

ในการผลิต ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ด้านกรรมวิธีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตคือการกรองน้ำและการใช้อุตราไวโอเลต กลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งและการออกแบบโรงงานนั้น ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ส่วนใหญ่จะเลือกทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งวัตถุดิบและห่างไกลจากแหล่งปฏิบัติการ กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ใช้นั้น เนื่องจากโรงงานผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์โดยส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก จึงมีจำนวนคนงานน้อยกว่า 10 คน

ในการการตลาด ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ให้ความสำคัญในส่วนประสานด้านการตลาดคือในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ โดยในด้านผลิตภัณฑ์นั้นให้ความสำคัญในด้านความสะอาดของน้ำและภาชนะบรรจุมากที่สุด การกำหนดราคาขายขึ้นอยู่กับต้นทุนของสินค้า การจำหน่ายน้ำดื่มจะจำหน่ายให้ลูกค้าโดยตรง การส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับการใช้พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์มากกว่าด้านอื่น

ในการจัดการ ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จะให้ความสำคัญในการวางแผน การควบคุม การสั่งการ การจัดคนเข้าทำงานและการจัดองค์กร ตามลำดับ โดยในการวางแผนนั้นใช้ปัจจัยภายในได้แก่ เงินทุนและกำลังการผลิต ส่วนปัจจัยภายนอกที่ใช้ได้แก่ คู่แข่งขันและลูกค้า และสภาพเศรษฐกิจ ด้านการควบคุมส่วนใหญ่จะจัดให้มีการควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงานโดยผู้บริหาร พนักงานจะรายงานผลการปฏิบัติการทุกวันทำการ การสั่งการจะใช้วิธีจูงใจพนักงานในการทำงานคือ การให้สวัสดิการต่างๆ การให้ความมั่นคงในการทำงานและการให้การยกย่องและยอมรับ การจัดคนเข้าทำงานส่วนใหญ่พิจารณาจากความสามารถและความชำนาญของบุคคลากรมากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนการจัดองค์กรนั้นจะจัดให้มีแผนกผลิตและแผนกขายเป็นส่วนใหญ่

ในการการเงิน ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์มีการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน โดยมีเงินลงทุนเริ่มแรกอยู่ในช่วง 100,001-500,000 บาท และมีเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการดำเนินงานในรอบระยะเวลา 1 เดือนอยู่ในช่วง 10,001-50,000 บาท ซึ่งการจัดหาเงินทุนนั้นผู้ผลิตน้ำดื่มโดยส่วนใหญ่จะใช้เงินทุนส่วนตัวในการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ส่วนใหญ่มียอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือนในระดับต่ำกว่าระดับ 50,000 บาท และมีอัตรากำไรสุทธ์ระหว่าง 4-6% และ 10-12% การขายสินค้ามีทั้งการขายสดและการขายเชื่อ

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานที่ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 คือ ปัญหาการผลิตได้แก่ ต้นทุนการผลิตและการขาดแคลนแรงงาน รองลงมาคือปัญหาทางการเงินได้แก่ การจัดหาเงินทุนหมุนเวียน การจัดหาเงินทุน รายได้และยอดขายของกิจการ อัตรากำไรผลตอบแทน(กำไรสุทธ์) ที่ได้รับ ต้นทุนของดอกเบี้ย การชำระหนี้ของลูกค้า ปัญหาในการจัดการได้แก่ ความชำนาญของบุคคลากร และการควบคุมดูแล และปัญหาในการตลาดได้แก่ การแข่งขันทางการตลาด

Independent Study Title	The Operation of Pure Drinking Water Manufacturers in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai		
Author	Miss Thidarat Thirapanpanich		
M.B.A.	Business Administration		
Examining Committee	Assoc. Prof.	Sirikiat Ratchusanti	Chairman
	Lecturer Dr.	Patchara Tantiprabha	Member
	Lecturer	Narumon Kimpakorn	Member

Abstract

The objectives of the independent study, "The Operation of Pure Drinking Water Manufacturers in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai", were as follows:

1. To study the operation of pure drinking water manufacturers in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai.
2. To study the problems and the obstacles of pure drinking water manufacturers in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai.

The data was collected by using questionnaire asking 59 pure drinking water manufacturers in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai. The data was analyzed by using descriptive statistics and interpreted in terms of frequency, percentage, mode and means.

Most manufacturers are sole proprietors and had been in this business for 1-5 years. All of them have registered number or "FDA" logo from Ministry of Health and most of them have factory's license.

The manufacturers gave priority in operation activities as the following sequence : production, marketing, management and finance.

In the production , normal filtration and ultraviolet ray were used as technical tools in production process. The manufacturers choose to locate the factory close to raw material, water, and far from refuse. Most of them are small manufacturers which have 1-10 employees.

For the marketing aspect, the manufacturers gave priority in the following sequence: product, price, place and promotion. For the product, the manufacturers gave priority to the cleanness of the water and the package. The factor that effect to the price is cost of production. Most manufacturers distribute their products direct to the customers. For the promotion, they use the sales person and public relation.

For the management aspect, the manufacturers gave priority in the operation in the following sequence : planning, controlling, directing, staffing and organizing. In the planning process, internal factors being considered in setting the plan were investment capital, capacity. External factors being considered in setting the plan were competitors and customers, economic situation. In the controlling process, the owner was responsible for controlling and evaluating. Employees had to report daily. In directing process, employees were motivated by welfare, job secure and admirability. For the recruitment , most of manufacturers considered abilities and skills of the candidates. For the organizing, most of pure drinking water factories have only production department and sale department.

For the financial aspect, the initial investment was in the range of 100,001-500,000 baht. The monthly working capital in the business operation was about 10,001-50,000 baht. The source of money mostly came from the owner. The average sale volume per month of most manufacturers were less than 50,000 baht and the net profit were 4-6% and 10-12% . Generally, the product were sold both in cash and credit.

The most important problems and obstracles which found in production were cost of production, the shortage of labors and equipment. Financial problems were source of working capital, source of fund, income and sale volume, net profit, cost of capital and the payment of customer. Problems in management were the skill of employees, controlling and management planning. Marketing problem was high market competition.