

ศักยภาพของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้านในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน*

ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์[†]

อารี วิบูลย์พงศ์[‡]

บทนำและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อที่จะวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้านในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ทางด้านศักยภาพในการทำกำไรต่อหน่วย ศักยภาพทางด้านการตลาด ศักยภาพในด้านยอดขายรวมและกำไรรวม ศักยภาพทางการเงิน ศักยภาพทางด้านอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ศักยภาพทางด้านผลตอบแทนต่อทรัพย์สิน (ROA) สถานภาพหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (debt-equity ratio, D/E) การเปรียบเทียบความสามารถในการทำกำไรระหว่างผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านกับผู้ประกอบการรายเดี่ยว ศักยภาพทางด้านทุนเรือนหุ้น ศักยภาพทางด้านการตลาด ศักยภาพทางด้านการขยายและกำไรของผู้ประกอบการรายเดี่ยว การเปรียบเทียบการดำเนินงานระหว่างผู้ประกอบการประเภทรายเดี่ยวกับผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้าน การเปรียบเทียบกำไรสุทธิระหว่างผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านและผู้ประกอบการรายเดี่ยว และความช่วยเหลือที่ผู้ประกอบการต้องการมากที่สุดแยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะได้ทราบสถานภาพ ศักยภาพ และปัญหาอุปสรรคของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้านในอันที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับรายได้ให้แก่ชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนในชนบท บรรเทาปัญหาการว่างงาน การกระจายรายได้ และเพื่อสร้างความมั่นคง

ให้แก่สถาบันครอบครัวในชนบท ซึ่งเป็นพื้นฐานของเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้านในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนนี้ประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาเฉพาะกรณี (case study) ของผู้ประกอบการแต่ละราย ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเป็นกลุ่ม และผู้ประกอบการรายเดี่ยว ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างในด้านต่างๆ ของผู้ประกอบการทั้งสองประเภทได้ อันจะนำไปสู่แนวทางการปรับปรุงโครงสร้างธุรกิจอาหารแปรรูปพื้นบ้านได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพขึ้น โดยการศึกษาเฉพาะกรณีนี้จะเป็นการศึกษาแบบเจาะลึก ใน 40 กรณีศึกษา ซึ่งครอบคลุมผลิตภัณฑ์หลัก (โดยคำว่า ผลิตภัณฑ์หลัก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในเป้าหมายของการศึกษา โดยอาศัยคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่เคหกิจเกี่ยวกับผู้ประกอบการซึ่งผลิตผลิตภัณฑ์ในเป้าหมายภายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูนที่คณะผู้วิจัยควรจะไปทำการศึกษา แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าผลิตภัณฑ์ชนิดนั้นจะต้องทำรายได้เป็นอันดับหนึ่งจึงจะเรียกว่าผลิตภัณฑ์หลัก ดังนั้นคำว่าผลิตภัณฑ์หลักในการศึกษานี้คือผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้

* งานวิจัยนี้ได้รับทุนวิจัยจากศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

[†] อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ และศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

[‡] รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร และศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จักกันดีที่สุดของผู้ประกอบการรายนั้น ๆ หรือทำมานานพอสมควรนั่นเอง) 10 ชนิด อันได้แก่ กระเทียมดอง ปลาส้ม ใส่อั่ว ข้าวแตน แคนหมูมะม่วงดอง สมุนไพรผองพร้อมดื่ม น้ำพริก หมูยอ และเต้าเจี้ยว ส่วนที่ 2 เป็นการนำเอากรณีศึกษา 40 กรณี มาประมวลเข้าด้วยกัน และทำการวิเคราะห์ภาพรวมมหภาคเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้านในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน อันจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะทางดำเนินนโยบาย ซึ่งเป็นนโยบายทางด้านมหภาค ในการศึกษา 40 กรณีศึกษาได้ ทำการศึกษาผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านรวม 26 กลุ่ม และผู้ประกอบการรายเดี่ยว 14 ราย รวมทั้งหมด 40 กรณีศึกษา ซึ่งครอบคลุมผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้าน 10 ผลิตภัณฑ์หลักดังได้กล่าวแล้วข้างต้น

ผลการศึกษา

1. ศักยภาพในการทำกำไรต่อหน่วย

จากการศึกษากำไรต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้าน 10 ผลิตภัณฑ์หลักพบว่าหากพิจารณาจากราคาขายปรากฏว่าจะได้กำไรร้อยละ 19 ถึง 62 แต่ถ้าพิจารณากำไรต่อต้นทุนจะมีกำไรร้อยละ 23 ถึงร้อยละ 163 มีเพียงกระเทียมดอง และหมูยอ อย่างละหนึ่งรายเท่านั้นที่ให้กำไรค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น โดยกระเทียมดองให้อัตรากำไรร้อยละ 19 ในกรณีพิจารณาจากราคาขาย และร้อยละ 23.5 หากพิจารณาจากต้นทุน แม้กระเทียมดองจะให้ผลตอบแทนค่อนข้างต่ำโดยเปรียบเทียบ แต่กระเทียมดองก็ยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจชุมชน โดยพิจารณาจากยอดขายและข้อได้เปรียบในด้านอายุของผลิตภัณฑ์ซึ่งจะได้กล่าวถึงต่อไป ส่วนหมูยอบางรายให้อัตรากำไรร้อยละ 23 นั้น เป็นเพราะว่าการจัดการด้านการผลิตและการตลาดยังมีประสิทธิภาพน้อยกว่าค่า

เฉลี่ยของธุรกิจหมูยอ ซึ่งควรจะได้ประมาณร้อยละ 31 ถ้าพิจารณาจากราคาขาย หรือร้อยละ 44.93 ถ้าพิจารณาในรูปกำไรต่อต้นทุน

อย่างไรก็ตามในการศึกษากรณีศึกษาผู้ประกอบการ 40 กรณีนั้น หากนับรวมผลิตภัณฑ์รองด้วยจะปรากฏว่าในกรณีของการผลิตกระเทียมดองนั้น มีผู้ประกอบการทั้งหมด 7 ราย และค่าเฉลี่ยของร้อยละของกำไรต่อราคาขายต่อรายจะมีค่าเท่ากับร้อยละ 30.71 (ตารางที่ ก.1 ภาคผนวก ก.) ซึ่งสามารถคำนวณได้ว่ากำไรต่อต้นทุนจะเป็นร้อยละ 44.32 ในขณะที่เดียวกันค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อรายต่อปีก็เปลี่ยนไปเป็นเท่ากับ 470,431 บาท

สำหรับหมูยอนั้นอัตรากำไรต่อราคาขายสูงขึ้นเป็น 36.03 (ตารางที่ ก.1 ภาคผนวก ก.) ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 31 ดังกล่าวข้างต้นเล็กน้อย และมียอดขายใกล้เคียงกับที่กล่าวมาแล้ว

2. ศักยภาพทางด้านยอดขาย

ในผลิตภัณฑ์หลัก 10 ชนิดที่ทำการศึกษานี้มียอดขายเฉลี่ยต่อรายต่อปีต่อผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ประมาณ 24,000 บาท ถึง 4,107,000 บาท (ตารางที่ 1 และ 2) โดยมีค่าเฉลี่ยของ 10 ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอยู่ที่ 841,225 บาท (ตารางที่ 2) ในบรรดาผลิตภัณฑ์ทั้งหมดนี้มีอยู่ถึง 4 ผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายเฉลี่ยต่อรายต่อปีต่อผลิตภัณฑ์ไม่เกิน 45,000 บาท ซึ่งได้แก่ ข้าวแตน มะม่วงดอง เต้าเจี้ยว น้ำพริก โดยเรียงยอดขายจากน้อยไปหามากตามลำดับ (ตารางที่ 1 และ 2) ซึ่งคิดเป็นไม่เกินร้อยละ 5.20 ของยอดขายเฉลี่ยทุกผลิตภัณฑ์ ซึ่งปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ชนิด เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านทั้งสิ้น โดยไม่มีผู้ประกอบการรายเดี่ยวอยู่เลย

3. ศักยภาพทางด้านยอดขายรวมและกำไรรวม

เนื่องจากธุรกิจอาหารแปรรูปพื้นบ้านนั้นจะมีผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตและวางจำหน่ายหลายผลิตภัณฑ์ไปพร้อมๆ กันกับผลิตภัณฑ์หลักที่ได้นิยามไว้ในการศึกษาในผู้ประกอบการแต่ละราย โดยที่ยอดขายเฉลี่ยของผู้ประกอบการแต่ละรายจะอยู่ที่ 1,689,575.1 บาท ต่อปี ในจำนวนนี้เป็นยอดขายจากผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้านเท่ากับ 1,640,215 บาท หรือร้อยละ 97.18 ที่เหลือเป็นยอดขายที่ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป (ตารางที่

2 และ 3) อย่างไรก็ตามในกลุ่มที่ผลิตมะม่วงดองมียอดขายรวมต่อรายต่อปีเพียง 36,835 บาทเท่านั้น จึงทำให้กำไรรวมของกลุ่มที่ผลิตมะม่วงดองทั้งหมดเฉลี่ยต่อรายต่อปีมีเพียง 14,332 บาท เมื่อเทียบกับกำไรเฉลี่ยต่อรายต่อปีจากผู้ประกอบการ 40 ราย 653,963 บาท (ตารางที่ 2) หรือเพียงร้อยละ 2.19 ของกำไรเฉลี่ยต่อรายต่อปีของอุตสาหกรรมนี้ในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนเท่านั้น จึงเห็นว่ากลุ่มมะม่วงดองควรจัดเป็นกลุ่มที่จะต้องได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่ง ถ้าหากจะให้ธุรกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง

ตารางที่ 1 ยอดขายต่อราย ร้อยละกำไรจากราคาขายเฉลี่ย และร้อยละกำไรต่อต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ทำการศึกษา^{1/}

ผลิตภัณฑ์	ยอดขายต่อรายของ ผลิตภัณฑ์หลัก (บาท)	กำไรจากราคาขาย เฉลี่ย (ร้อยละ)	กำไรต่อต้นทุน (ร้อยละ)
1. กระเทียมดอง	774,000	19	23.5
2. ปลาสาม ^{2/}	358,000	39	64
3. ใส่อ้ว	4,107,000	53	113
4. ข้าวแต่น้ำแดงโม ข้าวแต่น้ำหมูหยอง ข้าวแต่น้ำปลาแห้ง	24,000	38 – 58	61 – 138
5. แคบหมูติดมัน แคบหมูไรมัน	2,074,000	30 – 60 ^{3/}	43 – 150
6. มะม่วงดอง มะม่วงแช่อิ่ม	28,000	25 – 40	33 – 67
7. สมุนไพร ^{4/} - ดอกคำฝอยผง - มะตูมผง - ขิงผง	146,000	31 – 54	45 – 117
8. น้ำพริก - น้ำพริกตาแดง - น้ำพริกลาบ	66,000	37 – 62	59 – 163
9. หมูยอ - หมูยอธรรมดา - หมูยอเห็ดหอม	826,000	23 – 39	30 – 64
10. เต้าเจี้ยว	31,000	26	35

- หมายเหตุ : 1/ เป็นตัวเลขที่ปัดเศษแล้วเพื่อความง่ายต่อการพิจารณา
 2/ ปลาสามรวมปลาปักเป้าเป็นชิ้นและเป็นตัว
 3/ เป็นข้อมูลที่มีการปรับตัวเลขจากการทำรายงานเฉพาะกรณี 2 กรณี ในรายละเอียดกับการตรวจสอบความถูกต้องจากภาพรวมของธุรกิจกับผู้ประกอบการอีกครั้ง
 4/ สมุนไพรที่ผลิตมีหลายชนิด แต่ในที่นี้นำเสนอเฉพาะชนิดที่ผู้ผลิตทุกรายทำการผลิต

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) – (40)]

ตารางที่ 2 ยอดขายและกำไรเฉลี่ยต่อรายของผู้ประกอบการที่ผลิตผลิตภัณฑ์หลักชนิดต่างๆ

ผลิตภัณฑ์หลักที่ศึกษา	ยอดขายผลิตภัณฑ์หลักเฉลี่ยต่อรายต่อปี (บาท)	ยอดขายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปรวม (บาท)	สัดส่วนยอดขายผลิตภัณฑ์หลักต่อยอดขายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป (ร้อยละ)	สัดส่วนยอดขายจากอาหารแปรรูปต่อยอดขายได้ทั้งหมด (ร้อยละ)	กำไรรวมทั้งกิจการ (บาท)	กำไรต่อยอดขายทั้งหมด (ร้อยละ)
กระเทียมดอง	774,393	1,497,624	51.71	92.81	293,025	18.13
ปลาส้ม	357,906	605,961	59.06	100	288,422	47.60
ไส้อั่ว	4,107,175	6,737,291	60.96	99.89	3,270,847	48.44
ข้าวแตน	23,931	328,168	7.29	90.56	113,648	28.40
แคบหมู	2,073,861	3,966,295	52.29	93.63	911,962	20.16
มะม่วงดอง	27,642	36,835	75.04	100	14,332	38.91
สมุนไพรผง	146,425	338,847	43.21	95.04	167,428	44.26
น้ำพริก	43,725	1,226,077	3.57	99.73	574,345	46.59
หมุยอ	825,812	1,118,772	73.81	96.13	736,457	60.08
เต้าเจี้ยว	31,383	546,280	5.74	100	169,160	30.97
เฉลี่ยต่อผลิตภัณฑ์	841,225	1,640,215	42.69	96.78	653,963	38.35

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) - (40)]

ตารางที่ 3 ยอดขายเฉลี่ยต่อรายต่อปีของสถานประกอบการผลิตภัณฑ์ที่ทำการศึกษา

ผลิตภัณฑ์	ยอดขายรวมเฉลี่ยต่อรายต่อปี (บาท)	ยอดขายจากผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารเฉลี่ยต่อรายต่อปี (บาท)	ยอดขายจากผลิตภัณฑ์หลักเฉลี่ยต่อรายต่อปี (บาท)	ยอดขายผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทุกชนิดที่ไม่ใช่อาหารเฉลี่ยต่อรายต่อปี (บาท)
1. กระเทียมดอง	1,613,631	1,497,624 (92.81%)	774,393 (47.99%)	116,007 (7.19%)
2. ปลาสาม	605,961	605,961 (100%)	357,906 (59.06%)	0 (0.00%)
3. ใส่อั่ว	6,744,541	6,737,291 (99.89%)	4,107,175 (60.90%)	7,250 (0.11%)
4. ข้าวแตน	362,368	328,168 (90.56%)	23,931 (6.60%)	34,200 (9.44%)
5. แคบหมู ^{1/}	4,236,295	3,966,295 (93.63%)	2,073,861 (48.96%)	270,000 (6.37%)
6. มะม่วงดอง	36,835	36,835 (100%)	27,642 (75.04%)	0 (0.00%)
7. สมุนไพร	356,547	338,847 (95.04%)	146,425 (41.07%)	17,700 (4.96%)
8. น้ำพริก ^{2/}	1,229,452	1,226,077 (99.73%)	43,725 (3.56%)	3,375 (0.27%)
9. หมูยอ ^{1/}	1,163,841	1,118,772 (96.13%)	825,812 (70.96%)	45,069 (3.87%)
10. เต้าเจี้ยว	546,280	546,280 (100%)	31,383 (5.75%)	0 (0.00%)
ค่าเฉลี่ย	1,689,575.1	1,640,215	841,225.3	49,360.1

- หมายเหตุ : 1/ ผลิตภัณฑ์แคบหมูและหมูยอ ดำเนินการโดยผู้ประกอบการรายเดียวทั้งหมด ยอดขายจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์ ก่อนข้างแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น คือ ในผลิตภัณฑ์แคบหมูผู้ประกอบการมีรายได้จากการเลี้ยงหมู และในผลิตภัณฑ์หมูยอผู้ประกอบการมีการห่อพักให้เช้า ส่วนยอดขายจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของกลุ่มฯ ได้แก่ รายได้จากชมพู ครีมเนยนม และน้ำยาล้างจาน
- 2/ กลัวยอบเนย (กำไร ร้อยละ 34 ของราคาขาย) ทองพับ (กำไร ร้อยละ 25.5 ของราคาขาย) ทองตัน (กำไร ร้อยละ 51.6 ของราคาขาย) ลำไยอบแห้ง (กำไร ร้อยละ 23.7 ของราคาขาย) และกล้วยกวน (กำไร ร้อยละ 17.3 ของราคาขาย)

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) - (40)]

4. ศักยภาพทางการเงิน

4.1 การตัดสินใจในด้านการบริหารการเงินของผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านซึ่งมีอยู่ร้อยละ 73.08 จะใช้การตัดสินใจในด้านการบริหารการเงิน โดยใช้ (1) ประธาน คณะกรรมการ

และสมาชิก (ร้อยละ 46.16) และ (2) กรรมการ (ร้อยละ 26.92) มีอยู่เพียงส่วนน้อยซึ่งเท่ากับร้อยละ 26.92 ที่ใช้ประธานคนเดียวในการตัดสินใจในด้านการบริหารการเงิน (ตารางที่ 4) โดยภาพรวมแล้วโครงสร้างในการตัดสินใจส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ดีเพราะสมาชิกหรือตัวแทนสมาชิกมีการรับรู้

ตารางที่ 4 การตัดสินใจทางด้านการบริหารการเงิน ของผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้าน

การตัดสินใจและการบริหาร	กลุ่ม	
	ราย	ร้อยละ
ประธาน	7	26.92
ประธาน คณะกรรมการ และสมาชิก	12	46.16
คณะกรรมการ	7	26.92
รวม	26	100.00

ที่มา : ทรวงศ์ดี ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) - (9), (11) - (24), (26), (28), (30)]

4.2 การจัดทำบัญชีผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านทุกรายใน 26 ราย มีการทำบัญชี แม้ว่าส่วนใหญ่แล้วจะมีระบบบัญชีอย่างง่ายแต่ข้อมูลไม่ครบ (21 ราย ซึ่งเท่ากับร้อยละ 80.78) เพราะว่าการบันทึกเพียงบัญชีรับ - จ่ายเท่านั้น ส่วนที่เหลืออีก 5 ราย จะมีการทำบัญชีแยกตามประเภทได้แก่ บัญชีรับ - จ่าย บัญชีลูกหนี้ บัญชีวัตถุดิบ บัญชีค่าแรง และบัญชีการขาย ซึ่งในจำนวนนี้บางรายมีการทำสมุดรายวันและบัญชีทรัพย์สินด้วย แต่ว่าไม่มีผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านแม้แต่กลุ่มเดียวที่มีระบบบัญชีถูกต้องและข้อมูลครบ ในขณะที่ผู้ประกอบการรายเดียวที่มีระบบบัญชีถูกต้องและข้อมูลครบมีเพียงรายเดียว จากผู้ประกอบการรายเดียว 14 ราย (ตารางที่ 5) อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการรายเดียวยังร้อยละ 35.71 เป็นผู้ประกอบการที่ไม่มีการบันทึกบัญชี

สรุปได้ว่าการวางระบบบัญชีที่ถูกต้องและมีข้อมูลครบเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้านยังขาด การมีระบบบัญชีที่ถูกต้องจะช่วยให้การตรวจสอบติดตามผลของการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความเชื่อมั่นต่อสถาบันการเงินในการให้สินเชื่อได้ดีขึ้น

4.3 การกู้ยืมเงินและเงื่อนไขการชำระคืนในจำนวนผู้ประกอบการ 40 ราย มีผู้ให้ข้อมูลทางด้านการกู้ยืม 38 ราย ซึ่งในจำนวน 38 รายนี้ มี 18 ราย ที่ไม่มีการกู้ยืม คิดเป็นร้อยละ 47.37 ส่วนที่เหลือร้อยละ 52.63 มีการกู้ยืม (ตารางที่ 6 และ 7)

ในจำนวนผู้ประกอบการที่มีการกู้ยืม 20 ราย จะเป็นผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้าน 18 ราย หรือร้อยละ 90 ของผู้ประกอบการที่กู้ยืมทั้งหมด ผู้ประกอบการรายเดียวที่มีการกู้ยืมเฉลี่ยรายละ 625,000 บาท ส่วนผู้ประกอบการรายกลุ่มมีการกู้ยืมเฉลี่ยรายละ 309,055.55 บาท อัตราดอกเบี้ยที่ผู้ประกอบการรายเดียวเผชิญอยู่เท่ากับร้อยละ 12 ต่อปี (คิดจากรายเดียวที่มีอัตราดอกเบี้ยระบุอยู่ ส่วนอีก 1 รายไม่ได้ระบุอัตราดอกเบี้ย แต่ระบุเงินต้นเท่ากับ 750,000 บาท ผ่อนชำระเดือนละ 30,000 บาท เป็นเวลา 2 ปี 9 เดือน) ส่วนผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านมีจำนวนเงินกู้ที่ไม่ต้องเสียดอกเบี้ยรวมกันแล้วเท่ากับ 2,270,000 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 33.32 ของจำนวนเงินกู้ทั้งหมด (ตารางที่ 7) และคิดเป็นร้อยละ 40.81 ของจำนวนเงินกู้ของผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านทั้งหมด ซึ่งนับว่าเป็นการอุดหนุนธุรกิจชุมชนประเภทอาหารแปรรูปพื้นบ้าน

ตารางที่ 5 การจัดทำบัญชี

การจัดทำบัญชี	สถานประกอบการ		กลุ่ม		รายเดี่ยว	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ไม่มีการบันทึกบัญชี	5	12.50	0	0	5	35.71
มีระบบบัญชีถูกต้องและข้อมูลครบ ^{1/}	1	2.50	0	0	1	714
มีระบบบัญชีอย่างง่ายและข้อมูลครบ ^{2/}	8	20.00	5	19.23	3	21.43
มีระบบบัญชีอย่างง่ายแต่ข้อมูลไม่ครบ ^{3/}	26	65.00	21	80.78	5	35.71
รวม	40	100.00	26	100.00	14	100.00

หมายเหตุ : 1/ เป็นรายเดี่ยวที่จ้างบริษัทเอกชนมาทำบัญชีเพื่อใช้ประกอบในการเสียภาษี
 2/ มีการทำบัญชีแยกตามประเภท (บัญชีรายรับ-จ่าย บัญชีลูกหนี้ บัญชีวัตถุดิบ บัญชีค่าแรง บัญชีการขาย) และสถานประกอบการบางแห่งมีการทำสมุดรายวันและบัญชีทรัพย์สินด้วย
 3/ มีการบันทึกบัญชีรายรับ-จ่าย เท่านั้น

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) - (40)]

ตารางที่ 6 จำนวนผู้ประกอบการที่กู้ยืมและไม่กู้ยืม

การกู้ยืม	จำนวนผู้ประกอบการ (ราย)	ผู้ประกอบการกลุ่ม (ราย)	ผู้ประกอบการรายเดี่ยว (ราย)
ไม่กู้ยืม	18	8	10
กู้ยืม	20	18	2
รวม	38	26	12

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) - (40)]

หากคิดเงินกู้ยืมในอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 8 จะพบว่าผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านมีการกู้ยืมเงินเป็นจำนวนถึง 4,950,000 บาท จากจำนวนเงินกู้ยืมของผู้ประกอบการประเภท

กลุ่มแม่บ้านทั้งหมด 5,563,000 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 88.98 ซึ่งนับว่ากลุ่มแม่บ้านได้รับการอุดหนุนในรูปของดอกเบี้ยจำนวนมากพอสมควร

ตารางที่ 7 การกู้ยืมเงินและเงื่อนไขการชำระคืน^{1/}

ไม่มีการกู้ยืม	มีการกู้ยืม	เงื่อนไขการชำระคืน
1. กลุ่มปลาสาม 2	1. กลุ่มปลาสาม 4	เงินต้น 30,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 1 ปี (2543) ดอกเบี่ยร้อยละ 5 ต่อปี
2. กิจการปลาสาม 3	2. กลุ่มน้ำพริก 4	เงินต้น 400,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 5 ปี (2547) ดอกเบี่ยร้อยละ 5 ต่อปีจ่ายเงินต้นปีละ 80,000 บาท
3. กลุ่มน้ำพริก 1	3. กลุ่มน้ำพริก 3	- เงินต้น 220,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 4 ปี (2543) ไม่คิดดอกเบี่ย จ่ายเงินต้นปีละ 55,000 บาท - เงินต้น 200,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 5 ปี (2545) ไม่คิดดอกเบี่ย จ่ายเงินต้นปีละ 40,000 บาท - เงินต้น 300,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 4 ปี (2547) ดอกเบี่ยร้อยละ 7 ต่อปี จ่ายเงินต้นปีละ 73,000 บาท - เงินต้น 90,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 1 ปี (2543) ดอกเบี่ยร้อยละ 3 ต่อปี
4. กิจการหมูยอ 4	4. กลุ่มน้ำพริก 2	เงินต้น 150,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 3 ปี (2545) ดอกเบี่ยร้อยละ 7 ต่อปี จ่ายเงินต้นปีละ 57,000 บาท
5. กิจการหมูยอ 2	5. กิจการหมูยอ 3	เงินต้น 750,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 2 ปี 9 เดือน (2544) ผ่อนชำระรายเดือนเดือนละ 30,000 บาท
6. กิจการแคบหมู 1	6. กิจการแคบหมู 3	เงินต้น 500,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 10 ปี ดอกเบี่ย ร้อยละ 12 ต่อปี จ่ายเงินต้นปีละ 50,000 บาท (ไม่ทราบปีที่ ยืม)
7. กิจการแคบหมู 4	7. กลุ่มมะม่วงทอง 1	เงินต้น 50,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 5 ปี (2547) จ่ายเงินต้นปีละ 10,000 บาท
8. กิจการแคบหมู 2	8. กลุ่มมะม่วงทอง 2	- เงินต้น 300,000 บาท ยังไม่ได้ตกลงเงื่อนไข (เป็นเงิน ของรองประธานฝ่ายการเงิน) - เงินต้น 90,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 5 ปี (2547) อัตราดอกเบี่ยร้อยละ 6 ต่อปี (ไม่ทราบการจ่ายเงินต้น ปีละเท่าใด)
9. กลุ่มไส้อั่ว 2	9. กลุ่มเต้าเจี้ยว 3	เงินต้น 10,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 1 ปี (2543) ไม่มีดอกเบี่ย

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ไม่มีการกักขัง	มีการกักขัง	เงื่อนไขการชำระคืน
10. กิจการไส้อั่ว 4	10. กลุ่มเต้าเจี้ยว 2	เงินทุน 300,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 4 ปี (2543) ไม่มีดอกเบี่ย ชำระคืนงวดละ 75,000 บาท
11. กิจการไส้อั่ว 1	11. กลุ่มเต้าเจี้ยว 4	เงินทุน 150,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 5 ปี (2544) ไม่มีดอกเบี่ย ชำระคืนงวดละ 30,000 บาท
12. กิจการไส้อั่ว 3	12. กลุ่มเต้าเจี้ยว 1	- เงินต้น 20,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 1 ปี (2543) ดอกเบี่ยร้อยละ 12 ต่อปี - เงินต้น 20,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 1 ปี (2543) ไม่เสียดอกเบี่ย - เงินต้น 63,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 1 ปี (2543) ดอกเบี่ยร้อยละ 13 ต่อปี
13. กลุ่มมะม่วงทอง 3	13. กลุ่มกระเทียมทอง 4	เงินทุน 200,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 5 ปี (2546) ไม่มีดอกเบี่ย ชำระคืนงวดละ 40,000 บาท
14. กิจการสมุนไพร 2	14. กลุ่มกระเทียมทอง 1	- เงินต้น 150,000 บาท (ไม่ทราบระยะเวลาการชำระคืน) ดอกเบี่ยร้อยละ 14 ต่อปี ชำระคืนเดือนละ 13,000 บาท - เงินต้น 500,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 5 ปี (2544) ดอกเบี่ยร้อยละ 8 ต่อปี จ่ายเงินต้นปีละ 100,000 บาท - เงินต้น 500,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 5 ปี (2544) ไม่มีดอกเบี่ย จ่ายเงินต้นปีละ 100,000 บาท - เงินต้น 1,000,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 3 ปี (2544) ดอกเบี่ยร้อยละ 8 ต่อปี จ่ายเงินต้นปีละ 300,000 บาท
15. กลุ่มข้าวแต๋น 4	15. กลุ่มกระเทียมทอง 3	- เงินต้น 400,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 5 ปี (2546) ไม่มีดอกเบี่ย จ่ายเงินต้นปีละ 80,000 บาท - เงินต้น 50,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 1 ปี (2543) ดอกเบี่ยร้อยละ 1 ต่อปี

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ไม่มีการกั๊ยม	มีการกั๊ยม	เงื่อนไขการชำระคืน
16. กลุ่มมะม่วงทอง 4	16. กลุ่มสมุนไพรร 1	- เงินต้น 30,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 3 ปี (2545) ดอกเบ็ยร่อยละ 7 ต่อปี จ่ายเงินต้นปีละ 10,000 บาท - เงินต้น 50,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 5 ปี (2546) ไม่มีดอกเบ็ย ต่อปี จ่ายเงินต้นปีละ 10,000 บาท
17. กลุ่มสมุนไพรร 3	17. กลุ่มข้าวแตน 3	เงินต้น 50,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 5 ปี (2547) ไม่มีดอกเบ็ย ชำระคืนงวดละ 10,000 บาท
18. กลุ่มกระเทียมทอง 2	18. กลุ่มข้าวแตน 2	เงินต้น 150,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 5 ปี (2544) ไม่มีดอกเบ็ย ชำระคืนงวดละ 30,000 บาท
	19. กลุ่มสมุนไพรร 4	เงินต้น 400,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 5 ปี (2546) ดอกเบ็ยร่อยละ 7 ต่อปี ชำระคืนงวดละ 73,167 บาท
	20. กลุ่มข้าวแตน 1	- เงินต้น 160,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 5 ปี (2545) ไม่คิตดอกเบ็ยจ่ายเงินต้นปีละ 32,000 บาท - เงินต้น 80,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 5 ปี (2544) ดอกเบ็ยร่อยละ 14 ต่อปี จ่ายเงินต้นปีละ 14,000 บาท - เงินต้น 10,000 บาท ระยะเวลาการชำระคืน 1 ปี (2543) ไม่คิตดอกเบ็ย

หมายเหตุ: 1/ ไม่ทราบข้อมูล 2 ราย (รายเดียว)

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) – (40)]

ตารางที่ 8 จำนวนเงินกู้ และจำนวนวงเงินกู้แยกตามอัตราดอกเบี้ย

อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละ)	จำนวนวงเงิน กู้ (วง)	จำนวนเงินกู้รวม (บาท)	จำนวนผู้ประกอบการ ที่กู้ยืม (ราย)
0 (ไม่มีดอกเบี้ย)	15	2,270,000	14
1	1	50,000	1
2			
3	1	90,000	1
4			
5	2	430,000	2
6	1	90,000	1
7	4	520,000	4
8	2	1,500,000	1
9			
10			
11			
12	2 ^{1/}	520,000	2
13	1	63,000	1
14	2	230,000	2
ผ่อนรายเดือน 2 ปี 9 เดือน ๗ ละ 30,000 บาท	1 ^{2/}	750,000	1
ยังไม่ได้ตกลงเงื่อนไข เพราะเป็นเงินของประธาน	1	300,000	1
รวม	33	6,813,000	31

หมายเหตุ : 1/ มีรายเดียว 1 ราย เงินกู้ 500,000 บาท

2/ เป็นรายเดียว

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) – (40)]

4.4 เงินช่วยเหลือประเภทเงินช่วยเหลือ
บรรดาผู้ประกอบกิจการ 40 ราย ของการศึกษานี้ ซึ่ง
ประกอบไปด้วยผู้ประกอบกิจการกลุ่มแม่บ้าน 26 ราย
และผู้ประกอบกิจการรายรายเดี่ยว 14 ราย มีผู้ประกอบ
กิจการช่วยเหลือประเภทเงินช่วยเหลือประเภทเงินช่วยเหลือ
อยู่เพียง 5 ราย เท่านั้น ที่ไม่ได้รับเงินช่วยเหลือ
ประเภทเงินช่วยเหลือ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือผู้
ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านร้อยละ 80.77 ได้
รับเงินช่วยเหลือประเภทเงินช่วยเหลือประเภทเงินช่วยเหลือ
ละ 19.23 ไม่ได้รับเงินช่วยเหลือประเภทเงินช่วยเหลือ

ตารางที่ 9 การได้รับเงินช่วยเหลือประเภทเงินช่วยเหลือ

ประเภทเงินช่วยเหลือ	จำนวนผู้ประกอบกิจการ		ประเภทกลุ่มแม่บ้าน		จำนวนผู้ประกอบกิจการรายรายเดี่ยว	
	ราย	จำนวนเงิน (บาท)	ราย	จำนวนเงิน (บาท)	ราย	จำนวนเงิน (บาท)
ได้รับเงินช่วยเหลือ	21	3,387,200 (52.5%)	21	3,387,200 (80.77%)	0	-
ไม่ได้รับเงินช่วยเหลือ	19	-	5	(19.23%)	14	(100%)
รวม	40	3,387,200	26	3,387,200	14	-

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศิริบุญจิตต์ และคณะ, 2563 [(1) - (40)]

4.5 การวางแผนการใช้เงินทุนในจำนวน
ผู้ประกอบกิจการ 40 ราย มีเพียง 35 ราย เท่านั้นที่มี
ข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนการใช้เงินทุน ใน
จำนวนผู้ร้อยละ 68.57 มีการวางแผนการใช้เงินทุน
ส่วนผู้ประกอบกิจการร้อยละ 31.43 ไม่มีการวางแผน
การใช้เงินทุน (ตารางที่ 10)

ประกอบไปด้วย ผู้ประกอบกิจการกลุ่มแม่บ้าน 4 ราย
และผู้ประกอบกิจการรายรายเดี่ยว 4 ราย จากผู้ประกอบ
กิจการทั้งหมด 24 ราย ที่ตอบว่ามีแผนการวางแผนการใช้
เงินทุน ซึ่งผู้ประกอบกิจการที่เหลืออีก 14 รายนั้น เป็น
ผู้ประกอบกิจการประเภทกลุ่มแม่บ้านทั้งสิ้น และใน
14 รายนี้ จะกล่าวถึงการวางแผนการใช้เงินทุน
เพียงเรื่องการจัดสรรค่าใช้จ่ายที่จะไปทำอะไรบ้าง
เช่น ในเป็นเงินไปผลหรืออะไรก็ตาม เป็นสวัสดิการ
ในสมาชิกที่หาผลกำไร ให้เป็นเงินทุนนั้นเป็น
ร้อยละเท่าไรของกำไร ให้เป็นผลตอบแทนแก่

กรรมการเท่าไรเป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการ 8 ราย นั้นมีการวางแผนการใช้เงินทุนในความหมายที่กว้าง กล่าวคือ มีการวางแผนการนำเงินลงทุนไปซื้ออุปกรณ์การผลิตในครั้งต่อไป วางแผนการนำเงินลงทุนไปจ่ายค่าวัตถุดิบ ชำระหนี้ การวางแผนโครงการขยายการตั้งร้านที่กรุงเทพฯ การวางแผนการใช้เงินทุนหมุนเวียน การวางแผนเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต เป็นต้น

โดยสรุปแล้วการวางแผนการใช้เงินทุนน่าจะเป็นประเด็นสำหรับที่จะอบรมผู้ประกอบการให้

คิดเป็น ทำเป็น ในการวางแผนการใช้เงินทุนให้มีประสิทธิภาพ และมีผลตอบแทนคุ้มกับต้นทุนของเงินลงทุนที่ใช้ในกิจการ

ผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านร้อยละ 73.08 จะมีการวางแผนการใช้เงินทุน (ตารางที่ 10 และ 11) ในขณะที่ผู้ประกอบการรายเดี่ยวที่มีการวางแผนการใช้เงินทุนมีเท่ากับร้อยละ 55.56 ซึ่งเป็นสัดส่วนน้อยกว่าผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้าน

ตารางที่ 10 การวางแผนการใช้เงินทุน แยกตามประเภทของผู้ประกอบการ

การวางแผน การใช้เงินทุน	จำนวน ผู้ประกอบการ	ผู้ประกอบการ กลุ่มแม่บ้าน (ราย)	ผู้ประกอบการ รายเดี่ยว (ราย)
ไม่มีการวางแผน	11	7	4
มีการวางแผน	24	19	5
รวม	35	26	7

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) – (40)]

ตารางที่ 11 การวางแผนการใช้เงินทุน^{1/}

ไม่มีการวางแผน	มีการวางแผน	การวางแผน
1. กลุ่มปลาสาม 4	1. กลุ่มปลาสาม 2	- ปันผลให้สมาชิก 2 ครั้งต่อปี - วางแผนนำเงินลงทุนไปซื้ออุปกรณ์การผลิตครั้งต่อไป
2. กิจการปลาสาม 3	2. กิจการปลาสาม 1	- วางแผนนำเงินลงทุนไปซื้ออุปกรณ์การผลิตครั้งต่อไป
3. กลุ่มน้ำพริก 1	3. กลุ่มน้ำพริก 4	- ต้องนำเงินจากการขายสินค้าจ่ายค่าวัตถุดิบก่อน - หักชำระหนี้เดือนละ 1,000 บาท - หักไว้ช่วยเหลือกิจกรรมสังคม - เหลือจากหักรายการต่างๆ แล้วนำมาแบ่งให้สมาชิกที่ร่วมผลิต
4. กลุ่มน้ำพริก 2	4. กลุ่มน้ำพริก 3	- หัก 40 % เป็นทุนหมุนเวียน - หักสวัสดิการกลุ่ม 10 % - หัก 50% เป็นเงินปันผล
5. กิจการหมูยอ 2	5. กิจการหมูยอ 4	- วางแผนการใช้จ่ายเงินซื้อวัตถุดิบ
6. กิจการแคบหมู 2	6. กิจการแคบหมู 4	- หักเป็นเงินหมุนเวียนก่อน - เก็บไว้ฝากธนาคาร
7. กลุ่มมะม่วงทอง 3	7. กลุ่มไส้อั่ว 2	- เมื่อหักต้นทุนการผลิตแล้วจะสะสมเป็นเงินปันผล
8. กิจการสมุนไพร 2	8. กิจการไส้อั่ว 4	- วางโครงการขยายการตั้งร้านค้าที่กรุงเทพฯ (วางแผนกู้เงิน)
9. กลุ่มข้าวแตน 4	9. กิจการไส้อั่ว 1	- กำหนดเงินทุนหมุนเวียนไว้ประมาณวันละ 4,000 บาท
10. กลุ่มข้าวแตน 3	10. กลุ่มมะม่วงทอง 1	- มีการประมาณการเพิ่มปริมาณการผลิตและค่าใช้จ่ายวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น
11. กลุ่มมะม่วงทอง 4	11. กลุ่มเต้าเจี้ยว 3	- แบ่งการวางแผนเป็น 2 ส่วน คือ หักไว้ซื้อปัจจัยการผลิตและปันผลให้สมาชิก
	12. กลุ่มมะม่วงทอง 2	- ผลตอบแทนให้สมาชิก 10 % - สวัสดิการให้สมาชิกที่มาผลิต 10% - กองทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม 20% - ปันผลให้สมาชิกผู้ถือหุ้น 60%

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ไม่มีการวางแผน	มีการวางแผน	การวางแผน
	13. กลุ่มเต้าเจี้ยว 2	- จัดสรรตอบแทนคณะกรรมการ 30 % - เก็บเป็นทุนสำรองกลุ่ม 30 % - เป็นกองทุนสวัสดิการ 15% - ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น 25%
	14. กลุ่มเต้าเจี้ยว 4	- ปันผลคืนหุ้น 50% - ให้ฝ่ายจัดการ(กรรมการ) 15% - ทุนขยายงาน 30% - ทุนฝึกอบรม 5%
	15. กลุ่มเต้าเจี้ยว 1	- หักไว้ 3,000 บาท/ปี เพื่อช่วยเหลือกิจกรรมหมู่บ้านส่วนที่เหลือจะใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่ม
	16. กลุ่มกระเทียมดอง 4	- มีการกำหนดเป้าหมายทางการเงินเด่นชัดว่าต้องทำอะไรให้ได้ปีละ 40,000 บาท (รวมกิจกรรมการให้สินเชื่อและกิจกรรมการจำหน่ายสินค้า)
	17. กลุ่มกระเทียมดอง 1	- นำเข้ากองทุนเพื่อลงทุนต่อ 10% - ให้คณะกรรมการ 10% - เป็นเงินปันผล 80 %
	18. กลุ่มกระเทียม ดอง 3	- แจกคืนผู้ถือหุ้น 40% - ผลตอบแทนคณะกรรมการ 20% - ทุนสำรอง 30 % - กองทุนสวัสดิการ 10%
	19. กลุ่มสมุนไพร 1	- ปันผลหุ้น 75% - ผลตอบแทนคณะกรรมการ 10 % - เงินทุนหมุนเวียน 10% - สวัสดิการ 5 %
	20. กลุ่มสมุนไพร 4	- ปันผลหุ้น 50% - สำรองในกองทุนสาธารณะประโยชน์ 20% - ฝากธนาคาร 10% - ค่าตอบแทนสมาชิก 20%

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ไม่มีการวางแผน	มีการวางแผน	การวางแผน
	21. กลุ่มข้าวแตน 2	- จัดเข้ากองกลางเป็นเงินทุนหมุนเวียน 20% - ปั่นผลหั่น 80%
	22. กลุ่มสมุนไพร 3	- จัดสรรปันผล 60% - ตอบแทนกรรมการ 20% - เป็นทุนหมุนเวียน 20%
	23. กลุ่มกระเทียมดอง 2	- มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินเพื่อขยายการผลิตในปีต่อไป - มีการหักเงินเข้ากลุ่ม 500 บาทต่อเดือนเพื่อเป็นต้นทุนการผลิตครั้งต่อไป
	24. กลุ่มข้าวแตน 1	- ปั่นผล 30% - ทุนหมุนเวียน 70%

หมายเหตุ : 1/ ผู้ประกอบการ 5 ราย ไม่มีข้อมูล

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) - (40)]

4.6 การปันผล ผู้ประกอบการประเภท เป็นร้อยละ 46.15 มีการปันผล ส่วนกลุ่มฯ ที่เหลือ
กลุ่มแม่บ้าน 12 ราย จากทั้งหมด 26 ราย หรือคิด ยังไม่มีการปันผล (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 การแบ่งเงินปันผล

การแบ่งเงินปันผล	ผู้ประกอบการกลุ่มแม่บ้าน (ราย)
มีการแบ่งเงินปันผล	12 (46.15%)
ยังไม่มีแบ่งเงินปันผล	14 (53.85%)
รวม	26

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) - (9), (11) - (24), (26), (28), (30)]

5. ศักยภาพทางด้านอัตราผลตอบแทนต่อ ส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

โดยภาพรวมแล้วอัตราผลตอบแทนต่อส่วน
ของผู้ถือหุ้นของหน่วยประกอบการในกลุ่มผลิต
ภัณฑ์ต่างๆ จะมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ 25.49 ถึง
715.72 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 208.17 (ตารางที่
13) มีผู้ประกอบการเข้าเจ็วและมะม่วงดองมีอัตรา

ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นต่ำมากมีระดับ
ร้อยละ 25.49 และ 26.63 ตามลำดับ (ตารางที่ 14)
แต่สำหรับกลุ่มเต้าเจี้ยวทำไรรวมยังคงอยู่ในระดับ
สูง เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ เสริมซึ่งกลายเป็น
แหล่งรายได้ใหม่ของกลุ่มต่างๆ ที่ทำเต้าเจี้ยว

ตารางที่ 13 อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ของสถานประกอบการ

ROE (ร้อยละ)	จำนวนสถานประกอบการ (ราย)	กลุ่มฯ (ราย)	รายเดี่ยว (ราย)
น้อยกว่า 0	8	7 (26.92%)	1 (8.33%)
0 – 50	9	6 (23.08%)	3 (25.00%)
51 – 100	8	6 (23.08%)	2 (16.67%)
101 – 150	5	2 (7.68%)	3 (25.00%)
151 – 200	1	0	1 (8.33%)
201 – 250	1	1 (3.85%)	0
มากกว่า 250	6	4 (15.39%)	2 (16.67%)
รวม	38	26	12 ^{1/}

หมายเหตุ : 1/ ผู้ประกอบการรายเดี่ยว 2 ราย ไม่ทราบข้อมูล

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) – (40)]

ตารางที่ 14 อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ของหน่วยประกอบการในกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ

ผลิตภัณฑ์	ROE (ร้อยละ)
1. กระเทียมดอง	73.49 ^{1/}
2. ปลาสาม	82.74 ^{2/}
3. ใส่อั่ว	217.08
4. ข้าวแตน	715.72
5. แคบหมู	55.53
6. มะม่วงดอง	26.63 ^{3/}
7. สมุนไพร	160.47
8. น้ำพริก	501.93
9. หมูยอ	222.61
10. เต้าเจี้ยว	25.49

หมายเหตุ : ^{1/} คำนวณจากผู้ประกอบการ 3 ราย เนื่องจากรายชื่อ 1 ส่วนของผู้ถือหุ้นติดลบจึงตัดออกในการคำนวณ
^{2/} คำนวณจากผู้ประกอบการ 2 ราย โดยรายชื่อ 3 นั้น ตัดออกไปเพราะส่วนของผู้ถือหุ้นที่รายงานมาไม่สอดคล้องกับการทำธุรกิจ
^{3/} คำนวณจากผู้ประกอบการ 3 ราย โดยรายชื่อ 4 นั้น มีส่วนของผู้ถือหุ้นติดลบจึงตัดออกในการคำนวณ
ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) - (40)]

6. ศักยภาพทางด้านผลตอบแทนต่อทรัพย์สิน (ROA)

ผลตอบแทนต่อทรัพย์สิน (ROA) ของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้าน 10 ชนิด นั้นมีค่า

ตั้งแต่ร้อยละ 46.23 จนถึง 263.54 ยกเว้นเต้าเจี้ยวที่ให้ผลตอบแทนต่อทรัพย์สินที่ต่ำกว่า ณ ระดับร้อยละ 19.73 (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 15 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของสถานประกอบการ (ROA)

ROA (ร้อยละ)	จำนวนสถานประกอบการ (ราย)	กลุ่มฯ (ราย)	รายเดี่ยว (ราย)
น้อยกว่า 0	5	4 (15.39%)	1 (7.14%)
0 – 50	14	10 (38.45%)	4 (28.57%)
51 – 100	8	6 (23.08%)	2 (14.29%)
101 – 150	5	1 (3.85%)	4 (28.57%)
151 – 200	1	0	1 (7.14%)
201 – 250	2	2 (7.68%)	0
มากกว่า 250	5	3 (11.54%)	2 (14.29%)
รวม	40	26	14

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) – (40)]

ตารางที่ 16 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมโดยเฉลี่ยรายผลิตภัณฑ์ (ROA)

ผลิตภัณฑ์	ROA (ร้อยละ)
1. กระเทียมดอง	67.35
2. ปลาต้ม	81.44
3. ไส้อั่ว	217.08
4. ข้าวแตน	133.43
5. แคมหมู	55.40
6. มะม่วงดอง	101.92
7. สมุนไพร	46.23
8. น้ำพริก	263.54
9. หมูยอ	134.33
10. เต้าเจี้ยว	19.73

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) – (40)]

7. สถานภาพหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

(debt – equity ratio, D/E)

ผู้ประกอบการรายเดียวที่มีรายงานสมบูรณ์เกี่ยวกับหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นมี 12 ราย ปรากฏว่า เรโซของหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) ของผู้ประกอบการรายเดียวทั้ง 12 ราย มีค่าไม่เกิน 1 (ตารางที่ 17) ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก แสดงถึงสถานภาพที่มั่นคงเพราะภาระในเรื่องดอกเบี้ยยังน้อยมาก ดังนั้นจึงสามารถที่จะขยายกิจการโดยการก่อหนี้ได้อีก

สำหรับผู้ประกอบการกลุ่มแม่บ้านร้อยละ 11.54 มีส่วนของผู้ถือหุ้นติดลบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มแม่บ้านเหล่านี้ไม่สามารถขยายกิจการได้แล้ว นอกเสียจากว่าจะมีการเพิ่มทุน และอีกร้อยละ 23.08 มีเรโซหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสูงกว่า 1 โดยที่ร้อยละ 7.69 มีค่าเรโซอยู่ระหว่าง 1.01 และ 3 ที่เหลืออีกร้อยละ 15.39 มีเรโซสูงกว่า 3 แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการรายกลุ่มส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.37) ยังคงมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ระหว่าง 0 และ 1 (ตารางที่ 17) ซึ่งยังคงสามารถที่จะขยายกิจการโดยการก่อหนี้ได้อีก

ตารางที่ 17 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของสถานประกอบการ

D/E	จำนวนสถานประกอบการ (ราย)	กลุ่มฯ (ราย)	รายเดียว (ราย)
ติดลบ ^{1/}	3 (7.90%)	3 (11.54%)	0
0 – 1	29 (76.32%)	17 (65.37%)	12 (100%)
1.01 – 3	2 (5.26%)	2 (7.69%)	0
3.01 – 6	2 (5.26%)	2 (7.69%)	0
6.01 – 9	1 (2.63%)	1 (3.85%)	0
มากกว่า	1 (2.63%)	1 (3.85%)	0
รวม	38	26	12 ^{2/}

หมายเหตุ : 1/ มาจากการที่ส่วนของผู้ถือหุ้น (equity E) มีค่าติดลบ

2/ มี 2 รายไม่ทราบข้อมูลหนี้สิน

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) – (40)]

ตารางที่ 18 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นรายผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	ทุนเรือนหุ้นเฉลี่ยต่อราย (บาท)	ส่วนของผู้ถือหุ้นเฉลี่ยต่อราย (บาท)	D/E (ร้อยละ) ^{1/}	D/E (ร้อยละ) ^{2/}
1. กระเทียมดอง	34,375	125,761	- 0.48	9.22
2. ปลาสาม	46,200	260,050	0.02	0.02
3. ใส่อัว	271,433	2,523,912	0.00	0.00
4. ข้าวแตน	81,900	93,093	2.50	0.66
5. แคนหมู	30,700	2,787,963	0.01	0.02
6. มะม่วงดอง	10,600	102,946	19.45	2.11
7. สมุนไพร	154,033	237,671	1.29	0.53
8. น้ำพริก	39,707	129,042	0.21	1.51
9. หมูยอ	144,195	367,346	0.30	0.66
10. เต้าเจี้ยว	6,056	460,774	0.26	0.11

หมายเหตุ : ^{1/} ค่าเฉลี่ยอย่างง่าย^{2/} ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) – (40)]

8. การเปรียบเทียบความสามารถในการ ทำกำไรระหว่างผู้ประกอบการ ประเภทกลุ่มแม่บ้านกับผู้ประกอบการ รายเดี่ยว

ผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านที่ทำ
กำไรได้ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 68.18) มีกำไรไม่เกิน
กลุ่มละ 150,000 บาท ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มี
กำไรต่อรายมากกว่า 450,000 บาทต่อปีนั้น มีผู้

ประกอบการประเภทกลุ่มอยู่เพียงร้อยละ 13.64
เท่านั้น (โดยที่กำไรเฉลี่ยต่อรายของผู้ประกอบการ
ประเภทนี้เท่ากับ 1,239,145 บาทต่อปี) ในขณะที่ผู้
ประกอบการรายเดี่ยวที่มีกำไรมากกว่า 450,000
บาทต่อปี มีมากถึงร้อยละ 84.62 และกำไรเฉลี่ยต่อ
รายของผู้ประกอบการรายเดียวกับสูงกว่ากลุ่มฯ
โดยมีกำไรเฉลี่ยต่อรายเท่ากับ 1,800,808 บาทต่อ
ปี) (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 กำไรสุทธิเฉลี่ยต่อรายของสถานประกอบการ

กำไรสุทธิ (บาท)	จำนวน สถานประกอบการ (ราย)	กลุ่มฯ (ราย)	รายเดียว (ราย)
น้อยกว่า 50,000 (เฉลี่ย = 15,655)	7 (20.00%)	7 (31.82%)	0
50,000 – 150,000	9 (25.71%)	8 (36.36%)	1 (7.69%)
150,001 – 250,000	4 (11.43%)	3 (13.64%)	0
250,001 – 350,000	0	0	1 (7.69%)
350,001 – 450,000	1 (2.86%)	1 (4.55%)	0
มากกว่า 450,000 (เฉลี่ย = 1,710,453)	14 (40.00%)	3 (13.64%)	11 (84.62%)
		(เฉลี่ย = 1,239,145)	(เฉลี่ย = 1,800,808)
รวม	35	22 ^{1/}	13 ^{2/}

หมายเหตุ : 1/ ผู้ประกอบการกลุ่มแม่บ้านอีก 4 ราย ขาดทุน

2/ ผู้ประกอบการรายเดียวอีก 1 ราย ขาดทุน

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) – (40)]

9. ศักยภาพทางด้านทุนเรือนหุ้น

อย่างไรก็ตามแม้ว่าผู้ประกอบการประเภทกลุ่มส่วนใหญ่คือร้อยละ 65.37 จะมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ระหว่าง 0 และ 1 แต่ปรากฏว่าผู้ประกอบการกลุ่มแม่บ้านร้อยละ 70.84 มีทุนเรือนหุ้นไม่เกิน 30,000 บาทต่อราย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าศักยภาพในการขยายกิจการก็

ยังคงอยู่ในระดับต่ำเพราะฐานทุนเรือนหุ้นต่ำ ต้องอาศัยความช่วยเหลือแบบให้เปล่าจึงจะทำให้ส่วนของผู้ถือหุ้นสูงขึ้นได้ ซึ่งผิดกับผู้ประกอบการรายเดียวซึ่งมีทุนเอง ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการประเภทรายเดียวย่อยละ 50 มีทุนเรือนหุ้นเฉลี่ย 480,000 บาทต่อราย จึงทำให้มีศักยภาพที่จะขยายกิจการได้สูงกว่า (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 จำนวนทุนเรือนหุ้นของสถานประกอบการทั้งหมด

จำนวนทุนเรือนหุ้น (บาท)	จำนวน สถานประกอบการ (ราย)	กลุ่มฯ (ราย)	รายเดี่ยว (ราย)
น้อยกว่า 10,000 (เฉลี่ย = 4,547.27 บาท)	11 (34.38 %)	10 (41.67%)	1 (12.50 %)
10,000 – 30,000	9 (28.13%)	7 (29.17%)	2 (25.00%)
30,001 – 60,000	4 (12.50%)	3 (12.50%)	1 (12.50%)
มากกว่า 60,001 (เฉลี่ย = 357,275 บาท)	8 (25.00%)	4 (16.67%) (เฉลี่ย=234,550)	4 (50.00%) (เฉลี่ย=480,000)
รวม	32	24 ^{2/}	8 ^{1/}

หมายเหตุ : 1/ ผู้ประกอบการกลุ่มแม่บ้าน 2 ราย ไม่มีการเรียกหุ้น คือ กลุ่มฯ ศรีดอนมูลและกลุ่มฯ แม่แต เนื่องจากกลุ่มฯ ศรีดอนมูลใช้ทุนของประธาน ส่วนกลุ่มฯ แม่แตนั้นวัตถุดิบหลักในการผลิตเป็นของประธาน
2/ ผู้ประกอบการรายเดี่ยว 6 ราย ไม่มีข้อมูล

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) – (40)]

10. ศักยภาพทางการตลาด

ยอดขายของกลุ่มแม่บ้านร้อยละ 50.22 มีช่องทางการตลาดไม่เกินระดับอำเภอของสถานประกอบการและที่สำคัญกว่าก็คือจากร้อยละ 50.22 นี้ ส่วนใหญ่คือร้อยละ 34.30 ยังคงเป็นยอดขายที่มาจากภายในตำบลของสถานประกอบการ (ตารางที่ 21) แสดงให้เห็นว่าการตลาดของกลุ่มแม่

บ้านโดยเปรียบเทียบแล้ว (1) ยังแคบ และ (2) ยังอยู่ในตลาดระดับล่างซึ่งจะเป็นกลุ่มที่มีอำนาจซื้อต่ำ จึงทำให้ยอดขายโดยรวมมีแนวโน้มต่ำลงเช่นกันซึ่งจะทำให้กำไรโดยรวมต่ำไปด้วย โดยสรุปแล้วศักยภาพทางการตลาดของกลุ่มแม่บ้านยังต่ำอยู่ โดยเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายเดี่ยว (ตารางที่ 22 และ 23)

ตารางที่ 21 สัดส่วนของแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มแม่บ้าน 26 กลุ่ม

แหล่งจำหน่าย	ยอดขายเฉลี่ยอย่างง่าย (ร้อยละ)	ยอดขายเฉลี่ยแบบถ่วง น้ำหนัก (ร้อยละ)
ภายในตำบล	34.30	16.28
ภายในอำเภอ ^{1/}	15.92	8.79
ภายในจังหวัด ^{2/}	43.65	68.54
ต่างจังหวัด ยกเว้น กทม.	5.77	3.74
กทม.	0.36	2.65
ต่างประเทศ	0	0

หมายเหตุ : 1/ ยกเว้นตำบลที่ตั้งของสถานประกอบการ

2/ ยกเว้นอำเภอที่ตั้งของสถานประกอบการ

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) - (9), (11) - (24), (26), (28), (30)]

ตารางที่ 22 สัดส่วนของแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลัก

ผลิตภัณฑ์	แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลัก(ร้อยละ) ^{1/}						
	ตลาดใน ท้องถิ่น (หมู่บ้าน ต่าง ๆ)	ตลาดใน อำเภอ (ตำบลต่าง ๆ)	ตลาดในจังหวัด		ตลาด ต่างจังหวัด ยกเว้น กทม.	กทม.	ตลาด ต่าง ประเทศ
			อำเภอต่าง ๆ	ออกร้าน			
กระเทียมดอง	11.38	2.50	55.72	3.66	25.87	0.87	0
ปลาส้ม	9.50	45.00	22.96	15.22	7.32	0	0
ไส้อั่ว	21.25	0	54.75	4.00	20.00	0.00	0
ข้าวแตน	22.50	6.58	13.56	51.72	5.64	0	0
แคบหมู	1.27	30.58	66.01	0	0.86	1.28	0
มะม่วงดอง	35.00	49.79	14.29	0.92	0	0	0
สมุนไพร	14.76	64.47	18.27	2.50	0	0	0
น้ำพริก	52.65	2.57	32.98	11.01	0	0.78	0
หมูยอ	2.80	0	50.86	6.33	0.86	39.14	0
เต้าเจี้ยว	40.00	7.50	47.50	3.75	0	1.25	0

หมายเหตุ : 1/ การคำนวณในตารางนี้ ใช้ค่าเฉลี่ยอย่างง่าย

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) - (40)]

ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบการดำเนินงานระหว่างผู้ประกอบการรายเดี่ยวกับผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม^{1/}

ประเภทของผู้ประกอบการ ตามผลิตภัณฑ์หลัก ^{1/}	ยอดขายของผลิตภัณฑ์ อาหารหลักต่อราย (บาท)	ยอดขายรวม ต่อราย (บาท)	กำไรรวม ต่อราย (บาท)	กำไรต่อสมาชิก 1 คน (บาท)	หมายเหตุ
<u>ปลาส้ม</u> รายเดี่ยว (2 ราย)	244,272	944,460	470,606	470,106	- เจาะตลาดตามตำบลต่าง ๆ ภายใน อำเภอ ตลาดในท้องถิ่นน้อย
กลุ่ม 4 (2 ราย)	na.	267,461	106,740	2,224	- การตลาดสู้ไม่ได้ กลุ่มปลาส้ม 4 ดึกว่า กลุ่มปลาส้ม 2 เพราะนำไปออกร้านด้วย ยอดขายจากการออกร้านสูงถึงร้อยละ 59
<u>ไส้อั่ว</u> รายเดี่ยว (3 ราย)	5,473,233	8,904,834	4,337,578	4,337,578	- ตลาดในหมู่บ้านร้อยละ 0 ตลาดใน จังหวัดและกรุงเทพฯ ร้อยละ 100
กลุ่ม (1 ราย)	9,000	263,664	82,668	2,067	- การตลาดสู้ไม่ได้ ทำตลาดในหมู่บ้านร้อย ละ 85 ออกร้านร้อยละ 15 เท่านั้น
<u>แกบหมู</u> ^{2/} รายเดี่ยว (4 ราย)	2,073,861	4,236,296	991,962	991,962	ร้อยละ 85 เป็นการตลาดภายในจังหวัด ร้อยละ 15 เป็นระดับภายในอำเภอ
<u>หมูยอ</u> รายเดี่ยว (4 ราย)	825,812	1,163,841	736,457	736,457	การตลาดระดับจังหวัด และกรุงเทพฯ ร้อยละ 97.22

หมายเหตุ : 1/ สำหรับสมุนไพรนั้นไม่ได้เอามาเปรียบเทียบเพราะว่ารายเดี่ยวที่มี 1 ราย นั้นไม่ได้มีอาชีพหลักในการทำสมุนไพร แต่มีอาชีพขายเครื่องจักรสานเป็นหลัก

2/ การคำนวณใช้แบบเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(25), (27), (29), (31), (32), (33) - (40)]

11. ศักยภาพทางด้านยอดขายและกำไรของผู้ประกอบการรายเดี่ยว

ผู้ประกอบการรายเดี่ยวมีทั้งหมด 14 ราย มีกำไรรวมตั้งแต่ 77,951.52 บาทต่อปี ไปจนถึง 10,212,855.59 บาทต่อปี (ตารางที่ 24) ยกเว้นกรณีเดี่ยวเท่านั้นที่ทำสมุนไพรรักษาโรค ศึกษากิจการสมุนไพรรักษาโรค 2 ซึ่งมีกิจการขายเครื่องจักรสานเป็นกิจการหลักอยู่แล้ว การทำสมุนไพรรักษาโรคมียอดขายเพียง 7,600 บาท จึงเป็นการทำเพื่อทดลองเท่านั้น มิได้ทำอย่างจริงจังไม่น่าจะนำมานับรวมในการพิจารณาศักยภาพทางด้านยอดขายและกำไรของผู้ประกอบการรายเดี่ยว

โดยสรุปแล้วจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการรายเดี่ยวมีศักยภาพมากในด้านยอดขายและการทำกำไร

12. การเปรียบเทียบการดำเนินงานระหว่างผู้ประกอบการประเภทรายเดี่ยวกับผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้าน

เพื่อให้การเปรียบเทียบสามารถที่จะเปรียบเทียบกันชัดขึ้น เราจะพิจารณากรณีที่ผู้ประกอบการรายเดี่ยว และผู้ประกอบการรายกลุ่มแม่บ้านทำการผลิตและการตลาดในผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ในที่นี้จะเริ่มจากการผลิตปลาส้ม ซึ่งมีรายเดี่ยว 2 ราย และประเภทกลุ่มแม่บ้าน 2 ราย ปรากฏว่ายอดขายรวมเฉลี่ยต่อรายของรายเดี่ยว

สูงกว่ารายกลุ่มเท่ากับ 676,999 บาทต่อปี หรือมียอดขายรวมสูงเป็น 3.53 เท่าของผู้ประกอบการรายกลุ่มซึ่งไม่ต้องสงสัยเลยว่ากำไรรวมต่อรายของผู้ประกอบการรายเดี่ยวจะต้องสูงกว่า ในกรณีนี้สูงกว่าเป็น 4.41 เท่าของกำไรของผู้ประกอบการรายกลุ่ม ซึ่งมีกำไรเฉลี่ยกลุ่มละ 106,740 บาท ถ้าคิดเป็นกำไรต่อสมาชิก 1 คน จะยิ่งน้อยลงไปมากเหลือเพียง 2,224 บาท ต่อปีต่อสมาชิก เท่านั้น

สำหรับใส่อ้วมีผู้ประกอบการรายเดี่ยว 3 ราย และผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้าน 1 ราย รายได้จากการขายใส่อ้วต่อรายต่อปี ของผู้ประกอบการรายเดี่ยวเท่ากับ 5,473,233 บาท ในขณะที่รายได้รวมเฉลี่ยรายละ 8,904,834 บาท ในขณะที่กลุ่มแม่บ้านขายใส่อ้วเฉลี่ยต่อราย ปีละ 9,000 บาท และยอดขายรวมเท่ากับ 263,664 บาท ซึ่งจะเห็นได้ว่ายอดขายรวมของผู้ประกอบการรายเดี่ยวสูงเป็น 33.77 เท่าของผู้ประกอบการรายกลุ่ม ซึ่งกลุ่มได้กำไรเท่ากับ 82,668 บาท ถ้าแบ่งตามจำนวนสมาชิกแล้ว สมาชิกแต่ละคนจะได้เพียง 2,067 บาท เท่านั้น ทั้งนี้จะสังเกตเห็นได้ว่าผู้ประกอบการกลุ่มแม่บ้านนั้นมีช่องทางการตลาดสู้ไม่ได้ กล่าวคือ ร้อยละ 85 ของยอดขายเป็นการทำตลาดในหมู่บ้าน และอีกร้อยละ 15 เป็นการออกร้านในขณะที่ผู้ประกอบการรายเดี่ยวไม่ทำตลาดในหมู่บ้านเลย แต่ทำตลาดในระดับจังหวัดและกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 100 (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 24 ยอดขายและกำไรของผู้ประกอบการรายเดี่ยว 14 ราย

ชื่อผู้ประกอบการ	ผลิตภัณฑ์		ยอดขาย ผลิตภัณฑ์ หลัก (บาท)	ยอดขาย ผลิตภัณฑ์ รอง (บาท)	กำไรรวม (บาท)
	ชื่อผลิตภัณฑ์ หลัก	ชื่อผลิตภัณฑ์ รอง			
1. กิจการปลาส้ม 1	ปลาส้ม (แบบตัว, ชิ้น, บด)	ปลาแดดเดียว ไข่ปลาตอง ไข่ปลา หัวปลา	345,600	361,200	467,736
2. กิจการปลาส้ม 3	ปลาส้ม (แบบตัว, ชิ้น, บด)	ปลาแดดเดียว ไข่ปลาหมึก ไข่ปลาหมึก หัวปลาอย่าง	608,640	444,480	472,475.52
3. กิจการไส้อ้ว 3	ไส้อ้ว	แหนมซี่โครง แหนมข้อไก่ แหนมผสมหมูหมู แหนมไก่ แหนมปลา น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกตาแดง หมูยอ น้ำพริกแกง แหนมหม้อ	10,067,200	9,010,098.50	10,212,855.59
4. กิจการไส้อ้ว 4	ไส้อ้ว	แหนมหม้อ แหนมกระเทียมโทนสด แหนมกระเทียมโทนหมูหมู แหนมซี่โครง แหนมเอ็นไก่ แหนมคอหมู น้ำพริกแกงฮังเล น้ำพริกข้าวซอย น้ำพริกอ่อน น้ำพริกข่า น้ำพริกลาบ น้ำพริกตาแดง	2,816,400	1,212,703.20	1,420,849.32

ตารางที่ 24 (ต่อ)

ชื่อผู้ประกอบการ	ผลิตภัณฑ์		ยอดขาย ผลิตภัณฑ์ หลัก (บาท)	ยอดขาย ผลิตภัณฑ์ รอง (บาท)	กำไรรวม (บาท)
	ชื่อผลิตภัณฑ์ หลัก	ชื่อผลิตภัณฑ์ รอง			
5. กิจการไส้อั่ว 1	ไส้อั่ว	แอ็บต่างๆ น้ำพริกหนุ่ม น้ำมะนาวหอม	3,536,100	72,000	1,379,030.76
6. กิจการแคบหมู 1	แคบหมู (ติดมัน, ไร้มัน)	เศษแคบหมูติดมัน เศษแคบหมูไร้มันปรุงรส น้ำมันหมู หนังไก่ทอด หนังพอง เลือดหมูต้ม แหนม	219,480	1,465,200	814,233.96
7. กิจการแคบหมู 2	แคบหมู	น้ำมันหมู	1,155,350	478,800	635,159
8. กิจการแคบหมู 3	แคบหมู (ติดมัน, ไร้มัน, ไร้มันปรุงรส, ติดมันสีแดง)	น้ำมันหมู น้ำมันดำ (ใช้ทอดแล้ว 3 ครั้ง) เศษแคบหมูทั้ง 3 ชนิด (ยกเว้นชนิดติดมันสีแดง)	5,312,134.20	6,705,738.50	1,958,698.99
9. กิจการแคบหมู 4	แคบหมู (ติดมัน, ไร้มัน)	น้ำมันหมู	1,172,430	436,050	239,721.80
10. กิจการสมุนไพร 2	สมุนไพรผงชนิด ซงพร้อมดื่ม	-	7,600	-	- 4,605.45
11. กิจการหมูยอ 2	หมูยอ (หมูยอสมุนไพร, หมูยอเห็ดหอม, หมูยอใบกระเพรา)	-	760,375	-	580,100.65
12. กิจการหมูยอ 1	หมูยอ	-	2,561,280	-	1,280,640
13. กิจการหมูยอ 3	ลูกชิ้น ยอเห็ดหอม ยอก้อน	ขาเป็ด, เนื้อแพะ	1,150,590	3,200	587,111.50
14. กิจการหมูยอ 4	หมูยอ	-	183,120	-	77,951.52

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(25), (27), (29), (31), (32), (33) - (40)]

13. การเปรียบเทียบกำไรสุทธิระหว่างผู้ ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านและผู้ ประกอบการรายเดี่ยว

ผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านทั้งหมด 26 ราย ได้กำไรสุทธิเฉลี่ยต่อปีต่อรายเท่ากับรายละ 216,019 บาท ถ้าคิดเป็นกำไรต่อสมาชิกต่อปีจะได้คนละ 2,589 บาทต่อคนต่อปี หรือเท่ากับ 4,222 บาทต่อปีต่อผู้ถือหุ้น 1 ราย และเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายเดี่ยวทั้งหมด 14 ราย ปรากฏว่าผู้ประกอบการรายเดี่ยว 14 ราย ได้กำไรเฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 1,437,285 บาท ข้อมูลที่กล่าวมานี้เป็นข้อมูลของผู้ประกอบการทั้งที่ได้กำไรและขาดทุนนำมารวมกันแล้วหาค่าเฉลี่ย

อย่างไรก็ตามเพื่อให้ได้ภาพที่ชัดเจนขึ้น เราจะพิจารณาเพิ่มเติมเฉพาะผู้ประกอบการที่ได้กำไรผลปรากฏว่าผู้ประกอบการประเภทกลุ่มร้อยละ 15.38 มีผลประกอบการขาดทุนในขณะที่ผู้ประกอบการรายเดี่ยวเพียงร้อยละ 7.14 เท่านั้นที่ขาดทุนและผู้ประกอบการรายเดี่ยวที่ขาดทุนนี้ก็เป็นผู้ประกอบการที่มีอาชีพอื่นเป็นหลักอยู่แล้ว อาชีพผลิตภัณฑอาหารแปรรูปพื้นบ้านเป็นเพียงอาชีพที่ลองทำเพื่อเสริมอาชีพหลักเท่านั้น ไม่ได้ให้ความสนใจอย่างจริงจัง และถ้าพิจารณากำไรต่อราย ปรากฏว่าผู้ประกอบการกลุ่มแม่บ้านได้กำไร 258,996 บาทต่อรายต่อปี ในขณะที่ผู้ประกอบการรายเดี่ยวได้กำไร 1,548,200 บาทต่อรายต่อปี รายละเอียดอื่นๆ (โปรดดูตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบกำไรสุทธิระหว่างผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านและรายเดี่ยว

ผู้ประกอบการ	กำไรสุทธิ ต่อกลุ่ม (บาท)	กำไรสุทธิ ต่อสมาชิก (บาท)	กำไรสุทธิ ต่อผู้ถือหุ้น (บาท)
- 26 กลุ่ม (100%) (รวมทั้งกลุ่มที่ขาดทุน 4 กลุ่ม)	216,019	2,589	4,222
- 14 รายเดี่ยว (100%) (รวมทั้ง 1 รายเดี่ยวที่ขาดทุน แต่ไม่ใช่อาชีพหลัก)	1,437,285	1,437,285	1,437,285
- 22 กลุ่ม (84.62%) (ไม่รวมขาดทุน 4 กลุ่ม)	258,996	2,847	4,903
- 13 รายเดี่ยว (92.86%) (ไม่รวมขาดทุน 1 ราย)	1,548,200	1,548,200	1,548,200
- 22 กลุ่ม (84.62%) ที่มีกำไรต่อกลุ่มต่ำกว่า 250,000 บาท (รวมทั้งขาดทุน 4 กลุ่มด้วย)	66,795	800	1,305
- 2 รายเดี่ยว (14.29%) ที่มีกำไรต่ำกว่า 250,000 บาท	158,854	158,854	158,854
- 3 กลุ่ม (11.54%) ที่มีกำไรมากกว่า 450,000 บาท	1,239,145	20,203	23,233
- 11 รายเดี่ยว (78.57%) ที่มีกำไรมากกว่า 450,000 บาท	1,800,808	1,800,808	1,800,808

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) - (40)]

14. ความช่วยเหลือที่ผู้ประกอบการต้องการมากที่สุดแยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

ความช่วยเหลือที่ผู้ประกอบการแต่ละรายต้องการมากที่สุดนั้นมีรายละเอียดดังตารางที่ 26 และ 27 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ คือในจำนวน 40 ราย มี 18 ราย ที่ต้องการความช่วยเหลือเรื่องเงินทุนก่อนอื่น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 42.86 ในขณะที่ความต้องการความช่วยเหลือทางด้านการตลาด (ซึ่งหมายรวมถึงการโฆษณา การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ความรู้ในการยืดอายุบรรจุภัณฑ์ และความต้องการในเรื่องเครื่องหมาย ออย.) มีทั้งหมด 10

ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 23.81 ความช่วยเหลือด้านเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต 2 ราย หรือร้อยละ 4.76 ความช่วยเหลือทางด้านเทคโนโลยี 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.76 เช่นกัน ส่วนผู้ที่ตอบว่ายังไม่มีความต้องการความช่วยเหลือมีทั้งหมด 4 ราย หรือร้อยละ 9.52 และผู้ที่ไม่ได้ระบุว่าต้องการความช่วยเหลือใดหรือไม่ต้องการความช่วยเหลือมี 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.90

อย่างไรก็ตาม ในความช่วยเหลือทางการตลาดตามคำนิยามที่กล่าวข้างต้นเกี่ยวกับความต้องการเครื่องหมาย ออย. นั้นมีอยู่เป็นจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.14 (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 26 ความช่วยเหลือที่ผู้ประกอบการต้องการมากที่สุด แยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	ประเภทของความช่วยเหลือที่ต้องการมากที่สุด ^{1/}
1. กระเทียมดอง	- เงินทุน เงินทุน การขยายตลาด ไม่ระบุ
2. ปลาส้ม	- เงินทุน เงินทุน เงินทุน ไม่ระบุ
3. ใส่อั่ว	- เงินทุน ความรู้ด้านพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ความรู้เรื่องการขายแบบ E-Commerce รถขนส่งผลิตภัณฑ์
4. ข้าวแตน	- เงินทุน เงินทุนหมุนเวียน โฆษณา ไม่ระบุ
5. แดบหมู	- เงินทุน ติดต่อซื้อเครื่องมือ ไม่มี ไม่มี
6. มะม่วงดองและมะม่วงแช่อิ่ม	- เงินทุน เงินทุนและอุปกรณ์การผลิต ความรู้ด้านเทคโนโลยี ความรู้ในการยืดอายุผลิตภัณฑ์
7. สมุนไพร	- เงินลงทุนให้เปล่า เครื่องหมาย ออย. เครื่องหมาย ออย. ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิต
8. น้ำพริกตาแดง	- เงินทุน เงินทุน ไม่มี ไม่ระบุ
9. หมูยอ	- ขยายตลาด ปรับปรุงโรงงานเพื่อขอ ออย. ไม่มี ไม่ระบุ
10. เต้าเจี้ยว	- เงินลงทุน เงินทุนหมุนเวียน ความช่วยเหลือด้านเงินทุนเพิ่ม ขยายตลาด

หมายเหตุ : 1/ มีจำนวนคำตอบ 4 คำตอบต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ เนื่องจากการเน้นความต้องการความช่วยเหลือของผู้ประกอบการแต่ละราย (ผู้ประกอบการ 4 ราย ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์)

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) - (40)]

ตารางที่ 27 ความช่วยเหลือที่ผู้ประกอบการต้องการมากที่สุดแยกตามประเภทของความช่วยเหลือ

ประเภทของความช่วยเหลือ	จำนวนผู้ประกอบการ (ราย)	ร้อยละของจำนวน ผู้ประกอบการ
1. เงินทุน	18 ^{1/2/}	42.86
2. การตลาด	10 ^{1/}	23.81
- การขยายตลาดและบรรจุภัณฑ์	7	16.67
- ออ.	3	7.14
3. เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต	2 ^{2/}	4.76
4. เทคโนโลยี	2	4.76
5. ยังไม่มีความต้องการความช่วยเหลือ ประเภทมากที่สุด	4	9.52
6. รถขนส่งผลิตภัณฑ์	1	2.38
7. ไม่ระบุ	5	11.90
รวม	42	100.00

หมายเหตุ : 1/ เนื่องจากการแจกแจงในรายการ "ปรับปรุงโรงงานเพื่อขอ ออ." เป็นไปได้ทั้งด้านเงินทุนและการตลาด จึงนับรวมในแต่ละประเภทไปพร้อมกันทั้งที่มี 1 ตัวอย่าง
2/ เนื่องจากผู้ประกอบการ 1 รายตอบมา 2 อย่างที่ต้องการมากที่สุด คือเงินทุนและอุปกรณ์การผลิต
ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) – (40)]

สรุป

ผลิตภัณฑ์หลัก (ในการศึกษานี้มี 10 ผลิตภัณฑ์หลักดังได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น) มียอดขายเฉลี่ยต่อรายต่อผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ 23,931 บาท จนถึง 4,107,175 บาท โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 841,225 บาท ในบรรดาผลิตภัณฑ์หลัก 10 ชนิด มี 4 ผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายเฉลี่ยไม่ถึง 45,000 บาทต่อรายต่อผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ข้าวแตน มะม่วงทอง เต้าเจี้ยว และน้ำพริก โดยเรียงลำดับจากยอดขายต่ำไปหาสูง นอกเหนือจาก 6 ผลิตภัณฑ์หลัก มียอดขายเฉลี่ยต่อรายต่อปีต่อผลิตภัณฑ์สูงกว่า 145,000 บาท ทั้งสิ้น ซึ่งได้แก่ สมุนไพรผง ปลาสามกระเทียมทอง หมูยอ แคนหมู และไส้ว โดยเรียงจากยอดขายต่ำไปหาสูงตามลำดับ และเป็นที่น่าสังเกตว่าใน 4 ผลิตภัณฑ์หลักที่มียอดขายเฉลี่ยต่อ

ปีต่อรายต่อผลิตภัณฑ์ต่ำกว่า 45,000 บาท นั้น ผลิตภัณฑ์หลักดังกล่าวทุกชนิดเป็นของผู้ประกอบการประเภทกลุ่มแม่บ้านทั้งสิ้น ไม่ปรากฏว่ามีผู้ประกอบการรายเดียวทำการผลิตผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในการศึกษานี้ ในขณะที่ผลิตภัณฑ์หลักที่ทำยอดขายเฉลี่ยต่อปีต่อรายต่อผลิตภัณฑ์สูงเกิน 800,000 บาท ซึ่งได้แก่ หมูยอ แคนหมู และไส้ว ตามลำดับยอดขายจากน้อยไปหามาก กลับมีกลุ่มแม่บ้านทำการผลิตเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้นจากผู้ประกอบการทั้งหมด 12 ราย (ซึ่งผู้ประกอบการอีก 11 ราย เป็นผู้ประกอบการรายเดียว) ผู้ประกอบการรายนี้ทำการผลิตไส้ว ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตอีกเช่นกันว่าในขณะที่ผู้ประกอบการรายเดียวอื่นๆ ขายไส้วเฉลี่ยต่อรายต่อปีเท่ากับ 5,473,233 บาท ไส้วของกลุ่มแม่บ้านนี้กลับขายได้เพียงปีละ 9,000 บาทเท่านั้น และเป็นที่น่าสังเกตเพิ่มเติมอีกว่าจาก

การสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารแปรรูปพื้นบ้าน (อารี วิบูลย์พงศ์ และคณะ, 2543) พบว่าผลิตภัณฑ์ยอดนิยม 4 อันดับแรกของผู้บริโภคเชียงใหม่และนักท่องเที่ยว ได้แก่ แคบหมู ไส้อัว หมูยอ และน้ำพริกหนุ่ม แต่กลับปรากฏว่าในผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ชนิดนี้ มีผู้ประกอบการประเภทกลุ่มอยู่เพียงกลุ่มเดียวที่ผลิตไส้อัวซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดมาก แต่กลุ่มนี้ก็ไม่ประสบความสำเร็จในยอดขายทั้งนี้ เพราะมีปัญหาทางด้านการตลาดเฉพาะตัว สำหรับข้าวแต๋นนั้นผู้บริโภคชาวเชียงใหม่ให้ความนิยมเป็นอันดับที่ 5 ส่วนนักท่องเที่ยวให้ความนิยมเป็นอันดับที่ 7 เท่ากันกับสมุนไพรกึ่งสำเร็จรูป ในบรรดาผลิตภัณฑ์ 15 ชนิด แต่ข้าวแต๋นก็เป็นสินค้าที่มีมูลค่าต่อหน่วยต่ำจึงทำให้ยอดขายต่ำไปด้วย และเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้งว่าโดยความเป็นจริงแล้วผู้บริโภคเชียงใหม่ที่วามีความนิยมในการบริโภคข้าวแต๋นจริงหรือไม่ หรือเพียงแต่อยู่ในความคิดเท่านั้นว่าอาหารแปรรูปพื้นบ้านในเชียงใหม่มีอะไรบ้าง แต่โดยความจริงแล้วอาจไม่ได้มีการบริโภคที่แท้จริงมากนัก (effective demand) ซึ่งสะท้อนออกมาส่วนหนึ่งจากยอดขายเฉลี่ยต่อรายต่อปีของข้าวแต๋นซึ่งถือว่าต่ำสุดในบรรดาผลิตภัณฑ์หลัก 10 ชนิด ที่กล่าวถึง จึงต้องพิจารณาจากการกระจายทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หลักดังกล่าวซึ่งในที่นี้คือ ข้าวแต๋น จากการศึกษาพบว่าร้อยละ 22.50 ของยอดขายมาจากตลาดท้องถิ่นภายในตำบลซึ่งเป็นที่ตั้งของสถานประกอบการ ในต่างตำบลแต่อยู่ในเขตอำเภอที่ตั้งของสถานประกอบการมียอดขายเพียงร้อยละ 6.58 เท่านั้น ส่วนในระดับอำเภออื่นๆ นอกเหนือจากอำเภอที่ตั้งของสถานประกอบการก็ยังคงอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำอยู่กล่าวคือร้อยละ 13.56 สำหรับตลาดต่างจังหวัด ยกเว้นกรุงเทพมหานคร ยังคงมีเพียงร้อยละ 5.64 ซึ่งรวมทั้งหมดแล้วในตลาด 4 ระดับ เท่ากับร้อยละ 48.28 ยังไม่ถึงร้อยละ 50

ของยอดขายทั้งหมด ปรากฏว่าที่เหลือน้อยลง 51.72 เป็นยอดขายที่มาจากงานออกร้าน ซึ่งไม่ใช่ยอดขายที่สม่ำเสมอหรือเกิดขึ้นประจำแต่จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการออกร้านเท่านั้น แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นไม่ได้อยู่ในความนิยมเป็นประจำของผู้บริโภค จึงทำให้มีความเสี่ยงต่อความผันผวนของยอดขายสูง นอกเหนือไปจากยอดขายที่ต่ำอยู่แล้ว

กำไรต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้านจะอยู่ระหว่างร้อยละ 19 ถึง 62 จากราคาขาย แต่ถ้าคิดจากต้นทุนต่อหน่วย กำไรต่อต้นทุนจะกลายเป็นร้อยละ 23.5 ถึง 163 แล้วแต่ชนิดของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์กระเทียมดองแม้ว่าจะมีกำไรต่อหน่วย ไม่ว่าจะเป็นกำไรจากราคาขายหรือกำไรจากต้นทุนก็ตามอยู่ในระดับต่ำกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ แต่ยอดขายที่สูงก็ทำให้กำไรรวมของผู้ประกอบการสูงได้ และประกอบกับผลิตภัณฑ์กระเทียมดองมีอายุผลิตภัณฑ์ที่ยาวนาน (โดยเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ) จึงทำให้ความเสี่ยงในด้านความเสียหายของผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นต้นทุนชนิดหนึ่งต่ำ และประกอบกับกระเทียมดองเป็นส่วนประกอบของอาหารซึ่งเป็นที่คุ้นเคยของผู้บริโภคมายาวนานทุกฤดูกาล จึงทำให้ความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีความมั่นคงตลอดทั้งปี ไม่ใช่สินค้าที่มีความอ่อนไหวต่อภาวะแวดล้อมทางการบริโภค ยังผลให้กระเทียมดองเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังคงมีศักยภาพในกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้าน

ปลาซ่ม ไส้อัว แคบหมู สมุนไพร และหมูยอล้วนมีศักยภาพในด้านการทำกำไรต่อหน่วย และศักยภาพในด้านยอดขายซึ่งทำให้กำไรรวมของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสูง แต่เต้าเจี้ยว มะม่วงดอง และมะม่วงแช่อิ่ม แม้จะมีข้อได้เปรียบที่สำคัญอยู่ 2 ประการ คืออายุผลิตภัณฑ์ที่สามารถเก็บได้ค่อนข้างนานและกำไรต่อหน่วยอยู่ในระดับพอไปได้ถึงปานกลางก็ตาม แต่ยอดขายต่อรายต่อปีที่ต่ำค่อนข้าง

ข้างมาก ผลិតภัณฑ์ทั้งสองนี้จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถสร้างกำไรรวมให้ผู้ประกอบการสูงเช่นผลิตภัณฑ์อื่นๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เต้าเจี้ยว ซึ่งหน่วยงานของรัฐได้ส่งเสริมการผลิตให้แก่ผู้ประกอบการกลุ่มแม่บ้านจำนวนมาก แต่การตลาดก็กระจุกตัวอยู่ในตำบลซึ่งเป็นแหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการถึงร้อยละ 40 ส่วนต่างตำบลภายในอำเภอเดียวกันกับสถานประกอบการก็มียอดขายต่ำมากเพียงร้อยละ 7.5 เท่านั้น (ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในตำบลอื่นๆ ก็มีการผลิตเต้าเจี้ยวเช่นเดียวกัน) ส่วนร้อยละ 47.50 เป็นการขายนอกอำเภอที่สถานประกอบการตั้งอยู่ ซึ่งคาดว่าเป็นการขายให้กับร้านข้าวมันไก่ ร้านขนมจีนน้ำเงี้ยว และร้านอาหารทั่วไปซึ่งต้องการซื้อในราคาถูกและไม่ต้องการยี่ห้อ ที่เหลือเป็นการออกจากร้อยละ 3.75 และเป็นการขายที่กรุงเทพมหานครร้อยละ 1.25 ส่วนตลาดต่างจังหวัดไม่มี สาเหตุที่การออกจากร้านนั้นขายได้น้อยอาจจะเพราะว่าเต้าเจี้ยวเป็นสินค้าที่สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าทั่วไป และผลิตได้จากโรงงานที่มีการควบคุมคุณภาพที่ดีกว่า ปลอดภัยกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากอัลฟาทอกซิน ในขณะที่ราคาเต้าเจี้ยวจากโรงงานมาตรฐานก็ไม่ได้แพงมากนักและเต้าเจี้ยวก็ไม่ใช่เครื่องปรุงรสที่จะต้องใช้เป็นประจำทุกวันในการประกอบอาหาร จึงทำให้มีความลำบากในการแข่งขันกับเต้าเจี้ยวจากโรงงานมาตรฐานซึ่งมีศักยภาพมากกว่ามาก เพราะฉะนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าในขณะนี้การส่งเสริมการผลิตเต้าเจี้ยวเพื่อเป็นการค้าหรือธุรกิจชุมชนอาจจะต้องชะลอไว้ก่อน เพราะตลาดอยู่ในลักษณะที่ค่อนข้างอิ่มตัวหรือถ้าจะส่งเสริมก็อาจทำเป็นเพียงผลิตภัณฑ์เสริมไม่ใช่ผลิตภัณฑ์หลักสำหรับธุรกิจชุมชน

ในส่วนของมะม่วงแช่อิ่มนั้นแม้จะมีข้อได้เปรียบดังที่กล่าวแล้ว โดยมีกำไรต่อหน่วยอยู่ในระดับพอไปได้ถึงปานกลาง แต่ปริมาณขายเฉลี่ยต่อรายยังคงอยู่ในระดับต่ำค่อนข้างมาก กล่าวคือ

ไม่เกิน 28,000 บาทต่อรายต่อปี ถ้าพิจารณาช่องทางการตลาดจะพบว่าร้อยละ 84.79 ของยอดขายมะม่วงดองและมะม่วงแช่อิ่มยังคงอยู่ในระดับไม่เกินอำเภอที่ตั้งของสถานประกอบการ หากพิจารณาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคจะพบว่าผู้บริโภคเชียงใหม่ให้ความนิยมมะม่วงดองอยู่ในอันดับที่ 9 จากผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 15 ผลิตภัณฑ์ ในขณะที่นักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสนใจมะม่วงดองเลย แต่ให้ความสนใจผลไม้อื่นๆ ดองและแช่อิ่ม ซึ่งจัดอยู่ในอันดับที่ 12 จากผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 15 ผลิตภัณฑ์เช่นกัน แสดงให้เห็นว่าสำหรับนักท่องเที่ยวแล้วมะม่วงดองและมะม่วงแช่อิ่มยังไม่เป็นที่นิยม ในขณะที่มะม่วงดองสำหรับผู้บริโภคเชียงใหม่ยังมีตลาดแต่การตลาดยังคงแคบอยู่เฉพาะในอำเภอของสถานประกอบการเป็นส่วนใหญ่ จึงสรุปได้ว่ามะม่วงดองเป็นได้เพียงเป็นผลิตภัณฑ์เสริมเท่านั้นสำหรับธุรกิจชุมชน

ข้อวิจารณ์และข้อเสนอแนะ

เต้าเจี้ยว

- แม้ว่าจะมีกำไรประมาณร้อยละ 35 ของต้นทุน แต่เนื่องจากตลาดอิ่มตัวแล้วและผู้ผลิตมีมารายทำให้ขายยาก (ยอดขายต่อรายต่อปีเท่ากับ 31,000 บาท) ประกอบกับมีความเสี่ยงต่ออัลฟาทอกซิน ถึงร้อยละ 40 (และประมาณร้อยละ 20 - 30 มีอัลฟาทอกซินเกินมาตรฐาน) ซึ่งเป็นผลกระทบต่อผู้บริโภคในวงกว้าง ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการจะนำเต้าเจี้ยวไปจำหน่ายให้ร้านข้าวมันไก่ ขนมจีนน้ำเงี้ยว ฯลฯ จึงแนะนำให้ชะลอการส่งเสริมให้กับกลุ่มแม่บ้าน

น้ำพริก

- ถ้าการตลาดยังคงอยู่ในวงแคบในตลาดท้องถิ่น ก็สมควรที่จะชะลอการส่งเสริม แต่เนื่องจากกำไรต่อต้นทุนอยู่ในระดับสูงคือประมาณร้อยละ 59 - 163 ดังนั้นถ้าการตลาดดีจะช่วยสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มแม่บ้านได้ดีพอสมควรทีเดียว

มะม่วงดอง และมะม่วงแช่อิ่ม

- จะต้องใช้ความสามารถในการตลาดค่อนข้างสูง เพราะมีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมาก และจาก consumer survey พบว่ามะม่วงดองไม่ได้อยู่ในความนิยมของนักท่องเที่ยวเลย (มีคะแนนเท่ากับศูนย์) แต่ผลไม้อื่นๆ ดองและแช่อิ่ม นักท่องเที่ยวให้คะแนนในความนิยมรองสุดท้าย จากผลิตภัณฑ์ 15 กลุ่ม และขอบเขตของการตลาดในขณะนี้ร้อยละ 84.79 อยู่เพียงไม่เกินระดับอำเภอ

สมุนไพรพร้อมดื่ม

- พอไปได้ กำไรประมาณร้อยละ 45 - 117 จากต้นทุน แต่จุดอ่อนก็คือการตลาด โดยร้อยละ 79.23 อยู่ไม่เกินระดับอำเภอ แต่ยอดขายต่อรายต่อปียังคงสูงพอสมควร (146,000 บาทต่อรายต่อปี) ประกอบกับตลาดมีแนวโน้มในการใช้สมุนไพรมากขึ้นตามลำดับ จากกระแสตามความนิยมของผู้บริโภคที่หันมานิยมผลิตภัณฑ์ธรรมชาติมากขึ้น

กระเทียมดอง

- ยังอยู่ในอันดับ 6 ในความนิยมของนักท่องเที่ยวและอยู่ในอันดับ 11 ในความนิยมของผู้บริโภคเชียงใหม่ กลุ่มที่มียอดขายสูงจะมีการตลาดที่ดี การเป็นผู้ผลิตแบบ subcontractor ให้กับโรงงานจะช่วย

ทำให้การผลิตและการวางแผนการผลิตมีเสถียรภาพ และร้อยละ 25 - 87 ของยอดขาย มาจากต่างจังหวัด แต่ในตลาดกรุงเทพมหานคร มีเพียงร้อยละ 0.87

ข้าวแตน

- มูลค่าต่อหน่วยต่ำ ยอดขายต่อรายต่ำเพียง 24,000 บาทต่อรายต่อปี แต่กำไรต่อต้นทุนสูงถึงร้อยละ 61 - 138 การตลาดร้อยละ 51.72 อาศัยการออกร้านส่วนตลาดในท้องถิ่นและไม่เกินระดับอำเภอ ไม่เป็นที่นิยมของบริโภคมากนัก ทั้งนี้สังเกตได้จากสัดส่วนการจำหน่ายในตลาดท้องถิ่นและระดับไม่เกินอำเภอมีเพียงร้อยละ 29.08 เท่านั้น

ปลาสาม

- เป็นผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่มีศักยภาพในบรรดาอาหารแปรรูปพื้นบ้าน ทั้งนี้เห็นได้จากยอดขายเฉลี่ยต่อรายต่อปี 358,000 บาท ซึ่งหมายความว่าเมื่ออุปสงค์รองรับ มีกำไรคิดเป็นร้อยละ 64 ของต้นทุนการผลิต แต่ยังไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคในตัวเมืองและนักท่องเที่ยวมากนัก ร้อยละ 54.5 เป็นการขายไม่เกินระดับอำเภอซึ่งนับว่าขายดี และจากการออกร้านร้อยละ 15.22 ส่วนตลาดในจังหวัดร้อยละ 22.96 ตลาดต่างจังหวัดยกเว้นกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 7.32

แคบหมู ใส่อัว หมูยอ และน้ำพริกหนุ่ม

- เป็นสินค้ายอดนิยม 4 อันดับแรก ของนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีกำไรต่อต้นทุนสำหรับใส่อัว แคบหมู และหมูยอ ร้อยละ 113 ร้อยละ 43 - 150 และร้อยละ 30 - 60 ตามลำดับ และมียอดขายเฉลี่ยต่อรายต่อปีเท่ากับ 4,107,000 บาท 2,074,000 บาท และ 826,000 บาท

ตามลำดับ สำหรับตลาดนั้นส่วนใหญ่จะเป็นตลาดภายในจังหวัดขึ้นไป กล่าวคือ แคนหมูร้อยละ 68.15 (ร้อยละ 85 ถ้าคิดแบบเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก) ใส่อั่วร้อยละ 78.75 และหมูยอร้อยละ 97.19

โดยสรุปแล้วธุรกิจชุมชนอาหารแปรรูปพื้นบ้านของกลุ่มแม่บ้านโดยเปรียบเทียบแล้วยังมีสภาพอ่อนแอ ซึ่งสามารถอนุมานสาเหตุได้ว่ามาจาก

1. สินค้าที่เลือกผลิตมีมูลค่าต่อหน่วยค่อนข้างต่ำโดยเปรียบเทียบ และไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวมากนัก
2. ขอบเขตการตลาดโดยเปรียบเทียบแล้วค่อนข้างแคบ ส่วนใหญ่แล้วไม่เกินระดับอำเภอซึ่งแสดงถึงความสามารถในการตลาดยังต่ำอยู่
3. สินค้าที่ผลิตออกมาจำหน่ายชาวบ้านส่วนใหญ่ หรือกลุ่มต่างๆ มีการผลิตได้เอง เช่น น้ำพริก เต้าเจี้ยว ทำให้จำหน่ายไม่ออก
4. กลุ่มแม่บ้านมีทุนเรือนหุ้น หรือส่วนของผู้ถือหุ้นต่ำหรือติดลบ ทำให้เป็นอุปสรรคในการขยายกิจการ
5. จากการประเมินของคณะผู้วิจัย พบว่าสถานประกอบการทุกแห่งที่ศึกษา (ทั้งกลุ่มแม่บ้านและผู้ประกอบการรายเดี่ยว) ยังไม่ผ่านเกณฑ์ GMP ซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงต่อผู้บริโภค อันจะยังผลให้เกิดความเสี่ยงต่อการลดลงของอุปสงค์ต่ออาหารพื้นบ้านในอนาคต ซึ่งจาก consumer survey พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยในการบริโภคอาหารแปรรูปพื้นบ้านสูงมาก

ภาคผนวก ก.

ตารางที่ ก.1 ร้อยละของกำไรต่อราคาขายของผลิตภัณฑ์หลัก

ผลิตภัณฑ์ ^{1/}	mean	SD	ค่าเฉลี่ยยอดขาย ผลิตภัณฑ์หลักต่อราย (บาท)
กระเทียมดอง (n=7)	30.71	25.59	470,431
มะม่วงดอง (n=4)	43.86	8.43	99,566.50
มะม่วงแช่อิ่ม (n=5)	37.82	18.94	95,280
เต้าเจี้ยว (n=5)	25.93	21.35	27,707.18
แคบหมู (n=4) ^{2/}	33.44	22.95	2,073,861.05
น้ำพริก (n=7)	45.26	19.85	41,280
หมูยอ (n=7)	36.03	12.37	825,812.50
สมุนไพร			148,325
- ดอกคำฝอยผง (n=4)	31.37	21.24	
- ขิงผง (n=4)	53.60	13.37	
- มะตูมผง (n=4)	53.46	16.47	
- ลำไยผง	29.15(1 ราย)		
- ใบเตยผง	63.34(1 ราย)		
- เก็กฮวยผง	16.74(1 ราย)		
- หน้ำนวดแมว	25.54(1 ราย)		
- ฟ้าทลายโจร	64.17(1 ราย)		
- เหงือกปลาหมอ	55.03(1 ราย)		
ไส้อั่ว (n=5)	53.91	11.59	4,107,175
ปลาสาม (n=7)	38.60	23.34	357,906
ข้าวแตน (n=11)	38.20	16.33	59,477

- หมายเหตุ : 1/ n คือจำนวนค่าสังเกต (observations) ซึ่งเป็นจำนวนชนิดย่อยของผลิตภัณฑ์หลักแต่ละชนิด โดยจะมากกว่าหรือ เท่ากับจำนวนรายของผู้ประกอบการ
- 2/ ค่าเฉลี่ยนี้ได้มาจากการหาค่าร้อยละยอดขายรวมของผู้ประกอบการ 3 ราย และจากการคำนวณต้นทุนและราคาขายของผลิตภัณฑ์ย่อยในผลิตภัณฑ์หลักคือแคบหมู อีก 1 ราย ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลกำไรต่อหน่วยผลิตภัณฑ์มีความขัดแย้งกับกำไรรวมและยอดขายรวม

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) - (40)]

ตารางที่ ก.2 กำไรต่อราคาขายของผลิตภัณฑ์เสริม

ผลิตภัณฑ์	mean	SD
ทองม้วน (n=2)	42.59	5.28
น้ำเงี้ยว (n=2)	-11.75	20.15
น้ำมะนาว (n=2)	-0.75	39.95
น้ำส้ม (n=2)	-6.75	34.29
น้ำมะพร้าว (n=2)	-13.92	46.79
น้ำฝรั่ง (n=4)	7.68	26.2
กล้วยอบเนย (n=2)	21.24	25.92
ไข่เค็ม (n=4)	36.18	10.22
น้ำมันหมู (n=2)	89.05	2.05
ข้าวเกรียบปากทอง (n=5)	39.77	33.01
ลำไยอบแห้ง (n=3)	26.78	27.61
ห้วปลา (n=2)	100	0
ไข่ปลา (n=2)	97.37	3.72
ซีอิ๊วขาว (n=4)	22.8	13.6
ถั่วเคลือบ (n=2)	7.53	31.01
มะขามแก้ว (n=3)	19.15	9.53
แหนมซี่โครง (n=2)	36.77	29.94
แหนมข้อไก่ (n=2)	36.88	31.65
แหนม (n=2)	29.29	15.85
น้ำยาล้างจาน (n=2)	1.03	2.69
แชมพูมะกรูด (n=2)	42.29	4.84
ครีมนวด (n=4)	34.75	8.36
น้ำพริกเผาถั่วเหลือง (n=2)	48.17	7.79
น้ำพริกนรกกุ้ง (n=2)	53.80	3.67
ขนมทองพับ (n=2)	8.44	20.87

ตารางที่ ก.2 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	ร้อยละกำไรต่อราคาขาย
ข้าวตังเสวย (n = 1)	52.50
บ๊วยมะม่วง (n = 1)	30.15
น้ำลำไย (n = 1)	-37.25
น้ำสับปะรด (n = 1)	-21.00
น้ำมะตูม (n = 1)	-18.00
น้ำขิง (n = 1)	-24.00
น้ำมะขาม (n = 1)	-18.75
กระท้อนดอง (n = 1)	48.30
มะกอกดอง (n = 1)	48.30
กล้วยอบเกลือ (n = 1)	29.65
ขนมทองตัน (n = 1)	6.02
มะยมเชื่อม (n = 1)	20.00
ไส้ปลาดอง (n = 1)	83.33
ไส้ปลา (n = 1)	80.28
กะหรี่ปั๊บ (n = 1)	10.00
มันรังก (n = 1)	23.43
ขนมหัวเราะ (n = 1)	20.57
ขนมดอกจอก (n = 1)	30.86
กล้วยฉาบ (n = 1)	47.71
คุกกี้เนย (n = 1)	22.31
คุกกี้สิงคโปร์ (n = 1)	50.65
ขนมไข่ (n = 1)	10.00
โดนัท (n = 1)	52.00
แฮมมูกี้ (n = 1)	67.40
แฮมปลา (n = 1)	62.68
เห็ดนางฟ้า (n = 1)	21.10
ปลาสดวาง (n = 1)	29.07
ปลาอบกรอบ (n = 1)	84.47
ปลาแดดเดียว (n = 1)	44.12
หมูสวรรค์ (n = 1)	67.97

ตารางที่ ก.2 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	ร้อยละกำไรต่อราคายขาย
กอละแม (n = 1)	34.56
น้ำพริกหนุ่ม (n = 1)	30.70
ข้าวแดบ (n = 1)	25.62
กุนเชียง (n = 1)	23.32
แฮมพูอัญชัน-มะกรูด (n = 1)	24.64
แฮมพูใบหมี-มะกรูด (n = 1)	27.64
แฮมพุดอกอัญชัญ (n = 1)	39.83
ข้าวเกรียบกุ้ง (n = 1)	53.52
ข้าวเกรียบเผือก (n = 1)	52.06
หนังพอง (n = 1)	59.00
น้ำพริกนรกถั่วเหลือง (n = 1)	65.75
ชาดอกคำฝอย (n = 1)	12.31
ชารางจีด (n = 1)	30.69
ชาหญ้าหนวดแมว (n = 1)	26.38
ชาขิง (n = 1)	93.75
มะขามแช่อิ่มอบแห้ง (n = 1)	8.19
มะเขือเทศแช่อิ่มอบแห้ง (n = 1)	5.88
ขิงแช่อิ่มอบแห้ง (n = 1)	53.57
มะเฟืองหยี (n = 1)	54.09
กล้วยอบ (n = 1)	39.67
กล้วยสุภาพ (n = 1)	25.96
มะม่วงกวน (n = 1)	28.95
กล้วยกวน (n = 1)	38.22
กล้วยบาร์บีคิว (n = 1)	38.67
กากหมู (n = 1)	94.80
เลือดหมูต้ม (n = 1)	33.75
เศษแคบหมูติดมัน (n = 1)	95.15
เศษแคบหมูไร้มัน (n = 1)	86.40
น้ำมันดำ (n = 1)	81.25
หนังไก่ทอด (n = 1)	55.50

หมายเหตุ : n คือจำนวนค่าสังเกต (observations)

ที่มา : ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2543 [(1) – (40)]

ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ ... [และคนอื่นๆ]. 2543. รายงานการวิจัยอาหารแปรรูปพื้นบ้าน กรณีศึกษา
กลุ่มกระเทียมดอง 1 . เชียงใหม่ : โครงการวิจัยการปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้าน : จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร มหาวิทยาลัย
เชียงใหม่.

- [illegible]

- [illegible]

- [illegible]