ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าทองรูปพรรณ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

ชื่อผู้เขียน นางพรรณชลิต สุดดีพงษ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์พูนสุข ประธานกรรมการ
อาจารย์นันทนา คำนวน กรรมการ
อาจารย์วรรณัย สายประเสริฐ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงาน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าทองรูปพรรณ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

การศึกษาในครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการออกแบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าทองรูปพรรณ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำนวนทั้งสิ้น 16 ราย ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่ดำเนินงานในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว ดำเนินธุรกิจร้านค้าทองรูปพรรณมาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 1-5 ปี และมากกว่า 15 ปี ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี การจำหน่ายสินค้าเป็นแบบค้าปลีก มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดสดและแหล่งชุมชนหนาแน่น และผู้ประกอบการส่วนใหญ่เข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมผู้ค้าทองคำในจังหวัดลำพูน

การศึกษาการดำเนินงานในธุรกิจร้านค้าทองรูปพรรณของผู้ประกอบการ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูนในแต่ละด้าน สรุปผลได้ดังนี้

ด้านการจัดการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนล่วงหน้าโดยจะวางแผนระยะสั้น มีโครงสร้างองค์การแบบง่ายไม่เป็นทางการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คัดเลือกคนเข้าทำงานโดยอาศัยการมีความสัมพันธ์เป็นญาติพี่น้อง มีการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานโดยการให้คำแนะนำ การสอนงาน มีการจ่ายค่าตอบแทนการทำงานเป็นค่าจ้างรายเดือน โดยมีโบนัสพิเศษเพิ่มเติม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการกำหนดกระบวนการควบคุมผลการปฏิบัติงานในด้านการเปรียบเทียบการทำงานกับมาตรฐานที่วางไว้ โดยใช้ปริมาณงานที่ผลิตหรือขายได้เป็นเครื่องมือในการควบคุม

ด้านการผลิตหรือการจัดซื้อ ผู้ประกอบการในธุรกิจร้านค้าทองรูปพรรณทั้งหมด ไม่มีโรงงานผลิตสินค้าเป็นของตนเอง สินค้าที่จำหน่ายในร้านจัดซื้อมาจากร้านค้าทองรูปพรรณที่ขายส่งและปลีกในกรุงเทพมหานคร โดยผู้ประกอบการมีการวางแผนการจัดซื้อสินค้าโดยใช้หลักเกณฑ์ด้านระยะเวลาในการจัดซื้อสินค้าแต่ละครั้งมาเป็นตัวกำหนด ในการซื้อสินค้านั้นจะคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นหลักสำคัญ และจะไม่มีการทำสัญญาซื้อขายสินค้า จะตกลงกันด้วยวาจาโดย ใช้ราคาสินค้าอ้างอิงตามราคาทอง ณ วันที่ตกลงกัน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สามารถทราบจำนวนสินค้าคงเหลือ ณ เวลาใดเวลาหนึ่งได้ทันที

ด้านการตลาด ผู้ประกอบการในธุรกิจร้านค้าทองรูปพรรณ ให้ความสำคัญในส่วนประสมทางการตลาดคือด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้านิยมเลือกซื้อสูงสุดคือสร้อยคอ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้านิยมสั่งทำสูงสุดคือแหวน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพและเปอร์เซ็นต์ของทอง รองลงมาคือรูปแบบลวดลาย และตรายี่ห้อของสินค้าที่จำหน่าย สินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีตราสินค้าเดียว สินค้าจะมีความแตกต่างจากคู่แข่งขันในด้านรูปแบบและลวดลาย ราคาสินค้าที่จำหน่ายจะมีราคาใกล้เคียงกับคู่แข่งขัน ผู้ประกอบการจะใช้รูปแบบและลวดลาย เปอร์เซ็นต์ทองและคู่แข่งขันเป็นหลักเกณฑ์ในการกำหนดราคาสินค้าที่จำหน่าย ผู้ประกอบการทุกรายจะมีพนักงานขายหน้าร้านสู่ผู้บริโภคโดยตรง ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ประกอบการ จะทำการส่งเสริมการขาย เช่น การแจกของแถม ลดราคา บริการซ่อมแซมสินค้าชำรุดฟรี เป็นต้น มากที่สุด

ด้านบัญชีและการเงิน ผู้ประกอบการในธุรกิจร้านค้าทองรูปพรรณทั้งหมด ได้มีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีแบบจัดทำเองโดยใช้สมุดบันทึก และบางแห่งจัดทำบัญชีโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้มีการวางแผนทางการเงินในด้านการวิเคราะห์ทางการเงิน เช่น การวิเคราะห์อัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราส่วนหนี้สิน เป็นต้น งบการเงินของธุรกิจที่จัดทำคืองบกำไรขาดทุนและงบรายรับ-รายจ่าย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้เงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจเป็นเงินมากกว่า 1,500,000 บาทต่อเดือน เพื่อเป็นค่าสินค้า เงินเดือนและค่าน้ำค่าไฟ เป็นต้น ผู้ประกอบการทั้งหมดจำหน่ายสินค้าเป็น

เงินสดและมีบางรายที่รับชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตและการให้สินเชื่อโดยแบ่งชำระเป็นงวด ๆ ส่วนใหญ่มีแหล่งเงินทุนระยะสั้นและระยะยาวจากสถาบันการเงิน เช่น ธนาคาร โครงสร้างเงินทุนของธุรกิจส่วนใหญ่ประกอบด้วยเงินลงทุนส่วนตัว หนี้สินระยะสั้นและหนี้สินระยะยาว

ด้านสิ่งแวดล้อมขององค์การ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าสิ่งแวดล้อมภายนอกทั่วไปที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจคือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านต่างประเทศ ด้านการเมืองและกฎหมาย สิ่งแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวกับงานที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจคือ ด้านคู่แข่งขัน ด้านลูกค้า และด้านผู้จำหน่ายสินค้า (Supplier) ส่วนสิ่งแวดล้อมภายในที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจ คือ ด้านพนักงาน และเจ้าของกิจการ

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านการจัดการ ซึ่งได้แก่ การควบคุมการปฏิบัติงานทำได้ยาก ไม่มีการระบุขอบเขตของงานและมอบหมายงานที่ชัดเจนแน่นอน ปัญหาด้านการผลิตหรือการจัดซื้อได้แก่ ต้นทุนวัตถุดิบหรือสินค้ามีราคาสูงและการมีความเสี่ยงในการเดินทางไปซื้อสินค้า ปัญหาด้านการตลาดได้แก่ การมีร้านค้าทองอยู่ในพื้นที่เดียวกันจำนวนมาก ทำให้การแข่งขันสูงต้องลดค่ากำเหน็จลง และสินค้าที่รับซื้อคืนจากลูกค้าเป็นสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ เปอร์เซ็นต์ทองต่ำ ปัญหาด้านบัญชีและการเงินได้แก่ ความเสี่ยงจากสถานการณ์ราคาทองคำในตลาดโลกซึ่งผันผวนอยู่ตลอดเวลาและการขาดแคลนบุคลากรที่มีความชำนาญในคอมพิวเตอร์ ทำให้ไม่สามารถนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการประมวลผลข้อมูลทางบัญชีได้ ส่วนปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศยังคงไม่ฟื้นตัว ทำให้ยอดขายไม่สูงขึ้นเท่าที่ควร และผู้บริโภคหรือลูกค้ามีอำนาจต่อรองสูง

Independent Study Title The Operation of Goldsmith Business in Amphoe Mueang, Changwat Lamphun.

Author Mrs. Phanchalit Suddeepong

M.B.A.

Examining Committee

Lecturer Petcharat	Mesomboonpoonsuk	Chairman
Lecturer Nantana	Kumnuan	Member
Lecturer Wanlanai	Saiprasert	Member

ABSTRACT

The objective of this Independent Study on "The Operation of Goldsmith Business in Amphoe Mueang, Changwat Lamphun" was to study their operations as well as to cope with their problems.

The data were gathered from questionnaires of 16 entrepreneurs in Goldsmith business in Amphoe Mueang, Changwat Lamphun and analyzed by using statistical analysis such as percentage and weigthed average .

As the results, we found that most of the goldsmith business in Amphoe Mueang, Changwat Lamphun were owned by single owner who had been operating his/her business for 1-5 years or more than 15 years. Most entrepreneurs were undergraduated who were members of Goldsmith Trader Club of Lamphun. Products were sold mostly in retail. All sites of their business were in markets and center points.

The result of this study were summarized in categories as follows;

Management : Most of their business organizations are simple and informal. Business policy was planned shortly. Most of staffs were their own relatives. Skill development and training are provided via owner's instructions. Salary was paid monthly with annual bonus. Production and

sale quantities were used to control activities of the firm operations which were standardized by the owner.

Production and Purchasing : All of these entrepreneurs did not have their own factory. Products were purchased from other retail or wholesale goldsmith shops in Bangkok. They planned their purchasing policy in accordance with period of time method. Quality of products were mainly considered in each purchasing. Purchasing agreement were done verbally, without any written agreement, according to the market price at the time being of that agreeable date. Most of them could be able to recognize the stock at all times.

Marketing : These entrepreneurs ranked the marketing mix factors according to their important as place, product, price, and promotion, respectively. Most popular sold product was gold necklace, while most popular made by order was ring. Quality and percentage of gold were primarily considered while shape, design, and brand were minor consideration. Most of products in the market were single-branded of which the only differences were shape and design. Pricing was comparable the same which was quoted according with shape, design, percentage of gold, and competitors. All shops had sale staff at the counter to serve customers promptly. Most of sale promotion were free gift, free maintenance, and on-sale promotion.

Accounting and Financing : Most of them had their own accounting system by manual or computer. In financial planning, they had financial analysis by using net profit ratio and debt ratio analysis. In financial statements, they showed profits and losses, and sales and purchases. Most of them use working capital to serve their purchasing, salary, water/electricity bill etc., which was considerably more than 1.5 million baht per month. All of them sold their products in cash, while some accepted credit cards, and also provided credit in consecutive payments. Most of their short and long term financing institutions were commercial banks. Most of their financial structures were consisted of capital, and short/long term debt.

Organization Environment : Environments which would affect their business were economy, international affair, politic, regulation and law, competitor, customer, supplier, including staff in their own organization.

Problems and Difficulties : Most of them were facing difficulties which were;

1. Management Problem, caused by lacking in job description clarification.
2. Production and Purchasing Problem, caused by higher cost of raw materials or products, as well as risk in security of purchasing.
3. Marketing Problem, caused by numerous competitors in the same market area which affects in workmanship reducing, and also products repurchased from customers are low qualities with low percentage of gold.
4. Accounting and Financing Problem, caused by not only fluctuation of gold price in global market but also lacking of computer specialist for proper accounting system.
5. External Environment Problem, caused by un-rebounded national economy affecting in lower sale while customers become stronger pricing negotiators.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University