

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาการวิจัยเรื่อง การดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามแก่ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จำนวน 59 ราย มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows สามารถวิเคราะห์ได้ผลดังตารางต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ (ตารางที่ 1-11) ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- ลักษณะการดำเนินงาน
- ลักษณะการประกอบอาชีพ
- ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
- อาชีพเดิม
- ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน
- เครื่องหมาย “อย.” จากกระทรวงสาธารณสุข
- การเป็นสมาชิกชมรมผู้ผลิตน้ำดื่ม จังหวัดเชียงใหม่
- ประโยชน์จากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมผู้ผลิตน้ำดื่ม จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 การดำเนินงานของผู้ผลิตในด้านต่างๆ

- การจัดลำดับความสำคัญในการดำเนินงานด้านต่างๆ (ตารางที่ 12)

2.1 ด้านการจัดการ (ตารางที่ 13 -23) ประกอบด้วย

- การจัดลำดับความสำคัญในด้านการจัดการ
- ปัจจัยภายในที่ใช้กำหนดการวางแผนการดำเนินงาน
- ปัจจัยภายนอกที่ใช้กำหนดการวางแผนการดำเนินงาน
- การจัดแผนงาน
- หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกคนเข้าทำงาน
- ปัจจัยที่ใช้กำหนดค่าจ้าง
- การให้สวัสดิการพนักงาน

- วิธีการจูงใจพนักงานในการทำงาน
- การรายงานผลการปฏิบัติงาน
- การควบคุมและประเมินผลในการดำเนินงาน
- ผู้ควบคุมและประเมินผลการดำเนินงาน

2.2 การผลิต (ตารางที่ 24 - 33) ประกอบด้วย

- กรรมวิธีการผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์
- กำลังการผลิตในปัจจุบัน
- ปริมาณการผลิตในปัจจุบัน
- ปัจจัยในการกำหนดปริมาณการผลิต
- การเลือกทำเลที่ตั้งโรงงาน
- จำนวนแรงงาน
- ภูมิถำเนาของแรงงาน
- การจ่ายค่าแรง
- การวางแผนการผลิต
- การขยายกำลังการผลิต

2.3 การตลาด (ตารางที่ 34 - 46) ประกอบด้วย

- การจัดลำดับความสำคัญในด้านการตลาด
- ปัจจัยในการกำหนดคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- ประเภทและขนาดของภาชนะบรรจุ
- ประเภทและขนาดของภาชนะบรรจุที่ได้รับความนิยมสูงสุด
- ปัจจัยในการตั้งราคาสินค้า
- การเปรียบเทียบราคาสินค้ากับคู่แข่ง
- การตัดราคาในธุรกิจผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์
- ผลกระทบจากการตัดราคา
- ช่องทางการจัดจำหน่าย
- การจัดลำดับความสำคัญในการส่งเสริมการตลาด
- การส่งเสริมการตลาดด้านการโฆษณา
- การสนองความต้องการของตลาด
- การประมาณความต้องการ

2.4 การเงิน (ตารางที่ 47-59) ประกอบด้วย

- เงินลงทุนเริ่มแรกในการดำเนินธุรกิจ
- เงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจในรอบระยะเวลา 1 เดือน
- แหล่งที่มาของเงินทุนในการดำเนินธุรกิจ
- ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจก่อนการจัดหาเงินทุนจากสถาบันการเงิน
- แหล่งใช้ไปของเงินทุน
- รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน
- อัตรากำไรสุทธิ
- วิธีการขายสินค้า
- ระยะเวลาในการให้เครดิตลูกค้าของกิจการ
- หนี้ที่ไม่ได้รับชำระ
- อัตราหนี้สูญ
- วิธีการติดตามหนี้ค้างชำระ
- ยอดหนี้สูงสุดที่ไม่ได้รับการชำระต่อลูกหนี้ 1 ราย

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

- การจัดลำดับความสำคัญของปัญหาและอุปสรรคของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ ในด้านต่างๆ (ตารางที่ 60)

3.1 ปัญหาด้านการจัดการ (ตารางที่ 61)

3.2 ปัญหาด้านการผลิต (ตารางที่ 62)

3.3 ปัญหาด้านการตลาด (ตารางที่ 63)

3.4 ปัญหาด้านการเงิน (ตารางที่ 64)

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	40	67.8
หญิง	19	32.2
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 รายเป็นเพศชายร้อยละ 67.8 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 32.2

ต.รางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า - 20 ปี	-	-
21 - 30 ปี	6	10.2
31 - 40 ปี	12	20.3
41 - 50 ปี	21	35.6
51 - 60 ปี	7	11.9
60 ปีขึ้นไป	13	22.0
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย จะมีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 35.6 อายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 22.0 และอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 20.3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	7	11.9
มัธยมศึกษา	23	39.0
อนุปริญญา	10	16.9
ปริญญาตรี	14	23.7
สูงกว่าปริญญาตรี	5	8.5
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 39.0 ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 23.7 และระดับอนุปริญญา ร้อยละ 16.9

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามลักษณะการดำเนินงาน

ลักษณะของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	47	79.6
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	6	10.2
บริษัทจำกัด	6	10.2
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย ดำเนินงานในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 79.6 ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 10.2 และบริษัทจำกัด ร้อยละ 10.2

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามลักษณะการประกอบอาชีพ

การประกอบอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพหลัก	45	76.3
อาชีพรอง	14	23.7
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย ประกอบอาชีพผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์เป็นอาชีพหลัก ร้อยละ 76.3 และเป็นอาชีพรอง ร้อยละ 23.7

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาการประกอบธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 5 ปี	27	45.8
6 - 10 ปี	21	35.6
11 - 15 ปี	6	10.1
16 - 20 ปี	4	6.8
20 ปีขึ้นไป	1	1.7
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย ดำเนินธุรกิจผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์มาเป็นระยะเวลา 1-5 ปี ร้อยละ 45.8 ช่วง 6-10 ปี ร้อยละ 35.6 และช่วง 11-15 ปี ร้อยละ 10.1

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามอาชีพเดิม

อาชีพเดิม	จำนวน	ร้อยละ
ค้าขาย	22	37.3
รับราชการ	9	15.3
พนักงานบริษัท	5	8.5
ธุรกิจส่วนตัว	13	22.0
รับจ้าง	6	10.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1	1.7
พนักงานธนาคาร	2	3.4
วิศวกร	1	1.7
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย เดิมเคยประกอบ อาชีพค้าขายมาก่อน ร้อยละ 37.3 ทำธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 22.0 และรับราชการร้อยละ 15.3

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามการมีใบอนุญาต ประกอบกิจการโรงงาน

ใบอนุญาตประกอบกิจการ โรงงาน	จำนวน	ร้อยละ
มี	45	76.3
ไม่มี	14	23.7
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย มีใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน ร้อยละ 76.3 และไม่มีใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน ร้อยละ 23.7 ทั้งนี้เนื่องจากการดำเนินงาน (แรงม้า) ของเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต และจำนวนคนงานที่ใช้ในการผลิตไม่ถึงเกณฑ์ที่ต้องยื่นขอใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธี จำแนกตามการได้รับเครื่องหมาย “อย.” จากกระทรวงสาธารณสุข

เครื่องหมาย “อย.”	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับ	59	100
ไม่ได้รับ	-	-
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีจำนวน 59 ราย ทุกรายได้รับเครื่องหมาย “อย.” จากกระทรวงสาธารณสุขทั้งสิ้น

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธี จำแนกตามการเป็นสมาชิกชมรมผู้ผลิตน้ำดื่ม จังหวัดเชียงใหม่

การเป็นสมาชิกชมรมผู้ผลิตน้ำดื่ม จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เป็นสมาชิก	11	18.6
เป็นสมาชิก	48	81.4
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีจำนวน 59 ราย เป็นสมาชิกชมรมผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 81.4 และไม่เป็นสมาชิกชมรมผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 18.6

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากการเป็นสมาชิกชมรมผู้ผลิตน้ำดื่ม จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการเป็นสมาชิกชมรม	จำนวน	ร้อยละ
เป็นประโยชน์	42	87.5
ไม่เป็นประโยชน์	6	12.5
รวม	48	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 48 รายซึ่งเป็นสมาชิกชมรมผู้ผลิตน้ำดื่มจังหวัดเชียงใหม่เห็นว่าได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก ร้อยละ 87.5 อาทิเช่น ทางชมรมจะช่วยเหลือด้านการต่อรองราคาในการจัดซื้อภาชนะบรรจุน้ำดื่มๆ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจน้ำดื่มระหว่างสมาชิกในชมรมอย่างสม่ำเสมอ เป็นต้น และมีผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์เห็นว่าไม่ได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิก ร้อยละ 12.5 ทั้งนี้เนื่องจากทางชมรมไม่ได้ช่วยเหลือในด้านการควบคุมราคาจำหน่ายน้ำดื่มในตลาดน้ำดื่มของจังหวัดเชียงใหม่แต่อย่างใด

สรุปส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์

ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่าเป็นเพศชายร้อยละ 67.8 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 32.2 โดยส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 35.6 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 35.6 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 39.0 รองลงมาคือการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 23.7 มีลักษณะการดำเนินงานแบบเจ้าของคนเดียวมากที่สุด ร้อยละ 79.7 รองลงคือดำเนินการในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัดเท่ากัน ร้อยละ 10.2 โดยผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จะประกอบอาชีพผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์เป็นอาชีพหลัก ร้อยละ 76.3 และเป็นอาชีพรอง ร้อยละ 23.7 ระยะเวลาในการประกอบอาชีพผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จะอยู่ในช่วง 1-5 ปี ร้อยละ 45.8 รองลงมาอยู่ในช่วง 6-10 ปี ร้อยละ 35.6 ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพค้าขายมาก่อน ร้อยละ 37.3 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 22.0 การดำเนินงานส่วนใหญ่จะได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน จากกระทรวงอุตสาหกรรม ร้อยละ 76.3 และไม่มีใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน ร้อยละ 23.7 ทั้งนี้เนื่องจากกำลังงาน (แรงม้า) ของเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตและจำนวนคนงานที่ใช้ในการผลิตไม่ถึงเกณฑ์ที่ต้องยื่นขอใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ทั้งหมดได้รับเครื่องหมาย “อย.” จากกระทรวงสาธารณสุข ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์เข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมผู้ผลิตน้ำดื่มจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 81.4 ซึ่งผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ที่เป็นสมาชิกชมรมผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์เหล่านี้ เห็นว่าได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมเป็นสมาชิก ร้อยละ 87.5 อาทิเช่น ทางชมรมจะช่วยเหลือด้านการต่อรองราคาในการจัดซื้อภาชนะบรรจุน้ำดื่มๆ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจน้ำดื่มระหว่างสมาชิกในชมรมอย่างสม่ำเสมอ เป็นต้น ส่วนที่เหลือร้อยละ 12.5 เห็นว่าไม่ได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของชมรม ทั้งนี้เนื่องจากทางชมรมไม่ได้ช่วยเหลือในด้านการควบคุมราคาจำหน่ายน้ำดื่มในตลาดน้ำดื่มของจังหวัดเชียงใหม่แต่อย่างใด

ส่วนที่ 2 การดำเนินการในด้านต่างๆ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามการให้ความสำคัญของการดำเนินธุรกิจ
ในด้านต่างๆ

การดำเนินธุรกิจ	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ด้านการจัดการ	8	11	18	22
ด้านการผลิต	26	19	10	4
ด้านการตลาด	13	17	17	12
ด้านการเงิน	12	12	14	21
รวม	59	59	59	59

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย เห็นว่าในการดำเนินธุรกิจในการผลิตมีความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 26 ราย ด้านการตลาด อันดับที่ 2 จำนวน 17 ราย ด้านการจัดการ อันดับที่ 3 จำนวน 18 ราย และด้านการเงิน อันดับที่ 4 จำนวน 21 ราย

การดำเนินธุรกิจผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ในปัจจุบัน
ด้านการจัดการ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามการให้ความสำคัญในการจัดการ

ความสำคัญในการจัดการ	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3	อันดับที่ 4	อันดับที่ 5
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
การวางแผน	24	18	3	7	7
การจัดองค์กร	5	8	12	11	23
การจัดคนเข้าทำงาน	6	6	16	17	14
การตั้งการ	5	8	21	17	8
การควบคุม	19	19	8	6	7
รวม	59	59	59	59	59

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย เห็นว่าในการดำเนินการด้านการจัดการนั้น การวางแผน มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 24 ราย การควบคุม อันดับที่ 2 จำนวน 19 ราย การตั้งการ อันดับที่ 3 จำนวน 21 ราย การจัดคนเข้าทำงาน อันดับที่ 4 จำนวน 17 ราย และการจัดองค์กร อันดับที่ 5 จำนวน 23 ราย

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามปัจจัยภายในที่มีผลในการวางแผนการดำเนินงานธุรกิจ

ปัจจัยภายในที่มีผลในการวางแผนการดำเนินงานธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
โครงสร้างธุรกิจ	8	13.6
ด้านบุคลากร	26	44.0
เงินทุน	44	74.5
กำลังการผลิต	38	64.4

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย ใช้ปัจจัยภายในในการวางแผนงานธุรกิจ คือเงินทุน ร้อยละ 74.5 กำลังการผลิต ร้อยละ 64.4 และบุคลากร ร้อยละ 44.0

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามปัจจัยภายนอกที่มีผลในการวางแผนการดำเนินงานธุรกิจ

ปัจจัยภายนอกที่มีผลในการวางแผนการดำเนินงานธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
นโยบายของรัฐบาล	9	15.2
สภาพเศรษฐกิจ	38	64.4
คู่แข่งขั้นและลูกค้า	52	88.1
เทคโนโลยี	14	23.7
สังคมและวัฒนธรรม	5	8.47

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย ใช้ปัจจัยภายนอกในการวางแผนงานธุรกิจ คือคู่แข่งขั้นและลูกค้า ร้อยละ 88.1 สภาพเศรษฐกิจ ร้อยละ 64.4 และเทคโนโลยี ร้อยละ 23.7

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามการจัดแผนกงาน

การจัดแผนกงาน	จำนวน	ร้อยละ
แผนกจัดซื้อ		
มี	22	37.3
ไม่มี	37	62.7
รวม	59	100
แผนกการผลิต		
มี	48	81.4
ไม่มี	11	18.6
รวม	59	100
แผนกขาย		
มี	40	67.8
ไม่มี	19	32.2
รวม	59	100
แผนกบุคคล		
มี	13	22.0
ไม่มี	46	78.0
รวม	59	100
แผนกการเงิน		
มี	31	52.5
ไม่มี	28	47.5
รวม	59	100
แผนกบัญชี		
มี	37	62.7
ไม่มี	22	37.3
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย มีการจัดองค์กรโดยการแบ่งเป็นแผนกต่างๆ คือจะมีแผนกผลิตมากที่สุด ร้อยละ 81.4 รองลงมาคือ แผนกขาย ร้อยละ 67.8 และแผนกบัญชี ร้อยละ 62.7

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกคนเข้าทำงาน

หลักเกณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
อายุ	28	47.4
เพศ	28	47.4
คุณวุฒิ	6	10.1
ประสบการณ์	19	32.2
ภูมิลำเนา	28	47.4
บุคลิกภาพ	28	47.4
ความสามารถและความชำนาญ	42	71.1

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกคนเข้าทำงาน คือ ความสามารถและความชำนาญ ร้อยละ 71.1 อายุ เพศ ภูมิลำเนาและบุคลิกภาพ ร้อยละ 47.4 และประสบการณ์ ร้อยละ 32.2

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามปัจจัยที่ใช้กำหนดค่าจ้าง

ปัจจัยที่ใช้กำหนดค่าจ้าง	จำนวน	ร้อยละ
ค่าครองชีพ	27	45.7
ตลาดแรงงานและคู่แข่ง	7	11.8
กฎหมายแรงงาน	23	38.9
ฐานะการเงินของกิจการ	34	57.6
ความสามารถและประสบการณ์	29	49.1

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย กำหนดค่าจ้างโดยพิจารณาจากฐานะการเงินของกิจการ ร้อยละ 57.6 ความสามารถและประสบการณ์ ร้อยละ 49.1 และค่าครองชีพ ร้อยละ 45.7

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ จำแนกตามการให้สวัสดิการแก่พนักงาน

การให้สวัสดิการ	จำนวน	ร้อยละ
จัดที่พักให้	37	62.7
ค่ารักษาพยาบาล	26	44.0
ประกันสังคม	11	18.6
โบนัสประจำปี	15	25.4
ชุดทำงาน	30	50.8
ความสะดวกในการทำงาน	37	62.7
น้ำดื่ม	45	76.2
อาหาร	23	38.9
ยานพาหนะ	1	1.6
การศึกษา	2	3.3

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิจำนวน 59 ราย มีการให้สวัสดิการแก่พนักงานโดยการจัดน้ำดื่ม ร้อยละ 76.2 จัดที่พักให้และให้ความสะดวกในการทำงาน ร้อยละ 62.7 และให้ชุดทำงาน ร้อยละ 50.8

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำนวนตามวิธีการงูใจพนักงานใน
การทำงาน

วิธีการงูใจ	จำนวน	ร้อยละ
การให้สวัสดิการต่างๆ	26	44.0
ความมั่นคงในการทำงาน	26	44.0
ให้รางวัลตอบแทน	13	22.0
การให้โอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง	18	30.5
การให้การยกย่องและยอมรับ	26	44.0
การจัดอบรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ	18	30.5

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย ใช้วิธีการงูใจพนักงานในการทำงาน
โดยการให้สวัสดิการต่างๆ ความมั่นคงในการทำงานและการให้การยกย่องและยอมรับ ร้อยละ
44.0 การให้โอกาสในการเลื่อนตำแหน่งและการจัดอบรมเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน
ร้อยละ 30.5 และให้รางวัลตอบแทน ร้อยละ 22.0

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์
การปฏิบัติการจากผู้ได้บังคับบัญชา

จำแนกตามระบบการรายงาน

การรายงาน	จำนวน	ร้อยละ
ทุกๆวันทำการ	34	57.6
รายสัปดาห์	14	23.7
รายเดือน	5	8.5
ทุกครั้งที่มีปัญหาเกิดขึ้น	30	50.8

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย มีการวางระบบการรายงานผลการปฏิบัติการจากผู้ได้บังคับบัญชาทุกๆวันทำการ ร้อยละ 57.6 ทุกครั้งที่มีปัญหาเกิดขึ้น ร้อยละ 50.8 และทุกสัปดาห์ร้อยละ 23.7

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์
และประเมินผลในการดำเนินงาน

จำแนกตามการใช้การควบคุม

การใช้การควบคุมและประเมินผล ในการดำเนินงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	5	8.5
มี	54	91.5
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย มีการใช้การควบคุมและประเมินผลในการดำเนินงานร้อยละ 91.5 และไม่มีการใช้การควบคุมและประเมินผลในการดำเนินงานร้อยละ 8.5

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำนวนตามผู้ควบคุมและ
ประเมินผลในการดำเนินงาน

ผู้ควบคุมและประเมินผล	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริหารควบคุมเอง	50	84.7
หัวหน้างานควบคุม	8	13.6
พนักงานฝ่ายควบคุม	1	1.7
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย มีการควบคุมและประเมินผลในการดำเนินงานโดยผู้บริหาร ร้อยละ 84.7 หัวหน้างานควบคุม ร้อยละ 13.6 และพนักงานฝ่ายควบคุม ร้อยละ 1.7

สรุปส่วนที่ 2 การดำเนินการในด้านต่าง ๆ

2.1 ด้านการจัดการ

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจ อันดับที่ 1 ด้านการผลิต จำนวน 26 ราย อันดับที่ 2 ด้านการตลาด จำนวน 17 ราย อันดับที่ 3 ด้านการจัดการ จำนวน 18 ราย และอันดับที่ 4 ด้านการเงิน จำนวน 21 ราย

สำหรับในด้านการจัดการนั้น ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ได้ให้ความสำคัญในด้านต่างๆ คืออันดับที่ 1 ด้านการวางแผน จำนวน 24 ราย อันดับที่ 2 ด้านการควบคุม จำนวน 19 ราย อันดับที่ 3 ด้านการสั่งการ จำนวน 21 อันดับที่ 4 ด้านการจัดคนเข้าทำงาน จำนวน 17 ราย และอันดับที่ 5 ด้านการจัดองค์กร จำนวน 23 ราย

ด้านการวางแผน ในการวางแผนการดำเนินธุรกิจ ผู้ผลิตใช้ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์การช่วยในการวางแผน โดยส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยภายในคือ เงินทุนของกิจการ ร้อยละ 74.5 รองลงมาคือ กำไรการผลิต ร้อยละ 64.4 สำหรับปัจจัยภายนอกที่ใช้ในการวางแผนคือ คู่แข่งขั้นและลูกค้า ร้อยละ 88.1 รองลงมาคือ สภาพเศรษฐกิจ ร้อยละ 64.4

ด้านการจัดองค์กร โรงงานผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จะมีการจัดแผนกงาน โดยมีแผนกผลิต ร้อยละ 81.4 และมีแผนกขาย ร้อยละ 67.8

ด้านการจัดคนเข้าคนเข้าทำงาน ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์มีเกณฑ์ในการคัดเลือกคนงานเข้าทำงานที่นำมาใช้ในการดำเนินงานได้แก่ ความสามารถและความชำนาญของคนงาน ร้อยละ 71.1 รองลงมาคืออายุ เพศ ภูมิฐานะและบุคลิกภาพ ร้อยละ 47.4 การจ่ายค่าแรงงานกำหนดตามฐานะการเงินของกิจการ ร้อยละ 57.6 รองลงมาพิจารณาจากความสามารถและประสบการณ์ ร้อยละ 49.1

ด้านการสั่งการ กระทำโดยการให้สวัสดิการต่างๆ โดยสวัสดิการที่ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ให้แก่พนักงานมากที่สุดได้แก่ น้ำดื่ม ร้อยละ 76.2 รองลงมาได้แก่การจัดที่พักให้และการให้ความสะดวกในการทำงาน ร้อยละ 62.7 วิธีการจูงใจพนักงานในการทำงานส่วนมากคือ การให้สวัสดิการต่างๆ การให้ความมั่นคงในการทำงานและการให้การยกย่องและยอมรับ ร้อยละ 44.0 รองลงมาจะให้โอกาสในการเลื่อนตำแหน่งและการจัดอบรมเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน ร้อยละ 30.5

ด้านการควบคุม ในส่วนของระบบการรายงานการปฏิบัติงานจากผู้บังคับบัญชา ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จะจัดให้มีทุกๆ วันทำการ ร้อยละ 57.6 รองลงมาจะจัดให้มีทุกครั้งที่เกิดปัญหาขึ้น ร้อยละ 50.8 มีการใช้การควบคุมและประเมินผลในการดำเนินงาน ร้อยละ 91.5 และที่เหลืออีก ร้อยละ 8.5 จะไม่มีการใช้การควบคุมและประเมินผลในการดำเนินงาน ในการควบคุมและ

ประเมินผลในการดำเนินการจะมีผู้บริหารเป็นผู้ควบคุมและประเมินผลในการดำเนินงานเอง ร้อย
ละ 84.7 รองลงมาจะมีหัวหน้างานควบคุม ร้อยละ 13.6

ด้านการผลิต

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามกรรมวิธีที่ใช้ในการผลิต

กรรมวิธีในการผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
การกรองน้ำ	53	89.8
อูลตราไวโอเลต	42	71.1
การใช้โอโซน	15	25.4
Reverse Osmosis	7	11.8

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย มีกรรมวิธีในการทำน้ำดื่มบริสุทธิ์โดย
วิธีการกรองน้ำร้อยละ 89.8 อูลตราไวโอเลต ร้อยละ 71.1 และการใช้โอโซน ร้อยละ 25.4 โดยมีผู้
ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์บางรายใช้กรรมวิธีการกรองน้ำร่วมกับกรรมวิธีการผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์แบบอื่นๆ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามกำลังการผลิต

กำลังการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3,000 ลิตรต่อวัน	20	33.8
3,001 - 6,000 ลิตรต่อวัน	27	45.7
6,001 - 9,000 ลิตรต่อวัน	1	1.6
9,001 - 12,000 ลิตรต่อวัน	5	8.4
12,001 - 15,000 ลิตรต่อวัน	2	3.3
15,001 - 18,000 ลิตรต่อวัน	1	1.6
18,001 - 21,000 ลิตรต่อวัน	1	1.6
21,001 - 24,000 ลิตรต่อวัน	-	-
24,001 - 27,000 ลิตรต่อวัน	-	-
27,001 - 30,000 ลิตรต่อวัน	1	1.6
30,000 ลิตรต่อวันขึ้นไป	1	1.6
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย มีกำลังการผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ 3,001 - 6,000 ลิตรต่อวัน ร้อยละ 45.7 จำนวนน้อยกว่า 3,000 ลิตรต่อวัน ร้อยละ 33.8 และจำนวน 9,000 - 12,000 ลิตรต่อวัน ร้อยละ 8.4

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทรี จำแนกตามปริมาณการผลิต

ปริมาณการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 ลิตรต่อวัน	10	16.9
1,001 - 2,000 ลิตรต่อวัน	15	25.4
2,001 - 3,000 ลิตรต่อวัน	13	22.0
3,001 - 4,000 ลิตรต่อวัน	8	13.6
4,001 - 5,000 ลิตรต่อวัน	5	8.5
5,001 - 6,000 ลิตรต่อวัน	2	3.4
7,001 - 8,000 ลิตรต่อวัน	-	-
8,001 - 9,000 ลิตรต่อวัน	1	1.7
9,001 - 10,000 ลิตรต่อวัน	1	1.7
10,001 ลิตรต่อวันขึ้นไป	4	6.8
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทรีจำนวน 59 ราย มีปริมาณการผลิตน้ำดื่มบริสุทรี 1,001 - 2,000 ลิตรต่อวัน ร้อยละ 25.4 จำนวน 2,001 - 3,000 ลิตรต่อวัน ร้อยละ 22.0 และจำนวนน้อยกว่า 1,000 ลิตรต่อวัน ร้อยละ 16.9

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามปัจจัยในการกำหนดปริมาณการผลิต

ปัจจัยในการกำหนดปริมาณการผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์	จำนวน	ร้อยละ
ปริมาณคำสั่งซื้อของลูกค้า	54	91.5
แผนการผลิต	10	16.9
ราคา	4	6.7
ฤดูกาล	29	49.1
จำนวนแรงงานในการผลิต	5	8.4
เงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในกิจการ	13	22.0

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย กำหนดปริมาณการผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์โดยพิจารณาจากปริมาณคำสั่งซื้อของลูกค้า ร้อยละ 91.5 ฤดูกาล ร้อยละ 49.1 และเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในกิจการ ร้อยละ 22.0

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามปัจจัยความเหมาะสมด้านทำเลที่ตั้งของโรงงาน

ปัจจัยความเหมาะสมด้านทำเลที่ตั้ง ของโรงงาน	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้แหล่งวัตถุดิบ(น้ำ)ที่มีคุณภาพ	41	69.4
ห่างไกลจากชุมชน	12	20.3
เงินลงทุนในที่ดินไม่สูงนัก	12	20.3
ห่างไกลจากแหล่งปฏิภูล	34	57.6
ใกล้ตลาดกลุ่มเป้าหมาย	28	47.4
แรงงานจัดหาได้ง่าย มีคุณภาพ	13	22.0
เนื้อที่เพียงพอต่อการผลิตและการ ขยายงานในอนาคต	26	44.0

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 รายให้ความสำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงงานเนื่องจากโรงงานตั้งอยู่ใกล้วัตถุดิบ (น้ำ) ที่มีคุณภาพ ร้อยละ 69.4 ห่างไกลจากแหล่งปฏิภูล ร้อยละ 57.6 และใกล้ตลาดกลุ่มเป้าหมายร้อยละ 47.4

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามจำนวนคนงานทั้งหมด

จำนวนคนงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 คน	52	88.1
11 - 20 คน	-	-
21 - 30 คน	2	3.4
31 - 40 คน	5	8.5
41 คนขึ้นไป	-	-
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย มีคนงานที่ใช้ในการผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์น้อยกว่า 10 คน ร้อยละ 88.1 จำนวน 31-40 คน ร้อยละ 8.5 และจำนวน 21 - 30 คน ร้อยละ 3.4

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามภูมิภาคของคณงาน

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
จังหวัดเชียงใหม่	48	81.4
ต่างจังหวัด	20	33.9

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย มีคนงานที่มีภูมิลำเนาในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 81.4 และมีภูมิลำเนาต่างจังหวัด ร้อยละ 33.9

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามเวลาในการจ่ายค่าแรง

การจ่ายค่าแรง	จำนวน	ร้อยละ
รายวัน	9	15.3
รายสัปดาห์	6	10.2
ทุก 10 วัน	7	11.9
ทุก 15 วัน	10	16.9
ทุกสิ้นเดือน	45	76.3

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย มีการจ่ายค่าแรงแก่คนงาน ทุกสิ้นเดือน ร้อยละ 76.3 จ่ายทุก 15 วัน ร้อยละ 16.9 และจ่ายรายวัน ร้อยละ 15.3

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามการวางแผนการผลิต

การวางแผนการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการวางแผนการผลิต	38	64.4
มีการวางแผนการผลิต	21	35.6
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย ไม่มีการวางแผนการผลิต ร้อยละ 64.4 และมีการวางแผนการผลิต ร้อยละ 35.6

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามการวางแผนการขาย
กำลังการผลิตของโรงงานในอนาคต

การขยายกำลังการผลิตในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ขยายกำลังการผลิต	53	89.8
ขยายกำลังการผลิต	6	10.2
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย วางแผนไม่ขยายกำลังการผลิตของ
โรงงานในอนาคต ร้อยละ 89.8 และวางแผนการขายกำลังการผลิตในอนาคต ร้อยละ 10.2

สรุปส่วนที่ 2 การดำเนินงานในด้าน

2.2 ด้านการผลิต

จากการศึกษาพบว่าผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ ให้ความสำคัญในด้านการผลิตในปัจจุบันต่างๆ จากตารางพบว่า

กลยุทธ์ด้านกรรมวิธีการผลิตและเทคนิคด้านการผลิต ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์โดยส่วนใหญ่ใช้กรรมวิธีการผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์โดยวิธีการกรองน้ำ ร้อยละ 89.8 รองลงมาใช้กรรมวิธีอุลตราไวโอเลต ร้อยละ 71.1 นอกจากนี้ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์มักนิยมเลือกใช้กรรมวิธีการกรองน้ำร่วมกับกรรมวิธีการผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์แบบอื่นๆ กำลังการผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จะอยู่ระหว่าง 3,001-6,000 ลิตรต่อวัน ร้อยละ 45.7 รองลงมาน้อยกว่า 3,000 ลิตรต่อวัน ร้อยละ 33.8 โดยปริมาณการผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จะอยู่ระหว่าง 1,001-2,000 ลิตรต่อวัน ร้อยละ 25.4 รองลงมาปริมาณการผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ 2,001-3,000 ลิตรต่อวัน ร้อยละ 22.0 โดยการกำหนดปริมาณการผลิตจะพิจารณาจากปริมาณคำสั่งซื้อของลูกค้าเป็นสำคัญ ร้อยละ 91.5 รองลงมาจะพิจารณาจากฤดูกาล ร้อยละ 49.1

กลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งของโรงงานและการออกแบบโรงงาน ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ส่วนใหญ่จะเลือกทำเลที่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ (น้ำ) ที่มีคุณภาพ ร้อยละ 69.4 รองลงมาคือพิจารณาจากความห่างไกลจากแหล่งปฏิภูล ร้อยละ 57.6

กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ โรงงานผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กคือ มีคนงานน้อยกว่า 10 คน ร้อยละ 88.1 รองลงมาจะมีจำนวนคนงานระหว่าง 31-40 คน ร้อยละ 8.5 โดยร้อยละ 81.4 ของคนงานที่ใช้ในกิจการนั้น จะมีภูมิลำเนาในจังหวัดเชียงใหม่ และที่เหลือร้อยละ 18.6 มีภูมิลำเนาจากต่างจังหวัด

นอกจากนี้จากตารางพบว่า การจ่ายค่าแรงผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จะกระทำทุกวันสิ้นเดือน ร้อยละ 76.3 รองลงมาจ่ายทุก 15 วัน ร้อยละ 16.9 ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ส่วนมากจะไม่มีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า ร้อยละ 64.4 และอีกร้อยละ 35.6 มีการวางแผนการผลิตไว้ล่วงหน้า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ส่วนใหญ่เห็นว่ายังไม่มีการขายกำลังการผลิต ร้อยละ 89.8 และอีกร้อยละ 10.2 คาดว่าจะมีการขายกำลังการผลิต

ด้านการตลาด

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ จำแนกตามระดับความสำคัญของส่วนประสม
การตลาด

ความสำคัญของ ส่วนประสมการตลาด	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ด้านผลิตภัณฑ์	34	13	9	3
ด้านราคา	18	24	14	3
ด้านการจัดจำหน่าย	4	22	31	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3	-	5	51
รวม	59	59	59	59

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิจำนวน 59 ราย เห็นว่าด้านส่วนประสมการตลาดนั้น ผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 34 ราย ด้านราคา อันดับที่ 2 จำนวน 24 ราย ด้านการจัดจำหน่าย อันดับที่ 3 จำนวน 31 ราย และด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับที่ 4 จำนวน 51 ราย

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามการให้ความสำคัญกับ
คุณภาพผลิตภัณฑ์

ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ ที่จำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ความสะอาดของน้ำ	56	94.9
การบริการ	41	69.4
ตราหือ	21	35.6
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	7	11.8
ความสะอาดของภาชนะบรรจุ	52	88.1
รูปแบบของภาชนะบรรจุ	18	30.5
รสชาติของน้ำ	33	55.9

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ด้าน
ความสะอาดของน้ำ ร้อยละ 94.9 ความสะอาดของภาชนะบรรจุ ร้อยละ 88.1 และการบริการ เช่น
การขนส่ง ร้อยละ 69.4

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามชนิดและขนาดบรรจุของน้ำดื่มบริสุทธิ์

ชนิดและขนาดบรรจุน้ำดื่มบริสุทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
ขวดแก้ว ขนาด 500,750 cc	28	47.5
ขวดโพลีเอทิลีน (PET) ขนาด 500,750 cc	12	20.3
ขวดพลาสติกวันเวย์ (PE) ขนาด 500,750,950 cc	41	69.5
ขวดพลาสติก (PE) ขนาด 950 cc	45	76.3
ถังพลาสติก (PC) ขนาด 18.9 ลิตร	10	16.9
ถังพลาสติก ขนาด 10 และ 20 ลิตร	56	94.9
ถุงพลาสติก	3	5.1

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำหน่ายในแบบถังพลาสติก (PE) ขนาด 10 ลิตรและ 20 ลิตร ร้อยละ 94.9 แบบขวดพลาสติก (PE) ขนาด 950 cc ร้อยละ 76.3 และแบบขวดพลาสติกวันเวย์ (PE) ขนาด 500, 750, 950 cc ร้อยละ 69.5

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ
 ได้รับความนิยมสูงสุด

ชนิดและขนาดบรรจุภัณฑ์น้ำดื่มบริสุทธิ์ที่ได้รับ ได้รับความนิยมสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ขวดแก้ว ขนาด 500,750 cc	5	8.4
ขวดใสวันเวย์ (PET) ขนาด 500,750 cc	2	3.3
ขวดขาวขุ่นวันเวย์ (PE) ขนาด 500,750,950 cc	19	32.2
ขวดขาวขุ่น (PE) ขนาด 950 cc	25	42.3
ถังใส (PC) ขนาด 18.9 ลิตร	4	6.7
ถังขาวขุ่น ขนาด 10 และ 20 ลิตร	54	91.5
ถุงพลาสติก	2	3.3

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย เห็นว่าน้ำดื่มบริสุทธิ์ที่ผลิต
 ออกจำหน่าย แบบถังขาวขุ่น (PE) ขนาด 10 ลิตรและ 20 ลิตร ได้รับความนิยมสูงสุด ร้อยละ 91.5

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามปัจจัยในการกำหนด
ราคาน้ำดื่มบริสุทธ์

ปัจจัยในการกำหนดราคา น้ำดื่มบริสุทธ์	จำนวน	ร้อยละ
ต้นทุนการผลิต	49	83.0
สภาวะตลาดและคู่แข่ง	29	49.1
ภาวะเศรษฐกิจ	14	23.7
ชนิดของภาชนะที่บรรจุ	24	40.6
ขนาดของภาชนะที่บรรจุ	18	30.5
ปริมาณคำสั่งซื้อ	7	11.8
ระดับหรือประเภทของลูกค้า	7	11.8

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย กำหนดราคาขายน้ำดื่มบริสุทธ์โดย
พิจารณาจากต้นทุนการผลิต ร้อยละ 83.0 สภาวะตลาดและคู่แข่ง ร้อยละ 49.1 และชนิดของ
ภาชนะที่บรรจุ ร้อยละ 40.6

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามการเปรียบเทียบราคาขาย
น้ำดื่มบริสุทธ์กับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบราคาขาย น้ำดื่มบริสุทธ์กับคู่แข่ง	จำนวน	ร้อยละ
สูงกว่า	1	1.7
ใกล้เคียงกัน	46	78.0
ต่ำกว่า	9	15.3
ไม่แน่นอน	3	5.0
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย กำหนดราคาขายน้ำดื่มบริสุทธ์ใกล้
เคียงกับคู่แข่ง ร้อยละ 78.0 ต่ำกว่าคู่แข่ง ร้อยละ 15.3 และไม่แน่นอน ร้อยละ 5.0

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามการตัดราคาในตลาดน้ำดื่มบริสุทธ์

การตัดราคาในตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการตัดราคา	7	11.9
มีการตัดราคา	52	88.1
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย เห็นว่ามีการตัดราคาในตลาดน้ำดื่มบริสุทธ์ ร้อยละ 88.1 และไม่มีการตัดราคา ร้อยละ 11.9

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามผลกระทบที่ได้รับจากการตัดราคาในตลาดน้ำดื่มบริสุทธ์

ผลกระทบจากการตัดราคา	จำนวน	ร้อยละ
มีผลกระทบ	37	71.2
ไม่มีผลกระทบ	15	28.8
รวม	52	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 52 รายที่เห็นว่าการตัดราคาเกิดขึ้นในตลาดน้ำดื่ม นั้น ได้รับผลกระทบจากการตัดราคาดังกล่าว ร้อยละ 71.2 เช่น การสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดไปบ้าง การลดราคาขายลงเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดน้ำดื่มได้ เป็นต้น ส่วนที่เหลืออีก ร้อยละ 28.8 ไม่ได้รับผลกระทบจากการตัดราคาดังกล่าว

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
จำหน่ายโดยตรงกับลูกค้า	57	96.6
จำหน่ายโดยพนักงานขาย	12	20.3
จำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง	17	28.8

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย มีช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำดื่มบริสุทธิ์โดยการจำหน่ายโดยตรงกับลูกค้า ร้อยละ 96.6 จำหน่ายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 28.8 และจำหน่ายโดยพนักงานขาย ร้อยละ 20.3

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด

ความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
การโฆษณา	4	8	15	32
การส่งเสริมการขาย	9	13	27	10
การใช้พนักงานขาย	23	25	4	7
การประชาสัมพันธ์	23	13	13	10
รวม	59	59	59	59

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย เห็นว่าในด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น การใช้พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 23 รายเท่ากัน การส่งเสริมการขาย อันดับที่ 3 จำนวน 27 ราย และการโฆษณา อันดับที่ 4 จำนวน 32 ราย

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามการดำเนินการด้านการส่งเสริมการตลาด (การโฆษณา)

การดำเนินการด้านการส่งเสริมการตลาด (ด้านการโฆษณา)	จำนวน	ร้อยละ
ใบปลิวหรือแผ่นพับ	15	25.4
หนังสือพิมพ์	2	3.3
ป้ายโฆษณาหรือคัดเอาท์ต่างๆ	5	8.4
วิทยุกระจายเสียง	-	-
แจกเอกสารทางไปรษณีย์	1	1.6
วารสาร "น้ำเพื่อชีวิต"	6	10.1
ไม่มีการโฆษณาใดๆ	6	61.0

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย ไม่มีการดำเนินการด้านการส่งเสริมการขาย (การโฆษณา) ใดๆ ร้อยละ 61.0 ใช้ใบปลิวหรือแผ่นพับ ร้อยละ 25.4 และลงโฆษณาในวารสาร "น้ำเพื่อชีวิต" ของชมรมผู้ผลิตน้ำดื่ม จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 10.1

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามความคิดเห็นด้านการตอบสนองความต้องการของตลาดน้ำดื่มในปัจจุบัน

น้ำดื่มบริสุทธิ์ในตลาดกับความต้องการของตลาดโดยรวม	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอกับความต้องการ	53	89.8
ไม่เพียงพอกับความต้องการ	6	10.2
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย เห็นว่าปัจจุบันการตอบสนองความต้องการของตลาดน้ำดื่มบริสุทธิ์มีเพียงพอ ร้อยละ 89.8 และยังไม่เพียงพอ ร้อยละ 10.2

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามความคิดเห็นด้านแนวโน้มความต้องการน้ำดื่มบริสุทธ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ทิศทางของความต้องการน้ำดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
มากขึ้น	35	59.3
ลดลง	4	6.8
ไม่แน่นอน	20	33.9
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย มีความเห็นว่าความต้องการน้ำดื่มบริสุทธ์ ในจังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ร้อยละ 59.3 เห็นว่ามีแนวโน้มไม่แน่นอน ร้อยละ 33.9 และมีแนวโน้มลดลง ร้อยละ 6.8

สรุปส่วนที่ 2 การดำเนินงานในด้านต่างๆ

2.3 ด้านการตลาด

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิให้ความสำคัญในส่วนประสมด้านการตลาด อันดับที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 34 ราย อันดับที่ 2 ด้านราคา จำนวน 24 ราย อันดับที่ 3 ด้านการจัดจำหน่าย จำนวน 31 ราย และอันดับที่ 4 ด้านการส่งเสริมการขาย จำนวน 51 ราย

สำหรับการใช้ปัจจัยความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิจะคำนึงถึงความสะดวกของน้ำเป็นอันดับแรก ร้อยละ 94.9 รองลงมาได้แก่ ความสะดวกของภาชนะที่บรรจุน้ำดื่มบริสุทธิ ร้อยละ 88.1 ชนิดและขนาดบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิผลิตออกจำหน่ายมากที่สุดได้แก่ แบบถังขาวขุ่น (PE) ขนาด 10 และ 20 ลิตร ร้อยละ 94.9 รองลงมาเป็นแบบขวดขาวขุ่น (PE) ขนาด 950 cc ร้อยละ 76.3 ซึ่งขนาดที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ แบบถังขาวขุ่น (PE) ขนาด 10 ลิตรและ 20 ลิตร โดยได้รับความนิยมถึงร้อยละ 91.5

การกำหนดราคาน้ำดื่มบริสุทธิ ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิมักจะพิจารณาจากต้นทุนในการผลิต ร้อยละ 83.0 รองลงมาคือสภาวะตลาดและคู่แข่งกัน ร้อยละ 49.1 โดยเมื่อเปรียบเทียบราคาขายกับคู่แข่งกันและตลาดแล้ว พบว่าจะอยู่ในระดับราคาที่ใกล้เคียงกัน ร้อยละ 78.0 และอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าคู่แข่งกันและตลาด ร้อยละ 15.3 อย่างไรก็ตามผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิส่วนใหญ่เห็นว่ามีการตัดราคากีดกันในตลาดน้ำดื่ม ร้อยละ 88.1 ซึ่งมีผลกระทบต่อผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิจำนวนดังกล่าวถึงร้อยละ 71.2

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิจำหน่ายน้ำดื่มให้แก่ลูกค้าโดยตรง ร้อยละ 96.6 รองลงมาจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 28.8

ด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิจะให้ความสำคัญการส่งเสริมการตลาดในด้านการใช้พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์มากที่สุดเท่ากัน อันดับที่ 1 จำนวน 23 ราย การส่งเสริมการขาย อันดับที่ 3 จำนวน 27 ราย และการโฆษณา อันดับที่ 4 จำนวน 32 ราย ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิส่วนใหญ่ร้อยละ 61.0 จะไม่มีการดำเนินการส่งเสริมการตลาดหรือการโฆษณาใดๆ รองลงมาจะดำเนินการโดยการไปปลิวหรือแผ่นพับ ร้อยละ 25.4

จากการสำรวจความคิดเห็นด้านความต้องการของตลาดน้ำดื่มบริสุทธิในปัจจุบัน ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ ร้อยละ 89.8 เห็นว่าการตอบสนองความต้องการเพียงพอกับความต้องการของตลาดแล้ว ส่วนอีกร้อยละ 10.2 เห็นว่าการตอบสนองความต้องการยังไม่เพียงพอ นอกจากนี้ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิเห็นว่าความต้องการน้ำดื่มบริสุทธิของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 59.3 รองลงมาเห็นว่าแนวโน้มไม่แน่นอน ร้อยละ 33.9

ด้านการเงิน

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มแรกที่ใช้
ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

เงินลงทุนครั้งแรก	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100,000 บาท	6	10.2
100,001 - 500,000 บาท	29	49.1
500,001 - 1,000,000 บาท	13	22.0
1,000,001 - 1,500,000 บาท	3	5.1
1,500,001 - 2,000,000 บาท	3	5.1
2,000,001 - 2,500,000 บาท	1	1.7
2,500,001 - 3,000,000 บาท	2	3.4
3,000,001 บาท ขึ้นไป	2	3.4
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย ใช้เงินลงทุนครั้งแรกในการดำเนินงาน 100,001 - 500,000 บาท ร้อยละ 49.1 500,001 - 1,000,000 บาท ร้อยละ 22.0 และต่ำกว่า 100,000 บาท ร้อยละ 10.2 ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จะใช้เงินลงทุนครั้งแรกในการดำเนินการประมาณ 1,184,475 บาท

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามเงินทุนหมุนเวียนที่ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ใช้ในการดำเนินการในรอบระยะเวลา 1 เดือน

เงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2	3.4
10,001 – 50,000 บาท	30	50.8
50,001 – 100,000 บาท	16	27.1
100,001 – 200,000 บาท	3	5.1
200,001 – 300,000 บาท	1	1.7
300,001 – 400,000 บาท	-	-
400,001 – 500,000 บาท	4	6.8
500,001 บาทขึ้นไป	3	5.1
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย ใช้วงเงินทุนหมุนเวียนสำหรับการดำเนินงานในรอบระยะเวลา 1 เดือนประมาณ 10,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 50.8 วงเงิน 50,001 - 100,000 บาท ร้อยละ 27.1 และวงเงิน 400,001 - 500,000 บาท ร้อยละ 6.8 ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จะใช้เงินทุนหมุนเวียนในกิจการในรอบระยะเวลา 1 เดือนเท่ากับ 293,449 บาท

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามแหล่งเงินทุนในการ
ดำเนินธุรกิจผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์

แหล่งเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
เงินทุนส่วนตัว	46	77.9
เงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	7	11.8
เงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงิน	17	28.8
เงินกู้ยืมจากญาติพี่น้อง	12	20.3
อื่นๆ	3	5.0

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย ใช้เงินทุนส่วนตัวในการดำเนินงาน ร้อยละ 77.9 กู้ยืมเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงิน ร้อยละ 28.8 และกู้ยืมจากญาติพี่น้อง ร้อยละ 20.3

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามปัจจัยที่ผู้ผลิตน้ำดื่ม
บริสุทธ์คำนึงถึงก่อนการกู้เงินจากสถาบันการเงิน

ปัจจัยที่คำนึงถึง	จำนวน	ร้อยละ
อัตราดอกเบี้ย	20	33.8
ระยะเวลาในการชำระหนี้	16	27.1
วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ	17	28.8
ค่าใช้จ่ายในการกู้ยืม	5	8.5
หลักประกันในการกู้ยืม	6	10.2

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย จะพิจารณาในปัจจัยต่าง ก่อนการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินคือ อัตราดอกเบี้ย ร้อยละ 33.8 วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ ร้อยละ 28.8 และระยะเวลาในการชำระหนี้ ร้อยละ 27.1

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของผู้ผลิตน้ำตาลมีบริสุทธิ จำแนกตามการใช้ไปของเงินลงทุน

แหล่งใช้ไปของเงินลงทุน	ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (X)	การแปรความหมาย
ที่ดินที่ตั้งโรงงาน	2.4	น้อย
อาคารโรงงาน	3.5	มาก
เครื่องจักรอุปกรณ์ในการผลิต	4.6	มากที่สุด
ยานพาหนะ	3.8	มาก
เครื่องตกแต่งสำนักงาน	2.1	น้อย
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ	2.9	ปานกลาง
เงินทุนหมุนเวียน	3.0	ปานกลาง

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำตาลมีบริสุทธิจำนวน 59 ราย นำเงินลงทุนไปใช้ลงทุนในเครื่องจักร อุปกรณ์ในการผลิตในระดับมากที่สุด อาคารโรงงานและยานพาหนะในระดับมาก ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการและเงินทุนหมุนเวียนในระดับปานกลาง ที่ดินที่ตั้งโรงงานและเครื่องตกแต่งสำนักงานในระดับน้อย

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธี จำนวนตามยอดขายจากการดำเนิน
ธุรกิจผลิตน้ำดื่มบริสุทธีโดยเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50,000 บาท	29	49.2
50,001 - 100,000 บาท	18	30.5
100,001 - 150,000 บาท	4	6.8
150,001 - 200,000 บาท	1	1.7
200,001 - 250,000 บาท	2	3.4
250,001 - 300,000 บาท	2	3.4
300,001 - 350,000 บาท	-	-
350,001 - 400,000 บาท	1	1.7
400,001 - 450,000 บาท	-	-
450,001 - 500,000 บาท	-	-
500,001 - 1,000,000 บาท	1	1.7
1,000,001 บาทขึ้นไป	1	1.7
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีจำนวน 59 ราย มีรายได้จากการดำเนินธุรกิจผลิตน้ำ
ดื่มบริสุทธีโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 49.2 มีรายได้ 50,001 - 100,000 บาทต่อ
เดือน ร้อยละ 30.5 และมีรายได้ 100,001 - 150,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 6.8

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามอัตราค่าไรสุทธ์ที่ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ได้รับจากการดำเนินการ

อัตราค่าไรสุทธ์ที่ได้รับจากการดำเนินการ	จำนวน	ร้อยละ
ขาดทุน	7	11.9
0 - 3 %	7	11.9
4 - 6%	10	16.9
7 - 9%	4	6.8
10 - 12%	10	16.9
13 - 15%	3	5.1
16 - 18%	3	5.1
19 - 20%	9	15.3
มากกว่า 20%	6	10.2
รวม	59	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย ได้รับอัตราค่าไรสุทธ์ ระหว่าง 4 - 6% และ 10 - 12% ร้อยละ 16.9 อัตราค่าไร 19 - 20% ร้อยละ 15.3 และอัตราค่าไร 0 - 3% และเกิดผลขาดทุนร้อยละ 11.9

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามลักษณะการขายน้ำดื่มบริสุทธ์

ลักษณะการขายน้ำดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
ขายเงินสด	58	98.3
ขายเงินเชื่อ	51	86.4

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 59 ราย มีการขายน้ำดื่มบริสุทธ์ให้ลูกค้าโดยเงินสด ร้อยละ 98.3 และขายเงินเชื่อ ร้อยละ 86.4

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธี จำแนกตามระยะเวลาของการให้
เครดิตแก่ลูกค้า

การขายเงินเชื่อ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 7	6	11.8
8 - 15 วัน	4	7.8
16 - 30 วัน	33	64.7
31 - 45 วัน	8	15.7
46 วันขึ้นไป	-	-
รวม	51	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีจำนวน 51 รายที่ขายสินค้าแบบเงินเชื่อมีการให้
เครดิตกับลูกค้า 16 - 30 วัน ร้อยละ 64.7 31-45 วัน ร้อยละ 15.7 และ 1-7 วัน ร้อยละ 11.8

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธี จำแนกตามการผิคนัดชำระหนี้ของ
ลูกค้าเงินเชื่อ

การขายเงินเชื่อ	จำนวน	ร้อยละ
เคยมีหนี้ผิคนัดชำระ	44	86.3
ไม่เคยมีหนี้ผิคนัดชำระ	7	13.7
รวม	51	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธีจำนวน 51 รายที่ขายสินค้าแบบเงินเชื่อ เคยมีหนี้สูญ
จากการขายเชื่อ ร้อยละ 86.3 และไม่เคยมีหนี้สูญ ร้อยละ 13.7

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามอัตราของหนี้สูญ

อัตราหนี้สูญ	จำนวน	ร้อยละ
1%	8	18.2
2%	7	15.9
3%	3	6.8
4%	1	2.3
5%	14	31.8
10%	4	9.1
20%	6	13.6
30%	1	2.3
รวม	44	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 44 ราย ที่ขายสินค้าแบบเงินเชื่อและมีหนี้ผิ
 นด์ชำระ มีหนี้สูญจากหนี้ผิคนด์ชำระในอัตรา 5%ของยอดขาย ร้อยละ 31.8 อัตรา 1% ของยอด
 ขาย ร้อยละ 18.2 และอัตรา 2%และ 20% ของยอดขายร้อยละ 15.9 เท่ากัน

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามวิธีการติดตามหนี้

วิธีการติดตามหนี้	จำนวน	ร้อยละ
ทวงถามด้วยตัวเอง	44	100.0
ทวงถามทางเอกสาร	11	25.0
ทวงถามผ่านสำนักงานกฎหมาย	-	-

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 44 ราย ที่ขายสินค้าแบบเงินเชื่อและมีหนี้ผิ
 นด์ชำระจะติดตามหนี้โดยการทวงถามด้วยตัวเองทั้งหมด และดำเนินการทวงถามทางเอกสารอีก
 ร้อยละ 25.0

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์ จำแนกตามยอดหนี้ที่ไม่ได้รับการชำระสูงสุดของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์

ยอดหนี้สูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
1 - 1,000 บาท	20	45.4
1,001 - 2,000 บาท	7	15.9
2,001 - 3,000 บาท	5	11.4
3,001 - 4,000 บาท	-	-
4,001 - 5,000 บาท	5	11.4
5,001 - 6,000 บาท	-	-
6,001 - 7,000 บาท	1	2.3
7,001 - 8,000 บาท	1	2.3
8,001 - 9,000 บาท	-	-
9,001 - 10,000 บาท	1	2.3
10,000 บาทขึ้นไป	4	9.0
รวม	44	100

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธ์จำนวน 44 ราย ที่มีการขายสินค้าแบบเงินเชื่อและมีหนี้สินชำระ เคมีจำนวนหนี้สูญต่อลูกค้า 1 รายสูงสุด เท่ากับ 1-1,000 บาท ร้อยละ 45.4 1,001-2,000 บาท ร้อยละ 15.9 และ 2,001-3,000 บาท, 4,001-5,000 บาท ร้อยละ 11.4

สรุปส่วนที่ 2 การดำเนินงานในด้าน

2.4 ด้านการเงิน

จากตารางพบว่า เงินลงทุนที่ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ใช้ในการดำเนินงานครั้งแรก ร้อยละ 49.1 อยู่ในช่วงระหว่าง 100,001-500,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 22.0 อยู่ในช่วงระหว่าง 500,001-1,000,000 บาท ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วจะมีเงินลงทุนเริ่มแรกในการดำเนินงานเท่ากับ 1,184,475 บาท เงินทุนหมุนเวียนที่ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ใช้ในการดำเนินงานในรอบระยะเวลา 1 เดือน อยู่ในช่วง 10,001-50,000 บาท ร้อยละ 50.8 รองลงมาอยู่ในช่วง 50,001-100,000 บาท ร้อยละ 27.1 ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วจะมีวงเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานในรอบระยะเวลา 1 เดือนเท่ากับ 293,449 บาท

แหล่งเงินทุนในการดำเนินธุรกิจผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ส่วนใหญ่ใช้เงินทุนส่วนตัวในการดำเนินงาน ร้อยละ 77.9 และใช้เงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงิน ร้อยละ 28.8 โดยที่ผู้ใช้สินเชื่อจากสถาบันการเงินส่วนมากมักจะคำนึงถึงปัจจัยในด้านอัตราดอกเบี้ยก่อนการกู้ยืมเงิน ร้อยละ 33.8 รองลงมาคำนึงถึงวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ ร้อยละ 28.8

สำหรับเงินลงทุนเริ่มแรกนั้น ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จะนำไปใช้ในการลงทุนในด้านเครื่องจักรอุปกรณ์ในการผลิตในระดับมากที่สุด รองลงมาจะนำไปลงทุนในส่วนของยานพาหนะและอาคารโรงงานในระดับมาก

การดำเนินงานที่ผ่านมาผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จะมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 49.2 รองลงมาที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 50,001-100,000 บาท ร้อยละ 27.1 โดยส่วนใหญ่จะได้รับกำไรสุทธิจากการดำเนินงานในอัตราระหว่าง 4-6% และ 10-12% ร้อยละ 16.9 รองลงมาได้รับกำไรสุทธิในอัตราระหว่าง 19-20% ร้อยละ 15.3 ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ส่วนมากจะขายน้ำดื่มเป็นเงินสด ร้อยละ 98.3 และขายเป็นเงินเชื่อ ร้อยละ 86.4 ซึ่งในจำนวนนี้ผู้ที่ขายน้ำดื่มบริสุทธิ์เป็นเงินเชื่อนั้น ส่วนใหญ่จะมีลูกหนี้ที่ผิดนัดการชำระเงินถึงร้อยละ 86.3 และมีอัตราหนี้สูญ 5% ร้อยละ 31.8 รองลงมาที่มีอัตราหนี้สูญ 1% ร้อยละ 18.2 โดยผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จะต้องดำเนินการติดตามหนี้ดังกล่าวด้วยตัวเองทั้งหมด และรองลงมาจะทวงถามทางเอกสาร ร้อยละ 25.0 และพบว่าโดยส่วนใหญ่จะมียอดหนี้สูญสูงสุดต่อรายของลูกหนี้ระหว่าง 1-1,000 บาท ร้อยละ 45.4 รองลงมาจะมียอดหนี้สูญระหว่าง 1,001-2,000 บาท ร้อยละ 15.9

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจในด้านต่างๆ

ปัญหาและอุปสรรคในการการ ดำเนินธุรกิจ	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ด้านการจัดการ	3	10	25	21
ด้านการผลิต	32	16	4	7
ด้านการตลาด	7	16	19	17
ด้านการเงิน	17	17	11	14
รวม	59	59	59	59

จากตารางพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จำนวน 59 ราย เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจที่สำคัญมากที่สุด อันดับที่ 1 คือด้านการผลิต จำนวน 32 ราย อันดับที่ 2 ด้านการเงิน จำนวน 17 ราย อันดับที่ 3 ด้านการจัดการ จำนวน 25 ราย และอันดับที่ 4 ด้านการตลาด จำนวน 17 ราย

ด้านการจัดการ

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ จำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดการ

ปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดการ	ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (X)	การแปลความหมาย
การวางแผนการจัดการ	2.2	น้อย
ความชำนาญของบุคลากร	2.6	ปานกลาง
การควบคุมดูแล	2.6	ปานกลาง
การสื่อสารในกิจการ	1.8	น้อย
ประสิทธิภาพของผู้บริหาร	1.8	น้อย
ค่าแรง	2.1	น้อย

จากตารางพบว่า ปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดการที่พบจัดเป็นปัญหาด้านความชำนาญของบุคลากรและการควบคุมดูแลในระดับปานกลาง การวางแผนการจัดการ ค่าแรง การสื่อสารในกิจการและประสิทธิภาพของผู้บริหารในระดับน้อย

ด้านการผลิต

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ จำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิต

ปัญหาและอุปสรรค ด้านการผลิต	ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (X)	การแปลความหมาย
กรรมวิธีในการผลิต	2.2	น้อย
เทคโนโลยีในการผลิต	2.2	น้อย
การขาดแคลนแรงงาน	2.5	ปานกลาง
กำลังการผลิตไม่เพียงพอ	2.0	น้อย
สถานที่ผลิตคับแคบ	2.2	น้อย
การจัดหาวัตถุดิบ	1.8	น้อย
เครื่องจักร เครื่องมือในการผลิต	2.3	น้อย
ต้นทุนในการผลิต	3.4	ปานกลาง

จากตารางพบว่า ปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิตที่พบจัดเป็นปัญหาด้านต้นทุนการผลิต และการขาดแคลนแรงงานในระดับปานกลาง ด้านเครื่องจักร เครื่องมือในการผลิต สถานที่ผลิตคับแคบ กรรมวิธีในการผลิต เทคโนโลยีในการผลิต กำลังการผลิตไม่เพียงพอและการจัดหาวัตถุดิบในระดับน้อย

ด้านการตลาด

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของผู้ผลิตน้ำดื่ม บริษัทฯ จำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาด

ปัญหาและอุปสรรค ด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (X)	การแปลความหมาย
การแข่งขันทางการตลาด	3.9	มาก
ราคาของน้ำดื่ม	3.4	ปานกลาง
คุณภาพของน้ำดื่ม	2.1	น้อย
สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า	2.3	น้อย
การตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า	2.5	ปานกลาง
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์	1.7	น้อย

จากตารางพบว่า ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดที่พบจัดเป็นปัญหาด้านการแข่งขันทางการตลาดในระดับมาก ด้านราคาของน้ำดื่มและการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในระดับปานกลาง และด้านสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า คุณภาพของน้ำดื่มและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในระดับน้อย

ด้านการเงิน

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธี จำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาและอุปสรรคด้านการเงิน

ปัญหาและอุปสรรค ด้านการเงิน	ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (X)	การแปรความหมาย
การจัดหาเงินทุน	3.1	ปานกลาง
การจัดหาเงินทุนหมุนเวียน	3.2	ปานกลาง
ต้นทุนของเงินทุน (ดอกเบี้ย)	2.6	ปานกลาง
ระยะเวลาในการชำระหนี้	2.2	น้อย
ความสามารถในการชำระหนี้	2.4	น้อย
การชำระหนี้ของลูกค้า	2.6	ปานกลาง
ภาษีอากร	2.2	น้อย
กฎหมาย	1.6	น้อย
ระบบบัญชี	1.7	น้อย
รายได้และยอดขายของกิจการ	3.1	ปานกลาง
อัตราผลตอบแทนที่ได้รับ (กำไรสุทธิ)	3.1	ปานกลาง

จากตารางพบว่า ปัญหาและอุปสรรคด้านการเงินที่พบจัดเป็นปัญหาด้านการจัดหาเงินทุนหมุนเวียน การจัดหาเงินทุน รายได้และยอดขายของกิจการ อัตราผลตอบแทนที่ได้รับ(กำไรสุทธิ) ต้นทุนของเงินทุน(ดอกเบี้ย) และการชำระหนี้ของลูกค้าในระดับปานกลาง ความสามารถในการชำระหนี้ ระยะเวลาในการชำระหนี้ ภาษีอากร ระบบบัญชี และกฎหมายในระดับน้อย

สรุปส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิให้ความสำคัญกับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานในด้านต่างๆ คือ อันดับที่ 1 ด้านการผลิต จำนวน 32 ราย อันดับที่ 2 ด้านการเงิน จำนวน 17 ราย อันดับที่ 3 ด้านการจัดการ จำนวน 25 ราย และอันดับที่ 4 ด้านการตลาด จำนวน 17 ราย

ปัญหาด้านการจัดการ

ปัญหาด้านการจัดการของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิที่เคยประสบเรียงลำดับตามความสำคัญได้ดังนี้คือ ความชำนาญของบุคลากรและการควบคุมดูแลพบในระดับปานกลาง การวางแผนการจัดการ ด้านค่าแรง การสื่อสารในกิจการและประสบการณ์ของผู้บริหารพบในระดับน้อย

ปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาด้านการผลิตของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิที่เคยประสบเรียงลำดับตามความสำคัญได้ดังนี้คือ ต้นทุนการผลิตและการขาดแคลนแรงงานพบในระดับปานกลาง ด้านเครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิต กรรมวิธีในการผลิต เทคโนโลยีในการผลิต สถานที่ผลิตคับแคบ กำลังการผลิตไม่เพียงพอและการจัดหาวัตถุดิบพบในระดับน้อย

ปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาด้านการตลาดของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิที่เคยประสบเรียงลำดับตามความสำคัญได้ดังนี้คือ การแข่งขันทางการตลาดในระดับมาก ราคาของน้ำดื่มและการตอบสนองความต้องการของลูกค้าพบในระดับปานกลาง สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า คุณภาพของน้ำดื่มและการโฆษณาและประชาสัมพันธ์พบในระดับน้อย

ปัญหาด้านการเงิน

ปัญหาด้านการเงินของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิที่เคยประสบเรียงลำดับตามความสำคัญได้ดังนี้คือ การจัดหาเงินทุนหมุนเวียน การจัดหาเงินทุน รายได้และยอดขายของกิจการ อัตราผลตอบแทนที่ได้รับ (กำไรสุทธิ) ต้นทุนของดอกเบี้ยและการชำระหนี้ของลูกค้าพบในระดับปานกลาง ความสามารถในการชำระหนี้ ระยะเวลาในการชำระหนี้ ภาษีอากร ระบบบัญชีและกฎหมายพบในระดับน้อย