

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้
ในประเทศไทย

THE FRUIT JUICE MANUFACTURERS OPERATION PROBLEM
IN THAILAND



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

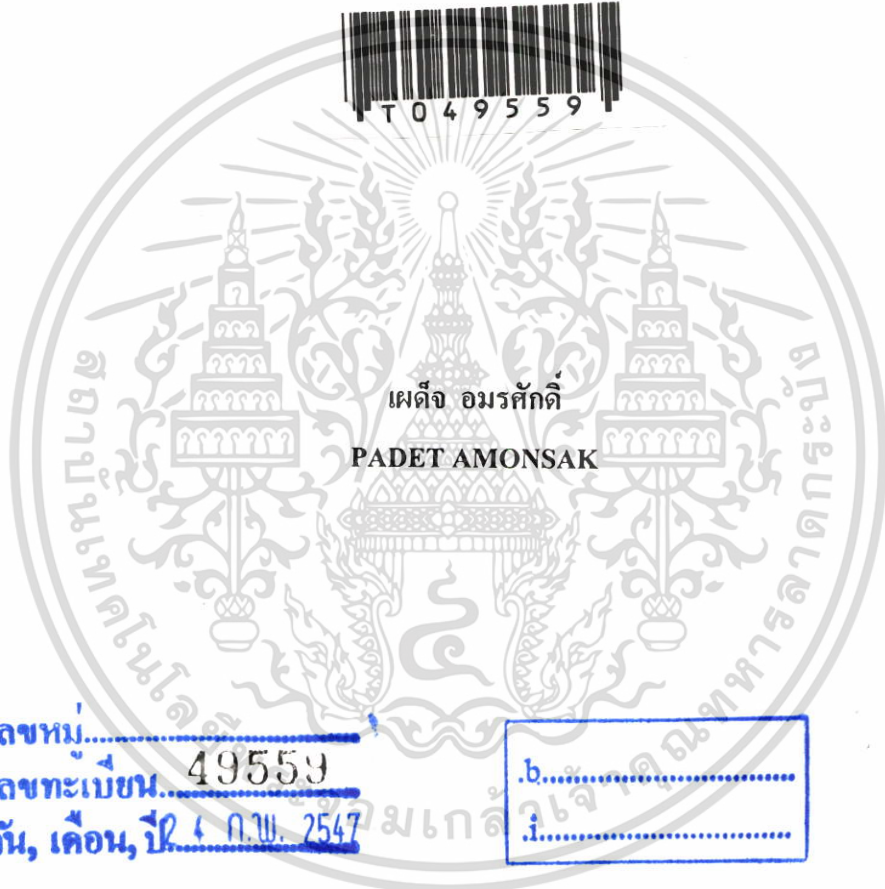
พ.ศ. 2546

ISBN 974-824-871-2

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้
ในประเทศไทย

THE FRUIT JUICE MANUFACTURERS OPERATION PROBLEM
IN THAILAND



แพด็จ อมรศักดิ์

PADET AMONSAK

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....49559
จัน, เดือน, ปี..... 4 ก.พ. 2547

.b.....
.i.....

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม
บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2546
ISBN 974-324-371-2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**THE FRUIT JUICE MANUFACTURERS OPERATION PROBLEM
IN THAILAND**



**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
2003
ISBN 974-324-371-2**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2003

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้
ในประเทศไทย
นักศึกษา นายเผด็จ อมรศักดิ์
รหัสประจำตัว 44064427
ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา วิทยาการจัดการอุตสาหกรรม
พ.ศ. 2546
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.วรณารด แสงมณี
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม รศ. อติคุณ กาญจนพิบูลย์
ผศ.ดร. วินัย พุทธิกุล

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยในด้านการผลิต การตลาด การบัญชีและการเงิน 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธาระหว่างลักษณะของผู้ประกอบการผลิตแบ่งตามขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยในด้านการผลิต การตลาด การบัญชีและการเงิน และผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทย จำนวน 36 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การทดสอบสมมุติฐานได้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

- 1) ระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในแต่ละด้านพบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง โดยลำดับของปัญหาในการดำเนินงานแต่ละด้าน เรียงจากปัญหามากที่สุดไปถึงน้อยที่สุดคือ (1) ปัญหาด้านการตลาด (2) ปัญหาด้านการผลิต (3) ปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน
- 2) สำหรับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ จำแนกตามลักษณะของผู้ผลิต พบว่าผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกัน มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน จะมีปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน แต่ผู้ผลิตที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title	The Fruit Juice Manufacturers Operation Problem In Thailand
Student	Mr. Padet Amonsak
Student ID.	44064427
Degree	Master of Science
Programme	Industrial Management
Year	2003
Thesis Advisor	Assoc. Prof. Dr. Woranat Sangmanee
Thesis Co-Advisor	Assoc. Prof. Atinuch Kanchanapiboon Asst. Prof. Dr. Winai Puttakul

ABSTRACT

This research had 2 main purposes. The first one was to study the fruit juice manufacturers operation problem in Thailand of each component was as follows Production , Financial and Accounting and Marketing . 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 and Accounting and Marketing. The data were collected form 36 fruit juice 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) Fruit juice manufacturers had moderate level of operation problem in the total.

The rank order of operation problem components form the highest problem to the lowest one was as follows: (1) Marketing (2) Production (3) Financial and Accounting

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

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าและเรียบเรียงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เกิดขึ้นและสำเร็จลงได้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงจาก รศ.ดร.วรรณารด แสงมณี อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ รศ. อติษฐ กาญจนพิบูลย์ และ ผศ.ดร.วินัย พุทธิกุล อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาชี้แนะ และปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำการศึกษาค้นคว้าด้วยความเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.พงศ์ หรดาล และ ผศ.ดร.สรรพสิทธิ์ ลิ้มนรินทร์ ที่ได้สละเวลาในการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้รวมถึงการให้คำแนะนำ และแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณคณาจารย์หลักสูตรวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณ ดร.จ่านงค์ จิงธิรพานิช ผศ.ดร.อาริต ธรรมโน คุณช่อทิพย์ อภิสมัชมงคล คุณผานิต กิตติธรรนันท และคุณสมชาติ เหล่าปรีดา ที่ให้ความกรุณาช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อปรับปรุงให้เป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพและเหมาะสมต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณท่านผู้ประกอบการ โรงงานผลิตน้ำผลไม้ทั่วประเทศ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการทำการศึกษาวินิจฉัยและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณ บัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ให้คำแนะนำต่าง ๆ พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณ เพื่อนๆและรุ่นพี่ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ทุกคนที่ให้การช่วยเหลือ ให้คำแนะนำต่าง ๆ และยังให้กำลังใจต่อผู้วิจัยตลอดมา

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้เป็นที่เคารพยิ่ง รวมทั้งบุคคลในครอบครัวที่ให้กำลังใจในการศึกษาและจัดทำวิทยานิพนธ์ตลอดมา

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด
แม้จะ อมรศักดิ์
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
กิตติกรรมประกาศ	III
สารบัญ	IV
สารบัญตาราง	IX
สารบัญภาพ	XII
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	5
1.4 สมมุติฐานการวิจัย	6
1.5 ขอบเขตการวิจัย	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.7 ข้อตกลงเบื้องต้น	8
1.8 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	9
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดทางด้านลักษณะของผู้ประกอบการผลิต	10
2.1.1 ขนาดของสินทรัพย์ลงทุนตามขนาดอุตสาหกรรม	10
2.1.2 รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ	13
2.1.2.1 ธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของ	14
2.1.2.2 ธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วน	15
2.1.2.3 ธุรกิจแบบบริษัท	17
2.1.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน	19
2.1.2.1 ขั้นตอนการเป็นผู้ประกอบการ	20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

2.1.2.2	ขั้นตอนการรวมกำลัง	20
2.1.2.3	ขั้นตอนการจัดระบบเป็นทางการและการควบคุม	21
2.1.2.4	ขั้นตอนของโครงสร้างที่ขยายตัว	21
2.1.2.5	การถอดออกขององค์การ	22
2.2	แนวคิดการดำเนินงานของอุตสาหกรรม	23
2.2.1	แนวคิดทางด้านการผลิต	23
2.2.1.1	การวางแผนการผลิต	24
2.2.1.2	การปฏิบัติการผลิต	25
2.2.1.3	การควบคุมการผลิต	25
2.2.1.4	การควบคุมสินค้าคงคลัง	26
2.2.2	แนวคิดทางการเงินและการบัญชี	28
2.2.2.1	หน้าที่ของผู้บริหารทางการเงิน	28
2.2.2.2	การควบคุมเงินสด	30
2.2.2.3	การควบคุมเงินสหรับ	33
2.2.2.4	การควบคุมเงินสดย่อย	34
2.2.2.5	การจัดทำบัญชีของโรงงานอุตสาหกรรม	35
2.2.3	แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	36
2.2.3.1	ผลิตภัณฑ์	36
2.2.3.2	ราคา	37
2.2.3.3	การจัดจำหน่าย	38
2.2.3.4	การส่งเสริมการตลาด	39
2.3	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับน้ำผลไม้	42
2.3.1	กรรมวิธีการผลิตน้ำผลไม้	43
2.3.1.1	การคัดเลือกเพื่อให้ได้ผลไม้ที่มีระยะเวลาการสุกเท่ากัน	43
2.3.1.2	การเตรียมและการสกัดน้ำผลไม้	43
2.3.1.3	การไล่อากาศ	44
2.3.1.4	การเก็บรักษาน้ำผลไม้	44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

2.3.1.5 การทำให้น้ำผลไม้ใส	45
2.3.1.6 การทำให้น้ำผลไม้เข้มข้น	45
2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	47
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	55
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	56
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ	58
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	59
3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ	59
3.4.2 การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ	59
3.5 การกำหนดค่าตัวแปร	59
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	60
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย	60
3.7.1 สถิติพรรณนา	60
3.7.2 สถิติอนุมาน	61
บทที่ 4 ผลของการวิจัย	
4.1 ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ผลิต ในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม	64
4.2 ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาในการ ดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้โดยจำแนกตามปัญหาทั้ง 3 ด้าน	69
4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ ระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ที่มีลักษณะของผู้ผลิตแตกต่างกัน	83
4.3.1 ผลเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ ในประเทศไทยที่มีขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกัน	85

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.3.2	ผลเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ ในประเทศไทยที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ.....	88
4.3.3	ผลเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ ในประเทศไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน.....	90
4.4	ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับปัญหาอื่น ๆ จากการดำเนินงานในแต่ละด้านที่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรม น้ำผลไม้ ประสบอยู่และต้องการให้รัฐบาลช่วยแก้ไข จากแบบสอบถามตอนที่ 3	93
บทที่ 5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการศึกษา.....	96
5.1.1	ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล และลักษณะของผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้	96
5.1.2	ค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาการดำเนินงานผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้	97
5.1.3	การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะของผู้ประกอบการกับ ระดับปัญหาการดำเนินงานผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้	98
5.2	อภิปรายผลการศึกษา.....	98
5.2.1	ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล และลักษณะของผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้	98
5.2.2	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ ในประเทศไทย ทั้ง 3 ด้าน.....	99
5.2.3	ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐาน เปรียบเทียบปัญหาในการดำเนิน งานในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามลักษณะของผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้.....	102
5.3	ข้อเสนอแนะ	105
5.3.1	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้	105
5.3.2	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป	105
บรรณานุกรม	107

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ภาคผนวก

ก. แบบสอบถาม	110
ข. หนังสือเชิญตรวจเครื่องมือการวิจัย และหนังสือขอเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการวิจัย.....	116
ประวัติผู้เขียน	123



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงข้อดี – ข้อเสีย ของเครื่องซีเมนต์ที่จะนำมาใช้ในการวัดขนาดอุตสาหกรรม	11
2.2 แสดงการวัดขนาดของธุรกิจอุตสาหกรรม ของแต่ละหน่วยงานจำแนกตามเครื่องซีเมนต์การใช้งานและสินทรัพย์ถาวร	12
3.1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาคของประเทศไทย ณ.สิ้นปี 2543	56
3.2 แสดงรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ	58
4.1 แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	65
4.2 แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	65
4.3 แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	66
4.4 แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภาคที่ตั้งของ โรงงาน	66
4.5 แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการ ได้รับ เครื่องหมายคุณภาพ	67
4.6 แสดงจำนวนและคำร้อยละลักษณะของผู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม จำนวนเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในกิจการ	67
4.7 แสดงจำนวนและคำร้อยละลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการ ประกอบกิจการ	68
4.8 แสดงจำนวนและคำร้อยละลักษณะของผู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะ เวลาในการดำเนินการผลิต	68
4.9 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับ ของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์กรประกอบปัญหาการวางแผนการ ผลิตของปัญหาด้านการผลิต	69
4.10 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัด ลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์กรประกอบปัญหาการปฏิบัติ การผลิตของปัญหาด้านการผลิต	70
4.11 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัด ลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์กรประกอบปัญหาการควบคุมการผลิตของปัญหาด้านการผลิต	71

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.12 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์กรประกอบปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลังของปัญหาด้านการผลิต.....	72
4.13 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์กรประกอบของปัญหาต่างๆ 4 ด้าน ของปัญหาด้านการผลิตในภาพรวม.....	73
4.14 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์กรประกอบปัญหาการคาดการณ์ความต้องการเงินทุนของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน.....	74
4.15 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์กรประกอบปัญหาการจัดหาเงินทุนของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน.....	75
4.16 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์กรประกอบปัญหาการจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน.....	76
4.17 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์กรประกอบของปัญหาต่างๆ 3 ด้าน ของปัญหาด้านการบัญชีและการเงินในภาพรวม.....	77
4.18 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์กรประกอบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของปัญหาด้านการตลาด.....	78
4.19 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์กรประกอบปัญหาด้านราคาของปัญหาด้านการตลาด.....	79
4.20 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์กรประกอบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของปัญหาด้านการตลาด.....	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.21 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์กรประกอบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของปัญหาด้านการตลาด.....	81
4.22 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์กรประกอบของปัญหาต่างๆ 4 ด้าน ของปัญหาด้านการตลาดในภาพรวม.....	82
4.23 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้แต่ละด้านทั้ง 3 ด้านในภาพรวม.....	82
4.24 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามลักษณะของผู้ผลิต.....	84
4.25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีขนาดเงินลงทุนต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	86
4.26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	89
4.27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	91

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย	6
2.1 แสดงส่วนผสมการตลาด	41



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นดินแดนที่อุดมสมบูรณ์ด้วยผลไม้หลากหลายชนิด โดยมีการหมุนเวียนบริโภคได้ตลอดทั้งปี ทุกฤดูกาล แต่อย่างไรก็ตาม ผลไม้เป็นสินค้าที่เน่าเสียได้ง่าย จึงต้องมีการแปรรูปในลักษณะต่าง ๆ เพื่อรักษาคุณค่าไว้ให้ยังคงบริโภคได้นาน การแปรรูปผลไม้เป็นน้ำผลไม้ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยเก็บรักษาคุณค่าของผลไม้ตลอดจนยังก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ยังเป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาผลไม้ล้นตลาดเมื่อถึงฤดูกาลให้ผลของผลไม้ชนิดต่าง ๆ ได้

ในอดีตนั้น การผลิตน้ำผลไม้เป็นเพียงผลพลอยได้ (By-Product) จากการผลิตผลไม้กระป๋อง แต่ปัจจุบัน เริ่มมีการผลิตน้ำผลไม้โดยตรงมากขึ้น โรงงานส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในแหล่งวัตถุดิบเพื่อความสะดวก ความประหยัดในการขนย้ายวัตถุดิบ แปรรูปและผลิตสินค้าหลายชนิดตามฤดูกาลของการผลิต โดยมีการใช้เครื่องจักรช่วยในขั้นตอนการคั้นน้ำผลไม้ และทำน้ำผลไม้เข้มข้น ตลอดจนการควบคุมสี กลิ่น และรสชาติให้ได้มาตรฐาน มีการปรุงแต่งกลิ่นและรสชาติให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ (บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย.2541:2)

1) น้ำผลไม้พร้อมดื่ม (Ready To Drink Fruit Juice) หมายถึง น้ำผลไม้ที่พร้อมบริโภคได้ทันที โดยมีเปอร์เซ็นต์ของน้ำผลไม้ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับชนิดของผลไม้ที่นำมาเป็นวัตถุดิบ และวิธีการผลิตของโรงงาน น้ำผลไม้บางชนิดไม่สามารถผลิตเป็นน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% ได้ ต้องทำให้เจือจางก่อน แล้วจึงปรุงแต่งรสชาติให้ตรงกับค่านิยมของตลาด โดยมีส่วนผสมของน้ำผลไม้ตั้งแต่ 10 - 50% นำมาเจือจางด้วยน้ำ แล้วเติมสารปรุงแต่งประเภทน้ำตาล หรือกรดมะนาว หรือผสมกับน้ำผลไม้ประเภทอื่น ๆ เพื่อให้รสชาติดีขึ้น โดยถ้ามีส่วนผสมของน้ำผลไม้อยู่ร้อยละ 30-35% เรียกว่าน้ำผลไม้ปรุง (Nectar) หรือมีการนำน้ำผลไม้หลาย ๆ ชนิดมาผสมกันเพื่อทำให้เกิดรสชาติดีขึ้น ให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น

2) ตลาดน้ำผลไม้เข้มข้น 100% (Fruit Juice Concentrate) หมายถึงน้ำผลไม้ที่ผ่านกรรมวิธีการระเหยน้ำออกจนเข้มข้น และยังไม่ผ่านการปรุงแต่ง จึงต้องทำให้เจือจางก่อนจึงจะสามารถบริโภคได้ ส่วนใหญ่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต ไอศกรีม นมเปรี้ยว เบเกอรี่ เป็นต้น แบ่งเป็น

(1) น้ำผลไม้ผงสำเร็จรูป (Instant Juice) ผลิตโดยการนำผลไม้มาคั้น และระเหยน้ำออก แล้วปั่นให้แห้งเป็นผง บรรจุในภาชนะต่างๆ เช่น ถุง ขวดแก้ว ซอง เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้สะดวกในการบริโภค

(2) น้ำผลไม้ปรุงแต่งกลิ่น ผลิตโดยใช้ผลไม้ชนิดต่างๆ มาผสมกับน้ำตาลและกรดมะนาว ใสสี และแต่งกลิ่น ซึ่งมีทั้งชนิดพร้อมดื่ม และชนิดเข้มข้น

(3) น้ำผลไม้ผสมเนื้อผลไม้ (Fruit Pure) มีลักษณะข้นเหมือนซูป ทำเป็นอาหารเสริมสำหรับเด็กทารก หรือใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตขนมขบเคี้ยว ผลิตภัณฑ์นม และไอศกรีม

ในปี 2541 มีโรงงานน้ำผลไม้ประมาณ 62 โรงงาน โดยส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณภาคกลางซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญ ในจำนวนนี้เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่ผลิตเพื่อการส่งออก และมีส่วนแบ่งตลาดในประเทศเพียง 20 รายเท่านั้น โดยส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อป้อนตลาดน้ำผลไม้ตลาดบน ส่วนใหญ่ที่เหลือเป็นโรงงานขนาดเล็กที่ผลิตน้ำผลไม้ไม่มีสีหรือ และเป็นผู้ผลิตน้ำผลไม้ป้อนตลาดกลางและตลาดล่าง (บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย.2541:3) และในปัจจุบันจากการรวบรวมข้อมูลของกรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม เมื่อปลายปี 2543 ได้มีโรงงานผลิตน้ำผลไม้เพิ่มขึ้นเป็น 68 ราย

ข้อมูลมูลค่าตลาดน้ำผลไม้ของประเทศไทย พบว่าน้ำผลไม้ในประเทศไทย แบ่งออกเป็นน้ำผลไม้ 100% หรือตลาดระดับบน มูลค่า 690 ล้านบาท หรือร้อยละ 30.0 ของตลาดน้ำผลไม้ทั้งหมด น้ำผลไม้ 25-50% หรือตลาดระดับกลางมูลค่า 1,150 ล้านบาท หรือร้อยละ 50.0 และตลาดน้ำผลไม้ต่ำกว่า 25% หรือตลาดระดับล่างมีมูลค่า 460 ล้านบาทหรือร้อยละ 20.0 (บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2544:2)

สภาพตลาดโดยรวมของน้ำผลไม้ มีตราสินค้ายี่ห้อที่ปกิเป็นผู้นำตลาด ด้วยส่วนแบ่งตลาดรวม 17.5% รองลงมาคือยูนิฟ 12.5% และที่สามคือมาลี 9.5% โดยน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 25 - 50% ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ที่สุด มีน้ำผลไม้ยี่ห้อมาลีเป็นผู้นำตลาด โดยมีส่วนแบ่งประมาณ ร้อยละ 25.0% ของมูลค่าตลาดรวม (ไม่รวมมูลค่าตลาดน้ำผลไม้เจือสีในตลาดส่ง) ตามมาด้วย ยูเอพีซี และสิงห์เฟรส ตามลำดับ (ทีมเศรษฐกิจหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ “มาลีปรับกลยุทธ์เน้น Emotion Marketing”. 2544 : 14)

อุตสาหกรรมน้ำผลไม้ เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญมาก เพราะเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร (Agro-Industry) ที่ก่อให้เกิดผลเชื่อมโยงไปข้างหลัง (Backward Linkage) ถึงภาคเกษตร ได้แก่การปลูกผลไม้ต่าง ๆ และมีการเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward Linkage) ถึงอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ และก่อให้เกิดการจ้างแรงงานในประเทศอีกด้วย

เนื่องจากภาวะการแข่งขันนับว่าอยู่ในเกณฑ์สูงโดยตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา น้ำผลไม้ ได้รับความนิยมน่าขึ้นตามลำดับ ทำให้ผู้ประกอบการทยอยเข้าสู่ตลาดน้ำผลไม้มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ยังมีข้อจำกัดด้านการขยายตัวและปัญหาการดำเนินงานมาโดยตลอดที่สำคัญได้แก่ด้านวัตถุดิบซึ่งปริมาณผลผลิตไม่แน่นอน ควบคุมรสชาติและราคาได้ลำบาก ปัญหาต้นทุนการผลิต ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สูงโดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ รวมถึงต้องเสียภาษีในการจำหน่ายถึงร้อยละ 4 ของราคาจำหน่ายปลีก อีกด้วย ปัญหาความต้องการบริโภคน้ำผลไม้ของคนไทยอยู่ในระดับต่ำเพราะมีผลไม้สดบริโภคตลอดทั้งปี ส่วนการส่งออกก็ถูกตัด จีเอสพี ในตลาดยุโรปและต้องเผชิญกับคู่แข่งที่สำคัญ เช่น ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย ปัญหาการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานเดียวกันทุกครั้งที่วางจำหน่าย เนื่องจากขาดความรู้ทางด้านเทคโนโลยี การวิจัยและการพัฒนาสูตรอย่างจริงจัง (บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย.2541:8)

นอกจากนั้นลักษณะของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันได้แก่ ขนาดของเงินลงทุนที่ใช้ในการแบ่งขนาดของอุตสาหกรรม รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และประสบการณ์หรือระยะเวลาในการดำเนินงานก็ส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าหรือมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานและการบริหารธุรกิจแตกต่างกันเนื่องมาจาก

1) ขนาดของเงินลงทุนที่ใช้ในการแบ่งขนาดของอุตสาหกรรมนั้นพบว่าอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยยังมีข้อจำกัดหลายประการแตกต่างจากอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เช่นการใช้เทคโนโลยีในการผลิตในระดับต่ำกว่าขาดการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ไม่สามารถเป็นแหล่งรองรับการจ้างงานและการผลิตสินค้าป้อนโรงงานขนาดใหญ่ได้ ยังคงมีลักษณะการผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้นเป็นหลัก รวมถึงอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตภูมิภาคส่วนใหญ่มีรูปแบบอิสระ ไม่พึ่งพิงอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีลักษณะการกระจุกตัวของตลาดในการกระจายสินค้าที่ยังคงอยู่ในแหล่งผลิตในท้องถิ่นไม่สามารถกระจายสู่ตลาดภายนอกได้ (กลุ่มบริษัท แอควานัส รีเสิร์ช จำกัด.2540:32)

2) รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ ที่มีความแตกต่างกัน เช่น รูปแบบเจ้าของคนเดียว รูปแบบห้างหุ้นส่วนและรูปแบบบริษัทล้วนส่งผลต่อวิธีการดำเนินงานทางด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงินและการบัญชี ที่แตกต่างกันออกไป (สุธี เอกะหิตานนท์และคณะ.2538 :13)

3) ประสบการณ์หรือระยะเวลาในการดำเนินงาน จะเป็นปัจจัยภายในที่เป็นตัวกำหนดอนาคตขององค์กรว่าจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด มากกว่าที่จะถูกกำหนดโดยปัจจัยอิทธิพลที่อยู่ภายนอกเพียงอย่างเดียว (วรรณารต แสงมณี . 2544 :11) และยังส่งผลวิธีการดำเนินงานทางด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงินและการบัญชี ที่แตกต่างกันออกไป เช่นเดียวกับรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ (สุธี เอกะหิตานนท์และคณะ.2538 : 17)

จากสภาพปัญหาในแง่มุมต่างๆ ตามลักษณะของผู้ประกอบการที่เกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อในหลายมิติโดยเฉพาะปัญหาในด้านการดำเนินการของผู้ผลิตน้ำผลไม้ ซึ่งจะเห็นได้จากตั้งแต่ปี 2540 ตลาดเริ่มซบเซาลงเนื่องจากวิกฤติเศรษฐกิจ และผู้บริโภคมองว่าน้ำผัก-ผลไม้ เป็นสิ่งฟุ่มเฟือย ขณะที่ต้นทุนการผลิตทั้งผลไม้สด น้ำตาล ทรายและพลาสติกเพิ่มขึ้นอย่างมาก จึงทำให้ราคาน้ำผลไม้เพิ่มขึ้นในภาวะขดขาดตก เป็นผลให้ผู้ผลิตรายใหญ่ต้องลดกำลังการผลิตลง ขณะที่ผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมบางรายต้องเลิกกิจการลง (บริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ “ตลาดน้ำ

ผลไม้ส่งออกแข่งขันสูง” .2543:12) ซึ่งผลกระทบนั้นยังส่งผลต่อเนื่องไปถึงภาคการเกษตรซึ่งมีความสำคัญของประเทศไทยอีกด้วย

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทยซึ่งประกอบไปด้วยปัญหาด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านบัญชีและการเงิน ส่วนสาเหตุของการเลือกที่จะศึกษาวิจัย แบ่งตามลักษณะของผู้ประกอบการผลิตในด้านขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน เนื่องจากโครงสร้างของอุตสาหกรรมภายในประเทศระหว่างอุตสาหกรรมควรมีการเชื่อมโยงสนับสนุนซึ่งกันและกัน เป็นระบบเครือข่าย เช่นหากเมื่อเกิดวิกฤติเศรษฐกิจขึ้น อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ไม่สามารถปรับตัวได้ทันทียังมีอุตสาหกรรมขนาดกลางและอุตสาหกรรมขนาดย่อมเป็นฐานโครงสร้างให้กับเศรษฐกิจของประเทศได้ (อำนาจ เขื่อนสันเทียะ. 2544:32)

แนวทางการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นพร้อมทั้งวิธีการต่าง ๆ ไปในแต่ละด้านของการดำเนินงาน ในด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านบัญชีและการเงิน โดยเปรียบเทียบปัญหาที่เกิดขึ้นจำแนกตามลักษณะของผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้ ได้แก่ขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน ซึ่งแนวคิดในการศึกษาได้มาจากงานวิจัยของ ธีรรัตน์ ตรีพันธุ์พานิชย์ เรื่อง “การดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” โดยได้ศึกษาประเด็นปัญหาในการดำเนินการนี้กับผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำดื่ม ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มประชากรที่ทำการสำรวจเป็นกลุ่มประชากรในอุตสาหกรรมขนาดย่อมโดยมีมูลค่าทรัพย์สินลงทุนอยู่ในช่วง 100,001-500,000บาท ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ส่วนใหญ่ดำเนินงานในลักษณะกิจการของคนเดียวและได้ดำเนินธุรกิจผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์มาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 1-5 ปี ซึ่งมีปัญหาในด้านต่างๆ โดยอันดับที่ 1 คือในด้านการผลิต เกิดการขาดแคลนแรงงานและต้นทุนการผลิตสูง รองมาเป็นปัญหาทางการเงิน ปัญหาด้านการจัดการ และปัญหาด้านการตลาดตามลำดับ และงานวิจัยของ พงศกร ทวีสุข เรื่อง “ การดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่ ” โดยกลุ่มประชากรที่ทำการสำรวจเป็นกลุ่มประชากรในอุตสาหกรรมขนาดย่อมและเป็นโรงงานที่มีพื้นที่ประมาณ 500-1,000 ตารางเมตร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินงานในลักษณะกิจการของคนเดียวและได้ดำเนินธุรกิจผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์มาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 1-3 ปี ปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้ง โดยรวมพบว่ามีปัญหาในระดับน้อย ทั้งด้านการจัดการ การผลิต และการตลาด ส่วนปัญหาด้านการเงินและการบัญชีมีปัญหาในระดับน้อยที่สุด แต่ในรายละเอียดพบว่า ปัญหาด้านการจัดการมีปัญหาในระดับมากในเรื่องการวางแผน เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจไม่แน่นอน ทำให้คาดการณ์ล่วงหน้าได้ลำบาก และปัญหาด้านการจัดบุคลากรเข้าทำงาน ในเรื่องพนักงาน/ลูกจ้าง ไม่มีประสิทธิภาพและความชำนาญ ทำให้เสียเวลาในการฝึกหัด และปัญหาด้านการตลาดมีปัญหาในระดับมากในเรื่องคู่แข่งมีจำนวนมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยในด้านการผลิต การตลาด การบัญชีและการเงิน

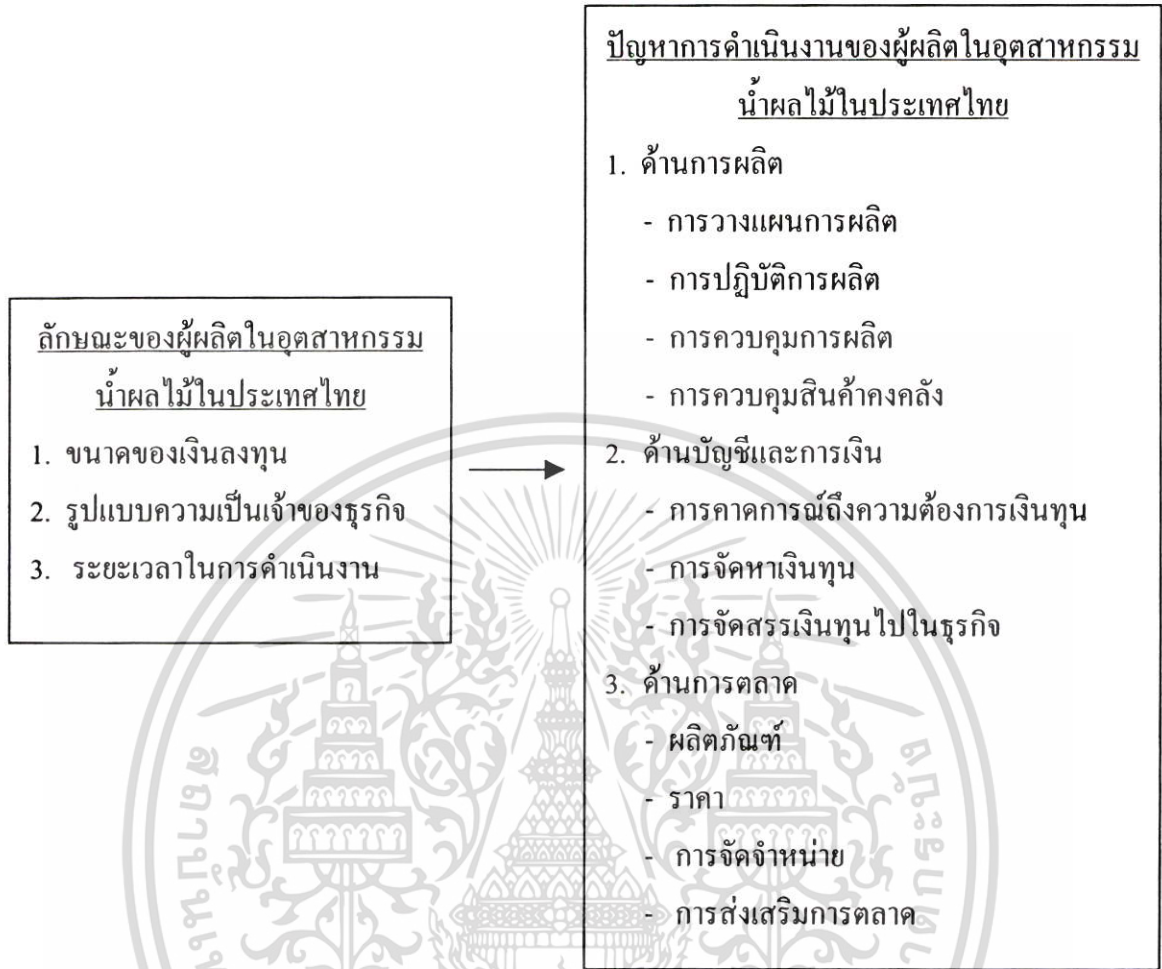
1.2.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของผู้ประกอบการผลิตแบ่งตามขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยในด้านการผลิต การตลาด การบัญชีและการเงิน

1.3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาถึงปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยรวมถึงศึกษาลักษณะของผู้ประกอบการผลิตที่แตกต่างกันในด้าน ขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน เป็นตัวแปรที่มีผลต่อปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้แบ่งปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยออกเป็นด้านต่าง ๆ ทั้งหมด 3 ด้าน โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของ ธิคารัตน์ ติรพันธุ์พานิชย์ เรื่อง “การดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่” และงานวิจัยของ พงศกร ทวีสุข เรื่อง “การดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้ง ในจังหวัดเชียงใหม่” แล้วนำมาปรับปรุงให้มีความเหมาะสมกับงานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านบัญชีและการเงิน ดังแสดงในภาพที่ 1.1

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย

1.4 สมมุติฐานการวิจัย

1.4.1 ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันทำให้ผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน

1.4.2 รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกันทำให้ผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน

1.4.3 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาดัง ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ โดยผู้วิจัยทำการศึกษาดังทฤษฎี ความรู้ และผลงานวิจัย ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทางด้านลักษณะของผู้ประกอบการผลิต แนวคิดการดำเนินงานของอุตสาหกรรมและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับน้ำผลไม้ เพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบในการทำวิจัยและสรุปผลการวิจัย

โดยการวิจัยมีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ลักษณะของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้

- 1) ขนาดของเงินลงทุน
- 2) รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ
- 3) ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตัวแปรตาม

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในด้านต่าง ๆ ได้แก่

- 1) ด้านการผลิต ประกอบด้วย
 - (1) การวางแผนการผลิต
 - (2) การปฏิบัติการผลิต
 - (3) การควบคุมการผลิต
 - (4) การควบคุมสินค้าคงคลัง
- 2) ด้านการบัญชีและการเงิน ประกอบด้วย
 - (1) การคาดการณ์ถึงความต้องการของเงินทุน
 - (2) การจัดหาเงินทุน
 - (3) การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ
- 3) ด้านการตลาด ประกอบด้วย
 - (1) ผลิตภัณฑ์
 - (2) ราคา
 - (3) การจัดจำหน่าย
 - (4) การส่งเสริมการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5.2 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ผลิตน้ำผลไม้จำนวน 68 รายซึ่งมีการกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ รวบรวมจากรายชื่อโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการของกรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม ณ.สิ้นเดือนธันวาคม 2543

1.5.3 ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยนี้จะทำการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิต แยกแบบสอบถามให้กับโรงงานผู้ผลิตน้ำผลไม้ และสรุปผลการศึกษา โดยได้ใช้เวลาในการศึกษา ตั้งแต่เดือนเมษายน 2545 ถึงเดือนเมษายน 2546

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ได้นำข้อมูลไปใช้ประกอบในการกำหนดกลยุทธ์ การดำเนินงานธุรกิจ ในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ลู่ทางในการแก้ปัญหาและปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้องตามขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจและระยะเวลาในการดำเนินงานของตน เพื่อที่จะให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

1.6.2 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งมีความต้องการจะเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ได้นำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจนี้อย่างเหมาะสมตามสภาพลักษณะธุรกิจของตน

1.6.3 ทำให้ทราบถึงปัญหาการดำเนินงานในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ เพื่อที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้และผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำข้อมูลไปทำการปรับปรุงและแก้ไขในการดำเนินงานของตนได้อย่างเหมาะสมต่อไป

1.7 ข้อตกลงเบื้องต้น

1.7.1 ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบแบบสอบถามตรงตามความจริงและเชื่อถือได้

1.7.2 การคำนวณตัวเลขสุดท้าย จะใช้วิธีการปิดทศนิยมเพิ่มหรือลด เพื่อให้ได้จำนวนเต็ม 100% โดยยึดหลักสากลของมาตรฐานการเงินและการบัญชีที่ยอมรับกันโดยทั่วไป

1.8 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1.8.1 ลักษณะของผู้ผลิต หมายถึง ลักษณะขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของ ธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงานของผู้ผลิต

1.8.2 ปัญหาการดำเนินงาน หมายถึง ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทย ในด้านการผลิต ในด้านการตลาด ในด้านบัญชีและการเงิน

1.8.3 น้ำผลไม้ หมายถึง ผลิตรัศน้ำผลไม้พร้อมดื่ม และผลิตรัศน้ำผลไม้เข้มข้น 100%

1.8.4 ผู้ผลิตน้ำผลไม้ หมายถึง ผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยจำนวนทั้งสิ้นจำนวน 68 ราย โดยรวบรวมข้อมูลจากกรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม ณ.สิ้นเดือนธันวาคม 2543

1.8.5 ขนาดของเงินลงทุน หมายถึง ขนาดของเงินลงทุนที่ใช้ในการแบ่งขนาดอุตสาหกรรม ดังนี้ (Suranart Khamanarong, 2000 : 35)

1.8.5.1 อุตสาหกรรมขนาดย่อม หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเงินลงทุน ไม่เกิน 50 ล้านบาท

1.8.5.2 อุตสาหกรรมขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเงินลงทุน ไม่เกิน 200 ล้านบาท

1.8.5.1 อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเงินลงทุนเกินกว่า 200 ล้านบาท

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย 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 แนวคิดทางการเงินและการบัญชี

2.2.3 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับน้ำผลไม้

2.4 เอกสาร งานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทางด้านลักษณะของผู้ประกอบการผลิต

ลักษณะของผู้ประกอบการผลิตที่ประกอบไปด้วย ขนาดของเงินลงทุนที่ใช้ในการแบ่งขนาดของอุตสาหกรรม รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และประสบการณ์หรือระยะเวลาในการดำเนินงานต่างก็ส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าหรือมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานและการบริหารธุรกิจแตกต่างกันจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจในลักษณะของอุตสาหกรรมนั้นดังนี้

2.1.1 ขนาดของสินทรัพย์ลงทุนตามขนาดอุตสาหกรรม

การจำแนกขนาดของอุตสาหกรรมที่นิยมใช้กันจะอาศัยเกณฑ์วัดที่สำคัญ 4 ประการคือ ขนาดการจ้างงาน สินทรัพย์ถาวร ทุนจดทะเบียนและยอดขายซึ่งในบางประเทศจะใช้เกณฑ์ใดเกณฑ์หนึ่งเป็นเครื่องวัดเพียงเกณฑ์เดียว และบางประเทศอาจจะใช้ประกอบกันหลายๆ เกณฑ์ที่มี

สมชัย ดันดิชนวัฒน์ (2542 : 25-26) ได้กล่าวถึงข้อดี-ข้อเสีย ของเครื่องชี้เกณฑ์ที่จะนำมาใช้ในการวัดขนาดของธุรกิจอุตสาหกรรม ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 แสดงข้อดี-ข้อเสีย ของเครื่องใช้เกณฑ์ที่จะนำมาใช้ในการวัดขนาดของอุตสาหกรรม

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

ที่มา : สมชัย ตันติชนวัฒน์ , 2542 : 26

ต่อมาเมื่อมีการตั้งสำนักงานเงินกู้ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดเล็กขึ้นในกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเมื่อพ.ศ.2507(ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นสำนักงานธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อมในปัจจุบัน) จึงมีการกำหนดความหมายของอุตสาหกรรมขนาดย่อมไว้แตกต่างไปจากเดิมคือถือเอาเงินลงทุนเป็นเกณฑ์ โดยกำหนดว่าหมายถึงกิจการอุตสาหกรรมประเภทโรงงาน ประเภทบริษัท หรือประเภทอุตสาหกรรมในครอบครัว ที่มีทุนจดทะเบียน หรือลงทุนในสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 2 ล้านบาท เป็นเกณฑ์ในการจำแนก

อย่างไรก็ตามในการศึกษาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่จัดทำขึ้นภายในประเทศในช่วงที่ผ่านมา 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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 แสดงการวัดขนาดของของธุรกิจอุตสาหกรรม ของแต่ละหน่วยงานจำแนกตามเครื่องชี้
เกณฑ์การจ้างงานและสินทรัพย์ถาวร

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

ที่มา : สมชัย ตันติธรวัฒน์ , 2542 : 25

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

ภาคการผลิต

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุน เกิน 200 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานเกิน 200 คนขึ้นไป

อุตสาหกรรมขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุน ไม่เกิน 200ล้านบาท หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 200 คน

อุตสาหกรรมขนาดย่อม หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุน ไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคการบริการ

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุน เกิน 200 ล้านบาท
หรือมีการจ้างงานเกิน 200 คนขึ้นไป

อุตสาหกรรมขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุน ไม่เกิน 200 ล้านบาท
หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 200 คน

อุตสาหกรรมขนาดย่อม หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุน ไม่เกิน 50 ล้านบาท
หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน

ภาคการขายส่ง

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุน เกิน 100 ล้านบาท
หรือมีการจ้างงานเกิน 100 คนขึ้นไป

อุตสาหกรรมขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุน ไม่เกิน 100 ล้านบาท
หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน

อุตสาหกรรมขนาดย่อม หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุน ไม่เกิน 50 ล้านบาท
หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน

ภาคการขายปลีก

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุน เกิน 60 ล้านบาท
หรือมีการจ้างงานเกิน 30 คนขึ้นไป

อุตสาหกรรมขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุน ไม่เกิน 60 ล้านบาท
หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 30 คน

อุตสาหกรรมขนาดย่อม หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุน ไม่เกิน 30 ล้านบาท
หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 10 คน

2.1.2 รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ

ประเทศไทยเราอยู่ในระบบเศรษฐกิจแบบผสมซึ่งกระบวนการผลิต และจำหน่ายสินค้า
ย่อมสามารถดำเนินการได้โดยองค์การธุรกิจในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันตามประเภท
ของการเป็นเจ้าของกิจการ (By Ownership) ฉะนั้นประเภทขององค์การธุรกิจก็คือ ธุรกิจที่มีโครงสร้าง
ซึ่งกำหนดโดยลักษณะการเป็นเจ้าของธุรกิจนั้น ๆ (วรรณรด แสงมณี , 2543 : 10 – 16) ซึ่งอาจ
จำแนกได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.1 ธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของ (Sole Proprietorship)

2.1.2.2 ธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วน (Partnership)

2.1.2.3 ธุรกิจแบบบริษัท (Corporation)

2.1.2.1 ธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของ (Sole Proprietorship)

ธุรกิจแบบนี้มีบุคคลเดียวเป็นเจ้าของและดำเนินการแสวงหากำไรตลอดจนยอมรับความเสี่ยงต่อการขาดทุนแต่ผู้เดียวนับเป็นแบบธุรกิจที่นิยมอย่างแพร่หลายและมีจำนวนมากกว่าธุรกิจแบบอื่น ๆ ในประเทศไทย เช่น การค้าขาย รายย่อย หาบเร่ เป็นต้น เนื่องจากสามารถเริ่มต้นด้วยทุนไม่มาก ผู้เป็นเจ้าของธุรกิจแบบนี้ จะต้องตัดสินใจในการที่จะขยายหรือลดกิจการรวมทั้งจัดหาทุนและต้องชดใช้หนี้สินเมื่อกิจการล้มเหลว ซึ่งเจ้าหนี้อาจมีสิทธิเรียกร้องเอาเงินหรือทรัพย์สินส่วนตัวของผู้เป็นเจ้าของมาชดใช้จนกว่าจะครบกำหนด ดังนั้นการดำเนินธุรกิจแบบนี้จึงมักเป็นกิจการขนาดเล็กเพราะความรู้ความสามารถและเงินทุนของเจ้าของกิจการมีจำกัด และหากต้องการขยายกิจการก็มักลำบากในเรื่องที่จะหาเงินทุนเพราะหลักประกันไม่มั่นคงพอแก่การเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของนี้ ก็ยังมีความสำคัญต่อการผลิต การจำหน่าย และบริการในระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา แม้สหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วก็ยังมีธุรกิจแบบนี้อยู่มากมาย

การดำเนินธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของนี้มีทั้งข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบดังนี้
ข้อได้เปรียบ

1) การจัดตั้งทำได้ง่าย เนื่องจากใช้แต่ทุนทรัพย์และปัจจัยที่จำเป็นรวมทั้งข้อจำกัดก็มีไม่มากสามารถจัดตั้งและเลิกกิจการเมื่อใดก็ได้ รวมทั้งยังไม่ต้องเปิดเผยงบการเงินของกิจการต่อสาธารณชนอีกด้วย

2) การดำเนินธุรกิจทำได้อย่างอิสระและคล่องตัวเพราะเจ้าของและผู้จัดการเป็นคนเดียวกัน การดำเนินงานและการตัดสินใจอยู่ที่เจ้าของอย่างแท้จริง เนื่องจากไม่มีหุ้นส่วนและไม่ต้องอยู่ในระเบียบข้อบังคับ ไม่มีผู้ใดขัดขวางก้าวก่าย เจ้าของสามารถวางแผนงาน และดำเนินธุรกิจได้อย่างรวดเร็วต่อเหตุการณ์

3) การดำเนินธุรกิจสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี เพราะเจ้าของมักเป็นคนในท้องถิ่นนั้น รู้จักคุ้นเคยกับบรรดาลูกค้าดีพอที่จะรู้ว่าลูกค้าคนใดต้องการอะไร และจัดหาสินค้ามาสนองได้ตามความต้องการของลูกค้าแต่ละคน รวมทั้งสามารถอำนวยความสะดวกและสร้างความคุ้นเคยให้ความเป็นกันเองแก่ลูกค้าได้ดี

4) เจ้าของกิจการมีความสนใจ ที่จะปรับปรุงกิจการของตนเป็นพิเศษเพราะผลประโยชน์คือกำไรที่ได้รับเป็นของตนเองเพียงผู้เดียว ทำให้ผู้เป็นเจ้าของกิจการมักพยายามหาทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประหยัดโดยลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้ได้กำไรสูงขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถรักษาความลับของกิจการ รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการบริหารงานที่ต่ำกว่ากิจการรูปแบบอื่น

5) การเกี่ยวข้องกับกฎหมาย และการควบคุมจากระเบียบข้อบังคับของทางราชการ มีน้อยกว่าธุรกิจรูปแบบอื่นทำให้ไม่ซับซ้อน ลดความยุ่งยากและลดค่าใช้จ่าย

ข้อเสียเปรียบ

1) เจ้าของมักมีทุนจำกัด ทำให้ขนาดของกิจการต้องถูกจำกัดโดยทุน ถ้าต้องการขยายกิจการก็มักหาเงินทุนได้ยาก เพราะขาดหลักประกันในการกู้ยืม

2) เจ้าของธุรกิจนี้ต้องรับผิดชอบทางการเงินโดยไม่จำกัด เพราะถ้าดำเนินกิจการล้มเหลวจะต้องรับผิดชอบบรรดาหนี้สินของธุรกิจทั้งหมด ซึ่งไม่ผูกพันเฉพาะทรัพย์สินในกิจการเท่านั้น แต่ยังผูกพันไปถึงบรรดาทรัพย์สินส่วนตัวของผู้เป็นเจ้าของด้วย

3) ผู้เป็นเจ้าของธุรกิจอาจขาดความสามารถและความชำนาญ ในการบริหารงาน เพราะแต่ละบุคคลย่อมมีความสามารถในการดำเนินงานไม่เท่ากัน ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจแบบนี้ จึงขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้เป็นเจ้าของกิจการเป็นสำคัญ หากเจ้าของมีความสามารถ กิจการก็จะดำเนินไปด้วยดี แต่ถ้าขาดความสามารถกิจการก็มักล้มเหลว ดังที่พบเห็นกันอยู่เสมอว่า ธุรกิจแบบนี้ตั้งอยู่ไม่นานก็ต้องล้มเลิกไป

4) ธุรกิจแบบนี้มักมีอายุไม่ยืนนาน เพราะขึ้นอยู่กับสุขภาพและชีวิตของผู้เป็นเจ้าของ หากเจ้าของเกิดป่วยล้มตาย กิจการก็มักล้มเลิกตามไปด้วยเพราะขาดผู้ที่รับช่วงดำเนินงานต่อไป

2.1.2.2 ธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วน (Partnership)

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1012 บัญญัติว่า “ห้างหุ้นส่วนเป็นสัญญา ซึ่งบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปตกลงกันเพื่อจะกระทำการร่วมกัน ด้วยประสงค์จะแบ่งกำไรอันพึงได้จากกิจการที่ทำนั้น” รูปแบบของธุรกิจนี้มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปรับผิดชอบร่วมกันในการดำเนินกิจการ โดยตกลงจะรับผิดชอบตามที่ตกลงกัน และถ้าดำเนินธุรกิจได้กำไรหรือขาดทุนก็ตาม จะแบ่งความรับผิดชอบหรือผลประโยชน์ตามส่วนของเงินที่นำมาลงทุน ธุรกิจแบบนี้สืบต่อความคึกคักมาจากธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของ กล่าวคือ เมื่อดำเนินกิจการค้าก้าวหน้าจนถึงระยะที่ต้องการเงินทุนและการจัดการเพิ่มขึ้น เจ้าของก็จะแสวงหาบุคคลที่ไว้วางใจได้เข้ามาเป็นหุ้นส่วนร่วมดำเนินกิจการ

อย่างไรก็ตามธุรกิจประเภทนี้ คุณสมบัติของผู้เป็นหุ้นส่วนถือว่าเป็นสิ่งสำคัญมาก เนื่องจากถ้าหากว่ามีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ เกิดขึ้น ผู้เป็นหุ้นส่วนเดิมทุกคนจะต้องให้การยินยอมเสียก่อน เพราะนิติกรรมที่กระทำขึ้นในรูปแบบใดก็ตาม จะมีผลผูกพันหุ้นส่วนทุกคน ธุรกิจแบบนี้มีลักษณะ

สำคัญ 4 ประการคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปตกลงทำสัญญากันด้วยวาจาหรือหนังสือระบุมารับผิดชอบและภารกิจต่าง ๆ ของหุ้นส่วน อย่างไรก็ตาม ผู้เป็นหุ้นส่วนควรจะบันทึกและทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อป้องกันความยุ่งยากสับสนในภายหลัง

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 ถ้าจดทะเบียนแล้วก็ยังเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

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

ห้างหุ้นส่วนจำกัดนี้กำหนดบังคับให้จดทะเบียนถ้าหากไม่จดทะเบียนถือว่าเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญชนิดไม่จดทะเบียน ซึ่งไม่มีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย ธุรกิจแบบนี้มีประมาณร้อยละ 10 ของธุรกิจทั้งหมด สำหรับในประเทศไทย ธุรกิจแบบนี้แพร่หลายมากกว่าในรูปบริษัทเพราะการจัดตั้งทำได้ง่ายไม่ต้องมีแบบพิธีมากนัก และมักนิยมกระทำกันในระหว่างเครือญาติ และผู้ที่ไว้น้ำใจเชื่อใจกันเท่านั้น ธุรกิจแบบนี้เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ มีทั้งข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบดังต่อไปนี้

ข้อได้เปรียบ

1) หุ้นส่วนทุกคนมีความสนใจและกระตือรือร้นที่จะอุทิศแรงกายแรงใจให้แก่ธุรกิจอย่างเต็มที่ เนื่องจากความรู้สึกรับผิดชอบที่มีต่อผลประโยชน์ และความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดแก่กิจการ

2) สามารถหาเงินทุนขยายกิจการได้มากขึ้น เพราะมีหุ้นส่วนหลายคน ซึ่งเป็นช่องทางทำให้ได้เงินทุนมากขึ้น และมีเครดิตความเชื่อถือมากกว่าธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของ

3) การเสี่ยงภัยน้อยลง เพราะเมื่อมีผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น ผู้เข้าร่วมทุนเหล่านี้จะช่วยเฉลี่ยภาระการเสี่ยง ถ้าเป็นธุรกิจแบบเอกชนคนเดียวเป็นเจ้าของแล้ว เจ้าของกิจการนั้นจะต้องรับภาระเสี่ยงทั้งหมด

4) การบริหารงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเพราะสามารถใช้หลักแบ่งงานกันทำตาม ความรู้ประสบการณ์ และความสามารถรวมทั้งทักษะหลายด้านจากหลายหุ้นส่วน เช่น ให้หุ้นส่วน คนหนึ่งรับผิดชอบในการผลิต และอีกคนหนึ่งรับผิดชอบด้านการตลาด เป็นต้น

ข้อเสียเปรียบ

- 1) มีทุนจำกัดและน้อยกว่าบริษัท เพราะการก่อตั้งห้างหุ้นส่วนมักกระทำกันเฉพาะ ในวงเครือญาติและผู้ใกล้ชิด
- 2) การทำเป็นธุรกิจไม่ค่อยแน่นอน เนื่องจากเป็นการรวมหุ้นส่วนระหว่างเครือญาติ หรือผู้ไว้วางใจ ถ้าเกิดการขัดแย้งบาดหมางขึ้นหรือหุ้นส่วนคนใดตายหรือล้มละลายกิจการอาจเลิกล้มได้นอกจากนี้
- 3) เมื่อมีการเฉลี่ยส่วนกำไรกัน หากมีหุ้นส่วนมากเกินไปส่วนเฉลี่ยของกำไรที่แต่ละคนจะได้รับอาจน้อยเกินไป ไม่คุ้มกับการเสี่ยงภัยหรือความรับผิดชอบ
- 4) การตัดสินใจในเรื่องสำคัญมักล่าช้าซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายแก่กิจการได้
- 5) เงินทุนที่หุ้นส่วนลงทุนไปจะจมอยู่กับกิจการ การถอนทุนหรือโอนให้ผู้อื่นเข้าไปแทนที่ไม่สามารถกระทำได้ง่าย

2.1.2.3 ธุรกิจแบบบริษัท (Corporation)

ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทย มาตรา 1096 บัญญัติเกี่ยวกับบริษัทจำกัดว่า “บริษัทจำกัดคือบริษัทประเภทที่ดั่งขึ้นด้วยการแบ่งทุนเป็นหุ้น แต่ละหุ้นมีมูลค่าเท่า ๆ กัน ผู้ถือหุ้นต่างรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังส่งใช้ไม่ครบมูลค่าหุ้นที่ตนถืออยู่” ธุรกิจแบบบริษัทจึงเป็นหน่วยธุรกิจที่ดั่งขึ้นเพื่อรวบรวมทุนจากผู้ถือหุ้นหลาย ๆ คนไม่จำกัดเฉพาะภายในครอบครัวหรือผู้ใกล้ชิดอย่างกรณีห้างหุ้นส่วน ด้วยเหตุผลนี้ธุรกิจแบบบริษัทจำกัดจึงสามารถหาเงินทุนได้จำนวนมากพอเพียงกับความต้องการของธุรกิจ ในปัจจุบันการจัดตั้งบริษัทจำกัดในประเทศมีข้อบังคับปลีกย่อยแตกต่างกัน แต่มีลักษณะที่สำคัญคือมีสภาพเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย บริษัทมีสิทธิหน้าที่ของตนเองอาจเป็นเจ้าของทรัพย์สินใด ในนามของตนเองหรือทำการซื้อขายในนามของบริษัทโดยไม่เกี่ยวกับบุคคลผู้ถือหุ้นเลย และบริษัทจำกัดเป็นหน่วยธุรกิจที่ไม่เลิกล้มได้ง่ายอย่างกรณีห้างหุ้นส่วน แต่บริษัทจำกัดมีอายุยืนนานการล้มเลิกย่อมเป็นไปได้ตามข้อตกลงหรือโดยผลแห่งตัวบทกฎหมายเท่านั้น

บริษัทจำกัด (Corporations) แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. บริษัทเอกชน จำกัด หมายถึง บริษัทจำกัดซึ่งจัดตั้งขึ้นตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
2. บริษัทมหาชน จำกัด จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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

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

บริษัทมหาชน จำกัด ตามพระราชบัญญัติ บริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535 มาตรา 15 บัญญัติว่า “บริษัทมหาชน จำกัด คือ บริษัทประเภทซึ่งตั้งขึ้นด้วยความประสงค์ที่จะเสนอขายหุ้นต่อประชาชน โดยผู้ถือหุ้นมีความรับผิดชอบจำกัดไม่เกินจำนวนเงินค่าหุ้นที่ต้องชำระ และบริษัทดังกล่าวได้ระบุนุภาพประสงค์เช่นนั้นไว้ในหนังสือบริคณห์สนธิ” มาตรา 16 บัญญัติว่า “บุคคลธรรมดาตั้งแต่สิบห้าคนขึ้นไป จะเริ่มจัดตั้งบริษัทได้โดยจัดทำหนังสือบริคณห์สนธิ และปฏิบัติการอย่างอื่นตามพระราชบัญญัตินี้”

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

(1) ชื่อบริษัท ถ้าเป็น บริษัทเอกชนจำกัด ต้องมีคำว่า “จำกัด” ทั่วไปสายชื่อด้วยเสมอไป บริษัทมหาชนจำกัด ต้องมีคำว่า “บริษัท” นำหน้าหรือจะใช้คำที่มีความหมายว่าเป็น “บริษัทมหาชนจำกัด” ในกรณีที่ใช้ชื่อเป็นอักษรภาษาต่างประเทศ

(2) ที่ตั้งสำนักงาน

(3) วัตถุประสงค์ของบริษัท

(4) ถ้อยคำสำแดงว่า ผู้ถือหุ้นมีความรับผิดชอบจำกัด

(5) จำนวนทุนเรือนหุ้น ซึ่งแบ่งออกเป็นมูลค่าหุ้นละเท่าใด (ไม่ต่ำกว่า 5 บาท)

(6) ชื่อสำนักอาชีพและลายมือชื่อของบรรดาผู้เริ่มก่อการ และจำนวนหุ้นที่ผู้เริ่มก่อการแต่ละคนได้ลงชื่อไว้

(7) คณะก่อตั้งตามที่กฎหมายกำหนด โดยบริษัทเอกชน จำกัด ตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป และบริษัทมหาชนจำกัด ตั้งแต่ 15 คนขึ้นไป

2) จัดให้ผู้เข้าชื่อหุ้นจนครบจำนวนหุ้นทั้งหมดตามที่คิดจะจดทะเบียนสำหรับบริษัทเอกชนจำกัด ส่วนบริษัทมหาชนจำกัด ระบุให้จำหน่ายหุ้นได้ไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบของจำนวนหุ้นที่กำหนดไว้ในหนังสือบริคณห์สนธิ

3) การประชุมจัดตั้งบริษัท (Statutory Meeting) เป็นการประชุมครั้งแรกเพื่อตกลงเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับระเบียบข้อบังคับของบริษัท การให้สัตยาบันแก่บรรดาสัญญาซึ่งผู้เริ่มก่อการได้ทำไว้ และค่าใช้จ่ายที่ออกไปในการเริ่มก่อตั้งบริษัท กำหนดจำนวนเงินให้ผู้เริ่มก่อการ กำหนด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวนหุ้นบุริมสิทธิ์ทั้งสภาพและบุริมสิทธิ์ว่าเป็นสถานใดเพียงใด กำหนดจำนวนหุ้นสามัญ เลือกตั้งกรรมการและผู้สอบบัญชี ถ้าเป็นบริษัทเอกชน จำกัด อาจเลือกจากบุคคลภายนอกได้ แต่ถ้าเป็นบริษัทมหาชน จำกัด จะต้องเลือกจากผู้ถือหุ้นเท่านั้น

4) แต่งตั้งคณะกรรมการ รับมอบการตั้งปวงจากผู้เริ่มก่อการบริษัท

5) คณะกรรมการจะดำเนินการเรียกหุ้น บริษัทเอกชนจำกัด กฎหมายกำหนดให้การเรียกหุ้นครั้งแรกต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ส่วนบริษัทมหาชน จำกัด ต้องชำระครั้งเดียวครบ และให้ธนาคารเป็นผู้ดำเนินการ

ธุรกิจแบบบริษัทจำกัดได้รับความนิยมมากในประเทศอุตสาหกรรม โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา มีการประกอบธุรกิจในรูปบริษัทจำกัดประมาณร้อยละ 80 ของธุรกิจทั้งหมด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเหตุผล 2 ประการ คือ

1) การขยายตัวทางด้านอุตสาหกรรม

2) มลรัฐต่าง ๆ พยายามอำนวยความสะดวกเพื่อจูงใจให้นักธุรกิจมาลงทุนในมลรัฐของตน สำหรับในประเทศไทยธุรกิจแบบบริษัทจำกัดยังไม่ค่อยแพร่หลายบริษัทจำกัดส่วนมากยังอยู่ในลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัวซึ่งไม่ต่างไปจากหุ้นส่วนเท่าใดนัก นอกจากนี้บริษัทจำกัดบางแห่งมีประวัติที่ไม่ค่อยดีเรื่องชื่อเสียงและความซื่อสัตย์ต่อผู้ถือหุ้นหรือลูกค้าและหลีกเลี่ยงภาษี

2.1.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน (วงจรชีวิตขององค์กร)

วรนาถ แสงมณี (2544:11-17) ได้อธิบายถึงหัวข้อนี้ไว้ว่า ในขณะที่กิจการได้มีความเจริญเติบโตก้าวหน้าผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ของการพัฒนานั้นในแต่ละขั้นตอนของการดังกล่าวต่างก็จะมีการปฏิวัติอย่างใดอย่างหนึ่งภายในของตนเองได้ ยกตัวอย่าง เช่น ในการรวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลางมากๆ ในที่สุดเมื่อมากเกินไปก็จะนำไปสู่การเรียกร้องให้มีการกระจายอำนาจ หรือในอีกทางหนึ่ง ลักษณะของการแก้ไขปัญหาที่ฝ่ายบริหารได้กระทำไปในช่วงเวลาที่เกิดเหตุวิกฤต หรือมีการปฏิวัติรูปแบบการทำงานนี้เกิดขึ้นนั้นในที่สุด แนวทางการแก้ไขปัญหานั้นก็ยังคงถูกดำรงรักษาไว้ และปรากฏต่อเนื่องไปถึงขั้นตอนของการวิวัฒนาการเพื่อการเติบโต หลังจากการเกิดเหตุวิกฤตดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการพิจารณาการเจริญเติบโตของวงจรชีวิต(Stages Of Life Cycle Development) ขององค์กรมีอยู่ประมาณ 5 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนที่องค์กรได้เข้าไปอยู่ในช่วงเวลาดังกล่าวบ่งชี้ถึงการเข้าไปสู่ขั้นตอนใหม่ของวงจรชีวิตขององค์กร อันมีความหมายถึงการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งใหม่ทั้งจากภายในและสิ่งแวดล้อมภายนอกที่องค์กรเกี่ยวข้อง ขั้นตอนต่าง ๆ ดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

2.1.3.1 ขั้นตอนการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Stage)

เมื่อองค์การกำเนิดขึ้นนั้น ผู้ก่อตั้งและผู้บริหารองค์การมีความมุ่งหมายเป็นพิเศษในเรื่องความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการค้นพบเพื่อการดำรงอยู่ให้ได้ในตลาด ผู้ประกอบการจะอุทิศพลังการพลั้งใจทั้งหมดให้กับกิจกรรมการผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์รูปแบบขององค์การในช่วงเวลานี้มักไม่เป็นทางการ (Informal) และไม่เป็นระบบราชการหรือระบบเจ้าขุนมูลนายแต่อย่างใด (Nonbureaucratic) การบริหารควบคุมมักขึ้นอยู่กับผู้ที่ป็นเจ้าของกิจการ ความเจริญเติบโตขององค์การจะเป็นผลมาจากการที่องค์การสามารถค้นคว้าหาสิ่งใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการที่องค์การจะเสนอกับตลาดหรือลูกค้าได้

ขั้นตอนในระยะนี้ขององค์การเสมือนหนึ่งเป็นเด็กแรกเกิด กิจกรรมมักมีขนาดเล็กและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของคนภายในองค์การในสิ่งใหม่จะทำได้มาก ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่มักมีจำนวนประเภทน้อย ความจำเป็นของการเป็นผู้นำที่มีความสามารถจะเป็นปัจจัยที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อองค์การขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการจะต้องหาทางปรับ โครงสร้างเพื่อเตรียมพร้อมกับการที่องค์การจะเข้าสู่ช่วงของการเติบโตมากในอนาคต กิจการจะต้องจัดหาและธำรงรักษาทรัพยากรต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ทำงานให้มากและมั่นคงเพียงพอ ดังนั้น รูปแบบของการบริหารแบบระบบเปิดจะเป็นเกณฑ์ที่สำคัญในอันที่จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิผลให้กับองค์การได้

2.1.3.2 ขั้นตอนการรวมกำลัง (Cooectivity Stage)

เมื่อองค์การสามารถมีผู้นำที่มีความสามารถในการนำพาองค์การเจริญเติบโตได้ในแวดวงของธุรกิจนั้น ๆ แล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการที่องค์การเริ่มกิจกรรมงานมากขึ้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำการจัดแผนงานพร้อมกับการจัดระดับชั้นการบังคับบัญชา พนักงานขององค์การมีความกระตือรือร้นในการทำงานและพร้อมใจในการนำมาซึ่งเป้าหมายขององค์การและแสดงออกถึงความผูกพันที่มีต่อองค์การสูงมาก อย่างไรก็ตามการติดต่อสื่อสารและการควบคุมยังคงมีความไม่เป็นทางการอยู่ (Mostly Informal) ถึงแม้ว่าองค์การจะเริ่มสร้างระบบโครงสร้างองค์การที่มีความเป็นทางการให้เห็นบ้างแล้วก็ตาม ความสัมพันธ์ระหว่างกันภายในองค์การเป็นการเสริมสร้างบรรยากาศของการอยู่ร่วมเป็นครอบครัวและการร่วมแรงร่วมใจของสมาชิก ซึ่งทำให้มีการพัฒนารูปแบบของมนุษยสัมพันธ์ต่าง ๆ เข้ามาใช้ภายในองค์การมากขึ้นด้วย

ความจำเป็นขององค์การในช่วงขั้นตอนนี้เป็นความจำเป็นในด้านการมอบหมายงานให้พนักงานแต่ละคนไปทำพร้อมกับการควบคุมในระดับหนึ่งจากผู้บริหารระดับสูง พนักงานเองก็มีความต้องการที่จะได้มาซึ่งความเชื่อมั่นและความเป็นอิสระในกิจกรรมงานที่พวกเขากระทำ และผู้บริหารระดับสูงต่างมีความต้องการที่จะเห็นการร่วมมือทำงานด้วยกันและสามารถนำกิจกรรมงานต่าง ๆ เหล่านั้นในแต่ละแผนกมาประสานงานกันได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องหาเครื่องมือและระบบที่ดี ในการควบคุมและประสานสัมพันธ์กันในแต่ละแผนกให้สามารถ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปฏิบัติงานและตัดสินใจในงานต่าง ๆ ได้เองอย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่ต้องคอยรับคำสั่งจากผู้บริหารระดับสูงเสมอไป

2.1.3.3 ขั้นตอนการจัดระบบเป็นทางการและการควบคุม (Formalization And Control Stage)

ขั้นตอนนี้อองค์การสามารถตั้งหลักได้แล้วและกำลังใช้ระบบเพื่อสร้างกฎระเบียบกระบวนการและการควบคุมให้มีขั้นตอนที่สมบูรณ์แบบ ทั้งนี้เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการดำเนินการ ซึ่งกฎและระเบียบรวมทั้งแนวทางต่าง ๆ ที่กำหนดก็เพื่อการธำรงรักษาสิ่งต่าง ๆ ให้คงไว้ภายในองค์การ รูปแบบการบริหารในช่วงเวลานี้เป็นการมุ่งเน้นกระบวนการทำงาน และการมุ่งเป้าหมายผลงาน

สิ่งที่ผู้บริหารจะต้องระมัดระวังช่วงตอนนี้ก็คือ การที่องค์การมีกฎเกณฑ์ระเบียบแบบแผนของการเป็นระบบราชการ (Bureaucratic) มากจนเกินไป จนทำให้เป็นข้อจำกัดในการที่พนักงานขององค์การจะมีความคิดสร้างสรรค์คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ได้ องค์การเองก็มีโครงสร้างที่แข็งกระด้างขาดความยืดหยุ่นฉับไว องค์การเองก็มีขนาดที่ดูเหมือนว่าจะใหญ่เกินไปและซับซ้อนมาก จนเกินกว่าจะจัดการได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ การติดต่อสื่อสารไม่ค่อยเกิดบ่อยครั้งนัก และมักเป็นไปในลักษณะที่เป็นทางการ ผู้บริหารระดับสูงมักให้ความสนใจในการวางแผนด้านกลยุทธ์ต่าง ๆ ทางธุรกิจและปล่อยให้การดำเนินงานต่าง ๆ ภายในองค์การเป็นภาระความรับผิดชอบที่ผู้บริหารระดับกลางเป็นผู้ตัดสินใจและจัดการ ระบบการให้ความสำคัญความชอบและสวัสดิการต่างๆ ขึ้นอยู่กับผลกำไรซึ่งถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการจูงใจให้ผู้บริหารและพนักงานทุ่มเทการปฏิบัติงานให้กับองค์การ

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าในขั้นตอนดังกล่าว โครงสร้างขององค์การเริ่มจะปรับตัวคงที่และเข้ารูป โดยกฎและระเบียบทางการต่าง ๆ จะถูกกำหนดขึ้นมาบังคับใช้ แต่การริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ จะลดความสำคัญลง และจะมีการหันกลับไปเน้นถึงความมีประสิทธิภาพและความมั่นคงต่าง ๆ ผู้มีอำนาจตัดสินใจ เริ่มจะถูกสงวนไว้โดยเฉพาะกับเจ้าหน้าที่บริหารที่มีตำแหน่งหน้าที่ที่มีอำนาจหน้าที่มาก ซึ่งเป็นตำแหน่งที่อยู่สูงภายในโครงสร้าง วิธีการตัดสินใจที่กระทำไปจะมีลักษณะค่อนข้างอนุรักษ์นิยมซึ่งฉ. ขั้นนี้อองค์การจะมีสภาพเป็น โครงรูปใหญ่ที่มีใช้ภาพลักษณ์ของคนใดคนหนึ่งแล้ว บทบาทหน้าที่ต่าง ๆ จะมีการวางขอบเขตไว้แจ้งชัด ซึ่งหากมีการลาออกไปก็จะสามารถหาคนแทนได้โดยไม่เกิดความเสียหายต่อองค์การ

2.1.3.4 ขั้นตอนของโครงสร้างที่ขยายตัว (Elaboration Of Structure stage)

วิธีการหนึ่งในการแก้ปัญหาอันเป็นผลมาจากการที่องค์การมีระเบียบแบบแผนมากเกินไปก็คือ การสร้างความสำนึกของการร่วมมือกันทำงานในลักษณะเป็นทีมงาน (Teamwork) และมีหน่วยประสานงาน (Task Force) ในทุกระดับตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึงระดับพนักงานขั้นต่ำ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับเข้าใหน่าไปไซ่ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขององค์กร ให้พัฒนาความรู้ความสามารถและความชำนาญเพื่อเผชิญหน้ากับปัญหาและร่วมมือทำงานด้วยกัน ทีมงานมักจะได้รับการวางตัวจากหลาย ๆ แผนกภายในองค์กร ในขณะที่เดียวกัน องค์กรก็มักจะแยกตัวออกเป็นหลาย ๆ แผนกงานหรือฝ่ายต่าง ๆ ภายในองค์กรเพื่อดำรงรักษาไว้ซึ่งปรัชญาของการเป็นองค์กรที่มีขนาดเล็ก

ผู้บริหารในขั้นตอนนี้จะต้องระมัดระวังถึงการที่องค์กรเริ่มก้าวเข้ามาสู่ช่วงที่องค์กรมีสภาพใกล้สูญงอม หรืออาจเริ่มมีแนวโน้มของการถดถอยชั่วคราว ดังนั้นความจำเป็นในการที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่เพื่อความพร้อมขององค์กรในการฝ่าฟันกับสิ่งแวดล้อมด้านต่าง ๆ ทางธุรกิจจึงเป็นสิ่งจำเป็นต้องกระทำ ในหลาย ๆ องค์กรถึงขนาดมีการเปลี่ยนตัวผู้บริหารระดับสูงเพื่อหาคนที่มีความสามารถมากยิ่งขึ้นมาบริหารงานกิจการ และในองค์กรเองก็จำเป็นต้องหาวิธีการกระตุ้นให้พนักงานขององค์กรคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หรือแม้แต่การตัดค่าใช้จ่ายจำนวนมากเพื่อให้องค์กรยังคงมีผลกำไรและความสามารถในการแข่งขันได้ต่อไป ซึ่งถ้าหากผู้บริหารไม่สามารถนำพาให้องค์กรรอดพ้นจากวิกฤติการณ์ที่กำลังจะบีบคั้นเข้ามาและปรับตัวเองให้เข้าสู่ขั้นตอนใหม่ของการรุ่งเรืองอีกครั้งหนึ่งได้ องค์กรก็อาจต้องพบกับขั้นตอนของการถดถอยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

โดยทั่วไปแล้ว องค์กรในขั้นตอนนี้เป็นช่วงของการเจริญเติบโตอย่างเต็มที่ ขนาดขององค์กรมักจะมีขนาดใหญ่และระบบการบริหารงานมีลักษณะของการเป็นระบบราชการหรือเจ้าขุนมูลนายอย่างเต็มตัว องค์กรเต็มไปด้วยระบบการควบคุมที่แน่นหนาและเข้มงวด มีการใช้กฎเกณฑ์และระเบียบการต่าง ๆ อย่างมาก ผู้บริหารองค์กรมีความพยายามที่จะพัฒนาการทำงานเป็นทีม ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้องค์กรเป็นระบบราชการมากเกินไปกว่านี้ สิ่งที่สำคัญมากและผู้บริหารมักพยายามณรงค์ให้คนภายในองค์กรตระหนักถึงความสำคัญก็คือ สถานะและความมีชื่อเสียงขององค์กรซึ่งผู้บริหารขององค์กรมักนำมากล่าวอ้างถึงเพื่อทำการณรงค์ พร้อมกันไปกับการปลูกจิตสำนึกถึงความยิ่งใหญ่ขององค์กร โดยมีการเน้นถึงสัญลักษณ์ เครื่องหมาย หรือสิ่งแสดงแทนความเป็นองค์กรเพื่อให้พนักงานทั้งหลายเกิดความสำนึกที่จะทุ่มเทความพยายามในการทำงานให้กับองค์กรอยู่เสมอ

ในขั้นตอนนี้สามารถสรุปได้ว่าเป็นขั้นตอนที่องค์กรได้มีการขยายตลาดผลิตภัณฑ์และบริการออกไป ซึ่งฝ่ายจัดการจะเสาะหาผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามาพร้อมกับการมองหาช่องทางใหม่ ๆ เพื่อการเติบโตต่อไปอีก โครงสร้างองค์กรจึงมีความสลับซับซ้อนและเบ่งบานออกไปมากเป็นองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งการตัดสินใจจะเริ่มมีการกระจายออกไปตามจุดต่าง ๆ ด้วย

2.1.3.5 การถดถอยขององค์กร

ในที่สุดแล้วผู้บริหารหลายคนอาจต้องเผชิญกับความจริงที่เจ็บปวดในความล้มเหลวอันเนื่องมาจากการที่พบว่า การเจริญเติบโตและขยายตัวขององค์กรไม่อาจเกิดขึ้นต่อไปได้อีก ยิ่งกว่าเอกสารที่เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญตให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นั้น ยังอาจต้องหยุดการดำเนินงานที่กำลังกระทำอยู่อีกด้วย สภาพเช่นนี้ในที่สุดแล้วก็เป็นสิ่งที่องค์การหลายแห่งไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ในการยอมรับถึงการที่ต้องปิดโรงงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการปลดพนักงานออกจากองค์การในที่สุดหรือในอนาคตอันใกล้

การที่องค์การจะมีสภาพของการถดถอยหรือเข้าสู่ขั้นตอนของการเสื่อมถอย(Decline Stage) ได้นั้น โดยมากแล้วเหตุผลสำคัญมักมาจากเหตุผลหลายประการดังต่อไปนี้ เช่น การที่องค์การไม่สามารถปรับตัวรับมือให้เข้ากันได้กับสิ่งแวดล้อมที่เข้ามากระทบกับองค์การ เช่นการที่ความต้องการหรือรสนิยมในการบริโภคของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปจากผลิตภัณฑ์เดิมขององค์การไปสู่ผลิตภัณฑ์หรือรสนิยมรูปแบบอื่นแทน แม้ว่าผู้บริหารจะพยายามหากกลยุทธ์แก้ไขต่าง ๆ ก็ไม่สามารถกู้สถานการณ์เดิมกลับคืนมาได้ อีกประการหนึ่งของเหตุผลในการถดถอยลงขององค์การซึ่งมักจะมีสัญญาณเตือนมาก่อนบ้างแล้ว ถ้าหากผู้บริหารรู้จักสังเกตและหมั่นพิจารณาก็คือ การที่ระบบและสภาพขององค์การเองมีโครงสร้างองค์การที่ไม่มีประสิทธิภาพและมีความซับซ้อนใหญ่โตเทอะทะมากเกินไป องค์การขาดการประสานงานที่ดี การติดต่อสื่อสารต้องผ่านหลายขั้นตอน และในบางครั้งเกิดความขัดแย้งระหว่างแผนกงานกันเอง รวมทั้งการมีพนักงานจำนวนมากเกินไปที่ไม่จำเป็นกับปริมาณกิจกรรมงาน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นผลพวงร่วมกันและสะสมความเสียหายต่อเนื่องจนทำ้องค์การเสื่อมถอยได้ในที่สุดทั้งสิ้น

เหตุผลประการสุดท้ายของการที่องค์การเข้าสู่สภาพการถดถอยนั้นก็คือ สภาพของสิ่งแวดล้อมเองที่ไม่สามารถเกื้อกูลหรืออำนวยความสะดวกสนับสนุนส่งเสริมทรัพยากรหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่องค์การต้องการและจำเป็นต้องไปอีกได้ โดยทั่วไปแล้ว ทรัพยากรจากสิ่งแวดล้อมประเภทนี้จะเป็นปัจจัยหลักขององค์การ ซึ่งกิจการจะขาดเสียมิได้ ในกรณีเช่นนี้มักจะเป็นทรัพยากรที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติหรือโอกาสทางธุรกิจบางอย่างที่เป็นกรณีพิเศษ ดังนั้นถ้าหากองค์การต้องขาดสิ่งเหล่านี้ชีวิตขององค์การก็ย่อมที่จะเป็นไปไม่ได้ในการที่จะดำรงคงอยู่ตลอดไป

2.2 แนวคิดการดำเนินงานของอุตสาหกรรม

การจะศึกษาปัญหาในกระบวนการของการดำเนินงานในอุตสาหกรรมใดๆ ได้นั้นจำเป็นที่จะต้องทราบถึงวิธีการและแนวความคิดในการดำเนินงานในอุตสาหกรรม ในแต่ละด้านดังนี้

2.2.1 แนวคิดทางด้านการผลิต

สุปัญญา ไชยชาญ (2540:3) ได้กล่าวถึงแนวคิดทางด้านการผลิตไว้ว่าเกี่ยวข้องกับขั้นตอนหลัก ๆ 3 ขั้นตอน คือ

2.2.1.1 การวางแผนการผลิต หมายถึง การกำหนดแนวทางการดำเนินการผลิต เช่น การพิจารณาตัดสินใจว่าจะเลือกผลิตสินค้าหรือบริการชนิดใด จำนวนเท่าใด และจะใช้ระบบการปฏิบัติการแบบใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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 การวางแผนการใช้ระบบการผลิต เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวางแผนเพื่อให้ระบบการผลิตและแปลงสภาพที่มีอยู่ เพื่อผลิตสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยกิจกรรมนั้นประกอบด้วย การพยากรณ์การผลิต การวางแผนการผลิตรวม การจัดลำดับการผลิต การควบคุมการผลิต การวางแผนและจัดลำดับโครงการ และการวางแผนกำลังคน ดังนี้

1) การพยากรณ์การผลิต (Product Forecasting) การพยากรณ์การผลิตจัดว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการผลิตและปฏิบัติการ ด้วยพยากรณ์ที่ถูกต้อง ผู้บริหารจะสามารถวางแผนการผลิตและปฏิบัติการได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพยากรณ์การผลิตเป็นการคาดหมายถึงความต้องการของสินค้าและบริการในอนาคต โดยอาศัยข้อมูลจากอดีตที่ผ่านมา

2) การวางแผนผลิตรวม (Aggregate Planning) เป็นการวางแผนการผลิตในช่วงเวลาที่ต้องการ ซึ่งอาจเป็น 3 เดือน หรือ 6 เดือน การวางแผนการผลิตรวมจะเป็นการศึกษาและกำหนดอย่างคร่าว ๆ ถึงกลยุทธ์ที่ใช้ในการผลิตสำหรับช่วงที่จะวางแผน โดยพิจารณาถึงความต้องการ กำลังคนและเครื่องจักร ตลอดจนสินค้าคงเหลือ แล้วกำหนดว่าจะใช้กลยุทธ์ในการผลิตอย่างไร เช่น อาจผลิตสินค้าเท่ากับความต้องการในแต่ละเดือน โดยไม่เก็บสินค้าคงเหลือ หรืออาจผลิตสินค้าเท่า ๆ กันทุกเดือน ถ้าเดือนใดความต้องการไม่มากพอก็เก็บสินค้าที่เหลือไว้เพื่อจำหน่ายในเดือนถัดไป เป็นต้น

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

4) การควบคุมการผลิต (Production Control) เมื่อถึงขั้นตอนการผลิตสินค้าและบริการ สิ่งที่จะต้องเป็นประการหนึ่งคือ การควบคุมการผลิต และการแปลงสภาพเพื่อให้ได้สินค้าและบริการในปริมาณและคุณภาพที่ต้องการ และทันตามเวลาที่กำหนด

5) การวางแผนและจัดลำดับโครงการ (Project Planning and Scheduling) เมื่อองค์การมีโครงการที่จะต้องจัดทำ การวางแผนและจัดลำดับโครงการก็จะเป็นกิจกรรมหลักที่ผู้บริหารต้องทำ งานการวางแผนและจัดลำดับ โครงการประกอบด้วย

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

6) การวางแผนกำลังคน (Personnel Planning) เนื่องจากงานส่วนใหญ่ในองค์การต้องทำโดยคน การวางแผนกำลังคนจึงเป็นกิจกรรมหลักอย่างหนึ่ง การวางแผนกำลังคนประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ คือ การจัดทำรายละเอียดงาน การจัดเลือกและว่าจ้างคนงาน การจัดปฐมนิเทศคนงานใหม่ การประเมินผลการทำงานของคนงาน การกำหนดระดับเงินเดือน และผลตอบแทนในการทำงาน

2.2.1.2 การปฏิบัติการผลิต

เปรี๊ยะ กิจรต์นักร (2543:14) ได้จำแนกการปฏิบัติทางการผลิต ว่าประกอบด้วยโครงสร้างย่อยๆ คล้ายลูกโซ่ในแต่ละส่วนของโครงสร้างย่อยจะมีความเกี่ยวพันและเชื่อมโยงต่อกัน ดังนี้

1) ักระบวนการก่อนผลิต ทำหน้าที่เตรียมการก่อนปฏิบัติการ ซึ่งวัตถุประสงค์ยังอยู่ในสภาพเดิมและยังไม่ได้เปลี่ยนแปลงรูปร่างไปจากเดิม โดยประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ๆ ดังนี้ คือ การรับสั่งของ การเอาของออก และอื่น ๆ (ถ้ามี)

2) ักระบวนการผลิต เป็นกระบวนการที่วัตถุประสงค์กำลังเปลี่ยนแปลงและรูปร่างไปจากเดิม ทั้งนี้ขั้นตอนกระบวนการผลิตประกอบด้วย การขึ้นรูปทรง การแบ่งแยก การตัดชิ้นส่วน การประกอบเข้า และอื่น ๆ (ถ้ามี)

3) ักระบวนการหลังผลิต เป็นกิจกรรมขั้นตอนที่เกิดขึ้นภายหลังกระบวนการผลิต และกลายเป็นผลผลิตสินค้าออกมาแล้ว แต่ยังคงมีกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวข้องอยู่ ได้แก่ การติดตั้ง การบำรุงรักษา การซ่อมแซม การดัดแปลง

2.2.1.3 การควบคุมการผลิต

เพื่อให้การจัดการด้านการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพและใช้ต้นทุนประหยัดที่สุด จึงจำเป็นต้องมีการควบคุมการผลิตที่มีประสิทธิภาพ หลักการควบคุมการผลิตอาจจำแนกได้เป็น 2 ด้าน คือ การควบคุมด้านปริมาณ ซึ่งหมายรวมถึงการควบคุมเรื่องเวลาที่ใช้ในการผลิตด้วย และการควบคุมด้านคุณภาพ ดังนี้ (พรธมนุช ชัยปิ่นชนะ, 2540:33-34)

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

2) การควบคุมด้านคุณภาพ (Quality Control) โดยปกติคุณภาพของสินค้าหรือสิ่งของที่ผลิตอาจไม่คงที่เสมอ เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของพนักงาน เครื่องจักร หรือสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ฉะนั้น จึงจำเป็นต้องควบคุมไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเกินกว่าระดับที่ยอมรับได้ การควบคุมคุณภาพโดยทั่วไปจะทำการตรวจสอบลักษณะที่สำคัญ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

(1) การตรวจสอบเชิงคุณภาพ (Attribute Inspection) เป็นการตรวจสอบเพื่อต้องการรู้ว่าของนั้นใช้งานได้หรือไม่ เป็นของดีหรือไม่

(2) การตรวจสอบความผันแปร (Variable Inspection) เป็นการตรวจสอบระหว่างของแต่ละชิ้นในปริมาณที่วัดได้ เป็นค่าต่อเนื่องเช่น น้ำหนัก ความยาว ความเข้มข้น เป็นต้น การควบคุมด้านคุณภาพ สามารถแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่

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

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

2.2.1.4 การควบคุมสินค้าคงคลัง (Inventory Control)

พิชิต สุขเจริญพงศ์ (2538:57-58) ได้กล่าวถึง สินค้าคงคลัง (Inventory) ว่าหมายถึง สินค้าหรือวัสดุที่เก็บไว้เพื่อการใช้งานหรือจำหน่ายในอนาคต องค์การต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์การเพื่อการผลิตหรือการให้บริการ อาจเก็บสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมากหรือหลายชนิด ขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจการที่องค์การนั้นทำอยู่ แต่โดยทั่วไปสินค้าคงคลังที่เก็บไว้ในองค์กรหรือหน่วยงานใด ๆ อาจจำแนกเป็นประเภทใดประเภทหนึ่งใน 4 ประเภทต่อไปนี้ คือ วัตถุดิบและชิ้นส่วนเพื่อการผลิต สินค้าคงคลังในระหว่างกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป หรือ ชิ้นส่วนของเครื่องจักรเครื่องมือต่าง ๆ

การเก็บสินค้าคงคลังขององค์การต่าง ๆ มีสาเหตุและเหตุผลของการเก็บแตกต่างกันไป และเหตุผลทั่วไปที่ทำให้ต้องทำการเก็บสินค้าคงคลัง ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) เพื่อให้มีจำหน่ายเมื่อลูกค้าต้องการ ลูกค้าที่ต้องการสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อาจสั่งซื้อสินค้าเมื่อใดก็ได้ โดยที่ไม่อาจคาดหมายได้ การเก็บสินค้าคงคลังจะช่วยประกันว่า จะไม่เสียโอกาสในการทำกำไรจากการจำหน่ายสินค้า เมื่อลูกค้าต้องการ

2) เพื่อปรับเรียบการผลิต (Production Smoothing) สำหรับกรณีที่ต้องการมีลักษณะเป็นไปตามฤดูกาล และกรณีที่ใช้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีปริมาณมากน้อยตามแต่ฤดูกาล

3) เพื่อประโยชน์ในการสั่งซื้อวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนคราวละจำนวนมาก เนื่องจากการสั่งซื้อทีละจำนวนมากจะทำให้ได้ราคาต่อหน่วยถูกลงกว่าการสั่งซื้อทีละน้อย ๆ ในทำนองเดียวกันกับการผลิตทีละมาก ๆ จะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำ ดังนั้น เมื่อเกิดการสั่งซื้อวัตถุดิบหรือผลิตทีละมาก ๆ ก็จำเป็นต้องมีการเก็บสินค้าคงคลังในรูปของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

4) เพื่อแก้ปัญหากรณีที่วัตถุดิบอาจเน่าเสียได้ ในอุตสาหกรรมการผลิตที่ใช้วัตถุดิบจากพืชผลการเกษตร วัตถุดิบเหล่านี้จะเกิดการเน่าเสียได้ถ้าปล่อยทิ้งไว้นานเกินไป ดังนั้นการผลิตจะต้องแปรสภาพสินค้าเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปให้หมดในเวลาอันสั้น และเก็บผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปในลักษณะของสินค้าคงเหลือเพื่อให้จำหน่ายต่อไป

5) เพื่อป้องกันการขาดแคลน โดยเฉพาะวัตถุดิบและชิ้นส่วนเครื่องจักร ที่จำเป็นต้องใช้ในการซ่อมบำรุงเครื่องจักร ถ้าเกิดขาดแคลน จะทำให้เกิดผลเสียหายต่อกระบวนการผลิตจากการต้องหยุดการผลิต จึงจำเป็นต้องเก็บสินค้าคงเหลือในรูปวัตถุดิบ และชิ้นส่วนเครื่องจักรเครื่องมือต่าง ๆ

6) เพื่อแยกกระบวนการผลิตให้เป็นอิสระจากกัน การเก็บสินค้าคงคลังในรูปผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จระหว่างการผลิต จะช่วยให้การดำเนินงานของแต่ละส่วนในการกระบวนการผลิตแยกออกจากกันอย่างอิสระ เมื่อเกิดปัญหาขัดข้องในกระบวนการหนึ่ง จะไม่ทำให้กระบวนการถัดไปเกิดปัญหา เพราะสามารถใช้ผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปที่เก็บไว้ เพื่อผลิตต่อไปได้ ทำนองเดียวกันกับกระบวนการก่อนหน้าก็ไม่ต้องหยุดการผลิตเพราะสามารถผลิตและเก็บไว้เป็นสินค้าคงเหลือได้

นอกจากนี้ การควบคุมสินค้าคงคลัง มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ คือ เพื่อให้ต้นทุนจากการเก็บสินค้าคงคลังมีค่าต่ำสุด และเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด จากการได้รับผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่ต้องการตามเวลาที่กำหนด โดยทั่วไปวัตถุประสงค์ 2 ข้อนี้ มีลักษณะที่ขัดแย้งกัน เพราะการพยายามลดต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลัง จะทำให้ระดับความพอใจของลูกค้าต่ำลง ทั้งนี้การลดต้นทุนสินค้าคงคลัง โดยเก็บสินค้าคงคลังไว้น้อย ก็มีโอกาสสูงที่ลูกค้าจะไม่ได้ผลิตภัณฑ์ตามที่ต้องการ ในทางตรงกันข้าม ถ้าต้องการเก็บสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมาก จะทำให้ต้นทุนการเก็บสินค้าสูงขึ้น ดังนั้น การเก็บสินค้าคงคลังไว้มากเกินไป จะทำให้เสียค่าใช้จ่ายสูง แต่ถ้าเก็บสินค้าคงคลังไว้น้อยเกินไป ก็จะทำให้ลูกค้าขาดความนิยม เนื่องจากสินค้าขาดแคลนบ่อย และยังส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต ซึ่งอาจต้องรอคอยและเกิดการสูญเสียต้นทุน เนื่องจากขาดวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนเครื่องจักร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาการตัดสินใจของผู้บริหารระบบสินค้าคงคลัง จึงเป็นการถ่วงดุลวัตถุประสงค์ทั้งสอง โดยหลีกเลี่ยงการเก็บสินค้าคงคลังมากจนเกินไป หรือน้อยจนเกินไป ปัญหาการตัดสินใจในเรื่องการควบคุมสินค้าคงคลังจึงมีอยู่ 2 ประการ คือ

- 1) จำนวนที่จะสั่งซื้อหรือผลิตในแต่ละครั้งว่า ควรมีปริมาณเท่าใดจึงจะเหมาะสม
- 2) เวลาที่เหมาะสมในการสั่งซื้อหรือสั่งผลิตนอกจากการควบคุมสินค้าคงคลัง จะช่วยให้สินค้ามีปริมาณที่เหมาะสมไม่มากหรือน้อยจนเกินไป ดังนั้น การควบคุมสินค้าคงคลังจึงมีวัตถุประสงค์ดังนี้
 - 1) วัตถุประสงค์ทางการเงิน เพื่อไม่ให้เกิดเงินทุนจมในวัสดุ กรณีที่มีการจัดเก็บสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมากเกินความต้องการ จะทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษา
 - 2) วัตถุประสงค์ด้านการผลิตและการขาย เพื่อให้มีวัสดุเพียงพอต่อการผลิตและมีสินค้าไว้พร้อมที่จะสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทีและต่อเนื่อง
 - 3) วัตถุประสงค์ด้านการเก็บรักษา เพื่อให้มีวัสดุอยู่ในสภาพพร้อมจะใช้ในการผลิตหรือขายตลอดเวลา โดยมุ่งให้เกิดการหมุนเวียนที่เหมาะสม เนื่องจากวัสดุทุกชนิดมีการเสื่อมสภาพตามเวลา

2.2.2 แนวคิดทางบัญชีและการเงิน

2.2.2.1 หน้าที่ของผู้บริหารทางการเงิน

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

1. การคาดการณ์ถึงความต้องการของเงินทุน (Anticipating Financial Needs) หมายถึง การพยากรณ์และจัดบันทึกเหตุการณ์ต่าง ๆ ทางการเงินที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับธุรกิจนั้นในอนาคต ทั้งนี้โดยวิธีการเน้นให้เห็นถึงกระแสเงินสดที่เข้ามาและกระแสเงินสดที่ออกไปจากธุรกิจนั้น

2. การจัดหาเงินทุน (Acquiring Financial Resource) หมายถึง การจัดหาเงินทุนมาเพื่อใช้ในการดำเนินกิจการนั้น เป็นเรื่องของการบอกให้รู้ว่ากิจการจะหาเงินมาใช้จ่ายตามที่ต้องการได้เมื่อไร หาได้จากแหล่งใด และด้วยวิธีการอย่างไร ทั้งนี้รวมถึงเรื่องที่จะต้องค้นหาผู้มีเงินทุน วิธีการที่จะหาให้ได้ตรงตามกำหนดเวลา และรวมถึงการสร้าง ความมั่นใจให้กับผู้ที่มีเงินทุนที่จะยอมให้กู้ยืม ทั้งนี้ก็โดยการหาข้อเท็จจริงและให้ตัวเลขประกอบสนับสนุนคำขอที่สมจริงที่สุด

3. การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ (Allocating in the Business) หมายถึง การจัดสรรเงินทุนไปในสินทรัพย์อย่างไรที่จะก่อให้เกิดความเหมาะสมที่สุด นั่นคือต้องให้ความสำคัญระหว่าง

ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) และสภาพคล่อง (Liquidity) ของกิจการ โดยความ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถในการทำกำไร หมายถึง ความสามารถที่จะให้ได้มาซึ่งรายได้ (Earning Power) ส่วนสภาพคล่องของกิจการ หมายถึง การมีสินทรัพย์ที่มีสภาพใกล้เคียงกับเงินสด

เพชร ชุมทรัพย์ (2536:9) กล่าวว่า การที่ผู้บริหารการเงินจะแก้ไขปัญหาทางการเงินของธุรกิจได้นั้น ผู้บริหารการเงินจำเป็นต้องเข้าใจถึงปัจจัยพื้นฐาน ดังต่อไปนี้

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

2. กำหนดนโยบายการลงทุนในสินทรัพย์ เป็นการกำหนดที่จะลงทุนในสินทรัพย์มากน้อยเพียงใดจึงจะเหมาะสม เป็นต้นว่าควรลงทุนในลูกหนี้ สินค้าคงเหลือ และสินทรัพย์ถาวร ในแต่ละราย การจำนวนเท่าใดจึงจะเหมาะสมกับระดับการดำเนินงานในระดับนั้น ผู้บริหารจะต้องกำหนดนโยบายเป็นต้นว่านโยบายการให้สินเชื่อ นโยบายสินค้าคงเหลือ นโยบายการถือเงินสดขั้นต่ำ ฯลฯ

3. กำหนดนโยบายการจัดหาเงินทุน เงินทุนแต่ละรายการที่จัดหาเข้ามาจากแหล่งต่าง ๆ จะมีต้นทุนที่แตกต่างกัน และความเสี่ยงทางการเงินที่แตกต่างกัน ผู้บริหารการเงินต้องกำหนดนโยบายในการจัดหาเงินทุนให้เหมาะสมกับภาวะการณ์ เป็นต้นว่า กำหนดอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมไม่เกิน 4 : 10 หรือร้อยละ 40 หรืออัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนไม่ต่ำกว่า 2 : 1 เป็นต้น

การตัดสินใจจัดการเงินทุนหมุนเวียน จะเกี่ยวข้องกับการกำหนดสัดส่วนเงินทุนระยะสั้น และเงินทุนระยะยาว เพื่อนำไปลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน การตัดสินใจนี้ต้องประเมินถึงสิ่งต่างๆ ได้แก่ ความยืดหยุ่น ค่าใช้จ่ายในการจัดหาเงินทุน และความเสี่ยงของเงินทุนจากแหล่งทั้งสอง ดังนี้

ความยืดหยุ่น แหล่งเงินทุนระยะสั้นมีความยืดหยุ่นมากกว่าแหล่งเงินทุนระยะยาว เพราะกู้ยืมได้ง่ายกว่า ภาระผูกพันระหว่างผู้กู้และผู้ให้กู้เป็นไปในระยะสั้น นอกจากนี้เงินกู้ระยะสั้นเงื่อนไขข้อผูกมัดที่น้อยกว่า ทำให้ธุรกิจคล่องตัวมากกว่า เหมาะแก่ธุรกิจที่ต้องการเงินทุนหมุนเวียนในระยะเวลาสั้น ๆ ถ้าใช้เงินกู้ระยะยาวจะมีเงินสดเหลือเกินความจำเป็นในช่วงที่ขายสินค้าได้

ค่าใช้จ่าย หนี้ระยะยาวมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าหนี้ระยะสั้น เพราะอัตราดอกเบี้ยของหนี้ระยะยาวสูงกว่าของหนี้ระยะสั้น ทำให้ค่าใช้จ่ายในการจัดหาเงินทุนระยะยาวสูงกว่า หากธุรกิจมีเงินสดเหลือเกินความจำเป็น แล้วต้องการใช้หนี้สินก่อนจะครบกำหนด ก็จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเป็นค่าปรับ

ความเสี่ยง แม้หนี้ระยะสั้นจะยืดหยุ่นและมีค่าใช้จ่ายถูกกว่า แต่ธุรกิจที่มีหนี้ระยะสั้นมากย่อมมีความเสี่ยงมากกว่า ถ้ามองความเสี่ยงใน 2 กรณี ต่อไปนี้ คือ การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยของเงินกู้ระยะสั้น จะเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตลอดเวลา ย่อมมีความเสี่ยงสูงกว่า แต่ขณะที่ดอกเบี้ย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงินกู้ระยะยาวจะคงที่ จึงเสี่ยงดอกเบี้ยที่สูงขึ้นในอนาคตได้ กรณีต่อมาคือ การไถ่ถอนหนี้คืนเมื่อครบกำหนด หากไม่มีเงินพอก็ต้องเลือกวิธีหาเงินมาชำระหนี้ หรือ (Refinancing) ถ้าเป็นช่วงภาวะเงินตึง การกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้เก่า จะทำได้ลำบาก อาจนำไปสู่การล้มละลายได้ จึงทำให้การใช้เงินทุนจากหนี้ระยะสั้นจำนวนมากมีความเสี่ยงมากกว่า

4. การวางแผนทางการเงิน เพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจบรรลุเป้าหมายและสอดคล้องกับนโยบายขององค์กร จำเป็นต้องมีการวางแผนทางการเงิน พร้อมทั้งติดตามผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผน ที่กำหนดไว้หรือไม่ รวมทั้งวิเคราะห์สาเหตุแห่งความแตกต่างดังกล่าว เพื่อนำไปปรับแผนการปฏิบัติงานในโอกาสต่อไป เครื่องมือทางการเงินที่ใช้ในการวางแผนและติดตามผลได้ ได้แก่ งบแสดงการเคลื่อนไหวของเงินทุน (Fund Flow) งบแสดงการเคลื่อนไหวของเงินสด (Cash Flow) งบประมาณเงินสด (Cash Budget) อัตราส่วนทางการเงิน (Ratios) อัตราส่วนตามแนวตั้ง (Common Size) และแนวโน้ม (Trend)

แผนทางการเงิน แบ่งได้ 2 ลักษณะคือ แผนการเงินระยะยาว และแผนการเงินระยะสั้น แผนทางการเงินระยะยาวเป็นเรื่องเกี่ยวกับการลงทุนในงบลงทุน และการจัดหาเงินทุนระยะยาว ส่วนแผนการเงินระยะสั้น จะเกี่ยวข้องกับการลงทุนและการจัดหาเงินทุนระยะสั้นเป็นหลัก นอกจากนี้แผนระยะสั้นเป็นผลสะท้อนมาจากแผนทางการเงินระยะยาว หัวใจของการบริหารการเงินนั้นอยู่ที่การวางแผนและควบคุมวงจรการหมุนของเงิน ว่าผู้บริหารการเงินจะวางแผนและควบคุมวงจรการหมุนเงินอย่างไร

สรุปได้ว่า หน้าที่ของผู้บริหารการเงิน คือ การคาดการณ์ถึงความต้องการของเงินทุน การจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับการลงทุน โดยเสียต้นทุนต่ำที่สุด และการจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจบรรลุเป้าหมายและสอดคล้องกับนโยบายขององค์กร ปัญหาที่ผู้บริหารการเงินต้องเผชิญก็คือ จะบริหารอย่างไรจึงจะให้ความสามารถในการหากำไร ความเสี่ยงจากการลงทุนและความเสี่ยงทางการเงินนี้ได้ดูแล หากธุรกิจสามารถลดความเสี่ยงโดยที่สามารถในการหากำไรยังอยู่ระดับเดิมแล้วมูลค่าของธุรกิจก็จะสูงขึ้นทั้งนี้ต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐาน 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 ธนาณัติ เงินฝากธนาคาร เอกสารหรือสิ่งมีค่าที่มีลักษณะ เช่นเดียวกับตัวเงิน เงินสดไม่ได้รวมถึงรายการที่อาจเข้าใจผิดว่าเป็นเงิน อาทิเช่น แสตมป์ เอกสาร เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดงการเป็นหนี้ ตัวเงินรับ ตามปกตินั้น แบ่งเงินสดเป็น 2 ประเภท คือ เงินในมือ กับเงินฝากธนาคาร แต่ในการจัดทำรายงานการเงิน เงินทั้งสองรายการนี้จะถูกรวมยอดเข้าด้วยกันเรียกว่า เงินสด

สินทรัพย์หมุนเวียนที่สำคัญและเป็นสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องมากที่สุด คือ เงินสด ซึ่งมีความหมายรวมไปถึงเงินฝากธนาคารด้วย ปกติแล้วผู้บริการการเงินที่มีความสามารถจะไม่ถือเงินสดในกิจการไว้มากเกินไป แม้ว่าการมีเงินสดมากจะแสดงถึงสภาพคล่องที่สูงก็ตาม แต่การถือเงินสดไว้มากเกินไปจะทำให้เกิดต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) ซึ่งหมายถึง ผลตอบแทนที่กิจการควรได้รับถ้านำเงินสดที่เกิดความต้องการไปลงทุนระยะสั้นอื่น ๆ โดยส่วนใหญ่จะนำไปลงทุนในหลักทรัพย์เปลี่ยนมือง่าย เนื่องจากสามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ในเวลาอันรวดเร็ว และไม่เสี่ยงต่อการขาดทุนมากด้วย อย่างไรก็ตาม การซื้อหลักทรัพย์ที่เปลี่ยนมือง่ายนี้ จะกระทำเฉพาะในกรณีที่ธุรกิจมีเงินสดเกินความต้องการในระยะเวลานั้น ๆ เท่านั้น ถ้าหากว่ากิจการคิดว่าจะไม่มีโครงการอะไรที่ใช้เงินสดที่เกิดอยู่ในระยะอันใกล้ แต่ถ้ากิจการมีเงินสดเกิดความต้องการเป็นการถาวรก็ควรจะใช้เงินสดที่เกินอยู่นั้นในระยะยาวหรือจ่ายปันผลเพิ่มหรือชำระหนี้ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ถือหุ้นมากกว่า

รายการค้าของกิจการ ส่วนใหญ่แล้วจะเกี่ยวข้องกับเงินสด และเงินสดเป็นสิ่งล่อตาล่อใจคนให้หิบบวบได้ง่าย เพราะเงินสดสามารถนำไปจับจ่ายใช้สอย แลกเปลี่ยนเป็นของอื่นได้ง่าย ผู้บริหารจึงต้องมีการควบคุมเงินสดและบัญชีเงินสดอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการควบคุมเงินสด คือ

1. บัญชีที่บันทึกรายการที่เป็นเงินสดจะต้องแสดงข้อมูลที่ถูกต้อง ตรงกับความเป็นจริง เพื่อฝ่ายบริหารจะได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเงินสดที่ต้องการ
2. เพื่อให้แน่ใจว่ามีเงินสดอยู่พอเพียงที่จะจ่ายชำระค่าใช้จ่ายเมื่อถึงกำหนด
3. จะได้ไม่ต้องเก็บรักษาเงินไว้มากเกินความจำเป็นที่ต้องใช้ จะได้นำเงินส่วนที่เหลือไปลงทุนหาผลประโยชน์เพิ่มเติม
4. ป้องกันไม่ให้เงินสดสูญหายเพราะการขโมยหรือการทุจริต

วิธีการสำหรับการบริหารเงินสดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผู้บริหารการเงินต้องเข้าใจวิธีการที่ใช้พิจารณาสำหรับการบริหารเงินสด ซึ่งมี 2 วิธีด้วยกัน ดังนี้

1) การบริหารเงินสดรับให้สอดคล้องกับการจ่ายเงินสด

วิธีการหนึ่งที่ช่วยให้กิจการมีเงินสดรับเพียงพอกับค่าใช้จ่ายประจำตลอดเวลา ก็คือการพยายามทำให้เงินสดรับและจ่ายสอดคล้องกัน เครื่องมือที่ช่วยได้คือ งบประมาณเงินสด (Cash Budget) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการวางแผนและการบริหารเงินสด การจัดทำงบประมาณเงินสดจะเริ่มตั้งแต่การประมาณการเกี่ยวกับรายรับและรายจ่ายเงินสดของกิจการในช่วงเวลาต่าง ๆ ในอนาคต อาจจัดทำงบประมาณเงินสดรายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน รายไตรมาส หรือรายปี แล้วแต่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการของผู้บริหาร ส่วนมากมักทำเป็นงบประมาณเงินสดรายเดือนเป็นระยะเวลาตลอดปี งบประมาณเงินสดเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการวางแผนทางการเงิน ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. ทำให้ผู้บริหารการเงินทราบว่าเงินสดรับและจ่ายในแต่ละเดือนมีมากน้อยเพียงใดธุรกิจจะมีเงินสดเกินมือหรือขาดมือในเดือนใดบ้าง จำนวนเท่าใด

2. งบประมาณเงินสดแสดงถึงระยะเวลาที่กิจการจะมีเงินสดเกินมือ หรือขาดมือว่าเป็นระยะสั้นหรือระยะยาวเพียงใด เพื่อนำไปพิจารณาว่ากิจการควรจะนำเงินส่วนที่เกินไปลงทุน หรือกู้ยืมเงินส่วนขาดในระยะเวลาอันสั้นเพียงใด

3. สำหรับกิจการที่มีงบประมาณเงินสด ที่แสดงถึงจำนวนเงินสดขาดมือตลอดวงงบประมาณ และยังมีท่าทางที่จะขาดมือเช่นนี้ต่อไปในงวดปีงบประมาณหน้า อาจจะชี้ให้เห็นว่า กิจการขาดเงินทุนหมุนเวียนเป็นการถาวร ควรจะหาเงินทุนเพิ่มเติมจากแหล่งระยะยาวอื่นบ้าง

การจัดทำงบประมาณเงินสด ก็เช่นเดียวกับการทำงบประมาณอื่น ที่มีได้ทำครั้งเดียวจากข้อมูลของฝ่ายต่าง ๆ แล้วนำมาใช้เป็นงบประมาณประจำปีได้เลย ผู้รับผิดชอบจัดการเงินสดจะต้องหาวิธีปรับปรุงรายรับเงินสด และรายจ่ายเงินสดให้สอดคล้องกัน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดผลดีแก่กิจการมากที่สุด

2) การบริหารวงจรกระแสเงินสด (Cash Cycle) ให้มีประสิทธิภาพ

หลักใหญ่ในการบริหารเงินสดคือ การที่กิจการจะต้องถือเงินสดไว้ในจำนวนที่พอเพียง เพื่อรักษาสภาพคล่อง (Minimum Operating Cash) และก็ไม่มากเกินไปที่จะทำให้เกิดการเสียประโยชน์ในการลงทุนด้านอื่น ๆ นั่นคือ การจัดวงจรกระแสเงินสดให้มีการหมุนเวียนคล่องตัว ไม่ติดขัดหรือหยุดชะงักในช่วงใดช่วงหนึ่ง กล่าวคือ การบริหารวงจรเงินสดของกิจการให้มีประสิทธิภาพต้องพยายามเร่งเงินสดรับและชะลอเงินสดจ่าย นั่นคือ การบริหารวงจรเงินสดที่ดีจะมีผลให้กระแสเงินสดรับมีเพียงพอกับการจ่ายกระแสเงินสดตลอดเวลา และมีวิธีการที่นิยมใช้มี 3 วิธีคือ

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

วงจรกระแสเงินสด (Cash Cycle) หมายถึง ระยะเวลาการหมุนเวียนของเงินสดตั้งแต่การรับเงินสดจากระยะเวลาการลงทุนในสินค้าคงคลัง รวมกับระยะเวลาเฉลี่ยสำหรับการลงทุนในลูกหนี้หักด้วยระยะเวลาที่ต้องจ่ายเงินสด คือ ระยะเวลาเฉลี่ยที่ต้องชำระหนี้เจ้าหนี้การค้า ผลลัพธ์คือระยะเวลาในการหมุนเวียนของเงินสดของกิจการจากเวลาที่จ่ายเงินสดไปจนกว่าจะได้รับเงินสดรับเป็นการบอกให้ทราบถึงจำนวนวันที่กิจการต้องรอเพื่อจะได้รับเงินสดที่จ่ายลงทุนไปหมุนเวียนกลับมา ซึ่งก็คือ จำนวนเงินสดที่กิจการต้องการเพื่อลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนที่สำคัญคือ ลูกหนี้และสินค้าอันเป็นส่วนสำคัญของเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ ดังนั้น ถ้ากิจการมีวงจรกระแส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงินสดสั้น ก็แสดงว่าการหมุนเวียนของเงินสดเร็วกว่า สามารถบริหารสินทรัพย์หมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพสูงกว่า และจำนวนเงินสดที่ต้องการใช้ลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนต่ำกว่ากิจการที่มีวงจรกระแสเงินสดยาว

นอกจากจะพิจารณาด้วยวิธีดังกล่าวแล้วผู้บริหารควรพิจารณาปัจจัยต่างๆดังต่อไปนี้ประกอบด้วย ได้แก่

1) ปัจจัยภายนอกกิจการ ที่สำคัญคือ

(1) ประเภทของอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมบางประเภทมีระยะเวลาในการผลิตและขายค่อนข้างช้า ทำให้ต้องการการเงินสดในมือเพื่อการใช้จ่ายในจำนวนสูง

(2) สภาพตลาดการเงิน ถ้าอยู่ในสภาพซบเซา กิจการควรเตรียมเงินสดในมือให้มาก เพราะการหาเงินสดจากแหล่งภายนอกในระยะที่ตลาดการเงินซบเซาค่อนข้างยาก และมีต้นทุนสูง

2) ปัจจัยภายในกิจการ ประกอบด้วย

ลักษณะของกิจการ เช่น ถ้ากิจการค้าส่ง ข้อมต้องการเงินสดในมือจำนวนมากวกว่ากิจการค้าปลีก ขนาดของรายได้ ถ้ากิจการมีรายได้สูงและค้าขาย ส่วนใหญ่เป็นการขายเชื่อก็ข้อมต้องการเงินสดในมือในจำนวนที่สูงกว่ากิจการที่ขนาดรายได้ต่ำกว่า

(1) ฐานะทางการเงิน กิจการที่มีฐานะการเงินดีจะสามารถหาแหล่งเงินทุนได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว ด้วยต้นทุนที่เหมาะสมลักษณะลูกหนี้เมื่อเปรียบเทียบกับเจ้าหนี้ ถึงแม้กิจการจะมีการขายเชื่อจำนวนมาก ถ้าลูกหนี้ชำระเงินตามกำหนดชำระโดยตลอด และสามารถบริหารให้ลูกหนี้ชำระเงินภายในกำหนดและก่อนการจ่ายชำระเจ้าหนี้ ที่สำคัญคือ เจ้าหนี้การค้า กิจการนั้น ไม่ต้องถือเงินสดในมือไว้จำนวนมาก

(2) ลักษณะของสินค้า สินค้ามีขนาดใหญ่ ราคาแพง กิจการต้องการเงินสดในมือเพื่อการบริหารจำนวนมากกว่า

2.2.2.3 การควบคุมเงินสดรับ

นับตั้งแต่วันที่รับเงินสดเข้ามาเก็บรักษาไว้ จนกระทั่งเงินจำนวนนั้นถูกนำฝากธนาคาร ต้องกำหนดให้มีผู้รับผิดชอบรักษาเงินจำนวนนั้นให้ปลอดภัย เงินสดเป็นทรัพย์สินอย่างหนึ่งของกิจการทำนองเดียวกับสินค้าคงเหลือ หากแต่มีโอกาสการสูญหายหรือถูกขโมยมีมากกว่า ทั้งนี้ดังกล่าวแล้วว่าเงินสดสามารถนำไปแลกเปลี่ยนเป็นทรัพย์สินอื่นได้ง่าย และอีกประการหนึ่งหากใครหยิบฉวยไปแล้วก็จะมีสภาพเหมือนกับเงินสดในมือของทุกคน พิสูจน์ไม่ได้ว่าเป็นเงินสดของกิจการ เพราะมีลักษณะเหมือนกัน และกิจการก็ไม่ได้จดบันทึกหมายเลขบนธนบัตรไว้

แต่ละกิจการจะมีวิธีควบคุมเงินสดรับแตกต่างกันไป หลักเกณฑ์การควบคุมเงินสดรับที่
ให้ไว้ให้นำไปปรับใช้ได้แตกต่างกันสำหรับแต่ละกิจการ

1) จัดให้มีการบันทึกวันที่ที่ได้รับเงินสด ระบุวันเวลา จำนวนเงิน ชื่อผู้รับเงิน ได้รับ
จากใคร ชำระค่าอะไร การทุจริตเกี่ยวกับเงินสดรับส่วนมากจะเกิดขึ้นก่อนที่จะได้มีการบันทึกรับ
เงิน เพราะตราใบได้ลงบันทึกการรับเงินแล้ว หากมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นก็สามารถติดตามได้ง่าย
ขึ้น

2) เงินสดรับทั้งหมดจะต้องฝากธนาคารทันทีในวันถัดมาจากการรับ หรือหากตกลง
กับธนาคารได้ก็ให้นำฝากในเย็นวันนั้นเลย การจ่ายเงินไม่ควรจ่ายจากเงินสดส่วนที่รับเข้ามา แต่
ควรจ่ายด้วยเช็คหรือจ่ายจากเงินสดย่อย สำหรับร้านค้าเล็ก ๆ ซึ่งบางครั้งจำเป็นต้องมีการรับคืนสิน
ค้า และมองเงินสดที่รับไว้คืนไป ให้จัดทำตัวแสดงการคืนสินค้าเก็บไว้แทนที่เงินสดที่คืนให้ไป

3) เจ้าหน้าที่ที่เป็นผู้รับเงินสด ไม่ควรทำหน้าที่จดบันทึกบัญชีเกี่ยวกับการรับเงิน
นั้น และทางเจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชี ไม่ควรมีหน้าที่เข้าไปเกี่ยวกับตัวเงินสดที่รับมา

4) ถ้าหากว่าเป็นไปได้ ซึ่งควรต้องทำ เว้นแต่เป็นธุรกิจขนาดเล็กคือ หน้าที่การรับ
เงินสดควรแยกออกต่างหากจากเจ้าหน้าที่การจ่ายเงิน

2.2.2.4 การควบคุมเงินสดย่อย

วิธีการที่ใช้ในการควบคุมเงินสดจ่ายมีดังนี้

1) การจ่ายรายการเล็ก ๆ น้อย ๆ ให้จ่ายจากวงเงินสดย่อย นอกเหนือจากนี้แล้วให้
จ่ายด้วยเช็คทั้งหมด ไม่ควรนำเงินสดรับมาจ่ายเป็นค่าใช้จ่าย

(2) เช็คทุกฉบับต้องมีหมายเลขเรียงลำดับไว้ การจ่ายเช็คทุกฉบับต้องควบคุม
และบันทึกบัญชีไว้ด้วย

(3) การส่งจ่ายเงินตามเช็ค ควรให้ผู้มีอำนาจลงลายมือชื่ออย่างน้อย 2 คน

(4) ถ้าหากสามารถเป็นไปได้ ให้กำหนดนโยบายไว้ว่าผู้ที่มีอำนาจอนุมัติการจ่าย
เงินไม่ควรมีหน้าที่ลงลายมือชื่อในเช็คจ่ายเงิน

(5) ก่อนที่จะลงลายมือชื่อในเช็คส่งจ่ายเงินควรให้มีการตรวจสอบเอกสารการ
แสดงหนี้ ใบทวงหนี้ ใบสำคัญจ่าย หรือหลักฐานการขออนุมัติจ่ายเงินอื่น ๆ ให้เรียบร้อยเสียก่อน

(6) สำหรับผู้มีหน้าที่ถือเงินสดไว้เพื่อใช้จ่าย ก่อนจะจ่ายเงินรายใดก็ตาม ต้อง
ตรวจสอบดูว่ารายการนั้นเป็นไปเพื่อประโยชน์ของกิจการ ถูกต้องตามระเบียบ และจ่ายให้กับผู้ที่
เป็นเจ้าของ หรือผู้ที่ขายบริการให้จริง ๆ

(7) เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจ่ายเงินรายการเดียวกัน ตลอดจนใบสำคัญจ่ายควร
เย็บติดไว้เป็นปึกเดียวกัน แล้วประทับตรา “จ่ายเงินแล้ว” กำกับด้วยวันที่ที่จ่ายและเลขที่เช็คที่จ่ายให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กับเจ้าหน้าที่ราชการนี้ เก็บไว้เรียงตามลำดับวันที่ ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการนำเอกสารบางฉบับมาเบิกจ่ายซ้ำอีก

(8) ผู้มีหน้าที่เซ็นต์ลายมือส่งจ่ายเงินในเช็คไม่ควรทำหน้าที่ตรวจสอบและเก็บรักษาเช็คที่ธนาคารได้จ่ายเงินแล้วและส่งกลับมาให้

(9) เจ้าหน้าที่ที่ลงบัญชีเกี่ยวกับการจ่ายเงินควรเป็นผู้ที่ได้รับเอกสารแสดงการจ่ายเงินที่ธนาคารส่งมาให้ (Bank Statement) และรับเช็คที่ธนาคารจ่ายเงินแล้วกลับคืนมา แล้วมีหน้าที่จัดทำงบกระทบยอดเงินฝากธนาคารนั้น (Bank Reconciliation)

(10) เช็คที่ขีดฆ่าหรือเช็คที่ยกเลิก ไม่ควรฉีกออกจากสมุดเช็คให้คงไว้ตามเดิม และแสดงให้เห็นชัดโดยวิธีหนึ่งวิธีใดว่าเป็นเช็คที่ใช้ไม่ได้แล้ว

2.2.2.5 การจัดทำบัญชีของโรงงานอุตสาหกรรม

กิจการโรงงานอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้า แม้จะมีวิธีการและหลักการทางบัญชีเช่นเดียวกับกิจการที่ขายสินค้าก็ตาม แต่ก็ยังมีข้อแตกต่างกันบางประการ จำเป็นต้องใช้วิธีการทางบัญชีและรายงานเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตเข้ามาช่วยควบคุม เนื่องจากกิจการที่ขายสินค้า จะเป็นการซื้อสินค้าสำเร็จรูปมาเพื่อขายหรือให้บริการแก่ลูกค้า และมีพนักงานซึ่งทำงานในสำนักงานและในแผนกขาย ขณะที่กิจการโรงงานอุตสาหกรรม เป็นการซื้อวัตถุดิบ (Raw Material) หรือวัสดุสำเร็จรูป (Finish Material) หรือชิ้นส่วนที่ต้องนำมาประกอบเป็นสินค้าสำเร็จรูป นอกจากนี้แล้วยังมีการจ้างคนงานเพื่อทำการผลิตวัตถุดิบข้างต้นให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปที่จะขายได้อีกด้วย (ศรีสง่า ธรรมสูตร และเจษฎา บุญเลิศ, 2524 :17)

นอกจากค่าวัตถุดิบ ค่าแรงที่ใช้ในโรงงานแล้ว ยังมีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายโรงงาน (Factory Overhead) ค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะเกิดขึ้นในกิจการที่ทำการผลิตสินค้า และถือเป็นต้นทุนส่วนหนึ่งของสินค้าสำเร็จรูป จึงต้องนำมาบันทึกเป็นต้นทุนสินค้าที่ทำการผลิต เพื่อคำนวณหาต้นทุนสินค้าที่ผลิตได้และพร้อมที่จะขายได้ ซึ่งต้นทุนในที่นี้มีค่าจำกัดความอย่างกว้าง ๆ ว่าหมายถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับหรือควรจะได้รับนั่นเอง

จุดมุ่งหมายของการทำบัญชีของกิจการอุตสาหกรรม ทำขึ้นเพื่อหาข้อมูลทางต้นทุนที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. ต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Costing) หมายถึง ต้นทุนของวัตถุดิบ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายโรงงานที่ใช้ในการผลิตในโรงงาน โดยผ่านกรรมวิธีต่าง ๆ จนผลิตเสร็จเป็นสินค้าสำเร็จรูป ต้นทุนผลิตภัณฑ์นี้จะถูกจัดทำขึ้นโดยการจัดหา เก็บรวบรวม และบันทึกข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการดำเนินการผลิตของกิจการ เพื่อจัดทำงบการเงิน สำหรับข้อมูลที่ได้และแสดงในงบการเงินนั้น มักจะเป็นข้อมูลที่จัดทำขึ้นตามหลักการบัญชีที่ยอมรับโดยทั่วไป เพื่อสามารถนำไปใช้ในการคาดคะเนหาต้นทุนสินค้าขายที่แสดงในงบกำไรขาดทุน และต้นทุนสินค้าคงเหลือปลายงวดในงบดุล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เพื่อการวางแผนและการควบคุม (Planning and Control) ผู้บริหารสามารถใช้ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมต้นทุนผลิตภัณฑ์ นำมาใช้ประกอบในการพิจารณาตัดสินใจ การวางแผน การประเมินผล การดำเนินงานของกิจการ ตลอดจนใช้เป็นหลักในการควบคุมต้นทุนการผลิต การตั้งราคาขาย การวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นภายในกิจการจากข้อมูลที่ได้จัดทำขึ้น

สำหรับระบบบัญชีที่ใช้สำหรับกิจการอุตสาหกรรมนั้นอาจใช้ระบบบัญชีทั่วไป (General Accounting System) หรือระบบบัญชีต้นทุน (Cost Accounting System) สำหรับระบบบัญชีทั่วไป เป็นระบบบัญชีที่ไม่นำเอาวิธีการบัญชีต้นทุนมาใช้ในการพิจารณา แต่ถ้าใช้วิธีการตรวจนับยอดคงเหลือ (Period Physical Inventory) เกี่ยวกับวัตถุดิบคงเหลือ สินค้าระหว่างผลิตคงเหลือ สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง เพื่อคำนวณหาต้นทุนรวมของสินค้าที่ผลิตสำเร็จระหว่างงวดบัญชีแต่ละงวด ส่วนระบบบัญชีต้นทุนจะมีลักษณะแตกต่างออกไป กล่าวคือจะใช้วิธีการจดบันทึกรายการต่าง ๆ แสดงการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะคำนวณหาต้นทุนสินค้าที่ผลิตขึ้น

2.2.3 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2535:99-105) ให้ความหมายของ ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ว่าหมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

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

2.2.3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ หรือสนใจให้เกิดความต้องการ มีกรรมสิทธิ์ การใช้ การบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายจะมีตัวตนหรือไม่ก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ สถานที่ ความคิด องค์กรหรือบุคคล

ผลิตภัณฑ์สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ระดับ คือ

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

2) รูปร่างผลิตภัณฑ์ (Actual Product) หรือ (Formal Product) หมายถึง ส่วนที่เป็นรูปร่างผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยระดับคุณภาพ คุณสมบัติหรือลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์นั้น รูปแบบตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งเป็นลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ ทั้งนี้ตัวผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภัณฑ์อาจเป็นการบริการก็ได้ เช่น โรงแรม ประกอบด้วยคุณภาพเป็นโรงแรมชั้นหนึ่งหรือชั้นสอง ลักษณะการบริการโรงแรมเป็นห้องคู่ ห้องเดี่ยว ส่วนรูปแบบคือ รูปร่างของโรงแรม ส่วนตราชื่อคือ ชื่อโรงแรม ส่วนการบรรจุหีบห่อก็เปรียบเหมือนตัวดีของโรงแรม เป็นต้น

3) ประโยชน์เพิ่มเติมของผลิตภัณฑ์ (Augmented Product) เป็นประโยชน์เพิ่มเติมที่ผู้ซื้อจะได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น อาทิเช่น บริการติดตั้ง บริการขนส่ง การรับประกัน ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่ามากขึ้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการแข่งขัน

การตัดสินใจในการบรรจุภัณฑ์ (Packaging Decisions) หมายถึง กิจกรรมในการออกแบบและผลิตสิ่งภาชนะสำหรับบรรจุหรือสิ่งห่อหุ้มสินค้า

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์มี 3 ลักษณะ คือ

1. บรรจุภัณฑ์ขั้นแรก (Primary Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้มตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง ทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ และอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

2. บรรจุภัณฑ์ขั้นสอง (Secondary Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมา ใช้ป้องกันบรรจุภัณฑ์ในระดับแรกอีกทีหนึ่ง และใช้เป็นที่ดึงดูดความต้องการของผู้ซื้อ หรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ อันเป็นการเพิ่มโอกาสด้านการส่งเสริมการขายอีกทางหนึ่ง

3. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่จำเป็นสำหรับการขนส่ง การเก็บรักษา และระบุดึงผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้าย และป้องกันมิให้ผลิตภัณฑ์แตกหัก หรือชำรุดเสียหาย

ดังนั้น หน้าที่สำคัญของบรรจุภัณฑ์ประการแรก ก็คือ ใช้บรรจุและป้องกันสินค้า แต่ปัจจุบัน บรรจุภัณฑ์ได้ถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญอีกอันหนึ่ง ทั้งนี้เพราะ

1. การเพิ่มขึ้นของร้านค้าแบบบริการตนเอง (Self-Service)
2. ช่วยให้ผู้บริโภคจดจำตราของสินค้าได้
3. บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาให้ทันสมัยช่วยให้ได้เปรียบคู่แข่ง
4. บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าใหม่เป็นสิ่งที่จำเป็น ต้องพิจารณาถึงขนาด รูปร่าง วัสดุที่ใช้ สี ตราชื่อ สิ่งเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าใหม่ให้เด่นชัดขึ้น

2.2.3.2 ราคา (Price)

ราคา หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน หรือเป็นสิ่งที่ต้องจ่ายสำหรับการได้มาซึ่งบางสิ่ง ซึ่งปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการตั้งราคา มีดังนี้

- 1) ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจตั้งราคา ประกอบด้วย
 - (1) วัตถุประสงค์ทางการตลาด
 - (2) กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix Strategy)
 - (3) ต้นทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) ข้อพิจารณาด้านองค์การ เนื่องจากแต่ละองค์การจะมีฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในด้านการตั้งราคาที่แตกต่างกัน ปกติแล้วฝ่ายบริหารจะเป็นผู้กำหนดวัตถุประสงค์และนโยบาย ด้านราคา

2) ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจตั้งราคา ได้แก่

- (1) ตลาดและความต้องการของตลาด
- (2) การรับรู้ของผู้บริโภคในราคาและผลิตภัณฑ์
- (3) ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและความต้องการ (Demand)
- (4) ราคาและข้อเสนอของคู่แข่ง
- (5) ปัจจัยอื่น ๆ

วิธีการในการตั้งราคา มีดังนี้

1. การตั้งราคาโดยยึดต้นทุนเป็นหลัก ได้แก่

- 1.1 วิธีต้นทุนบวก (Cost-Plus Pricing)
- 1.2 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการตั้งราคาเพื่อให้ได้กำไรตามต้องการ (Breakeven Analysis and Target Profit Pricing)

2. การตั้งราคาโดยยึดผู้ซื้อเป็นหลัก (Perceived-Value Pricing)

3. การตั้งราคาโดยยึดการแข่งขันเป็นหลัก ได้แก่

- 3.1 การตั้งราคาเพื่อเผชิญการแข่งขัน (Going-Rate Pricing)
- 3.2 การตั้งราคาแบบประมูล (Sealed-Bid Pricing)

2.2.3.3 การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)

การจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือสถาบันตลาด ส่วนกิจกรรม เป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้าและการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

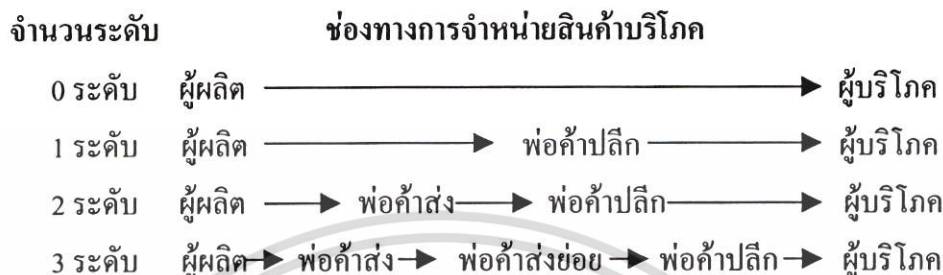
องค์ประกอบของการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด เป็นกลไกที่เกี่ยวข้องกับการทำให้สินค้า ผ่านมือจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง เช่น ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ซึ่งมีหน้าที่นำสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมรวมทั้งผู้บริโภค อนึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ จะมีมากหรือน้อยเพียงใดนั้นจะขึ้นอยู่กับว่า ช่องทางนั้น ๆ จะตอบสนองความต้องการและเหมาะสมกับอุปนิสัยในการซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

หมายได้ดีเพียงใด เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่ผู้ขายจะต้องใช้จ่ายไปเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดจำหน่ายสินค้า

จำนวนระดับช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย เริ่มจากผู้ผลิตซึ่งเป็นเจ้าของหรือที่ผู้รับผิดชอบต่อการขาย ความยาวของช่องทางการจัดจำหน่าย จึงขึ้นอยู่กับจำนวนของคนกลางในช่องทางการนั้น ๆ ดังนี้



2) การกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคร หรือผู้ใช้งานอุตสาหกรรม

การกระจายสินค้า ประกอบด้วยงานที่สำคัญต่อไปนี้

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

2.2.3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อ 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) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล กรณีเช่นนี้เป็นการติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายหรือผู้ผลิตกับลูกค้าที่คาดหวัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน และการให้ข่าว ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือ การซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง การส่งเสริมการขาย อาจกระตุ้นให้ผู้บริโภค เช่น การลด แลก แจก แถม ฯลฯ กระตุ้นคนกลาง และพนักงานขาย เช่น การจัดประชุม การแข่งขันการขาย

4) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน จากองค์การที่ได้รับผลประโยชน์ ตัวอย่างเช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บุคคล การจัดประชุม สัมมนาแก่สื่อมวลชน ส่วนการประชุมสัมมนา หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผน โดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ ประชาชนทั่วไป ผู้ถือหุ้นหน่วยงานราชการ วิธีการประชาสัมพันธ์อาจทำได้ เช่น การตีพิมพ์ การให้ข่าวเกี่ยวกับบุคคล ผลิตภัณฑ์ของบริษัท การจัดเหตุการณ์พิเศษต่าง ๆ (ประชุม สัมมนา จัดกีฬาหรือเป็นสปอนเซอร์) และการให้บริการชุมชน (การบริจาค การสนับสนุนกีฬา การอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม) เป็นต้น

<p>ผลิตภัณฑ์ (Product)</p> <p>รูปลักษณะ (Features)</p> <p>คุณภาพ (Quality)</p> <p>รูปแบบ (Style)</p> <p>ขนาด (Size)</p> <p>ตราสินค้า (Brand)</p> <p>การบรรจุหีบห่อ (Packaging)</p> <p>ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix)</p> <p>สายผลิตภัณฑ์ (Product Line)</p> <p>การรับประกัน (Warranty)</p> <p>การติดตั้ง (Installation)</p> <p>การให้บริการ (Servicing)</p> <p>ฯลฯ</p>	<p>ราคา (Price)</p> <p>การกำหนดวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา (Pricing Objective)</p> <p>วิธีการตั้งราคา (Pricing Market)</p> <p>นโยบายและกลยุทธ์ราคา (Pricing Policies and Strategies)</p> <p>ฯลฯ</p>
<p>ลูกค้า (Customer)</p>	
<p>การจัดจำหน่าย (Place)</p> <p>การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution)</p> <p>การกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution)</p>	<p>การส่งเสริมการตลาด (Promotion)</p> <p>การโฆษณา (Advertising)</p> <p>การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)</p> <p>การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)</p> <p>การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)</p>

ภาพที่ 2.1 แสดงส่วนประสมการตลาด

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ , 2535 : 105

2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับน้ำผลไม้

ทงน ภักฤษพันธ์ (2540:7) น้ำผลไม้ หมายถึง ของเหลวที่สกัดได้จากผลไม้ส่วนที่สามารถบริโภคได้อาจจะสกัดโดยวิธีบีบคั้นหรือวิธีเชิงกลอื่นๆ โดยทั่วไปน้ำผลไม้ที่ได้มักจะมีกลิ่น มีองค์ประกอบของเซลล์ที่เป็นคอลลอยด์กระจายอยู่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะเนื้อเยื่อของผลไม้ นอกจากนี้อาจมีส่วนที่เป็นน้ำมันหรือไขมันเมล็ดสี เนื้อ หรือเปลือกของผลไม้ปะปนอยู่ด้วย น้ำผลไม้บางชนิดจะมีบริโภคเช่นตามธรรมชาติ บางชนิดบริโภคเมื่อผ่านกระบวนการทำให้ใสแล้ว

อัญทิยา เกตุชโย (2539:8-11) กล่าวกันว่าอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ เป็นอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตผลทางเกษตร โดยการนำผลไม้สดมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตเครื่องดื่มน้ำผลไม้ อาทิ สับปะรด ส้ม ฝรั่ง มะนาว มะพร้าว องุ่น ลิ้นจี่ แอปเปิ้ล มะเขือเทศ เป็นต้น ผลไม้เหล่านี้บางชนิดมีตลอดทั้งปี เช่น สับปะรด ส้ม เป็นต้น บางชนิดก็มีเป็นฤดูกาล เช่น ลิ้นจี่ แอปเปิ้ล ผ่านกระบวนการคั้นน้ำ และการกรอง จากนั้นจึงนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งจำแนกได้ตามความนิยมของตลาด ดังนี้คือ

1. น้ำผลไม้เข้มข้น เป็นน้ำผลไม้ที่ได้ผ่านกรรมวิธีการระเหยน้ำออกจนเข้มข้นโดยยังไม่ได้ปรุง แต่ง เมื่อจะนำมาบริโภคจึงต้องทำให้เจือจางเสียก่อน ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ชนิดนี้นิยมผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก เนื่องจากความสะดวกต่อการนำไปใช้และยังประหยัดค่าขนส่ง น้ำผลไม้เข้มข้นที่ผลิตได้มากที่สุดคือน้ำสับปะรด ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากการผลิตสับปะรดกระป๋อง น้ำผลไม้เข้มข้นส่วนใหญ่จะใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มต่างๆ เช่น ไอศกรีมโยเกิร์ต น้ำผลไม้พร้อมดื่ม และ เบเกอรี่ เป็นต้น

2. น้ำผลไม้พร้อมดื่ม เป็นน้ำผลไม้ที่ดื่มได้ทันทีซึ่งมีเปอร์เซ็นต์ของน้ำผลไม้แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับชนิดของผลไม้ที่นำมาเป็นวัตถุดิบและวิธีการผลิตของโรงงาน จึงแบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ น้ำผลไม้ 100% กับน้ำผลไม้ 25-50% มีน้ำผลไม้บางชนิดไม่สามารถผลิตเป็นน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% ได้เช่น ฝรั่ง มะม่วง ต้องทำให้เจือจางก่อนแล้วจึงปรุงแต่งรสชาติให้ตรงตามความนิยมของตลาด แต่อาจใช้เป็นตัวเสริมให้น้ำผลไม้ชนิดอื่นมีรสเปรี้ยวขึ้น ซึ่งรสชาติเช่นนี้ต่างประเทสน่าดมดื่มกันมาก หรืออาจนำน้ำผลไม้หลายชนิดมาผสมกันเพื่อให้รสชาติดีขึ้น

สำหรับสัดส่วนน้ำผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดชนิดที่ค่อนข้างได้มาตรฐานมักจะอยู่ในช่วงระหว่างร้อยละ 25-50 โดยปัจจุบันน้ำผลไม้ประเภทนี้เติบโตสูง และสามารถแยกย่อยตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มได้เป็น 2 คือ กลาง-บนและ ล่าง-ต่ำ สัดส่วนตลาดระดับกลาง-บนนี้มีการครองตลาดประมาณ 60% ของมูลค่าตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มทั้งหมดในขณะที่สัดส่วนน้ำผลไม้พร้อมดื่มระดับล่าง-ต่ำซึ่งมีความเข้มข้น ของน้ำผลไม้จะน้อยและราคาถูก

3. น้ำผลไม้ปรุงแต่งกลิ่น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยการนำผลไม้ หรือเนื้อผลไม้ประมาณ 25% ขึ้นไปเจือสีสังเคราะห์แล้วทำให้เข้มข้นด้วยน้ำตาล ซึ่งน้ำผลไม้ชนิดนี้ก่อนจะดื่มจะต้องนำไปผสมน้ำตาลอัตราส่วนที่ระบุไว้เพื่อลดความเข้มข้น ทั้งนี้เพราะน้ำผลไม้ปรุงแต่งกลิ่นแต่ละยี่ห้อจะมีอัตราส่วนการเจือจางกับน้ำที่แตกต่างกันไปตามระดับความเข้มข้นว่ามีมากน้อยเพียงใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. น้ำผลไม้สำเร็จรูปชนิดผง เป็นการผลิตโดยนำน้ำผลไม้มาคั้น ระเหยน้ำออกแล้วปั่นแห้งให้เป็นผง บรรจุในถุงซองเพื่อความสะดวกในการบริโภค น้ำผลไม้สำเร็จรูปที่เห็นกัน มากที่สุด ได้แก่ ส้ม มะตูม เป็นต้น

ส่วนมาตรฐานที่ควรจะต้องจัดเป็นน้ำผลไม้ได้นั้น ต้องมีน้ำผลไม้เป็นส่วนผสมอยู่ 25% ขึ้นไป น้อยกว่านั้นน่าจะเรียกว่า น้ำปรุงแต่งรส หรือ กลิ่นผลไม้ เช่น ในต่างประเทศนั้น มีน้ำผลไม้ 12% ซึ่งจะเรียกว่า Fruit Drink ส่วนที่ผสม 25% ขึ้นไปนั้นจะเรียกว่า Fruit Juice ส่วนในบ้านเราก็ยังมีน้ำผลไม้เติมสีเติมกลิ่นบางประเภทที่เรียกว่า Fruit Juice คือมีน้ำผลไม้อยู่เพียง 5% หรือไม่มีเลย

2.3.1 กรรมวิธีการผลิตน้ำผลไม้ (ทงน ภัครัชพันธุ์, 2540 : 412-416)

คุณภาพของน้ำผลไม้ที่ดีคือ น้ำผลไม้ที่นั้นยังคงรักษาลักษณะกลิ่นและรสของผลไม้ที่ไว้ หลังจากผ่านการแปรรูปและการเก็บรักษา ซึ่งคุณภาพของน้ำผลไม้จะขึ้นอยู่กับคุณภาพของผลไม้ที่ใช้ต้องสดและสะอาด ชนิดของผลไม้ พันธุ์ ระยะของการสุก และสภาวะที่ใช้ในการผลิตและเก็บรักษา แบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

2.3.1.1 การคัดเลือกเพื่อให้ได้ผลไม้ที่มีระยะเวลาการสุกเท่ากัน สีของน้ำผลไม้จะได้คงที่ ส่วนการล้างมีวัตถุประสงค์เพื่อลดปริมาณจุลินทรีย์และสิ่งเจือปนที่ติดมากับผลไม้ อาจทำได้โดยการล้างน้ำด้วยมือ การแช่น้ำ หรือการฉีดด้วยน้ำที่มีแรงดันสูง และอาจใช้สารเคมีบางชนิดช่วยในการล้างด้วย เช่น กรดเกลือจะช่วยลดปริมาณจุลินทรีย์ได้ แล้วจึงล้างน้ำสะอาดอีกครั้งหนึ่ง

2.3.1.2 การเตรียมและการสกัดน้ำผลไม้ ส่วนใหญ่จะแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ การตีปั่น และการคั้นน้ำผลไม้ แต่ผลไม้บางชนิดสามารถนำไปคั้นน้ำได้เลย โดยไม่ต้องผ่านการตีปั่นเช่น องุ่นและส้ม กรรมวิธีที่ใช้ในการสกัดน้ำผลไม้แต่ละชนิดจะมีรายละเอียดต่างกัน ขึ้นอยู่กับโครงสร้างของเนื้อเยื่อผลไม้ และลักษณะของน้ำผลไม้ที่ต้องการ เช่น ขุ่น หรือใส

1) การตีปั่น เป็นขั้นตอนการเพิ่มพื้นที่ผิวของผลไม้ให้มากขึ้น เพื่อง่ายต่อการคั้นน้ำผลไม้ นิยมใช้เครื่องสับทำให้ขนาดผลไม้เล็กลง ผลไม้บางชนิดอาจต้องปอกเปลือกออกก่อนเช่น สับปะรด ในขั้นนี้ต้องระวังไม่ให้อากาศสัมผัสกับผลไม้มากเกินไปเพราะจะทำให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์เกิดการเปลี่ยนแปลงจากเอนไซม์ในผลไม้ และจากโลหะที่ปะปนอยู่ เครื่องมือที่ใช้ทำน้ำผลไม้นี้จะต้องทำจากโลหะที่ไม่ทำให้น้ำผลไม้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปเช่น การเปลี่ยนสี เกิดสีคล้ำ เครื่องมือต่างๆ จึงควรทำจากเหล็กปลอดสนิมหรือโลหะเคลือบอะลูมิเนียมไม่ควรทำจากโลหะเหล็กทองแดงและดีบุก เพราะจะทำให้สีและรสชาติของน้ำผลไม้เปลี่ยนไป

2) การคั้นน้ำผลไม้ เป็นขั้นตอนการสกัดของเหลวออกจากชิ้นส่วนของผลไม้โดยการคั้นซึ่งทำได้หลายวิธีตั้งแต่ง่ายที่สุดคือ การใช้ผ้าขาวบางห่อแล้วใช้ไม้แบนกดทับไว้หรือใช้มือบีบ วิธีนี้เหมาะที่จะทำในระดับครัวเรือน ส่วนในทางอุตสาหกรรมนิยมใช้เครื่องมือกดแบบตะแกรง (Basket Press) หรือเครื่องอัดไฮดรอลิก การสกัดน้ำผลไม้บางชนิด เช่น องุ่น อาจมีการให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความร้อนประมาณ 140-150° ฟ ก่อนการสกัด จะช่วยสกัดสีจากน้ำองุ่นได้ดีขึ้น ส่วนในน้ำมะเขือเทศการให้ความร้อนก่อนการสกัดจะทำให้ความขุ่นคงตัวดี นอกจากนี้อาจเติมเอนไซม์พวกที่ย่อยสลายเพกทินก่อนให้ความร้อนที่ 50° ซ แล้วทิ้งไว้ 2-3 ชั่วโมง หรือข้ามคืน ลงไปเพื่อเพิ่มปริมาณของเหลวที่สกัดได้ ช่วยทำให้ใสและช่วยสกัดสีด้วย

2.3.1.3 การไล่อากาศ มีวัตถุประสงค์เพื่อลดปริมาณออกซิเจนในน้ำผลไม้ที่เกิดจากการตีปั่นและการกรองเพราะออกซิเจนจะทำให้สีน้ำผลไม้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเคมีที่เรียกว่า ปฏิกิริยาออกซิเดชัน (Oxidation) การไล่อากาศสามารถทำได้โดยให้น้ำผลไม้ผ่านเข้าไปในภาชนะสูญญากาศ ซึ่งมีเครื่องดูดอากาศออกไปด้วย

2.3.1.4 การเก็บรักษาน้ำผลไม้ เป็นวิธีการเก็บรักษาเพื่อน้ำผลไม้มีสภาพคงตัวมากที่สุดเป็นระยะเวลานานโดยไม่เสื่อมเสียจากปฏิกิริยาเคมี จุลินทรีย์ เอนไซม์ และโลหะ สามารถทำได้หลายวิธีคือ การพาสเจอร์ไรซ์ โดยปกติจะใช้อุณหภูมิ 175° ฟ นาน 20 นาที เพื่อทำลายจุลินทรีย์ที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค แต่สำหรับน้ำผลไม้ทั่วไปจะมี PH ต่ำกว่า 4.5 ซึ่งเป็นสภาพที่สเปอร์ของจุลินทรีย์เป็นอันตรายนี้ไม่สามารถเจริญได้ การใช้อุณหภูมิ 160-165° ฟ ก็เพียงพอต่อการทำลายเชื้อแบคทีเรีย, ราและยีสต์ในน้ำผลไม้ ในโรงงานผลิตน้ำผลไม้แบบใหม่ จะใช้การพาสเจอร์ไรซ์แบบต่อเนื่องที่เรียกว่า Flash Pasteurization ใช้ความร้อนสูง 180-195° ฟ นาน 2-3 วินาที แล้วทำให้เย็นลงทันทีวิธีนี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกลิ่นรสของน้ำผลไม้ น้อยมาก

1) การใช้สารเคมี นิยมใช้วิธีนี้กับเครื่องคั้นผสมเข้มข้น สารเคมีที่ช่วยในการเก็บรักษาได้แก่

(1) เบนโซเอต (Benzoate) เป็นเกลือของกรดเบนโซอิก ในรูปเกลือละลายน้ำได้ดีกว่าในรูปของกรดปริมาณที่อนุญาตให้ใช้ในอาหารคือ 0.1% หรือ 1000 ppm ประสิทธิภาพการทำลายจุลินทรีย์ในสถานะเป็นกรดจะสูงกว่าเป็นกลาง นิยมใช้ในน้ำผลไม้หรือน้ำผลไม้ที่มีสีเข้มข้น เช่น สควอช ไชรัป เป็นต้น

(2) ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO₂) สารนี้มีประสิทธิภาพการทำลายราและแบคทีเรียได้ดีกว่ายีสต์ปริมาณที่อนุญาต คือ 0.1% เช่นเดียวกับเบนโซเอต แต่ถ้าใช้ปริมาณมากเกินไปจะทำให้มีกลิ่นในน้ำผลไม้ซึ่งไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค นอกจากนี้ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ยังช่วยป้องกันการเกิดสีน้ำตาลหรือการเปลี่ยนแปลงสีของน้ำผลไม้ด้วย อาจใช้สารนี้ในรูปก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ กรดซัลฟูรัส หรือเกลือโซเดียมหรือโพแทสเซียม สารนี้อาจจะทำให้สีแดงหรือม่วงขององุ่นหายไป แต่ถ้านำไปต้มไล่ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ สีจะกลับคืนมา

(3) น้ำตาล นอกจากจะเป็นการให้ความหวานแล้ว ถ้ามีอยู่ในปริมาณความเข้มข้นสูง 65-70% จะยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ได้โดยไม่ต้องใส่วัตถุกันเสีย

(4) การใช้ความเย็น ในสภาพอุณหภูมิต่ำจะเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือเสื่อมเสีย จากปฏิกิริยาเคมีและจุลินทรีย์ลดลงจึงช่วยยืดอายุการเก็บรักษาได้การแช่เย็นที่อุณหภูมิ 32°F (0°C) ก็ยังอาจมีเชื้อราเจริญได้ถ้าลดอุณหภูมิให้ต่ำลงในระดับแช่แข็งจะทำให้เก็บรักษาได้นานขึ้นเช่น น้ำองุ่นสามารถเก็บได้นาน 2 ปี โดยสีและกลิ่นรสไม่เปลี่ยนแปลงที่อุณหภูมิ $10-15^{\circ}\text{F}$

วิธีอื่นๆ เนื่องจากน้ำผลไม้ส่วนใหญ่มีสภาพเป็นกรด ยีสต์จึงเป็นสาเหตุสำคัญของการเสื่อมเสียพบว่าการให้ความดันสูงเช่น 75,000 ปอนด์ต่อตารางนิ้ว นาน 30 นาที จะทำลายยีสต์ได้ หรือการอัดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เป็นวิธีหนึ่งเพราะจะช่วยเพิ่มความดันและลดปริมาณออกซิเจนในน้ำผลไม้ได้

2.3.1.5 การทำให้น้ำผลไม้ใส จะเป็นลักษณะที่ต้องการในเครื่องดื่มบางชนิด โดยเฉพาะ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์นิยม บริโภคในลักษณะแบบใสถึงรสชาติ (Sparkling) ซึ่งทำได้หลายวิธีคือ

1) การกรองโดยใช้ถุงกรอง เป็นวิธีที่ง่ายแต่ได้ผลไม่ดีอาจใช้ร่วมกับสารช่วยกรอง (Filter Aid) ที่มีสมบัติไม่ละลายน้ำ ไม่ทำให้น้ำผลไม้เปลี่ยนแปลงและกักสารที่ทำให้ขุ่นไว้ได้ นอกจากนี้อาจใช้เครื่องกรองชนิดต่างๆ เช่น เครื่องกรองเนื้อ (Pulp Filter) และ เครื่องบีบ (Filter Press)

2) การทิ้งให้น้ำผลไม้ตกตะกอน จะได้ส่วนน้ำผลไม้ใสในตอนบนแยกออกมาโดยไม่ต้องผ่านการกรองอีก

3) การใช้สารเคมีช่วยตกตะกอน (Finning Agent) มีสมบัติจับสารที่ทำให้เกิดลักษณะขุ่นเอาไว้ได้เช่น ไข่ขาว, เคซีน ดิน ดินเหนียวและเบนโตไนต์

4) การใช้เอนไซม์ จะช่วยย่อยเพกทินได้ซึ่งทำให้เพกทิน ซึ่งเป็นสารไม่ละลายน้ำ โมเลกุลใหญ่ และแขวนลอยได้สลายออกเป็นโมเลกุลเล็กๆ ที่ละลายน้ำได้ ทำให้ลักษณะขุ่นหายไป

2.3.1.6 การทำให้น้ำผลไม้เข้มข้น เนื่องจากบางครั้งสามารถบริโภคน้ำผลไม้ได้ทันที และยังมีความไม่สะดวกต่อการเก็บรักษา และขนส่ง ดังนั้นจึงมีการผลิตเครื่องดื่มเข้มข้นเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว น้ำผลไม้เข้มข้นทั่วไป นิยมทำให้มีความเข้มข้นเพิ่มขึ้น 4 เท่า คือต้องเติมน้ำ 3 ส่วนลงในเครื่องดื่ม 1 ส่วนก่อนบริโภค ปัจจุบันเครื่องมือที่ช่วยในการระเหยน้ำออกจากเครื่องดื่ม สามารถทำให้เข้มข้นได้ ประมาณ $55-56^{\circ}\text{Brix}$ แต่ในทางปฏิบัติต้องการความเข้มข้นเพียง 42°Brix ซึ่งเป็นความเข้มข้นที่เหมาะสม ไม่มีความหนืดมาก สะดวกในการปฏิบัติงาน

กรรมวิธีการผลิตน้ำผลไม้เข้มข้นนี้มีหลักการเช่นเดียวกับการผลิตน้ำผลไม้ ประกอบด้วย การสกัดน้ำผลไม้ การกรอง การให้ความร้อน การบรรจุและเก็บรักษา แต่จะมีบางขั้นตอนที่สำคัญเพิ่มขึ้นมาคือขั้นตอนการทำให้เข้มข้น ซึ่งเป็นกระบวนการแยกหรือระเหยน้ำออกจากน้ำผลไม้สามารถทำได้หลายวิธีแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1) การทำให้เข้มข้นโดยการแช่แข็งและเครื่องเหวี่ยง วิธีนี้จะใช้อุณหภูมิต่ำทำให้น้ำบางส่วนในน้ำผลไม้กลายเป็นน้ำแข็ง แล้วแยกน้ำแข็งเหล่านี้ออกไป ข้อดีของการทำให้เข้มข้น

โดยการแช่แข็งคือ สามารถรักษากลิ่นผลไม้ได้มากกว่าวิธีอื่นและไม่ทำให้สารที่ไม่ทนต่อความร้อน

สูญเสียบางส่วนข้อเสียถ้าทำให้น้ำเกิดการแข็งตัวอย่างรวดเร็วของแข็งบางส่วนจะติดไปกับน้ำแข็งและหายไปเมื่อแยกน้ำแข็งออก จึงทำให้สีและกลิ่นของผลไม้เจือจางลง แม้ว่าวิธีการนี้จะได้น้ำผลไม้เข้มข้นที่มีรสชาติใกล้เคียงกับน้ำผลไม้สดมากที่สุดหลังเจือจางแล้วเมื่อเปรียบเทียบกับวิธีอื่นๆ แต่ก็ยังไม่เป็นที่นิยมนักเพราะสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย และทำให้เข้มข้นได้เพียงระดับหนึ่งเท่านั้นขึ้นกับอุณหภูมิเยือกแข็งแยกตัว (Eutectic Temperature) ของน้ำผลไม้ คืออุณหภูมิที่น้ำตาลและสารอื่นจะแยกตัวออกมาที่อุณหภูมิต่ำซึ่งน้ำแข็งก็จะแยกตัวออกมาเมื่ออุณหภูมิใกล้ถึงจุดเยือกแข็งแยกตัว (Eutectic) นอกจากนี้สำหรับผลไม้ที่ชุ่มน้ำไม่นิยมใช้วิธีแช่แข็งทำให้เข้มข้น เพราะสารอื่นจะแยกออกจากน้ำผลไม้พร้อมกับน้ำแข็ง

2) การทำให้เข้มข้นภายใต้สูญญากาศ เป็นการระเหยน้ำภายใต้สูญญากาศ ทำให้อุณหภูมิที่ใช้ระเหยต่ำกว่าการใช้บรรยากาศปกติ จึงทำให้น้ำผลไม้มีคุณภาพเสียไปเนื่องจากความร้อน วิธีนี้ช่วยป้องกันการเกิดน้ำตาลรวมทั้งการเปลี่ยนแปลงรสชาติและสี เพราะเกิดปฏิกิริยากับออกซิเจนน้อยมาก ปกติจุดเดือดของน้ำจะต่ำลงภายใต้สูญญากาศมากกว่า 28 นิ้วปรอทเช่น ที่ภายใต้สูญญากาศ 29 นิ้วปรอทน้ำจะเดือดที่ 75° ฟ เครื่องมือที่ใช้ระเหยน้ำภายใต้สูญญากาศนี้ที่รู้จักกันคือ หม้อระเหยสูญญากาศ (Vacuum Pan) ซึ่งมีลักษณะเป็นหม้อต้มที่มีฝาปิดสนิทและมีส่วนที่ต่อกับปั๊มสูญญากาศ คุณเอาอากาศออกไปทำให้น้ำระเหยได้ที่อุณหภูมิต่ำกว่าสภาพปกติ

3) การระเหยโดยใช้อุณหภูมิสูงและเวลาสั้น เป็นการให้ความร้อนสูงประมาณ 105-205° ฟ และมีระบบการทำความเย็นด้วยสูญญากาศ

การทำน้ำผลไม้เข้มข้นโดยวิธีต่างๆ กลิ่นรสส่วนหนึ่งจะหายไประหว่างการระเหยน้ำ จึงจำเป็นต้องมีการเติมแต่งกลิ่นรสของผลไม้ลงไปด้วย ซึ่งกลิ่นรสนี้อาจได้จากการเติมในรูปน้ำมันหอมระเหย (Essential Oil) หรือกลิ่นรสที่ระเหยออกมาระหว่างการทำให้เข้มข้น แล้วกลั่นมาเก็บไว้หรือเติมน้ำผลไม้สด (Cut Back) ลงไป

คุณค่าทางอาหารของน้ำผลไม้ (ประชา เต็งศิริวัฒนา, 2541:3-4) ขึ้นอยู่กับปริมาณวิตามินซี (กรดแอสคอร์บิก) เป็นส่วนใหญ่ ส่วนวิตามินอื่นๆ มีน้อยมาก น้ำผลไม้มีสารประกอบพวก เพคติน ซึ่งเป็นตัวช่วยในการลดอาการท้องเสียได้และน้ำผลไม้เป็นแหล่งอาหารที่ให้สารประกอบพวกคาร์โบไฮเดรตประเภทน้ำตาล เช่น กลูโคส ฟรุคโตส และซูโครส ซึ่งร่างกายใช้ง่ายอีกด้วย ในขณะเดียวกันก็มีแร่ธาตุต่างๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ร่างกาย เช่น โพแทสเซียม แคลเซียม ฟอสฟอรัส คลอไรด์ ซัลเฟอร์ โซเดียม เหล็ก ทองแดง และอื่นๆ โดยทั่วไปน้ำผลไม้จะมีวิตามินซีอยู่ระหว่าง 1,000-3,000 มิลลิกรัมต่อ 100 กรัม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพันธุ์และชนิดของผลไม้ ปริมาณวิตามินซีในน้ำผลไม้จะขึ้นอยู่กับขบวนการผลิตน้ำผลไม้และระยะเวลาในการเก็บรักษา

2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประชา เต็งศิริวัฒนา (2541 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ขนาดเล็ก ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินกิจการน้ำผลไม้ขนาดเล็ก จะมีการลงทุนในลักษณะที่เป็นเจ้าของคนเดียว หรือร่วมลงทุนภายในครอบครัว ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจมาอยู่ในช่วง 1-3 ปี ขอดผลิตและจำหน่าย เฉลี่ย 40,000-50,000 ลิตรต่อเดือน ส่วนใหญ่เน้นกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุ 36-40 ปี มีรายได้ในระดับปานกลางและไม่เน้นว่าเป็นหญิงหรือชาย น้ำผลไม้ที่จำหน่ายได้ปริมาณสูงได้แก่ น้ำส้ม น้ำฝรั่ง น้ำสับปะรด และน้ำมะพร้าว บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นขวดพลาสติกแบบใส (PET) และแบบขุ่น (PE) ปริมาณบรรจุที่จำหน่ายได้มากที่สุดคือขนาด 270 ซี.ซี ในด้านคุณค่าทางโภชนาการและมีรสชาติ กลิ่นหอมเป็นธรรมชาติมากที่สุด ตั้งราคาด้วยวิธีนำต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการ เป็นต้น การจัดจำหน่ายมีหลายช่องทางได้แก่ การจัดจำหน่ายไปยังร้านค้าปลีกหรือผู้บริโภครโดยตรง การจัดจำหน่ายไปยังผู้ค้าส่ง และการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทน วิธีการที่ใช้ในการจัดหาตัวแทนจำหน่าย 1. การออกมาร่วมงานแสดงสินค้าเพื่อให้ผู้สนใจรู้จัก 2. จัดหาเพื่อนฝูงญาติ พี่น้อง คนรู้จัก 3. ลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เพื่อรับตัวแทนจำหน่าย 4. ใช้พนักงานขายของบริษัท ออกติดต่อกับร้านค้า มีนิตยภัต ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าปลีกทั่วไป สถานศึกษา ฯลฯ การส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการน้ำผลไม้ขนาดเล็ก จะใช้การสื่อโฆษณา จุดขาย ป้ายโฆษณา ส่วนการส่งเสริมการขาย มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองชิม การแถมตัวสินค้า การให้ส่วนลด แนวโน้มการตลาดน้ำผลไม้ มีแนวโน้มสูงขึ้นและด้านการจัดจำหน่ายมีแนวโน้มที่จะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านคนกลางมากขึ้น ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ คือความไม่แน่นอนของราคาวัตถุดิบ ส่งผลให้ผลกำไรไม่แน่นอน จำนวนผู้ผลิตและผู้ประกอบการรายเก่าที่มีอยู่มากและมีรายใหม่เข้ามาเป็นจำนวนมาก และสถานะเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมที่อยู่ในช่วงถดถอย ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการขยายตลาด

กฤติยา หาญแก้วกล้า (2540 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ส่วนครองตลาดและอุปสงค์ส่งออกน้ำสับปะรดของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ระหว่างปี พ.ศ. 2531-2534 และปี พ.ศ. 2535-2538 และการวิเคราะห์อุปสงค์ส่งออกใช้ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2528-2538 ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดของไทยและฟิลิปปินส์ คือ ผลที่เกิดจากการขยายขนาดตลาดของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ สเปน และญี่ปุ่น มีค่าเท่ากับร้อยละ 102.35, 37.24, 47.16 และ 22.58 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดทั้งหมด ตามลำดับ และผลที่เกิดจากการขยายขนาดตลาดของฟิลิปปินส์ในตลาดดังกล่าวมีค่าเท่ากับร้อยละ 53.33, 85.65, 339.42 และ 792.47 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดทั้งหมด ตามลำดับ ส่วนผลที่เกิดจากการแข่งขันของไทยในตลาดดังกล่าวนี้มีค่าเท่ากับร้อยละ -2.35, 62.76, 52.84 และ 77.42 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดทั้งหมดตามลำดับ และผลที่เกิดจากการแข่งขันของฟิลิปปินส์ในตลาดดังกล่าวมีค่าเท่ากับร้อยละ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิพนธ์ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ละ 46.67, 14.35, -239.42 และ -892.47 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดทั้งหมด ตามลำดับ ผลที่เกิดจากการขยายขนาดตลาดในตลาดรวม คือรวมตลาดสหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ สเปน และ ญี่ปุ่น เข้าด้วยกันของไทย ฟิลิปปินส์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 84.06 และ 67.27 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดทั้งหมด ตามลำดับ ผลที่เกิดจากการแข่งขันในตลาดรวมดังกล่าวของไทยและฟิลิปปินส์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.48 และ 42.83 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดทั้งหมด ตามลำดับ และผลที่เกิดจากการกระจายตัวของตลาดในตลอดรวมดังกล่าวของไทยและฟิลิปปินส์ ลดลงร้อยละ 5.54 และ 10.10 ของผลการเปลี่ยนแปลงส่วนครองตลาดทั้งหมดตามลำดับ

ศรีศักดิ์ ตรังวัชรกุล และคณะ (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง กระบวนการผลิตน้ำผลไม้เข้มข้นในเชิงอุตสาหกรรม จากการวิจัยได้ทำการออกแบบ พัฒนา และสร้างเครื่องระเหยแบบแผ่นชนิดฟิล์มไหลขึ้น-ลง (rising and falling film plate evaporator) เพื่อใช้ในกระบวนการผลิตน้ำผลไม้เข้มข้น เป็นเครื่องต้นแบบระดับโรงงานนำทาง ซึ่งสร้างและประกอบโดยวิศวกรและช่างของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย องค์ประกอบของเครื่องระเหยแบบแผ่นประกอบด้วยถังบรรจุผลิตภัณฑ์พร้อมมาตรวัดอัตราการไหล, แผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนอุ่นผลิตภัณฑ์, ชุดแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนเพื่อระเหย, ถังแยกไอ, ป้อนส่งผลิตภัณฑ์เข้มข้น, แผ่นหล่อเย็นผลิตภัณฑ์, ป้อนสูญญากาศ และชุดควบแน่นไป โดยวัสดุส่วนที่สัมผัสผลิตภัณฑ์เป็นเหล็กไร้สนิมเบอร์ 304 และเบอร์ 316

จากการทดสอบประสิทธิภาพและสภาวะการทำงานของเครื่องระเหย พบว่าสามารถระเหยน้ำออกจากน้ำผลไม้ด้วยอัตรา 90-100 กิโลกรัมต่อชั่วโมง ภายใต้สภาวะสูญญากาศ 650 มิลลิเมตรของปรอท, อุณหภูมิ 53-56 องศาเซลเซียส, ความสิ้นเปลืองพลังงานไอน้ำ 120 กิโลกรัมต่อชั่วโมง, การใช้พลังงานไฟฟ้า 12 กิโลวัตต์. ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากเครื่องระเหยจะมีความเข้มข้น 48-69 องศาบริกซ์ ได้แก่ น้ำส้ม, น้ำสับปะรด และน้ำเสาวรส ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้เข้มข้นเหล่านี้ได้หาคำแนะนำการพัฒนาคุณภาพด้วยการใช้วิตามินซี 500 พีพีเอ็ม และคยความร้อนเสริมในกระบวนการผลิตเพื่อยับยั้งเอนไซม์ที่มีผลต่อปฏิกิริยาการเกิดสีเข้มในผลิตภัณฑ์, อีกทั้งยังช่วยยืดอายุของผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสื่อมคุณภาพเร็วเกินไป ผลของการเสริมวิตามินซี ยังจะช่วยให้คุณภาพสีของน้ำผลไม้ที่เจือจางจากน้ำผลไม้เข้มข้นมีคุณภาพสีช่วยให้ความสดใสและความสว่างของผลิตภัณฑ์ดีกว่าการไม่เสริมวิตามินซี นอกจากนี้ยังพัฒนากระบวนการผลิตน้ำส้มเข้มข้นด้วยการย่อยกลีบและเชื่อมส้มด้วยเอนไซม์เพกตินเอส (pectinase) 250 พีพีเอ็มและเสริมเบตา-แคโรทีน ร้อยละ 0.005 เพื่อช่วยลดการเปลี่ยนแปลงด้านสีและวิตามินซีของน้ำส้มเข้มข้น

วรนุช ศรีเจษฎารักษ์ และคณะ (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพน้ำผลไม้ที่ผลิตภายในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ ผลการศึกษาพบว่า น้ำผลไม้พร้อมดื่ม (สับปะรด น้ำองุ่น น้ำแอปเปิ้ล และน้ำส้ม) ชนิด 100% 50% 25% และ 20% จำนวน 22 ชนิด พบว่าทุกชนิดมีข้อ มูลทางด้าน การตลาดคือ วันผลิตและหรือวันหมดอายุ ลักษณะของภาชนะบรรจุ (กระป๋อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตให้ถือว่าผิดกฎหมาย
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

tretrapak ขวดแก้ว ขวดพลาสติก) ทุกตัวอย่างมีอายุการเก็บ 2 ปี และหากใกล้วันหมดอายุจะมีลักษณะปรากฏที่มีสีจางลงหรือคล้ำมากยิ่งขึ้น ส่วนองค์ประกอบทางเคมีพบว่าสารให้ความหวานส่วนใหญ่เป็นฟรุกโทรสและกลูโคส โดยมีน้ำสับปะรด และน้ำส้มชนิด 100% ที่มีปริมาณซูโครสสูง ส่วนน้ำองุ่น 100% มีสารละลายของแข็งต่ำกว่ามาตรฐาน 1 ตัวอย่าง สำหรับปริมาณซัลเฟอร์ไดออกไซด์สามารถตรวจพบในทุกตัวอย่างโดยน้ำองุ่นชนิด 100% จะมีปริมาณวิตามินซีสูงสุดโดยเฉพาะน้ำส้มที่ผลิตจากต่างประเทศ มีน้ำผลไม้ 5 ตัวอย่างที่มีการเติมเป็นโซลิตแต่ปริมาณที่เติมไม่เกินมาตรฐานที่กำหนด และจากการตรวจสอบทางด้านจุลินทรีย์พบว่าทุกตัวอย่างไม่มีเชื้อจุลินทรีย์ปนเปื้อน

ธิดา เข้มทองใหญ่ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ตลาดอุตสาหกรรมน้ำผลไม้พร้อมดื่มที่มีตราหมีห่อ ผลการศึกษาพบว่า น้ำผลไม้พร้อมดื่มที่มีผู้นิยมบริโภค ได้แก่ น้ำส้ม น้ำฝรั่ง น้ำมะพร้าว น้ำมะนาว น้ำสับปะรด ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าดื่มเพื่อบำรุงสุขภาพ ผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองจาก อบ. ทำให้มั่นใจในการบริโภค มีความถี่ในการบริโภค 3-4 วัน/สัปดาห์ มีพฤติกรรมการบริโภคและการเลือกซื้อแล้วแต่โอกาสไม่มีเกณฑ์ที่แน่นอนและมีความเห็นว่าราคาของน้ำผลไม้พร้อมดื่มที่มีตราหมีห่อมีราคาแพง ส่วนที่ไม่มีตราหมีห่อมีราคาที่เหมาะสม จะซื้อดื่มครั้งละ 1 กล่องขนาดบรรจุ 200-300 ซีซี ความถี่ในการซื้อสัปดาห์ละครั้ง และส่วนใหญ่ซื้อเพื่อดื่มเอง เลือกซื้อโดยวิธีพิจารณาวันที่ผลิตและวันหมดอายุ และซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ตมากกว่าแหล่งอื่นเพราะอยู่ในทำเลสะดวกซื้อและโทรศัพท์เป็นสื่อโฆษณาที่ดึงดูดความสนใจในการซื้อมากที่สุด

การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มที่มีตราหมีห่อ จำแนกตามชนิดของน้ำผลไม้ ได้แก่ น้ำส้ม น้ำฝรั่ง น้ำสับปะรด และจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริโภคน้ำผลไม้พร้อมดื่มที่มีตราหมีห่อ จำแนกตามเพศไม่มีความแตกต่างกัน จำแนกตามอายุ พบว่ามีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มอายุระหว่าง 15-25 ปี เห็นว่าด้านส่งเสริมการตลาดมีผลในการบริโภคมากกว่ากลุ่มอายุระหว่าง 25-35 ปี และกลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุระหว่าง 25-35 ปี เห็นว่าความพอใจในรสชาติมีผลต่อการบริโภคมากกว่ากลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุระหว่าง 15-25 ปี เห็นว่าการหาซื้อได้ง่ายทั่วไปมีผลต่อการบริโภคมากกว่ากลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไป และกลุ่มอายุระหว่าง 25-35 ปี เห็นว่าการหาซื้อได้ง่ายทั่วไปมีผลต่อการบริโภคมากกว่ากลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุ 15-25 ปี เห็นว่าคำโฆษณามีผลต่อการบริโภคมากกว่ากลุ่มอายุระหว่าง 25-35 ปี และกลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไป เห็นว่าคำโฆษณามีผลต่อการบริโภคมากกว่ากลุ่มอายุระหว่าง 25-35 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 15-25 ปี เห็นว่าการเพิ่มปริมาณบรรจุแต่ราคาเท่าเดิมมีผลต่อการบริโภคมากกว่ากลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไป จำแนกตามอาชีพ พบว่ากลุ่มนักเรียน/นักศึกษา/ผู้ไม่ประกอบอาชีพ เห็นว่าด้านส่งเสริมการตลาด การหาซื้อได้ง่าย และการใกล้แหล่งผลิตมีผลต่อการบริโภคมากกว่ากลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มที่ประกอบอาชีพส่วนตัวเห็นว่ากรม

หลายขนาดให้เลือกและการเก็บไว้ได้ให้นานมีผลต่อการบริโภคมากกว่ากลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่บนเว็บไซต์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน จำแนกตามวุฒิการศึกษา พบว่า กลุ่มมีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรี เห็นว่าภาพรวมส่วนผสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ปราศจากสารกำจัดแมลง ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาถูก คำโฆษณา การลดราคา การสะสมยอดซื้อเพื่อแลกของฟรี การแนะนำจากพนักงานขายมีผลต่อการบริโภคมากกว่ากลุ่มมีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทเห็นว่า ด้านส่งเสริมการตลาด การลดราคาและการสะสมยอดซื้อเพื่อแลกของฟรีมีผลต่อการบริโภคมากกว่ากลุ่มผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ผู้บริโภคน้ำฝรั่งพร้อมดื่มที่มีตราหมีห่อ จำแนกตามเพศและอายุ ไม่มีความแตกต่างกันจำแนกตามอาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา/ผู้ไม่ประกอบอาชีพ เห็นว่าการเก็บไว้ได้นานมีผลในการบริโภค มากกว่ากลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน จำแนกตามวุฒิการศึกษา พบว่ามีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี เห็นว่าด้านผลิตภัณฑ์ มีคุณค่าทางโภชนาการและการเพิ่มปริมาณบรรจุแต่ราคาเท่าเดิมมีผลต่อการบริโภคมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำแนกตามรายได้พบว่า ไม่สามารถนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกันได้ ผู้บริโภคน้ำสับปะรดพร้อมดื่มที่มีตราหมีห่อ จำแนกตามเพศไม่มีความแตกต่างกัน จำแนกตามอายุ อาชีพ และรายได้พบว่าไม่สามารถนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกันได้ จำแนกตามวุฒิการศึกษา พบว่ามีความแตกต่างกันโดยกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรี เห็นว่า ด้านส่งเสริมการตลาด และการสะสมยอดซื้อเพื่อแลกของฟรีมีผลต่อการบริโภค มากกว่ากลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี การเปรียบเทียบความแตกต่างของงานวิจัยนี้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

ฉวีวรรณ กลิ่นหอม (2541 :บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องเครื่องสำอางค์ชนิดที่มีแคโรทีนอยด์และวิตามินสูง ผลการวิจัยพบว่า ในสภาวะปัจจุบันพบว่าประชากรบางส่วนของประเทศมีภาวะเสี่ยงต่อการขาดวิตามินเอ วิตามินเอมีอยู่ในพืชหลายชนิดที่มีสีเหลือง หรือเขียว ในผักและผลไม้ประเภทนี้มีสาร Carotenoid สูง โดยสามารถเปลี่ยนเป็นวิตามินที่มีบทบาทสำคัญในร่างกาย ได้แก่ การมองเห็น โดยเฉพาะในที่มืดสลับการเจริญเติบโต การสืบพันธุ์ การสร้างภูมิคุ้มกันโรค ทางเดินหายใจ ทางเดินระบบอาหาร ระบบสืบพันธุ์ และผิวหนัง ซึ่งมีส่วนสำคัญในการป้องกันการติดเชื้อและรักษาหน้าที่ของอวัยวะต่างๆ ให้เป็นปกติ

แนวทางหนึ่งในการเสริมวิตามินเอให้กับร่างกาย คือ การหันมาบริโภคอาหารที่ประกอบด้วยวิตามินเอ และแคโรทีนอยด์สูงโดยการดัดแปลงกลุ่มผัก และผลไม้ให้อยู่ในรูปที่สะดวกต่อการบริโภค เช่น น้ำผัก และน้ำผลไม้จะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ที่ไม่ชอบรับประทานอาหารประเภทผักและผลไม้ได้รับวิตามินเอเพิ่มขึ้น จึงน่าที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผัก และผลไม้ให้อยู่ในรูปที่เหมาะสม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และเป็นการส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้แทนผลิตภัณฑ์อาหารเสริมซึ่งมักมีราคาแพงและเป็นการลดดุลย์การค้าระหว่างประเทศอีกทางหนึ่งด้วย

ธิดารัตน์ ติรพันธุ์พานิชย์ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีส่วนใหญ่ดำเนินงานในลักษณะกิจการของคนเดียวและได้ดำเนินธุรกิจผลิตน้ำดื่มบริสุทธีมาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 1-5 ปีผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีทุกรายจะได้รับเครื่องหมาย ออ.จากกระทรวงสาธารณสุข โดยผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีส่วนใหญ่จะมีใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน

การดำเนินธุรกิจในด้านต่าง ๆ นั้น ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีจะให้ความสำคัญในการผลิต การตลาด การจัดการและการเงิน ตามลำดับ

ในการผลิต ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ด้านกรรมวิธีและเทคนิคที่ใช้ในการผลิตคือการกรองน้ำและการใช้อุลตราไวโอเลต กลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งและการออกแบบโรงงานนั้น ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีส่วนใหญ่จะเลือกทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งวัตถุดิบและห่างไกลจากแหล่งปฏิภูลกลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ใช้นั้น เนื่องจากโรงงานผลิตน้ำดื่มบริสุทธีโดยส่วนใหญ่มีขนาดเล็กจึงมีจำนวนคนงานน้อยกว่า 10 คน

ในการตลาด ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีให้ความสำคัญในส่วนประสมด้านการตลาดคือในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ โดยในด้านผลิตภัณฑ์นั้นให้ความสำคัญในด้านความสะอาดของน้ำและภาชนะบรรจุมากที่สุด การกำหนดราคาขายขึ้นอยู่กับต้นทุนของสินค้า การจำหน่ายน้ำดื่มจะจำหน่ายให้ลูกค้าโดยตรง การส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับการใช้พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์มากกว่าด้านอื่น

ในการจัดการ ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีจะให้ความสำคัญในการวางแผน การควบคุม การสั่งการ การจัดคนเข้าทำงานและการจัดองค์กร ตามลำดับ โดยในการวางแผนนั้นใช้ปัจจัยภายในได้แก่ เงินทุนและกำลังการผลิต ส่วนปัจจัยภายนอกที่ใช้ได้แก่ คู่แข่งขันและลูกค้า และสภาพเศรษฐกิจ ด้านการควบคุมส่วนใหญ่จะจัดให้มีการควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงานโดยผู้บริหาร พนักงานจะรายงานผลการปฏิบัติการทุกวันทำการ การสั่งการจะใช้วิธีจูงใจพนักงานในการทำงานคือ การให้สวัสดิการต่าง ๆ การให้ความมั่นคงในการทำงานและการให้การยกย่องและยอมรับ การจัดคนเข้าทำงานส่วนใหญ่พิจารณาจากความสามารถและความชำนาญของบุคลากรมากกว่าด้านอื่น ๆ ส่วนการจัดองค์กรนั้นจะจัดให้มีแผนกผลิตและแผนกขายเป็นส่วนใหญ่

ในการการเงิน ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีมีการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุนโดยมีเงินลงทุนเริ่มแรกอยู่ในช่วง 100,001-500,000 บาทและมีเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการดำเนินงานในรอบระยะเวลา 1 เดือนอยู่ในช่วง 10,001-50,000 บาท ซึ่งการจัดหาเงินทุนนั้นผู้ผลิตน้ำดื่มโดยส่วนใหญ่จะใช้เงินทุนส่วนตัวในการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีส่วนใหญ่มียอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือนในระดับต่ำกว่าระดับ 50,000 บาท และมีอัตรากำไรสุทธิตั้งระหว่าง 4-6% และ 10-12% การขายสินค้ามีทั้งการขายสดและการขายเชื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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

พงศกร ทวีสุข (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้ง ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาสรุปลงได้ดังนี้

1. การประกอบอุตสาหกรรมลำไยอบแห้ง ส่วนใหญ่เปิดดำเนินงานมาแล้วประมาณ 1-3 ปี มีลักษณะการประกอบการแบบเจ้าของคนเดียว ส่วนใหญ่เป็นโรงงานที่มีพื้นที่ประมาณ 500-1,000 ตารางเมตร ในช่วงนอกฤดูการผลิต และในฤดูการผลิต มีจำนวนพนักงานประจำสำนักงานไม่เกิน 5 คน และลูกจ้างในโรงงานไม่เกิน 25 คน

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

ด้านการจัดการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนการดำเนินธุรกิจ เป็นแผนระยะสั้น (1-3 ปี) โดยมีการกำหนดนโยบาย เป้าหมายของกิจการในอนาคต รวมทั้งมีการกำหนดการใช้วัตถุดิบ (ลำไย) และอุปกรณ์เครื่องจักร บังคับภายในที่ใช้จ่ายแผนงาน ได้แก่ เงินทุนและกำลังการผลิต บังคับภายนอก ได้แก่ ปริมาณวัตถุดิบตามฤดูกาล และความต้องการของตลาด โดยมีการทบทวนปรับปรุงแผนงานเป็นระยะ ๆ ทุกสัปดาห์

การจัดองค์การ พบว่าส่วนใหญ่มีการแบ่งแผนกงานประกอบด้วย แผนกการผลิต แผนกบัญชีและการเงิน และแผนกการตลาด ไม่มีการจัดทำเอกสารคำบรรยายลักษณะงาน มีการกระจายอำนาจ ความรับผิดชอบไปยังแผนกงานต่าง ๆ ใช้วิธีมอบหมายอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบให้ แก่พนักงาน/ลูกจ้าง ด้วยวาจา และการจัดองค์การส่วนใหญ่ไม่มีการแบ่งสายการบังคับบัญชาเอาไว้ แต่พนักงานทุกคนติดต่อกันเองทุกระดับชั้น

การจัดบุคลากรเข้าทำงาน พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่มาจากการบอกต่อชักชวนกันมา โดยรับสมัครตั้งแต่ก่อนฤดูการผลิต จนถึงฤดูการผลิต ส่วนใหญ่กำหนดเกณฑ์การคัดเลือก โดยพิจารณาจากเพศ อายุ และประสบการณ์ของผู้สมัคร และเห็นว่าความขยันอดทนและความซื่อสัตย์เป็นคุณสมบัติจำเป็นสำหรับการปฏิบัติงาน ส่วนใหญ่มีการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยพิจารณาจากความสามารถในงานที่ได้รับมอบหมายและใช้ผลการประเมินดังกล่าวเพื่อพิจารณามอบหมายงานต่อไป มีการฝึกอบรมระหว่างการทำงาน การจ่ายค่าจ้างส่วนใหญ่เป็นค่าจ้างรายวัน มีการจัดสวัสดิการด้านที่พักอาศัยและอาหารกลางวันให้แก่พนักงาน/ลูกจ้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำสั่งการ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ภาวะผู้นำแบบประชาธิปไตย และนิยมสั่งการในลักษณะผสมผสาน คือ ทั้งมีและไม่มี การชักจูงจากพนักงาน โดยเห็นว่าความสนใจของพนักงาน/ลูกจ้างขณะสั่งการนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสั่งการมีประสิทธิภาพ และส่วนใหญ่ใช้การเพิ่มค่าล่วงเวลาเป็นปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงาน

การควบคุม พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการจัดตั้งมาตรฐานในการควบคุมตามคุณภาพงาน ปริมาณงาน ตามลำดับ และเพื่อให้การผลิตลำไยอบแห้งประสบความสำเร็จ ส่วนใหญ่นำเทคนิคควบคุมการผลิตมาใช้ โดยมีการปรับปรุงและใช้เครื่องจักรทันสมัยช่วยในการผลิต และมีการศึกษาเทคนิคการอบแห้งลำไยจากนักวิชาการและเอกสารวิชาการอยู่เสมอ

ด้านการผลิต พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอัตราการผลิตสูงสุดต่อปีน้อยกว่า 250,000 กิโลกรัม และส่วนมากผลิตลำไยอบแห้งแบบอบแห้งเปลือกโดยใช้วัตถุดิบลำไยสดที่รับซื้อมาจากแหล่งปลูกทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ส่วนมากรับซื้อในขนาด AA และขนาด A และกว่าครึ่งหนึ่งรับซื้อลำไยอบแห้งเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตด้วย โดยซื้อในขนาด AA และขนาด A ในระหว่างการผลิต ส่วนใหญ่มีการสุ่มตรวจคุณภาพสินค้าลำไยอบแห้งเป็นประจำตลอดระยะเวลาการผลิต

ด้านการเงินและการบัญชี พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังใช้สมุดบันทึกข้อมูลด้านบัญชีและการเงิน ผู้จัดทำบัญชีคือเจ้าของกิจการหรือพนักงานบัญชีและการเงิน เงินทุนและแหล่งเงินทุน ส่วนใหญ่เป็นของเจ้าของกิจการ ส่วนการชำระค่าวัตถุดิบพบว่า ส่วนใหญ่ชำระด้วยเงินสด และกำหนดให้ลูกค้าชำระค่าสินค้าทันทีที่รับสินค้าด้วยเงินสดหรือเช็ค กิจการส่วนใหญ่ไม่มีหนี้สูญทางการค้า มีปริมาณเงินสดหมุนเวียนเป็นค่าวัตถุดิบวันละ 100,000-300,000 บาท นอกจากนี้พบว่า ส่วนใหญ่มีภาระหนี้สิน เป็นหนี้เงินกู้ระยะสั้น และหนี้เบิกเกินบัญชี

ด้านการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการทุกราย มีการคิดเกรดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งที่จำหน่ายเป็นเกรด AA, A, B และ C มีการจำหน่ายลำไยอบแห้งทั้งแบบอบแห้งเปลือก และแบบแกะเปลือก ในการตั้งราคาส่วนใหญ่ตั้งราคาตามผู้นำตลาด ใช้วิธีจัดจำหน่ายสินค้าโดยใช้ช่องทางจากผู้ผลิตไปยังผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีการประชาสัมพันธ์ให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้าเพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาด มีตลาดรับซื้อต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ส่วนที่จำหน่ายในประเทศพบว่า มีพ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีกมารับซื้อไปจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง

3. ปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้ง โดยรวมพบว่ามีปัญหาในระดับน้อย ทั้งด้านการจัดการ การผลิต และการตลาด ส่วนปัญหาด้านการเงินและการบัญชีมีปัญหาในระดับน้อยที่สุด แต่ในรายละเอียดพบว่า ปัญหาด้านการจัดการมีปัญหาในระดับมากในเรื่องการวางแผน เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจไม่แน่นอน ทำให้คาดการณ์ล่วงหน้าได้ลำบาก และปัญหาด้านการจัดบุคลากรเข้าทำงาน ในเรื่องพนักงาน/ลูกจ้าง ไม่มีประสบการณ์และความชำนาญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำให้เสียเวลาในการฝึกหัด และปัญหาด้านการตลาดมีปัญหาระดับมากในเรื่องคู่แข่งมีจำนวนมาก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Reserch) เพื่อศึกษาถึงปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยกำหนดรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

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

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเรื่องปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย ประกอบด้วย

3.3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาจากประชากรโรงงานผู้ผลิตน้ำผลไม้ จำนวน 68 ราย ซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ (เป็นโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการโดยกรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2543)

3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างได้แก่โรงงานผู้ผลิตน้ำผลไม้ จำแนกเป็น 6 ภาค ซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้หลักเกณฑ์ของ เกรงซี่ และ มอร์แกน (บุญชม ศรีสะอาด, 2538:187) จำนวน 57 ราย จากนั้นเลือกกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภาคโดยใช้หลักการความเป็นสัดส่วนต่อประชากร (Propotional to size) โดยผลการคัดเลือกตัวอย่างแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภาคของประเทศไทย ณ.สิ้นปี 2543

ที่	ภาค	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1.	เหนือ	5	4
2.	ตะวันออกเฉียงเหนือ	9	8
3.	ตะวันออก	6	5
4.	กลาง	29	24
5.	ตะวันตก	17	14
6.	ใต้	2	2
	รวม	68	57

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ส่งไปให้ประชากรที่เป็นผู้บริหารระดับสูงของโรงงานผลิตน้ำตาลไม่คอบทางไปรษณีย์ (By Mail Method) โดยคำถามจะมีทั้งคำถามแบบปิด ที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบ และคำถามแบบเปิด ที่ให้ผู้ตอบ สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารข้อมูลจากเอกสาร ข้อความทางวิชาการ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. สร้างแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามจากการ ศึกษาแบบสอบถามที่มีผู้วิจัยท่านอื่นๆ ได้ทำการศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้อง แล้วนำบางส่วนของแบบสอบถามมาปรับปรุงประยุกต์ ให้มีความเหมาะสมกับงานวิจัยฉบับนี้

ซึ่งงานวิจัยที่ผู้วิจัยนำมาศึกษาและเป็นต้นแบบในการสร้างและปรับปรุงแบบสอบถาม ได้มาจากงานวิจัยของ ธีรรัตน์ ตรีพันธุ์พานิชย์ เรื่อง การดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำตาลบีบีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3. นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม และผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมเพื่อทำการแก้ไขปรับปรุง

ลักษณะแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล และลักษณะของผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้ที่มีทั้งชนิดเลือกรายการ (Check-list) โดยมีตัวแปรอิสระของลักษณะของผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้ โดยประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

1. ขนาดของเงินลงทุน
2. รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ
3. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทย ในด้านต่างๆ เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตรวัดของลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) (บุญธรรม กิจปริดาภิสุทธิ ,2531 : 69) ทั้งหมด 5 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระดับคะแนน เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณา ดังนี้

ระดับความคิดเห็นของปัญหา

ปัญหามากที่สุด

ปัญหามาก

ปัญหาปานกลาง

ปัญหาน้อย

ปัญหาน้อยที่สุด

คำนำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ

กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 5 คะแนน

กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 4 คะแนน

กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 3 คะแนน

กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 2 คะแนน

กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 1 คะแนน

แบบสอบถามปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทย ประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวกับปัญหาจากการดำเนินงานในด้านต่างๆ ผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยดังนี้

1. ด้านการผลิต ประกอบด้วย
 - การวางแผนการผลิต
 - การปฏิบัติการผลิต
 - การควบคุมการผลิต
 - การควบคุมสินค้าคงคลัง
2. ด้านบัญชีและการเงิน ประกอบด้วย
 - การคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน
 - การจัดหาเงินทุน
 - การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ
3. ด้านการตลาด ประกอบด้วย
 - ผลิตภัณฑ์
 - ราคา

การจัดจำหน่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่ควรจะได้มีการปรับปรุง และพัฒนาเพิ่มเติมจากที่เป็นอยู่ เพื่อให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open - End Question)

3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

3.3.1 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามแล้วนำเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อตรวจสอบและแนะนำเพื่อการแก้ไขและปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสม

3.3.2 นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้ว ขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อความเที่ยงตรง และเหมาะสมในการวิจัย โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

รายชื่อ	ตำแหน่ง	สถานที่ปฏิบัติงาน
1. ดร.จ่านงค์ จิ่งธิรพานิช	คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยและอาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการงานคอมพิวเตอร์และวิศวกรรม	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และบริหารธุรกิจ
2. ผศ. ดร. อาริต ธรรมโน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
3. คุณช่อทิพย์ อภิสมัยมงคล	ผู้จัดการผลิตภัณฑ์	บริษัท มาทีอินเตอร์ไพร์ส จำกัด (มหาชน)
4. คุณผานิต กิตติธีรนนท์	หัวหน้าแผนกประกันคุณภาพ	บริษัท โคลิไทยแลนด์ จำกัด
5. คุณ สมชาติ เหล่าปรีดา	กรรมการผู้จัดการ	บริษัท ขบาบองกอก จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะค้นหาข้อมูลโดยจะใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบคือ

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

จะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับประชากรผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้ทุกรายในประเทศไทย ในด้านปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในด้านต่างๆ โดยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิที่จะเป็นการแจกแบบสอบถามดังนี้

3.4.1.1 ค้นหาจำนวน รายชื่อ และสถานที่ตั้งของโรงงานที่ผลิตน้ำผลไม้ทั่วประเทศ แล้วกำหนดเลขที่ให้กับโรงงานที่ผลิตน้ำผลไม้แต่ละแห่งโดยข้อมูลรายชื่อของโรงงานผลิตน้ำผลไม้จะนำมาจาก รายชื่อโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการกรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม ณ.วันที่ 31 ธันวาคม 2543

3.4.1.2 ขอนหนังสือจากหน่วยงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ถึงผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยเพื่อขออนุญาตสอบถามข้อมูล

3.4.1.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพแล้ว พร้อมหนังสือเพื่อขออนุญาต ส่งไปรษณีย์ไปยังผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้ ทุกรายทั่วประเทศ

3.4.2 การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการ ค้นหา รวบรวมงานวิจัย บทความ วารสาร เอกสารการสัมมนา สถิติในรายงานต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นส่วนประกอบในเนื้อหาและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5 การกำหนดค่าของตัวแปร

ในส่วนของแบบสอบถามตอนที่ 2 ซึ่งเป็นแบบทดสอบปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในด้านต่างๆ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าของตัวแปรแบบมาตรวัดของลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยจะหาค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งระดับปัญหาเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (บุญธรรม กิจปริคาบวิสุทธิ, 2531 : 70-71)

- คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ปัญหามากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ปัญหามาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ปัญหาปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ปัญหาน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ปัญหาที่น้อยที่สุด

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows (Statistical Package for the Social Science for windows) ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.6.1 ตรวจสอบแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้กลับมาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และตรวจสอบจำนวนของแบบสอบถาม

3.6.2 นำแบบสอบถามที่มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ และแปรผลในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่นำมาใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ

3.7.1 สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวมมาจากกลุ่มประชากรที่นำมาศึกษา ได้แก่

3.7.1.1 ฐานนิยม (Mode) ใช้ในการหาค่าความถี่สูงสุดของแบบสอบถามในตอนต้นที่ 1 ในเรื่องเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้

3.7.1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ใช้สำหรับแบบสอบถามในตอนต้นที่ 2 ที่เกี่ยวกับการปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้โดยใช้สูตรสำหรับข้อมูลที่จัดกลุ่มเป็นชั้นคะแนน (Group data) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543 : 137-142)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} \quad (3.1)$$

เมื่อ \bar{X} หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง

n หมายถึง จำนวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

$\sum X$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

3.7.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$S. D. = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}} \quad (3.2)$$

เมื่อ $S. D.$ หมายถึง ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

X หมายถึง คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

n หมายถึง จำนวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

3.7.1.4 ค่าร้อยละ (Percentage)

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{ค่าจำนวนที่คำนวณ}}{\text{ค่าจำนวนทั้งหมด}} \quad (3.3)$$

3.7.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สรุปถึงลักษณะของผู้ประกอบการ ผลิตน้ำผลไม้ที่มีผลต่อปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ โดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มประชากร ได้แก่

3.7.2.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม คือ ขนาดของเงินลงทุน รูปแบบการดำเนินธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน กับตัวแปรตามได้แก่ ปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน โดยใช้สูตร One Way ANOVA (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543 : 168-172)

$$\text{สมมติฐาน } H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$$

$$H_1 : \text{อย่างน้อยค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มแตกต่างกัน}$$

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ

$$F = \frac{S_b^2}{S_w^2} \quad (3.4)$$

$$S_T^2 = \frac{SS_T}{df_T} = \frac{\sum \sum X^2 - C}{df_T} \quad (3.5)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบุคลากรที่ทำงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$S_b^2 = \frac{SS_b}{df_b} = \frac{T_{j/nj}^2 - C}{df_b} \quad (3.6)$$

$$S_w^2 = \frac{SS_w}{df_w} = \frac{SS_T - SS_b}{df_w} \quad (3.7)$$

เมื่อ	SS_T	มาจากคำว่า	Sum square total
	SS_b	มาจากคำว่า	Sum square between group
	SS_w	มาจากคำว่า	Sum square within groups
	$\sum \sum X^2$	หมายถึง	ผลรวมกำลังสองของคะแนนแต่ละตัว
	T_j^2	หมายถึง	กำลังสองของผลรวมของคะแนนแต่ละกลุ่มในแนวคอลัมน์
	n_j	หมายถึง	จำนวนสมาชิกในกลุ่ม
	df_T	หมายถึง	องศาแห่งความเป็นอิสระของคะแนน N จำนวน ซึ่งมีค่า N-1
	df_b	หมายถึง	องศาแห่งความเป็นอิสระของจำนวนกลุ่ม ซึ่งมีค่า k-1
	df_w	หมายถึง	องศาแห่งความเป็นอิสระของคะแนน N จำนวน ซึ่งมีค่า N-1

เขตปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เมื่อค่า F-ratio มีค่ามากกว่า F จากตารางที่ $df_1 = 2$ และ $df_2 = n-1$ ซึ่งถ้าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 จะยอมรับ H_1 แสดงว่าตัวแปรอิสระได้แก่ ขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน มีผลต่อตัวแปรตามคือ ปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การพิสูจน์ค่าความแตกต่างในกลุ่มว่าคู่ใดมีค่า mean แตกต่างกัน โดยใช้วิธีทางสถิติคือ Least Significant Different (LSD) การคำนวณ LSD ที่ระดับ 5%

$$LSD(0.5) = t_{0.05} \sqrt{\frac{2S^2}{n}} \quad (3.8)$$

โดยที่ S_d หมายถึง ความคลาดเคลื่อน
 S^2 หมายถึง ค่า mean ในกลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตาราง ANOVA โดยคิดมาจาก $SS_{w/df} = \frac{\sum (X - \bar{X})^2}{n - 1}$



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลของการวิจัย

จากการจัดส่งแบบสอบถามให้กับเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตน้ำผลไม้ทุกภาคในประเทศไทย จำนวน 68 ราย (การวิจัยครั้งนี้ต้องการขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 57 ราย จากการคำนวณโดยใช้โดยใช้หลักเกณฑ์ของ เกรจซี่ และ มอร์แกน) มีผู้ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามกลับมาจำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.9 ของกลุ่มประชากร จึงใช้ข้อมูลจำนวนนี้ในการวิจัย

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล จะแบ่งออกเป็น 4 ตอนใหญ่ ๆ ดังนี้

4.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานที่ตั้งของโรงงาน เครื่องหมายคุณภาพที่โรงงานได้รับ เงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุน รูปแบบการประกอบกิจการและระยะเวลาในการดำเนินงาน

4.2 ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้โดยจำแนกตามปัญหาทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการบัญชีและการเงิน และด้านการตลาด

4.3 ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมุติฐาน เป็นการทดสอบสมมุติฐานซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะของผู้ผลิต ประกอบไปด้วยขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงานของผู้ผลิต ที่มีต่อปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้

4.4 ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับปัญหาอื่นจากการดำเนินงานในแต่ละด้านที่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ประสบอยู่และต้องการความช่วยเหลือในการแก้ไข

4.1 ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานที่ตั้งของโรงงาน เครื่องหมายคุณภาพที่โรงงานได้รับ เงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุน รูปแบบการประกอบกิจการและระยะเวลาในการดำเนินงาน โดยมีกรนำเสนอในรูปของตารางประกอบคำบรรยายดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
ชาย	20	55.5
หญิง	16	45.5
รวม	36	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของ โรงงานผลิตน้ำผลไม้จำนวน 36 คนส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
น้อยกว่า 30 ปี	1	2.8
ระหว่าง 30-40 ปี	23	63.9
ระหว่าง 41-50 ปี	12	33.3
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	36	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของ โรงงานผลิตน้ำผลไม้จำนวน 36 คน ส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็น ร้อยละ 63.9 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 2.8 โดยไม่พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 50 ปีขึ้นไปเลย

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
ต่ำกว่า ม.6 / ปวช.	-	-
ม.6 / ปวช./ ปวส./ อนุปริญญา	-	-
ปริญญาตรี	30	83.3
สูงกว่า ป.ตรี	6	16.7
รวม	36	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตน้ำผลไม้จำนวน 36 คน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมามีการศึกษาสูงกว่า ป.ตรีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 โดยไม่พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 / ปวช. และระดับการศึกษา ม.6 / ปวช./ ปวส./ อนุปริญญา เลย

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภาคที่ตั้งของโรงงาน

ภาคที่ตั้งของโรงงาน	จำนวน(โรงงาน)	ร้อยละ(%)
เหนือ	3	8.3
ตะวันออกเฉียงเหนือ	4	11.1
ตะวันออก	4	11.1
กลาง	13	36.1
ตะวันตก	10	27.8
ใต้	2	5.6
รวม	36	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตน้ำผลไม้จำนวน 36 โรงงาน ส่วนใหญ่มีที่ตั้งของโรงงานอยู่ในภาคกลาง จำนวน 13 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 36.1 รองลงมามีที่ตั้งของโรงงานอยู่ในภาคตะวันตก จำนวน 10 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 27.8 มีที่ตั้งของโรงงานอยู่ในภาคตะวันออก จำนวน 4 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 11.1 มีที่ตั้งของโรงงานอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 4 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 11.1 มีที่ตั้งของโรง

งานอยู่ในภาคเหนือ จำนวน 3 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และมีที่ตั้งของโรงงานอยู่ในภาคใต้ จำนวน 4 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 5.6

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการได้รับ เครื่องหมายคุณภาพ

เครื่องหมายคุณภาพ	จำนวน(โรงงาน)	ร้อยละ(%)
อย.	34	94.4
HACCP.	25	69.4
GMP.	16	44.4
ISOกลุ่ม9000	12	33.3
ISOกลุ่ม14000	-	-
ISOกลุ่ม18000	-	-

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตน้ำผลไม้จำนวน 36 โรงงาน ส่วนใหญ่ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ อย. จำนวน 34 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 94.4 รองลงได้รับเครื่องหมายคุณภาพ HACCP. จำนวน 25 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 69.4 ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ GMP. จำนวน 16 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 44.4 ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ ISOกลุ่ม9000 จำนวน 12 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 33.3 โดยไม่พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่โรงงานได้รับเครื่องหมายคุณภาพ ISOกลุ่ม14000 และเครื่องหมายคุณภาพ ISOกลุ่ม18000 เลย

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละลักษณะของผู้ของของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม จำนวนเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในกิจการ

จำนวนเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุน	จำนวน(โรงงาน)	ร้อยละ(%)
น้อยกว่า 50 ล้านบาท	18	50.0
ระหว่าง 50-200ล้านบาท	11	30.6
มากกว่า 200 ล้านบาท	7	19.4
รวม	36	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตน้ำผลไม้จำนวน 36 โรงงาน ส่วนใหญ่ใช้จำนวนเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในกิจการน้อยกว่า 50 ล้านบาทจำนวน 18 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาใช้จำนวนเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในกิจการระหว่าง 50-200 ล้านบาทจำนวน 11 โรงงาน คิดเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ดูแลเห็นไปใช้ประโยชน์ในการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อยละ 30.6 และใช้จำนวนเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในกิจการมากกว่า 200 ล้านบาทจำนวน 7 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 19.4

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการประกอบกิจการ

รูปแบบการประกอบกิจการ	จำนวน(โรงงาน)	ร้อยละ(%)
เจ้าของคนเดียว	5	13.9
ห้างหุ้นส่วน	5	13.9
บริษัทจำกัด	26	72.2
รวม	36	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตน้ำตาลไม้จำนวน 36 โรงงาน ส่วนใหญ่มีรูปแบบการประกอบกิจการเป็นบริษัทจำกัดจำนวน 26 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมามีรูปแบบการประกอบกิจการเป็นเจ้าของคนเดียวจำนวน 5 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 13.9 และมีรูปแบบการประกอบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำนวน 5 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 13.9

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละลักษณะของผู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการผลิต

ระยะเวลาในการดำเนินการผลิต	จำนวน(โรงงาน)	ร้อยละ(%)
ต่ำกว่า 5 ปี	7	19.4
ระหว่าง 5-10 ปี	16	44.5
มากกว่า 10 ปี	13	36.1
รวม	36	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตน้ำตาลไม้จำนวน 36 โรงงาน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินการผลิตระหว่าง 5-10 ปี จำนวน 16 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมามีระยะเวลาในการดำเนินการผลิต มากกว่า 10 ปี จำนวน 13 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 36.1 และมีระยะเวลาในการดำเนินการผลิตต่ำกว่า 5 ปีจำนวน 7 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 19.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้โดยจำแนกตามปัญหาทั้ง 3 ด้าน

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตน้ำผลไม้จำนวน 36 คน จำแนกตามปัญหาทั้ง 4 ด้าน โดยวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมเป็นรายชื่อ รายองค์ประกอบของแต่ละด้านและรายด้าน ได้ผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์ประกอบปัญหาการวางแผนการผลิตของปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาการวางแผนการผลิตของปัญหาด้านการผลิต	N = 36		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. พยากรณ์ความต้องการบริโภคในอนาคตได้ยาก	3.67	0.676	มาก	3
2. วัตถุดิบ (ผลไม้สด) มีปริมาณไม่แน่นอนแต่ละฤดูกาล	3.69	0.557	มาก	4
3. ขาดการรวบรวมข้อมูลในตลาดเพื่อใช้ในการวางแผน	3.67	0.586	มาก	2
4. เมื่อมีแผนการผลิตแล้วบ่อยครั้งไม่สามารถดำเนินงานตามแผนได้	4.42	0.937	มาก	1
5. ขาดการจัดเรียงลำดับแผนงานในแต่ละขั้นการผลิต	2.97	1.000	ปานกลาง	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.48	0.815	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงาน องค์ประกอบปัญหาการวางแผนการผลิต ของปัญหาด้านการผลิตอยู่ในระดับปัญหามานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ เท่ากับ 3.48 และผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละข้อพบว่าไม่มีค่าไม่เกิน 1.000 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.815

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายชื่อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ปัญหาการวางแผนการผลิตของผู้ผลิตน้ำผลไม้มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับปัญหามาก โดยข้อที่มีปัญหามานมากที่สุดได้แก่ข้อ 4 ปัญหาคือ เมื่อมีแผนการผลิตแล้วบ่อยครั้งไม่สามารถดำเนินงานตามแผนได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ข้อ 3 ปัญหาคือขาดการรวบรวมข้อมูลในตลาดเพื่อใช้ในการวางแผน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ข้อ 1 ปัญหาคือพยากรณ์ความต้องการบริโภคในอนาคตได้ยากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ข้อ 2 ปัญหาคือวัตถุดิบ (ผลไม้สด) มีปริมาณไม่แน่นอนแต่ละฤดูกาลมีค่าเฉลี่ยเท่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กับ 3.69 และข้อที่มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง คือข้อ 5 ปัญหาคือขาดการจัดเรียงลำดับแผนงานในแต่ละขั้นการผลิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์ประกอบปัญหาการปฏิบัติการผลิตของปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาการปฏิบัติการผลิตของปัญหาด้านการผลิต	N = 36		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ขาดเทคโนโลยีรวมทั้งการวิจัยและพัฒนาสูตรผลิต	3.22	1.124	ปานกลาง	4
2. การชำรุดเสียหายของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต	3.22	0.959	ปานกลาง	3
3. ปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงาน	3.08	0.967	ปานกลาง	6
4. ปัญหาด้านกำลังการผลิตไม่เพียงพอ	2.44	0.695	ปานกลาง	7
5. มีต้นทุนการผลิตสูงทำให้ได้กำไรน้อยหรือขาดทุน	3.56	0.773	มาก	2
6. แหล่งวัตถุดิบ (ผลไม้สด) อยู่ห่างไกลจากโรงงานผลิต	3.19	1.037	ปานกลาง	5
7. ราคาวัตถุดิบ (ผลไม้สด) มีความผันผวนในแต่ละฤดู	3.94	0.532	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.24	0.997	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงาน องค์ประกอบปัญหาการปฏิบัติการผลิตของปัญหาด้านการผลิตอยู่ในระดับปัญหามานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ เท่ากับ 3.24 และผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละข้อพบว่าไม่มีค่าไม่เกิน 1.124 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.997

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ปัญหาการปฏิบัติการผลิตของผู้ผลิตน้ำผลไม้มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับปัญหามาก โดยข้อที่มีปัญหาในระดับปัญหามาก ได้แก่ข้อ 7 ปัญหาคือ ราคาวัตถุดิบ (ผลไม้สด) มีความผันผวนในแต่ละฤดู มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ข้อ 5 ปัญหาคือมีต้นทุนการผลิตสูงทำให้ได้กำไรน้อยหรือขาดทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และข้อที่มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ข้อ 2 ปัญหาคือ การชำรุดเสียหายของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 ข้อ 1 ปัญหาคือ ขาดเทคโนโลยีรวมทั้งการวิจัยและพัฒนาสูตรผลิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 ข้อ 6 ปัญหาคือ แหล่งวัตถุดิบ (ผลไม้สด) อยู่ห่างไกลจากโรงงานผลิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 ข้อ 3 ปัญหาคือ การขาดแคลนแรงงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และข้อ 4 ปัญหาคือ กำลังการผลิตไม่เพียงพอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์ประกอบปัญหาการควบคุมการผลิตของปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาการควบคุมการผลิตของปัญหาด้านการผลิต	N = 36		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. การควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานเดียวกันทุกครั้งที่วางจำหน่ายทำได้ยากโดยเฉพาะรสชาติและคุณภาพ	3.03	0.876	ปานกลาง	3
2. การควบคุมคุณภาพของผลไม้สดที่ใช้ในการผลิตจากเกษตรกร	3.42	0.770	ปานกลาง	1
3. มีของเสียในกระบวนการผลิตทั้งในส่วนของวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป	2.89	0.747	ปานกลาง	4
4. ปริมาณและคุณภาพในการผลิตไม่คงที่สม่ำเสมอเนื่องจากใช้แรงงานคนมากกว่าเครื่องจักร	3.08	0.847	ปานกลาง	2
5. การควบคุมคุณภาพแต่ละขั้นตอนของการผลิต	2.47	0.774	น้อย	5
ค่าเฉลี่ยรวม	2.98	0.858	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงาน องค์ประกอบปัญหาการควบคุมการผลิตของปัญหาด้านการผลิตอยู่ในระดับปัญหাপานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ เท่ากับ 2.98 และผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละข้อพบว่าไม่เกิน 0.878 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.858

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ปัญหาการควบคุมการผลิตของผู้ผลิตน้ำผลไม้มีปัญหาอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปัญหাপานกลาง โดยข้อที่มีปัญหาในระดับปัญหাপานกลาง ได้แก่ข้อ 2 ปัญหาคือ การควบคุมคุณภาพของผลไม้สดที่ใช้ในการผลิตจากเกษตรกรได้ทำได้ยาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ข้อ 4 ปัญหาคือปริมาณและคุณภาพในการผลิตไม่คงที่สม่ำเสมอเนื่องจากใช้แรงงานคนมากกว่าเครื่องจักรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 ข้อ 1 ปัญหาคือ การควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานเดียวกันทุกครั้งที่วางจำหน่ายทำได้ยากโดยเฉพาะรสชาติและคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 ข้อ 3 ปัญหาคือมีของเสียในกระบวนการผลิตมากทั้งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 และข้อที่มีปัญหาอยู่ในระดับน้อย คือข้อ 5 ปัญหาคือ ขาดการควบคุมคุณภาพแต่ละขั้นตอนของการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.47

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์ประกอบปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลังของปัญหาด้านการผลิต

ปัญหการควบคุมสินค้าคงคลังของปัญหาด้านการผลิต	N = 36		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. มีปัญหาการเก็บน้ำผลไม้ได้ในระยะเวลาสั้นเพราะขาดเทคโนโลยีทันสมัย	2.83	0.845	ปานกลาง	4
2. มีปัญหาค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาทั้งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปที่ค่อนข้างสูง	3.28	0.779	ปานกลาง	2
3. ขาดแคลนวัตถุดิบ (ผลไม้สด) ในบางช่วงของฤดูกาล	3.56	0.695	มาก	1
4. สินค้าคงคลังสำเร็จรูป (น้ำผลไม้) มีปริมาณไม่เหมาะสมเนื่องจากมีมากหรือมีน้อยเกินไป	3.11	0.747	ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.19	0.805	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงาน องค์ประกอบปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลังของปัญหาด้านการผลิตอยู่ในระดับปัญหามานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ เท่ากับ 3.19 และผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละข้อพบว่าไม่มีค่าไม่เกิน 0.845 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.805

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลังของผู้ผลิตน้ำผลไม้มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับปัญหามาก โดยข้อที่มีปัญหาในระดับปัญหามาก คือ ข้อ 3 ปัญหาคือ ขาดแคลนวัตถุดิบ (ผลไม้สด) ในบางช่วงของฤดูกาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และข้อที่มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อ 2 ปัญหาคือ มีปัญหาค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาทั้งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปที่ค่อนข้างสูงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ข้อ 4 ปัญหาคือ สินค้าคงคลังสำเร็จรูป (น้ำผลไม้) มีปริมาณไม่เหมาะสม เนื่องจากมีมากหรือมีน้อยเกินไปมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 และข้อ 1 ปัญหาคือ มีปัญหาการเก็บน้ำผลไม้ได้ในระยะเวลาสั้นเพราะขาดเทคโนโลยีทันสมัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83

ตารางที่ 4.13 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์ประกอบของปัญหาต่างๆ 4 ด้าน ของปัญหาด้านการผลิตในภาพรวม

องค์ประกอบต่าง ๆ ของปัญหาด้านการผลิต	N = 36		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ปัญหาการวางแผนการผลิต	3.48	0.815	ปานกลาง	1
2. ปัญหาการปฏิบัติการผลิต	3.24	0.977	ปานกลาง	2
3. ปัญหาการควบคุมการผลิต	2.98	0.858	ปานกลาง	4
4. ปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลัง	3.19	0.805	ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ยของทุกองค์ประกอบ	3.23	0.896	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงานด้านการผลิตโดยรวมอยู่ในระดับปัญหามานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านเท่ากับ 3.23 และผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละองค์ประกอบพบว่าไม่เกิน 0.845 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.805

และเมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานด้านการผลิต ในแต่ละองค์ประกอบเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้มีปัญหาในองค์ประกอบของปัญหาการวางแผนการผลิต เป็นลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ลำดับที่ 2 ได้แก่ องค์ประกอบของปัญหาการปฏิบัติการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 ลำดับที่ 3 ได้แก่ องค์ประกอบของปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลังมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 และลำดับสุดท้ายได้แก่องค์ประกอบของปัญหาการควบคุมการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์ประกอบปัญหาการคาดการณ์ความต้องการเงินทุนของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน

ปัญหาการคาดการณ์ความต้องการเงินทุนของ ปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน	N = 36		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ไม่ทราบทิศทางการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม	3.03	0.696	ปานกลาง	1
2. ขาดการวางแผนทางการเงินหรือการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า	3.03	0.810	ปานกลาง	2
3. ไม่ใช้มืออาชีพในการวางแผนทางการเงิน	2.92	0.841	ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ยรวม	2.99	0.779	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงาน องค์ประกอบปัญหาการคาดการณ์ความต้องการเงินทุนของปัญหาด้านการบัญชีและการเงินอยู่ในระดับปัญหามานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ เท่ากับ 2.99 และผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละข้อพบว่ามีความไม่เกิน 0.841 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.779

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ปัญหาการคาดการณ์ความต้องการเงินทุนของผู้ผลิตน้ำผลไม้มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยพบว่าข้อ 1 ผู้ผลิตน้ำผลไม้มีปัญหาไม่ทราบทิศทางการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมผลิต เป็นลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 ลำดับที่ 2 คือข้อ 2 ปัญหาคือ ขาดการวางแผนทางการเงินหรือการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 และลำดับที่ 3 คือข้อ 3 ปัญหาคือ ไม่ใช้มืออาชีพในการวางแผนทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์กรประกอบปัญหาการจัดการจัดหาเงินทุนของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน

ปัญหาการจัดการจัดหาเงินทุนของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน	N = 36		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ขาดแหล่งเงินทุนที่จะให้การสนับสนุนการดำเนินงาน	3.17	1.028	ปานกลาง	3
2. ต้นทุนของเงินทุน (อัตราดอกเบี้ย) อยู่ในระดับสูง	3.19	0.856	ปานกลาง	2
3. ธุรกิจระดมเงินทุนได้ยากเนื่องจากมีความเสี่ยงสูง	3.19	0.786	ปานกลาง	1
4. เงินทุนส่วนใหญ่เป็นการก่อกำหนักระยะสั้นก่อให้เกิดปัญหาด้านสภาพคล่อง	3.08	0.906	ปานกลาง	4
5. มีหนี้ต่างประเทศในระดับสูงก่อให้เกิดความเสี่ยงของอัตราแลกเปลี่ยนในการใช้คืน	1.78	0.760	น้อย	5
ค่าเฉลี่ยรวม	2.88	1.026	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงาน องค์กรประกอบปัญหาการจัดการจัดหาเงินทุนของปัญหาด้านการบัญชีและการเงินอยู่ในระดับปัญหามานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ เท่ากับ 2.88 และผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละข้อพบว่าไม่มีค่าไม่เกิน 1.028 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 1.026

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ปัญหาการจัดการจัดหาเงินทุนของผู้ผลิตน้ำผลไม้มีปัญหาอยู่ในระดับน้อยถึงระดับปัญหามานกลาง โดยข้อที่มีปัญหามานกลาง ได้แก่ข้อ 3 ปัญหาคือ ธุรกิจระดมเงินทุนได้ยากเนื่องจากมีความเสี่ยงสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 ข้อ 2 ปัญหาคือ ต้นทุนของเงินทุน (อัตราดอกเบี้ย) อยู่ในระดับสูงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 ข้อ 1 ปัญหาคือ ขาดแหล่งเงินทุนที่จะให้การสนับสนุนการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ข้อ 4 ปัญหาคือ เงินทุนส่วนใหญ่เป็นการก่อกำหนักระยะสั้นก่อให้เกิดปัญหาด้านสภาพคล่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และข้อที่มีปัญหาอยู่ในระดับน้อย คือข้อ 5 ปัญหาคือ มีหนี้ต่างประเทศในระดับสูงก่อให้เกิดความเสี่ยงของอัตราแลกเปลี่ยนในการใช้คืนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.78

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์กรประกอบปัญหาการจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน

ปัญหาการการสรรเงินทุนไปในธุรกิจของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน	N=36		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. รายได้และยอดขายของธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	3.26	0.732	ปานกลาง	3
2. ความสามารถในการทำกำไรอยู่ในระดับต่ำ	3.50	0.697	มาก	1
3. มีลูกหนี้ค้างชำระเป็นจำนวนมากทำให้หนี้สงสัยจะสูญเพิ่มขึ้น	2.91	0.853	ปานกลาง	5
4. ขาดความสามารถในการชำระหนี้ตามที่กำหนด	3.28	0.914	ปานกลาง	2
5. ขาดสภาพคล่องของกระแสเงินสดหมุนเวียน	3.22	0.832	ปานกลาง	4
6. การบันทึกบัญชีไม่รัดกุมเท่าที่ควร	2.56	1.027	ปานกลาง	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.12	0.893	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงาน องค์กรประกอบการจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจของปัญหาด้านการบัญชีและการเงินอยู่ในระดับปัญหามานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ เท่ากับ 3.12 และผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนัก โดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละข้อพบว่าไม่มีค่าไม่เกิน 1.027 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.893

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ปัญหาการจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจของผู้ผลิตน้ำผลไม้มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับปัญหามาก โดยข้อที่มีปัญหาในระดับปัญหามาก คือ ข้อ 2 ปัญหาคือ ความสามารถในการทำกำไรอยู่ในระดับต่ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และข้อที่มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อ 4 ปัญหาคือ ขาดความสามารถในการชำระหนี้ตามที่กำหนดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ข้อ 1 ปัญหาคือ รายได้และยอดขายของธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ข้อ 5 ปัญหาคือ ขาดสภาพคล่องของกระแสเงินสดหมุนเวียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 ข้อ 3 ปัญหาคือ มีลูกหนี้ค้างชำระเป็นจำนวนมากทำให้หนี้สงสัยจะสูญเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 และข้อ 6 ปัญหาคือ การบันทึกบัญชีไม่รัดกุมเท่าที่ควร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56

ตารางที่ 4.17 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์ประกอบของปัญหาต่างๆ 3 ด้าน ของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน ในภาพรวม

องค์ประกอบต่าง ๆ ของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน	N=36		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ปัญหาการคาดการณถึงความต้องการเงินทุน	2.99	0.779	ปานกลาง	2
2. ปัญหาการจัดหาเงินทุน	2.88	1.026	ปานกลาง	3
3. ปัญหาการจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ	3.12	0.893	ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยของทุกองค์ประกอบ	3.01	0.925	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงานด้านการบัญชีและการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับปัญหามานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุก องค์ประกอบทั้ง 3 ด้านเท่ากับ 3.01 และผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละองค์ประกอบพบว่ามีค่าไม่เกิน 1.026 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.925

และเมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานด้านการบัญชีและการเงิน ในแต่ละองค์ประกอบเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้มีปัญหาในองค์ประกอบของปัญหาการจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจปีนลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ลำดับที่ 2 ได้แก่ องค์ประกอบของปัญหาการคาดการณถึงความต้องการเงินทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 และลำดับสุดท้ายได้แก่องค์ประกอบของปัญหาการจัดหาเงินทุนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์ประกอบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของปัญหาด้านการตลาด	N=36		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ไม่เป็นที่นิยมเพราะคนไทยนิยมบริโภคผลไม้สด	3.72	0.615	มาก	1
2. มาตรฐานไม่คงที่ทุกครั้งที่จัดจำหน่ายเพราะผลไม้มีแหล่งกำเนิด และฤดูกาลที่แตกต่างกัน	3.22	0.722	ปานกลาง	3
3. ขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	3.42	0.604	ปานกลาง	2
4. เก็บรักษาได้ไม่นานเท่าที่ควร	2.67	0.717	ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.26	0.809	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงาน องค์ประกอบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของปัญหาด้านการตลาดอยู่ในระดับปัญหามานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ เท่ากับ 3.26 และผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละข้อพบว่าไม่เกิน 0.717 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.809

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตน้ำผลไม้มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับปัญหามาก โดยข้อที่มีปัญหาในระดับปัญหามาก คือ ข้อ 1 ปัญหาคือ ไม่เป็นที่นิยมเพราะคนไทยนิยมบริโภคผลไม้สด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และข้อที่มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อ 3 ปัญหาคือ ขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ข้อ 2 ปัญหาคือ มาตรฐานไม่คงที่ทุกครั้งที่จัดจำหน่ายเพราะผลไม้มีแหล่งกำเนิด และฤดูกาลที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และข้อ 4 ปัญหาคือ เก็บรักษาได้ไม่นานเท่าที่ควรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์ประกอบปัญหาด้านราคาของปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาด้านราคาของปัญหาด้านการตลาด	N=36		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ราคาสูงกว่าเครื่องดื่มประเภทอื่นเช่นนมหรือน้ำอัดลม	3.47	0.910	ปานกลาง	4
2. ถูกแข่งขันโดยการตัดราคาขาย	3.67	0.756	มาก	2
3. ปรับราคาขายได้ยากเมื่อต้นทุนโดยเฉพาะผลไม้สดมีราคาสูงขึ้น	3.75	0.649	มาก	1
4. ประสบปัญหาในการตั้งราคาไม่มีความเหมาะสมเพื่อจูงใจผู้ซื้อ	3.50	0.737	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.60	0.769	มาก	

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยมีปัญหาค่าดำเนินงาน องค์ประกอบปัญหาด้านราคาของปัญหาด้านการตลาดอยู่ในระดับปัญหามาก ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ เท่ากับ 3.60 และผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละข้อพบว่ามีค่าไม่เกิน 0.910 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.769

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ปัญหาด้านราคาของผู้ผลิตน้ำผลไม้มีปัญหอยู่ในระดับปานกลาง ถึงระดับปัญหามาก โดยข้อที่มีปัญหาในระดับปัญหามาก ได้แก่ข้อ 3 ปัญหาคือ ปรับราคาขายได้ยากเมื่อต้นทุนโดยเฉพาะผลไม้สดมีราคาสูงขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ข้อ 2 ปัญหาคือถูกแข่งขันโดยการตัดราคาขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ข้อ 3 ปัญหาคือประสบปัญหาในการตั้งราคาไม่มีความเหมาะสมเพื่อจูงใจผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และข้อที่มีปัญหอยู่ในระดับปานกลาง คือข้อ 1 ปัญหาคือราคาสูงกว่าเครื่องดื่มประเภทอื่นเช่นนมหรือน้ำอัดลมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์ประกอบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของปัญหาด้านการตลาด	N = 36		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. มีการกระจายสินค้าในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับเครื่องดื่มประเภทอื่นที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายกว่า เช่น นม	3.76	0.841	มาก	1
2. ผู้ผลิตท้องถิ่นซึ่งไม่ได้ขึ้นทะเบียนกับกรมการค้าแข่งขันแบ่งผู้บริโภคไป	3.03	1.056	ปานกลาง	4
3. มีการกีดกันการค้าในตลาดต่างประเทศ (N=19)	3.37	1.012	ปานกลาง	2
4. ขาดผู้กระจายสินค้า	3.28	1.059	ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.35	1.020	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.20 พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงาน องค์ประกอบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของปัญหาด้านการตลาดอยู่ในระดับปัญหามานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ เท่ากับ 3.35 และผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนัก โดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละข้อพบว่าไม่มีค่าไม่เกิน 1.059 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 1.020

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของผู้ผลิตน้ำผลไม้ไม่มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับปัญหามาก โดยข้อที่มีปัญหาในระดับปัญหามาก คือ ข้อ 1 ปัญหาคือ มีการกระจายสินค้าในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับเครื่องดื่มประเภทอื่นที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายกว่า เช่น นม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และข้อที่มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อ 3 ปัญหาคือ มีการกีดกันการค้าในตลาดต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ข้อ 4 ปัญหาคือ ขาดผู้กระจายสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และข้อ 2 ปัญหาคือ ผู้ผลิตท้องถิ่นซึ่งไม่ได้ขึ้นทะเบียนกับกรมการค้าแข่งขันแบ่งผู้บริโภคไปมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ องค์ประกอบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของปัญหาด้านการตลาด	N=36		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ขาดการทำแผนส่งเสริมการขายไว้ล่วงหน้า	3.47	0.736	ปานกลาง	3
2. ยอดขายไม่ได้เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เมื่อมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด	3.50	0.609	มาก	2
3. ผู้บริโภคยังสับสนในการแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ทำให้ส่งเสริมการตลาดได้ลำบาก	3.22	0.722	ปานกลาง	4
4. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีน้อยกว่าเครื่องดื่มประเภทอื่น เช่น นม หรือน้ำอัดลม	3.61	0.871	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.45	0.746	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.21 พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงาน องค์ประกอบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของปัญหาด้านการตลาดอยู่ในระดับปัญหามานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อ เท่ากับ 3.45 และผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละข้อพบว่าไม่มีค่าไม่เกิน 0.871 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.746

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ผลิตน้ำผลไม้มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับปัญหามาก โดยข้อที่มีปัญหาในระดับปัญหามาก ได้แก่ ข้อ 4 ปัญหาคือ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีน้อยกว่าเครื่องดื่มประเภทอื่น เช่น นม หรือน้ำอัดลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ข้อ 2 ปัญหาคือยอดขายไม่ได้เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เมื่อมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และข้อที่มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อ 1 ปัญหาคือ ขาดการทำแผนส่งเสริมการขายไว้ล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และข้อ 2 ปัญหาคือ ผู้บริโภคยังสับสนในการแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ทำให้ส่งเสริมการตลาดได้ลำบากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.22 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์ประกอบของปัญหาต่างๆ 4 ด้าน ของปัญหาด้านการตลาดในภาพรวม

องค์ประกอบต่าง ๆ ของปัญหาด้านการตลาด	N=36		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	3.26	0.809	ปานกลาง	4
2. ปัญหาด้านราคา	3.60	0.769	มาก	1
3. ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	3.35	1.020	ปานกลาง	3
4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	3.45	0.746	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยของทุกองค์ประกอบ	3.41	0.844	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงานด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปัญหามานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านเท่ากับ 3.41 และผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละรายมีระดับปัญหาไม่แตกต่างกันมากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละองค์ประกอบพบว่าไม่เกิน 1.020 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.844

และเมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานด้านการตลาด ในแต่ละองค์ประกอบเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้มีปัญหาในองค์ประกอบของปัญหาด้านราคา เป็นลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ลำดับที่ 2 ได้แก่ องค์ประกอบของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ลำดับที่ 3 ได้แก่ องค์ประกอบของปัญหาด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และลำดับสุดท้ายได้แก่องค์ประกอบของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

ตารางที่ 4.23 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้แต่ละด้านทั้ง 3 ด้าน ในภาพรวม

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้	N = 36		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ปัญหาด้านการผลิต	3.23	0.896	ปานกลาง	2
2. ปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน	3.01	0.925	ปานกลาง	3
3. ปัญหาด้านการตลาด	3.41	0.844	ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยของทุกด้าน	3.22	0.902	ปานกลาง	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทยมี ปัญหาการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาปานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุก ด้านทั้ง 3 ด้านเท่ากับ 3.22 และผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละรายมีระดับปัญหาในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน มากนักโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละด้านพบว่ามีค่าไม่เกิน 0.925 และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.902

และเมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ ในแต่ละด้าน เรียงตามลำดับค่า เฉลี่ย พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้มีปัญหาในด้านการตลาด เป็นลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ลำดับที่ 2 ได้แก่ ปัญหาในด้านการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 และลำดับสุดท้ายได้แก่ ปัญหาในด้านการบัญชี และการเงินค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01

4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการ ดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ที่มีลักษณะของผู้ผลิตแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตน้ำผลไม้ ที่มีลักษณะของผู้ผลิตแตกต่างกัน ซึ่งประกอบไปด้วยขนาดของเงินลงทุน 3 กลุ่มได้แก่ ขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท ขนาดของเงินลงทุนระหว่าง 50 – 200 ล้านบาท และขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาทขึ้นไป รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ 3 กลุ่มได้แก่ เจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน และบริษัทจำกัด และระยะเวลาในการดำเนินงานของผู้ผลิต 3 กลุ่มได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำกว่า 5 ปี ระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 5 – 10 ปี และระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 10 ปี โดยได้นำมาแสดงไว้ในตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามลักษณะของผู้ผลิต

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ แต่ละองค์ประกอบและแต่ละด้าน	ขนาดของเงินลงทุน		รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ		ระยะเวลาในการดำเนินงาน	
	F	p	F	p	F	p
ด้านการผลิต	11.637	0.000*	3.123	0.057	6.696	0.004*
การวางแผนการผลิต	4.253	0.023*	4.061	0.026*	5.096	0.016*
การปฏิบัติการผลิต	10.795	0.000*	2.617	0.088	8.379	0.001*
การควบคุมการผลิต	4.344	0.021*	0.622	0.543	2.874	0.071
การควบคุมสินค้าคงคลัง	10.013	0.000*	1.895	0.166	3.923	0.030*
ด้านการบัญชีและการเงิน	7.314	0.002*	2.717	0.081	2.219	0.125
การคาดการณ์ถึงความต้องการของเงินทุน	7.722	0.002*	5.320	0.010*	1.957	0.157
การจัดหาเงินทุน	5.965	0.006*	2.329	0.113	3.752	0.034*
การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ	3.704	0.035*	1.293	0.288	0.763	0.474
ด้านการตลาด	9.097	0.001*	0.748	0.481	4.036	0.027*
ผลิตภัณฑ์	7.612	0.002*	1.260	0.297	3.123	0.057
ราคา	8.293	0.001*	0.049	0.953	1.108	0.342
การจัดจำหน่าย	12.146	0.000*	1.291	0.288	8.354	0.001*
การส่งเสริมการตลาด	8.311	0.001*	0.673	0.517	2.590	0.090
รวม	9.205	0.001*	2.610	0.089	4.042	0.027*

* ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่าโดยภาพรวมแล้ว ผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยที่มีขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกันจะมีปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมที่แตกต่างกัน และเมื่อมีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน จะมีปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมที่แตกต่างกัน แต่ผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน

และเมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในแต่ละด้าน พบว่าในด้านการผลิต ผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยที่มีขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกัน และมีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน จะมีปัญหาในการดำเนินงานในด้านการผลิตที่แตกต่างกัน แต่ผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานในด้านการผลิตที่ไม่แตกต่างกัน ในด้านการบัญชีและการเงิน ผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยที่มีขนาดเงินลงทุน

ทุนที่แตกต่างกัน และมีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน จะมีปัญหาในการดำเนินงานในด้านการบัญชีและการเงินที่แตกต่างกัน แต่ผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานในด้านการบัญชีและการเงินที่ไม่แตกต่างกัน และในด้านการตลาด ผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยที่มีขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกัน และมีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน จะมีปัญหาในการดำเนินงานในด้านการตลาดที่แตกต่างกัน แต่ผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานในด้านการตลาดที่ไม่แตกต่างกัน

4.3.1 ผลเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยที่มีขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกัน

H_0 = ขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกันมีระดับปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน

H_1 = ขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกันมีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (จากตารางที่ 4.24) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ 3 กลุ่มคือ ขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท ขนาดของเงินลงทุนระหว่าง 50 – 200 ล้านบาท และขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าค่า p ของการทดสอบความแตกต่างระหว่างผู้ผลิตน้ำผลไม้ 3 กลุ่มของค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานโดยรวม มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในทุกด้านแตกต่างกัน

เมื่อแยกพิจารณาในองค์ประกอบของแต่ละด้าน พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในทุกองค์ประกอบของแต่ละด้านแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นของผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละกลุ่มขนาดเงินลงทุนเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงาน โดยทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ผลการทดสอบเฉพาะที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญแสดงไว้ในตารางที่ 4.25 ดังนี้

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีขนาดเงินลงทุนต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละองค์ประกอบและแต่ละด้าน	ขนาดเงินลงทุน	\bar{X}	กลุ่มที่	1	2	3
ด้านการผลิต	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.48	1	-	0.000*	0.004*
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	2.93	2	-	-	0.497
	มากกว่า 200 ล้านบาท	3.03	3	-	-	-
การวางแผนการผลิต	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.67	1	-	0.009*	0.095
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	3.25	2	-	-	0.536
	มากกว่า 200 ล้านบาท	3.37	3	-	-	-
การปฏิบัติการผลิต	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.52	1	-	0.000*	0.091
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	2.79	2	-	-	0.047*
	มากกว่า 200 ล้านบาท	3.20	3	-	-	-
การควบคุมการผลิต	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.21	1	-	0.045*	0.021*
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	2.82	2	-	-	0.432
	มากกว่า 200 ล้านบาท	2.63	3	-	-	-
การควบคุมสินค้าคงคลัง	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.53	1	-	0.001*	0.001*
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	2.89	2	-	-	0.766
	มากกว่า 200 ล้านบาท	2.82	3	-	-	-
ด้านการบัญชีและการเงิน	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.30	1	-	0.001*	0.080
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	2.60	2	-	-	0.194
	มากกว่า 200 ล้านบาท	2.91	3	-	-	-
การคาดการณ์ถึงความต้องการของเงินทุน	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.35	1	-	0.001*	0.009*
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	2.61	2	-	-	0.822
	มากกว่า 200 ล้านบาท	2.67	3	-	-	-
การจัดหาเงินทุน	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.19	1	-	0.002*	0.273
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	2.38	2	-	-	0.097
	มากกว่า 200 ล้านบาท	2.89	3	-	-	-
การจัดสรรค้เงินทุนไปในธุรกิจ	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.36	1	-	0.011*	0.226
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	2.77	2	-	-	0.326
	มากกว่า 200 ล้านบาท	3.05	3	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละองค์ประกอบและแต่ละด้าน	ขนาดเงินลงทุน	\bar{X}	กลุ่มที่	1	2	3
ด้านการตลาด	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.58	1	-	0.405	0.000*
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	3.47	2	-	-	0.003
	มากกว่า 200 ล้านบาท	2.94	3	-	-	-
ผลิตภัณฑ์	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.51	1	-	0.019*	0.001*
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	3.11	2	-	-	0.164
	มากกว่า 200 ล้านบาท	2.82	3	-	-	-
ราคา	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.40	1	-	0.001*	0.825
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	4.07	2	-	-	0.003*
	มากกว่า 200 ล้านบาท	3.36	3	-	-	-
การจัดจำหน่าย	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.87	1	-	0.001*	0.000*
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	3.00	2	-	-	0.396
	มากกว่า 200 ล้านบาท	2.75	3	-	-	-
การส่งเสริมการตลาด	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.58	1	-	0.764	0.001*
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	3.64	2	-	-	0.001*
	มากกว่า 200 ล้านบาท	2.81	3	-	-	-
รวม	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.45	1	-	0.001*	0.002*
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	3.00	2	-	-	0.812
	มากกว่า 200 ล้านบาท	2.96	3	-	-	-

* ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่าในภาพรวมระดับปัญหาการดำเนินงานที่ขนาดเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีระดับปัญหาในการดำเนินงานมากกว่าขนาดเงินลงทุนอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ขนาดเงินลงทุนอื่นๆ มีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละด้านของการดำเนินงานพบว่า ด้านการผลิตระดับปัญหาการดำเนินงานที่ขนาดเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีระดับปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากขนาดเงินลงทุนอื่นๆ ในขณะที่ขนาดเงินลงทุนอื่นๆ มีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน ด้านบัญชีและการเงินพบว่าระดับปัญหาการดำเนินงานที่ขนาดเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีระดับปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากขนาดเงินลงทุนระหว่าง 50 – 200 ล้านบาท ในขณะที่ขนาดเงินลงทุนอื่นๆ มีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน และด้านการตลาดพบว่า

ระดับปัญหาการดำเนินงานที่ขนาดเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีระดับปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากขนาดเงินลงทุนที่มากกว่า 200 ล้านบาท ในขณะที่ขนาดเงินลงทุนอื่นๆ มีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบของปัญหาการดำเนินงานในแต่ละด้านพบว่าองค์ประกอบปัญหาการวางแผนการผลิต การจัดหาเงินทุน และการจัดสรรค้เงินทุนไปในธุรกิจ ที่ขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีระดับปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากขนาดเงินลงทุนระหว่าง 50 - 200 ล้านบาท ในขณะที่ขนาดเงินลงทุนอื่นๆ มีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน องค์ประกอบปัญหาการปฏิบัติการผลิต และราคาที่มีขนาดเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีระดับปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากขนาดเงินลงทุนระหว่าง 50 - 200 ล้านบาท และขนาดเงินลงทุนระหว่าง 50 - 200 ล้านบาท มีระดับปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากขนาดเงินลงทุนที่มากกว่า 200 ล้านบาท ในขณะที่ขนาดเงินลงทุนอื่นๆ มีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน องค์ประกอบปัญหาการควบคุมการผลิต การควบคุมสินค้าคงคลัง การคาดการณ์ถึงความต้องการของเงินทุน ผลิตภัณฑ์ และการจัดจำหน่าย ที่ขนาดเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีระดับปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากขนาดเงินลงทุนอื่นๆ ในขณะที่ขนาดเงินลงทุนอื่นๆ มีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน และองค์ประกอบปัญหาการส่งเสริมการตลาดที่มีขนาดเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท มีระดับปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากขนาดเงินลงทุนอื่นๆ ในขณะที่ขนาดเงินลงทุนอื่นๆ มีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน

4.3.2 ผลเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกัน

H_0 = รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันมีระดับปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน

H_1 = รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันมีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (จากตารางที่ 4.24) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ 3 กลุ่มคือ เจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน และบริษัทจำกัดพบว่า ค่า p ของการทดสอบความแตกต่างระหว่างผู้ผลิตน้ำผลไม้ 3 กลุ่มของค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานโดยรวม มีค่ามากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

เมื่อแยกพิจารณาในองค์ประกอบของแต่ละด้าน พบว่าโดยส่วนใหญ่ผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในองค์ประกอบของแต่ละด้าน ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นเพียงองค์ประกอบปัญหาการวางแผนการผลิตของปัญหาด้านการผลิต และองค์ประกอบปัญหาการคาดการณ์ถึงความต้องการของเงินทุนของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน ที่รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในองค์ประกอบนั้นแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นของผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละกลุ่มรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานโดยทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ผลการทดสอบเฉพาะที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญแสดงไว้ในตารางที่ 4.26 ดังนี้

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละองค์ประกอบ	รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ	\bar{X}	กลุ่มที่	1	2	3
การวางแผนการผลิต	เจ้าของคนเดียว	3.76	1	-	0.872	0.047*
	ห้างหุ้นส่วน	3.80	2	-	-	0.030*
	บริษัทจำกัด	3.37	3	-	-	-
การคาดการณ์ถึงความต้องการของเงินทุน	เจ้าของคนเดียว	3.53	1	-	0.857	0.014*
	ห้างหุ้นส่วน	3.47	2	-	-	0.024*
	บริษัทจำกัด	2.80	3	-	-	-

* ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่าองค์ประกอบปัญหาการวางแผนการผลิตในด้านการผลิต และการคาดการณ์ถึงความต้องการของเงินทุนในด้านการเงินและการบัญชี ที่เป็นบริษัทจำกัดมีระดับปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจอื่นๆ ในขณะที่รูปแบบความเป็นเจ้าของแบบเจ้าของคนเดียว และห้างหุ้นส่วนมีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน

4.3.3 ผลเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

H_0 = ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีระดับปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน

H_1 = ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (จากตารางที่ 4.24) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ 3 กลุ่มคือ ระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำกว่า 5 ปี ระหว่าง 5 – 10 ปี และมากกว่า 10 ปี พบว่าค่า p ของการทดสอบความแตกต่างระหว่างผู้ผลิตน้ำผลไม้ 3 กลุ่มของค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานโดยรวม มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีปัญหาการดำเนินงานในด้านการผลิตและด้านการตลาดแตกต่างกัน ยกเว้นเพียงการดำเนินงานในด้านบัญชีและการเงินที่มีปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อแยกพิจารณาในองค์ประกอบของแต่ละด้าน พบว่าในด้านการผลิตผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในองค์ประกอบ การวางแผนการผลิต การปฏิบัติการผลิต และการควบคุมสินค้าคงคลังแตกต่างกัน ในด้านบัญชีและการเงิน ผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในองค์ประกอบ การจัดหาเงินทุนแตกต่างกัน และในด้านการตลาดผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในองค์ประกอบ การจัดทำหน่วยแตกต่างกัน นอกนั้นในองค์ประกอบอื่น ๆ การมีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่ต่างกัน

เมื่อพิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นของผู้ผลิตน้ำผลไม้แต่ละกลุ่มของระยะเวลาในการดำเนินงานเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานโดยทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ผลการทดสอบเฉพาะที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญแสดงไว้ในตารางที่ 4.27 ดังนี้

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ปัญหาการดำเนินงานแต่ละองค์ประกอบและแต่ละด้าน	ระยะเวลาในการดำเนินงาน	\bar{X}	กลุ่มที่	1	2	3
ด้านการผลิต	น้อยกว่า 5 ปี	3.64	1	-	0.011*	0.001*
	ระหว่าง 5 - 10 ปี	3.20	2	-	-	0.196
	มากกว่า 10 ปี	3.03	3	-	-	-
การวางแผนการผลิต	น้อยกว่า 5 ปี	3.89	1	-	0.011*	0.004*
	ระหว่าง 5 - 10 ปี	3.42	2	-	-	0.545
	มากกว่า 10 ปี	3.34	3	-	-	-
การปฏิบัติการผลิต	น้อยกว่า 5 ปี	3.84	1	-	0.000*	0.001*
	ระหว่าง 5 - 10 ปี	3.08	2	-	-	0.856
	มากกว่า 10 ปี	3.11	3	-	-	-
การควบคุมสินค้าคงคลัง	น้อยกว่า 5 ปี	3.46	1	-	0.560	0.021*
	ระหว่าง 5 - 10 ปี	3.33	2	-	-	0.026*
	มากกว่า 10 ปี	2.89	3	-	-	-
ด้านการบัญชีและการเงิน	-	-	-	-	-	-
การจัดหาเงินทุน	น้อยกว่า 5 ปี	3.46	1	-	0.010*	0.051
	ระหว่าง 5 - 10 ปี	2.66	2	-	-	0.450
	มากกว่า 10 ปี	2.85	3	-	-	-
ด้านการตลาด	น้อยกว่า 5 ปี	3.55	1	-	0.933	0.049*
	ระหว่าง 5 - 10 ปี	3.56	2	-	-	0.012*
	มากกว่า 10 ปี	3.18	3	-	-	-
การจัดจำหน่าย	น้อยกว่า 5 ปี	3.91	1	-	0.342	0.001*
	ระหว่าง 5 - 10 ปี	3.62	2	-	-	0.002*
	มากกว่า 10 ปี	2.82	3	-	-	-
รวม	น้อยกว่า 5 ปี	3.53	1	-	0.084	0.008*
	ระหว่าง 5 - 10 ปี	3.23	2	-	-	0.170
	มากกว่า 10 ปี	3.04	3	-	-	-

* ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.27 พบว่าในภาพรวมระดับปัญหาการดำเนินงานที่ระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีระดับปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 10 ปี ในขณะที่ระยะเวลาในการดำเนินงานอื่นๆ มีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละด้านของการดำเนินงานพบว่า ด้านการผลิตระดับปัญหาการดำเนินงานที่ระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีระดับปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากระยะเวลาในการดำเนินงานอื่นๆ ในขณะที่ระยะเวลาในการดำเนินงานอื่นๆ มีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน ด้านการตลาดพบว่าระดับปัญหาการดำเนินงานที่ระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 10 ปี มีระดับปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากระยะเวลาในการดำเนินงานอื่นๆ ในขณะที่ระยะเวลาในการดำเนินงานอื่นๆ มีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบของปัญหาการดำเนินงานในแต่ละด้านพบว่าองค์ประกอบปัญหาการวางแผนการผลิต และการปฏิบัติการผลิต ที่ระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีระดับปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากระยะเวลาในการดำเนินงานอื่นๆ ในขณะที่ระยะเวลาในการดำเนินงานอื่นๆ มีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน องค์ประกอบปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลัง และการจัดจำหน่าย ที่ระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 10 ปี มีระดับปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากระยะเวลาในการดำเนินงานอื่นๆ ในขณะที่ระยะเวลาในการดำเนินงานอื่นๆ มีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน และองค์ประกอบปัญหาการจัดการจัดหาเงินทุน ที่ระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีระดับปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 5 – 10 ปี ในขณะที่ระยะเวลาในการดำเนินงานอื่นๆ มีระดับปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน

4.4 ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาอื่นๆ จากการดำเนินงานในแต่ละด้านที่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ประสบอยู่และต้องการให้รัฐบาลช่วยแก้ไข จากแบบสอบถามตอนที่ 3

จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ซึ่งเป็นการสอบถามเกี่ยวกับปัญหาอื่นๆ จากการดำเนินงานในแต่ละด้านที่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ประสบอยู่และต้องการให้รัฐบาลช่วยแก้ไข ซึ่งได้รวบรวมความคิดเห็นที่ใกล้เคียงกันไว้ในกลุ่มเดียวกันดังนี้

ปัญหาด้านการผลิต

1. วัตถุดิบที่นำมาผลิตน้ำผลไม้ยังไม่ดีไกลมาก ทำให้มีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูงขึ้น
2. ขาดแคลนแรงงานที่มีความชำนาญเพราะคนงานหมุนเวียนเข้าออกบ่อย
3. บรรจุภัณฑ์มีราคาสูงทำให้ต้นทุนการผลิตสูงตามไปด้วย
4. ราคาในตลาดผันผวนสูงทำให้วางแผนปริมาณการผลิตได้ยากเพราะปริมาณความต้องการไม่คงที่

ความต้องการไม่คงที่

5. ปริมาณผลไม้อุดมบางช่วงขาดแคลน คุณภาพไม่ค่อยสม่ำเสมอหรือมีปริมาณไม่แน่นอนและมีราคาสูง
6. เครื่องจักรมีปัญหาขัดข้องบ่อย และยังมีการผลิตเหลืออยู่โดยผลิตยังไม่เต็มที่
7. สูตรที่ใช้ในการผลิตมีน้อยและไม่หลากหลายเท่าที่ควร
8. น้ำผลไม้บางชนิดมีน้อยเกินไปทำให้ต้นทุนการผลิตมีสูง
9. ปัจจุบันผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงขึ้นทำให้ต้องใช้เครื่องมือที่มีคุณภาพสูงขึ้นและราคาแพงขึ้น

แพงขึ้น

ปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน

1. เครื่องจักรมีราคาสูง ดังนั้นการลงทุนเพิ่มจะมีปัญหามาก
2. ขาดแคลนเงินทุนในการโฆษณาจึงทำให้ประชาชนไม่ให้ความสนใจ

ปัญหาด้านการตลาด

1. ขาดความสามารถในการกระจายสินค้าเพราะทำการผลิตป้อนโรงงานขนาดใหญ่เป็นส่วนใหญ่
2. ผู้บริโภคเข้าใจสับสนระหว่างน้ำผลไม้ 100% กับน้ำผลไม้ผสม 10-50% ทำให้ส่งเสริมการตลาดได้ยาก

3. ปัจจุบันผู้ผลิตรายย่อยมีจำนวนมาก ขณะที่ผู้บริโภคมีย่านน้อยทำให้แย่งตลาดกัน

เอง เพราะสินค้าที่ผลิตมีลักษณะใกล้เคียงกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. โรงงานใหญ่ผลิตน้ำผลไม้ได้ถูกว่าจึงแย่งตลาดไปหมด
5. ผู้บริโภคไม่นิยมบริโภคน้ำผลไม้รสชาด เดิมซ้ำทำให้ต้องมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย
 สิ่งและผู้ผลิตน้ำผลไม้ต้องการให้หน่วยงานของรัฐช่วยเหลือ
 1. ช่วยดูแลไม่ให้ไฟฟ้ามีการดับบ่อยครั้งจนมากเกินไป เพราะทำให้เกิดความเสียหายใน
 ขบวนการผลิต
 2. ให้รัฐบาลช่วยเจรจาลดปัญหาการตอบโต้การทุ่มตลาดสัปปะรดกระป๋องของประเทศ
 สหรัฐอเมริกา
 3. ให้รัฐบาลช่วยเจรจาการค้าการนำเข้าในภูมิภาคเอเชีย ที่ยังสูงอยู่ทำให้ไม่สามารถแข่ง
 ขันกับผู้ผลิตท้องถิ่นได้
 4. ให้รัฐบาลควบคุมราคาคาผลไม้ในประเทศให้สม่ำเสมอไม่ให้แปรปรวนมากนัก
 5. มีการส่งเสริมให้ประชาชนบริโภคน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ
 6. ส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตผลไม้ ที่นำมาทำเป็นน้ำผลไม้ได้มากขึ้นเช่น ส้ม มะพร้าว
 สัปปะรด มะขาม เป็นต้น
 7. ให้รัฐบาลช่วยประชาสัมพันธ์ น้ำผลไม้ไทยในต่างประเทศโดยสร้างความแตกต่างจาก
 ประเทศอื่น
 8. ต้องการให้รัฐบาลมีผลงานวิจัยทางด้านเทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร และเผยแพร่แก่ผู้
 ผลิตให้มากขึ้น
 9. ให้รัฐบาลช่วยหาตลาดส่งออกน้ำผลไม้ไทยในต่างประเทศเพิ่มเติมให้เนื่องจากตลาด
 เดิมมีการแข่งขันสูง
 10. ส่งเสริมการปรับปรุงระบบคุณภาพให้ดีขึ้น
 11. สนับสนุนการปล่อยสินเชื่อให้มากกว่านี้โดยผ่านกลไกธนาคารของรัฐบาล

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Reserch) เพื่อศึกษาถึงปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทย ในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2546 ประชากรที่ศึกษา คือเจ้าของผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตน้ำผลไม้ทุกภาคในประเทศไทย จำนวน 68 ราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 57 ราย โดยใช้โดยใช้หลักเกณฑ์ของ เครจซี่ และ มอร์แกน จากนั้นเลือกกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภาคโดยใช้หลักการความเป็นสัดส่วนต่อประชากร (Propotional to size) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาได้พัฒนาและเรียบเรียงแบบสอบถามจากงานวิจัยของ ธีรรัตน์ ธีรพันธุ์พานิชย์ เรื่อง “การดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่” และงานวิจัยของ พงศกร ทวีสุข เรื่อง “ การดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้ง ในจังหวัดเชียงใหม่” แล้วนำมาปรับปรุงให้มีความเหมาะสมกับงานวิจัยฉบับนี้ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่มุ่งสำรวจข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล และลักษณะของผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานที่ตั้งของโรงงาน เครื่องหมายคุณภาพที่โรงงานได้รับ และมีตัวแปรอิสระของลักษณะของผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้ ได้แก่เงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุน รูปแบบการประกอบกิจการและระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่มุ่งสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทย ใน 3 ด้าน รวมทั้งสิ้น 51 ข้อดังนี้

1. ด้านการผลิต จำนวน 21 ข้อ ประกอบด้วย
 - การวางแผนการผลิต
 - การปฏิบัติการผลิต
 - การควบคุมการผลิต
 - การควบคุมสินค้าคงคลัง
2. ด้านบัญชีและการเงิน จำนวน 14 ข้อ ประกอบด้วย
 - การคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน
 - การจัดหาเงินทุน
 - การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ด้านการตลาด จำนวน 16 ข้อ ประกอบด้วย

- ผลិតภัณฑ์
- ราคา
- การจัดจำหน่าย
- การส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับปัญหาจากการดำเนินงานในแต่ละด้านทั้ง 3 ด้าน ที่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ประสบอยู่และต้องการให้รัฐบาลช่วยแก้ไข เพื่อให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open - End Question)

ในการเก็บข้อมูล ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยการจัดส่งแบบสอบถามให้กับเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตน้ำผลไม้ทุกภาคในประเทศไทยซึ่งเป็นกลุ่มประชากรจำนวน 68 ราย มีผู้ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามกลับมาจำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.9 ของกลุ่มประชากร จึงใช้ข้อมูลจำนวนนี้ในการวิจัย จากนั้นได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows (Statistical Package for the Social Science for windows) ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล และลักษณะของผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 36 ราย ซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตน้ำผลไม้ทุกภาคในประเทศไทย ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้ดังนี้

5.1.1.1 จำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.5 และเพศหญิงร้อยละ 45.5

5.1.1.2 จำแนกตามอายุ อายุของเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานใหญ่อยู่ในช่วง 30-40 ปี ถึงร้อยละ 63.9 รองลงมามีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ร้อยละ 33.3 และน้อยที่สุดคืออายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.8 โดยไม่พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปเลย

5.1.1.3 จำแนกตามระดับการศึกษา เจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตน้ำผลไม้ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 83.3 รองลงมามีการศึกษาสูงกว่า ป.ตรี ร้อยละ 16.7 เพียงเท่านั้น โดยไม่พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 / ปวช. และระดับการศึกษา ม.6 / ปวช. / ปวส. / อนุปริญญา เลย

5.1.1.4 จำแนกตามภาคที่ตั้งของโรงงาน โรงงานร้อยละ 36.1 มีภาคที่ตั้งของโรงงานอยู่ในภาคกลาง ร้อยละ 27.8 มีภาคที่ตั้งของโรงงานอยู่ในภาคตะวันตก ร้อยละ 11.1 มีภาคที่ตั้งของโรง

งานอยู่ในภาคตะวันออก ร้อยละ 11.1 มีภาคที่ตั้งของโรงงานอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 8.3 มีภาคที่ตั้งของโรงงานอยู่ในภาคเหนือ และส่วนที่เหลือมีภาคที่ตั้งของโรงงานอยู่ในภาคใต้ มีเพียงร้อยละ 5.6

5.1.1.5 จำแนกตามการได้รับเครื่องหมายคุณภาพ โรงงานร้อยละ 94.4 ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ อย. ร้อยละ 69.4 ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ HACCP. ร้อยละ 44.4 ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ GMP และร้อยละ 33.3ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ ISOกลุ่ม9000 โดยไม่พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามที่โรงงานได้รับเครื่องหมายคุณภาพ ISOกลุ่ม14000 และเครื่องหมายคุณภาพ ISOกลุ่ม 18000 เลย

5.1.1.6 จำแนกตามจำนวนเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในกิจการ โรงงานส่วนใหญ่ร้อยละ 50.0 ใช้จำนวนเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในกิจการน้อยกว่า 50 ล้านบาท รองลงมาร้อยละ 30.6 ใช้จำนวนเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในกิจการระหว่าง 50-200 ล้านบาท และส่วนที่เหลือใช้จำนวนเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในกิจการมากกว่า 200 ล้านบาท มีเพียงร้อยละ 19.4

5.1.1.7 จำแนกตามรูปแบบการประกอบกิจการ โรงงานส่วนใหญ่ร้อยละ 72.2 ใหญ่มีรูปแบบการประกอบกิจการเป็นบริษัทจำกัด รองลงมาร้อยละ 13.9 มีรูปแบบการประกอบกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว และส่วนที่เหลือมีรูปแบบการประกอบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วน ร้อยละ 13.9

5.1.1.8 จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการผลิต โรงงานส่วนใหญ่ร้อยละ 44.5 มีระยะเวลาในการดำเนินการผลิตระหว่าง 5-10 ปี ร้อยละ 36.1 มีระยะเวลาในการดำเนินการผลิตมากกว่า 10 ปี และส่วนที่เหลือมีระยะเวลาในการดำเนินการผลิตน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.4

5.1.2 ค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาการดำเนินงานผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้

ในภาพรวมของปัญหาในการดำเนินงานทั้ง 3 ด้าน ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ มีระดับปัญหาอยู่ในระดับปานกลางในทุกด้านทั้งในด้านการผลิต ด้านการบัญชีและการเงินและในด้านการตลาด โดยมีระดับปัญหาในการดำเนินงานในด้านการตลาดเป็นลำดับที่ 1 ปัญหาในด้านการผลิตเป็นลำดับที่ 2 และปัญหาในด้านการบัญชีและการเงินอยู่ในลำดับสุดท้าย

และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบของปัญหาทั้ง 3 ด้าน ในด้านการผลิต ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ มีระดับปัญหาอยู่ในระดับปานกลางในทุกองค์ประกอบ โดยมีระดับปัญหาในการวางแผนการผลิต เป็นลำดับที่ 1 ปัญหาการปฏิบัติการผลิต เป็นลำดับที่ 2 ปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลังเป็นลำดับที่ 3 และปัญหาการควบคุมการผลิตอยู่ในลำดับสุดท้าย ในด้านการบัญชีและการเงิน มีระดับปัญหาอยู่ในระดับปานกลางในทุกองค์ประกอบ โดยมีระดับปัญหาการจัดสรรเงินทุนไปนธุรกิจเป็นลำดับที่ 1 ปัญหาการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน เป็นลำดับที่ 2 และปัญหาการจัดหาเงินทุน อยู่ในลำดับสุดท้าย ในด้านการตลาดมีระดับปัญหาอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับปัญหา

เอกสารเหล่านี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่ควรนำข้อมูลไปใช้ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาก โดยมีปัญหาด้านราคาอยู่ในระดับมาก และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับปัญหาด้านราคาเป็นลำดับที่ 1 ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นลำดับที่ 2 ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายเป็นลำดับที่ 3 และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในลำดับสุดท้าย

5.1.3 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะของผู้ประกอบการกับระดับปัญหาการดำเนินงานผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้

ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ที่มีเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุน และระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน จะมีปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน แต่รูปแบบการประกอบกิจการที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษานี้ทำให้สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 ข้อดังนี้

- สมมติฐานที่ 1 ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ที่มีเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนที่แตกต่างกัน จะมีปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ที่มีเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนที่ต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

- สมมติฐานที่ 2 ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ที่มีรูปแบบการประกอบกิจการที่แตกต่างกัน จะมีปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ที่มีรูปแบบการประกอบกิจการที่ต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน

- สมมติฐานที่ 3 ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน จะมีปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัญหาการดำเนินงานผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ทั่วประเทศ สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

5.2.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล และลักษณะของผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้

ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล เจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานผลิตน้ำผลไม้ ส่วนมากร้อยละ 55.5 เป็นเพศชาย อายุส่วนใหญ่ของเจ้าของ ผู้บริหารหรือผู้จัดการของโรงงานอยู่ในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่วง 30-40 ปี และช่วงอายุ 41-50 ปี มีอยู่ร้อยละ 63.9 และ 33.3 ตามลำดับ และในด้านระดับการศึกษาทั้งหมดมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 83.3 ซึ่งเป็นกลุ่มของผู้บริหารที่มี อายุ และระดับการศึกษา ซึ่งมีประสบการณ์และความรู้ในการทำงานที่สูง ในด้านที่ตั้งของโรงงานส่วนใหญ่ ตั้งอยู่ในภาคกลาง และอยู่ในภาคตะวันตก มีอยู่ร้อยละ 36.1 และ 27.8 ตามลำดับ ซึ่งเป็นแหล่งที่มีการปลูกผลไม้เป็นจำนวนมากและการขนส่งวัตถุดิบและกระจายสินค้าได้สะดวก ในด้านการได้รับเครื่องหมายคุณภาพ โรงงานส่วนใหญ่มากกว่าครึ่ง ได้รับเครื่องหมายคุณภาพ ออ. และ HACCP. มีอยู่ถึงร้อยละ 94.4 และ 69.4 ตามลำดับ ซึ่งถือว่าน้ำผลไม้ในประเทศไทยที่ผลิตออกมามีความปลอดภัยแก่การบริโภค

สำหรับลักษณะของผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้ ในด้านของจำนวนเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในกิจการ โรงงานส่วนใหญ่ร้อยละ 50.0 ใช้จำนวนเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในกิจการน้อยกว่า 50 ล้านบาท รองลงมาร้อยละ 30.6 ใช้อ้อยระหว่าง 50-200 ล้านบาท และส่วนที่เหลือใช้มากกว่า 200 ล้านบาท มีเพียงร้อยละ 19.4 นั้นแสดงว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นส่วนใหญ่ ในด้านรูปแบบการประกอบกิจการ โรงงานส่วนใหญ่ร้อยละ 72.2 มีรูปแบบการประกอบกิจการเป็นบริษัทจำกัด สำหรับส่วนที่เหลือมีรูปแบบการประกอบกิจการเป็นเจ้าของคนเดียวและห้างหุ้นส่วน ในจำนวนที่เท่ากันคือร้อยละ 13.9 และในด้านระยะเวลาในการดำเนินการผลิต โรงงานส่วนใหญ่ร้อยละ 44.5 มีระยะเวลาในการดำเนินการผลิตระหว่าง 5-10ปี รองลงมา มีระยะเวลาในการดำเนินการผลิต มากกว่า 10 ปีคิดเป็นร้อยละ 36.1 ซึ่งถือว่าผู้ผลิตยังมีระยะเวลาในการดำเนินการผลิตโดยรวมไม่มากนัก

5.2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทย ทั้ง 3 ด้าน

จากการศึกษา พบว่าโรงงานผลิตน้ำผลไม้ มีระดับปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ย คือ 3.22 หากเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่นๆ ที่มีการวิจัยในเรื่องเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานแล้ว พบว่ามีระดับปัญหาในการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน คือ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิดารัตน์ ศิริพันธุ์พานิชย์ (2542) และ พงศกร ทวีสุข (2544) โดยที่งานวิจัยเหล่านี้สร้างแบบวัดโดยใช้เครื่องมือในการวิจัยที่คล้ายคลึงกัน และทำการวิจัยในประเภทอุตสาหกรรมที่ใกล้เคียงกัน

เมื่อพิจารณาในปัญหาแต่ละด้านของการดำเนินงาน พบว่าโรงงานผลิตน้ำผลไม้มีระดับปัญหาในการดำเนินงานในด้านการตลาดสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.41 ซึ่งเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบ

ว่า ผู้ผลิตมีปัญหาในด้านราคาเป็นอย่างมาก เนื่องจากทำการปรับราคาขายได้ยากเมื่อต้นทุนโดยเฉพาะผลไม้สดมีราคาที่สูงขึ้นสาเหตุจากความผันผวนของราคาผลไม้สดในแต่ละช่วงฤดูมีความไม่แน่นอนทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณภาพและราคาของผลผลิตที่เกษตรกรผลิตออกมาในแต่ละช่วงของปี โดยราคาขายที่ปรับได้ยากนั้นสาเหตุเพราะน้ำผลไม้ยังไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคมากนักในประเทศไทยเนื่องจากขาดการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีน้อยกว่าเครื่องดื่มประเภทอื่น เช่น นม หรือน้ำอัดลม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิดา เข้มทองใหญ่ (2543) ที่พบว่าผู้ประกอบการก็ประสบปัญหาในด้านการตลาดอุตสาหกรรมน้ำผลไม้พร้อมดื่มที่มีตราหมีห่อ ในลักษณะเดียวกัน

สำหรับปัญหาในการดำเนินงานในด้านการผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.23 ซึ่งเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่า ผู้ผลิตมีปัญหาการวางแผนการผลิตเป็นส่วนใหญ่ซึ่งเกิดจากขาดการรวบรวมข้อมูลในตลาดเพื่อใช้ในการวางแผนและ เมื่อมีแผนการผลิตแล้วบ่อยครั้งไม่สามารถดำเนินงานตามแผนได้นอกจากนั้นยังประสบปัญหาการปฏิบัติการผลิต โดยราคาวัตถุดิบที่เป็นผลไม้สดมีความผันผวนในแต่ละฤดู และมีต้นทุนการผลิตสูงทำให้ได้กำไรน้อยหรือขาดทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศกร ทวีสุข (2544) ที่พบว่าปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้งซึ่งเป็นการแปรรูปผลไม้ก็ประสบปัญหาในเรื่องของการวางแผนผลิต และในเรื่องราคาวัตถุดิบที่มีความผันผวนอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน

สำหรับปัญหาในการดำเนินงานด้านการบัญชีและการเงิน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในการวิจัยนี้ คือ มีค่าเฉลี่ย 3.01 แต่ยังคงมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิดารัตน์ ศิริพันธุ์พานิชย์ (2542) ที่ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีปัญหาการดำเนินงานการเงินอยู่ในลำดับสุดท้าย ซึ่งอาจจะมีผลมาจากการที่ผู้ผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งธุรกิจระดมเงินทุนได้ยากเนื่องจากมีความเสี่ยงสูง ส่งผลให้อัตราคอกเบี้ยเงินกู้ยืมอยู่ในระดับสูง และยังขาดแหล่งเงินทุนที่จะให้การสนับสนุนการดำเนินงาน ส่งผลให้ผู้ผลิตส่วนใหญ่ต้องใช้จ่ายเงินของตนเองในการดำเนินงาน ดังนั้นเงินทุนส่วนใหญ่จึงไม่ได้เป็นการก่อหนี้ในระยะสั้นเมื่อเป็นเช่นนั้น ปัญหาด้านสภาพคล่องและกระแสเงินสดจึงอยู่ในระดับต่ำส่งผลให้ปัญหาในการดำเนินงานด้านการบัญชีและการเงินโดยรวมมีปัญหาไม่มากนัก

การเรียงลำดับองค์ประกอบของปัญหาในแต่ละด้าน จากระดับปัญหามากไปจนถึงน้อยที่สุด ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีลำดับปัญหา คือ ในด้านการผลิตมีระดับปัญหาเรียงตามลำดับดังนี้ (1) ปัญหาการวางแผนการผลิต (2) ปัญหาการปฏิบัติการผลิต (3) ปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลัง (4) ปัญหาการควบคุมการผลิต ในด้านการบัญชีและการเงินมีระดับปัญหาเรียงตามลำดับดังนี้ (1) ปัญหาการจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ (2) ปัญหาการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน (3) ปัญหาการจัดหาเงินทุน ในด้านการตลาด (1) ปัญหาด้านราคา (2) ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(3) ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย (4) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยรายละเอียดดังกล่าว ผู้ศึกษาขอนำเสนอพร้อมทั้งให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

ปัญหาด้านการผลิต

1. ปัญหาการวางแผนการผลิต ผู้ผลิตมีปัญหาที่สำคัญคือ เมื่อมีแผนการผลิตแล้วบ่อยครั้งไม่สามารถดำเนินงานตามแผนได้ ผู้ผลิตรายเล็ก ๆ ขาดการรวบรวมข้อมูลในตลาดเพื่อใช้ในการวางแผน และพยากรณ์ความต้องการบริโภคในอนาคตได้ยาก

2. ปัญหาการปฏิบัติการผลิต ผู้ผลิตมีปัญหาที่สำคัญคือ ราคาวัตถุดิบที่เป็นผลไม้สด มีความผันผวนในแต่ละฤดู การชำรุดเสียหายของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ส่งผลให้มีความเสียหายสูงทำให้ได้กำไรน้อยหรือขาดทุน และยังขาดขาดเทคโนโลยีรวมทั้งการวิจัยและพัฒนาสูตรผลิต

3. ปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลัง ผู้ผลิตมีปัญหาที่สำคัญคือ ขาดแคลนวัตถุดิบที่เป็นผลไม้สดในบางช่วงของฤดูกาลซึ่งในประเทศไทยต้องพึ่งสภาพดินฟ้าอากาศ และมีปัญหาค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาทั้งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปที่ค่อนข้างสูงเพราะเป็นสินค้าเกษตรแปรรูปซึ่งเน่าเสียได้ง่าย

4. ปัญหาการควบคุมการผลิต ผู้ผลิตมีปัญหาที่สำคัญคือ การควบคุมคุณภาพของผลไม้สดที่ใช้ในการผลิตจากเกษตรกร ได้ทำได้ลำบากเพราะเกษตรกรยังขาดความรู้ในการเพาะปลูกที่ดี และปริมาณและคุณภาพในการผลิตไม่คงที่สม่ำเสมอเนื่องจากใช้แรงงานคนมากกว่าเครื่องจักร จึงส่งผลให้ยากแก่การควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานเดียวกันทุกครั้งที่วางจำหน่าย โดยเฉพาะรสชาติและคุณภาพ

ปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน

1. ปัญหาการจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ ผู้ผลิตมีปัญหาที่สำคัญคือ รายได้และยอดขายของธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ทำให้ความสามารถในการทำกำไรอยู่ในระดับต่ำ และขาดความสามารถในการชำระหนี้ตามที่กำหนด

2. ปัญหาการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน ผู้ผลิตมีปัญหาที่สำคัญคือ ไม่ทราบทิศทางทางเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม เพราะในปัจจุบันยังไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค และผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งไม่ใช่มืออาชีพในการวางแผนทางการเงิน และขาดการวางแผนทางการเงินหรือการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า

3. ปัญหาการจัดหาเงินทุน ผู้ผลิตมีปัญหาที่สำคัญคือ ขาดแหล่งเงินทุนที่จะให้การสนับสนุนการดำเนินงาน และการระดมเงินทุนก็ทำได้ยากเนื่องจากธุรกิจมีความเสี่ยงสูงเพราะยังไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค ทำให้ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ผู้ลงทุนอยู่ในระดับสูงตามไปด้วย

ปัญหาด้านการตลาด

1. ปัญหาด้านราคา ผู้ผลิตมีปัญหาที่สำคัญคือ ถูกแข่งขันโดยการตัดราคาขาย ดังนั้นเมื่อต้นทุนโดยเฉพาะผลไม้สดมีราคาสูงขึ้น จึงทำให้ปรับราคาขายได้ยาก และนอกจากนั้นยังประสบปัญหาในการตั้งราคาที่ไม่มีความเหมาะสมเพื่อจูงใจผู้ซื้อ เพราะถ้าหากตั้งราคาสูงเกินไปผู้ซื้อจะหันไปบริโภคผลไม้สดแทน

2. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตมีปัญหาที่สำคัญคือ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีน้อยกว่าเครื่องดื่มประเภทอื่น เช่น นม หรือน้ำอัดลม ทำให้ยอดขายไม่ได้เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เมื่อมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาดเพราะไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค

3. ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตมีปัญหาที่สำคัญคือ ขาดผู้กระจายสินค้าทำให้มีการกระจายสินค้าในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับเครื่องดื่มประเภทอื่นที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายกว่า เช่น นม และนอกจากสำหรับผู้ส่งออก พบว่ายังมีการกีดกันการค้าในตลาดต่างประเทศโดยการตั้งกำแพงภาษีในระดับสูง และถูกทุ่มตลาดจากประเทศอื่น

4. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตมีปัญหาที่สำคัญคือ ไม่เป็นที่นิยมเพราะคนไทยนิยมบริโภคผลไม้สดมากกว่า เพราะหาซื้อง่ายและราคาถูกกว่าน้ำผลไม้ ขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพราะมีผลไม้ในประเทศมีเพียงไม่กี่ชนิด เช่น ส้มและสับปะรด ที่สามารถนำมาแปรรูปและทำน้ำผลไม้ได้ดี นอกนั้นต้องนำเข้าจากต่างประเทศจึงจะมีคุณภาพดีแต่ราคาก็สูงตามไปด้วย และมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ไม่คงที่ทุกครั้งที่ยกจำหน่ายเพราะผลไม้ในประเทศมีแหล่งกำเนิด และฤดูกาลให้ผลผลิตที่แตกต่างกัน

5.2.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐาน เปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานในแต่ละด้านโดยจำแนกตามลักษณะของผู้ประกอบการผลิตน้ำผลไม้

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐาน เปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานในแต่ละด้านโดยจำแนกตาม ขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงานของผู้ผลิต ทั้ง 3 ด้าน ได้ผลดังนี้

1. การเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ โดยจำแนกตาม ขนาดของเงินลงทุน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ ขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท ขนาดของเงินลงทุนระหว่าง 50 – 200 ล้านบาท และขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาทพบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ หลักการในเรื่องของการจำแนกขนาดของอุตสาหกรรม โดยใช้สินทรัพย์ลงทุนเป็นตัวจำแนกซึ่ง สมชัย คันดิธนวนันท์ (2542) กล่าวว่าการศึกษาที่อุตสาหกรรมที่มีขนาดที่แตกต่างกันในสินทรัพย์ลงทุนจะมีกิจกรรมหรือลักษณะการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน เมื่อเป็นเช่นนั้นก็

ย่อมจะส่งผลถึงปัญหาในการดำเนินงานด้านต่างๆ ทั้งในด้าน การผลิต การเงินและการบัญชี และ ในด้านการตลาดที่แตกต่างกันนั่นเอง

เมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้าน ก็พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกันมี ปัญหาในการดำเนินงานในทุกด้านแตกต่างกัน ซึ่งก็ได้เป็นการสนับสนุนหลักการข้างต้น

และเมื่อแยกพิจารณาในองค์ประกอบของแต่ละด้าน พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีขนาดเงินลงทุนที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในทุกองค์ประกอบของแต่ละด้านแตกต่างกันเช่นกัน ซึ่งโดยส่วนใหญ่ระดับของปัญหาจะมีความรุนแรงเพิ่มขึ้น ตามขนาดของเงินลงทุนที่ลดลงเพราะ หากการที่มีเงินทุนที่น้อยส่งผลให้การจัดสรรทรัพยากรเพื่อแก้ปัญหาในด้านต่างๆ ก็จะมีลดน้อยลงด้วยตามลำดับ

2. การเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ โดย จำแนกตาม รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ เจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน และ บริษัทจำกัด พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกันมี ปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับ หลักการในเรื่องรูปแบบของความเป็น เจ้าของธุรกิจ ซึ่ง วรรณธ แสงมณี (2543) กล่าวว่า การที่อุตสาหกรรมที่มีรูปแบบของความเป็นเจ้าของธุรกิจ ที่แตกต่างกันควรมีกิจกรรมหรือลักษณะการดำเนินงานในด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน เนื่องจากวิธีการจัดการจัดการ การระดมเงินทุนเมื่อธุรกิจประสบปัญหาและจำนวนของเงินทุนล้วน แตกต่างกันไปทั้งสิ้น ก็ย่อมจะส่งผลถึงระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านต่างๆ ทั้งในด้าน การผลิต การเงินและการบัญชี และในด้านการตลาดที่ควรจะต้องแตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะใน อุตสาหกรรมประเภทนี้รูปแบบของความเป็นเจ้าของธุรกิจ มีความคล้ายคลึงกัน ทางด้านวิธีการจัดการ การระดมเงินทุนเมื่อธุรกิจประสบปัญหาหรือจำนวนของเงินทุน เป็นต้น

เมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้าน ก็พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีรูปแบบของความเป็นเจ้าของ ธุรกิจที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในทุกด้านไม่แตกต่างกัน ในทุกๆ ด้าน ทั้งในด้านการผลิต ด้านการเงินและการบัญชี และในด้านการตลาด ซึ่งผลที่ได้นี้ก็เป็นการสนับสนุนเหตุผลข้างต้น เช่นเดียวกับกับปัญหาการดำเนินงานในภาพรวม

เมื่อแยกพิจารณาในองค์ประกอบของแต่ละด้าน พบว่าโดยส่วนใหญ่ผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มี รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในองค์ประกอบของแต่ละ ด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นเพียงองค์ประกอบปัญหาการวางแผนการผลิตของปัญหาด้านการผลิต และองค์ประกอบปัญหาการคาดการณ์ถึงความต้องการของเงินทุนของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน ที่รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในองค์ประกอบนั้น แตกต่างกันโดยระดับของปัญหาจะมีความรุนแรงเพิ่มขึ้น เมื่อมีรูปแบบเป็นเจ้าของคนเดียว และ ระดับของปัญหาดังกล่าวจะลดลงต่ำที่สุดเมื่อมีรูปแบบเป็นบริษัทจำกัด ซึ่งในเรื่องของการวางแผน

การผลิตและการคาดการณ์ถึงความต้องการของเงินทุน องค์กรที่มีความพร้อมในการประกอบธุรกิจ ที่คิดว่า เช่นการมีรูปแบบเป็นบริษัทจำกัดย่อมมีระดับปัญหาในเรื่องดังกล่าวน้อยกว่ารูปแบบเป็น เจ้าของคนเดียว

3. การเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ โดย จำแนกตาม ระยะเวลาในการดำเนินงาน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ ระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำกว่า 5 ปี ระหว่าง 5 – 10 ปี ปี และมากกว่า 10 ปี พบว่าผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ที่มีระยะเวลาในการ ดำเนินงานที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ หลักการในเรื่องวงจรชีวิต ขององค์กรธุรกิจซึ่ง วรรณารด แสงมณี (2544) กล่าวว่าลักษณะของการแก้ไขปัญหาก็ฝ่ายบริหารได้ กระทำไปในช่วงเวลาที่เกิดเหตุวิกฤต หรือมีการปฏิวัติรูปแบบการทำงานที่เกิดขึ้นนั้นในที่สุด แนว ททางการแก้ไขปัญหานั้นก็ยังคงถูกดำรงรักษาไว้ และปรากฏต่อเนื่องไปถึงขั้นตอนของการ วิวัฒนาการเพื่อการเติบโต หลังจากการเกิดเหตุวิกฤตดังกล่าว เมื่อเป็นเช่นนี้ระยะเวลาในการดำเนิน งานก็ย่อมจะส่งผลถึงปัญหาในการดำเนินงานด้านต่างๆ ในระดับที่แตกต่างกันนั่นเอง

เมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่ แตกต่างกันมีปัญหาการดำเนินงานในด้านการผลิตและด้านการตลาดแตกต่างกัน ยกเว้นเพียงการ ดำเนินงานในด้านบัญชีและการเงินที่มีปัญหาในการดำเนินงานที่ไม่แตกต่างกัน โดยสาเหตุที่ผู้ผลิต มีปัญหาการดำเนินงานในด้านบัญชีและการเงินไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะมีผลมาจากการที่ผู้ผลิตน้ำ ผลไม้ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมและมีระยะเวลาในการดำเนิน งานอยู่ในระยะเวลาอันสั้น มักจะใช้เงินทุนของตนเองในการดำเนินงาน ดังนั้นจึงไม่ได้เป็นการก่อ หนี้ในระยะสั้นเมื่อเป็นเช่นนั้น ปัญหาด้านสภาพคล่องและกระแสเงินสดจึงอยู่ในระดับต่ำส่งผลให้ ปัญหาในการดำเนินงานด้านการบัญชีและการเงินโดยรวมมีปัญหาไม่มากนัก ซึ่งก็จะไม่แตกต่าง จากผู้ผลิตขนาดใหญ่ซึ่งมีระยะเวลาในการดำเนินงานที่ยาวนาน และมีปัญหาการดำเนินงานในด้าน บัญชีและการเงินที่อยู่ในระดับต่ำเช่นกัน

และเมื่อแยกพิจารณาในองค์ประกอบของแต่ละด้าน พบว่าผู้ผลิตน้ำผลไม้ที่มีระยะ ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่มีปัญหาในการดำเนินงานในองค์ประกอบของแต่ละ ด้านแตกต่างกัน ซึ่งโดยส่วนใหญ่ระดับของปัญหาจะมีความรุนแรงลดลง ตามระยะเวลาในการ ดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นเพราะแนวทางการแก้ไขปัญหานั้นก็ยังคงถูกดำรงรักษาไว้ และปรากฏต่อเนื่อง ไป ตามอายุหรือประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้นขององค์กร

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้มีปัญหาการดำเนินงานในด้านการตลาดมากที่สุด ดังนั้นทั้งทางภาครัฐบาลและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสนใจในการพิจารณาปรับปรุงแก้ไขปัญหาการดำเนินงานในเรื่องดังกล่าวเป็นอันดับคั่นๆ เช่น เพิ่มการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ให้ใกล้เคียงกับเครื่องคั้นประเภทอื่น เช่น นม หรือน้ำอัดลม โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสนใจในเรื่องของสุขภาพ หรือผู้ที่ทำงานโดยไม่มีเวลาและต้องการความสะดวกรวดเร็วในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ทางรัฐควรให้การช่วยเหลือเกษตรกรทั้งในเรื่องของการบูรณาการของผลผลิตที่เกษตรกรผลิตออกมาในแต่ละช่วงของปีไม่ให้ความผันผวนของราคามากจนเกินไป รวมทั้งส่งเสริมให้ความรู้แก่เกษตรกรในการเพาะปลูกเพื่อให้ผลผลิตที่ออกมามีคุณภาพ เมื่อนำไปแปรรูปแล้วได้น้ำผลไม้ที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของตลาด

และจากการทดสอบสมมุติฐาน ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ ที่มีขนาดเงินลงทุนจำนวนมากและระยะเวลาในการดำเนินงานที่ยาวนาน จะมีระดับความรุนแรงของปัญหาในการดำเนินงานที่น้อยกว่า ผู้ผลิตที่มีขนาดเงินลงทุนจำนวนน้อยและระยะเวลาในการดำเนินงานที่สั้นกว่า ดังนั้นหากมีผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการจะเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตน้ำผลไม้ ก็ควรจะต้องนำข้อมูลหรือผลการวิเคราะห์มาใช้เพื่อให้ทราบถึงสภาพของปัญหาที่จะเกิดขึ้นตามขนาดของเงินทุนที่ตนเองจะลงทุน จะได้ทำการหาหนทางป้องกันหรือเตรียมหาทางแก้ไขไว้ก่อนล่วงหน้า เพื่อจะได้เป็นการใช้เงินลงทุนได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประสิทธิผลสูงสุด หรือแม้แต่ผู้ประกอบการรายเดิม ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานเข้าสู่ช่วงต่าง ๆ ควรจะนำข้อมูลหรือผลการวิเคราะห์มาทำนายระดับของปัญหาที่ธุรกิจของตนจะต้องอาจจะต้องพบเพื่อเป็นการป้องกันหรือหาหนทางแก้ไขไว้ก่อนล่วงหน้าเช่นเดียวกัน

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรมีการวิจัยปัญหาการดำเนินงานในอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่ใกล้เคียงกันหรือเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันกับน้ำผลไม้ เช่น น้ำอัดลม นม หรือเครื่องคั้นสมุนไพรเป็นต้น และนำผลที่ได้มาทำการเปรียบเทียบกันเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ หรือเพื่อใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ต่อไป

5.3.2.2 ควรมีการวิจัยถึงปัญหาในการดำเนินงาน แยกเป็นรายชนิดหรือรายกลุ่มของผลไม้ เช่น ส้ม สับปะรด หรือผลไม้รวม เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.2.3 ควรมีการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้ โดยเว้นระยะห่างพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้เสมอตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อม หรือแม้แต่การเปลี่ยนแปลงผู้บริหารไประยะหนึ่ง

5.3.2.4 ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องของ การดำเนินงานผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้เพื่อเป็นการเปรียบเทียบถึงวิธีการดำเนินงานในด้านต่างๆ ที่ก่อให้เกิดปัญหาในอุตสาหกรรมผลิตน้ำผลไม้ขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กฤติยา หาญแก้วกล้า. 2540. “การวิเคราะห์ส่วนครองตลาดและอุปสรรคส่งออกน้ำผลไม้ของประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กลุ่มบริษัทแอดวานส์ รีเสิร์ท จำกัด. 2540. รายงานการศึกษาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- กิ่งกนก พิทยานุคุณ. 2537. ระบบบัญชี. กรุงเทพฯ : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- ฉวีวรรณ กลิ่นหอม. 2541. “เครื่องดื่มชนิดที่มีแคโรทีนออกไซด์และวิตามินสูง”. วิทยานิพนธ์เกศาสตร ภาควิชาเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ทอง ภัครัชพันธุ์. 2540. วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาหาร. ภาควิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาหาร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทีมเศรษฐกิจ. 2544, 9-15 เมษายน. “มาลีปรับกลยุทธ์เน้น Emotion Marketing.” ผู้จัดการรายสัปดาห์. หน้า 14.
- ธงชัย สันติวงษ์ และชัยยศ สันติวงษ์. 2536. การเงินธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธิดา เข้มทองใหญ่. 2543. “อุตสาหกรรมน้ำผลไม้พร้อมดื่มที่มีตราหมี”. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ธิดารัตน์ ติรพันธุ์พานิชย์. 2542. “การดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2541. “น้ำผลไม้: อุตสาหกรรมการเกษตรที่ยังมีลูทางแจ่มใส.” วารสารเกษตรทัศน์. 2 (17) : 2, 3, 8
- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2544. “น้ำผัก-ผลไม้ : ส่งออกมากปัญหา...เร่งพึ่งพาดตลาดในประเทศ”. วารสารมองเศรษฐกิจ. 7(978) : 2.
- บริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์จำกัด. 2543, 15 กรกฎาคม. “ตลาดน้ำผลไม้ส่งออกแข่งขันสูง.” แนวหน้า. หน้า 12.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2538. วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2531. เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : เกษมศรีอนันต์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม(ต่อ)

- ประชา เต็งศิริวัฒนา .2541. “การศึกษาแนวทางการตลาดของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ขนาดเล็ก”.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- เปรี๊ยะ กิจรัตน์ภร. 2543. การจัดการอุตสาหกรรมและการผลิต. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือราชภัฏ
พระนคร.
- พงศกร ทวีสุข . 2544. “ การดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้งในจังหวัด
เชียงใหม่ ”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ. 2540. หลักการจัดการ. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยพายัพ.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. วิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคม. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลง
กรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิชิต สุขเจริญพงษ์. 2538. การจัดการวิศวกรรมการผลิต. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- เพชร ชุมทรัพย์. 2536. หลักการบริหารการเงิน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณรด แสงมณี. 2543. การบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : งานตำราและเอกสารการพิมพ์.
- วรรณรด แสงมณี. 2544. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ระเบียบของการพิมพ์.
- วรนุช ศรีเกษมรักษ์ และคณะ. 2541. “คุณภาพน้ำผลไม้ที่ผลิตภายในประเทศและนำเข้าจากต่าง
ประเทศ.” รายงานการวิจัยภาควิชาเทคโนโลยีการอาหาร คณะเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศรีสง่า กรรณสูต และเกษมธนา บุญเลิศ. 2524. การบัญชีอุตสาหกรรมและระบบใบสำคัญ พท.033.
กรุงเทพฯ : วิ.เจ.พรินติ้ง.
- ศรีศักดิ์ ตรังวัชรกุล และคณะ. 2541. “กระบวนการผลิตน้ำผลไม้เข้มข้นในเชิงอุตสาหกรรม.”
โครงการวิจัยสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีประเทศไทย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2535. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : เอส.เอ็ม.เซอร์กิงเพรส.
- สมชัย ดันดิชนวัฒน์. 2542 . “พัฒนาการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมของ ไทย.” วารสาร
ส่งเสริมการลงทุน. 2(2) : 25-26.
- สุธี เอกกะหิตานนท์และคณะ. 2538. “การศึกษารูปแบบการจัดการและปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อ
ความเจริญก้าวหน้าในอุตสาหกรรมขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.” รายงานการวิจัย
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุปัญญา ไชยชาญ. 2540. การบริหารการผลิต. กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลีฟวิ่ง.
- อัญญา เกตุชโย. 2539. “อุตสาหกรรมน้ำผลไม้ลดอุณหภูมิด้วยตลาดแบบไร้ขอบเขต”. วารสาร
อุตสาหกรรมอาหาร. 1(6) : 8-11.

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ของโรงเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม(ต่อ)

อำนาจ เขื่อนสันเทียะ.2544. “สู่ทางการตลาดอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
 Suranart Khamanarong. 2000. 1-3 March. **Proceeding of International Seminar on SMEs in Asia**. Held at Nagoya University, Japan.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะ
ของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องสี่เหลี่ยมตามสถานะภาพให้ตรงกับสภาพ
ความเป็นจริงมากที่สุด เพียงข้อเดียว (ยกเว้นระบุเป็นอย่างอื่น)

1. เพศของท่าน

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
2. อายุของท่าน

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 30 ปี	<input type="checkbox"/> 30 - 40 ปี	<input type="checkbox"/> 41 - 50 ปี	<input type="checkbox"/> มากกว่า 50 ปี ขึ้นไป
--	-------------------------------------	-------------------------------------	---
3. ระดับการศึกษาของท่าน

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า ม.6 / ปวช.	<input type="checkbox"/> ม.6 / ปวช. / ปวส. / อนุปริญญา
<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> สูงกว่า ป.ตรี
4. โรงงานผลิตน้ำผลไม้ของท่านตั้งอยู่ในจังหวัด _____
5. โรงงานหรือผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ของท่านได้รับเครื่องหมายคุณภาพใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> อย.	<input type="checkbox"/> HACCP.	<input type="checkbox"/> GMP.	<input type="checkbox"/> ISOกลุ่ม9000
<input type="checkbox"/> ISOกลุ่ม14000	<input type="checkbox"/> ISOกลุ่ม18000	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____	
6. จำนวนเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ท่านใช้ในการลงทุนทั้งหมดในกิจการของท่าน

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 50 ล้านบาท	<input type="checkbox"/> 50-200 ล้านบาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 200 ล้านบาท
--	---	--
7. รูปแบบการประกอบกิจการของท่านเป็นแบบใด

<input type="checkbox"/> เจ้าของคนเดียว	<input type="checkbox"/> ห้างหุ้นส่วน	<input type="checkbox"/> บริษัทจำกัด
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____		
8. โรงงานของท่านเปิดดำเนินการผลิตน้ำผลไม้เป็นระยะเวลาานเท่าใด _____ ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓/ลงในช่องสี่เหลี่ยมให้ตรงกับสภาพประเด็นปัญหาด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

2.1 ปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาด้านการผลิต		ปัญหา มากที่สุด	ปัญหา มาก	ปัญหา น้อย	ปัญหา น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา
การวางแผนการผลิต						
1.	พยากรณ์ความต้องการบริโภคในอนาคตได้ยาก					
2.	วัตถุดิบ (ผลไม้สด) มีปริมาณไม่แน่นอนในแต่ละฤดูกาล					
3.	ขาดการรวบรวมข้อมูลในตลาดเพื่อใช้ในการวางแผน					
4.	เมื่อมีแผนการผลิตแล้วบ่อยครั้งไม่สามารถดำเนินงานตามแผนได้					
5.	ขาดการจัดเรียงลำดับแผนงานในแต่ละขั้นการผลิต					
การปฏิบัติการผลิต						
6.	ขาดเทคโนโลยีรวมทั้งการวิจัยและพัฒนาสูตรผลิต					
7.	การชำรุดเสียหายของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต					
8.	ปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงาน					
9.	ปัญหาด้านกำลังการผลิตไม่เพียงพอ					
10.	มีต้นทุนการผลิตสูงทำให้ได้กำไรน้อยหรือขาดทุน					
11.	แหล่งวัตถุดิบ (ผลไม้สด) อยู่ห่างไกลจากโรงงานผลิต					
12.	ราคาวัตถุดิบ (ผลไม้สด) มีความผันผวนในแต่ละฤดู					
การควบคุมการผลิต						
13.	การควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานเดียวกันทุกครั้งที่วางจำหน่ายทำได้ยากโดยเฉพาะรสชาติและคุณภาพ					
14.	การควบคุมคุณภาพของผลไม้สดที่ใช้ในการผลิตจากเกษตรกรได้ทำได้ยาก					
15.	มีของเสียในกระบวนการผลิตมากทั้งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป					
16.	ปริมาณและคุณภาพในการผลิตไม่คงที่สม่ำเสมอเนื่องจากใช้แรงงานคนมากกว่าเครื่องจักร					
17.	ขาดการควบคุมคุณภาพแต่ละขั้นตอนของการผลิต					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การควบคุมสินค้าคงคลัง		ปัญหา มากที่สุด	ปัญหา มาก	ปัญหา น้อย	ปัญหา น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา
18.	มีปัญหาการเก็บน้ำผลไม้ได้ในระยะเวลาสั้นเพราะ ขาดเทคโนโลยีทันสมัย					
19.	มีปัญหาค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาทั้งวัตถุดิบและสิน ค้าสำเร็จรูปที่ค่อนข้างสูง					
20.	ขาดแคลนวัตถุดิบ (ผลไม้สด) ในบางช่วงของฤดูกาล					
21.	สินค้าคงคลังสำเร็จรูป (น้ำผลไม้) มีปริมาณไม่เหมาะ สมเนื่องจากมีมากหรือมีน้อยเกินไป					

2.2 ปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน

ปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน		ปัญหา มากที่สุด	ปัญหา มาก	ปัญหา น้อย	ปัญหา น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา
การคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน						
1.	ไม่ทราบทิศทางการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม					
2.	ขาดการวางแผนทางการเงินหรือการจัดทำงบ การเงินล่วงหน้า					
3.	ไม่ใช้มีมืออาชีพในการวางแผนทางการเงิน					
การจัดการเงินทุน						
4.	ขาดแหล่งเงินทุนที่จะให้การสนับสนุนการดำเนินงาน					
5.	ต้นทุนของเงินทุน (อัตราดอกเบี้ย) อยู่ในระดับสูง					
6.	ธุรกิจระดมเงินทุนได้ยากเนื่องจากมีความเสี่ยงสูง					
7.	เงินทุนส่วนใหญ่เป็นการก่อหนี้ระยะสั้นก่อให้เกิด ปัญหาด้านสภาพคล่อง					
8.	มีหนี้ต่างประเทศในระดับสูงก่อให้เกิดความเสี่ยงของ อัตราแลกเปลี่ยนในการใช้คืน					
การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ						
9.	รายได้และยอดขายของธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย					
10.	ความสามารถในการทำกำไรอยู่ในระดับต่ำ					
11.	มีลูกหนี้ค้างชำระเป็นจำนวนมากทำให้นี้สงสัยจะ สูญเพิ่มขึ้น					
12.	ขาดความสามารถในการชำระหนี้ตามที่กำหนด					
13.	ขาดสภาพคล่องของกระแสเงินสดหมุนเวียน					
14.	การบันทึกบัญชีไม่รัดกุมเท่าที่ควร					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ปัญหาอื่นๆจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้

ในความคิดของท่าน การดำเนินงานผลิตน้ำผลไม้ของท่าน ยังมีปัญหาใดที่ท่านคิดว่ารุนแรงและสมควรได้รับการแก้ไขเพื่อให้ธุรกิจของท่านประสบผลสำเร็จ

3.1 ปัญหาด้านการผลิต

3.2 ปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน

3.3 ปัญหาด้านการตลาด

3.4 ท่านต้องการให้หน่วยงานของรัฐช่วยเหลือท่านในด้านใดบ้าง

ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข.

หนังสือเชิญตรวจเครื่องมือการวิจัย

และ

หนังสือขอเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ทม 1504/ 3927

คณะกรรมการอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๒ พฤศจิกายน 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ดร.จ่านงค์ จิ่งธิรพานิช

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม เพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นายเผด็จ อมรศักดิ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย”

คณะกรรมการอุตสาหกรรมพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยดังที่แนบมาพร้อมนี้ ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้การเก็บรวบรวมข้อมูลของ นายเผด็จ อมรศักดิ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นายณรงค์ พิมสาร)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 3264325

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม หน่วยบัณฑิตศึกษา งานทะเบียน โทร. 3692

ที่ ทม 1504/ 3927

วันที่ 6 พฤศจิกายน 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ดร.อาริต ธรรมโน

ด้วย นายเผด็จ อมรศักดิ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย” คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสม มากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้การเก็บรวบรวมข้อมูลของ นายเผด็จ อมรศักดิ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบแบบสอบถาม เพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ด้วยดีและขอบคุณ เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(นายณรงค์ พิมสาร)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี



ที่ ทม 1504/ 3927

คณะกรรมการอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

6 พฤศจิกายน 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน คุณช่อทิพย์ อภิสมัยมงคล

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม เพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นายเผด็จ อมรศักดิ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม
จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย”

คณะกรรมการอุตสาหกรรมพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่อง
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยดังที่แนบมาพร้อมนี้
ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้การเก็บรวบรวม
ข้อมูลของ นายเผด็จ อมรศักดิ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นายณรงค์ พิมสาร)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 3264325

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ทม 1504/ 3927

คณะกรรมการอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

6 พฤศจิกายน 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน คุณผานิต กิตติธีรนนท์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นายเผด็จ อมรศักดิ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย”

คณะกรรมการอุตสาหกรรมพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยดังที่แนบมาพร้อมนี้ ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้การเก็บรวบรวมข้อมูลของ นายเผด็จ อมรศักดิ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นายณรงค์ พิมสาร)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 3264325

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ทม 1504/ 3927

คณะกรรมการอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๘ พฤศจิกายน 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน คุณสมชาติ เหล่าปรีดา

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม เพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นายเผด็จ อมรศักดิ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม
จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัญหาการค้าเนิงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย”

คณะกรรมการอุตสาหกรรมพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่อง
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยดังที่แนบมาพร้อมนี้
ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้การเก็บรวบรวม
ข้อมูลของ นายเผด็จ อมรศักดิ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดทราบและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นายณรงค์ พิมสาร)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 3264325

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ทม 1504.3/๐๕๕

ภาควิชาภาษาและสังคม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๒๒ - พฤศจิกายน 2545

เรื่อง ขอความร่วมมือให้นักศึกษาเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ท่านผู้ประกอบการโรงงาน

ด้วย นายเผด็จ อมรศักดิ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม หลักสูตร
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม ต้องการข้อมูลเพื่อเรียบเรียงวิทยานิพนธ์เรื่อง "
ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย" ในการทำวิจัยเรื่องนี้ นักศึกษา
ต้องการข้อมูลเพื่อทำวิจัยดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้
2. ปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้
3. ปัญหาอื่น ๆ จากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอ
ขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผศ.ดร.วรณารต แสงมณี)

ประธานหลักสูตรฯ

โทรศัพท์/โทรสาร 3264321

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นายเผด็จ อมรศักดิ์
ที่อยู่	164 / 660 ม.3 ถนนบ้านกล้วย – ไทรน้อย ตำบลพิมลราช อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110
วันเดือนปีเกิด	29 ตุลาคม 2515
ประวัติการศึกษา	วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโยธา ปีการศึกษา 2537 มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ประวัติการทำงาน	<ul style="list-style-type: none"> พ.ย. 2537 - เม.ย. 2538 วิศวกรควบคุมการก่อสร้าง บริษัท ชีโนทซ์ เอ็นจิเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) เม.ย. 2538 - พ.ค. 2539 วิศวกรผู้ออกแบบ บริษัทผลิตภัณฑ์คอนกรีตซีแพค จำกัด (เครือซิเมนต์ไทย) พ.ค. 2539 - มิ.ย. 2540 วิศวกรผู้ควบคุมกระบวนการผลิต บริษัทผลิตภัณฑ์คอนกรีตซีแพค จำกัด (เครือซิเมนต์ไทย) มิ.ย. 2540 - เม.ย. 2541 วิศวกรแผนกการตลาด บริษัทสยามอุตสาหกรรมท่อ จำกัด (เครือซิเมนต์ไทย) เม.ย. 2541 – มิ.ย. 2543 วิศวกรขาย บริษัทนวพลาสติกอุตสาหกรรม จำกัด (เครือซิเมนต์ไทย) มิ.ย. 2543 – ปัจจุบัน หัวหน้าแผนกขายต่างประเทศ บริษัทนวพลาสติกอุตสาหกรรม จำกัด (เครือซิเมนต์ไทย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้