

อย่างไรก็ตามในปี 2545 เมื่อพิจารณาเฉพาะยอดขายที่แท้จริงของสหกรณ์ 4,303,820.45 บาท (ไม่รวมรายได้อื่นๆ) และมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในกิจกรรมต่างๆ 3,073,668.56 บาท หรือร้อยละ 71.42 ของยอดขายทั้งหมด และมีกำไรเบื้องต้น 1,230,151.89 บาท (ร้อยละ 28.58) โดยจะเห็นได้ว่ากิจการมีต้นทุนลดลงจากปี 2544 ถึงร้อยละ 7.41 ต้นทุนที่ลดลงเป็นผลให้ผู้ประกอบมีกำไรเพิ่มขึ้นในจำนวนเดียวกัน และกำไรที่เพิ่มขึ้นนี้เป็นผลมาจากมาตรการและนโยบายของรัฐบาลสมัยของ ฯพณฯ ท่าน พล.ต.ท.ดร. ทักษิณ ชินวัตร ในการสนับสนุนสินค้า OTOP และภูมิปัญญาไทย ทำให้สหกรณ์มีโอกาสดำเนินงานแสดงสินค้าตามที่ตั้งใจไว้ เป็นผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้น และสหกรณ์เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ส่งผลให้มีคนมาเยี่ยมชมกิจการมากขึ้น และขายสินค้าที่ห้องแสดงสินค้าของสหกรณ์ได้มากขึ้นเช่นกัน (ตารางที่ 6.2)

ส่วนรายงานงบกำไรขาดทุนของสหกรณ์ไวน์อู๋โม่งคำพูน จำกัด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2545 มียอดขาย 4,303,820.45 บาท หักต้นทุนขาย 2,603,956.46 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 60.50 ของยอดขายทั้งหมด กิจการมีกำไรขั้นต้น 1,699,863.99 บาท (ร้อยละ 39.50) เมื่อหักค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ 250,263.50 บาท (ร้อยละ 5.81) และค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (ไม่รวมดอกเบี้ยจ่ายเงินรับฝาก) 214,588.38 บาท (ร้อยละ 4.99) มีกำไรจากการดำเนินงาน 1,235,012.11 บาท (ร้อยละ 28.70) และบวกรายได้อื่นๆ 82,392.52 บาท (ร้อยละ 1.91) และหักดอกเบี้ยเงินรับฝาก 4,860.22 บาท (ร้อยละ 0.11) กิจการมีกำไรก่อนหักภาษี 1,312,544.41 บาท แต่ผู้ประกอบการไม่ได้เสียภาษี กลับจัดสรรเงินไปใช้ในกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ ค่าบำรุงสันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย เงินปันผลตามหุ้น เงินโบนัสกรรมการและเจ้าหน้าที่ ทุนสะสมเพื่อศึกษาอบรมทางสหกรณ์ ทุนสะสมเพื่อสวัสดิการและสังคม ทุนสะสมเพื่อสร้างสำนักงาน ส่งผลให้กิจการมีกำไรสุทธิลดลงเหลือเพียง 1,141,426.41 บาท หรือร้อยละ 26.52 ของยอดขายทั้งหมด โดยแสดงรายละเอียดงบกำไรขาดทุน

ในปี 2546 จากการสัมภาษณ์นางอุสา วีระสะ รองประธานกรรมการ ถึงแนวโน้มผลการดำเนินงานของสหกรณ์ อาจมียอดขายลดลง เนื่องจากปัจจุบันมีคู่แข่งมากขึ้นทั้งในพื้นที่เดียวกัน และทั่วประเทศ ผู้ผลิตแต่ละรายผลิตสินค้าคล้ายคลึงกันออกจำหน่าย และแข่งขันตัดราคาขายกันเอง ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าได้มากขึ้น ขณะเดียวกันการผลิตสินค้าของสหกรณ์ยังไม่ค่อยได้มาตรฐาน กล่าวคือ รสชาติของไวน์ที่หมักได้แต่ละครั้งของสินค้าชนิดเดียวกันได้คุณภาพที่แตกต่างกัน จากเหตุที่กล่าวมาข้างต้นเป็นผลให้ยอดขายของสหกรณ์ลดลง

ตารางที่ 6.2 ยอดขายและผลการดำเนินงานของสหกรณ์ไวน์อูโมงค์ลำพูน จำกัด

รายการ	2544	2545
1. จำนวนสมาชิก (คน)	43	110
2. ทุนเรือนหุ้น (บาท)	144,000.00	377,000.00
3. การรวบรวมวัตถุดิบ (บาท)	324,601.00	1,074,910.50
4. รายได้และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (บาท)		
4.1 รายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	388,679.03	4,303,820.45
4.2 รายได้อื่นๆ	-	82,392.52
4.3 ต้นทุนขาย	280,414.18	2,603,956.46
4.4 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	25,955.48	219,448.60
4.5 ค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ	-	250,263.50
4.6 กำไร (ขาดทุน) เบื้องต้น	82,309.37	1,312,544.41
5. หักเงินปันผลและค่าใช้จ่ายอื่นๆ (บาท)		
หัก ค่าบำรุงสันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย	4,115.47	10,000.00
เงินปันผลตามหุ้น	9,066.66	26,118.00
เงินโบนัสกรรมการและเจ้าหน้าที่	8,200.00	105,000.00
ทุนสะสมเพื่อศึกษาอบรมทางสหกรณ์	8,000.00	10,000.00
ทุนสะสมเพื่อสวัสดิการและสังคม	8,000.00	10,000.00
ทุนสะสมเพื่อสร้างสำนักงาน	8,000.00	10,000.00
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	36,927.24	1,141,426.41
6. ทุนดำเนินการ (บาท)	180,927.24	1,518,426.41

ที่มา: รายงานกิจการ งบดุล งบกำไรขาดทุน สหกรณ์ไวน์อูโมงค์ลำพูน จำกัด, 2545

สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด
งบกำไรขาดทุน
สำหรับสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2545

	(บาท)	(%)
ขาย /บริการ	4,303,820.45	100.00
<u>หัก</u> ต้นทุนขาย (งบต้นทุนขาย)	2,603,956.46	60.50
กำไร ขั้นต้น	1,699,863.99	39.50
ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน		
<u>หัก</u> ค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ (ด้านการตลาด)	250,263.50	5.81
กำไร เฉพาะธุรกิจ (รายละเอียด 1-2)	1,449,600.49	33.68
<u>หัก</u> ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (รายละเอียด 4 ไม่รวม	214,588.38	4.99
ดอกเบี้ยจ่ายเงินรับฝาก)		
กำไร จากการดำเนินงาน	1,235,012.11	28.70
<u>บวก</u> รายได้อื่นๆ (รายละเอียด 3)	82,392.52	1.91
<u>หัก</u> ดอกเบี้ยจ่ายเงินรับฝาก	4,860.22	0.11
กำไรก่อนหักภาษี	1,312,544.41	30.50
<u>หัก</u> ภาษี	0.00	0.00
กำไรหลังหักภาษี	1,312,544.41	30.50
<u>หัก</u> เงินปันผล	0.00	0.00
กำไรสุทธิ	1,312,544.41	30.50

ที่มา: รายงานกิจการ งบดุล งบกำไรขาดทุน สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด , 2545

สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด
งบต้นทุนขาย
สำหรับสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2545

ธุรกิจผลิตสุราผลไม้	(บาท)
สินค้าคงเหลือต้นปี	2,880.00
บวก ซื้อสินค้า	29,390.00
ต้นทุนการผลิต(งบต้นทุนการผลิต)	2,770,981.32
อากรแสตมป์	320,146.14
รวม	3,123,397.46
หัก สินค้าคงเหลือสิ้นปี	
- สินค้าสภาพปกติ	66,085.00
- สินค้าระหว่างผลิต	453,356.00
ต้นทุนขาย	2,603,956.46

ที่มา: รายงานกิจการ งบดุล งบกำไรขาดทุน สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด, 2545

สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด
งบต้นทุนการผลิต
สำหรับสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2545

	(บาท)
วัตถุดิบคงเหลือต้นปี	145,000.00
ซื้อวัตถุดิบ	951,126.00
รวม	1,096,126.00
หัก วัตถุดิบคงเหลือสิ้นปี	
- วัตถุดิบสภาพปกติ	21,215.50
วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	1,074,910.50
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	
ค่าแรงงาน	427,038.00
ค่าแก๊ส	21,860.00
ค่าสารเคมี	166,954.60
วัสดุเกี่ยวกับการผลิตและบรรจุ	827,707.50
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์การผลิต	67,934.24
ค่าตกแต่งโรงงาน	32,000.00
ค่าเช่าโรงงาน	50,000.00
ค่าเช่าโกดังเก็บวัตถุดิบ	7,656.00
ค่าไฟฟ้า	59,661.00
ค่าใช้จ่ายทั่วไป	3,249.00
ต้นทุนการผลิต	2,770,981.32

ที่มา: รายงานกิจการ งบดุล งบกำไรขาดทุน สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด, 2545

รายละเอียดประกอบการเงิน 1

รายละเอียดกำไร (ขาดทุน) เฉพาะธุรกิจผลิตสุราผลไม้ ปี 2545

	(บาท)	(%)
ขายไวน์	4,261,002.00	99.19
ขายตะกร้า	13,275.00	0.31
ขายบาร์ไวน์	21,690.00	0.50
รวม	4,295,967.00	100.00
หัก ต้นทุนขาย	2,603,956.46	60.61
กำไรขั้นต้น	1,692,010.54	39.39
หัก ค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ		
- หักค่าใช้จ่ายในการขาย	69,639.00	1.62
- หนี้สงสัยจะสูญลูกหนี้การค้า	26,841.50	0.62
- ค่าขนส่งสินค้า	3,020.00	0.07
- วัสดุส่งเสริมการขาย	94,303.00	2.20
- ค่าใช้จ่ายในการขออนุญาตผลิตและจำหน่ายสุรา	38,460.00	0.90
- ค่าแผ่นพับ	18,000.00	0.42
รวมค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ	250,263.50	5.83
กำไรเฉพาะธุรกิจ	1,441,747.04	33.56

ที่มา: รายงานกิจการ งบดุล งบกำไรขาดทุน สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด , 2545

รายละเอียดประกอบการเงิน 2

รายละเอียดกำไร (ขาดทุน) เฉพาะธุรกิจ ปี 2545

	(บาท)	(%)
ดอกเบี้ยรับจากเงินให้กู้ - ค้างรับ	7,853.45	0.00
รวม	7,853.45	0.00
กำไรเฉพาะธุรกิจ	7,853.45	0.00

ที่มา: รายงานกิจการ งบดุล งบกำไรขาดทุน สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด , 2545

รายละเอียดประกอบการเงิน 3

รายละเอียดรายได้อื่นๆ ปี 2545

	(บาท)	(%)
ดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร	699.52	0.01
ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	7,300.00	0.17
รายได้เบ็ดเตล็ด	74,393.00	1.73
รวม	82,392.52	1.91

ที่มา: รายงานกิจการ งบดุล งบกำไรขาดทุน สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด , 2545

รายละเอียดประกอบการเงิน 4

รายละเอียดค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ปี 2545

	(บาท)	(%)
เงินเดือนและค่าจ้าง	37,000.00	0.86
ค่ารับรอง	5,230.00	0.12
ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์	25,580.00	0.59
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	5,495.49	0.13
ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์	1,330.00	0.03
ค่าใช้จ่ายในการศึกษาอบรม	32,650.00	0.76
ค่าโทรศัพท์	12,225.96	0.28
ค่าตอบแทนกรรมการ	6,680.00	0.16
ค่าใช้จ่ายทั่วไป	75,318.75	1.75
ประกันสังคม	13,078.18	0.30
ดอกเบี้ยจ่ายเงินรับฝาก	4,860.22	0.11
รวม	219,448.60	5.10

ที่มา: รายงานกิจการ งบดุล งบกำไรขาดทุน สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด , 2545

สถานภาพทางการเงิน

สถานภาพทางการเงินของสหกรณ์ พิจารณาจาก งบดุล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2545 พบว่า มีสินทรัพย์หมุนเวียนมากกว่าหนี้สินหมุนเวียนจำนวน 611,711.48 บาท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าระยะสั้นกิจการสามารถชำระหนี้คืนให้กับเจ้าหนี้ได้อย่างแน่นอน ส่วนระยะยาวทุนของ สหกรณ์มีมากกว่าสินทรัพย์ระยะยาว ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถที่จะลงทุนเพิ่มขยายกิจการเพิ่มขึ้นได้อีก ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าธุรกิจมีสถานภาพทางการเงินอยู่ในเกณฑ์ดี

สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด

งบดุล

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2545

สินทรัพย์	(บาท)	หนี้สินและทุนของสหกรณ์	(บาท)
สินทรัพย์หมุนเวียน		หนี้สินหมุนเวียน	
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	55,502.38	เจ้าหนี้การค้า	68,720.00
ลูกหนี้ระยะสั้น - สุทธิ	633,488.50	ส่วนของหนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี	87,500.00
ดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมรับ	7,853.45	เงินรับฝากออมทรัพย์	329,860.22
สินค้าคงเหลือ	540,656.50	ค่าบำรุงสันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย	4,115.47
วัสดุคงเหลือ	134,442.00	หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	7,535.66
		รวมหนี้สินหมุนเวียน	497,731.35
		หนี้สินระยะยาว	262,500.00
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,543,060.83	รวมหนี้สิน	760,231.35
สินทรัพย์ระยะยาว		ทุนของสหกรณ์	
เงินลงทุนระยะยาว	1,000.00	ทุนเรือนหุ้น (มูลค่าหุ้นละ 10 บาท)	
ลูกหนี้เงินกู้ - ระยะยาว	262,500.00	หุ้นที่ชำระเต็มมูลค่าแล้ว	377,000.00
อุปกรณ์ - สุทธิ	656,100.25	ทุนสำรอง	116,927.24
ค่าตกแต่งโรงงานรอตจ่าย	128,041.92	ทุนสะสมตามข้อบังคับระเบียบและอื่นๆ	24,000.00
		กำไรสุทธิประจำปี	1,141,426.41
รวมสินทรัพย์ระยะยาว	1,047,642.17	รวมทุนของสหกรณ์	1,830,471.65
รวมสินทรัพย์	2,419,585.00	รวมหนี้สินและทุนของสหกรณ์	2,419,585.00

ที่มา: รายงานกิจการ งบดุล งบกำไรขาดทุน สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด, 2545

6.1.4 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือ

ปัญหาด้านการเงิน

จากการวิเคราะห์พบว่า การเงินของสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นหน้าที่ของพนักงานลูกจ้างรายวันฝ่ายตลาด ซึ่งอาจก่อให้เกิดความไม่โปร่งใสในการบริหารงานหรือปัญหาตามมาภายหลังได้ โดยเฉพาะเหรียญที่รับผิดชอบการเงินโดยตรง แต่กลับไม่ได้ทำหน้าที่อย่างเต็มที่กับสิ่งที่สมาชิกมอบหมายและไว้วางใจให้เข้ามาทำงานในตำแหน่งดังกล่าว

ความต้องการความช่วยเหลือ

ในการบริหารการเงินและการจัดทำบัญชีสหกรณ์มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเป็นอยู่อย่างดี จึงไม่ต้องการความช่วยเหลือด้านการเงิน

6.1.5 สักยภาพทางการเงิน

ในการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาของกิจการมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 388,679.03 บาท ในปี 2544 และเพิ่มขึ้นเป็น 4,303,820.45 บาท ในปี 2545 โดยมีการกำไรสุทธิจากการประกอบการ 36,927.24 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 1,141,426.41 บาท เบื้องต้นจะเห็นได้ว่ากิจการมีกำไรสุทธิค่อนข้างดีมีเงินทุนเพียงพอที่จะขยายกิจการใหญ่ขึ้นได้ในอนาคต อย่างไรก็ตามกำไรสุทธิเพียงอย่างเดียวไม่สามารถชี้ให้เห็นศักยภาพทางการเงินของสหกรณ์ได้อย่างแท้จริง ดังนั้นจึงได้วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินในด้านต่างๆ (ตารางที่ 6.3)

1. อัตราส่วนสภาพคล่อง พบว่า มีอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน 2.76 เท่า โดยปกติมากกว่า 1 จะดี แต่ถ้ามากเกินไป ต้องพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมว่าสินทรัพย์หมุนเวียนอยู่ในรายการใด ซึ่งอยู่ในรายการสินค้าคงคลังและวัสดุคงเหลือมีมากก็อาจจะส่งผลเสียให้กิจการได้ เพราะต้องมีต้นทุนการเก็บรักษาและการหมกอายุของสินค้าได้ สำหรับสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัดแล้ว อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนที่สูงยังอยู่ในเกณฑ์เสี่ยง เพราะมีสินค้าคงคลังและวัสดุคงคลังเป็นมูลค่าถึง 675,098.50 บาท เมื่อพิจารณาอัตราส่วนสภาพคล่องระยะสั้นที่ตัดสินค้าคงคลังออกมีค่าเท่ากับ 1.40 เท่า ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี แต่อัตราส่วนของกระแสเงินสดมีค่าค่อนข้างต่ำ คือ 0.11 เท่า แสดงว่าเงินสดที่กิจการมีอยู่เป็นเงินสดในส่วนของหนี้สินมากกว่าของกิจการเอง ส่วนการวิเคราะห์ทุนหมุนเวียนเท่ากับ 874,211.48 บาท จากการวิเคราะห์ดัชนีชี้วัดทั้งหมดอัตราส่วนสภาพคล่องของกิจการอยู่ในเกณฑ์ดี

2. อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน จากการวิเคราะห์พบว่า มีประสิทธิภาพค่อนข้างต่ำ เนื่องจากกิจการมีลูกหนี้และเจ้าหนี้การค้าเกิดขึ้นทุกๆ 2 วัน ขณะเดียวกันระยะเวลาในการเก็บหนี้จากลูกหนี้ยาวถึง 182.5 วัน รวมทั้งอัตราหมุนเวียนของ

สินค้าคงคลังเฉลี่ย 4.82 ครั้ง หมายถึง สหกรณ์สามารถขายสินค้าได้เพียง 4.82 ครั้งต่อปี ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ และมีอายุสินค้าหรือระยะเวลาเก็บสินค้าไว้ก่อนขายยาวถึง 75.78 วัน ประกอบกับ 1 รอบธุรกิจใช้เวลาถึง 258.28 วัน ในการขายสินค้าและเก็บเงิน ส่วนอัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ทั้งหมด 1.78 วัน หมายถึง สินทรัพย์ทั้งหมดก่อให้เกิดยอดขาย 1.78 บาท หรือสินทรัพย์ 1 บาท จะก่อให้เกิดยอดขาย 1.78 บาท โดยเป็นเกณฑ์ที่พอใช้ และอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ 4.11 ครั้ง หมายถึง สินทรัพย์ถาวรทั้งหมดจะก่อให้เกิดยอดขาย 4.11 ครั้งต่อปี หรือสินทรัพย์ถาวร 1 บาท จะก่อให้เกิดยอดขาย 4.11 บาท ดัชนีชี้วัดทั้งหมดบ่งชี้ถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานค่อนข้างต่ำ

3. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการกู้ยืม โดยวิเคราะห์จากอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์เท่ากับร้อยละ 31.42 หมายถึงทุก 100 บาทของสินทรัพย์ทั้งหมดสหกรณ์มีภาระผูกพันต้องชำระหนี้ทั้งสิ้น 31.42 บาท ด้านหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 0.46 เท่า แสดงว่าใน 1 บาทของส่วนของผู้ถือหุ้นมีภาระผูกพันต้องชำระหนี้ทั้งสิ้น 0.46 บาท สำหรับหนี้สินระยะยาวต่อเงินลงทุนรวม 0.14 เท่า ซึ่งชี้ให้เห็นว่าเงินที่ใช้ลงทุนทั้งหมดทุกๆ 1 บาท ผู้ประกอบการมีหนี้สินระยะยาวต้องชำระ 0.14 บาท อัตราส่วนแสดงความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย 254.11 เท่า ในทุกๆ 1 บาท ของดอกเบี้ย สหกรณ์มีกำไรจากการดำเนินงานเพื่อชำระดอกเบี้ย 254.11 บาท ทางอัตราส่วนแสดงความสามารถใช้จ่ายประจำวัน 20.68 เท่า หมายถึง กำไรจากการดำเนินงานเป็น 20.68 เท่าของภาระผูกพันทางการเงินที่เป็นค่าใช้จ่ายประจำวัน และดัชนี Degree of Financial Leverage เท่ากับ 1.004 เท่า แสดงว่า ถ้ากำไรจากการดำเนินงานเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้กำไรสุทธิเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1.004 อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ดัชนีชี้วัดทั้งหมดแสดงให้เห็นว่ามีเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ เป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่อสหกรณ์ ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถก่อหนี้เพิ่มขึ้นได้อีก

4. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร วิเคราะห์จากกำไรสุทธิต่อยอดขายร้อยละ 26.52 หมายถึง ในทุกๆ 100 บาท ของการลงทุนจะก่อให้เกิดผลตอบแทน 26.52 บาท อยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนอัตราส่วนกำไรเบื้องต้นต่อยอดขายร้อยละ 39.50 นั้นหมายถึง ในทุกๆ 100 บาท ของยอดขายกิจการมีกำไรเบื้องต้น 39.50 บาท ยังพบว่าอัตราจ่ายเงินปันผลต่อหุ้นเท่ากับร้อยละ 2.29 หมายถึงทุก 1 หุ้น (10 บาท) จะได้รับเงินปันผล 2.29 บาท หรือทุกๆ 100 บาท จะได้รับเงินปันผลประมาณ 23 บาท ซึ่งสูงกว่าธนาคารพาณิชย์ทั่วไปที่จ่ายดอกเบี้ยเงินฝากในปี 2545 ประมาณร้อยละ 5-6 บาทต่อปี จากการวิเคราะห์ตัวเลขดัชนีชี้วัดแสดงให้เห็นว่าธุรกิจมีความสามารถในการทำกำไรอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างดีมาก

5. อัตราส่วนแสดงถึงความสามารถในการทำกำไรและผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุน โดยวิเคราะห์จากอัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) ร้อยละ 47.17 คือ ในทุกๆ

100 บาทของการลงทุนจะก่อให้เกิดผลตอบแทน 47.17 บาท ส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) มีค่าเท่ากับร้อยละ 51.04 หมายถึง ในทุกๆ 100 บาทของสินทรัพย์รวมก่อให้เกิดกำไรจากการดำเนินงาน 51.04 บาท ตัวเลขวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) เท่ากับร้อยละ 68.79 แสดงว่าส่วนของผู้ถือหุ้นทุกๆ 100 บาท มีผลตอบแทนจากการดำเนินงานเกิดขึ้น 68.79 บาท นอกจากนี้ยังวิเคราะห์อัตราส่วนราคาหุ้นต่อผลกำไรมีค่าเท่ากับ 0.33 เท่า แสดงว่ามูลค่าของหุ้นเพิ่มขึ้นจากเดิมหุ้นละ 10 เป็น 10.33 บาท ณ ราคาในปัจจุบันหากมีการซื้อขาย ส่งผลให้ราคาของอัตราผลตอบแทนของเงินปันผลเพิ่มขึ้นเป็น 6.93 บาท ณ ราคาตลาดปัจจุบัน รายละเอียดในการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 6.3 และภาคผนวก ข

จากดัชนีชี้วัดทั้งหมดข้างต้นสรุปได้ว่า กิจกรรมมีศักยภาพด้านการเงินอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี หากผู้ประกอบการสามารถแสดงประสิทธิภาพจากดำเนินงานเพิ่มขึ้นได้อีก จะทำให้สถานะของกิจกรรมมีศักยภาพด้านการเงินดีขึ้นกว่าเดิม

ตารางที่ 6.3 อัตราส่วนทางการเงินของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด

อัตราส่วนทางการเงิน		หน่วย
อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)		
1. อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (current ratio)	2.76	เท่า
2. อัตราส่วนสภาพคล่องระยะสั้น (acid test ratio หรือ quick ratio)	1.40	เท่า
3. อัตราส่วนสภาพคล่องของกระแสเงินสด (cash flow liquidity ratio)	0.11	เท่า
4. เงินหมุนเวียน (working capital)	874,211.48	บาท
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity /Efficiency Ratio)		
5. อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้การค้า (account receivable turnover ratio)	2	ครั้ง
6. ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บหนี้ (average collection period)	182.5	วัน
7. อัตราการหมุนเวียนเจ้าหนี้การค้า	2	ครั้ง
8. ระยะเวลาเฉลี่ยในการชำระหนี้	182.5	วัน
9. อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงคลัง (inventory turnover ratio)	4.82	ครั้ง
10. อายุสินค้า หรือระยะเวลาที่เก็บสินค้าไว้ก่อนขาย (inventory turnover in days)	75.78	วัน
11. 1 รอบธุรกิจ (operating cycle)	258.28	วัน
12. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ทั้งหมด (total asset turnover ratio)	1.78	ครั้ง
13. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (fixed asset turnover ratio)	4.11	ครั้ง

ตารางที่ 6.3 (ต่อ)

อัตราส่วนแสดงความสามารถในการกู้ยืม หรือความเสี่ยงในการกู้ยืม (Debt Ratio or Leverage Ratio)		หน่วย
14. อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (debt ratio)	31.42	%
15. หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (debt /equity : D/E)	0.46	เท่า
16. อัตราส่วนหนี้ระยะยาวต่อเงินลงทุนรวม (long-term debt /total capitalization)	0.14	เท่า
17. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (times interest earning or interested coverage ratio)	254.11	เท่า
18. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการจ่ายค่าใช้จ่ายประจำวัน (fixed chang coverage ratio)	20.68	เท่า
19. Degree of Finance Leverage	1.004	เท่า
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)		
20. อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย (net profit margin)	26.52	%
21. อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย (gross profit margin)	39.50	%
22. อัตราการจ่ายเงินปันผลต่อหุ้น (dividend payout ratio)	2.29	%
อัตราส่วนทางการเงินที่แสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) และผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return to Investors)		
23. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุน (return on invesment : ROI)	47.17	%
24. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (return on totol asset : ROA)	51.04	%
25. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (return on equity : ROE)	68.79	%
26. กำไรต่อหุ้น (earning per share:EPS)	0	%
27. ราคาตลาดต่อหุ้น หรือ อัตราส่วนราคาหุ้นต่อผลกำไร (price to earning ratio)	0.33	%
28. อัตราผลตอบแทนของเงินปันผล (devidend yield)	6.93	%

6.2 การเงินของสหกรณ์ไวน์ป่าขางลำพูน จำกัด

6.2.1 การบริหารและการวางแผนการเงิน

การบริหารการเงิน

กิจการเลือกตั้งนางพรรณิ โตวิชัย เहरुญิก และนางชิดสุกานัน ไชยเวียง ผู้ช่วยहरुญิก เป็นผู้ดูแลและถือเงิน โดยมีข้อกำหนดถือเงินสดในมือได้ไม่เกิน 20,000 บาท ส่วนอำนาจการตัดสินใจประธานจะร่วมกับคณะกรรมการเป็นผู้พิจารณาอนุมัติใช้จ่ายเงิน ในกิจกรรมต่างๆ รายได้จากการจำหน่ายสินค้านำฝากเข้าบัญชีธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) และธนาคารเอเซีย ในนามคณะกรรมการ 3 คน คือ นางพรรณิ โตวิชัย (हरुญิก) นางเรียนเล็ก บุญยัง (รองประธาน) และนางสมิตรา ไชยเวียง (เลขาธิการ) การเบิกจ่ายเงินใช้ลายเซ็นคณะกรรมการ 2 ใน 3 การบริหารการเงินที่ผ่านมาเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอใช้จ่ายในกิจการคณะกรรมการประชุมและมีความเห็นร่วมกันกู้ยืมจากคณะกรรมการบางรายและสมาชิกบางคน โดยจ่ายอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 12 บาทต่อปี และบางรายจ่ายดอกเบี้ยสูงถึงร้อยละ 24 บาทต่อปี หากมีความจำเป็นเร่งด่วนประธานจะใช้จ่ายเงินทุนตนเองสำรองจ่ายก่อน และสหกรณ์ชำระคืนภายหลังเมื่อมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้า

การวางแผนการเงิน

คณะกรรมการทุกคนร่วมกันวางแผนกำหนดทิศทางการดำเนินงานและค่าใช้จ่ายกิจการ โดยมีการประมาณรายรับ - รายจ่าย รอบบัญชีเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน สิ้นสุด 30 มิถุนายนของทุกปี ซึ่งการวางแผนการเงินและการดำเนินงานมีการกำหนดเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรแบ่งตามหมวดหมู่ไว้อย่างชัดเจน ในการประมาณค่าใช้จ่ายของแต่ละปีมาจากค่าใช้จ่ายจริงของปีที่ผ่านมาเป็นเกณฑ์ จากรายงานกิจการที่ต้องรายงานผลให้กับสมาชิกทุกคนรับทราบเมื่อสิ้นปี ในปี 2547 มีแผนการรวบรวมผลผลิตลำไยอบแห้ง และแปรรูปลำไยอบแห้งเพิ่มขึ้นนอกเหนือจากผลิตและจำหน่ายไวน์ เพื่อเป็นรายได้เพิ่มให้กับสหกรณ์อีกช่องทางหนึ่ง (ตารางที่ 6.4) ในกิจกรรมเกี่ยวกับการผลิตและจำหน่ายไวน์ สหกรณ์ประมาณการรายได้ - รายจ่าย ในการดำเนินงานประจำปี สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2547 เป็นรายรับทั้งสิ้น 952,500 บาท รายจ่ายรวม 766,500 บาท และกำไรสุทธิ 186,000 บาท (ตารางที่ 6.2)

ตารางที่ 6.4 แผนงานประจำปี 2547 ของสหกรณ์ไวน์ป่าช้างลำพูน จำกัด

รายการ	ปริมาณ	หน่วย
1. รับสมาชิกใหม่	50	คน
2. ให้การศึกษาอบรม		
- สมาชิก	3	ครั้ง
- คณะกรรมการดำเนินงาน	6	ครั้ง
3. ระดมทุนเรือนหุ้นจากสมาชิก	500,000	บาท
4. รวบรวมผลิตผลลำไยอบแห้ง	30,000,000	บาท
5. แปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ จากลำไยอบแห้ง	300,000	บาท
6. จำหน่ายสินค้าประเภทไวน์ผลไม้	650,000	บาท

ที่มา: รายงานกิจการประจำปี 2546 สหกรณ์ไวน์ป่าช้างลำพูน จำกัด

6.2.2 แหล่งเงินทุน

เมื่อสิ้นสุดปีบัญชี 30 มิถุนายน 2546 สหกรณ์ไวน์ป่าช้างลำพูน จำกัด มีสมาชิกจำนวน 125 คน มีทุนเรือนหุ้น 19,452 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท เป็นเงินทั้งสิ้น 194,520 บาท ระหว่างดำเนินงานเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอในการทำกิจกรรม คณะกรรมการจึงกู้ยืมเงินจากสมาชิก จำนวน 270,000 บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 12 ต่อปี แต่สำหรับนางสาวงามนิจจ่าย ดอกเบี้ยร้อยละ 24 บาทต่อปี กิจการกู้ยืมจากสมาชิกดังนี้

1. นางเรียมเล็ก บุญยัง	จำนวน	20,000	บาท
2. นางสุมิตรา ไชยเวียง	จำนวน	20,000	บาท
3. นางจิตสุภางค์ ไชยเวียง	จำนวน	20,000	บาท
4. นางกัลยาณี สุภกา	จำนวน	20,000	บาท
5. นางพัชรี วิญญายอง	จำนวน	50,000	บาท
6. น.ส.ยุพิน สว่างแก้ว	จำนวน	70,000	บาท
7. น.ส.งามนิจ พะวงเพชร	จำนวน	70,000	บาท

แต่เงินกู้ยืมดังกล่าวไม่เพียงพอสำหรับการบริหารงาน ประธานจึงใช้เงินตนเองเป็นเงินยืมทดรองจ่ายอีกจำนวน 206,927.86 บาท

ตารางที่ 6.5 ประมาณการรายได้ – รายจ่าย สหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด ในการดำเนินงาน
ประจำปีสิ้นสุด 30 มิถุนายน 2547

รายการ	งบประมาณ (บาท)
รายรับ	
1. ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	2,500
2. รายได้จากการจำหน่ายไวน์	650,000
3. รายได้จากการแปรรูปผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง	300,000
รวมรายรับ	952,500
รายจ่าย	
1. ต้นทุนธุรกิจซื้อ	650,000
2. หมวดค่าตอบแทน	
- ค่าตอบแทนผู้ตรวจสอบกิจการ	3,000
- ค่าเบี้ยเลี้ยงประชุมคณะกรรมการ	6,000
3. หมวดค่าใช้จ่าย	
- ค่าเบี้ยเลี้ยง	5,000
- ค่ารับรอง	10,000
- ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์	8,000
- ค่าส่งเสริมการขาย	10,000
- ค่าถ่ายเอกสาร	500
4. หมวดค่าสาธารณูปโภค	
- ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และค่าโทรศัพท์	72,000
5. หมวดรายจ่ายอื่นๆ	
- ค่าใช้จ่ายทั่วไปนอกเหนือจากหมวดอื่นๆ	2,000
รวมรายจ่าย	766,500
กำไรสุทธิ	186,900

ที่มา: รายงานกิจการประจำปี 2546 สหกรณ์ไวน์ป่าซางลำพูน จำกัด

6.2.3 ผลการดำเนินงานและสภาพทางการเงิน

ผลการดำเนินงาน

เมื่อสิ้นปีบัญชี 30 มิถุนายน 2546 สหกรณ์ไวน้ำป่าซางลำพูน จำกัด ขาดทุนก่อนหักค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจำนวน 188,097.40 บาท และมีค่าใช้จ่ายดำเนินงาน 415,278.73 บาท ส่งผลให้สหกรณ์ขาดทุนสุทธิ 603,379.31 บาท (ตารางที่ 6.6) สาเหตุที่ขาดทุนมากเนื่องจากกิจการถูกอุทกภัยน้ำท่วมทำให้อุปกรณ์ในการผลิตไวน์และสินค้าเสียหายเสื่อมชำรุด ไม่สามารถบรรจุนำไปจำหน่ายได้ รายละเอียดตามหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 1.

ตารางที่ 6.6 ผลการดำเนินงานสหกรณ์ไวน้ำป่าซางลำพูน จำกัด

รายการ	ณ 30 มิ.ย 2546
1. จำนวนสมาชิก (คน)	125
2. ทุนเรือนหุ้น (บาท)	194,520.00
3. ทรัพย์สินอื่น : อุปกรณ์ (บาท)	82,291.49
4. หนี้สิน	
- เงินกู้ยืม	270,000.00
- การค้า	210,050.00
- เงินยืมทดลอง	206,927.86
- ค่าเช่าสำนักงานค้างจ่าย	60,790.00
5. รายได้ - ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (บาท)	
- รายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	(188,097.40)
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	415,278.73
- กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(603,376.13)
6. ทุนดำเนินการ (บาท)	338,911.73

ที่มา: รายงานกิจการประจำปี 2546 สหกรณ์ไวน้ำป่าซางลำพูน จำกัด

สหกรณ์ไวน์ป่าช้างลำพูน จำกัด

งบกำไรขาดทุน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2546

	บาท	%
ขายสินค้า	592,930.00	100
หัก ต้นทุนขาย (งบต้นทุนขาย)	787,285.92	132.78
ขาดทุนขั้นต้น	(194,355.92)	(32.78)
บวก รายได้อื่น (รายละเอียด 1)	6,258.52	1.06
ขาดทุน ก่อนหักค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	(188,097.40)	(31.72)
หัก ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (รายละเอียด 2)	415,278.73	70.04
ขาดทุนสุทธิ	(603,376.13)	(101.76)

ที่มา: รายงานกิจการประจำปี 2546 สหกรณ์ไวน์ป่าช้างลำพูน จำกัด

สหกรณ์ไวน์ป่าช้างลำพูน จำกัด

งบต้นทุนขาย

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2546

	บาท
ธุรกิจผลิตสุราผลไม้	
ซื้อสินค้า	136,450.00
บวก ต้นทุนการผลิต	673,016.51
ถาวรแสดมปี	87,113.04
รวม	896,579.55
หัก สินค้าคงเหลือสิ้นปี	
สินค้าสภาพปกติ	109,293.63
ต้นทุนขาย	787,285.92

ที่มา: รายงานกิจการประจำปี 2546 สหกรณ์ไวน์ป่าช้างลำพูน จำกัด

สหกรณ์ไวน้ำป่าขางลำพูน จำกัด

งบต้นทุนผลิต

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2546

	บาท
ซื้อวัตถุดิบ	219,488.50
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	
ค่าแรงงาน	158,094.50
ค่าน้ำ - ค่าไฟ	26,842.00
ค่าใช้จ่ายโรงงาน	544.00
วัสดุเกี่ยวกับการผลิตและการบรรจุ	233,377.30
ค่าเสื่อมราคา - อุปกรณ์การผลิต	9,867.36
ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์	953.15
ค่าวิเคราะห์ไวน์	23,850.00
รวม	453,528.01
ต้นทุนการผลิต	673,016.51

ที่มา: รายงานกิจการประจำปี 2546 สหกรณ์ไวน้ำป่าขางลำพูน จำกัด

รายละเอียดประกอบการเงิน 1

รายละเอียดรายได้อื่นๆ

	ปี 2546	
	บาท	%
ดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร	8.52	0.001
ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	6,250.00	1.054
รวม	6,258.52	1.056

ที่มา: รายงานกิจการประจำปี 2546 สหกรณ์ไวน้ำป่าขางลำพูน จำกัด

รายละเอียดประกอบการเงิน 2

รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

	ปี 2546	
	บาท	%
ค่าติดตั้งเครื่องปรับอากาศ	2,000.00	0.337
ค่าธรรมเนียมขออนุญาตผลิตไวน์ผลไม้	5,550.00	0.936
ค่าบริจาค	3,500.00	0.590
ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์	7,005.00	1.181
ค่าใช้จ่ายประชาสัมพันธ์	24,412.00	4.117
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	15,942.00	2.689
ค่าโทรศัพท์	6,568.73	1.108
ค่ารับรอง	5,200.00	0.877
ค่าศึกษาดูงาน	4,276.00	0.721
ค่าตอบแทน	29,000.00	4.891
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	1,732.50	0.292
ค่าพาหนะ	160.00	0.027
ค่าขนส่ง	4,000.00	0.675
ดอกเบี้ยจ่าย	33,600.00	5.667
ค่าเช่าสำนักงาน	120,000.00	20.238
หนี้สงสัยจะสูญ - ลูกหนี้การค้า	3,607.50	0.608
ค่าส่งเสริมการขาย	148,725.00	25.083
รวม	415,278.73	70.038

ที่มา: รายงานกิจการประจำปี 2546 สหกรณ์ไวน์ป่าขางลำพูน จำกัด

สหกรณ์ไวน้ำป่าซางลำพูน จำกัด

งบดุล

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2546

สินทรัพย์	หมายเหตุ	บาท
สินทรัพย์หมุนเวียน		
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	3	4,956.11
ลูกหนี้ระยะสั้น - สุทธิ	4	68,542.50
สินค้าคงเหลือ		109,293.63
วัสดุคงเหลือ		73,828.00
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		256,620.24
สินทรัพย์ถาวร		
อุปกรณ์ - สุทธิ		82,291.49
รวมสินทรัพย์		338,911.73
หนี้สินและทุนของสหกรณ์		
หนี้สินหมุนเวียน		
เจ้าหนี้เงินกู้ยืม	5	270,000.00
เจ้าหนี้การค้า		210,050.00
เจ้าหนี้เงินยืมทดลอง		206,927.86
ค่าใช้จ่ายสำนักงานค้างจ่าย		60,790.00
รวมหนี้สินหมุนเวียน		747,767.86
รวมหนี้สิน		747,767.86
ทุนของสหกรณ์		
ทุนเรือนหุ้น (มูลค่าหุ้นละ 10 บาท)		
หุ้นที่ชำระเต็มมูลค่าแล้ว		194,520.00
ขาดทุนสุทธิประจำปี		(603,376.13)
รวมทุนของสหกรณ์		(408,856.13)
รวมหนี้สินและทุนของสหกรณ์		338,911.73

หมายเหตุประกอบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้ด้วย

ที่มา: รายงานกิจการประจำปี 2546 สหกรณ์ไวน้ำป่าซางลำพูน จำกัด

สหกรณ์ไวน้ำป่าข้างลำพูน จำกัด

หมายเหตุประกอบการเงิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2546

1. สรุปนโยบายการบัญชีที่สำคัญ

- สหกรณ์บันทึกบัญชีโดยใช้เกณฑ์ทำรับทำจ่าย
- สหกรณ์ตีราคาสินค้าสำเร็จรูป ตามต้นทุนเฉลี่ย ซึ่งใกล้เคียงกับต้นทุนผลิตในปัจจุบัน
- สหกรณ์ตีราคาสินค้าคงเหลือตามราคาทุนหรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า โดยคำนวณราคาทุนตามวิธีเข้าก่อนออกก่อน
- ระหว่างปีสหกรณ์ถูกอุทกภัยน้ำท่วมทำให้สินค้าเสียหาย เสื่อมชำรุดไม่สามารถบรรจุออกจำหน่ายได้ มติที่ประชุมคณะกรรมการดำเนินการ วันที่ 26 พฤศจิกายน 2545 และ วันที่ 2 กรกฎาคม 2546 ดังนี้

ไวน้ำล้นจี	134	ถึง	ราคาทุนถึงละ	225	บาท	ขายถึงละ	800	บาท
ไวน้ำกระท้อน	63	ถึง	ราคาทุนถึงละ	300	บาท	ขายถึงละ	800	บาท
ไวน้ำลูกหว้า	41	ถึง	ราคาทุนถึงละ	325	บาท	ขายถึงละ	800	บาท
ไวน้ำผลไม้รวม	14	ถึง	ราคาทุนถึงละ	400	บาท	ขายถึงละ	800	บาท
ไวน้ำลำไย	1,008	ขวด	ราคาทุนขวดละ	15	บาท	ขายขวดละ	80	บาท

- สหกรณ์ตีวัสดุคงเหลือตามราคาทุน
 - ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์คำนวณโดยวิธีเส้นตรง ในอัตราที่กำหนดไว้ในระเบียบนายทะเบียน สหกรณ์ว่าด้วยการบัญชีของสหกรณ์ พ.ศ. 2542
 - ระหว่างปีสหกรณ์ถูกอุทกภัยน้ำท่วมทำให้ถังใส่ไวน้ำสีฟ้าขนาดบรรจุ 150 ลิตร จำนวน 4 ถัง ราคาทุน 980 บาท
 - ค่าเช่าบ่มารุง ค่าซ่อมแซม รวมทั้งการซื้อมาเปลี่ยนแทนสำหรับทรัพย์สินรายการย่อยๆ ถือเป็นค่าใช้จ่ายหักจ่ายได้
 - สหกรณ์ตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญไว้ในจำนวนที่เพียงพอสำหรับการขาดทุนซึ่งอาจเกิดขึ้น โดยวิธีคิดเป็นร้อยละของลูกหนี้ ณ วันสิ้นปี
2. สหกรณ์ได้รับการจดทะเบียนเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2545 โดยมีปีทางบัญชีสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน ของทุกปี ในปีปัจจุบันมีระยะเวลาในการดำเนินงานรวม 11 เดือน

3. เงินสดและเงินฝากธนาคาร ประกอบด้วย

เงินสด	999.59	บาท
เงินฝากธนาคาร	<u>3,956.52</u>	บาท
รวม	<u>4,956.11</u>	บาท

4. ลูกหนี้ระยะสั้นสุทธิ ประกอบด้วย

ลูกหนี้การค้า	72,150.00	บาท
หัก ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	<u>3,607.50</u>	บาท
ลูกหนี้ระยะสั้น – สุทธิ	<u>68,542.50</u>	บาท

5. เงินกู้ยืม ประกอบด้วย

เงินกู้ยืม 270,000.00 บาท

โดยระหว่างปีสหกรณ์กู้จากสมาชิก และสัญญาว่าจะจ่ายดอกเบี้ยให้ร้อยละ 12 บาทต่อปี

1. นางเรียบเล็ก บุญยัง	จำนวน	20,000	บาท
2. นางสุมิตรา ไชยเวียง	จำนวน	20,000	บาท
3. นางจิตสุภางัน ไชยเวียง	จำนวน	20,000	บาท
4. นางกัลยาณี ศุภกา	จำนวน	20,000	บาท
5. นางพัชรี วิญญูของ	จำนวน	50,000	บาท
6. น.ส.ยุพิน สว่างแก้ว	จำนวน	70,000	บาท
7. น.ส.งามนิจ พะวงเพชร	จำนวน	70,000	บาท

หมายเหตุ: เงินกู้ น.ส. งามนิจ จ่ายอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 24 : คณะกรรมการดำเนินงานทั้งหมด
คำประกัน

6.2.4 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือ

ปัญหาด้านการเงิน

กิจการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนใช้จ่ายดำเนินงาน จึงต้องกู้เงินจากสมาชิกและจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูงถึงร้อยละ 12 แต่บางรายสูงถึงร้อยละ 24 ประกอบกับสินค้าจำหน่ายได้น้อย ทำให้ต้องค้างจ่ายดอกเบี้ยและค่าเช่าสถานที่ผลิต ซึ่งปัญหาดังกล่าวส่งผลให้การดำเนินงานขาดทุน และพื้นตัวเข้าสู่ภาวะปรกติถึงขั้นมีกำไรได้ช้า

ความต้องการความช่วยเหลือ

ผู้ประกอบการต้องการความช่วยเหลือจากรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำหรับกู้ยืมเงินประมาณ 300,000 บาท ปลอดดอกเบี้ย และระยะเวลาชำระคืนยาว เพื่อให้หมุนเวียนใช้จ่ายในกิจการ

6.2.5 ศักยภาพทางการเงิน

ในการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาของสหกรณ์ประสบปัญหาขาดทุนสูงถึง 603,376.13 บาท ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องและฐานะทางการเงินของกิจการ เมื่อพิจารณาอัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน (ตารางที่ 6.4) ที่ชี้ให้เห็นฐานะทางการเงินและประสิทธิภาพการดำเนินงานของสหกรณ์ ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏดังนี้

1. อัตราส่วนสภาพคล่อง อยู่ในระดับต่ำมีอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน 0.34 เท่า อัตราส่วนสภาพคล่องระยะสั้น 0.10 และอัตราส่วนสภาพคล่องของกระแสเงินสด 0.01 รวมทั้งทุนหมุนเวียนสุทธิมีค่าติดลบ 491,147.62 บาท แสดงให้เห็นว่ากิจการประสบปัญหาสภาพคล่องอย่างมาก อาจถึงขั้นต้องหยุดหรือปิดกิจการ หากขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน
2. อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน กิจการมีการจ่ายชำระหนี้ให้กับเจ้าหนี้เร็ว (182.5 วัน) แต่เรียกเก็บหนี้จากลูกค้าได้ช้า (346.75 วัน) อัตราการหมุนเวียนสินค้าคงคลังเฉลี่ย 7.2 ครั้งต่อปี และขายสินค้าได้ 50.67 วันต่อครั้ง เมื่อรวมระยะเวลา 1 รอบธุรกิจเท่ากับ 397.42 วัน ประกอบกับอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ทั้งหมดที่ก่อให้เกิดรายได้ต่ำ ดังนั้นกิจการไม่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน
3. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการกู้ยืม กิจการมีความเสี่ยงในการกู้ยืมสูง เพราะปัจจุบันกิจการมีภาระผูกพันต้องจ่ายชำระหนี้ 220.64 บาทต่อเงินลงทุนทุก 100 บาท และไม่มีความสามารถในการจ่ายอัตราดอกเบี้ย โดยรายได้ทุกๆ 1 บาท มีภาระต้องชำระหนี้สูง 17.96 บาท ขณะเดียวกันปัญหาการขาดทุนการดำเนินงานเป็น 3.15 เท่า ของค่าใช้จ่ายประจำทุก 1 บาท ฉะนั้นกิจการมีความสามารถในการกู้ยืมต่ำมาก และผู้ให้กู้มีความเสี่ยงของเจ้าหนี้สูง
4. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร จากอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขายในเงินทุก 100 บาท ของยอดขายก่อให้เกิดขาดทุนสุทธิ 101.76 บาท ขณะเดียวกันในเงินทุก 100 บาท ก่อให้เกิดขาดทุนสุทธิเบื้องต้นสูงถึง 32.78 บาท จากการขาดทุนทำให้ไม่มีเงินจ่ายปันผลให้กับสมาชิก ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากิจการไม่มีความสามารถทำกำไร

5. อัตราส่วนทางการเงินที่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรและผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น โดยวิเคราะห์จากอัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) และ ส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) ทั้งสองมีค่าเท่ากัน โดยพบว่า ในเงินทุกๆ 100 บาทของการลงทุนจะก่อให้เกิดการขาดทุน 178.03 บาท และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) แสดงให้เห็นว่า ส่วนของ ผู้ถือหุ้นทุกๆ 100 บาท ขาดทุนจากการดำเนินงานเกิดขึ้น 310.19 บาท และอัตราราคาตลาดต่อหุ้นต่อกำไรต่อหุ้นเท่ากับ -0.32 บาท แสดงว่ามูลค่าของหุ้นลดลงเหลือเพียง 9.68 บาท ณ ราคาปัจจุบันเมื่อมีการซื้อขาย

จากดัชนีชี้วัดทั้งหมดข้างต้นสรุปได้ว่า กิจกรรมมีศักยภาพด้านการเงินต่ำ ไม่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน หากผู้ประกอบการไม่ปรับปรุงกิจการและการระดมทุนเพิ่มเพื่อเพิ่มสภาพคล่อง หรือควมรวมกิจการ หรือหาเงินกู้ปลอดดอกเบี้ยวงเงินกู้สูง และระยะเวลาชำระคืนยาว กิจการอาจจะไม่สามารถดำเนินต่อไปได้

ตารางที่ 6.7 อัตราส่วนทางการเงินของสหกรณ์ไวน้ำป่าซางลำพูน จำกัด

อัตราส่วนทางการเงิน		หน่วย
อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)		
1. อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (current ratio)	0.34	เท่า
2. อัตราส่วนสภาพคล่องระยะสั้น (acid test ratio หรือ quick ratio)	0.10	เท่า
3. อัตราส่วนสภาพคล่องของกระแสเงินสด (cash flow liquidity ratio)	0.01	เท่า
4. ทุนหมุนเวียน (working capital)	-491,147.62	บาท
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity /Efficiency Ratio)		
5. อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้การค้า (account receivable turnover ratio)	1.05	ครั้ง
6. ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บหนี้ (average collection period)	346.75	วัน
7. อัตราการหมุนเวียนเจ้าหนี้การค้า	2	ครั้ง
8. ระยะเวลาเฉลี่ยในการชำระหนี้	182.5	วัน
9. อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงคลัง (inventory turnover ratio)	7.20	ครั้ง
10. อายุสินค้า หรือระยะเวลาที่เก็บสินค้าไว้ก่อนขาย (inventory turnover in days)	50.67	วัน
11. 1 รอบธุรกิจ (operating cycle)	397.42	วัน
12. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ทั้งหมด (total asset turnover ratio)	1.75	ครั้ง
13. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (fixed asset turnover ratio)	1.21	ครั้ง

ตารางที่ 6.7 (ต่อ)

อัตราส่วนแสดงความสามารถในการกู้ยืม หรือความเสี่ยงในการกู้ยืม (Debt Ratio or Leverage Ratio)		
14. อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (dept ratio)	220.64	%
15. หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (dept /equity : D/E)	-1.83	เท่า
16. อัตราส่วนหนี้ระยะยาวต่อเงินลงทุนรวม (long-term debt /totol capitalzation)	0.00	เท่า
17. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (times interest earning or interested coverage ratio)	-17.96	เท่า
18. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการจ่ายค่าใช้จ่ายประจำวัน (fixed chang coverage ratio)	-3.15	เท่า
19. Degree of Finance Leverage	0.947	เท่า
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)		
20. อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย (net profit margin)	-101.76	%
21. อัตราส่วนกำไรเบื่องต้นต่อยอดขาย (gross profit margin)	-32.78	%
22. อัตราการจ่ายเงินปันผลต่อหุ้น (dividend payout ratio)	0.00	%
อัตราส่วนทางการเงินที่แสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) และผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return to Investors)		
23. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุน (return on investment : ROI)	-178.03	%
24. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (return on totol asset : ROA)	-178.03	%
25. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (return on equity : ROE)	-310.19	%
26. กำไรต่อหุ้น (earning per share: EPS)	0	%
27. ราคาตลาดต่อหุ้น หรือ อัตราส่วนราคาหุ้นต่อผลกำไร (price to earning ratio)	-0.32	%
28. อัตราผลตอบแทนของเงินปันผล (devidend yield)	0.00	%

6.3 การเงินของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด

6.3.1 การบริหารและการวางแผนการเงิน

การบริหารการเงิน

การบริหารการเงินของสหกรณ์ที่ประชุมแต่งตั้งให้นายสงวน กันทะดี และนางมุกดา เตจ๊ะสา (เหรียญก) เป็นผู้ทำหน้าที่ควบคุมสินค้าคงเหลือ โดยทำหน้าที่ลงทะเบียนสินค้าที่สหกรณ์ผลิตได้และสินค้าที่รับเข้ามาในสหกรณ์ รวมทั้งวัสดุการผลิตทุกประเภท การเบิกจ่ายผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายและวัตถุดิบไปใช้ในการผลิต ในการปฏิบัติงานจริงมีเพียงนางมุกดา และมีหน้าที่ทำบัญชีรับ – จ่าย รวมทั้งทำหน้าที่ควบคุมตรวจสอบบัญชีการใช้จ่ายของสหกรณ์ร่วมกับนางสาวราตรี เขียวกันยะ พนักงานบัญชีลูกจ้างประจำที่ได้รับการอนุมัติจัดจ้างจากที่ประชุม

ในแต่ละวันนางสาวราตรีจะเป็นผู้ทำหน้าที่ทั้งหมดที่กล่าวข้างต้น เพราะอยู่ประจำสำนักงานและร้านจำหน่ายสินค้าของสหกรณ์ และทุกวันศุกร์ของสัปดาห์จะส่งมอบสต็อกควบคุมสินค้าที่เบิกจ่ายไปจำหน่าย การรับสินค้าเข้าสหกรณ์ รายการเบิกจ่ายวัสดุอุปกรณ์การผลิต บัญชี การขายและยอดการรับ – จ่ายเงินที่ขายได้จากร้านค้า ส่งให้นางมุกดาเป็นผู้ตรวจสอบและลงชื่อรับทราบการปฏิบัติงานในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา ถ้ามียอดขายจำนวนมากนางมุกดาจะเป็นผู้นำเงินฝากเข้าธนาคารด้วยตนเอง ที่เปิดบัญชีไว้ในชื่อ สหกรณ์สุราผลไม้และสมุนไพรเหล่าแมวลำพูน จำกัด การเบิกจ่ายเงินดังกล่าวใช้ชื่อประธาน รองประธาน เหรียญก และเลขานุการ โดยใช้ลายเซ็น 2 ใน 4 เป็นผู้เบิกจ่าย อย่างไรก็ตามถ้ายอดขายจำนวนน้อยจะให้พนักงานบัญชีเป็นผู้นำฝากเข้าบัญชีสหกรณ์ ส่วนยอดขายจากการนำผลิตภัณฑ์ออกจากร้านจำหน่ายสินค้านายประวิทย์ เป็นผู้นำมาเคลียบัญชีค่าใช้จ่ายกับพนักงานบัญชีพร้อมกับนางมุกดา ภายใน 7 วัน หลังนำสินค้าไปขาย และเหรียญกเป็นนำเงินคงเหลือทั้งหมดนำฝากธนาคาร

การดำเนินงานสหกรณ์ที่ผ่านประสบปัญหาขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนอยู่เสมอ การแก้ไขปัญหาดังกล่าวส่วนใหญ่ นายประวิทย์ ใช้เงินทุนส่วนตัวสำรองจ่ายก่อน โดยไม่คิดดอกเบี้ยหรือค่าใช้จ่ายใด และสหกรณ์ชำระคืนภายหลังเมื่อมีรายได้จากการขายสินค้า แต่ถ้านายประวิทย์ไม่อยู่หรือมีเงินไม่เพียงพอ นางมลรัตน์ ประธาน จะใช้เงินส่วนตัวสำรองจ่าย เพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไป

การวางแผนการเงิน

กิจการไม่มีการวางแผนการเงิน รายได้จากการขายใช้จ่ายสำหรับค่าใช้จ่ายประจำ เช่น ค่าเช่า ค่าจ้างพนักงานบัญชี ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และค่าโทรศัพท์ หากรายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายเหล่านี้ นายประวิทย์ หรือประธานจะเป็นผู้สำรองจ่ายก่อน และกิจการชำระคืนภายหลังเมื่อมีรายได้จากการขาย อย่างไรก็ตามสหกรณ์จะจ่ายคืนเงินสำรองจ่ายก่อนให้กับประธานและนาย

ประวิณก่อน และนำไปชำระหนี้สมาชิกผู้ผลิตกลุ่มย่อยค่ารับซื้อน้ำไวน์ภายหลัง ตามลำดับ การรับซื้อก่อนหลัง ถ้าเงินคงเหลือไม่เพียงพอจ่ายชำระผู้ขายน้ำไวน์ต้องรอมวตต่อไป กลุ่มผู้ผลิตจึงอยู่ในฐานะเจ้าหนี้การค้า ซึ่งกิจการดำเนินงานแผนการเงินลักษณะนี้เป็นประจำ เพราะขาดสภาพคล่องเงินทุนหมุนเวียน ฉะนั้นแผนการเงินส่วนหนึ่งจึงผลกระทบค่าใช้จ่ายการผลิตให้สมาชิกเป็นผู้ลงทุนแทน และส่งขายน้ำไวน์แก่สหกรณ์เป็นครั้งๆ ไป ตามภาวะตลาดของสหกรณ์ และในการดำเนินงานปี 2545 ที่ผ่านมามีคณะกรรมการชุดใหม่เข้ามาบริหารงานครึ่งปีหลังกิจการยังไม่สามารถปิดบัญชีได้ เนื่องจากติดปัญหาการเคลียบัญชีค่าใช้จ่ายและหนี้สินเก่าที่ติดค้างจากคณะกรรมการชุดเดิม โดยผู้บริหารชุดใหม่ไม่ยอมรับภาระชุดใช้นี้แทนกรรมการชุดเดิม ฉะนั้นจึงส่งผลมาจนถึงปี 2546 ที่ไม่สามารถปิดบัญชีการดำเนินงานกิจการ จึงทำให้ธุรกิจไม่สามารถวางแผนการเงินต่อเนื่องได้ถึงต้นปี 2547

6.3.2 แหล่งเงินทุน

การดำเนินงานที่ผ่านมาเงินลงทุนส่วนใหญ่มาจากการระดมหุ้นของสมาชิกแรกตั้งปี 2544 จำนวน 28 คน ก่อนจดทะเบียนดำเนินงานเป็นสหกรณ์ในปีเดียวกันเปิดรับสมาชิกใหม่เพิ่มขึ้นเป็น 42 คน ถือหุ้นทั้งหมด 2,040 หุ้น (เฉลี่ย 48.57 หุ้นต่อคน) ราคาหุ้นละ 10 บาท เป็นเงินทั้งสิ้น 20,400 บาท ต่อมากลางปี 2545 เปลี่ยนคณะผู้บริหารงานชุดใหม่และเปิดรับสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 71 คน ถือหุ้นทั้งหมด 4,320 หุ้นเป็นเงิน 43,200 บาท ใช้เป็นทุนหมุนเวียนของสหกรณ์แต่ไม่เพียงพอในการดำเนินงาน ฉะนั้นสหกรณ์จึงถึงผลกระทบต้นทุนการผลิตบางส่วนให้สมาชิกผู้ผลิตรับผิดชอบเองลงทุนตามกำลัง ขายน้ำไวน์ให้สหกรณ์แต่ยังไม่ได้รับเงินคืนที่เขาเหล่านี้จึงอยู่ในฐานะเจ้าหนี้แทน ส่วนเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอขายประวิณหรือนางกมลรัตน์สำหรับรองจ่ายก่อน จึงอยู่ในฐานะเจ้าหนี้เงินทดรองจ่าย โดยที่ผ่านมาสหกรณ์ยังไม่เคยกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินมาใช้ในการดำเนินงานหรือขยายการผลิตหรือตลาด

6.3.3 ผลการดำเนินงานและสภาพทางการเงิน

ผลการดำเนินงาน

ในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด โดยเจ้าหน้าที่สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน ในรอบปี 2544 ได้ใช้ข้อมูลสหกรณ์ที่ตรวจสอบบัญชีแล้ว และมีรอบระยะเวลาดำเนินงานตั้งแต่ 23 กรกฎาคม 2544 ถึง 30 พฤศจิกายน 2544 สหกรณ์มีทุนดำเนินงานทั้งสิ้น 27,374 บาท เป็นทุนจากการระดมหุ้น 20,400 บาท (ร้อยละ 75.52) ส่วนที่เหลือเป็นหนี้สิน 6,974 บาท (ร้อยละ 25.48) ประกอบด้วยรายได้รอตัดบัญชี 2,100 บาท เจ้าหนี้ เงินยืมทดรอง 4,874 บาท

ส่วนในรอบปี 2545 ตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2544 – 30 พฤศจิกายน 2545 สหกรณ์ไม่สามารถปิดบัญชีได้ตามกำหนด จึงไม่สามารถนำรายละเอียดข้อมูลให้ผู้ตรวจสอบรับรองงบแล้วมาศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลได้ แต่เจ้าหน้าที่สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูนได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากคณะกรรมการ พบว่า ในรอบปี 2545 สหกรณ์มีทุนดำเนินงานทั้งสิ้น 199,423 บาท แบ่งเป็นทุนจากการระดมหุ้นที่เปิดรับสมาชิกใหม่เพิ่มขึ้น 43,200 บาท (ร้อยละ 21.66) หนี้สิน 156,223 บาท (ร้อยละ 78.34) มาจากเจ้าหนี้การค้า 138,800 บาท และเจ้าหนี้เงินยืมทดลองจ่าย 17,423 บาท

จากที่ผ่านมาสหกรณ์ไม่สามารถปิดบัญชีในรอบปี 2545 ฉะนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงทำการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน และทำการทดลองปิดบัญชี โดยยึดระยะเวลาตามการบริหารงานของคณะกรรมการชุดใหม่ที่มีมติที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2545 เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2545 ให้การรับรองเข้ามาบริหารงาน และในการศึกษาถือวันที่ 31 ธันวาคม 2546 เป็นวันสิ้นสุดรอบบัญชี รวมเป็นระยะเวลา 1 ปี 5 เดือน โดยเรียกว่ารอบปีบัญชี 2546

ผลจากการวิเคราะห์การดำเนินงานโดยยึดระยะเวลาตามการบริหารงานของคณะกรรมการชุดใหม่ พบว่า การจัดทำและลงบันทึกบัญชีของพนักงาน ในสมุดบัญชีรับจ่ายไวน์ สมุดบัญชีขาย และสมุดบัญชีแยกประเภท ไม่ตรงกัน ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงนำบัญชีทั้ง 3 ประเภท มาทำการเปรียบเทียบยอดขาย ปรากฏว่า สมุดบัญชีขายมียอดขายสูงกว่าสมุดบัญชีรับจ่ายไวน์ (รายการจ่าย) จำนวน 1,661 ขวด และสมุดบัญชีแยกประเภท (ยังไม่หักสินค้ารับคืน) มียอดขายต่ำกว่าสมุดบัญชีขาย 16,594 บาท (ตารางที่ 6.8) ขณะเดียวกันทดลองปิดงบกำไรขาดทุนกิจการมีกำไรขั้นต้นเพียง 70,682.22 บาท (ร้อยละ 11.79) แต่ภายหลังจากหักค่าใช้จ่ายการตลาด เฉพาะธุรกิจ ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน และต้นทุนการจัดการ ผู้ประกอบการมีผลการดำเนินงานติดลบเหนือต้นทุน การจัด 763,929.33 บาท เมื่อบวกรายได้อื่นๆ และหักดอกเบี้ยจ่ายเงินรับฝาก ภาษี และเงินปันผล กิจการขาดทุนสุทธิ 749,358.29 บาท จากการลงบันทึกบัญชีไม่เรียบร้อยและผลการดำเนินงานขาดทุน ส่งผลให้การทดลองปิดงบดุลไม่ลงตัว กล่าวคือ สินทรัพย์ไม่เท่ากับหนี้สินบวกทุน โดยกิจการมีสินทรัพย์รวมทั้งหมด 327,930 บาท แต่มีหนี้สินบวกทุนติดลบ 460,978.29 บาท ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ทั้งหมดชี้ให้เห็นว่ากิจการควรปรับปรุงโดยเร่งด่วน

สถานภาพทางการเงิน

สถานภาพทางการเงินของสหกรณ์ พิจารณาจากผลการดำเนินงาน งบกำไรขาดทุน และงบดุล กิจการมีขาดทุนจากการดำเนินงานถึง 749,358.29 บาท ขณะที่หนี้สินหมุนเวียนสูงถึง 245,180 บาท ซึ่งบ่งชี้ถึงกิจการมีสถานภาพทางการเงินที่ย่ำแย่ จำเป็นต้องปรับปรุงกิจการโดยเร่งด่วน มิเช่นนั้นอาจถึงขั้นต้องปิดกิจการ

ตารางที่ 6.8 การเปรียบเทียบการดำเนินงานที่หักบัญชีการขยายของสหกรณ์ไว้ในวงเงินของสำนักงาน จำกัด

เดือน	บัญชีรับจ่ายไว้ (ขาด)			รวมยอดขยาย (สมุด บ-ช ขาย)		บัญชีแยกประเภท		ส่วนต่างการจำหน่าย	
	ยอดยกมา จากเดือนก่อน (1)	รับ (2)	จ่าย (3)	คงเหลือ (4) = ((1)+(2))-(3)	ทั้งหมด (บาท)	ยอดขาย (บาท) (7)	รับคืน (บาท)	(ขาด) (8) = (3)-(5)	(บาท) (9) = (6)-(7)
สิงหาคม	0	0	0	0	100	7,780		-100	0
กันยายน	0	1,389	1,095	294	1,705	146,655		-610	29,090
ตุลาคม	294	1,396	1,131	559	89,087	89,137		-152	-50
พฤศจิกายน	559	715	729	545	647	89,362		82	-40,250
ธันวาคม	545	1,492	1,742	295	1,436	125,952	2,520	306	-16,246
มกราคม	295	0	233	62	367	30,346	5,650	-134	-100
กุมภาพันธ์	62	0	34	28	62	6,384		-28	0
มีนาคม	28	0	11	17	83	8,880		-72	0
เมษายน	17	0	5	12	35	4,005	3,150	-30	0
พฤษภาคม	12	0	0	12	128	11,760		-128	0
มิถุนายน	12	0	0	12	10	1,200	3,060	-10	0
กรกฎาคม	12	0	0	12	16	1,680		-16	0
สิงหาคม	12	405	243	174	331	28,035	36,954	-88	4,445
กันยายน	174	86	147	113	123	11,790	330	24	2,160
ตุลาคม	113	2	10	105	10	1,270		0	0
พฤศจิกายน	105	21	37	89	23	9,780		14	-7,200
ธันวาคม	89	717	266	540	985	60,789		-719	44,745
รวม		6,223	5,683	540	7,344	634,805	51,664	-1,661	16,594
หักสินค้ารับคืน					480	51,664		480	0
รวมคงเหลือ					6,864	583,141		-1,181	16,594

สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด

งบกำไรขาดทุน

สำหรับสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2546

	(บาท)	(%)
ขาย /บริการ	599,735.00	100.00
หัก ต้นทุนขาย (งบต้นทุนขาย)	529,052.78	88.21
กำไร ขั้นต้น	70,682.22	11.79
ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน		0.00
หัก ค่าใช้จ่ายการตลาดเฉพาะธุรกิจ	115,267.55	19.22
กำไร เฉพาะธุรกิจ (รายละเอียด 1)	-44,585.33	-7.43
หัก ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (รายละเอียด 3)	334,954.00	55.85
กำไร จากการดำเนินงาน	-379,539.33	-63.28
หัก ต้นทุนการจัดการ	384,390.00	64.09
กำไรเหนือต้นทุนการจัดการ	-763,929.33	-127.38
บวก รายได้อื่นๆ	15,096.04	2.52
หัก ดอกเบี้ยจ่ายเงินรับฝาก	-	0.00
กำไร ก่อนหักภาษี	-748,833.29	-124.86
หัก ภาษี	525.00	0.09
กำไร หลังหักภาษี	-749,358.29	-124.95
หัก เงินปันผล	-	0.00
กำไรสุทธิ	-749,358.29	-124.95

ที่มา: จากการทดลองปิดงบ โดยใช้รอบบัญชี 19 ส.ค. 2546 - 31 ธ.ค. 2547

บัญชีที่ใช้ในการทดลองปิดงบ 1. สมุดบัญชีแยกประเภท

2. สมุดบัญชีคุมแสดมปี

3. สมุดบัญชีขายสินค้า

4. สมุดบัญชีซื้อสินค้า

สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด

งบต้นทุนการผลิต

สำหรับสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2546

	(บาท)
วัตถุดิบน้ำไวน์คงเหลือต้นปี	0.00
ซื้อวัตถุดิบน้ำไวน์	289,940.00
รวม	289,940.00
หัก วัตถุดิบน้ำไวน์คงเหลือสิ้นปี	
- วัตถุดิบสภาพปรกติ	0.00
วัตถุดิบน้ำไวน์ที่ใช้จริง	289,940.00
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	
ค่าแสดมปี	66,762.00
ค่าวิเคราะห์ไวน์	10,300.00
ค่าแรงงาน	47,545.00
วัสดุอุปกรณ์ในการผลิต	91,827.33
ต้นทุนการผลิต	506,374.33

ที่มา: 1. ซื้อวัตถุดิบน้ำไวน์มาจากสมุดบัญชีซื้อสินค้า ระหว่าง 19 ต.ค. 2545 -31 ธ.ค.2546

2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตมาจากสมุดบัญชีแยกประเภท ระหว่าง 19 ต.ค. 2545 -31 ธ.ค.2546

สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด
งบต้นทุนขาย
สำหรับสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2546

ธุรกิจผลิตสุราผลไม้	(บาท)
สินค้าคงเหลือต้นปี	0.00
บวก ค่าขนส่ง	9,605.00
ค่าใช้จ่ายในการขาย	32,633.00
ต้นทุนการผลิต (งบต้นทุนการผลิต)	506,374.33
รวม	548,612.33
หัก สินค้าคงเหลือสิ้นปี	
- สินค้าสภาพปกติ	19,559.55
- สินค้าระหว่างผลิต	0.00
ต้นทุนขาย	529,052.78

ที่มา: 1. ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง และการขายมาจากสมุดบัญชีแยกประเภท ระหว่าง 19 ส.ค. 2545 - 31 ธ.ค. 2546

2. สินค้าที่เหลือนับปีมาจาก สมุดบัญชีซื้อสินค้า - (สมุดบัญชีขายสินค้า - สมุดบัญชีแยกประเภท หมวดรับคืนสินค้า) ระหว่าง 19 ส.ค. 2545 - 31 ธ.ค. 2546

รายละเอียดกำไร (ขาดทุน) เฉพาะธุรกิจผลิตสุราผลไม้ ปี 2546

	บาท	%
ขายไวน์	599,735.00	100.00%
ขายตะกร้า	-	0.00%
ขายบาร์ไวน์	-	0.00%
รวม	599,735.00	100.00%
หัก ต้นทุนขาย	529,052.78	88.21%
กำไรขั้นต้น	70,682.22	11.79%
หัก ค่าใช้จ่ายการตลาดเฉพาะธุรกิจ		
- หักค่าใช้จ่ายในการขาย	32,633.00	5.44%
- ค่าขนส่งสินค้า	9,605.00	1.60%
- หนี้สงสัยจะสูญลูกหนี้การค้า	73,029.55	12.18%
รวมค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ	115,267.55	19.22%
กำไรเฉพาะธุรกิจ	-44,585.33	-7.43%

ที่มา: สมุดบัญชีแยกประเภท สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด, 19 ต.ค. 2545 - 31 ธ.ค. 2546

รายละเอียดประกอบการเงิน 2

รายละเอียดรายได้อื่นๆ ปี 2545

	บาท	%
ดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร	99.54	0.02%
ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	1,950.00	0.33%
รายได้เบ็ดเตล็ด	13,046.50	2.18%
รวม	15,096.04	0.03

ที่มา: สมุคบัญชีแยกประเภท สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด, 19 ต.ค. 2545 - 31 ธ.ค. 2546

รายละเอียดประกอบการเงิน 3

รายละเอียดค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ปี 2545

	บาท	%
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	78,762.00	14.36%
วัสดุสำนักงาน	55,766.00	10.16%
ค่าไฟฟ้า	2,652.00	0.48%
ค่าโทรศัพท์	6,111.00	1.11%
น้ำประปา	1,779.00	0.32%
ค่าเช่า	60,000.00	10.94%
เครื่องเขียนแบบพิมพ์	11,985.00	2.18%
ค่าจ้างพนักงานบัญชี	42,000.00	7.66%
ค่าพาหนะ	10,675.00	1.95%
ค่าดำเนินการ	25,872.00	4.72%
ค่าครุภัณฑ์	19,605.00	3.57%
ซ่อมแซมทรัพย์สิน	2,279.00	0.42%
ค่าเช่ารถ	9,574.00	1.75%
ทำบุญสำนักงาน	7,894.00	1.44%
รวม	334,954.00	61.05%

ที่มา: สมุคบัญชีแยกประเภท สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด, 19 ต.ค. 2545 - 31 ธ.ค. 2546

6.3.4 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือ

ปัญหาด้านการเงิน

- (1) สหกรณ์มีเงินทุนหมุนเวียน ทุนดำเนินการน้อย และฐานะการเงินไม่มั่นคง
- (2) กิจการมีปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงินสูง ขณะเดียวกันผู้ที่เกี่ยวข้องยังไม่อาจแก้ไขปัญหาดังกล่าวตามคำแนะนำของผู้ตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ที่เสนอแนะไว้ได้
- (3) สหกรณ์ไม่สามารถปิดบัญชีได้ตามรอบบัญชีที่กำหนดไว้(180 วัน) เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ให้ลุล่วง อาจเนื่องจากคณะกรรมการทั้งหมดมอบหมายการตัดสินใจส่วนใหญ่ให้กับเลขานุการเพียงคนเดียว และประสบปัญหาบางประการที่ไม่สามารถปฏิบัติตามคำแนะนำ จึงก่อให้เกิดปัญหาในการบริหารจัดการการเงินตามมา ซึ่งผลเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของสหกรณ์หากมิได้รับการแก้ไขให้ทันต่อสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูง

ความต้องการความช่วยเหลือ

ด้วยปัญหาดังกล่าว ที่กิจการไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ แต่คณะกรรมการมีความพยายามที่จะแก้ไขด้วยคณะทำงานของสหกรณ์เอง ดังนั้นความช่วยเหลือทางการเงินส่วนใหญ่แล้ว คณะกรรมการจะให้ความช่วยเหลือกันเองอย่างไม่เป็นทางการ อีกทั้งสหกรณ์ยังขาดหลักประกันทางการกู้ยืม ฐานะการเงินที่ไม่มั่นคงเพียงพอ การก่อหนี้กับสถาบันการเงินจึงเป็นไปได้ยาก

6.3.5 ศักยภาพทางการเงิน

ผลจากการวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน จากงบการเงินของสหกรณ์ในปีที่ผ่านมา การจัดทำบัญชีไม่สมบูรณ์ การทดลองงบกำไรขาดทุนและงบดุลไม่สามารถรับรองงบจากกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ พบว่า ผู้ประกอบการประสบภาวะขาดทุนสูงถึง 749,358.29 บาท ขณะเดียวกันไม่สามารถปิดงบดุลได้ลงตัว การศึกษาวิเคราะห์ครั้งนี้ได้ใช้บททดลองและงบการเงินที่ทำการสรุปเบื้องต้นเพื่อศึกษาวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน ซึ่งผลตัวเลขหรือดัชนีชี้วัดดังกล่าวอาจไม่ถูกต้องแม่นยำทั้งหมด แต่การศึกษานี้มีความประสงค์ที่จะนำเสนอผลการดำเนินงานที่แท้จริงของผู้ประกอบการ ซึ่งผลจากการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินทั้งหมด (ตารางที่ 6.9) ซึ่งให้เห็นว่ากิจการประสบปัญหาทางการเงินและผลการดำเนินการ

ตารางที่ 6.9 อัตราส่วนทางการเงินของสหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด

อัตราส่วนทางการเงิน		หน่วย
อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)		
1. อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (current ratio)	0.20	เท่า
2. อัตราส่วนสภาพคล่องระยะสั้น (acid test ratio หรือ quick ratio)	0.12	เท่า
3. อัตราส่วนสภาพคล่องของกระแสเงินสด (cash flow liquidity ratio)	0.05	เท่า
4. เงินทุนหมุนเวียน (working capital)	- 97,237.37	บาท
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity /Efficiency Ratio)		
5. อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้การค้า (account receivable turnover ratio)	9.32	ครั้ง
6. ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บหนี้ (average collection period)	39.18	วัน
7. อัตราการหมุนเวียนเจ้าหนี้การค้า	2	ครั้ง
8. ระยะเวลาเฉลี่ยในการชำระหนี้	182.5	วัน
9. อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงคลัง (inventory turnover ratio)	27.05	ครั้ง
10. อายุสินค้า หรือระยะเวลาที่เก็บสินค้าไว้ก่อนขาย (inventory turnover in days)	13.49	วัน
11. 1 รอบธุรกิจ (operating cycle)	52.67	วัน
12. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ทั้งหมด (total asset turnover ratio)	1.83	ครั้ง
13. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (fixed asset turnover ratio)	2.14	ครั้ง
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการกู้ยืม หรือความเสี่ยงในการกู้ยืม (Debt Ratio or Leverage Ratio)		
14. อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (dept ratio)	74.77	%
15. หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (dept /equity . D/E)	-0.35	เท่า
16. อัตราส่วนหนี้ระยะยาวต่อเงินลงทุนรวม (long-term debt /total capitalization)	0.00	เท่า
17. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (times interest earning or interested coverage ratio)	0.00	เท่า
18. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการจ่ายค่าใช้จ่ายประจำวัน (fixed chang coverage ratio)	-5.33	เท่า
19. Degree of Finance Leverage	1.00	เท่า
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)		
20. อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย (net profit margin)	-124.95	%
21. อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย (gross profit margin)	11.79	%
22. อัตราการจ่ายเงินปันผลต่อหุ้น (dividend payout ratio)	0.00	%

ตารางที่ 6.9 (ต่อ)

อัตราส่วนทางการเงินที่แสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) และ ผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return to Investors)		หน่วย
23. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุน (return on investment : ROI)	-228.51	%
24. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (return on total asset : ROA)	-115.74	%
25. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (return on equity : ROE)	-106.12	%
26. กำไรต่อหุ้น (earning per share)	0	%
27. ราคาตลาดต่อหุ้น หรือ อัตราส่วนราคาหุ้นต่อผลกำไร (price to earning ratio)	-0.06	%
28. อัตราผลตอบแทนของเงินปันผล (dividend yield)	0.00	%

บทที่ 7

SWOT Analysis สหกรณ์ไวน์ลำพูน

7.1 จุดแข็ง (strong)

7.1.1 ด้านองค์กร

(1) การจัดองค์กรด้านการบริหารงาน โครงสร้างการบริหารงานของสหกรณ์มีโครงสร้างขององค์กรมีรูปแบบที่ชัดเจน ประกอบด้วย บุคลากรที่มีประสิทธิภาพทั้งทางด้านสหกรณ์และการเมืองระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะประธานสหกรณ์มีประสิทธิภาพทางการเมือง เคยดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอุโมงค์หลายสมัย จึงสามารถใช้ประสิทธิภาพความรู้ ตลอดจนความสัมพันธ์ทางการเมืองท้องถิ่นมาวางรูปแบบโครงสร้างการทำงานของคณะกรรมการสหกรณ์ให้มีประสิทธิภาพและสามารถทำงานร่วมกับส่วนราชการภายในจังหวัดได้ดี คณะกรรมการบริหารงานได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นที่ปรึกษาดูแลให้คำแนะนำแก่ฝ่ายจัดการ การจัดการของสหกรณ์แบ่งออกเป็น 5 แผนก ดังนี้

- แผนกรับซื้อผลผลิต
- แผนกการผลิต (ปริมาณและคุณภาพสินค้า)
- แผนกควบคุมสินค้า และตรวจนับสินค้า (stock)
- แผนกการตลาด
- แผนกการเงินและบัญชี

(2) ที่ปรึกษาคณะกรรมการบริหารงาน ประกอบด้วย คณะที่ปรึกษาทั้งทางด้านการผลิต การตลาด โดยได้รับความช่วยเหลือทางด้านวิชาการถ่ายทอดเทคโนโลยี จากสถาบันการศึกษา เช่น คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (อาจารย์โนมสุดา หาญศิริชัย) ภาควิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ สถาบันราชภัฏ วิทยาเขตพายัพ เชียงใหม่ เป็นต้น

(3) องค์กรและผู้นำองค์กรเป็นที่ยอมรับของสมาชิกและบุคคลภายนอก ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในความเป็นผู้นำของคณะกรรมการ สมาชิกให้ความศรัทธาและให้ความร่วมมือในการทำธุรกิจกับสหกรณ์ ดังจะเห็นได้จากการเข้าร่วมประชุมของสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ

7.1.2 การผลิต

(1) ทักษะและประสบการณ์ในการผลิต คณะกรรมการได้รับการฝึกอบรมทางด้านเทคโนโลยีการผลิต การผลิตไวน์ ทั้งจากภายในและต่างประเทศ และได้นำมาถ่ายทอดความรู้ ทักษะต่าง ๆ ให้แก่สมาชิก ทำให้มีการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ไวน์อย่างต่อเนื่องทั้งประเภท (ชนิด) และคุณภาพของผลิตภัณฑ์

(2) วัตถุดิบ สหกรณ์สามารถรวบรวมวัตถุดิบในการผลิตภายในท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ลำไยอบแห้ง ซึ่งเป็นไม้ผลที่มีชื่อเสียงของจังหวัดมาพัฒนาการผลิต สหกรณ์มีการวางมาตรฐานคุณภาพและความสะอาดของวัตถุดิบในการผลิต อันเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ในแต่ละขั้นตอนการผลิต บุคลากรฝ่ายผลิตได้ยกระดับความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และขบวนการตรวจสอบ ควบคุมคุณภาพของไวน์ให้ได้มาตรฐาน จนทำให้ไวน์ลำไยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายดีที่สุดที่สหกรณ์ผลิตอยู่ในปัจจุบัน และเป็นของฝากของที่ระลึกที่มีชื่อเสียงที่ได้รับการสศคิไว้ในคำขวัญของจังหวัดลำพูน

(3) กระบวนการการผลิตและการบรรจุผลิตภัณฑ์ บางขั้นตอนมีการใช้เครื่องมือที่ทันสมัยที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานสูงขึ้น มีความสะดวกและรวดเร็วในการผลิต

7.1.3 การตลาด

(1) บุคลากรทางการตลาด ประธานและคณะกรรมการมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ ช่วยให้ช่องทางด้านการตลาดสามารถขยายจากระดับท้องถิ่นไปสู่ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ โดยมีลูกค้ากลุ่มใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว

(2) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์มีความหลากหลายทั้งชนิดและขนาดบรรจุภัณฑ์ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของตลาดระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการตอบสนองต่อตลาดท้องถิ่น จะมีลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่มีต้นทุนต่ำกว่า และอาศัยส่วนผสมทางด้านราคาถูก ตอบสนองต่อรายได้ของผู้บริโภคท้องถิ่น ส่วนตลาดระดับภูมิภาคและระดับประเทศ จะมีการพัฒนาทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองต่อลูกค้าที่ส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยว และผู้บริโภคที่มีรายได้สูง

(3) ตลาดและการวางแผนการตลาด มีตลาดที่แน่นอน ซึ่งเป็นตลาดในระดับท้องถิ่นโดยมีช่องทางทางการตลาด 2 ลักษณะ คือ การขายส่งให้แก่ร้านขายของฝากของที่ระลึก และร้านอาหารที่มีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยว ที่มียอดจำหน่ายสูงในฤดูท่องเที่ยวของปี สำหรับการขายปลีกแก่ผู้บริโภคโดยตรง สหกรณ์จะมีกิจกรรมออกร้านและร่วมงานแสดงสินค้า ซึ่งช่องทางจำหน่ายแบบขายปลีก สามารถทำกำไรส่วนเกินสูงกว่าการขายส่งกว่าร้อยละ 50 มี

การวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับการผลิต โดยกำหนดเป้าหมายเป็นรายปี มีการนำเอาหลักการส่วนผสมทางการตลาดเพื่อวางแผนการตลาดประจำปี มีคณะกรรมการทั้งชุดรับผิดชอบแผนการผลิตและการตลาด

7.1.4 การเงิน

(1) แหล่งเงินทุนสนับสนุนภายนอก ได้รับการสนับสนุนเงินกู้ปลอดดอกเบี้ยจากกรมส่งเสริมสหกรณ์ และสามารถผ่อนชำระคืนเงินกู้เป็นงวด ๆ มีคณะกรรมการทั้งชุดค้ำประกันเงินกู้

(2) แหล่งเงินทุนภายใน สหกรณ์มีเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้นตลอดมา อันเป็นผลจากกำไรสุทธิหลังการจัดสรรตามระเบียบสหกรณ์ ช่วยลดการพึ่งพาเงินทุนจากภายนอกซึ่งมีต้นทุนเงินทุนสูง

(3) ในการบริหารและวางแผนทางการเงินมีการกำหนดงบประมาณรับ - จ่ายไว้ชัดเจน มีการบันทึกบัญชีเป็นปัจจุบัน การจัดทำบัญชีแยกประเภทและงบการเงินถูกต้อง โดยพนักงานบัญชีสหกรณ์เป็นผู้จัดทำบัญชีประเภทต่าง ๆ และได้รับการสรุป รับรองงบการเงิน โดยกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ซึ่ง สหกรณ์ได้รับการรับรองงบการเงินทุกปีภายในกำหนดเวลา

(4) อัตราส่วนทางการเงิน แสดงให้เห็นความสามารถในการทำกำไรและความสามารถในการกู้ยืม ได้แก่

- ก. อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นและกำไรสุทธิต่อยอดขาย สูงถึงร้อยละ 26.5 และ 39.5 ตามลำดับ
- ข. อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) สูงถึงร้อยละ 47.17
- ค. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) สูงถึงร้อยละ 51.04
- ง. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) สูงถึงร้อยละ 68.29
- จ. อัตราผลตอบแทนของเงินปันผล (dividend yield) ร้อยละ 6.93

7.2 จุดอ่อน (weakness)

7.2.1 ด้านองค์กร

(1) โครงสร้างการบริหารงานและจำนวนคณะกรรมการมีจำนวนน้อย คณะกรรมการบริหารงานมีทั้งหมด 7 ท่าน แต่มีการแบ่งส่วนการบริหารงานหลายด้าน และในแต่ละด้านก็มีจำนวนกรรมการน้อย จึงทำให้การทำงานเป็นทีมขาดความชัดเจน กรรมการบางท่านต้องมีหน้าที่ทับซ้อนในการบริหารงานที่หลากหลายและอาจไม่ชำนาญในบางหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ในขณะเดียวกัน ตำแหน่งหน้าที่บางตำแหน่งมิได้ระบุผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน ใน

ขณะเดียวกันกรรมการบางท่านมีหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบหลายด้าน อาจเกิดปัญหาความไม่คล่องตัว และความชัดเจนในการปฏิบัติหน้าที่

(2) โครงสร้างและความสัมพันธ์ของสมาชิกที่มีต่อสหกรณ์อยู่ในระดับต่ำ สมาชิกเข้ามาทำธุรกิจและกิจกรรมร่วมกับคณะกรรมการน้อย กิจกรรมบางอย่างสมาชิกยังไม่เห็นความสำคัญ เช่น การออมทรัพย์ รวมทั้งธุรกิจหลัก ซึ่งได้แก่ การผลิตไวน์ สหกรณ์รวบรวมวัตถุดิบจากสมาชิกน้อยกว่าแหล่งวัตถุดิบภายนอก เป็นต้น

7.2.2 การผลิต

(1) วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขึ้นอยู่กับฤดูกาล ผลไม้ที่ผลิตได้ในท้องถิ่นต้องจัดซื้อในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยว ไม่สามารถกักตุนไว้ใช้ในการผลิตตลอดทั้งปี ฉะนั้นในบางช่วงของปีที่อยู่ในฤดูการผลิตผลไม้ สหกรณ์ต้องอาศัยแรงงานในการผลิตที่ต้องมีประสบการณ์ พนักงานและสมาชิกมีจำนวนไม่เพียงพอ

(2) เครื่องจักร อุปกรณ์การผลิตบางชนิด เช่น ภาชนะในการต้มหมักและบ่ม ยังไม่ได้มาตรฐาน จึงทำให้ขบวนการผลิตในบางขั้นตอนไม่มีมาตรฐานแน่นอน ส่งผลให้คุณภาพของผลผลิตไม่คงที่ และไม่ได้มาตรฐาน นอกจากนี้ในบางขั้นตอนยังขาดเครื่องจักร เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ เช่น ขั้นตอนการกรอง การบรรจุขวด การควบคุมคุณภาพยังอาศัยแรงงานคน ไม่มีเครื่องวัดระดับแอลกอฮอล์ และน้ำตาล ระดับแอลกอฮอล์ไม่ตรงกับที่เสนอสรรพสามิต และฉลากการเติมสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ โดยไม่มีเครื่องวัด ซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคได้ เป็นต้น การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยในขั้นตอนดังกล่าว จะช่วยเพิ่มคุณภาพและมาตรฐานการผลิต

(3) การวางแผนการผลิต มาตรฐานการผลิต คุณภาพการผลิต อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบและดุลยพินิจของบุคคล ไม่มีการวางระบบมาตรฐานการผลิตที่ชัดเจน ฝ่ายผลิตไม่มีพนักงานตรวจสอบคุณภาพไวน์ที่มีความชำนาญงาน เพื่อการควบคุมคุณภาพ, มาตรฐานทั้งทางด้าน รส สี และความใสของไวน์ ให้มีมาตรฐานและคุณภาพคงที่

(4) การจัดการกากของเสียที่เกิดจากขบวนการผลิตส่วนหนึ่งมิได้ทำการบำบัดให้ถูกวิธีก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ ขบวนการผลิตของสหกรณ์จึงก่อให้เกิดปัญหามลภาวะและสิ่งแวดล้อม

7.2.3 การตลาด

(1) สหกรณ์ไม่มีการสำรวจตลาดและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ ผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ยังไม่สามารถตอบสนอง

ต่อส่วนผสมทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านผลิตภัณฑ์ (Products) ซึ่งมีรสหวาน รส ไม่ได้มาตรฐานและไม่คงที่

(2) ยังขาดความพร้อม ทักษะ ประสบการณ์ ทางด้านการตลาด การทำการตลาดส่วนใหญ่ต้องอาศัยความร่วมมือและการสนับสนุนของภาครัฐในการออกร้านแสดงสินค้า ซึ่งมีจำนวนไม่มากครั้งต่อปี ขึ้นกับนโยบายของภาครัฐในการประชาสัมพันธ์

(3) การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐานและหลักการที่ชัดเจน การกำหนดราคาสินค้ามักขึ้นอยู่กับสถานการณ์การแข่งขันในตลาดมากกว่าการกำหนดราคาจากต้นทุนการผลิตและต้นทุนทางการตลาด

(4) ผลิตภัณฑ์ยังขาดความเป็นเอกลักษณ์ ทั้งทางด้านคุณภาพและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้รับมาตรฐาน อ.บ.จากกระทรวงสาธารณสุข จึงทำให้ผู้บริโภคขาดความมั่นใจในผลิตภัณฑ์

7.2.4 การเงิน

(1) อัตราส่วนทางการเงินของสหกรณ์ แสดงให้เห็นปัญหาและประสิทธิภาพของการจัดการบางประการ อันได้แก่ สภาพคล่องทางธุรกิจ และประสิทธิภาพการดำเนินงาน ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากอัตราส่วนทางการเงินต่อไปนี้

ก. สภาพคล่องทางการเงิน ถ้าพิจารณาจากอัตราส่วนสภาพคล่องระยะสั้น (acid test ratio) มีค่าลดลงเหลือครึ่งหนึ่งของอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (current ratio) ซึ่งอาจเนื่องมาจากสินทรัพย์หมุนเวียนจะอยู่ในรายการของลูกหนี้การค้า และมีสินค้าคงเหลือจำนวนมาก ปัญหาดังกล่าวหากมิได้รับการแก้ไข สหกรณ์อาจประสบปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงินและสินค้าหมดอายุ

ข. ประสิทธิภาพการดำเนินงาน ถ้าพิจารณาจากระยะเวลาเฉลี่ยในการชำระหนี้ สูงถึง 182.5 วัน หรือครึ่งปี

ค. ประสิทธิภาพการดำเนินงาน พิจารณาจากรอบธุรกิจ (operating cycle) มีรอบการหมุนซ้ำ คือประมาณ 258 วัน หรือสองในสามของปี

(2) การบันทึกและการเก็บรักษาเงินสด ยังขาดมาตรการที่ชัดเจนและระเบียบปฏิบัติของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความไม่โปร่งใสในการบริหารงาน และอาจนำไปสู่ปัญหาทางการเงินได้ในอนาคต

7.3 โอกาส (opportunity)

(1) ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐ ทั้งในรูปเงินทุน อุปกรณ์ เครื่องจักร การประชาสัมพันธ์ การตลาด ทางด้านวิชาการ ระบบบัญชีและการจัดการทางบัญชี โดยมีสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์คอยกำกับและให้คำแนะนำ สหกรณ์ได้รับรางวัลดีเด่นในระดับจังหวัด และระดับประเทศ ซึ่งสร้างชื่อเสียงให้สหกรณ์เป็นที่รู้จัก สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ไวน์ เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยว

(2) พันธมิตรในอุตสาหกรรมการผลิตไวน์และสุราแช่พื้นบ้าน แม้จะเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก มีขนาดการผลิตที่ไม่มากพอในการวางแผนการผลิตตลอดทั้งปี แต่สหกรณ์มีพันธมิตรที่เป็นผู้ผลิตไวน์พื้นบ้านในระดับอำเภอและจังหวัด ที่สหกรณ์ให้ความร่วมมือและสร้างแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดร่วมกัน ตลอดจนสามารถช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักการสหกรณ์ เพื่อให้อุตสาหกรรมมีความอยู่รอดในอนาคต และพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกได้ หากได้รับการสนับสนุนและเกิดความร่วมมืออย่างจริงจังทั้งภาครัฐและเอกชน

(3) เป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่อาศัยวัตถุดิบ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานกับเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่ รัฐบาลสนับสนุนและเล็งเห็นศักยภาพการผลิตที่สามารถทดแทนการนำเข้าผลิตภัณฑ์ไวน์จากต่างประเทศ โดยมีการใช้นโยบายสุราเสรี ทำให้ธุรกิจการผลิตสุราแช่และไวน์พื้นบ้านสามารถผลิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

(4) อัตราภาษี มาตรการและความเข้มงวดทางด้านภาษีที่สรรพสามิตเรียกเก็บจากไวน์พื้นบ้านและสุราแช่ประเภทต่างๆ (ที่เก็บตามระดับแอลกอฮอล์) มีความได้เปรียบกว่าเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ชนิดอื่น ๆ

(5) รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรม SMEs และ OTOP ช่วยให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต การตลาด กระตุ้นให้เกิดการบริโภคทั้งในระดับประเทศและสามารถพัฒนาเพื่อการส่งออกไปยังต่างประเทศ เป็นอุตสาหกรรมที่สามารถพัฒนาศักยภาพการผลิตและการตลาดให้ได้มาตรฐานสากล หากสหกรณ์มีการพัฒนาอย่างถูกวิธีและต่อเนื่อง

7.4 ข้อจำกัด (threat)

(1) การผลิตไวน์คุณภาพระดับมาตรฐานสากล วัตถุดิบในการผลิตได้แก่ องุ่น (หากใช้ผลไม้ชนิดอื่นในการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่ได้จะเรียกว่า สุราแช่) ซึ่งองุ่นเป็นไม้ผลเมืองหนาวที่นำมาปลูกในประเทศไทย คุณภาพขององุ่นที่ปลูกในภูมิอากาศในเขตร้อนและสภาพภูมิประเทศที่แตกต่าง คุณภาพขององุ่นที่ใช้ผลิตไวน์อาจมีคุณภาพที่ด้อยกว่า เช่น เปรอร์เซ็นต์ความหวาน เป็นต้น จึงเป็นข้อจำกัดทางด้านวัตถุดิบการผลิต เมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่ผลิตองุ่นที่มีคุณภาพดีกว่า

(2) กฎหมายเปิดโอกาสให้เป็นเพียงผู้ผลิตรายเล็ก ที่สามารถใช้เครื่องจักรที่มีกำลังการผลิตน้อยกว่า 5 แรงม้า คนงานน้อยกว่า 7 คน ทำให้ข้อจำกัดในการลงทุนในด้านเครื่องจักร อุปกรณ์ขนาดใหญ่และมีประสิทธิภาพ ข้อจำกัดดังกล่าวในการผลิตให้เกิดการไม่ประหยัดต่อขนาด หรืออาจกล่าวได้ว่าที่กฎหมายไม่อำนวยความสะดวกให้เกิดการผลิตขนาดใหญ่ที่ไม่ก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด ที่จะแข่งขันกับผู้ผลิตขนาดใหญ่หรือผลิตภัณฑ์ไวน์ในระดับประเทศ

(3) ด้านนโยบายภาครัฐเปิดเสรีทางการผลิตและจำหน่ายสุราแช่และไวน์พื้นบ้าน แต่ขาดทิศทางการส่งเสริม แก้ไขปัญหาและการช่วยเหลือทางการตลาดอย่างเป็นรูปธรรม และต่อเนื่อง

(4) การบริโภคไวน์สำหรับผู้บริโภคชาวไทย เป็นเพียงกระแสการบริโภคเพียงชั่วคราวตามการประชาสัมพันธ์ของรัฐมากกว่าการบริโภคประจำ ซึ่งอาจเกิดจากค่านิยมการบริโภคไวน์ที่เป็นเพียงพฤติกรรมการดื่มตามกระแสนิยม ที่มีใช้การดื่มเพื่อสุขภาพ อุปสงค์ของผู้บริโภคชาวไทยจึงไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับฤดูกาลและนโยบายของรัฐ ในขณะที่อุปสงค์จากผู้บริโภคชาวไทยที่บริโภคประจำและผู้บริโภคต่างชาติยังมีน้อยมากเนื่องจากคุณภาพไวน์พื้นเมืองยังต่ำกว่ามาตรฐานสากล ฉะนั้นการผลิตไวน์ในระยะยาวยังมีข้อจำกัดด้านอุปสงค์และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ค่อนข้างมาก

บทที่ 8

บทสรุป

8.1 สรุปผลการศึกษา

8.1.1 ด้านองค์กร

สหกรณ์มีการก่อตั้งเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2544 จัดทะเบียนเป็นสหกรณ์ เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2545 มีการบริหารงานในรูปของคณะกรรมการดำเนินงาน โดยมีคณะกรรมการดำเนินงานทั้งหมด 9 คน ประกอบด้วยตำแหน่ง ประธานคณะกรรมการดำเนินงาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก และกรรมการ คณะกรรมการดำเนินงานของสหกรณ์มาจากการคัดเลือกจากที่ประชุมใหญ่ของสหกรณ์ มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 2 ปี และสามารถอยู่ในตำแหน่งได้ไม่เกิน 2 วาระติดต่อกัน ในการบริหารงานของสหกรณ์ คณะกรรมการ มีการกำหนดระเบียบร่วมกัน เพื่อใช้เป็นแนวทางและกฎเกณฑ์ในการบริหารงานทั้งสิ้น จำนวน 17 ระเบียบ ประกอบด้วยระเบียบว่าด้วยกลุ่มสมาชิก ระเบียบว่าด้วยที่ปรึกษา ระเบียบว่าด้วย คณะอนุกรรมการ ระเบียบว่าด้วยเงินทุนสะสมเพื่อการศึกษาอบรมของสหกรณ์ ระเบียบว่าด้วย เงินทุนเพื่อสาธารณประโยชน์ ระเบียบว่าด้วยเงินทุนสะสมเพื่อการพัฒนากิจการของสหกรณ์ ระเบียบว่าด้วยเงินกองทุนสงเคราะห์เจ้าหน้าที่สหกรณ์ ระเบียบว่าด้วยการจับจ่ายและเก็บรักษาเงิน ระเบียบว่าด้วยการรวบรวมผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ของสมาชิก ระเบียบว่าด้วยการจัดหาสิ่งของที่ สมาชิกต้องการมาจำหน่าย ระเบียบว่าด้วยการรับฝากออมทรัพย์และเงินฝากประจำปี พ.ศ. 2545 ระเบียบว่าด้วยเงินกู้และดอกเบี้ยเงินกู้ ระเบียบว่าด้วยการให้สหกรณ์อื่นกู้ยืมเงิน ระเบียบว่าด้วย เจ้าหน้าที่และลูกจ้าง ระเบียบว่าด้วยอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ และ ระเบียบว่าด้วยการลาสำหรับเจ้าหน้าที่และลูกจ้าง นอกจากนี้จะมีการบริหารงานในรูปของ คณะกรรมการดำเนินงานแล้ว สหกรณ์จะมีการแต่งตั้งผู้ตรวจสอบกิจการของสหกรณ์ เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของคณะกรรมการให้เป็นไปตามระเบียบ ขอบบังคับและ วัตถุประสงค์ของสหกรณ์ แต่ที่ผ่านมาถึงแม้ว่าจะมีการแต่งตั้งผู้ตรวจสอบกิจการของสหกรณ์ แต่ กรรมการผู้ได้รับคัดเลือกยังไม่มีการปฏิบัติหน้าที่อย่างจริงจัง

ฝ่ายจัดการ คณะกรรมการได้จัดจ้าง ซึ่งเป็นพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ประจำที่มีความรู้ ความชำนาญเฉพาะทางเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จึงเป็นผลทำให้ ผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาดไม่มีคุณภาพและไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร

8.1.2 ด้านการผลิต

การบริหารการผลิตทั้งหมดอยู่ภายใต้การจัดการดูแลของ รองประธาน คณะกรรมการดำเนินงาน (นางอุษา วีระสะ) มีการวางแผนการผลิตเพื่อทำการผลิต ผลิตภัณฑ์หลักที่สหกรณ์ทำ การผลิต คือ ไวน์ลำไย ไวน์ลิ้นจี่ ไวน์กระชายดำ ไวน์ลูกหว่า และไวน์กระเจี๊ยบ ขนาดของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกจำหน่าย จะมี 3 ขนาด คือ ขวดขนาด 750 มิลลิลิตร 650 มิลลิลิตร และ 330 มิลลิลิตร วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะทำการจัดหาและจัดซื้อในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวแล้วทำการเก็บรักษาไว้เพื่อใช้ในการผลิตตลอดปี สำหรับการวางแผนในด้านกำลังการผลิตไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับยอดขายสินค้าของสหกรณ์แต่ละชนิด การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต มีการแต่งตั้งคณะกรรมการทำหน้าที่จัดซื้อ จำนวน 3 คน ทำหน้าที่เป็นผู้คัดเลือกวัตถุดิบ ตรวจสอบคุณภาพ และตัดสินใจซื้อ

วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีอายุการใช้งานไม่เกิน 1 ปี เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตมีอายุการใช้งานมากกว่า 1 ปี ได้มาโดยการจัดซื้อของสหกรณ์ และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ โรงเรือนที่ใช้เป็นสถานที่ทำการผลิต สหกรณ์ทำการเช่าสถานที่จากเอกชน โดยเสียค่าเช่าปีละ 50,000 บาท

แรงงานที่ใช้ในการผลิต สหกรณ์ทำการจ้างคนงานเพื่อทำการผลิตไวน์ในอัตราวันละ 140 บาท จ้างผู้ตรวจสอบคุณภาพ อัตราวันละ 170 บาท และจ้างหัวหน้าผู้ทำหน้าที่ในการควบคุมการผลิต อัตราวันละ 200 บาท

ปัญหาด้านการผลิต เป็นปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของไวน์ไม่มีความคงที่ สาเหตุเนื่องมาจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมาจากหลายแหล่ง สหกรณ์ไม่มีผู้ควบคุมการผลิตที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะทาง และปัญหาด้านการกำจัดของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต ที่สหกรณ์ยังไม่มีวิธีการกำจัดของเสียอย่างถูกวิธีและเหมาะสม ซึ่งจะเป็นผลก่อให้เกิดปัญหาตามมาภายหลัง

8.1.3 ด้านการตลาด

การบริหารการตลาด สหกรณ์ยังไม่มีคณะกรรมการฝ่ายตลาดรับผิดชอบหน้าที่เป็นการเฉพาะ แต่มีการมอบหมายให้นายอินแก้ว โอชาวัฒน์ เป็นผู้นำในการขยายตลาด ทั้งการออกร้านแสดงสินค้าและการหาลูกค้าประจำรายใหม่ โดยในการออกร้านแสดงสินค้าในแต่ละครั้งสหกรณ์จะให้คำตอบแทนใน 2 ลักษณะ คือสหกรณ์กำหนดราคาต้นทุนสินค้าให้ และผู้ขายนำไปจำหน่าย จะได้รับคำตอบแทนในลักษณะของกำไรหลังจากหักต้นทุน และผู้ขายเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง และลักษณะที่สองจะจ่ายคำตอบแทนในลักษณะของกำไรรายวัน ๆ ละ

150 บาท โดยสหกรณ์เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง สหกรณ์มีการวางแผนและกำหนดเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ร่วมกันทั้งหมด

ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าของสหกรณ์ กระทำในลักษณะของการออกร้านตามงานเทศกาลต่าง ๆ ฝากขายตามร้านขายของที่ระลึกและของฝาก จัดหาตัวแทนจำหน่ายวางแสดงตามห้างร้านต่าง ๆ

การตั้งราคาสินค้า สหกรณ์ตั้งราคาโดยการประมาณการต้นทุนรวมจากต้นทุนวัตถุดิบและแรงงานผลิตเป็นหลัก บวกเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 30 ขึ้นอยู่กับขนาดบรรจุ ชนิดของสินค้าและราคาของคู่แข่งในตลาดเป็นส่วนประกอบในการกำหนดราคาขาย

ปัญหาด้านการตลาดของสหกรณ์ เกิดจากการไม่มีความพร้อมในเรื่องของยานพาหนะในการขนส่งสินค้า และความไม่พร้อมของเจ้าหน้าที่ฝ่ายตลาด และปัญหาด้านคุณภาพของสินค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการขาดเจ้าหน้าที่และพนักงานที่มีความรู้ ความชำนาญเฉพาะในด้านการมาตรฐานการผลิต และการควบคุมการผลิตของสหกรณ์ ยังไม่มีมาตรฐานและหลักเกณฑ์ที่แน่นอน เป็นผลทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกสู่ตลาดต้องเป็นไปตามความต้องการของลูกค้าบางรายเท่านั้น

8.1.4 ด้านการเงิน

สหกรณ์มีการเลือกนางบัวเร็ว อริยะ เป็นคณะกรรมการดำเนินงานตำแหน่งเหรัญญิก มีหน้าที่ในการรับผิดชอบทางด้านการบริหารการเงินของสหกรณ์ มีอำนาจในการเก็บรักษาเงินสดได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อวัน และมีการจ้างพนักงานลูกจ้างรายวันฝ่ายตลาด เพื่อทำหน้าที่รวบรวมเงินที่ได้จากการจำหน่ายสินค้าฝากบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ของสหกรณ์ ซึ่งบัญชีดังกล่าว ประธาน รองประธาน และเหรัญญิก มีอำนาจในการเบิก-จ่าย เงินจากบัญชีดังกล่าว แต่ที่ผ่านมาเหรัญญิกไม่ได้ควบคุมการเงินอย่างจริงจัง มีแต่การเข้าตรวจดูยอดจำหน่ายสินค้าประมาณครั้งหรือสองครั้งต่อเดือนเท่านั้น หากมีปัญหาเรื่องการเงินช่วงในวันหยุด ประธานจะแก้ปัญหาด้วยวิธีการให้ยืมเงินทุนส่วนตัวสำรองจ่ายไปก่อน

การวางแผนด้านการเงินของสหกรณ์ คณะกรรมการทุกคนร่วมกันวางแผนกำหนดทิศทางการดำเนินงานและค่าใช้จ่ายในกิจการ โดยมีการประมาณการรายรับ-รายจ่าย เป็นรอบบัญชีตั้งแต่ 1 มกราคม จนถึง 31 ธันวาคม ของทุกปี

เงินทุนหมุนเวียนภายในสหกรณ์ ได้จากการรวมหุ้นของสมาชิกสหกรณ์ และทำการกู้เงินปลอดดอกเบี้ยจากกรมส่งเสริมสหกรณ์

ปัญหาด้านการเงิน พบว่า การเงินของสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นหน้าที่ของพนักงาน ลูกจ้างรายวันฝ่ายตลาด ซึ่งอาจก่อให้เกิดความไม่โปร่งใสในการบริหารงานหรือปัญหาตามมาภายหลังได้โดยเฉพาะเหรียญที่รับผิดชอบการเงินโดยตรง ไม่ได้ทำหน้าที่อย่างเต็มที่

8.2 ศักยภาพการพัฒนา

8.2.1 ด้านองค์กร

(1) สหกรณ์มีผู้นำที่มีศักยภาพทั้งทางด้านการผลิต ได้แก่ รองประธานสหกรณ์ และทางด้านการเมืองและสังคม ได้แก่ ประธานสหกรณ์ที่เป็นนักการเมืองท้องถิ่น รวมทั้ง คณะกรรมการบริหารงานที่ถูกเลือกจากที่ประชุมใหญ่ประจำปี ได้ทำหน้าที่บริหารงานสหกรณ์ หากได้รับ การฝึกอบรม ศึกษา ทุนและการแนะนำจากหน่วยงานพัฒนาที่เกี่ยวข้อง จะช่วยให้คณะกรรมการมีความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายได้เป็นอย่างดี

(2) ฝ่ายจัดการและสมาชิก มีความร่วมมือ และทัศนคติที่ดีต่อสหกรณ์ จะเน้นหาก มีการประชมสัมพันธ์ การจัดการประชุมชี้แจงปัญหา การแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน จะนำไปสู่การจัดการองค์กรและการพัฒนาองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความเข้มแข็งให้แก่สหกรณ์

8.2.2 ด้านการผลิต

(1) แหล่งวัตถุดิบและแรงงาน มีความได้เปรียบทางด้านแหล่งวัตถุดิบ ได้แก่ ไม้ผลและสมุนไพร และแรงงานท้องถิ่นที่มีราคาไม่แพง หาได้ไม่ยาก การขยายกำลังการผลิตของ สหกรณ์ จึงสามารถกระทำได้ง่าย

(2) การพัฒนาเทคโนโลยี สหกรณ์สามารถนำเทคโนโลยีที่มีอยู่มาพัฒนาโดยเน้น ทางด้านการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานไวน์ที่ควรจะเป็น (การเจือปน ความหวานไม่มากเกินไป ปัญหาความชื้น ตะกอน สี และระดับแอลกอฮอล์) เพื่อให้ได้มาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) ซึ่งหน่วยงานสาธารณสุขและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความพร้อมในการให้ความรู้ทางด้านการตรวจสอบระบบการจัดการการผลิตและการจัดการของเสียเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคในการบริโภคไวน์ที่สหกรณ์ทำการผลิต

นอกจากนี้สหกรณ์ยังสามารถขอความอนุเคราะห์ไปยังสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัยวัตถุดิบที่เหมาะสมต่อการผลิตไวน์แต่ละชนิด อาทิ เช่น สายพันธุ์ เบอร์เชนด์น้ำตาลในผลไม้แต่ละชนิด ช่วงระยะเวลาเก็บเกี่ยว เป็นต้น คุณภาพและชนิดของ วัตถุดิบเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของการผลิตไวน์ที่จะทำให้สหกรณ์สามารถเพิ่มศักยภาพการผลิต

8.2.3 ด้านการตลาด

(1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product) หลังจากพัฒนาผลิตภัณฑ์หลาย ๆ ชนิด และได้ทดสอบผลิตภัณฑ์โดยการทำการตลาด พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ ไวน์ลำไย ไวน์ลิ้นจี่ และไวน์มะเกี๋ย เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพทางการตลาดที่ควรจะนำมาพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการตลาดของผู้บริโภคภายในและต่างประเทศ

(2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สหกรณ์ได้มีการพัฒนาขนาดและรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและสามารถแข่งขันได้ในตลาด แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์และมีต้นทุนบรรจุภัณฑ์ที่สูง การหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่เน้นรูปลักษณะ และประโยชน์ใช้สอย โดยใช้วัสดุอื่นแทนขวดแก้ว ฝาจุกคอร์ก เช่น การบรรจุในกล่อง (Carton) อาจเพิ่มศักยภาพการตลาดได้

(3) ราคา (Price) กรณีขายปลีก สหกรณ์กำหนดราคาขายโดยประมาณการจากต้นทุนรวมของการผลิต บวกด้วยร้อยละของกำไร ราคาขายที่กำหนดขึ้นอยู่กักระดับใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ไวน์ของกลุ่มแข่งขันในตลาด

กรณีขายส่ง สหกรณ์มีหลักเกณฑ์การกำหนดราคาส่งเช่นเดียวกับการขายปลีก แต่ส่วนต่างของกำไรต่ำกว่า ขึ้นอยู่กับขนาดการสั่งซื้อ รวมทั้งสหกรณ์ได้ใช้วิธีการแถม ในฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันแทนการลดราคา

(4) การส่งเสริมการขาย (Promotion) สหกรณ์มีศักยภาพการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับต่ำ ไม่มีประสิทธิภาพในการขายตรง ยังอาศัยการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่ออื่น นอกจากการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐ การให้ความสำคัญและการลงทุนทางแผนการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ แผ่นพับ คัทเอ๊าท์ ป้ายผ้าอย่างต่อเนื่อง จะเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดอีกวิธีหนึ่งให้แก่สหกรณ์ได้

8.2.4 ด้านการเงิน

จากงบดุลและงบกำไรขาดทุนของสหกรณ์ในปี 2545 ที่นำมาวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน พบว่า สหกรณ์มีศักยภาพทางการเงินที่สำคัญ 3 ด้าน คือ

(1) ด้านสภาพคล่อง สหกรณ์มีสินทรัพย์หมุนเวียน (current ratio) 2 เท่าของหนี้สินหมุนเวียน แต่จะอยู่ในรูปสินค้าคงคลังและวัสดุคงเหลือในปริมาณที่ค่อนข้างมาก อัตราส่วนทางการเงินดังกล่าวก็แสดงให้เห็นว่ายังมีศักยภาพสูงพอ

(2) ด้านความสามารถในการกู้ยืม เมื่อพิจารณาจากอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (debt ratio) และอัตราส่วนแสดงความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (time interest earning or interested coverage ratio) ซึ่งมีค่าถึง 31.42 % และ 254 เท่า ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าสหกรณ์มีภาระผูกพันทางด้านหนี้สินน้อย (เมื่อเทียบกับสินทรัพย์และรายได้ของสหกรณ์

(3) ด้านความสามารถในการทำกำไร เมื่อพิจารณาจากอัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และผลตอบแทนต่อเงินปันผล (dividend yield) อัตราส่วนทุกตัวอยู่ในเกณฑ์ที่ดี และมีศักยภาพทางการเงินสูง

ดังนั้น สหกรณ์จึงมีฐานะทางการเงินและศักยภาพทางการเงินที่มั่นคง และสามารถพัฒนาได้อีกในอนาคต

8.3 กลยุทธ์ในการพัฒนา

8.3.1 ด้านองค์กร

(1) ควรสนับสนุนการฝึกอบรม การสร้างเจตณารมณ์ร่วมกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งขององค์กร

(2) การสัมมนาและฝึกอบรมเพื่อสร้างภาวะผู้นำ การจัดการองค์กร (รูปแบบการจัดองค์กรให้มีการหมุนเวียนการทำหน้าที่ที่คณะกรรมการแต่ละท่านอาจมีทักษะและประสบการณ์เฉพาะ และสร้างแนวทางการประสานงานในหน้าที่) ซึ่งโดยปกติในหลายสหกรณ์อาจมีการช่วยเหลือ แต่ยังไม่มียระบบการจัดองค์กรที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ

(3) รัฐควรให้ความสำคัญในการจัดการองค์กร การบริหารกลุ่มให้มากขึ้น และมีลักษณะเป็นมืออาชีพมากขึ้น โดยเน้นการมีส่วนร่วมจากสมาชิกสหกรณ์ให้มากขึ้น อาจทำได้โดยการฝึกอบรมการวางแผนงานให้คณะกรรมการและสมาชิกสหกรณ์ได้มีโอกาสทำงานร่วมกันมากขึ้น

(4) ควรมีการส่งเสริมให้มีการศึกษาดูงานในสหกรณ์หรือองค์กรที่ประสบผลสำเร็จในธุรกิจโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมไวน์ จากองค์กรที่ประสบผลสำเร็จทางด้านการบริหารจัดการองค์กรในระดับท้องถิ่นทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ

(5) ควรเปิดโลกทัศน์ของบุคลากรในสหกรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคณะกรรมการซึ่งเป็นผู้บริหารองค์กร เพื่อให้ทราบถึงระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขันในตลาด โดยเฉพาะเอกชนที่มีศักยภาพการผลิตสูงกว่า เทคโนโลยีดีกว่า เพื่อให้เกิดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น

(6) การจัดการองค์กร ควรเน้นการเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิตไวน์พื้นบ้านกับอุตสาหกรรมอื่นที่มีความสัมพันธ์กับธุรกิจอุตสาหกรรมไวน์พื้นบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

8.3.2 ด้านการผลิต

- (1) ควรมีการศึกษาทางด้านเทคโนโลยีการผลิตที่ได้มาตรฐาน และเรียนรู้วิธีการผลิตไวน์คุณภาพจากเอกชนและสถาบันการศึกษาที่มีศักยภาพและประสิทธิภาพทางการผลิตไวน์ ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ผลิตภาคเอกชนหลายรายที่ประสบผลสำเร็จในอุตสาหกรรมนี้
- (2) ควรศึกษาระบบการจัดการวัตถุดิบ สร้างมาตรฐานการคัดเลือกวัตถุดิบที่เหมาะสม มีคุณภาพ จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีมาตรฐานสูง (มาตรฐานวิสาหกิจชุมชน)
- (3) ควรมีการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับแผนการตลาด เพื่อลดปัญหาสินค้าค้างสต็อก วัสดุคงคลัง ซึ่งมีต้นทุนการเก็บรักษาและต้นทุนการหมดอายุของผลิตภัณฑ์ (ไวน์) จะเป็นการลดต้นทุนการผลิตได้ส่วนหนึ่ง
- (4) ควรจัดให้มีมาตรฐานระบบการผลิตที่สะอาดและถูกสุขลักษณะ เพื่อให้ได้มาตรฐาน GMP และมาตรฐาน อ.ย. โดยขอความอนุเคราะห์ในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการปฏิบัติ

8.3.3 ด้านการตลาด

- (1) ควรมีการใช้สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มและขยายตลาดจากระดับท้องถิ่นไปสู่ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ ควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับผู้บริโภคระดับปานกลางและระดับบน
- (2) ควรมีการจัดศูนย์ข้อมูลข่าวสาร การพัฒนาการผลิตและการตลาด ตลอดจนเชื่อมโยงกับศูนย์ออกแบบผลิตภัณฑ์ ให้แรงจูงใจแก่การสร้างสรรค์ความคิด ริเริ่มในการออกแบบผลิตภัณฑ์
- (3) ควรเน้นให้เกิดการพัฒนาช่องทางเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่าย (โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาด)
- (4) ควรมีการจัดตั้งชมรมหรือเครือข่ายการพัฒนาการผลิตและการตลาดของผู้ผลิตไวน์พื้นบ้าน (รวมทั้งสหกรณ์ผู้ผลิตไวน์) เพื่อการวางแผนการผลิตและการตลาดร่วมกัน โดยเฉพาะการแก้ไขปัญหาการตัดราคาระหว่างคู่แข่งในตลาด ซึ่งกำลังเป็นปัญหาเร่งด่วนในปัจจุบัน
- (5) การนำกลยุทธ์ทางการตลาดควรสร้างบนหลักการของการพัฒนาอย่างยั่งยืน มิใช่การเน้นมาตรฐานเชิงรุกเพียงด้านเดียว

8.4 ข้อเสนอแนะ

8.4.1 การจัดการองค์กร

สมาชิกในองค์กร ควรสร้างความเข้าใจในการบริหารจัดการและกระตุ้นให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับสหกรณ์เพิ่มขึ้น และคณะกรรมการควรมีการกระจายอำนาจและหน้าที่ความรับผิดชอบด้านต่าง ๆ ในส่วนของคณะกรรมการและฝ่ายจัดการให้เหมาะสม การกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบต่าง ๆ ควรมีการแยกหลักการและความสำคัญ มิให้เป็นภาระหนักเพียงบางตำแหน่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งประธานและรองประธาน และขาดความสำคัญในบางตำแหน่ง จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารและการจัดการ และเพื่อเป็นการรองรับการขยายตัวของกิจการในระยะยาว

8.4.2 การผลิต

(1) สหกรณ์โดยฝ่ายบริหารและฝ่ายการผลิตควรทำความเข้าใจวิธีการผลิต (เทคโนโลยี) ที่ถูกต้อง และได้รับการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้สูงขึ้น เพื่อปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน สหกรณ์ควรให้ความสำคัญในการตั้งมาตรฐาน (Standard control) มีการคัดเลือกคุณภาพวัตถุดิบ จากผลไม้ที่มีความเข้มข้นสูง สี และกลิ่นดี เพื่อพัฒนาชนิดและคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคไวน์

(2) ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมที่มีศักยภาพให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อันจะเป็นประโยชน์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด

(3) ขอความสนับสนุนและความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนในด้านการพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการผลิต ในปัจจุบันมีโรงงานเอกชนที่ทำการผลิตไวน์ได้มาตรฐานสากลที่พร้อมจะให้การสนับสนุนกลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไวน์พื้นบ้านให้มีคุณภาพเพื่อจะแข่งขันได้ในตลาด

(4) ต้องให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐาน G.M.P และ อ.ย. ในการควบคุมคุณภาพ สหกรณ์ควรมีเครื่องมือในการวัดระดับแอลกอฮอล์และน้ำตาล (refract meter และ Vinometer)

(5) สนับสนุนให้มีการสร้างเครือข่ายของการพัฒนาการผลิตและการตลาดไวน์ขึ้น โดยเริ่มจากระดับภาคไปสู่ระดับประเทศ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในทิศทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐในภาพรวม

8.4.3 ด้านการตลาด

(1) การตั้งราคา ส่วนเหลือของกำไร (Profit margin) จะแคบมากขึ้นจนกลายเป็นศูนย์หรือติดลบ แม้จะมีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาจากต้นทุนรวม เนื่องจากการตัดราคา

แข่งขันกับคู่แข่งกันโดยการลดราคาสินค้าลงเรื่อย ๆ โดยไม่ได้พิจารณาจากต้นทุนการผลิตเป็นหลัก สหกรณ์ควรจัดการสัมมนาเพื่อหาหลักการกำหนดราคาร่วมกันระหว่างผู้ผลิตในท้องถิ่น

(2) สหกรณ์ควรมีนโยบายการตลาดเร่งด่วนในการระบายสินค้าคงเหลือจำนวนมากในตลาดท้องถิ่น เพื่อลดต้นทุนการตลาด และไม่ส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าในตลาดส่วนกลาง การแก้ไขปัญหาสินค้าคงเหลือจะช่วยลดต้นทุนการเก็บรักษา และเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินให้แก่สหกรณ์

(3) ควรปรับปรุงและจดทะเบียนสัญลักษณ์ทางการค้าที่เป็นเอกลักษณ์และสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งโดยมากจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย

(4) ส่งเสริม ให้ความรู้ ความเข้าใจ ด้านการตลาดที่มีระดับการแข่งขันสูง เนื่องจากแรงกระตุ้นจากนโยบายภาครัฐ ทำให้ธุรกิจอุตสาหกรรมไวน์เกิดขึ้นมากมาย และต่างก็เน้นการแข่งขันด้านการตลาดมากกว่าด้านการผลิต และสนับสนุนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการตลาดให้มีศักยภาพในการแข่งขันควบคู่กับการผลิต

8.4.4 ด้านการเงิน

(1) การขยายการผลิตในอนาคต ควรระดมเงินทุนภายใน อาจกระทำได้จำกัด สหกรณ์ควรได้รับการสนับสนุนแหล่งเงินทุนระยะสั้น ดอกเบี้ยต่ำ โดยเป็นสินเชื่อภายใต้การกำกับดูแลของสถาบันที่ให้สินเชื่อ เพื่อทำให้เกิดการใช้สินเชื่ออย่างมีประสิทธิภาพ

(2) ควรมีการจัดทำบัญชีที่เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ มีการสรุปรายละเอียดประกอบการลงบัญชีและงบทดลอง เพื่อเป็นหลักฐานในการสรุปผลการดำเนินงานประจำปีและสามารถใช้ข้อมูลจากงบการเงินในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของสหกรณ์ได้ทันต่อสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันทางด้านการผลิตและการตลาด รวมทั้งสามารถใช้เป็นข้อมูลทางการเงินในการวางแผนการดำเนินงานในอนาคต

(3) สหกรณ์ควรจัดทำแผนการดำเนินงานและแผนงบประมาณเป็นการล่วงหน้า เพื่อนำไปพิจารณาควบคู่กับงบการเงินที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งจะทำให้สหกรณ์มีวิสัยทัศน์ในการจัดการทางการเงินให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบโครงสร้างและประสิทธิภาพการผลิตไวน์และสุราแช่ของกลุ่มสหกรณ์ กับธุรกิจเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเอกชนหรือองค์กรที่ประสบผลสำเร็จในธุรกิจอุตสาหกรรมไวน์พื้นบ้าน

(2) ควรศึกษาถึงทัศนคติและแรงจูงใจของสมาชิกและคณะกรรมการสหกรณ์ไวน์ในการบริหารจัดการการผลิตในรูปแบบสหกรณ์ ทั้งนี้ผลได้ของการศึกษาจะเป็นคำตอบ ถึงปัญหาการจัดตั้งองค์กรสหกรณ์ ภายใต้อุปกรณ์และความต้องการของชุมชน เป็นปัญหาหรือผลสำเร็จขององค์กรหรือไม่

(3) ควรทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในอุตสาหกรรมไวน์และสุราแช่ที่บ้าน ในกลุ่มผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล

(4) ควรทำการศึกษาปัญหาและการบริหารจัดการของกลุ่มเกษตรกร กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ตลอดจนสหกรณ์ไวน์ระดับภาค (ภูมิภาค) และระดับประเทศ เพื่อเชื่อมโยงให้เห็นผลสำเร็จของนโยบายสนับสนุนการผลิตไวน์และสุราแช่ที่บ้าน เพื่อทดแทนการนำเข้า ตลอดจนหาแนวทางการแก้ไขปัญหาในระดับมหภาค

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการคลัง. 2546. ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ.2546.

ฉบับที่ 3, ฉบับที่ 4 .

การบรรยายเรื่อง นโยบายการผลิตสุราแช่ และผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตร ที่มีแรง
แอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรี .2545. เข้าถึงได้จาก

http://www.oae.go.th/web/news_sec.php?op=wiewnews&newsid=105

ฉัตรพร อมาตยกุลและคณะ. 2541. การผลิตไวน์สมุนไพรจากเก็กฮวย ตะไคร้และขิง. รายงาน
การวิจัยปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต ภาควิชาจุลชีววิทยา คณะวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

นัทธมน ชีระกุล และคณะ. 2546. ไวน์ในทัศนะของผู้บริโภคในตลาดระดับกลาง. ศูนย์วิจัยเพื่อ
เพิ่มผลผลิตทางการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ประดิษฐ์ ครัววัฒนาและคณะ. 2534. การผลิตจากพืชสมุนไพร. บทความทางวิชาการ วารสาร
อาหาร ฉบับเดือนเมษายน-มิถุนายน 2544.

ประพัฒน์ ปัญญาชาติรักษ์. 2545. เอกสารการบรรยาย เรื่องนโยบายการผลิตสุราแช่และ
ผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตร ที่มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรี. เมื่อวันที่ 15
กรกฎาคม 2545 ณ ห้องฟังบุญ อาคารสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปิติพงศ์ ฟังบุญ ณ อยู่ธยา. 2545. เอกสารการบรรยาย เรื่องแนวทางการพัฒนาการผลิตสุราแช่
และ ผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตร ที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรี เมื่อวันที่ 15
กรกฎาคม 2545 ณ ห้องฟังบุญ อาคารสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ประเสริฐ ไชยทิพย์, กาญจนา โชคदार. 2546. ความพอใจของตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
ต่อไวน์พื้นบ้านภาคเหนือตอนบน. เอกสารเผยแพร่(โรเนียว) การประชุมถ่ายทอด
ผลงานวิจัยและฝึกอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไวน์พื้นบ้านภาคเหนือตอนบน. ศูนย์วิจัยเพื่อ
เพิ่มผลผลิตทางการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พเยาว์ เหมือนวงษ์ญาติ. 2534. **น้ำสมุนไพร. เมดิคัล มีเดีย** : กรุงเทพมหานคร หน้า 7-9 , 26-29 , 45-46 , 103 – 106

พิบูลย์ เขียมอนุกุลกิจ. 2544. **การส่งเสริมเกษตรกรรายย่อยผลิตและจำหน่ายไวน์เสรี : ฝันหรือจริง.** วารสารข่าวเศรษฐกิจ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปีที่ 47 ฉบับที่ 532 มีนาคม 2544.

พิบูลย์ เขียมอนุกุลกิจ. 2545. **การส่งเสริมเกษตรกรรายย่อยผลิตและจำหน่ายไวน์เสรี.** วารสารข่าวเศรษฐกิจ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปีที่ 48 ฉบับที่ 545 เมษายน 2545.

ยุกติ สาริกะภูติ. 2543. **น้ำผลไม้ไทย-ไวน์ไทย .** บทความทางวิชาการ. วารสารส่งเสริมการเกษตร ฉบับเดือนเมษายน 2543.

รุ่งรัตน์ เหลืองนทีเทพ. 2535. **พืชเครื่องดื่มและสมุนไพร.** ตำรา-เอกสาร ฉบับที่ 59 หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู กระทรวงศึกษาธิการ. หน้า 53-54. วารสารส่งเสริมการเกษตร ฉบับเดือนพฤษภาคม 2545. หน้า 26-27.

สหกรณ์ไวน์ป่าขางลำพูน จำกัด. 2545. **รายงานงบการเงินปี 2545.** ลำพูน.

สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด. 2545. **รายงานงบการเงินปี 2545.** ลำพูน.

สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด. 2545. **รายงานงบการเงินปี 2545.** ลำพูน.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2545. **ไวน์ผลไม้ให้กำไรมากกว่าอาชีพเกษตรอื่น.**



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด

ผลิตภัณฑ์ไวน์สหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด



รูปที่ ก1 ผลิตภัณฑ์และขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่นำออกจำหน่าย



รูปที่ ก2 บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษแพคคู่



รูปที่ ก3 บรรจุภัณฑ์ตะกร้าไม้ไผ่แพคคู่

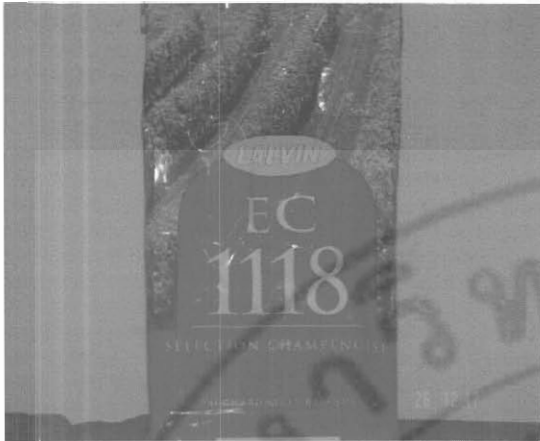


รูปที่ ก4 บรรจุภัณฑ์ไม้แกะสลัก



รูปที่ ก5 บาร์ไม้เคี้ยว

วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต



รูปที่ ก6 ยีสต์ที่สหกรณ์ใช้ผลิต



รูปที่ ก7 KMS และกรดแทนนิก



รูปที่ ก8 การจัดเก็บกรวย กระทะ และกาน้ำ
ที่ใช้ผลิต



รูปที่ ก9 การจัดเก็บหม้อ ตะกร้าไม้ไผ่
กรองกากวัตถุดิบ



รูปที่ ก10 สายยางและสายยางซิลิโคนใช้เป็น
กาลักน้ำเปลี่ยนถ่ายไวน์ระหว่างถังหมักขนาด

20 ลิตร



รูปที่ ก11 แก๊สและเตาแก๊ส สำหรับคั้นน้ำและ
วัตถุดิบ



รูปที่ ก12 ถังพลาสติกขนาด 20 ลิตร ใช้หมักวัตถุดิบ



รูปที่ ก13 การจัดเก็บวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต



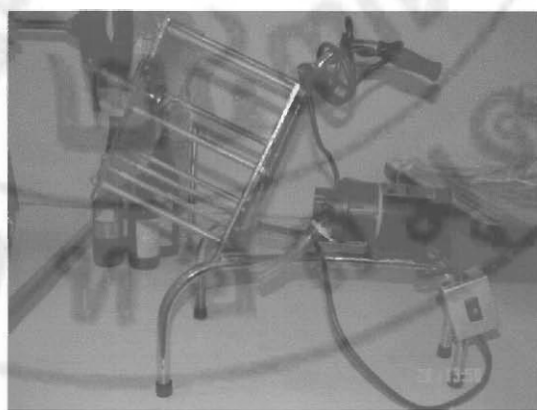
รูปที่ ก14 ถังสแตนเลสหมักไวน์



รูปที่ ก15 สายยางดูดเปลี่ยนไวน์ระหว่างถัง



รูปที่ ก16 เครื่องกรองไวน์ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน

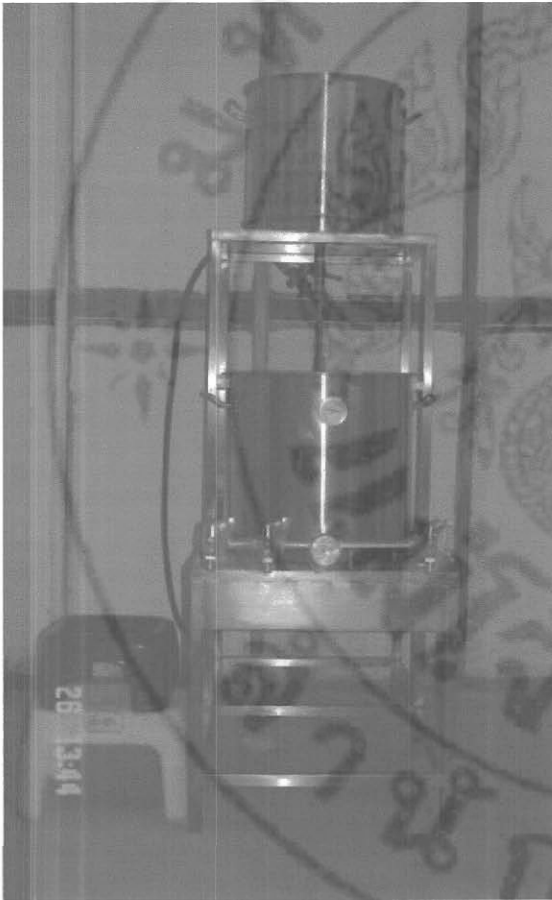




รูปที่ 17 ถังพลาสติกสำหรับทำความสะอาด
เครื่องมือและขวดบรรจุภัณฑ์



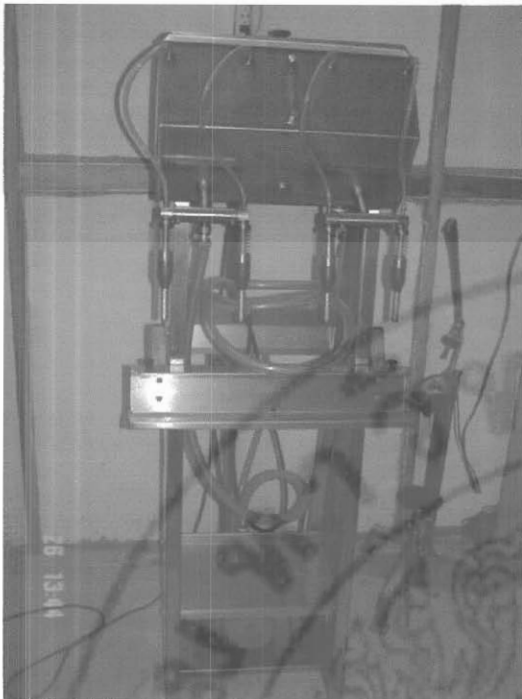
รูปที่ 18 การทำความสะอาดขวดบรรจุภัณฑ์



รูปที่ 19 เครื่องผสมไวน์



รูปที่ 20 เครื่องกรองไวน์



รูปที่ ก21 เครื่องบรรจุขวดกึ่งอัตโนมัติ



รูปที่ ก22 เครื่องอัดจุกคอขวด



รูปที่ ก23 ไดร์เป่าพลาสติกชนิดปิดปากขวด



รูปที่ ก24 ถังหมักไวน์ขนาด 20 ลิตร



รูปที่ ก25 ไวน์ที่หมักในถังพลาสติกและอยู่ระหว่างเปลี่ยนถ่ายใส่ถังขนาด 20 ลิตร



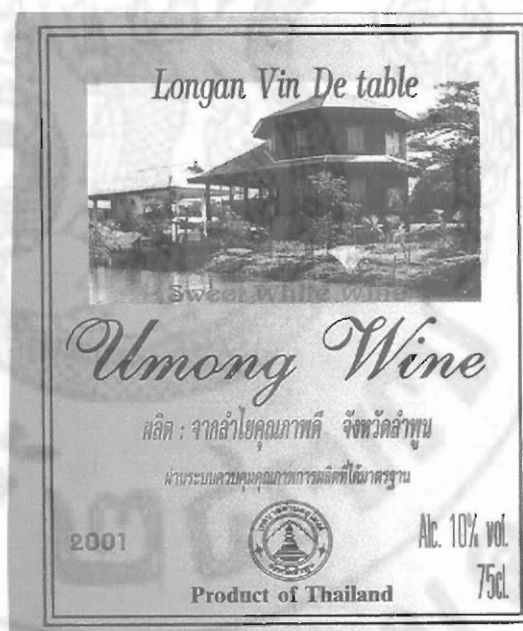
รูปที่ ก26 ถังที่ใช้หมักไวน์ขนาดต่างๆ



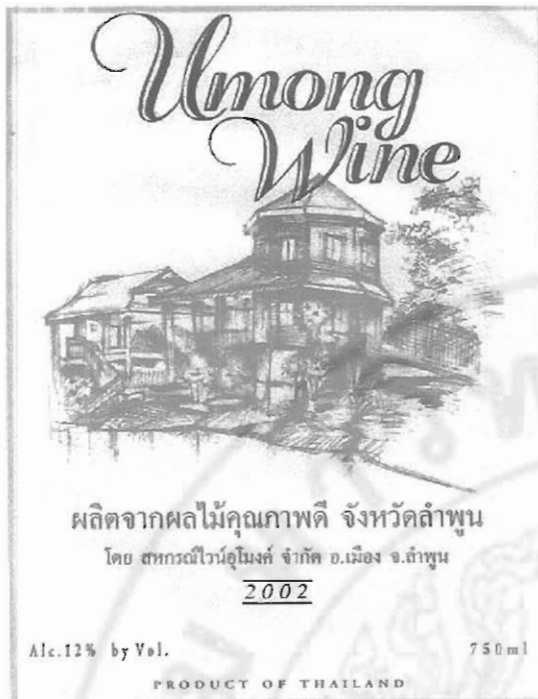
รูปที่ ก27 จุกคอร์ค



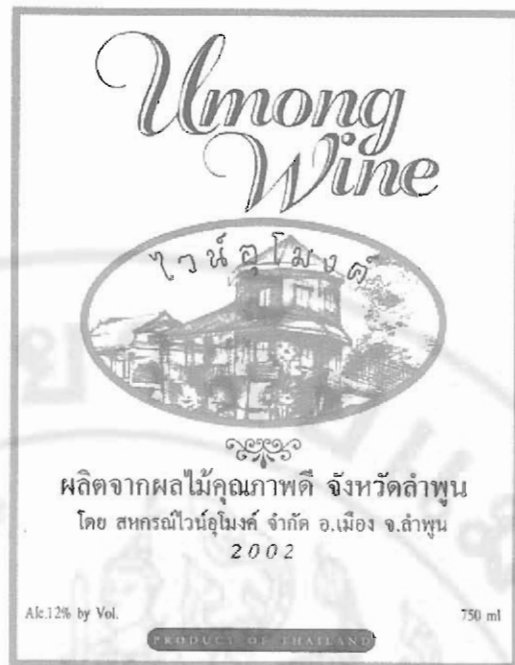
รูปที่ ก28 ฉลากรุ่นที่ 1



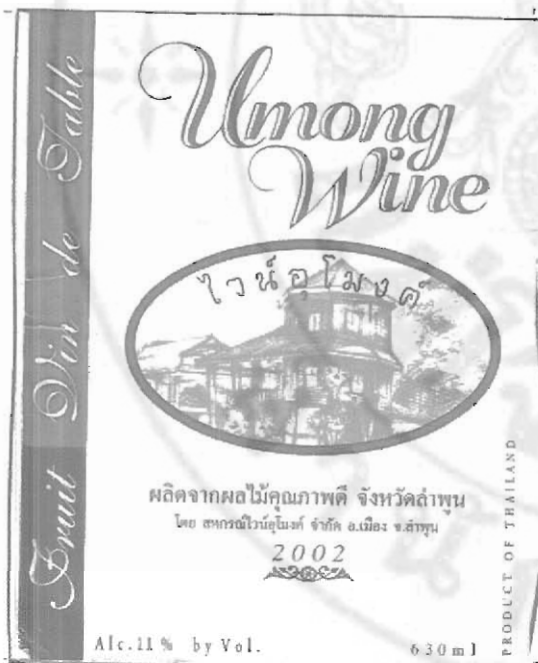
รูปที่ ก29 ฉลากรุ่นที่ 2



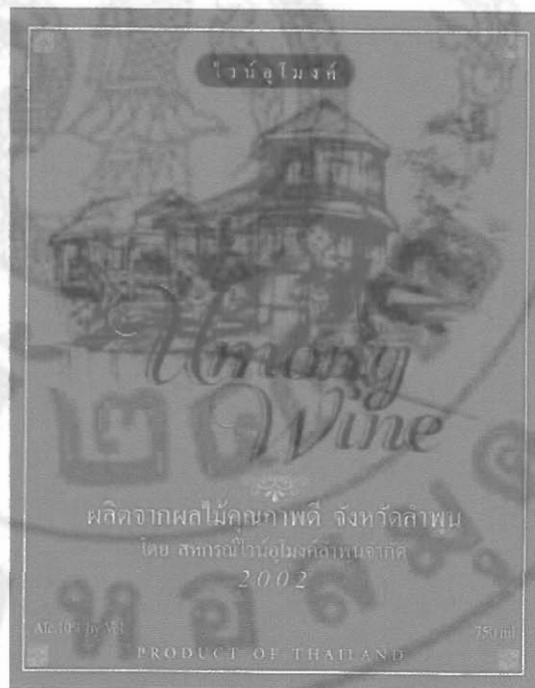
รูปที่ ก30 ฉลากรุ่นที่ 3 แบบที่ 1



รูปที่ ก31 ฉลากรุ่นที่ 3 แบบที่ 2



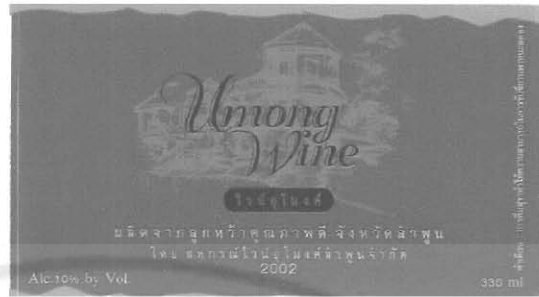
รูปที่ ก32 ฉลากรุ่นที่ 3 แบบที่ 3



รูปที่ ก33 ฉลากรุ่นที่ 4 แบบที่ 1



รูปที่ ก34 ผลากรุ่นที่ 4 แบบที่ 2



รูปที่ ก35 ผลากรุ่นที่ 4 แบบที่ 3



รูปที่ ก36 ผลากรุ่นที่ 4 แบบที่ 4



รูปที่ ก37 กล่องบรรจุภัณฑ์ขนาด 12 ขวด



ภาคผนวก ข
สหกรณ์ไวน์ป่าชาวลำพูน จำกัด



รูปที่ ข1 ผลิตภัณฑ์ไวน์สหกรณ์ไวน์ป่าซาง
ลำพูน จำกัด



รูปที่ ข2 ขนาดขนาด 750 ml.



รูปที่ ข3 กล่องบรรจุภัณฑ์แพคคู่



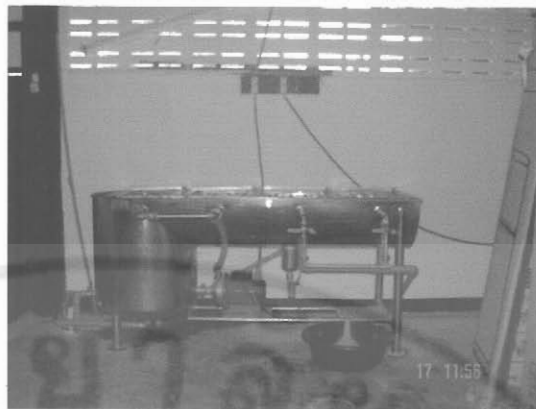
รูปที่ ข4 ไวน์มะขามป้อมขนาดบรรจุ 330 ml.



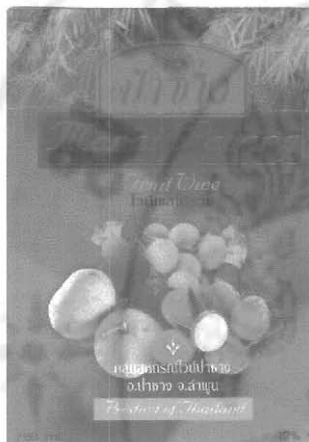
รูปที่ ข5 ไวน์ลิ้นจี่ขนาดบรรจุ 750 ml.



รูปที่ ข6 ถังหมักบ่มไวน์



รูปที่ ข7 ที่ทำความสะอาดเครื่องมือการผลิต



รูปที่ ข8 ฉลากรุ่นแรกที่ใช้ติดขวดบรรจุภัณฑ์



รูปที่ ข9 แผ่นพับ (brochure) ส่งเสริมการขาย



ภาคผนวก ก

สหกรณ์ไวน์เวียงหนองล่องลำพูน จำกัด



รูปที่ ค1 อุปกรณ์ในการผลิตไวน์



รูปที่ ค2 ถังหมักไวน์ขนาด 20 ลิตร



รูปที่ ค3 การจัดแสดงวางจำหน่ายสินค้า



รูปที่ ค4 เลขทะเบียนอนุญาตการผลิตไวน์



รูปที่ ค5 เครื่องจักรในการผลิตที่ได้รับการสนับสนุน องค์การบริหารส่วนจังหวัด จังหวัดลำพูน



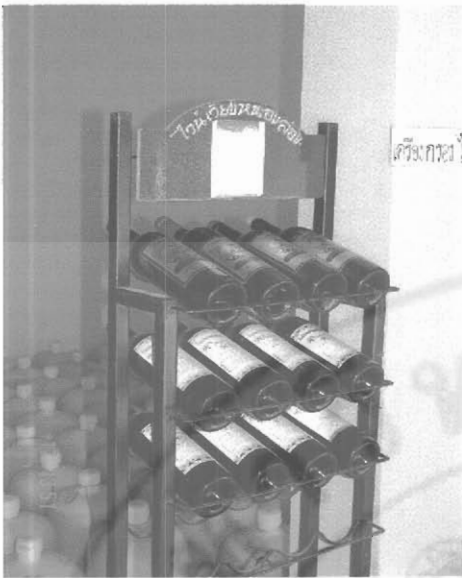
รูปที่ ค6 แผนภาพกระบวนการผลิตไวน์



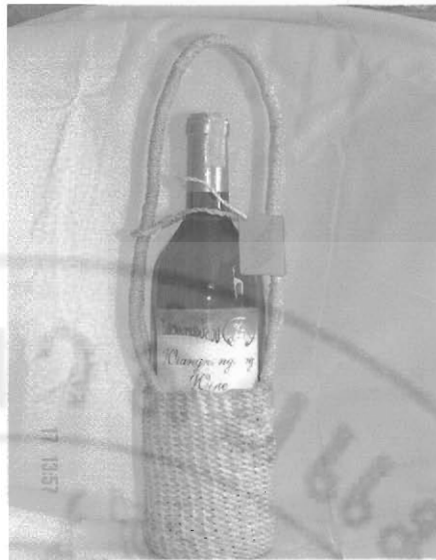
รูปที่ ค7 ประกาศเกียรติคุณที่สหกรณ์ได้รับ



รูปที่ ค8 การจัดสินค้าแสดงโชว์หน้าร้าน



รูปที่ ค๑ ชั้นวางไวน์เวียนทอง



รูปที่ ค10 ตะกร้าสานใส่บรรจุไวน์จำหน่าย



รูปที่ ค11 บรรจุภัณฑ์ขนาด 750 มิลลิลิตร