

Scanned

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

นางสาวนันทนา บุญเฮง

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2553

Key Success Factors of Bakery Business Entrepreneurs in Bangkok Metropolis

Miss Nuntana Boonheng

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

the Degree of Master of Business Administration

School of Management Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2010

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ บัณฑิตผู้ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร
 ผู้ศึกษา นางสาวนันทนา บุญเฮง รหัสนักศึกษา 2503003101 ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ชนินทร์ ชุมพันธ์รักษ์ ปีการศึกษา 2553

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร (3) เสนอแนะแนวทางการดำเนินการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

การศึกษาค้นคว้าอิสระเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรคือ ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ที่เปิดดำเนินการมาแล้วมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 153 ราย จึงใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติทดสอบค่าทีและสถิติทดสอบค่าเอฟ และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า (1) ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านประสิทธิภาพด้านต้นทุน ด้านทรัพยากรทางกายภาพ ด้านสถานภาพทางการตลาด ด้านทรัพยากรทางการเงิน ด้านคุณภาพ ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านนวัตกรรม ด้านการทำกำไรและด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (2) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์กัน 1 ด้าน ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ คือ ด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการ และปัจจัยในการดำเนินธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน 4 ด้าน ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี และด้านการเงิน (3) ผู้ประกอบการต้องบริหารจัดการด้วยตัวเองและใกล้ชิดกับลูกค้าเพื่อทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค มีการใช้เครื่องมือที่ทันสมัยในกระบวนการผลิตและต้องดูแลสถานภาพทางการเงินให้มั่นคงและน่าเชื่อถือ

คำสำคัญ บัณฑิตผู้ความสำเร็จ ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ กรุงเทพมหานคร

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ สำเร็จขึ้นได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ชนินทร์ ชุณหพันธ์รักษ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและติดตามการ ทำการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้อย่างใกล้ชิดมาโดยตลอด รวมทั้งได้กรุณาตรวจสอบและแก้ไข ปรับปรุง การทำการศึกษาค้นคว้าอิสระจนถูกต้องสมบูรณ์และขอขอบพระคุณคณาจารย์แขนงวิชา บริหารธุรกิจทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความรู้ รวมทั้งให้กำลังใจมาโดยตลอดระยะเวลาการศึกษา

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอย่างสูงต่อ รศ.ดร.สุรัชย์ จิงเจริญสกุล คุณอโนทัย โรจนไพบุลย์ และคุณชัชพรพรหม ตรงจิตรจริง ที่กรุณาตรวจแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือ ในการศึกษาครั้งนี้ และขอขอบคุณผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เอื้อเพื่อ ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบการ พนักงานทุกท่านที่กรุณาอำนวยความสะดวกและอนุญาตให้เก็บ ข้อมูลครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ครูอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ ประสบการณ์และคุณธรรมในการดำเนินชีวิต สุดท้ายขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ ทุกคนที่เป็น กำลังใจและคอยช่วยเหลือซึ่งกันและกันจนสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้ ประโยชน์ที่ได้รับจาก การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาขอมอบให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่เพื่อเป็นประโยชน์ในการ ดำเนินงานต่อไป

นันทนา บุญเฮง

ตุลาคม 2553

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
กรอบแนวคิดในการศึกษา	3
สมมติฐานการศึกษา	4
ขอบเขตการศึกษา	4
นิยามศัพท์	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	6
แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ	12
ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล	40
การวิเคราะห์ข้อมูล	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43
ตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์	44
ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ	46
ตอนที่ 3 ข้อมูลความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่	51
ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	58
ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่	68
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	70
สรุปผลการศึกษา	70
อภิปรายผล	76
ข้อเสนอแนะ	78
บรรณานุกรม	70
ภาคผนวก	83
ก แบบสอบถาม	84
ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ	92
ค ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม	94
ง ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	99
ประวัติผู้ศึกษา	101

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 “ตัวแปร” และ “ผลงานสำคัญ” ระดับกลยุทธ์ 9 ด้าน.....	9
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยทางประชากรศาสตร์จำแนกตามสถานที่ประกอบการ ทุนจดทะเบียนหรือดำเนินการ เงินทุนหมุนเวียน ประสิทธิภาพของผู้ประกอบการ และพนักงาน.....	44
ตารางที่ 4.2 จำนวนค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ.....	46
ตารางที่ 4.3 จำนวนค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ด้านการจัดการ.....	47
ตารางที่ 4.4 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ด้านการตลาด.....	48
ตารางที่ 4.5 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี.....	49
ตารางที่ 4.6 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเงิน.....	50
ตารางที่ 4.7 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ.....	51
ตารางที่ 4.8 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านสถานภาพทางการตลาด.....	52
ตารางที่ 4.9 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านคุณภาพ.....	52
ตารางที่ 4.10 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านนวัตกรรม.....	53
ตารางที่ 4.11 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม.....	54
ตารางที่ 4.12 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านทรัพยากรมนุษย์.....	54
ตารางที่ 4.13 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านทรัพยากรทางการเงิน.....	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.14 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านทรัพยากรทางกายภาพ.....	56
ตารางที่ 4.15 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านประสิทธิภาพด้านต้นทุน.....	56
ตารางที่ 4.16 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านการทำกำไร.....	57
ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจ เบเกอร์รี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ประกอบการ.....	58
ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทุนจดทะเบียน.....	59
ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเงินทุนหมุนเวียน.....	60
ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ประกอบการ.....	61
ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพนักงาน.....	62
ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีผล ต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการจัดการ.....	63
ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีผล ต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการตลาด.....	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีผล ต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการดำเนินการและเทคโนโลยี.....	65
ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีผล ต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเงิน.....	66
ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านทุนจดทะเบียน ด้านเงินทุนหมุนเวียน ด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการ ด้านพนักงาน และปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยีและด้านการเงินกับความสำเร็จของ ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	67

ฉ

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา.....	3
ภาพที่ 2.1 กระบวนการในการดำเนินงาน.....	18

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจเบเกอรี่เป็นธุรกิจค้าปลีกที่จำหน่ายขนมปัง ขนมเค้กและขนมอบที่อบด้วยเตา ซึ่งเป็นอาหารหลักประจำวัน ที่ได้รับความนิยมแพร่หลายไปทั่วโลก โดยได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นอาหารประจำมือเช้า-กลางวัน-เย็น เป็นของหวานต่างๆ และสามารถรับประทานร่วมกับชา-กาแฟได้อีกด้วย ในประเทศไทยธุรกิจเบเกอรี่ได้เริ่มต้นเมื่อ พ.ศ. 2492 และได้รับการอุดหนุนจากผู้บริโภคมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีการเปิดร้านเบเกอรี่เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับจนกลายเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า ตลาดเบเกอรี่ในปี พ.ศ. 2551 มีมูลค่าสูงถึง 7.1 พันล้านบาท โดยขยายตัวประมาณ 5% โดยในปัจจุบันการลงทุนในธุรกิจเบเกอรี่ที่มีหน้าร้านผลิตเอง ขายส่งเอง ซึ่งถูกจัดเป็นร้านเบเกอรี่ระดับบนเป็นตลาดที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก โดยพิจารณาได้จากกรณีอัตราการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์สูง เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยในเมืองได้ดี โดยผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายนี้มีรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจุบันที่ต้องทำงานแข่งกันกับเวลา ทำให้การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ผ่านทางร้านเบเกอรี่ค้าปลีก ซึ่งกลายเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการหาซื้ออาหารมือหลักๆมารับประทาน

เบเกอรี่ในประเทศไทย จะเริ่มขึ้นเมื่อใดนั้นไม่ปรากฏ ประมาณได้ว่าเมื่อก่อนสงครามโลกครั้งที่สองนั้น พ.ศ. 2482-2488 ในกรุงเทพฯ มีร้านเบเกอรี่เพียง 2 – 3 ร้าน ซึ่งส่วนใหญ่จะทำขนมเค้กและคุกกี้ที่ออกขาย ในระยะเวลานั้นคนไทยส่วนมากยังไม่นิยมบริโภคขนมปังเหมือนในปัจจุบัน แต่ส่วนใหญ่จะบริโภคขนมปังในโอกาสพิเศษ เช่น ไปปิกนิกหรือทำเป็นอาหารว่าง สิ่งที่ผู้ประกอบการในธุรกิจเบเกอรี่ต้องให้ความสนใจใส่ใจก็คือการรักษาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ไว้ให้สูง การพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตราสินค้าของตนจนเป็นที่รับรู้และบอกต่อกันในกลุ่มผู้บริโภค การใช้บรรจุภัณฑ์ที่รักษาคุณภาพของสินค้าได้ดีอีกทั้งมีความสวยงาม ทันสมัยเพิ่มความน่ารับประทานให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์ สุดท้ายคือการให้บริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า โดยทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องสร้างและรักษาไว้ให้เป็นคุณค่าของธุรกิจของตนอย่างเหนียวแน่นและยั่งยืน สำหรับใน พ.ศ. 2552 ธุรกิจ

เบเกอร์ ถือว่าไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากประสบปัญหาหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นปัญหาในเรื่องเศรษฐกิจที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการชะลอตัวในการใช้จ่ายใช้สอย หรือตลาดที่มีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น ทั้งจากคู่แข่งสินค้าประเภทเดียวกัน ในตลาด และคู่แข่งทางอ้อม โดยเฉพาะ ขนมหวานแบบไทยๆ และสินค้าเพื่อสุขภาพอื่นๆ ที่มีผู้บริโภคบางส่วนหันมาบริโภค แต่อย่างไรก็ตาม ธุรกิจดังกล่าว ก็ยังสามารถเดินต่อไปได้ เนื่องจากผู้ประกอบการก็ได้มีการปรับกลยุทธ์ การตลาด เพื่อใช้ในการต่อสู้ อาทิ การผลิตเบเกอร์เพื่อสุขภาพ หรือการเพิ่มรสชาติและคุณค่าทางโภชนาการใหม่ๆ เข้าไป รวมถึงการปรับราคาให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจมากขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร จากปัจจัยที่กล่าวมาแล้วซึ่งเป็นเพียงปัจจัยส่วนหนึ่งเท่านั้นที่มีผลต่อการบริหารธุรกิจเบเกอร์ของผู้ประกอบการ และยังมีปัจจัยด้านอื่นๆอีกหลายอย่างที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจเบเกอร์ให้ประสบความสำเร็จ เพื่อนำผลที่ได้เป็นแนวทางที่นำไปสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รายอื่นๆ และเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจหรือคิดจะลงทุนผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

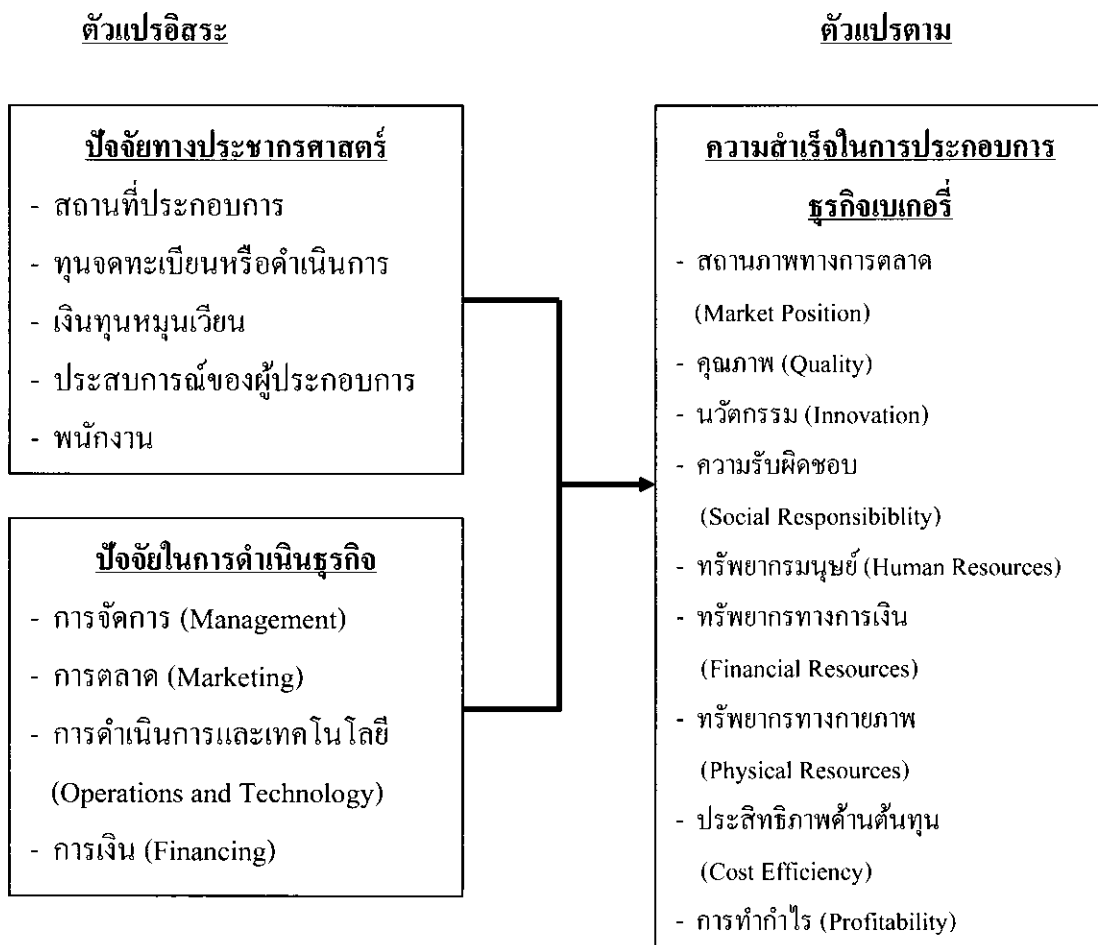
2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการดำเนินการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. กรอบแนวคิดในการศึกษา

ผู้ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด แนวคิดด้านการจัดการดำเนินงาน (Operations Management) ของค่านาย อภิปรัชญาสกุล (2547: 66) แนวคิดด้านการเงินของชัยยศ สันติวงษ์(2546: 101) และตัววัดความสำเร็จของธุรกิจในระดับกลยุทธ์ (Strategic Goals) ของปีเตอร์ เอฟ. ครัวเกอร์ (2003: 58) สามารถนำมาสรุปกรอบแนวคิดในการศึกษาเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

4. สมมติฐานการศึกษา

4.1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน

4.2 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน

4.3 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยในการดำเนินธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

5. ขอบเขตการศึกษา

5.1 *ขอบเขตด้านประชากร* ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ที่เปิดดำเนินการมาแล้วมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 153 ราย (ฐานข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกรไทย.,2551)

5.2 *ขอบเขตด้านเนื้อหา* ศึกษาถึงแนวคิดและทฤษฎีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด แนวคิดด้านการจัดการดำเนินงาน(Operations Management) ของค่านายอภิปรัชญาสกุล แนวคิดด้านการเงินของชัยยศ สันติวงษ์และ ตัววัดความสำเร็จของธุรกิจในระดับกลยุทธ์ (Strategic Goals) ของ ปีเตอร์ เอฟ. ดรักเกอร์ ที่เป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

5.3 *ขอบเขตด้านเวลา* ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา คือ ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2552 ถึงเดือนตุลาคม 2552

6. นิยามศัพท์

6.1 ปัจจัยสู่ความสำเร็จ หมายถึง ปัจจัยที่สามารถทำให้การดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายหรือได้ผลเป็นที่พึงพอใจ

6.1.1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ปัจจัยด้านสถานที่ประกอบการ ด้านทุนจดทะเบียน ด้านเงินทุนหมุนเวียน ด้านประสิทธิภาพของผู้ประกอบการและด้านพนักงานของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ที่ดำเนินการมาก่อนปี พ.ศ. 2546 และสามารถดำเนินการมาจนถึงปัจจุบัน

6.1.2 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ หมายถึง การประกอบกิจการธุรกิจเบเกอรี่ในด้านการจัดการ การตลาด การเงินและการดำเนินงานและเทคโนโลยี

6.2 ผู้ประกอบการธุรกิจ หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นทั้งเจ้าของกิจการธุรกิจหรือผู้ถือหุ้นและเป็นผู้บริหารจัดการต่างๆของกิจการด้วยตนเองในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น โดยยอมรับความรับผิดชอบความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไรและความพอใจ

6.3 ธุรกิจเบเกอรี่ หมายถึง ธุรกิจค้าปลีกที่จำหน่ายขนมปัง ขนมเค้กและขนมอบที่อบด้วยเตา

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ สามารถนำผลงานวิจัยในครั้งนี้ไปพิจารณาเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ การครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาด และปรับปรุง กลยุทธ์การตลาด เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และความได้เปรียบคู่แข่งขั้นได้อย่างเหมาะสมเพื่อประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

7.2 ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ผู้ที่สนใจหรือผู้ที่ประกอบธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
2. แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ
3. ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จ

กูริทัต รัศมีเพชร (2542, 69) สรุป 10 กลยุทธ์สู่ความสำเร็จ ดังนี้คือ

1. ผู้ประสบความสำเร็จต้องฝึกคิดเชิงบวก
2. ผู้ประสบความสำเร็จรู้วิธีเอาชนะความล้มเหลว
3. ผู้ประสบความสำเร็จมีวิสัยทัศน์
4. ผู้ประสบความสำเร็จมีการตั้งเป้าหมาย
5. ผู้ประสบความสำเร็จใช้การบริหารเวลา
6. ผู้ประสบความสำเร็จหาวิธีจัดการความเครียด
7. ผู้ประสบความสำเร็จให้คุณค่าสายสัมพันธ์
8. ผู้ประสบความสำเร็จพัฒนาทักษะการสื่อความหมาย
9. ผู้ประสบความสำเร็จเชื่อในการจงใจ
10. ผู้ประสบความสำเร็จแสดงความเป็นผู้นำ

บุญเกียรติ โชควัฒนา (2546: 21) กล่าวว่า ภารกิจหลักขององค์การธุรกิจแทบทุกแห่งคือการทำกำไร ดังนั้น เขาได้นำเสนอกระบวนการสู่ความสำเร็จ หรือ MOP เป็นกระบวนการในการกำหนดจุดมุ่งหมายขององค์การและกำหนดวิธีการในการติดตามให้บรรลุจุดมุ่งหมาย โดยมีแนวทางการกำกับเพื่อสนับสนุนให้มุ่งเข้าสู่จุดมุ่งหมายได้อย่างชัดเจน โดยที่กำหนัดว่า

M = Mission : ภารกิจที่ต้องทำ หรือจุดมุ่งหมายที่ต้องบรรลุ

O = Objective : จุดประสงค์ วัตถุประสงค์ หรือสิ่งที่ต้องทำเพื่อที่จะบรรลุ

P = Policy : นโยบาย หรือ หลักที่ยึดเป็นแนวทางปฏิบัติ

และปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ MOP สำเร็จ ได้คือ ความมุ่งมั่นที่แรงกล้า

สุริยะ เลิศวัฒนะพงษ์ชัย (2548: 20) สรุปกลยุทธ์การบริหารกิจการส่วนตัวให้ประสบความสำเร็จ ดังนี้คือ

1. กลยุทธ์การจัดลำดับความสำคัญ และการบริหารเวลา
2. กลยุทธ์ทางการตลาด
3. กลยุทธ์การจัดการเงินทุน วิเคราะห์จุดคุ้มทุน
4. กลยุทธ์การบริหารการเงินภายในกิจการ
5. กลยุทธ์การเจรจาต่อรองและการปกป้องตนเองจากการทำธุรกิจ

โดยกล่าวว่า สิ่งที่ทำให้สำเร็จคือการรู้จักสังเกตและการลงมือทำในสิ่งที่ต้องการบนเส้นทางก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการ ที่มุ่งเน้นการทำธุรกิจในสิ่งที่ตนเองชอบหรือถนัด เจ้าของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จส่วนมากนั้น ล้วนมีความสามารถด้านการจัดลำดับความสำคัญของงาน

ทศ คณนาพร (2548: 78) ได้กล่าวว่า การที่จะสร้างธุรกิจขึ้นมาใหม่หรือการพัฒนาธุรกิจดั้งเดิมให้ไปสู่ความสำเร็จนั้น ผู้บริหารต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการทำธุรกิจก่อน และได้สรุปแนวคิดในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของ คุณธนินทร์ เจียรวนนท์ ประธานกรรมการและประธานคณะผู้บริหารเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งเป็นนักธุรกิจชั้นนำของเมืองไทยหนึ่งในผู้ประสบความสำเร็จทางธุรกิจโดยเริ่มจากธุรกิจเล็ก กลายเป็นธุรกิจข้ามชาติขนาดใหญ่รายแรก และใหญ่ที่สุดของไทย ดังนี้

1. การดำเนินธุรกิจทุกแขนงย่อมต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ไม่มากก็น้อย แต่นักบริหารและนักธุรกิจที่ดีควรถือว่าปัญหาและอุปสรรคเหล่านั้นล้วนเป็นการท้าทายความสามารถของตน
2. ธุรกิจจะดำเนินไปได้หรือขยายตัวได้ดีหรือไม่ หรือธุรกิจจะประสบความสำเร็จหรือไม่ล้วนขึ้นอยู่กับบุคลากรหรือคนในองค์กร คนเป็นทรัพยากรที่สำคัญล้ำค่า เป็นหัวใจของทุกองค์กร
3. องค์กรต้องการคนที่มีคุณลักษณะที่ดี คือมีความรับผิดชอบสูง มีมานะพยายาม มีความรู้ความสามารถ และมีความซื่อสัตย์สุจริต คุณสมบัติที่ดีคือคุณสมบัติของผู้สำเร็จ คนที่มีลักษณะที่ดีอยู่ในองค์กรมาก ๆ ก็จะสามารถนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้

4. คนและโอกาสคือพลังขององค์กร การคัดเลือกผู้บริหารที่เก่งมาร่วมขยายธุรกิจ พนักงานและผู้บริหารต้องมีภาวะผู้นำ หลักของเครือเจริญโภคภัณฑ์ในการเลือกสรรผู้ที่จะมาร่วมงานด้านบริหารคือ มีความรับผิดชอบสูง มีความขยัน มีความอดทน มีความพยายามสูง และไม่เห็นแก่ตัว

5. ผู้บริโภคคือหัวใจของการดำเนินธุรกิจ จะต้องผลิตสินค้าที่ผู้บริโภคมีความต้องการ โดยคำนึงถึงระบบว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการบริหารธุรกิจ และเครือ ซี.พี.ต้องเป็นผู้นำเทคโนโลยีที่ล้ำยุคและทันสมัย แสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจเปลี่ยนวิกฤตให้เป็น โอกาส รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง บริหารความเสี่ยง รวมทั้งถือว่าธุรกิจที่ยิ่งใหญ่ไม่ควรสร้างศัตรู

6. ในการดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนาน คุณชนินทร์ นั้นเชื่ออยู่ตลอดเวลาว่า มนุษย์ตั้งแต่คนจนที่สุดหรือคนโง่ที่สุดไปจนถึงคนฉลาดที่สุด ก็ต้องการซื้อของดีราคาถูก ไม่มีคนไหนจะไปซื้อของแพงและไม่มีความภาพ

ในการประกอบธุรกิจไม่ว่าจะเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม ขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องการก็คือ ความสำเร็จในการทำธุรกิจ ซึ่งวิธีหนึ่งที่นิยมใช้กันมากในการวัดความสำเร็จก็คือ การดูจากการเติบโตของธุรกิจหรือผลกำไรของธุรกิจ ในบางธุรกิจอาจใช้วัดวิธีการกำหนดเป้าหมายและวัดการประสบความสำเร็จ โดยการเทียบผลงานกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม ด้วยเหตุที่เกณฑ์การพิจารณาความสำเร็จของธุรกิจมีได้หลากหลาย ผู้ประกอบการที่มองว่าตนเองประสบความสำเร็จจึงอาจถูกมองว่าไม่ประสบความสำเร็จในสายตาของบุคคลอื่นก็ได้ (Foley & Green, 1989: 1) อ้างถึงใน ปรัชชาติ, 2544: 42

ตัวชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจ

ในการวัดความสำเร็จของธุรกิจนั้น มีนักวิชาการได้ให้แนวคิดไว้หลายแนวทาง ดังเช่น เคาเปแลน และนอร์ตัน (Kaplan & Norton, 1992: 71-79) กล่าวว่า ในระบบการวัดผลสำเร็จทางธุรกิจแบบดั้งเดิมมุ่งเน้นการวัดด้านการเงินเป็นหลัก แต่การวัดด้านการเงินเป็นเพียงการบอกเรื่องราวของเหตุการณ์ในอดีต ซึ่งเหมาะสมกับยุคของธุรกิจอุตสาหกรรมที่ลงทุนในกำลังการผลิตสำหรับระยะยาว และความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งไม่ใช่จุดสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จได้ทั้งหมด เมื่อธุรกิจก้าวเข้าสู่ยุคเทคโนโลยี ธุรกิจจำเป็นต้องสร้างคุณค่าในอนาคต โดยผ่านการลงทุนด้านลูกค้า ผู้ร่วมค้า พนักงาน กระบวนการธุรกิจ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ดังนั้น การที่จะวัดผลสำเร็จขององค์กรนั้น นอกจากจะวัดผลสำเร็จทางด้านการเงินแล้ว ยังจะวัดผลสำเร็จทางด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในธุรกิจ และด้านการเรียนรู้กับการเติบโต หรือด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม ประกอบกันด้วย

ขณะที่ นิตย์ สัมมาพันธ์ (2542:10-12) เสนอว่า “ผลิตภาพ” หรือ “Productivity” นั้นเป็นตัววัดความสำเร็จที่เป็นปรากฏการณ์แรก ๆ และค่อนข้างใกล้เคียงกับระดับปฏิบัติการ รวมทั้งมีลักษณะเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นที่นิยมในการประเมินประสิทธิภาพของการบริหารจัดการขององค์กรธุรกิจมาเป็นระยะเวลาที่ค่อนข้างจะยาวนาน โดย “ผลิตภาพ” ในที่นี้ หมายถึง อัตราส่วนระหว่างผลงาน (Output) ขององค์กรในรูปของสินค้าและบริการต่อจำนวนปัจจัย (Input) ที่ใช้ โดยสามารถเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$\text{ผลิตภาพ} = \frac{\text{ผลงาน (Output)}}{\text{ปัจจัย (Input)}}$$

นอกจากนี้ ปีเตอร์ เอฟ. ดรักเกอร์ (Drucker, Peter F.) อ้างถึงใน นิตย์ สัมมาพันธ์, 2542: 18-21 ยังได้เสนอ “ตัววัด” ความสำเร็จของธุรกิจในระดับกลยุทธ์ (Strategic Goals) โดยระบุเป็น “ตัวแปร” หรือ “ผลงานสำคัญ” (Major Result Areas) ด้านต่าง ๆ ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 “ตัวแปร” และ “ผลงานสำคัญ” ระดับกลยุทธ์ 9 ด้าน

ผลงานสำคัญ	คำอธิบาย
1. สถานภาพทางการตลาด (Market Position)	วัดจากเป้าหมายและการบรรลุเป้าหมายด้าน “ฐานะทางการตลาด” (Market Standing) “ส่วนแบ่งตลาด” (Market Share) ทั้งตลาดปัจจุบันและตลาดใหม่ รวมทั้งสินค้าใหม่ และบริการที่มุ่งสร้าง “ความภักดีจากลูกค้า” (Customer Loyalty)
2. คุณภาพ (Quality)	รักษาและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการของบริษัท
3. นวัตกรรม (Innovation)	มีสัมฤทธิ์ภาพในการบรรลุถึงระดับของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ รวมทั้งกระบวนการใหม่ ๆ ซึ่งหมายถึงทักษะและกิจกรรมที่จำเป็นจะต้องมีเพื่อเพิ่มพูนสมรรถนะของบริษัทในเชิงแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผลงานสำคัญ	คำอธิบาย
4. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)	ทะนุบำรุงรักษาพฤติกรรมอันประกอบด้วยจริยธรรม รวมทั้งแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่าง ๆ เช่น มีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตโดยรวม เป็นต้น
5. ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources)	สรรหา พัฒนา และทะนุบำรุงรักษา ทรัพยากรบุคคลทุกระดับให้มีคุณภาพสูงทั้งในด้านความรู้ความสามารถ ทักษะ และทัศนคติ รวมทั้งพนักงานสัมพันธ์ และความสัมพันธ์กับสหภาพแรงงาน (ถ้ามี)
6. ทรัพยากรทางการเงิน (Financial Resources)	จัดหา เก็บรักษาและจัดการทรัพยากรการเงินอย่างเหมาะสม
7. ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources)	จัดหา สร้าง และซ่อมบำรุงรักษาทรัพยากรทางกายภาพ (เช่น อาคารสถานที่ โรงงาน เครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องมือ และเทคโนโลยี) ที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งมีการนำมาใช้อย่างเหมาะสม
8. ประสิทธิภาพด้านต้นทุน (Cost Efficiency)	มีการใช้ทรัพยากรทุกประเภท ทุกชนิด อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผลให้บริษัทสามารถผลิตสินค้าและ / หรือให้บริการด้วยต้นทุนต่ำ
9. การทำกำไร (Profitability)	ระดับกำไรจะต้องเหมาะสม (ไม่ต่ำเกินไปและไม่สูงจนเป็นการค้ากำไรเกินควร) รวมทั้ง ดัชนีบ่งชี้อื่นๆ (Indicators) ซึ่งแสดงถึงฐานะการเงินที่ดี

ที่มา : นิตยสาร สัมมาพันธ์, 2542: 19

ทั้งนี้ “ผลงานสำคัญ” ด้านต่าง ๆ ทั้ง 9 ประการข้างต้น อาจแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ กลุ่มเสริมสร้างสมรรถภาพทางการตลาด กลุ่มบริหารทรัพยากร และกลุ่มเศรษฐกิจการทำกำไร อย่างไรก็ตาม ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นว่า เกณฑ์การพิจารณาความสำเร็จของธุรกิจนั้นมิได้หลากหลายแนวทาง จึงทำให้ในบางครั้งผู้ประกอบการที่มองว่าตนเองประสบความสำเร็จนั้นเมื่อมองในมุมมองของบุคคลอื่นผู้ประกอบการอาจถูกมองว่าไม่ประสบความสำเร็จก็ได้ ดังนั้นเฟรเซอร์ (Frese, 2000: 152-153) จึงได้เสนอการวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาในหลาย ๆ ด้านประกอบกัน ดังนี้

1. การวัดโดยตัวบุคคล ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดความสำเร็จด้วยตนเอง ซึ่งมักจะใช้ความเป็นไปในด้านการเงินเป็นตัวสะท้อนธุรกิจ และความพึงพอใจจากรายได้ที่มาจากการค้าดำเนินธุรกิจ

2. การวัดจากระดับความสำเร็จทางเศรษฐกิจ โดยพิจารณาจากข้อมูลด้านการเงิน จำนวนลูกค้า ผลกำไร และยอดขาย

3. การวัดโดยผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจ ทั้งด้านลูกค้า และพนักงานในด้านการรับรู้ความสำเร็จที่มีต่อธุรกิจ

4. การวัดจากการสังเกตของผู้ประกอบการในการสัมภาษณ์ เพื่อประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ เฟรเซอร์ (Frese, 2000: 176) ได้เสนอเครื่องมือสำหรับใช้ประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการตามที่กล่าวมาข้างต้น ดังนี้

1. เครื่องมือสำหรับประเมินความสำเร็จของบุคคล เป็นการประเมินความสำเร็จโดยตัวผู้ประกอบการเอง ซึ่งจะถามผู้ประกอบการถึงความสำเร็จของตนในความคิดเห็นของบุคคลอื่น สถานะทางการเงินที่สะท้อนสภาพธุรกิจ และความพึงพอใจในรายได้ที่ได้รับจากการดำเนินธุรกิจ

2. เครื่องมือสำหรับประเมินความสำเร็จทางเศรษฐกิจ เป็นการประเมินข้อมูลทางการเงิน ซึ่งจะถามผู้ประกอบการถึงข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนลูกค้า ผลกำไร และยอดขายในช่วง 1 ถึง 2 ปี ล่าสุดว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง

3. เครื่องมือประเมินความสำเร็จของหน่วยธุรกิจด้วยแผนภาพ ของเพรสเซนดอร์ฟเฟอร์ บรูเคิร์ต และ ซิกเกอร์ (Beuederl, Presisendoerfer & Ziegler, 1992: 20) ซึ่งจะให้ผู้ประกอบการประเมินความสำเร็จของธุรกิจในช่วงที่ผ่านมาว่ามีลักษณะการเปลี่ยนแปลงโดยรวมอย่างไรด้วยแผนภาพ

4. เครื่องมือประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการที่ประเมินโดยผู้สัมภาษณ์ ซึ่งจะทำการประเมินความสำเร็จโดยรวมจากการสังเกตของผู้สัมภาษณ์

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะทำการประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการตามแนวคิดของเฟรเซอ (Frese, 2000: 176) เป็นฐานในการวิจัย ซึ่งได้ให้นิยามความสำเร็จว่าหมายถึงความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายหรือได้ผลเป็นที่พึงพอใจ โดยวัดจากแนวโน้มของกำไร แนวโน้มของจำนวนลูกค้า แนวโน้มของธุรกิจโดยรวม ความพึงพอใจจากมุมมองของผู้อื่น ความพึงพอใจในรายได้

2. แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

2.1 แนวคิดด้านการจัดการ (Management)

การจัดการเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่อง และประสานงานกันซึ่งต้องเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดหมายขององค์กร โดยมีการวางแผนการจัดองค์กร การจัดบุคคลเข้าทำงาน การชักนำและการควบคุม ซึ่งกระบวนการจัดการดังกล่าวนำไปใช้ในการดำเนินงานธุรกิจเบเกอร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549: 36)

1. การวางแผน (Planning) เป็นวิธีปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อช่วยให้ผู้บริหารทราบเกี่ยวกับการปฏิบัติการที่จะเกิดขึ้นในทุกระดับขององค์กร แผนจะเกี่ยวข้องกับภารกิจคัดเลือกภารกิจและวัตถุประสงค์ ตลอดจนกิจกรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น โดยผู้บริหารจะใช้การพยากรณ์ 2 แบบ ในการสนับสนุนกระบวนการการวางแผน คือ การพยากรณ์เชิงปริมาณ และการพยากรณ์เชิงคุณภาพ

สำหรับขั้นตอนในการวางแผนจะประกอบด้วยการสร้าง ปรับปรุง กำหนดภารกิจซึ่งเป็นเป้าหมายขององค์กร จากนั้นจะใช้ภารกิจเพื่อพัฒนาเป้าหมายขององค์กร แล้วกำหนดโครงสร้างแผน แล้วจึงทำงานตามแผนที่กำหนดไว้ รูปแบบของแผนแตกต่างกันอาจจัดประเภทได้เป็น ภารกิจ กลยุทธ์ วัตถุประสงค์ นโยบาย กฎ กระบวนการ โปรแกรม และงบประมาณ

2. การจัดองค์กร (Organization) คือ กระบวนการทำกำหนด กฎระเบียบ และแบบแผนในการปฏิบัติงานขององค์กร ซึ่งรวมถึงวิธีการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม

บทบาทของการจัดองค์กร จะต้องมีความชัดเจนในเรื่องจุดประสงค์ขององค์กร หน้าที่หลักขององค์กร การทำความเข้าใจเกี่ยวกับขอบเขตของอำนาจ หน้าที่กฎระเบียบที่ผู้ใต้บังคับบัญชาจะต้องปฏิบัติตาม และพยายามปรับเปลี่ยนให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้

สำหรับรูปแบบความเป็นเจ้าของกิจการ ซึ่งเป็นส่วนเริ่มต้นของกิจการ โดยมีการพิจารณาลักษณะของกิจการดังนี้ (สุธี และอภิชาติ, 2548: 44)

2.1 เจ้าของคนเดียว (Sole Proprietorship) เป็นรูปแบบที่สามารถจัดตั้งได้ง่าย ได้ทุกเมื่อโดยไม่จำเป็นต้องมีการขออนุญาตหรือจดทะเบียนจัดตั้ง เหมือนห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท และไม่จำเป็นต้องมีการจัดทำบัญชีหรืองบการเงินใดๆ ส่งกรมสรรพากร เมื่อครบรอบปีภาษี ก็เพียงแต่สำแดงรายรับพร้อมหลักฐาน โดยการกรอกฟอร์มภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และหักค่าใช้จ่ายในการดำเนินการแบบเหมาในอัตราตั้งแต่ 60-85 % ของยอดรายรับ ทั้งนี้แล้วแต่ประเภทของกิจการ ส่วนที่เหลือจึงนำไปคิดภาษี โดยที่สามารถหักลดหย่อนค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลต่างๆ ได้ การขออนุญาตจะเป็นการขออนุญาตเฉพาะในส่วนของรัฐกิจที่กำหนด ให้ต้องขออนุญาตประกอบการก่อน เช่น ร้านอาหาร โรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น

2.2 ห้างหุ้นส่วน (Partnerships) เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการก่อตั้งกิจการโดยห้างหุ้นส่วนจะเป็นการร่วมกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 3 แบบ

1) ห้างหุ้นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ไม่จำเป็นต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล และเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

2) ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซึ่งต้องจดทะเบียนนิติบุคคลและเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล

3) ห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้องยื่นจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เป็นนิติบุคคล โดยมีหุ้นส่วนคนเดียวหรือหลายคนก็ได้

2.3 บริษัท (Company Limited-Corporation) เป็นรูปแบบของรัฐกิจที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มีลักษณะเป็นนิติบุคคล โดยจะมีการแบ่งทุนออกเป็นหุ้นจำนวนหนึ่ง ซึ่งแต่ละหุ้นจะมีมูลค่าเท่าๆกัน โดยผู้ถือหุ้นต่างรับผิดชอบโดยจำกัด เพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนถือหุ้นเท่านั้น ทั้งนี้รวมถึงหุ้นที่ยังไม่ได้ชำระด้วย

การจัดองค์กรสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การจัดโดยยึดตามโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ยึดตามลักษณะพื้นที่ภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน การจัดองค์กรจะช่วยให้พนักงานได้ทราบขอบเขตงานการติดต่อประสานจะสะดวกขึ้น ทำให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

รูปแบบองค์การแบบดั้งเดิม (Traditional Organizational Designs)

(วิรัช สงวนวงศ์วาน, 2546: 25) การออกแบบองค์การเพื่อให้สามารถสนับสนุน การดำเนินงานขององค์การให้ไปสู่เป้าหมาย ผู้บริหารอาจเลือกรูปแบบองค์การแบบใดแบบหนึ่งใน 3 แบบคือ

1) โครงสร้างองค์การแบบง่าย (Simple structure) เป็นรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับองค์การเล็กๆ ที่เพิ่งเริ่มกิจการใหม่ ซึ่งก่อนหน้านี้มีการเรียกโครงสร้างองค์กรประเภทนี้ว่า โครงสร้างแบบครอบครัว โดยมีการแบ่งฝ่ายแผนกน้อย ช่วงการบังคับบัญชากว้าง อำนาจหน้าที่รวมอยู่ที่คนคนเดียว และการจัดระเบียบงานน้อย

2) โครงสร้างองค์กรแบ่งตามหน้าที่ (Functional Structure) เมื่อองค์กรมีขนาดใหญ่ขึ้น มีพนักงานมากขึ้น โครงสร้างขององค์กรจะมีแนวโน้มความชำนาญเฉพาะด้านมากขึ้น มีการจัดระเบียบงานมากขึ้น กฎระเบียบต่างๆมากขึ้น มีการจัดสายการบังคับบัญชาและช่วงการบังคับบัญชา ยิ่งองค์กรมีขนาดใหญ่มากขึ้น การบริหารจะมีความเป็นราชการมากขึ้น การแบ่งโครงสร้างองค์กรแบบหน้าที่เป็นรูปแบบขององค์กรที่จัดกลุ่มงานตามหน้าที่ที่เหมือนกันเป็นแผนก เช่น ฝ่ายการเงิน ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการผลิต ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ฯลฯ

3) โครงสร้างตามหน่วยงาน (Divisional Struction) รูปแบบองค์กรที่ประกอบด้วยหน่วยงานที่แต่ละหน่วยงานจะมีความเป็นอิสระในการดำเนินงานและตัดสินใจ มีศูนย์กำไรของแต่ละหน่วยงานเองโดยเฉพาะ ตัวอย่างของโครงสร้างแบบหน่วยงาน เช่น แบ่งตามผลิตภัณฑ์ แบ่งตามพื้นที่ แบ่งตามลูกค้า หรือแบ่งตามกระบวนการผลิต

3. การคัดคนเข้าทำงาน (Staffing) เป็นการคัดเลือก บรรจุตำแหน่งงานต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับโครงสร้างองค์กร โดยที่องค์กรจะต้องมีการวางแผนกำลังคนที่ต้องการของแต่ละแผนก โดยการจัดคนเข้าทำงานจะต้องสอดคล้องกับโครงสร้างบทบาทและตำแหน่งขององค์กร การคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมเข้าทำงานจะต้องมีการพยากรณ์ความต้องการ ทำการสรรหาคัดเลือกฝึกอบรมพัฒนาพนักงานมีการบริหารค่าตอบแทน การย้ายพนักงานและการทดแทนมีการประเมินผล เพื่อให้ทราบประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน และองค์กรว่าบรรลุเป้าหมายหรือไม่

4. การสั่งการ (Leading) เป็นการสั่งการ และการจูงใจที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคล การแก้ปัญหาความขัดแย้งเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร เทคนิคการจูงใจพนักงานที่สำคัญประกอบด้วย

4.1 เงินเป็นสิ่งกระตุ้นอยู่ในรูปต่างๆ เช่น เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส ประกัน

4.2 การมีส่วนร่วม รวมถึงการยอมรับทำให้พนักงานรู้สึกถึงความสำเร็จ

4.3 คุณภาพการทำงาน

สำหรับความเป็นผู้นำ เป็นความสามารถที่จูงใจ และมีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นให้ทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ผู้นำจะมีอิทธิพลต่อบุคคลให้บรรลุการทำงานโดยมีอำนาจซึ่งเป็นความสามารถที่จะให้เกิดผลต่อการตัดสินใจ ทศนคติ และความตัดสินใจของบุคคล

5. การควบคุม (Controlling) เป็นการวัดและแก้ไขการทำงานเพื่อให้แน่ใจว่าวัตถุประสงค์ และแผนขององค์กรมีการใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การวางแผนและการควบคุมมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด โดยกระบวนการควบคุมมีขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน

5.1 การกำหนดมาตรฐาน (Establish Standards) ผู้บริหารจะรับผิดชอบในการแปลความหมายเป้าหมาย แผนขององค์กรให้เป็นมาตรฐานในการวัดที่เหมาะสม เพื่อติดตามกระบวนการที่ต่อเนื่อง สำหรับกระบวนการในองค์กรแล้ว จะคาดหวังการทำงานในการติดต่อสื่อสารสำหรับพนักงาน การกำหนดมาตรฐานการทำงานเป็นสิ่งสำคัญเพื่อใช้ในการวัดผลการทำงาน และการจูงใจพนักงานด้วย

5.2 การวัดผลการทำงาน (Measure Performance) เมื่อมาตรฐานมีกำหนดขึ้น ผู้บริหารต้องกำหนดกระบวนการวัดผลการทำงาน เป็นการวัดผลเพื่อว่าสิ่งที่แตกต่างจากมาตรฐานจะสามารถป้องกันในการเกิดขึ้นอีก และการหลีกเลี่ยงการปฏิบัติที่ไม่เหมาะสม

5.3 การเปรียบเทียบการทำงานมาตรฐาน (Compare Performance to Standards) เมื่อมาตรฐานมีการกำหนดขึ้นเพื่อวัดผลการทำงาน ผู้บริหารต้องกำหนดกระบวนการวัดผลการทำงาน โดยการเปรียบเทียบการทำงานตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในการทำงาน

5.4 การปฏิบัติการแก้ไข (Take Action) หลังจากเกิดกระบวนการทำงานขึ้น ต้องมีส่วนที่ควบคุมระบบของงาน งานชิ้นใดที่ไม่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องเข้าสู่กระบวนการแก้ไขเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพของงานตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

2.2 แนวคิดด้านการตลาด (Marketing)

ด้านการตลาดและการแข่งขัน ได้นำเอาโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค และการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและคู่แข่งเพื่อประเมินว่าสภาพการตลาด และการแข่งขันเป็นอย่างไรในปัจจุบัน โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงสิ่งจูงใจที่ทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ

1. สิ่งกระตุ้น อาจเกิดจากภายในร่างกายและจากภายนอก นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

- 1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดซึ่งจะกล่าวต่อไป
- 2) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ ทางเทคโนโลยี ทางกฎหมาย และการเมือง ทางวัฒนธรรม

2. กล้องคำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ผู้ผลิตไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจของผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ คือ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกปริมาณการซื้อ ในปัจจุบันการทำความรู้จักลูกค้าเพียงอย่างเดียวไม่พอ จำเป็นต้องศึกษาคู่แข่งขั้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการกำหนดคู่แข่งขั้นของธุรกิจโดยพิจารณาในประเด็นต่างๆ คือ คู่แข่งขั้นที่เข้ามาใหม่ ผู้ขายปัจจัยการผลิต ผู้ซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่ทดแทน การแข่งขันระหว่างธุรกิจ เช่น การแข่งขันด้านราคา ด้านนวัตกรรม ด้านการผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์

สำหรับทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) (Kotler, 2003: 98) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งเป็นการใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย เครื่องมือต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายทางธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ กิจกรรมที่ประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ เช่น ชนิดสินค้าให้เลือกคุณภาพสินค้า ตราสินค้า ลักษณะ การออกแบบ ขนาด บริการ การรับประกัน

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าจะต้องวางแผนและกำหนดราคาให้ถูกต้องเหมาะสมตามสภาวะตลาด ปริมาณการซื้อขายในแต่ละครั้ง เพื่อดึงดูดและจูงใจผู้บริโภค กิจกรรมในการตั้งราคา เช่น การให้ส่วนลด เงื่อนไขระยะเวลาชำระเงิน ระยะเวลาในการให้สินเชื่อ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาดได้ทันเวลาผลิตภัณฑ์นั้นจึงจะมีค่าสูง กิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า เช่น การขนส่ง คลังสินค้าปริมาณสินค้าคงเหลือ การเก็บรักษา การเลือกคนกลาง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ต้องการของลูกค้าเป้าหมาย สร้างความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ กิจกรรมที่เป็นการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน การส่งเสริมการขาย มีการประเมินผลโดยใช้เครื่องมือการตัดสินใจหลัก ในการประชาสัมพันธ์การตลาด ดังนี้

- 1) สิ่งพิมพ์ (Publications) การเผยแพร่ต่อสาธารณชนโดยใช้สิ่งพิมพ์ เข้าสู่กลุ่มเป้าหมาย เช่น รายงานประจำปี โบชัวร์ บทความ จดหมายข่าว นิตยสาร หรือใช้วัสดุบันทึกเสียง
- 2) กิจกรรม (Events) การสร้างความสนใจแก่สินค้าโดยสร้างกิจกรรมรูปแบบต่างๆ เช่น การจัดประชุม การสัมมนา กิจกรรมนอกสถานที่ งานแสดงสินค้า นิทรรศการการแข่งขัน งานครบรอบปี
- 3) ผู้สนับสนุน (Sponsorships) บริษัทสามารถสร้างชื่อเสียงตราสินค้าและบริษัทโดยการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมกีฬา ศิลปวัฒนธรรม และอื่นๆ
- 4) ข่าว (News) หน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งของฝ่ายประชาสัมพันธ์คือ การสร้างข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อสินค้า โดยการส่งข่าวให้สื่อมวลชน หรือจัดแถลงข่าว
- 5) สุนทรพจน์ (Speeches) การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน หรือแถลงสุนทรพจน์ต่อสมาคมต่างๆ ของผู้บริหารสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่บริษัท
- 6) กิจกรรมสาธารณประโยชน์ (Public – Service Activities) โดยการเสียสละเงิน และเวลาเพื่อสังคม
- 7) การสร้างเอกลักษณ์ (Identity Media) เช่น โลโก้ สัญลักษณ์แบบฟอร์ม จดหมาย นามบัตร ยูนิฟอร์ม

2.3 ทฤษฎีการดำเนินงาน (Operations Management)

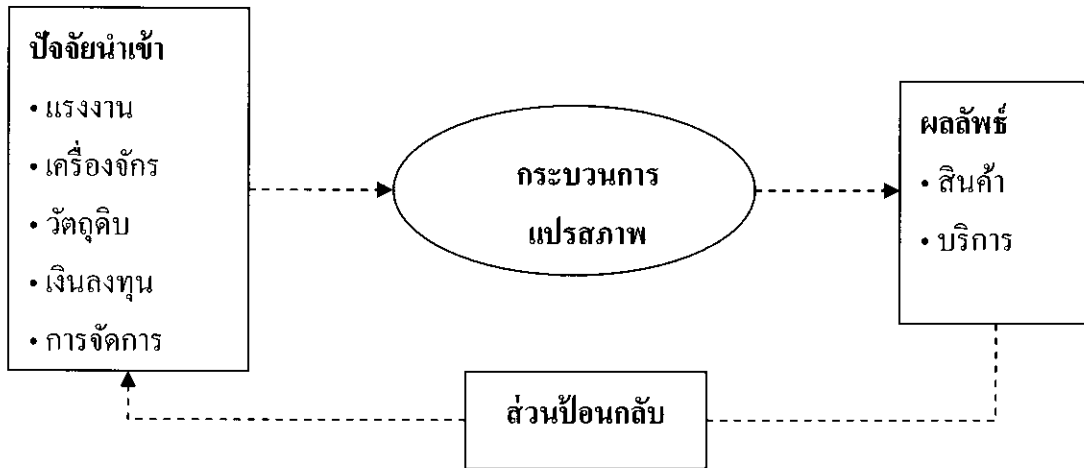
1. นวัตกรรมด้านการจัดการดำเนินงาน (Operations Management)

(คำนำย อภิปรัชญาสกุล, 2547: 56)

1) การผลิต (Production) หมายถึงการผลิตสินค้า (Goods) และบริการ (Services) เป็นการออกแบบ และดำเนินระบบที่มีผลิตภาพ (Operates Productive System) เพื่อให้งานสามารถดำเนินการได้ เช่น อาหารที่รับประทานตามภัตตาคาร ภาพยนตร์ที่ดูตามโรงภาพยนตร์ สินค้าที่เลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกล้วนต้องดำเนินการ โดยใช้ผู้จัดการดำเนินงานหรือผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ จะพบในทุกหน่วยงาน เช่น ธนาคาร โรงพยาบาล โรงงาน รัฐวิสาหกิจและหน่วยงานของราชการ ฉะนั้นการดำเนินงานจึงมากกว่าการวางแผน การควบคุมเป็นสิ่งที่สำคัญที่นำพาองค์กรสู่ความสำเร็จ

2) การดำเนินงาน (Operations) เป็นกระบวนการที่เปลี่ยนปัจจัยนำเข้า (Input) เป็นผลลัพธ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งปัจจัยนำเข้า (Input) ประกอบด้วยปัจจัย 5M's คือ ทรัพยากรมนุษย์ (Manpower) เครื่องจักรอุปกรณ์รวมถึงโครงสร้างพื้นฐาน (Machine) วัตถุดิบ (Materials) เงินลงทุน (Money) และการจัดการดำเนินงาน (Management) เพื่อให้ได้ผลิตผล (Output) เช่น สินค้า และ

บริการ โดยอาศัยการจัดการที่ได้รับผลสะท้อนกลับจากความต้องการจากลูกค้าที่จำเป็นสำหรับการกำหนดปัจจัยนำเข้าในกระบวนการแปรสภาพที่เหมาะสม ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 กระบวนการในการดำเนินงาน

ที่มา : คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2547: 56

การจัดการการดำเนินงานเป็นความพยายามสร้างความมั่นใจว่ากระบวนการแปรสภาพได้มีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และผลผลิตที่ได้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นมากกว่าผลรวมของปัจจัยนำเข้า วงจรของการดำเนินงาน คือการสร้างมูลค่าซึ่งเป็นชุดของกิจกรรมที่เกิดขึ้นตามโซ่มูลค่า (Value Chain) ซึ่งกระจายมาจากผู้ขายปัจจัยการผลิตไปยังลูกค้า กิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าจะเป็นความสูญเปล่าควรถูกยกเลิกไป กระบวนการแปรสภาพปัจจัยนำเข้า เป็นผลลัพธ์ (Transformation process) ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษของระบบการดำเนินงานที่มีหลายชนิด

2. แนวคิดด้านการผลิต (Production) เป็นการพิจารณาศึกษากิจกรรมทางการผลิตที่มีผลให้เกิดการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุด และเสียต้นทุนค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ซึ่งสามารถให้กำไรแก่ผู้ประกอบการเบเกอรี่ โดยระบบการผลิต และการปฏิบัติการประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ส่วน ได้แก่ (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2547: 70)

1) ปัจจัยนำเข้า (Input) เป็นส่วนของทรัพยากรหรือสิ่งที่จะต้องใช้ในการผลิตสินค้า หรือบริการโดยทั่วไปประกอบด้วยเงินทุน แรงงาน เครื่องจักร วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

2) กระบวนการผลิตและแปลงสภาพ (Production) คือ ส่วนที่ทำหน้าที่นำเอาปัจจัยนำเข้ามาผลิต และแปลงสภาพเพื่อให้ได้เป็นสินค้า หรือบริการตามที่ต้องการ ได้แก่ วิธีการผลิตสินค้า วิธีการจัดลำดับการผลิต การวางแผนการผลิต การจัดสรรกำลังคนเพื่อการผลิต

3) ผลได้ (Output) คือ ได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ และปริมาณตามที่กำหนดในเวลาที่ต้องการ

4) ส่วนป้อนกลับ (Feedback) คือ ส่วนที่ใช้ในการควบคุมการผลิตเพื่อให้การทำงานของระบบการผลิตบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ส่วนป้อนกลับนี้จะทำหน้าที่ประเมินผลได้ เช่น ปริมาณและคุณภาพของสินค้าที่ผลิต โดยนำมาเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่วางแผนไว้

5) ผลกระทบจากภายนอกที่เปลี่ยนแปลงโดยไม่ได้คาดหมาย (Random Fluctuations) จะเป็นการเปลี่ยนแปลงที่อยู่นอกเหนืออำนาจการควบคุมของผู้บริหาร เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจกฎหมายที่มีผลกระทบต่อการทำงาน

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันหน่วยงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากขึ้น ทั้งนี้เพราะสภาพการแข่งขันวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ระดับการศึกษาที่สูงขึ้นของผู้บริโภค ทำให้ผู้ผลิตสินค้าและให้บริการต้องพยายามผลิตสินค้าและบริการใหม่ๆ ออกมาเสมอ หรือปรับปรุงด้านเทคนิคการผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิต ปรับปรุงคุณภาพ ปรับปรุงคุณลักษณะเฉพาะต่างๆ เช่น ลักษณะการใช้งาน สี สัน กลิ่น รส ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถเพิ่มส่วนครองตลาดได้ อันจะนำความเจริญก้าวหน้ามาสู่ธุรกิจ

การจัดระบบมาตรฐานการผลิต เป็นการกำหนดแบบแผนวิธีการทำงานสำหรับงานผลิตทุกขั้นตอน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติการผลิตและให้บริการซึ่งจะต้องมีการควบคุมการผลิตให้เป็นไปตามแบบที่กำหนดไว้ ผลผลิตที่ได้จากระบบดังกล่าวก็จะมีคุณภาพ คุณลักษณะ ปริมาณตามที่ต้องการในเวลาที่กำหนดไว้

การจัดช่างผู้ชำนาญเฉพาะงาน ปัจจุบันโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่จะจัดระบบการผลิตเป็นแบบผลิตจำนวนมาก โดยคนงานในกระบวนการผลิตจะทำงานประจำเพียงหน้าที่เดียวการจัดหน้าที่การทำงานของคนงานเฉพาะอย่าง จะช่วยเพิ่มความชำนาญงานและสามารถผลิตผลผลิตที่ได้มาตรฐานใกล้เคียงกันมากที่สุด

การผลิตด้วยเครื่องจักรอัตโนมัติ เป็นการนำเอาเครื่องจักรแบบอัตโนมัติมาใช้แทนแรงคนงาน การผลิตจะเป็นไปอย่างต่อเนื่องรวดเร็วสามารถผลิตได้ปริมาณมาก โดยคนงานมีเท่าใด การใช้เครื่องจักรแบบอัตโนมัติก็ยังมีมากขึ้น เพราะเครื่องจักรอัตโนมัติจะมีทั้งระบบแจ้งภัยระบบป้องกันอุบัติเหตุ รวมทั้งสามารถควบคุมความเรียบร้อยภายในส่วนที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพของคนงานได้ด้วย

การเพิ่มผลผลิต ระบบการผลิตที่ดีจะพิจารณาจาก 3 ประเด็นหลัก คือ ผลิตแล้วได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพตามที่กำหนด ผลิตได้ทันเวลาที่ลูกค้าต้องการ และมีต้นทุนการผลิตต่ำ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิตแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

1. ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ความต้องการในสินค้าและบริการอัตราดอกเบี้ยแหล่งวัตถุดิบ และเครื่องจักร นโยบายของรัฐบาลในเรื่องภาษีอากรและการส่งเสริมธุรกิจ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของหน่วยธุรกิจ

2. ปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยการผลิตต่างๆ ของหน่วยธุรกิจ เช่น วัตถุดิบ แรงงาน เครื่องจักร ที่ดิน อาคาร เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่หน่วยธุรกิจสามารถควบคุมได้ การเพิ่มผลผลิตวัตถุดิบ ถ้าต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่เป็นค่าวัตถุดิบ หากเราสามารถเพิ่มผลผลิตวัตถุดิบได้ ก็สามารถลดต้นทุนได้มาก กำไรก็จะสูงขึ้น การเพิ่มผลผลิตวัตถุดิบมีหลักการ ดังนี้

- 1) ไม่ใช่ใช้วัตถุดิบมากเกินไปจนความจำเป็น และมีระบบควบคุมการเบิกใช้
- 2) พยายามใช้วัตถุดิบที่หาง่ายมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา
- 3) ดำเนินการจัดซื้อวัตถุดิบและการตรวจนับที่ดี
- 4) อย่าเก็บวัตถุดิบไว้นานเกินไปเพราะจะทำให้เสื่อมคุณภาพ
- 5) หลีกเลี่ยงการเกิดของชำรุดเสียหายจากกระบวนการผลิต
- 6) ดำเนินการผลิตตามแผนการผลิตที่ดี

การเพิ่มผลผลิตแรงงานหลักเบื้องต้นของการเพิ่มผลผลิตด้านแรงงานคือ การหาคนดีเข้ามาทำงาน พัฒนาส่งเสริมคนงานให้มีความสามารถยิ่งขึ้นไป และรักษาคคนดีเหล่านี้ไว้ให้ทำงานตลอดไป หลักการในการลดค่าแรงงานคือ

1. ปรับปรุงเวลามาตรฐานในการทำงาน
2. ลดเวลาสูญเสียระหว่างงาน โดยแบ่งช่วงงานให้สมดุล จัดวางเครื่องมือเครื่องใช้และวัตถุดิบให้อยู่ใกล้ๆ คนงานเพื่อความสะดวกในการหยิบใช้
3. ลดเวลาในการปรับแต่งเครื่องจักร
4. ลดเวลาคนว่างงาน ซึ่งอาจเกิดจากขาดวัสดุ เครื่องมือ อุปกรณ์คุณภาพต่ำ การเพิ่มผลผลิตเครื่องจักร การใช้เครื่องจักรไม่เหมาะสม การใช้เครื่องจักรตลอดเวลาจนไม่มีเวลาจนไม่มีเวลาบำรุงรักษาเป็นสาเหตุให้ต้นทุนการใช้เครื่องจักรสูงขึ้น หลักการเพิ่มผลผลิตเครื่องจักร คือ

- 1) ซื้อเครื่องจักรให้เหมาะสมกับความต้องการใช้งาน
- 2) บำรุงรักษาเครื่องจักรให้ดี เพื่อยืดอายุการใช้งาน
- 3) จัดทำคู่มือในการใช้เครื่องมือ

ทางออกที่ดีที่สุด ของการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมในปัจจุบันซึ่งต้องเผชิญกับปัญหามากมายคือ การเพิ่มผลผลิต พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตให้สูงสุด ลดต้นทุนการผลิตและยกระดับการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้ได้ประโยชน์คุ้มค่าที่สุด

2.4 แนวคิดทางการเงิน (Financing)

หน้าที่และความรับผิดชอบในการบริหารการเงินอาจจะแตกต่างกันไปบ้างตามลักษณะ และขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกันในองค์กรธุรกิจทุกขนาดต่างมีความจำเป็นที่จะต้องตัดสินใจในเรื่องสำคัญๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเงิน โดยมีหน้าที่หลักด้านการเงิน 3 ประการ ซึ่งใช้ในการบริหารการเงินของธุรกิจเบเกอรี่ที่จะทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรคือ (สุมาลี จิระมิตร, 2541: 7)

1. การคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน (Anticipating Financial Needs) เป็นเรื่องของการวิเคราะห์วางแผน และควบคุมทางการเงิน การพยากรณ์ทางการเงิน การจัดทำงบการเงิน

2. การจัดหาเงินทุนมา (Acquiring Financial Needs) จะบอกให้รู้ว่ากิจการจะหาเงินทุนมาใช้จ่ายตามที่ต้องการเมื่อใด หาได้จากแหล่งใด และด้วยวิธีการอย่างไร รวมถึงต้นทุนแหล่งที่มีของเงินทุนหมุนเวียน การบริหารลูกหนี้ การบริหารสินค้าคงเหลือ

3. การจัดสรรเงินลงทุนไปในธุรกิจ (Allocation Funds in the Business) กิจการจะจัดสรรเงินลงทุนไปในสินทรัพย์อย่างไรที่จะก่อให้เกิดความเหมาะสมที่สุด โดยจะต้องให้ความสำคัญระหว่างความสามารถในการทำกำไร (Profitability) และสภาพคล่องของกิจการ (Liquidity) รวมถึงการจัดหางบประมาณลงทุน การจัดลำดับ การประเมินผลและเลือกข้อเสนอลงทุน การบริหารสินทรัพย์ระยะสั้นและสินทรัพย์ระยะยาวมุมมองด้านการเงิน มีดัชนีชี้วัด เช่น การวัดยอดขาย ยอดการผลิต ต้นทุนการผลิตค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ความสามารถในการหารายได้ อัตราส่วนทางการเงิน เช่น ROI (Return on Investment)

$$\text{อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น} = \frac{\text{กำไรสุทธิจากการดำเนินงาน}}{\text{สินทรัพย์ที่ใช้ในการดำเนินงาน โดยเฉลี่ย}}$$

$$\text{อัตรากำไร} = \frac{\text{กำไรสุทธิจากการดำเนินงาน}}{\text{ยอดขาย}}$$

ตัดสินใจลงทุนที่ดี จะทำให้ธุรกิจได้รับผลกำไรตอบแทนที่น่าพอใจ ในขณะที่การตัดสินใจหาเงินทุนที่ถูกต้องเหมาะสม จะทำให้ธุรกิจมีเงินทุนสำหรับการลงทุนต่างๆ ด้วยต้นทุนที่ต่ำ เมื่อการลงทุนให้ผลตอบแทนที่สูง โดยมีต้นทุนของเงินลงทุนที่ต่ำ ในระยะยาวจะมีผลทำให้การดำเนินการของธุรกิจบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ คือ มูลค่าของธุรกิจสูงขึ้นเรื่อยๆ (สุมาลี จิวะมิตร, 2541)

3. ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

เบเกอรี่ในประเทศไทย จะเริ่มขึ้นเมื่อใดนั้นไม่ปรากฏ ประมาณได้ว่าเมื่อก่อนสงครามโลกครั้งที่สองนั้น พ.ศ. 2482-2488 ในกรุงเทพฯ มีร้านเบเกอรี่เพียง 2 – 3 ร้าน ซึ่งส่วนใหญ่จะทำขนมเค้กและคุกกี้ ออกขาย ในระยะเวลานั้นคนไทยส่วนมากยังไม่นิยมบริโภคขนมปังเหมือนในปัจจุบัน แต่ส่วนใหญ่จะบริโภคขนมปังในโอกาสพิเศษ เช่น ไปปิกนิกหรือทำเป็นอาหารว่าง ต่อมาหลังจากสงครามโลกครั้งที่สอง ได้มีร้านเบเกอรี่ซึ่งผลิตขนมปังอบทุกชนิด เช่น ขนมปัง ขนมเค้ก เพสตรี และคุกกี้เพิ่มขึ้น และเนื่องจากคนไทยได้รับอารยธรรมตะวันตกมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคนิสัยเปลี่ยนไปคนไทยเริ่มรู้จักบริโภคขนมปังในรูปแบบของขนมปัง แซนด์วิช และส่วนใหญ่จะทาด้วยพริกเผาแต่ก็ยังใช้บริโภคเป็นครั้งคราวและในโอกาสพิเศษเท่านั้น

เมื่อเกิดสงครามเวียดนาม พ.ศ. 2497 ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งซึ่งเป็นที่พักของทหารอเมริกันด้วยเหตุนี้ จึงทำให้อุตสาหกรรมเบเกอรี่มีความก้าวหน้า ได้มีการสั่งซื้อข้าวสาลีจากต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา และออสเตรเลีย และได้มีผู้คิดตั้งโรงโม่ขึ้นเป็นแห่งแรก ในระยะนั้น ผลิตแป้งสาลีออกสู่ตลาดหลายชนิดด้วยกัน เพื่อให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการทำ และโรงโม่ได้จัดผู้ชำนาญการทางด้านเบเกอรี่ ไปแนะนำและสาธิตการใช้แป้งสาลีในการทำผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ทำให้อุตสาหกรรมด้านนี้เป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้น ประกอบกับที่มีความต้องการทางด้านนี้สูง เนื่องจากสาเหตุของสงครามดังกล่าวจึงทำให้มีร้านเบเกอรี่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก

ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในกรุงเทพมหานครที่ดำเนินการมาก่อนปี พ.ศ. 2546 และ สามารถดำเนินการมาจนถึงปัจจุบันถือว่าเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการธุรกิจเบเกอรี่จากฐานข้อมูลศูนย์ศึกษากสิกรไทย ปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในกรุงเทพมหานครที่ประสบความสำเร็จถึง 153 ราย ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่น่าสนใจที่จะศึกษาถึงวิธีการดำเนินธุรกิจอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ จากการที่ผู้คนสนใจและรู้จักที่จะบริโภคอาหารจากแป้งสาลีมากยิ่งขึ้น ทำให้ปัจจุบันมีโรงโม่ โรงงานผลิตขนมปังและขนมอบอื่นๆ อีกมากมายมีทั้ง

โรงงานขนาดใหญ่ ขนาดย่อมและร้านค้าย่อย ซึ่งนับได้ว่าเป็นธุรกิจที่ยิ่งใหญ่ได้อย่างหนึ่งทีเดียว ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่าขนมปังสามารถใช้เป็นอาหารแทนข้าว ช่างเป็นอาหารหลักของคนไทยได้เป็นอย่างดีเมื่ออุตสาหกรรมทางด้านนี้เจริญขึ้น วิศวกรรมทางเทคโนโลยีและเครื่องมือใช้ในการประกอบกิจการก็ได้เจริญก้าวหน้าขึ้นตามลำดับ สมัยก่อนนั้นผู้ประกอบการด้านนี้มีความชำนาญอย่างสูงแต่ขาดความรู้ทางด้านวิชาการ และเทคโนโลยีในการผลิต จึงทำให้เกิดปัญหาในด้านคุณภาพของผลผลิต ปัจจุบันความรู้ทางด้านนี้ได้เพิ่มขึ้น โดยโรงโม่แป้งได้พยายามที่จะสอดแทรกความรู้ทางด้านวิชาการไปพร้อมกับการขายแป้งของตน เพื่อให้ผู้ซื้อได้ทำผลิตภัณฑ์ออกมาให้ได้คุณภาพและใช้หลักวิธีการผลิตที่ถูกต้อง โดยทางโรงโม่แป้งได้จัดให้มีการสาธิตแนะนำวิธีปฏิบัติและปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งการแก้ไขปัญหา ซึ่งนับเป็นผลดีอย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการ และเป็นผลดีมาสู่ผู้บริโภค โดยได้บริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีได้มาตรฐาน

นอกจากความรู้ด้านวิชาการและเทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นแล้ว ทางด้านเครื่องมือเครื่องใช้ในการประกอบกิจการด้านนี้ก็มีวิวัฒนาการขึ้นมากทีเดียว ได้มีการประดิษฐ์เครื่องทุ่นแรงต่างๆ ให้เหมาะสมกับสภาพความเป็นอยู่ของประเทศ เช่น เตาอบ เครื่องผสม เครื่องรีดแป้ง และเครื่องใช้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น พิมพ์ขนมอบขนาดต่างๆ ตามชนิดของผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถผลิตขึ้นได้ภายในประเทศ สามารถที่จะใช้งานได้เทียบเท่ากับของต่างประเทศ และราคายังย่อมเยากว่าอีกด้วย ซึ่งกล่าวได้ว่าวิวัฒนาการทางด้านนี้ได้ดำเนินต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง

สินค้าทดแทนที่เป็นคู่แข่งสำคัญของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ก็คือขนมไทย เพราะจากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรรมไทยในช่วงที่เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจระหว่าง พ.ศ. 2541 – 2542 พบว่ากำลังซื้อของคนไทยลดลงอย่างมากรวมทั้งกระแสแรงค์ให้นิยมสินค้าไทยที่มีมากขึ้น ทำให้คนไทยหันไปซื้อของไทยๆรวมทั้งขนมหวานแบบไทยให้เป็นของขวัญกันมากขึ้น จากที่เคยนิยมมอบของขวัญเป็นเค้กหรือสินค้าเบเกอรี่อื่นๆนอกจากขนมไทยจะเป็นสินค้าทดแทนที่สำคัญแล้วยังมีสินค้าสุขภาพที่เริ่มมีกระแสที่แรงขึ้นเรื่อยๆ ในช่วง 5 - 6 ปีที่ผ่านมา ดังจะเห็นได้จากความนิยมจัดกระเช้าสินค้าสุขภาพเพื่อมอบเป็นของขวัญในวาระต่างๆ เพิ่มมากขึ้น แทนการมอบสินค้าเบเกอรี่หรือของกำนัลอื่นๆ ที่ถูกมองว่าบั่นทอนสุขภาพ ธุรกิจเบเกอรี่ที่มีอยู่ในตลาดเมืองไทยแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. เบเกอรี่ในโรงแรม โรงแรมใหญ่ที่ค่อนข้างมีชื่อเสียงมักจะมีแผนกเบเกอรี่รวมอยู่ด้วย ทั้งนี้เป็นการสนองความต้องการของชาวต่างประเทศ ที่มาพักซึ่งมักจะบริโภคอาหารเหล่านี้เป็นหลัก และเพื่อความสมบูรณ์แบบของธุรกิจโรงแรม อาจจัดให้มีการจำหน่ายปลีกกับลูกค้าข้างนอกขนมอบในโรงแรมโดยทั่วไปการใช้วัตถุดิบที่นำมาประกอบค่อนข้างมีคุณภาพ ทำให้ราคาของขนมอบสูงตามไปด้วย ส่วนเรื่องความอร่อยและรสชาติจะมีคุณภาพดีกว่าในท้องตลาด อย่างไรก็ตาม

ตามค่านิยมของคนบางกลุ่มที่ชอบความหรูหรา นั้นเมื่อถึงเทศกาลปีใหม่ขนมอบในโรงแรมต่างๆ ก็ จะได้รับการต้อนรับเป็นจำนวนมาก

2. เบเกอรี่ที่มีหน้าร้านเอง ได้แก่ร้านเบเกอรี่ต่างๆ ไปที่ผลิตเอง ขายเอง อาจจะทั้งขาย ปลีกและส่งด้วย ร้านค้าประเภทนี้จัดว่ามีอยู่มากพอสมควรในกรุงเทพฯ กว่า 200 แห่ง ขึ้นไปทั้งยัง แพร่หลายกระจายไปสู่ต่างจังหวัดอีกด้วย จะเห็นว่าในต่างจังหวัดแทบทุกจังหวัดจะมีร้านเบเกอรี่ ตั้งอยู่จังหวัดหนึ่งอย่างน้อย 11-12 ร้านขึ้นไป ซึ่งขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจของจังหวัดนั้นๆ แต่ละ แห่งความใหญ่โตไม่แตกต่างกันมากนัก ร้านเบเกอรี่ประเภทนี้เกิดขึ้นใหม่ๆ เสมอ หรือไม่ก็ขยาย จากเดิมให้ใหญ่ขึ้น หรือไม่ก็จะแตกสาขาออกไปอีกเมื่อมีชื่อเสียงขึ้น ร้านเบเกอรี่แต่ละแห่งต้องมี เอกลักษณ์ให้ลูกค้ากล่าวถึงชื่อเสียง

3. เบเกอรี่ที่ทำส่งอย่างเดียว ร้านเบเกอรี่ประเภทนี้จะไม่ค่อยคำนึงถึงคุณภาพเท่าใดนัก จะคำนึงถึงแต่ปริมาณ และราคาให้ต่ำเข้าว่าเนื่องจากพวกเขาต้องเสี่ยงกับการสูญเสียสูง เช่นการรับ กิน มีการหักเปอร์เซ็นต์ในการฝากขายซึ่งแล้วแต่ละแห่งจะตกลงกัน โดยมีตั้งแต่ 20-25-30 เปอร์เซ็นต์ อย่างไรก็ตามการลงทุนระดับนี้ไม่สูงนักผลกำไรก็เป็นลักษณะน้ำซิมบ่อทราย

4. เบเกอรี่ของแม่บ้าน เบเกอรี่ประเภทนี้เป็นแบบที่แม่บ้านที่มีเวลาว่าง ใช้เวลาให้เป็น ประโยชน์ โดยทำขึ้นมาขายกันเองระหว่างญาติหรือเพื่อนฝูงซึ่งลักษณะขนมที่จัดได้ว่าดีพอสมควร เนื่องจากไม่ได้มุ่งทางการค้ามากนัก ต้องการเพียงความชื่นชมและความภูมิใจในฝีมือมากกว่า จึง กล้าที่จะใช้ของดีในการประกอบขนม ส่วน ฝีมือก็เชื่อได้ว่าสะอาดถูกหลักอนามัยมากกว่าร้านค้า แน่นนอน อย่างไรก็ตามแม่บ้านบางท่านก็ทำจนเป็นล่ำเป็นสันมีการตั้งชื่อกิจการของตนเองและ ร่ำรวยกับอาชีพนี้

5. ความต้องการของผู้บริโภค ความต้องการของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ใน ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศในแถบยุโรป ปัจจุบัน ความต้องการที่แปลกใหม่หลากหลาย ชนิดนั้นมิใช่รสชาติเป็นเอกลักษณ์ เช่น รสชาติของผลไม้เมืองร้อน ได้แก่ รสมะม่วง รสฝรั่ง รส มะนาว แทนเค้กบลูเบอร์รี่ หรือเชอร์รี่แบบแต่ก่อน ทางผู้ประกอบการจึงต้องคำนึงถึงจุดนี้ และ พยายามผลิตให้ได้ตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งในจังหวัดเชียงรายก็มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ เดิน ทางเข้ามาเที่ยวเป็นจำนวนมากดังนั้นเราจึงควรคำนึงถึงจุดนี้ และควรมีการสำรวจความต้องการของ ผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในส่วนของผู้บริโภคชาวต่างชาติ และผู้บริโภคชาวไทย(จันทน์ อูริยะ พงศ์สรรค์, 2540 : 237)

ปัจจุบัน คนส่วนใหญ่หันมาสนใจเกี่ยวกับสุขภาพของตนเองมากยิ่งขึ้น และอาหาร ก็เป็นส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและการเกิดโรคต่างๆ ในมนุษย์ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงให้ ความสำคัญกับอาหารมากขึ้น โดยนอกจากจะคำนึงถึงรสชาติแล้วยังคำนึงถึงความสำคัญของอาหาร

กับคุณค่าของอาหารต่อสุขภาพ และอาหารจากธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งหากผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ต่างๆ ทำผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าเด่นชัดทางด้านสุขภาพ ก็จะทำให้เกิดการโฆษณาสินค้าที่เข้าสู่ส่วนแบ่งการตลาดให้ มากขึ้น นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังมีความต้องการผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ใหม่สดเสมอ ดังนั้น การต่อสู้ของผู้ประกอบการต่างๆ เพื่อให้ได้ส่วนแบ่งของตลาดมากขึ้นนั้น ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความรวดเร็วในการนำ ผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภค ระบบการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็ว เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ ในการสั่งซื้อสินค้า มีการจัดส่งผลิตภัณฑ์ถึงมือผู้บริโภคอย่างรวดเร็วที่สุดเพื่อรักษาความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ และมีราคาต่ำ การจัดการที่เหมาะสมทั้งภายในและภายนอกของร้านเบเกอรี่นั้นมีความสำคัญมากซึ่งเป็นบทบาทที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึง เช่น ควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยต้องมีปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1) การเลือกและการตรวจสอบวัตถุดิบให้เหมาะกับชนิดของ ผลิตภัณฑ์ตรงความต้องการของผู้บริโภค

2) การเลือกวิธีการผลิตที่เหมาะสม

3) การใช้เทคโนโลยีมาตรวจสอบผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็ว และมีคุณภาพเป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค

4) การมีบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้อง สวยงาม และรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์

5) ควบคุมการบริการของกิจการ เช่น การขนส่งหลายวิธี รวดเร็ว และตรงเวลา

6) มีความรู้เกี่ยวกับการตลาด ความต้องการของผู้บริโภคและความสามารถของกิจการเอง

7) มีความเข้าใจในระบบดำเนินงาน

8) มีความเข้าใจความต้องการ และการเคลื่อนไหวของพนักงาน ลูกจ้าง

6. กลยุทธ์การบริหารในธุรกิจร้านเบเกอรี่ แนวทางการจัดจำหน่ายสินค้า ถือเป็นเรื่องของศิลปะที่ละเอียดอ่อน หลักการที่สำคัญคือ อย่างแรกต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้ บริโภคและศึกษาลักษณะการเดินซื้อสินค้าของลูกค้า ทั้งยังต้องพิจารณาชนิดของสินค้า แล้วจึงค่อยเริ่มวางแผนงานเป็นขั้นเป็นตอน แยกแยะและจัดประเภทสินค้าหรือเบเกอรี่ของคุณให้เป็นหมวดหมู่และตกแต่ง โดยมีลูกเล่นในการใช้สีส้น นอกจากนี้ยังต้อง บรรจุ สินค้าที่จะขายอย่างเหมาะสมพร้อมทั้งคิดราคาให้ชัดเจน อาจประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายบอก หรือมีสื่อโฆษณาอื่น ๆ และต้องไม่ลืม ตกแต่งร้านให้สะอาดและสวยงามอยู่เสมอ สำหรับในช่วงวันหยุดและเทศกาล เป็น โอกาสสำคัญที่เบเกอรี่ ในร้านของคุณ จะเป็นที่ ปรารถนา ของลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง

7. เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตเบเกอรี่ ในโรงงานอุตสาหกรรมเบเกอรี่ขนาดใหญ่ที่ผลิตออกขายในปริมาณมาก และส่งขายในท้องตลาดต่างๆ ไปนั้น ส่วนใหญ่จะใช้เครื่องมือที่ติดตั้งเป็น

ระบบและต่อเนื่อง โดยใช้แรงงานเครื่องจักรในการผลิตเป็นสำคัญ และใช้แรงงานคนช่วยในบางขั้นตอนของการผลิต สำหรับในจังหวัดเชียงรายนั้น ไม่ได้บริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เป็นอาหารหลัก และมีอีกประการหนึ่งการบริโภคผลิตภัณฑ์เหล่านี้มักจะนิยมบริโภคของสดที่เพิ่งอบออกมาจากตู้อบ ดังนั้น ในการผลิตเป็นจำนวนมากจึงย่อมจะต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจและการตลาดให้ดี เพื่อที่จะไม่ให้มีผลิตภัณฑ์ตกค้างเนื่องจากขายไม่ทัน ซึ่งจะทำให้เกิดการเสื่อมเสียแก่ผลิตภัณฑ์ และเป็นการทำลายเศรษฐกิจของผู้ลงทุนอีก (จิตรนา แจ่มเมฆ และอรอนงค์ นัยวิกุล, 2541 : 4)

การที่จะประกอบกิจการประเภทนี้ โดยทำเป็นธุรกิจขนาดย่อม ใช้เครื่องมือ เครื่องทุนแรงที่ทันสมัยและให้ประโยชน์ในการใช้ได้หลายอย่าง และผลิตเพื่อส่งขายในท้องถิ่นที่อยู่หรือใกล้เคียงกับธุรกิจขนาดเล็ก หรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน โดยใช้เครื่องทุนแรงบ้างและใช้แรงงานคนเป็นส่วนใหญ่เพื่อผลิตออกขายในวงที่แคบกว่า ซึ่งอาจขยายเป็นธุรกิจขนาดย่อมได้เมื่อกิจการก้าวหน้าขึ้น ความใหญ่เล็กของธุรกิจจึงต้องการ เครื่องมือเครื่องใช้ที่แตกต่างกัน แบ่งเป็น 2 ประเภท

1. ประเภทใช้มือ (Hand tools) เครื่องมือประเภทนี้จำเป็นที่จะต้องมิใช่ ในการทำเบเกอรี่ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดย่อมหรือขนาดเล็กก็ตาม เพราะผลิตภัณฑ์บางอย่างแม้ว่าจะใช้เครื่องจักรแล้วก็ยังต้องอาศัยเครื่องมือที่ใช้มือช่วยด้วย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สำเร็จออกมาอย่างสมบูรณ์แบบ เครื่องมือเหล่านี้ได้แก่

- 1) พายยาง สำหรับกวนส่วนผสมที่อยู่ในชามผสม
- 2) มีดปาดหน้าเค้กขนาดต่างๆ กัน ใช้สำหรับปาดครีมบนตัวเค้กและปาดให้เรียบเพื่อรอการตกแต่งต่อไป
- 3) มีดขนาดต่างๆ สำหรับใช้ในการตัดชิ้นส่วนประกอบต่างๆ ในการผลิต
- 4) เทอร์โมมิเตอร์ที่ใช้วัดอุณหภูมิของก้อนโดหลังการผสมเทอร์โมมิเตอร์ที่ใช้วัดอุณหภูมิของตู้อบที่ไม่สามารถควบคุมอุณหภูมิได้
- 5) ลูกกลิ้งสำหรับตัดแป้งเพสตรี ลูกกลิ้งสำหรับทำริมนขนมพาย ลูกกลิ้งไม้ขนาดต่างๆ ใช้รีดกลิ้งโดยให้เป็นแผ่นเรียบบาง
- 6) แปรงสำหรับปัดแป้ง
- 7) พายไม้สำหรับคนส่วนผสมที่มีความหนืดและใช้คนใส่ขนมบางชนิดที่เกี่ยวข้องอยู่ในเตา
- 8) ตะกร้อลวดขนมขนาดต่างๆ สำหรับทำส่วนผสมให้เข้ากัน
- 9) แผ่นโลหะหรือพลาสติกสำหรับตัดแบ่งก้อนโดหรือใช้ขูดแป้งที่ติดกับโต๊ะ
- 10) พิมพ์ตัดคุกกี้ให้เป็นรูปต่างๆ พิมพ์ขนาดต่างๆ สำหรับขนมเค้ก

11) หัวบีบหน้าค้ำ เป็นหมุนสำหรับแต่งหน้าค้ำ

12) ตะแกรงลวดสำหรับวางผลิตภัณฑ์ที่อบออกจากตู้อบ

2. เครื่องมืออื่นๆ (Equipments) เครื่องมือประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องไฟฟ้า ซึ่งแต่ละอย่างมีความสำคัญสำหรับการทำเบเกอรี่ทั้งสิ้น โดยทั่วไปแล้วเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับธุรกิจเบเกอรี่ขนาดย่อม ได้แก่

1) เครื่องชั่ง

2) เครื่องผสมแบบต่างๆ

3) ตู้หมักและพักก้อนแป้ง

4) เครื่องแบ่งก้อนแป้ง

5) เครื่องรีดม้วนก้อนแป้งให้เป็นรูป

6) ตู้อบ

7) เครื่องหั่นขนมปัง

สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก อาจจัดตั้งเครื่องมือบางอย่างออกได้ โดยใช้แรงงานคนแทน เช่น เครื่องแบ่งก้อนโด

8. การจัดสถานที่ในการผลิตเบเกอรี่ ตัวอย่างการจัดแบบแผนการผลิตสำหรับสถานที่ผลิตเบเกอรี่ เช่น ร้านทำขนมปังขนาดย่อม เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการร้านเบเกอรี่เป็นดังนี้

1) ที่เก็บส่วนประกอบและเครื่องชั่ง ส่วนประกอบในการทำขนมปัง เช่น แป้งควรจะมีที่เก็บเฉพาะ ไม่ควรปะปนกับส่วนประกอบอื่น เนื่องจากแป้งสามารถดูดซึมน้ำจากอากาศอื่นๆ เข้าไปได้ ส่วนเครื่องชั่งเก็บไว้ภายใต้ช่องเก็บของโต๊ะกลางห้อง

2) เครื่องผสม เครื่องผสมจะวางต่อจากที่เก็บแป้งและโต๊ะทำงาน ทั้งนี้เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน กล่าวคือเมื่อชั่งแป้งและส่วนผสมอื่นๆ เสร็จแล้วสามารถถ่ายลงถังผสมได้ทันที

3) ที่สำหรับวางโด (ก้อนแป้งที่มีลักษณะเหนียวยืดหยุ่น สามารถจับเป็นรูปได้ด้วยมือ) ระหว่างการหมัก ขั้นตอนนี้เป็นการรอให้ยีสต์ทำงานและเมื่อหมักโดจนได้ที่ หลังการหมักโดได้ที่ดีแล้วนำโดมานวดอีกครั้งหนึ่งเพื่อไล่ก๊าซออกไป หลังจากนั้นก็ทำการแบ่งโดตามขนาดที่ต้องการแล้วใส่ลงในพิมพ์เพื่อหมักโดอีกครั้งหนึ่ง

4) หมักโดครั้งสุดท้ายและการอบ เป็นขั้นตอนต่อจากขั้นที่ 3 ซึ่งได้กล่าวมาแล้ว หลังจากบ่มโดได้ที่ดีแล้ว นำโดไปอบตามเวลาและอุณหภูมิที่กำหนดไว้

5) การทำขนมปังให้เย็นและบรรจุหีบห่อ หลังจากการอบแล้ว นำก้อนขนมปังมาวางที่กลางโต๊ะกลางห้องเพื่อทำให้เย็นและนำออกจากพิมพ์ หลังจากขนมปังเย็นได้ที่แล้วจะหั่นแล้ว

บรรจุหีบห่อเลยก็ได้ หรือจะนำขนมปังไปเก็บไว้ในห้องเก็บก่อนก็ได้ แต่โดยทั่วไป ไปร้านหรือโรงงานอุตสาหกรรมผลิตเบเกอรี่จะออกแบบแผนการผลิตเป็นระบบต่อเนื่องกัน เพื่อว่าจะได้ไม่ต้องเสียเวลาการทำงานและผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกมาก็จะสม่ำเสมอและสะอาด วิธีการเช่นนี้สามารถจะทำได้โดยใช้พื้นที่พอสมควร

6) ทักษะและความพร้อมของบุคลากรนอกจากเรื่องของวัตถุดิบและกรรมวิธีการผลิตแล้ว ผู้ประกอบการในธุรกิจเบเกอรี่ยังต้องให้ความสนใจในด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งอาจถือได้ว่ามีความสำคัญมากที่สุดใน การดำเนินธุรกิจประเภทนี้ให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้น ผู้ที่สนใจจะก้าวเข้าสู่ธุรกิจเบเกอรี่จะต้องพิจารณาตนเองและผู้ร่วมงานเป็นอันดับแรกว่า มีคุณสมบัติที่เหมาะสมหรือไม่ คุณสมบัติของผู้ประกอบการและผู้ร่วมงานในกิจการเบเกอรี่

- 6.1 รักและเอาใจจริง พร้อมทั้งจะทุ่มเทให้แก่อาชีพเบเกอรี่
- 6.2 ตรงต่อเวลารวมทั้งส่งมอบสินค้าตรงตามนัดหมายที่ได้ให้ไว้กับลูกค้า
- 6.3 มีน้ำใสใจคอที่ซื่อสัตย์ต่อลูกค้าและเพื่อนร่วมงาน
- 6.4 ติดต่อกับผู้คนที่ช่วยกริยามรยาทเรียบร้อยพุดจาอ่อนหวานเข้าหูคน

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พาฝัน ตันหทัย (2543, บทความย่อ) การดำเนินธุรกิจเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ศึกษาด้านการดำเนินงานและปัญหาของการดำเนินธุรกิจเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีแนวโน้มที่จะรับวิธีการบริโภคอาหารแบบตะวันตก เช่น ขนมปัง เค้ก โดนัท ลูกเกด แอแคร้ และขนมอบอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตเมือง อีกทั้งด้านผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปกับธุรกิจเบเกอรี่ส่วนใหญ่พบว่า ผู้ประกอบการจดทะเบียนเป็นเจ้าของคนเดียว ธุรกิจโดยส่วนใหญ่ดำเนินการขายปลีกเอง ซึ่งธุรกิจมีผลการดำเนินงานของกิจการอยู่ในระดับน่าพอใจ ด้านการดำเนินงาน พบว่าธุรกิจให้ความสำคัญในด้านการจัดการ สำหรับโครงสร้างของกิจการที่ลักษณะธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียวจะมีโครงสร้างแบบง่าย และลักษณะธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วนโดยบริษัทมีโครงสร้างแบบแบ่งตามหน้าที่ ในการคัดเลือกคนเข้าทำงานจะคำนึงถึงบุคลิกภาพเป็นอันดับแรก กิจการโดยส่วนใหญ่มีการควบคุมและประเมินผลในการทำงานโดยมีลักษณะธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว มีระยะเวลาการประเมินผลทุกวัน ลักษณะธุรกิจห้างหุ้นส่วนบริษัท มีระยะเวลาประเมินเป็นรายเดือน ด้านการผลิต กิจการส่วนใหญ่มีการวางแผนการผลิตโดยลักษณะการผลิตขึ้นอยู่กับปริมาณการขาย คำสั่งซื้อ และกิจการและกิจการให้ความสำคัญมากในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ และมีกรรมวิธีในการผลิต คือใช้เครื่องจักร และเมื่อผสมกัน

ด้านการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ให้ความสำคัญในส่วนประสบการณ์ ด้านการตลาดคือในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้านการเงินธุรกิจมีเงินทุนเริ่มแรกจากเงินส่วนตัว ส่วนใหญ่ใช้เงินทุนในกิจการมากกว่า 200,000 บาท มีเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการดำเนินงานในรอบระยะเวลา 1 เดือน 200,000 บาทขึ้นไป ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการประกอบธุรกิจเบเกอรี่ จะมีปัญหาเกี่ยวกับด้านการตลาดมากที่สุด ได้แก่ความต้องการลูกค้ามีหลากหลาย ต้นทุนของเบเกอรี่ค่อนข้างสูง ปัญหาด้านการผลิตได้แก่ วัตถุดิบและเทคโนโลยีมีราคาแพง ปัญหาด้านการจัดการ ได้แก่ การขาดแคลนแรงงาน ความชำนาญของพนักงาน และปัญหาด้านการเงิน ได้แก่ กำไรที่ได้ต่ำและมียอดขายลดลง

รังสรรค์ ปิติปัญญา และคณะ (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าทั้งปัจจัยภายในและภายนอกมีผลต่อการพัฒนาหรือความสำเร็จของธุรกิจชุมชน / เครือข่ายร่วมกัน ปัจจัยภายในที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชน/เครือข่ายประกอบด้วยทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งที่สำคัญได้แก่ คณะกรรมการ คณะกรรมการของ ภูมิศึกษา ส่วนใหญ่เป็นผู้มีพฤติกรรมดี ซื่อสัตย์ เสียสละ มีความสามารถและได้รับการยอมรับจาก ผู้นำและชาวบ้านในชุมชน นอกจากทรัพยากรมนุษย์แล้วเงินทุนก็เป็นปัจจัยภายในที่สำคัญเช่นกัน ปัจจัยภายในที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง คือระบบการจัดการ ซึ่งพบว่าระบบการจัดการของ ธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่สมบูรณ์นัก นอกเหนือจากกรรมการแล้วองค์ประกอบอื่นของ การจัดการได้แก่สมาชิกและพนักงานยังมีได้ทำงานอย่างที่ดีควรจะเป็นและประเด็นที่น่าเป็นห่วงคือ การจัดการที่ดำเนินการอยู่ในธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ควร นอกจากนั้นการศึกษา ของบางภูมิภาคได้ชี้ว่าการจัดการด้วยการเชื่อมโยงกันระหว่างธุรกิจชุมชนที่มีกิจกรรมต่อเนื่องกัน หรือเหมือนกันเป็นเครือข่ายเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จ สำหรับปัจจัยภายนอก ปัจจัยที่สำคัญได้แก่ลักษณะพื้นฐานของชุมชน (พื้นฐานความคิด ในการทำงานร่วมกัน ชื่อเสียงทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาดั้งเดิม) องค์กรสนับสนุน ซึ่งมีความหมาย รวมถึงแต่ความสามารถของเจ้าหน้าที่ วิธีการในการส่งเสริม และรูปแบบและขนาดของการให้ ความช่วยเหลือ นอกจากองค์กรสนับสนุนแล้ว คู่ค้าถือว่าเป็นอีกองค์กรหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จ ของธุรกิจชุมชน / เครือข่าย การศึกษาในประเด็นนี้ได้ข้อสรุปว่าการมีคู่ค้าที่ดี โดยเฉพาะคู่ค้า รายใหญ่ที่มีความต่อเนื่องเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาอย่างมาก

มณฑิรา คุณะสิทธิศิริ (2546: บทสรุป) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการค้าปลีกสุนัขที่ตลาดนัดจตุจักร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีรองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่จะมีอายุ 26-35 ปี รองลงมา คือ มีอายุ 36-45 ปี และมีอายุ

ไม่เกิน 25 ปี ตามลำดับ ประสบการณ์ในการทำธุรกิจขายสุนัขที่ตลาดนัดจตุจักรส่วนใหญ่ มีประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี รองลงมา คือ มีประสบการณ์ 5-10 ปี และมีประสบการณ์ 10 ปีขึ้นไป ตามลำดับ และประสบการณ์ในการทำธุรกิจขายสุนัขที่อื่นนอกเหนือจากที่ตลาดนัดจตุจักรส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ 1-5 ปี รองลงมา คือ ไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจที่อื่นเลย และมีประสบการณ์ 5 ปีขึ้นไป ตามลำดับ 1. ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดด้านสุนัขที่มีระดับการใ้้มากที่สุด คือ เป็นพันธุ์ที่อยู่ในความนิยมของตลาดการมีรูปร่างลักษณะตรงตามมาตรฐานของแต่ละพันธุ์ และ ความมีสุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ ตามลำดับ สำหรับปัจจัยด้านราคาที่มีระดับการใ้้มากที่สุด คือ การตั้งราคาให้เหมาะสมกับชนิดและพันธุ์ปัจจัยด้านสถานที่ในการจำหน่ายมีระดับการใ้้มาก คือ ร้านค้าตั้งอยู่ในทำเลที่ได้เปรียบในการขาย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีระดับการใ้้มากที่สุด คือ มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และมีการให้ความรู้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการเลี้ยงสุนัขในแต่ละพันธุ์ ตามลำดับ

ปริญญ์ อินทรชัย และคณะ (2547:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสัตว์น้ำ บ้านป่าก่อคำ อ.พาน จ.เชียงราย ผลการศึกษาพบว่าอายุ รายได้ และความพึงพอใจในกลุ่มแปรรูปสัตว์น้ำ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการพัฒนา กลุ่มแปรรูปสัตว์น้ำ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ การแปรรูปสัตว์น้ำมีความสัมพันธ์กับการพัฒนา กลุ่มแปรรูปสัตว์น้ำ ในระดับปานกลาง โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ ความพึงพอใจในกลุ่มแปรรูปสัตว์น้ำ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเข้าไปมีส่วนร่วม ในกิจกรรมของกลุ่มแปรรูปสัตว์น้ำในระดับต่ำ โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความตั้งใจที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม แปรรูปสัตว์น้ำมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่มแปรรูปสัตว์น้ำในระดับต่ำ โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเกณฑ์ส่วนบุคคลเกี่ยวกับ การแปรรูปสัตว์น้ำมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่มแปรรูปสัตว์น้ำในระดับปานกลาง โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ ไม่ว่าจะสมาชิกจะเพศใดหรืออาชีพใด มีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนา กลุ่มแปรรูปสัตว์น้ำ ไม่แตกต่างกันและจากการทดสอบความสัมพันธ์ด้วย t-test ก็ไม่พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ สมาชิกมีการศึกษาค่ำกว่าระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนา กลุ่มแปรรูปสัตว์น้ำ มากกว่าสมาชิกที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัย ด้านเงินทุน ตลาด การผลิต การบริหารจัดการ ผู้นำ แรงงานและระเบียบข้อบังคับ เป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ทำให้กลุ่ม แปรรูปสัตว์น้ำประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง

กรณ์ โมกขพันธุ์ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผู้ส่งออกธัญญาณยนต์ไปยังประเทศสหภาพพม่าและประเทศกัมพูชา การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการที่ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจส่งออกธัญญาณยนต์ ประสบความสำเร็จในการค้ากับชายแดนไทยพม่าและกัมพูชา การหาตลาดในประเทศพม่าและประเทศกัมพูชา การบริหารบุคลากรให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ที่ประกอบกิจการค้าชายแดนไทยพม่าและกัมพูชาประเภทธัญญาณยนต์จำนวน 3 บริษัท ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ส.สินวารี จำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัดรุ่งกานต์ยานยนต์ จำกัด และบริษัท จำกัด วีเอสจี อินเตอร์เทรด ดำเนินการศึกษาโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกพร้อมบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ประกอบเพื่อนำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกธัญญาณยนต์ โดยการใช้หลัก 4M 1E ผลการวิจัยพบว่า การทำงานจะอาศัยจากชิ้นงานเป็นหลัก หากมีการแยกชิ้นส่วนมากเท่าใดรายได้ก็จะมากแปรผันตามกัน ในช่วงที่มีการซื้อเป็นจำนวนมาก คนงานที่ทำมีรายได้ถึง 25,000-30,000 บาท การจ้างแยกชิ้นส่วนรถยนต์ ได้คันละ 150 บาท สภาพแวดล้อมการทำงานจะมีการแข่งขันอยู่ในตัวเองอยู่แล้ว คุณภาพงานจะมีหัวหน้างานคอย ดูแลอีกชั้นตอนหนึ่ง เนื่องจากจะเป็นแรงผลักดันในการทำงาน ก่อให้เกิดบรรยากาศการแข่งขันทำงาน โดยการค้าชายชายแดนไทยกัมพูชา และประเทศพม่า นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้ง 4 คือ ผู้นำที่ดี วิธีการบริหารงานงบประมาณการดำเนินธุรกิจ อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ สถานที่ และ สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน

วินัย กุลพรไพศาล (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักร จำนวน 74 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อหาค่าสถิติ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม (t-test) การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่แบบ Least Significant Difference (LSD) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่างๆ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson 's Product Moment Correlation Coefficient) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยก่อนที่จะมาประกอบอาชีพค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักรนั้น ผู้ประกอบการเคยเป็นนิสิตหรือนักศึกษามากที่สุด ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมี

อายุ 25 ปี มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจทั้งหมดประมาณ 4.4 ปี มีประสบการณ์ในการค้าปลีก กางเกงยีนส์มือสอง 4 ปี และผู้ประกอบการมีจำนวนพนักงาน 3 คน และพบว่า ปัจจัยด้านการจัดซื้อ ของผู้ประกอบการค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักร ซึ่งได้แก่เกณฑ์ที่ใช้ในการ ซื้อกางเกงยีนส์มาขาย แหล่งที่ซื้อกางเกงยีนส์มาขาย ราคาสินค้าของกางเกงยีนส์ที่ซื้อมาขายและ รูปทรงของกางเกงยีนส์ที่ซื้อมาขาย ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าปลีก กางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการค้าปลีกกางเกงยีนส์ มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักร ใช้ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมระดับปาน กลาง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับการใช้มาก คือ สภาพของกางเกงยีนส์ต้องสมบูรณ์ไม่มีรอย ขาด และกระดุมและซิปปของกางเกงยีนส์มีสภาพสมบูรณ์ ใช้ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมระดับปานกลาง ปัจจัยด้านราคาที่มีระดับการใช้มากคือ การตั้งราคาพิเศษ สำหรับลูกค้า ประจำ ใช้ส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ที่จัดจำหน่ายโดยรวมระดับปานกลาง ปัจจัยด้าน สถานที่ที่จัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับการใช้มาก คือร้านค้าตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ตั้ง ที่ได้เปรียบคู่แข่งชั้น ภายในร้าน อากาศถ่ายเทสะดวก และภายในร้าน มีแสงสว่างเพียงพอ ใช้ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมระดับน้อย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับการใช้ มาก คือพนักงานทุกคนในร้านต้องใส่กางเกงยีนส์ตลอดเวลาที่ทำงาน และการให้ความรู้และ คำแนะนำของพนักงานขาย ปัจจัยด้านบุคลิกภาพในการขายของพนักงานขาย พบว่า บุคลิกภาพใน การขายที่พนักงานขายมีมากที่สุด คือ บุคลิกภาพด้านมนุษยสัมพันธ์ ส่วนบุคลิกภาพในการขายที่ พนักงานขายมีมาก คือ บุคลิกภาพด้านการสนทนา บุคลิกภาพด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า บุคลิกภาพด้านความเพียรพยายาม บุคลิกภาพด้านความกระตือรือร้น บุคลิกภาพด้านการแสดงออก บุคลิกภาพด้านสภาพจิตใจในการทำงาน บุคลิกภาพด้านความเห็นอกเห็นใจ บุคลิกภาพด้าน ความคิดสร้างสรรค์ บุคลิกภาพด้านความทะเยอทะยาน และบุคลิกภาพด้านการแต่งกาย ปัจจัยด้าน คุณสมบัติของผู้ประกอบการค้าปลีก พบว่า คุณสมบัติที่ผู้ประกอบการค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสอง ในตลาดนัดสวนจตุจักรมีมากที่สุด คือ คุณสมบัตินี้ด้านความจริงใจที่มีต่อลูกค้า ส่วนคุณสมบัตินี้ของ ผู้ประกอบการค้าปลีกที่ผู้ประกอบการค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักรมีมากที่สุด คือ คุณสมบัตินี้ด้านทัศนคติที่ดีต่ออาชีพ คุณสมบัตินี้ด้านการจัดระเบียบและการวางแผน คุณสมบัตินี้ด้าน ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกางเกงยีนส์ คุณสมบัตินี้ด้านความมั่นใจในการขาย คุณสมบัตินี้ด้าน สุขภาพร่างกาย คุณสมบัตินี้ด้านการตัดสินใจ คุณสมบัตินี้ด้านความสามารถในการทำงานเป็นผู้จัดการ คุณสมบัตินี้ด้านความพยายามในการจูงใจลูกค้า คุณสมบัตินี้ด้านวาทศิลป์ในการขายที่ดีกว่า เมื่อเทียบกับร้านอื่น คุณสมบัตินี้ด้านการกำจัดข้อโต้แย้งของลูกค้าที่ดีกว่า เมื่อเทียบกับร้านอื่น คุณสมบัตินี้ด้าน ความเป็นผู้นำ คุณสมบัตินี้ด้านความมั่นคงของอารมณ์ในการขาย คุณสมบัตินี้ด้านการปิดการขาย

คุณสมบัติด้านกำลังใจ คุณสมบัติด้านทัศนคติที่ดีต่อการแข่งขัน และคุณสมบัติด้านความต้องการ
 ผู้ช่วยในการตัดสินใจ ด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัด
 สวนจตุจักร พบว่าผู้ประกอบการค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักรมีต้นทุนขายต่อ
 เดือนประมาณ 60 % ของยอดขาย และกำไรต่อเดือนที่ผู้ประกอบการค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองใน
 ตลาดนัดสวนจตุจักรคิดว่าจะทำให้ธุรกิจค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองประสบความสำเร็จ คือ
 ประมาณ 63 % ของยอดขาย ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จ
 ทางด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักรแตกต่าง
 กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จในด้าน
 กำไรที่คาดหวังไว้ต่อเดือนของธุรกิจร้านค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักร
 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อาชีพสุดท้ายก่อนที่จะมาประกอบอาชีพในตลาด
 นัดสวนจตุจักรที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จทางด้านผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจ
 ร้านค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักรที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านต้นทุนต่อเดือนและ
 ด้านกำไรที่คาดหวังไว้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 และ .01 ตามลำดับ ปัจจัยด้าน
 การจัดซื้อของธุรกิจ ได้แก่ เภณท์ที่ใช้ในการซื้อกางเกงยีนส์มาขายที่แตกต่างกัน มีผลต่อกำไรที่
 คาดหวังไว้ต่อเดือนของธุรกิจร้านค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักรแตกต่างกัน มี
 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ
 ทางด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักร ซึ่งมีผล
 รายข้อดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับความสำเร็จทางด้านผลการ
 ดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักร ในด้านต้นทุนต่อเดือน
 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านส่งเสริม
 การตลาด มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับความสำเร็จทางด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจ
 ร้านค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักร ในด้านกำไรที่คาดหวังไว้ต่อเดือน อย่างมี
 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพในการขาย มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ
 ทางด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักร ปัจจัย
 ด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการค้าปลีก มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางด้านผลการดำเนินงาน
 ของธุรกิจร้านค้าปลีกกางเกงยีนส์มือสองในตลาดนัดสวนจตุจักร

จินตนา ใจจะวะนะ และอภิสร่า อานุกาพยรรยง (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง
 ปัจจัย เกี่ยวกับความสำเร็จในการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านและชุมชน กรณีศึกษากองทุน
 หมู่บ้านตำ อ.เมือง จ.ลำปาง ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า เงื่อนไข ทำให้กองทุนหมู่บ้านประสบ
 ความสำเร็จเกิด จากกองทุนหมู่บ้านมีการบริหารจัดการที่ดี มีคณะกรรมการกองทุน ปฏิบัติงานได้ดี

มีความยุติธรรม สมาชิก และคณะกรรมการมีส่วนร่วมประสานงานได้ดี สมาชิกเคารพ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ กองทุน มีการประชุมร่วมคิดร่วมเรียนรู้ด้วยกัน มีความสนใจ ติดตามตรวจสอบการบริหารงานของ คณะกรรมการกองทุน ติดตามการกู้เงินของสมาชิก นอกจากนั้นผลประโยชน์ที่จ่ายให้สมาชิกอย่างทั่วถึง เงื่อนไขเหล่านี้จึงทำให้กองทุนหมู่บ้าน บ้านคำ อ.เมือง จ.ลำปาง ได้ประสบความสำเร็จใน การบริหารจัดการกองทุนและเป็นกองทุนหนึ่งที่มีผลการดำเนินงานที่ได้มีการประเมินผลงาน โดย สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง ว่าเป็นกองทุนที่มีมาตรฐาน ระดับที่ 1 ประจำปี 2547 นอกจากนี้ ผลการค้นหาก็คือเกี่ยวกับความคิดเห็นของคณะกรรมการกองทุนพบว่า สมาชิกกองทุนส่วนใหญ่เห็นว่า การบริหารงานอยู่ในระดับที่ดี มีความยุติธรรม และแสวงหา ความร่วมมือจากสมาชิกกองทุนให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการได้เป็นอย่างดี การที่จะทำให้ การบริหารจัดการกองทุนประสบความสำเร็จนั้น ต้องอาศัยความร่วมมือ ร่วมคิด ร่วมทำ ของสมาชิก กองทุนทุกคนร่วมกัน โดยสมาชิกทุกคนต้องยึดถือข้อบังคับของกองทุน ในส่วน คณะกรรมการ บริหารกองทุนต้องบริหารกองทุนอย่างซื่อสัตย์และมีคุณธรรม ตลอดจนต้องยึดถือ ข้อบังคับของ กองทุนในการบริหารจัดการจะส่งผลทำให้กองทุนหมู่บ้านประสบความสำเร็จ

มนตรีกร ชีรานุสรณ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชน อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา โดยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จด้านการเงิน ด้านการผลิต ด้าน การตลาด และด้านการบริหารจัดการ การศึกษาครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการ สัมภาษณ์ประชากรทั้งหมด คือ ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ที่มีผลการคัดสรรให้เป็นสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี 2549 ระดับ 5 ดาว และระดับ 4 ดาว ซึ่งมีทั้งหมดจำนวน 5 ธุรกิจ ผู้ศึกษาใช้ประชากรทั้งหมด พบว่า ปัจจัยด้านการเงิน พบว่า การศึกษาทั้ง 5 ธุรกิจ ผู้ประกอบการจะเป็นผู้วางแผนด้านเงินทุนเอง โดยธุรกิจผลิตภัณฑ์ผักตบชวา วางแผนว่าใช้เงินทุนในการซื้อวัตถุดิบ ซื้อผลิตภัณฑ์จากสมาชิก จ่ายเป็นค่าบริหารจัดการ สำหรับ ธุรกิจปลาสำวางแผนใช้เงินทุนเป็นค่าแรงงานสำหรับสมาชิก เป็น ค่าขนส่ง เป็นค่าบริหารจัดการ และทุกธุรกิจมีการวางแผนเงินทุนสำรองไว้อีกส่วนหนึ่ง เพื่อใช้ใน กรณีสมาชิกต้องการเงิน ล่วงหน้าและมีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณมาก ซึ่งเงินทุน ส่วนใหญ่เป็นเงินทุนส่วนตัวที่ทำ ธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไปมาตั้งแต่ต้น จึงมีเงินทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ ในระยะต่อมา ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากหน่วยงานทางราชการแบบให้เปล่า บางหน่วยงานให้อิมแบบไม่มี ดอกเบี้ย และมีการระดมเงินทุนจากสมาชิกในกลุ่มธุรกิจโดยมีข้อตกลงร่วมกันในการเก็บเป็นเงิน หุ้นและเงินออม ซึ่งบางธุรกิจก็นำไปใช้ได้ แต่บางธุรกิจไม่ให้นำ มาใช้และมีการปันผลแก่สมาชิก ในวันสิ้นปีเพื่อสมาชิกจะได้มีกำลังใจให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ปัจจัยด้านการตลาด พบว่า การศึกษาทั้ง 5 ธุรกิจ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกอย่างหลากหลาย

มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด มีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีการส่งเสริมการตลาดหลายช่องทางและส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง มีการส่งมอบสินค้าถึงผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว ทำให้สินค้ามีคุณค่าเป็นที่ต้องการของตลาด ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ปัจจัยด้านการผลิต พบว่า การศึกษาผลิตภัณฑ์ผักตบชวาใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นทั้งหมด ผู้ประกอบการจะเป็นผู้วางแผนและควบคุมการผลิต ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ว่าได้มาตรฐานตามที่ลูกค้าต้องการหรือไม่ ส่วนผลิตภัณฑ์ปลาสามใช้วัตถุดิบหลัก คือ ปลาจิ้น ต้องมีการสั่งซื้อมาจากต่างจังหวัดแต่ก็ไม่มีปัญหาเนื่องจากมีพ่อค้าส่งให้อย่างต่อเนื่องมีระยะเวลาการส่งที่แน่นอน ผู้ประกอบการควบคุมการผลิตเอง ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน จนได้รับมาตรฐาน อย. จากกระทรวงสาธารณสุข และทั้ง 5 ธุรกิจ ใช้แรงงานเป็นคนในท้องถิ่นในการผลิตทั้งหมด ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ พบว่า การศึกษาทั้ง 5 ธุรกิจ ผู้ประกอบการเป็นผู้วางแผนการดำเนินงานหรือวิธีการปฏิบัติงานเอง โดยดูจากการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าเป็นเกณฑ์ ทั้ง 5 ธุรกิจ มีโครงสร้างองค์กรที่มีการกำหนดตำแหน่งต่างๆ ไว้ แต่เป็นการกำหนดเพื่อรองรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่ต้องมีโครงสร้างของสมาชิกในกลุ่มธุรกิจ แต่การบริหารจัดการจริงๆ ยังคงเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์มากกว่าสามารถจัดคนเข้างานได้อย่างเหมาะสม ตรงตามความถนัดของแต่ละคน ไม่มีความขัดแย้งกันภายในองค์กร เนื่องจากสมาชิกให้การยอมรับผู้ประกอบการ เพราะผู้ประกอบการมีหลักการบริหารจัดการที่ดี ไม่ใช่ใช้วิธีการสั่งการ แต่จะใช้วิธีการมอบหมายงานให้ทำ มีการสอบถามความพร้อมความสามารถในการทำงานก่อนมอบหมายงานให้ทำ ส่งผลให้ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกเป็นอย่างดี และธุรกิจประสบความสำเร็จจนถึงปัจจุบันนี้ จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเพิ่มเติม ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผักตบชวามีความคิดเห็นว่าการมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ งานฝีมือมีมาตรฐาน รูปแบบตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และสมาชิกมีความเชื่อมั่นยอมรับในตัวของผู้ประกอบการให้ความร่วมมือในการผลิต จะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ ส่วนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ปลาสามมีความคิดเห็นว่าการที่ธุรกิจจะประสบผลสำเร็จนั้นผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ รสชาติอร่อยและเป็นมาตรฐาน การได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ ก็จะให้ช่วยธุรกิจจำหน่ายได้ดีขึ้น ส่งผลให้ประสบความสำเร็จ

พรทิพา ลิปภาส (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมส่งออกเสื้อผ้ากรณีศึกษาบริษัทฟาร์อีสปันทออุตสาหกรรม จำกัดการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ พนักงานในส่วนสำนักงานของบริษัทฟาร์อีสปันทออุตสาหกรรม จำกัดจำนวนทั้งสิ้น 135 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็น

แบบสอบถามและทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติการแจกแจงแบบไคสแควร์ ทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ปัจจัยด้านการบริหารด้านการเงินเท่านั้นที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป 2) ปัจจัยด้านภายนอกด้านเศรษฐกิจเท่านั้นที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป 3) ปัญหาส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจ ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับปัจจัยสู่ความสำเร็จของของอุตสาหกรรมส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งถือว่ามีความสำคัญอย่างมาก ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาดังกล่าวไม่สามารถดำเนินการได้ด้วยตัวผู้ประกอบการเอง แต่รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องเป็นผู้เข้ามากำกับดูแลและหาทางแก้ไขอย่างเร่งด่วนด้วย เพื่อรักษาปริมาณการส่งออกให้คงที่และรวมถึงรายได้รวมที่เข้าสู่ประเทศด้วย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังนี้คือ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดดำเนินการมาแล้วมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 153 ราย (ฐานข้อมูลศูนย์ศึกษากสิกรไทย, 2551)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดดำเนินการมาแล้วมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 153 ราย ซึ่งสามารถระบุจำนวนประชากรได้เนื่องจากประชากรมีปริมาณน้อย จึงใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

โดยมีขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ โดยกำหนดพื้นที่สำหรับกลุ่มตัวอย่างตามที่ตั้งพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร ได้จัดการแบ่งเขตทั้ง 50 สำนักงานเขตออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ เขตชั้นใน เขตชั้นกลาง เขตชั้นนอก (สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร, 2552) โดยใช้วิธีจับฉลาก 2 เขต (ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, ทฤษฎีและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง, 2538: 23) จากการแบ่งกลุ่มที่ตั้งพื้นที่สำนักงานเขตในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้นจะได้ 6 เขต

เขตที่ตั้งพื้นที่	จำนวน	ประกอบด้วยเขตปกครอง	เขตที่สุ่มได้
เขต ชั้นใน	21 เขต ปกครอง	พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน บางรัก ยานนาวา สาทร บางคอแหลม ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง คลองเตย จตุจักร ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ ดินแดง วัฒนา	เขตจตุจักร เขตดินแดง
เขตชั้น กลาง	18 เขต ปกครอง	พระโขนง ประเวศ บางเขน บางกระปิ ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางพลัด ภาษีเจริญ จอมทอง ราษฎร์บูรณะ สวนหลวง บางนา ทungkru บางแค วังทองหลาง คันนายาว สะพานสูง สายไหม	เขตสายไหม เขตบางแค
เขต ชั้นนอก	11 เขต ปกครอง	มีนบุรี คอนเมือง หนองจอก ลาดกระบัง ดลิ่งชัน หนองแขม บางขุน เทียน หลักสี่ คลองสามวา บางบอน ทวีวัฒนา	เขตหนองจอก เขตดลิ่งชัน

เพื่อให้ได้สัดส่วนที่เท่ากันคือ 153/6 เท่ากับ พื้นที่ละ 26 ตัวอย่าง และทำการเลือกกลุ่มเป้าหมายจากรายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เปิดดำเนินการมาแล้วมากกว่า 5 ปีขึ้นไป โดยเจาะจงเลือกจากภายในพื้นที่ซึ่งเป็นตัวแทนจากแต่ละเขตที่จับฉลากได้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามชนิดที่มีโครงสร้าง (Structured questionnaires) ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Closed-ended question) และคำถามปลายเปิด (Open-ended question) แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 4 ข้อ เป็นคำถามลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ เป็นคำถามลักษณะปลายปิด (Close-ended question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจมีจำนวน 20 ข้อ เป็นคำถามลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลอัตราภาค (Interval Scale) มี 5 ระดับ สามารถกำหนดน้ำหนักความสำคัญของแต่ละลำดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	น้ำหนักความสำคัญ
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (Class interval) ดังนี้ (มัลลิกา บุนนาค 2537:29) และ (จิรารัตน์ ศรีเจริญ 2546:42-45 อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2548: 167-168)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาค} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

ระดับความคิดเห็น	ระดับน้ำหนักความสำคัญ
มากที่สุด	4.21-5.00
มาก	3.41-4.20
ปานกลาง	2.61-3.40
น้อย	1.81-2.60
น้อยที่สุด	1.00-1.80

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่เป็นคำถามลักษณะปลายปิด (Close-ended question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่เป็นคำถามลักษณะปลายเปิด (Open-ended question)

2.2 การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

- 1) ศึกษาทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่
- 2) สร้างแบบสอบถาม โดยอาศัยกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ และความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่
- 3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าศึกษาอิสระ เพื่อพิจารณาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเกี่ยวกับสำนวนภาษาให้เข้าใจง่าย เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีข้อความตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา
- 4) นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา
- 5) นำแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาแก้ไข ตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญอีกครั้งก่อนนำไปใช้จริง

นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และภาษา ความถูกต้องของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบข้อความที่ปรากฏในเครื่องมือแล้วนำมาหาค่า IOC ได้เท่ากับ 0.92 (ดังรายละเอียดในภาคผนวก)

- 6) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ ที่เปิดดำเนินการมาแล้วน้อยกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 30 ราย แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของ Cronbach (กัลยา วินิชย์บัญชา 2545: 449) ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $-1 \leq \infty \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.896 (ดังรายละเอียดในภาคผนวก)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ส่งให้กลุ่มตัวอย่างและข้อมูลจากแหล่งต่างๆดังนี้

3.1 ข้อมูลทฤษฎี คือข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าหนังสือ ตำรา เอกสารแจกและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกันผู้ศึกษาจะทำการเก็บข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1-31 พฤษภาคม 2552

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ คือข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่าง โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามตั้งแต่วันที่ 1-31 พฤษภาคม 2553 โดยดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการสำรวจความคิดเห็นจากประชากรกลุ่มเป้าหมาย แบบสอบถามที่กำหนดและทำการรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการแล้วให้ผู้ศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 ผู้ศึกษาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับกลับและนำข้อมูลที่ได้รับเข้าระบบกระบวนการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ

ขั้นตอนที่ 3 นำผลการวิเคราะห์ที่ประมวลได้จากโปรแกรมทางสถิติไปดำเนินการตามขั้นตอนการศึกษา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมดมาตรวจสอบ โดยพิจารณาว่าผู้ตอบแบบสอบถามตอบสมบูรณ์หรือไม่ เพื่อนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติได้ 153 ชุด ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

4.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

4.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

4.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่การอธิบายโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

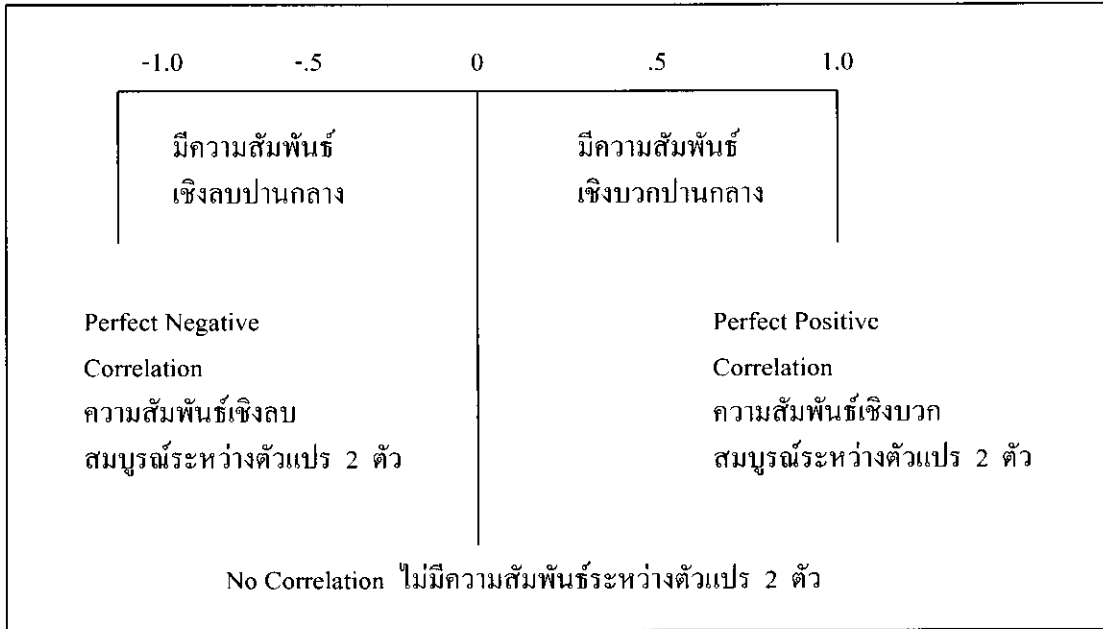
4.3.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ได้แก่

1) t-test (Independent Samples t-test) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่มีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม

2) F-test (Independent Samples F-test) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่มีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม

3) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (The Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

การตีความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันกระทำโดยง่าย โดยอาศัยรูป
 ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549)



การตีค่าสัมประสิทธิ์ r โดยสังเขป

r	ระดับความสัมพันธ์
0.90 ขึ้นไป	สูงมาก
0.70 - 0.89	สูง
0.30 - 0.69	ปานกลาง
ต่ำกว่า 0.30	ต่ำ
0.00	ไม่มีความสัมพันธ์

**4.3.3 การวิเคราะห์เนื้อหาจากเสนอแนะความคิดเห็น โดยสรุปผลข้อเสนอแนะ
 และความคิดเห็นจากแบบสอบถามนำเสนอในรูปแบบข้อความเชิงพรรณนา**

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เปิดดำเนินการมาแล้วมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 153 ราย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ตอน จำแนกตามลักษณะของข้อมูลหรือตัวแปรต่างๆที่ใช้ในการศึกษาและการใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ได้เสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

ตอนที่ 3 ข้อมูลความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานที่ประกอบการ ทุนจดทะเบียนหรือดำเนินการ เงินทุนหมุนเวียน ประสบการณ์ของผู้ประกอบการและพนักงาน โดยแจกแจงเป็นจำนวน ร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยทางประชากรศาสตร์จำแนกตามสถานที่ประกอบการ ทุนจดทะเบียนหรือดำเนินการ เงินทุนหมุนเวียน ประสบการณ์ของผู้ประกอบการและพนักงาน

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์	จำนวน (N=153)	ร้อยละ (100.00)
สถานที่ประกอบการ		
เป็นเจ้าของสถานที่เอง	123	80.39
เช่าสถานที่ผู้อื่น	30	19.61
ทุนจดทะเบียนหรือดำเนินการ		
ต่ำกว่า 100,000 บาท	21	13.73
100,001-200,000 บาท	18	11.76
200,001-300,000 บาท	16	10.46
300,001 บาทขึ้นไป	98	64.05
เงินทุนหมุนเวียน		
ต่ำกว่า 100,000 บาท	6	3.92
100,001-200,000 บาท	19	12.42
200,001-300,000 บาท	12	7.84
300,001 บาทขึ้นไป	116	75.82
ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ		
มีประสบการณ์ 1-5 ปี	4	2.61
มีประสบการณ์ 6-10 ปี	54	35.29
มีประสบการณ์ 10-15 ปี	13	8.50
มีประสบการณ์ 15 ปีขึ้นไป	82	53.59

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์	จำนวน (N=153)	ร้อยละ (100.00)
พนักงาน		
ไม่เกิน 10 คน	58	37.91
10-20 คน	24	15.69
21-30 คน	4	2.61
31 คนขึ้นไป	67	43.79

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านสถานที่ประกอบการ พบว่าเป็นเจ้าของสถานที่เอง จำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.39 รองลงมาคือ เช่าสถานที่ผู้อื่น จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.61

ด้านทุนจดทะเบียนหรือดำเนินการ ส่วนใหญ่ มีทุน 300,001 บาทขึ้นไปจำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.05 รองลงมาคือต่ำกว่า 100,000 บาท จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.73 ถัดไปคือ 100,001-200,000 บาท จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.76 และน้อยที่สุดคือ 200,001-300,000 บาทจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.46

ด้านเงินทุนหมุนเวียน ส่วนใหญ่ มีทุน 300,001 บาทขึ้นไปจำนวน 116 รายคิด เป็นร้อยละ 75.82 รองลงมาคือ 100,001-200,000 บาท จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.42 ถัดไปคือ 200,001-300,000 บาท จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.84 และน้อยที่สุดคือต่ำกว่า 100,000 บาท จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.92

ด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.59 รองลงมา มีประสบการณ์ 6-10 ปี จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.29 ถัดไป มีประสบการณ์ 10-15 ปี จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.50 และน้อยที่สุดมีประสบการณ์ 1-5 ปี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.61

ด้านพนักงานส่วนใหญ่ มีพนักงาน 31 คนขึ้นไป จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.79 รองลงมา มีพนักงานไม่เกิน 10 คน จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.91 ถัดไปคือมีพนักงาน 10-20 คน จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.69 และน้อยที่สุดมีพนักงาน 21-30 คน จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.61

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

ผู้ศึกษาทำการศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการดำเนินธุรกิจด้านการดำเนินการและเทคโนโลยีและด้านการเงิน โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังนี้

ตารางที่ 4.2 จำนวนค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ด้านการจัดการ	4.15	0.655	มาก
ด้านการตลาด	3.63	0.912	มาก
ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี	4.14	0.810	มาก
ด้านการเงิน	4.04	0.723	มาก
รวม	3.99	0.775	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.99$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการจัดการ มีสูงสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.15$) และด้านการตลาดมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.63$)

ตารางที่ 4.3 จำนวนค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการ

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ธุรกิจของท่านมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจนในทุกกระบวนการ	4.05	0.729	มาก
ธุรกิจของท่านมีการจัดสายงานในการทำงานที่เป็นเอกภาพและง่ายต่อการกำกับดูแลพนักงาน	4.03	0.692	มาก
ท่านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ	3.88	0.606	มาก
ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการอย่างใกล้ชิด	4.37	0.666	มากที่สุด
ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจของท่าน	4.45	0.584	มากที่สุด
รวม	4.15	0.655	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.15$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็น โอกาสในความสำเร็จของธุรกิจของท่านมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$) และท่านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ มีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.88$)

ตารางที่ 4.4 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาด

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาด	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
สินค้าของท่านสดใหม่มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.07	0.744	มาก
สินค้าของท่านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.14	1.187	มาก
ท่านมีสถานที่จัดจำหน่ายที่สะดวกสำหรับลูกค้า	2.71	1.261	ปานกลาง
ท่านมีส่วนลดสำหรับสมาชิก	4.05	0.691	มาก
ท่านมีการจัดช่วงเวลาที่คุณค่าสามารถซื้อสินค้าราคาพิเศษได้ในแต่ละวัน	4.22	0.678	มากที่สุด
รวม	3.63	0.912	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ท่านมีการจัดช่วงเวลาที่คุณค่าสามารถซื้อสินค้าราคาพิเศษได้ในแต่ละวันมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) และท่านมีสถานที่จัดจำหน่ายที่สะดวกสำหรับลูกค้ามีต่ำสุด ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.71$)

ตารางที่ 4.5 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ
ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการดำเนินการและ เทคโนโลยี	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ธุรกิจของท่านจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพ สำหรับกระบวนการผลิต	4.07	1.071	มาก
ธุรกิจของท่านมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและ กระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ สินค้าของท่านได้รับการรับรองความปลอดภัยจาก หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง	4.06	0.758	มาก
ธุรกิจของท่านมีกระบวนการดำเนินงานที่เป็นขั้นตอน สะดวกในการดูแลและตรวจสอบ	4.27	0.716	มากที่สุด
เมื่อมีปัญหาในกระบวนการผลิตท่านสามารถแก้ไข ปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อได้ภายในระยะเวลา อันรวดเร็ว	4.25	0.755	มากที่สุด
รวม	4.14	0.810	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการ
ดำเนินธุรกิจด้านการดำเนินการและเทคโนโลยีในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=4.41$) เมื่อ
พิจารณาเป็นรายด้านพบว่าธุรกิจของท่านมีกระบวนการดำเนินงานที่เป็นขั้นตอน สะดวกในการ
ดูแลและตรวจสอบมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) และธุรกิจของท่านมีการควบคุมคุณภาพ
ของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพมีต่ำสุด ในระดับ มาก
($\bar{X} = 4.06$)

ตารางที่ 4.6 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการเงิน

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการเงิน	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ท่านมีเงินทุนหมุนเวียนและแหล่งเงินทุนสำรองในการดำเนินกิจการอย่างเพียงพอ	4.12	0.688	มาก
ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้	4.00	0.819	มาก
ท่านมีการวางแผนทางการเงินที่ดีทั้งในระยะสั้นและระยะยาว	4.03	0.769	มาก
ท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจได้ตลอดเวลา	3.87	0.685	มาก
ท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกชั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.21	0.655	มากที่สุด
รวม	4.04	0.723	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการเงินในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกชั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$) และท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจได้ตลอดเวลาที่มีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.87$)

ตอนที่ 3 ข้อมูลความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่

ผู้ศึกษาทำการศึกษาข้อมูลความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ด้านสถานภาพทางการตลาด ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านทรัพยากรทางการเงิน ด้านทรัพยากรทางกายภาพ ด้านประสิทธิภาพด้านต้นทุนและด้านการทำกำไร โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังนี้

ตารางที่ 4.7 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
สถานภาพทางการตลาด	3.98	0.694	มาก
คุณภาพ	3.90	0.728	มาก
นวัตกรรม	3.76	0.907	มาก
ความรับผิดชอบต่อสังคม	3.71	0.931	มาก
ทรัพยากรมนุษย์	3.84	0.880	มาก
ทรัพยากรทางการเงิน	3.97	0.711	มาก
ทรัพยากรทางกายภาพ	4.05	0.747	มาก
ประสิทธิภาพด้านต้นทุน	4.12	0.628	มาก
การทำกำไร	3.73	0.919	มาก
รวม	3.89	0.793	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่มีความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านประสิทธิภาพด้านต้นทุนมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.12$) และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.71$)

ตารางที่ 4.8 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
ด้านสถานภาพทางการตลาด

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านสถานภาพทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ท่านมีฐานการตลาดที่แน่นอน	3.80	0.597	มาก
ท่านได้รับส่วนแบ่งการตลาดที่เหมาะสม	4.26	0.667	มากที่สุด
ท่านมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดเสมอ	3.95	0.793	มาก
ได้รับความรักดีจากลูกค้า	4.07	0.708	มาก
ท่านมีกลุ่มลูกค้าใหม่ๆเสมอ	3.84	0.708	มาก
รวม	3.98	0.694	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่มีความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านสถานภาพทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านได้รับส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) ที่เหมาะสมมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) และท่านมีฐานการตลาด (Market Standing) ที่แน่นอนมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.80$)

ตารางที่ 4.9 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
ด้านคุณภาพ

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านคุณภาพ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ท่านมีมาตรฐานในการผลิต	3.90	0.745	มาก
ท่านใช้วัตถุดิบชนิดเดียวกันเป็นประจำ	3.75	0.799	มาก
ท่านเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ	4.04	0.768	มาก
ท่านได้รับมาตรฐานและการรับรองจากหน่วยงานต่างๆ	3.93	0.695	มาก
ท่านพัฒนาคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอ	3.90	0.636	มาก
รวม	3.90	0.728	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่มีความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านคุณภาพในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพมีสูงสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.04$) และท่านใช้วัตถุดิบชนิดเดียวกันเป็นประจำมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$)

ตารางที่ 4.10 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านนวัตกรรม

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านนวัตกรรม	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ท่านมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	4.24	0.705	มากที่สุด
ท่านสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการค้นคิดสินค้าใหม่ๆ	4.37	0.606	มากที่สุด
ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารใหม่ๆเพื่อนำมาปรับปรุงธุรกิจ	4.04	0.742	มาก
ท่านพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายเป็นประจำ	3.31	1.215	มาก
ท่านพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพได้มาตรฐานตลอดเวลา	2.87	1.271	ปานกลาง
รวม	3.76	0.907	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่มีความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านนวัตกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการค้นคิดสินค้าใหม่ๆมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$) และท่านพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพได้มาตรฐานตลอดเวลาต่ำสุด ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.87$)

ตารางที่ 4.11 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ท่านใส่ใจและดูแลกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน	4.33	0.677	มากที่สุด
ท่านใช้วัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติเท่านั้น	4.39	0.597	มากที่สุด
ท่านจะดูแลการบำบัดของเสียจากการผลิต	4.01	0.791	มาก
สินค้าของท่านจะต้องสดใหม่อยู่เสมอ	3.14	1.308	มาก
ท่านจะมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมของชุมชนเป็นประจำ	2.71	1.286	ปานกลาง
รวม	3.71	0.931	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่มีความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.71$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านใช้วัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติเท่านั้นมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$) และท่านจะมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมของชุมชนเป็นประจำมีต่ำสุด ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.71$)

ตารางที่ 4.12 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
ด้านทรัพยากรมนุษย์

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านทรัพยากรมนุษย์	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ท่านมีการทดสอบพนักงานก่อนรับทำงาน	2.76	1.281	ปานกลาง
ท่านเป็นสมาชิกกองทุนประกันสังคม	4.04	0.687	มาก
ท่านมีเบี้ยเลี้ยงและสวัสดิการพิเศษให้พนักงาน	4.21	0.694	มากที่สุด
ท่านสนับสนุนให้พนักงานทุกคนศึกษาต่อในระดับสูง	4.09	1.047	มาก
ท่านมีความสัมพันธ์อันดีกับพนักงานทุกคน	4.12	0.691	มาก
รวม	3.84	0.880	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่มีความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านทรัพยากรมนุษย์ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.84$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านมีเบี้ยเลี้ยงและสวัสดิการพิเศษให้พนักงานมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$) และท่านมีการทดสอบพนักงานก่อนรับทำงานมีต่ำสุด ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.76$)

ตารางที่ 4.13 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านทรัพยากรทางการเงิน

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านทรัพยากรทางการเงิน	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ท่านมีวินัยในการใช้เงินเป็นอย่างดี	3.99	0.835	มาก
ท่านมีการวางแผนการลงทุนในธุรกิจอย่างเป็นระบบ	4.03	0.778	มาก
ท่านสามารถบริหารเงินหมุนเวียนในธุรกิจได้ดี	3.86	0.683	มาก
ท่านได้รับผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจ	4.20	0.653	มาก
ท่านมีแหล่งเงินทุนสำรองที่แน่นอน	3.80	0.608	มาก
รวม	3.97	0.711	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่มีความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านทรัพยากรทางการเงินในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.97$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านได้รับผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจมีสูงสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.20$) และท่านมีแหล่งเงินทุนสำรองที่แน่นอนมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.80$)

ตารางที่ 4.14 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
ด้านทรัพยากรทางกายภาพ

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านทรัพยากรทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ท่านมีการดูแลสถานที่เป็นประจำ	4.27	0.761	มากที่สุด
ท่านจะดูแลความเรียบร้อยของอุปกรณ์ต่างๆอยู่เสมอ	4.13	0.685	มาก
ท่านจะจัดหาเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาใช้เสมอ	3.99	0.835	มาก
ท่านมีทีมงานซ่อมบำรุงที่คอยดูแลเครื่องจักรตลอดเวลา	4.04	0.777	มาก
ท่านมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ได้อย่างเหมาะสม	3.86	0.679	มาก
รวม	4.05	0.747	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่มีความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านทรัพยากรทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านมีการดูแลสถานที่เป็นประจำมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) และท่านมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ได้อย่างเหมาะสมมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.86$)

ตารางที่ 4.15 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
ด้านประสิทธิภาพด้านต้นทุน

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านประสิทธิภาพด้านต้นทุน	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ท่านมีแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาต่ำ	4.01	0.761	มาก
ท่านจ่ายค่าตอบแทนแรงงานในอัตราที่เหมาะสม	3.90	0.619	มาก
ท่านบริหารต้นทุนในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.91	0.502	มาก
ท่านมีแหล่งวัตถุดิบให้เลือกได้หลากหลาย	4.34	0.699	มากที่สุด
ท่านสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงได้แต่ต้นทุนต่ำ	4.47	0.563	มากที่สุด
รวม	4.12	0.628	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่มีความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านประสิทธิภาพด้านต้นทุนในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.12$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงได้แต่ต้นทุนต่ำมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$) และท่านจ่ายค่าตอบแทนแรงงานในอัตราที่เหมาะสมมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.90$)

ตารางที่ 4.16 จำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านการทำกำไร

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านการทำกำไร	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ท่านมีกำไรอยู่ในระดับที่เหมาะสม	4.19	0.656	มาก
ท่านสามารถนำกำไรมาใช้เป็นเงินหมุนเวียนในธุรกิจอย่างต่อเนื่อง	3.28	1.285	ปานกลาง
ท่านมีกำไรเพียงพอที่จะนำมาลงทุนขยายกิจการต่อได้	2.95	1.302	ปานกลาง
ท่านมีกำไรสม่ำเสมอและไม่อยู่ในสถานะเสี่ยงต่อการขาดทุน	4.04	0.677	มาก
ท่านคิดว่ากำไรที่ได้รับอยู่ถือว่าท่านประสบความสำเร็จในธุรกิจ	4.22	0.678	มาก
รวม	3.73	0.919	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่มีความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านการทำกำไรในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านคิดว่ากำไรที่ได้รับอยู่ ถือว่าท่านประสบความสำเร็จในธุรกิจมีสูงสุด ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) และท่านมีกำไรเพียงพอที่จะนำมาลงทุนขยายกิจการต่อได้มีต่ำสุด ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.95$)

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 สถานที่ประกอบการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน

H_0 : สถานที่ประกอบการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจ เบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานที่ประกอบการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจ เบเกอรี่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยสุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มอย่างเป็นอิสระจากกัน ด้วยการทดสอบค่าที (Independent Samples t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลักเมื่อ เมื่อ 2- tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจ เบเกอรี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ประกอบการ

ตัวแปร	สถานที่ประกอบการ	\bar{x}	S.D.	t	Sig.
ความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่	เป็นเจ้าของสถานที่เอง	3.89	0.367	8.33*	0.00
	เช่าสถานที่ผู้อื่น	4.00	0.263		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 พบว่าสถานที่ประกอบการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ทุณจดทะเบียนที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์ที่แตกต่างกัน

H_0 : ทุณจดทะเบียนที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ทุณจดทะเบียนที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบความด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลักเมื่อค่า F - Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทะเบียน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.542	2	0.271	0.21	0.81
ภายในกลุ่ม	190.020	150	1.267		
รวม	190.562	152			

จากตารางที่ 4.18 พบว่าทะเบียนที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.3 เงินทุนหมุนเวียนที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์แตกต่างกัน

H_0 : เงินทุนหมุนเวียนที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจ เบเกอร์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เงินทุนหมุนเวียนที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจ เบเกอร์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบความด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลักเมื่อค่า F - Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเงินทุนหมุนเวียน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.827	2	0.914	1.25	0.29
ภายในกลุ่ม	109.950	150	0.733		
รวม	111.778	152			

จากตารางที่ 4.19 พบว่าเงินทุนหมุนเวียนที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ประสิทธิภาพของผู้ประกอบการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน

H_0 : ประสิทธิภาพของผู้ประกอบการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประสิทธิภาพของผู้ประกอบการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบความด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลักเมื่อค่า F - Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ประกอบการ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	5.495	2	2.748	2.86	0.06
ภายในกลุ่ม	143.890	150	0.959		
รวม	149.386	152			

จากตารางที่ 4.20 พบว่าประสบการณ์ของผู้ประกอบการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.5 พนักงานที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบความด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลักเมื่อค่า F - Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพนักงาน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	6.804	2	3.402	1.81	0.17
ภายในกลุ่ม	281.366	150	1.876		
รวม	288.170	152			

จากตารางที่ 4.21 พบว่าพนักงานที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.1 การจัดการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน

H_0 : การจัดการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจ เบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การจัดการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจ เบเกอรี่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบความด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลักเมื่อค่า F - Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการจัดการ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	8.715	2	4.358	9.08	0.06
ภายในกลุ่ม	71.965	150	0.480		
รวม	80.680	152			

จากตารางที่ 4.22 พบว่าการจัดการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.2 การตลาดที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่แตกต่างกัน

H_0 : การตลาดที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การตลาดที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบความด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลักเมื่อค่า F - Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการตลาด

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	5.350	2	2.675	5.09	0.10
ภายในกลุ่ม	78.860	150	0.526		
รวม	84.209	152			

จากตารางที่ 4.23 พบว่าการตลาดที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.3 การดำเนินการและเทคโนโลยีที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน

H_0 : การดำเนินการและเทคโนโลยีที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การดำเนินการและเทคโนโลยีที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบความด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลักเมื่อค่า F - Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการดำเนินการและเทคโนโลยี

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	12.329	2	6.164	5.71	0.40
ภายในกลุ่ม	161.880	150	1.079		
รวม	174.209	152			

จากตารางที่ 4.24 พบว่าการดำเนินการและเทคโนโลยีที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.4 การเงินที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์แตกต่างกัน

H_0 : การเงินที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การเงินที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบความด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลักเมื่อค่า F - Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเงิน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	10.181	2	5.090	12.37	0.09
ภายในกลุ่ม	61.702	150	0.411		
รวม	71.882	152			

จากตารางที่ 4.25 พบว่าการเงินที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยในการดำเนินธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

การหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านทุนจดทะเบียน ด้านเงินทุนหมุนเวียน ด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการ ด้านพนักงาน และปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ด้านการจัดการด้าน ด้านการตลาด ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยีและด้านการเงินกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านทุนจดทะเบียน ด้านเงินทุนหมุนเวียน ด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการ ด้านพนักงาน และปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยีและด้านการเงินกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ ธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ	ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเบเกอรี่	
	r	Sig.(2-tailed)
ปัจจัยทางประชากรศาสตร์		
ด้านสถานที่ประกอบการ	0.129	0.11
ด้านทุนจดทะเบียนหรือดำเนินการ	0.025	0.76
ด้านเงินทุนหมุนเวียน	0.126	0.12
ด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการ	0.186*	0.02
ด้านพนักงาน	0.086	0.29
ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ		
ด้านการจัดการ	0.308*	0.00
ด้านการตลาด	0.391*	0.00
ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี	0.392*	0.00
ด้านการเงิน	0.475*	0.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยในการดำเนินธุรกิจกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ ธุรกิจเบเกอรี่ในเขต กรุงเทพมหานคร พบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการและปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยีและด้านการเงินกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขต กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเงินมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขต กรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.475$) ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการดำเนินการและเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.392$) ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.391$) ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.308$) และปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับต่ำ ($r = 0.186$) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ สามารถสรุปตามปัจจัยเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเบเกอรี่ ดังนี้

ด้านการจัดการ

ผู้ประกอบการต้องบริหารจัดการด้วยตัวเองให้มากที่สุด โดยมีนโยบายการจัดการที่ชัดเจน มีระบบที่มีมาตรฐานตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน และต้องมีการวางแผนระยะยาวในการขยายสาขา ผู้ประกอบการต้องมีการแบ่งมอบหน้าที่รับผิดชอบเป็นฝ่ายเพื่อความสะดวกในการบริหารและควบคุมดูแล สำหรับในการเตรียมวัตถุดิบต้องจัดเรียงอย่างเป็นระเบียบง่ายต่อการใช้งาน

ด้านการตลาด

ผู้ประกอบการต้องใกล้ชิดกับลูกค้าทุกประเภทเข้าถึงและทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค และที่สำคัญจะต้องมีความซื่อตรงกับลูกค้า มีบริการที่ดี รู้ความต้องการของลูกค้า ผู้ประกอบการที่ดีต้องสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก และมีการควบคุมคุณภาพให้ดีที่สุด สินค้าจะต้องใหม่สดตลอดไม่ค้างคืน

ด้านเทคโนโลยี

มีการใช้ใช้เครื่องมือที่ทันสมัยในกระบวนการผลิตและผู้ประกอบการต้องมีความรู้และเทคนิคที่ดีอยู่เสมอและทุกสาขาควรใช้เทคโนโลยีเดียวกันให้สินค้าที่ผลิตได้มีมาตรฐานและคุณภาพเท่ากันและที่สำคัญเครื่องมือจะต้องใหม่และพร้อมใช้เสมอ

ด้านการเงิน

ผู้ประกอบการต้องพยายามขอเครดิตกับร้านค้าที่เราสั่งของเป็นประจำ เพื่อให้มีสภาพคล่องในการบริหารเงิน และต้องดูแลสถานภาพทางการเงินให้มั่นคงและน่าเชื่อถือ และต้องมีการวางแผนเตรียมพร้อมสำหรับการขยายกิจการ ผู้ประกอบการจะต้องควบคุมและตรวจสอบบัญชีทุกวัน ในการจัดหาวัตถุดิบจะต้องซื้อต้องถูกแต่มีคุณภาพเพื่อลดต้นทุน

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขต กรุงเทพมหานคร ได้เสนอประเด็นสำคัญจำแนกเป็น 3 ส่วน คือ สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ มีรายละเอียดดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา

1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขต กรุงเทพมหานคร

1.1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการดำเนินการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2 วิธีการดำเนินการศึกษา

1.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ที่เปิดดำเนินการมาแล้วมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 153 ราย ซึ่งสามารถระบุจำนวนประชากรได้ เนื่องจากประชากรมีปริมาณน้อย จึงใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาใช้ประเภทการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) ด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ และส่วนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่

1.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เก็บข้อมูลจากแหล่งอื่น ที่มีการเก็บข้อมูลไว้แล้วได้จากหน่วยงานราชการและการค้นคว้าจากสื่อต่างๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร เอกสาร คู่มือต่างๆ บทความสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test (Independent Samples t-test) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่มีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม F-test (Independent Samples F-test) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่มีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มีมากกว่า 2 กลุ่มค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (The Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์เนื้อหาเสนอในรูปแบบตารางประกอบการพรรณนา

1.3 ผลการศึกษา

1.3.1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเจ้าของสถานที่เอง ร้อยละ 80.39 มีทุน 300,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 64.05 มีทุน 300,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 75.82 มีประสบการณ์ 15 ปีขึ้นไป ร้อยละ 53.59 มีพนักงาน 31 คนขึ้นไป ร้อยละ 43.79

1.3.2 ข้อมูลปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.99$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการจัดการมีสูงสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.15$) และด้านการตลาดมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.63$)

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.15$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจของท่านมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$) และท่านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันที่และมีประสิทธิภาพมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.88$)

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านมีการจัดช่วงเวลาที่ถูกค่าสามารถซื้อสินค้าราคาพิเศษได้ในแต่ละวันมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) และท่านมีสถานที่จัดจำหน่ายที่สะดวกสำหรับลูกค้ามีต่ำสุด ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.71$)

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการดำเนินการและเทคโนโลยีในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=4.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าธุรกิจของท่านมีกระบวนการดำเนินงานที่เป็นขั้นตอน สะดวกในการดูแลและตรวจสอบมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}=4.27$) และธุรกิจของท่านมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X}=4.06$)

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการเงินในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=4.04$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกขั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}=4.21$) และท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจได้ตลอดเวลา มีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X}=3.87$)

1.3.3 ข้อมูลความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{X}=3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านประสิทธิภาพด้านต้นทุนมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}=4.12$) และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X}=3.71$)

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านสถานภาพทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านได้รับส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) ที่เหมาะสมมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}=4.26$) และท่านมีฐานการตลาด (Market Standing) ที่แน่นอนมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X}=3.80$)

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านคุณภาพในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพมีสูงสุด ในระดับ มาก ($\bar{X}=4.04$) และท่านใช้วัตถุดิบชนิดเดียวกันเป็นประจำมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X}=3.75$)

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านนวัตกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการค้นคิดสินค้าใหม่ๆมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}=4.37$) และท่านพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพได้มาตรฐานตลอดเวลา มีต่ำสุด ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=2.87$)

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=3.71$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านใช้วัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติเท่านั้น มีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}=4.39$) และท่านจะมีส่วนร่วมไปกับกิจกรรมของชุมชนเป็นประจำ มีต่ำสุด ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=2.71$)

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านทรัพยากรมนุษย์ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.84$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านมีเบี่ยงเลียงและสวัสดิการพิเศษให้พนักงานมี สูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$) และท่านมีการทดสอบพนักงานก่อนรับทำงานมีต่ำสุด ใน ระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.76$)

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านทรัพยากรทางการเงินในภาพรวมอยู่ใน ระดับ มาก ($\bar{X} = 3.97$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านได้รับผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจมี สูงสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.20$) และท่านมีแหล่งเงินทุนสำรองที่แน่นอนมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.80$)

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านทรัพยากรทางกายภาพในภาพรวมอยู่ใน ระดับ มาก ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านมีการดูแลสถานที่เป็นประจำมีสูงสุด ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) และท่านมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ได้อย่างเหมาะสมมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.86$)

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านประสิทธิภาพด้านต้นทุนในภาพรวมอยู่ใน ระดับ มาก ($\bar{X} = 4.12$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงได้ แต่ต้นทุนต่ำมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$) และท่านจ่ายค่าตอบแทนแรงงานในอัตราที่ เหมาะสมมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.90$)

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านการทำกำไรในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านคิดว่ากำไรที่ได้รับอยู่ ถือว่าท่านประสบความสำเร็จ ในธุรกิจมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) และท่านมีกำไรเพียงพอที่จะนำมาลงทุนขยาย กิจการต่อได้มีต่ำสุด ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.95$)

1.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ด้านสถานที่

ประกอบการ ด้านทุนจดทะเบียน ด้านเงินทุนหมุนเวียน ด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการ ด้านพนักงาน ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน จากการ วิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

1) สถานที่ประกอบการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการ ธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

2) ทุนจดทะเบียนที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจ เบเกอรี่ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

3) เงินทุนหมุนเวียนที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

4) ประสบการณ์ของผู้ประกอบการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5) พนักงานที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ด้านการจัดการด้านการตลาด ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี่และด้านการเงินที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

1) การจัดการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

2) การตลาดที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

3) การดำเนินการและเทคโนโลยี่ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

4) การเงินที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า พบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการและปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี่และด้านการเงินกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ด้านการด้านการเงินมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.475$) ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ ($r = 0.392$) ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ ($r = 0.391$) ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ ($r = 0.308$)

และปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับต่ำ ($r = 0.186$) ตามลำดับ

1.3.5 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ สรุปผลได้ดังนี้

ด้านการจัดการ

ผู้ประกอบการต้องบริหารจัดการด้วยตัวเองให้มากที่สุด โดยมีนโยบายการจัดการที่ชัดเจน มีระบบที่มีมาตรฐานตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน และต้องมีการวางแผนระยะยาวในการขยายสาขา ผู้ประกอบการต้องมีการแบ่งมอบหน้าที่รับผิดชอบเป็นฝ่ายเพื่อความสะดวกในการบริหารและควบคุมดูแล สำหรับในการเตรียมวัตถุดิบต้องจัดเรียงอย่างเป็นระเบียบง่ายต่อการใช้งาน

ด้านการตลาด

ผู้ประกอบการต้องใกล้ชิดกับลูกค้าทุกประเภทเข้าถึงและทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค และที่สำคัญจะต้องมีความซื่อตรงกับลูกค้า มีบริการที่ดี ได้รับความต้องการของลูกค้า ผู้ประกอบการที่ดีต้องสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก และมีการควบคุมคุณภาพให้ดีที่สุด สินค้าจะต้องใหม่สดตลอดไม่ค้างคืน

ด้านเทคโนโลยี

มีการใช้เครื่องมือที่ทันสมัยในกระบวนการผลิตและผู้ประกอบการต้องค้นหาความรู้และเทคนิคที่คืออยู่เสมอและทุกสาขาควรใช้เทคโนโลยีเดียวกันให้สินค้าที่ผลิตได้มีมาตรฐานและคุณภาพเท่ากันและที่สำคัญเครื่องมือจะต้องใหม่และพร้อมใช้เสมอ

ด้านการเงิน

ผู้ประกอบการต้องพยายามขอเครดิตกับร้านค้าที่เราสั่งของเป็นประจำ เพื่อให้มีสภาพคล่องในการบริหารเงิน และต้องดูแลสถานภาพทางการเงินให้มั่นคงและน่าเชื่อถือ และต้องมีการวางแผนเตรียมพร้อมสำหรับการขยายกิจการ ผู้ประกอบการจะต้องควบคุมและตรวจสอบบัญชีทุกวัน ในการจัดหาวัตถุดิบจะต้องซื้อต้องถูกแต่มีคุณภาพเพื่อลดต้นทุน

2. อภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

2.1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านสถานที่ประกอบการ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเจ้าของสถานที่เอง ร้อยละ 80.39 และเช่าสถานที่ผู้อื่นร้อยละ 19.61 และพบว่าสถานที่ประกอบการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 การศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของมณฑิรา คุณะสิทธิ์ศิริ (2546: บทสรุป) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการค้าปลีกสุนัขที่ตลาดนัดจตุจักร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ในการจำหน่ายมีระดับการใช้มาก คือ ร้านค้าตั้งอยู่ในทำเลที่ได้เปรียบในการขาย

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านทุนจดทะเบียนจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่ มีทุน 300,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 64.05 รองลงมาคือต่ำกว่า 100,000 บาท ร้อยละ 13.73 ถัดไปคือ 100,001-200,000 บาท ร้อยละ 11.76 และน้อยที่สุดคือ 200,001-300,000 บาท ร้อยละ 10.46 และพบว่าทุนจดทะเบียนที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการศึกษาไม่พบผลการศึกษาที่มีผลสอดคล้องกัน

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเงินทุนหมุนเวียนจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่มีทุน 300,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 75.82 รองลงมาคือ 100,001-200,000 บาท ร้อยละ 12.42 ถัดไปคือ 200,001-300,000 บาท ร้อยละ 7.84 และน้อยที่สุดคือต่ำกว่า 100,000 บาท ร้อยละ 3.92 และพบว่าเงินทุนหมุนเวียนที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการศึกษาไม่พบผลการศึกษาที่มีผลสอดคล้องกัน

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ 15 ปีขึ้นไป ร้อยละ 53.59 รองลงมามีประสบการณ์ 6-10 ปี ร้อยละ 35.29 ถัดไปมีประสบการณ์ 10-15 ปี ร้อยละ 8.50 และน้อยที่สุดมีประสบการณ์ 1-5 ปี ร้อยละ 2.61 และพบว่าประสบการณ์ของผู้ประกอบการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการศึกษาไม่พบผลการศึกษาที่มีผลสอดคล้องกัน

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านพนักงานจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่ มีพนักงาน 31 คนขึ้นไป ร้อยละ 43.79 รองลงมามีพนักงานไม่เกิน 10 คน ร้อยละ 37.91 ถัดไปคือมีพนักงาน 10-20 คน ร้อยละ 15.69 และน้อยที่สุดมีพนักงาน 21-30 คน ร้อยละ 2.61 และพบว่า

พนักงานที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการศึกษาไม่พบผลการศึกษามีผลสอดคล้องกัน

2.2 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.15$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจของท่านมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$) และท่านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันที่ทั้งที่และมีประสิทธิภาพมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.88$) และพบว่าด้านการจัดการที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการศึกษาไม่พบผลการศึกษามีผลสอดคล้องกัน

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านมีการจัดช่วงเวลาที่ถูกค้าสามารถซื้อสินค้าราคาพิเศษได้ในแต่ละวันมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) และท่านมีสถานที่จัดจำหน่ายที่สะดวกสำหรับลูกค้ามีต่ำสุด ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.71$) และพบว่าการตลาดที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการศึกษาไม่พบผลการศึกษามีผลสอดคล้องกัน

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการดำเนินการและเทคโนโลยีจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการดำเนินการและเทคโนโลยีในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าธุรกิจของท่านมีกระบวนการดำเนินงานที่เป็นขั้นตอน สะดวกในการดูแลและตรวจสอบมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) และธุรกิจของท่านมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพมีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.06$) และพบว่าการดำเนินการและเทคโนโลยีที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการศึกษาไม่พบผลการศึกษามีผลสอดคล้องกัน

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการเงินจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าความคิดเห็นต่อปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการเงินในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกขั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพมีสูงสุด ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$) และท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจได้ตลอดเวลา มีต่ำสุด ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.87$)

และพบว่าการเงินที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการศึกษาไม่พบผลการศึกษามีผลสอดคล้องกัน

2.3 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเงินมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.475$) ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการดำเนินการและเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.392$) ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.391$) ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.308$) และปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับต่ำ ($r = 0.186$) ตามลำดับ จากการศึกษาไม่พบผลการศึกษามีผลสอดคล้องกัน

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

3.1.1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ 15 ปีขึ้นไป แสดงให้เห็นว่ายิ่งผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจมากขึ้นก็จะส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่มากยิ่งขึ้นเช่นเดียวกัน

3.1.2 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้ประกอบการต้องมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจ

3.1.3 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้ประกอบการจะต้องมีการจัดช่วงเวลาที่ถูกค้าสามารถซื้อสินค้าราคาพิเศษได้ในแต่ละวัน

3.1.4 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการดำเนินการและเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้ประกอบการจะต้องมีกระบวนการดำเนินงานที่เป็นขั้นตอน สะดวกในการดูแลและตรวจสอบ

3.1.5 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการเงินมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้ประกอบการจะต้องสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกๆ ขั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.1.6 การบริหารจัดการทั่วไปทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยีและด้านการเงิน ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ ข้อเสนอแนะดังกล่าวสามารถดำเนินการได้ด้วย ตัวผู้ประกอบการเอง เพื่อรักษาปริมาณการขายให้คงที่และรวมถึงรายได้รวมที่เข้ามาด้วย

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 การศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นเฉพาะผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น ซึ่งหากทำการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาเสนอแนะให้ทำการศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ในต่างจังหวัด เช่น จังหวัดปทุมธานี ชลบุรี ระยอง เป็นต้น เพื่อจะได้นำผลการศึกษาที่แตกต่างกันมาทำการศึกษาเปรียบเทียบกันได้อีกแนวทางหนึ่ง อันเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ได้ดียิ่งขึ้น

3.2.2 ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่ของผู้ประกอบการรายย่อยกับผู้ประกอบการรายใหญ่เพื่อจะได้ทราบถึงจุดแข็งจุดอ่อนของผู้ประกอบการรายย่อยและรายใหญ่รวมไปถึงสินค้าที่ต่างกัน ซึ่งเป็นโอกาสในการนำข้อมูลไปใช้ปรับปรุง และพัฒนาประสิทธิภาพของการประกอบธุรกิจ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กำธร จุลละจारी (2546) การดำเนินงานของร้านนมสด และขนมปังในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- กฤษณา เวชสาร (2545) การวิจัยการตลาด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2547) โลจิสติกส์เพื่อการผลิต และการจัดการดำเนินงาน
กรุงเทพมหานคร: รัฐพรการพิมพ์
- จิตสุดา สกุดจันทร์ (2542) การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของ
ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย.
- จันทน์ อูริยพงศ์สรณ์ (2540) แนวโน้มการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เบเกอรี่
กรุงเทพมหานคร 235-241
- จิตรนา แจ่มเมฆ และ อรอนงค์ นัยวิกุล (2537) เบเกอรี่เทคโนโลยีเบื้องต้น กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จินตนา ใจจะวะนะ และ อภิสรา อานุภาพรทรง (2549) ปัจจัยเกี่ยวกับความสำเร็จในการ
บริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านและชุมชน กรณีศึกษากองทุนหมู่บ้าน บ้านด้า
อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. การค้นคว้าแบบอิสระ ศศ.ม.(พัฒนาสังคม) พะเยา :
มหาวิทยาลัยนเรศวร
- ชัยยศ สันติวงษ์ (2546) การบริหารการตลาด เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ชรัตน์ รุ่งเรืองศิลป์ และคณะ (2547) คู่มือการประกอบธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์สวายจำกัด
- ชัยยศ สันติวงษ์ (2536) การเงินธุรกิจ กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ และ ฉัตรยาพร เสมอใจ (2548) การจัดการ กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ด
ยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
_____ (2547) การจัดการ (Management) กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ธงชัย สันติวงษ์ และ ชัยยศ สันติวงษ์ (2541) การเงินธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร:
บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด
- _____. (2540) หลักการจัดการ กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช
- _____. (2543) การเงินธุรกิจ กรุงเทพมหานคร: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด

- ปราณี ดันประยูร (2537) การบริหารการผลิต กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์
- ปुरुชัย อินทระชัย และคณะ (2547) ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนกลุ่มแปรรูป
สัตว์น้ำ บ้านปากอ่คำ อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระ ศศ.ม.
(พัฒนาสังคม) พะเยา: มหาวิทยาลัยนเรศวร
- พัศตร์ผอง วัฒนสินธุ์ และ พสุ เดชะรินทร์ (2542) การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พาฝัน ตันชัยย์ (2543) การดำเนินธุรกิจเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่ การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พิชิต สุขเจริญพงษ์ (2538) การจัดการวิศวกรรมการผลิต. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น
- พรรณี อวนสกุล (2541) การปรับเปลี่ยนการบริโภคอาหารของชาวพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย
การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วิรัช สงวนวงษ์วาน (2546) การจัดการและพฤติกรรมองค์กร กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น
- วิเชียร ปิงชัย (2545) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริโภคอาหารที่มีผลต่อการใช้ทรัพยากรและ
สิ่งแวดล้อมในชนบทภาคเหนือ กรณีศึกษานันทา ตำบลทาบลาดุก อำเภอแม่ทา
จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์
และสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ไววิทย์ นรพัลลภ (2546) การดำเนินงานและปัญหาของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) การบริการตลาดยุคใหม่ กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2529) องค์กรและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา
- ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์ (2538) ทฤษฎีและเทคนิคการสูมตัวอย่าง กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์
- สุธี พนาวรร และ อภิชาติ สิริผาดิ (2548) คู่มือการจัดตั้งธุรกิจขนาดเล็ก. กรุงเทพมหานคร: BUSY – DAY
- สุมาลี จิระมิตร (2541) การบริหารการเงิน กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สำนักงานกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดเชียงราย (2548) เชียงราย: 20 – 25
- อรอนงค์ นัยวิกุล (2541) คุณรู้จักผลิตภัณฑ์ขนมอบดีหรือยัง อุดสาหกรรมเกษตร: 28 – 32
- Kotler, Philip (2003) Marketing Management. n.l. : Prentice Hall.
- Frese. (2000) management. 5th ed. USA : John Wiley & Son, Inc.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้สร้างขึ้น โดยวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษาถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยคำถาม 3 ตอน คือ
 - ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ
 - ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่
 - ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่
3. โปรดตอบคำถามทุกข้อตามความเป็นจริง คำตอบของท่านเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำมาเพื่อการวิจัย
4. การนำเสนอข้อมูล จะนำเสนอในภาพรวม และขอรับรองว่าคำตอบทุกคำตอบของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในวงเล็บหน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ถ้าไม่มีข้อความที่ท่านต้องการเลือก โปรดเขียนข้อความลงในช่องอื่น ๆ

1. สถานที่ประกอบการ

- 1) เป็นเจ้าของสถานที่เอง 2) เช่าสถานที่ผู้อื่น

2. ทุนจดทะเบียนหรือดำเนินการ

- 1) ต่ำกว่า 100,000 บาท 2) 100,001-200,000 บาท
 3) 200,001-300,000 บาท 4) 300,001 บาทขึ้นไป

3. เงินทุนหมุนเวียน

- 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท 2) 10,001-20,000 บาท
 3) 20,001-30,000 บาท 4) 30,001 บาทขึ้นไป

4. ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ

- 1) มีประสบการณ์ 1-5 ปี 2) มีประสบการณ์ 6-10 ปี
 2) มีประสบการณ์ 10-15 ปี 4) มีประสบการณ์ 15 ปีขึ้นไป

5. พนักงาน

- 1) ไม่เกิน 10 คน 2) 10-20 คน
 3) 21-30 คน 4) 31 คนขึ้นไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างท้ายข้อความเพียงหนึ่งช่องที่ตรงกับ
ความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ตามความเป็นจริงมากที่สุด

ระดับความคิดเห็น	5	มีความคิดเห็น คือ	มากที่สุด
	4	“----“	มาก
	3	“----“	ปานกลาง
	2	“----“	น้อย
	1	“----“	น้อยที่สุด

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านการจัดการ (Management)					
1. ธุรกิจของท่านมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจนในทุกกระบวนการ					
2. ธุรกิจของท่านมีการจัดสายงานในการทำงานที่เป็นเอกภาพและง่ายต่อการกำกับดูแลพนักงาน					
3. ท่านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทัน่วงทีและมีประสิทธิภาพ					
4. ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการอย่างใกล้ชิด					
5. ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็น โอกาสในความสำเร็จของธุรกิจของท่าน					
ด้านการตลาด (Marketing)					
6. สินค้าของท่านสดใหม่มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า					
7. สินค้าของท่านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
8. ท่านมีสถานที่จัดจำหน่ายที่สะดวกสำหรับลูกค้า					
9. ท่านมีส่วนลดสำหรับสมาชิก					
10. ท่านมีการจัดช่วงเวลาที่ถูกค้าสามารถซื้อสินค้าราคาพิเศษได้ในแต่ละวัน					

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านดำเนินการและเทคโนโลยี (Operations and Technology)					
11. ธุรกิจของท่านจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพสำหรับกระบวนการผลิต					
12. ธุรกิจของท่านมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ					
13. สินค้าของท่านได้รับการรับรองความปลอดภัยจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง					
14. ธุรกิจของท่านมีกระบวนการดำเนินงานที่เป็นขั้นตอนสะดวกในการดูแลและตรวจสอบ					
15. เมื่อมีปัญหาในกระบวนการผลิตท่านสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว					
ด้านการเงิน (Financing)					
16. ท่านมีเงินทุนหมุนเวียนและแหล่งเงินทุนสำรองในการดำเนินกิจการอย่างเพียงพอ					
17. ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้					
18. ท่านมีการวางแผนทางการเงินที่ดีทั้งในระยะสั้นและระยะยาว					
19. ท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจได้ตลอดเวลา					
20. ท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกขั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างท้ายข้อความเพียงหนึ่งช่องที่ตรงกับระดับ

ความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ของท่าน ตามความเป็นจริงมากที่สุด

ระดับความสำเร็จที่ได้รับ	5	มีความคิดเห็น คือ	มากที่สุด
	4	“----“	มาก
	3	“----“	ปานกลาง
	2	“----“	น้อย
	1	“----“	น้อยที่สุด

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านสถานภาพทางการตลาด (Market Position)					
1) ท่านมีฐานการตลาด (Market Standing) ที่แน่นอน					
2) ท่านได้รับส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) ที่เหมาะสม					
3) ท่านมีสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเสมอ					
4) ได้รับความภักดีจากลูกค้า (Customer Loyalty)					
5) ท่านมีกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เสมอ					
2. คุณภาพ (Quality)					
1) ท่านมีมาตรฐานในการผลิต					
2) ท่านใช้วัตถุดิบชนิดเดียวกันเป็นประจำ					
3) ท่านเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ					
4) ท่านได้รับมาตรฐานและการรับรองจากหน่วยงานต่างๆ					
5) ท่านพัฒนาคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอ					
3. นวัตกรรม (Innovation)					
1) ท่านมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย					
2) ท่านสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการค้นคิดสินค้าใหม่ๆ					
3) ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงธุรกิจ					
4) ท่านพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายเป็นประจำ					
5) ท่านพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพได้มาตรฐานตลอดเวลา					

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)					
1) ท่านใส่ใจและดูแลกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน					
2) ท่านใช้วัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติเท่านั้น					
3) ท่านจะดูแลการบำบัดของเสียจากการผลิต					
4) สินค้าของท่านจะต้องสดใหม่อยู่เสมอ					
5) ท่านจะมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของชุมชนเป็นประจำ					
5. ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources)					
1) ท่านมีการทดสอบพนักงานก่อนรับทำงาน					
2) ท่านเป็นสมาชิกกองทุนประกันสังคม					
3) ท่านมีเบี้ยเลี้ยงและสวัสดิการพิเศษให้พนักงาน					
4) ท่านสนับสนุนให้พนักงานทุกคนศึกษาต่อในระดับสูง					
5) ท่านมีความสัมพันธ์อันดีกับพนักงานทุกคน					
6. ทรัพยากรทางการเงิน (Financial Resources)					
1) ท่านมีวินัยในการใช้เงินเป็นอย่างดี					
2) ท่านมีการวางแผนการลงทุนในธุรกิจอย่างเป็นระบบ					
3) ท่านสามารถบริหารเงินหมุนเวียนในธุรกิจได้ดี					
4) ท่านได้รับผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจ					
5) ท่านมีแหล่งเงินทุนสำรองที่แน่นอน					
7. ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources)					
1) ท่านมีการดูแลสถานที่เป็นประจำ					
2) ท่านจะดูแลความเรียบร้อยของอุปกรณ์ต่างๆอยู่เสมอ					
3) ท่านจะจัดหาเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาใช้เสมอ					
4) ท่านมีทีมงานซ่อมบำรุงที่คอยดูแลเครื่องจักรตลอดเวลา					
5) ท่านมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ได้อย่างเหมาะสม					

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
8. ประสิทธิภาพด้านต้นทุน (Cost Efficiency)					
1) ท่านมีแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาต่ำ					
2) ท่านจ่ายค่าตอบแทนแรงงานในอัตราที่เหมาะสม					
3) ท่านบริหารต้นทุนในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
4) ท่านมีแหล่งวัตถุดิบให้เลือกได้หลากหลาย					
5) ท่านสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงได้แต่ต้นทุนต่ำ					
9. การทำกำไร (Profitability)					
1) ท่านมีกำไรอยู่ในระดับที่เหมาะสม					
2) ท่านสามารถนำกำไรมาใช้เป็นเงินทุนเวียนในธุรกิจอย่างต่อเนื่อง					
3) ท่านมีกำไรเพียงพอที่จะนำมาลงทุนขยายกิจการต่อได้					
4) ท่านมีกำไรสม่ำเสมอและไม่อยู่ในสถานะเสี่ยงต่อการขาดทุน					
5) ท่านคิดว่ากำไรที่ได้รับอยู่ถือว่าท่านประสบความสำเร็จในธุรกิจ					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจเบเกอร์รี่

ด้านการจัดการ.....

ด้านการตลาด.....

ด้านดำเนินการและเทคโนโลยี.....

ด้านการเงิน.....



ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

1. รศ.ดร.สุรชัย จิงเจริญสกุล
หัวหน้าภาควิชาชีวเคมี คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. คุณอโนทัย โรจน์ไพบูลย์
ผู้จัดการทั่วไป
บริษัทเอ็ม.ซี.เบเกอร์ จำกัด
3. คุณชัชพรพรหม ตรงจิตรจริง
เจ้าของกิจการ
ร้านอาร์เซอร์รี่ เบเกอร์รี่

ภาคผนวก ค
ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยหาความสัมพันธ์คล่องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item - Objective Congruence หรือ IOC) ซึ่งแสดงสูตร

$$IOC = \Sigma R / N$$

เมื่อ ΣR แทน ผลรวมของคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินค่า IOC คือ

ข้อคำถามที่มีค่า IOC เท่ากับ 0.50-1.0

สามารถคัดเลือกไว้ใช้ได้ แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงกับวัตถุประสงค์นั้น

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

ผลรวมค่า IOC เท่ากับ $37.1 / 40 = 0.927$ การตรวจสอบแบบสอบถามโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ลงคะแนนความเห็นข้อคำถามแต่ละข้อวัดได้ตรงกับวัตถุประสงค์แต่ละด้านที่ต้องการวัดหรือไม่ สามารถแสดงค่า IOC และการแปลสรุปผลข้อคำถามแต่ละข้อได้ดังตาราง

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
4	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
5	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
6	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
7	0	+1	+1	2	0.6	ใช้ได้
8	+1	0	+1	2	0.6	ใช้ได้
9	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
10	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
11	+1	0	-1	2	0.6	ใช้ได้
12	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
13	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
14	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
15	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
16	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
17	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
18	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
19	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
20	+1	0	+1	2	0.6	ใช้ได้
21	+1	0	+1	2	0.6	ใช้ได้
22	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
23	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
24	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
25	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
26	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
27	+1	+1	0	2	0.6	ใช้ได้
28	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
29	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
30	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
31	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
32	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
33	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
34	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
35	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
36	+1	0	+1	2	0.6	ใช้ได้
37	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
38	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
39	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
40	+1	+1	0	2	0.6	ใช้ได้
41	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
42	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
43	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
44	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
45	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
46	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
47	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
48	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
49	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
50	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
51	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
52	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
53	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
54	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
55	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
56	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
57	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
58	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
59	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
60	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
61	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
62	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
63	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
64	+1	0	+1	2	0.6	ใช้ได้
65	+1	0	+1	2	0.6	ใช้ได้
66	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
67	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
68	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
69	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
70	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ภาคผนวก ง
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

Reliability**Warnings**

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	65	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	30

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาว นันทนา บุญเฮง
วัน เดือน ปีเกิด	10 ตุลาคม 2504
สถานที่เกิด	เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
สถานที่ทำงาน	ร้านอาร์เซอร์ เบเกอร์รี่
ตำแหน่ง	ผู้จัดการฝ่ายการผลิต