

บทที่ 4

ลักษณะของกลุ่มฯ ผู้ผลิตและผลการดำเนินงานธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์ในบทนี้จะแยกเป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 โดยจะแบ่งการแสดงผลออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือในส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (descriptive analysis) ได้แก่ ลักษณะทั่วไปและผลการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปอาหารพื้นบ้าน (กลุ่มฯ) และส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์ทางการเงิน โดยใช้อัตราส่วนทางการเงิน

ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาจะแบ่งการแสดงผลเป็น 5 หัวข้อ ได้แก่ หัวข้อ 4.1 โครงสร้างการบริหารงานและข้อมูลสมาชิก หัวข้อ 4.2 การบริหารการผลิต หัวข้อ 4.3 การบริหารการตลาด หัวข้อ 4.4 การบริหารทางการเงิน และหัวข้อ 4.5 ผลการดำเนินงานของกลุ่มฯ

4.1 โครงสร้างการบริหารงานและข้อมูลสมาชิก

4.1.1 จำนวนกลุ่มที่ทำการศึกษา

กลุ่มฯ ที่เลือกมาทำการศึกษามีทั้งหมด 60 กลุ่ม โดยเลือกจากอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ และ จังหวัดลำพูน กระจายอยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ ดังแสดงในตารางสุ่มตัวอย่าง บทที่ 1 จำนวนกลุ่มที่ทำการศึกษาจะแบ่งเป็นกลุ่มฯที่อยู่ใน จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 53 กลุ่ม โดยกระจายอยู่ใน 12 อำเภอ คืออำเภอแม่แตง 15 กลุ่ม อำเภอสันป่าตอง 6 กลุ่ม อำเภอดอยเต่า 1 กลุ่ม อำเภอจอมทอง 5 กลุ่ม อำเภอดอยสะเก็ด 6 กลุ่ม อำเภอแม่แจ่ม 2 กลุ่ม อำเภอ สันทราย 6 กลุ่ม อำเภอสารภี 3 กลุ่ม อำเภอหางดง 3 กลุ่ม อำเภอฝาง 2 กลุ่ม อำเภอแมริม 3 กลุ่ม และอำเภอเมือง 1 กลุ่ม ส่วนกลุ่มฯ ที่อยู่ใน จังหวัดลำพูนมีทั้งหมด 7 กลุ่มใน 3 อำเภอ และ 1 กิ่งอำเภอ ได้แก่ใน อำเภอเมือง 1 กลุ่ม อำเภอบ้านโฮ้ง 3 กลุ่ม อำเภอป่าซาง 2 กลุ่ม และกิ่งอำเภอเวียงหนองล่อง 1 กลุ่ม รวมกลุ่มฯ ที่นำมาศึกษา 60 กลุ่มตัวอย่าง

4.1.2 ระดับของกลุ่มฯ

ระดับของกลุ่มฯ ตามการแบ่งของเจ้าหน้าที่เคหกิจที่รับผิดชอบในพื้นที่ และกรมส่งเสริมการเกษตร มี 3 ระดับ โดยกลุ่มฯ ระดับ 1 ที่นำมาศึกษามี 23 กลุ่ม กลุ่มฯ ระดับ 2 มี 27 กลุ่ม และกลุ่มฯ ระดับ 3 มี 10 กลุ่ม ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของระดับกลุ่มฯ ที่นำมาศึกษา

ระดับกลุ่มฯ	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
1	23	38.3
2	27	45
3	10	16.7
รวม	60	100

ระดับกลุ่มฯ ที่นำมาศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มฯ ระดับ 2 ร้อยละ 45 รองลงมาเป็นกลุ่มฯ ระดับ 1 ร้อยละ 38.3 ส่วนกลุ่มฯ ระดับ 3 มีจำนวนน้อยที่สุดร้อยละ 16.7 (ตารางที่ 4.1) ซึ่งจากข้อมูลทำให้ทราบว่ากลุ่มฯ ที่นำมาศึกษาส่วนใหญ่มีขนาดและความสามารถในการบริหารงานไม่แตกต่างกันมากนัก นอกจากนี้ทำให้ทราบว่ากลุ่มฯ ในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูนมีการพัฒนาและมีความสามารถในการบริหารงานในระดับปานกลางถึงดี และมีบางส่วนที่อยู่ในระดับที่ยังต้องปรับปรุงตามการประเมินของเคหกิจในแต่ละอำเภอของกลุ่มฯ นั้นๆ

4.1.3 อายุของการดำเนินงานของกลุ่มฯ

กลุ่มฯ ส่วนใหญ่ตั้งขึ้นมาหลายปี โดยในระยะเริ่มแรกของการตั้งกลุ่มฯ มักไม่มีการดำเนินกิจกรรมเชิงธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจการแปรรูปอาหารพื้นบ้าน กิจกรรมที่ดำเนินการส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นการบำเพ็ญประโยชน์ให้หมู่บ้านที่กลุ่มฯ ตั้งอยู่ เช่น การทำอาหารในเทศกาลต่าง ๆ กิจกรรมการพัฒนาของหมู่บ้าน เป็นต้น นอกจากนี้ในระยะเริ่มแรกจะมีการเข้ามาให้ความรู้ อบรมของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ เช่น เจ้าหน้าที่เคหกิจ พัฒนาชุมชน และสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เรื่องการแปรรูป การประดิษฐ์เศษวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น นอกจากนี้กลุ่มฯ ในระยะแรกยังไม่มีทักษะเพียงพอที่จะนำไปประกอบกิจกรรมเชิงธุรกิจได้ ต่อมาเมื่อมีความชำนาญมากขึ้นจึงริเริ่มผลิตผลิตภัณฑ์ในเชิงธุรกิจ โดยแต่ละกลุ่มฯ ที่นำมาศึกษามีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานอยู่ระหว่าง 1-3 ปี ร้อยละ 58.3 ส่วนกลุ่มฯ ที่มีระยะเวลาดำเนินงานมากกว่า 6 ปีขึ้นไปมีน้อยที่สุด ประมาณร้อยละ 8.3 ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มฯ แยกตามอายุการดำเนินงาน

อายุการดำเนินงาน (ปี)	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
1-3	35	58.3
4-6	20	33.3
มากกว่า 6	5	8.3
รวม	60	100

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 3.45 ปี ค่าสูงสุด 11 ปี ค่าต่ำสุด 1 ปี

4.1.4 จำนวนสมาชิกของกลุ่มฯ

กลุ่มฯ มีการแบ่งกลุ่มย่อยภายในอีกชั้นหนึ่ง ซึ่งจากการศึกษานี้จะพิจารณาเฉพาะจำนวนสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มแปรรูปอาหารพื้นบ้านเท่านั้น มิได้รวมกลุ่มย่อยอื่น ๆ ไว้ด้วย โดยจะพบว่าสมาชิกกลุ่มแปรรูปอาหารพื้นบ้านของกลุ่มฯ ส่วนใหญ่มีสมาชิกไม่เกิน 30 คน ร้อยละ 50 แสดงให้เห็นว่าเป็นขนาดการผลิตที่เล็ก ส่วนกลุ่มฯ ที่มีจำนวนสมาชิกอยู่ระหว่าง 31-60 คน ร้อยละ 35 และกลุ่มฯ ที่มีสมาชิกมากกว่า 60 คน ร้อยละ 15 ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนร้อยละของกลุ่มฯ แยกตามจำนวนสมาชิกกลุ่มแปรรูปอาหารพื้นบ้าน

จำนวนสมาชิก (คน)	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
1-30	30	50
31-60	21	35
มากกว่า 60	9	15
รวม	60	100

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 38 คน ค่าสูงสุด 160 คน ค่าต่ำสุด 4 คน

4.1.5 ลักษณะการจัดองค์กรของกลุ่มฯ

รูปแบบการจัดองค์กรของกลุ่มฯ ที่ทำการศึกษาแบ่งออกเป็น 6 รูปแบบ โดยจะพบว่ารูปแบบขององค์กรของกลุ่มฯ ส่วนใหญ่มีรูปแบบที่ไม่ซับซ้อน เป็นไปตามรูปแบบที่ฝ่ายเคหกิจของกรมส่งเสริมการเกษตรจัดตั้งเป็นต้นแบบ ซึ่งประกอบไปด้วยคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ได้แก่ ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก และประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 70 ส่วนคณะกรรมการฝ่ายอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากรูปแบบพื้นฐานดังกล่าวนี้ มีคณะกรรมการฝ่ายการตลาด ฝ่ายบัญชี-สินเชื่อกิจ ฝ่ายควบคุมการผลิต ฝ่ายจัดหาทุนและวัตถุดิบ และฝ่ายส่งเสริมความสัมพันธ์ในชุมชน ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวน ร้อยละของกลุ่มฯ แยกตามการจัดองค์กร

รูปแบบการจัดองค์กร	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	42	70
2	8	13.3
3	3	5
4	5	8.3
5	2	3.3
รวม	60	100

หมายเหตุ :

รูปแบบที่ 1 : คณะกรรมการประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก และประชาสัมพันธ์

รูปแบบที่ 2 : คณะกรรมการประกอบด้วย รูปแบบที่ 1 และฝ่ายการตลาด

รูปแบบที่ 3 : คณะกรรมการประกอบด้วย รูปแบบที่ 1 และฝ่ายบัญชี-สินเชื่อ

รูปแบบที่ 4 : คณะกรรมการประกอบด้วย รูปแบบที่ 1, 3 และฝ่ายควบคุมการผลิต ฝ่ายจัดหาทุนและวัตถุดิบ

รูปแบบที่ 5 : คณะกรรมการประกอบด้วย รูปแบบที่ 1, 2 และฝ่ายส่งเสริมความสัมพันธ์กับชุมชน (การส่งเสริมอาชีพสัตว์ วัฒนธรรม การกีฬา การอนุรักษ์ธรรมชาติ)

กลุ่มๆ แบ่งการบริหารออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การบริหารการเงิน การบริหารการตลาด และการบริหารการผลิต ผู้มีอำนาจการตัดสินใจแต่ละส่วนจะแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มๆ จากการศึกษาพบว่าการบริหารทั้ง 3 ส่วน ผู้มีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจคือประธาน กล่าวคือการตัดสินใจด้านการบริหารการเงินประธานมีอำนาจในการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 35 เนื่องจากกลุ่มๆ นั้นๆ ประธานจะมีสัดส่วนของเงินลงทุน (หุ้น) มากกว่าสมาชิกคนอื่น ด้านการบริหารการตลาดร้อยละ 45 และด้านการบริหารการผลิตร้อยละ 41.7 เนื่องจากกลุ่มๆ นั้นๆ มีประธานที่ทำธุรกิจค้าขายอยู่ก่อนแล้วทำให้มีความชำนาญในการผลิตและสามารถหาตลาดได้ง่าย รองลงมาได้แก่การมีอำนาจในการตัดสินใจของประธานและคณะกรรมการฝ่ายอื่น ๆ ส่วนกลุ่มๆ ที่มีการนำความคิดเห็นและการตัดสินใจของสมาชิกที่ไม่ได้เป็นคณะกรรมการมาพิจารณาด้วยมีน้อยที่สุดคือด้านการบริหารการเงินเพียงร้อยละ 8.3 ทั้งนี้เนื่องจากการลงทุนผลิตส่วนมากจะเกิดขึ้นในสมาชิกที่เป็นแรงงานในการผลิต ส่วนอำนาจการตัดสินใจด้านการบริหารการตลาดและด้านการบริการร้อยละ 10 ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 อำนาจตัดสินใจการบริหารด้านการเงิน การตลาด และการผลิต

อำนาจตัดสินใจด้าน	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
การเงิน		
1	21	35
2	20	33.3
3	5	8.3
4	14	23.3
การตลาด		
1	27	45
2	18	30
3	6	10
4	9	1
การผลิต		
1	25	41.7
2	19	31.7
3	6	10
4	10	16.7
รวม	60	100

หมายเหตุ : 1 : ประธาน
 2 : ประธานและกรรมการ
 3 : ประธาน กรรมการ และสมาชิก
 4 : กรรมการ (เฉพาะกรรมการในตำแหน่งนั้น ๆ)

จะเห็นได้ว่าการบริหารงานด้านองค์กรของกลุ่มฯ จะมีการแบ่งหน้าที่กันตามตำแหน่งคณะกรรมการที่ได้ตั้งขึ้น แต่ในสภาพความเป็นจริง การบริหารงานและอำนาจการตัดสินใจของการบริหารงานในตำแหน่งนั้นๆ คณะกรรมการอาจไม่ได้ทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายหรือกล่าวได้ว่าตำแหน่งของกรรมการฝ่ายต่างๆ จัดตั้งขึ้นมาตามระเบียบของกรมส่งเสริมฯ แต่การบริหารในกลุ่มฯ ไม่ได้กำหนดแน่นอนว่าผู้ใดเป็นผู้รับผิดชอบการบริการส่วนต่าง ๆ ซึ่งจากการ

ศึกษาพบว่า ร้อยละของกลุ่มฯ ที่ทำงานตามหน้าที่และร้อยละของกลุ่มฯ ที่ไม่ทำงานตามหน้าที่มีค่าใกล้เคียงกันมากดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนร้อยละของกลุ่มฯ แยกตามการแบ่งงานการบริหารของคณะกรรมการ

การแบ่งงาน	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
แบ่งงานตามหน้าที่ (ตามตำแหน่งกรรมการ)	31	51.7
ไม่แบ่งงานตามหน้าที่	29	48.3
รวม	60	100

4.1.6 กิจกรรมอื่นๆ ของกลุ่มฯ

นอกจากกิจกรรมแปรรูปอาหารพื้นบ้านและกิจกรรมออมทรัพย์แล้ว กลุ่มฯ ยังมีกิจกรรมเชิงธุรกิจอื่น ๆ อีกหลายประเภทที่ทำรายได้ให้กับสมาชิกภายในกลุ่มฯ โดยกิจกรรมเหล่านี้จะแยกเป็นกลุ่มย่อย โดยพบว่า กิจกรรมกลุ่มออมทรัพย์พบมากที่สุด 43 กลุ่ม หรือร้อยละ 71.67 ทั้งนี้เนื่องจากเป็นกิจกรรมเริ่มต้นตั้งแต่มีการเริ่มตั้งกลุ่มฯ สมาชิกทุกคนเห็นว่าการออมทรัพย์มีความสำคัญเป็นรากฐานที่มั่นคงต่อการดำเนินธุรกิจอื่นๆ และเป็นกิจกรรมที่สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมการลงทุนอื่นๆ ตามมา นอกจากนี้ยังสามารถช่วยเหลือเพื่อนสมาชิกได้ทุกคนในยามขาดเงินลงทุน นอกจากนี้กลุ่มฯ ยังมีรายได้จากดอกเบี้ยที่นำเงินจากการออมทรัพย์ให้สมาชิกกู้ยืม ทำให้กลุ่มฯ สามารถนำรายได้เหล่านั้นมาลงทุนผลิตผลิตภัณฑ์ต่อไป ส่วนกิจกรรมอื่นๆ นอกจากแปรรูปอาหารแล้ว กลุ่มฯ จะผลิตแตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่ที่ขึ้นอยู่กับการเข้าไปให้การอบรมเรื่องใดของเจ้าหน้าที่เขตกิจ วัตถุประสงค์ที่มีอยู่ในท้องถิ่น และความสนใจ ความชำนาญของสมาชิกกลุ่มฯ นั้นๆ ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 กิจกรรมอื่นๆ ของกลุ่มฯ

กิจกรรม	จำนวน (กลุ่ม)
1. จำหน่ายป๊อ	2
2. จำหน่ายข้าวสาร	3
3. กลุ่มออสมทรัพย์	43
4. เย็บผ้า	7
5. ขายผลไม้	2
6. ทอผ้า	4
7. กระดาษสา	1
8. เพาะเห็ด	4
9. จำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ด	3
10. ดอกไม้จันทร์	5
11. ไม้กวาด	1
12. ทำตุ้ง	1
13. ทำโคม	1
14. ดอกไม้ประดิษฐ์	1
15. ปลุกข้าวโพดหวาน	1
16. ทำแชมพู-ครีมนวด น้ำยาล้างจาน	8
17. รับจ้างทำอาหารตามงานต่าง ๆ	2
18. ผ้าบาติก	2

4.1.7 ระดับการศึกษา อายุ และอาชีพหลักของสมาชิกกลุ่มฯ

จากการศึกษาพบว่าระดับการศึกษาของสมาชิกกลุ่มฯ ส่วนใหญ่จบชั้นประถมศึกษา โดยเฉพาะชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ร้อยละ 71.7 รองลงมาระดับการศึกษาของสมาชิกจบการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 14.1 และร้อยละ 6.2 ตามลำดับ ส่วนสมาชิกที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีน้อยที่สุด ร้อยละ 2.4

อายุของสมาชิกกลุ่มฯ พบว่าอายุของสมาชิกกลุ่มฯ ส่วนใหญ่ร้อยละ 47.5 มีอายุระหว่าง 37-47 ปี รองลงมาร้อยละ 25.3 มีอายุระหว่าง 58-68 ปี ช่วงที่อายุน้อยที่สุดคือช่วงอายุ

ระหว่าง 15-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.3 ทั้งนี้เนื่องจากสมาชิกที่อายุน้อยมักออกไปทำงานที่กรุงเทพฯ หรือในอำเภอเมือง ในขณะที่สมาชิกแม่บ้านที่มีอายุมากส่วนใหญ่มักทำงานรับจ้างทั่วไปในภาคเกษตรภายในหมู่บ้านหรือหมู่บ้านใกล้เคียง อายุเฉลี่ยของสมาชิกในกลุ่มฯ 43.64 ปี โดยมีอายุสมาชิกสูงสุด 72 ปี และ ต่ำสุด 15 ปี

อาชีพหลักของสมาชิกกลุ่มฯ พบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป ทั้งในภาคเกษตรและนอกภาคเกษตร (ในโรงงานอุตสาหกรรม) โดยได้รายได้เป็นรายวัน ร้อยละ 42.2 รองลงมาคืออาชีพทำการเกษตรต่าง ๆ ได้แก่ ทำนา ทำสวนลำไย ปลูกผักต่าง ๆ รวมถึงผักปลอดสารพิษและทำสวนดอกไม้ ร้อยละ 34.5 นอกจากนี้สมาชิกกลุ่มฯ ยังประกอบอาชีพค้าขายของเบ็ดเตล็ดและพืชผลทางการเกษตร และทำธุรกิจส่วนตัวอีกร้อยละ 19.7 และมีส่วนน้อยร้อยละ 2.8 ที่รับราชการและทำงานหัตถกรรม เช่น ทอผ้า ไม้แกะสลัก จักสาน ฝ้าบาติก กระดาษสา เนื่องจากอาชีพหลักมีความมั่นคงทำให้ไม่มีเวลาเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มฯ ระดับการศึกษา อายุ และอาชีพหลักของสมาชิกกลุ่มฯ ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มฯ จำแนกตามระดับการศึกษา อายุ และอาชีพหลัก

การศึกษา/อายุ/อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ระดับการศึกษา		
ไม่ได้เรียน	2	0.4
ประถมศึกษา	382	71.7
มัธยมศึกษาตอนต้น	75	14.1
มัธยมศึกษาตอนปลาย	33	6.2
ปวช./ปวส. (อนุปริญญา)	28	5.3
ปริญญาตรี	13	2.4
2. อายุของสมาชิก		
15-25 ปี	7	1.3
26-36 ปี	109	20.5
37-47 ปี	253	47.5
58-68 ปี	135	25.3
มากกว่า 68 ปี	29	5.4

การศึกษา/อายุ/อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. อาชีพหลัก		
ว่างงาน	4	0.8
รับจ้างทั่วไป	225	42.2
ทำเกษตรกรรม	184	34.5
ทำธุรกิจส่วนตัว	14	2.6
ค้าขาย	91	17.1
รับราชการ	13	2.4
หัตถกรรม	2	0.4
รวม	533	100

4.2 การบริหารการผลิต

4.2.1 ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มฯ ผลิต

จากการศึกษาการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ทั้ง 60 กลุ่ม พบว่าแต่ละกลุ่มฯ ผลิตผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด ซึ่งแต่ละกลุ่มฯ สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้หลายประเภท จำนวนของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มฯ ทำการผลิตจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้ 12 ประเภท ได้แก่

- (1) ประเภทผักดอง ได้แก่ หน่อไม้ดอง ฝักกาดเขียวปลีดอง และกระเทียมดอง
- (2) ประเภทผลไม้ดองและแช่อิ่ม ได้แก่ มะม่วงแช่อิ่ม บัวยมะม่วง มะม่วงดอง มะกอกดอง มะขามแช่อิ่ม กระท้อนแช่อิ่ม และกระท้อนดอง
- (3) ประเภท ฉาบ ทอด และอบ ได้แก่ ลำโอบแห้ง ข้าวแต่น ทองพับ ข้าวแคบข้าวซ้อมมือ ข้าวเกรียบ กลัวยบาร์บีคิว กลัวยอบเนย กลัวยสุขภาพ ทองตัน ถั่วเคลือบโกโก้ ขนมดอกจอก ขนมฝิง กระหรีบ๊ีบ กลัวยฉาบ ขนมหัวเราะ ลูกก๊ี่เนย ลูกก๊ี่สิงคโปร์ ขนมไข่ โคนัท ทองม้วน มั่นฉาบ กลัวยฝอยน้ำพริกเผาหมูหยอง และเห็ดสวรรค์
- (4) ประเภทผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ ได้แก่ แหนม หมูสวรรค์ กุนเชียง ไส้กรอกอีสาน และไส้อ้ว
- (5) ประเภทผลิตภัณฑ์จากปลา ได้แก่ ปลาต้ม ปลาสด และปลาอบกรอบ
- (6) น้ำผลไม้พร้อมดื่ม ได้แก่ น้ำส้ม น้ำมะนาว น้ำสับปะรด น้ำฝรั่ง น้ำมะพร้าว น้ำเงาะก้วย น้ำมะตูม น้ำลำไย ชามะนาว และไวน์สับปะรด
- (7) ประเภทสมุนไพร ได้แก่ สมุนไพรผงชนิดชงพร้อมดื่ม (ดอกคำฝอย หญ้าหนวดแมว ขิง มะตูม ฟักทลายโจร และชาสมุนไพร (ดอกคำฝอย ขิง รากจืด หญ้าหนวดแมว)

(8) ประเภทเต้าเจี้ยวชีอิ้วขาว

(9) ประเภทไข่ ได้แก่ ไข่เค็ม

(10) ประเภทผลไม้กวน เชื่อม และคลุกน้ำตาล ได้แก่ มะขามแก้ว มะม่วงกวน กล้วยกวน กะละแม มะยมเชื่อม ข้าวตังเสวย และมันฝรั่งนุก มะเฟืองหยี

(11) ประเภทตากและอบแห้ง ได้แก่ มะขามเชื่อมอบแก้ว มะเขือเทศเชื่อมอบแก้ว ชিংแซ่ อิมอบแห้ง มะเฟืองเชื่อมอบแห้ง กล้วยอบแห้ง มะม่วงเส้น และฝรั่งสี่รส

(12) ประเภทน้ำพริก ได้แก่ น้ำพริกตาแดง น้ำพริกเผาถั่วเหลือง น้ำพริกถาด น้ำพริกนรก กุ้ง น้ำพริกแกงเผ็ด น้ำพริกแกงอ่อม น้ำพริกน้ำเงี้ยว และน้ำพริกนรกถั่วเหลือง

เมื่อจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ 12 ประเภทพบว่า ผลิตภัณฑ์ประเภทผักดองกลุ่มฯ มีการผลิตกระเทียมดองมากที่สุดจำนวน 10 กลุ่ม (ตารางที่ 4.9) ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบหลักคือกระเทียมเป็นพืชเศรษฐกิจหลักในพื้นที่ที่ทำการศึกษานี้ จึงมีการผลิตและแปรรูปเป็นจำนวนมาก ผลิตภัณฑ์ประเภทผลไม้ดองและเชื่อมพบว่ากลุ่มฯ มีการผลิตมะม่วงแช่อิ่มมากที่สุดจำนวน 10 กลุ่ม ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบหลักคือมะม่วงเป็นไม้ผลที่นิยมปลูกในพื้นที่ที่ทำการศึกษาและเป็นวัตถุดิบที่มีราคาต่ำกว่าผลไม้ที่นำมาแปรรูปอื่นนอกจากนี้เมื่อทำการแปรรูปเป็นมะม่วงแช่อิ่มแล้วมูลค่าของสินค้าเพิ่มขึ้น (มะม่วงดองกิโลกรัมละ 10-15 บาท มะม่วงแช่อิ่มกิโลกรัมละ 40-50 บาท) ผลิตภัณฑ์ประเภทถาด ทอด และอบ กลุ่มฯ มีการผลิตทองม้วนและข้าวเกรียบมากที่สุดจำนวนอย่างละ 6 กลุ่ม ส่วนถั่วโยบแห้งและข้าวแต่นมีจำนวนกลุ่มฯ ที่ผลิตไม่แตกต่างกันมากนักคือมีจำนวนอย่างละ 5 กลุ่ม ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทองม้วนและข้าวเกรียบเป็นผลิตภัณฑ์ที่เจ้าหน้าที่เคหกิจในพื้นที่นิยมเข้ามาสอนกรรมวิธีการผลิต นอกจากนี้วัตถุดิบที่ใช้ยังหาง่ายและราคาถูก ส่วนผลิตภัณฑ์ถั่วโยบแห้งและข้าวแต่นมีเป็นผลิตภัณฑ์หลักในพื้นที่ที่นิยมผลิตเชิงธุรกิจ โดยเฉพาะถั่วโยบแห้ง

ผลิตภัณฑ์ประเภทเนื้อสัตว์กลุ่มฯ มีการผลิตเหนมมากที่สุดจำนวน 5 กลุ่ม ทั้งนี้เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่กลุ่มฯ นิยมผลิตและเป็นอาหารเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่ทำการศึกษา ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรกลุ่มฯ นิยมผลิตสมุนไพรผงชนิดชงพร้อมดื่มมากกว่าชาสมุนไพร ผลิตภัณฑ์ประเภทผลไม้กวน เชื่อม และคลุกน้ำตาลกลุ่มฯ มีการผลิตกล้วยกวนมากที่สุดมีจำนวน 4 กลุ่ม ทั้งนี้เนื่องจากราคาวัตถุดิบต่ำทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำกลุ่มฯ จึงนิยมผลิต ผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริกกลุ่มฯ มีการผลิตน้ำพริกตาแดงมากที่สุดจำนวน 10 กลุ่ม ทั้งนี้เนื่องจากน้ำพริกตาแดงเป็นผลิตภัณฑ์หลักในพื้นที่ที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคมาเป็นเวลานานแล้ว

ตารางที่ 4.9 ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้านที่กลุ่มฯ ผลิตเพื่อจำหน่าย

ประเภทอาหาร	ผลิตภัณฑ์	จำนวน (กลุ่ม)
1	กระเทียมดอง	10
	หน่อไม้หั่น	1
	ผักกาดเขียวปลีดอง	1
2	มะม่วงแช่อิ่ม	10
	บ๊วยมะม่วง	1
	มะม่วงดอง	5
	มะขามแช่อิ่ม	1
	มะกอกดอง	2
	กระท้อนแช่อิ่ม	1
	กระท้อนดอง	1
	3	ลำไยอบแห้ง
ข้าวแตน		5
ทองพับ		3
ข้าวแคบข้าวซ้อมมือ		1
กล้วยบาร์บีคิว		1
กล้วยอบเนย		4
ทองตัน		1
ถั่วเคลือบโกโก้		2
ขนมดอกจอก		2
กล้วยฉาบ		3
ขนมหัวเราะ		1
คุกกี้เนย		1
คุกกี้สิงคโปร์		1
ขนมไข่		1

ประเภทอาหาร	ผลิตภัณฑ์	จำนวน (กลุ่ม)
3	ทองม้วน	6
	เห็ดสวรรค์	1
	มันฉาบ	1
	กล้วยฝอยน้ำพริกเผาหมูหยอง	1
	ขนมฝิง	1
	ข้าวเกรียบ	6
	โดนัท	1
	กล้วยสุภาพ	1
4	แหนม	5
	หมูสวรรค์	2
	กุนเชียง	2
	ไส้กรอกอีสาน	1
	ไส้อั่ว	1
5	ปลาต้ม	2
	ปลาสดวาง	1
	ปลาอบกรอบ	1
6	น้ำผลไม้พร้อมดื่ม	8
	ไวน์สับปะรด	1
7	ชาสมุนไพร	2
	สมุนไพรผง	7
8	เต้าเจี้ยว	8
	ซีอิ๊วขาว	3
9	ไข่เค็ม	10
10	มะขมเชื่อม	2
	มะม่วงกวน	1
	กล้วยกวน	4
	มันรังก	1
	กะละแม	1
	ข้าวตังเสวย	1

ประเภทอาหาร	ผลิตภัณฑ์	จำนวน (กลุ่ม)
10	มะเฟืองหี	1
11	มะขามแช่อิ่มอบแห้ง	1
	มะเขือเทศเชื่อมอบแห้ง	2
	ชิงแช่อิ่มอบแห้ง	1
	มะเฟืองแช่อิ่มอบแห้ง	1
	กล้วยอบแห้ง	3
	มะม่วงเส้น	1
	ฝรั่งสีรส	1
12	น้ำพริกเผาถั่วเหลือง	2
	น้ำพริกปลา	7
	น้ำพริกนรกกุ้ง	2
	น้ำพริกแกงเผ็ด	2
	น้ำพริกแกงอ่อม	3
	น้ำพริกน้ำเงี้ยว	1
	น้ำพริกตาแดง	10
	น้ำพริกนรกถั่วเหลือง	1

กลุ่มฯ ส่วนใหญ่ผลิตผลิตภัณฑ์เพียงชนิดเดียว คิดเป็นร้อยละ 31.67 โดยผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ผลิตได้แก่ น้ำผลไม้พร้อมดื่ม ไข่เค็ม และสมุนไพรผงชนิดขงพร้อมดื่ม ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีกรรมวิธีการผลิตที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนนัก ใช้เวลาในการผลิตไม่นาน และใช้ต้นทุนในการผลิตต่ำ รองลงมาคือกลุ่มฯ ที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ 3 ชนิด คิดเป็นร้อยละ 23.33 และจะพบว่าจะมีจำนวนกลุ่มฯ ที่ผลิตผลิตภัณฑ์มากกว่า 5 ชนิด มีน้อยที่สุด คือคิดเป็นร้อยละ 16.67 ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มฯ ทำการผลิต

จำนวนผลิตภัณฑ์ (ชนิด)	จำนวนกลุ่ม (กลุ่ม)	ร้อยละ
1	19	31.67
2	11	18.33
3	14	23.33
4	4	6.67
5	2	3.33
6	6	10
7	1	1.67
8	1	1.67
14	1	1.67
15	1	1.67
รวม	60	100

เมื่อนำผลิตภัณฑ์ในกลุ่มฯ ทำการผลิตกับระดับกลุ่มฯ ที่จัดระดับโดยเจ้าหน้าที่เทคนิค และกรมส่งเสริมการเกษตร มาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กันดังตารางที่ 4.11 พบว่ากลุ่มฯ ระดับ 1 ส่วนใหญ่ผลิตผลิตภัณฑ์มากกว่า 5 ชนิด ส่วนกลุ่มฯ ระดับ 2 และระดับ 3 ส่วนใหญ่จะผลิตผลิตภัณฑ์เพียงชนิดเดียว ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า จำนวนผลิตภัณฑ์และระดับกลุ่มฯ มีความสัมพันธ์กัน จากการวิเคราะห์ค่าสถิติไคสแควร์เท่ากับ 20.375 มีค่ามากกว่าค่าไคสแควร์ในระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 18.307 ดังตารางที่ 4.4 ถือว่ากลุ่มฯ ระดับ 1 ที่ถือว่าประสบความสำเร็จ มีกิจกรรมการแปรรูปอาหารอย่างสม่ำเสมอ และสามารถบริหารงานแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ (จากการประเมินของเจ้าหน้าที่เทคนิค) จะมีการผลิตผลิตภัณฑ์มากกว่ากลุ่มฯ ระดับ 2 และระดับ 3 ที่ประสบความสำเร็จปานกลางและที่ยังไม่ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มฯ ระดับที่ 1 จะมีศักยภาพในการสามารถควบคุมการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า

ตารางที่ 4.11 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนผลิตภัณฑ์และระดับกลุ่มฯ

จำนวนผลิตภัณฑ์ (ชนิด)	ระดับกลุ่มฯ			
	1	2	3	รวม
1	1	13	5	19
2	6	5	0	11
3	7	4	3	14
4	1	2	1	4
5	1	0	1	2
มากกว่า 5	7	3	0	10
รวม	23	27	10	60

หมายเหตุ : $\chi^2 = 20.375$

นอกจากนี้เมื่อนำระดับกลุ่มฯ และระดับกำไรมาหาความสัมพันธ์กัน พบว่าระดับกลุ่มฯ ที่เจ้าหน้าที่เคหกิจจัดกลุ่มไม่มีความสัมพันธ์กัน เนื่องจากค่าไคสแควร์ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่าไคสแควร์ตาราง ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงทำให้อธิบายได้ว่าถึงแม้กลุ่มฯ จะถูกจัดอยู่ในระดับที่พัฒนา มีศักยภาพในการบริหารงานและการทำกำไร (ระดับ 1) แต่ระดับกำไรที่เป็นผลการดำเนินงานในสภาพความเป็นจริงของกลุ่มฯ นั้นไม่ได้ติดตามไปด้วย จึงเป็นที่น่าสังเกตว่าระดับกำไรไม่ใช่ตัวชี้วัดในการจัดระดับกลุ่มฯ ดังตารางที่ 4.12 นอกจากนี้ที่สำคัญยังบ่งชี้ว่า การใช้แนวคิดทางเศรษฐศาสตร์เพียงอย่างเดียวมาวิเคราะห์ความสำเร็จของกลุ่มฯ อาจได้ข้อสรุปไม่ชัดเจน จำเป็นต้องอาศัยแนวคิดอื่นมาพิจารณาด้วย

ตารางที่ 4.12 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับกลุ่มฯ และระดับกำไรของกลุ่มฯ

ระดับกำไร (บาท)	ระดับกลุ่มฯ			
	1	2	3	รวม
น้อยกว่า 10,000	9	9	3	21
10,001-50,000	5	9	3	17
50,001-90,000	2	3	1	6
90,001-130,000	2	3	0	5
มากกว่า 130,000	5	3	3	11
รวม	23	27	10	60

หมายเหตุ : $\chi^2 = 10.148$

4.2.2 การคัดคุณภาพวัตถุดิบ การตรวจสอบผลิตภัณฑ์ และการได้เครื่องหมาย ออ.

กลุ่มฯ ที่มีการจัดตั้งคณะกรรมการฝ่ายควบคุมการผลิตมีเพียง 5 กลุ่ม หรือร้อยละ 8.3 การควบคุมการผลิตส่วนใหญ่จะควบคุมและดูแลโดยคณะกรรมการฝ่ายอื่น ๆ แต่ผู้มีอำนาจตัดสินใจส่วนใหญ่จะอยู่ที่ประธานกลุ่มฯ การควบคุม การผลิต และตรวจสอบคุณภาพสินค้า เป็นสิ่งที่กลุ่มฯ ปฏิบัติอยู่ในปัจจุบัน จากการศึกษพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มฯ มีการคัดคุณภาพของวัตถุดิบ 40 กลุ่ม หรือร้อยละ 66.7 โดยที่คณะกรรมการจะเลือกวัตถุดิบให้ได้มาตรฐานเพื่อความสม่ำเสมอของผลผลิต แต่ทั้งนี้ต้องอยู่ภายใต้ต้นทุนที่จำกัด

การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ หลังจากทีกลุ่มฯ ทำการผลิตแล้วจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มฯ มักไม่มีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ จำนวน 37 กลุ่ม หรือ ร้อยละ 61.7 ส่วนกลุ่มฯ ที่มีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์มีจำนวน 23 กลุ่ม หรือร้อยละ 38.3 ซึ่งวิธีตรวจสอบที่ใช้ ได้แก่ การควบคุมรสชาติโดยเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขัน การรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภคแล้วนำมาปรับปรุงกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ และการคัดเกรดผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานเท่านั้นมาจำหน่าย

จะเห็นได้ว่ากลุ่มฯ ให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกวัตถุดิบก่อนนำมาผลิตมากกว่าการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตแล้ว จากการสัมภาษณ์กลุ่มฯ ให้เหตุผลว่าการได้คัดเลือกวัตถุดิบที่ได้คุณภาพแล้วก็จะสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ออกมาได้อย่างมีคุณภาพเช่นกัน จึงไม่จำเป็นต้องให้ความสำคัญมากเท่าใดนัก

การประเมินมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ สามารถประเมินได้จากจำนวนกลุ่มฯ ที่ได้รับเครื่องหมาย อย. พบว่ากลุ่มฯ ส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับเครื่องหมาย อย. จำนวน 38 กลุ่ม หรือร้อยละ 63.3 เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นในระดับหนึ่งว่าระดับมาตรฐานการผลิตของกลุ่มฯ ที่ทำการศึกษายังไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร การได้รับเครื่องหมาย อย. ของกลุ่มฯ จะเป็นลักษณะอยจ. หรือ อย.จดแจ้ง ซึ่งการขอ อยจ. นี้จะแตกต่างจากการขอเครื่องหมาย อย. คือ อยจ. ไม่จำเป็นต้องนำผลิตภัณฑ์อาหารไปตรวจวิเคราะห์ ทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการขออนุญาต วิธีการขอ อยจ. จะมีเจ้าหน้าที่ไปตรวจความมีมาตรฐานของโรงเรือนผลิต วิธีการผลิต สุขอนามัยของผู้ประกอบอาหาร (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2539) ดังนั้นการขอ อยจ. จึงของ่ายและเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการขอน้อยกว่าการขอ อย.

ตารางที่ 4.13 จำนวนร้อยละของกลุ่มฯ แยกตามการกีดคุณภาพวัตถุดิบ การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์และการได้รับเครื่องหมาย อย.

รายการ	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
1. การกีดคุณภาพวัตถุดิบ		
กีดคุณภาพ	40	66.7
ไม่กีดคุณภาพ	20	33.3
รวม	60	100
2. การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์		
มีการตรวจสอบ	23	38.3
ไม่มีการตรวจสอบ	37	61.7
รวม	60	100
3. การได้รับเครื่องหมาย อย.		
ได้รับ	22	36.7
ไม่ได้รับ	38	63.3
รวม	60	100

4.3 การบริหารการตลาด

4.3.1 การตัดสินใจด้านการผลิต

มีกลุ่มฯที่ตั้งคณะกรรมการมารับผิดชอบฝ่ายการตลาดเพียงร้อยละ 16.6 การบริหารงานการตลาดจะเป็นหน้าที่ของประธานหรือคณะกรรมการฝ่ายอื่น ๆ ส่วนอำนาจการตัดสินใจนั้นส่วนใหญ่ก็ขึ้นอยู่กับประธานหรือคณะกรรมการ จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่ากลุ่มฯ มีปัญหาเรื่องขาดตลาดที่แน่นอน การผลิตส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตตามช่วงเทศกาลหรือผลิตตามคำสั่งซื้อเท่านั้น

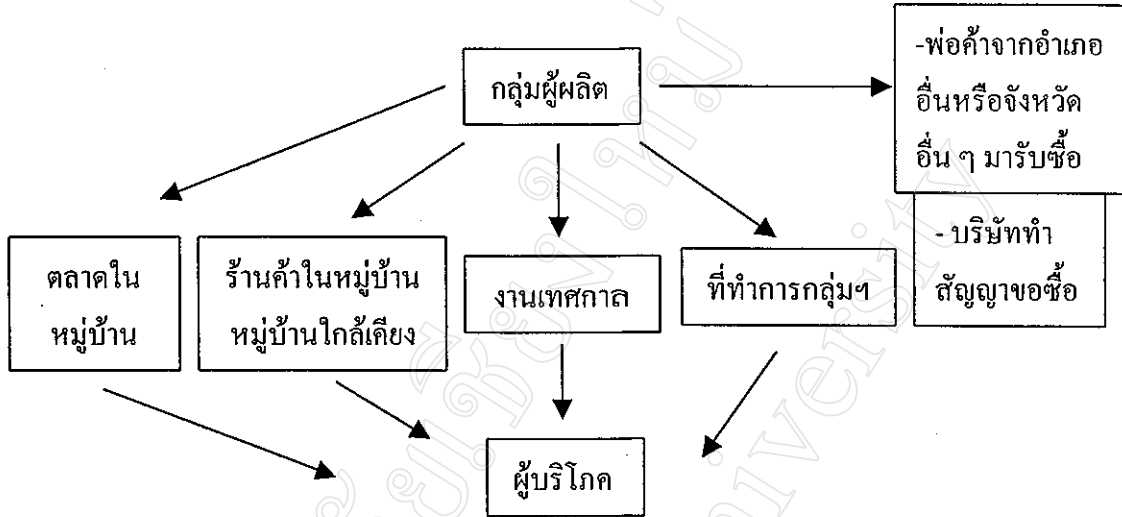
4.3.2 ราคาและการตั้งราคา

การกำหนดราคาของกลุ่มฯ ใช้วิธีการกำหนดราคาแบบเดียวกันหมดคือดูต้นทุนเป็นหลัก ราคาที่ขายจะมีทั้งราคาขายส่ง ขายปลีก (รายละเอียดในหัวข้อช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์)

4.3.3 ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

ช่องทางการตลาด (marketing flow) ของผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ จะแสดงให้เห็นถึงเส้นทางของผลิตภัณฑ์จากกลุ่มฯ ไปยังผู้บริโภค โดยจะพบว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ มีช่องทางการตลาดค่อนข้างแคบ ผ่านผู้เกี่ยวข้องหรือพ่อค้าคนกลางไม่กี่ขั้นตอน และส่วนใหญ่เป็นการผลิตขนาดเล็ก ประมาณการผลิตไม่สม่ำเสมอ จึงทำให้ตลาดที่หาได้อยู่ในท้องถิ่นหรือบริเวณใกล้เคียงเท่านั้น รายละเอียดช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทแสดงได้ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ประเภทผักดอง ผลิตภัณฑ์ประเภทผักดองประกอบด้วย หน่อไม้ ถัสดิบ ผักกาดเขียวปลีดอง กระเทียมดอง ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผักดองมีหลายทาง ได้แก่ การขายปลีกให้ผู้บริโภคที่ทำการกลุ่มฯ หรือร้านค้าของกลุ่มฯ เอง การขายปลีกในงานเทศกาลต่าง ๆ ที่จัดเป็นครั้งคราว การขายส่งตามร้านค้าในหมู่บ้านและหมู่บ้านใกล้เคียง การขายปลีกตลาดในหมู่บ้านซึ่งจะมีตัวแทนกลุ่มฯ ไปขายทุกวัน และจากการขายส่งให้พ่อค้าต่างอำเภอหรือต่างจังหวัดที่เข้ามารับซื้อถึงกลุ่มฯ นอกจากนี้ในส่วน of ผลิตภัณฑ์กระเทียมดอง จะมีการทำสัญญาซื้อขาย กับบริษัทเอกชนที่เข้ามาลงทุนในท้องถิ่นนั้น โดยบริษัทจะจัดน้ำสำหรับดองกระเทียมให้กลุ่มฯ ผลิตตามสูตรของบริษัทเท่านั้น (รูปที่ 4.1)



รูปที่ 4.1 ช่องทางการตลาดของฝักร้อง

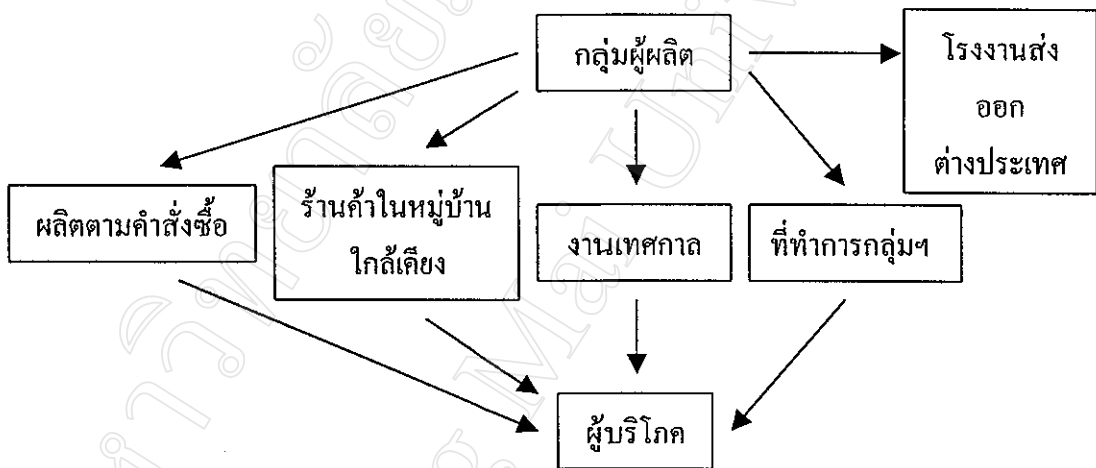
2) ผลิตภัณฑ์ประเภทผลไม้ดองและแช่อิ่ม

ผลิตภัณฑ์ประเภทผลไม้ดองและแช่อิ่ม ประกอบด้วย มะม่วงแช่อิ่ม บัว มะม่วง มะม่วงดอง มะขามแช่อิ่ม กระถ่อนแช่อิ่ม กระถ่อนดอง ช่องทางของผลิตภัณฑ์ประเภทผลไม้ดองและแช่อิ่มมีหลายช่องทางได้แก่ การขายปลีกให้ผู้บริโภคที่ทำการกลุ่มฯ เอง การขายปลีกในงานเทศกาลต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว การขายส่งในร้านค้าในหมู่บ้านหรือหมู่บ้านใกล้เคียง การขายปลีกในตลาดหมู่บ้านหรือตลาดหมู่บ้านใกล้เคียง จะสังเกตได้ว่าผลิตภัณฑ์ประเภทผลไม้ดองและแช่อิ่มมีช่องทางการตลาดสั้น การจำหน่ายจะจำหน่ายภายในหมู่บ้านและหมู่บ้านใกล้เคียงเท่านั้น ไม่สามารถหาตลาดต่างอำเภอหรือต่างจังหวัดได้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ประเภทผลไม้ดองและแช่อิ่มมีวิธีการไม่ยุ่งยากซับซ้อน ไม่ต้องอาศัยสูตรเฉพาะในการผลิต ประกอบกับวัตถุดิบในการผลิตสามารถหาได้ง่ายในทุกท้องถิ่น จึงมีการผลิตผลิตภัณฑ์ดังกล่าวค่อนข้างแพร่หลายตลาดจึงมีเฉพาะในท้องถิ่นใกล้เคียงเท่านั้น (รูปที่ 4.2)

3) ผลิตภัณฑ์ประเภท ฉาบ ทอดและอบ

ผลิตภัณฑ์ประเภทฉาบ ทอดและอบ ประกอบด้วย ลำไยอบแห้ง ข้าวแตนทองหับ ข้าวแคบข้อมมือ ข้าวเกรียบ กุ้งบาร์บีคิว กุ้งอบเนย กุ้งสุภาพ ทองคั้น ถั่วเคลือบโกโก้ ขนมหอกจอก ขนมหึง กระหรีบปีบ กุ้งฉาบ ขนมหั่วเราะ ลูกก๊วยเนย ลูกก๊วยคิงโป๊ว ขนมหั้ว โคนัท ทองม้วน มันฉาบ กุ้งฝอย น้ำพริกเผา หมูหยอง และเห็ดสวรรค์ ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทฉาบ ทอดและอบ มีหลากหลายช่องทาง ได้แก่ การขายปลีกให้ผู้

บริโคนที่ทำการกลุ่มๆ เอง การขายปลีกในงานเทศกาลต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว การขายส่งให้ร้านค้าในหมู่บ้าน หมู่บ้านใกล้เคียง รวมไปถึงร้านค้าต่างอำเภอ โดยเฉพาะลำไยอบแห้งที่นอกจากมีช่องทางการตลาดดั้งที่ได้กล่าวมาแล้วยังพบว่าส่วนใหญ่จะผลิตส่งให้โรงงานอบแห้งที่อยู่ในท้องถิ่น ซึ่งจะถูกนำส่งต่อไปยังประเทศจีนและไต้หวันต่อไป นอกจากนี้ช่องทางการตลาดประเภทผลิตตามคำสั่งซื้อของผู้บริโภคในโอกาสต่าง ๆ อีกด้วย และจะสังเกตได้ว่าผลิตภัณฑ์ในประเภทนี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะอายุการเก็บรักษาสั้น ทำให้การหาตลาดค่อนข้างจำกัดอยู่ภายในบริเวณใกล้ ๆ เนื่องจากกลุ่มๆ ต้องคำนึงถึงคุณภาพสินค้าเป็นหลัก เพราะเมื่อช่องทางการตลาดซึ่งยาวก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ ไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค (รูปที่ 4.2)

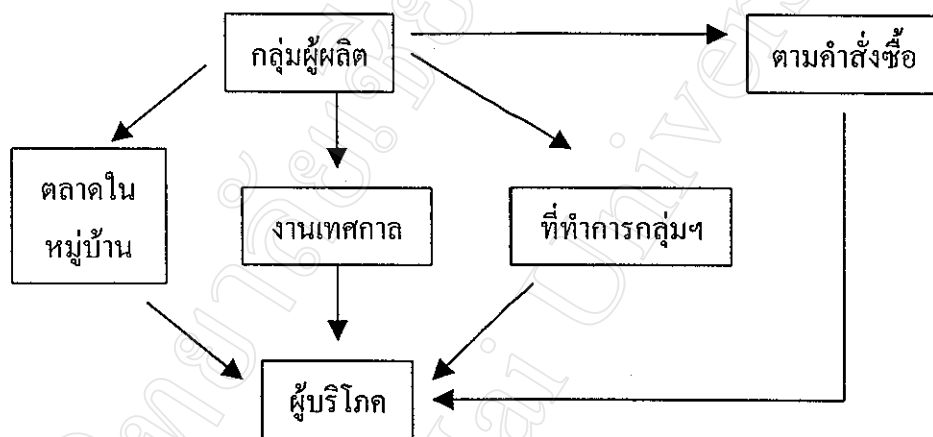


รูปที่ 4.2 ช่องทางการตลาดของผลไม้ดองและแช่อิ่มและผลิตภัณฑ์ประเภท ฉาบ ทอด อบ

4) ประเภทผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์

ผลิตภัณฑ์ประเภทเนื้อสัตว์ ประกอบด้วย แหนม หมูสวรรค์ กุนเชียง ไส้กรอกอีสาน และไส้อ้ว ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทเนื้อสัตว์มีหลายช่องทาง ได้แก่ ขายปลีกให้ผู้บริโภคที่ทำการกลุ่มๆ หรือร้านค้าของกลุ่มๆ เอง ขายปลีกในงานเทศกาล ต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว ขายปลีกที่ตลาดเฉพาะผลิตภัณฑ์หมูสวรรค์ โดยกลุ่มๆ จะมีการผลิตโดยให้สมาชิกเปลี่ยนกันไปทอดหมูสวรรค์ที่ตลาดในหมู่บ้านทุกวัน นอกจากนี้ช่องทางการตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ คือ ช่องทางการตลาดโดยการผลิตตามคำสั่งซื้อ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ประเภทดังกล่าวอายุสั้น ต้องใช้เงินลงทุนในการผลิตสูงประกอบกับกรรมวิธีผลิตค่อนข้างยุ่งยาก

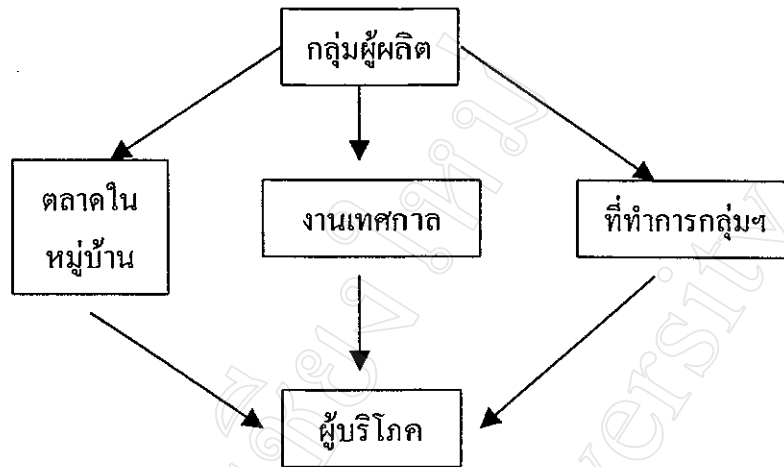
ต้องอาศัยความชำนาญ ต้องใช้แรงงานในการผลิตมาก จึงทำให้ปริมาณการผลิตไม่ค่อยคงที่ ไม่มีการผลิตไปขายตามร้านค้าประจำ จะผลิตมากตอนช่วงใกล้เทศกาลหรือตามคำสั่งซื้อ และที่เหลือก็จะขายที่ทำการกลุ่มฯ นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่าผลิตภัณฑ์ประเภทดังกล่าวผู้บริโภคต้องการเครื่องหมาย อย. ประกอบการเลือกซื้อ แต่พบว่ามีกลุ่มฯ ที่ทำการศึกษารับเครื่องหมาย อย. น้อยมาก ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จึงอยู่ในเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคในหมู่บ้านและหมู่บ้านใกล้เคียงที่มีเชื้อใจในการผลิตเท่านั้น (รูปที่ 4.3)



รูปที่ 4.3 ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทเนื้อสัตว์

5) ประเภทผลิตภัณฑ์จากปลา

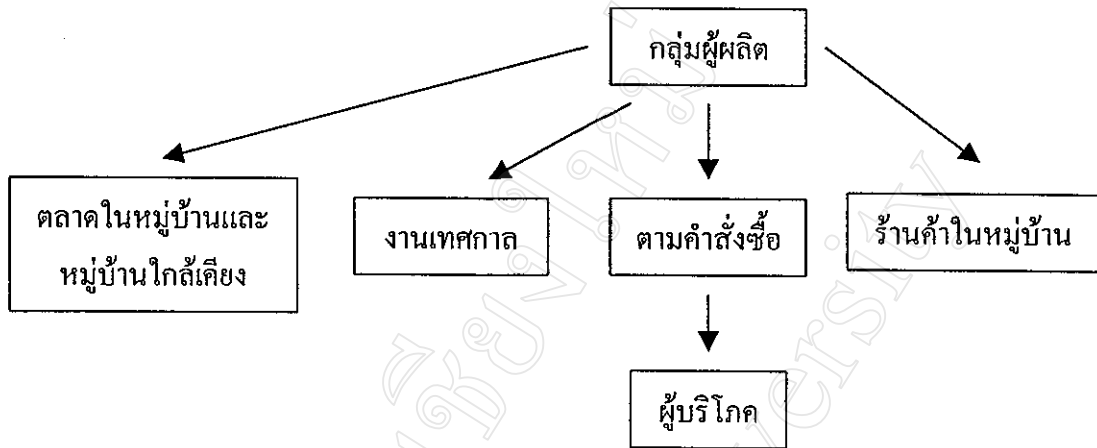
ผลิตภัณฑ์ประเภทปลา ประกอบด้วย ปลาต้ม ปลาสดวาง และปลาอบกรอบ ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนี้ผลิตโดยกลุ่มฯ เพียง 1 กลุ่มเท่านั้น ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทปลามีหลายช่องทาง ได้แก่ ขายปลีกที่ทำการกลุ่มฯ เอง ขายปลีกในงานเทศกาลต่างๆ ที่จัดเป็นครั้งคราว และขายส่งให้ห้างสรรพสินค้าโลตัสใน จังหวัด เชียงใหม่ (รูปที่ 4.4)



รูปที่ 4.4 ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทปลา

6) ผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำผลไม้พร้อมดื่ม

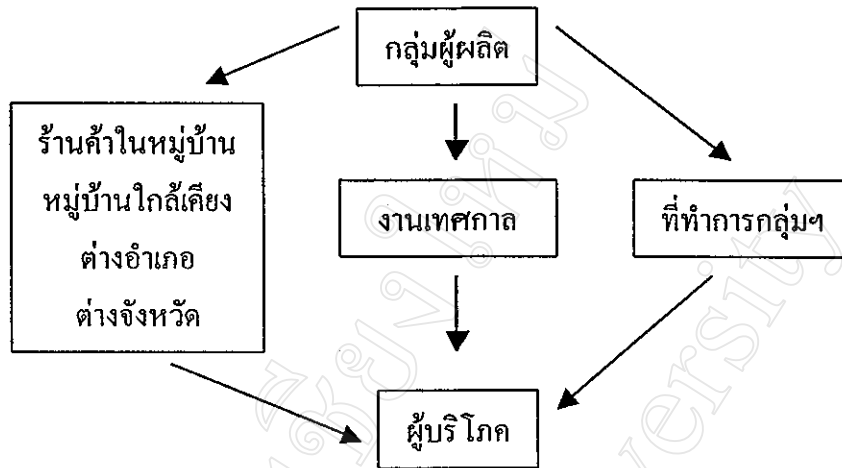
ผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ประกอบด้วย น้ำส้ม น้ำมะนาว น้ำสับปะรด น้ำฝรั่ง น้ำมะพร้าว น้ำเงาะก้วย น้ำมะตูม น้ำลำไย ชามะนาว และไวน์สับปะรด ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำผลไม้พร้อมดื่ม มี 2 ช่องทาง ได้แก่ ขายส่งให้ร้านค้าในหมู่บ้าน และ ขายส่งตามคำสั่งซื้อ ซึ่งส่วนมากเป็นจากงานศพ และงานบุญต่าง ๆ โดยมีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) เป็นผู้จ้างและออกทุนให้และจ่ายค่าตอบแทนถุงละ 1 บาท แต่จะพบว่าน้ำฝรั่งและไวน์สับปะรดมีช่องทางการตลาดที่แตกต่างกว่าน้ำผลไม้ชนิดอื่น ๆ เพิ่มขึ้นมาอีก 2 ช่องทาง คือ จะมีการขายในงานเทศกาล และขายปลีกตลาดในหมู่บ้าน จะเห็นได้ว่าช่องทางการตลาดของน้ำผลไม้พร้อมดื่มค่อนข้างสั้น ทั้งนี้เนื่องจากน้ำผลไม้มีอายุการเก็บรักษาไม่นาน และนอกจากนี้การผลิตน้ำผลไม้ต่าง ๆ นอกจากน้ำฝรั่งและไวน์สับปะรด การผลิตส่วนใหญ่เป็นไปตามคำสั่งซื้อตามงานศพงานบุญต่าง ๆ และกลุ่มฯ ในหมู่บ้านนั้น ๆ เป็นผู้ผลิต จึงทำให้การบริโภคส่วนใหญ่จะอยู่ในหมู่บ้านเท่านั้น ส่วนน้ำฝรั่งและไวน์สับปะรดถึงแม้ว่ามีตลาดในหมู่บ้านใกล้เคียงด้วย แต่ก็ยังไม่สามารถพัฒนาให้กลุ่มผู้บริโภคในเมืองยอมรับได้ เนื่องจากกลุ่มฯ ยังไม่ได้รับเครื่องหมาย อย. และมีคู่แข่งการตลาดที่สามารถผลิตน้ำผลไม้ที่เก็บรักษาได้นานและมีคุณภาพมากกว่า (รูปที่ 4.5)



รูปที่ 4.5 ช่องทางการตลาดของน้ำผลไม้พร้อมดื่ม

7) ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพร

ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรประกอบด้วย สมุนไพรผงชนิดซองพร้อมดื่ม (ดอกคำฝอย หญ้าหนวดแมว จิง มะตูม และฟ้าทลายโจร) และชาสมุนไพร (ดอกคำฝอย จิง รางจืด และหญ้าหนวดแมว) ช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรมีหลายช่องทาง ได้แก่ ขายปลีกที่ทำการกลุ่มฯ หรือร้านค้าของกลุ่มฯ เอง ขายปลีกในงานเทศกาลที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว ขายส่งให้ร้านค้าในหมู่บ้าน หมู่บ้านใกล้เคียง รวมไปถึงร้านต่างอำเภอและต่างจังหวัด จะเห็นได้ว่าช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรมีการขยายไปถึงตลาดต่างอำเภอ รวมไปถึงใน อำเภอ เมือง และต่างจังหวัดเนื่องจากกระแสความนิยมสินค้าปลอดสารพิษและสมุนไพร เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภครให้ความสำคัญมากขึ้น ประกอบกับมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากเป็นผงผสมน้ำตาลสำหรับซองพร้อมดื่มมาเป็นชาสมุนไพรเป็นลักษณะอบแห้งบรรจุ Tea bag รูปทรงทันสมัย สะดวกสบายดึงดูดใจผู้บริโภครมากขึ้น (รูปที่ 4.6)



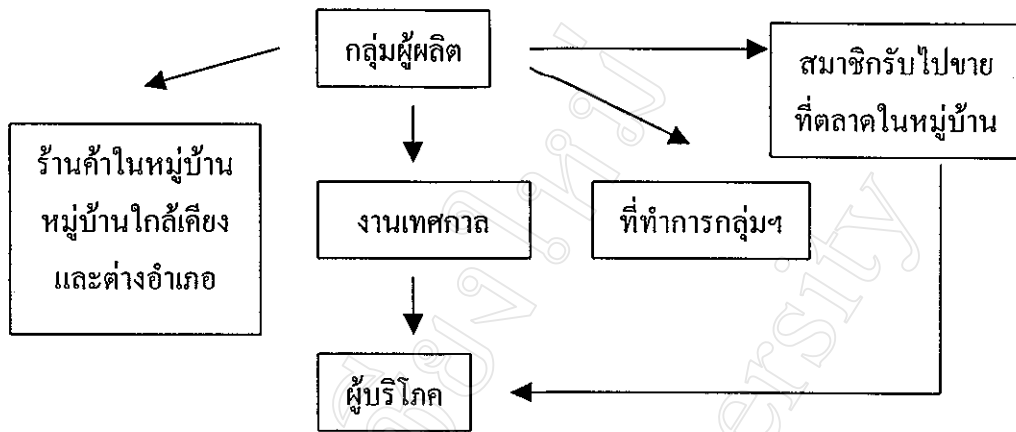
รูปที่ 4.6 ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพร

8) ผลิตภัณฑ์เต้าเจี้ยวและซีอิ๊วขาว

ช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์เต้าเจี้ยวและซีอิ๊วขาวมีหลายอย่างได้แก่ ขายปลีกที่ทำการกลุ่มฯ ขายปลีกที่งานเทศกาลที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว ขายส่งร้านค้าในหมู่บ้านและหมู่บ้านใกล้เคียง และขายส่งให้พ่อค้าคนกลางที่มาหาซื้อเป็นโอง โดยกลุ่มฯ จะทำเป็นสัญญาการซื้อ ขายให้เครดิตกับพ่อค้านั้น การผลิตเต้าเจี้ยวและซีอิ๊วขาว แต่ละกลุ่มฯ จะวางแผนการผลิตแตกต่างกัน คือบางกลุ่มฯ จะมีการผลิตตลอดปี โดยซื้อวัตถุดิบคือถั่วเหลืองไว้ตอนที่ราคาต่ำสุดในปริมาณมากพอที่จะผลิตได้ตลอดปี บางกลุ่มฯ จะทำการผลิตช่วงที่มีวัตถุดิบเท่านั้นและถั่วจำหน่ายแก่พ่อค้าที่มาซื้อเป็นส่วนใหญ่ ส่วนที่เหลือจะขายตามงานเทศกาลและร้านค้าในหมู่บ้าน (รูปที่ 4.7)

9) ผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม

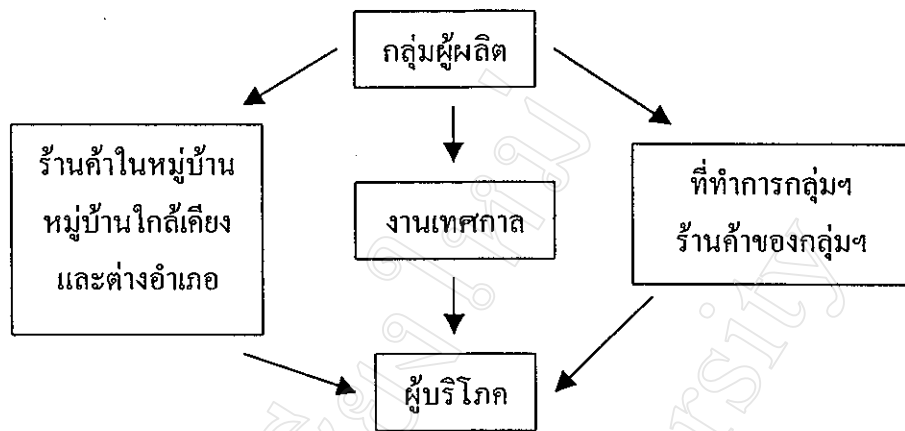
ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มมีหลายช่องทาง ได้แก่ ขายปลีกที่ทำการกลุ่มฯ ขายปลีกในงานเทศกาลที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว ขายส่งร้านค้าในหมู่บ้าน หมู่บ้านใกล้เคียงและต่างอำเภอ และการขายปลีกที่ตลาดในท้องถิ่นนั้น ๆ จากการศึกษาพบว่าตลาดส่วนใหญ่ของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มจะเป็นการขายปลีกที่ตลาดในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยจะมีสมาชิกในกลุ่มฯ ที่มีอาชีพค้าขาย ซื้อในราคาส่งแล้วนำไปขายที่ตลาดอีกต่อหนึ่ง (รูปที่ 4.7)



รูปที่ 4.7 ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม
ผลิตภัณฑ์เต้าเจี้ยวและซีอิ๊วขาว

10) ผลิตภัณฑ์ประเภทผลไม้กวน เชื่อม และคลุกน้ำตาลและผลิตภัณฑ์ประเภทตากและอบแห้ง

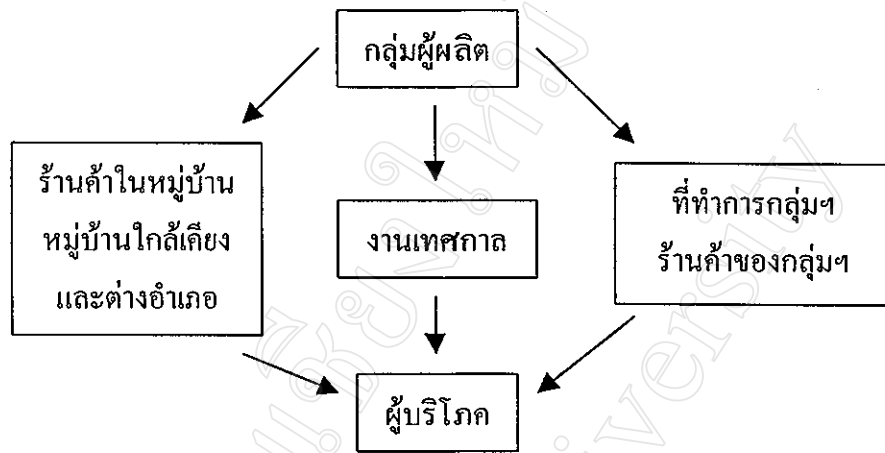
ผลิตภัณฑ์ประเภทผลไม้ กวน เชื่อม และคลุกน้ำตาล ประกอบด้วย มะขามแก้ว มะเฟืองหิย มะม่วงกวน กะละแม มะขมเชื่อม ข้าวตังเสวย และมันฝรั่งก ส่วนช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทตากและอบแห้ง ประกอบด้วย มะขามเชื่อมแช่อิ่มอบแห้ง มะเขือเทศเชื่อมอบแห้ง จิงแช่อิ่มอบแห้ง มะเฟืองแช่อิ่มอบแก้ว กล้วยอบแห้ง มะม่วงเส้น และฝรั่งสี่รส ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ประเภท มีความคล้ายคลึงกัน ได้แก่ ขายปลีกที่ทำการกลุ่มฯ และร้านค้าของกลุ่มฯ เอง ขายปลีกในงานเทศกาลที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว ขายส่งที่ร้านค้าในหมู่บ้านหมู่บ้านใกล้เคียง ต่างอำเภอ และต่างจังหวัด โดยจากการศึกษาพบว่าช่องทางการตลาดของทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์จะผลิตเป็นประจำเพราะมีร้านค้าที่รับผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีตลอดทั้งปีไม่ต้องอาศัยฤดูกาล ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนี้มีช่องทางการตลาดค่อนข้างยาว เพราะผลิตภัณฑ์ประเภทนี้สามารถเก็บรักษาได้นาน ซึ่งนอกจากผู้บริโภคจะซื้อบริโภคเองแล้วยังซื้อเป็นของฝากอีกด้วย (รูปที่ 4.8)



รูปที่ 4.8 ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทผลไม้กวน เชื่อม และลูกน้ำตาล และผลิตภัณฑ์ประเภทตากและอบแห้ง

11) ผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริก

ผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริก ประกอบด้วย น้ำพริกเผาถ้วยเหลือง น้ำพริกลาบ น้ำพริกนรกกึ่ง น้ำพริกแกงเผ็ด น้ำพริกแกงอ่อม น้ำพริกน้ำเงี้ยว และน้ำพริกนรกถ้วยเหลือง ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริกมีหลายช่องทาง ได้แก่ ขายปลีกที่ที่ทำการกลุ่มฯ หรือร้านค้าของกลุ่มฯ เอง ขายปลีกในงานเทศกาลที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว สำหรับน้ำพริกที่ผลิตขายในงานเทศกาลจะไม่ใช้น้ำพริกประเภทใช้ปรุงอาหาร คือ น้ำพริกแกงเผ็ด แกงอ่อม และน้ำเงี้ยว ส่วนชนิดอื่นจะผลิตตามปกติ นอกจากนี้ยังมีช่องทางการตลาดขายส่งที่ร้านค้าในหมู่บ้าน หมู่บ้านใกล้เคียง และต่างอำเภอ เฉพาะน้ำพริกตาแดงและน้ำพริกลาบ ส่วนน้ำพริกเผาถ้วยเหลือง น้ำพริกนรกกึ่ง น้ำพริกนรกถ้วยเหลือง จะผลิตเมื่อถึงงานเทศกาลเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากมีอายุการเก็บรักษาสั้น จึงต้องผลิตแล้วขายให้หมด ก่อนที่ผลิตภัณฑ์จะหมดอายุ (รูปที่ 4.9)



รูปที่ 4.9 ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริก

4.3.4 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มฯ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ 40 กลุ่ม หรือร้อยละ 66.7 (ไม่นับวิธีโฆษณาแบบการบอกต่อ) ส่วนกลุ่มฯ ที่ไม่มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มี 20 กลุ่ม หรือร้อยละ 33.31 โดยวิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของกลุ่มฯ มีหลายวิธีดังตารางที่ 4.25 โดยจากข้อมูลพบว่าการโฆษณาที่กลุ่มฯ ใช้มากที่สุดคือ วิธีการออกร้านตามงานเทศกาลที่จัดขึ้นในโอกาสต่าง ๆ ร้อยละ 68.33 นอกจากนี้วิธีออกร้านแล้ววิธีประชาสัมพันธ์และการโฆษณาอื่น ๆ ที่กลุ่มฯ ใช้รองลงมาร้อยละ 21.7 คือการใช้สื่อ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประกาศ โฆษณาต่าง ๆ และวิธีให้ส่วนลดการค้าแก่ลูกค้า จะเห็นได้ว่าการเลือกใช้วิธีการโฆษณาของกลุ่มฯ ที่เลือกใช้วิธีออกร้านมากที่สุดนั้น เนื่องจากไม่เสียค่าใช้จ่ายในการออกร้านหรือถ้าเสียค่าใช้จ่ายก็เสียค่าใช้จ่ายน้อยมาก เช่น อาจเป็นค่าเช่าเต็นท์ เป็นต้น ส่วนวิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ก่อนข้างเสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์มากกว่า การโฆษณาอีกวิธีคือการให้ลูกค้าชิมสินค้า และโฆษณาเป็นลักษณะการบอกต่อกันไป พบว่ากลุ่มฯ ใช้วิธีการโฆษณาลักษณะนี้ทุกกลุ่มฯ ทั้งนี้เนื่องจากทำได้ง่าย รวดเร็ว และไม่เสียค่าใช้จ่าย (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มฯ แยกตามวิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

วิธีการประชาสัมพันธ์	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
1. ใช้โฆษณาประเภทสื่อต่าง ๆ	13	21.7
2. ให้ส่วนลดสินค้า	13	21.7
3. ให้เครดิต	8	13.3
4. บริการส่งถึงที่	9	15
5. ออกร้านในงานเทศกาล	41	68.33
6. ให้ชิมและให้บอกต่อกันไป	60	100

หมายเหตุ : แต่ละกลุ่มฯ อาจมีวิธีการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์มากกว่า 1 วิธี

การโฆษณาอีกวิธีหนึ่งที่กลุ่มฯ ใช้เป็นสิ่งดึงดูดผู้บริโภค คือ การแสดงรางวัลที่ได้จากการประกวดของผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆเพื่อดึงดูดผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่ากลุ่มฯ ที่ได้รับรางวัลจากการประกวดผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ มี 17 กลุ่ม หรือร้อยละ 28.3 ส่วนกลุ่มฯ ที่ไม่ได้รับรางวัลมี 43 กลุ่ม หรือร้อยละ 71.7

4.4 การบริหารการเงิน

กลุ่มฯ มีการตั้งคณะกรรมการที่ดูแลฝ่ายการเงิน คือ เภรัญญิก มีหน้าที่ทำบัญชีรายละเอียดต่าง ๆ แต่ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจทางการเงิน ส่วนใหญ่มักจะเป็นประธานกลุ่มฯ บัญชีที่เพรัญญิกจัดทำขึ้นส่วนใหญ่จะเป็นการทำลักษณะบัญชีอย่างง่าย คือ ลงบันทึกแบบรายรับรายจ่ายโดยไม่ได้แยกประเภทต้นทุนต่าง ๆ เช่น บัญชีค่าแรง บัญชีวัตถุดิบ บัญชีลูกหนี้ บัญชีทรัพย์สิน ซึ่งจากการสัมภาษณ์ พบว่ามีเจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐ เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) ธนาคารออมสิน จัดการอบรมเรื่องการทำบัญชี ร้อยละ 70 ของจำนวนกลุ่มฯ ทั้งหมด แต่ผู้ที่เข้ารับการอบรมยังไม่เข้าใจระบบการทำบัญชีที่ถูกต้อง และไม่สามารถนำไปใช้ในกลุ่มฯ ของตนได้ ลักษณะการจัดทำบัญชีของกลุ่มฯ ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 จำนวน ร้อยละของกลุ่มฯ แยกตามลักษณะการจัดทำบัญชี

การจัดทำบัญชี	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
ไม่มีการจัดทำบัญชี	6	10
มีระบบบัญชีถูกต้องและข้อมูลครบ	5	8.3
มีระบบบัญชีอย่างง่ายและข้อมูลครบ	15	25
มีระบบบัญชีอย่างง่ายและข้อมูลไม่ครบ	34	56.7
รวม	60	100

หมายเหตุ :

มีระบบบัญชีถูกต้อง หมายถึง มีการทำบัญชีแยกตามประเภท (รายรับ-รายจ่าย บัญชีลูกหนี้ บัญชีวัตถุดิบ บัญชีค่าแรง บัญชีการขาย) บางกลุ่มฯ มีการทำสมุดรายวัน และ บัญชีทรัพย์สิน

จากตารางที่ 4.15 ส่วนใหญ่กลุ่มฯ มีการจัดทำบัญชีอย่างง่ายและมีข้อมูลไม่ครบร้อยละ 56.7 ในขณะที่กลุ่มฯ ที่จัดทำบัญชีอย่างง่ายและมีข้อมูลครบมีเพียงร้อยละ 25 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสมาชิกกลุ่มฯ ยังไม่สามารถนำความรู้จากการอบรมเรื่องการทำบัญชีมาใช้ได้อย่างถูกต้อง ซึ่งการจัดทำบัญชีอย่างง่ายของกลุ่มฯ ในส่วนของข้อมูลที่ไม่ครบคือส่วนใหญ่จะไม่มีบัญชีทรัพย์สินทั้งหมดของกลุ่มฯ ทั้งนี้เนื่องจากทรัพย์สินของกลุ่มฯ ส่วนใหญ่มีหน่วยงานหรือบุคคลสนับสนุนให้ การลงบัญชีบางครั้งไม่มีข้อมูลของราคาเริ่มต้น ปีที่ได้รับ และไม่มีการสำรวจมูลค่าทรัพย์สินรวมของกลุ่มฯ อย่างชัดเจน

ส่วนการจัดการเรื่องรายได้ของกลุ่มฯ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มฯ ที่ไม่มีการปันผลหุ้นร้อยละ 80 กลุ่มฯ ที่ไม่มีการรวมหุ้นของสมาชิกในกลุ่มฯ จะมีการรวมหุ้นกันเฉพาะผู้ที่ป็นแรงงานในการผลิตโดยมีการถือหุ้นละเท่าๆกันทุกคน หลังจากขายผลิตภัณฑ์และมีรายได้แล้วจะหักต้นทุนการผลิตผันแปร (variable cost) ออกก่อน ที่เหลือจึงนำมาแบ่งตามจำนวนมากน้อยของหุ้นที่แต่ละคนลงทุนไป ส่วนกลุ่มฯ ที่มีการรวมหุ้นกันของสมาชิกในกลุ่มฯ โดยที่จำนวนหุ้นที่สมาชิกถือมีจำนวนแตกต่างกัน (ส่วนใหญ่ประธานหรือกรรมการจะมีจำนวนหุ้นมากกว่าสมาชิกทั่วไป) มีร้อยละ 20 เมื่อสิ้นปีจะมีการปันผลให้สมาชิกทั้งผู้ป็นแรงงานและผู้ที่ไม่เป็นแรงงานในกลุ่มฯ ให้สมาชิกดังตารางที่ 4. 16

ตารางที่ 4.16 จำนวนร้อยละของกลุ่มฯ แยกตามการปันผลหุ้น

การปันผลหุ้น	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
ไม่มี	48	80
มี	12	20
รวม	60	100

จากข้อมูลพบว่ากลุ่มฯ ที่มีการปันผลมีจำนวนน้อยกว่าร้อยละ 20 เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ประเภทแรกเป็นสมาชิกกลุ่มฯ และเป็นแรงงานในการผลิตด้วย ประเภทที่สองจะเป็นสมาชิกอย่างเดียว เมื่อผลิตภัณฑ์ได้ถูกจำหน่ายออกไปและได้รายได้มา (ยังไม่ได้หักค่าแรง) จึงเป็นข้อถกเถียงในการแบ่งผลตอบแทนระหว่างสมาชิกที่ลงทุนทั้งเงินและแรงงานกับสมาชิกที่ลงทุนอย่างเดียวว่าจะจัดสรรผลตอบแทนให้ยุติธรรมได้อย่างไร จากเหตุผลดังกล่าวทำให้กลุ่มฯ แก้ไขปัญหาโดยให้ผู้ที่มาผลิตผลิตภัณฑ์เป็นผู้ลงทุนกันภายในกลุ่มฯ เมื่อมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ก็จะแบ่งตามสัดส่วนของการลงทุนหรือตามจำนวนวันที่ทำ จะเห็นได้ว่าวิธีปันผลของกลุ่มฯ ที่ทำให้เกิดข้อขัดแย้งของสมาชิกดังกล่าว ยังไม่มีความเหมาะสมทั้งนี้เนื่องจาก รายได้หรือผลตอบแทนที่จะนำมาแบ่งให้สมาชิกนั้นยังไม่ได้หักค่าแรงงานออกไป จากการสัมภาษณ์พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มฯ มักไม่มีการจ่ายค่าแรงงานแต่จะใช้วิธีจดบันทึกจำนวนวันที่มาทำงานก่อนเมื่อขายผลิตภัณฑ์ได้ แรงงานจึงจะได้รับค่าแรงงาน การใช้วิธีการดังกล่าวอาจทำให้เกิดข้อขัดแย้งและข้อผิดพลาดในการแบ่งปันผลหุ้นเนื่องจาก สมาชิกบางคนทำงานเป็นชั่วโมง (ไม่เต็มวัน) การคำนวณค่าแรงงานอาจไม่ถูกต้องและทำให้สมาชิกที่ลงทุนเพียงอย่างเดียวไม่ได้รับความยุติธรรม ดังนั้นก่อนการแบ่งปันผลหุ้นควรหักค่าแรงงานไว้ก่อน

และเมื่อนำการมีการปันผลหุ้นกับกำไรที่แสดงถึงความสำเร็จของกลุ่มฯ มาหาความสัมพันธ์กัน พบว่าการมีการปันผลหุ้นไม่มีความสัมพันธ์กับระดับกำไรของกลุ่มฯ โดยค่าไคสแควร์ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่าไคสแควร์ที่ได้จากตาราง ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงทำให้อธิบายได้ว่าแม้ว่ากลุ่มฯ จะมีระดับกำไรสูงแต่อาจไม่มีการแบ่งปันผลหุ้น ทั้งนี้เนื่องจากนำผลกำไรที่ได้ไปใช้ลงทุนผลิตในการลงทุนครั้งต่อไป ดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับกำไรและการมีกำไรของกลุ่มฯ

กำไร (บาท)	การมีกำไร		รวม
	ไม่มี	มี	
น้อยกว่า 10,000	20	1	21
10,001-50,000	13	4	17
50,001-90,000	4	2	6
90,001-130,000	3	2	5
มากกว่า 130,000	8	3	11
รวม	48	12	60

หมายเหตุ : $\chi^2 = 5.460$

การแบ่งเงินปันผลของกลุ่มฯ ทั้งหมด 12 กลุ่ม สามารถแสดงรายละเอียดจำนวนผลตอบแทนต่อหุ้นโดยส่วนใหญ่กลุ่มฯ มีปันผลต่อหุ้นอยู่ระหว่าง 31-60 บาท ต่อหุ้น (คิดเป็นอัตราผลตอบแทน 60 - 120%) หรือร้อยละ 58.34 ของกลุ่มฯ ที่มีกำไรปันผลหุ้น ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 จำนวน ร้อยละของกลุ่มฯ แยกตามการปันผลต่อหุ้น

ปันผล (บาท)	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10	1	8.33
10 - 30	4	33.33
31 - 60	7	58.34
รวม	12	100

ค่าเฉลี่ย 29.51 บาท ค่าสูงสุด 46 บาทต่อหุ้น ค่าต่ำสุด 7.5 บาทต่อหุ้น

หมายเหตุ: การปันผลต่อหุ้นถูกปรับให้อยู่ฐานเดียวกันคือ ราคาหุ้นที่ซื้อคือ 50 บาทต่อหุ้น

4.5 ผลการดำเนินงาน

4.5.1 ทุนดำเนินการการผลิตของกลุ่มฯ

จากการศึกษาพบว่าลักษณะการทำธุรกิจของกลุ่มฯ แตกต่างกันไป จึงทำให้ที่มาของทุนดำเนินการมีความแตกต่างกันไปดังตารางที่ 4.21 ลักษณะการทำธุรกิจของกลุ่มฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ ธุรกิจการผลิตที่ดำเนินการก่อนมีการจัดตั้งกลุ่มฯ แล้วรวมธุรกิจนั้นเข้าไปตอนจัดตั้งกลุ่มฯ และธุรกิจที่จัดตั้งโดยสมาชิกเอง

ธุรกิจการผลิตที่ดำเนินการอยู่ก่อนมีการจัดตั้งกลุ่มฯ ก็มีลักษณะเป็นธุรกิจส่วนตัวขนาดเล็ก เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มฯ ขึ้น ผู้ที่มีธุรกิจของตนเองเหล่านี้ได้กลายเป็นสมาชิกกลุ่มฯ และได้นำธุรกิจนั้นมาดำเนินการในรูปของกลุ่มฯ ดังนั้นกลุ่มฯ เหล่านี้จึงมีทุนดำเนินการส่วนหนึ่งเป็นเงินหุ้นของสมาชิกกลุ่มฯ และรวมถึงทรัพย์สินต่างๆ ได้แก่ อาคาร เครื่องมือ อุปกรณ์การผลิตต่าง ๆ โดยทุนดำเนินงานลักษณะนี้จะอยู่ระหว่าง 8,000 – 560,000 บาท เฉลี่ยกลุ่มละ 125,299.31 บาท ลักษณะการดำเนินธุรกิจดังกล่าวมี 12 กลุ่ม หรือร้อยละ 20 ของกลุ่มฯ ที่ศึกษาทั้งหมด ส่วนธุรกิจที่สมาชิกจัดตั้งเองมี 48 กลุ่ม หรือร้อยละ 80 โดยทุนดำเนินงานลักษณะนี้จะอยู่ระหว่าง 1,000 – 3,000,000 บาท เฉลี่ยกลุ่มละ 219,286.28 บาท (กราฟที่ 4.1 และ 4.2)

กลุ่มฯ ที่ไม่มีการระดมทุนจากสมาชิกในกลุ่มฯ แต่ได้รับความช่วยเหลือเงินทุนส่วนใหญ่จากรัฐบาล มีทั้งหมด 16 กลุ่ม หรือร้อยละ 26.67 ของกลุ่มฯ ที่ศึกษาทั้งหมด โดยทุนดำเนินงานลักษณะนี้จะอยู่ระหว่าง 3,000 – 492,000 บาท เฉลี่ยกลุ่มละ 119,693.01 บาท ส่วนกลุ่มฯ ที่มีการระดมทุนจากสมาชิกโดยได้จากการเรียกเก็บค่าหุ้นและได้รับความช่วยเหลือเงินทุนจากรัฐบาลด้วย มีทั้งหมด 44 กลุ่ม หรือร้อยละ 73.33 ของกลุ่มฯ ที่ศึกษาทั้งหมด ซึ่งมีทุนดำเนินงานอยู่ระหว่าง 1,000 – 2,900,000 บาท เฉลี่ยกลุ่มละ 229,869.21 บาท ในส่วนของทุนเรือนหุ้นที่สมาชิกในกลุ่มฯ มีการระดมหุ้นกันนั้น ทุนเรือนหุ้นของกลุ่มฯ มีมูลค่าอยู่ระหว่าง 700 – 130,000 บาท คิดเป็นมูลค่าหุ้นเฉลี่ยต่อกลุ่ม 12,860.68 บาท (ตารางที่ 4.19)

กลุ่มฯ ที่มีกู้ยืมเงินจากหน่วยงานรัฐบาลหรือรัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรเอกชนอื่น ๆ มีทั้งหมด 32 กลุ่ม หรือร้อยละ 53.33 ของกลุ่มฯ ที่ทำการศึกษาทั้งหมด โดยมียอดเงินกู้ยืมอยู่ระหว่าง 9,000 – 420,000 บาท จำนวนเงินกู้เฉลี่ยเท่ากับ 233,611.46 บาท และมีทุนดำเนินงานอยู่ระหว่าง 3,000 – 870,000 บาท เฉลี่ยทุนดำเนินงานกลุ่มละ 205,142.22 บาท ส่วนกลุ่มฯ ที่ไม่มีการกู้ยืม 28 กลุ่ม มีทุนดำเนินการอยู่ระหว่าง 1,000 – 300,000 บาท เฉลี่ยทุนดำเนินงานกลุ่มละ 195,170.80 บาท (ตารางที่ 4.20)

จากข้อมูลที่ศึกษาทุนดำเนินการของกลุ่มฯ พบว่า ที่มาของทุนดำเนินการของกลุ่มฯ หากไม่ใช่เป็นเงินทุนของกลุ่มฯ หรือของสมาชิกโดยการระดมทุนแล้วก็จะจะเป็นเงินทุนที่ได้จากการ

ผู้เป็นส่วนใหญ่ และเมื่อเปรียบเทียบทุนดำเนินการของกลุ่มฯ ระหว่างกลุ่มฯ ก็มีการกู้ยืมจากแหล่งเงินกู้กับกลุ่มฯ ที่ไม่มีการกู้ยืม จะพบว่าทุนดำเนินการของกลุ่มฯ ที่ต้องอาศัยเงินกู้จะมีมูลค่าสูงกว่าทุนดำเนินงานของกลุ่มฯ ที่ไม่ได้มาจากเงินกู้ กล่าวคือ ทุนดำเนินการของกลุ่มฯ ที่ได้จากเงินกู้มีมูลค่าเฉลี่ย 205,142.22 บาท ต่อกลุ่ม ในขณะที่ทุนดำเนินการของกลุ่มฯ ที่ไม่ได้ใช้เงินกู้มีมูลค่าเฉลี่ย 195,170.80 บาท ต่อกลุ่ม ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มฯ ที่มีการกู้ยืมมีความสามารถในการลงทุนซื้ออุปกรณ์ เครื่องมือ โรงเรือน รวมไปถึงการลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์ในปริมาณและคุณภาพที่ดีกว่ากลุ่มฯ ที่ไม่มีการกู้ยืมเงินทุน

แต่เมื่อแยกรายละเอียดลงไปเปรียบเทียบทุนดำเนินการของกลุ่มฯ จากแหล่งที่มาของเงินที่แตกต่างกัน จะพบว่ากลุ่มฯ ที่มีทุนดำเนินการจากการใช้เงินกู้และได้รับการสนับสนุนเงินทุน เครื่องมือ อุปกรณ์จากรัฐบาลมีค่าเฉลี่ยของทุนดำเนินการน้อยที่สุดคือกลุ่มละ 50,923.66 บาท ในขณะที่กลุ่มฯ ที่ไม่ได้ใช้เงินกู้มีค่าเฉลี่ยของทุนดำเนินการมากกว่าคือ 241,140.74 บาท ในกลุ่มฯ ที่ใช้ทุนเรือนหุ้น และ 148,497.29 บาท ในกลุ่มฯ ที่ไม่ใช้ทุนเรือนหุ้น ส่วนกลุ่มฯ ที่ใช้ทั้งเงินกู้และทุนเรือนหุ้นมีค่าเฉลี่ยทุนดำเนินการสูงเท่ากับ 226,482.98 บาท เนื่องจากมีการรวมทุนเรือนหุ้นที่สมาชิกลงทุน จากข้อมูลดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มฯ ที่มีการใช้ทุนดำเนินการจากเงินกู้เพียงอย่างเดียวส่วนใหญ่มักขอคอยการสนับสนุนจากรัฐบาลต่อไปไม่สามารถที่จะหาทุนดำเนินงาน โดยกลุ่มฯ เองได้ (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.19 จำนวน ร้อยละ ทุนเรือนหุ้นของกลุ่มฯ ที่มีการรวมหุ้น

มูลค่าทุนเรือนหุ้น (บาท)	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
500-10,500	32	72.7
10,501-20,500	5	11.4
20,501- 30,500	3	6.8
30,501-40,500	1	2.3
มากกว่า 40,500	3	6.8
รวม	44	100

หมายเหตุ : ค่าต่ำสุด 750 บาท ค่าสูงสุด 124,700 บาท ค่าเฉลี่ย 12,860.68 บาท

44 กลุ่ม ใช้การระดมทุนจากสมาชิก

ตารางที่ 4.20 จำนวน ร้อยละ เงินกู้ของกลุ่มฯ ที่มีการกู้ยืมเงิน

มูลค่าเงินกู้ (บาท)	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000	4	12.5
10,001-60,000	13	40.6
60,001-110,000	6	18.8
110,001-160,000	4	12.5
มากกว่า 160,000	5	15.6
รวม	32	100

หมายเหตุ : ค่าต่ำสุด 9,000 บาท ค่าสูงสุด 4,150,000 บาท ค่าเฉลี่ย 233,611.46 บาท

32 กลุ่ม มีการกู้ยืมเงิน

ตารางที่ 4.21 ทุนดำเนินการธุรกิจการผลิตของกลุ่มฯ

ทุนดำเนินการการผลิต	จำนวน (กลุ่ม)	ค่าเฉลี่ย (บาท)	ต่ำสุด (บาท)	สูงสุด (บาท)
ใช้เงินทุนของสมาชิก	44 (73.33)	229,869.21	1,600	2,942,306
ไม่ใช้เงินทุนของสมาชิก	16 (26.67)	119,693.01	3,000	492,000
รวม	60 (100)			
ใช้เงินกู้	32 (53.33)	205,142.22	3,000	869,570
ไม่ใช้เงินกู้	28 (46.67)	195,170.80	1,600	2,942,306
รวม	60 (100)			
แยกประเภทตามที่มา				
1. ใช้เงินกู้และเงินทุน อุปกรณ์สนับสนุน จากรัฐ	7 (11.67)	50,923.66	3,000	200,840
2. ใช้ทุนเรือนหุ้นและ เงินทุน อุปกรณ์ สนับสนุนจากรัฐ	20 (33.33)	241,140.74	1,600	2,942,306
3. ใช้เงินกู้ ทุนเรือนหุ้น และเงินทุน อุปกรณ์ สนับสนุนจากรัฐ	25 (41.67)	226,482.98	4,872.50	869,570
4. ใช้เงินทุน อุปกรณ์ที่ สนับสนุนจากรัฐ บาลเพียงอย่างเดียว	8 (13.33)	148,497.29	8,278.72	492,000

4.5.2 สินทรัพย์ของกลุ่มฯ

สินทรัพย์ของกลุ่มฯ แบ่งเป็นสินทรัพย์ถาวรได้แก่ อุปกรณ์การผลิต โรงเรือน
สินทรัพย์หมุนเวียนได้แก่ เงินบริจจาค เงินสดหมุนเวียนและเงินฝากธนาคาร จากการศึกษาพบว่า
กลุ่มฯ มีมูลค่าทรัพย์สินแตกต่างกันแล้วแต่นขนาดของกลุ่มฯ ดังตารางที่ 4.22-4.23

ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละของมูลค่าทรัพย์สินหมุนเวียนของกลุ่มฯ

มูลค่า (บาท)	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000	14	24.14
5,001 - 15,000	14	24.14
15,001 - 25,000	4	6.90
25,001 - 35,000	5	8.62
มากกว่า 35,001	21	36.20
รวม	58	100

หมายเหตุ : 58 กลุ่ม เป็นกลุ่มที่มีข้อมูลสินทรัพย์หมุนเวียน

กลุ่มฯ ที่มีมูลค่าทรัพย์สินหมุนเวียนสูงจะเป็นกลุ่มที่ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ลงทุนสูงเช่น
ลำไยอบแห้ง ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ เช่น แหนม ปลาสาม ผลิตภัณฑ์ขนมอบต่างๆ เช่น ก๋วยเตี๋ยว
ผลิตภัณฑ์ประเภทหมักดอง ได้แก่ กระทียมดอง ผักและผลไม้ดองนอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มที่มีแผน
การผลิตสม่ำเสมอ มีตลาดรับผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนซึ่งตรงข้ามกับกลุ่มฯที่มีมูลค่าทรัพย์สินหมุน
เวียนต่ำจะเป็นกลุ่มที่การผลิตจะผลิตตามคำสั่งซื้อหรือตามงานเทศกาลเท่านั้น และยังเป็นกลุ่มฯ ที่
อยู่ไกลจากอำเภอเมืองด้วยดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.23 จำนวนและร้อยละของมูลค่าทรัพย์สินถาวรของกลุ่มฯ

มูลค่า (บาท)	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000	12	21.81
10,001- 30,000	9	16.36
30,001- 50,000	8	14.55
50,001- 70,000	5	9.10
มากกว่า 70,001	21	38.18
รวม	55	100

หมายเหตุ : 55 กลุ่ม เป็นกลุ่มที่มีข้อมูลสินทรัพย์หมุนเวียน

กลุ่มฯ ที่มีมูลค่าทรัพย์สินถาวรสูงจะเป็นกลุ่มที่เจ้าหน้าที่เคหกิจประเมินอยู่ในระดับ 1 ดังนั้นจึงทำให้ได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนเครื่องมือการผลิตมากกว่ากลุ่มที่มีมูลค่าทรัพย์สินถาวรต่ำซึ่งจะเป็นกลุ่มที่เจ้าหน้าที่เคหกิจประเมินอยู่ในระดับ 2 และ 3 ดังตารางที่ 4.23

และจะสังเกตว่าสินทรัพย์ถาวรคือ โรงเรือนของกลุ่มฯ ยังมีไม่ครบทุกกลุ่ม กลุ่มฯ ที่ยังไม่มีโรงเรือนส่วนใหญ่จะใช้ครัวของประธานเป็นสถานที่ผลิต มีบางกลุ่มฯ ถึงแม้ว่าจะมีโรงเรือนสำหรับผลิต แต่ก็มิได้ใช้โรงเรือนนั้นทำการผลิตแต่จะใช้เป็นที่เก็บอุปกรณ์และใช้ในการประชุมกลุ่มฯ เท่านั้น ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 จำนวนและร้อยละของโรงเรือนในการผลิตและการใช้งานของกลุ่มฯ

โรงเรือนและการใช้งาน	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
โรงเรือน		
มี	34	56.67
ไม่มี	26	43.33
รวม	60	100
การใช้งาน		
มีการใช้งานผลิต	29	85.29
ไม่มีการใช้งานผลิต	5	14.71
รวม	34	100

4.5.3 รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้านของกลุ่มฯ

จากการศึกษาพบว่ารายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้านส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 3,000 – 53,000 บาท หรือร้อยละ 30 รองลงมาเป็นรายได้ช่วง 53,001 – 103,000 บาท และรายได้มากกว่า 363,000 บาทขึ้นไป ดังตารางที่ 4.25 และเมื่อพิจารณาจำนวนผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มฯ ผลิตด้วยพบว่า รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้าน และจำนวนผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มฯ ผลิตมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 4.26 ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่า χ^2 ที่ได้จากตารางที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถอธิบายได้ว่ากลุ่มฯ ที่มีรายได้ในช่วงมาก ๆ นั้นมีจำนวนผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มฯ ผลิตมีจำนวนมากชนิดด้วย

อย่างไรก็ตามมีกลุ่มฯ ที่มีรายได้มาก ๆ มีการผลิตผลิตภัณฑ์ไม่มากเพียง 1 ถึง 3 ชนิดเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มฯ เหล่านั้นผลิตผลิตภัณฑ์ลาโยอบแห้ง ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ ได้แก่ ไข่ อั่ว แหนมและปลาต้ม นอกจากนี้บางกลุ่มฯ ยังผลิตผักดอง ซึ่งจะเห็นได้ว่ามูลค่าผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดดังกล่าวค่อนข้างสูงกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นและเป็นที่ต้องการของตลาด (มีตลาดแน่นอน) จึงทำให้แม้กลุ่มฯ จะผลิตผลิตภัณฑ์เพียงน้อยชนิดก็จะทำให้รายได้สูงได้

ตารางที่ 4.25 จำนวนร้อยละของกลุ่มฯ แยกตามช่วงรายได้ ปี 2542

รายได้ (บาท)	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
3,000 – 53,000	18	30
53,001 – 103,000	13	21.7
103,001 – 153,000	3	5.1
153,001 – 203,000	4	6.7
203,001 – 253,000	6	10.0
มากกว่า 253,000	16	26.7
รวม	60	100

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 393,653.49 บาท ค่าสูงสุด 5,109,000 บาท ค่าต่ำสุด 3,000 บาท

ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และจำนวนผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มฯ ผลิต

รายได้ (บาท)	จำนวนผลิตภัณฑ์ (ชนิด)						รวม
	1	2	3	4	5	มากกว่า 5	
3,000 – 53,000	9	5	3	1			18
53,001 – 103,000	6	5	2				13
103,001 – 153,000	2		1				3
153,001 – 203,000	1		1	1		1	4
203,001 – 253,000			2	1		3	6
253,001 – 303,000	1		2				3
มากกว่า 303,000		1	3	1	2	6	3
รวม	19	11	14	4	2	10	60

หมายเหตุ : $\chi^2 = 49.58$

4.5.4 ความช่วยเหลือที่ต้องการและความช่วยเหลือที่ได้รับของกลุ่มฯ

การได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนมีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่มฯ ประสบความสำเร็จได้ ความช่วยเหลือที่ได้รับแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ ความช่วยเหลือทางการเงิน เครื่องมือหรืออุปกรณ์และความรู้ จากการศึกษพบว่า กลุ่มฯ ได้รับความช่วยเหลือทางด้านเครื่องมือหรืออุปกรณ์น้อยกว่าได้รับความช่วยเหลือทางการเงินและความรู้ และได้รับความช่วยเหลือทางด้านความรู้มากที่สุด ดังตารางที่ 4.27 ทั้งนี้เนื่องจากการให้ความช่วยเหลือทางด้านความรู้ไม่ต้องใช้ต้นทุนมากนัก การดำเนินการทำได้ทันที ในขณะที่ความช่วยเหลือทางด้านเงินทุนและความช่วยเหลือทางด้านอุปกรณ์ จำเป็นต้องใช้ต้นทุนสูงมาก โดยเฉพาะด้านอุปกรณ์และเครื่องมือจากความต้องการของกลุ่มฯ ที่มีต้องการเครื่องมือที่ราคาแพง ทันสมัย เช่น เครื่องอบลำไย เครื่องชอยข้าวเกรียบ เครื่องอัดกระป๋องสุญญากาศ การได้รับการอนุมัติความช่วยเหลือดังกล่าวนี้ทำได้ยากกว่าการให้เงินทุนสนับสนุนสำหรับการผลิตในแต่ละปีซึ่งใช้งบประมาณน้อยกว่า

แต่เมื่อศึกษาถึงความต้องการที่กลุ่มฯ ต้องการมากที่สุดแล้ว พบว่าความช่วยเหลือที่ต้องการมากที่สุด คือ ความช่วยเหลือด้านเงินทุนและอุปกรณ์การผลิตมากกว่าความต้องการความรู้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การขยายช่องทางตลาด การได้รับมาตรฐานในการผลิตโดยการได้รับเครื่องหมาย อย. การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่

ออกมา (product differentiate) ดังตารางที่ 4.28 ความรู้ที่ได้จากการศึกษาเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่ากลุ่มฯ ต้องการที่จะมีหน้าที่ทำการผลิตผลิตภัณฑ์ให้ได้ปริมาณมากที่สุด เพื่อรายได้ที่สูงสุดโดยอาศัยเงินลงทุนและอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัยมากกว่าการมีหน้าที่หาคัด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมา

ตารางที่ 4.27 จำนวนร้อยละของกลุ่มฯ แยกตามความช่วยเหลือที่ได้รับ

ความช่วยเหลือ	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
1. ด้านการเงิน		
ได้รับ	51	85
ไม่ได้รับ	9	15
รวม	60	100
4. ด้านเครื่องมือ		
ได้รับ	37	61.7
ไม่ได้รับ	23	38.3
รวม	60	100
3. ด้านความรู้		
ได้รับ	60	100
ไม่ได้รับ	0	0
รวม	60	100

ตารางที่ 4.28 จำนวนร้อยละของกลุ่มฯ แยกตามความช่วยเหลือที่ต้องการมากที่สุด

ความช่วยเหลือที่ต้องการ	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
ยังไม่ต้องการความช่วยเหลือ	20	33.3
ความรู้เรื่องเทคนิคการผลิตที่มีประสิทธิภาพ	2	3.3
การขยายช่องทางการตลาด	2	3.3
เงินทุนและอุปกรณ์การผลิต	32	53.3
เครื่องหมาย อย.	2	3.3
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	1	1.7
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	1	1.7
รวม	60	100

หน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือกลุ่มฯ มีหลายหน่วยงาน ได้แก่

1. เกษตรอำเภอ โดยเจ้าหน้าที่เทคนิคช่วยเหลือด้านการให้ความรู้ด้านการผลิต สนับสนุนเงินทุน อุปกรณ์การผลิตและตลาดให้กลุ่มฯ
2. มูลนิธิในชุมชน ส.ส. และกรมประชาสงเคราะห์ส่วนใหญ่ช่วยเหลือด้านเงินทุน
3. พัฒนาชุมชนส่วนใหญ่ช่วยเหลือด้านการให้ความรู้ด้านการผลิต
4. องค์การบริหารส่วนตำบลส่วนใหญ่ช่วยเหลือด้านเงินทุน
5. สถานศึกษาต่าง ๆ ได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ช่วยเหลือด้านการให้ความรู้ด้านการผลิต เช่นการวางแผนการผลิต การบริหารการเงินเช่น การทำบัญชี
6. สหกรณ์อำเภอและสหกรณ์จังหวัดช่วยเหลือด้านการให้ความรู้ด้านการผลิต สนับสนุนเงินทุน อุปกรณ์การผลิตและตลาดให้กลุ่มฯ
7. ธนาคารต่าง ๆ ได้แก่ ธนาคารออมสิน ธ.ก.ส. และธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ช่วยเหลือด้านการให้ความรู้ด้านบริหารการเงินเช่น การทำบัญชี
8. กรมการค้าภายใน กรมประมงและสาธารณสุขจังหวัดช่วยเหลือด้านการให้ความรู้ด้านการผลิต เช่น การขอเครื่องหมาย อย.

จากการศึกษาทัศนคติของประธานกลุ่มฯ ที่มีต่อหน่วยงานที่เข้ามาช่วยเหลือกลุ่มฯ ดังกล่าวดังตารางที่ 4.29 พบว่าประธานกลุ่มฯ มีทัศนคติต่อสหกรณ์การเกษตรที่ดีที่สุด รองลงมาเป็นสถาบันการเงินต่าง ๆ คือธนาคารต่าง ๆ และเคหกิจชุมชน ส.ส. กรมประชาสัมพันธ์ องค์การบริหารส่วนตำบลประธานมีทัศนคติที่ดีเท่ากัน ส่วนสถานศึกษานั้นประธานกลุ่มฯ มีทัศนคติน้อยที่สุด จากการสัมภาษณ์สามารถให้เหตุผลว่าการที่ประธานกลุ่มฯ จะมีทัศนคติดีหรือไม่นั้นประธานกลุ่มฯ จะพิจารณาจากหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือทางด้านเงินทุนมากที่สุด ถ้าหน่วยงานใดให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ประธานกลุ่มฯ ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานนั้น ส่วนความช่วยเหลือด้านอื่น ๆ เป็นสิ่งที่ให้ทัศนคติที่ตรงลงมา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องความช่วยเหลือที่กลุ่มฯ ต้องการมากที่สุด จะเห็นได้ว่าสหกรณ์และธนาคารต่าง ๆ เป็นองค์กรที่จัดอยู่ในประเภทสถาบันการเงิน ย่อมให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนเป็นพื้นฐานหลัก จึงทำให้ค่าทัศนคติที่ได้สูงกว่าหน่วยงานอื่น ๆ ที่นอกจากให้ความช่วยเหลือเรื่องการเงินแล้วยังให้ความช่วยเหลือเรื่องความรู้เรื่องการผลิต การตลาด การเงิน รวมไปถึงสนับสนุนเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการผลิตด้วย โดยเฉพาะสถานศึกษาที่ให้ความช่วยเหลือด้านความรู้เพียงอย่างเดียวจะมีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.29 ทศนคติของประธานกลุ่มฯ ที่มีต่อหน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือ

หน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือ	4.51-5	3.51-4.5	2.51-3.5	1.51-2.5	1-1.5
1. เจ้าหน้าที่เคหกิจ		3.85			
2. มุลนิธิในชุมชน ส.ส. และ กรมประชาสงเคราะห์		3.83			
3. พัฒนาชุมชน			3.41		
4. องค์การบริหารส่วนตำบล		3.52			
5. สถานศึกษาต่าง ๆ			3		
6. สหกรณ์การเกษตร	5				
7. ธนาคารต่าง ๆ		4			
8. กรมการค้าภายใน กรม ประมง และสาธารณสุขจังหวัด			3.2		

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยทศนคติหาได้จากสูตรการหาค่าเฉลี่ยระดับทศนคติที่ใช้แบบสอบถามวัด โดยวิธี

$$\text{Rating Scale จากสูตร } WMS = \frac{5f_1 + 4f_2 + 3f_3 + 4f_4 + 5f_5}{TNR}$$

เมื่อ WMS = ค่าคะแนนทศนคติเฉลี่ยที่มีต่อความช่วยเหลือขององค์กรนั้น

f_1 = จำนวนของผู้เลือกตอบมากที่สุด

f_2 = จำนวนของผู้เลือกตอบมาก

f_3 = จำนวนของผู้เลือกตอบปานกลาง

f_4 = จำนวนของผู้เลือกตอบน้อย

f_5 = จำนวนของผู้เลือกตอบน้อยมาก

4.5.5 การประเมินผลการดำเนินงาน โดยใช้การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (financial ratio analysis)

การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นกระบวนการค้นหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับฐานะทางการเงินของธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะทราบฐานะทางการเงินและการดำเนินการทางการเงินที่ผ่านมา ทั้งนี้เพื่อที่จะได้ทราบจุดเด่นและจุดด้อยในการดำเนินงานและนำความรู้ที่ได้ไปวางแผน แก้ไขการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้นในอนาคต การวิเคราะห์ทางการเงินของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปอาหารพื้นบ้าน (กลุ่มฯ) สามารถแบ่งกลุ่มอัตราส่วนทางการเงินออกเป็น 4 กลุ่มคือ

1. อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง (liquidity ratio) เป็นการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างสินทรัพย์หมุนเวียนกับหนี้สินหมุนเวียน เป็นอัตราส่วนที่แสดงให้เห็นขั้นต้นว่ากลุ่มฯ มีความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้นเพียงใด อัตราส่วนที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้อัตราส่วนหมุนเวียน (current ratio) เนื่องจากสามารถหาข้อมูลในการวิเคราะห์ได้ครบถ้วน การวิเคราะห์อัตราส่วนแสดงสภาพคล่องของกลุ่มฯ ที่มีการกู้ยืมมีทั้งหมด 32 กลุ่ม ดังตารางที่ 4.30

$$\text{อัตราส่วนหมุนเวียน} = \text{สินทรัพย์หมุนเวียน} \div \text{หนี้สินหมุนเวียน}$$

ตารางที่ 4.30 จำนวน ร้อยละ อัตราส่วนแสดงสภาพคล่องของกลุ่มฯ

อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง (เท่า)	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
น้อยกว่า 0.51	16	50
0.51-1.00	5	15.63
1.01-1.5	5	15.63
มากกว่า 1.5	6	18.74
รวม	32	100

หมายเหตุ : ค่าต่ำสุด 0.003 ค่าสูงสุด 8.72 ค่าเฉลี่ย 1.20

: 32 กลุ่ม เป็นกลุ่มที่มีการกู้ยืมเงินทุน

อัตราส่วนแสดงสภาพคล่องแสดงให้เห็นว่ากลุ่มฯ มีสินทรัพย์ที่เปลี่ยนเป็นเงินสดได้ดีเพียงใด จากตารางที่ 4.29 พบว่ากลุ่มฯ ส่วนใหญ่ร้อยละ 50 มีอัตราส่วนแสดงสภาพคล่องน้อยกว่า 0.51 เท่า ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่ต่ำแสดงให้เห็นว่ากลุ่มฯ มีสินทรัพย์ที่เปลี่ยนเป็นเงินสดภายในหนึ่งปีน้อยกว่าหนี้สินที่ต้องชำระภายในหนึ่งปี จะเห็นว่ากลุ่มฯ ที่มีสภาพคล่องต่ำจะเป็นกลุ่มฯ ที่มีขนาดการผลิตใหญ่คือมีจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมากกว่า 5 ชนิด และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตยังมีมูลค่าสูงได้แก่ ลำไยอบแห้ง ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ เช่น แหนม จึงทำให้กลุ่มฯ ต่างๆ เหล่านี้ต้องใช้เงินลงทุนมาก ปริมาณหนี้สินจึงมีมากตามไปด้วยนอกจากนี้ลักษณะการกู้ยืมเป็นการกู้ยืมระยะยาว ปริมาณเงินกู้ค่อนข้างมาก ดังนั้นเมื่อวิเคราะห์สถานะการเงินในระยะสั้นจะทำให้ผลการประเมินสถานะการเงินของกลุ่มฯ มีความสามารถชำระหนี้สินระยะสั้นได้ไม่ดีหรือมีสภาพคล่องต่ำ

2. อัตราส่วนการใช้หนี้สิน (leverage ratio) เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดความเสี่ยงที่เกิดจากการใช้หนี้สินของกิจการ ซึ่งจะแสดงให้เห็นว่าอัตราความเสี่ยงของเจ้าหนี้มีมากน้อยเพียงใด อัตราส่วนที่ใช้วิเคราะห์ใช้อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม (debt to total asset ratio) อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม คืออัตราส่วนที่เปรียบเทียบระหว่างหนี้สินทั้งหมดกับสินทรัพย์รวม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการจัดโครงสร้างสินทรัพย์โดยกลุ่มฯ ใช้เงินทุนจากการกู้ยืมจากเจ้าหนี้มากกว่าหรือใช้เงินทุนจากสมาชิก การวิเคราะห์อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของกลุ่มฯ แสดงผลดังตารางที่ 4.31

$$\text{อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม} = \text{หนี้สินทั้งหมด} \div \text{สินทรัพย์รวม}$$

ตารางที่ 4.31 จำนวน ร้อยละอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของกลุ่มฯ

อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม (ร้อยละ)	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
1-20	5	15.63
20-40	5	15.63
40-60	4	12.5
60-80	4	12.5
มากกว่า 80	14	56.26
รวม	32	100

หมายเหตุ : ค่าต่ำสุดร้อยละ 3 ค่าสูงสุดร้อยละ 1,288 ค่าเฉลี่ย 289

: 32 กลุ่ม เป็นกลุ่มที่มีการกู้ยืมเงินทุน

อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมจะแสดงให้เห็นการจัดโครงสร้างของสินทรัพย์ จากตารางที่ 4.31 พบว่ากลุ่มฯ ส่วนใหญ่มีอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมสูงคือมากกว่าร้อยละ 80 คิดเป็นร้อยละ 23.33 การที่อัตราส่วนดังกล่าวมีค่าสูงแสดงให้เห็นว่ากลุ่มฯ มีการใช้เงินทุนจากการกู้ยืมเงินจากภายนอกมากกว่าที่จะระดมทุนในกลุ่มฯ ซึ่งกลุ่มฯ ที่กู้ยืมเงินทุนส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มฯ ที่มีขนาดการผลิตใหญ่คือมีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมากกว่า 5 ชนิดและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมีมูลค่าสูง เช่นลำไยอบแห้ง ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ เช่น แหนม ปลาต้ม นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มฯ ดังกล่าวจะมีการระดมทุนเฉพาะสมาชิกที่มาทำการผลิตเท่านั้น ดังนั้นในระยะยาวอาจมีผลให้การจัดหาเงินทุนด้วยการกู้ยืมในอนาคตลำบากขึ้น เนื่องจากความไม่เชื่อมั่นของเจ้าหนี้

3. อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (activity ratio หรือ efficiency ratio) เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการใช้สินทรัพย์ในการดำเนินธุรกิจหรือเป็นการวิเคราะห์ถึงศักยภาพการใช้สินทรัพย์ต่างๆ ของกิจการว่าเป็นอย่างไร อัตราส่วนที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย

3.1 อัตราการหมุนของสินทรัพย์ถาวร (fix asset turnover) อัตราส่วนนี้แสดงให้เห็นว่ากิจการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ถาวรอย่างเต็มที่หรือไม่ การวิเคราะห์อัตราการหมุนของสินทรัพย์ถาวรของกลุ่มฯ ที่มีทรัพย์สินถาวรแสดงผลดังตารางที่ 4.32

$$\text{อัตราการหมุนของสินทรัพย์ถาวร} = \text{รายได้} \div \text{ทรัพย์สินถาวร}$$

ตารางที่ 4.32 จำนวน ร้อยละอัตราการหมุนของสินทรัพย์ถาวรของกลุ่มฯ

อัตราการหมุน (รอบ)	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
น้อยกว่า 6	35	63.64
6-10	7	12.73
10-15	5	9.10
15-20	1	1.80
มากกว่า 20	7	12.73
รวม	55	100

หมายเหตุ : ค่าต่ำสุด 0.04 รอบ ค่าสูงสุด 637.80 รอบ ค่าเฉลี่ย 25.52 รอบ

: 55 กลุ่ม คือกลุ่มที่มีข้อมูลทรัพย์สินถาวร

อัตราหมุนของสินทรัพย์ถาวรของกลุ่มฯ จะบอกให้ทราบว่ากลุ่มฯ ได้ใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินถาวรอย่างเต็มที่หรือไม่ จากตารางที่ 4.32 พบว่าอัตราหมุนของสินทรัพย์ถาวรของกลุ่มฯ ส่วนใหญ่น้อยกว่า 6 รอบหรือร้อยละ 63.64 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มฯ ยังใช้ทรัพย์สินถาวรอย่างไม่มีประสิทธิภาพหรืออาจมีทรัพย์สินถาวรมากเกินความจำเป็น

3.2 อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (total asset turnover) คืออัตราส่วนที่เปรียบเทียบระหว่างรายได้กับสินทรัพย์ทั้งหมด โดยอัตราส่วนจะแสดงให้เห็นว่ากลุ่มฯ ได้ใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่ทั้งหมดอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ การวิเคราะห์อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวมแสดงผลดังตารางที่ 4.33

$$\text{อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม} = \text{รายได้} \div \text{สินทรัพย์รวม}$$

ตารางที่ 4.33 จำนวน ร้อยละอัตราหมุนของสินทรัพย์รวมของกลุ่มฯ

อัตราการหมุน (รอบ)	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
น้อยกว่า 4	39	65
4-7	6	10
8-11	2	3.3
มากกว่า 11	13	21.7
รวม	60	100

หมายเหตุ : ค่าต่ำสุด 0.03 รอบ ค่าสูงสุด 158.66 รอบ ค่าเฉลี่ย 6.74 รอบ

จากการศึกษาอัตราการหมุนของสินทรัพย์ทั้ง 2 ประเภท สรุปได้ว่า กลุ่มฯ ที่มีอัตราหมุนของสินทรัพย์ถาวرن้อยกว่า 6 รอบและมีอัตราหมุนของสินทรัพย์รวมน้อยกว่า 4 รอบ เป็นกลุ่มฯ ที่มีขนาดการผลิตหลากหลาย คือเป็นกลุ่มฯ ที่มีขนาดการผลิตใหญ่หรือมีจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมากกว่า 5 ชนิด จะมีจำนวนโรงงาน เครื่องมือการผลิตจำนวนมากและมีบางชิ้นไม่ได้ถูกนำมาใช้งานเนื่องจากสมาชิกไม่มีความรู้ในการใช้และไม่มีความชำนาญ จึงทำให้สมาชิกสะดวกที่จะใช้แรงงานมากกว่าใช้เครื่องมือที่ทุนแรงในการผลิต ดังนั้นการใช้เครื่องมือการผลิตจึงเป็นไปได้โดยไม่เต็มประสิทธิภาพ กลุ่มฯ เหล่านี้ได้แก่กลุ่มฯ ที่ผลิตผลิตภัณฑ์ เต้าเจี้ยว ข้าวแตน ประเภทขนมอบต่างๆ เช่นทองม้วน

ส่วนกลุ่มฯ ที่มีอัตราการหมุนของสินทรัพย์ถาวรมากกว่า 20 รอบและมีอัตราการหมุนของสินทรัพย์รวมมากกว่า 11 รอบ จะเป็นกลุ่มที่มีลักษณะการบริหารแบบรายเดี่ยว การบริหารและการจัดการจะพยายามลดต้นทุนการผลิตโดยพยายามใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่อย่างเต็มที่ กลุ่มฯ ที่มีลักษณะดังกล่าวได้แก่กลุ่มฯ ที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภททอด อบ กวน โดยเฉพาะกล้วยอบเนย ผลิตภัณฑ์ประเภทเนื้อสัตว์ ได้แก่ แหนม ปลาต้ม และผลิตภัณฑ์ประเภทหมักคอง ได้แก่ กระเทียมคองและผลไม้คองต่างๆ

4. อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการทำกำไร (profitability ratio) เป็นการวัดความสามารถในการทำรายได้หรือเป็นการวิเคราะห์ถึงผลการดำเนินงานทั้งหมดของกิจการ ซึ่งโดยปกติแล้วอัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการทำกำไรจะเป็นการยืนยันอัตราส่วนต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว (สิริเกียรติ รัชชานันติ, 2540) ยกเว้นอัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง ซึ่งบางครั้งอาจแสดงผลขัดแย้งกัน กล่าวคือ บางกิจการอาจมีสภาพคล่องดีแต่สมรรถภาพในการทำกำไรอาจไม่ดี อัตราส่วนที่ใช้ในการวิเคราะห์พิจารณาจากข้อมูลที่รวบรวมได้คือ อัตรากำไรสุทธิหรืออัตราผลตอบแทนต่อรายได้ (net profit margin) คืออัตราส่วนที่เปรียบเทียบระหว่างกำไรสุทธิกับรายได้ อัตราส่วนนี้จะบอกให้ทราบถึงผลตอบแทนเมื่อหักต้นทุนการผลิต ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานออกแล้ว การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของกลุ่มฯ แสดงผลดังตารางที่ 4.34

$$\text{อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม} = \text{กำไรสุทธิ} \div \text{ทรัพย์สินทั้งหมด}$$

ตารางที่ 4.34 จำนวน ร้อยละอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของกลุ่มฯ

อัตราผลตอบแทน (ร้อยละ)	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
น้อยกว่า 20	19	31.67
21-40	9	15
41-60	6	10
61-80	5	8.3
มากกว่า 80	21	35
รวม	60	100

หมายเหตุ : ค่าต่ำสุดร้อยละ 1 ค่าสูงสุดร้อยละ 3,222 ค่าเฉลี่ยร้อยละ 201

อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการทำกำไรของกลุ่มฯ ที่มีอัตราผลตอบแทนต่ำคือมีอัตราส่วนน้อยกว่าร้อยละ 20 จะเป็นกลุ่มฯ ที่มีจำนวนทรัพย์สินรวมโดยเฉพาะ โรงเรือน อุปกรณ์การผลิตที่มีมูลค่าสูง นอกจากนี้ยังพบว่าในกลุ่มฯ ที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทลำไยอบแห้ง ฝ้ายเขียว ซึ่งจะเห็นได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการจ้างแรงงานผลิตมากแต่พบว่ากลุ่มฯดังกล่าวเป็นกลุ่มฯที่ตั้งเป้าหมายบรรลุวัตถุประสงค์ด้านสังคมคือสร้างความพึงพอใจให้สมาชิกด้วยการจ่ายค่าแรงที่เหมาะสมและถือว่าการกระจายรายได้ให้สมาชิก จึงทำให้ไม่มีการพยายามที่จะลดต้นทุนค่าแรงงานให้ต่ำที่สุด ส่วนกลุ่มฯ ที่มีอัตราผลตอบแทนสูงคือมีอัตราส่วนสูงกว่าร้อยละ 80 จะเป็นกลุ่มฯ ที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริก สมุนไพรผงชนิดขงพร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ ผลิตภัณฑ์ประเภทหมักดอง ได้แก่ กระเทียมดอง ผักและผลไม้ดอง และขนมขบเคี้ยวต่างๆ โดยเฉพาะกล้วยอบเนย ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มฯ ที่มีอัตราผลตอบแทนสูงนี้จะเป็นกลุ่มฯ ที่มีรูปแบบการบริหารแบบรายเดี่ยวคือมีผู้มีอำนาจตัดสินใจเด็ดขาดเพียงคนเดียว (ส่วนมากเป็นประธานกลุ่มฯ หรือคณะกรรมการคนใดคนหนึ่งในกลุ่มฯ) ส่วนการจ้างงานจะเป็นไปในลักษณะจ่ายรายวัน ดังนั้นจึงทำให้กลุ่มฯ เน้นการบริหารต้นทุนรวมให้ต่ำที่สุดเพื่อให้ได้กำไรมากที่สุดมากกว่าที่จะคำนึงถึงการบรรลุวัตถุประสงค์ทางด้านสังคม เช่นการสร้างความเป็นสามัคคี ความพึงพอใจของสมาชิกในกลุ่มฯ

อัตราส่วนทางการเงินต่างๆ ที่ได้วิเคราะห์ไปแล้วนั้นสามารถสรุปผลภาพรวมของฐานะและการดำเนินงานทางการเงินของกลุ่มฯ ได้ คือในด้านสภาพคล่องของกลุ่มฯ ส่วนใหญ่มีสภาพคล่องต่ำจึงทำให้กลุ่มฯ มีความสามารถชำระหนี้ระยะสั้นได้ไม่ดี นอกจากนี้กลุ่มฯ มีการกู้ยืมเงินมรดกทุนมากกว่าระดมทุนจากสมาชิกมาใช้ลงทุน ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มฯ ส่วนมากต้องการขอความช่วยเหลือด้านเงินทุนจากหน่วยงานต่างๆ ของรัฐบาล เงินทุนจากการกู้ยืมของกลุ่มฯ จึงมีค่าสูงกว่าการนำเงินทุนจากทุนเรือนหุ้นของสมาชิกลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของกลุ่มฯ ที่พบว่ากลุ่มฯ ส่วนใหญ่ร้อยละ 56 มีอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของกลุ่มฯ มีค่าสูงกว่าร้อยละ 80

นอกจากนี้ในด้านอัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่แสดงโดยอัตรากาไรหมุนของทรัพย์สินถาวรและอัตรากาไรหมุนของทรัพย์สินรวม พบว่าอัตราส่วนทั้งสองมีจำนวนรอบน้อยซึ่งแสดงให้เห็นถึงความไม่มีประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่ายังมีอุปกรณ์บางชนิดที่กลุ่มฯ ที่ได้รับการสนับสนุนยังไม่ได้ถูกนำไปใช้ โดยสมาชิกให้เหตุผลว่าไม่มีความรู้ในการใช้ กลัวเกิดอันตราย มีจำนวนมากเกิน และอุปกรณ์บางชนิดเสียหายไม่มีเงินซ่อมแซมจึงปล่อยทิ้งไว้ นอกจากนี้อุปกรณ์การผลิตแล้วยังพบว่าโรงเรือนของกลุ่มฯ ที่มีการผลิตไม่สม่ำเสมอ คือผลิตตามคำสั่งซื้อหรือตามงานเทศกาล ที่ไม่ใช่โรงเรือนเป็นที่ผลิตแต่ใช้เป็นที่เก็บอุปกรณ์และเครื่องมือเท่านั้น

การวิเคราะห์อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพการทำกำไร ผลการวิเคราะห์ที่ได้สถานะการเงินของกลุ่มฯ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท (จำนวนกลุ่มฯ ในแต่ละประเภทใกล้เคียงกัน) คือ กลุ่มฯ ที่มีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมสูงกว่าร้อยละ 80 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มฯ ดังกล่าวมีประสิทธิภาพการทำกำไรสูงแต่มีสภาพคล่องต่ำ และอีกประเภทคือกลุ่มฯ ที่มีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมต่ำกว่าร้อยละ 20 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มฯ ดังกล่าวมีประสิทธิภาพการทำกำไรต่ำและมีสภาพคล่องต่ำด้วย ซึ่งเหตุผลของการที่กลุ่มฯ มีสภาพคล่องต่ำจะส่งผลให้มีประสิทธิภาพการทำกำไรต่ำเนื่องจากการที่กลุ่มฯ มีสินทรัพย์หมุนเวียนที่จะนำไปชำระหนี้ได้ต่ำ ทำให้เจ้าหนี้เกิดความไม่แน่ใจ ทำให้เงินทุนที่มาจากการกู้ยืมลดลงส่งผลต่อปริมาณผลผลิตต่ำลงและกระทบต่อผลกำไรให้ลดลงในที่สุด ส่วนกลุ่มฯ ที่มีสภาพคล่องต่ำแต่มีประสิทธิภาพในการทำกำไรสูงนั้นมีความเป็นไปได้เนื่องจากถึงแม้สินทรัพย์หมุนเวียนของกลุ่มฯ อาจมีน้อย แต่ในระยะยาวกลุ่มฯ สามารถนำสินทรัพย์รวม (สินทรัพย์หมุนเวียนและสินทรัพย์ถาวร) มาลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเทียบกับกำไรสุทธิจึงทำให้ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมมีค่าสูง