

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

การดำเนินงานของร้านนมสดและขนมปัง
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน

นายกำธร จุลละจारी

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์พูนสุข	ประธานกรรมการ
อาจารย์นันทนา คำนวน	กรรมการ
อาจารย์วรณีย์ สายประเสริฐ	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานของร้านนมสดและขนมปัง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาในครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการออกแบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจร้านนมสดและขนมปัง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 26 ราย ในการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี วุฒิการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.

รูปแบบของธุรกิจส่วนใหญ่ดำเนินงานเป็นแบบเจ้าของคนเดียว ลักษณะของร้านเป็นรถเข็น ลักษณะกรรมสิทธิ์ของสถานประกอบการเป็นแบบเช่า ส่วนใหญ่เปิดดำเนินการมาเป็นเวลานาน 1-5 ปี โดยมีการลงทุนเริ่มแรกไม่เกิน 50,000 บาท ส่วนใหญ่ว่าจ้างพนักงานจำนวน 1-5 คน

การศึกษากิจการดำเนินงานในธุรกิจร้านนมสดและขนมปังในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในด้านการจัดการมากที่สุด รองลงมา คือด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านบัญชีและการเงิน ตามลำดับ โดยในแต่ละด้าน สรุปผลได้ดังนี้

ด้านการจัดการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนล่วงหน้าโดยเป็นแผนงานระยะสั้น (ไม่เกิน 1 ปี) มีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของธุรกิจเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า มีการ

มอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบแก่พนักงานทุกครั้ง โดยแต่ละหน้าที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน มีการติดต่อประสานงานกันแต่การปฏิบัติงานสามารถยืดหยุ่นได้ไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามลำดับ โครงสร้างของธุรกิจเป็นแบบง่ายไม่เป็นการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแหล่งการสรรหาบุคคลเข้าทำงานจากภายนอกกิจการ โดยการประกาศรับสมัครและมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกที่สำคัญ คือ บุคลิกภาพของผู้สมัคร ส่วนใหญ่มีการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานโดยการให้คำแนะนำ และ มีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายเดือน ซึ่งกำหนดอัตราค่าจ้างโดยใช้หลักเกณฑ์ในเรื่องความสามารถและประสบการณ์ และมีวันลาหยุดงานเพิ่มเติม คุณสมบัติที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานและมีผลต่อประสิทธิผลพนักงาน คือ ความขยันอดทน มีการสั่งการพนักงานในการทำงาน โดยมีทั้งเปิดโอกาสและไม่เปิดโอกาสให้ซักถามขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ส่วนใหญ่มีการจูงใจพนักงานโดยให้สวัสดิการในเรื่องอาหารและน้ำดื่ม และมีเทคนิคในการจูงใจพนักงานโดยให้เงินเพิ่ม เมื่อมีความขัดแย้งเกิดขึ้นภายในองค์กรมีวิธีการจัดการโดยเรียกพนักงานทั้งสองฝ่ายมาหาข้อยุติและไกล่เกลี่ยข้อขัดแย้ง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการกำหนดกระบวนการควบคุมผลการปฏิบัติงาน โดยการกำหนดมาตรฐานของงานที่ทำ

ด้านการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขายผลิตภัณฑ์ประเภทนม มากที่สุด ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ถูกคำนิยมซื้อสูงสุด คือ นม โดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ขายในเรื่องรสชาติ และความอร่อย ลักษณะผลิตภัณฑ์ในร้านส่วนใหญ่ได้แนวคิดจากความคิดเห็นของเพื่อนและคนรู้จัก หีบห่อที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ คือ พลาสติก ราคาผลิตภัณฑ์ที่กำหนดใกล้เคียงกับคู่แข่งชั้น หลักเกณฑ์ในการตั้งราคาส่วนใหญ่เป็นการตั้งราคาโดยบวกจากต้นทุน ปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการตั้งราคา คือ ต้นทุน ราคาขายต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์นม เครื่องดื่มที่มีนมเป็นส่วนผสมหลักและขนมปัง อยู่ระหว่าง 5-10 บาท ในด้านการจัดจำหน่ายผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการขายปลีกหน้าร้าน และมีที่นั่งสำหรับรับประทาน สำหรับการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่ไม่มีการส่งเสริมการขาย

ด้านการผลิต ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนการผลิตในเรื่องปริมาณการผลิตในแต่ละวัน โดยปริมาณการผลิตส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับปริมาณการขาย/คำสั่งซื้อ มีการให้ความสำคัญในด้านการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ เน้นทั้งการผลิตด้วยมือและใช้เครื่องจักรผสมกัน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ซื้อนมจากสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่และซื้อขนมปังจากโรงงานผลิตขนมปัง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการจัดซื้อวัตถุดิบในเรื่อง คุณภาพของวัตถุดิบ และเมื่อมีการสั่งซื้อวัตถุดิบแล้วมีการติดตามคำสั่งซื้อและตรวจนับวัตถุดิบ ในกรณีที่สินค้าไม่เป็นไปตามคำสั่งซื้อจะดำเนินการส่งวัตถุดิบคืนบางส่วนที่ไม่เป็นไปตามคำสั่งซื้อ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีสินค้าค้างนานเกินระยะ

เวลาที่ควรจะขาย ในการบริหารสินค้าคงเหลือผู้ประกอบการส่วนใหญ่คำนึงถึงสินค้าคงเหลือที่จำเป็นต้องมีสำรองเพื่อขาย

ด้านการบัญชีและการเงิน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีโดยใช้สมุดบันทึกบัญชี โดยเจ้าของกิจการเป็นผู้บันทึกเอง และส่วนใหญ่มีการวางแผนทางการเงินโดยมีการจัดทำงบการเงิน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้เงินลงทุนส่วนตัวทั้งหมดในการลงทุน แต่ในรายที่มีการกู้ยืมส่วนใหญ่ทั้งแหล่งเงินทุนระยะสั้นและระยะยาวมาจากสถาบันการเงิน ซึ่งปัจจัยที่คำนึงถึงในการกู้ยืม คือ อัตราดอกเบี้ย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ลงทุนในสินทรัพย์ถาวรอยู่ระหว่าง 20,001-50,000 บาท โดยมีเงินทุนหมุนเวียนต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ไม่มีค่าใช้จ่ายทางการตลาด และมีค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีกำไรสุทธิโดยประมาณคิดเป็นร้อยละ 10-19 ของยอดขาย

ปัญหาในการดำเนินงาน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านการจัดการในเรื่องปัญหาแรงงาน เช่น ขาดแคลนแรงงานบางช่วง ปัญหาด้านการตลาดในเรื่องคู่แข่งที่มีจำนวนมาก ปัญหาด้านการผลิตในเรื่องวัตถุดิบมีราคาแพง และปัญหาด้านการบัญชีและการเงินในเรื่องการบริหารเงิน เช่น ขาดสภาพคล่องทางการเงิน

Independent Study Title	The Operation of Milk and Bread Shops in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai.	
Author	Mr.Kumtorn Chullacharee	
M.B.A.		
Examining Committee	Lecturer Petcharat Mesomboonpoonsuk	Chairman
	Lecturer Nantana Kumnuan	Member
	Lecturer Wanlanai Saiprasert	Member

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study the operation of milk & bread shops in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai. The data was collected from questionnaires distributed to 26 milk & bread shops owners in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai. The data was then statistically analyzed using frequency, average, percentage, and weight average.

It was found from the study that the majority of the entrepreneurs were female at 30-39 years old, with high-school and vocational education. Most of the shops were one-owner business and vendor style. The vendors were rented. Most of the owners had been in business for 1-5 years with the original investment of 50,000 baht. Most entrepreneurs hired 1-5 employees.

It was found from this study that the entrepreneurs paid the most attention to the management, the other factors were production, marketing, and accounting and financing, respectively. In each aspect, the result is as followed.

In management, the entrepreneurs had short-term planning (not exceeding 1 year), and with an objective to reach the highest satisfaction of the customers. Employees were assigned jobs and responsibilities regularly. The duties of the employees were related and they interacted and coordinated though in practice there could be flexibility. The structure of the business was simple and informal. The majority of the entrepreneurs found their employees outside the

business through job advertisement. The criteria for job offering focus on the employees' personality and there was staff development by giving advice. The remuneration is monthly and the rate was determined by the ability and experience of the employees. There were extra leave days. The quality which was essential for working and for work evaluation of the employees was industriousness. In assigning jobs, the entrepreneurs at times allowed for questions and at times didn't, depending on situations. Most entrepreneurs gave fringe benefits in the forms of free food and drinks, and extra remuneration. In case of conflicts between employees, both sides were summoned to clear and resolve the conflict. Most entrepreneurs set standard for the quality of work required from their employees.

In production, most entrepreneurs planned the daily amount of production in correlation with the orders or customers' demand. An attention was paid to invention of new products which were made both by hands and by machine. The majority of the entrepreneurs bought their milk from Chiang Mai Co-operation and bread from bread factories. Attention was paid to the quality of raw materials. Raw materials ordered were checked and materials bought counted, and occasionally returned if the amount didn't correlate with the ordered amount. Most entrepreneurs didn't keep extra raw materials, and raw materials kept extra were those necessary to stock up.

In marketing, it was found that most entrepreneurs paid attention to the mixed factors of production, sale, price, and marketing promotion, respectively. Most entrepreneurs sold milk the most and it was the best selling product among customers. The entrepreneurs paid attention to the taste of the products. The ideas of the products sold in the shop were usually from friends and acquaintances. The products' wrapping was plastic. The prices of the products were close to those of the competitors. The factor which affected pricing was the price of raw materials. Price per unit of the milk products, drinks with milk as the main ingredient, toast and bread, ranges from 5-10 baht. Sale was retail at the shop or vendor and there were tables for customers. Generally there was no marketing promotion.

In accounting and financing, book keeping details were recorded usually by the owner in a notebook. The entrepreneurs planned their budgets and most of them used their own money to originate the business. In cases where the money was borrowed, it was borrowed from finance institutions both for short and long periods. The factor which affected the entrepreneurs when

borrowing was the interest rate. Most entrepreneurs ran business with permanent assets of 20,001-50,000 baht and kept monthly circulating capital of 10,001-20,000 baht. There was no expense in marketing while the administrative expense per month was 5000 baht at the most. Most entrepreneurs earned profit of 10-19 percentage off the total sale.

As to problems, in management, most entrepreneurs encountered labor problem such a shortage at times. In business competition, there were a great number of competitors in the market. In production, the price of raw materials was high. And in financing, there was occasionally shortage in funds.