บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในประเทศแถบเอเชียและแปซิฟิก ปัจจุบันประชากรมีชีวิตความเป็นอยู่แบบเร่งรีบขึ้น และรับเอาวัฒนธรรมจากประเทศอุตสาหกรรมเข้ามา นิสัยการบริโภคอาหารเปลี่ยนไปทำให้ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เข้ามามีบทบาทมากขึ้น จากรายงานระหว่างปี ค.ศ.1990 – 1994 พบว่า อัตราการเติบโตของตลาดผลิตภัณฑ์ธัญพืชและเบเกอรี่ของเอเชียและแปซิฟิกเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยมีอัตราการเติบโตสูงสุดคือร้อยละ 14.5[1] และสืบเนื่องจากลักษณะนิสัยบริโภคของเด็กยุคใหม่ในเมืองหลวงและหัวเมืองใหญ่ ตั้งแต่เด็กเล็กไปจนถึงวัยรุ่นจะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่มีความชอบผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ชนิดใดชนิดหนึ่ง โดยรวมแล้วบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่สัปดาห์ละ 1 ชนิดเป็นอย่างต่ำ ดังนั้นแนวโน้มของการผลิตสำหรับคนไทยน่าจะเพิ่มขึ้น อีกทั้งรัฐบาลส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยให้เป็นปี Amazing Thailand ในส่วนการผลิตเพื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์เบเกอรี่อยู่แล้วก็น่าจะเพิ่มขึ้นทั้งในกรุงเทพและจังหวัดต่างๆที่มีนักท่องเที่ยวมาก เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ตและพัทยา เป็นต้น[2]

สำหรับที่จังหวัดเชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ.2539 มีจำนวน 3.04 ล้านคน เป็นชาวต่างประเทศ 0.98 ล้านคน ในปี พ.ศ.2540 มีจำนวน 3.05 ล้านคนเป็นชาวต่างประเทศ 1.07 ล้านคน และในปีพ.ศ.2541 มีจำนวน 3.29 ล้านคนเป็นชาวต่างประเทศ 1.23 ล้านคน[3] จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นศูนย์กลางการพาณิชย์ อุตสาหกรรม ของภาคเหนือตอนบน มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,573,757 คน[4] สำหรับในด้านวัฒนธรรมการบริโภคได้มีการปรับเปลี่ยนลักษณะการบริโภคอาหารของคนพื้นเมืองในจ.เชียงใหม่ โดยมีแนวโน้มที่จะรับวิถีการบริโภคอาหารแบบตะวันตก เช่น ขนมปัง ขนมเค้ก คุ้กกี้ พิซซ่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตเมือง[5] อีกทั้งด้านการประกอบกิจการผู้ประกอบกิจการสามารถเลือกได้ว่าจะประกอบกิจการ

---

[1] จันทนี อุริยะพงศ์สรรค์, "แนวโน้มการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เบเกอรี่", อาหาร 4 (2540) : 235.

[2] อรอนงค์ นัยวิกุล, "คุณรู้จักผลิตภัณฑ์ขนมอบดีหรือยัง?", อุตสาหกรรมอาหาร 1(2541) : 28.

[3] สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขต 1 เขต 2 เขต 3 และเขต 4

[4] ภาวะเศรษฐกิจภาคเหนือรายจังหวัด ธนาคารแห่งประเทศไทย ส.ค.2542 (ข้อมูล พ.ศ.2540)

[5] พรรณี อวนสกุล. "การปรับเปลี่ยนการบริโภคอาหารของชาวพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่" , งานวิจัยภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ เชียงใหม่ 2541, หน้า 1

ด้านนี้โดยทำเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อมหรือขนาดเล็ก ธุรกิจเบเกอรี่จึงนับว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจประเภทหนึ่ง โดยมีการคาดหมายกันว่ากำไรจากการประกอบการธุรกิจนี้มีมากถึงร้อยละ50 ของราคาจำหน่าย[6]

จากการรวบรวมข้อมูลทำเนียบโรงงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าก่อนปี พ.ศ.2539มีโรงงานผลิตเบเกอรี่ 16 ราย ในปีพ.ศ.2539มีเพิ่มขึ้น 4 ราย และในปีพ.ศ.2540 พ.ศ. 2541 มีเพิ่มขึ้นปีละ 1 ราย [7] ปัจจุบันมีทั้งสิ้น 22ราย ดังนั้นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในธุรกิจเบเกอรี่จึงนับว่าเป็นข้อมูลที่น่าสนใจ อีกทั้งอุตสาหกรรมเบเกอรี่ได้ถูกผลักดันจากผู้บริโภคให้มีการพัฒนาระบบอุตสาหกรรมด้านคุณภาพ รสชาติแปลกใหม่ ราคาของผลิตภัณฑ์ และความรวดเร็วในการนำผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภค ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว เพราะฉะนั้นวิธีการจัดการระบบอุตสาหกรรมแบบเก่าที่มีการบริหารแบบระบบเครือญาตินั้นไม่สามารถทำให้อุตสาหกรรมนี้ยืนอยู่ในตลาดผู้บริโภคได้ เพราะระบบดังกล่าวเป็นสาเหตุหนึ่งที่ก่อให้เกิดความตกต่ำของกิจการ[8] จากที่ได้กล่าวมาแล้วจึงเป็นมูลเหตุจูงใจที่จะศึกษาการดำเนินงานในด้านต่างๆ และรวบรวมปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของธุรกิจเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการด้านนี้และผู้สนใจลงทุนในธุรกิจเบเกอรี่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตการศึกษา

ธุรกิจเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีรายชื่ออยู่ในทำเนียบโรงงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ ณ สิงหาคม 2542 มีจำนวน 22 ราย แต่จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน ธันวาคม 2542 ถึง มกราคม 2543 พบว่ามีธุรกิจเบเกอรี่ที่ยังคงเปิดดำเนินการ 21 ราย ส่วนอีก 1 ราย มิได้เปิดดำเนินการ ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จึงจะศึกษาเฉพาะธุรกิจเบเกอรี่ที่เปิดดำเนินการเพียง 21 ราย เท่านั้น โดยหัวข้อที่ศึกษาได้แก่

1. การดำเนินงานในด้านต่างๆ ได้แก่ การจัดการ การตลาด การเงิน และการผลิต
2. ปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจเบเกอรี่

---

[6] ธุรกิจเบเกอรี่ในทรรศนะของผู้ประกอบการ บทสรุปสำหรับผู้บริหาร ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 3-7 ตุลาคม 2540

[7] สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ สิงหาคม 2542

[8] จันทนี อุริยะพงศ์สรรค์, "แนวโน้มการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เบเกอรี่", อาหาร 4 (2540) : 238.

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ ในจังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจเบเกอรี่ ในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจและผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ ที่จะนำข้อมูลไปใช้ในการดำเนินงาน

นิยามศัพท์

การดำเนินงานของธุรกิจเบเกอรี่ หมายถึง การประกอบกิจการธุรกิจเบเกอรี่ในด้าน การจัดการ การผลิต การตลาด การเงิน

การจัดการของธุรกิจเบเกอรี่ หมายถึง การศึกษาด้านการวางแผนการดำเนินงาน การจัดองค์กร การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ และการควบคุม

การผลิตของธุรกิจเบเกอรี่ หมายถึง การศึกษาด้านการวางแผนการผลิต แหล่งวัตถุดิบในการผลิต ลักษณะการผลิต การควบคุมการผลิต การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่ได้จากการผลิต

การตลาดของธุรกิจเบเกอรี่ หมายถึง การศึกษาด้านสภาพตลาดและการแข่งขัน ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

การเงินของธุรกิจเบเกอรี่ หมายถึง การศึกษาด้านแหล่งที่มาของเงินทุน แหล่งใช้ไปของเงินทุน ผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ธุรกิจเบเกอรี่ ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึง ธุรกิจเบเกอรี่ที่มีรายชื่อในทำเนียบโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งมีการใช้เครื่องจักรกำลังรวมตั้งแต่ 5 แรงม้า หรือใช้คนงานตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป จดทะเบียนกับอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีประเภทของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่[9] อาทิ ขนมปัง เค้กโดนัท คุ้กกี้ เอแคร์ และขนมอบอื่นๆ

---

[9] สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่, "โครงการพัฒนาตลาดเพื่อการกระจายการผลิตในระดับจังหวัด", สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ (2542) : 10.