

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตก

CANNED FRUITS MANUFACTURERS OPERATING PROBLEM
IN THE WEST

อริญชยา แซ่ลิม

ARINCHAYA SAELIM

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2549

ISBN 974-15-2281-9

**CANNED FRUITS MANUFACTURERS OPERATING PROBLEM
IN THE WEST**

ARINCHAYA SAELIM

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL MANAGEMENT
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2006

ISBN 974-15-2281-9

COPYRIGHT 2006

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ในภาคตะวันตก
นักศึกษา	นางสาวอริญชยา แซ่ลิ่ม
รหัสประจำตัว	47065839
ปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	วิทยาการจัดการอุตสาหกรรม
พ.ศ.	2549
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์	รศ. อติษฐ กัญจนพิบูลย์
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม	รศ.ดร. วรณารด แสงมณี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกในด้านการผลิต การเงิน การตลาด และผลกระทบต่อสถานะแวดล้อมภายนอก 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะของผู้ประกอบการผลิตแบ่งตามขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในด้านการผลิต การเงิน การตลาด และด้านผลกระทบจากสถานะแวดล้อมภายนอก ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตก จำนวน 47 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การทดสอบสมมติฐานได้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1) ระดับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในแต่ละด้านในภาพรวม พบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยลำดับของปัญหาในการดำเนินงานแต่ละด้าน เรียงจากปัญหามากที่สุดไปถึ้น้อยที่สุดคือ (1) ปัญหาด้านการผลิต (2) ปัญหาด้านการตลาด (3) ปัญหาด้านการเงิน และ (4) ปัญหาด้านผลกระทบต่อสถานะแวดล้อมภายนอก

2) ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง จำแนกตามลักษณะของผู้ประกอบการผลิต พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ที่มีขนาดของเงินลงทุนหรือสินทรัพย์ที่ใช้ในการลงทุน มีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

Thesis Title	Canned Fruits Manufacturers Operating Problem In The West
Student	Miss. Arinchaya Saelim
Student ID.	47065839
Degree	Master of Science
Programme	Industrial Management
Year	2006
Thesis Advisor	Assoc. Prof. Atinuch Kanchanapiboon
Thesis Co-Advisor	Assoc. Prof. Dr. Woranat Sangmanee

ABSTRACT

This research had 2 main purposes. The first one was to study the canned fruits manufacturers operating problem in the West of each component was as follows Production , Financial , Marketing and External Environment. The second one was to compare manufacturer background variables was as follows capital size , ownership pattern and operation time with the difference of operation problem was as follows Production , Financial , Marketing and External Environment. The data were collected from 47 canned fruits manufacturers in Thailand using questionnaire technique. The data were analyzed by SPSS for windows program. Statistical tools were composed of percentage, arithmetic mean, standard deviation and one-way ANOVA. The hypothesizes were tested at 0.05 level of significance.

Research results were as follows :

1) Canned fruits manufacturers had low level of operation problem in the total. The rank order of operation problem components from the highest problem to the lowest one was as follows : (1) Production (2) Marketing (3) Financial and (4) External Environment

2) Manufacturer background variables : capital size is not significantly correlated with operation problem but ownership pattern and operation time were significantly correlated with operation problem.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ดี ด้วยคำแนะนำ และคำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกจาก รศ.อดิษฐ์ กาญจนพิบูลย์ ซึ่งเป็นอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และรศ.ดร.วรรณารถ แสงมณี อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วมผู้วิจัยซึ่งในความอนุเคราะห์จากท่านและกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร ผศ.ดร.มนัส ไพฑูรย์เจริญฤติก และผศ.ดร.สรรพสิทธิ์ ลิ้มนรรรัตน์ ซึ่งช่วยแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในขั้นตอนสุดท้ายทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.จันทงค์ จิ่งธีรพานิช รศ. สุชาติ เหล่าปรีดา ผศ.ศศิรินทร์ แลบัว คุณสมภพ วีระสานต์ และคุณสิทธิพร จินดา ที่ให้ความกรุณาช่วยเหลือในการตรวจสอบแบบสอบถามที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และทุกคนในครอบครัวที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้ด้วยดีตลอดระยะเวลาที่ได้ทำการศึกษา

ขอขอบพระคุณ ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้ข้อมูลและการตอบแบบสอบถามในทุกข้ออย่างสมบูรณ์ รวมถึงให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

สุดท้ายขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ธุรการ ภาควิชาภาษาสังคม ตลอดจนบัณฑิตศึกษา คณะครู ศาสตร์อุตสาหกรรม และบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ให้ความช่วยเหลือประสานงาน และอำนวยความสะดวกในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

คุณค่า และประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบแต่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

อริญชยา แซ่ลิ้ม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญภาพ.....	XIII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 สมมติฐานวิจัย.....	5
1.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	6
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	6
1.5.1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	6
1.5.2 ประชากร.....	7
1.5.3 ระยะเวลาในการวิจัย.....	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	7
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวคิดทางด้านลักษณะของการประกอบการผลิต.....	10
2.1.1 ขนาดของสินทรัพย์ลงทุนตามขนาดอุตสาหกรรม.....	10
2.1.2 รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ.....	13
2.1.2.1 ธุรกิจแบบเอกชนเจ้าของคนเดียว.....	14
2.1.2.2 ธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วน.....	15
2.1.2.3 ธุรกิจแบบบริษัท.....	17
2.1.2.4 สหกรณ์.....	19
2.1.2.5 สถาบันการศึกษา.....	20
2.1.2.6 หน่วยราชการ.....	21

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
2.1.2.7 รัฐวิสาหกิจ.....	21
2.1.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	21
2.1.3.1 ขั้นตอนการเป็นผู้ประกอบการ.....	22
2.1.3.2 ขั้นตอนการรวบรวมกำลัง.....	22
2.1.3.3 ขั้นตอนของการจัดระบบเป็นทางการและการควบคุม.....	23
2.1.3.4 ขั้นตอนของโครงสร้างที่ขยายตัว.....	24
2.1.3.5 การถดถอยขององค์กร.....	25
2.2 แนวคิดการดำเนินงานของอุตสาหกรรม.....	26
2.2.1 แนวคิดทางด้านการผลิต.....	26
2.2.1.1 การวางแผนการผลิต.....	26
2.2.1.2 การปฏิบัติการผลิต.....	27
2.2.1.3 การควบคุมการผลิต.....	28
2.2.1.4 การควบคุมสินค้าคงคลัง.....	29
2.2.2 แนวคิดทางด้านการเงิน.....	30
2.2.2.1 หน้าที่ของผู้บริหารทางการเงิน.....	30
2.2.2.2 การควบคุมเงินสด.....	33
2.2.2.3 การควบคุมเงินสหรับ.....	36
2.2.2.4 การควบคุมเงินสดย่อย.....	36
2.2.3 แนวคิดส่วนผสมทางการตลาด.....	37
2.2.3.1 ผลิตภัณฑ์.....	37
2.2.3.2 ราคา.....	39
2.2.3.3 การจัดจำหน่าย.....	39
2.2.3.4 การส่งเสริมการตลาด.....	40
2.2.4 แนวคิดทางด้านสภาวะแวดล้อมภายนอก.....	42
2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลไม้กระป๋อง.....	45
2.4 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	52
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	52
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	53
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ.....	55
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	56
3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ.....	56
3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ.....	57
3.5 การกำหนดค่าตัวแปร.....	57
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	60
3.7.1 สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา.....	60
3.7.1.1 ค่าร้อยละ.....	60
3.7.1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต.....	60
3.7.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.....	60
3.7.2 สถิติอนุมาน.....	61
3.7.2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA).....	61
3.7.2.2 การวิเคราะห์ Least-Significant Different.....	62
บทที่ 4 ผลของการวิจัย	64
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะผู้ผลิต ในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	64
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา ในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง โดยจำแนกตามปัญหาทั้ง 4 ด้าน.....	68
4.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหา ในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ที่มีลักษณะของผู้ผลิตแตกต่างกัน.....	84

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3.1 ผลเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิต ในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกัน.....	85
4.3.2 ผลเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรม ผลไม้กระป๋องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกัน.....	87
4.3.3 ผลเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้ กระป๋องที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน.....	90
4.4 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับปัญหาอื่น ๆ จากการดำเนินงานในแต่ละด้านที่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้ กระป๋องประสบอยู่ และต้องการความช่วยเหลือในการแก้ไข จากแบบสอบถามตอนที่ 3.....	95
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	98
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	99
5.1.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ประกอบการผลิต ผลไม้กระป๋อง.....	99
5.1.2 ค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาการดำเนินงานผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ในภาคตะวันตก.....	100
5.1.3 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะของผู้ประกอบการ กับระดับปัญหาการดำเนินงานผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง.....	101
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	103
5.2.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ประกอบการผลิตผลไม้กระป๋อง.....	104
5.2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง ในภาคตะวันตก.....	104
5.2.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงาน ในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามลักษณะของผู้ประกอบการผลิตผลไม้กระป๋อง.....	109
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	111
5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	111

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป.....	111
บรรณานุกรม.....	113
ภาคผนวก.....	115
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม.....	116
ประวัติผู้เขียน.....	125

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงข้อดี-ข้อเสีย ของเครื่องซีเมนต์ที่จะนำมาใช้ในการวัดขนาดของอุตสาหกรรม.....	11
2.2 แสดงการวัดขนาดของธุรกิจอุตสาหกรรมของแต่ละหน่วยงาน. จำแนกตามเครื่องซีเมนต์การใช้งานและสินทรัพย์ถาวร.....	12
3.1 แสดงรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ.....	56
3.2 แสดงสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน.....	58
3.3 แสดงสูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA.....	62
4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล และลักษณะของผู้ผลิต ในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	65
4.2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์ประกอบปัญหาการวางแผนการผลิตของปัญหาด้านการผลิต.....	68
4.3 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์ประกอบปัญหาการปฏิบัติการผลิตของปัญหาด้านการผลิต.....	69
4.4 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์ประกอบปัญหาการควบคุมการผลิตของปัญหาด้านการผลิต.....	70
4.5 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์ประกอบปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลังของปัญหาด้านการผลิต.....	71
4.6 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์ประกอบของปัญหาต่างๆ 4 ด้าน ของปัญหาด้านการผลิตในภาพรวม.....	71
4.7 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์ประกอบปัญหาการคาดการณ์ความต้องการเงินทุนของปัญหาด้านการเงิน.....	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.8 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์กรประกอบปัญหาการจัดหาเงินทุนของปัญหาด้านการเงิน.....	73
4.9 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์กรประกอบปัญหาการจัดสรรเงินทุนในธุรกิจของปัญหาด้านการเงิน.....	74
4.10 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์กรประกอบของปัญหาต่างๆ 3 ด้านของ ปัญหาด้านการเงินในภาพรวม.....	75
4.11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์กรประกอบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของปัญหาด้านการตลาด.....	76
4.12 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์กรประกอบปัญหาด้านราคาของปัญหาด้านการตลาด.....	77
4.13 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์กรประกอบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของปัญหาด้านการตลาด.....	77
4.14 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์กรประกอบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของปัญหาด้านการตลาด.....	78
4.15 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์กรประกอบของปัญหาต่างๆ 4 ด้าน ของปัญหาด้านการตลาดในภาพรวม.....	79
4.16 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์กรประกอบปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจของปัญหา ด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก.....	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.17 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์ประกอบปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของปัญหาด้านผลกระทบจากสถานะแวดล้อมภายนอก.....	80
4.18 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์ประกอบปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาลของปัญหาด้านผลกระทบจากสถานะแวดล้อมภายนอก.....	81
4.19 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์ประกอบปัญหาด้านเทคโนโลยีของปัญหาด้านผลกระทบจากสถานะแวดล้อมภายนอก.....	82
4.20 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์ประกอบของปัญหาต่างๆ 4 ด้านของปัญหาด้านผลกระทบจากสถานะแวดล้อมภายนอกในภาพรวม.....	83
4.21 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง แต่ละด้านทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวม.....	84
4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง โดยจำแนกตามขนาดของกิจการ.....	85
4.23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง ที่มีขนาดกิจการต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	87
4.24 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง โดยจำแนกตามรูปแบบของกิจการ.....	88
4.25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง ที่มีรูปแบบกิจการต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	89
4.26 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

หน้า

- 4.27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงาน
ของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....92

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	6
2.1 แสดงส่วนผสมการตลาด.....	42

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมอาหารในปัจจุบันมีต้นกำเนิดมาจากครั้งก่อนประวัติศาสตร์ซึ่งมีการแปรรูปอาหารเป็นครั้งแรกเพื่อถนอมรักษาหรือปรับปรุงคุณภาพจากการบริโภค การตากแห้งเมล็ดพืชเป็นตัวอย่างการยืดอายุเพื่อการเก็บรักษา ต่อมามีการพัฒนาเครื่องจักรกลและเครื่องมือต่างๆมาใช้ในกระบวนการแปรรูปเพื่อลดเวลาและแรงงาน เมื่อสังคมพัฒนาขึ้นจึงทำให้เกิดความชำนาญเฉพาะทางและเริ่มมีธุรกิจการค้าด้านอุตสาหกรรมอาหารเกิดขึ้น เช่น การผลิตอาหารกระป๋อง การผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นของอุตสาหกรรมอาหาร ในประเทศเขตอบอุ่นมีการพัฒนาเทคนิคการแปรรูปเป็นเวลานานทั้งนี้เพื่อเก็บรักษาอาหารในช่วงฤดูหนาวอันยาวนาน และเพื่อให้อาหารใช้ได้แม้จะอยู่นอกฤดูกาล ในช่วงศตวรรษที่ 19 กำไลการผลิตของโรงงานมีขนาดใหญ่ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์อาหารทั่วไปได้แก่ แป้ง น้ำตาล เนยและผลิตภัณฑ์อาหาร ซึ่งกระบวนการแปรรูปดังกล่าวเปลี่ยนจากอุตสาหกรรมที่เคยใช้ประสบการณ์มาเป็นอุตสาหกรรมที่มีรากฐานทางวิทยาศาสตร์มากขึ้นต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ในช่วงเวลาดังกล่าวตลาดในแถบตะวันตกแยกออกเป็น 2 ตลาดใหญ่ๆคือ “ตลาดอาหารแปรรูปที่มีราคาค่อนข้างถูก” มีปริมาณมาก โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคต้องนำอาหารดังกล่าวไปแปรรูปหรือปรุงให้สุกก่อนบริโภค เช่น แป้ง น้ำตาล เนื้อหรือผักกระป๋อง ส่วนอีกตลาดหนึ่งคือ “ตลาดอาหารฟุ่มเฟือย” สำหรับประเทศเขตอบอุ่นซึ่งไม่สามารถเพาะปลูกผลไม้เมืองร้อนได้ เช่น ผลไม้เมืองร้อนบรรจุกระป๋อง (วิล รังสาตทอง . 2543)

สำหรับประเทศไทยถือว่าอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจเนื่องจากการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญของคนไทยจำนวนมาก ปัจจุบันไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของโลก เนื่องจากประเทศไทยมีความพร้อมด้านวัตถุดิบทางการเกษตรรวมทั้งมีศักยภาพของผู้ประกอบการไทยที่สามารถพัฒนาคุณภาพและรูปแบบสินค้า โดยในปี 2540 และปี 2541 มูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารสูงถึง 318,336.9 ล้านบาท และ 395,823 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.34 ซึ่งจากข้อมูลจากกรมเศรษฐกิจพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ พบว่าผลไม้กระป๋องและแปรรูปมีมูลค่าการส่งออก 15,453.3 ล้านบาท อัตราการเติบโต 10.5 %

ประเทศไทยในภาคตะวันตกนั้นถือว่าเป็นดินแดนที่อุดมสมบูรณ์ด้วยผลไม้ได้แก่ สับปะรด มะละกอ โดยมีการหมุนเวียนการบริโภคได้ตลอดทั้งปี แต่อย่างไรก็ตาม ผลไม้ดังกล่าว

เป็นสินค้าที่เน่าเสียง่ายจึงต้องมีการแปรรูปในลักษณะต่างๆเพื่อรักษาคุณค่าไว้ให้ยังคงบริโภคได้นาน การแปรรูปผลไม้เป็นผลไม้กระป๋องก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยเก็บรักษาคุณค่าของผลไม้ตลอดจนยังก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น และยังเป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาผลไม้ล้นตลาดเมื่อถึงฤดูกาลให้ผลของผลไม้ชนิดต่างๆ

อุตสาหกรรมการผลิตอาหารกระป๋องเป็นการผลิตอาหารสำเร็จรูปในภาชนะปิดผนึก อากาศแทรกผ่านไม่ได้ มีการใช้ความร้อนในการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ก่อนหรือหลังบรรจุและปิดผนึก โดยกรรมวิธีการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์มี 2 กรรมวิธีคือ (วิไล รังสาตทอง . 2543)

1. Pasteurization เป็นกรรมวิธีการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ที่อุณหภูมิในช่วงอุณหภูมิน้ำเดือด ประมาณ 100 องศาเซลเซียส เพื่อทำลายเชื้อจุลินทรีย์ (Vegetative cell) โดยให้ความร้อนที่ความดันบรรยากาศปกติ แต่ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องประเภทเป็นกรด และผลิตภัณฑ์อาหารที่ถูกปรับค่าความเป็นกรดต่างให้เป็นกรด มีค่าความเป็นกรดต่างต่ำกว่า 4.6 ได้แก่ผลิตภัณฑ์สับแตรกระป๋อง มะเขือเทศกระป๋อง ถั่วฝักยาวกระป๋อง เป็นต้น

2. Sterilization เป็นกรรมวิธีการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ที่อุณหภูมิสูงกว่า 100 องศาเซลเซียส เป็นการให้ความร้อนแก่ผลิตภัณฑ์อาหารที่อุณหภูมิสูงภายใต้ความดัน ทำให้เชื้อจุลินทรีย์และสปอร์ถูกทำลายให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ปลอดเชื้อ สามารถเก็บรักษาไว้ได้นานและเป็นการใช้วิธีการฆ่าเชื้อแบบทางการค้า ใช้กับผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องประเภทกรดต่ำ (Low Acid Canned Food) มีค่าความเป็นกรดต่างของอาหารสูงกว่า 4.6 และมีค่า Water activity (a_w) มากกว่า 0.85 เช่น ผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง ข้าวโพดอ่อนบรรจุกระป๋อง

ปัจจุบันจากการรวบรวมข้อมูลของกรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรมเมื่อวันที่ 4 กันยายน 2548 มีโรงงานผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในเขตภาคตะวันตกได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม สมุทรสงคราม สมุทรสาคร ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ จำนวนทั้งสิ้น 70 ราย

พบว่าอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในปัจจุบันมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง โดยเฉพาะการผลิตสับปะรดและผลไม้รวมซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ จึงทำให้มีผู้ประกอบการเริ่มทยอยเข้าสู่ตลาดผลไม้กระป๋องมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องก็ยังมีข้อจำกัดในการขยายตัวและปัญหาการดำเนินงานมาโดยตลอด ได้แก่ ด้านวัตถุดิบซึ่งปริมาณผลผลิตที่ไม่แน่นอนและบางครั้งยังประสบกับปัญหาภัยแล้ง การควบคุมรสชาติ ราคาทำได้ลำบาก ปัญหาต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะต้นทุนวัตถุดิบหลักที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระป๋องและต้นทุนค่าขนส่ง ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สูง ปัญหาความต้องการบริโภคผลไม้กระป๋องของคนไทยอยู่ในระดับต่ำเพราะมีผลไม้สดบริโภคตลอดทั้งปี ส่วนการส่งออกก็ต้องเผชิญกับคู่แข่งอย่างฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย รวมทั้งการเปิดเสรีการค้าสินค้าอุตสาหกรรมกับจีนที่เริ่มต้นในวันที่ 20 กรกฎาคม 2548 จะส่งผลให้ตลาดในประเทศต้องแข่งขันกับผลไม้กระป๋องของจีนที่มีราคาถูก

ขณะที่การส่งออกสับประครกระป๋อง และถั่วเขียวกระป๋อง มีแนวโน้มลดลง ปัญหาการควบคุมคุณภาพ ให้ได้คุณภาพเดียวกันทุกครั้งที่ย่างจำหน่ายเนื่องจากขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา สูตรอย่างจริงจัง

นอกจากนั้นลักษณะของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน ได้แก่ ขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และประสบการณ์หรือระยะเวลาในการดำเนินงานก็ส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าหรือการมีปัญหและอุปสรรคในการดำเนินงานการบริหารธุรกิจแตกต่างกันเนื่องมาจาก

1) ขนาดของเงินลงทุนที่ใช้ในการแบ่งขนาดของอุตสาหกรรมนั้น พบว่าอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยยังมีข้อจำกัดหลายประการแตกต่างจากอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เช่น การใช้เทคโนโลยีในการผลิตในระดับต่ำกว่า ขาดการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ไม่สามารถเป็นแหล่งรองรับการจ้างงานและการผลิตสินค้าป้อนโรงงานขนาดใหญ่ได้ ยังคงมีลักษณะการผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้นเป็นหลัก รวมถึงอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภูมิภาคส่วนใหญ่มีรูปแบบอิสระไม่พึ่งพิงอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีลักษณะการกระจุกตัวของตลาดในการกระจายสินค้าที่ยังคงอยู่ในแหล่งผลิตในท้องถิ่นที่ไม่สามารถกระจายสู่ตลาดภายนอกได้ (กลุ่มบริษัท แอดวานส์ รีเสิร์ช จำกัด. 2540)

2) รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่มีความแตกต่างกัน เช่น รูปแบบเจ้าของคนเดียว รูปแบบห้างหุ้นส่วนและรูปแบบบริษัทล้วนส่งผลต่อวิธีการดำเนินงานทางด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกที่แตกต่างกันออกไป (สุธี เอกะหิตานนท์และคณะ. 2538)

3) ประสบการณ์หรือระยะเวลาในการดำเนินงาน จะเป็นปัจจัยภายในที่เป็นตัวกำหนดอนาคตขององค์กรว่าจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด มากกว่าที่จะถูกกำหนดโดยปัจจัยอิทธิพลที่อยู่ภายนอกเพียงอย่างเดียว (วรรณารต แสงมณี. 2544) และยังส่งผลถึงวิธีการดำเนินงานทางด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงิน และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ที่แตกต่างกันออกไป เช่นเดียวกับรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ (สุธี เอกะหิตานนท์และคณะ. 2538)

จากสภาพปัญหาในแง่มุมต่างๆ ตามลักษณะของผู้ประกอบการที่เกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อในหลายมิติโดยเฉพาะปัญหาในการดำเนินการของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง ซึ่งจะเห็นได้จากตั้งแต่ปี 2540 ตลาดเริ่มซบเซาลงเนื่องจากวิกฤติเศรษฐกิจ

จากสภาพปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในเขตภาคตะวันตก ซึ่งประกอบด้วยปัญหาทางด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงิน และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ส่วนสาเหตุของการเลือกที่จะศึกษาวิจัยแบ่งตามลักษณะของผู้ประกอบการผลิตในด้านขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน เนื่องจากโครงสร้างของอุตสาหกรรมภายในประเทศระหว่างอุตสาหกรรมควรมีการเชื่อมโยงสนับสนุนซึ่งกันและกันเป็นระบบเครือข่าย เช่น

หากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจขึ้นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ไม่สามารถปรับตัวได้ทันก็ยังมีอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นฐานโครงสร้างให้กับเศรษฐกิจของประเทศได้ (อำนาจ เขื่อนสันเทียะ. 2544)

แนวทางการศึกษางานวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัญหาการดำเนินงานในด้านการผลิต การตลาด การเงิน และผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก โดยเปรียบเทียบปัญหาที่เกิดขึ้นจำแนกตามลักษณะของผู้ประกอบการผลิตผลไม้กระป๋อง ได้แก่ ขนาดเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน ซึ่งแนวคิดในการศึกษาได้มาจากงานวิจัยของ เสด็จ อมรศักดิ์ เรื่อง "ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย" โดยศึกษาประเด็นปัญหาในการดำเนินการทางด้านการผลิต การตลาด บัญชีและการเงิน กับกลุ่มประชากรผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย พบว่าระดับของปัญหาในการดำเนินงานแต่ละด้านเรียงจากปัญหาที่มากที่สุดไปถึ้น้อยที่สุดคือ (1) ปัญหาด้านการตลาด (2) ปัญหาด้านการผลิต (3) ปัญหาด้านการเงินและบัญชี และงานวิจัยของ สุริดา แม้นบุตร เรื่อง "ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนมพร้อมดื่มในประเทศไทย" โดยศึกษาประเด็นปัญหาในการดำเนินการทางด้านการผลิต การตลาด การเงิน และผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก กับกลุ่มประชากรผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนมพร้อมดื่มในประเทศไทย พบว่าระดับของปัญหาในการดำเนินงานแต่ละด้านเรียงจากปัญหาที่มากที่สุดไปถึ้น้อยที่สุดคือ (1) ปัญหาด้านการตลาด (2) ปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก (3) ปัญหาด้านการเงิน (4) ปัญหาด้านการผลิต

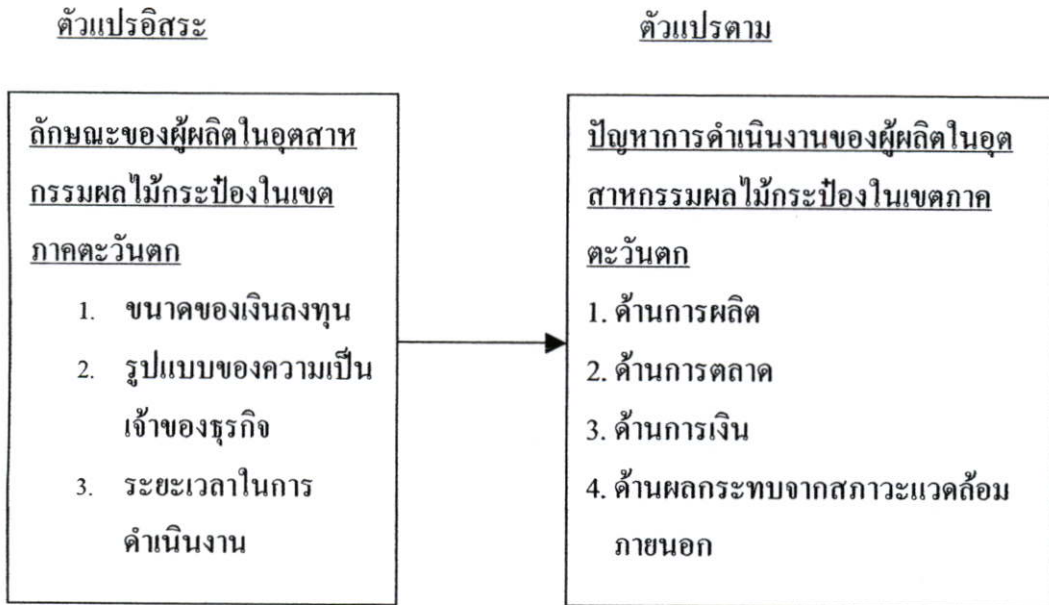
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตก ในด้านการผลิต การตลาด การเงิน และผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบลักษณะของผู้ผลิตแบ่งตามขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจและระยะเวลาในการดำเนินงาน กับระดับปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกในด้านการผลิต การตลาด การเงิน และผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

สมมติฐานที่ 3.4 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกที่ต่างกัน

1.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ลักษณะของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง

1. ขนาดของเงินลงทุน
2. รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ
3. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตัวแปรตาม

1. ด้านการผลิต
2. ด้านการตลาด
3. ด้านการเงิน
4. ด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

1.5.2 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในเขตภาคตะวันตก ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม สมุทรสงคราม สมุทรสาคร ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 70 ราย โดยรวบรวมจากข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ณ วันที่ 4 กันยายน 2548

1.5.3 ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยนี้จะทำการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิต แจกแบบสอบถามให้กับโรงงานผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง และสรุปผลการศึกษา โดยใช้เวลาศึกษาตั้งแต่เดือนกันยายน 2548 ถึงเดือนมีนาคม 2549

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทำให้ทราบถึงปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง เพื่อที่ผู้ผลิตและผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำข้อมูลไปทำการปรับปรุงแก้ไขในการดำเนินงานของตนได้อย่างเหมาะสมต่อไป

1.6.2 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องได้นำข้อมูลไปใช้ประกอบในการกำหนดกลยุทธ์ การดำเนินงานอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง แนวทางในการแก้ปัญหาและปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้องตามขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงานของตนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

1.6.3 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งมีความต้องการจะเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ได้นำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจนี้อย่างเหมาะสม

1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1.7.1 ลักษณะของผู้ผลิต หมายถึง ลักษณะขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจและระยะเวลาในดำเนินงานของผู้ผลิต

1.7.2 ปัญหาการดำเนินงาน หมายถึง ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกในด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

1.7.3 ภาคตะวันตก หมายถึง จังหวัดกาญจนบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม สมุทรสงคราม สมุทรสาคร ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ ข้อมูลจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

1.7.4 ผลไม้กระป๋อง หมายถึง ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปชนิดหนึ่งซึ่งได้จากการนำผลไม้ต่างๆ ที่ผ่านการเตรียมแล้วมาบรรจุกระป๋องที่สะอาดถูกสุขลักษณะและผ่านการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ด้วยความร้อน ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บรักษาได้นานและปลอดภัยต่อผู้บริโภค

1.7.5 ผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง หมายถึง ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกจำนวน 70 ราย โดยรวบรวมข้อมูลจากกรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม ณ วันที่ 4 กันยายน 2548

1.7.6 ขนาดของเงินลงทุน หมายถึง ขนาดของเงินลงทุนที่ใช้ในการแบ่งขนาดอุตสาหกรรมดังนี้

1.7.6.1 อุตสาหกรรมขนาดย่อม หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเงินลงทุนไม่เกิน 50 ล้านบาท

1.7.6.2 อุตสาหกรรมขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเงินลงทุนมากกว่า 50-200 ล้านบาท

1.7.6.3 อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเงินลงทุนเกินกว่า 200 ล้านบาท

1.7.7 รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ หมายถึง ลักษณะการเป็นเจ้าของธุรกิจซึ่งจำแนกได้เป็น ธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของ ธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วน ธุรกิจแบบบริษัท และอื่นๆ

1.7.8 ระยะเวลาในการดำเนินงานของผู้ผลิต หมายถึง ระยะเวลาในการดำเนินงานนับตั้งแต่เริ่มเปิดดำเนินการ โดยแบ่งเป็น ระยะเวลา น้อยกว่า 10 ปี, 10 - 20 ปี, มากกว่า 20 - 30 ปี และมากกว่า 30 ปี

1.7.9 สภาวะแวดล้อมภายนอก หมายถึง สภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ ซึ่งสภาวะแวดล้อมเหล่านี้ไม่มีความสัมพันธ์กับองค์กรโดยตรง แต่สามารถมีอิทธิพลหรือผลกระทบทางอ้อมต่อองค์กรได้ ซึ่งได้แก่ สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี

1.7.9.1 สภาพเศรษฐกิจ ประกอบด้วย แนวโน้มของเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน ภาวะเงินเฟ้อ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP)

1.7.9.2 สังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ค่านิยม ทักษะคน ความต้องการ ความหวัง ความเชื่อ การนับถือศาสนา ระดับการศึกษา อัตราการเพิ่มประชากร ลักษณะครอบครัวหรือชุมชน วิธีการดำเนินชีวิต และขนบธรรมเนียมประเพณีของบุคคลหรือกลุ่มในสังคม

1.7.9.3 เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความรู้ กระบวนการ เครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์และระบบที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงสู่กระบวนการแปรสภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนเทคโนโลยีสารสนเทศ

1.7.9.4 กฎหมาย การเมืองและนโยบายรัฐ ประกอบด้วย กฎหมาย ระเบียบ กฎ
เกณฑ์ข้อกำหนด ข้อบังคับ และนโยบายต่างๆของหน่วยงานของรัฐบาล

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในเขตภาคตะวันตก ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้าทฤษฎี ความรู้ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการวิจัยดังนี้

2.1 แนวคิดทางด้านลักษณะของผู้ประกอบการผลิต

2.1.1 ขนาดของสินทรัพย์ลงทุนตามขนาดอุตสาหกรรม

2.1.2 รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ

2.1.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

2.2 แนวคิดการดำเนินงานของอุตสาหกรรม

2.2.1 แนวคิดทางการผลิต

2.2.2 แนวคิดทางการเงิน

2.2.3 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

2.2.4 แนวคิดทางด้านสถานะแวดล้อมภายนอก

2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลไม้กระป๋อง

2.4 เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทางด้านลักษณะของผู้ประกอบการผลิต

ลักษณะของผู้ประกอบการผลิตที่ประกอบไปด้วย ขนาดของเงินทุนที่ใช้ในการแบ่งขนาดของอุตสาหกรรม รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และประสบการณ์หรือระยะเวลาในการดำเนินงานต่างก็ส่งผลกระทบต่อความเจริญก้าวหน้าหรือมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานและการบริหารธุรกิจแตกต่างกันจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจในลักษณะของอุตสาหกรรมนั้นดังนี้

2.1.1 ขนาดของสินทรัพย์ลงทุนตามขนาดอุตสาหกรรม

การจำแนกขนาดของอุตสาหกรรมที่นิยมใช้กันจะอาศัยเกณฑ์วัดที่สำคัญ 4 ประการคือ ขนาดการจ้างงาน สินทรัพย์ถาวร ทุนจดทะเบียนและยอดขายซึ่งในบางประเทศจะใช้เกณฑ์ใดเกณฑ์หนึ่งเป็นเครื่องวัดเพียงเกณฑ์เดียว และบางประเทศอาจจะใช้ประกอบกันหลายๆ เกณฑ์ก็มี สมชัย ดันดิธนวนันท์ (2542 : 25-26) ได้กล่าวถึงข้อดี-ข้อเสีย ของเครื่องชี้เกณฑ์ที่จะนำมาใช้ในการวัดขนาดของธุรกิจอุตสาหกรรม ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 แสดงข้อดี-ข้อเสียของเครื่องใช้เกณฑ์ที่จะนำมาใช้ในการวัดขนาดของอุตสาหกรรม

เกณฑ์ที่ใช้	ข้อดี	ข้อเสีย
ขนาดการจ้างงาน	- ง่ายในการวัด - สามารถใช้เกณฑ์เป็นเวลานาน	- ไม่สามารถจำแนกประเภทอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมากหรือใช้ทุนมาก
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	- ง่ายในการจำแนกอุตสาหกรรมที่ใช้ทุนมากหรือน้อย	- ต้องคำนึงถึงภาวะเงินเฟ้อ - ตัวเลขที่ได้มาเชื่อถือได้ยาก
ทุนจดทะเบียน	- ง่ายในการจัดเก็บ - สามารถใช้ต่อเนื่องกันเป็นเวลานาน	- ไม่ได้สะท้อนการประกอบการจริง
ยอดขาย		- จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ - ไม่สามารถใช้เกณฑ์เดียวกับอุตสาหกรรมที่ต่างกัน

ที่มา : สมชัย ดันดิชนวิวัฒน์. 2542 : 26

ต่อมาเมื่อมีการตั้งสำนักงานเงินกู้ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดเล็กขึ้นในกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเมื่อ พ.ศ.2507 (ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นสำนักงานธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อมในปัจจุบัน) จึงมีการกำหนดความหมายของอุตสาหกรรมขนาดย่อมไว้แตกต่างจากเดิม คือ ถือเอาเงินลงทุนเป็นเกณฑ์ โดยกำหนดว่าหมายถึงกิจการอุตสาหกรรมประเภทโรงงาน ประเภทบริษัท หรือประเภทอุตสาหกรรมในครอบครัว ที่มีทุนจดทะเบียนหรือลงทุนในสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 2 ล้านบาท เป็นเกณฑ์ในการจำแนก

อย่างไรก็ตามการศึกษาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่จัดทำขึ้นภายในประเทศในช่วงที่ผ่านมา นิยมใช้เกณฑ์การจ้างงานเป็นเกณฑ์สำคัญที่ใช้ในการจำแนกประเภทของอุตสาหกรรมโดยแบ่งออกเป็น

- 1) อุตสาหกรรมในครัวเรือน จ้างงาน 1-9 คน
- 2) อุตสาหกรรมขนาดย่อม จ้างงาน 10-49 คน
- 3) อุตสาหกรรมขนาดกลาง จ้างงาน 50-199 คน
- 4) อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ จ้างงาน 200 คนขึ้นไป

จนถึงปี 2534 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงได้นำเกณฑ์การจำแนกประเภทอุตสาหกรรมแบบ 2 เกณฑ์มาใช้ คือ พิจารณาร่วมกันระหว่างการจ้างงาน และมูลค่าสินทรัพย์ถาวร แต่ในเวลาเดียวกันนั้นหน่วยงานอื่นของภาครัฐกลับมีการใช้เกณฑ์ในการจำแนกที่แตกต่างกันออกไป ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 แสดงการวัดขนาดของธุรกิจอุตสาหกรรมของแต่ละหน่วยงาน จำแนกตามเครื่องชี้
เกณฑ์การจ้างงานและสินทรัพย์ถาวร

หน่วยงาน/ขนาดอุตสาหกรรม	การจ้างงาน	สินทรัพย์ถาวร
<u>กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม</u>		
- ขนาดย่อม	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 20 ล้านบาท
- ขนาดกลาง	มากกว่า 50-200 คน	มากกว่า 20-100 ล้านบาท
- ขนาดใหญ่	มากกว่า 200 คน	มากกว่า 100 ล้านบาท
<u>บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม</u>		
<u>ขนาดย่อม</u>		
- ขนาดย่อม		ไม่เกิน 50 ล้านบาท
<u>ธนาคารแห่งประเทศไทย</u>		
- ขนาดย่อม		ไม่เกิน 50 ล้านบาท
<u>บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม</u> <u>แห่งประเทศไทย (IFCT)</u>		
- ขนาดย่อม/ขนาดใหญ่		ไม่เกิน 100 ล้านบาท
- ขนาดกลาง/ขนาดใหญ่		เกิน 100 ล้านบาท

ที่มา : สมชัย ดันดิชนวิวัฒน์. 2542 : 25

สำหรับคำจำกัดความของขนาดอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินการลงทุน จากการประชุมและสัมมนาระดับนานาชาติ เรื่อง “การดำเนินงานในอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม” ที่ประเทศญี่ปุ่น ทั้งในภาคการผลิต ภาคการค้าและภาคการบริการในปี 2542 จึงมีคำจำกัดความใหม่ (Suranart Khamanarong . 2000 : 35) ดังนี้

ภาคการผลิต

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนเกิน 200 ล้านบาท
หรือมีการจ้างงานเกิน 200 คนขึ้นไป

อุตสาหกรรมขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนมากกว่า 50 - 200
ล้านบาท หรือมีการจ้างงานมากกว่า 50 - 200 คน

อุตสาหกรรมขนาดย่อม หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนไม่เกิน 50 ล้านบาท
หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน

ภาคบริการ

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนเกิน 200 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานเกิน 200 คนขึ้นไป

อุตสาหกรรมขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนมากกว่า 50 - 200 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานมากกว่า 50 - 200 คน

อุตสาหกรรมขนาดย่อม หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน

ภาคการขายส่ง

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนเกิน 100 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานเกิน 100 คนขึ้นไป

อุตสาหกรรมขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนมากกว่า 50 - 100 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานมากกว่า 50 - 100 คน

อุตสาหกรรมขนาดย่อม หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน

ภาคการขายปลีก

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนเกิน 60 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานเกิน 30 คนขึ้นไป

อุตสาหกรรมขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนมากกว่า 30 - 60 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานมากกว่า 10 - 30 คน

อุตสาหกรรมขนาดย่อม หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนไม่เกิน 30 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 10 คน

2.1.2 รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ

ประเทศไทยอยู่ในระบบเศรษฐกิจแบบผสมซึ่งกระบวนการผลิต และจำหน่ายสินค้าย่อมสามารถดำเนินการได้โดยองค์การธุรกิจในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันตามประเภทของการเป็นเจ้าของกิจการ (By Ownership) ฉะนั้น ประเภทขององค์การธุรกิจก็คือ ธุรกิจที่มีโครงสร้างซึ่งกำหนดโดยลักษณะการเป็นเจ้าของธุรกิจนั้น ๆ (วรรณารด แสงมณี. 2543 : 10-16) ซึ่งอาจจำแนกได้ดังนี้

2.1.2.1 ธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของ (Sole Proprietorship)

2.1.2.2 ธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วน (Partnership)

2.1.2.3 ธุรกิจแบบบริษัท (Corporation)

2.1.2.4 สหกรณ์ (Cooperative)

2.1.2.5 สถาบันการศึกษา (Graduation Institute)

2.1.2.6 หน่วยราชการ (Government Service)

2.1.2.7 รัฐวิสาหกิจ (State Enterprise)

2.1.2.1 ธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของ (Sole Proprietorship)

ธุรกิจแบบนี้มีบุคคลเดียวเป็นเจ้าของและดำเนินการแสวงหากำไรตลอดจนยอมรับความเสี่ยงต่อการขาดทุนแต่เพียงผู้เดียวนับเป็นแบบธุรกิจที่นิยมอย่างแพร่หลายและมีจำนวนมากกว่าธุรกิจแบบอื่น ๆ ในประเทศไทย เช่น การค้าขายรายย่อย หาบเร่ เป็นต้น เนื่องจากสามารถเริ่มต้นด้วยทุนไม่มาก ผู้เป็นเจ้าของธุรกิจแบบนี้จะต้องตัดสินใจในการที่จะขยายหรือลดขนาดกิจการรวมทั้งจัดหาทุนและต้องชดใช้หนี้สินเมื่อกิจการล้มเหลวซึ่งเจ้าหนี้มีสิทธิเรียกร้องเอาเงินหรือทรัพย์สินส่วนตัวของผู้เป็นเจ้าของมาชดใช้จนกว่าจะครบกำหนด ดังนั้นการดำเนินธุรกิจแบบนี้จึงมักเป็นกิจการขนาดเล็กเพราะความรู้ความสามารถและเงินทุนของเจ้าของกิจการมีจำกัด และหากต้องการขยายกิจการก็มักลำบากในเรื่องที่จะหาเงินทุนเพราะหลักประกันไม่มั่นคงพอแก่การเชื่อถือ อย่างไรก็ตามธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของนี้ก็ยังมีความสำคัญต่อการผลิต การจำหน่ายและบริการในระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา แม้สหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วก็ยังมีธุรกิจแบบนี้อยู่มากมาย

การดำเนินธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของนี้มีทั้งข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบดังนี้

ข้อได้เปรียบ

1) การจัดตั้งทำได้ง่าย เนื่องจากใช้แต่ทุนทรัพย์และปัจจัยที่จำเป็นรวมทั้งข้อจำกัดก็มีไม่มาก สามารถจัดตั้งและเลิกกิจการเมื่อใดก็ได้ รวมทั้งยังไม่ต้องเปิดเผยงบการเงินของกิจการต่อสาธารณชนอีกด้วย

2) การดำเนินธุรกิจทำได้อย่างอิสระและคล่องตัวเพราะเจ้าของและผู้จัดการเป็นคนเดียวกัน การดำเนินงานและการตัดสินใจอยู่ที่เจ้าของอย่างแท้จริง เนื่องจากไม่มีหุ้นส่วนและไม่ต้องอยู่ในระเบียบข้อบังคับ ไม่มีผู้ใดขัดขวางก้าวก่าย เจ้าของสามารถวางแผนงานและดำเนินธุรกิจได้อย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์

3) การดำเนินธุรกิจสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี เพราะเจ้าของมักเป็นคนในท้องถิ่นนั้น รู้จักคุ้นเคยกับบรรดาลูกค้าดีพอที่จะรู้ว่าลูกค้าคนใดต้องการอะไร และจัดหาสินค้ามาสนองได้ตามความต้องการของลูกค้าแต่ละคน รวมทั้งสามารถอำนวยความสะดวกและสร้างความคุ้นเคยให้ความเป็นกันเองแก่ลูกค้าได้ดี

4) เจ้าของกิจการมีความสนใจที่จะปรับปรุงกิจการของตนเป็นพิเศษ เพราะผลประโยชน์คือกำไรที่ได้รับเป็นของตนเองเพียงผู้เดียว ทำให้ผู้เป็นเจ้าของกิจการมักพยายามหาทางประหยัดโดยลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้ได้กำไรสูงขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถรักษาความลับของกิจการ รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการบริหารงานก็ต่ำกว่ากิจการรูปแบบอื่น

5) การเกี่ยวข้องกับกฎหมายและการควบคุมจากระเบียบข้อบังคับของทางราชการ มีน้อยกว่าธุรกิจรูปแบบอื่น ทำให้ไม่ซับซ้อนลดความยุ่งยากและลดค่าใช้จ่าย

ข้อเสียเปรียบ

1) เจ้าของมักมีทุนจำกัด ทำให้ขนาดของกิจการต้องถูกจำกัดโดยทุน ถ้าต้องการขยายกิจการก็มักหาเงินทุนได้ยากเพราะขาดหลักประกันในการกู้ยืม

2) เจ้าของธุรกิจนี้ต้องรับผิดชอบทางการเงินโดยไม่จำกัด เพราะถ้าดำเนินกิจการล้มเหลวจะต้องรับผิดชอบบรรดาหนี้สินของธุรกิจทั้งหมด ซึ่งไม่ผูกพันเฉพาะทรัพย์สินในกิจการเท่านั้นแต่ยังผูกพันไปถึงบรรดาทรัพย์สินส่วนตัวของผู้เป็นเจ้าของด้วย

3) ผู้เป็นเจ้าของธุรกิจอาจขาดความสามารถและความชำนาญ ในการบริหารงานเพราะแต่ละบุคคลย่อมมีความสามารถในการดำเนินงานไม่เท่ากัน ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจแบบนี้จึงขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้เป็นเจ้าของกิจการเป็นสำคัญ หากเจ้าของมีความสามารถกิจการก็จะดำเนินไปด้วยดี แต่ถ้าขาดความสามารถกิจการก็มักล้มเหลวดังที่พบเห็นกันอยู่เสมอว่าธุรกิจแบบนี้ตั้งอยู่ไม่นานก็ต้องเลิกล้มไป

4) ธุรกิจแบบนี้มักมีอายุไม่ยืนนาน เพราะขึ้นอยู่กับสุขภาพและชีวิตของผู้เป็นเจ้าของ หากเจ้าของเกิดป่วยล้มตายกิจการก็มักล้มเลิกตามไปด้วยเพราะขาดผู้รับช่วงดำเนินงานต่อไป

2.1.2.2 ธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วน (Partnership)

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1012 บัญญัติว่า “ห้างหุ้นส่วนเป็นสัญญา ซึ่งบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปตกลงกันเพื่อจะกระทำการร่วมกัน ด้วยประสงค์จะแบ่งกำไรอันพึงได้จากกิจการที่ทำนั้น” รูปแบบของธุรกิจนี้มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปรับผิดชอบร่วมกันในการดำเนินกิจการ โดยตกลงจะรับผิดชอบตามที่ตกลงกัน และถ้าธุรกิจได้กำไรหรือขาดทุนก็ตาม จะแบ่งความรับผิดชอบหรือผลประโยชน์ตามส่วนของเงินที่นำมาลงทุน ธุรกิจแบบนี้สืบต่อความคิดมาจากธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของกล่าวคือ เมื่อดำเนินกิจการค้าก้าวหน้าจนถึงระยะที่ต้องการเงินทุนและการจัดการเพิ่มขึ้น เจ้าของก็จะแสวงหาบุคคลที่ไว้วางใจได้เข้ามาเป็นหุ้นส่วนร่วมดำเนินกิจการ

อย่างไรก็ตามธุรกิจประเภทนี้คุณสมบัติของผู้เป็นหุ้นส่วนถือเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากถ้าหากมีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ เกิดขึ้นผู้เป็นหุ้นส่วนเดิมทุกคนจะต้องให้การยินยอมเสีย

ก่อนเพราะนิติกรรมที่กระทำขึ้นในรูปแบบใดก็ตาม จะมีผลผูกพันหุ้นส่วนทุกคน ธุรกิจแบบนี้มีลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ

1) มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปตกลงทำสัญญากันด้วยวาจาหรือหนังสือระบุความรับผิดชอบและภารกิจต่าง ๆ ของหุ้นส่วน อย่างไรก็ตามผู้เป็นหุ้นส่วนควรจะบันทึกและทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อป้องกันความยุ่งยากสับสนในภายหลัง

2) ทุนที่จะนำมาลงนั้นอาจเป็นเงิน สิ่งของ หรือทรัพย์สินอย่างอื่นก็ได้ เช่น กำลังกาย กำลังความคิด ความรู้ความชำนาญ เป็นต้น

3) กระทำกิจการร่วมกัน

4) มีความประสงค์จะแบ่งปันกำไรหรือร่วมเฉลี่ยในการขาดทุน

ธุรกิจแบบนี้มีอยู่ 2 ชนิด ได้แก่

1. ห้างหุ้นส่วนสามัญ (Ordinary Partnership) ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนซึ่งทุกคนต้องรับผิดชอบในหนี้สินทั้งหมดโดยไม่จำกัดจำนวน(Unlimited Liability) ห้างหุ้นส่วนสามัญนี้จะจดทะเบียนหรือไม่ก็ได้ ถ้าจดทะเบียนแล้วก็เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Limited Partnership) ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนประเภทที่มีหุ้นส่วน 2 จำพวก คือ พวกหนึ่งมีความรับผิดชอบจำกัด(Limited Liability) เพียงจำนวนเงินที่ตนรับจะลงทุนในหุ้นส่วนนั้น ๆ และอีกพวกหนึ่งมีความรับผิดชอบในหนี้สินของห้างหุ้นส่วนโดยไม่จำกัดจำนวน

ห้างหุ้นส่วนจำกัดนี้กฎหมายบังคับให้จดทะเบียน ถ้าหากไม่จดทะเบียนถือว่าเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญชนิดไม่จดทะเบียนซึ่งไม่มีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย ธุรกิจแบบนี้มีประมาณร้อยละ 10 ของธุรกิจทั้งหมด สำหรับในประเทศไทยธุรกิจแบบนี้แพร่หลายมากกว่าในรูปแบบบริษัทเพราะการจัดตั้งทำได้ง่ายไม่ต้องมีแบบพิธีมากนัก และมักนิยมกระทำกันในระหว่างเครือญาติและผู้ที่เกี่ยวข้องกันเท่านั้น ธุรกิจแบบนี้เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ มีทั้งข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบดังต่อไปนี้

ข้อได้เปรียบ

1) หุ้นส่วนทุกคนมีความสนใจและกระตือรือร้น ที่จะอุทิศแรงกายแรงใจให้แก่ธุรกิจอย่างเต็มที่ เนื่องจากความรู้สึกรับผิดชอบที่มีต่อผลประโยชน์และความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดแก่กิจการ

2) สามารถหาเงินทุนขยายกิจการได้มากขึ้น เพราะมีหุ้นส่วนหลายคนซึ่งเป็นช่องทางทำให้ได้เงินทุนมากขึ้น และมีเครดิตความน่าเชื่อถือมากกว่าธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของ

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

3) การเสี่ยงภัยน้อยลงเพราะเมื่อมีผู้เข้าหุ้นเพิ่มขึ้น ผู้เข้าร่วมทุนเหล่านี้จะช่วยเฉลี่ยภาระเสี่ยงภัย ถ้าเป็นธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของแล้วเจ้าของกิจการนั้นจะต้องรับภาระเสี่ยงทั้งหมด

4) การบริหารงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเพราะสามารถใช้หลักแบ่งงานกันทำตามความรู้ประสบการณ์ และความสามารถรวมทั้งทักษะหลายด้านจากหลายหุ้นส่วน เช่น ให้หุ้นส่วนคนหนึ่งรับผิดชอบในการผลิต และอีกคนหนึ่งรับผิดชอบด้านการตลาด เป็นต้น

ข้อเสียเปรียบ

1) มีทุนจำกัดและน้อยกว่าบริษัท เพราะการก่อตั้งห้างหุ้นส่วนมักกระทำกันเฉพาะในวงเครือญาติและผู้ใกล้ชิด

2) การทำเป็นธุรกิจไม่ค่อยแน่นอน เนื่องจากการรวมหุ้นส่วนระหว่างเครือญาติหรือผู้ไว้วางใจ ถ้าเกิดการขัดแย้งบาดหมางขึ้นหรือหุ้นส่วนคนใดตายหรือล้มละลายกิจการอาจเลิกล้มได้

3) เมื่อมีการเฉลี่ยส่วนกำไรกัน หากมีหุ้นส่วนมากเกินไปส่วนเฉลี่ยของกำไรที่แต่ละคนได้รับอาจน้อยเกินไป ไม่คุ้มกับการเสี่ยงภัยหรือความรับผิดชอบ

4) การตัดสินใจในเรื่องสำคัญมักล่าช้าซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายแก่กิจการได้

5) เงินทุนที่หุ้นส่วนลงทุนไปจะจมอยู่กับกิจการ การถอนทุนหรือโอนให้ผู้อื่นเข้าไปแทนที่ไม่สามารถกระทำได้ง่าย

2.1.2.3 ธุรกิจแบบบริษัท (Corporation)

ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทย มาตรา 1096 บัญญัติเกี่ยวกับบริษัทจำกัดว่า “บริษัทจำกัดคือบริษัทประเภทที่ตั้งขึ้นด้วยการแบ่งทุนเป็นหุ้น แต่ละหุ้นมีมูลค่าเท่า ๆ กัน ผู้ถือหุ้นต่างรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังส่งใช้ไม่ครบมูลค่าหุ้นที่ตนถืออยู่” ธุรกิจแบบบริษัทจึงเป็นหน่วยธุรกิจที่ตั้งขึ้นเพื่อรวบรวมทุนจากผู้ถือหุ้นหลาย ๆ คน ไม่จำกัดเฉพาะภายในครอบครัวหรือผู้ใกล้ชิดอย่างกรณีห้างหุ้นส่วน ด้วยเหตุผลนี้ธุรกิจแบบบริษัทจำกัดจึงสามารถหาเงินทุนได้จำนวนมากพอเพียงกับความต้องการของธุรกิจ ในปัจจุบันการจัดตั้งบริษัทจำกัดในประเทศไทยมีข้อบังคับปลีกย่อยแตกต่างกัน แต่มีลักษณะที่สำคัญคือมีสภาพเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย บริษัทมีสิทธิหน้าที่ของตนเองอาจเป็นเจ้าของทรัพย์สินใดในนามตนเองหรือทำการซื้อขายในนามของบริษัท โดยไม่เกี่ยวกับบุคคลผู้ถือหุ้นเลย และบริษัทจำกัดเป็นหน่วยธุรกิจที่ไม่เลิกล้มได้ง่ายอย่างกรณีห้างหุ้นส่วนแต่บริษัทจำกัดมีอายุยืนนาน การล้มเลิกยอมเป็นไปตามข้อตกลงหรือโดยผลแห่งตัวบทกฎหมายเท่านั้น

บริษัทจำกัด (Corporation) แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. บริษัทเอกชน จำกัด หมายถึง บริษัทจำกัดซึ่งจัดตั้งขึ้นตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

2. บริษัทมหาชน จำกัด หมายถึง บริษัทจำกัดซึ่ง จัดตั้งตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ.2535

บริษัทเอกชน จำกัด ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1096 บัญญัติว่า “อันว่าบริษัทจำกัดนั้น คือบริษัทประเภทซึ่งจัดตั้งด้วยการแบ่งทุนออกเป็นหุ้นมีมูลค่าเท่า ๆ กัน โดยมีผู้ถือหุ้นไม่ถึงร้อยคนรวมทั้งนิติบุคคล (ถ้ามี) ผู้ถือหุ้นดังกล่าวต่างรับผิดชอบจำกัดเพียง ไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังส่งไม่ครบมูลค่าของหุ้นที่ตนถือ”

มาตรา 1097 บัญญัติว่า “บุคคลใด ๆ ตั้งแต่ 7 คนขึ้นไปจะเริ่มก่อการและตั้งเป็นบริษัทจำกัดก็ได้ ด้วยการเข้าชื่อกันทำหนังสือบริคณห์สนธิ และกระทำการอย่างอื่นตามบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายนี้”

บริษัทมหาชน จำกัด ตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ.2535 มาตรา 15 บัญญัติว่า “บริษัทมหาชน จำกัด คือบริษัทประเภทซึ่งตั้งขึ้นด้วยความประสงค์ที่จะเสนอขายหุ้นต่อประชาชน โดยผู้ถือหุ้นมีความรับผิดชอบจำกัด ไม่เกินจำนวนเงินค่าหุ้นที่ต้องชำระ และบริษัทดังกล่าวได้ระบุนความประสงค์เช่นนั้น ไว้ในหนังสือบริคณห์สนธิ มาตรา 16 บัญญัติว่า “บุคคลธรรมดาตั้งแต่สิบห้าคนขึ้นไป จะเริ่มตั้งบริษัทได้โดยจัดทำหนังสือบริคณห์สนธิ และปฏิบัติการอย่างอื่นตามพระราชบัญญัตินี้”

1) มีคณะผู้ก่อตั้ง (Promoter) จัดทำหนังสือบริคณห์สนธิ (Memorandum Of Association) ซึ่งแสดงวัตถุประสงค์และรายละเอียดเกี่ยวกับการตั้งบริษัท ดังมีรายการต่อไปนี้

(1) ชื่อบริษัท ถ้าเป็นบริษัทเอกชนจำกัด ต้องมีคำว่า “จำกัด” ไว้ปลายชื่อด้วยเสมอไป บริษัทมหาชนจำกัด ต้องมีคำว่า “บริษัท” นำหน้าหรือจะใช้คำที่มีความหมายว่าเป็น “บริษัทมหาชนจำกัด” ในกรณีที่ใช้ชื่อเป็นอักษรภาษาต่างประเทศ

(2) ที่ตั้งสำนักงาน

(3) วัตถุประสงค์ของบริษัท

(4) ถ้อยคำสำแดงว่า ผู้ถือหุ้นมีความรับผิดชอบจำกัด

(5) จำนวนทุนเรือนหุ้น ซึ่งแบ่งออกเป็นมูลค่าหุ้นละเท่าใด (ไม่ต่ำกว่า 5 บาท)

(6) ชื่อสำนักอาชีวะและลายมือชื่อของบรรดาผู้เริ่มก่อการ และจำนวนหุ้นที่ผู้เริ่มก่อการแต่ละคนได้ลงชื่อไว้

(7) คณะก่อตั้งตามที่กฎหมายกำหนด โดยบริษัทเอกชนจำกัด ตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป และบริษัทมหาชนจำกัด ตั้งแต่ 15 คนขึ้นไป

2) จัดให้ผู้เข้าซื้อหุ้นจนครบจำนวนหุ้นทั้งหมด ตามที่คิดจะจดทะเบียนสำหรับบริษัท เอกชนจำกัด ส่วนบริษัทมหาชนจำกัดระบุให้จำหน่ายหุ้นได้ไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบของจำนวนหุ้นที่กำหนดไว้ในหนังสือบริคณห์สนธิ

3) การประชุมจัดตั้งบริษัท (Statutory Meeting) เป็นการประชุมครั้งแรกเพื่อตกลงเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับระเบียบข้อบังคับของบริษัท การให้สัตยาบันแก่บรรดาสัญญาซึ่งผู้เริ่มก่อการได้ทำไว้ และค่าใช้จ่ายที่ออกไปในการเริ่มก่อตั้งบริษัท กำหนดจำนวนเงินให้ผู้เริ่มก่อการ กำหนดจำนวนหุ้นบุริมสิทธิทั้งสภาพและบุริมสิทธิว่าเป็นสถานะใดเพียงใด กำหนดจำนวนหุ้นสามัญ เลือกตั้งกรรมการและผู้สอบบัญชี ถ้าเป็นบริษัทเอกชน จำกัด อาจเลือกจากบุคคลภายนอกได้ แต่ถ้าเป็นบริษัทมหาชน จำกัด จะต้องเลือกจากผู้ถือหุ้นเท่านั้น

4) แต่งตั้งคณะกรรมการ รับมอบการทั้งปวงจากผู้เริ่มก่อการบริษัท

5) คณะกรรมการจะดำเนินการเรียกหุ้น บริษัทเอกชนจำกัด กฎหมายกำหนดให้เรียกหุ้นครั้งแรกต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ส่วนบริษัทมหาชนจำกัด ต้องชำระครั้งเดียวครบและให้ธนาคารเป็นผู้ดำเนินการ

ธุรกิจแบบบริษัทจำกัดได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศอุตสาหกรรม โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา มีการประกอบธุรกิจในรูปบริษัทจำกัดประมาณร้อยละ 80 ของธุรกิจทั้งหมด ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากเหตุผล 2 ประการ คือ

1) การขยายตัวทางด้านอุตสาหกรรม

2) มลรัฐต่างๆ พยายามอำนวยความสะดวกเพื่อจูงใจให้นักธุรกิจมาลงทุนในมลรัฐของตน

สำหรับประเทศไทยธุรกิจแบบบริษัทจำกัดยังไม่แพร่หลาย บริษัทจำกัดส่วนมากยังอยู่ในลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัวซึ่งไม่ต่างไปจากห้างหุ้นส่วนเท่าใดนัก นอกจากนี้บริษัทจำกัดบางแห่งมีประวัติที่ไม่ค่อยดีเรื่องชื่อเสียงและความซื่อสัตย์ต่อผู้ถือหุ้นหรือลูกค้าและหลีกเลี่ยงภาษี

2.1.2.4 สหกรณ์ (Cooperative)

สหกรณ์เป็นรูปแบบของธุรกิจ ซึ่งสมาชิกของสหกรณ์เป็นทั้งเจ้าของ และเป็นผู้ปฏิบัติงาน แล้วนำผลกำไรที่ได้จากการดำเนินงานมาแบ่งปันให้กับสมาชิก ลักษณะของกิจการ สหกรณ์โดยทั่วไปมีลักษณะสำคัญอยู่ 6 ประการ คือ

1. การเป็นสมาชิกต้องเป็นด้วยความสมัครใจและเปิดโอกาสแก่คนทั้งปวง ทั้งนี้โดยปราศจากข้อกีดหรือความลำเอียงใด ๆ ทางสังคม การเมือง เชื้อชาติ และศาสนา

2. สหกรณ์เป็นองค์การประชาธิปไตย กิจการของสหกรณ์ควรได้รับการจัดการโดยบุคคลที่ได้รับเลือกตั้ง หรือแต่งตั้งตามวิธีที่บรรดาสมาชิกได้ตกลงกัน สมาชิกที่มีสิทธิออกเสียงเท่ากัน คือ 1 คน ต่อ 1 เสียง

3. จำกัดอัตราเงินปันผลตามหุ้นเพียงไม่เกินอัตราดอกเบี้ย
4. รายได้สุทธิ (กำไร) อันเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของสหกรณ์ ย่อมเป็นของสมาชิก และควรจัดสรรไปตามวิธีที่อาจหลีกเลี่ยง จากการที่สมาชิกสหกรณ์ผู้หนึ่งจะได้รับประโยชน์โดย ทำให้สมาชิกอื่นเสียผลประโยชน์ ทั้งนี้อาจกระทำโดยมติของสมาชิก ดังต่อไปนี้
 - 4.1 กันไว้เพื่อพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์
 - 4.2 กันไว้เพื่อบริการเพื่อส่วนรวม
 - 4.3 แบ่งปันกันระหว่างสมาชิกตามส่วนแห่งธุรกิจ
5. สหกรณ์ทั้งปวงควรจัดให้มีการศึกษาสำหรับสมาชิก พนักงาน เจ้าหน้าที่รวมทั้งประชาชนทั่วไป ในหลักและวิธีการของสหกรณ์ ทั้งทางเศรษฐกิจและประชาธิปไตย
6. เพื่อให้ประโยชน์แก่บรรดาสมาชิกและชุมชนของสมาชิกอย่างดีที่สุด สหกรณ์แบ่งออกเป็น 2 ชนิด

4.1 สหกรณ์จำกัด คือ สหกรณ์ที่สมาชิก มีความรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินค่าหุ้นที่ยังไม่ครบมูลค่าหุ้นที่ตนถืออยู่

4.2 สหกรณ์ไม่จำกัด คือ สหกรณ์ซึ่งสมาชิกทุกคนมีความรับผิดชอบร่วมกัน เพื่อหนี้ทั้งปวงของสหกรณ์โดยไม่จำกัด

ข้อดีของสหกรณ์

1. ขจัดการถูกเอาเปรียบจากบุคคลอื่น
2. เป็นการรวมคนเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทุนไม่ใช่สิ่งสำคัญ
3. ได้รับผลประโยชน์ถ้วนทั่วในหมู่สมาชิก และถ้าใครทำธุรกิจกับสหกรณ์ได้มากก็จะได้รับประโยชน์สูงตาม
4. กฎหมายให้การสนับสนุนช่วยเหลือ

ข้อเสียของสหกรณ์

1. ทุนจำกัด ดังนั้นอาจมีผลถึงการจัดหาเครื่องมือมาใช้ในการดำเนินงาน
2. สมาชิกไม่เข้าใจหลักและวิธีการของสหกรณ์ดีพอทำให้สหกรณ์อาจไม่เจริญเท่าที่ควร
3. ถ้าสหกรณ์ไม่สามารถสนองความต้องการของสมาชิกได้สหกรณ์ก็ไม่มีประโยชน์

2.1.2.5 สถาบันการศึกษา (Graduation Institute)

สถาบันการศึกษา หมายถึง สถานศึกษาในกลุ่มมหาวิทยาลัย วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ที่ทำการเรียนการสอนในสาขาวิชาเกษตรจากนั้นจึงมีการนำผลผลิตที่ได้มาแปรรูป โครงการที่เน้นให้นักเรียนเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ทั้งนี้เพื่อ

สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การสร้างความยั่งยืน โดยการสร้างโรงงานในโรงเรียน และให้นักเรียนเรียนในโรงงาน เพื่อเป็นการสร้างวงเครือข่ายและวางระบบเชื่อมโยงช่วยเหลือกันระหว่างสถานศึกษาและสถานประกอบการและยังเป็นแหล่งถ่ายทอดความรู้ให้กับเกษตรกรในท้องถิ่น

2.1.2.6 หน่วยราชการ (Government Service)

หน่วยราชการ หมายถึง องค์กรของรัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐบาลที่มีหน้าที่ในการถ่ายทอดความรู้ให้กับเกษตรกร ได้แก่ หน่วยงานของกรมปศุสัตว์ และหน่วยงานของกรมการสัตวแพทย์ และได้มีการจัดตั้งส่วนธุรกิจเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้เพื่อหารายได้เข้าหน่วยงานและให้ความรู้แก่เกษตรกร

2.1.2.7 รัฐวิสาหกิจ (State Enterprise)

รัฐวิสาหกิจ หมายถึง องค์กรของรัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐบาลหรือบริษัท ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ที่ส่วนราชการของรัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐบาลมีทุนรวมอยู่ด้วยเกินร้อยละห้าสิบมีการบริหารงานอยู่ระหว่างระบบราชการและระบบธุรกิจ

เหตุผลสำคัญที่มีการจัดตั้งรัฐวิสาหกิจขึ้นมาคือ

1. เพื่อประโยชน์ของสังคมและเป็นการให้บริการประชาชน เช่น กิจการสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่ใช้เงินลงทุนสูง เอกชนไม่อยู่ในฐานะที่ลงทุนได้ รัฐจำเป็นต้องเข้ามาดำเนินการเอง
2. เพื่อหารายได้เข้ารัฐ เนื่องจากธุรกิจบางอย่างมีผลกำไรมากรัฐจึงควรดำเนินการเสียเอง
3. เพื่อความมั่นคงของประเทศสินค้าบางชนิดมีความจำเป็นในยามฉุกเฉินบางชนิดเป็นยุทธปัจจัย รัฐจำเป็นต้องเข้ามาดำเนินการเอง เช่น การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย
4. เพื่อควบคุมสินค้าบางชนิด ถ้าหากให้มีการผลิต และบริโภคอย่างเสรีอาจจะก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม รัฐจำเป็นต้องเข้ามาดำเนินการเอง เช่น โรงงานยาสูบ
5. เพื่อโฆษณาและเผยแพร่ชื่อเสียงประเทศให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ

2.1.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

วรรณธ แสงมณี (2544 : 11-17) ได้อธิบายถึงหัวข้อนี้ไว้ว่า ในขณะที่กิจการได้มีความเจริญเติบโตก้าวหน้าผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ของการพัฒนาการนั้นในแต่ละขั้นตอนวิวัฒนาการดังกล่าวต่างก็จะมีการปฏิวัติอย่างใดอย่างหนึ่งภายในตนเองได้ ยกตัวอย่างเช่น ในการรวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลางมาก ๆ ในที่สุดเมื่อมากเกินไปก็นำไปสู่การเรียกร้องให้มีการกระจายอำนาจ หรือในอีกทางหนึ่งลักษณะของการแก้ไขปัญหาที่ฝ่ายบริหารได้กระทำไปในช่วงเวลาที่เกิดเหตุวิกฤติ หรือมีการปฏิวัติรูปแบบการทำงานที่เกิดขึ้นนั้น ในที่สุดแนวทางการแก้ปัญหานั้นก็ยังคงถูกดำรงรักษาไว้

และปรากฏต่อเนื่องไปถึงขั้นตอนของการวิวัฒนาการเพื่อการเติบโต หลังจากการเกิดเหตุวิกฤติดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการพิจารณาการเจริญเติบโตของวงจรชีวิต (Stages Of Life Cycle Development) ขององค์การมีอยู่ประมาณ 5 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนที่องค์การได้เข้าไปอยู่ในช่วงเวลาดังกล่าวย่อมหมายถึงการเข้าไปสู่ขั้นตอนใหม่ของวงจรชีวิตขององค์การ อันมีความหมายถึงการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งใหม่ทั้งจากภายในและสิ่งแวดล้อมภายนอกที่องค์การเกี่ยวข้อง ขั้นตอนต่างๆ ดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

2.1.3.1 ขั้นตอนการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Stage)

เมื่อองค์การกำเนิดขึ้นนั้น ผู้ก่อตั้งและผู้บริหารองค์การมีความมุ่งหมายเป็นพิเศษในเรื่องความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการดิ้นรนเพื่อการดำรงอยู่ให้ได้ในตลาด ผู้ประกอบการจะอุทิศพลังกายพลังใจทั้งหมดให้กับกิจกรรมการผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์ รูปแบบขององค์การในช่วงเวลานี้มักไม่เป็นทางการ (Informal) และไม่เป็นระบบราชการหรือระบบเจ้าขุนมูลนายแต่อย่างใด (Nonbureaucratic) การบริหารควบคุมมักขึ้นอยู่กับผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการ ความเจริญเติบโตขององค์การจะเป็นผลมาจากการที่องค์การสามารถค้นคว้าหาสิ่งใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการที่องค์การจะเสนอกับตลาดหรือลูกค้าได้

ขั้นตอนในระบายนี้อาจมองหนึ่งเป็นเด็กแรกเกิด กิจกรรมมักมีขนาดเล็กและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของคนภายในองค์การในสิ่งใหม่จะทำได้มาก ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่มักมีจำนวนประเภทน้อย ความจำเป็นของการเป็นผู้นำที่มีความสามารถจะเป็นปัจจัยที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อองค์การ ขณะเดียวกันผู้ประกอบการจะต้องหาทางปรับโครงสร้างเพื่อเตรียมพร้อมกับการที่องค์การจะเข้าสู่ช่วงของการเติบโตมากในอนาคต กิจการจะต้องจัดหาและธำรงรักษาทรัพยากรต่างๆ ที่จะนำมาใช้ทำงานให้มากและมั่นคงเพียงพอ ดังนั้นรูปแบบของการบริหารแบบระบบเปิดจะเป็นเกณฑ์ที่สำคัญในอันที่จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิผลให้กับองค์การได้

2.1.3.2 ขั้นตอนการรวมกำลัง (Collectivity stage)

เมื่อองค์การสามารถมีผู้นำที่มีความสามารถในการนำพาองค์การเจริญเติบโตได้ในแวดวงของธุรกิจนั้นๆ แล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการที่องค์การเริ่มกิจกรรมงานมากขึ้นดังนั้นก็จำเป็นต้องทำการจัดแผนงานพร้อมกับการจัดระดับขั้นการบังคับบัญชา พนักงานขององค์การมีความกระตือรือร้นในการทำงานและพร้อมใจในการนำมาซึ่งเป้าหมายขององค์การและแสดงออกถึงความผูกพันที่มีต่อองค์การสูงมาก อย่างไรก็ตามการติดต่อสื่อสารและการควบคุมยังคงมีความไม่เป็นทางการอยู่ (mostly Informal) ถึงแม้ว่าองค์การจะเริ่มสร้างระบบโครงสร้างองค์การที่มีความเป็นทางการให้เห็นบ้างแล้วก็ตาม ความสัมพันธ์ระหว่างกันภายในองค์การเป็นการเสริมสร้าง

บรรยากาศของการอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัวและการร่วมแรงร่วมใจของสมาชิก ซึ่งทำให้มีการพัฒนารูปแบบของมนุษยสัมพันธ์ต่างๆ เข้ามาใช้ภายในองค์การมากขึ้นด้วย

ความจำเป็นขององค์การในช่วงขั้นตอนนี้เป็นความจำเป็นในด้านการมอบหมายงานให้พนักงานแต่ละคนไปทำพร้อมกับการควบคุมในระดับหนึ่งจากผู้บริหารระดับสูง พนักงานเองก็มีความต้องการที่จะได้มาซึ่งความเชื่อมั่นและความเป็นอิสระในกิจกรรมงานที่พวกเขากระทำ และผู้บริหารระดับสูงต่างมีความต้องการที่จะเห็นการร่วมมือทำงานด้วยกันและสามารถนำกิจกรรมงานต่างๆ เหล่านั้นในแต่ละแผนกมาประสานงานกันได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องหาเครื่องมือและระบบที่ดี ในการควบคุมและประสานสัมพันธ์กันในแต่ละแผนกให้สามารถปฏิบัติงานและตัดสินใจในงานต่างๆ ได้เองอย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่ต้องคอยรับคำสั่งจากผู้บริหารระดับสูงเสมอไป

2.1.3.3 ขั้นตอนการจัดระบบเป็นทางการและการควบคุม (Formalization And Control Stage)

ขั้นตอนนี้้องค์การสามารถตั้งหลักได้แล้วและกำลังใช้ระบบเพื่อสร้างกฎระเบียบ กระบวนการและการควบคุมให้มีขั้นตอนที่สมบูรณ์แบบ ทั้งนี้เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการดำเนินการ ซึ่งกฎและระเบียบรวมทั้งแนวทางต่างๆ ที่กำหนดขึ้นเพื่อการธำรงรักษาสิ่งต่างๆ ให้คงไว้ภายในองค์การ รูปแบบการบริหารในช่วงเวลานี้เป็นการมุ่งเน้นกระบวนการทำงาน และการมุ่งเป้าหมายผลงาน

สิ่งที่ผู้บริหารจะต้องระมัดระวังช่วงตอนนี้คือ การที่องค์การมีกฎระเบียบแบบแผนของการเป็นระบบราชการ (Bureaucratic) มากจนเกินไป จนทำให้เป็นข้อจำกัดในการที่พนักงานขององค์การจะมีความคิดสร้างสรรค์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ ได้ องค์การเองก็มีโครงสร้างที่แข็งกระด้างขาดความยืดหยุ่นจับใจ องค์การเองก็มีขนาดที่ดูเหมือนว่าจะใหญ่เกินไปและซับซ้อนมากจนเกินกว่าจะจัดการได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ การติดต่อสื่อสารไม่ค่อยเกิดบ่อยครั้งนักและมักเป็นไปในลักษณะที่เป็นทางการ ผู้บริหารระดับสูงมักให้ความสนใจในการวางแผนด้านกลยุทธ์ต่างๆ ทางธุรกิจและปล่อยให้การดำเนินงานต่างๆ ภายในองค์การเป็นภาระความรับผิดชอบที่ผู้บริหารระดับกลางเป็นผู้ตัดสินใจและจัดการ ระบบการให้ควมดีความชอบและสวัสดิการต่างๆ ขึ้นอยู่กับผลกำไรซึ่งถูกนำมาเป็นเครื่องมือจูงใจให้ผู้บริหารและพนักงานทุ่มเทการปฏิบัติงานให้กับองค์การ

จึงเห็นได้ว่าในขั้นตอนนี้ดังกล่าว โครงสร้างขององค์การเริ่มจะปรับตัวคงที่และเข้ารูป โดยกฎและระเบียบทางการต่างๆ จะถูกกำหนดขึ้นมาบังคับใช้ แต่การริเริ่มสิ่งใหม่ๆ จะลดความสำคัญลงและจะมีการหันกลับไปเน้นถึงความมีประสิทธิภาพและความมั่นคงต่าง ๆ ผู้มีอำนาจตัดสินใจเริ่มจะถูกสงวนไว้โดยเฉพาะกับเจ้าหน้าที่บริหารที่มีตำแหน่งหน้าที่ที่มีอำนาจหน้าที่มาก ซึ่งเป็นตำแหน่งที่อยู่สูงภายในโครงสร้าง วิธีการตัดสินใจที่กระทำไปจะมีลักษณะค่อนข้างไปในทางอนุรักษ์นิยมซึ่ง ณ ขั้นนี้้องค์การจะมีสภาพเป็น โครงสร้างใหญ่ที่มีใช้ภาพลักษณ์ของคนใดคนหนึ่งแล้ว บท

บาทหน้าที่ต่างๆ จะมีการวางขอบเขตไว้แน่ชัดซึ่งหากมีการลาออกไปก็จะสามารถหาคนแทนได้ โดยไม่เกิดความเสียหายต่อองค์กร

2.1.3.4 ขั้นตอนโครงสร้างที่ขยายตัว (Elaboration Of Structure Stage)

วิธีการหนึ่งในการแก้ปัญหาอันเป็นผลมาจากการที่องค์กรมีระเบียบแบบแผนมากเกินไป ก็คือ การสร้างความสำนึกของการร่วมมือกันทำงานในลักษณะทีมงาน (Teamwork) และมีหน่วยประสานงาน (Task Force) ในทุกระดับตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึงระดับพนักงานขั้นต่ำขององค์กร ให้พัฒนาความรู้ความสามารถและความชำนาญเพื่อเผชิญหน้ากับปัญหาและร่วมมือทำงานด้วยกัน ทีมงานมักจะได้รับการวางตัวจากหลาย ๆ แผนกภายในองค์กร ในขณะที่เดียวกันองค์กรก็มักจะแยกตัวออกเป็นหลาย ๆ แผนกงานหรือฝ่ายต่าง ๆ ภายในองค์กรเพื่อดำรงรักษาไว้ซึ่งปรัชญาของการเป็นองค์กรที่มีขนาดเล็ก

ผู้บริหารในขั้นตอนนี้จะต้องระมัดระวังถึงการที่องค์กรเริ่มก้าวเข้ามาสู่ช่วงที่องค์กรมีสภาพใกล้สูญยอม หรืออาจเริ่มมีแนวโน้มของการถดถอยชั่วคราว ดังนั้นความจำเป็นในการที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่เพื่อความพร้อมขององค์กรในการฝ่าฟันกับสิ่งแวดล้อมด้านต่าง ๆ ทางธุรกิจจึงเป็นสิ่งจำเป็นต้องกระทำ ในหลาย ๆ องค์กรถึงขนาดมีการเปลี่ยนตัวผู้บริหารระดับสูงเพื่อหาคนที่มีความสามารถมากยิ่งขึ้นมาบริหารงานกิจการ และในองค์กรเองก็จำเป็นต้องหาวิธีการกระตุ้นให้พนักงานขององค์กรคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หรือแม้แต่การตัดค่าใช้จ่ายจำนวนมากเพื่อให้องค์กรยังคงมีพลังกำลังและความสามารถในการแข่งขันได้ต่อไป ซึ่งถ้าหากผู้บริหารไม่สามารถนำพาองค์กรรอดพ้นวิกฤตการณ์ที่กำลังจะสืบคลานเข้ามาและปรับตัวเองให้เข้าสู่ขั้นตอนใหม่ของความรุ่งเรืองอีกครั้งหนึ่งได้ องค์กรก็อาจต้องพบกับขั้นตอนของการถดถอยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

โดยทั่วไปแล้วองค์กรในขั้นตอนนี้เป็นช่วงของการเจริญเติบโตอย่างเต็มที่ ขนาดขององค์กรมักจะมีขนาดใหญ่และระบบบริหารงานมีลักษณะของการเป็นระบบราชการหรือเจ้าขุนมูลนายอย่างเต็มตัว องค์กรเต็มไปด้วยระบบการควบคุมที่แน่นหนาเข้มงวดมีการใช้กฎเกณฑ์และระเบียบการต่าง ๆ อย่างมาก ผู้บริหารองค์กรมีความพยายามที่จะพัฒนาการทำงานเป็นทีมทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้องค์กรเป็นระบบราชการมากเกินไป สิ่งที่สำคัญมากและผู้บริหารมักพยายามรณรงค์ให้คนภายในองค์กรตระหนักถึงความสำคัญก็คือ สถานะและความมีชื่อเสียงขององค์กร ซึ่งผู้บริหารขององค์กรมักนำมากล่าวอ้างถึงเพื่อทำการรณรงค์ พร้อมไปกับการปลูกจิตสำนึกถึงความยิ่งใหญ่ขององค์กร โดยเน้นถึงสัญลักษณ์ เครื่องหมาย หรือสิ่งแสดงแทนความเป็นองค์กร เพื่อให้พนักงานทั้งหลายเกิดความสำนึกที่จะทุ่มเทความพยายามในการทำงานให้กับองค์กรอยู่เสมอ

ในขั้นตอนนี้สามารถสรุปได้ว่าเป็นขั้นตอนที่องค์กรได้มีการขยายตลาดผลิตภัณฑ์และบริการออกไป ซึ่งฝ่ายจัดการจะเสาะหาผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามาพร้อมกับการมองหาช่องทางใหม่ๆ เพื่อการเติบโตต่อไปอีก โครงสร้างองค์กรจึงมีความสลับซับซ้อนและเบ่งบานออกไปมากเป็นองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งการตัดสินใจจะเริ่มมีการกระจายออกไปตามจุดต่าง ๆ ด้วย

2.1.3.5 การถดถอยขององค์กร (Decline State)

ในที่สุดแล้วผู้บริหารหลายคนอาจต้องเผชิญกับความจริงที่เจ็บปวดในความล้มเหลวอันเนื่องมาจากการที่พบว่า การเจริญเติบโตและขยายตัวขององค์กรไม่อาจเกิดขึ้นต่อไปได้อีก ยิ่งกว่านั้นยังอาจต้องหยุดการดำเนินงานที่กำลังกระทำอยู่อีกด้วย สภาพเช่นนี้ในที่สุดแล้วก็เป็นสิ่งที่องค์กรหลายแห่งไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ในการยอมรับถึงการที่ต้องปิดโรงงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการปลดพนักงานออกจากองค์กรในที่สุดหรือในอนาคตอันใกล้

การที่องค์กรจะมีสภาพของการถดถอยหรือเข้าสู่ขั้นตอนของการเสื่อมถอย (Decline Stage) ได้ นั้น โดยมากแล้วเหตุผลสำคัญมักมาจากเหตุผลดังต่อไปนี้ เช่น การที่องค์กรไม่สามารถปรับตัวรับมือให้เข้ากันได้กับสิ่งแวดล้อมที่เข้ามากระทบกับขององค์กร เช่น การที่ความต้องการหรือรสนิยมในการบริโภคของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปจากผลิตภัณฑ์เดิมขององค์กรไปสู่ผลิตภัณฑ์หรือรสนิยมรูปแบบอื่นแทน แม้ว่าผู้บริหารจะพยายามหากลยุทธ์แก้ไขต่าง ๆ ก็ไม่สามารถกู้สถานการณ์กลับคืนมาได้ อีกประการหนึ่งของเหตุผลในการถดถอยลงขององค์กรซึ่งมักจะมีสัญญาณเตือนมาก่อนบ้างแล้ว ถ้าหากผู้บริหารรู้จักสังเกตและหมั่นพิจารณา ก็คือการที่ระบบและสภาพขององค์กรเองมีโครงสร้างองค์กรที่ไม่มีประสิทธิภาพและมีความซับซ้อน ใหญ่โต เทอะทะมากเกินไป องค์กรขาดการประสานงานที่ดี การติดต่อสื่อสารต้องผ่านหลายขั้นตอนและในบางครั้งเกิดความขัดแย้งระหว่างแผนงานกันเอง รวมทั้งการมีพนักงานจำนวนมากเกินไปที่ไม่จำเป็นกับปริมาณกิจกรรมงาน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นผลพวงร่วมกันและสะสมความเสียหายต่อเนื่องจนทำองค์กรเสื่อมถอยได้ในที่สุดทั้งสิ้น

เหตุผลประการสุดท้ายของการที่องค์กรเข้าสู่สภาพการถดถอยนั้นก็คือ สภาพของสิ่งแวดล้อมเองที่ไม่สามารถเกื้อกูลหรือเอื้ออำนวยสนับสนุนส่งเสริมทรัพยากรหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่องค์กรต้องการและจำเป็นต่อไปอีกได้ โดยทั่วไปแล้วทรัพยากรจากสิ่งแวดล้อมประเภทนี้จะเป็นปัจจัยหลักขององค์กรซึ่งกิจการจะขาดเสียมิได้ ในกรณีเช่นนี้มักจะเป็นทรัพยากรที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติหรือโอกาสทางธุรกิจบางอย่างที่เป็นกรณีพิเศษ ดังนั้นถ้าหากองค์กรต้องขาดสิ่งเหล่านี้ชีวิตขององค์กรก็ย่อมที่จะเป็นไปไม่ได้ในการที่จะดำรงคงอยู่ตลอดไป

2.2 แนวคิดการดำเนินงานของอุตสาหกรรม

การจะศึกษาปัญหาในกระบวนการของการดำเนินงานในอุตสาหกรรมใด ๆ ใต้นั้นจำเป็นที่จะต้องทราบถึงวิธีการและแนวความคิดในการดำเนินงานในอุตสาหกรรมในแต่ละด้าน ดังนี้

2.2.1 แนวคิดทางด้านการผลิต

สุปัญญา ไชยชาญ (2543 : 3) ได้กล่าวถึงแนวคิดทางด้านการผลิตไว้ว่าเกี่ยวข้องกับขั้นตอนหลัก ๆ 3 ขั้นตอน คือ

2.2.1.1 การวางแผนการผลิต หมายถึง การกำหนดแนวทางการดำเนินการผลิต เช่น การพิจารณาตัดสินใจว่าจะเลือกผลิตสินค้าหรือบริการชนิดใด จำนวนเท่าใด และจะใช้ระบบการปฏิบัติการแบบใด

2.2.1.2 การปฏิบัติการผลิต หมายถึง การลงมือปฏิบัติงานทางด้านการผลิตเพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ล่วงหน้า

2.2.1.3 การควบคุมการผลิต หมายถึง การตรวจสอบและติดตามผลการผลิตเพื่อให้มั่นใจว่าผลงานมีความก้าวหน้าและประสบผลสำเร็จทุกประการ

2.2.1.1 การวางแผนการผลิต

พิชิต สุขเจริญพงษ์ (2538 : 25-26) กล่าวว่า การวางแผนการใช้ระบบการผลิตเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนเพื่อให้ระบบการผลิตและแปลงสภาพที่มีอยู่ เพื่อผลิตสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยกิจกรรมนั้นประกอบด้วย การพยากรณ์การผลิต การวางแผนการผลิตรวม การจัดลำดับการผลิต การควบคุมการผลิต การวางแผนและจัดลำดับโครงการ และการวางแผนกำลังคน ดังนี้

1) การพยากรณ์การผลิต (Product Forecasting) การพยากรณ์การผลิตจัดว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการผลิตและปฏิบัติการ ด้วยพยากรณ์ที่ถูกต้องผู้บริหารจะสามารถวางแผนการผลิตและปฏิบัติการได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพยากรณ์การผลิตเป็นการคาดหมายถึงความต้องการสินค้าและบริการในอนาคตโดยอาศัยข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา

2) การวางแผนการผลิตรวม (Aggregate Planning) เป็นการวางแผนการผลิตในช่วงเวลาที่ต้องการ ซึ่งอาจเป็น 3 เดือน หรือ 6 เดือน การวางแผนการผลิตรวมจะเป็นการศึกษาและกำหนดอย่างคร่าว ๆ ถึงกลยุทธ์ที่ใช้ในการผลิตสำหรับช่วงที่จะวางแผน โดยพิจารณาถึงความต้องการกำลังคนและเครื่องจักร ตลอดจนสินค้าคงเหลือ แล้วกำหนดว่าจะใช้กลยุทธ์ในการผลิตอย่างไร เช่น อาจผลิตสินค้าเท่ากับความต้องการในแต่ละเดือนโดยไม่เก็บสินค้าคงเหลือ หรือผลิตสินค้าเท่า ๆ กันทุกเดือน ถ้าเดือนใดความต้องการ ไม่มากพอก็เก็บสินค้าที่เหลือไว้เพื่อจำหน่ายในเดือนถัดไป เป็นต้น

3) การจัดลำดับการผลิต (Job Scheduling) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการผลิตตามงาน (job-shop production) เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญเพราะประสิทธิภาพของระบบการผลิตมีผลจากลำดับการผลิตมาก การจัดลำดับการผลิตคือ การจัดลำดับความสำคัญของงานหรือสินค้าที่อยู่ระหว่างการผลิตเพื่อเข้ารับการผลิตในเครื่องจักร งานที่ให้ความสำคัญมากกว่าก็จะได้รับการจัดให้ทำก่อน

4) การควบคุมการผลิต (Production Control) เมื่อถึงขั้นตอนการผลิตสินค้าและบริการ สิ่งที่ทำเป็นประจำหนึ่งคือ การควบคุมการผลิต และการแปลงสภาพเพื่อให้ได้สินค้าและบริการในปริมาณและคุณภาพที่ต้องการ และทันเวลาที่กำหนด

5) การวางแผนและจัดลำดับโครงการ (Project Planning and Scheduling) เมื่อองค์กรมีโครงการที่จะต้องจัดทำ การวางแผนและจัดลำดับโครงการก็จะเป็นกิจกรรมหลักที่ผู้บริหารต้องทำ งานการวางแผนและจัดลำดับโครงการ ประกอบด้วย

- (1) การกำหนดกิจกรรมที่ต้องทำในโครงการ
- (2) การกำหนดลำดับก่อนหลังของการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการ
- (3) การประมาณการเวลาของกิจกรรมที่ต้องทำ
- (4) การคำนวณหาเวลาแล้วเสร็จของโครงการ

6) การวางแผนกำลังคน (Personnel Planning) เนื่องจากงานส่วนใหญ่ในองค์กรต้องทำโดยคน การวางแผนกำลังคนจึงเป็นกิจกรรมหลักอย่างหนึ่ง การวางแผนกำลังคนประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ คือ การจัดทำรายละเอียดงาน การคัดเลือกและว่าจ้างคนงาน การจัดปฐมนิเทศคนงานใหม่ การประเมินผลการทำงานของคนงาน การกำหนดระดับเงินเดือนและผลตอบแทนในการทำงาน

2.2.1.2 การปฏิบัติการผลิต

ปรื่อง กิจรัตน์กร (2543 : 14) ได้จำแนกการปฏิบัติทางด้านการผลิต ว่าประกอบด้วยโครงสร้างย่อยๆ คล้ายลูกโซ่ในแต่ละส่วนของโครงสร้างย่อยจะมีความเกี่ยวพันและเชื่อมโยงต่อกันดังนี้

1) กระบวนการก่อนผลิต ทำหน้าที่เตรียมการก่อนปฏิบัติการ ซึ่งวัตถุดิบยังอยู่ในสภาพเดิมและยังไม่ได้เปลี่ยนแปลงรูปร่างไปจากเดิม โดยประกอบด้วยกิจกรรมย่อยๆ คือ การรับสั่งของ การเอาของออก และอื่นๆ (ถ้ามี)

2) กระบวนการผลิต เป็นกระบวนการที่วัตถุดิบกำลังเปลี่ยนแปลงรูปร่างไปจากเดิม ทั้งนี้ขั้นตอนกระบวนการผลิตประกอบด้วย การขึ้นรูปทรง การแบ่งแยก การตัดชิ้นส่วน การประกอบเข้า และอื่นๆ (ถ้ามี)

3) กระบวนการหลังการผลิต เป็นกิจกรรมขั้นตอนที่เกิดขึ้นภายหลังกระบวนการผลิตและกลายเป็นผลผลิตสินค้าออกมาแล้ว แต่ยังคงมีกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวข้องอยู่ ได้แก่ การติดตั้ง การบำรุงรักษา การซ่อมแซม การดัดแปลง

2.2.1.3 การควบคุมการผลิต

เพื่อให้การจัดการด้านการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพและใช้ต้นทุนประหยัดที่สุด จึงจำเป็นต้องมีการควบคุมการผลิตที่มีประสิทธิภาพ หลักการควบคุมการผลิตอาจจำแนกได้เป็น 2 ด้าน คือ การควบคุมด้านปริมาณ ซึ่งหมายรวมถึงการควบคุมเรื่องเวลาที่ใช้ในการผลิต และการควบคุมด้านคุณภาพ ดังนี้ (พรพนนุช ชัยปิ่นชนะ. 2541 : 33-34)

1) การควบคุมด้านปริมาณ (Quantity Control) จะมุ่งเน้นให้กระบวนการผลิตได้ผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่กำหนด โดยใช้เวลาในการผลิตอย่างเหมาะสม ในการควบคุมด้านปริมาณและเวลามีเทคนิคที่นิยมใช้ คือ แผนภูมิแกนต์ (Gantt Chart) เทคนิค CPM (Critical Path Method) เทคนิค PERT (Project Evaluation and Review Method)

2) การควบคุมด้านคุณภาพ (Quality Control) โดยปกติคุณภาพของสินค้าหรือสิ่งของที่ผลิตอาจไม่คงที่เสมอ เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของพนักงาน เครื่องจักร หรือสภาพแวดล้อมอื่นๆ ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องควบคุมไม่ให้มีการเปลี่ยนแปลงเกินกว่าระดับที่ยอมรับได้ การควบคุมคุณภาพโดยทั่วไปจะทำการตรวจสอบลักษณะที่สำคัญ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

(1) การตรวจสอบเชิงคุณภาพ (Attribute Inspection) เป็นการตรวจสอบเพื่อต้องการทราบว่าของนั้นใช้งานได้หรือไม่ เป็นของดีหรือไม่

(2) การตรวจสอบความผันแปร (Variable Inspection) เป็นการตรวจสอบระหว่างของแต่ละชิ้นในปริมาณที่วัดได้เป็นค่าต่อเนื่อง เช่น น้ำหนัก ความยาว ความเข้มข้น เป็นต้น

การควบคุมด้านคุณภาพ สามารถแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) การควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและชิ้นส่วนที่ซื้อมาจากภายนอก
- 2) การควบคุมคุณภาพระหว่างการผลิต โดยการสุ่มหรือตรวจทุกชิ้น
- 3) การควบคุมคุณภาพสินค้าสำเร็จรูปก่อนขายให้ลูกค้าโดยการสุ่มหรือตรวจทุกชิ้น

นอกจากนี้ ยังมีเทคนิคการควบคุมคุณภาพการผลิตที่นิยมใช้ในปัจจุบัน เรียกว่า “ความเสียหายเป็นศูนย์ หรือ Zero Defect” เทคนิคนี้ยึดหลักการขจัดความผิดพลาดทุกทาง โดยกระตุ้นให้พนักงานเข้าใจและทราบถึงสาเหตุของความผิดพลาด เพื่อหาแนวทางแก้ไขสาเหตุเหล่านั้นร่วมกับผู้บริหาร

2.2.1.4 การควบคุมสินค้าคงคลัง (Inventory Control)

พิจิต สุขเจริญพงศ์ (2538 : 57-58) ได้กล่าวถึง สินค้าคงคลัง (Inventory) ว่าหมายถึง สินค้าหรือวัสดุที่เก็บไว้เพื่อการใช้งานหรือจำหน่ายในอนาคต องค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กร การผลิตหรือการให้บริการอาจเก็บสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมากมายหรือหลายชนิด ขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจการที่องค์กรนั้นทำอยู่ แต่โดยทั่วไปสินค้าคงคลังที่เก็บไว้ในองค์กรหรือหน่วยงานใดๆ อาจจำแนกเป็นประเภทใดประเภทหนึ่งใน 4 ประเภทต่อไปนี้ คือ วัตถุดิบและชิ้นส่วน เพื่อการผลิต สินค้าคงคลังในระหว่างกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป หรือ ชิ้นส่วนของเครื่องจักรเครื่องมือต่างๆ

การเก็บสินค้าคงคลังขององค์กรต่างๆ มีสาเหตุและเหตุผลของการเก็บแตกต่างกันไป และเหตุผลทั่วไปที่ทำให้ต้องทำการเก็บสินค้าคงคลัง ได้แก่

1) เพื่อให้มีจำหน่ายเมื่อลูกค้าต้องการ ลูกค้าที่ต้องการสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อาจสั่งซื้อสินค้าเมื่อใดก็ได้ โดยที่ไม่อาจคาดหมายได้ การเก็บสินค้าคงคลังจะช่วยประกันว่าจะไม่เสียโอกาสในการทำกำไรจากการจำหน่ายสินค้าเมื่อลูกค้าต้องการ

2) เพื่อปรับเรียบการผลิต (Production Smoothing) สำหรับกรณีที่มีความต้องการมีลักษณะเป็น ไปตามฤดูกาล และกรณีที่วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีปริมาณมากน้อยตามฤดูกาล

3) เพื่อประโยชน์ในการสั่งซื้อวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนในคราวละจำนวนมาก เนื่องจากการสั่งซื้อทีละจำนวนมากจะทำให้ได้ราคาต่อหน่วยถูกลงกว่าการสั่งซื้อทีละน้อยๆ ในทำนองเดียวกันกับการผลิตทีละมากๆ จะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำ ดังนั้น เมื่อเกิดการสั่งซื้อวัตถุดิบหรือผลิตทีละมากๆ ก็จำเป็นต้องมีการเก็บสินค้าคงคลังในรูปของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

4) เพื่อแก้ปัญหากรณีที่วัตถุดิบอาจเน่าเสียได้ ในอุตสาหกรรมการผลิตที่ใช้วัตถุดิบจากพืชผลการเกษตร วัตถุดิบเหล่านี้จะเกิดการเน่าเสียได้ถ้าปล่อยทิ้งไว้นานเกินไป ดังนั้นการผลิตจะต้องแปรสภาพสินค้าเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปให้หมดในเวลาอันสั้น และเก็บผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปในลักษณะของสินค้าคงเหลือเพื่อให้จำหน่ายต่อไป

5) เพื่อป้องกันการขาดแคลน โดยเฉพาะวัตถุดิบและชิ้นส่วนเครื่องจักรที่จำเป็นต้องใช้ในการซ่อมบำรุง ถ้าเกิดการขาดแคลนจะทำให้เกิดผลเสียหายต่อกระบวนการผลิตจากการต้องหยุดการผลิต จึงจำเป็นต้องเก็บสินค้าคงเหลือในรูปวัตถุดิบและชิ้นส่วนเครื่องจักรเครื่องมือต่างๆ

6) เพื่อแยกกระบวนการผลิตให้เป็นอิสระจากกัน การเก็บสินค้าคงคลังในรูปผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จระหว่างการผลิต จะช่วยให้การดำเนินงานของแต่ละส่วนในกระบวนการผลิตแยกออกจากกันอย่างอิสระ เมื่อเกิดการปัญหาขัดข้องในกระบวนการหนึ่งจะไม่ทำให้กระบวนการถัดไปเกิดปัญหา เพราะสามารถใช้ผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปที่เก็บไว้เพื่อผลิตต่อไปได้ ทำนองเดียวกันกับกระบวนการก่อนหน้าก็ไม่ต้องหยุดการผลิตเพราะสามารถผลิตและเก็บไว้เป็นสินค้าคงเหลือได้

นอกจากนี้ การควบคุมสินค้าคงคลังมีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ คือ เพื่อให้ต้นทุนจากการเก็บสินค้าคงคลังมีค่าต่ำสุด และเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุดจากการได้รับผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่ต้องการตามเวลาที่กำหนด โดยทั่วไปวัตถุประสงค์ 2 ข้อนี้มีลักษณะที่ขัดแย้งกัน เพราะการพยายามลดต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลังจะทำให้ระดับความพอใจของลูกค้าต่ำลง ทั้งนี้การลดต้นทุนสินค้าคงคลังโดยเก็บสินค้าคงคลังไว้น้อยก็มีโอกาสสูงที่ลูกค้าจะไม่ได้ผลิตภัณฑ์ตามที่ต้องการ ในทางตรงกันข้ามถ้าต้องการเก็บสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมากจะทำให้ต้นทุนการเก็บสินค้าสูงขึ้น ดังนั้นการเก็บสินค้าคงคลังไว้มากเกินไปจะทำให้ค่าใช้จ่ายสูง แต่ถ้าเก็บสินค้าคงคลังไว้น้อยเกินไปก็จะทำให้ลูกค้าขาดความนิยม เนื่องจากสินค้าขาดแคลนบ่อย และยังส่งผลต่อกระบวนการผลิตซึ่งอาจต้องรอคอยและเกิดความสูญเสียต้นทุน เนื่องจากขาดวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนเครื่องจักร

ปัญหาการตัดสินใจของผู้บริหารระบบสินค้าคงคลัง จึงเป็นการถ่วงดุลวัตถุประสงค์ทั้งสอง โดยหลีกเลี่ยงการเก็บสินค้าคงคลังมากเกินไปหรือน้อยเกินไป ปัญหาการตัดสินใจในเรื่องการควบคุมสินค้าคงคลังจึงมีอยู่ 2 ประการ คือ

- 1) จำนวนที่สั่งซื้อหรือผลิตในแต่ละครั้งว่าควรมีปริมาณเท่าใดจึงจะเหมาะสม
- 2) เวลาที่เหมาะสมในการสั่งซื้อหรือส่งผลิตนอกจากการควบคุมสินค้าคงคลัง จะช่วยให้สินค้ามีปริมาณที่เหมาะสมไม่มากหรือน้อยเกินไป

ดังนั้น การควบคุมสินค้าคงคลังจึงมีวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1) วัตถุประสงค์ทางการเงิน เพื่อไม่ให้เกิดเงินทุนจมในวัสดุ กรณีที่มีการจัดเก็บสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมากเกินความต้องการจะทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษา
- 2) วัตถุประสงค์ด้านการผลิตและการขาย เพื่อให้มีวัสดุเพียงพอต่อการผลิตและมีสินค้าไว้พร้อมที่จะสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทีและต่อเนื่อง
- 3) วัตถุประสงค์ด้านการเก็บรักษา เพื่อให้มีวัสดุอยู่ในสภาพพร้อมจะใช้ในการผลิตหรือขายตลอดเวลา โดยมุ่งให้เกิดการหมุนเวียนที่เหมาะสมเนื่องจากวัสดุทุกชนิดมีการเสื่อมสภาพตามเวลา

2.2.2 แนวคิดทางการเงิน

2.2.2.1 หน้าที่ของผู้บริหารทางการเงิน

แนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับบุคคลผู้มีหน้าที่ในการตัดสินใจของผู้บริหารการเงิน ซึ่งมีหน้าที่ต้องปฏิบัติ 3 ประการ คือ (ธงชัย สันติวงษ์ และชัยยศ สันติวงษ์, 2536 : 31)

1. การคาดการณ์ถึงความต้องการของเงินทุน (Anticipating Financial Needs) หมายถึง การพยากรณ์และจัดบันทึกเหตุการณ์ต่างๆ ทางการเงินที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับธุรกิจนั้นใน

อนาคต ทั้งนี้โดยวิธีการเน้นให้เห็นถึงกระแสเงินสดที่เข้ามาและกระแสเงินสดที่ออกไปจากธุรกิจนั้น

2. การจัดหาเงินทุน (Acquiring Financial Resource) หมายถึง การจัดหาเงินทุนมาเพื่อใช้ในการดำเนินกิจการนั้น เป็นเรื่องของการบอกให้รู้ว่ากิจการจะหาเงินมาใช้จ่ายตามที่ต้องการได้เมื่อไร หาได้จากแหล่งใด และด้วยวิธีการอย่างไร ทั้งนี้รวมถึงเรื่องที่จะต้องค้นหาผู้มีเงินทุน วิธีที่จะหาให้ได้ตรงตามเวลาที่กำหนด และรวมถึงการสร้าง ความมั่นใจให้กับผู้มีเงินทุนที่จะยอมให้กู้ยืมครั้งนี้ก็โดยการหาข้อเท็จจริงและให้ตัวเลขประกอบสนับสนุนคำขอที่สมจริงที่สุด

3. การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ (Allocating in Business) หมายถึง การจัดสรรเงินทุนไปในสินทรัพย์อย่างไรที่จะก่อให้เกิดความเหมาะสมที่สุด นั่นคือต้องให้ความสำคัญระหว่างความสามารถในการทำกำไร (Profitability) และสภาพคล่อง (Liquidity) ของกิจการ โดยความสามารถในการทำกำไร หมายถึง ความสามารถที่จะหาให้ได้มาซึ่งรายได้ (Earning Power) ส่วนสภาพคล่องของกิจการ หมายถึง การมีสินทรัพย์ที่มีสภาพใกล้เคียงกับเงินสด

เพชร ชุมทรัพย์ (2536 : 9) กล่าวว่า การที่ผู้บริหารการเงินจะแก้ไขปัญหาทางการเงินของธุรกิจได้นั้น ผู้บริหารการเงินจำเป็นต้องเข้าใจถึงปัจจัยพื้นฐาน ดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายของธุรกิจ จุดเริ่มต้นของการประกอบธุรกิจวัตถุประสงค์แรกที่จะต้องกำหนดให้ชัดเจนก็คือ จะประกอบธุรกิจประเภทใด มีเป้าหมายการลงทุนอย่างไร และเป้าหมายในการดำเนินงานของธุรกิจที่สำคัญคือ ให้ผู้ถือหุ้นปัจจุบันได้รับผลประโยชน์มากที่สุด เมื่อกำหนดเป้าหมายแล้ว นโยบายการลงทุน นโยบายการจัดหาเงินทุน และการวางแผนทางการเงิน ต้องมุ่งไปสู่เป้าหมายที่วางไว้

2. การกำหนดนโยบายการลงทุนในสินทรัพย์ เป็นการกำหนดที่จะลงทุนในสินทรัพย์มากน้อยเพียงใดจึงจะเหมาะสม เป็นต้นว่าควรลงทุนในลูกหนี้ สินค้าคงเหลือ และสินทรัพย์ถาวร ในแต่ละรายจำนวนเท่าใดจึงจะเหมาะสมกับระดับการดำเนินงานในระดับนั้น ผู้บริหารจะต้องกำหนดนโยบายเป็นต้นว่านโยบายการให้สินเชื่อ นโยบายสินค้าคงเหลือ นโยบายการถือเงินสดขั้นต่ำ ฯลฯ

3. กำหนดนโยบายการจัดหาเงินทุน เงินทุนแต่ละรายการที่จัดหาเข้ามาจากแหล่งต่างๆ จะมีต้นทุนที่แตกต่างกันและความเสี่ยงทางการเงินที่แตกต่างกัน ผู้บริหารการเงินต้องกำหนดนโยบายในการจัดหาเงินทุนให้เหมาะสมกับภาวะการณ์ เป็นต้นว่ากำหนดอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมไม่เกิน 4 : 10 หรือร้อยละ 40 หรืออัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนไม่ต่ำกว่า 2 : 1 เป็นต้น

การตัดสินใจจัดการเงินทุนหมุนเวียนจะเกี่ยวข้องกับการกำหนดสัดส่วนเงินทุนระยะสั้นและเงินทุนระยะยาว เพื่อนำไปลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน การตัดสินใจนี้ต้องประเมินถึงสิ่งต่างๆ ได้แก่ ความยืดหยุ่น ค่าใช้จ่ายในการจัดหาเงินทุน และความเสี่ยงของเงินทุน ดังนี้

ความยืดหยุ่น แหล่งเงินทุนระยะสั้นมีความยืดหยุ่นมากกว่าแหล่งเงินทุนระยะยาว เพราะกู้ยืมได้ง่ายกว่า ภาระผูกพันระหว่างผู้กู้และผู้ให้กู้เป็นไปในระยะสั้น นอกจากนี้เงินกู้ระยะสั้นเงื่อนไขข้อผูกมัดมีน้อยกว่าทำให้ธุรกิจคล่องตัวมากกว่าเหมาะแก่ธุรกิจที่ต้องการเงินทุนหมุนเวียนในระยะเวลาสั้นๆ ถ้าใช้เงินกู้ระยะยาวจะมีเงินสดเหลือเกินความจำเป็นในช่วงที่ขายสินค้าได้

ค่าใช้จ่าย หนี้ระยะยาวมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าหนี้ระยะสั้น เพราะอัตราดอกเบี้ยของหนี้ระยะยาวสูงกว่าของหนี้ระยะสั้น ทำให้ค่าใช้จ่ายในการจัดหาเงินทุนระยะยาวสูงกว่า หากธุรกิจมีเงินสดเหลือเกินความจำเป็นแล้วต้องการใช้หนี้คืนก่อนครบกำหนดก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเป็นค่าปรับ

ความเสี่ยง แม้หนี้ระยะสั้นจะยืดหยุ่นและมีค่าใช้จ่ายถูกกว่า แต่ธุรกิจที่มีหนี้ระยะสั้นมากย่อมมีความเสี่ยงมากกว่า ถ้ามองความเสี่ยงใน 2 กรณี ต่อไปนี้ คือ การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยของเงินกู้ระยะสั้นจะเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตลอดเวลาที่ย่อมมีความเสี่ยงสูงกว่า ขณะที่ดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวจะคงที่จึงเสี่ยงดอกเบี้ยที่สูงขึ้นในอนาคตได้ กรณีต่อมาคือ การไถ่ถอนหนี้คืนเมื่อครบกำหนดหากไม่มีเงินพอก็ต้องเลือกวิธีหาเงินมาชำระหนี้ หรือ Refinancing ถ้าเป็นช่วงภาวะเงินตึง การกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้ก็จะทำได้ลำบาก อาจนำไปสู่การล้มละลายได้จึงทำให้การใช้เงินทุนระยะสั้นจำนวนมากมีความเสี่ยงมากกว่า

4. การวางแผนทางการเงิน เพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจบรรลุเป้าหมายและสอดคล้องกับนโยบายขององค์กร จำเป็นต้องมีการวางแผนทางการเงินพร้อมทั้งติดตามผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้หรือไม่ รวมทั้งวิเคราะห์สาเหตุแห่งความแตกต่างดังกล่าวเพื่อนำไปปรับแผนการปฏิบัติงานในโอกาสต่อไป เครื่องมือทางการเงินที่ใช้ในการวางแผนและติดตามผลได้แก่ งบแสดงการเคลื่อนไหวของเงินทุน (Fund Flow) งบแสดงการเคลื่อนไหวของเงินสด (Cash Flow) งบประมาณเงินสด (Cash Budget) อัตราส่วนทางการเงิน (Ratios) อัตราส่วนตามแนวคิด (Common Size) และแนวโน้ม (Trend)

แผนทางการเงิน แบ่งได้ 2 ลักษณะคือ แผนการเงินระยะยาวและแผนการเงินระยะสั้น แผนทางการเงินระยะยาวเป็นเรื่องเกี่ยวกับการลงทุนในงบลงทุน และการจัดหาเงินทุนระยะยาว ส่วนแผนทางการเงินระยะสั้นจะเกี่ยวข้องกับการลงทุนและการจัดหาเงินทุนระยะสั้นเป็นหลัก นอกจากนี้แผนระยะสั้นเป็นผลสะท้อนมาจากแผนทางการเงินระยะยาว หัวใจของการบริหารการเงินนั้นอยู่ที่การวางแผนและควบคุมวงจรการหมุนของเงินว่าผู้บริหารการเงินจะวางแผนและควบคุมวงจรการหมุนเงินอย่างไร

สรุปได้ว่า หน้าที่ของผู้บริหารการเงิน คือ การคาดการณ์ถึงความต้องการของเงินทุน การจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนต่างๆ ให้สอดคล้องกับการลงทุนโดยเสียต้นทุนต่ำที่สุด และการจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจบรรลุเป้าหมายและสอดคล้องกับนโยบายขององค์กร ปัญหาที่ผู้บริหารการเงินต้องเผชิญ คือ จะ

บริหารอย่างไรจึงจะให้ความสามารถในการหากำไร ความเสี่ยงจากการลงทุนและความเสี่ยงทางการเงินนี้ได้ดูแล หากธุรกิจสามารถลดความเสี่ยงโดยที่ความสามารถในการหากำไรยังอยู่ระดับเดิมแล้วมูลค่าของธุรกิจก็จะสูงขึ้น ทั้งนี้ต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ เป้าหมายของธุรกิจ การกำหนดนโยบายการลงทุนในสินทรัพย์ การกำหนดนโยบายการจัดหาเงินทุน และการวางแผนทางการเงิน มาช่วยวิเคราะห์ทางการเงินเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจ และทบทวนปรับปรุงแผนงานการบริหารดำเนินการต่อไป

2.2.2.2 การควบคุมเงินสด

กึ่งกนก พิทยานุคุณ (2537 : 42-47) ให้ความหมายของ เงินสด ว่าหมายถึง ธนบัตร เหรียญ เอกสารที่ใช้แทนเงิน เช่น เช็ค ตั๋วแลกเงิน หมายดี เงินฝากธนาคาร เอกสารหรือสิ่งมีค่าที่มีลักษณะเช่นเดียวกับตัวเงิน เงินสดไม่ได้รวมถึงรายการที่อาจเข้าใจผิดว่าเป็นเงิน อาทิเช่น แสตมป์ เอกสารแสดงการเป็นหนี้ตัวเงินรับ ตามปกตินั้น แบ่งเงินสดได้เป็น 2 ประเภท คือ เงินในมือ กับเงินฝากธนาคาร แต่ในการจัดทำรายงานการเงิน เงินทั้งสองรายการนี้จะถูกรวมยอดเข้าด้วยกันเรียกว่า เงินสด

สินทรัพย์หมุนเวียนที่สำคัญและเป็นสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องมากที่สุด คือ เงินสด ซึ่งมีความหมายรวมไปถึงเงินฝากธนาคารด้วย ปกติแล้วผู้บริหารการเงินที่มีความสามารถจะไม่ได้ถือเงินสดในกิจการไว้มากเกินไป แม้ว่าการมีเงินสดมากจะแสดงถึงสภาพคล่องที่สูงก็ตาม แต่การถือเงินสดไว้มากเกินไปจะทำให้เกิดต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) ซึ่งหมายถึง ผลตอบแทนที่กิจการควรได้รับถ้านำเงินสดที่เกินความต้องการไปลงทุนระยะสั้นอื่นๆ โดยส่วนใหญ่จะนำไปลงทุนในหลักทรัพย์ที่เปลี่ยนมือง่าย เนื่องจากสามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ในเวลาอันรวดเร็ว และไม่เสี่ยงต่อการขาดทุนมากด้วย อย่างไรก็ตามการซื้อหลักทรัพย์ที่เปลี่ยนมือง่ายนี้จะกระทำเฉพาะในกรณีที่ธุรกิจมีเงินสดเกินความต้องการในระยะเวลาสั้นๆ เท่านั้น ถ้าหากว่ากิจการคิดว่าจะไม่มีโครงการอะไรที่ใช้เงินสดที่เกินอยู่ในระยะเวลาอันใกล้ แต่ถ้ากิจการมีเงินสดเกินความต้องการเป็นการถาวรก็ควรจะใช้เงินสดที่เกินอยู่นั้นในระยะยาวหรือจ่ายเงินปันผลเพิ่มหรือชำระหนี้ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ถือหุ้นมากกว่า

รายการค้าของกิจการ ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับเงินสด และเงินสดเป็นสิ่งล่อตาล่อใจคนให้หิบนอยได้ง่าย เพราะเงินสดสามารถนำไปจับจ่ายใช้สอยแลกเปลี่ยนเป็นของอื่นได้ง่าย ผู้บริหารจึงต้องมีการควบคุมเงินสดและบัญชีเงินสดอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการควบคุมเงินสด คือ

1. บัญชีที่รายการที่เป็นเงินสดจะต้องแสดงข้อมูลที่ถูกต้อง ตรงกับความเป็นจริง เพื่อที่ฝ่ายบริหารจะได้ทราบข้อมูลเกี่ยวข้องกับเงินสดที่ถูกต้อง
2. เพื่อให้แน่ใจว่ามีเงินสดอยู่พอเพียงที่จะชำระค่าใช้จ่ายเมื่อถึงกำหนด

3. จะได้ไม่ต้องเก็บรักษาเงินไว้มากเกินความจำเป็นที่ต้องใช้ จะได้นำเงินส่วนที่เหลือไปใช้ลงทุนหาผลประโยชน์เพิ่มเติม

4. ป้องกันไม่ให้เงินสดสูญหายเพราะการขโมยหรือการทุจริต

วิธีการสำหรับการบริหารเงินสดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผู้บริหารการเงินต้องเข้าใจวิธีการที่ใช้พิจารณาสำหรับการบริหารเงินสด ซึ่งมี 2 วิธีด้วยกัน ดังนี้

1) การบริหารเงินสดรับให้สอดคล้องกับการจ่ายเงินสด

วิธีการหนึ่งที่ช่วยให้กิจการมีเงินสดรับเพียงพอกับค่าใช้จ่ายประจำตลอดเวลาก็คือการพยายามทำให้เงินสดรับและจ่ายสอดคล้องกัน เครื่องมือที่ช่วยได้คือ งบประมาณเงินสด (Cash Budget) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการวางแผนและการบริหารเงินสด การจัดทำงบประมาณเงินสดจะเริ่มตั้งแต่การประมาณการเกี่ยวกับรายรับและรายจ่ายเงินสดของกิจการในช่วงเวลาต่างๆ ในอนาคต อาจจัดทำงบประมาณเงินสดรายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน รายไตรมาส หรือรายปีแล้วแต่ความต้องการของผู้บริหาร ส่วนมากมักทำเป็นงบประมาณเงินสดรายเดือนเป็นระยะเวลาตลอดปีงบประมาณเงินสดเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการวางแผนทางการเงิน ด้วยเหตุดังต่อไปนี้

1. ทำให้ผู้บริหารการเงินทราบว่าเงินสดรับและจ่าย ในแต่ละเดือนมีมากน้อยเพียงใด ธุรกิจจะมีเงินสดเกินมือหรือขาดมือในเดือนใดบ้าง จำนวนเท่าใด

2. งบประมาณเงินสดแสดงถึง ระยะเวลาที่กิจการจะมีเงินสดเกินมือหรือขาดมือ ว่าเป็นระยะสั้นหรือระยะยาวเพียงใด เพื่อนำไปพิจารณาว่ากิจการควรจะนำเงินส่วนที่เกินไปลงทุนหรือกู้ยืมเงินส่วนขาดในระยะเวลาสั้นเพียงใด

3. สำหรับกิจการที่มีงบประมาณเงินสด ที่แสดงถึงจำนวนเงินสดขาดมือตลอดงวดงบประมาณ และยังมีท่าทางที่จะขาดมือเช่นนี้คือไปในช่วงปีงบประมาณหน้า อาจจะชี้ให้เห็นว่ากิจการขาดเงินทุนหมุนเวียนเป็นการถาวร ควรหาเงินทุนเพิ่มเติมจากแหล่งระยะยาวอื่นบ้าง

การจัดทำงบประมาณเงินสดก็เช่นเดียวกับการทำงบประมาณอื่น ที่มีได้ทำครั้งเดียวจากข้อมูลของฝ่ายต่างๆ แล้วนำมาใช้เป็นงบประมาณประจำปีได้เลย ผู้รับผิดชอบจัดการเงินสดต้องหาวิธีปรับปรุงรายรับเงินสด และรายจ่ายเงินสดให้สอดคล้องกัน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดผลดีแก่กิจการมากที่สุด

2) การบริหารวงจรกระแสเงินสด (Cash Cycle) ให้มีประสิทธิภาพ

หลักใหญ่ในการบริหารเงินสดคือ การที่กิจการจะต้องถือเงินสดไว้ในจำนวนที่พอเพียงเพื่อรักษาสภาพคล่อง (Minimum Operating Cash) และไม่มากเกินไปที่จะทำให้เกิดการเสียประโยชน์ในการลงทุนด้านอื่นๆ นั่นคือ การจัดวงจรกระแสเงินสดให้มีการหมุนเวียนคล่องตัว ไม่ติดขัดหรือหยุดชะงักในช่วงใดช่วงหนึ่ง กล่าวคือ การบริหารวงจรเงินสดของกิจการให้มีประสิทธิภาพต้องพยายามเร่งเงินสดรับชะลอเงินสดจ่าย นั่นคือ การบริหารวงจรเงินสดที่ดีจะมีผลให้กระแสเงินสดรับมีเพียงพอกับการจ่ายกระแสเงินสดตลอดเวลา และมีวิธีการที่นิยมใช้ 3 วิธี คือ

1. ชะลอการจ่ายกระแสเงินสดโดยการยืดเวลาชำระหนี้ (Stretching Accounts Payable)
2. เพิ่มอัตราหมุนเวียนของสินค้าคงคลัง (Increasing Inventory Turnover)
3. เร่งกระแสเงินสดรับ โดยเก็บเงินจากลูกหนี้ให้เร็วขึ้น (Speeding The Collection of Accounts Receivable)

วงจรกระแสเงินสด (Cash Cycle) หมายถึง ระยะเวลาการหมุนเวียนของเงินสดตั้งแต่การรับเงินสดจากระยะเวลาการลงทุนในสินค้าคงคลัง รวมกับระยะเวลาเฉลี่ยสำหรับการลงทุนในลูกหนี้หักด้วยระยะเวลาที่ต้องจ่ายเงินสด คือ ระยะเวลาเฉลี่ยที่ต้องชำระหนี้เจ้าหนี้การค้า ผลลัพธ์คือระยะเวลาในการหมุนเวียนของเงินสดของกิจการจากระยะเวลาที่จ่ายเงินสดไปจนกว่าจะได้รับเงินสดรับเป็นการบอกให้ทราบถึงจำนวนวันที่กิจการต้องรอเพื่อจะได้รับเงินสดที่จ่ายลงทุนไปหมุนเวียนกลับมา ซึ่งก็คือ จำนวนเงินสดที่กิจการต้องการเพื่อลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนที่สำคัญคือลูกหนี้และสินค้าอันเป็นส่วนสำคัญของเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ ดังนั้น ถ้ากิจการมีวงจรกระแสเงินสดสั้นก็แสดงว่าการหมุนเวียนของเงินสดเร็วกว่า สามารถบริหารสินทรัพย์หมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพสูงกว่า และจำนวนเงินสดที่ต้องการใช้ลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนต่ำกว่ากิจการที่มีวงจรกระแสเงินสดยาว

นอกจากจะพิจารณาด้วยวิธีดังกล่าวแล้วผู้บริหารควรพิจารณาปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้ประกอบด้วย ได้แก่

- 1) ปัจจัยภายนอกกิจการที่สำคัญ คือ
 - (1) ประเภทของอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมบางประเภทมีระยะเวลาในการผลิตและขายค่อนข้างช้า ทำให้ต้องการเงินสดในมือเพื่อการใช้จ่ายในจำนวนสูง
 - (2) สภาพตลาดการเงิน ถ้าอยู่ในสภาพขบเซา กิจการควรเตรียมเงินสดในมือให้มาก เพราะการหาเงินสดจากแหล่งภายนอกในระยะเวลาที่ตลาดการเงินขบเซาค่อนข้างยาก และมีต้นทุนสูง
- 2) ปัจจัยภายในกิจการ ประกอบด้วย
 - (1) ลักษณะของกิจการ เช่น ถ้ากิจการค้าส่งย่อมต้องการเงินสดในมือจำนวนมากกว่ากิจการค้าปลีก
 - (2) ขนาดของรายได้ ถ้ากิจการมีรายได้สูง และการค้าขายส่วนใหญ่เป็นการขายเชื่อ ก็ย่อมต้องการเงินสดในมือในจำนวนที่สูงกว่ากิจการที่ขนาดรายได้ต่ำกว่า
 - (3) ฐานะทางการเงิน กิจการที่มีฐานะทางการเงินดีจะสามารถหาแหล่งเงินทุนได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว ด้วยต้นทุนที่เหมาะสม ลักษณะลูกหนี้เมื่อเปรียบเทียบกับเจ้าหนี้ถึงแม้กิจการจะมีการขายเชื่อจำนวนมาก ถ้าลูกหนี้ชำระเงินตามกำหนดชำระโดยตลอดและสามารถบริหารให้

ถูกหนี้ชำระเงินภายในกำหนดและก่อนการจ่ายชำระเจ้าหนี้ ที่สำคัญคือเจ้าหนี้การค้ากิจการนั้นไม่ต้องถือเงินสดในมือไว้จำนวนมาก

(4) ลักษณะของสินค้า สินค้ามีขนาดใหญ่ ราคาแพง กิจการต้องการเงินสดในมือเพื่อการบริหารจำนวนมาก

2.2.2.3 การควบคุมเงินสดรับ

นับตั้งแต่วันที่รับเงินสดเข้ามาเก็บรักษาไว้จนกระทั่งเงินจำนวนนั้นถูกนำฝากธนาคาร ต้องกำหนดให้มีผู้รับผิดชอบรักษาเงินจำนวนนั้นให้ปลอดภัย เงินสดเป็นสินทรัพย์อย่างหนึ่งของกิจการทำนองเดียวกับสินค้าคงเหลือ หากแต่มีโอกาสการสูญหายหรือถูกขโมยมีมากกว่า ทั้งนี้ดังกล่าวแล้วว่าเงินสดสามารถนำไปแลกเปลี่ยนเป็นสินทรัพย์อื่นได้ง่าย และอีกประการหนึ่ง หากใครหยิบฉวยไปแล้วก็จะมีสภาพเหมือนกับเงินสดในมือของทุกคน พิสูจน์ไม่ได้ว่าเป็นเงินสดของกิจการเพราะมีลักษณะเหมือนกันและกิจการก็ไม่ได้จดบันทึกหมายเลขบนธนบัตรไว้

แต่ละกิจการจะมีวิธีควบคุมเงินสดรับแตกต่างกันไป หลักเกณฑ์การควบคุมเงินสดรับที่ไว้ไว้ต่อไปนี้ไปปรับใช้ได้แตกต่างกันสำหรับแต่ละกิจการ

1) จัดให้มีการบันทึกวันที่ที่ได้รับเงินสด ระบุวันเวลา จำนวนเงิน ชื่อผู้รับเงิน ได้รับจากใคร ชำระค่าอะไร การทุจริตเกี่ยวกับเงินสดรับส่วนมากจะเกิดขึ้นก่อนที่จะได้มีการบันทึกรับเงิน เพราะตราใบที่ได้อิงบันทึกการรับเงินแล้วหากมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นก็สามารถติดตามได้ง่ายขึ้น

2) เงินสดรับทั้งหมดจะต้องฝากธนาคารทันทีในวันถัดมาจากการรับ หรือหากตกลงกับธนาคารได้ก็ให้นำฝากในเย็นวันนั้นเลย การจ่ายเงินไม่ควรจ่ายจากเงินสดส่วนที่รับเข้ามาแต่ควรจ่ายด้วยเช็คหรือจ่ายจากเงินสดย่อย สำหรับร้านค้าเล็กๆ ซึ่งบางครั้งจำเป็นต้องมีการรับคืนสินค้าและมอบเงินสดที่รับไว้คืนไป ให้จัดทำตัวแสดงการคืนสินค้าเก็บไว้แทนที่เงินสดที่คืนให้ไป

3) เจ้าหน้าที่ที่เป็นผู้รับเงินสด ไม่ควรทำหน้าที่จดบันทึกบัญชีเกี่ยวกับการรับเงินนั้น และทางเจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชีไม่ควรทำหน้าที่เข้าไปเกี่ยวกับตัวเงินสดที่รับเข้ามา

4) ถ้าหากเป็นไปได้ซึ่งต้องควรทำ เว้นแต่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก คือ หน้าทีการรับเงินสดควรแยกออกต่างหากจากเจ้าหน้าที่การจ่ายเงิน

2.2.2.4 การควบคุมเงินสดย่อย

วิธีการที่ใช้ในการควบคุมเงินสดจ่ายมีดังนี้

1) การจ่ายรายการเล็กๆ น้อยๆ ให้จ่ายจากวงเงินสดย่อย นอกเหนือจากนี้แล้วให้จ่ายด้วยเช็คทั้งหมด ไม่ควรนำเงินสดรับมาจ่ายเป็นค่าใช้จ่าย

2) เช็คทุกฉบับต้องมีหมายเลขเรียงลำดับไว้ การจ่ายเช็คทุกฉบับต้องควบคุมและบันทึกบัญชีไว้ด้วย

- 3) การส่งจ่ายเงินตามเช็ค ควรมีผู้มีอำนาจลงลายมือชื่ออย่างน้อย 2 คน
- 4) ถ้าหากเป็นไปได้ให้กำหนดนโยบายไว้ว่าผู้ที่มีอำนาจอนุมัติการจ่ายเงินไม่ควรมีหน้าที่ลงลายมือชื่อในเช็คจ่ายเงิน
- 5) ก่อนที่จะลงลายมือชื่อในเช็คส่งจ่ายเงินควรมีการตรวจสอบเอกสารการแสดงหนี้ ใบทางหนี้ ใบสำคัญจ่าย หรือหลักฐานการขออนุมัติจ่ายเงินอื่นๆ ให้เรียบร้อยเสียก่อน
- 6) สำหรับผู้มีหน้าที่ถือเงินสดไว้เพื่อใช้จ่าย ก่อนจะจ่ายเงินรายใดก็ตามต้องตรวจสอบดูว่ารายการนั้นเป็นไปเพื่อประโยชน์ของกิจการ ถูกต้องตามระเบียบและจ่ายให้กับผู้ที่เป็นเจ้าหนี้ หรือผู้ที่ขายบริการให้จริงๆ
- 7) เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจ่ายเงินรายการเดียวกัน ตลอดจนใบสำคัญจ่ายควรขีดติดกันไว้เป็นปึกเดียวกัน แล้วประทับตรา “จ่ายเงินแล้ว” กำกับด้วยวันที่ที่จ่ายและเลขที่เช็คที่จ่ายให้กับเจ้าหนี้รายนี้ เก็บไว้เรียงตามลำดับวันที่ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้มีการนำเอกสารบางฉบับมาเบิกจ่ายซ้ำอีก
- 8) ผู้มีหน้าที่เซ็นต์ลายมือส่งจ่ายเงินในเช็คไม่ควรทำหน้าที่ตรวจสอบและเก็บรักษาเช็คที่ธนาคาร ได้จ่ายเงินแล้วและส่งกลับมาให้
- 9) เจ้าหน้าที่ที่ลงบัญชีเกี่ยวกับการจ่ายเงินควรเป็นผู้ที่ได้รับเอกสารแสดงการจ่ายเงินที่ธนาคารส่งมาให้ (Bank Statement) และรับเช็คที่ธนาคารจ่ายเงินแล้วกลับคืนมาแล้วมีหน้าที่จัดทำบกระทบยอดเงินฝากธนาคารนั้น (Bank Reconciliation)
- 10) เช็คที่ขีดฆ่าหรือเช็คที่ยกเลิก ไม่ควรฉีกออกจากสมุดเช็คให้คงไว้ตามเดิมและแสดงให้เห็นชัดโดยวิธีหนึ่งวิธีใดว่าเป็นเช็คที่ใช้ไม่ได้แล้ว

2.2.3 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2535 : 99-105) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ว่าหมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

ส่วนประสมทางการตลาด เรียกอีกอย่างว่า ปัจจัยภายในทางการตลาด หรือปัจจัยทางการตลาด (Internal Marketing Factor หรือ Marketing Factor) เป็นเครื่องมือที่บริษัทควบคุมได้ โดยทั่วไปส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา(Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด(Promotion) หรือที่เรียกว่า 4Ps ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.2.3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจหรือสนใจ ให้เกิดความต้องการมีกรรมสิทธิ์ การใช้ การบริโภค

ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ สถานที่ ความคิด องค์การหรือบุคคล

ผลิตภัณฑ์สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ระดับ คือ

1) ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) หมายถึง อรรถประโยชน์หรือผลประโยชน์ที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ให้แก่ผู้ซื้อ เช่น ปากกาให้เขียนได้ รถยนต์ใช้เป็นพาหนะ

2) รูปร่างผลิตภัณฑ์ (Actual Product หรือ Formal Product) หมายถึง ส่วนที่เป็นรูปร่างผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยระดับคุณภาพ คุณสมบัติหรือลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์นั้น รูปแบบ ตรายี่ห้อ และบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งเป็นลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ ทั้งนี้ตัวผลิตภัณฑ์อาจเป็นการบริการก็ได้ เช่น โรงแรม ประกอบด้วยคุณภาพเป็นโรงแรมชั้นหนึ่งหรือชั้นสอง ลักษณะการบริการโรงแรมเป็นห้องคู่ ห้องเดี่ยว ส่วนรูปแบบคือ รูปร่างของโรงแรม ส่วนตรายี่ห้อคือ ชื่อโรงแรม ส่วนการบรรจุหีบห่อก็เปรียบเหมือนตัวตึกของโรงแรม เป็นต้น

3) ประโยชน์เพิ่มเติมของผลิตภัณฑ์ (Augmented Product) เป็นประโยชน์เพิ่มเติมที่ผู้ซื้อจะได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น อาทิเช่น บริการติดตั้ง บริการขนส่ง การรับประกันผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่ามากขึ้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการแข่งขัน

การตัดสินใจในการบรรจุภัณฑ์ (Packaging Decisions) หมายถึง กิจกรรมในการออกแบบและผลิตภาชนะสำหรับบรรจุหรือสิ่งห่อหุ้มสินค้า

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์มี 3 ลักษณะ คือ

1. บรรจุภัณฑ์ขั้นแรก (primary Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้มตัวผลิตภัณฑ์โดยตรงทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ และอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

2. บรรจุภัณฑ์ขั้นสอง (Secondary Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมา ใช้ป้องกันบรรจุภัณฑ์ในระดับแรกอีกทีหนึ่ง และใช้ดึงดูดความต้องการของผู้ซื้อหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ อันเป็นการเพิ่มโอกาสด้านการส่งเสริมการขายอีกทางหนึ่ง

3. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่จำเป็นสำหรับการขนส่ง การเก็บรักษา และระบุงถึงผลิตภัณฑ์ อำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้าย และป้องกันมิให้ผลิตภัณฑ์แตกหัก หรือชำรุดเสียหาย

ดังนั้นหน้าที่สำคัญของบรรจุภัณฑ์ประการแรกก็คือ ใช้บรรจุและป้องกันสินค้า แต่ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ได้ถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญอีกอันหนึ่ง ทั้งนี้เพราะ

1. การเพิ่มขึ้นของร้านค้าแบบบริการตนเอง (Self-Service)
2. ช่วยให้ผู้บริโภคจดจำตราของสินค้าได้
3. บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาให้ทันสมัยช่วยให้ได้เปรียบคู่แข่ง
4. บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าใหม่เป็นสิ่งจำเป็น ต้องพิจารณาถึงขนาด รูปร่าง วัสดุที่ใช้ สี ตรายี่ห้อ สิ่งเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าใหม่ให้เด่นชัด

2.2.3.2 ราคา(Price)

ราคา หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน หรือเป็นสิ่งที่ต้องจ่ายสำหรับการได้มาซึ่งบางสิ่ง ซึ่งปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการตั้งราคา มีดังนี้

- 1) ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจตั้งราคา ประกอบด้วย
 - (1) วัตถุประสงค์ทางการตลาด
 - (2) กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix Strategy)
 - (3) ต้นทุน
 - (4) ข้อพิจารณาด้านองค์การ เนื่องจากแต่ละองค์การจะมีฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในด้านการตั้งราคาที่แตกต่างกัน ปกติแล้วฝ่ายบริหารจะเป็นผู้กำหนดวัตถุประสงค์และนโยบายด้านราคา

- 2) ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจตั้งราคา ได้แก่

- (1) ตลาดและความต้องการของตลาด
- (2) การรับรู้ของผู้บริโภคในราคาและผลิตภัณฑ์
- (3) ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและความต้องการ (Demand)
- (4) ราคาและข้อเสนอของกลุ่มแข่ง
- (5) ปัจจัยอื่นๆ

วิธีการตั้งราคา มีดังนี้

1. การตั้งราคาโดยยึดต้นทุนเป็นหลัก ได้แก่
 - (1) วิธีต้นทุนบวก (Cost-Plus Pricing)
 - (2) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการตั้งราคาเพื่อให้ได้กำไรตามต้องการ (Breakeven Analysis and Target Profit Pricing)
2. การตั้งราคาโดยยึดผู้ซื้อเป็นหลัก (Perceived-Value Pricing)
3. การตั้งราคาโดยยึดการแข่งขันเป็นหลัก ได้แก่
 - (1) การตั้งราคาเพื่อเผชิญการแข่งขัน (Going-Rate Pricing)
 - (2) การตั้งราคาแบบประมูล (Scaled-Bid Pricing)

2.2.3.3 การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)

การจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือสถาบันตลาด ส่วนกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้าและการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

องค์ประกอบของการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด เป็นกลไกเกี่ยวกับการทำให้สินค้าผ่านมือจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง เช่น ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ซึ่งมีหน้าที่นำสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้งานอุตสาหกรรมรวมทั้งผู้บริโภค อนึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ จะมีมากหรือน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับว่าช่องทางนั้นๆ จะตอบสนองความต้องการและเหมาะสมกับอุปนิสัยในการซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดีเพียงใด เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่ผู้ขายจะต้องใช้จ่ายไปเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดจำหน่ายสินค้า

ช่องทางการจัดจำหน่าย เริ่มจากผู้ผลิตซึ่งเป็นเจ้าของหรือผู้รับผิดชอบต่อการขาย ความยาวของช่องทางการจัดจำหน่ายจึงขึ้นอยู่กับจำนวนของคนกลางในช่องทางนั้นๆ ดังนี้



2) การกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้งานอุตสาหกรรม

การกระจายสินค้าประกอบด้วยงานที่สำคัญ ต่อไปนี้

- (1) การขนส่ง (Transportation)
- (2) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)
- (3) การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

2.2.3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)

และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย (Nonpersonal Selling) ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการหรือความคิด ที่ต้องการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ เช่น การโฆษณาสินค้าหรือบริการผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น

2) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจุดใจตลาดโดยใช้บุคคล กรณีเช่นนี้เป็นการติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายหรือผู้ผลิตกับลูกค้าที่คาดหวัง

3) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยพนักงานและการให้ข่าว ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้หรือการซื้อโดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง การส่งเสริมการขายอาจกระตุ้นผู้บริโภค เช่น การลด แลก แจก แถม ฯลฯ กระตุ้นคนกลางและพนักงานขาย เช่น การจัดประชุม การแข่งขันการขาย

4) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิด สินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงินจากองค์การที่ได้รับผลประโยชน์ ตัวอย่างเช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บุคคล การจัดประชุม สัมมนาแก่สื่อมวลชน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มต่างๆ ได้แก่ ประชาชนทั่วไป ผู้ถือหุ้น หน่วยราชการ วิธีการประชาสัมพันธ์อาจทำได้โดยการตีพิมพ์ การให้ข่าวเกี่ยวกับบุคคล ผลิตภัณฑ์ของบริษัท การจัดเหตุการณ์พิเศษต่างๆ (ประชุม สัมมนา จัดกีฬาหรือเป็นสปอนเซอร์) และการให้บริการชุมชน (การบริจาค การสนับสนุนกีฬา การอนุรักษ์วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม) เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ (Product) รูปลักษณะ (Features) คุณภาพ (Quality) รูปแบบ (Style) ขนาด (Size) ตราสินค้า (Brand) การบรรจุหีบห่อ (Packaging) ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) สายผลิตภัณฑ์ (Product Line) การรับประกัน (Warranty) การติดตั้ง (Installation) การให้บริการ (Servicing) ฯลฯ	ราคา (Price) การกำหนดวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา(Pricing Objective) วิธีการตั้งราคา(Pricing Market) นโยบายและกลยุทธ์ราคา(Pricing Policies and Strategies) ฯลฯ
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">ลูกค้า(Customer)</div>	
การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย(Channel of Distribution) การกระจายตัวสินค้า(Physical Distribution)	การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)

ภาพที่ 2.1 แสดงส่วนประสมการตลาด

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2535 : 105)

2.2.4 แนวคิดทางด้านสภาวะแวดล้อมภายนอก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2539 : 45-73) ได้กล่าวถึงสภาวะแวดล้อมภายนอกขององค์การไว้ดังนี้ คือ

สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์การ (External Environment) ได้แก่ แรงผลักดันที่อยู่ภายนอกองค์การที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพของการบริหารองค์การ และความสามารถในการบรรลุเป้าหมายขององค์การ ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สิ่งแวดล้อมทั่วไป (General Environment) เป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อมภายนอกซึ่งมีอิทธิพลแบบทั่วไป ไม่เจาะจงต่อองค์การ ประกอบด้วย

1.1 สิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economic) เกี่ยวข้องกับประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1) เงินทุน (Capital) ทุกองค์การต้องการเงินทุน เพื่อลงทุนในด้านเครื่องจักร อาคารสินค้าคงคลัง อุปกรณ์ เครื่องมือทุกชนิด ซึ่งสินค้าเหล่านี้จะต้องจัดหาและเกี่ยวข้องกับราคาสินค้าซึ่งราคาสินค้าเหล่านี้ขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจ

2) แรงงาน (Labor) คุณภาพและราคาของแรงงาน เป็นปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่สำคัญขององค์การ ค่าจ้างแรงงานที่สูงทำให้เป็นต้นทุนที่สูงด้วย

3) ระดับราคา (Price Levels) ระดับราคาจะมีผลกระทบต่อ ปัจจัยนำเข้าขององค์การ โดยเฉพาะมีผลกระทบด้านต้นทุน แรงงาน วัตถุดิบ และวัตถุดิบอื่นๆ

4) นโยบายการเงินและการคลังของรัฐบาล (Government Fiscal and Tax Policies) เช่น การเปลี่ยนแปลงอัตราเงินสำรองตามกฎหมายของธนาคาร นโยบายภาษีของรัฐ ฯลฯ ลักษณะนี้เป็นสิ่งแวดล้อมทางการเมืองและมีผลกระทบด้านเศรษฐกิจในทุกองค์การ

5) ลูกค้า (Customer) สิ่งที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าก็คือ อำนาจซื้อของลูกค้า ซึ่งได้รับอิทธิพลจากภาวะเศรษฐกิจ

1.2 สิ่งแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยี (Technology) การพิจารณาสิ่งแวดล้อมทางเทคโนโลยี เกี่ยวข้องกับสิ่งต่อไปนี้

ผลกระทบของเทคโนโลยี คือผลกระทบด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ เครื่องจักรใหม่ วัสดุใหม่ และการบริการใหม่ ผลประโยชน์ของเทคโนโลยีจะสามารถเพิ่มผลผลิตสูงขึ้น เพิ่มมาตรฐานการครองชีพ เพิ่มเวลาในการพักผ่อน และมีสินค้าให้เลือกมากมาย ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยี

1) การเพิ่มขึ้นของความสามารถควบคุมเวลาและระยะทาง ในการเคลื่อนย้าย การขนส่งสินค้าและผู้โดยสาร ในถนนหนทาง เช่น รถยนต์ เครื่องบิน อื่นๆ

2) การเพิ่มขึ้นของความสามารถในการสร้าง เก็บรักษา ขนส่ง และจัดจำหน่ายพลังงาน เช่น พลังงานไฟฟ้า พลังงานนิวเคลียร์ และเลเซอร์

3) การเพิ่มขึ้นของความสามารถที่จะออกแบบวัตถุดิบและสินค้าใหม่ๆ เพื่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น เช่น พลาสติก ไฟเบอร์ โยสังเคราะห์ และยาใหม่ๆ

4) เครื่องยนต์หรือความเป็นอัตโนมัติในกระบวนการทางกายภาพ เครื่องมือในการประหยัดแรงงาน

5) กลไกอัตโนมัติหรือความเป็นอัตโนมัติของกระบวนการด้านสติปัญญา เช่น คอมพิวเตอร์

6) การขยายตัวของความสามารถมนุษย์เกี่ยวกับ เรดาร์ อิเล็กตรอน ไมโครสโคป และอุปกรณ์การมองในเวลากลางคืน

7) การเพิ่มขึ้นของการรักษา ความเข้าใจในโรคร้ายและการรักษาต่างๆ

1.3 สิ่งแวดล้อมทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture) ซึ่งกำหนดจากทัศนคติ ความต้องการ ความคาดหวัง ระดับสติปัญญา การศึกษา ความเชื่อถือและขนบธรรมเนียมประเพณีของบุคคลในกลุ่มหรือสังคม

2. สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีผลกระทบโดยตรงต่อองค์การ (Task Environment) เป็นสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์การที่มีผลกระทบโดยตรงต่อองค์การและการดำเนินกิจการขององค์การมากกว่าสิ่งแวดล้อมทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย

2.1 ลูกค้า (Customers) และผู้ให้บริการ (Constituents) ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นผู้ที่จะซื้อสินค้าและมาใช้บริการ ที่แสดงถึงความสำเร็จหรือล้มเหลวขององค์การ

2.2 คู่แข่งขัน (Competitors) หมายถึง ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการแข่งขันกับองค์การ ซึ่งทุกธุรกิจต้องมีคู่แข่งจึงจะเกิดการพัฒนา

2.3 ผู้ส่งวัตถุดิบ (Supplier) คือผู้ที่ทำหน้าที่ส่งวัตถุดิบให้แก่ธุรกิจต่างๆ

2.4 ตลาดแรงงาน (Labor Supply) เป็นสิ่งแวดล้อมที่ผู้บริหารต้องคำนึงถึงเพราะบางครั้งธุรกิจจำเป็นต้องแสวงหาบุคลากรที่มีความชำนาญด้านต่างๆ โดยเฉพาะในสาขาวิชาชีพที่ขาดแคลน บางหน่วยงานมีความจำเป็นต้องจ้างแรงงานต่างชาติจึงจะเพียงพอในการดำเนินกิจการ

2.5 เจ้าหน้าที่ของรัฐ (Regulators) เป็นผู้มีบทบาทสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารองค์การ เนื่องจากเป็นผู้ที่บังคับใช้กฎหมายที่อาจกระทบธุรกิจได้ ตัวอย่างเช่น หน่วยงานของรัฐที่เข้ามาควบคุมดูแลธุรกิจการเงินการธนาคาร หรือการควบคุมดูแลในเรื่องอื่นๆ เช่น คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการอาหารและยา เป็นต้น

2.6 ผู้ร่วมลงทุน (Partners) ในปัจจุบันธุรกิจอาจจะแปรสภาพเป็นผู้ร่วมธุรกิจได้ ซึ่งสามารถให้บริการบางอย่างร่วมกัน เป็นการลดต้นทุนและสามารถแข่งขันกับธุรกิจอื่นได้

อัจฉรา สังข์สุวรรณ (2540 : 30) ได้กล่าวถึงสภาพแวดล้อมภายนอกไว้ดังนี้ คือ สภาพแวดล้อมภายนอกที่องค์กรควรตรวจสอบในการประเมินภายนอก ได้แก่

1. สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic Environment) องค์กรที่ดำเนินธุรกิจเฉพาะภายในประเทศ จะต้องสนใจสภาพเศรษฐกิจของประเทศที่ดำเนินธุรกิจอยู่ แต่ถ้าเป็นองค์กรที่ประกอบธุรกิจหลายประเทศจะต้องประเมินสถานการณ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศด้วย อย่างไรก็ตามทั้งสองกรณีจะต้องเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งเกี่ยวกับแผนการตลาด เช่น การเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์ การเปลี่ยนแปลงในความต้องการข้อมูลด้านเงินทุน การเปลี่ยนแปลงในรายได้และค่าใช้จ่ายของผู้บริโภค การคาดคะเนภาวะเงินเฟ้อ เป็นต้น

2. สภาพแวดล้อมทางการเมืองการปกครอง (Political Environment) องค์กรจะต้องประเมินสภาพแวดล้อมทางการเมือง ในเรื่องของความมั่นคง วิธีการตัดสินใจทางการเมืองที่มีผลกระทบต่อธุรกิจขององค์การ การปฏิบัติการของรัฐบาลนั้น

3. สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย (Legal Environment) การประเมินภายนอกต้องตรวจสอบสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย เช่น กฎหมายภาษีอากร กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายแรงงาน เนื่องจากถ้ามีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

4. สภาพแวดล้อมทางสังคม (Social Environment) ค่านิยมของผู้บริโภค การยอมรับจากกลุ่มผู้บริโภค แบบแผนการดำเนินชีวิต การเปลี่ยนแปลงของประชากร เหล่านี้ล้วนมีผลต่อการกำหนดการดำเนินงานของธุรกิจทั้งสิ้น

5. สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technological Environment) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เช่น การเปลี่ยนแปลงในการใช้วัตถุดิบ วิธีการผลิต และการพัฒนาการผลิตภัณฑ์ใหม่

2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลไม้กระป๋อง

ผลไม้กระป๋อง หมายถึง ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปชนิดหนึ่งซึ่งได้จากการนำผลไม้ต่างๆ ที่ผ่านการเตรียมแล้วมาบรรจุกระป๋องที่สะอาดถูกสุขลักษณะและผ่านการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ด้วยความร้อน ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บรักษาได้นานและปลอดภัยต่อผู้บริโภค

ขั้นตอนการผลิตผลไม้กระป๋องประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆดังนี้ (คณาจารย์ภาควิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร : 2543 : 116-129)

2.3.1 การเตรียมวัตถุดิบ (preparation) คุณภาพวัตถุดิบมีความสำคัญต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยตรง วัตถุดิบจะต้องผ่านการทำความสะอาด มีการคัดขนาด เพื่อความสม่ำเสมอของคุณภาพผลิตภัณฑ์และอยู่ในสภาพสด จากนั้นจึงทำการตัดแต่งแยกส่วนที่ไม่ต้องการออกไป การเตรียมวัตถุดิบมีขั้นตอนที่แตกต่างกันไปตามชนิดของวัตถุดิบที่ใช้ แต่มักประกอบด้วยขั้นตอนได้แก่ การทำความสะอาด การคัดขนาดและความแก่อ่อน และการตกแต่ง

2.3.2 การลวกด้วยน้ำร้อน (blanching) สามารถทำได้หลายวิธีแต่วิธีที่ง่ายที่สุดคือ การจุ่มวัตถุดิบลงในน้ำเดือดตามระยะเวลาที่เหมาะสมแล้วยกขึ้นทำให้เย็น เหมือนการลวกผักตามครัวเรือนหรือการนึ่งด้วยไอน้ำ ในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจะมีเครื่องมือเฉพาะที่ใช้สำหรับลวกวัตถุดิบแต่ละชนิด เรียกว่า แบลนเชอร์ (Blancher) โดยทั่วไปมักเป็นแบบที่ปล่อยวัตถุดิบเคลื่อนผ่านถึงน้ำร้อนหรืออุโมงค์ไอน้ำที่สามารถควบคุมทั้งอุณหภูมิและเวลาได้อย่างเหมาะสม การลวกด้วยน้ำร้อนมีจุดประสงค์คือช่วยทำลายเอนไซม์ในวัตถุดิบ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสีและกลิ่น ช่วยกำจัดอากาศออกจากผิวหน้าของวัตถุดิบ ช่วยให้วัตถุดิบหดตัวและนุ่ม และช่วยลดปริมาณจุลินทรีย์ (สุมาลี เหลืองสกุล : 2535 :122-123)

2.3.3 การบรรจุ (filling) เมื่อวัตถุดิบผ่านขั้นตอนการเตรียมแล้ว จะถูกส่งมาตามสายพานเข้าสู่แผนกบรรจุเป็นขั้นตอนการนำวัตถุดิบบรรจุลงในภาชนะบรรจุ ซึ่งอาจทำจากขวดแก้วหรือ

กระป๋องโลหะ ในการบรรจุจะทำการบรรจุในส่วนที่เป็นของแข็งก่อนแล้วจึงบรรจุในส่วนที่เป็นของเหลว ปัจจุบันนี้ภาชนะบรรจุอาจเป็นถุงหรือขวดพลาสติก

2.3.4 การไล่อากาศ (exhausting) เป็นขั้นตอนการไล่อากาศในภาชนะบรรจุออกไปให้มากที่สุด โดยมีจุดประสงค์เพื่อรักษาคุณภาพอาหารเพราะไม่มีออกซิเจนในกระป๋องทำให้คุณภาพอาหารไม่เปลี่ยนแปลงป้องกันการบวมของกระป๋องเมื่อนำไปเก็บรักษาที่อุณหภูมิสูงหรือในที่สูงกว่าระดับน้ำทะเลมากๆ ช่วยให้เก็บอาหารกระป๋องได้นาน การทำให้เป็นสุญญากาศทำได้โดยบรรจุของเหลวในขณะร้อนแล้วปิดผนึกทันที หรือใช้เครื่องไล่อากาศโดยพ่นไอน้ำลงเหนืออาหารแล้วปิดผนึกทันทีก่อนทำให้เย็น เมื่อกระป๋องเย็น ไอน้ำจะรวมตัวเป็นหยดน้ำเกิดความเป็นสุญญากาศขึ้น หรืออาจจะทำการปิดผนึกภาชนะในสภาพที่เป็นสุญญากาศ

2.3.5 การปิดผนึก (seaming) สำหรับกระป๋องโลหะจะต้องผนึกด้วยเครื่องผนึกฝาที่ออกแบบโดยเฉพาะเพื่อให้เกิดการยึดกันระหว่างฝาและขอบกระป๋อง หลังการผนึกทับกันเป็นตะขอแบบสนิทแบบตะเข็บคู่ (double seam) ถ้าการผนึกทำไม่ถูกต้องจะมีผลเสียในขั้นตอนการทำลายจุลินทรีย์ ทำให้เกิดการรั่วของภาชนะบรรจุได้ ดังนั้นขั้นตอนการปิดผนึกต้องทำอย่างระมัดระวัง ถ้าเป็นขวดแก้วจะปิดด้วยฝาที่ทำจากเหล็กเคลือบดีบุกในแบบที่เป็นเกลียวหมุนหรือตะเข็บงอก็ได้

2.3.6 การฆ่าเชื้อ (process) เป็นการให้ความร้อนทำลายจุลินทรีย์ที่มีอยู่ในอาหารซึ่งบรรจุอยู่ในภาชนะปิดสนิท ปริมาณความร้อนมีความสัมพันธ์กับอุณหภูมิและเวลาที่ใช้ ซึ่งจะแตกต่างกันตามชนิดของอาหาร นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับชนิดและปริมาณจุลินทรีย์ในอาหาร การฆ่าเชื้ออาหารกระป๋องต้องใช้ปริมาณความร้อนที่เพียงพอต่อการทำลายสปอร์ของ *Clostridium botulinum*

2.3.7 การทำให้เย็น (cooling) หลังจากผ่านกระบวนการให้ความร้อนแล้วจะต้องรีบทำให้กระป๋องเย็นลงทันที โดยให้กระป๋องแช่ในน้ำที่เย็นจัด หรือโดยการพ่นน้ำที่เย็นจัดลงบนกระป๋อง การทำให้เย็นมีจุดประสงค์เพื่อป้องกันการสูญเสียคุณภาพของอาหาร เนื่องจากความร้อนส่วนเกินโดยการลดอุณหภูมิของอาหารหลังจากการฆ่าเชื้อแล้วลงอย่างรวดเร็วด้วยน้ำเย็น จนอุณหภูมิลดลงถึงระดับหนึ่งซึ่งยังมีความร้อนเหลืออยู่ พอที่จะทำให้ผิวนอกของกระป๋องแห้งสนิท ปราศจากหยดน้ำที่เกาะอยู่บนกระป๋องขณะเก็บรักษา แต่ไม่ควรลดอุณหภูมิกระป๋องต่ำเกินไปเนื่องจากถ้าลดอุณหภูมิต่ำเกินไป หลังจากนั้นจากน้ำยังมีความร้อนเหลืออยู่ไม่เพียงพอที่จะทำให้กระป๋องแห้ง เมื่อสิ้นสุดกระบวนการทำให้เย็นแล้วจะต้องใช้ลมเป่าให้ภาชนะบรรจุแห้งช่วยป้องกันการเกิดสนิมของกระป๋อง (สุมาลี เหลืองสกุล : 2535 : 124)

2.3.8 การปิดฉลากและการบรรจุหีบห่อ (labeling and packing) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการผลิต ก่อนที่จะจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้บริโภคต่อไป

2.4 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลไม้กระป๋อง

ทิวา ลีสมบุญ (2534 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาคือ ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องตลอดจนศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาการค้าและผลิตภัณฑ์ โดยรวบรวมข้อมูลจากประชากรตัวอย่างจำนวน 150 ตัวอย่าง ซึ่งผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีทั้งเพศชายและเพศหญิง มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูงเป็นผู้ที่กำลังศึกษาอยู่และมีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน ในด้านพฤติกรรมการบริโภคประชากรส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ชอบมากชอบรับประทานของสดมากกว่า ยี่ห้อที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุดคือ มาลีและ ยูเอฟซี เนื่องจากมีความพอใจในรสชาติ สำหรับประเภทของผลไม้บรรจุกระป๋องที่ผู้บริโภคนิยมคือ ลิ้นจี่กระป๋องและเงาะกระป๋อง เวลาที่รับประทานมักไม่ค่อยแน่นอนนัก ส่วนสถานที่บริโภคมักเป็นที่บ้าน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยต่างๆที่มีผลกระทบต่อการใช้ผลไม้บรรจุกระป๋องของผู้บริโภคได้แก่ วันที่ผลิตหรือวันที่ควรบริโภคก่อน ทรายี่ห้อ ความสะดวกในการซื้อและลักษณะบรรจุภัณฑ์ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อนั้น โดยทั่วไปผู้บริโภคนิยมซื้อผลไม้บรรจุกระป๋องจากห้างสรรพสินค้า ในปริมาณ 4-8 กระป๋องต่อเดือน สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพผลไม้บรรจุกระป๋อง เห็นว่าคุณภาพมีความเหมาะสมดี อัตราของราคาผลิตภัณฑ์ก็สอดคล้องกับคุณภาพทางด้านปัญหาที่ผู้บริโภคประสบมักจะเป็นปัญหาทางด้านรสชาติเปลี่ยน และมีสิ่งสกปรกเจือปนและหลังจากประสบปัญหาแล้ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็ยังบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องต่อไป จากการศึกษาครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ผลไม้บรรจุกระป๋องดังนี้คือ ผู้ผลิตควรควบคุมคุณภาพของผลไม้บรรจุกระป๋องให้มากขึ้น โดยเฉพาะทางด้านวัตถุดิบในการผลิตคือผลไม้สด ควรมีการปรับปรุงทางด้านภาชนะบรรจุผลไม้กระป๋องให้มีความสะดวกต่อการบริโภคมากขึ้น นอกจากนี้ราคาจำหน่ายค่อนข้างแพงจึงควรหารทางลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้ราคาขายลดลงด้วย

สันทัด ศิริอนันต์ไพบุลย์ ; สมถักษณ์ บุญญรักษ์ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องการจัดการใช้น้ำและน้ำเสียจากอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาการใช้น้ำของโรงงานและน้ำเสียที่เกิดขึ้นของโรงงานผลไม้กระป๋องที่มีสายการผลิต 5 สายการผลิต ดังนี้ สายการผลิตสับปะรดกระป๋อง สายการผลิตผลไม้ชนิดต่างๆบรรจุกระป๋อง สายการผลิตน้ำผลไม้บรรจุกล่อง สายการผลิตนมบรรจุกล่อง และสายการผลิตกาแฟกระป๋อง ผลการศึกษาพบว่าแต่ละสายการผลิตมีการใช้น้ำและน้ำเสียที่เกิดขึ้นในปริมาณที่แตกต่างกันมาก กล่าวคือในสายการผลิตสับปะรดกระป๋อง มีการใช้น้ำต่อหน่วยวัตถุดิบต่ำที่สุดคือ 0.82 ลบ.ม./ตันวัตถุดิบ ในขณะที่สายการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋องมีการใช้น้ำสูงที่สุดคือ 8.56 ลบ.ม./ตันวัตถุดิบ เช่นเดียวกับปริมาณน้ำเสียที่เกิดขึ้นในสายการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋องก็อยู่ในปริมาณสูงที่สุดคือ 6.96 ลบ.ม./ตันวัตถุดิบ

และในสายการผลิตสับปะรดกระป๋องนั้น ปริมาณน้ำเสียเกิดขึ้นต่ำที่สุดคือ 0.65 ลบ.ม./ตันวัตถุดิบ ส่วนในสายการผลิตในระบบ UHT ปริมาณน้ำเสียที่เกิดขึ้นค่อนข้างคงที่ในแต่ละสายการผลิตคือ 1.01 ลบ.ม./ตันวัตถุดิบ นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ปริมาณน้ำเสียที่เกิดขึ้นต่อปริมาณน้ำใช้ในการผลิตในสายการผลิตในระบบนั้นมีค่าเพียง 30-40 เปอร์เซ็นต์ เท่านั้น ส่วนความสกปรกที่ปนเปื้อนในน้ำเสียนั้น จะพบว่าน้ำเสียที่เกิดจากสายการผลิตผลไม้บรรจุกระป๋อง มีความสกปรกสูงที่สุดกล่าวคือ ความสกปรกในรูป ซีโอดี และ บีโอดี จะสูงถึง 3,370 มล./ล. และ 2,412 มล./ล. ตามลำดับ อย่างไรก็ตามระบบบำบัดน้ำเสียของโรงงานซึ่งเป็นระบบบำบัดแบบเลี้ยงตะกอนเร่งก็ยังมีประสิทธิภาพที่จะบำบัดน้ำเสียผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด จากข้อมูลวิเคราะห์ข้างต้นทำให้ทราบว่า หากต้องการจะลดปริมาณการใช้น้ำหรือลดปริมาณน้ำเสียที่เกิดขึ้นนั้นสิ่งที่น่าจะปฏิบัติได้โดยง่ายคือ การคัดเลือกชนิดหรือคุณภาพของวัตถุดิบรวมทั้งการจัดโปรแกรมการผลิตให้เหมาะสมกับกำลังการผลิตของเครื่องจักรที่ใช้ นอกจากนี้การลดและป้องกันความสกปรกไม่ให้ปนเปื้อนลงในน้ำเสียก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการลดค่าความสกปรกในน้ำเสียได้อีกทางหนึ่ง

พัชรภา อัครมัยนันท์ (2540 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลไม้กระป๋องในอำเภอเมืองจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องเฉพาะในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องของวิทยาเขตกาฬสินธุ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มประชากรเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 20-45 ปี จำนวน 150 ตัวอย่าง จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักอันดับแรกของผู้บริโภคค่านึงถึงมากที่สุดคือ ปัจจัยในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องไม่ว่าจะเป็นด้านความสด ความสะอาด มาตรฐานต่างๆ ปัจจัยอันดับสองคือ ปัจจัยด้านรสชาติ ปัจจัยอันดับสามคือ ปัจจัยเกี่ยวกับราคา สำหรับยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องที่ผู้บริโภคซื้อประจำคือ มาลี ยูเอฟซี และเคลลี่ ตามลำดับ

2.4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการดำเนินงานของอุตสาหกรรม

ธิดารัตน์ ตรีพันธุ์พานิชย์ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ส่วนใหญ่ดำเนินงานในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว และได้ดำเนินธุรกิจผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์มาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 1-5 ปี ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ทุกรายจะได้รับเครื่องหมาย อย. จากกระทรวงสาธารณสุข โดยผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ส่วนใหญ่จะมีใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน

การดำเนินธุรกิจในด้านต่าง ๆ นั้น ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จะให้ความสำคัญในด้านการผลิต การตลาด การจัดการ และการเงิน ตามลำดับ

ในด้านการผลิต ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ด้านกรรมวิธีและเทคนิคที่ใช้ในการผลิต คือการกรองน้ำและการใช้อุตตราไวโอเลต กลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งและการออกแบบโรง

งานนั้น ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ส่วนใหญ่จะเลือกทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งวัตถุดิบและห่างไกลจากแหล่งปฏิบัติ กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ใช้นั้นเนื่องจากโรงงานผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์โดยส่วนใหญ่มีขนาดเล็กจึงมีจำนวนคนงานน้อยกว่า 10 คน

ในด้านการตลาด ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ให้ความสำคัญในส่วนประสมการตลาดคือในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยในด้านผลิตภัณฑ์นั้นให้ความสำคัญในด้านความสะอาดของน้ำและภาชนะบรรจุมากที่สุด การกำหนดราคาขึ้นอยู่กับต้นทุนของสินค้า การจำหน่ายน้ำดื่มจะจำหน่ายให้ลูกค้าโดยตรง การส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับการใช้พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์มากกว่าด้านอื่น

ในด้านการจัดการ ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จะให้ความสำคัญในด้านการวางแผน การควบคุม การตั้งการ การจัดคนเข้าทำงานและการจัดองค์กร ตามลำดับ โดยในการวางแผนนั้นใช้ปัจจัยภายใน ได้แก่ เงินทุนและกำลังการผลิต ส่วนปัจจัยภายนอกที่ใช้ได้แก่ คู่แข่งขันและลูกค้าและสภาพเศรษฐกิจ ด้านการควบคุมส่วนใหญ่จะจัดให้มีการควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงานโดยผู้บริหาร พนักงานจะรายงานผลการปฏิบัติการทุกวันทำการ การตั้งการจะใช้วิธีจูงใจพนักงานในการทำงานคือ การให้สวัสดิการต่างๆ การให้ความมั่นคงในการทำงานและการให้การยกย่องและยอมรับ การจัดคนเข้าทำงานส่วนใหญ่พิจารณาจากความสามารถและความชำนาญของบุคลากรมากกว่าด้านอื่น ๆ ส่วนการจัดองค์กรนั้นจะจัดให้มีแผนกผลิตและแผนกขายเป็นส่วนใหญ่

ในด้านการเงิน ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์มีการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุนโดยมีเงินลงทุนเริ่มแรกอยู่ในช่วง 100,001-500,000 บาทและมีเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการดำเนินงานในรอบระยะเวลา 1 เดือนอยู่ในช่วง 10,001-50,000 บาท ซึ่งการจัดหาเงินทุนนั้นผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์โดยส่วนใหญ่จะใช้เงินทุนส่วนตัวในการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ส่วนใหญ่มียอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือนในระดับต่ำกว่า 50,000 บาท และมีอัตรากำไรสุทธ์ระหว่าง 4-6% และ 10-12% การขายสินค้ามีทั้งการขายสดและขายเชื่อ

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานที่ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1 คือปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ ต้นทุนการผลิตและการขาดแคลนแรงงาน รองลงมาคือปัญหาด้านการเงิน ได้แก่ การจัดหาเงินทุนหมุนเวียน การจัดหาเงินทุน รายได้และยอดขายของกิจการ อัตราผลตอบแทน (กำไรสุทธ์) ที่ได้รับ ต้นทุนของดอกเบี้ย การชำระหนี้ของลูกค้า ปัญหาด้านการจัดการ ได้แก่ ความชำนาญของบุคลากรและการควบคุมดูแล และปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ การแข่งขันทางการตลาด

พงศกร ทวีสุข (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้ง ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. การประกอบอุตสาหกรรมลำไยอบแห้ง ส่วนใหญ่เปิดดำเนินการมาแล้วประมาณ 1-3 ปี มีลักษณะการประกอบการแบบเจ้าของคนเดียว ส่วนใหญ่เป็นโรงงานที่มีพื้นที่ประมาณ 500-

1,000 ตารางเมตร ในช่วงนอกฤดูการผลิตและในฤดูการผลิตมีจำนวนพนักงานประจำสำนักงานไม่เกิน 5 คนและลูกจ้างในโรงงานไม่เกิน 25 คน

2. การดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้ง มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการ การผลิต การเงินและการบัญชี และการตลาด พบว่า

ด้านการจัดการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนการดำเนินธุรกิจเป็นแผนระยะสั้น (1-3 ปี) โดยมีการกำหนดนโยบาย เป้าหมายของกิจการในอนาคต รวมทั้งมีการกำหนดการใช้วัตถุดิบ(ลำไย) และอุปกรณ์เครื่องจักร ปัจจัยภายในที่ใช้กำหนดแผนงาน ได้แก่ เงินทุนและกำลังการผลิต ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปริมาณวัตถุดิบตามฤดูกาล และความต้องการของตลาด โดยมีการทบทวนปรับปรุงแผนงานเป็นระยะๆ ทุกสัปดาห์

การจัดองค์การ พบว่าส่วนใหญ่มีการแบ่งแผนกงานประกอบด้วย แผนกการผลิต แผนกบัญชีและการเงิน และแผนกการตลาด ไม่มีการจัดทำเอกสารคำบรรยายลักษณะงาน มีการกระจายอำนาจความรับผิดชอบไปยังแผนกงานต่างๆ ใช้วิธีมอบหมายหน้าที่ ความรับผิดชอบให้แก่พนักงาน/ลูกจ้างด้วยวาจา

การจัดบุคลากรเข้าทำงาน พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่มาจากการบอกต่อชักชวนกันมา โดยรับสมัครตั้งแต่ก่อนฤดูการผลิต จนถึงฤดูการผลิต ส่วนใหญ่กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกโดยพิจารณาจาก เพศ อายุ และประสบการณ์ของผู้สมัคร และเห็นว่าความขยันอดทนและความซื่อสัตย์เป็นคุณสมบัติจำเป็นสำหรับการปฏิบัติงาน ส่วนใหญ่มีการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยพิจารณาจากความสามารถในงานที่ได้รับมอบหมาย และใช้ผลการประเมินดังกล่าวเพื่อพิจารณา มอบหมายงานต่อไป มีการฝึกอบรมระหว่างการทำงาน การจ่ายค่าจ้างส่วนใหญ่เป็นค่าจ้างรายวัน มีการจัดสวัสดิการด้านที่พักอาศัยและอาหารกลางวันให้แก่พนักงาน/ลูกจ้าง

การสั่งการ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ภาวะผู้นำแบบประชาธิปไตยและนิยมสั่งการในลักษณะผสมผสาน คือ ทั้งมีและไม่มีการซักถามจากพนักงาน โดยเห็นว่าความสนใจของพนักงาน/ลูกจ้างขณะสั่งการนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสั่งการมีประสิทธิภาพ และส่วนใหญ่ใช้การเพิ่มค่าล่วงเวลาเป็นปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงาน

การควบคุม พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการจัดตั้งมาตรฐานในการควบคุมตามคุณภาพงาน ปริมาณงาน ตามลำดับ และเพื่อให้การผลิตลำไยอบแห้งประสบความสำเร็จ ส่วนใหญ่นำเทคนิคควบคุมการผลิตมาใช้ โดยมีการปรับปรุงและใช้เครื่องจักรทันสมัยช่วยในการผลิต และมีการศึกษาเทคนิคการอบแห้งลำไยจากนักวิชาการและเอกสารวิชาการอยู่เสมอ

ด้านการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอัตราการผลิตสูงสุดต่อปีน้อยกว่า 250,000 กิโลกรัม และส่วนมากผลิตลำไยอบแห้งแบบอบแห้งเปลือกโดยใช้วัตถุดิบลำไยสดที่รับซื้อมาจากแหล่งปลูกทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ส่วนมากรับซื้อในขนาด AA และขนาด A และกว่าครึ่งหนึ่งรับซื้อลำไยแห้งเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตด้วย โดยซื้อในขนาด AA และขนาด A

ในระหว่างการผลิตส่วนใหญ่มีการสุ่มตรวจคุณภาพสินค้าถ้าโยบแห้งเป็นประจำตลอดระยะเวลาการผลิต

ด้านการเงินและการบัญชี พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังใช้สมุดบันทึกข้อมูลด้านการบัญชีและการเงิน ผู้จัดทำบัญชีคือเจ้าของกิจการหรือพนักงานบัญชีและการเงิน เงินทุนและแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่เป็นของเจ้าของกิจการ ส่วนการชำระค่าวัตถุดิบพบว่าส่วนใหญ่ชำระด้วยเงินสด และกำหนดให้ลูกค้าชำระค่าสินค้าทันทีที่รับสินค้าด้วยเงินสดหรือเช็ค กิจการส่วนใหญ่ไม่มีหนี้สูญทางการค้า มีปริมาณเงินสดหมุนเวียนเป็นค่าวัตถุดิบวันละ 100,000 - 300,000 บาท นอกจากนี้พบว่าส่วนใหญ่มีภาระหนี้สิน เป็นหนี้เงินกู้ระยะสั้นและหนี้เบิกเกินบัญชี

ด้านการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการทุกรายมีการคัดเกรดผลิตภัณฑ์ถ้าโยบแห้งที่จำหน่ายเป็นเกรด AA, A, B และ C มีการจำหน่ายถ้าโยบแห้งทั้งแบบอบแห้งเปลือก และแบบแกะเปลือก ในการตั้งราคาส่วนใหญ่ตั้งราคาตามผู้นำตลาด ใช้วิธีจัดจำหน่ายสินค้าโดยใช้ช่องทางจากผู้ผลิตไปยังผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีการประชาสัมพันธ์ให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้าเพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาด มีตลาดรับซื้อต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ส่วนที่จำหน่ายในประเทศพบว่า มีพ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีกมารับซื้อไปจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง

3. ปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมถ้าโยบแห้ง โดยรวมพบว่า มีปัญหาในระดับน้อย ทั้งด้านการจัดการ การผลิตและการตลาด ส่วนปัญหาด้านการเงินและการบัญชีมีปัญหาในระดับน้อยที่สุด แต่ในรายละเอียดพบว่า ปัญหาด้านการจัดการมีปัญหาในระดับมากในเรื่องการวางแผน เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจไม่แน่นอน ทำให้คาดการณ์ล่วงหน้าได้ลำบากและปัญหาด้านการจัดการบุคลากรเข้าทำงาน ในเรื่องพนักงาน/ลูกจ้างไม่มีประสิทธิภาพและความชำนาญ ทำให้เสียเวลาในการฝึกหัดและปัญหาด้านการตลาดมีปัญหาในระดับมากในเรื่องคู่แข่งมีจำนวนมาก

เสด็จ อมรศักดิ์ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย โดยผลการศึกษารूपได้ดังนี้

1) ระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในแต่ละด้านพบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง โดยลำดับของปัญหาในการดำเนินงานแต่ละด้าน เรียงจากปัญหามากที่สุดไปถึ้นน้อยที่สุดคือ (1) ปัญหาด้านการตลาด (2) ปัญหาด้านการผลิต (3) ปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน

2) สำหรับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ จำแนกตามลักษณะของผู้ผลิต พบว่า ผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกัน มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน จะมีปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน แต่ผู้ผลิตที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาถึงปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในเขตภาคตะวันตก ซึ่งผู้วิจัยกำหนดรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การกำหนดค่าตัวแปร
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเรื่องปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในเขตภาคตะวันตก ประกอบด้วย

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาจากประชากรโรงงานผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในเขตภาคตะวันตก เป็นจำนวนทั้งสิ้น 70 ราย (ที่มา : รายชื่อ โรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ โดยกรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม ณ วันที่ 4 กันยายน 2548)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้จะทำการศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้ว่าเพียงพอที่จะเป็นตัวแทนของประชากร คือ 59 ราย ซึ่งได้จากการคำนวณโดยสูตรของ Taro Yamane (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2542 : 5)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (3.1)$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากร ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 70 ราย

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง โดยการวิจัยครั้งนี้กำหนดไว้ที่ร้อยละ 5 จากการคำนวณ โดยสูตรของ Taro Yamane เมื่อแทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

$$n = \frac{70}{1 + 70 (0.05)^2} = 59 \text{ ราย} \quad (3.2)$$

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่จัดส่งทางไปรษณีย์ (By Mail Method) ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารระดับสูงหรือผู้จัดการ โรงงานของสถานประกอบการผลิตผลไม้กระป๋องในเขตภาคตะวันตก โดยคำถามจะมีทั้งคำถามแบบปลายปิดที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบและคำถามแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร บทความทางวิชาการ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. สร้างแบบสอบถาม โดยศึกษาจากแบบสอบถามของผู้วิจัยท่านอื่นๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้อง แล้วนำบางส่วนของแบบสอบถามมาปรับปรุง ประยุกต์ให้มีความเหมาะสมกับงานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งงานวิจัยที่นำมาศึกษาและเป็นต้นแบบในการสร้างและปรับปรุงแบบสอบถาม ได้มาจากงานวิจัยของ เผด็จ อมรศักดิ์ เรื่อง “ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย” และ สุทธิศา แม้นบุตร เรื่อง “ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนมในประเทศไทย”

3. นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม และผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแนะนำ เพื่อแก้ไขปรับปรุงให้มีความเหมาะสมสำหรับการวิจัย

ลักษณะแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้ (รายละเอียดดังแสดงในภาคผนวก)

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ข้อมูลขององค์กรและลักษณะของผลิตภัณฑ์ไม้กระป๋อง มีทั้งชนิดเลือกรายการ (Check-list) โดยมีตัวแปรอิสระของลักษณะของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

1. ขนาดของเงินลงทุน
2. รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ
3. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตก ในด้านต่างๆ เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตรวัดของลิเคิร์ตสเกล (Likert's Rating Scale) (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2535 : 69) แบ่งเป็น 5 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระดับคะแนนเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณา ดังนี้

<u>ระดับความคิดเห็นของปัญหา</u>	<u>ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ</u>
ปัญหามากที่สุด	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 5 คะแนน
ปัญหามาก	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 4 คะแนน
ปัญหาปานกลาง	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 3 คะแนน
ปัญหาน้อย	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 2 คะแนน
ปัญหาน้อยที่สุด	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 1 คะแนน

แบบสอบถามปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตก ประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวกับปัญหาจากการดำเนินงานในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการผลิต ประกอบด้วย
 - การวางแผนการผลิต
 - การควบคุมการผลิต
 - การปฏิบัติการผลิต
 - การควบคุมสินค้าคงคลัง
2. ด้านการเงิน ประกอบด้วย
 - การคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน
 - การจัดหาเงินทุน
 - การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ
3. ด้านการตลาด ประกอบด้วย
 - ผลิตภัณฑ์
 - ราคา
 - การจัดจำหน่าย
 - การส่งเสริมการตลาด
4. ด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย
 - สภาพทางเศรษฐกิจ
 - สังคมและวัฒนธรรม
 - เทคโนโลยี
 - กฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนออื่นๆ ที่ควรจะมีการปรับปรุงและพัฒนาเพิ่มเติมจากที่เป็นอยู่ เพื่อให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด(Open-End Question)

3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและตรวจสอบเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

3.3.1 ศึกษาค้นคว้าหลักการ แนวคิด ทฤษฎี จากเอกสาร ข้อความทางวิชาการ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3.2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประมวล เพื่อกำหนดนิยามเป็นขอบเขตเนื้อหาและเป็นโครงสร้างของเครื่องมือ ให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

3.3.3 สร้างแบบสอบถาม มาตรฐานทัศนคติของ Likert (บุญธรรม กิจปริดาภิรุตฺธิ.2531)

3.3.4 สร้างคำถามในแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน รายละเอียดดังได้กล่าวข้างต้นและนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม ตรวจสอบและแนะนำเพื่อการแก้ไขและปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสม

3.3.5 นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้วไปตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเหมาะสม โดยขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และภาษาที่ใช้ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

3.3.6 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ และการปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม ให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง เพื่อความสมบูรณ์ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตารางที่ 3.1 แสดงรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

รายชื่อ	ตำแหน่ง	สถานที่ปฏิบัติงาน
1. ดร.จ่านงค์ จิ่งธีรพานิช	คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยและ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัด การงานคอมพิวเตอร์และ วิศวกรรม	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญและ บริหารธุรกิจ
2. รศ. สุชาติ เหล่าปรีดา	อาจารย์ประจำภาควิชาบัญชี	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
3. ผศ. ศศิรินทร์ แลบัว	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะ เทคโนโลยีชีวภาพ	คณะเทคโนโลยีชีวภาพ มหาวิทยาลัยรังสิต
4. คุณสิทธิพร จินดา	ผู้จัดการ โรงงาน	บริษัทกาญจน์คอร์น จำกัด
5. คุณสมภพ ธีระสานต์	รองประธานสภาอุตสาหกรรม	สภาอุตสาหกรรมจังหวัด กาญจนบุรี

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะค้นหาข้อมูลโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบ คือ

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจัดส่งแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานด้านต่างๆ ให้กับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการผลิตผลไม้กระป๋องในเขตภาคตะวันตก ซึ่งมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ดังนี้

3.4.1.1 รวบรวมจำนวน รายชื่อ และสถานที่ตั้งของโรงงานผลิตผลไม้กระป๋องในเขตภาคตะวันตกจากรายชื่อโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการจากกรมโรงงานกระทรวงอุตสาหกรรม ณ วันที่ 4 กันยายน 2548

3.4.1.2 ขอบหนังสือจากหน่วยงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ถึงผู้บริหารของสถานประกอบการผลิตผลไม้กระป๋องในเขตภาคตะวันตก เพื่อขออนุญาตสอบถามข้อมูล

3.4.1.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพแล้ว พร้อมหนังสือขออนุญาตสอบถามข้อมูล ส่งทางไปรษณีย์ไปยังสถานประกอบการผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตก และส่งคืนโดยทางไปรษณีย์

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า รวบรวมจากเอกสาร ตำรา ผลงานการวิจัย วารสาร บทความ สื่อสิ่งพิมพ์ รายงานทางวิชาการ รายงานประจำปี เอกสารการสัมมนา และข้อมูลทางสถิติต่างๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นส่วนประกอบของเนื้อหาและนำไปใช้ในการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย

3.5 การกำหนดค่าของตัวแปร

ในส่วนของแบบสอบถามตอนที่ 2 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในด้านต่างๆ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าของตัวแปรแบบมาตรวัดของลิเคิร์ตสเกล (Likert's Rating Scale)

คะแนนเฉลี่ย 4.500 – 5.000 กำหนดให้อยู่เกณฑ์ ปัญหามากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.500 – 4.499 กำหนดให้อยู่เกณฑ์ ปัญหามาก

คะแนนเฉลี่ย 2.500 – 3.499 กำหนดให้อยู่เกณฑ์ ปัญหาปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.500 – 2.499 กำหนดให้อยู่เกณฑ์ ปัญหาน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.000 – 1.499 กำหนดให้อยู่เกณฑ์ ปัญหาน้อยที่สุด

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows (Statistical Package for the Science for windows) ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.6.1 ตรวจสอบแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้กลับมาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ และตรวจสอบจำนวนของแบบสอบถาม

3.6.2 นำแบบสอบถามที่มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ และแปลผล โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

ตารางที่ 3.2 แสดงสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 : ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกัน ทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 : ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกัน ทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.2 : ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกัน ทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงินต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.3 : ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกัน ทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.4 : ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกัน ทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 2 : รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน	
สมมติฐานที่ 2.1 : รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตต่างกัน	One-Way ANOVA

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2.2 : รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักะป้องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงินต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.3 : รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักะป้องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.4 : รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักะป้องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 3 : ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักะป้องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน	
สมมติฐานที่ 3.1 : ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักะป้องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 3.2 : ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักะป้องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงินต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 3.3 : ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักะป้องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดต่างกัน	One-Way ANOVA

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 3.4 : ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกต่างกัน	One-Way ANOVA

3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ

3.7.1 สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analytical Statistics) เป็นสถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา ได้แก่

3.7.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามตอนที่ 1 ในเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล และลักษณะของผู้ประกอบการผลิตผลไม้กระป๋อง

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลในแต่ละข้อ}}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}} \times 100 \quad (3.3)$$

3.7.1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ใช้สำหรับแบบสอบถามในตอนที่ 2 ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในด้านต่างๆ ซึ่งได้แก่ ปัญหาด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด และปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกโดยใช้สูตรสำหรับข้อมูลที่จัดกลุ่มเป็นชั้นคะแนน (Group Data) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 137-142)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} \quad (3.4)$$

เมื่อ \bar{X} หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง
 n หมายถึง จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม
 $\sum X$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

3.7.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ ร่วมกับค่าเฉลี่ยในแบบสอบถามตอนที่ 2 เพื่อแสดงถึงลักษณะการกระจายของคะแนน โดยใช้สูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 143)

$$S.D = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}} \quad (3.5)$$

เมื่อ	S.D.	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
	X	หมายถึง	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	n	หมายถึง	จำนวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

3.7.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สรุปถึงลักษณะของผู้ประกอบการผลิตผลไม้กระป๋องซึ่งได้แก่ ขนาดของเงินลงทุน รูปแบบการดำเนินงาน และระยะเวลาในการดำเนินงาน มีผลต่อปัญหาในการดำเนินการด้านต่างๆ ได้แก่ ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการเงิน ปัญหาด้านการตลาด และปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก โดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดังนี้

3.7.2.1 การวิเคราะห์โดยวิธี One-Way ANOVA (Analysis of variance) ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (Independent Sample) คือ ขนาดของเงินลงทุน รูปแบบการดำเนินงาน และระยะเวลาในการดำเนินงาน กับตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่ ปัญหาในการดำเนินการของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องและวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้สูตร One-Way ANOVA

ขั้นตอนการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA มีดังต่อไปนี้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบโดยวิธี One-way ANOVA คือ

H_0 : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกัน

หรือ

$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$

$H_1 : \mu_i \neq \mu_j$,เมื่อ $i \neq j$

$; i, j = 1, 2, \dots, k$

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 116)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

สูตรสำหรับการวิเคราะห์ค่าต่างๆแสดงในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 แสดงสูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA

Source of Variation	Degree of freedom	Sum Square	Mean Square	F
Between Groups	$k - 1$	$SS_b = \sum_{j=1}^k \frac{T_j^2}{n_j} - \frac{T^2}{n}$	$MS_b = \frac{SS_b}{k - 1}$	$F = \frac{MS_b}{MS_w}$
Within Group	$n - k$	$SS_w = SS_T - SS_b$	$MS_w = \frac{SS_w}{n - k}$	
Total	$n - 1$	$SS_T = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij}^2 - \frac{T^2}{n}$		

- เมื่อ k คือจำนวนกลุ่ม
 n คือ ขนาดตัวอย่างทั้งหมด
 n_j คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ j
 T_j คือ ผลรวมของคะแนนทุกตัวในกลุ่มตัวอย่างที่ j
 T คือผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 x_{ij} คือ คะแนนแต่ละตัว

4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ = α

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k - 1), (n - k)$ หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า F มากกว่าค่า F ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k - 1), (n - k)$ หรือ ถ้ามีค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่าค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

3.7.2.2 การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่กรณีที่ F-test ในการวิเคราะห์ One-way ANOVA มีนัยสำคัญ โดยมีขั้นตอนการคำนวณดังนี้

1. กำหนดระดับนัยสำคัญ α

2. คำนวณค่า LSD จากสูตร

$$\text{LSD} = t_{\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{MS_w \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ $t_{\frac{\alpha}{2}, n-k}$ คือค่าที่ได้จากตาราง t ที่ $\text{df} = n - k$ ที่ $\frac{\alpha}{2}$

n_i คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ i

n_j คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ j

3. คำนวณหาค่า $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$ เมื่อ $i \neq j ; i, j = 1, 2, \dots, k$

เมื่อ \bar{X}_i คือค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ i

\bar{X}_j คือค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ j

4. การตัดสินใจ

ถ้าค่า $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$ ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$ ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า LSD หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญหรือไม่แตกต่างกัน

บทที่ 4

วิเคราะห์ข้อมูล

จากการจัดส่งแบบสอบถามให้กับเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกจำนวน 70 ราย (การวิจัยครั้งนี้ต้องการขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 59 ราย จากการคำนวณโดยใช้หลักเกณฑ์ของ Yamane) มีผู้ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามกลับมาจำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.66 ของกลุ่มตัวอย่าง จึงใช้ข้อมูลจำนวนนี้ในการวิจัย ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล จะแบ่งออกเป็น 4 ตอนใหญ่ ๆ ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา เครื่องหมายคุณภาพที่โรงงานได้รับ เงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจและระยะเวลาในการดำเนินงาน

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องโดยจำแนกตามปัญหาทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน เป็นการทดสอบสมมติฐานซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะของผู้ผลิต ประกอบไปด้วยขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงานของผู้ผลิต ที่มีต่อปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง

4.4 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับปัญหาอื่นจากการดำเนินงานในแต่ละด้านที่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องประสบอยู่และต้องการความช่วยเหลือในการแก้ไข

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา เครื่องหมายคุณภาพที่โรงงานได้รับ ขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจและระยะเวลาในการดำเนินงาน โดยมีการนำเสนอในรูปของตารางประกอบคำบรรยายดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล และลักษณะของผู้ผลิตใน
อุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. เพศ		
ชาย	40	85.11
หญิง	7	14.89
รวม	47	100
2. อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	0	0.00
30 - 40 ปี	7	14.89
มากกว่า 40 – 50 ปี	18	38.30
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	22	46.81
รวม	47	100
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่า ม.6 / ปวช.	0	0
ม.6 / ปวช. / ปวส. / อนุปริญญา	1	2.13
ปริญญาตรี	39	82.98
สูงกว่าปริญญาตรี	6	14.89
รวม	47	100
4. ขนาดของเงินลงทุน		
ไม่เกิน 50 ล้านบาท	11	23.40
มากกว่า 50 – 200 ล้านบาท	19	40.43
มากกว่า 200 ล้านบาท	17	36.17
รวม	47	100
5. รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ		
เจ้าของคนเดียว	6	12.77
ห้างหุ้นส่วน	0	0.00
บริษัทจำกัด	37	78.72
บริษัทมหาชน	4	8.51
รวม	47	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
6. ระยะเวลาในการดำเนินงาน		
น้อยกว่า 5 ปี	6	12.77
5 - 10 ปี	13	27.66
มากกว่า 10 - 20 ปี	19	40.42
มากกว่า 20 ปี	9	19.15
รวม	47	100
7. เครื่องหมายคุณภาพ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
อย.	23	48.94
GMP	45	95.74
HACCP	45	95.74
ISO กลุ่ม 9000	38	80.85
ISO กลุ่ม 14000	2	4.26
ISO กลุ่ม 18000	2	4.26
ฮาลาล	9	19.15
มาตรฐานอื่นๆ	8	17.20

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องดังต่อไปนี้

1. เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตผลไม้กระป๋องจำนวน 47 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 85.11 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14.89

2. อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตผลไม้กระป๋องจำนวน 47 คน ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 46.81 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40 - 50 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 30 - 40 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14.89 โดยไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปีเลย

3. ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตผลไม้กระป๋องจำนวน 47 คน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน

39 คน คิดเป็นร้อยละ 82.98 รองลงมามีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 14.89 และมีการศึกษาระดับ ม.6 / ปวช. / ปวส. / อนุปริญญา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.13 โดยไม่พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 / ปวช. เลย

4. ขนาดของเงินลงทุน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตผลไม้กระป๋องจำนวน 47 โรงงาน ส่วนใหญ่ใช้จำนวนเงินลงทุนหรือสินทรัพย์ที่ใช้ในการลงทุนในกิจการมากกว่า 50 - 200 ล้านบาท จำนวน 19 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 40.43 รองลงมาใช้จำนวนเงินลงทุนหรือสินทรัพย์ที่ใช้ในการลงทุนในกิจการมากกว่า 200 ล้านบาท จำนวน 17 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 36.17 และมีโรงงานที่ใช้จำนวนเงินลงทุนหรือสินทรัพย์ที่ใช้ในการลงทุนในกิจการไม่เกิน 50 ล้านบาท จำนวน 11 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 23.40

5. รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตผลไม้กระป๋องจำนวน 47 โรงงาน ส่วนใหญ่มีรูปแบบบริษัทจำกัดจำนวน 37 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 78.72 รองลงมาในรูปแบบธุรกิจเป็นแบบเจ้าของคนเดียวจำนวน 6 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 12.77 มีรูปแบบธุรกิจแบบบริษัทมหาชนจำนวน 4 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 8.51 โดยไม่พบโรงงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรูปแบบธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วนเลย

6. ระยะเวลาในการดำเนินงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตผลไม้กระป๋องจำนวน 47 โรงงาน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 10 - 20 ปี จำนวน 19 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 40.42 รองลงมามีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 - 10 ปี จำนวน 13 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 27.66 มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป จำนวน 9 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 19.15 และมีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 6 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 12.77

7. เครื่องหมายคุณภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตผลไม้กระป๋องจำนวน 47 โรงงาน ส่วนใหญ่ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ GMP และ HACCP จำนวน 45 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 95.74 ของผู้ตอบแบบสอบถาม รองลงมาได้รับเครื่องหมายคุณภาพ ISO กลุ่ม 9000 จำนวน 38 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 80.85 ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ อย. จำนวน 23 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 48.94 ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ ฮาลาล จำนวน 9 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 19.15 ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ Q จำนวน 8 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 17.20 ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ ISO กลุ่ม 14000 และกลุ่ม 18000 จำนวน 2 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 4.26

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องโดยจำแนกตามปัญหาทั้ง 4 ด้าน

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้มักระป๋องในภาคตะวันตกของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตผลไม้มักระป๋องจำนวน 47 คน จำแนกตามปัญหาทั้ง 4 ด้าน โดยวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมเป็นรายชื่อ รายองค์ประกอบของแต่ละด้านและรายด้าน ได้ผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้มักระป๋อง องค์ประกอบปัญหาการวางแผนการผลิตของปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาการวางแผนการผลิต	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ขาดแคลนบุคลากรด้านการวางแผนการผลิต	2.617	1.134	ปานกลาง	3
2. พยากรณ์ความต้องการบริโภคในอนาคตได้ยาก	2.149	1.042	น้อย	5
3. ขาดข้อมูลเพื่อวางแผนทางการตลาด	2.383	1.054	น้อย	4
4. การขาดแคลนวัตถุดิบ ในบางฤดูกาล	2.851	1.216	ปานกลาง	1
5. บางสถานการณ์ไม่สามารถดำเนินการตามแผนการผลิตได้	2.660	1.221	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม	2.553	0.616	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ผลิตผลไม้มักระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาการดำเนินงานองค์ประกอบปัญหาการวางแผนการผลิตอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ เท่ากับ 2.553 และผู้ผลิตผลไม้มักระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.616

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายชื่อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ปัญหาการวางแผนการผลิตของผู้ผลิตผลไม้มักระป๋องมีปัญหายอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปัญหปานกลาง โดยข้อที่มีปัญหาในระดับปัญหปานกลางซึ่งเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ข้อ 4 ปัญหาคือการขาดแคลนวัตถุดิบ ในบางฤดูกาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.851 ข้อ 5 ปัญหาคือบางสถานการณ์ไม่สามารถดำเนินการตามแผนการผลิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.660 ข้อ 1 ปัญหาคือขาดแคลนบุคลากรด้านการวางแผนการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.617 และข้อที่มีปัญหายอยู่ในระดับน้อย คือ ข้อ 3

ขาดข้อมูลเพื่อวางแผนทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.383 ข้อ 2 พยากรณ์ความต้องการบริโภคในอนาคตได้ยาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.149

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์กรประกอบปัญหาการปฏิบัติการผลิตของปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาการปฏิบัติการผลิต	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ขาดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมถึงการตลาดเทคโนโลยีด้านการผลิต	2.787	1.267	ปานกลาง	4
2. ขาดการบำรุงรักษาเครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต	2.787	1.160	ปานกลาง	4
3. ผลิตได้ไม่เต็มกำลังการผลิต	2.723	1.036	ปานกลาง	5
4. ต้นทุนการผลิตสูงทำให้ได้กำไรน้อยหรือขาดทุน	2.979	1.032	ปานกลาง	3
5. แหล่งวัตถุดิบ(ผลไม้) อยู่ห่างไกลจากโรงงาน	1.936	1.009	น้อย	6
6. ปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพ	3.638	0.965	มาก	1
7. ปัญหาราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น	3.000	1.123	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม	2.836	0.630	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาค่าดำเนินงานองค์กรประกอบปัญหาการปฏิบัติการผลิตอยู่ในระดับปัญหাপานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อเท่ากับ 2.836 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนัก โดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.630

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายชื่อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัญหาการปฏิบัติการผลิตของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปัญหามาก โดยข้อที่มีปัญหาในระดับปัญหามาก ได้แก่ ข้อ 6 คือปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.638 ข้อที่มีปัญหาในระดับปัญหাপานกลาง ได้แก่ ข้อ 7 คือปัญหาราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.000 ข้อ 4 ปัญหาคือต้นทุนการผลิตสูงทำให้ได้กำไรน้อยหรือขาดทุนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.979 ข้อ 1 ปัญหาคือขาดแคลนเทคโนโลยีด้านการผลิตรวมทั้งด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.787 ข้อ 2 คือขาดการบำรุงรักษาเครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.787 ข้อ 3 ผลิตได้ไม่เต็มกำลังการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.723 และข้อที่มีปัญหา

อยู่ในระดับน้อย คือ ข้อ 5 ปัญหาคือแหล่งวัตถุดิบ (ผลไม้) อยู่ห่างไกลจากโรงงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.936

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์กรประกอบปัญหาการควบคุมการผลิตของปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาการควบคุมการผลิต	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ควบคุมคุณภาพการปลูกผลไม้จากเกษตรกรได้ยาก	2.468	0.655	น้อย	1
2. บรรจุก้นท์ไม่ได้คุณภาพ	2.277	0.743	น้อย	4
3. มีของเหลือทิ้งระหว่างกระบวนการผลิตมาก	2.404	0.948	น้อย	3
4. ขาดการควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอนของการผลิต	2.426	1.193	น้อย	2
ค่าเฉลี่ยรวม	2.394	0.609	น้อย	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาการดำเนินงานองค์กรประกอบปัญหาการควบคุมการผลิตอยู่ในระดับปัญหาน้อย ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อเท่ากับ 2.394 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.609

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายชื่อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัญหาการควบคุมการผลิตของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ข้อ 1 ปัญหาควบคุมคุณภาพการปลูกผลไม้จากเกษตรกรได้ยากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.468 ข้อ 4 ปัญหาคือ ขาดการควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอนของการผลิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.426 ข้อ 3 ปัญหาคือมีของเหลือทิ้งระหว่างกระบวนการผลิตมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.404 และ ข้อ 2 ปัญหาคือบรรจุก้นท์ไม่ได้คุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.277

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์ประกอบปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลังของปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลัง	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ระบบการเก็บรักษาผลไม้ไม่ได้คุณภาพ	2.447	1.194	น้อย	2
2. ปัญหาการจัดเก็บวัตถุดิบสำรองสำหรับการผลิต	2.234	1.237	น้อย	4
3. ปัญหาการจัดเก็บสต็อกสินค้า	2.362	1.259	น้อย	3
4. ค่าใช้จ่ายในการเก็บสินค้าสำเร็จรูปค่อนข้างสูง	2.638	1.169	ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยรวม	2.420	0.838	น้อย	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาการดำเนินงานองค์ประกอบปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลังอยู่ในระดับปัญหาน้อย ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ เท่ากับ 2.420 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนัก โดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.838

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลังของผู้ผลิตนมพร้อมดื่มมีปัญหาอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปัญหามานกลาง โดยปัญหาในระดับปัญหามานกลางได้แก่ ข้อ 4 ปัญหาคือค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้าสำเร็จรูปค่อนข้างสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.638 และข้อที่มีปัญหาอยู่ในระดับน้อย คือ ข้อ 1 คือปัญหาการเก็บรักษาผลไม้ไม่ได้คุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.447 ข้อ 3 คือปัญหาการจัดเก็บสต็อกสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.362 ข้อ 2 ปัญหาคือปัญหาการจัดเก็บวัตถุดิบสำรองสำหรับการผลิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.234

ตารางที่ 4.6 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์ประกอบของปัญหาต่างๆ 4 ด้าน ของปัญหาด้านการผลิตในภาพรวม

องค์ประกอบต่างๆ ของปัญหาด้านการผลิต	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ปัญหาการวางแผนการผลิต	2.553	0.616	ปานกลาง	2
2. ปัญหาการปฏิบัติการผลิต	2.836	0.630	ปานกลาง	1
3. ปัญหาการควบคุมการผลิต	2.394	0.610	น้อย	4
4. ปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลัง	2.420	0.838	น้อย	3
ค่าเฉลี่ยของทุกองค์ประกอบ	2.588	0.599	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาการดำเนินงานด้านการผลิตโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาปานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านเท่ากับ 2.588 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.599

เมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานด้านการผลิต ในแต่ละองค์ประกอบเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่าผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาในองค์ประกอบของปัญหาการปฏิบัติการผลิตอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปานกลาง โดยปัญหาในระดับปัญหาปานกลาง ได้แก่ ปัญหาการปฏิบัติการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.836 องค์ประกอบของปัญหาการวางแผนการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.553 และปัญหาในระดับน้อย ได้แก่ องค์ประกอบของปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.420 และ องค์ประกอบของปัญหาการควบคุมการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.394

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์ประกอบปัญหาการคาดการณ์ความต้องการเงินทุนของปัญหาด้านการเงิน

ปัญหาการคาดการณ์ความต้องการเงินทุน	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ไม่มีการตั้งเป้าหมายการผลิตที่ชัดเจนในแต่ละปี	2.234	1.146	น้อย	2
2. ไม่ทราบแนวโน้มการเจริญเติบโตของตลาด	1.915	1.100	น้อย	4
3.ขาดการวางแผนทางการเงินหรือการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า	2.298	1.196	น้อย	1
4. ขาดมืออาชีพในการวางแผนทางการเงิน	2.213	1.233	น้อย	3
ค่าเฉลี่ยรวม	2.165	0.789	น้อย	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาการดำเนินงานองค์ประกอบปัญหาการคาดการณ์ความต้องการเงินทุนอยู่ในระดับปัญหาน้อย ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อเท่ากับ 2.165 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนัก โดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.789

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ประกอบปัญหาการคาดการณ์ความต้องการเงินทุน ของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาอยู่ในระดับน้อยทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ข้อ 3 ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาขาดการวางแผนทางการเงินหรือการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า เป็นลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.298 ลำดับที่ 2 คือ ข้อ 1 ปัญหาคือไม่มี การตั้งเป้าหมายการผลิตที่ชัดเจนในแต่ละปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.234 ลำดับที่ 3 คือ

ข้อ 4 ปัญหาคือขาดมืออาชีพในการวางแผนทางการเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.213 และข้อ 2 ปัญหาคือไม่ทราบแนวโน้มการเจริญเติบโตของตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.915

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์ประกอบปัญหาการจัดการจัดหาเงินทุนของปัญหาด้านการเงิน

ปัญหาการจัดการจัดหาเงินทุน	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ขาดแหล่งเงินทุนที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงาน	2.192	1.191	น้อย	4
2. อัตราดอกเบี้ยของเงินทุนสูง	2.745	1.015	ปานกลาง	1
3. ระดมเงินทุนยากเนื่องจากธุรกิจมีความเสี่ยงสูง	2.447	1.248	น้อย	3
4. ขาดสภาพคล่องทางการเงินเนื่องจากเงินทุนส่วนใหญ่เป็นการก่อกู้ระยะสั้น	2.553	1.100	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม	2.473	0.871	น้อย	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาด้านการเงินองค์ประกอบปัญหาการจัดการจัดหาเงินทุนอยู่ในระดับปัญหาน้อย ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ เท่ากับ 2.473 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.871

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัญหาการจัดการจัดหาเงินทุนของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปานกลาง โดยปัญหาในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อ 2 ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาอัตราดอกเบี้ยของเงินทุนสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.745 ข้อ 4 ปัญหาคือขาดสภาพคล่องทางการเงินเนื่องจากเงินทุนส่วนใหญ่เป็นการก่อกู้ระยะสั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.553 และปัญหาระดับน้อย ได้แก่ ข้อ 3 ปัญหาคือระดมเงินทุนได้ยากเนื่องจากธุรกิจมีความเสี่ยงสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.447 ข้อ 1 ขาดแหล่งเงินทุนที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.192

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์ประกอบปัญหาการจัดสรรเงินทุนในธุรกิจของปัญหาด้านการเงิน

ปัญหาการจัดสรรเงินทุนในธุรกิจ	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. รายได้และยอดขายของธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	2.723	1.246	ปานกลาง	1
2. ความสามารถในการทำกำไรอยู่ในระดับต่ำ	2.575	1.315	ปานกลาง	3
3. มีลูกหนี้ค้างชำระเป็นจำนวนมากทำให้หนี้สงสัยจะสูญเพิ่มขึ้น	2.170	1.221	น้อย	5
4. ขาดความสามารถในการชำระหนี้ได้ตามกำหนด	2.511	1.283	ปานกลาง	4
5. ขาดสภาพคล่องของกระแสเงินสดหมุนเวียน	2.617	1.277	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม	2.519	0.833	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาด้านการเงิน องค์ประกอบปัญหาการจัดสรรเงินทุนในธุรกิจอยู่ในระดับปัญหাপานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ เท่ากับ 2.519 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.833

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัญหาการจัดสรรเงินทุนในธุรกิจของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปัญหাপานกลาง โดยข้อที่มีปัญหในระดับปัญหাপานกลาง ได้แก่ ข้อ 1 ปัญหาคือรายได้และยอดขายของธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.723 ข้อ 5 ปัญหาคือขาดสภาพคล่องของกระแสเงินสดหมุนเวียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.617 ข้อ 2 ปัญหาคือความสามารถในการทำกำไรอยู่ในระดับต่ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.575 ข้อ 4 ปัญหาคือขาดความสามารถในการชำระหนี้ได้ตามกำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.448 และข้อที่มีปัญหอยู่ในระดับน้อย คือ ข้อ 3 คือปัญหา มีลูกหนี้ค้างชำระเป็นจำนวนมากทำให้หนี้สงสัยจะสูญเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.170

ตารางที่ 4.10 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์ประกอบของปัญหาต่างๆ 3 ด้าน ของปัญหาด้านการเงินในภาพรวม

องค์ประกอบต่างๆ ของปัญหาด้านการเงิน	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ปัญหาการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน	2.165	0.789	น้อย	3
2. ปัญหาการจัดหาเงินทุน	2.473	0.871	น้อย	2
3. ปัญหาการจัดสรรเงินทุนในธุรกิจ	2.519	0.832	ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยของทุกองค์ประกอบ	2.400	0.709	น้อย	

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาการดำเนินงานด้านการเงินโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาน้อย ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านเท่ากับ 2.400 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.709

เมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานด้านการเงิน ในแต่ละองค์ประกอบเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่าผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาในองค์ประกอบของปัญหาการจัดหาเงินทุนอยู่ในระดับปัญหาน้อยถึงระดับปัญหাপานกลาง โดยระดับปัญหাপานกลางได้แก่ องค์ประกอบของปัญหาการจัดสรรเงินทุนในธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.519 และระดับปัญหาน้อย ได้แก่ องค์ประกอบของปัญหาการจัดหาเงินทุน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.473 องค์ประกอบของปัญหาการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.165

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์ประกอบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	2.149	0.100	น้อย	3
2. ขาดการพัฒนาทางด้านการออกแบบและเทคโนโลยีของบรรจุภัณฑ์	2.511	1.177	ปานกลาง	1
3. อายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไม่นานเท่าที่ควร	1.979	1.011	น้อย	4
4. ผู้บริโภคไม่สามารถแยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของท่านกับตราสินค้าอื่นได้	2.298	0.976	น้อย	2
5. ความต้องการชนิด คุณภาพ และรสชาติของสินค้าแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาคหรือท้องถิ่น	1.979	0.766	น้อย	4
ค่าเฉลี่ยรวม	2.183	0.619	น้อย	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาด้านการดำเนินงานองค์ประกอบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปัญหาน้อย ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อเท่ากับ 2.183 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.619

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายชื่อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปัญหাপานกลาง โดยข้อที่มีปัญหาในระดับปัญหাপานกลาง ได้แก่ ข้อ 2 ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาขาดการพัฒนาทางด้านการออกแบบและเทคโนโลยีของบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.511 และข้อที่มีปัญหาอยู่ในระดับน้อย คือ ข้อ 4 ปัญหาคือผู้บริโภคไม่สามารถแยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของท่านกับตราสินค้าอื่นได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.298 ข้อ 1 ปัญหาคือขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.149 ข้อ 5 ปัญหาคือ ความต้องการชนิด คุณภาพ และรสชาติของสินค้าแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาคหรือท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.979 และ ข้อ 3 ปัญหา คือ อายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไม่นานเท่าที่ควร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.979

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์กรประกอบปัญหาคำนวณราคาของปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาด้านราคา	N = 49		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. การแข่งขันทางการตลาดสูง	2.979	1.132	ปานกลาง	1
2. ปัญหาการปรับราคาขายยากเมื่อต้นทุนการผลิตสูงขึ้น	2.894	1.238	ปานกลาง	2
3. ปัญหาการตั้งราคาให้มีความเหมาะสมเพื่อจูงใจผู้บริโภค	2.830	1.185	ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ยรวม	2.900	0.865	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาการดำเนินงานองค์กรประกอบปัญหาด้านราคาอยู่ในระดับปัญหาปานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อเท่ากับ 2.900 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนัก โดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.865

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัญหาด้านราคาของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยพบว่า ข้อ 1 คือปัญหามีการแข่งขันทางการตลาดสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.979 เป็นลำดับที่ 1 ข้อ 2 ปัญหาการปรับราคาขายยากเมื่อต้นทุนการผลิตสูงขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.894 เป็นลำดับที่ 2 และลำดับที่ 3 คือ ข้อ 3 ปัญหาการตั้งราคาให้มีความเหมาะสมเพื่อจูงใจผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.830

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์กรประกอบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ต้นทุนในการจัดจำหน่ายสูง	2.489	1.283	น้อย	2
2. ขาดผู้กระจายและศูนย์กระจายสินค้า	2.340	1.340	น้อย	3
3. ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่	2.660	1.388	ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยรวม	2.496	0.920	น้อย	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาคำเนินงานองค์ประกอบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปัญหาน้อยซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อเท่ากับ 2.496 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนัก โดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.920

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปัญหาปานกลาง โดยข้อที่มีปัญหาในระดับปัญหาปานกลางได้แก่ ข้อ 3 ปัญหาคือ ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.660 และข้อที่มีปัญหอยู่ในระดับน้อย คือ ข้อ 1 ปัญหาคือ ต้นทุนในการจัดจำหน่ายสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.489 ข้อ 2 ปัญหาคือขาดผู้กระจายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.340

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์ประกอบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. มีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดสูง	2.234	1.184	น้อย	4
2. ขาดการทำแผนส่งเสริมการตลาดล่วงหน้า	2.362	1.072	น้อย	3
3. ขาดแคลนบุคลากรทางการด้านการส่งเสริมการตลาด	2.362	1.072	น้อย	3
4. ขาดการส่งเสริมตราสินค้า	2.447	1.017	น้อย	2
5. ขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	2.447	1.080	น้อย	2
6. ยอดขายไม่ได้เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เมื่อมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด	2.490	0.997	น้อย	1
ค่าเฉลี่ยรวม	2.390	0.948	น้อย	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาคำเนินงานองค์ประกอบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปัญหาน้อย ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อเท่ากับ 2.390 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนัก โดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.948

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหอยู่ในระดับน้อยทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย

พบว่า ข้อ 6 ปัญหาคือยอดขายไม่ได้เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เมื่อมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.490 เป็นลำดับที่ 1 ลำดับที่ 2 คือ ข้อ 5 ปัญหาขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.447 และ ข้อ 4 ปัญหาคือขาดการส่งเสริมตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.447 ลำดับที่ 3 ข้อ 3 ปัญหาคือขาดแคลนบุคลากรทางด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.362 และข้อ 2 ปัญหาคือ ขาดการทำแผนส่งเสริมการตลาดล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.362 ลำดับที่ 4 คือ ข้อ 1 ปัญหาคือมีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.234

ตารางที่ 4.15 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์ประกอบของปัญหาต่างๆ 4 ด้าน ของปัญหาด้านการตลาดในภาพรวม

องค์ประกอบต่างๆ ของปัญหาด้านการตลาด	N = 49		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	2.183	0.620	น้อย	4
2. ปัญหาด้านราคา	2.900	0.865	ปานกลาง	1
3. ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	2.496	0.920	น้อย	2
4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	2.390	0.948	น้อย	3
ค่าเฉลี่ยของทุกองค์ประกอบ	2.438	0.678	น้อย	

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาการดำเนินงานด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาน้อย ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านเท่ากับ 2.438 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.678

เมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานด้านการตลาด ในแต่ละองค์ประกอบเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาในองค์ประกอบของปัญหาด้านราคาเป็นลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.900 ลำดับที่ 2 ได้แก่ องค์ประกอบของปัญหาด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.496 ลำดับที่ 3 ได้แก่ องค์ประกอบของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.390 และลำดับสุดท้าย ได้แก่ องค์ประกอบของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.183

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์กรประกอบปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจของปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

ปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจ	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ปัญหาเนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	2.553	1.100	ปานกลาง	2
2. ปัญหาจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว	2.575	0.827	ปานกลาง	1
3. ผลกระทบจากการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA)	2.532	0.804	ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ยรวม	2.554	0.638	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาด้านการดำเนินงานองค์กรประกอบปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับปัญหามานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อเท่ากับ 2.554 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนัก โดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.638

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหายุ่งอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ข้อ 2 ปัญหาจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.575 เป็นลำดับที่ 1 ลำดับที่ 2 คือ ข้อ 1 ปัญหาเนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.553 และลำดับที่ 3 คือ ข้อ 3 ปัญหาผลกระทบจากการทำข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.532

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์กรประกอบปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

ปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรม	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ขาดการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค	2.532	0.997	ปานกลาง	1
2. ผู้บริโภคมีการให้ความสนใจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพชนิดอื่นมากขึ้น	2.362	1.051	น้อย	2
ค่าเฉลี่ยรวม	2.447	0.892	น้อย	

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาค่าดำเนินงานองค์ประกอบปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรมอยู่ในระดับปัญหาน้อย ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อเท่ากับ 2.447 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนัก โดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.892

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรมของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปานกลาง โดยปัญหาระดับปานกลางคือ ข้อ 1 ปัญหาคือขาดการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.539 และปัญหาระดับน้อยคือ ข้อ 2 ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาลูกค้าไม่ให้ความสนใจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพชนิดอื่นมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.362

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง องค์ประกอบปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาลของปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

ปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1.ขาดการติดตามสถานการณ์ในด้านการเมือง การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ	2.362	0.845	น้อย	2
2.ขาดการสนับสนุนของภาครัฐในการค้นคว้าพัฒนาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและการตลาด	2.234	0.914	น้อย	4
3.ขาดการสนับสนุนทางด้านภาษี	2.340	0.841	น้อย	3
4.ขาดความชัดเจนของระเบียบการรับรองมาตรฐานคุณภาพ	1.915	0.881	น้อย	5
5.ขาดความเป็นมาตรฐานในการตรวจรับรองมาตรฐานคุณภาพ	1.638	0.792	น้อย	7
6.ขาดแคลนบุคลากรในการตรวจรับรองมาตรฐานคุณภาพ	1.830	1.028	น้อย	6
7.ขั้นตอนในการตรวจรับรองมาตรฐานคุณภาพมีความยุ่งยากและใช้เวลานาน	3.106	1.355	ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยรวม	2.204	0.645	น้อย	

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ผลิตผลไม้มักระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาการดำเนินงานองค์ประกอบปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล อยู่ในระดับปัญหาน้อย ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อเท่ากับ 2.204 และผู้ผลิตผลไม้มักระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.645

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล ของผู้ผลิตผลไม้มักระป๋องมีปัญหายุ่งยากอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปัญหাপานกลาง โดยข้อที่มีปัญหาในระดับปัญหাপานกลาง ได้แก่ ข้อ 7 ปัญหาคือ ขั้นตอนในการตรวจรับรองมาตรฐานคุณภาพมีความยุ่งยากและใช้เวลานาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.106 และข้อที่มีปัญหายุ่งยากอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ข้อ 1 ขาดการติดตามสถานการณ์ในด้านการเมือง การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.362 ข้อ 3 ขาดการสนับสนุนทางด้านภาษี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.340 ข้อ 2 ปัญหาขาดการสนับสนุนของภาครัฐในการค้นคว้าพัฒนาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.234 ข้อ 4 ขาดความชัดเจนของระเบียบการรับรองมาตรฐานคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.915 ข้อ 6 ปัญหาคือขาดแคลนบุคลากรในการตรวจรับรองมาตรฐานคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.830 คือ ข้อ 5 ขาดความเป็นมาตรฐานในการตรวจรับรองมาตรฐานคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.638

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้มักระป๋อง องค์ประกอบปัญหาด้านเทคโนโลยีของปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

ปัญหาด้านเทคโนโลยี	N = 47		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1.ขาดเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋อง	2.553	1.157	ปานกลาง	1
2.ขาดแคลนห้องปฏิบัติการ เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจวิเคราะห์และตรวจสอบผลิตภัณฑ์ผลไม้มักระป๋อง	2.511	1.120	ปานกลาง	2
3.ขาดการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล	2.426	1.175	น้อย	3
ค่าเฉลี่ยรวม	2.497	0.890	น้อย	

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ผลิตผลไม้มักระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาการดำเนินงานองค์ประกอบปัญหาด้านเทคโนโลยีอยู่ในระดับปัญหาน้อย ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อเท่ากับ 2.497 และผู้ผลิตผลไม้มักระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.890

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัญหาด้านเทคโนโลยีของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปัญหাপานกลาง โดยข้อที่มีปัญหาในระดับปัญหাপานกลาง ได้แก่ ข้อ 1 ปัญหาคือขาดเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.553 ข้อ 2. ขาดแคลนห้องปฏิบัติการเครื่องมือที่ใช้ในการตรวจวิเคราะห์และตรวจสอบผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋อง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.511 และข้อที่มีปัญหาอยู่ในระดับน้อย คือ ข้อ 3 ปัญหาคือขาดการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.426

ตารางที่ 4.20 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์ประกอบของปัญหาต่างๆ 4 ด้าน ของปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกในภาพรวม

องค์ประกอบต่างๆ ของปัญหาด้านผลกระทบจาก สภาวะแวดล้อมภายนอก	N = 49		ระดับ ปัญหา	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจ	2.554	0.638	ปานกลาง	1
2. ปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรม	2.447	0.892	น้อย	3
3. ปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล	2.204	0.645	น้อย	4
4. ปัญหาด้านเทคโนโลยี	2.497	0.890	น้อย	2
ค่าเฉลี่ยของทุกองค์ประกอบ	2.364	0.564	น้อย	

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาน้อย ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านเท่ากับ 2.364 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.564

เมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ในแต่ละองค์ประกอบเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาในองค์ประกอบของปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.554 เป็นลำดับที่ 1 ลำดับที่ 2 องค์ประกอบของปัญหาด้านเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.497 ลำดับที่ 3 องค์ประกอบของปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.447 และลำดับสุดท้าย ได้แก่ องค์ประกอบของปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.204

ตารางที่ 4.21 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องแต่ละด้านทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวม

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรม ผลไม้กระป๋อง	N = 47		ระดับ ปัญหา	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ปัญหาด้านการผลิต	2.588	0.599	ปานกลาง	1
2. ปัญหาด้านการเงิน	2.400	0.708	น้อย	3
3. ปัญหาด้านการตลาด	2.438	0.678	น้อย	2
4. ปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก	2.364	0.564	น้อย	4
ค่าเฉลี่ยของทุกด้าน	2.460	0.584	น้อย	

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีปัญหาการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาน้อย ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของ 4 ด้านเท่ากับ 2.460 และผู้ผลิตผลไม้กระป๋องแต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.584

เมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง ในแต่ละด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาในด้านการผลิต เป็นลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.588 ลำดับที่ 2 ปัญหาด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.438 ลำดับที่ 3 ปัญหาในด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.400 และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ปัญหาในด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.364

4.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีลักษณะของการประกอบการแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้จัดการ โรงงานของสถานประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีลักษณะของการประกอบการที่แตกต่างกัน ซึ่งประกอบด้วยขนาดของเงินลงทุน 3 กลุ่ม ได้แก่ ขนาดของเงินลงทุนขนาดเล็ก ขนาดของเงินลงทุนขนาดกลาง และขนาดของเงินลงทุนขนาดใหญ่ รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ 4 กลุ่ม ได้แก่ เจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัทจำกัด บริษัทมหาชน และระยะเวลาในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ 4 กลุ่ม ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำกว่า 5 ปี ระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 - 10 ปี ระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 10-20 ปี และระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 20 ปี ดังตารางที่ 4.22 ถึงตารางที่ 4.27

4.3.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง โดยจำแนกตามขนาดของกิจการ

โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ขนาดของเงินลงทุนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1 ขนาดของเงินลงทุนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตต่างกัน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2 ขนาดของเงินลงทุนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงินต่างกัน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3 ขนาดของเงินลงทุนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดต่างกัน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4 ขนาดของเงินลงทุนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง โดยจำแนกตามขนาดของเงินลงทุน

ปัญหาการดำเนินงาน	ขนาดของเงินลงทุน				
	ขนาดเล็ก N = 11 \bar{X}	ขนาดกลาง N = 19 \bar{X}	ขนาดใหญ่ N = 17 \bar{X}	F	p-value
1. ปัญหาด้านการผลิต	2.514	2.840	2.356	3.346	0.044*
2. ปัญหาด้านการเงิน	2.266	2.612	2.249	1.466	0.242
3. ปัญหาด้านการตลาด	2.593	2.564	2.197	1.742	0.187
4. ด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก	2.357	2.526	2.188	1.664	0.201
ค่าเฉลี่ยรวม	2.449	2.650	2.255	2.157	0.128

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องในภาคตะวันตก จำแนกตามขนาดของเงินลงทุน ได้แก่ อุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องขนาดเล็ก อุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องขนาดกลาง และอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องขนาดใหญ่ โดยพิจารณาในภาพรวมทั้งหมด 4 ด้าน พบว่ามีค่า p-value มากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องที่มีขนาดของเงินลงทุนที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ว่าขนาดของเงินลงทุนแตกต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องมีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่าปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องขนาดเล็ก ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องขนาดกลาง และผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องขนาดใหญ่มีค่า p-value น้อยกว่า 0.05 เฉพาะปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตแสดงว่า ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องขนาดเล็ก ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องขนาดกลาง และผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องขนาดใหญ่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องขนาดเล็ก ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องขนาดกลาง และผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องขนาดใหญ่ที่มีค่า p-value มากกว่า 0.05 คือปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงิน ปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดและในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก แสดงว่าปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องขนาดเล็ก ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องขนาดกลาง และผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องขนาดใหญ่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดและปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องในแต่ละกลุ่มขนาดของเงินลงทุน โดยทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD. ผลการทดสอบเฉพาะที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงไว้ในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องที่มีขนาดของเงินลงทุนที่แตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธีLSD

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋อง	ขนาดของเงินลงทุน	\bar{X}	กลุ่มที่	p-value		
				กลุ่มที่		
				1	2	3
1. ปัญหาด้านการผลิต	เล็ก	2.514	1	-	0.139	0.479
	กลาง	2.840	2	-	-	0.015*
	ใหญ่	2.356	3	-	-	-

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่าปัญหาในการดำเนินงานในด้านการผลิต ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องที่มีขนาดกิจการขนาดกลางมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องที่มีขนาดของกิจการขนาดใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องขนาดกลางมีค่าเฉลี่ยของปัญหาเท่ากับ 2.840 สูงกว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องขนาดใหญ่ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.356 ส่วนผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องขนาดเล็กมีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดใหญ่

4.3.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องโดยจำแนกตามรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ โดยมีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงินที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสถานะแวดล้อมภายนอกที่ต่างกัน

ผลการทดสอบแสดงในตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่อง โดยจำแนกตามรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ

ปัญหาการดำเนินงาน	ระยะเวลาในการดำเนินงาน				
	เจ้าของ คนเดียว N = 6 \bar{X}	บริษัท จำกัด N = 37 \bar{X}	บริษัท มหาชน N = 4 \bar{X}	F	p-value
	1. ปัญหาด้านการผลิต	3.150	2.520	2.375	3.467
2. ปัญหาด้านการเงิน	3.065	2.342	1.940	4.107	0.023*
3. ปัญหาด้านการตลาด	2.883	2.409	2.043	2.104	0.134
4. ด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก	2.835	2.310	2.165	2.697	0.079
ค่าเฉลี่ยรวม	2.990	2.407	2.155	3.519	0.038*

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ ได้แก่ เจ้าของคนเดียว บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน โดยพิจารณาในภาพรวมทั้งหมด 4 ด้าน พบว่ามีค่า p-value น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าภาพรวมของปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ว่า รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องมีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตและปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงินมีค่า p-value น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตและปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดและปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกมีค่า p-value มากกว่า 0.05 แสดงว่าปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันมีปัญหา

ในการดำเนินงานด้านการตลาดและปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD. ผลการทดสอบเฉพาะที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงไว้ในตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธีLSD

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง	รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ	\bar{X}	กลุ่มที่	p-value		
				กลุ่มที่		
				1	2	3
1. ปัญหาด้านการผลิต	เจ้าของคนเดียว	3.150	1	-	0.016*	0.041*
	บริษัทจำกัด	2.520	2	-	-	0.630
	บริษัทมหาชน	2.375	3	-	-	-
2.ปัญหาด้านการเงิน	เจ้าของคนเดียว	3.065	1	-	0.017*	0.012*
	บริษัทจำกัด	2.342	2	-	-	0.257
	บริษัทมหาชน	1.940	3	-	-	-

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ปัญหาด้านการผลิต พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียวมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบบริษัทจำกัดและบริษัทมหาชนอย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียวมีค่าเฉลี่ยของปัญหาเท่ากับ 3.150 สูงกว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบบริษัทจำกัดและบริษัทมหาชนซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.520 และ 2.375 ตามลำดับ ส่วนผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบบริษัทจำกัดมีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบบริษัทมหาชน

พิจารณาปัญหาด้านการเงิน พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียวมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบบริษัทจำกัดและบริษัทมหาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียวมีค่าเฉลี่ยของปัญหาเท่ากับ 3.065 สูงกว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบบริษัทจำกัดและบริษัทมหาชนซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.342 และ 2.194 ตามลำดับ ส่วนผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบบริษัทจำกัดมีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบบริษัทมหาชน

4.3.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน

โดยมีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.2 ระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงินที่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.4 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกที่ต่างกัน

ผลการทดสอบแสดงในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋อง โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน

ปัญหาการดำเนินงาน	ระยะเวลาในการดำเนินงาน				F	p-value
	ต่ำกว่า 5 ปี N = 6 \bar{X}	5-10 ปี N = 13 \bar{X}	มากกว่า 10-20 ปี N = 19 \bar{X}	มากกว่า 20 ปี N = 9 \bar{X}		
1. ปัญหาด้านการผลิต	3.425	2.469	2.526	2.333	6.308	0.001**
2. ปัญหาด้านการเงิน	3.260	2.230	2.389	2.094	4.661	0.007**
3. ปัญหาด้านการตลาด	3.197	2.226	2.526	2.053	5.052	0.004**
4. ด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก	2.933	2.210	2.382	2.170	3.093	0.037*
ค่าเฉลี่ยรวม	3.218	2.299	2.466	2.174	5.812	0.002**

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน โดยพิจารณาในภาพรวมทั้งหมด 4 ด้าน พบว่ามีค่า p-value น้อยกว่า 0.01 แสดงว่าปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ว่า ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องมีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่าปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิต ปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงิน และปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด มีค่า p-value น้อยกว่า 0.01 และปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกมีค่า p-value น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิต ปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงิน และปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป๋องที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระบอบระยะเวลาในการดำเนินงานทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD. ผลการทดสอบเฉพาะที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 แสดงไว้ในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระบอบที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ปัญหาการดำเนินงาน ของผู้ผลิตในอุตสาหกรรม ผลไม้มักระบอบ	ระยะเวลาใน การดำเนินงาน	\bar{X}	กลุ่ม ที่	p-value			
				กลุ่มที่			
				1	2	3	4
1. ปัญหาด้านการผลิต	น้อยกว่า 5 ปี	3.425	1	-	0.001**	0.001**	0.000**
	5 – 10 ปี	2.469	2	-	-	0.760	0.547
	มากกว่า 10 – 20 ปี	2.526	3	-	-	-	0.361
	มากกว่า 20 ปี	2.333	4	-	-	-	-
2. ปัญหาด้านการเงิน	น้อยกว่า 5 ปี	3.260	1	-	0.002**	0.005**	0.001**
	5 – 10 ปี	2.230	2	-	-	0.491	0.626
	มากกว่า 10 – 20 ปี	2.389	3	-	-	-	0.259
	มากกว่า 20 ปี	2.094	4	-	-	-	-
3. ปัญหาด้านการตลาด	น้อยกว่า 5 ปี	3.197	1	-	0.002**	0.022*	0.001**
	5 – 10 ปี	2.226	2	-	-	0.175	0.512
	มากกว่า 10 – 20 ปี	2.526	3	-	-	-	0.060
	มากกว่า 20 ปี	2.053	4	-	-	-	-

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ปัญหาการดำเนินงาน ของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่อง	ระยะเวลาในการดำเนินงาน	\bar{X}	กลุ่มที่	p-value			
				กลุ่มที่			
				1	2	3	4
4. ด้านผลกระทบจาก สภาวะแวดล้อมภายนอก	น้อยกว่า 5 ปี	2.933	1	-	0.008**	0.031*	0.009**
	5 – 10 ปี	2.210	2	-	-	0.371	0.862
	มากกว่า 10 – 20 ปี	2.382	3	-	-	-	0.328
	มากกว่า 20 ปี	2.170	4	-	-	-	-
5. ภาพรวม	น้อยกว่า 5 ปี	3.218	1	-	0.001**	0.003**	0.000**
	5 – 10 ปี	2.299	2	-	-	0.367	0.577
	มากกว่า 10 – 20 ปี	2.466	3	-	-	-	0.165
	มากกว่า 20 ปี	2.174	4	-	-	-	-

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.27 ในภาพรวมผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 – 10 ปี มากกว่า 10 – 20 ปี และ มากกว่า 20 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 – 10 ปี มีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน มากกว่า 10 – 20 ปี และ มากกว่า 20 ปี และผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน มากกว่า 10 – 20 ปี มีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน มากกว่า 20 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พิจารณาปัญหาด้านการผลิต พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 – 10 ปี มากกว่า 10 – 20 ปี และ มากกว่า 20 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.425 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่อง

พิจารณาปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระบอบที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปีมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระบอบที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 – 10 ปี มากกว่า 10 – 20 ปี และ มากกว่า 20 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระบอบที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.933 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระบอบที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 – 10 ปี มากกว่า 10 – 20 ปี และ มากกว่า 20 ปี ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.210 2.382 และ 2.170 ตามลำดับ ส่วนผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระบอบที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 – 10 ปีมีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระบอบที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน มากกว่า 10 – 20 ปี และ มากกว่า 20 ปี และผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระบอบที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน มากกว่า 10 – 20 ปี มีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระบอบที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน มากกว่า 20 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาอื่น ๆ จากการดำเนินงานในแต่ละด้านที่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระบอบประสบอยู่ ต้องการความช่วยเหลือในการแก้ไข

จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ซึ่งเป็นการสอบถามเกี่ยวกับปัญหาอื่นๆ จากการดำเนินงานในแต่ละด้านที่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระบอบประสบอยู่และต้องการความช่วยเหลือในการแก้ไขซึ่งได้รวบรวมความคิดเห็นที่ใกล้เคียงกันไว้ในกลุ่มเดียวกัน ดังนี้

4.4.1 ปัญหาด้านการผลิต

1. การใช้เครื่องจักรไม่เต็มประสิทธิภาพ
2. ต้นทุนการผลิตสูง
3. แรงงานหายากต้องใช้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านซึ่งมีข้อจำกัดทางภาษา
4. ขาดแคลนบุคลากรในการผลิตที่มีคุณภาพ
5. การกระจายตัวของวัตถุดิบไม่สม่ำเสมอ

4.4.2 ปัญหาด้านการเงิน

1. ต้องมีการใช้เงินเพื่อเก็บสินค้ามาก ซึ่งจะต้องผลิตเก็บไว้ในฤดูกาลที่มีวัตถุดิบมาก
2. การลงทุนในธุรกิจต้องใช้ทุนสูง เนื่องจากต้องการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย
3. แหล่งเงินกู้กำหนดดอกเบี้ยในระดับสูง เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้มีต้นทุนการผลิตสูง

4. ผลตอบแทนต่อหน่วยต่ำจนไม่สามารถคำนวณธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. ขาดแหล่งเงินทุน
6. ต้นทุนการผลิตสูงทำให้ได้กำไรน้อย

4.4.3 ปัญหาด้านการตลาด

1. ความต้องการสินค้าสูงมากจนขยายกำลังการผลิตและส่งมอบไม่ทัน
2. ตลาดเป็นของผู้ซื้อ บางครั้งต้องยอมผู้ซื้อในหลายๆเรื่องทำให้กำหนดราคาเองไม่ได้ และตราสินค้าส่วนใหญ่เป็นของผู้ซื้อ
3. มีการจำหน่ายแข่งกับประเทศที่ครองตลาดอยู่
4. ปรับราคาขายได้ยากเมื่อต้นทุนสูงขึ้นและมีการแข่งขันโดยการตัดราคาขาย
5. ขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะ
6. ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาด
7. ขาดศูนย์กระจายสินค้า
8. ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์
9. ต้องหาตลาดผู้ค้ามากขึ้น

4.4.4 ปัญหาจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

1. ราคาพลังงานสูงขึ้นโดยตลอด
2. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ขาดการประเมินไม่เป็นไปตามการคาดการณ์ บริหารจัดการยาก
3. เนื่องจากสินค้าเป็นประเภทอาหาร ซึ่งถ้าสภาพเศรษฐกิจของประเทศผู้ที่บริโภคอยู่ในทิศทางที่ดี ก็มีโอกาสจำหน่ายได้ในปริมาณที่มาก ราคาดี
4. เศรษฐกิจตกต่ำคนไม่สั่งซื้อสินค้า
5. การเมืองไม่เสถียรภาพ รัฐบาลไม่มีนโยบายในการช่วยเหลือที่ชัดเจน ควบคุมยาก
6. แรงงานท้องถิ่นเคลื่อนย้ายมาก ไม่ยอมรับกฎเกณฑ์ของบริษัท และทำงานโรงงานเป็นงานเสริม
7. กฎหมายเกี่ยวกับ food safety ระหว่างประเทศคู่ค้า ซึ่งจะต้องปฏิบัติตาม
8. นโยบายสนับสนุนลดต้นทุนของภาคการเกษตร เช่น ค่าขนส่ง ค่าปุ๋ย ค่ายา กำจัดศัตรูพืช
9. ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีเฉพาะด้านที่ช่วยเรื่องประสิทธิภาพ คุณภาพ และลดต้นทุนการผลิต

4.4.5 สิ่งที่ผู้ผลิตผลไม่กระป๋องต้องการให้หน่วยงานของรัฐช่วยเหลือ

1. สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

2. สนับสนุนเกี่ยวกับข้อตกลง food safety ระหว่างประเทศ
3. สนับสนุนให้มีการพัฒนาบุคลากร
4. การคืนภาษีอย่างรวดเร็ว
5. ในภาคการผลิตพืชผลทางการเกษตรเพื่อการส่งออก

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาถึงปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกในด้านต่างๆ และศึกษาเปรียบเทียบลักษณะของผู้ประกอบการผลิตจำแนกตามขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานในด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ประชากรที่ศึกษาคือ เจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงงานของสถานประกอบการผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกจำนวน 70 ราย ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 59 ราย โดยใช้หลักเกณฑ์ของ Yamane เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่มุ่งสำรวจข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา เครื่องหมายคุณภาพที่โรงงานได้รับ และข้อมูลลักษณะของผู้ประกอบการผลิตผลไม้กระป๋อง ซึ่งได้แก่ ขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่มุ่งสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกใน 4 ด้าน รวมทั้งสิ้น 65 ข้อ ประกอบด้วยปัญหาด้านการผลิตจำนวน 20 ข้อ ด้านการเงินจำนวน 13 ข้อ ด้านการตลาดจำนวน 17 ข้อและด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกจำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นทั่วไป เกี่ยวกับปัญหาจากการดำเนินงานในแต่ละด้านที่ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องประสบอยู่และต้องการให้ภาครัฐมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือ เพื่อให้การดำเนินการประสบผลสำเร็จ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-End Question)

ในการเก็บข้อมูล โดยจัดส่งแบบสอบถามไปยังเจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงงานของสถานประกอบการผลิตผลไม้กระป๋องโดยทางไปรษณีย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 71 ราย และได้รับความร่วมมือตอบแบบสอบถามกลับมาจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 69 ของกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD ในกรณีที่วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวแล้วพบว่ามี ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัญหาโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งสามารถสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล และลักษณะของผู้ประกอบการผลิตผลไม้กระป๋อง

1. เจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้จัดการ โรงงานส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยมีร้อยละ 85.11 และร้อยละ 14.89 ตามลำดับ

2. เจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้จัดการ โรงงานส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 50 ปี โดยมีร้อยละ 46.81 รองลงมามากกว่า 40 – 50 ปี มีร้อยละ 38.30 อายุ 30 – 40 ปี มีร้อยละ 14.89 และไม่พบเจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้จัดการ โรงงานที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี

3. ผู้บริหารหรือผู้จัดการ โรงงานส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีร้อยละ 82.96 รองลงมาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีร้อยละ 14.89 ระดับม.6 / ปวช. / ปวส. / อนุปริญญา มีร้อยละ 2.13 และไม่พบว่ามีเจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้จัดการ โรงงานที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า ม.6 / ปวช. เลย

4. ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องส่วนใหญ่มีขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 50 – 200 ล้านบาท มีร้อยละ 40.43 รองลงมา มีขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท มีร้อยละ 36.17 และขนาดของเงินลงทุนไม่เกิน 50 ล้านบาท มีร้อยละ 23.40 ตามลำดับ

5. ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องส่วนใหญ่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด โดยมีร้อยละ 78.72 รองลงมา มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจเป็นเจ้าของคนเดียว มีร้อยละ 12.77 มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจบริษัทมหาชน มีร้อยละ 8.51 และไม่พบว่ามีสถานประกอบการผลิตผลไม้กระป๋องใดที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วนเลย

6. ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินการ มากกว่า 10 – 20 ปี โดยมีร้อยละ 40.43 รองลงมา มีระยะเวลาในการดำเนินการ 5 - 10 ปี มีร้อยละ 27.66 มีระยะเวลาในการดำเนินการมากกว่า 20 ปี มีร้อยละ 19.15 และมีระยะเวลาในการดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี มีร้อยละ 12.77 ตามลำดับ

7. ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องส่วนใหญ่ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ GMP และ HACCP โดยมีร้อยละ 95.74 เท่ากัน รองลงมา ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ ISO กลุ่ม 9000 มีร้อยละ 80.85 ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ ออ. มีร้อยละ 48.94 ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ ฮาลาล มีร้อยละ 19.15 ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ Q มีร้อยละ 17.02 และได้รับเครื่องหมายคุณภาพ ISO กลุ่ม 14000 และ มอก. กลุ่ม 18000 ร้อยละ 4.26

5.1.2 ค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตก

ในภาพรวมของปัญหาในการดำเนินงานทั้ง 4 ด้าน ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีระดับปัญหาด้านการผลิตเป็นลำดับที่ 1 โดยอยู่ในระดับปัญหปานกลาง ส่วนด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก มีระดับปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยมีระดับปัญหาในการดำเนินงานในด้านการตลาดเป็นลำดับที่ 2 ปัญหาในด้านการเงินเป็นลำดับที่ 3 และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก เป็นลำดับที่ 4

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของปัญหาทั้ง 4 ด้าน ในด้านการผลิต ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีปัญหาอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปานกลาง โดยมีปัญหาการวางแผนการผลิตและการปฏิบัติการผลิตอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนองค์ประกอบปัญหาการควบคุมการผลิตและการควบคุมสินค้าคงคลัง มีปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ปัญหาการปฏิบัติการผลิตเป็นลำดับที่ 1 ปัญหาการวางแผนการผลิตเป็นลำดับที่ 2 ปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลังเป็นลำดับที่ 3 และปัญหาการควบคุมการผลิตเป็นลำดับสุดท้าย

ด้านการเงิน ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง มีปัญหาอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปานกลาง โดยมีปัญหาการจัดสรรเงินทุนในธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนองค์ประกอบปัญหาการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน และปัญหาการจัดหาเงินทุนมีปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ปัญหาการจัดหาเงินทุนเป็นลำดับที่ 1 และปัญหาการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน ลำดับที่ 2

ด้านการตลาด ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง มีปัญหาอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปานกลาง โดยมีปัญหาด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนองค์ประกอบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายและปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด มีปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายเป็นลำดับที่ 1 ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับที่ 2 และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับสุดท้าย

ด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง มีปัญหาอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปานกลาง โดยปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนองค์ประกอบปัญหาด้านเทคโนโลยีเป็นลำดับที่ 1 ปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรมเป็นลำดับที่ 2 และด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาลเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.3 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะของผู้ประกอบการผลิตกับระดับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง

ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ที่มีขนาดของเงินลงทุนหรือสินทรัพย์ที่ใช้ในการลงทุน มีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษานี้ทำให้สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 สมมติฐานหลัก และ 12 สมมติฐานย่อย ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันทำให้ผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง มีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ที่มีขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานไม่ต่างกัน

เมื่อพิจารณาสมมติฐานย่อยแต่ละข้อ เป็นดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันทำให้ผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ที่มีขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันทำให้ผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงินต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ที่มีขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงินไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันทำให้ผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ที่มีขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันทำให้ผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง มีปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่อง ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน เมื่อพิจารณาสมมติฐานย่อยแต่ละข้อ เป็นดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 3.1 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่อง มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่อง ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.2 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่อง มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงินต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่อง ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงินต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่อง มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่อง ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.4 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่อง มีปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากภาวะแวดล้อมภายนอกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่อง ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากภาวะแวดล้อมภายนอกต่างกัน

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มักระป่องในภาคตะวันตกสามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

5.2.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ประกอบการผลิตผลไม้กระป๋อง

5.2.1.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล

ผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงงานของสถานประกอบการผลิตผลไม้กระป๋องส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ถึงร้อยละ 85.11 อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 50 ปี ถึงร้อยละ 46.81 และช่วงอายุระหว่างมากกว่า 40 - 50 ปี ร้อยละ 38.30 ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีร้อยละ 82.96 ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มของเจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงงานของสถานประกอบการผลิตผลไม้กระป๋องส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน และความรู้ความสามารถในระดับสูง จึงมีความสามารถในการบริหารจัดการเป็นอย่างดี

เครื่องหมายคุณภาพในด้านต่าง ๆ สถานประกอบการผลิตผลไม้กระป๋องส่วนใหญ่ได้รับการรับรองเครื่องหมายคุณภาพ GMP และ HACCP ถึงร้อยละ 95.74 และ อย. 48.94 ซึ่งถือว่าผลไม้กระป๋องในประเทศไทยที่ผลิตออกมามีความปลอดภัยแก่การบริโภค

5.2.1.2 ลักษณะของผู้ประกอบการผลิตผลไม้กระป๋อง

ขนาดของเงินลงทุน พบว่าสถานประกอบการผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกส่วนใหญ่ใช้จำนวนเงินลงทุนหรือสินทรัพย์ที่ใช้ในการลงทุนในกิจการมากกว่า 50 - 200 ล้านบาท ร้อยละ 40.43 รองลงมาใช้จำนวนเงินลงทุนหรือสินทรัพย์ที่ใช้ในการลงทุนในกิจการมากกว่า 200 ล้านบาท ร้อยละ 36.17 และมีโรงงานที่ใช้จำนวนเงินลงทุนหรือสินทรัพย์ที่ใช้ในการลงทุนในกิจการไม่เกิน 50 ล้านบาท ร้อยละ 23.40 แสดงว่าผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่เป็นส่วนมาก

รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ พบว่าสถานประกอบการผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตก ส่วนใหญ่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจเป็นแบบบริษัทจำกัด ร้อยละ 78.72 รองลงมามีรูปแบบธุรกิจเป็นแบบเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 12.77 มีรูปแบบธุรกิจแบบบริษัทมหาชน ร้อยละ 8.51 ในขณะที่รูปแบบธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วนไม่มี

ระยะเวลาในการดำเนินงาน พบว่าสถานประกอบการผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 10 - 20 ปี ร้อยละ 40.42 รองลงมามีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 - 10 ปี ร้อยละ 27.66 ระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.15 และมีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.17

5.2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตก

จากการศึกษาพบว่าผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีระดับปัญหาการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหาน้อย ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 เมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกมีในแต่ละด้าน พบว่ามีปัญหาด้าน

การผลิตมากที่สุด รองลงคือปัญหาด้านการตลาด ด้านการเงิน และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกลำดับสุดท้าย หากเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่นๆ ที่มีการวิจัยในเรื่องเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานแล้ว พบว่ามีระดับปัญหาในการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน คือ อยู่ในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศกร ทวีสุข (2544) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้ง ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยที่งานวิจัยนี้สร้างแบบวัดโดยใช้เครื่องมือในการวิจัยที่คล้ายคลึงกันและทำวิจัยในประเภทอุตสาหกรรมที่ใกล้เคียงกัน

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านของปัญหาพบว่า ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องในประสบปัญหาการดำเนินงาน ด้านการผลิตมากที่สุด รองลงมาคือปัญหาในการตลาด ปัญหาในด้านการเงิน และปัญหาในด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

สำหรับปัญหาการดำเนินงานด้านการผลิต เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของแต่ละองค์ประกอบ พบว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีปัญหาทางด้านการปฏิบัติการผลิตเป็นอย่างมาก เนื่องมาจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องแปรรูปมีต้นทุนในการผลิตสูง อันมีสาเหตุหลักมาจากวัตถุดิบเป็นสำคัญ นั่นคือ วัตถุดิบมีความผันผวนไม่แน่นอนในแต่ละฤดูกาลทำให้บางช่วงมีผลผลิตมาก บางช่วงมีผลผลิตน้อย หรือ ไม่มีเลย จึงทำให้การจัดการวัตถุดิบทำได้ยาก ช่วงขาดแคลนจะมีการแย่งซื้อระหว่าง โรงงานสูง ส่งผลให้โรงงานไม่สามารถผลิตได้เต็มกำลังการผลิต ในช่วงที่ผลผลิตมีมากเกินไปก็จะมีมาตรการแทรกแซงราคาจากภาครัฐ โรงงานต้องทำการรับซื้อวัตถุดิบในราคาสูง ก่อให้เกิดปัญหาเสียดำจ่ายในการซื้อและจัดเก็บรักษาวัตถุดิบ ปัญหาในเรื่องคุณภาพของวัตถุดิบที่รับซื้อจากเกษตรกร ไม่ได้มาตรฐาน และควบคุมได้ยาก นอกจากนี้การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือมีความชำนาญก็เป็นสาเหตุหลักด้วยอันเนื่องมาจากบางครั้งงานที่ทำเป็นงานที่หนัก แรงงานที่มีอยู่ในประเทศจึงไม่ค่อยให้ความสนใจเท่าที่ควร จำเป็นต้องจ้างแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านซึ่งยังขาดความรู้และความสามารถ

สำหรับปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีปัญหาราคาเป็นอย่างมาก เนื่องจากการแกว่งตัวของราคาผลไม้กระป๋อง อันเกิดจากมีฤดูกาลของผลผลิตที่ออกสู่ตลาด การกำหนดราคาวัตถุดิบของรัฐบาลเมื่อมีการแทรกแซงราคา และการที่ตลาดของผลไม้กระป๋องนั้นเป็นตลาดที่ผู้ซื้อน้อยรายทำให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีอำนาจในการต่อรองน้อยกว่าผู้ซื้อ

สำหรับปัญหาด้านการเงิน พิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีปัญหาด้านการจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจมากที่สุด เนื่องมาจากอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องเป็นอุตสาหกรรมที่ขึ้นอยู่กับฤดูกาลของวัตถุดิบ เกิดความเสี่ยงเนื่องจากฤดูกาล ธนาคารไม่สามารถให้กู้ได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำได้ รวมถึงปัญหาด้านการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุนเนื่องจากขาดผู้ชำนาญการ ในการวางแผนทางการเงิน เพราะส่วนใหญ่ผู้ชำนาญการในการวางแผนการเงินจะอยู่ในองค์กรขนาดใหญ่หรือสถาบันการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของ คณาจารย์

โปรแกรมบริหารธุรกิจ (2541:197) ที่กล่าวไว้ว่า ในปัจจุบันนี้องค์การธุรกิจต่าง ๆ ได้ประสบปัญหาด้านการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน การจัดหาเงินทุน และการจัดสรรเงินทุนไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพราะสภาพการแข่งขันสภาวะการเงินขาดสภาพคล่อง และสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สภาพเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อองค์การธุรกิจทั้งสิ้น มีปัญหาในระดับมากในองค์ประกอบด้านราคาและด้านการจัดจำหน่าย เนื่องจากปรับราคาขายได้ยากเมื่อต้นทุนสูงขึ้น จากการที่วัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศและบรรจุภัณฑ์มีราคาสูงขึ้น ส่วนปัญหาด้านการจัดจำหน่ายมีปัญหามากในการรักษาส่วนแบ่งตลาดเดิมและการขยายตลาดใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจริยา อิศริวรณีย์ (2540) ที่พบว่าราคาขายปลีกของนมพร้อมดื่มถูกควบคุมจากหน่วยงานของรัฐซึ่งเป็นราคาแบบ Ceiling Price ทำให้ราคานมพร้อมดื่มค่อนข้างมีเสถียรภาพ ส่วนราคาน้ำนมดิบ อ.ส.ค. เป็นผู้กำหนด ทำให้ราคานมพร้อมดื่มถูกควบคุมทั้งต้นทุนและปลายทาง นอกจากนี้ผู้ผลิตยังมีกำลังการผลิตส่วนเกินพร้อมที่จะขยายการผลิตทันทีที่ต้องการ มีการโฆษณา ใช้เครื่องหมายการค้าเป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด ผู้ผลิตรายเดิมมีการทำธุรกิจตั้งแต่การผลิตรวบรวมวัตถุดิบ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ จึงเป็นการกีดกันผู้ผลิตรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้

สำหรับปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก พบว่าผู้ผลิตมีปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจเนื่องจากผลกระทบจากการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) ทำให้สถานการณ์ตลาดผลไม้กระป๋องในประเทศไทยน่าเป็นห่วงเนื่องจากมีคู่แข่งอีกหลายประเทศที่ผลิตผลไม้กระป๋องด้วยและนอกจากนี้ค่าแรงของประเทศคู่แข่งบางประเทศถูกด้วย เช่น ประเทศจีน ในการวิจัยครั้งนี้ สามารถเรียงลำดับองค์ประกอบของปัญหาการดำเนินงาน ในแต่ละด้านได้ดังนี้

ด้านการผลิต มีระดับปัญหาเรียงตามลำดับ ดังนี้ (1) ปัญหาการปฏิบัติการผลิต (2) ปัญหาการวางแผนการผลิต (3) ปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลัง และ (4) ปัญหาการควบคุมการผลิต ซึ่งสามารถวิเคราะห์ปัญหาแต่ละองค์ประกอบ ได้ดังนี้

1. องค์ประกอบปฏิบัติการผลิต ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง มีปัญหาที่สำคัญคือ การขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพ เนื่องมาจากบางครั้งงานที่ทำเป็นงานที่หนัก แรงงานที่มีอยู่ในประเทศจึงไม่ค่อยให้ความสนใจเท่าที่ควร จำเป็นต้องจ้างแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านซึ่งยังขาดความรู้และความสามารถ และนอกจากนี้ค่าแรงของแรงงานประเทศเพื่อนบ้านมีค่าแรงที่ถูกกว่าทำให้ผู้ประกอบการจ้างแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน

2. การวางแผนการผลิต ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง มีปัญหาที่สำคัญคือการขาดแคลนวัตถุดิบในบางฤดูกาล เนื่องจากวัตถุดิบส่วนใหญ่ที่เป็นผลผลิตทางเกษตรทำให้ปริมาณผลผลิตไม่คงที่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ทำให้เกิดการแข่งขันแย่งซื้อวัตถุดิบระหว่างโรงงานสูง ส่งผลให้บ่อยครั้งมีวัตถุดิบป้อนโรงงานไม่เพียงพอ

3. การควบคุมสินค้าคงคลัง ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้มักจะมีปัญหาที่สำคัญคือ ค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้าสำเร็จรูปค่อนข้างสูง เนื่องจากต้องใช้ห้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บค่อนข้างมากและบางครั้งยังต้องรักษาอุณหภูมิในการจัดเก็บ

4. การควบคุมการผลิต ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้มักจะมีปัญหาที่สำคัญคือ ไม่สามารถควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจากเกษตรกรได้ เช่น สารเคมีจากยาฆ่าแมลง ปุ๋ย ระยะเวลาการเก็บรักษาและขนส่งก่อนถึงบริษัท ซึ่งเกิดจากสาเหตุหลักคือเกษตรกรไม่ให้ความสนใจในการดูแลและพัฒนาคุณภาพของวัตถุดิบ จะทำให้ยากต่อการควบคุมคุณภาพของผลไม้มักจะมีมาตรฐานเดียวกันทุกครั้งที่ทำการผลิต

ด้านการเงิน มีระดับของปัญหาการจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจเป็นลำดับที่ 1 การจัดหาเงินทุนเป็นลำดับที่ 2 และการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุนเป็นลำดับที่ 3 ซึ่งสามารถวิเคราะห์ปัญหาแต่ละองค์ประกอบได้ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาการจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้มักจะมีปัญหาในเรื่องของรายได้และยอดขายของธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ส่งผลให้เกิดการขาดสภาพคล่องของกระแสเงินสด ขาดความสามารถในการชำระหนี้ได้ตามกำหนด

2. ปัญหาการจัดหาเงินทุน ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้มักจะมีปัญหาเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับสูง ทำให้การระดมทุนทำได้ยากเนื่องจากธุรกิจมีความเสี่ยงสูง เนื่องจากเงินทุนส่วนใหญ่เป็นการก่อหนี้ระยะสั้นทำให้เกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงินเงินทุนส่วนใหญ่เป็นการก่อหนี้ระยะสั้นก่อให้เกิดปัญหาด้านสภาพคล่อง

3. ปัญหาการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้มักจะมีปัญหาขาดการวางแผนทางการเงินหรือการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า เนื่องจากการขาดผู้ชำนาญการในการวางแผนทางการเงินและการที่ไม่ทราบทิศทางทางการเงินเชิงเติบโตของอุตสาหกรรม เพราะไม่มีแหล่งรวบรวมข้อมูลในอุตสาหกรรมผลไม้มักจะมีจริงจังและต่อเนื่อง

ด้านการตลาด มีระดับปัญหาเรียงตามลำดับ ดังนี้ (1) ปัญหาด้านราคา (2) ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย (3) ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด และ (4) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ปัญหาแต่ละองค์ประกอบ ได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านราคา ผู้ผลิตผลไม้มักจะมีปัญหาที่สำคัญคือ การแข่งขันทางการตลาดที่สูง อันเนื่องมาจากการเปิดการค้าเสรี และยังมีการแข่งขันโดยการตัดราคาโดยเฉพาะจากผู้ผลิตรายใหญ่ รวมทั้งปัญหาการตั้งราคาให้มีความเหมาะสมเพื่อจูงใจผู้ซื้อ เพราะถ้าหากตั้งราคาสูงเกินไปผู้บริโภคจะหันไปบริโภค เครื่องดื่ม อาหารหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพชนิดอื่นแทน

2. ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตผลไม้มักจะมีปัญหาที่สำคัญคือ ปัญหาการรักษาสวนแบ่งตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายสูง และการขาดผู้กระจายสินค้าและศูนย์การกระจายสินค้า

3. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาที่สำคัญคือ ยอดขายไม่ได้เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เมื่อมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด เนื่องจากขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ดี ขาดแคลนบุคลากรทางการด้านการส่งเสริมการตลาด

4. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาที่สำคัญคือ ขาดการพัฒนาทางด้าน การออกแบบและเทคโนโลยีของบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากปัจจุบันพบว่าบุคลากรที่มีความชำนาญทางด้านนี้ยังมีอยู่น้อย และบางครั้งในการเลือกซื้อผู้บริโภคก็จะดูที่บรรจุภัณฑ์เป็นลำดับแรก

ด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก มีระดับปัญหาเรียงตามลำดับ ดังนี้ (1) ปัญหา ด้านสภาพเศรษฐกิจ (2) ปัญหาด้านเทคโนโลยี (3) ปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรม และ (4) ปัญหาด้านกฎหมาย การเมืองและนโยบายรัฐบาล ซึ่งสามารถวิเคราะห์ปัญหาแต่ละองค์ประกอบได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านสภาพเศรษฐกิจ ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาที่สำคัญคือ ปัญหาจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวทำให้ผู้บริโภคมองว่าผลไม้กระป๋องเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย และประเทศเราเองก็ไม่มีผลไม้สดบริโภคตลอดจึงไม่จำเป็นที่จะต้องรับประทานผลไม้กระป๋อง นอกจากนี้ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนยังส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นอีกด้วยผลกระทบจากการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี ทำให้ผู้ผลิตในต่างประเทศบางประเทศมีต้นทุนในการผลิตที่ต่ำกว่า โดยเฉพาะค่าแรงงาน

2. ปัญหาด้านเทคโนโลยี ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาที่สำคัญคือ ขาดเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผลไม้กระป๋อง ในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มี การเก็บรวบรวมข้อมูลของอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องอย่างเป็นระบบ สำหรับผู้ที่สนใจหรือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้เพื่อทราบถึงสถานการณ์ที่แท้จริงของตลาด

3. ปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรม ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาที่สำคัญคือ ขาดการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด

4. ปัญหาด้านกฎหมาย การเมืองและนโยบายรัฐบาล ผู้ผลิตผลไม้กระป๋องมีปัญหาที่สำคัญคือ ขั้นตอนในการตรวจรับรองมาตรฐานคุณภาพมีความยุ่งยากและใช้เวลานาน ขาดการติดตามสถานการณ์ในด้านการเมือง การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ขาดการสนับสนุนทางด้านภาษี ขาดการสนับสนุนของภาครัฐในการค้นคว้าพัฒนาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและการตลาด ขาดความชัดเจนของระเบียบการรับรองมาตรฐานคุณภาพ ทั้งนี้ผู้ผลิตยังและการขาดแคลนบุคลากรในการตรวจรับรองมาตรฐานคุณภาพ

5.2.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานในแต่ละด้านโดยจำแนกตามลักษณะของผู้ประกอบการผลิตผลไม้กระป๋อง

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานในแต่ละด้านโดยจำแนกตาม ขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงานของผู้ผลิต ทั้ง 4 ด้าน ได้ผลดังนี้

1. การเปรียบเทียบปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องโดยจำแนกตามขนาดของเงินลงทุน แบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ ขนาดเงินลงทุนไม่เกิน 50 ล้านบาท ขนาดเงินลงทุนมากกว่า 50 – 200 ล้านบาท และขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินการในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับ หลักการในเรื่องของการจำแนกขนาดของอุตสาหกรรม โดยใช้สินทรัพย์ลงทุนเป็นตัวจำแนกซึ่ง สมชัย ดันดิธนวนันต์ (2542) กล่าวว่า การที่อุตสาหกรรมที่มีขนาดที่แตกต่างกันในสินทรัพย์ลงทุน ควรมีกิจกรรมหรือลักษณะการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน และย่อมส่งผลถึงปัญหาในการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านการผลิต การเงิน การตลาด และผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ที่ควรจะต่างกัน และขัดแย้งกับผลการวิจัยของสมยศ นาวีการ(2544:76) ที่กล่าวไว้ว่า กิจกรรมขนาดเล็กมักจะถูกบริหาร โดยเจ้าของและลูกหลานสืบต่อกัน แต่กิจกรรมขนาดใหญ่การบริหารจะเป็นผู้บริหารมืออาชีพ โดยที่ผู้บริหารระดับสูงเหล่านี้จะถูกว่าจ้างเพื่อการตัดสินใจภายในบริษัท จะต้องรับผิดชอบในการกำหนดภารกิจ การวางกลยุทธ์ การดำเนินกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อรองรับกับปัญหาที่จะเกิดขึ้นให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้นกิจกรรมขนาดเล็กการบริหารจัดการอาจถูกจำกัดโดยความสามารถของเจ้าของและลูกหลาน ซึ่งอาจทำให้ด้อยประสิทธิภาพกว่ากิจกรรมขนาดใหญ่

เมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้านและแต่ละองค์ประกอบของปัญหา พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินการในด้านการผลิตแตกต่างกัน เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายมีการปลุกวัตุดิบเองจึงทำให้สามารถกำหนดช่วงเวลาในการปลูกหรือในช่วงที่วัตถุดิบจากเกษตรกรมีน้อย ส่วนผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินการในด้านการเงิน การตลาด และผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกไม่แตกต่างกัน ในส่วนของการเงินเกิดความเสี่ยงเนื่องจากฤดูกาลธนาคารไม่สามารถให้กู้ได้ ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำได้ ในด้านการตลาดประเทศไทยนั้นยังไม่มีหน่วยงานที่ส่งเสริมการตลาด และในด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกจากมาตรการแทรกแซงราคาผลผลิตทางการเกษตรของรัฐบาล เป็นการบิดเบือนกลไกตลาด ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง ทำให้ประสบกับปัญหาด้านทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น

2. การเปรียบเทียบปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มะม่วง โดยจำแนกตามรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ เจ้าของคนเดียว บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มะม่วงที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินการในภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ หลักการในเรื่องรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ ซึ่ง วรรณารด แสงมณี (2543) กล่าวว่า การที่อุตสาหกรรมที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกัน ควรจะมีกิจกรรมหรือลักษณะการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน เนื่องจากวิธีการจัดการ การระดมเงินทุนเมื่อธุรกิจประสบปัญหาและจำนวนของเงินทุนล้วนแต่แตกต่างกันทั้งสิ้น ย่อมส่งผลถึงปัญหาในการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านการผลิต การเงิน การตลาด และผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ที่ควรจะต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ผลิตที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันมีความสามารถ ความชำนาญ และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐในแต่ละด้านที่แตกต่างกัน

เมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มะม่วงที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินการในด้านการตลาด และผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกที่ไม่แตกต่างกัน ขณะที่ปัญหาในการดำเนินงานในด้านการผลิตและด้านการเงินแตกต่างกัน ทั้งนี้พบว่าผู้ผลิตที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียวมีปัญหาในการดำเนินงานในแต่ละด้านน้อยกว่ารูปแบบธุรกิจอื่น ๆ อาจเนื่องมาจากเจ้าของธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียวมักมีประสบการณ์หรือพื้นฐานเดิมในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลไม้มะม่วงและถึงเห็นถึงผลกำไรทางธุรกิจที่ตนเองจะได้รับแต่ผู้เดียวทำให้เจ้าของธุรกิจทุ่มเทกำลังกาย ความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

เมื่อแยกพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบของแต่ละด้าน พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มะม่วงที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่มีปัญหาในการดำเนินงานในองค์ประกอบของแต่ละด้านแตกต่างกัน ซึ่งโดยส่วนใหญ่ผู้ผลิตที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว มีปัญหาในการดำเนินงานในแต่ละองค์ประกอบมากที่สุด รองลงมาคือรูปแบบธุรกิจแบบบริษัทจำกัด บริษัทมหาชน ตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มะม่วง โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานของผู้ผลิต แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี ระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 - 10 ปี ระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 10 - 20 ปี และระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้มะม่วงที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินการในภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ หลักการในเรื่องวงจรชีวิตขององค์กรธุรกิจซึ่ง วรรณารด แสงมณี (2544) กล่าวว่า

ลักษณะของการแก้ไขปัญหาที่ฝ่ายบริหารได้กระทำไปในช่วงเวลาที่เกิดเหตุวิกฤติ หรือมีการปฏิวัติรูปแบบการทำงานที่เกิดขึ้นนั้น ในที่สุดแนวทางการแก้ไขปัญหาที่นั้นยังคงถูกดำรงรักษาไว้ และปรากฏต่อเนื่องไปถึงขั้นตอนของการวิวัฒนาการเพื่อการเติบโต หลังจากการเกิดเหตุวิกฤติดังกล่าวเมื่อเป็นเช่นนี้ระยะเวลาในการดำเนินงานควรส่งผลถึงปัญหาในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ในระดับที่แตกต่างกัน

เมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินการในด้านการผลิต การเงิน การตลาด และผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกที่แตกต่างกัน ด้านการเงินและด้านการตลาดแตกต่างกันเป็นเพราะลักษณะตลาดมีการแข่งขันกันสูง ผู้ผลิตรายใหม่จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาดจากผู้ผลิตที่มีอยู่เดิม ซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาทางการเงินตาม

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องมีปัญหาทางด้านการปฏิบัติการผลิตเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องแปรรูปมีต้นทุนในการผลิตสูง อันมีสาเหตุหลักมาจากวัตถุดิบเป็นสำคัญ นั่นคือ วัตถุดิบมีความผันผวนไม่แน่นอนในแต่ละฤดูกาลทำให้บางช่วงมีผลผลิตมาก บางช่วงมีผลผลิตน้อย หรือ ไม่มีเลย จึงทำให้การจัดการวัตถุดิบทำได้ยาก ช่วงขาดแคลนจะมีการแย่งซื้อระหว่างโรงงานสูง ส่งผลให้โรงงานไม่สามารถผลิตได้เต็มกำลังการผลิต ในช่วงที่ผลผลิตมีมากเกินไปจะมีมาตรการแทรกแซงราคาจากภาครัฐ โรงงานต้องทำการรับซื้อวัตถุดิบในราคาสูงก่อให้เกิดปัญหาเสียดำค่าใช้จ่ายในการซื้อและจัดเก็บรักษาวัตถุดิบ ปัญหาในเรื่องคุณภาพของวัตถุดิบที่รับซื้อจากเกษตรกรไม่ได้มาตรฐาน และควบคุมได้ยาก ปัญหาในด้านการตลาดที่ต้องแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านในการเปิดการค้าเสรี ดังนั้นเพื่อที่จะแก้ไขปัญหาเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบวัตถุดิบไม่ได้คุณภาพ และการตลาดจึงมีความจำเป็นอย่างมากที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องส่งเสริมและให้การสนับสนุนแก่ภาคเกษตรกรในด้านข้อมูลเชิงวิชาการ ข้อมูลด้านการผลิต การตลาด เทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรมีการวิจัยปัญหาการดำเนินงานในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ใกล้เคียงกัน หรือเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันกับอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง เช่น ผักผลไม้แช่แข็ง ผลไม้ใส่ด้วยพลาสติก เป็นต้น และนำผลที่ได้มาทำการเปรียบเทียบกันเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ หรือเพื่อใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องต่อไป

5.3.2.2 ควรมีการวิจัยถึงปัญหาในการดำเนินงาน แยกเป็นรายชนิดของผลไม้ คุ้มครอง เช่น ผลไม้คุ้มครองที่เป็นกรด ผลไม้คุ้มครองที่เป็นกรดต่ำ ผลไม้คุ้มครองในน้ำผลไม้ ผลไม้คุ้มครองในน้ำเชื่อม เป็นต้น

5.3.2.3 ควรมีการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้ โดยเว้นระยะห่างพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจาก ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้คุ้มครอง อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามเวลาและ สภาพแวดล้อม หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารไประยะหนึ่ง

5.3.2.4 ควรมีการทำวิจัยเชิงเปรียบเทียบการดำเนินงานระหว่างอุตสาหกรรมผลไม้ คุ้มครองของไทยกับอุตสาหกรรมผลไม้คุ้มครองของฟิลิปปินส์ จีน และอินโดนีเซีย ที่เป็นคู่แข่ง ของประเทศไทย ในทุกด้านทั้งด้านการผลิต การเงิน การตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก เพื่อวิเคราะห์ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบระหว่างอุตสาหกรรมผลไม้ คุ้มครองของไทย กับ ต่างประเทศ แล้วนำมาพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานในอุตสาหกรรมผลไม้ คุ้มครองของไทย แต่การทำวิจัยเรื่องนี้ผู้ที่ทำการวิจัยต้องสามารถหาข้อมูลเชิงลึกในทุกด้านของอุตสาหกรรมผลไม้ คุ้มครองของไทย ฟิลิปปินส์ จีน และอินโดนีเซีย ได้อย่างถูกต้องแท้จริง และต้องมีเงิน ทุนในการวิจัยครั้งนี้ด้วย

บรรณานุกรม

- กลุ่มบริษัทแอดวานส์ รีเสิร์ช จำกัด. 2540. รายงานการศึกษาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาด
ย่อมในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. เอกสารอัดสำเนา.
- กึ่งกนก พิทยานุคุณ. 2537. ระบบบัญชี. กรุงเทพฯ : พิสิกส์เซ็นเตอร์.
- ทิวา ถีสมนบุญ. 2534. “พฤติกรรมกรรมการบริโภคผลไม้บรรจุกระป๋องในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ธงชัย สันติวงษ์ และชัยยศ สันติวงษ์. 2536. การเงินธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธิดารัตน์ ตรีพันธุ์พานิชย์. 2542. “การดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ในอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2535. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2542. เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย. พิมพ์
ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2535. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ
: บี แอนด์ บี พับบริชชิ่ง.
- เป็รื่อง กิจรัตน์กร. 2543. การจัดการอุตสาหกรรมและการผลิต. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือราชภัฏ
พระนคร.
- เผด็จ อมรศักดิ์. 2546. “ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พัคตร์ผอง วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์. 2542. การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. พิมพ์
ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรภา อัดถมิยพันธ์. 2540. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผลไม้บรรจุ
กระป๋อง.” สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรลำปาง.
- พงศกร ทวีสุข. 2544. “การดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้งในจังหวัด
เชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ. 2541. หลักการจัดการ. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยพายัพ.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. วิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : โรง
พิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิชิต สุขเจริญพงษ์. 2538. การจัดการวิศวกรรมการผลิต. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด ยูเคชั่น .
- เพชร ชุมทรัพย์. 2536. หลักการบริหารการเงิน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วิไล ริงสาตทอง. 2543. เทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชัน จำกัด.
- วิภาดา อังตระกุล. 2548. “การวิเคราะห์ข้อมูลผัก ผลไม้ไม่ระบอง.” ข้อมูลเศรษฐกิจและธุรกิจ สำนักวิจัยธุรกิจ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน).
- วรรณารด แสงมณี. 2543. การบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : งานตำราและเอกสารการพิมพ์ คณะครูศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- วรรณารด แสงมณี. 2544. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ระเบียบของการพิมพ์.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2543. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2535. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : เอส. เอ็ม. เซอร์กิต เพรส.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2539. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- สมชัย ดันดิทรวิวัฒน์. 2542. “พัฒนาการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย.” วารสารส่งเสริมการลงทุน. 2(2) : 25-26.
- สุธี เอกกะหิตานนท์และคณะ. 2538. “การศึกษารูปแบบการจัดการและปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความเจริญก้าวหน้าในอุตสาหกรรมขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.” รายงานการวิจัยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุปัญญา ไชยชาญ. 2543. การบริหารการผลิต. กรุงเทพฯ : พี. เอ. ลิฟวิง.
- อัจฉรา สังข์สุวรรณ. 2540. การบริหารงานอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : เทพรรัตน์เพรส.
- อำนาจ เขื่อนสันเทียะ. 2544. “คู่มือทางการตลาดอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Khamaarong, S. *Proceeding of International Seminar on SMEs in Asia*. Held at Nagoya University, 1-3 March 2000, Japan.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถามประกอบงานวิจัย

เรื่อง

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตก

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็น การวิจัยเพื่อประกอบวิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตกในด้านต่างๆ

ดังนั้นจึงขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ตามความจริงทุกประการ ข้อมูลที่ท่านตอบจะเก็บเป็นความลับ และไม่ส่งผลกระทบต่อท่านและหน่วยงานของท่านแต่อย่างใด เนื่องจากข้อมูลที่น่าสนใจในผลงานวิจัยจะนำเสนอในภาพรวม มิได้เสนอเป็นรายบุคคล และจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น

แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน

ตอนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ผลิตผลไม้กระป๋อง

ตอนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง
ในด้านต่างๆ

ตอนที่ 3 : แบบสอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องเกี่ยวกับปัญหาอื่นๆ ที่สมควรได้รับการแก้ไขและขอความช่วยเหลือ

การตอบแบบสอบถามนี้ ขอความกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ เนื่องจากถ้าตอบไม่ครบเพียงข้อใดข้อหนึ่งจะทำให้การวิเคราะห์แบบสอบถามไม่สมบูรณ์ และขอให้ท่านตอบตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ขอขอบพระคุณอย่างสูงในความกรุณา

นางสาวริชชยา แซ่ถิ่ม

ผู้วิจัย

แบบสอบถาม

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตก

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ผลิตผลไม้กระป๋องใน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องสี่เหลี่ยม ตามสถานภาพให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว (ยกเว้นระบุเป็นอย่างอื่น)

1. เพศของท่าน

- ชาย หญิง

2. อายุของท่าน

- น้อยกว่า 30 ปี 30—40 ปี
 มากกว่า 40—50 ปี มากกว่า 50 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน

- ต่ำกว่า ม.6 / ปวช. ม.6 / ปวช. / ปวส. / อนุปริญญา
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. จำนวนเงินลงทุนหรือสินทรัพย์ที่ท่านใช้ในการลงทุนทั้งหมดในกิจการของท่าน

- ไม่เกิน 50 ล้านบาท มากกว่า 50—200 ล้านบาท มากกว่า 200 ล้านบาท

5. รูปแบบการประกอบกิจการของท่านเป็นแบบใด

- เจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัทจำกัด
 บริษัทมหาชน อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

6. โรงงานของท่านเปิดดำเนินการผลิตผลไม้กระป๋องเป็นระยะเวลาานานเท่าใด

- น้อยกว่า 5 ปี 5—10 ปี
 มากกว่า 10—20 ปี มากกว่า 20 ปี ขึ้นไป

7. โรงงานหรือผลิตภัณฑ์ผลไม้บรรจุกระป๋องของท่านได้เครื่องหมายรับรองในด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- อย. HACCP GMP ISO กลุ่ม 9000
 ISO กลุ่ม 14000 มอก. 18000 Halal SA 8000
 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

ตอนที่ 2 ปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องในภาคตะวันตก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องสี่เหลี่ยมให้ตรงกับสภาพประเด็นปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น

2.1 ปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาด้านการผลิต		ปัญหา มาก ที่สุด	ปัญหา มาก	ปัญหา ปาน กลาง	ปัญหา น้อย	ปัญหา น้อย ที่สุด
การวางแผนการผลิต						
1.	ขาดแคลนบุคลากรด้านการวางแผนการผลิต					
2.	พยากรณ์ความต้องการของผู้บริโภคในอนาคตได้ยาก					
3.	ขาดข้อมูลเพื่อวางแผนทางการตลาด					
4.	การขาดแคลนวัตถุดิบ ในบางฤดูกาล					
5.	บางสถานการณ์ไม่สามารถดำเนินการตามแผนการผลิตได้					
การปฏิบัติการผลิต						
6.	ขาดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมถึงการขาดเทคโนโลยีด้านการผลิต					
7.	ขาดการบำรุงรักษาเครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต					
8.	ผลิตได้ไม่เต็มกำลังการผลิต					
9.	ต้นทุนการผลิตสูงทำให้ได้กำไรน้อยหรือขาดทุน					
10.	แหล่งวัตถุดิบ(ผลไม้) อยู่ไกลจากโรงงาน					
11.	ปัญหาการขาดแรงงานที่มีคุณภาพและมีฝีมือ					
12.	ปัญหาราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น					
การควบคุมการผลิต						
13.	ควบคุมคุณภาพการปลูกผลไม้จากเกษตรกรได้ยาก					
14.	บรรจุภัณฑ์ไม่ได้คุณภาพ					
15.	มีของเหลือทิ้งระหว่างกระบวนการผลิตมาก					
16.	ขาดการควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอนของการผลิต					
การควบคุมสินค้าคงคลัง						
17.	ระบบการเก็บรักษาผลไม้ไม่ได้คุณภาพ					
18.	ปัญหาการจัดเก็บวัตถุดิบสำรองสำหรับการผลิต					
19.	ปัญหาการจัดเก็บสต็อกสินค้า					
20.	ค่าใช้จ่ายในการเก็บสินค้าสำเร็จรูปค่อนข้างสูง					

2.2 ปัญหาด้านการเงิน

ปัญหาด้านการเงิน		ปัญหา มาก ที่สุด	ปัญหา มาก	ปัญหา ปาน กลาง	ปัญหา น้อย	ปัญหา น้อย ที่สุด
การคาดการณ์ทางการเงิน						
1.	ไม่มีการตั้งเป้าหมายการผลิตที่ชัดเจนในแต่ละปี					
2.	ไม่ทราบแนวโน้มการเจริญเติบโตของตลาด					
3.	ขาดการวางแผนทางการเงินหรือการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า					
4.	ขาดมืออาชีพในการวางแผนทางการเงิน					
การจัดการเงินทุน						
5.	ขาดแหล่งเงินทุนที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงาน					
6.	อัตราดอกเบี้ยของเงินทุนสูง					
7.	ระดมเงินทุนยากเนื่องจากธุรกิจมีความเสี่ยงสูง					
8.	ขาดสภาพคล่องทางการเงินเนื่องจากเงินทุนส่วนใหญ่เป็นการก่อกู้ระยะสั้น					
การจัดสรรเงินทุนในธุรกิจ						
9.	รายได้และยอดขายของธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย					
10.	ความสามารถในการทำกำไรอยู่ในระดับต่ำ					
11.	มีลูกหนี้ค้างชำระเป็นจำนวนมากทำให้หนี้สงสัยจะสูญเพิ่มขึ้น					
12.	ขาดความสามารถในการชำระหนี้ได้ตามกำหนด					
13.	ขาดสภาพคล่องของกระแสเงินสดหมุนเวียน					

2.3 ปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาด้านการตลาด		ปัญหา มาก ที่สุด	ปัญหา มาก	ปัญหา ปาน กลาง	ปัญหา น้อย	ปัญหา น้อย ที่สุด
ผลิตภัณฑ์						
1.	ขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์					
2.	ขาดการพัฒนาทางการออกแบบและเทคโนโลยีของบรรจุภัณฑ์					
3.	อายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไม่นานเท่าที่ควร					
4.	ผู้บริโภคไม่สามารถแยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของท่านกับตราสินค้าอื่นได้					

ปัญหาด้านการตลาด		ปัญหา มาก ที่สุด	ปัญหา มาก	ปัญหา ปาน กลาง	ปัญหา น้อย	ปัญหา น้อย ที่สุด
5.	ความหลากหลายของความต้องการสินค้าในแต่ละภูมิภาคหรือท้องถิ่นแตกต่างกัน					
ราคา						
6.	การแข่งขันทางการตลาดสูง					
7.	ปัญหาการปรับราคาขายหากเมื่อต้นทุนการผลิตสูงขึ้น					
8.	ปัญหาการตั้งราคาให้มีความเหมาะสมเพื่อจูงใจผู้บริโภค					
การจัดจำหน่าย						
9.	ต้นทุนในการจัดจำหน่ายสูง					
10.	ขาดผู้กระจายและศูนย์กระจายสินค้า					
11.	ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่					
การส่งเสริมการตลาด						
12.	ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดสูง					
13.	ขาดการทำแผนส่งเสริมการตลาดล่วงหน้า					
14.	ขาดแคลนบุคลากรทางด้านการส่งเสริมการตลาด					
15.	ขาดการส่งเสริมตราสินค้า					
16.	ขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์					
17.	ยอดขายไม่ได้เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หลังการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด					

2.4 ปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

ปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก		ปัญหา มาก ที่สุด	ปัญหา มาก	ปัญหา ปาน กลาง	ปัญหา น้อย	ปัญหา น้อย ที่สุด
สภาพทางเศรษฐกิจ						
1.	ปัญหาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน					
2.	ปัญหาภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว					
3.	ผลกระทบจากการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA)					
สังคมและวัฒนธรรม						
4.	ขาดการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค					
5.	ผู้บริโภคภายในประเทศให้ความสนใจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพชนิดอื่นมากขึ้น					

ปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก		ปัญหา มาก ที่สุด	ปัญหา มาก	ปัญหา ปาน กลาง	ปัญหา น้อย	ปัญหา น้อย ที่สุด
กฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล						
6.	ขาดการติดตามสถานการณ์ในด้านการเมือง การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ					
7.	ขาดการสนับสนุนของภาครัฐในการค้นคว้าพัฒนาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและการตลาด					
8.	ขาดการสนับสนุนทางด้านภาษี					
9.	ขาดความชัดเจนของระเบียบการรับรองมาตรฐานคุณภาพ					
10.	ขาดความเป็นมาตรฐานในการตรวจรับรองมาตรฐานคุณภาพ					
11.	ขาดแคลนบุคลากรในการตรวจรับรองมาตรฐานคุณภาพ					
12.	ขั้นตอนในการตรวจรับรองมาตรฐานคุณภาพมีความยุ่งยากและใช้เวลานาน					
เทคโนโลยี						
13.	ขาดเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดเก็บข้อมูลการผลิตและการตลาดของ อุตสาหกรรมผลไม้กระป๋อง					
14.	ขาดห้องปฏิบัติการและ เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋อง					
15.	ขาดการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล					

ตอนที่ 3 ปัญหาอื่นๆ จากการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้ กระจ่างในภาคตะวันตก

การผลิตผลไม้กระจ่างในความคิดของท่าน ยังมีปัญหาใดบ้างที่ท่านคิดว่าสมควรได้รับการแก้ไข เพื่อให้ธุรกิจของท่านประสบผลสำเร็จ

3.1 ปัญหาด้านการผลิต

3.2 ปัญหาด้านการเงิน

3.3 ปัญหาด้านการตลาด

3.4 ปัญหาจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

- ด้านสภาพทางเศรษฐกิจ

- ด้านสังคมและวัฒนธรรม

- ด้านเทคโนโลยี

- กฎหมาย การเมือง นโยบายรัฐ

3.5 ท่านต้องการให้หน่วยงานภาครัฐช่วยเหลือท่านในด้านใดบ้าง

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวอริชญา แซ่ลิ่ม
วัน เดือน ปีเกิด	9 กรกฎาคม 2524
ที่อยู่	41/7 หมู่บ้านเขาน้อย ถนนหัวหิน-หนองพลับ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110
ประวัติการศึกษา	
2545	วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีอาหาร มหาวิทยาลัยรังสิต
ทุน	
2541	ทุนพระราชทานการศึกษาในระดับปริญญาตรีของพระบาท สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2545-2546	ตำแหน่งควบคุมคุณภาพ บริษัทฟูคส์แลนค์ ซุปเปอร์มาร์เก็ต จำกัด
พ.ศ. 2546- 2547	ตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญด้านประกันคุณภาพ บริษัท โคล (ไทยแลนด์) จำกัด
พ.ศ. 2547-2548	ตำแหน่งหัวหน้าแผนกประกันคุณภาพ บริษัทแวนด้าโพรเซนต์ จำกัด