

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ**

การวิเคราะห์การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลาง  
และขนาดย่อม หมวดการบริการซ่อมบำรุง  
ในจังหวัดเชียงใหม่

**ผู้เขียน**

นายกฤษฎา มูลกลาง

**ปริญญา**

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ**

รองศาสตราจารย์อรพิน สันติธีรากุล

### **บทคัดย่อ**

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
หมวดการบริการซ่อมบำรุง ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานของ  
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมวดการบริการซ่อมบำรุง ในจังหวัดเชียงใหม่ 4 ด้าน คือ  
ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงิน ตลอดจนสิ่งแวดล้อมในการ  
ดำเนินงาน และปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือ กิจการที่  
ประกอบธุรกิจการบริการซ่อมบำรุงที่ขึ้นทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดเชียงใหม่ และ  
เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 10 ราย และโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 65 ราย ผล  
การศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจการบริการซ่อมบำรุงส่วนใหญ่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบ  
เจ้าของคนเดียว มีระยะเวลาเปิดดำเนินการมากกว่า 4 - 6 ปีขึ้นไป มีจำนวนพนักงาน 1 - 10 คน  
และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนหรือช่วยเหลือ และไม่ได้รับรางวัล  
หรือการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานใดๆ

ด้านการจัดการ การวางแผนการดำเนินธุรกิจการบริการซ่อมบำรุง ผู้ประกอบการมี  
การวางแผนล่วงหน้า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการวางแผนด้านการจัดการมากที่สุด แต่การ  
วางแผนของแต่ละกิจการไม่ได้ครบทุกด้าน บางรายเน้นวางแผนเฉพาะทางด้านการเงินอย่างเดียว  
และแผนส่วนใหญ่เป็นการวางแผนระยะสั้น (น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี) และมีดำเนินการตามแผน  
ในระดับปานกลาง กิจการส่วนใหญ่ไม่มีผังโครงสร้างองค์กร

ด้านการผลิตบริการ ธุรกิจการบริการซ่อมบำรุง ในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ มี  
ความสามารถให้บริการลูกค้าได้สูงสุดต่อเดือน 26-50 ราย มีการจัดหาวัสดุงานและอะไหล่จากผู้

จำหน่ายส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ และมีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ขาย โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพได้มาตรฐาน มีวิธีการตรวจสอบและการควบคุมคุณภาพงานซ่อมบำรุงส่วนใหญ่หลังการซ่อมเสร็จแล้ว การซ่อมบำรุงดำเนินการแล้วเสร็จตรงเวลา และมีการกำหนดระยะเวลาการตรวจสอบเครื่องมืออุปกรณ์ให้พร้อมใช้งาน โดยตรวจเช็คเดือนละครั้ง

ด้านบัญชีและการเงิน ธุรกิจการบริการซ่อมบำรุง ในจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อมูลพื้นฐานด้านการเงินส่วนใหญ่ของกิจการคือ มูลค่ารวมของสินทรัพย์โดยประมาณ (ไม่รวมมูลค่าที่ดินของกิจการ) 1 – 2.5 ล้านบาท มียอดขายรวมโดยประมาณน้อยกว่า 1 ล้านบาทต่อปี กำไรสุทธิโดยประมาณ 6% - 10% ของยอดขาย กิจการมีแหล่งที่มาของเงินทุนส่วนใหญ่จากทุนของเจ้าของคนเดียว และกิจการที่กู้ยืมจากสถาบันการเงินมีหนี้สินโดยประมาณ 5 แสน – 1 ล้านบาท มีเกณฑ์การพิจารณาในการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินจากอัตราดอกเบี้ย

ด้านการตลาด ธุรกิจการบริการซ่อมบำรุง ในจังหวัดเชียงใหม่ลูกค้าส่วนใหญ่ ซ่อมบำรุงสิ่งของ/อุปกรณ์/รถยนต์ ที่ยังอยู่ในระยะเวลาประกัน มีวิธีการตั้งราคาค่าบริการซ่อมบำรุงตามต้นทุน มีการให้การรับประกันงานซ่อมให้กับลูกค้า ส่วนใหญ่กำหนดระยะเวลาการรับประกันงานซ่อมไม่เกิน 3 เดือน และการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดมีการประชาสัมพันธ์มากที่สุด แต่กิจการส่วนใหญ่ไม่เน้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดมากนัก

การดำเนินงานธุรกิจการบริการซ่อมบำรุง ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการ โดยใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมโดยทั่วไป (General Environment Analysis: PEST Analysis) โดยภาพรวมในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เศรษฐกิจระดับประเทศ และรองลงมา คือ นโยบายการเก็บภาษีและวิธีการเก็บภาษี และเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ส่วนผลกระทบจากปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของกิจการในอุตสาหกรรมต่างๆ โดยใช้ตัวแบบพลังผลักดัน 5 ประการ (Five-Forces Model) โดยภาพรวมในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ คู่แข่งที่มีลักษณะเป็นศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าและมีศูนย์บริการซ่อมที่ครบวงจร และรองลงมา คือ การเข้ามาของคู่แข่งทางธุรกิจรายใหม่

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจการบริการซ่อมบำรุงโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการบัญชีและการเงิน ด้านการผลิตบริการ และด้านการจัดการ ตามลำดับ

**Independent Study Title:** The Operational Analysis of Small and Medium Enterprises in Maintenance Service Sector in Chiang Mai Province

**Author** Mr. Kridsada Moonklang

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisor** Associate Professor Orapin Santidhirakul

### **Abstract**

This study was on the operational analysis of small and medium sized enterprises (SMEs) in maintenance service sector in Chiang Mai Province. The objective of this study was to study the operation of those SMEs in 4 business functions: management, marketing, service operation and finance as well as business environment and key success factors. The population in the study was SMEs in maintenance service sector that registered to the Department of Business Development, Chiang Mai Province. The sample data were collected from 10 cases of in-depth interview and 65 questionnaires. The result showed that most of the entrepreneurs were running their enterprises as sole proprietorship. On average, they had been operating for more than 4-6 years. The number of the staff ranged from 1 to 10 persons. Most of the entrepreneurs did not obtain neither supporting nor assistance from any organization and they did not have any award or standard certificate.

Concerning management, most of the entrepreneurs had planned ahead and paid most attention to management. However, most entrepreneurs did not planned for all 4 business functions and some focused only on financial plan. Planning on each function was for short term (1 year or less). They moderately followed their plan. Most of businesses did not have official organization structure.

Concerning service operation, most maintenance service businesses in Chiang Mai had the capacity to serve about 26-50 customers per month. They acquired most materials and

spare parts from suppliers in Chiang Mai Province. The criteria in selecting the suppliers were quality of materials and spare parts. They had quality testing and controlling system for the service operation after jobs were done. They finished their jobs on time. They had monthly scheduled for checking their equipments and tools.

Concerning finance, total value of the assets owned by the entrepreneurs (excluding land) accounted for about 1 – 2.5 million Baht. On average, total annual sales was less than 1 million Baht and the profit margin was approximately 6%-10%. The capital was mostly from the owner. The entrepreneurs considered interest rate most when applying for loan and most of entrepreneurs borrowed about 0.5 - 1 million Baht.

Concerning marketing, the customers had equipments or cars fixed while they were still under warranty. Most entrepreneurs used the mark-up price method. They had 3 month warranty after the service. Most of marketing promotion was public relation although the entrepreneurs paid less attention to it.

The operation of maintenance service enterprises in Chiang Mai was affected by general business environment as analyzed by PEST Analysis at moderate level. The highest level of impact was from countrywide economic factor and the next impact was from the tax policies and local economic factor. Moreover, the overall impacts affecting the industrial competitiveness by applying Five Force Model were at high level. The highest average level of impact was from the threat of substitutes and the next impact was from the threat of new entrants.

Marketing, finance, service operation, and management contributed to the success of the maintenance service sector at moderate level, respectively.