



การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคือผักปลอดสารพิษ

บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม

Feasibility Study of Chemical-Free Vegetable Kiosk Investment

on Chid-Lom BTS Station

โดย

นางสาวพัจนาภา ยศปัญญา

นางสาวศิริรัตน์ ชัยศุภวรรณ

นางสาวหทัยทิพย์ แสงไสย

ปีการศึกษา 2551

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

DEPARTMENT OF AGRIBUSINESS ADMINISTRATION

FACULTY OF AGRICULTURAL TECHNOLOGY

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

King Mongkut's Institute of Technology

เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Ladkrabang

กรุงเทพฯ (10520)

Bangkok, Thailand (10520)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง
การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคือผักปลอดสารพิษ
บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม
Feasibility Study of Chemical-Free Vegetable Kiosk Investment
on Chid-Lom BTS Station

ของ
นางสาวพัจนภา ยศปัญญา
นางสาวศิริรัตน์ ชัยศุภวรรณ
นางสาวหทัยทิพย์ แสงไสย

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)
เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ประเมษฐ์ อัครเรืองพิภพ 4 / ก.พ. / 2552
(อาจารย์ ประเมษฐ์ อัครเรืองพิภพ)

กรรมการปัญหาพิเศษ โอบอล สุวรรณเมฆ 4 / ก.พ. / 2552
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอบอล สุวรรณเมฆ)

หัวหน้าภาควิชา เสาวรีย์ ตะโพนทอง 13 / ส.ค. / 52
(รองศาสตราจารย์ เสาวรีย์ ตะโพนทอง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคือผักปลอดสารพิษ

บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม

Feasibility Study of Chemical-Free Vegetable Kiosk Investment

on Chid-Lom BTS Station

โดย

นางสาวพจนาภา ยศปัญญา

นางสาวศิริรัตน์ ชัยศุภวรรณ

นางสาวหทัยทิพย์ แสงไสย์

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

ปีการศึกษา 2551

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ

บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม

โดย: นางสาวพจนาภา ยศปัญญา

นางสาวศิริรัตน์ ชัยสุภวรรณ

นางสาวหทัยทิพย์ แสงไสย์

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: ปรเมศร์ อิศวเรืองพิภพ 4 กพ. 252

(ปรเมศร์ อิศวเรืองพิภพ)

เนื่องจากพฤติกรรมกรรมกรบริโภคของคนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพขึ้น ผักปลอดสารพิษจึงเป็นทางเลือกที่สำคัญที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ แต่ในปัจจุบันช่องทางการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่อนข้างจำกัด ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษให้ผู้บริโภคในรูปแบบคือออส จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาขึ้น คือออสจะสามารถสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นของผักปลอดสารพิษ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ซึ่งเป็นทำเลที่สามารถติดต่อกับผู้บริโภคได้ง่าย และมีความเติบโตของตลาดเพราะเป็นย่านธุรกิจ ดังนั้นจึงได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจแก่ลูกค้า คือผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ เช่น สลัดผัก น้ำผักผลไม้ปั่น โดยจะมุ่งเน้นคุณภาพของผักที่มีความสด สะอาด ถูกหลักอนามัย และมีตรารับรองมาตรฐาน "Q" เป็นเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารจากหน่วยงานในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ และมีความปลอดภัย

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ คือ ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เทคนิคและการเงิน เพื่อนำไปสู่การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษ และกลุ่มตัวอย่างของประชากรในรัศมี 1 กิโลเมตรจากที่ตั้งโครงการ จำนวน 400 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด พบว่า ขนาดตลาดของผักปลอดสารพิษในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 2,844,816 บาท และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีในพื้นที่ที่ไม่มีคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน จากการสำรวจตลาดพบว่า หากมีการดำเนินโครงการคาดว่าจะมีผู้มาใช้บริการร้อยละ 65.5 ของกลุ่มตัวอย่าง แสดงว่าในพื้นที่ที่มีความต้องการใช้บริการในระดับหนึ่ง จึงมีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค พบว่ามีความพร้อมด้านระบบการผลิต การจัดการผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการจัดหา และขนส่งปัจจัยนำเข้าได้สะดวก อีกทั้งทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ใกล้กับแหล่งชุมชนต่าง ๆ และสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบกับในพื้นที่โครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคมขนส่ง มีสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่ครบครัน จึงมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค และการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน พบว่าอัตราอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 2.19 เท่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวกคือเท่ากับ 655,350 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 38.21 และมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 2 เดือน 22 วัน แสดงว่าโครงการมีกำไรในการดำเนินงาน สามารถคืนทุนได้เร็วกว่าอายุโครงการ คือ 5 ปี และเมื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวโดยใช้สมมุติฐาน 2 กรณี คือ รายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5 และต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากการวิเคราะห์ทั้ง 2 กรณีพบว่าถึงแม้จะเกิดสถานการณ์ดังกล่าว โครงการยังคงมีกำไรจากการดำเนินโครงการ จึงมีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน

ดังนั้น จึงสรุปว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคือผักปลอดสารพิษ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม โดยมีข้อเสนอแนะ คือ ผู้ประกอบการควรเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมกับความต้องการของผู้บริโภค และขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อที่จะเป็นการเพิ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ และเพิ่มยอดขาย ควรมีการเก็บข้อมูลปริมาณการขายสินค้าแต่ละชนิดในแต่ละวัน เพื่อนำข้อมูลไปประมาณการยอดขายเพื่อทำการวางแผน ซึ่งจะช่วยลดปริมาณวัตถุดิบคงเหลือ ด้านการเงินกิจการควรประมาณการไว้ให้เพียงพอกับค่าใช้จ่ายของโครงการในกรณีที่โครงการไม่มีรายได้จากยอดขายเป็นระยะเวลาหนึ่ง และหากมีการประมาณการกระแสเงินสด และบริหารเงินสดคงเหลือที่มีประสิทธิภาพ จะทำให้โครงการมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยอาจพิจารณาลงทุนขยายสาขา ร้านจำหน่ายบริเวณพื้นที่สถานีอื่น ๆ หรือเพิ่มการบริการรูปแบบอื่น ๆ

คำนิยม

การศึกษา และเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จได้ ทั้งนี้ด้วยความกรุณาในการให้คำแนะนำ คำปรึกษาตลอดจนการตรวจทานแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องจากอาจารย์ ประเมศร์ อัครเรืองพิภพ อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ กรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้แก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และอาจารย์ทุก ๆ ท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรที่ให้คำแนะนำในการศึกษาปัญหาพิเศษนี้ คณะจัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณ บริษัทคาเอรุ จำกัด ที่ได้เอื้อเฟื้อข้อมูลเพื่อนำมาสนับสนุนให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และท่านที่อยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ในการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือให้ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และญาติ สำหรับคำแนะนำที่ดี รวมถึงเพื่อน ๆ ทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ และคอยเป็นกำลังใจในการทำงานตลอดมา คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีในการศึกษาปัญหาพิเศษฉบับนี้ ขอมอบให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

คณะผู้จัดทำ

มกราคม 2552

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(5)
สารบัญตารางภาคผนวก	(7)
สารบัญภาพผนวก	(8)
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิด และทฤษฎีในการวิเคราะห์	5
การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	5
การวิเคราะห์ด้านการตลาด	6
การวิเคราะห์ด้านเทคนิค	10
การวิเคราะห์ด้านการเงิน	11
การพยากรณ์	13
การตรวจสอบเอกสาร	15
กรอบแนวความคิด	19
สมมติฐานของการศึกษา	20

สารบาญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3	วิธีการศึกษา	
	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	21
	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 4	ธุรกิจคือออส	
	ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจคือออส	27
	ข้อดีและข้อเสียของการจัดตั้งคือออส	27
	โครงสร้างต้นทุนของการจัดตั้งคือออส	27
	รายละเอียดของร้านประเภทธุรกิจคือออส	28
	การเลือกประเภทร้านค้าสำหรับจัดทำธุรกิจคือออส	28
	การเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจคือออสกับร้านแบบสแตนด์อโลน	29
	ปัจจัยหลักในการสร้างคือออสให้ประสบความสำเร็จ	30
	ตัวอย่างธุรกิจที่สร้างแบบธุรกิจคือออสในประเทศไทย	30
บทที่ 5	ผลการศึกษา	
	การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด	32
	ลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่าง	32
	วิเคราะห์สภาพตลาด	42
	ขนาดของตลาด	42
	แนวโน้มของตลาด	43
	ส่วนแบ่งการตลาด	44
	การวิเคราะห์แรงผลักดันห้าประการ	44
	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	47
	พยากรณ์ความต้องการของตลาด	49
	การประมาณยอดขาย	52
	สรุปผลการศึกษาศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด	54

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค	54
ระบบการผลิต	54
ทำเลที่ตั้ง	61
การประมาณค่าใช้จ่ายในการลงทุน	67
สรุปผลความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค	73
การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	73
รายละเอียดของโครงการ	73
แหล่งที่มาของเงินทุน	73
อายุโครงการ	73
อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ	74
การประมาณการด้านการเงินของโครงการ	74
เงินลงทุนของโครงการ	74
การประมาณรายได้ต่อปีของโครงการ	74
งบกำไรขาดทุน	75
งบกระแสเงินสดสุทธิ	75
การประมาณงบกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ	76
การวิเคราะห์ด้านการเงิน	78
การวิเคราะห์ความอ่อนไหว	79
สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	84
บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะ	
สรุป	85
ข้อเสนอแนะ	87
เอกสารอ้างอิง	88

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก	92
ภาคผนวก ข	97
ภาคผนวก ค	99
ภาคผนวก ง	102



สารบัญตาราง

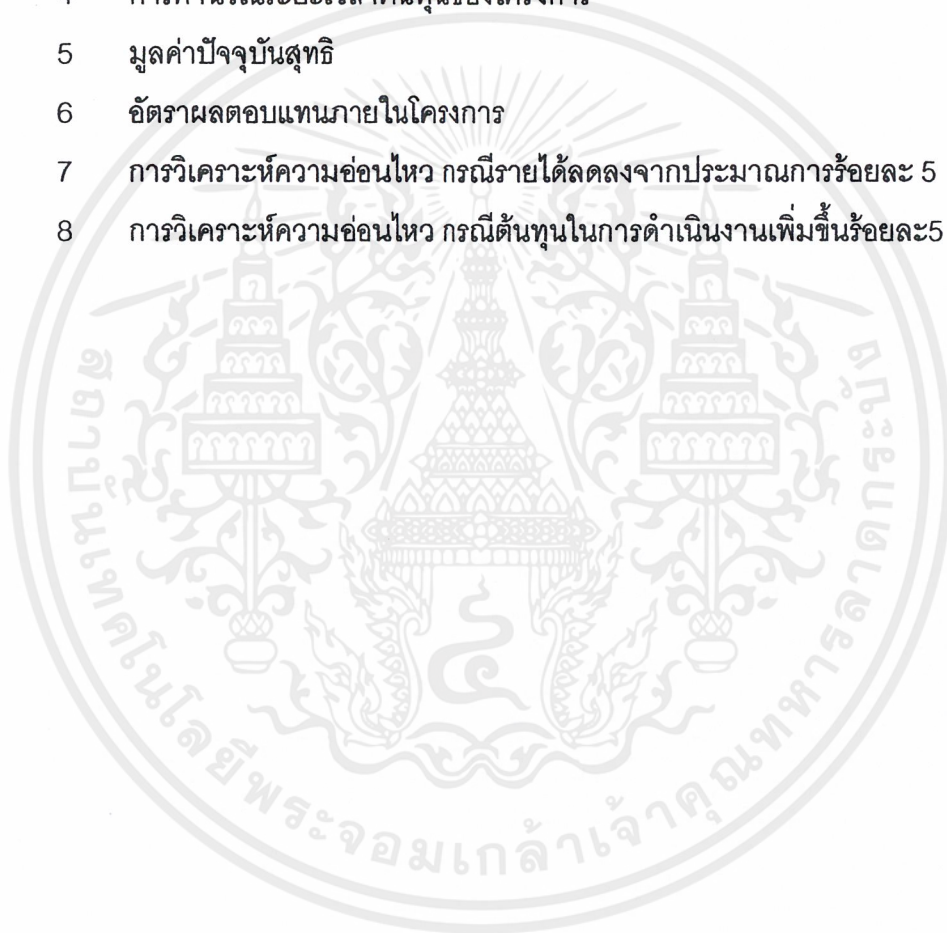
ตารางที่	หน้า
1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ และจำนวนบุคคลในครอบครัว	33
2 พฤติกรรมผู้บริโภคต่อร้านผักปลอดสารพิษ และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ	36
3 พฤติกรรมผู้บริโภคที่เคยซื้อผักปลอดสารพิษ และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ	37
4 เหตุผลของผู้บริโภคที่ไม่เคยซื้อผักปลอดสารพิษ และ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ	38
5 ความเป็นไปได้ของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการร้านจำหน่ายผักปลอดสารพิษ	39
6 ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อ ร้านคือขอผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ	39
7 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค	41
8 ความถี่และค่าใช้จ่ายของผู้บริโภค	42
9 แสดงการสรุปผลการวิเคราะห์แรงผลักดันห้าประการ	47
10 ข้อมูลประชากรและการย้ายถิ่น (กันยายน พ.ศ.2550)	49
11 ผักปลอดสารพิษที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า	51
12 ผลิตภัณฑ์แปรรูปผักปลอดสารพิษประเภทสลัด	52
13 การประมาณยอดขายตามอายุโครงการ 5 ปี	53
14 ต้นทุนวัตถุดิบ	55
15 งบประมาณการลงทุนเครื่องมือและอุปกรณ์เริ่มต้นของโครงการ	56
16 รายการผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย	61
17 ปริมาณคนเดินผ่านบริเวณภายในสถานีและบริเวณด้านล่างสถานีรถไฟฟ้าชิดลม	62
18 พื้นที่เพื่อการค้าชั่วคราว	66
19 การประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ	67

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
20 การประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้าน	69
21 การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	70
22 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (บาท) ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	71
23 ประมาณการต้นทุนการผลิตของโครงการ	72
24 การประมาณการยอดขายอายุโครงการ 5 ปี	74
25 ประมาณการกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ	76
26 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ	77
27 ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน	78
28 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ กรณีรายได้ลดลง จากประมาณการร้อยละ 5 (บาท)	81
29 สรุปผลการวิเคราะห์การลงทุน กรณีกรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5	82
30 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 (บาท)	83
31 สรุปผลการวิเคราะห์การลงทุน กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5	84

สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางที่		หน้า
1	อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	98
2	รายละเอียดของต้นทุนวัตถุดิบ	100
3	งบประมาณการลงทุนเครื่องมือ และอุปกรณ์เริ่มต้นขอโครงการ	100
4	การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ	102
5	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	103
6	อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ	104
7	การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5	105
8	การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5	106



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวความคิด	19
2	รูปแบบโครงสร้างและลักษณะร้านค้าออสผักปลอดสารพิษ	59
3	แผนผังร้านค้าออสผักปลอดสารพิษ	60
4	แผนผังทำเลที่ตั้ง คือออสผักปลอดสารพิษ	63



ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

กระแสความตื่นตัวในเรื่องการดูแลสุขภาพสภาพกำลังเป็นที่สนใจของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการรับประทานพืชผัก ผลไม้ และธัญพืช ซึ่งอุดมไปด้วยเส้นใยอาหารจากธรรมชาติ มีประโยชน์ช่วยในการขับถ่ายทำให้ไม่เป็นโรคท้องผูก และที่สำคัญในผักมีวิตามินเอช่วยบำรุงสายตา วิตามินซีช่วยบำรุงเหงือกและฟัน และสร้างภูมิคุ้มกันโรคให้กับร่างกาย แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคตกอยู่ในภาวะเสี่ยงต่อการบริโภคอาหารที่มาจากวัตถุดิบที่มีสารพิษตกค้าง เนื่องมาจากการใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชที่ไม่ถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งการไม่ระมัดระวังของเกษตรกรผู้ผลิตทำให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนผู้บริโภค ทำให้กระแสเรื่องความปลอดภัย และสุขอนามัยของผู้บริโภคกำลังตื่นตัวอย่างมาก โดยเฉพาะประเทศที่มีมาตรฐานด้านสุขอนามัยชัดเจน รัฐบาลไทยมีนโยบายให้ประเทศไทยเป็นครัวอาหารของโลก ดังนั้นการสนับสนุนให้มีการผลิตวัตถุดิบอาหารจากเกษตรอินทรีย์ จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่ทำให้คนไทยมีสุขภาพดี และขยายผลผลิตผลเกษตรไปสู่ตลาดโลก (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2545)

มูลค่าตลาดอาหารเกษตรอินทรีย์ ในปี พ.ศ. 2550 สูงถึง 947 ล้านบาทต่อปี เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2548 มูลค่า เพียง 789 ล้านบาท โดยเฉพาะในตลาดผักปลอดสารพิษมีมูลค่า 330 ล้านบาท และมีการขยายตัวสูงอย่างต่อเนื่อง คาดการณ์ว่าปี พ.ศ. 2551 มูลค่าตลาดผักปลอดสารพิษ จะเพิ่มเป็น 396 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราการขยายตัวตลาดเฉลี่ยสูงถึง ร้อยละ 20 ต่อปี สถาบันอาหารเล็งเห็นว่า ผู้ประกอบการควรเพิ่มทางเลือกในการลงทุน เจาะตลาดสินค้าเกษตร อาหาร และเครื่องดื่มเกษตรอินทรีย์ที่มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้น ทำให้เห็นโอกาสทางการค้า ซึ่งผู้ประกอบการควรพิจารณาเป็นทางเลือกหนึ่งในการลงทุนและการทำธุรกิจ (สถาบันอาหาร, 2550)

ในส่วนของธุรกิจจำหน่ายอาหารเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ โดยสังเกตได้จากดัชนีการบริโภคของคนไทยที่มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี จากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พบว่าธุรกิจอาหารยังไม่ถึงจุดอิ่มตัว เนื่องจากประชากรมีจำนวนการบริโภคเพิ่มสูงขึ้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทยสรุปภาวะธุรกิจปี พ.ศ. 2548 และแนวโน้มปี พ.ศ. 2549 ถึงปี พ.ศ. 2551 กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้การบริโภคอาหารนอกบ้าน หรือการซื้ออาหารสำเร็จรูปมีแนวโน้มสูงขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2549) รวมทั้งผู้บริโภคยังต้องการอาหารที่มีคุณค่า ปลอดภัยจากสารพิษ มีผลทำให้ตลาดผักปลอดสารพิษในประเทศไทยมีโอกาสเติบโตได้อีก ประกอบกับการแข่งขัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางด้านธุรกิจการจำหน่ายผักปลอดสารพิษมีน้อย จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจที่จะเข้ามาใหม่ในตลาด และในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผักปลอดสารพิษในกรุงเทพมหานครค่อนข้างมีจำกัด ดังนั้นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษให้ผู้บริโภคในรูปแบบคือออส จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหา

ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เป็นทำเลที่น่าสนใจ และเหมาะสมในการลงทุนประกอบธุรกิจอย่างมาก เนื่องจากยังไม่มีร้านที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ และเป็นจุดศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง ซึ่งปัจจุบันประชาชนเลือกที่จะเดินทางโดย รถไฟฟ้ามหานคร ที่สามารถจำกัดระยะเวลาจากการติดขัดของการจราจรได้ รวมทั้งเป็นเขตศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การค้า มีสถานทีราชการ บริษัทต่าง ๆ สถาบันการศึกษา มีประชากรในเขตใกล้เคียงเข้ามาทำธุรกิจ ทำงาน หรือเดินทางผ่าน เป็นจำนวนมาก

จากเหตุผลดังกล่าวเป็นโอกาสที่ดี และน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งสำหรับการดำเนินธุรกิจคือออส ผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผักปลอดสารพิษเพื่อสุขภาพที่ดีของตนเอง และธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ และกำไรให้กับผู้ประกอบการ แต่ในการตัดสินใจลงทุนจำหน่ายผักปลอดสารพิษต้องให้เงินทุนจำนวนหนึ่ง และมีความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของผลประโยชน์ที่จะได้รับในอนาคต ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ก่อนการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ เพื่อลดความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นภายหลังการตัดสินใจ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดในการลงทุนธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิคในการลงทุนธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินในการลงทุนธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงลักษณะทั่วไป รูปแบบการดำเนินงาน และการจัดการในธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ รวมไปถึงความเป็นไปได้ด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน ว่าคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุนประกอบธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ และเป็นแนวทางให้แก่ผู้ที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ จนถึงทางเลือกใหม่ ๆ แก่ผู้บริโภค

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ ซึ่งบริเวณที่ตั้งของโครงการ คือ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร ภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด คือ ร้านที่มีเฉพาะพื้นที่ในการขาย ซึ่งมีพื้นที่ขนาดประมาณ 3X8 เมตร โดยทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการทางด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการออกแบบสำรวจเพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นลูกค้าเป้าหมาย คือ นักศึกษา ผู้ที่ทำงาน และผู้ที่เดินสัญจรผ่านในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมภายในรัศมี 1 กิโลเมตร จากที่ตั้งโครงการ เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านงบประมาณ และระยะเวลาในการศึกษา โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เริ่มทำการศึกษาดังแต่ เดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2551 ถึง มกราคม ปี พ.ศ. 2552

นิยามศัพท์

คือออส หมายถึง ร้านค้าเล็ก ๆ ส่วนมากมักมีขนาดประมาณ 3-40 ตารางเมตร ใช้สำหรับขายสินค้าได้หลายประเภท เช่น คือออสขายสินค้าที่ระลึก คือออสขายหนังสือ คือออสขายอาหาร และเครื่องดื่มทั่วไป เป็นต้น (พิมชนก, 2546)

พื้นที่ชั่วคราว หมายถึง พื้นที่บนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งผู้ให้สิทธิได้รับอนุญาตให้ใช้พื้นที่ดังกล่าวชั่วคราวจากบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เพื่อให้ลูกค้า "ผู้รับสิทธิ" ของผู้ให้สิทธิได้รับสิทธิการใช้พื้นที่เพื่อการค้าชั่วคราว ทั้งนี้ผู้ให้สิทธิสามารถบอกเลิกสัญญาการใช้สิทธิเพื่อการค้า แก่ผู้รับสิทธิได้ (วรการ, 2551)

ผักปลอดสารพิษ หมายถึง ผักที่ปราศจากสารพิษตกค้าง (pesticide residue free) รวมทั้งผักที่ยังคงมีสารพิษตกค้างอยู่เพียงเล็กน้อยในระดับที่ปลอดภัยต่อการบริโภค ซึ่งเป็นผักสดที่เกษตรกรผลิตเพื่อการค้า โดยมีเป้าหมายที่จะลดหรือเลิกใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต เพื่อให้ผักที่ผลิตได้มีความปลอดภัยต่อการบริโภค (ศูนย์เกษตรกรรมบางไทร, 2541)

ผักอินทรีย์ หมายถึง ผักที่เพาะปลูกด้วยวิธีการเกษตรอินทรีย์ (organic agriculture) ซึ่งเป็นวิธีการเพาะปลูกแบบธรรมชาติที่ไม่ใช้สารเคมีใด ๆ ในทุกขั้นตอน (ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร, 2549)



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงการตรวจสอบเอกสาร และรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา จากรายงานการศึกษางานวิจัยและเอกสารอื่น ๆ สมมติฐานของการศึกษาที่ผู้ศึกษาได้กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางในการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของโครงการ

แนวคิดและทฤษฎีในการวิเคราะห์

เนื่องจากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด การแข่งขันที่สูง เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้นเพื่อให้แน่ใจว่าการลงทุนจะประสบความสำเร็จ และได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่างับเงินทุน จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน เพื่อเป็นข้อมูลตัดสินใจ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

แนวคิดขั้นพื้นฐานของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการในสภาพปัจจุบันเป็นการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศต้องประสบปัญหา อาทิ ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรการผลิตที่มีอยู่อย่างจำกัด รวมทั้งในสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงมากขึ้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะเศรษฐกิจ และสังคม เป็นต้น ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ และความล้มเหลวของการลงทุนประกอบธุรกิจทั้งสิ้น ดังนั้นในการลงทุนประกอบกิจการใด ๆ ก็ตามสิ่งที่ผู้ลงทุนต้องการ คือ ผลกำไรจากการลงทุนนั้น ๆ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วผู้ลงทุนต้องการผลตอบแทนจากการลงทุนที่สูงที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ หรืออย่างน้อยที่สุดก็ต้องได้รับผลตอบแทนในอัตราที่ไม่ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ย ถ้าหากนำเงินลงทุนนั้นไปให้กู้หรือฝากธนาคารก็ย่อมได้รับผลตอบแทนตามอัตราดอกเบี้ย นอกจากนี้การลงทุนโครงการต่าง ๆ ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก เงินลงทุนนี้อาจได้มาจากเงินทุนของตนเอง และจากการกู้ยืมมาโดยเอาทรัพย์สินของตนเป็นประกัน ดังนั้นผู้ที่จะลงทุนในโครงการใด ๆ ก็ตาม ควรจะต้องมีการวางแผนโครงการ และศึกษาความเป็นไปได้โดยรอบคอบ ทั้งนี้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว หรืออย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้อยที่สุดก็เพื่อลดโอกาสความเสี่ยงต่อความล้มเหลว หากทำการศึกษาวิเคราะห์โครงการแล้ว ได้ผลว่าโครงการนั้นไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีผลกำไร หรือให้ผลกำไรไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน ความล้มเหลวในการดำเนินการต่าง ๆ ของโครงการ หมายถึง โครงการนั้น ๆ ไม่สามารถสร้างผลกำไรได้ในระยะเวลาอันสมควร จากการศึกษาพบว่า โครงการที่ประสบความล้มเหลวจะมีสาเหตุมาจากสิ่งต่าง ๆ อาทิ ไม่สามารถขายสินค้าได้ในปริมาณที่เพียงพอในราคาพอสมควร ไม่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการผลิต ไม่สามารถเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนให้เพียงพอต่อความต้องการที่จะใช้ได้ และสาเหตุอื่น ๆ

สาเหตุดังกล่าวทั้งหมดนี้ เกิดจากการขาดความเข้าใจในการดำเนินงานในโครงการนั้น ๆ อย่างแท้จริง มิได้มาจากสิ่งอื่น ๆ ที่อยู่นอกเหนือความควบคุมของฝ่ายบริหาร การขาดความเข้าใจในการดำเนินงานโครงการจะเป็นสาเหตุพื้นฐานของความล้มเหลวของกิจการ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการดำเนินงาน และสังเกตเห็นเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตได้ หากจะลงทุนโครงการจะต้องทำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (feasibility study) ก่อนตัดสินใจลงทุนในโครงการนั้น ๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่านักวิชาการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะยิ่งมีความสำคัญมากขึ้น

การศึกษความเป็นไปได้ของโครงการ หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการนั้น โดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงินของโครงการเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจของผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้น ๆ

1. การวิเคราะห์ด้านการตลาด

เป็นการศึกษาหาความสามารถของโครงการในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ ตามราคาที่กำหนด และปริมาณที่คาดหมายไว้ การศึกษาด้านการตลาดนี้เป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนในโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการศึกษาด้านการตลาดจะศึกษาลงลึกถึงรายละเอียด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องมาประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และความเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาดจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแน่ใจได้ในระดับหนึ่ง ว่าโครงการที่จะลงทุนสามารถทำผลตอบแทนได้คุ้มค่ากับเงินลงทุน หรืออีกนัยหนึ่ง คือ สามารถอยู่รอดและทำกำไรได้ในระยะยาว การวิเคราะห์ตลาด การประมาณยอดขายสินค้า การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ประสิทธิ์, 2545)

1.1 การวิเคราะห์สภาวะการตลาด เพื่อศึกษาถึงขนาดตลาด แนวโน้มของตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด โดยมีรายละเอียด คือ

1.1.1 การศึกษาขนาดตลาด เป็นการศึกษาถึง “ขนาดตลาด” ในภาพกว้าง เพื่อให้ทราบว่าตลาดที่เราจะทำการศึกษามีขนาดเล็กหรือใหญ่เพียงใด และเมื่อศึกษาในภาพกว้างแล้วก็จะศึกษาขอบข่ายตลาดที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น คือ การศึกษาถึง “ส่วนของตลาด” ที่ผลิตภัณฑ์ของโครงการมุ่งเข้าไปตอบสนอง ทั้งนี้เพื่อทราบถึงขนาด และกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้อง และแม่นยำยิ่งขึ้น

1.1.2 การศึกษาแนวโน้มของตลาด เป็นการศึกษาถึงทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ว่าจะมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไป

1.1.3 การศึกษาส่วนแบ่งตลาด เป็นการศึกษาถึงความสามารถของธุรกิจที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาด 2 ประการ คือ ความเข้มข้นของการแข่งขัน และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

1.2 การพยากรณ์ความต้องการของสภาพตลาด หมายถึง การพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดในรูปของจำนวนเงิน หรือจำนวนหน่วยสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งของกลุ่มผู้บริโภค ภายในขอบเขตพื้นที่หนึ่ง และระยะเวลาที่กำหนดให้ภายใต้โปรแกรมทางการตลาด และสภาวะแวดล้อมทางการตลาดที่กำหนดขึ้น

1.3 การประมาณยอดขายสินค้า โดยวิธีการคาดคะเนส่วนแบ่งที่โครงการนั้นจะได้รับว่าเป็นร้อยละเท่าใดของตลาดรวม

1.4 กลยุทธ์การจัดจำหน่าย การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย โดยทั่วไปผู้ผลิตจะไม่ใช้วิธีการขายตรงไปยังผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว แต่จะใช้วิธีการจัดจำหน่ายโดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือคนกลางซึ่งเข้ามาทำหน้าที่ต่าง ๆ กันในด้านความสำเร็จของการจัดจำหน่ายไม่ได้ขึ้นอยู่กับทางเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับนโยบายสร้างความต้องการในตลาด และนโยบายผลัดกัน

1.5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด เป็นการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ จะมีประโยชน์อย่างมากในการวางแผนทางการตลาด ซึ่งสิ่งแวดล้อมทางการตลาดแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ (ประสิทธิ์, 2545)

1.5.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมแบบมหภาค ประกอบด้วย ปัจจัยในวงกว้างที่มีอิทธิพลต่อสังคมส่วนรวมของประเทศ ได้แก่

1.5.1.1 สภาพแวดล้อมทางด้านสังคม วัฒนธรรม เมื่อสภาวะแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไป ความต้องการของบุคคลในสังคมก็เปลี่ยนไปด้วย ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับสภาวะทางสังคม และวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป

1.5.1.2 สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจจะขายผลิตภัณฑ์ได้นั้น นอกจากจะต้องขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้าแล้ว ยังขึ้นอยู่กับอำนาจซื้อที่มีอยู่ด้วย ดังนั้น ผู้บริหารการตลาดจะต้องให้ความสนใจต่อสิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจด้วย เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจจะมีผลกระทบต่ออุปสงค์ อุปทาน อำนาจซื้อ ความเต็มใจซื้อ รูปแบบ และระดับการใช้จ่ายของผู้บริโภค รวมทั้งยังมีผลต่อความรุนแรงของการแข่งขันด้วย

1.5.1.3 สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงหรือความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะมีผลกระทบต่อสังคมผู้บริโภค และธุรกิจ

1.5.1.4 สภาพแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและกฎหมาย จะมีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างสูงเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย การเมืองมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินนโยบายทางการเมืองและกฎหมาย ซึ่งจะมีผลต่อสภาวะการลงทุน นโยบายด้านการเงินและการคลัง และกฎหมายต่าง ๆ

1.5.1.5 สภาพแวดล้อมทางด้านประชากรศาสตร์ คือ การศึกษาถึงลักษณะต่าง ๆ ของประชากรหรือพลเมืองในประเทศนั้น ซึ่งรวมถึงจำนวนหรือขนาดการกระจายตัว องค์ประกอบ และการเปลี่ยนแปลงของประชากร

1.5.1.6 สภาพแวดล้อมด้านทรัพยากร เพื่อประโยชน์ในการใช้วิเคราะห์หาโอกาส และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด นักการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ การขาดแคลนวัตถุดิบ การเพิ่มขึ้นของต้นทุนพลังงาน การเพิ่มขึ้นของระดับมลภาวะ การเปลี่ยนแปลงของรัฐบาลในการป้องกันสิ่งแวดล้อม

1.5.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจุลภาค ประกอบด้วยสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน

1.5.2.1 สภาพแวดล้อมภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาดประกอบด้วย 5 ตัวแปรหลัก คือ ตลาด ผู้ขายปัจจัยการผลิต คนกลางทางตลาด คู่แข่งขัน และกลุ่มสาธารณชน

1.5.2.2 สภาพแวดล้อมภายในองค์กรประกอบด้วยทรัพยากรต่าง ๆ ภายในบริษัท ซึ่งได้แก่ ฝ่ายการตลาด ทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรทางการเงิน การวิจัยและพัฒนา ภาพลักษณ์ของบริษัท ท่าเลที่ตั้ง และสิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิต

1.5.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม การทำความเข้าใจลูกค้าอย่างเดียวนั้นไม่พอ ในยุคปัจจุบัน จำเป็นต้องศึกษาคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ การศึกษากลยุทธ์ของคู่แข่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการวางแผนทางการตลาดที่มีประสิทธิผล (ศิริวรรณ และคณะ, 2541) การวิเคราะห์แรงผลักดันห้าประการ (five forces model) ของ Michael E. Porter เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ประกอบด้วย

1.5.3.1 ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยอุตสาหกรรมจำนวนมากในระบบเศรษฐกิจมีระดับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น การแข่งขันนี้โดยทั่วไปสามารถเพิ่มการแข่งขันด้านราคา ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์

1.5.3.2 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น คู่แข่งรายใหม่ในอุตสาหกรรม จะเป็นอุปสรรคทางการแข่งขัน สำหรับธุรกิจเดิม การเพิ่มสมรรถภาพ และศักยภาพที่จะแย่งส่วนครองตลาดของคู่แข่งเดิม คู่แข่งขันใหม่จะทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรมากขึ้น

1.5.3.3 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน ความสามารถในการหาผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกัน จะทำให้เกิดข้อจำกัดด้านราคาของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเมื่อราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่สูงขึ้นเหนือกว่าผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ ลูกค้าจะเปลี่ยนแปลงไปใช้สินค้าทดแทนกันได้ทันที

1.5.3.4 ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมจะสร้างอำนาจการต่อรองด้านราคา หรือต้องการคุณภาพที่ดีขึ้นสำหรับราคาเดิม

1.5.3.5 ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต ผู้ขายปัจจัยการผลิตจะมีผลต่อศักยภาพด้านกำไรของอุตสาหกรรม ทำให้ราคาปัจจัยการผลิตและราคาสินค้าสูงขึ้น หรือการลดคุณภาพของสินค้า และลดบริการลง

1.6 สรุปผลการศึกษาด้านการตลาด เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการศึกษาด้านการตลาดที่จะให้คำตอบว่า โครงการควรทำการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านอื่นต่อไปหรือไม่ (ประสิทธิ์, 2545)

2. การวิเคราะห์ด้านเทคนิค

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค และเป็นพื้นฐานในการ คัดคะแนนต้นทุนของโครงการด้วย นอกจากนี้ยังช่วยอำนวยความสะดวกในการพิจารณาผลกระทบที่ เกิดขึ้นจากการเลือกทางด้านเทคนิคต่าง ๆ ในแง่การว่าจ้างแรงงาน อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มี ผลกระทบต่อมวลมนุษย์ ความต้องการด้านเงินลงทุน การมีส่วนร่วมได้รับการสนับสนุนกึ่งจาก อุตสาหกรรมอื่น ๆ การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิค ควรพิจารณาหัวข้อดังต่อไปนี้ (ประสิทธิ์, 2545)

2.1 คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมถึงรายละเอียดคุณสมบัติทางด้านกายภาพ ด้านกลศาสตร์ ด้านเคมี และวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์

2.2 กระบวนการผลิต โดยแสดงรายละเอียด และแสดงเหตุผลในการเลือก ทางเลือกกระบวนการผลิตนั้น

2.3 การกำหนดขนาดโรงงาน และตารางการผลิต รวมถึงการคาดคะเนปริมาณ การผลิตการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงาน และปัจจัยต่าง ๆ ทางเทคนิค

2.4 การเลือกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ รวมถึงรายละเอียดของเครื่องจักรอุปกรณ์ทั้ง ที่มีอยู่เดิม และที่จัดหามาใหม่ ใบเสนอราคาจากผู้จำหน่าย วันส่งของ รูปแบบการชำระเงิน และ การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบถึงทางเลือกเครื่องจักรอุปกรณ์ในแง่ของต้นทุน ความน่าเชื่อถือ ประสิทธิภาพของเครื่องจักร และการบำรุงรักษา

2.5 การกำหนดทำเลสถานที่ตั้งโรงงาน พร้อมทั้งประเมินความเหมาะสมของ ทำเลสถานที่ตั้งดังกล่าว โดยพิจารณาระยะทางจากแหล่งวัตถุดิบและตลาด สำหรับโครงการใหม่ อาจรวมถึงการเปรียบเทียบระหว่างทำเลสถานที่ตั้งหลาย ๆ แห่ง โดยระบุถึงข้อดีและข้อเสียของแต่ละ ทำเลนั้น

2.5.1 การออกแบบผังโรงงาน คัดคะแนนต้นทุน และการปรับปรุงที่ดินใน การก่อสร้างอาคารโรงงาน

2.5.2 การศึกษาความเป็นไปได้ในด้านความสามารถในการจัดหา วัตถุดิบและสิ่งอำนวยความสะดวก พร้อมทั้งรายละเอียดคุณสมบัติทางกายภาพ และทางเคมี ปริมาณความต้องการ ต้นทุนในปัจจุบันและในอนาคต รูปแบบการชำระเงิน ทำเลที่ตั้งของแหล่งผู้ จัดจำหน่ายวัตถุดิบ และความสม่ำเสมอในการจัดส่งของให้

2.5.3 การคาดคะเนความต้องการแรงงาน พร้อมทั้งจำแนกรายละเอียด เป็นแรงงานทางตรง และแรงงานทางอ้อม

2.5.4 การกำหนดปริมาณ และต้นทุนของส่วนสูญเสียเหล่านี้ ให้อำนาจหน้าที่การตัดสินใจ กำหนดส่วนสูญเสียตามความจำเป็น

2.5.5 คาดคะเนต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์

3. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

ในการวิเคราะห์ทางการเงิน วิเคราะห์ผลตอบแทนเพื่อดูว่าให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะใช้เครื่องมือวิเคราะห์ความเป็นไปได้ (ประสิทธิ์, 2545) ได้แก่

3.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value: NPV) มูลค่าปัจจุบันสุทธิบ่งชี้ถึงจำนวนผลประโยชน์ที่ได้รับตลอดระยะเวลาของโครงการ ซึ่งอาจจะมีค่าเป็นลบ เป็นศูนย์ หรือเป็นบวกก็ได้ ขึ้นอยู่กับขนาดของมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์รวม หักออกด้วยมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม ของโครงการนั้น ผลรวมของมูลค่าผลตอบแทนสุทธิที่ได้ปรับค่าของเวลาเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วของโครงการ สำหรับโครงการที่ควรลงทุนนั้นมูลค่าสุทธิจะต้องมีค่าเป็นบวกหรือมากกว่าศูนย์ คือรายได้มากกว่ารายจ่ายเมื่อคิดลดกลับมาเป็นมูลค่าปัจจุบันด้วยระดับอัตราดอกเบี้ยหรืออัตราคิดลดที่เหมาะสม ใช้ในการวิเคราะห์เงินสดหมุนเวียน

3.2 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (benefit-cost ratio: BCR) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนคือ มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์รวมหารด้วยมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม จะแสดงอัตราส่วนของมูลค่าปัจจุบันของรายได้กับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุของโครงการ และหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกทำโครงการ พิจารณาเลือกลงทุนในโครงการที่มีอัตราส่วนผลตอบแทนค่าใช้จ่ายมากกว่าหนึ่ง หมายความว่า รายได้ที่ได้จากโครงการจะมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซ่อมแซมบำรุงรักษา และลงทุนทดแทนอุปกรณ์ที่เสื่อมสภาพ จะเกิดขึ้นตลอดช่วงอายุทางเศรษฐกิจของโครงการที่ได้ปรับค่าไปตามเวลาหรือคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วมาเปรียบเทียบกันเพื่อหาอัตราส่วน ผลประโยชน์ต่อต้นทุน อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนอาจจะมีค่าเท่ากับหนึ่ง มากกว่าหนึ่ง หรือน้อยกว่าหนึ่งก็ได้แต่หลักการตัดสินใจที่แสดงว่าโครงการมีความเหมาะสม และคุ้มค่าในทางเศรษฐกิจ คือ เมื่ออัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนมีค่าเท่ากับหนึ่งหรือมากกว่าหนึ่ง

3.3 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (internal rate of return: IRR) คือ ผลตอบแทนเป็นร้อยละต่อโครงการ หรือหมายถึง อัตราดอกเบี้ยในกระบวนการคิดลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์ ณ จุดนี้จำเป็นต้องอธิบายเพิ่มเติมถึงความสัมพันธ์ระหว่างอัตราดอกเบี้ยกับขนาดของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ถ้าอัตราดอกเบี้ยระดับหนึ่งที่ใช้ใน

กระบวนการคิดลดแล้วทำให้มูลค่าปัจจุบันมีค่าเป็นบวก อัตราดอกเบี้ยใหม่ที่สูงกว่าจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าลดลง และจะลดลงต่อไปตราบเท่าที่อัตราดอกเบี้ยยังคงเพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ ในท้ายสุดจะมีอัตราดอกเบี้ยระดับหนึ่งที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันมีค่าเท่ากับศูนย์พอดี ซึ่งก็คืออัตราผลตอบแทนภายในของดอกเบี้ย หรืออัตราคิดลด เราจะไม่เลือกโครงการ หลักการตัดสินใจว่าโครงการมีความคุ้มค่าทางด้านการเศรษฐกิจ ก็คือเมื่อ อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการมีค่าสูง และต้องสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเฉพาะ หรือค่าเสียโอกาสของทุน

3.4 ระยะเวลาคืนทุน (payback period) หมายถึง ระยะเวลาหรือจำนวนปีที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการชดเชย กระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการพอดี ซึ่งระยะเวลาดังกล่าวจะบอกให้ผู้ลงทุนทราบว่าต้องใช้เวลาานเท่าใด จึงจะได้รับเงินที่จ่ายลงทุนสุทธิเริ่มต้นโครงการกลับคืนมา การคำนวณระยะเวลาคืนทุน สำหรับเศษส่วนที่เหลือคำนวณจากค่าผลประโยชน์สุทธิสะสมที่มีค่าเป็นลบในปีสุดท้ายหารด้วยผลประโยชน์สุทธิในปีถัดไป การใช้ระยะเวลาคืนทุนเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธโครงการลงทุนนั้นมีหลักเกณฑ์ คือ ผู้ลงทุนจะต้องกำหนดระยะเวลาคืนทุนไว้ก่อน และถ้าระยะเวลาคืนทุนที่คำนวณได้มากกว่าระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการก็จะปฏิเสธโครงการลงทุนนั้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าระยะเวลาคืนทุนที่คำนวณได้น้อยกว่าระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการก็จะยอมรับโครงการลงทุนนั้น

3.5 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (sensitivity analysis) เป็นการวิเคราะห์ดูว่าปัจจัยใดที่มีผลกระทบต่อโครงการ ถ้าปัจจัยนั้นมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายลดลงหรือเพิ่มขึ้น ยอดขายเพิ่มขึ้น หรือลดลงกว่าที่คาดคะเนไว้ ผลการวิเคราะห์จะแสดงให้เห็นว่าโครงการมีความทนทานต่อความเสี่ยงมากน้อยเพียงใด

3.6 อัตราคิดลด (discount rate) อัตราคิดลดมีความสำคัญในการพิจารณาความเป็นไปได้ของโครงการ เพราะใช้เป็นตัวปรับค่าต้นทุน และผลตอบแทนที่เกิดขึ้นในอนาคตให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน ในการใช้อัตราลดของการพิจารณาโครงการจึงควรเป็นค่าเสียโอกาสของทุน ซึ่งเลือกขึ้นมาจากค่าเฉลี่ยของผลตอบแทนการใช้ทุนทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เกือบทุกประเทศมีความเห็นว่าค่าเสียโอกาสของทุนที่เหมาะสมจะอยู่ระหว่างร้อยละ 12 ถึงร้อยละ 15 ซึ่งยึดถือตามหลักของธนาคารโลกที่ได้ศึกษาและกำหนดไว้ สำหรับประเทศกำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย (เพชร, 2532)

4. การพยากรณ์

4.1 การพยากรณ์อุปสงค์ของตลาด

การพยากรณ์สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งไม่มีข้อมูลทางสถิติในอดีตมาก่อนจะกระทำได้ยากมาก และมีโอกาสคลาดเคลื่อนมากกว่าการพยากรณ์ตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว การพยากรณ์ผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรมซึ่งมีลูกค้าลักษณะเป็นกลุ่มเล็ก และมีตัวเลขการผลิตจำกัดพิมพ์ไว้แล้วนั้นช่วยให้เกิดความถูกต้องในการพยากรณ์มากกว่าผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริโภคที่มีลูกค้ามีลักษณะเป็นกลุ่มประชากรใหญ่ และยากที่จะกำหนดกลุ่มลูกค้าออกมาได้ (ฐาปนา และ คณะ, 2542)

วิธีการทั่วไปที่ใช้พยากรณ์อุปสงค์ของตลาด จะผันแปรไปตามผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ของการพยากรณ์ตลาดก็เพื่อคาดคะเนยอดขายผลิตภัณฑ์ในระยะเวลาที่ต้องการ และนำมาวิเคราะห์ด้านเทคนิคเพื่อจัดทำตารางการผลิต และกำหนดระดับสินค้าคงคลัง ทางปฏิบัติโดยทั่วไปพยากรณ์ตลาดปีต่อปี โดยแบ่งย่อยการพยากรณ์ออกเป็นรายเดือน พยากรณ์ไว้ล่วงหน้า 3-5 ปี เทคนิคการพยากรณ์ที่สามารถนำไปใช้รวบรวม และประมวลข้อมูลเพื่อคาดการณ์ความต้องการตลาด สามารถจำแนกได้ 4 เทคนิค ได้แก่ พยากรณ์โดยใช้ดุลยพินิจ (judgment) พยากรณ์โดยการสำรวจ (survey) พยากรณ์โดยการวิเคราะห์แนวโน้ม (time-series or trend analysis) และพยากรณ์โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (correlation) การพยากรณ์อาจใช้เทคนิคมากกว่า 2 เทคนิคร่วมกันได้ โดยทั่วไปการพยากรณ์ทางสถิติมักจะใช้เทคนิคที่ 3 และ 4

การพยากรณ์โดยใช้ดุลยพินิจเป็นการพยากรณ์โดยอาศัยความนึกคิด และประสบการณ์ที่ผ่านมา การพยากรณ์โดยใช้วิธีนี้โดยเฉพาะเป็นเทคนิคที่ไม่ค่อยเหมาะสมนัก เพราะนักวิเคราะห์น้อยคนที่จะมีประสบการณ์ หรือความรอบรู้เพียงพอที่จะพยากรณ์โดยใช้ดุลยพินิจได้อย่างถูกต้อง อย่างไรก็ตามการพยากรณ์โดยใช้ดุลยพินิจสามารถนำมาใช้ประกอบควบคู่กับเทคนิคการพยากรณ์อื่น ๆ ได้

การพยากรณ์โดยใช้การสำรวจ เป็นการพยากรณ์โดยสำรวจบุคคลต่าง ๆ ในตลาดที่เกี่ยวข้อง คือ ลูกค้า ผู้ค้าส่ง พนักงานขาย ผู้บริหาร และผู้เชี่ยวชาญอื่น ๆ ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาสามารถกระทำได้โดยใช้เทคนิคการสำรวจต่าง ๆ เช่น แบบสอบถามทางไปรษณีย์ การสัมภาษณ์ตัวบุคคล หรือทางโทรศัพท์ เป็นต้น เทคนิคการพยากรณ์นี้อาจเกิดความคลาดเคลื่อนได้ อันเนื่องมาจากการตอบคำถามที่ไม่ถูกต้อง หรือจำนวนการตอบสนองการสำรวจไม่เพียงพอ

การพยากรณ์โดยการวิเคราะห์แนวโน้ม เป็นเทคนิคทางสถิติที่อาศัยข้อมูลในอดีตของผลิตภัณฑ์ เทคนิคการพยากรณ์ทางสถิติขึ้นอยู่กับข้อสมมติฐานที่ว่า รูปแบบการเจริญเติบโต

ในอดีตจะมีผลลักษณะต่อเนื่องไปในอนาคต ในการวิเคราะห์แนวโน้มจะถือว่าตลาดในอดีต และในอนาคตของผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับเวลาโดยไม่คำนึงถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ราคาหรือการเปลี่ยนแปลงรายได้ ซึ่งมีอิทธิพลต่ออุปสงค์เช่นกัน ดังนั้น เทคนิคการพยากรณ์นี้จึงมีข้อเสียเนื่องจากไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยดังกล่าว และมีข้อจำกัดที่ว่าไม่สามารถพยากรณ์ตลาดในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เช่น 1-3 ปีได้

การพยากรณ์โดยวิเคราะห์สหสัมพันธ์ เทคนิคนี้เป็นการพยากรณ์ที่ตรงจุดมุ่งหมาย และวัดถึงความสัมพันธ์โดยตรงตลาดและตัวแปรอื่น ๆ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เป็นการหาระดับความสัมพันธ์ระหว่างตลาดกับตัวแปรผัน (dependent variable) และตัวแปรอื่น ๆ (independent variable) เช่น รายได้บุคคล การวิเคราะห์นี้ช่วยให้ได้ความสัมพันธ์ทางสถิติ ช่วยในการคาดคะเนได้ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เป็นวิธีที่ดีที่สุดสำหรับการพยากรณ์แนวโน้มระยะยาว แต่ไม่เหมาะกับการพยากรณ์ระยะสั้น ซึ่งมีปัจจัยเกี่ยวกับฤดูกาล หรือวงจรที่อาจทำให้สหสัมพันธ์บิดเบือนได้ การนำเอาการวิเคราะห์สหสัมพันธ์มาใช้พยากรณ์ตลาดของผลิตภัณฑ์ นักวิเคราะห์ต้องรู้ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ ความสัมพันธ์เชิงปริมาณระหว่างปัจจัยเหล่านี้ต่อผลิตภัณฑ์

4.2 การพยากรณ์ยอดขาย

เมื่อได้ข้อมูลลักษณะตลาดปัจจุบัน และการพยากรณ์ความต้องการของตลาดในอนาคตแล้ว จะสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาพยากรณ์ยอดขาย การพยากรณ์ยอดขาย ควรพยากรณ์ตลอดระยะเวลาของโครงการให้ได้ตัวเลขประมาณการที่แน่นอนที่สุด โดยไม่มีอคติ (bias) เข้ามาเกี่ยวข้อง เพราะหากพยากรณ์ความต้องการสินค้าสูงเกินไป จะทำให้สินค้ามากเกินความต้องการของตลาด ทำให้ค่าใช้จ่ายในการผลิตสูง เนื่องจากโรงงานมีขนาดใหญ่เกินไป แต่หากพยากรณ์ความต้องการต่ำเกินไป จะทำให้พลาดโอกาสการทำกำไรให้แก่กิจการ ผลิตสินค้าไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาดค่าใช้จ่ายในการผลิตก็จะสูงอีกเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากปริมาณการผลิตดังกล่าวนั้นไม่ใช่ปริมาณที่จะให้ผลประโยชน์สูงสุดต่อโครงการ การพยากรณ์การขายจะเป็นสิ่งบ่งบอกว่าการกิจการนั้น ๆ จะดำเนินไปได้ก้าวหน้าเพียงใด ทำให้สามารถตั้งจุดประสงค์ของการผลิตได้ แม้ว่าบางครั้งอาจมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด ซึ่งมีผลกระทบในทางลบต่อสถานะด้านการตลาดของกิจการก็จะสามารถดำเนินงานให้ได้รับผลกระทบที่น้อยที่สุด จะเห็นได้ว่าการพยากรณ์เป็นจุดเริ่มต้นของการวางแผนการดำเนินธุรกิจอย่างฉลาด ทำให้สามารถตั้งงบประมาณและควบคุมค่าใช้จ่ายได้ ซึ่งจะมีผลต่อกำไรต่อโครงการ สิ่งสำคัญที่จะควรพิจารณาในเรื่องนี้ ได้แก่ การขายของโรงงานในโครงการ การขายของโรงงานคู่แข่ง ระดับและแนวโน้มของการบริโภค

แนวโน้มของอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าอย่างเดียวกัน หรือทดแทนกันได้กับสินค้าที่จะผลิตในโครงการ และสถานที่ด้านเศรษฐกิจทั่ว ๆ ไป ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งแนวโน้มในอนาคต (ฐาปนา และคณะ, 2542)

การตรวจสอบเอกสาร

ปราณี กรกาญจนรักษ์ (2543) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านเลมอนกรีนคือออส โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ร้านเลมอนกรีนในโรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ มีวิธีการศึกษาโดยมีการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 คน และจากเอกสารรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีข้อสรุปว่าจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำธุรกิจที่มีการลงทุนขนาดเล็กถือเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจสูงไม่ควรกู้เงินมาลงทุน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของอัตราดอกเบี้ย และสถาบันการเงินอยู่ในสภาวะไม่ปล่อยสินเชื่อ การลงทุนต้องขึ้นอยู่กับฐานะการเงินของผู้ลงทุน และไม่ควรเสี่ยงมากนัก ดังนั้น การลงทุนในธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่มขนาดเล็ก หรือคือออสจึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจสูงร้านเลมอนกรีน คือออสเป็นร้านขายอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ที่ใช้เงินลงทุน และระยะเวลาในการดำเนินการติดตั้งไม่มากนัก ไม่จำเป็นต้องมีการเก็บสินค้าคงคลังในปริมาณสูง ทำให้ไม่เกิดภาวะเงินจม ข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจมีไม่มากนัก และค่อนข้างยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากสามารถหาซื้อสินค้าได้เอง และไม่ต้องจ่ายค่ารอยัลตี้ จึงถือเป็นธุรกิจที่น่าสนใจลงทุนสำหรับผู้ที่มีเงินออมไม่มาก จากการค้นพบในเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านเลมอนกรีนคือออส พบว่า การเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อจะใช้การวัดปริมาณการจราจรเป็นสำคัญ ซึ่งถ้าเป็นร้านค้าที่อยู่ริมถนนจะใช้การนับปริมาณรถ และคนเดินผ่านร่วมกันแต่ถ้าเป็นร้านค้าประเภทคือออสจะใช้การนับปริมาณคนเดินผ่านเพียงอย่างเดียว เนื่องจากมักตั้งในแหล่งชุมชนที่มีพื้นที่เล็ก ๆ เช่น อาคารสำนักงาน, เปิดเป็นร้านเคลื่อนที่, โรงอาหารของมหาวิทยาลัยและแหล่งชุมชน และห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ซึ่งการนับปริมาณคนเดินผ่านจำเป็นต้องมีการกำหนดกฎเกณฑ์ การวิเคราะห์ด้านการเงินพบว่า โครงการมีความคุ้มค่า จึงสรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน แต่ต้องบริหารต้นทุนสินค้าขายของโครงการไม่ให้เพิ่มสูงเกินกว่าร้อยละ 12

รัชตพรรณ ยงพานิช (2544) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีวิธีการศึกษา ดังนี้ การวิเคราะห์ด้านการตลาดโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง โดยการออกแบบสอบถามจำนวน 150 ราย และสัมภาษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 3 ราย การเลือกตัวอย่างเป็นการเลือกตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง การวิเคราะห์ด้านการตลาดจากการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยใช้แบบสอบถาม พบว่ารูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพที่นิยมเป็นอาหารมังสวิรัต และอาหารเจ การวิเคราะห์ด้านเทคนิค พบว่า โครงการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ทำการศึกษากำหนดให้ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ลักษณะที่ตั้งเป็นห้องแถวชั้นเดียว 2 คูหา มีเงินทุนเริ่มแรกเท่ากับ 270,000 บาท เพื่อใช้เป็นเงินทุน การวิเคราะห์ด้านการเงินพบว่า มีระยะเวลาโครงการ 5 ปี จะมีความคุ้มค่าในการลงทุน มีอัตราผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน สรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการจัดตั้ง และมีผลตอบแทนคุ้มค่างับการลงทุน

ชนิษฐา แซ่เจี๋ย และบรรเจิด สังวาลนุช (2548) ศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีติม้ซ่า บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินงานทั่วไป และศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีติม้ซ่า มีวิธีการศึกษาโดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารถึงความต้องการ และพฤติกรรมผู้บริโภค จำนวน 200 ตัวอย่าง และสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่แฟรนไชส์ โดยผลการศึกษาพบว่า ร้านโชคดีติม้ซ่ามีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เมื่อพิจารณาจากตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ และทำให้ยังมีโอกาสทางการตลาดอยู่มาก มีแนวโน้มทางการตลาดที่มีอัตราการเพิ่มสูงขึ้น โดยคาดว่าในปี พ.ศ. 2548 จะมีอัตราการขยายตัวถึง 1 เท่าจากปีก่อนหน้านี้ จากการสำรวจหากมีร้านโชคดีติม้ซ่ามาเปิดบริการบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดว่ามีผู้มาใช้บริการอย่างแน่นอร้อยละ 14 เป็นส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจในอนาคต และมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เมื่อพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ สาธารณูปโภคต่าง ๆ รวมทั้งในด้านการจัดหาแรงงาน ส่วนการวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการ พบว่า โครงการมีอัตราผลตอบแทนที่คุ้มทุน จึงสรุปได้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีติม้ซ่า บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาด เทคนิค และด้านการเงิน

จรัสลักษณ์ จันทร์มานนท์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารมังสวิรัตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารมังสวิรัต เนื่องจากประชาชนหันมาให้ความสนใจ การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขอบเขตการศึกษา คือ ประชากรผู้อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย และผู้ประกอบการร้านอาหารมังสวิรัตจำนวน 3 ราย กำหนดจำนวน

กลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน การวิเคราะห์ด้านการตลาด พบว่า ปัจจัยสำคัญในการเลือกร้านอาหาร ได้แก่ ความสะอาดและรสชาติของอาหาร การส่งเสริมการจำหน่ายที่ลูกค้าให้ความสนใจ คือ การมีป้ายแนะนำเรื่องสุขภาพ การวิเคราะห์ด้านเทคนิค พบว่า โครงการธุรกิจร้านอาหารมังสวิวัตน์ ที่ทำการศึกษากำหนดให้ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว มีเงินทุนเริ่มแรกเท่ากับ 442,124 บาท เพื่อใช้เป็นเงินทุน การวิเคราะห์ด้านการเงิน พบว่า มีระยะเวลาโครงการ 5 ปี จะมีความคุ้มค่าในการลงทุน มีอัตราผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน สรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการจัดตั้ง และมีผลตอบแทนคุ้มค่างับการลงทุน

ภัทรพงศ์ เอมโอช และคณะ (2548) ศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนจัดตั้งธุรกิจผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรภายใต้ตราบ้านแคสแตภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในการจัดตั้งธุรกิจผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรภายใต้ตราบ้านแคสแต ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีเครื่องมือและวิธีการศึกษา คือ การสัมภาษณ์เชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปเนื้อสุกรจากอาจารย์และผู้ประกอบการ และใช้แบบสอบถามทำการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน หรือผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนบุคคลเพื่อทราบข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร ผลการศึกษาด้านการตลาดพบว่า ตลาดภายในภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เป็นตลาดที่มีขนาด และแนวโน้มอยู่ในเกณฑ์ดี และมีแนวโน้มการรับนักศึกษาเพิ่มขึ้นทุกปี จากการศึกษาด้านเทคนิคพบว่า ท่าเลที่ตั้งของโครงการมีการคมนาคมขนส่งที่สะดวก กำลังการผลิตสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ ในส่วนการศึกษาด้านการเงิน พบว่า โครงการมีระยะเวลาการคืนทุนค่อนข้างเร็ว คือ ภายใน 1 ปี 8 เดือน และมีอัตราผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน จากการวิเคราะห์ทั้ง 3 ด้าน สรุปว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน

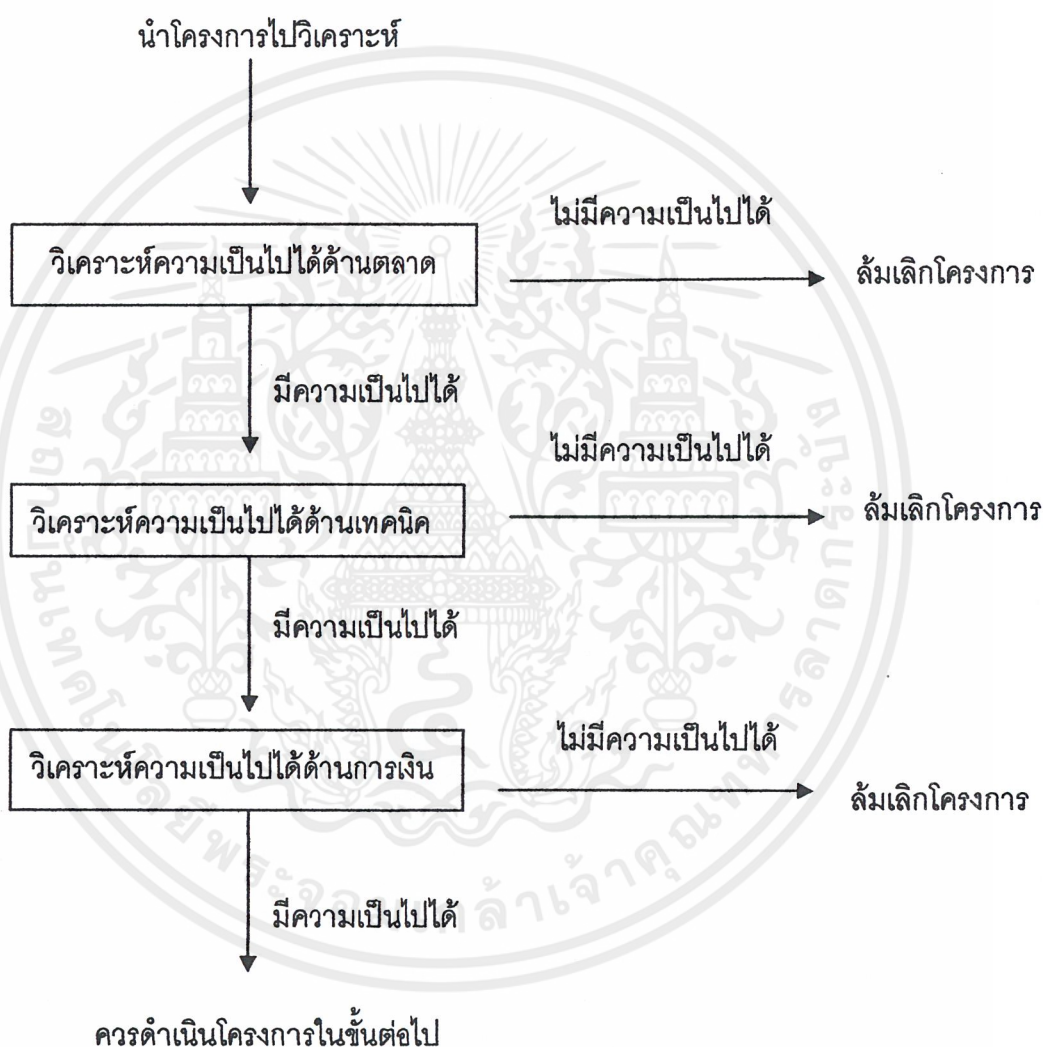
วราลักษณ์ เมัยนรทา และอรรคสิทธิ ชัยสิทธิพัฒนา (2549) ศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษาความต้องการใช้ดอกไม้สด และเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดในการเปิดร้านดอกไม้สดของชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบังมีวิธีการศึกษา โดยการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และจากเอกสารรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยผลการศึกษาพบว่า ขนาดตลาดของร้านดอกไม้สดค่อนข้างใหญ่ มีความต้องการในการใช้ดอกไม้สดบริเวณ

ดังกล่าวมีความต้องการใช้ในปริมาณที่มาก แนวโน้มของตลาดมีอัตราการขยายตัวสูง เนื่องจากการเปิดสนามบินสุวรรณภูมิในอนาคต ซึ่งมีผลทำให้บริเวณดังกล่าวนั้นเป็นศูนย์กลางความเจริญเพิ่มมากขึ้น และประชากร วัด หน่วยราชการและเอกชนก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงต้องมีความต้องการในการใช้ดอกไม้สดเพิ่มขึ้นตามไปด้วย หากเป็นเช่นนี้ร้านดอกไม้สดมีโอกาสในการเจริญเติบโตขึ้น เมื่อพิจารณาจากการพยากรณ์ความต้องการของตลาด เนื่องจากร้านดอกไม้สดที่มีอยู่ในบริเวณที่จัดตั้งโครงการที่มีอยู่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชากรทั้งหมดได้ จึงมีความต้องการให้มีร้านดอกไม้สดจำหน่ายเพิ่มขึ้นอีก และด้านส่วนแบ่งทางการตลาดนั้นยังเปิดกว้าง เพราะในบริเวณดังกล่าวยังไม่มีร้านที่เปิดให้บริการแก่ลูกค้า ด้านเทคนิค พบว่าเมื่อพิจารณาทำเลที่ตั้งของโครงการ ความพร้อมด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ และการสะดวกในการเข้าใช้บริการ ส่วนในการวิเคราะห์ด้านการเงิน พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ ระยะเวลา 5 ปี เท่ากับ 1.08 ล้านบาท ซึ่งให้เห็นว่ามีความน่าสนใจในการลงทุน จึงสรุปว่ามีความเป็นไปได้ทางการตลาด เทคนิค และการเงินในการจัดตั้งร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

โชติกานต์ เลิศศรี (2550) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจร้านอาหารที่เน้นอาหาร และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ บริเวณมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารที่เน้นอาหารเพื่อสุขภาพ และได้ทำการศึกษาปัจจัยทางด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ มีวิธีการศึกษาโดย ทำการสำรวจความต้องการทางการตลาดของกลุ่มเป้าหมายด้วยการสำรวจจากแบบสอบถาม ซึ่งประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ ประชากรในมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรการหาขนาดตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ จากการคำนวณใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น จากการศึกษาพบว่า โครงการมีความเป็นไปได้ด้านการตลาด โดยมีความต้องการเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารเพื่อสุขภาพถึงร้อยละ 92.25 ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค พบว่า สถานที่จัดตั้งของโครงการมีความเหมาะสม มีความพร้อมด้านสาธารณูปโภคต่างๆ และมีความสะดวกในด้านการเข้าใช้บริการ และความเป็นไปได้ด้านการเงิน โครงการมีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 6 เดือน มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการเท่ากับร้อยละ 98.03 โครงการนี้จึงมีความเป็นไปได้ในการจัดตั้ง และมีผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน จึงสรุปว่ามีความเป็นไปได้ทางการตลาด เทคนิค และการเงินในการจัดตั้งธุรกิจร้านอาหารที่เน้นอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ บริเวณมหาวิทยาลัยขอนแก่น

กรอบแนวความคิด

จากการตรวจสอบแนวคิดและทฤษฎีในการวิเคราะห์ ตลอดจนเอกสารงานวิจัยต่างๆ พบว่า ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งคือออสผักปลอดสารพิษ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม มีกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานของการศึกษา

1. การจัดตั้งธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร
ไม่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด
2. การจัดตั้งธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร
ไม่มีความเป็นไปได้ทางเทคนิค
3. การจัดตั้งธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร
ไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เขตกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ใช้ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data)

ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผักปลอดสารพิษ และการสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ โดยผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลจากประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการกรอกข้อมูลต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ดังนี้ (ศิริวรรณ และคณะ, 2541)

$$n = \frac{Z^2 pq}{D^2}$$

โดย n = จำนวนตัวอย่าง

p = ค่าประมาณร้อยละที่คาดหวัง (ในการศึกษครั้งนี้ได้กำหนดค่าประมาณร้อยละที่คาดหวังร้อยละ 50)

$$q = 100 - p$$

Z = ระดับความเชื่อมั่น (ในการศึกษครั้งนี้ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ระดับร้อยละ 95 ค่า Z จากการเปิดตารางมีค่าเท่ากับ 1.96)

D = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 5)

แทนค่าสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2(50 * 50)}{5^2}$$

$$= 384.16 \text{ ตัวอย่าง}$$

จากการคำนวณแทนค่าในสูตร ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง และสำรองไว้เผื่อความผิดพลาดอีกร้อยละ 4 เท่ากับ $(384.16 \times 4) / 100$ เท่ากับ 15 ตัวอย่าง ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะเลือกใช้ 400 ตัวอย่าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data)

ได้จากการศึกษาค้นคว้าจาก เอกสารงานวิจัย วารสาร หนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์ ภาคนิพนธ์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ธนาคารกลางแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และอินเทอร์เน็ต

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis)

เพื่ออธิบายลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจคืออสมักปลอดสารพิษ โดยการใช้เครื่องมือทางสถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และผลรวม โดยนำเอาข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากการสำรวจด้วยแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์

2. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนธุรกิจคืออสมักปลอดสารพิษ

โดยจะทำการศึกษาสภาวะตลาด และการพยากรณ์ความต้องการของตลาด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 การวิเคราะห์สภาวะตลาด ประกอบด้วยการศึกษา 3 ด้านดังนี้

2.1.1 ศึกษาขนาดของตลาด เพื่อให้ทราบว่า ตลาดของผักปลอดสารพิษที่จะทำการศึกษานั้นมีขนาดตลาดที่เล็กหรือขนาดตลาดใหญ่เพียงใด โดยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจโดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามมาคำนวณหาจำนวนผู้ซื้อที่แท้จริงจากผู้ซื้อทั้งหมด ประกอบกับการพิจารณาจาก

2.1.1.1 ประชากร โดยศึกษาจำนวนประชากรในเขตพื้นที่ ที่จะจัดตั้งโครงการธุรกิจคืออสมักปลอดสารพิษ ว่ามีจำนวนประชากรโดยรวมประมาณเท่าไร

2.1.1.2 อัตราการบริโภคของผู้บริโภค โดยวัดจากความถี่ในการบริโภคสินค้านั้น ๆ วัดเป็นปริมาณ หรือ หน่วยน้ำหนัก

2.1.1.3 จำนวนซื้อ ศึกษาจากรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถาม ที่ตอบว่าเคยซื้อผักปลอดสารพิษมารับประทาน

2.1.2 ศึกษาแนวโน้มของตลาด เป็นการศึกษาแนวโน้มของตลาดว่ามีทิศทางของตลาดเป็นอย่างไร โดยนำเครื่องชี้วัดภาวะทางเศรษฐกิจมาทำการวิเคราะห์

2.1.3 ส่วนแบ่งตลาด โดยศึกษาจากความสามารถของธุรกิจในอนาคตที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับการแข่งขันของธุรกิจจำหน่ายผักปลอดสารพิษในบริเวณพื้นที่โครงการ ว่ามีผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผักปลอดสารพิษกี่ราย แล้วนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ร่วมเพื่อหาส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจผักปลอดสารพิษ

2.2 การพยากรณ์ความต้องการของตลาด พิจารณาจาก แบบสอบถามโดยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้ในการพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดในรูปของจำนวนเงิน หรือจำนวนหน่วยสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งของกลุ่มผู้บริโภค โดยพิจารณาว่า ผลิตภัณฑ์ชนิดใดที่ผู้บริโภคต้องการ กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใดที่จะเป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของธุรกิจ จะวิเคราะห์จากแบบสอบถามว่ากลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใดมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษสูงที่สุด โดยศึกษาในเขตพื้นที่โครงการ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม มีระยะเวลาในการดำเนินโครงการ 5 ปี โดยใช้โปรแกรมทางการตลาด ในการจัดงบประมาณทางการตลาดให้แก่ตลาดเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนส่วนประสมทางการตลาดที่คาดว่าจะใช้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิผลทางการตลาดจากการใช้เงินลงทุน และวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางการตลาด เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ และส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี ประชากร เป็นต้น

2.3 การประมาณการยอดขายของโครงการ เป็นการประมาณรายได้จากการขายผักปลอดสารพิษเป็นหลัก สามารถคำนวณหาได้จากสมการ ดังนี้

$$\text{ยอดขาย} = \text{ค่าใช้จ่ายในการให้บริการแต่ละครั้ง} \times \text{ความถี่ในการให้บริการใน 1 ปี}$$

3. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิคของการลงทุนในธุรกิจคืออสมักปลอดสารพิษ

3.1 การศึกษาต้นทุนของโครงการ โดยนำข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ และ ข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนในการผลิตต่าง ๆ มาประมาณราคาวัตถุดิบ และต้นทุนการผลิต ค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนของโครงการแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

3.1.1 ค่าใช้จ่ายลงทุน หรือเงินลงทุนในโครงการ ประกอบด้วย เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร คือ เงินลงทุนในสินทรัพย์ที่มีอายุการใช้งานมากกว่า 1 ปี และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน คือ ค่าใช้จ่ายนับตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงวันที่เริ่มดำเนินการผลิต

3.1.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน คือ จำนวนเงินที่จ่ายออกไปเพื่อการดำเนินงานตามปกติของโครงการ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการผลิตหรือต้นทุนการผลิต คือ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าประกอบด้วย ค่าวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง ค่าใช้จ่ายในการผลิต และค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร ได้แก่ เงินเดือนผู้บริหาร ค่าเช่าอาคาร ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าเสื่อมอุปกรณ์สำนักงาน ค่าซ่อมบำรุง

3.2 ผลตอบแทนของโครงการ คือ รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษ ซึ่งคำนวณได้จาก

รายได้จากการขาย = ผลรวมของ (จำนวนสินค้าที่ขาย X ราคาขายสินค้าแต่ละชนิด)

3.3 การกำหนดขนาดพื้นที่ของทำเลที่ตั้งร้าน รวมถึงการคาดคะเนปริมาณการผลิต การพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงาน และปัจจัยต่าง ๆ ทางเทคนิค

3.4 การกำหนดบุคลากร โดยการจัดหาพนักงานที่ปฏิบัติงานในร้าน จำนวนพนักงานนั้นจะขึ้นอยู่กับจำนวนของลูกค้าที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการที่ร้านต่อวันว่ามีจำนวนกี่ราย เพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

3.5 การกำหนดทำเลที่ตั้ง โดยทำการประเมินความเหมาะสมของทำเลที่จะจัดตั้งพิจารณาระยะห่างจากแหล่งวัตถุดิบและตลาด

4. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงินของการลงทุนธุรกิจคืออสมักปลอดสารพิษ

4.1 ระยะเวลาคืนทุน (payback period: PB) เพื่อทราบถึงระยะเวลาของโครงการที่จะคืนทุนจากการประกอบการ

4.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value) โดยมีหลักเกณฑ์ว่าโครงการที่มีความเหมาะสมทางการเงินคือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิน่ามากกว่าศูนย์หรือเป็นบวก แสดงว่ามีความเหมาะสมที่จะลงทุน กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันผลตอบแทนรวมมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$NPV = \sum_{i=0}^n \frac{B_i - C_i}{(1+r)^i}$$

โดยกำหนดให้ B_t หมายถึง ผลประโยชน์ของโครงการในปีที่ 1

C_t หมายถึง ต้นทุนของโครงการในปีที่ 1

r หมายถึง อัตราคิดลดหรืออัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม

t หมายถึง ระยะเวลาของโครงการ (0,1,2,...,n)

n หมายถึง อายุของโครงการ

เนื่องจากคิด ค่าเสียโอกาสของต้นทุน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเสนอแนะให้กำหนดอัตราคิดลดเท่ากับร้อยละ 12 (ประสิทธิ์, 2545)

4.3 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (internal rate of return: IRR) เป็นเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมทางการเงินซึ่งถ้าหากอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ มากกว่าระดับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับเงินทุนที่ใช้ในโครงการ แสดงว่าโครงการมีความเหมาะสมที่จะลงทุน

$$\sum_{i=0}^n \frac{B_i - C_i}{(1+r)^i} = 0$$

4.4 อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (benefit cost ratio: BCR) เพื่อให้ทราบถึงอัตราส่วนของมูลค่าปัจจุบันรายได้กับมูลค่าปัจจุบันรายจ่ายของโครงการ หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ คือโครงการที่มีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายมากกว่าหนึ่ง หมายความว่า รายได้ที่ได้จากโครงการจะมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายของโครงการที่เกิดขึ้น 4.5 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (sensitivity analysis) เป็นการวิเคราะห์ดูว่าหากต้นทุนเพิ่มขึ้นหรือรายรับลดลงจะมีผลกระทบอย่างไรต่อโครงการ

บทที่ 4

ธุรกิจคือออส

ธุรกิจแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ธุรกิจจำหน่ายสินค้า และธุรกิจบริการทั่วไป แต่ ถ้าแยกประเภทธุรกิจตามขนาดจะแยกเป็น ธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดย่อม และธุรกิจขนาดเล็ก แต่ปัจจุบันได้มีการเรียกเพิ่มเติมเป็นไมโครธุรกิจ คือ เป็นธุรกิจขนาดเล็กมาก มีเจ้าของคนเดียวเป็นเจ้าของธุรกิจ ซึ่งในประเทศไทยมีเป็นจำนวนมาก และนับวันจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างที่กล่าวมา ธุรกิจนั้นมีทั้งธุรกิจที่จัดจำหน่ายสินค้าที่จับต้องได้ ซึ่งธุรกิจประเภทนี้มีทุกขนาด กระจายอยู่ทั่วประเทศ และธุรกิจบริการประเภทต่าง ๆ จะอยู่ในกลุ่มธุรกิจนี้ ซึ่งมีทั้งขนาดเล็ก ขนาดย่อม ขนาดใหญ่ กระจายอยู่ทั่วประเทศ การทำธุรกิจส่วนตัวนั้น ก่อนลงมือประกอบธุรกิจ ต้องประเมินความพร้อมด้านต่าง ๆ ในเรื่องความพร้อมทั้งเงินลงทุน สถานที่ พนักงาน รวมถึง ความยากง่ายในการแข่งขันของธุรกิจนั้น ๆ จุดคุ้มทุนเงินลงทุนมากน้อยเพียงใดสิ่งเหล่านี้ต้องนำมาคิดทั้งหมดเพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยง และเพื่อให้เหมาะสมกับสถานะของผู้ประกอบธุรกิจ

ธุรกิจขนาดเล็ก และธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจที่มีมากที่สุดของประเทศไทย กระจายอยู่ทั่วไป ในแต่ละปีธุรกิจขนาดเล็กและธุรกิจขนาดย่อมมีมูลค่าตลาดรวมสูง เนื่องจากมีจำนวนนักลงทุนมาก และใช้เงินในการลงทุนต่ำ จุดคุ้มทุนเร็ว ความยืดหยุ่นสูง มีเจ้าของเพียงคนเดียว ก็สามารถทำได้ จุดเด่นของธุรกิจขนาดเล็กและธุรกิจขนาดย่อม คือ สามารถทำให้เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ในอนาคต

ธุรกิจคือออส ถือว่าเป็นธุรกิจขนาดเล็กและธุรกิจขนาดย่อม ธุรกิจขนาดเล็กอาจจะเป็นเจ้าของร้านเพียงคนเดียว ทำด้วยตัวเองหรือจ้างพนักงานเพียงคนเดียว แต่ถ้ามีการขยายธุรกิจเป็นหลายสาขา ขนาดของธุรกิจจะใหญ่ขึ้นตามลำดับจนกลายเป็นธุรกิจขนาดย่อมไป ดังนั้นธุรกิจคือออส ถือว่าเป็นธุรกิจขนาดเล็กไปจนถึงธุรกิจขนาดย่อม จะได้เห็นว่าคุณภาพธุรกิจขนาดเล็กและธุรกิจขนาดย่อม มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีการแข่งขันรุนแรง แต่ผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการร้านที่มีคุณภาพเท่านั้น ซึ่งคุณภาพหมายรวมถึง คุณภาพสินค้าต้องมีคุณภาพดี และเหนือกว่าคู่แข่ง ส่วนคุณภาพต่อมาก็คือคุณภาพการให้บริการทำธุรกิจคือออสให้เป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจขนาดย่อมให้อยู่รอดได้ ขึ้นอยู่กับเจ้าของจะให้ความสำคัญกับธุรกิจของตัวเองมากน้อยเพียงใด ใส่ใจมากน้อยแค่ไหน พัฒนารูปร่างอย่างต่อเนืองหรือไม่ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบแห่งความสำเร็จ ในการทำธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจขนาดย่อมอย่างธุรกิจคือออส (นพวรรณ, 2550)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจคีย์ออส

ธุรกิจคีย์ออส (kiosk) คือ เคาน์เตอร์ขายสินค้า ซึ่งอาจมีขนาดไม่ใหญ่นัก เคลื่อนย้ายสะดวก มักใช้จัดวางในบริเวณพื้นที่ในการขายไม่มากนัก อาทิ ตั้งตามหน้าร้าน เป็นเคาน์เตอร์วางสินค้า อาจจะเป็นแบบประจำที่ หรือย้ายที่ อาจจะเป็นแบบสำเร็จรูป หรือถอดประกอบ ธุรกิจประเภทคีย์ออสมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ จุดประสงค์ของธุรกิจคีย์ออสแต่ละรูปแบบมีความแตกต่างกันขึ้นกับพฤติกรรมการใช้งานของแต่ละบุคคลต่าง จุดประสงค์ สถานที่ตั้งวาง พื้นที่ เวลาของการใช้งาน และวิธีการใช้งาน รวมถึง ความเป็นเอกลักษณ์ แปรนัย และอีกเรื่องที่สำคัญมากคือ งบประมาณ (พิมชนก, 2546)

การดำเนินการจัดตั้งธุรกิจคีย์ออส ขึ้นมาเพื่อมุ่งหวังให้เป็นศูนย์ส่งเสริมด้านสุขภาพ โดยมีผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษจำหน่ายซึ่งเป็นธุรกิจคีย์ออส ด้วยงบประมาณที่ต่ำ มีคุณภาพสูง คั้นกำไรได้เร็ว โดยเรามีปรัชญาในการทำธุรกิจที่เน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเป้าหมายหลัก ที่จะมุ่งเน้นคุณภาพของผักที่มีความสด สะอาด ถูกหลักอนามัย และมีตรารับรองมาตรฐาน "Q" โดยเป็น เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร จากหน่วยงานในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร, 2549)

ข้อดีและข้อเสียของการจัดตั้งคีย์ออส

ข้อดี คือ ใช้พื้นที่น้อย ประมาณ 5-9 ตารางเมตร เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย สะดวกในการซื้อรวดเร็ว และลงทุนน้อย ส่วนใหญ่ลูกค้าจะซื้อแบบ Take Away

ข้อเสีย คือ เนื่องจากร้านค้าประเภทคีย์ออสเป็นร้านค้าขนาดเล็ก ไม่สามารถเก็บสินค้าคงคลังในจำนวนมากได้ ทำให้ยอดการสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้งมีจำนวนไม่มาก ส่งผลให้ยากต่อการตรวจสอบสินค้าคงคลัง และคำนวณกำไรสุทธิ (พิมชนก, 2546)

โครงสร้างต้นทุนของการจัดตั้งธุรกิจคีย์ออส

ส่วนใหญ่จะอยู่ในลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยมีต้นทุน 2 ประเภท คือ

1. ต้นทุนคงที่ จะเป็นในเรื่องของค่าวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ซื้อเพียงครั้งเดียว ส่วนใหญ่จะเป็นการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร คิดเป็นร้อยละ 90 ได้แก่

1.1 ค่าก่อสร้าง ออกแบบ และตกแต่งสถานที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 ค่าวางระบบต่าง ๆ อาทิ ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ และระบบเก็บเงิน

1.3 ค่าอุปกรณ์ต่าง ๆ

2. ต้นทุนผันแปร เป็นต้นทุนที่ต้องจ่ายเป็นประจำ ส่วนใหญ่จะเป็นเงินทุนหมุนเวียนเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายเริ่มต้น คิดเป็นร้อยละ 10 ได้แก่

2.1 ค่าวัตถุดิบสินค้า

2.2 ค่าบรรจุภัณฑ์

2.3 ค่าจ้างพนักงาน

2.4 ค่าเช่าพื้นที่

2.5 ค่าน้ำ ค่าไฟ

2.6 ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร

การลงทุนดังกล่าวเป็นเพียงตัวอย่างให้ผู้ประกอบการที่สนใจได้เห็นรูปแบบการลงทุนของการจัดตั้งธุรกิจคือออส ฉะนั้นสัดส่วนโครงสร้างการลงทุนจึงขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในธุรกิจของผู้ประกอบการ

รายละเอียดของร้านประเภทธุรกิจคือออส

1. องค์ประกอบของธุรกิจคือออส

1.1 โครงสร้างธุรกิจคือออส

1.2 ผังเพดาน

1.3 ตู้โชว์สินค้า

1.4 ตู้เก็บสินค้า

1.5 อ่างชำระ พร้อมช่องใส่ขยะ

1.6 พัดลม

1.7 ระบบไฟฟ้า

การเลือกประเภทร้านค้าสำหรับจัดทำธุรกิจคือออส

จากวิกฤติเศรษฐกิจซึ่งเริ่มตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2539 ทำให้เกิดธุรกิจขนาดย่อมขึ้นมากมาย ขณะที่ผู้ประกอบการลดขนาดการลงทุน หันมาใช้กลยุทธ์ที่หลากหลาย ทั้งสร้างร้านขนาดเล็ก ผ่อนชำระการลงทุน ในภาวะเช่นนี้ธุรกิจขนาดเล็กเท่านั้นที่จะขยายตัวได้ และธุรกิจอาหารและร้านค้าสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเป็นที่สนใจของนักลงทุนมากที่สุด ผู้ประกอบการจะมีการปรับโครงสร้างการลงทุนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ อาทิ กลุ่มร้านค้าสะดวกซื้อได้มีการขยายร้านในรูปแบบธุรกิจคือออส หรือจุดขายเล็ก ๆ มากขึ้น เนื่องจากสภาพปัจจุบันมีผู้ว่างงานที่มีเงินออม และอยากลงทุนในกิจการที่ใช้เงินลงทุนไม่มากนักเป็นจำนวนมาก

การลงทุนจำเป็นต้องขึ้นกับฐานะทางการเงินของผู้ประกอบการ ไม่ควรกู้เงินมาลงทุน เนื่องจากเป็นการสร้างข้อจำกัดในการลงทุน การแบ่งลำดับขั้นการลงทุนตามจำนวนเงินออมเป็นดังนี้ (พิมชนก, 2546)

1. ธุรกิจขายตรง (direct sale) สำหรับผู้ไม่มีเงินแต่ต้องการหารายได้ซึ่งเสียค่าสมัครเป็นสมาชิกเป็นจำนวนเงินไม่มากนัก และไม่จำเป็นต้องมีสินค้าเก็บไว้เพื่อขายแต่ต้องรู้จักหลักการในการเลือกสินค้าที่ได้รับความนิยมเชื่อถือ และเป็นประเภทสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เพราะจะช่วยให้สามารถขายสินค้าได้ง่าย ขึ้นรวมทั้งผู้ขายต้องเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น มีวาทศิลป์ และมีกลยุทธ์ที่พลิกแพลงอยู่ตลอดเวลาเนื่องจากการดำเนินธุรกิจในเชิงรุก

2. ธุรกิจแผงลอยสำหรับผู้มีเงินลงทุนไม่มากนัก เงินลงทุนนั้นประมาณ 1 แสนบาทแต่ต้องมีความกล้าในการจำหน่ายสินค้า

3. ธุรกิจคือออส สำหรับผู้มีเงินลงทุนมากกว่า 1 แสนแต่ไม่ถึง 1 ล้านบาทในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ การลงทุนจำเป็นต้องขึ้นกับฐานะทางการเงินของผู้ประกอบการ การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำได้ลำบากเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของอัตราดอกเบี้ย และสถาบันทางการเงินอยู่ในภาวะไม่ปล่อยสินเชื่อ ดังนั้นการลงทุนควรใช้เงินออมของผู้ลงทุนซึ่งไม่ควรเกินร้อยละ 50 ของเงินออมที่มีอยู่โดยส่วนที่เหลือเก็บไว้เพื่อสำรองจ่าย การเลือกลงทุนธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจคือออส ซึ่งมีลักษณะคล้ายร้านสะดวกซื้อย้อยส่วน จึงเป็นอีกทางเลือกที่น่าสนใจ

การเปรียบเทียบระหว่าง ธุรกิจคือออส (kiosk) กับ ร้านแบบสแตนอะโลน (stand alone)

1. ธุรกิจคือออส ใช้พื้นที่น้อย ประมาณ 5-9 ตารางเมตร จะใช้เงินทุนเริ่มแรกประมาณ 40,000 บาท ข้อดี คือ ใช้พื้นที่น้อย เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย และสะดวกที่จะซื้อ ข้อเสีย คือ มีพื้นที่ค่อนข้างจำกัด จึงไม่มีพื้นที่สำหรับลูกค้า

2. ร้านแบบสแตนอะโลน (stand alone) เป็นอาคารอิสระ หรือห้องเช่าที่มีพื้นที่ประมาณ 50 ตารางเมตรขึ้นไป ร้านสแตนอะโลน อาจตั้งอยู่ตามย่านชุมชน ห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงาน หรือพลาซ่าขนาดใหญ่ สแตนอะโลนจะใช้เงินลงทุนเริ่มแรกประมาณ 800,000 บาท ถึง 1,500,000 บาท ข้อดี คือ ได้รับบริการที่ครบวงจร ข้อเสีย คือ ใช้เงินลงทุนที่สูงกว่าธุรกิจคือออส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยหลักในการสร้างคืออสให้ประสบความสำเร็จ

ในการทำธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าบริโภคนั้น การบริหารต้นทุนเป็นสิ่งสำคัญ มีประสิทธิภาพ การบริหารสินค้าคงเหลือที่ดี และสินค้าต้องมีความสด และสะอาดอยู่เสมอ

1. ความสะอาด การเปิดร้านที่จำหน่ายเกี่ยวกับสินค้าบริโภคนั้น ความสะอาดต้องมาเป็นอันดับหนึ่ง

2. การบริหารจัดการร้านค้าที่ดี โอกาสอยู่รอดและทำกำไรสูงก็มีมากตามไปด้วย อาทิ สินค้าคงคลังควรมีการตรวจนับทุกสัปดาห์ และทำบัญชีซื้อขายสินค้าทุกสัปดาห์ การทำบัญชีควรมีการลงบัญชีรายรับ-รายจ่ายเป็นประจำร้าน การจัดเก็บสินค้า ควรบริหารแบบ FIFO (first in first out) คือ สินค้าใดซื้อมาก่อนก็ควรนำมาใช้ก่อน

3. การบริการลูกค้าอยู่ในระดับดี มนุษย์สัมพันธ์ดี

4. การบริการ การตกแต่งร้านที่สวยงาม ดึงดูดความสนใจได้ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ร้าน จะช่วยสร้างความรู้จักให้กับลูกค้ารายใหม่ ๆ ได้ ทำเลเหมาะสม การจัดวางอุปกรณ์ต่าง ๆ อยู่ในระดับดี

จากที่กล่าวมาข้างต้น 4 ข้อ คือ กลยุทธ์ในการพิชิตใจลูกค้าให้เข้าร้านธุรกิจคืออส และเป็นลูกค้าอย่างต่อเนื่อง การขายผักปลอดสารพิษ และบริการควบคู่กันไปแบบชนิดแยกไม่ออก เท่ากับเราให้บริการสินค้าและบริการในเวลาเดียวกัน ลูกค้าจะซื้อผักปลอดสารพิษของเรามีหลายจุดก่อนตัดสินใจซื้อ

ตัวอย่างธุรกิจที่สร้างแบบธุรกิจคืออสในประเทศไทย

1. บริษัท คาเอรุ จำกัด ผู้ประกอบธุรกิจสมุนไพร และผลิตภัณฑ์จากผักปลอดสารพิษ เนื่องจากมีลักษณะการดำเนินงานแบบธุรกิจคืออส มีการลงทุนไม่สูงมากนักจึงทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

2. บริษัท โอ เม็กซ์ บลิ่งค์ ยู-สริม และบริษัท เวคก็ จำกัด จำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และความงามภายใต้ตราสินค้า "บลิ่งค์" ในลักษณะของธุรกิจคืออส โดยจะเน้นในพื้นที่ห้างสรรพสินค้า และร้านปลีกขนาดใหญ่

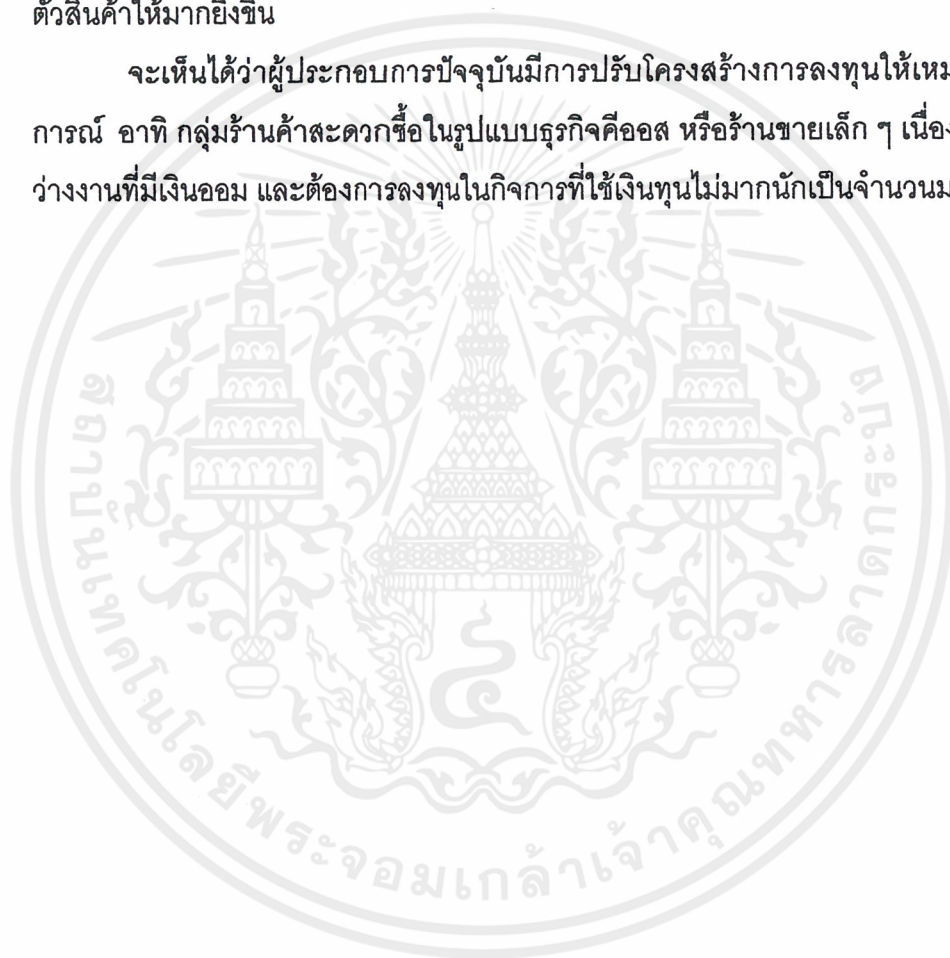
3. บริษัท โกटक (ประเทศไทย) จำกัด ได้ปรับกลยุทธ์กระตุ้นยอดขาย ในรูปแบบธุรกิจคืออส เพื่อปรับปรุงให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น

4. ร้านกาแฟพรีเมียม ไนน์ตีโฟร์ฯ เร่งปรับธุรกิจคือเอส โดยจะตลาดพนักงานบริษัท ช่วยเพิ่มยอดขายซื้อเมล็ดกาแฟได้

5. ไล้กรอกอีซี เปิดอีซีสี่คิดเช่น ร้านขายอาหารในฟู้ดคอร์ต จุดขายสินค้ารูปแบบธุรกิจคือเอส ตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำ

6. ซี.แนลเซอร์วิซ ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย รูปแบบคือเอส ขายน้ำัญพีช แฟรนไชส์ฝีมือคนไทย รุกตลาดออกแบบธุรกิจคือเอสใหม่ให้มีสีสันสดใสสวยงาม เพิ่มความหลากหลายของตัวสินค้าให้มากยิ่งขึ้น

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการปัจจุบันมีการปรับโครงสร้างการลงทุนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ อาทิ กลุ่มร้านค้าสะดวกซื้อในรูปแบบธุรกิจคือเอส หรือร้านขายเล็ก ๆ เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ว่างงานที่มีเงินออม และต้องการลงทุนในกิจการที่ใช้เงินทุนไม่มากนักเป็นจำนวนมาก



บทที่ 5

ผลการศึกษา

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจคืออสังหาริมทรัพย์ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม โดยการศึกษาแบ่งเป็น 3 ด้าน คือการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ซึ่งจะพิจารณาเกี่ยวกับสภาวะตลาด คือ ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด เป็นการพยากรณ์อุปสงค์ของตลาดภายใต้ปัจจัยต่าง ๆ การประมาณยอดขายของโครงการ การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคจะพิจารณาเกี่ยวกับระบบการผลิต ทำเลที่ตั้ง การบริหารจัดการ วัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการจัดตั้งโครงการ และการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินจะพิจารณาประเมินค่าของการลงทุนใช้วิธีการศึกษา คือการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ระยะเวลาคืนทุน และการวิเคราะห์ความอ่อนไหว โดยมีรายละเอียดดังนี้

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดนี้ เป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยง และความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะจะศึกษาถึงรายละเอียดที่จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาด ประกอบด้วย ขนาดของตลาด แนวโน้มของตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณยอดขาย

ลักษณะและพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนธุรกิจคืออสังหาริมทรัพย์ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์แนวความคิดของลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรตัวอย่างที่ทำการสำรวจในครั้งนี้มีจำนวน 400 ตัวอย่าง ส่วนมากเป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 71.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานช่วงอายุ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างคือ พนักงาน ลูกจ้างเอกชน คิดเป็น ร้อยละ 62.25 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 45.75 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 75.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวนบุคคลในครอบครัว ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง มี 5-7 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เฉลี่ย ต่อเดือน สถานภาพ และจำนวนบุคคลในครอบครัว

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	284	71.00
ชาย	116	29.00
รวม	400	100.00
อายุ		
20 – 25 ปี	41	10.25
26 – 30 ปี	50	12.50
31 – 35 ปี	124	31.00
36 – 40 ปี	83	20.75

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
41 – 45 ปี	63	15.75
มากกว่า 45 ปี	39	9.75
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	40	10.00
ปริญญาตรี	229	57.00
สูงกว่าปริญญาตรี	131	32.00
รวม	400	100.00
อาชีพ		
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	249	62.25
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	85	21.25
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	66	16.50
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	23	5.75
10,000-15,000 บาท	87	21.75
15,001-25,000 บาท	183	45.75
25,001-35,000 บาท	50	14.25
มากกว่า 35,000 บาท	57	12.5
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพ		
มีคู่สมรส	300	75.00
โสด	100	25.00
รวม	400	100.00
จำนวนบุคคลในครอบครัว		
2-4 คน	163	41.00
5-7 คน	200	50.00
8 คนขึ้นไป	37	9.00
รวม	400	100.00

ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคต่อร้านผักปลอดสารพิษ

จากการศึกษาพฤติกรรมกลุ่มตัวอย่างโดยแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยประกอบอาหารเอง คิดเป็นร้อยละ 63.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ไม่เคยประกอบอาหารเอง คิดเป็นร้อยละ 37.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และที่เคยซื้อผักปลอดสารพิษมารับประทาน คิดเป็นร้อยละ 70.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 29.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคต่อร้านผักปลอดสารพิษ และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ

พฤติกรรมผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประกอบอาหารเองหรือไม่		
ประกอบเอง	252	63.00
ไม่เคย	148	37.00
รวม	400	100.00
ทานเคยซื้อผักปลอดสารพิษหรือไม่		
เคย	282	70.50
ไม่เคย	118	29.50
รวม	400	100.00

เหตุผลในการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าเคยซื้อผักปลอดสารพิษมารับประทานพบว่า ส่วนใหญ่เลือกซื้อจากความปลอดภัยของสารพิษตกค้างคิดเป็นร้อยละ 44.68 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือเพื่อสุขภาพของตนเองและครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 23.75 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ได้รับการชักชวนจากผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 13.82 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สนับสนุนเกษตรกรให้มีรายได้เพิ่ม คิดเป็นร้อยละ 11.35 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด หาซื้อง่าย คิดเป็นร้อยละ 6.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ ตรารับรองผักปลอดสารพิษส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อ คือ Q คิดเป็นร้อยละ 52.13 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ FOOD SAFETY คิดเป็นร้อยละ 24.12 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เกษตรอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 34 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ผักผลไม้ปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 33 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ และสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างมักเลือกซื้อผักปลอดสารพิษโดยส่วนใหญ่มักจะเลือกซื้อผักปลอดสารพิษจากซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 68.45 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ ร้านจำหน่ายผักปลอดสารพิษ คิดเป็นร้อยละ 23.75 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 7.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภคที่เคยซื้อผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ

พฤติกรรมผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหตุผลในการเลือกซื้อ		
ความปลอดภัยของสารพิษตกค้าง	126	44.68
เพื่อสุขภาพของตนเองและครอบครัว	67	23.75
ได้รับการชักชวนของผู้อื่น	39	13.82
สนับสนุนเกษตรกรมีรายได้เพิ่ม	32	11.35
หาซื้อง่าย	18	6.40
รวม	282	100.00
ตรารับรองผักปลอดสารพิษ		
Q	147	52.13
FOOD SAFETY	68	24.12
เกษตรอินทรีย์	34	12.05
ผักผลไม้ปลอดภัย	33	11.70
รวม	282	100.00
สถานที่		
ซูเปอร์มาร์เก็ต	193	68.45
ร้านจำหน่ายผักปลอดสารพิษ	67	23.75
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	22	7.80
รวม	282	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหตุผลที่ไม่เลือกซื้อผักปลอดสารพิษของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าไม่เคยซื้อผักปลอดสารพิษ ส่วนใหญ่คือ หาแหล่งที่ซื้อผักปลอดสารพิษได้ยาก คิดเป็นร้อยละ 48.30 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ ไม่มีเวลาซื้อที่ร้านค้าผักปลอดสารพิษ คิดเป็นร้อยละ 32.20 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 11 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และไม่มั่นใจในแหล่งจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 8.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 เหตุผลของผู้บริโภคที่ไม่ซื้อผักปลอดสารพิษ ผลิตภัณฑ์แปรรูปผักปลอดสารพิษ

พฤติกรรมผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหตุผลที่ไม่เลือกซื้อ		
หาแหล่งที่ซื้อผักได้ยาก	57	48.30
ไม่มีเวลาหาซื้อที่ร้านค้าผักปลอดสารพิษ	38	32.20
ราคาแพง	13	11.00
ไม่มั่นใจในแหล่งที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษ	10	8.50
รวม	118	100.0

ความต้องการผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในพื้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม

จากแบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภคภายในบริเวณที่จัดตั้งโครงการคือ พื้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ในเรื่องของจำนวนร้านจำหน่ายผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษในบริเวณดังกล่าวมีเพียงพอหรือไม่ ส่วนใหญ่ตอบว่าไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 69.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 30.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และหากมีการจัดตั้งธุรกิจคือจำหน่ายผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษที่มีมาตรฐานรองรับ มีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ สะอาดถูกหลักอนามัย กลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 65.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และไม่ซื้อคิดเป็นร้อยละ 34.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ความเป็นไปได้ของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการร้านจำหน่ายผักปลอดสารพิษ

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนร้านในบริเวณเพียงพอหรือไม่		
ไม่เพียงพอ	278	69.50
เพียงพอ	122	30.50
รวม	400	100.00
การใช้บริการ		
ซื้อ	262	65.50
ไม่ซื้อ	138	34.50
รวม	400	100.00

จากแบบสอบถามผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษมีจำนวน 262 คน ส่วนใหญ่วันที่มาใช้บริการคือออสผักปลอดสารพิษเป็นวันจันทร์ ถึง ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 67.94 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ วันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 32.06 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และช่วงเวลาที่จะมาใช้บริการมากที่สุดคือ ช่วงเวลา 12.01-13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 36.64 ของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อ ร้านคือออสผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันที่มาใช้บริการ		
จันทร์-ศุกร์	178	67.94
เสาร์-อาทิตย์	84	32.06
รวม	262	100.00

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ		
8:00-12:00 น.	79	30.15
12:01-13.00 น.	96	36.64
13:01-16:00 น.	46	17.56
16:01-19:00 น.	24	9.16
หลังเวลา 19:00 น.	17	6.49
รวม	262	100.00

ผักปลอดสารพิษที่กลุ่มตัวอย่างต้องการภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม พบว่า ผักปลอดสารพิษที่กลุ่มตัวอย่างจะเลือกซื้อจากคือ ผักปลอดสารพิษ คือ กะหล่ำปลี คิดเป็นร้อยละ 95.70 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด บรอกโคลี คิดเป็นร้อยละ 82.30 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด คะน้า คิดเป็นร้อยละ 68.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มะเขือเทศ คิดเป็นร้อยละ 63.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ผักกาดแก้ว คิดเป็นร้อยละ 41.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และผักกาดหอม คิดเป็นร้อยละ 35.66 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ ในส่วนของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อ คือ สลัดผัก คิดเป็นร้อยละ 97.66 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตำผักผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 82.66 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และน้ำผักผลไม้เพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 73.33 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค

การเลือกซื้อผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก ผักปลอดสารพิษ	ผู้บริโภค	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผักปลอดสารพิษ		
กะหล่ำปลี	287	95.70
บร็อคเคอรี่	247	82.30
คะน้า	204	68.00
มะเขือเทศ	189	63.00
ผักกาดแก้ว	123	41.00
ผักกาดหอม	107	35.66
ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ		
สลัดผัก	293	97.66
ตำผักผลไม้	248	82.66
น้ำผักผลไม้ปั่นเพื่อสุขภาพ	220	73.33

ความถี่ในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ ส่วนใหญ่ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 69.08 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 27.48 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 3.44 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 2.12 ครั้งต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างในการซื้อผักปลอดสารพิษ มากที่สุดอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.16 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ 100-200 บาทต่อครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 32.44 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 201-300 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.10 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 301-400 บาทขึ้นไปต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.30 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างในการซื้อผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ เท่ากับ 97.08 บาทต่อครั้ง หรือประมาณ 97 บาทต่อครั้ง (ตารางที่ 8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ความถี่และค่าใช้จ่ายของผู้บริโภค

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้บริการ		
1-2 ครั้ง	181	69.08
3-4 ครั้ง	72	27.48
5 ครั้งขึ้นไป	9	3.44
รวม	262	100.00
ค่าใช้จ่ายในการซื้อผักและผลิตภัณฑ์แปรรูปผักปลอดสารพิษ		
ต่ำกว่า 100 บาท	155	59.16
100-200 บาท	85	32.44
201-300 บาท	16	6.10
301-400 บาทขึ้นไป	6	2.30
รวม	262	100.00

การวิเคราะห์สภาวะตลาด

1.ขนาดของตลาด

เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบว่าตลาดที่จะนำผลิตภัณฑ์ ออกไปจำหน่ายนั้นมีขนาดที่ใหญ่เพียงพอหรือน่าสนใจสำหรับการลงทุนหรือไม่ ขนาดของตลาดจะช่วยชี้ถึงโอกาสและปริมาณการขายสินค้า การหาขนาดตลาด ทำได้โดยการเก็บข้อมูล พบว่ามีประชากรที่เดินผ่านในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมโดยเฉลี่ยประมาณ 2,883 คนต่อวัน จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านผู้ขายผัก ที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษ ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ซึ่งเป็นธุรกิจคือจำหน่ายผักปลอดสารพิษ และตั้งอยู่ในพื้นที่ในลักษณะเดียวกัน พบว่าลูกค้าที่เข้ามาในร้าน คิดเป็นร้อยละ 5 ของประชากรที่เข้าร้านจากทั้งหมดที่เดินผ่านเฉลี่ยต่อวัน ดังนั้นประชากรที่เข้าร้านคือผักปลอดสารพิษในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เท่ากับ 144.15 คนต่อวัน หรือประมาณ 144 คนต่อวัน และนำประชากรที่ได้มาคูณกับร้อยละของประชากรที่ตัดสินใจซื้อแน่นอนจากแบบสอบถาม

ร้อยละ 65.5 ของประชากรที่เข้าร้านและตัดสินใจซื้อ จะได้จำนวนประชากรที่เข้ามาภายในร้าน และตัดสินใจซื้อสินค้าภายในร้าน เท่ากับ 94 คน ซึ่งหาได้จากวิธีการต่อไปนี้

$$\begin{aligned} & \text{การคำนวณหาจำนวนประชากรต่อวันที่เข้ามาภายในร้านและตัดสินใจซื้อ} \\ & = \text{จำนวนประชากรที่เดินผ่านสถานีรถไฟฟ้าชิดลมเฉลี่ยต่อวัน} \times \text{อัตราร้อยละของ} \\ & \quad \text{ประชากรที่เข้าร้านจากทั้งหมดที่เดินผ่านเฉลี่ยต่อวัน} \times \text{อัตราร้อยละของของกลุ่ม} \\ & \quad \text{ตัวอย่างที่เข้าร้านและตัดสินใจซื้อจากแบบสอบถาม} \\ & = 2,883 \times 5\% \times 65.5\% \\ & = 94.41 \text{ หรือประมาณ } 94 \text{ คนต่อวัน} \end{aligned}$$

จากแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อผักปลอดสารพิษมีจำนวน 282 คน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อผักปลอดสารพิษ เท่ากับ 22,678.50 บาท ค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดสารพิษของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละครั้ง โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 97 บาทต่อครั้ง ความถี่ในการบริโภค ผักปลอดสารพิษเฉลี่ย 2.12 ครั้งต่อสัปดาห์ หรือประมาณ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จึงสามารถคำนวณมูลค่าตลาดผักปลอดสารพิษภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} & \text{มูลค่าตลาดผักปลอดสารพิษภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม} \\ & = \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อผักปลอดสารพิษ} \times \text{ค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดสารพิษ} \\ & \quad \text{ต่อครั้ง} \times \text{ความถี่ในการบริโภคต่อสัปดาห์} \times \text{จำนวนสัปดาห์ใน 1 ปี} \\ & = 282 \times 97 \times 2 \times 52 \\ & = 2,844,816 \text{ บาทต่อปี} \end{aligned}$$

ดังนั้นตลาดผักปลอดสารพิษภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมมีมูลค่าตลาด เท่ากับ 2,844,816 ต่อปี ซึ่งเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ ส่งผลให้โครงการมีความน่าสนใจในการลงทุน

2. แนวโน้มของตลาด

ตลาดผักปลอดสารพิษส่วนใหญ่เป็นตลาดภายในประเทศ โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ มูลค่าตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ปี พ.ศ.2550 สูงถึง 947 ล้านบาทต่อปี เทียบกับปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่าตลาดเพียง 789 ล้านบาท อัตราเติบโตของตลาดประมาณร้อยละ 20 โดยเฉพาะในตลาดผักปลอดสารพิษมีมูลค่าตลาด 330 ล้านบาทต่อปี มีอัตราเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง คาดว่าปี พ.ศ. 2551 มูลค่าตลาดผักปลอดสารพิษ จะเพิ่มเป็น 396 ล้านบาทต่อปี มีอัตราเติบโตของตลาดร้อยละ 20 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2549)

เนื่องจากยังไม่มีธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม จึงได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านผู้ชายชายผัก (บริษัท คาเอรุ จำกัด) ซึ่งเป็นธุรกิจคือออสจำหน่ายผักปลอดสารพิษ ตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่ที่มีลักษณะคล้ายกัน คือในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าหมอชิต พบว่าทางร้านผู้ชายชายผักมีอัตราการเติบโตของธุรกิจ ร้อยละ 10 ต่อปี จึงใช้อ้างอิงกับโครงการการลงทุนธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ซึ่งถือว่าเป็นแนวโน้มที่น่าสนใจ และมีโอกาสเติบโตเพิ่มขึ้นในอนาคต

3. ส่วนแบ่งทางการตลาด

ส่วนแบ่งทางการตลาด เป็นความสามารถของธุรกิจหรือโครงการ ที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาดที่พิจารณา คือ การแข่งขัน ซึ่งพิจารณาจากจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม พบว่ามีซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า และอาคารต่างๆ คือ เซ็นทรัลพลาซ่า ดิพาร์ทเมนท์สโตร์ชิดลม ห้างสรรพสินค้าไอที เซ็นทรัลเวิร์ด บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาราชดำริ อาคารเพลินจิตทาวเวอร์ และเพรสซิเดนซ์ทาวเวอร์ จากการวิเคราะห์แรงผลักดันห้าประการ และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ทำให้ธุรกิจเห็นส่วนแบ่งทางการตลาด ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์แรงผลักดันห้าประการ (five force analysis) การวิเคราะห์ถึงความเข้มข้นของการแข่งขัน ดังนี้

3.1.1 ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษอยู่ในอุตสาหกรรมอาหารมีคู่แข่งค่อนข้างสูง เนื่องจากพื้นที่โดยรอบสถานีรถไฟฟ้าชิดลมเป็นแหล่งธุรกิจการค้า และการท่องเที่ยว มีโรงแรมและซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ เป็นจำนวนมากมีร้านสะดวกซื้อ เช่น ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ซึ่งถือว่าเป็นช่องทางการจำหน่ายที่สามารถเลือกซื้ออาหารได้หลากหลาย ครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำนวนคู่แข่งในธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษในบริเวณกรุงเทพมหานครมีร้านจำหน่ายผักปลอดสารพิษกระจายตัวตามพื้นที่ต่างๆ เช่น ร้านไกลเดินเพลส 2 สาขาที่ถนนพระรามเก้า และถนนสุขาภิบาล 3 ร้านบ้านนี้ไบริท 4 สาขา ที่สุขุมวิท33 สุขุมวิท 39 หลังสวน พหลโยธิน ร้านฟูจิซูเปอร์มาร์เก็ต และซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่าง ๆ ส่วนในเขตพื้นที่จัดตั้งโครงการบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เช่น ในพารากอน เซ็นทรัลชิดลม บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิร์ด เป็นต้น รูปแบบผลิตภัณฑ์คู่แข่งในอุตสาหกรรมจำหน่ายผักปลอดสารพิษ จะมี 2 รูปแบบ คือ ผลิตภัณฑ์ที่สามารถรับประทานได้ทันที เช่น สลัดผัก ยำผักสด เป็นต้น และผลิตภัณฑ์นำไปประกอบอาหาร (จากการสำรวจ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปว่าจำนวนคู่แข่งในธุรกิจร้านจำหน่ายผักปลอดสารพิษในบริเวณที่ตั้งของโครงการ มีซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปผักปลอดสารพิษ แต่ธุรกิจที่กล่าวมาทั้งหมดอยู่ในรูปแบบของซูเปอร์มาร์เก็ต ยังไม่มีธุรกิจในรูปแบบคือออสที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษที่ได้ตรารับรองมาตรฐาน เน้นคุณค่าทางโภชนาการ และการบริการที่สะดวกรวดเร็วในพื้นที่บริเวณนี้ ทำให้การเข้าถึงผู้บริโภคยังไม่ทั่วถึง ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจนี้จึงไม่รุนแรง

3.1.2 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น การที่รัฐบาลให้การส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจขนาดย่อม พร้อมทั้งให้แหล่งเงินทุน ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบเงินกู้ หรือสินเชื่อ ๑ ต่างในการลงทุนจัดตั้งธุรกิจหรือขยายธุรกิจ ทำให้มีการแข่งขันในธุรกิจค่อนข้างสูง สำหรับธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษนั้นมีคู่แข่งรายใหม่ที่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย เนื่องจากมีอุปสรรคในการเข้าสู่ธุรกิจต่ำ คือเงินลงทุนในธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ ใช้เงินลงทุนที่ไม่สูงมากนัก การลอกเลียนแบบกันในผลิตภัณฑ์และรูปแบบของธุรกิจทำได้ง่าย ไม่ค่อยมีความแตกต่างกันมากนัก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงหันมาสร้างความแตกต่างทางด้านบริการ บรรจุกฎหมาย รวมทั้งการส่งเสริมทางการตลาด เพื่อเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนั้นหากผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษไม่ประสบความสำเร็จ ก็สามารถถอนตัวออกจากอุตสาหกรรมได้ไม่ยาก ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจนี้จึงมีความรุนแรงสูง

3.1.3 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน สินค้าทดแทนของผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ คือ อาหาร และผักทั่วไป ซึ่งในเขตปทุมวันมีสถานที่ที่จำหน่ายผักทั่วไป คือ ตลาดสวนหลวง และในซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างสรรพสินค้า มีอาหารหลายประเภททั้งที่เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ และอาหารตามสั่งทั่วไป อาหารฟาสต์ฟู้ดที่เน้นบริการที่รวดเร็ว สะดวก เป็นต้น ดังนั้นจึงถือได้ว่าภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนของอุตสาหกรรมนี้มีสูง แต่จากกระแสการใส่ใจในสุขภาพ การรณรงค์ และประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ของผักปลอดสารพิษต่อสุขภาพในระยะยาว ทำให้ผู้บริโภคนิยมหันมาซื้อผักที่ปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผักปลอดสารพิษมากขึ้น รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการที่มากขึ้น จึงเป็นโอกาสของธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผักปลอดสารพิษภายใต้การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

เห็นได้ว่าสินค้าทดแทนสำหรับผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ มีลักษณะที่หลากหลาย ทำให้ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนนี้มีมาก

ผู้บริโภคสามารถเลือกรับประทานผัก หรืออาหารประเภทอื่นได้ อีกทั้งผลิตภัณฑ์ทดแทนต่าง ๆ นั้นหาซื้อได้สะดวก เมื่อไม่สามารถบริโภคในสิ่งที่ต้องการได้ก็สามารถบริโภคสินค้าอื่นทดแทนได้ ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจในบริเวณนี้จึงมีความรุนแรงสูง

3.1.4 ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ปัจจุบันร้านอาหารมีจำนวนมาก ผู้บริโภคจึงมีทางเลือกในการซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น ในระดับความแตกต่างของสินค้ามีมากมายหลายอย่าง ในเรื่องของราคาก็อยู่ในระดับใกล้เคียงกันและอาจจะขึ้นอยู่กับลักษณะของร้านอาหาร จึงทำให้ผู้บริโภคมีสิทธิเลือกรับประทานอาหารที่ใดก็ได้ตามต้องการ ดังนั้นแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการรายใดก็ได้ตามความต้องการ มีอำนาจในการต่อรองสูง มีทางเลือกที่หลากหลาย ประกอบกับสินค้าทดแทนก็มีความหลากหลายเช่นกัน แต่ธุรกิจอาหารที่มีอยู่ในบริเวณสถานที่จัดตั้งโครงการคือพื้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม มีร้านจำหน่ายผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษอยู่น้อย หรือมีตามซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ในบริเวณนั้น ทำให้เสียเวลาในการเข้าไปซื้อหรือใช้บริการธุรกิจคือผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษมีบริการที่เน้นความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งยังไม่มีร้านในลักษณะนี้อยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ฉะนั้นผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการจึงมีอำนาจต่อรองไม่มาก ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจนี้จึงมีความรุนแรงระดับปานกลาง

3.1.5 ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบ วัตถุดิบหลักที่ใช้ คือ ผักปลอดสารพิษ จะเป็นวัตถุดิบที่หาได้ในตลาดที่ได้รับรองมาตรฐานเชื่อถือได้ ส่วนใหญ่จะมีแหล่งผลิตมาจากพื้นที่ใกล้เคียงกัน สินค้าประเภทนี้จะมีแหล่งผลิตอยู่ในจังหวัดปทุมธานี และนนทบุรี แต่ราคาของผักปลอดสารพิษจะมีราคาที่สูงกว่าผักที่ปลูกแบบทั่วไป หรือใช้สารเคมีในการปลูก ในปัจจุบันนี้เริ่มมีผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบเหล่านี้จำนวนมากขึ้น โดยมีทั้งรายเล็กและรายใหญ่ แต่ไม่มีผู้ผลิตรายใดที่เป็นผู้ผูกขาดในธุรกิจ ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจนี้จึงมีความรุนแรงระดับปานกลาง

สรุปในธุรกิจคือผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษสามารถที่จะแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดมาได้ เนื่องจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกันนั้นยังไม่มีภายในบริเวณที่จัดตั้ง แต่ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนและคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น มีความรุนแรงของการแข่งขันในระดับสูง เพราะเป็นธุรกิจที่เข้าง่าย ผลิตภัณฑ์สามารถเลียนแบบได้ และสินค้าทดแทนก็คืออาหารซึ่งมีอยู่ทั่วไป จึงต้องสร้างความแตกต่างให้ตัวผลิตภัณฑ์ และบริการในอำนาจการต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบนั้นอยู่ในระดับปานกลาง เพราะมี

ผู้ขายวัตถุดิบอย่างเพียงพอในตลาด และอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อในระดับปานกลางถึงต่ำ และยังเป็นผลทางด้านบวกของการเปิดกิจการ (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 แสดงการสรุปผลการวิเคราะห์แรงผลักดันห้าประการ

แรงผลักดัน	ต่ำ	กลาง	สูง
ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน	○		
ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น			○
ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน			○
ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ	← ○		
ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบ		○	

3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (external environment analysis)

3.2.1 ทางด้านการเมืองและกฎหมาย (political and legal)

3.2.1.1 ปัจจุบันรัฐบาลมีการสนับสนุนให้ประชาชนเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น ยังพยายามกระตุ้นภาคเอกชนให้ลงทุนเพิ่มขึ้นด้วย โดยนโยบายของรัฐบาลได้มีการสนับสนุนโครงการใหม่ ๆ ทำให้สามารถหาแหล่งเงินทุนได้ง่าย มีการส่งเสริมในการลงทุน ถึงแม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงของรัฐบาลบ่อยครั้งก็ตาม และนโยบายสนับสนุนการกู้ยืมเงินของประชาชน เพื่อกระตุ้นให้เกิดธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น นอกจากนี้รัฐบาลยังได้มีการจัดตั้งกองทุนต่าง ๆ ซึ่งเป็นแหล่งสนับสนุนสินเชื่อในหลายรูปแบบ ทั้งกองทุนหมู่บ้าน ธนาคารประชาชน และยังมีสินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อบัตรเงินสดและบัตรเครดิตอีกด้วย เป็นการกระตุ้นให้ประชาชนออกมาจับจ่ายให้สอยกันมากขึ้นทั้งทางด้านอุปโภคและบริโภค ส่งผลดีต่อภาวะเศรษฐกิจเพราะเมื่อมีการลงทุนมากขึ้น การจ้างงานก็เพิ่มขึ้นด้วย

3.2.1.2 ประชาชนภายในพื้นที่ตั้งโครงการมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีโดยเฉลี่ย มีความรู้ทางด้านกฎหมาย รู้จักใช้สิทธิในการปกป้องผลประโยชน์ของตนเองมากขึ้น และมีความรู้ในการเลือกสินค้ามากขึ้น ทำให้มีการพิจารณาคุณภาพของสินค้า และการรับรองมาตรฐานจากสถาบันต่าง ๆ เช่น สำนักคณะกรรมการอาหารและยา หรือ FOOD SAFETY และ Q เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการวิเคราะห์ทางด้านการเมืองและกฎหมาย จะเห็นได้ว่า ส่งผลดีต่อการลงทุนธุรกิจคือออกจำหน่ายผักปลอดสารพิษ เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจที่ชัดเจน ทั้งนโยบายในการสนับสนุนการลงทุน และสินเชื่อต่าง ๆ ที่ช่วยเปิดโอกาสให้กับธุรกิจในการเริ่มดำเนินงานหรือขยายกิจการต่อไป

3.2.2 ทางด้านเศรษฐกิจ (economic)

3.2.2.1 พื้นที่เขตปทุมวันเป็นศูนย์รวมความเจริญทางเศรษฐกิจที่สำคัญของกรุงเทพมหานครแห่งหนึ่งที่ได้รับการพัฒนาที่ดี สามารถนำมาขยายแนวความคิดในการพัฒนาที่จะนำไปสู่ความเป็นเมืองเศรษฐกิจ และท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร อีกทั้งประชากรในพื้นที่เขตมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนของประชากร เท่ากับ 16,585 บาทต่อคน (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ, 2551)

3.2.3 ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (social culture)

3.2.3.1 รูปแบบสังคมและวัฒนธรรมของชาติตะวันตกได้มีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตของคนไทยมากขึ้น เช่น การบริโภคและอื่น ๆ ประกอบกับข้อจำกัดของเวลาที่ทำให้ต้องเร่งรีบ ส่งผลให้พฤติกรรมหรือรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันเปลี่ยนแปลงไป ผู้คนต้องการความสะดวกสบายรวดเร็ว รวมทั้งชอบความแปลกใหม่ ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องพยายามสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ให้กับธุรกิจของตน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ปัจจุบันกระแสเรื่องสุขภาพเริ่มมีบทบาทมากขึ้น มีการเปิดรับข่าวสารด้านสุขภาพ และดูแลสุขภาพตัวเองกันมากขึ้น

3.2.3.2 ในปัจจุบันประชากรในพื้นที่เขตปทุมวันได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น มีโอกาสทางการศึกษามากขึ้น ทำให้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และรายได้ของประชากรดีขึ้น และได้หันมาให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพ เนื่องจากสภาพแวดล้อมเป็นพิษ ทำให้เกิดโรคภัยไข้เจ็บ ผู้คนจึงพยายามหาสิ่งที่จะช่วยป้องกัน และรักษาสุขภาพให้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการออกกำลังกาย การดูแลสุขภาพ การผ่อนคลายความเครียด หรือการเลือกรับประทานอาหาร จึงส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพเข้ามามีบทบาทอย่างมากในวิถีชีวิตของคนในพื้นที่

จากการวิเคราะห์ทางด้านสังคมและวัฒนธรรมในประเด็นต่าง ๆ เห็นได้ว่าส่งผลดีต่อธุรกิจคือออกจำหน่ายผักปลอดสารพิษ เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคของคนในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคมีรสนิยมที่เปลี่ยนไป โดยหันมาสนใจในสุขภาพเพิ่มขึ้น

3.2.4 ทางด้านประชากรศาสตร์ (demographic)

3.2.4.1 อัตราการเพิ่มของประชากรในพื้นที่เขตปทุมวันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้ตลาดมีความต้องการมากขึ้นในแต่ละปี (ตารางที่ 10)

3.2.4.2 ผู้คนหันมาสนใจและดูแลใส่ใจในสุขภาพตัวเองเพิ่มมากขึ้น ทำให้อาหารเพื่อสุขภาพต่าง ๆ ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น

- จากการวิเคราะห์ทางด้านประชากรศาสตร์นั้น ส่งผลดีต่อธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ เนื่องจากอัตราการเพิ่มของการบริโภคนั้นสูงขึ้น และยังมีกรหันมาใส่ใจสุขภาพของตนเองกันมากขึ้น ซึ่งธุรกิจนี้สามารถตอบสนองได้ครบทั้ง 2 ปัจจัยที่กล่าวมา

ตารางที่ 10 ข้อมูลประชากรและการย้ายถิ่น (กันยายน พ.ศ.2550)

ประเภท	คน
ประชากรทั้งสิ้น	63,642
ชาย	29,872
หญิง	33,770
คนเกิด	1,073
คนตาย	(ออกใบมรณะบัตร) 201
ย้ายเข้า	226
ย้ายออก	1,256

ที่มา: (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2550)

พยากรณ์ความต้องการของตลาด

การพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ โดยใช้เทคนิคการพยากรณ์เชิงคุณภาพ จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม พบว่าหากมีการจัดตั้งคือออสผักปลอดสารพิษบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษที่มีตรารับรองมาตรฐานสะอาด ถูกหลักอนามัย มีบริการที่สะดวกรวดเร็ว จะมีปริมาณการซื้อของกลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ย

เท่ากับ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ หรือ 104 ครั้งต่อปี และจากอายุโครงการ 5 ปี สามารถบอกได้ว่าอุปสงค์ของการซื้อต่อคนเท่ากับ 520 ครั้ง ตลอดอายุโครงการ ภายใต้ปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลិតภัณฑ์

ผลិតภัณฑ์ผักปลอดสารพิษ ได้แก่ กะหล่ำปลี ผักกาดแก้ว บรอกโคลี ผักกาดหอม มะเขือเทศ กระบี่ และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ สลัดผัก ตำผักผลไม้ และน้ำผักผลไม้เพื่อสุขภาพ

2. กลุ่มผู้บริโภค

จากการสำรวจกลุ่มผู้บริโภคจากแบบสอบถามใน บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เป็นเพียงส่วนหนึ่งของตลาดทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อยู่ในวัยทำงานช่วงอายุ 31-35 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงาน ลูกจ้างเอกชน รองลงมา ค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท

3. ขอบเขตพื้นที่

บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ในเส้นทางรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา สายสุขุมวิท ยกระดับเหนือถนนเพลินจิต กรุงเทพมหานคร ในย่านศูนย์การค้าสี่แยกราชประสงค์ ซึ่งอยู่ในเขตปทุมวัน

4. ระยะเวลา

อายุโครงการ 5 ปี โดยคิดจากอายุการใช้งานวัสดุ และอุปกรณ์

5. สถานะการแข่งขัน

5.1 คู่แข่งทางตรง

จากการสำรวจ พบว่าภายในพื้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม มีซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ หลายแห่ง ขายสินค้าหลากหลายชนิด แต่ยังไม่มียี่ห้อที่เป็นคือผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ มีเพียงซูเปอร์มาร์เก็ต ซุ้มอาหารจำหน่ายเฉพาะสลัดผัก และร้านอาหารเพื่อสุขภาพเช่น

5.1.1 ซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำหน่ายทั้งผักทั่วไป ผักปลอดสารพิษ และสลัดบาร์ แต่มีสินค้าไม่หลากหลาย และราคาค่อนข้างแพง

5.1.2 ซุ้มอาหารที่จำหน่ายเฉพาะสลัดผัก เป็นร้านค้าแผงลอยข้างถนน ไม่มีสถานที่รับประทาน จำหน่ายเฉพาะสลัดผักอย่างเดียว จำหน่ายโดยวิธีการชั่งใส่ถุงพร้อมน้ำสลัด ถุงละ 30 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.3 ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ BE WELL ตั้งอยู่บนถนนพระราม 4 เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เป็นร้านอาหารที่ขายเฉพาะเมนูเพื่อสุขภาพ ส่วนมากเป็นร้านที่มีพื้นที่ให้นั่งรับประทาน แต่ไม่มีผักปลอดสารพิษจำหน่ายเพื่อนำไปประกอบอาหารเองที่บ้าน มีเพียงเมนูชุดสุขภาพให้สั่งมารับประทานได้ภายในร้าน ราคาตั้งแต่ 50-300 บาทขึ้นไป

5.2 คู่แข่งทางอ้อม

คู่แข่งทางอ้อมส่วนใหญ่เป็นร้านที่เปิดบริการมานานหลายปี แต่สถานที่ตั้งร้านนั้นอยู่ไกลจากพื้นที่จัดตั้งโครงการมาก จึงทำให้การเดินทางไปซื้อผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษนั้นอาจจะไม่สะดวกสำหรับประชากรที่อยู่ในเขตปทุมวัน เช่น

5.2.1 ร้านโกลด์เด็นเพลส เป็นแหล่งรวบรวมผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากโครงการตามพระราชดำริ โครงการสวนพระองค์สวนจิตรลดา และสินค้าเกษตรปลอดสารพิษตามมาตรฐานสากล สินค้าเกษตรแปรรูป และสินค้าของแต่ละท้องถิ่นที่มีคุณภาพ มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มีทั้งสิ้น 5 สาขา คือ สาขาพระรามเก้า สาขาสะพานสูง สาขาซี.พี.ทาวเวอร์ สาขาหัวหิน และสาขามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

5.2.2 ร้านบ้านนี้ ไบรท์ จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่าง ๆ เช่น ผัก ผลไม้ ธัญพืชต่าง ๆ มีทั้งสิ้น 4 สาขา คือ สุขุมวิท 33 สุขุมวิท 39 หลังสวน พหลโยธิน

5.2.3 การใช้บริการสั่งซื้อทางอินเตอร์เน็ตบริการจัดส่งถึงบ้านของบริษัท ล้านนาโอเรียลตีลไฮโดรโปรนิคส์ จำกัด www.tastythai.in.th แต่จำกัดเขตการส่งเฉพาะตัวเมืองชั้นในเท่านั้น ไม่รวมถึงเขตปทุมวัน

ผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปผักปลอดสารพิษ ที่จำหน่ายในบริเวณที่ตั้งของโครงการ ในอาคารสรรพสินค้าและห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ผักปลอดสารพิษประเภท ผักนึ่ง คენห่านฮ่องกงสลัด ผักกวางตุ้ง บร็อคโคลี่ และผลิตภัณฑ์แปรรูปผักปลอดสารพิษประเภท สลัด น้ำผักปั่นเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปผักปลอดสารพิษ พบว่า ราคาของสินค้ามี ดังนี้ (ตารางที่ 11 และ 12)

ตารางที่ 11 ผักปลอดสารพิษที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า

ชนิดผักปลอดสารพิษ	ตรารับรอง	ขนาด (กรัม)	ราคา	ราคา/กรัม
ผักนึ่ง	Q	200	17	8.5
คენห่านฮ่องกง	Q	200	22	11

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ชนิดผักปลอดสารพิษ	ตรารับรอง	ขนาด (กรัม)	ราคา	ราคา/กรัม
สลัด	Q	200	18	9
ผักกวางตุ้ง	Q	200	25	12.5
บร็อคโคลี่	Q	300	27	9

ที่มา: (จากการสำรวจ, 2551)

ตารางที่ 12 ผลิตภัณฑ์แปรรูปผักปลอดสารพิษ ประเภทสลัด

สถานที่จำหน่าย	ตรารับรอง	ขนาด (กรัม)	ราคา
เซ็นทรัล ดีพาร์ทเมนท์ สโตร์ ชิดลม	เกษตรอินทรีย์	500	60
อาคารเพลินจิตทาวเวอร์	เกษตรอินทรีย์	500	55
เพรสซิเดนท ทาวเวอร์	ไม่มีตรารับรอง	500	45
ห้างสรรพสินค้าไอเก้	Super fresh	500	50
เซ็นทรัลเวิลด์	ดอยคำ	500	55
บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาราชดำริ	ไม่มีตรารับรอง	500	40

การประมาณยอดขาย

เมื่อได้มีการวิเคราะห์สภาวะตลาด พยากรณ์ความต้องการของตลาดผลิตภัณฑ์แล้ว จึงทำการพยากรณ์ยอดขายสินค้าของโครงการ และทำการประมาณยอดขายสินค้า

ยอดขายในปีที่หนึ่งนั้น สามารถคำนวณได้จาก นำค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างในการซื้อผักปลอดสารพิษเท่ากับ 97 บาทต่อครั้ง คูณกับความถี่เฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ เท่ากับ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ แล้วนำผลลัพธ์คูณกับจำนวนสัปดาห์ใน 1 ปี เท่ากับ 52 สัปดาห์ จะได้ค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้บริการต่อปี เท่ากับ 10,088 บาท นำผลลัพธ์ที่ได้คูณกับจำนวนประชากรที่เข้ามาใช้บริการและตัดสินใจซื้อ เท่ากับ 94 คนต่อวัน ได้มาจากจำนวนประชากรที่เดินผ่านโดยเฉลี่ยต่อวัน ประมาณ 2,883 คน คูณกับร้อยละ 5 ของประชากรที่เข้าร้านจากประชากร

ทั้งหมดที่เดินผ่านเฉลี่ยต่อวัน แล้วคูณกับร้อยละ 65.5 ของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร้านและตัดสินใจซื้อ (จากการสำรวจ) เมื่อนำมาคำนวณหายอดขาย จะได้ยอดขายในปีที่ 1 เท่ากับ 948,272 บาท ส่วนในปีที่ 2 ถึง 5 นั้นจะทำการประมาณจำนวนเงินเฉลี่ยที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าต่อคนต่อปี โดยที่ไม่คำนึงถึงอัตราเงินเฟ้อ การเปลี่ยนแปลงค่าเงิน หรือเหตุการณ์ใดๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง จึงคิดให้จำนวนเงินเฉลี่ยที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าต่อคนต่อปีเท่ากับในปีแรก และหลังจากนั้นจึงนำไปคูณกับจำนวนประชากรที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการในแต่ละปี เท่ากับร้อยละ 10 โดยอ้างอิงจากนโยบายบริษัท คาเอรุ จำกัด ก็จะทราบถึงยอดขายในปีนั้น ๆ ที่ประมาณการได้ (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 การประมาณยอดขายตามอายุโครงการ 5 ปี¹

ปีที่	จำนวนเงินเฉลี่ยที่ ผู้บริโภคซื้อสินค้า/ คนปี (บาท)	จำนวนประชากรที่ใช้ บริการร้านคืออส จำหน่ายผักปลอด สารพิษ (คน)	ยอดขายที่ ประมาณการ (บาท)	ยอดขายที่ เพิ่มขึ้น(บาท)
1	10,088	94.00	948,272 ³	-
2	10,088	103.42 ²	1,043,301	95,029
3	10,088	113.74	1,147,409	104,108
4	10,088	125.11	1,262,110	114,701
5	10,088	137.62	1,388,311	126,201

หมายเหตุ¹ อายุโครงการกำหนดโดยอายุการใช้งานวัสดุและอุปกรณ์

² จำนวนประชากรที่คาดว่าจะมาใช้บริการร้านคืออสจำหน่ายผักปลอดสารพิษเพิ่มขึ้น
ในแต่ละปี ร้อยละ 10 โดยอ้างอิงจากนโยบายของบริษัทคาเอรุ จำกัด

³ ยอดขาย = จำนวนเงินเฉลี่ยที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าต่อคนต่อปี × จำนวนประชากรที่ใช้
บริการร้านคืออสจำหน่ายผักปลอดสารพิษ

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยที่จะให้มีการจัดตั้งธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษขึ้น คิดเป็นร้อยละ 65.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ขนาดตลาดมีมูลค่าตลาดภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมเท่ากับ 2,844,816 บาทต่อปี เป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ พบว่ามีผู้ที่มีมาซื้อสินค้าจากร้านคือออสผักปลอดสารพิษเท่ากับ 94 คนต่อวัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง 97 บาทต่อครั้งและความถี่ในการซื้อ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ แนวโน้มตลาดผักปลอดสารพิษยังมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 10 ต่อปี จากการวิเคราะห์คู่แข่งซึ่งมีการแข่งขันที่ไม่รุนแรงมากนัก จึงมีโอกาที่จะได้ส่วนแบ่งตลาดมาเป็นของธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคมที่เอื้ออำนวยในการจัดตั้งธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่า การจัดตั้งธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร ไม่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค จะกล่าวถึงระบบการจัดตั้ง ท่าเลที่ตั้ง ตลอดจนความเหมาะสมในการจัดตั้งในด้านต่าง ๆ และสรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค โดยมีรายละเอียด

ระบบการผลิต

ระบบการผลิตศึกษาถึงปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยนำเข้า ปัจจัยนำเข้าที่ใช้ในการจัดตั้งธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากเพราะเป็นการคัดเลือกปัจจัยนำเข้าที่มีคุณภาพมาใช้ในการจำหน่าย ดังนี้

1.1 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีรายละเอียดของต้นทุนวัตถุดิบดังนี้

ตารางที่ 14 ต้นทุนวัตถุดิบ

รายการ	ต้นทุนวัตถุดิบ (บาทต่อกิโลกรัม)
คะน้า	6
กระหล่ำปลี	15
บรอกโคลี	27
ผักกาดแก้ว	22
ผักกาดหอม	20
มะเขือเทศ	25
สลัดผัก	15 (บาทต่อกล่อง)
ตำผักผลไม้	20 (บาทต่อกล่อง)
น้ำผักผลไม้ปั่นแก้วใหญ่	15 (บาทต่อแก้ว)

ที่มา: (ภาคผนวก ค)

1.2 ผู้จัดหาวัตถุดิบ ในการดำเนินธุรกิจคือซัพพลายเออร์ จะต้องมีการจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ ต่าง ๆ ทั้งที่ใช้ในการผลิตรวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในส่วนร้านจำหน่าย อีกทั้งการจัดหาวัตถุดิบในการผลิต และบรรจุภัณฑ์ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยิ่ง เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่โครงการต้องทำการจัดซื้อ ได้แก่

1.2.1 เครื่องมืออุปกรณ์การผลิตและจำหน่าย เป็นการลงทุนเริ่มต้นในการจัดตั้งโครงการ โดยทางโครงการได้จัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์จาก บริษัท วิกกีเอ็นจิเนียริง จำกัด เลขที่ 2797-2799 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

1.2.2 อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องคิดเงินสด และอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดอื่น ๆ โครงการได้จัดซื้อจากบริษัทออฟฟิศ เมท จำกัด เลขที่ 24 ซอยอ่อนนุช 66/1 เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

1.2.3 ผักปลอดสารพิษเกรดเอ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตของโครงการ โดยการจัดซื้อจากฟาร์มเกษตร เอ็นพี-สมาร์ท จังหวัดนนทบุรี

1.2.4 วัสดุบรรจุภัณฑ์ โครงการได้จัดซื้อจากโรงงานศรีสกุลพลาสติก เลขที่149/370 ซอยเพชรเกษม 95 แขวงอ้อมน้อย เขตกระทุ่มแบน สมุทรสาคร 74110

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 แหล่งที่มาของเงินทุน ในการจัดตั้งคือออสผักปลอดสารพิษ มาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด เนื่องจากการกู้เงินจากธนาคารมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง ทางโครงการจึงได้เลือกใช้เงินส่วนของเจ้าของมาใช้ในการลงทุน

1.4 จำนวนบุคลากร และแรงงาน พนักงานชายหน้าร้าน 1 คน ทำหน้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของร้าน และดูแลความเรียบร้อยของร้าน ในการจัดตั้งโครงการลงทุนนี้ได้มีการลงทุนในส่วนของ การปรับปรุงพื้นที่ร้านจำหน่าย และในส่วนของ การลงทุนเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 งบประมาณการลงทุนเครื่องมือ และอุปกรณ์เริ่มต้นของโครงการ

รายการ	ค่าใช้จ่าย (บาท)	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมต่อปี (บาท)
เครื่องชั่ง	3,000	5	600
โต๊ะ เก้าอี้	5,000	5	1,000
ป้ายหน้าร้าน	7,500	5	1,500
ตู้ไฟแขวนหน้าร้าน	5,000	5	1,000
เครื่องคิดเงินสด	14,000	5	2,800
พัดลม	4,000	5	800
เครื่องโทรศัพท์	5,000	5	1,000
ตู้แช่เย็น	8,000	5	1,600
ชั้นวางโชว์ผลิตภัณฑ์	1,500	5	300
กระบะวางสินค้า โปรโมชัน	2,500	5	500
เครื่องปั่น	6,000	5	1,200
ค็อกเทลสำเร็จรูป	4,000	5	800
ตะกร้าใส่ของ	1,000	5	200
อุปกรณ์อื่นๆ	5,000	5	1,000
รวม		5	17,000

หมายเหตุ ค่าเสื่อมราคาเส้นตรง 5 ปีไม่มีมูลค่าซาก
ที่มา: (จากภาคผนวก ค)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กระบวนการผลิต ได้แก่ รูปแบบของสถานที่จัดตั้งโครงการ แผนการผลิต และรายละเอียดของโครงการ

2.1 กำลังการผลิตและแผนการผลิต

การวางแผนการผลิตและจำหน่าย ระยะแรกโครงการจะผลิตสินค้าแต่ละชนิดในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน จำหน่ายสินค้าแบบวันต่อวัน โดยจะเก็บผลิตภัณฑ์แปรรูป ในตู้แช่เย็นไม่เกิน 3 วัน เพราะสินค้ามีระยะเวลาการเก็บรักษาไม่นาน เพื่อให้ได้สินค้าที่สดเมื่อถึงมือผู้บริโภค และวิเคราะห์การผลิตในระยะยาว โดยดูจากความนิยมของผู้บริโภคในแต่ละชนิดสินค้า ปริมาณยอดขายในแต่ละวันเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด

2.2 รายละเอียดการดำเนินโครงการมีดังนี้

2.2.1 พื้น รั้วระดับพื้นร้านคือออสผักปลอดสารพิษส่วนผลิต ต้องเป็นแบบราบเรียบเสมอกัน และไม่แฉวนสิ่งของบนเพดานหรือบนพื้นที่ส่วนกลางโดยปราศจากความยินยอมของผู้ให้สิทธิหรือบีทีเอสซี

2.2.2 การแบ่งกันเนื้อที่หรือบริเวณ โดยแยกเป็นสัดส่วนสำหรับการผลิต และการจัดจำหน่ายเพื่อใช้สำหรับ เก็บวัตถุดิบ เตรียมวัตถุดิบ ปิ้งผสม บรรจุ ล้างทำความสะอาด อุปกรณ์หรือภาชนะ

2.3 การตกแต่งพื้นที่ร้าน

2.3.1 การจัดตกแต่งร้านเป็นจุดแรกของการแสดงความสามารถที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ทันทีที่ผ่านไปพบเห็น นับว่ามีความสำคัญมากในการดึงดูดความสนใจของลูกค้า การแสดงรายละเอียดของสินค้า ความเป็นระเบียบในการหยิบ และการจัดวาง มีแสงสว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสมสำหรับการวางโชว์สินค้า

2.3.2 รูปแบบการบริหารงานภายในร้าน ได้เลือกรูปแบบการจัดตั้งเป็นลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว เนื่องจากเป็นกิจการขนาดเล็กเพื่อความรวดเร็วในการบริหารจัดการจัดการในทุก ๆ ด้านภายในร้านจะเป็นการจัดที่ไม่ซับซ้อน โดยการบริหารจะเป็นไปตามความเห็นของเจ้าของกิจการและการพิจารณาระบบการบริหารงานที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ โดยมีจุดมุ่งหมายในการวิเคราะห์เพื่อประมาณการค่าแรงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งผลที่ได้จะนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำประมาณการงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า และประมาณการกระแสเงินสดสุทธิในการวัดผลการดำเนินงาน เพื่อประโยชน์ในการประเมินผลการตัดสินใจลงทุน

2.3.3 นโยบายในการบริหาร ร้านจะเปิดทำการทุกวัน โดยเปิดทำการตั้งแต่เวลา 06.00-20.00 น. ไม่มีวันหยุด รวมชั่วโมงทำงานหนึ่ง 1 วัน เท่ากับ 14 ชั่วโมง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

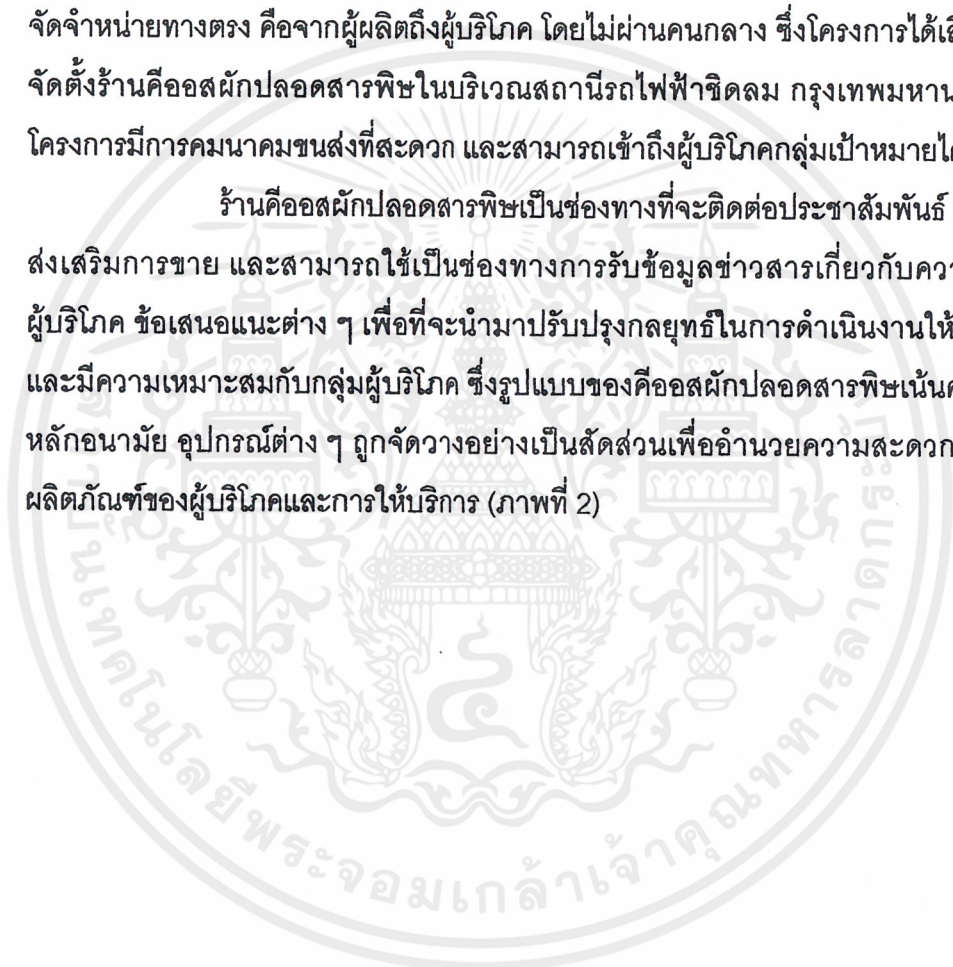
2.4 บริเวณโครงการ

ร้านคืออสผักปลอดสารพิษได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เพื่อทำการใช้พื้นที่ชั่วคราวสำหรับการค้าขายรับสิทธิตามที่อนุญาต โดยผู้ให้สิทธิได้ดำเนินการขออนุญาตเช่าพื้นที่กับบริษัท วีจีไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด เป็นผู้ให้สิทธิการใช้พื้นที่ชั่วคราว

2.5 รูปแบบของร้านจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของร้านคืออสผักปลอดสารพิษ จะเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง คือจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค โดยไม่ผ่านคนกลาง ซึ่งโครงการได้เลือกทำเลในการจัดตั้งร้านคืออสผักปลอดสารพิษในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร ซึ่งที่ตั้งของโครงการมีการคมนาคมขนส่งที่สะดวก และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้

ร้านคืออสผักปลอดสารพิษเป็นช่องทางที่จะติดต่อประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และสามารถใช้เป็นช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ และมีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งรูปแบบของคืออสผักปลอดสารพิษเน้นความสะดวกถูกหลักอนามัย อุปกรณ์ต่าง ๆ ถูกจัดวางอย่างเป็นสัดส่วนเพื่ออำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคและการให้บริการ (ภาพที่ 2)



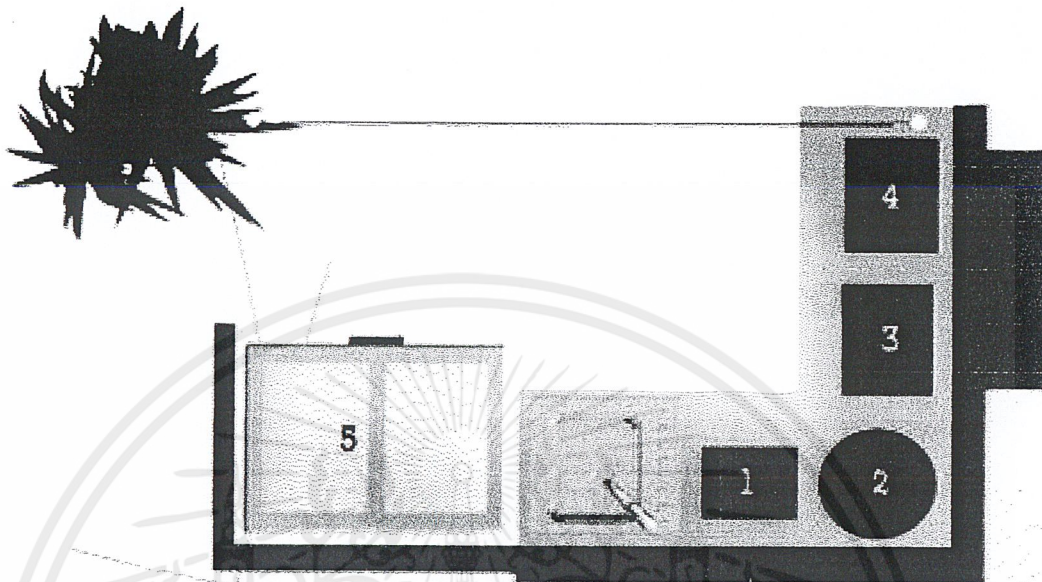


ภาพที่ 2 รูปแบบโครงสร้างและลักษณะร้านคือออสผักปลอดสารพิษ
ที่มา: (<http://www.ismed.or.th>)

2.6 แผนผังโครงการ

คือออสผักปลอดสารพิษได้เช่าพื้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม และได้ลงทุน
ตกแต่งพื้นที่ร้าน โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 5 ตำแหน่ง คือ ตำแหน่งเครื่องปั้น ตำแหน่งกระบะวาง
สินค้า ตำแหน่งตู้โชว์ผลิตภัณฑ์ ตำแหน่งเครื่องคิดเงินและตำแหน่งตู้แช่เย็น (ภาพที่ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



1. เครื่องปั่นน้ำผลไม้
2. กระจกวางสินค้า
3. ตู้โชว์ผลิตภัณฑ์
4. เครื่องตัดผืน
5. ตู้แช่เย็น

PERSPECTIVE

AIRATDESIGN

ภาพที่ 3 แผนผังร้านคือออสผักปลอดสารพิษ

ที่มา: (<http://www.ismed.or.th>)

3. ปัจจัยนำออก คือ ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายในคือออสผักปลอดสารพิษ ซึ่งธุรกิจจะคำนึงถึงคุณภาพของวัตถุดิบในการประกอบอาหารให้ไม่มีสารปนเปื้อน การคัดเลือกวัตถุดิบต่างๆ ทางร้านจะคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิตตามหลักการของการผลิตอาหารปลอดภัยระดับมาตรฐานสากล และภายใต้การควบคุมขององค์การอาหารและยา ซึ่งจะเป็นจุดสำคัญในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาด โดยมีรายการผลิตภัณฑ์ทั้งหมดดังนี้ (ตารางที่ 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 รายการผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย

รายการผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุภัณฑ์ (กรัม)	ราคาต่อหน่วย (บาท)
ผักปลอดสารพิษ		
กะหล่ำปลี	500	40
บรอกเคอรี่	200	55
คะน้า	500	42
มะเขือเทศ	200	32
ผักกาดแก้ว	300	35
ผักกาดหอม	400	30
ผลิตภัณฑ์แปรรูปผักปลอดสารพิษ		
สลัดผัก	600	39
ตำผักผลไม้	500	39
น้ำผักผลไม้ปั่นเพื่อสุขภาพ	16 (ออนซ์)	30
น้ำผักผลไม้ปั่นเพื่อสุขภาพ	20 (ออนซ์)	35

ในอนาคตอาจมีการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยธุรกิจมีการจัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายตลอดเวลา เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และวางแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดกับผู้บริโภคเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ทำเลที่ตั้ง

สถานที่ตั้งของคือออสผักปลอดสารพิษตั้งอยู่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เนื่องจากการสำรวจผู้บริโภค พบว่าช่องทางกำหนัดจำหน่ายของผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษมีผู้บริโภคให้ความสนใจถึงร้อยละ 65.50 ที่ตั้งของโครงการมีการคมนาคมที่สะดวกทำให้สามารถเดินทางไปซื้อวัตถุดิบได้สะดวกสบาย นอกจากนี้ ผู้จัดส่งวัตถุดิบ ยังสามารถเดินทางมาส่งวัตถุดิบได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว (ภาพที่ 4)

1. การเลือกทำเลที่ตั้ง

ในการเลือกทำเลที่ตั้ง ใช้วิธีการนับจำนวนคนเดินผ่านทั้งสองจุดที่ คือบริเวณด้านล่างสถานี และบริเวณภายในสถานี เพื่อนำมาเปรียบเทียบกัน โดยมีเกณฑ์การนับดังนี้

1.1 นับทั้งเพศหญิงและเพศชาย ที่เดินผ่านภายในบริเวณทั้งสองจุด อายุระหว่าง 20-40 ปี

1.2 นับในช่วงเวลาตั้งแต่ 07.00-18.00 น. ซึ่งครอบคลุมเวลาราชการและเป็นช่วงที่มีกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก

1.3 การนับใช้ระยะเวลา 2 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2551 โดยนับทุกวันเพื่อเปรียบเทียบสองทำเลในการเลือกทำเลที่ตั้ง

จากการนับจำนวนคนเดินผ่านของทั้งสองทำเล พบว่าในเดือนตุลาคมมีจำนวนคนเดินผ่านเฉลี่ยในบริเวณด้านล่างสถานี 2,420 คนต่อวัน และบริเวณภายในสถานี 2,797 คนต่อวัน ในเดือนพฤศจิกายน มีจำนวนคนเดินผ่านเฉลี่ยในบริเวณด้านล่างสถานี 2,670 คนต่อวัน และบริเวณภายในสถานี 2,969 คนต่อวัน จำนวนคนเดินผ่านโดยเฉลี่ยทั้งสองเดือนเท่ากับ 2,883 คนต่อวัน ดังนั้นจึงเลือกทำเลที่ตั้งบริเวณภายในสถานีรถไฟฟ้าเป็นสถานที่ตั้งธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 ปริมาณคนเดินผ่านบริเวณภายในสถานี และบริเวณด้านล่างสถานีรถไฟฟ้าชิดลม

เดือน	จำนวนคนเดินผ่านเฉลี่ยต่อเดือน	
	บริเวณด้านล่างสถานี	บริเวณภายในสถานี
ตุลาคม	2,420	2,797
พฤศจิกายน	2,670	2,969

2. ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ตั้ง

ในการพิจารณาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค สถานที่ตั้งของร้านเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่จำเป็นต้องคำนึงถึง โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (พรพิมล, 2545)

2.1 จำนวนลูกค้า บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชัตตลุมเป็นพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่น มีปริมาณคนเดินผ่านจำนวนมาก รวมถึงเป็นที่ตั้งของหน่วยงานราชการและเอกชนต่าง ๆ เป็นสถานที่ที่มีกลุ่มเป้าหมาย คือ ลูกค้าที่มีความเร่งรีบในการทำงานและต้องการความสะดวกในการซื้อสินค้า นอกจากนี้ยังมีกลุ่มเป้าหมายรองคือ ลูกค้าทั่วไปซึ่งมีความต้องการในผลิตภัณฑ์ จึงเป็นสถานที่ที่มีลูกค้าจะมาใช้บริการจำนวนมากดังนั้นนับได้ว่าสถานที่แห่งนี้เป็นที่ตั้งที่เหมาะสม

2.2 สภาพธุรกิจ ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชัตตลุม มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและสนับสนุนให้กิจการประสบผลสำเร็จ เช่น รสนิยมของบุคคลในบริเวณนั้น ติดถนน รวมถึงไม่มีคู่แข่ง หรือร้านค้าประเภทเดียวกันในบริเวณนั้น อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย เช่น มีการขนส่งสาธารณะผ่าน ไม่ห่างจากแหล่งที่อยู่อาศัยของประชากรมากนัก การเดินทางสะดวก

2.3 การสาธารณูปโภค เนื่องจากในบริเวณที่จัดตั้งโครงการมีความพร้อมในระบบสาธารณูปโภค เพื่ออำนวยความสะดวกไว้อย่างเพียงพอ ได้แก่ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ เป็นต้น

2.4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจคืออดส์ผักปลอดสารพิษ พบว่าลูกค้ามีความต้องการใช้บริการคืออดส์ผักปลอดสารพิษที่เหมาะสมกับช่วงเวลาที่เร่งรีบ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีการบริการที่รวดเร็ว สามารถซื้อไปรับประทานนอกสถานที่ได้ ดึงดูดความสนใจได้ง่าย และไม่จำเป็นต้องมีที่จอดรถ เป็นเหตุผลสนับสนุนให้มีการลงทุนจัดตั้งธุรกิจคืออดส์ผักปลอดสารพิษ สถานที่ตั้งเป็น คืออสังหาริมทรัพย์ที่ กว้าง 3 เมตร ยาว 8 เมตร มีการตกแต่งร้านให้ดึงดูดลูกค้า และแตกต่างจากร้านอื่น

3. ขั้นตอนในการดำเนินงาน

ร้านคืออดส์ผักปลอดสารพิษ ตั้งแต่เริ่มมีแนวความคิดในการจัดตั้งร้าน จนกระทั่งได้ดำเนินธุรกิจ มีขั้นตอนการดำเนินงานดังต่อไปนี้

3.1 ดำเนินการขอเช่าพื้นที่โครงการ

เนื่องจากสถานที่ประกอบการนั้นตั้งอยู่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชัตตลุม ซึ่งบริเวณดังกล่าวเป็นพื้นที่ของเอกชน ดังนั้นในการเข้าใช้พื้นที่จึงต้องทำการขอเช่าพื้นที่ดังกล่าวในการนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์โดยหลักเกณฑ์ของสัญญา และข้อปฏิบัติของการตั้งร้าน

คือออส และพื้นที่ชั่วคราว บนสถานีรถไฟฟ้ามหานครนั้น ต้องดำเนินการไปที่บริษัท วีจีไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้สิทธิมีการแจ้งหลักเกณฑ์และข้อปฏิบัติแก่ผู้รับสิทธิการใช้พื้นที่ชั่วคราว ดังนี้

- 3.1.1 ผู้ให้สิทธิของสงวนสิทธิในการต่ออายุสัญญาเมื่อสัญญาการให้สิทธิสิ้นสุดลงแก่ผู้รับสิทธิไม่ว่ากรณีใด
- 3.1.2 ผู้รับสิทธิต้องเสนอรูปแบบธุรกิจคือออส แก่ผู้ให้สิทธิเพื่อพิจารณา และอนุมัติอย่างน้อย 15 วันก่อนวันที่เริ่มต้นสัญญาตามสัญญาการให้สิทธิ หากรูปแบบคือออส ไม่ได้รับการอนุมัติจากผู้ให้สิทธิอันเนื่องมาจากรูปแบบไม่ถูกต้องตามกฎระเบียบและข้อบังคับของผู้ให้สิทธิที่กำหนดไว้ ผู้รับสิทธิไม่มีสิทธิยกเหตุดังกล่าวเพื่อขอเลื่อนวันที่เริ่มต้นสัญญาที่กำหนดไว้ในสัญญาการให้สิทธิ และขอขยายเวลาการให้สิทธิเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ผู้รับสิทธิยังคงมีหน้าที่ต้องชำระค่าสิทธิแก่ผู้ให้สิทธิตามกำหนดวันเริ่มต้นสัญญาถึงวันสิ้นสุดสัญญาตามที่กำหนดในสัญญาการให้สิทธิเช่นเดิม
- 3.1.3 กรณีที่ไม่มีการสร้างคือออส แต่ใช้เพียงโต๊ะเพื่อวางสินค้า ผู้รับสิทธิ ต้องหาอุปกรณ์เพื่อมาตกแต่งโต๊ะให้ดูเรียบร้อยและสวยงาม เช่น การจัดทำผ้าระบายรอบโต๊ะ เป็นต้น
- 3.1.4 ผู้รับสิทธิต้องชำระค่าสิทธิ และค่ามัดจำทั้งหมดให้แก่ผู้ให้สิทธิ ณ วันที่ลงนามในสัญญาการให้สิทธิ
- 3.1.5 เมื่อผู้รับสิทธิชำระค่าสิทธิและค่ามัดจำเรียบร้อยแล้ว ผู้ให้สิทธิจะออกบัตรประจำร้านค้าให้กับผู้รับสิทธิและผู้รับสิทธิต้องนำบัตรประจำร้านค้า ดังกล่าวไปติดหรือโชว์ไว้หน้าร้านค้าในตำแหน่งที่เจ้าหน้าที่ของผู้ให้สิทธิสามารถตรวจสอบได้
- 3.1.6 การเข้าออกบนสถานีของผู้รับสิทธิ จะต้องแจ้งขอเอกสารการเข้าออกสถานีจากพนักงานฝ่ายชายของผู้ให้สิทธิ เพื่อดำเนินการจัดทำเอกสารเข้าออกบนสถานีให้แก่ผู้รับสิทธิ หากไม่มีเอกสารดังกล่าวผู้รับสิทธิไม่สามารถเข้าออกบนสถานีได้
- 3.1.7 ทุกร้านค้าต้องตั้งอยู่บนพื้นที่ที่กำหนดไว้ให้ในสัญญาการให้สิทธิเท่านั้น โดยผู้ให้สิทธิจะมีเครื่องหมายกำหนดพื้นที่ดังกล่าวบนพื้นที่ของสถานีไว้อย่างชัดเจน
- 3.1.8 ผู้รับสิทธิต้องดูแลความสะอาดของร้านค้า และบริเวณรอบ ๆ ร้านค้า ถังขยะบรรจุสินค้าเมื่อใช้เสร็จต้องเก็บหรือนำไปทิ้งให้เรียบร้อย ห้ามวางไว้นอกร้านค้าโดยเด็ดขาด เพื่อป้องกันการเกิดไฟไหม้ และกีดขวางทางเดินของผู้โดยสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.9 ห้ามปรุงอาหาร เตรียมอาหาร หรือทำสิ่งที่ก่อให้เกิดกลิ่นควันหรือสิ่งปนเปื้อนอื่น ๆ ทั้งในและนอกร้านค้าโดยเด็ดขาด

3.1.10 ห้ามส่งเสียงดังรบกวนผู้โดยสารภายในสถานีรถไฟฟ้า

3.1.11 กรณีที่ผู้รับสิทธิไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และข้อปฏิบัติของผู้ให้สิทธิตามรายละเอียดข้างต้นไม่ว่าข้อใดข้อหนึ่ง ผู้ให้สิทธิจะออกหนังสือเตือนแก่ผู้รับสิทธิดังกล่าวทราบเพื่อให้แก้ไขภายใน 5 วันนับจากวันที่ในหนังสือดังกล่าว หากไม่มีการแก้ไขภายในกำหนดเวลาดังกล่าว ผู้ให้สิทธิจะออกหนังสือแจ้งบอกเลิกสัญญาการให้สิทธิ หรือไม่ต่ออายุสัญญาการให้สิทธิแก่ผู้รับสิทธิรายนั้น ๆ ต่อไป

ในการทำสัญญาเช่านั้นมีระเบียบข้อบังคับ ซึ่งสัญญาเช่านั้นมีอายุโดยทั่วไป 1-3 ปี โดยการดำเนินการโครงการจัดตั้งธุรกิจคืออสังหาริมทรัพย์มีอายุโครงการ 5 ปี จึงต้องทำสัญญา 3 ปี และมีการต่อสัญญาปีต่อปี อัตราค่าเช่าต่อเดือนเป็น 25,000 บาทต่อเดือน (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 พื้นที่เพื่อการค้าชั่วคราว

เลขที่	สถานี	รหัส	พื้นที่ (ตารางเมตร)	ค่าสิทธิ (บาท/เดือน)	ค่าภาษีโรงเรือน (บาท/เดือน)	เงินมัดจำ (บาท)
1	ชิดลม	N8-C	7.50	131,100	18,900	25,000
			7.50	131,100	18,900	25,000

การประมาณการค่าใช้จ่ายในการลงทุน

รายละเอียดของมูลค่าการลงทุนของโครงการประกอบด้วย

1. เงินลงทุนของโครงการ

การประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการนี้มีมูลค่า 550,000 บาท (ตารางที่ 19) ซึ่งเงินลงทุนในโครงการส่วนใหญ่เป็นเงินทุน ณ ปีปัจจุบัน (ปีที่ 0) หรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเงินลงทุนเริ่มแรก และกำหนดผลตอบแทนที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12

ตารางที่ 19 การประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ

รายการ	จำนวนเงิน
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
ค่าออกแบบตกแต่งสถานที่	300,000
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	
ค่าสำรวจและประเมินสถานที่	50,000
เงินทุนหมุนเวียน	200,000
รวม	550,000

ที่มา: (จากภาคผนวก ค)

2. การประมาณค่าใช้จ่ายโครงการ

การประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในการจัดตั้งธุรกิจคืออสมักปลอดสารพิษนั้นคำนวณเป็นร้อยละจากยอดขาย ซึ่งมีรายละเอียดของค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.1 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

2.1.1 ค่าวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 25 ของยอดขาย

2.2 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

2.2.1 ค่าแรงพนักงาน 5,000 บาทต่อเดือน

2.2.2 ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 3 ของยอดขาย

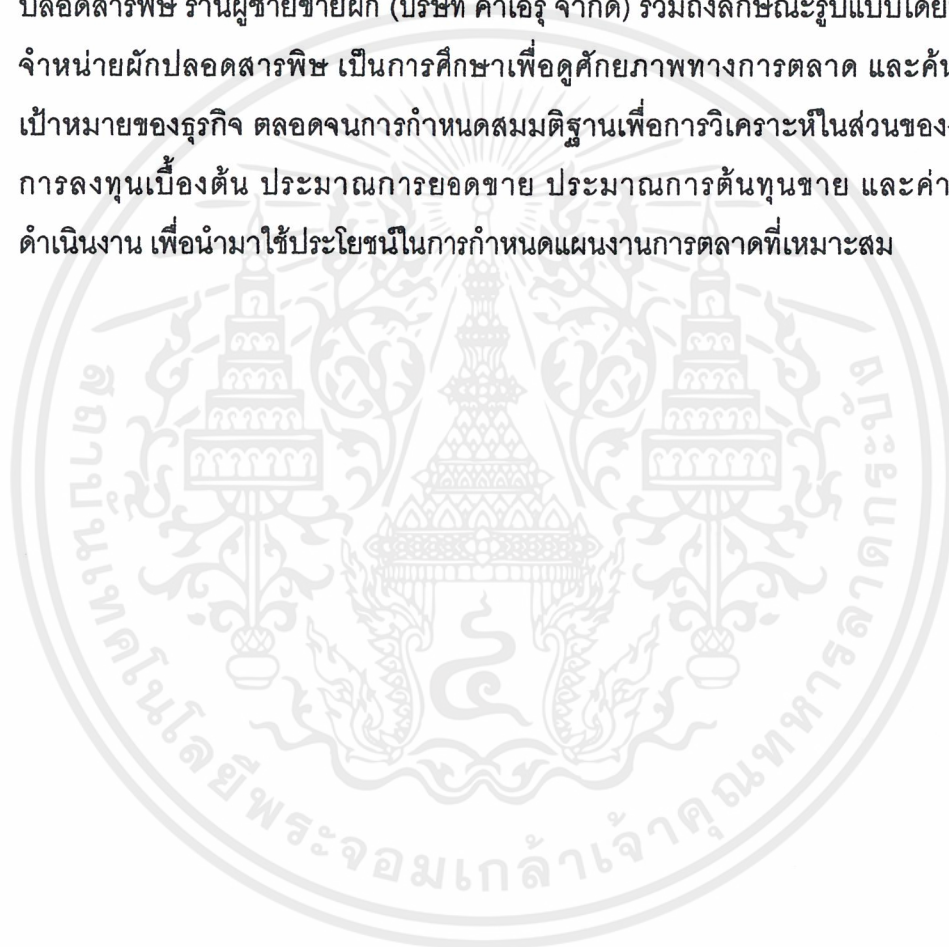
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 ค่าเช่าสถานที่ 25,000 บาทต่อเดือน

2.2.4 ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด คิดเป็นร้อยละ 1 ของยอดขาย
ประกอบด้วย ค่าโฆษณา และค่าประชาสัมพันธ์

2.2.5 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด คิดเป็นร้อยละ 0.5 ของยอดขาย

2.3 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประกอบด้วย ผลรวมของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ ร้านผู้ขายชายผัก (บริษัท คาเออร์ จำกัด) รวมถึงลักษณะรูปแบบโดยทั่วไปของธุรกิจจำหน่ายผักปลอดสารพิษ เป็นการศึกษาเพื่อดูศักยภาพทางการตลาด และค้นหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ ตลอดจนการกำหนดสมมติฐานเพื่อการวิเคราะห์ในส่วนของงบประมาณในการลงทุนเบื้องต้น งบประมาณการยอดขาย งบประมาณการต้นทุนขาย และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนงานการตลาดที่เหมาะสม



ตารางที่ 20 การประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑที่ขายในร้าน (บาท)

รายการ	ค่าใช้จ่ายคิดเป็นร้อยละจากยอดขาย				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย (บาท)	948,272	1,043,301	1,147,409	1,262,110	1,388,311
ค่าวัตถุดิบ ¹	237,068	260,825	286,852	315,528	347,078
รวม	237,068	260,825	286,852	315,528	347,078

หมายเหตุ¹ ร้อยละ 25 ของยอดขาย

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	948,272	1,043,301	1,147,409	1,262,110	1,388,311
ค่าใช้จ่ายในการขาย					
ค่าแรงพนักงาน	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา	28,448	31,299	34,422	37,863	41,649
ค่าโทรศัพท์					
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร					
ค่าเช่าพื้นที่	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
ค่าภาษีป้ายร้านค้า	500	500	500	500	500
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	9,483	10,433	11,474	12,621	13,883
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	4,741	5,217	5,737	6,311	6,942
รวม	403,172	407,449	412,133	417,295	422,974

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตาราง 22 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (บาท) ไม่รวมค่าเสื่อมราคา

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขาย ¹	237,068	260,825	286,852	315,528	347,078
ค่าใช้จ่ายในการขาย ²	88,448	91,299	94,422	97,863	101,649
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ²	314,724	316,150	317,711	319,432	321,325
รวม	640,240	668,274	698,985	732,823	770,052

หมายเหตุ¹ จากตารางที่ 20

² จากตารางที่ 21

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 23 ประมาณการต้นทุนการผลิตของโครงการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าวัสดุปี ¹	237,068	260,825	286,852	315,528	347,078
ค่าใช้จ่ายในการขาย ²	88,448	91,299	94,422	97,863	101,649
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ³	314,724	316,150	317,711	319,432	321,325
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อม)	640,240	668,274	698,985	732,823	770,052
ค่าเสื่อมราคาวัสดุและอุปกรณ์	17,000	17,000	17,000	17,000	17,000
ต้นทุนการผลิตรวม	657,240	685,274	715,985	749,823	787,052

หมายเหตุ¹ จากตารางที่ 20

² จากตารางที่ 21

³ จากตารางที่ 21

ที่มา: (จากการคำนวณ)

สรุปผลความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค พบว่าโครงการมีความพร้อมทั้งระบบการผลิต การจัดการผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการจัดหาและขนส่งปัจจัยนำเข้าที่มีมาตรฐานในการดำเนินโครงการ

ด้านทำเลที่ตั้งพิจารณาจาก ด้านการจัดหาอุปกรณ์ วัตถุดิบ การขนส่ง สาธารณูปโภคต่างๆ ที่มีความจำเป็นในการประกอบการ ในด้านวัตถุดิบ การรับวัตถุดิบเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้นจะขึ้นอยู่กับการวางแผนการผลิต และจำหน่ายที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามยอดจำหน่ายในแต่ละวัน ซึ่งปริมาณวัตถุดิบที่มีอยู่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าการจัดตั้งธุรกิจคืออสมักปลอดภัยสำหรับบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร ไม่มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการต้องทำก่อนที่โครงการจะเกิดขึ้น จึงต้องมีการประมาณการทางการเงินของโครงการ ได้แก่ การประมาณค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงิน และผลตอบแทนของโครงการเพื่อดูว่าให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนโครงการ จะเป็นการวางแผนด้านการได้มาและใช้ไปในการลงทุนดำเนินงานในส่วนต่าง ๆ ซึ่งจะศึกษาในเรื่องต่อไปนี้

รายละเอียดของโครงการ

แหล่งที่มาของการลงทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด

อายุโครงการ

กำหนดอายุโครงการ 5 ปี กำหนดจากอายุการใช้งานของเครื่องจักร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

อัตราคิดลด ซึ่งสำนักงานสถิติแห่งชาติ กำหนดให้ประเทศไทยมีค่าเสียโอกาสของทุนอยู่ระหว่าง ร้อยละ 12 ถึงร้อยละ 15 ในที่นี้ใช้เท่ากับร้อยละ 12 ต่อปี (บริษัท คาเอรุ , 2551)

การประมาณการด้านการเงินของโครงการ

การประมาณการด้านการเงินของโครงการ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินประกอบด้วยรายละเอียด ดังต่อไปนี้

เงินลงทุนของโครงการ

การประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการนี้มีมูลค่า 550,000 บาท (ตารางที่ 19) ซึ่งประกอบด้วย เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 300,000 บาท ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน 50,000 บาท และเงินทุนหมุนเวียน 200,000 บาท

การประมาณรายได้ต่อปีของโครงการ

ตารางที่ 24 การประมาณยอดขายตามอายุโครงการ 5 ปี

ปีที่	ยอดขายที่ประมาณการ (บาท)
1	948,272
2	1,043,301
3	1,147,409
4	1,262,110
5	1,388,311

ที่มา: (จากตารางที่ 13)

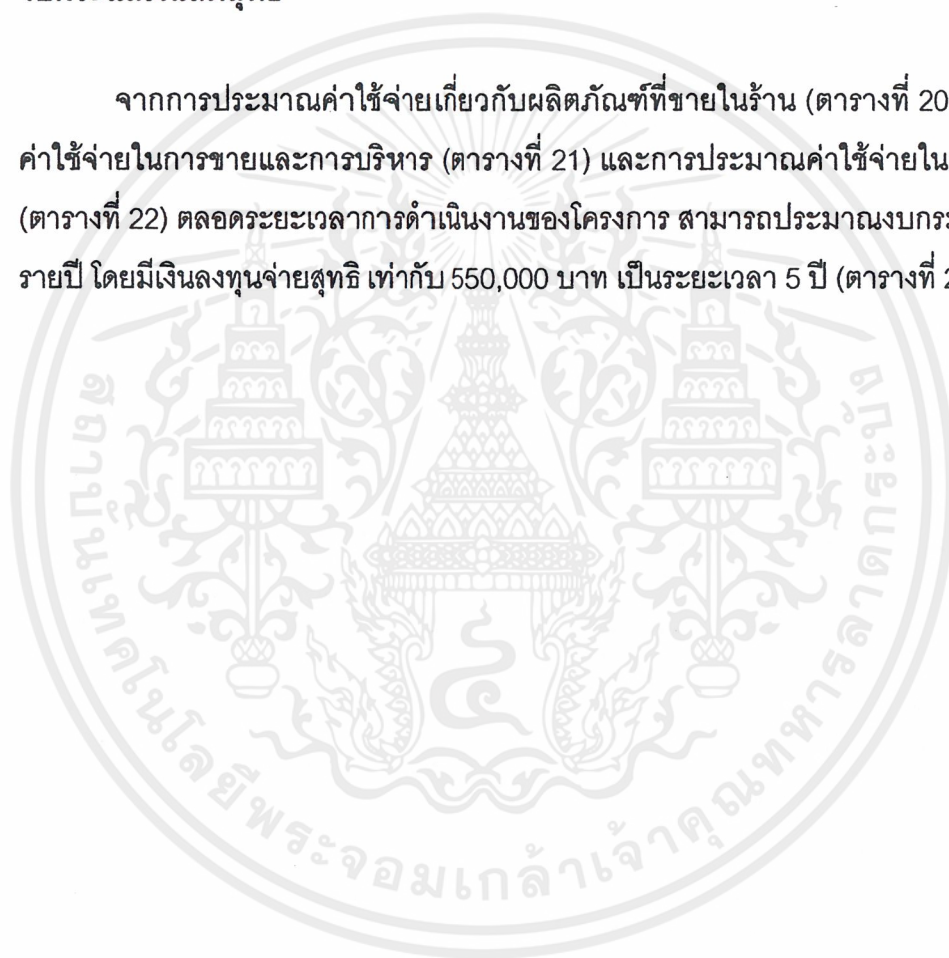
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งบกำไรขาดทุน

คำนวณได้โดยนำค่าที่ได้จากการขายบริการหักด้วยค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ไม่รวมค่าเสื่อมราคา (ตารางที่ 22) หักภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จะทำให้ทราบถึงสถานะทางการเงินของโครงการ (ตารางที่ 25)

งบกระแสเงินสดสุทธิ

จากการประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้าน (ตารางที่ 20) การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร (ตารางที่ 21) และการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ตารางที่ 22) ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานของโครงการ สามารถประมาณงบกระแสเงินสดสุทธิรายปี โดยมีเงินลงทุนจ่ายสุทธิ เท่ากับ 550,000 บาท เป็นระยะเวลา 5 ปี (ตารางที่ 26)



การประมาณงบกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ

ตาราง 25 ประมาณการกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย ¹	948,272	1,043,301	1,147,409	1,262,110	1,388,311
หัก ต้นทุนวัตถุดิบ ²	237,068	260,825	286,852	315,528	347,078
กำไรขั้นต้น	711,204	782,476	860,557	946,582	1,041,233
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ³	403,172	407,449	412,133	417,295	422,974
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	308,032	375,027	448,424	529,287	618,259
หัก ภาษีเงินได้ (ร้อยละ30)	92,410	112,508	134,527	158,786	258,228
กำไรสุทธิ	215,622	262,519	313,897	370,501	360,031
กำไรสะสม	215,622	478,141	792,038	1,162,539	1,522,570

หมายเหตุ¹ จากตารางที่ 24

² จากตารางที่ 20

³ จากตารางที่ 21

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 26 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ						
รายได้จากการขาย		948,272	1,043,301	1,147,409	1,262,110	1,388,311
กระแสเงินสดจ่าย						
เงินลงทุนของโครงการ	350,000	0	0	0	0	-42,500 ¹
เงินทุนหมุนเวียน	200,000	0	0	0	0	-200,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อมราคา)		640,240	668,274	698,985	732,823	770,052
ภาษีเงินได้ (ร้อยละ30)		92,410	112,508	134,527	158,786	258,228
กระแสเงินสดจ่าย		732,650	780,782	833,512	891,609	785,780
กระแสเงินสดสุทธิ	550,000	215,622	262,519	313,897	370,501	602,531

หมายเหตุ: มูลค่าของอุปกรณ์ต่างๆ คิดราคามูลค่าซากร้อยละ 10 ต่อปี
ที่มา: (จากการคำนวณ)

การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์ที่มุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงิน หรือความสามารถในการทำกำไร เพื่อให้ผู้ลงทุนเกิดความมั่นใจในการลงทุนว่าถ้ามีการลงทุนในโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางด้านการเงินใดๆ กับโครงการ และเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าควรลงทุนในกิจการหรือไม่ โดยใช้วิธีการประเมินที่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลา คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ Net Present Value (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ Interest Rate of Return (IRR) อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน Benefit Cost Ratio (BCR) และวิธีที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลา คือ ระยะเวลาการคืนทุน Pay Back Period โดยผลของการประเมินค่าการลงทุนทั้ง 4 นั้นสามารถพิจารณา (ตารางที่ 27)

ตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน

รายการ	ผลที่ได้จากการคำนวณ ¹
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 2 เดือน 22 วัน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	655,350
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (ร้อยละ)	38.21
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (เท่า)	2.19

หมายเหตุ ¹ เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12
ที่มา: (จากการคำนวณในภาคผนวก ง)

ซึ่งอธิบายผลของการประเมินค่าการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงิน กับเวลาจากการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เพื่อศึกษาอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายไปในการดำเนินโครงการ ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่าเท่ากับหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน คือ โครงการไม่มีกำไรและไม่ขาดทุน ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่ามากกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนโครงการมีกำไร และถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มี

ค่าน้อยกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุน โครงการขาดทุน ซึ่งอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการมีค่าเท่ากับ 2.19 เท่า แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนหรือโครงการมีกำไร

2. มูลค่าปัจจุบัน เป็นการศึกษาค่าผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละรอบตลอดอายุโครงการกับเงินสดลงทุน ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์แสดงว่า ผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน โครงการไม่มีกำไรแต่ก็ไม่ได้ขาดทุน แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นบวกหรือมีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุน โครงการนั้นมีกำไร และในกรณีที่มูลค่าที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นลบ หรือมีค่าน้อยกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุนโครงการนั้นถือว่าขาดทุน ซึ่งเมื่อพิจารณามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการนั้นมีค่าเท่ากับ 655,350 บาท แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้นั้นมีค่ามากกว่าต้นทุน

3. อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เพื่อศึกษาหาผลตอบแทนของการลงทุนว่ามีค่าร้อยละเท่าไร โดยคำนวณหาอัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการตลอดอายุของโครงการมีค่าเท่ากับเงินสดที่จ่ายลงทุน ซึ่งโครงการนี้มีผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 38.21 ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการของทางร้านคือร้อยละ 12

4. ระยะเวลาคืนทุน คำนวณจากจำนวนปีที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายของโครงการ ซึ่งโครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 2 เดือน 22 วัน

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว

เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นจริงในอนาคต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้และต้นทุนการผลิตของโครงการ ทำให้การดำเนินงานเกิดปัญหาขึ้นได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการคำนวณผลตอบแทนโครงการในรูปแบบของสถานการณ์ต่างๆ เพื่อเตรียมพร้อมโครงการ กรณีเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว โดยทำการตั้งสมมติฐานเป็น 2 กรณี คือ

กรณีที่ 1 กรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5

กรณีที่ 2 กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ

กรณีที่ 1 จากผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการกรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5 โดยกำหนดให้ต้นทุนการดำเนินงานคงที่ จากการคำนวณตามสมมติฐานดังกล่าวพบว่า โครงการมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 6 เดือน 3 วัน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 500,246 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการร้อยละ 32.86 และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.91 เท่า ดังนั้นแม้ระยะเวลาคืนทุนจะมากกว่ากรณีปกติ แต่เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วโครงการยังมีความคุ้มค่าน่าลงทุน จึงสามารถสรุปได้ว่า หากรายได้จากการดำเนินโครงการมีการเปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ 5 โครงการดังกล่าวจะยังมีความเป็นไปได้ในการลงทุน (ตารางที่ 29)



ตารางที่ 28 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ กรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5 (บาท)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ						
รายได้จากการขาย ¹		900,858	991,136	1,090,039	1,199,005	1,318,895
กระแสเงินสดจ่าย						
เงินลงทุนของโครงการ	350,000	0	0	0	0	-42,500 ²
เงินทุนหมุนเวียน	200,00	0	0	0	0	-200,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อมราคา)		640,240	668,274	698,985	732,823	770,052
ภาษีเงินได้ (ร้อยละ30)		78,185	96,859	117,316	139,855	258,228
กระแสเงินสดจ่าย		718,425	765,133	816,301	872,678	785,780
กระแสเงินสดสุทธิ	550,000	182,433	226,003	273,738	326,327	533,115

หมายเหตุ¹ กระแสเงินสดรับ เมื่อรายได้จากการขายของโครงการลดลงร้อยละ 5

² มูลค่าซากของอุปกรณ์ต่างๆ คิดราคามูลค่าซากร้อยละ 10 ต่อปี

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 29 สรุปผลการวิเคราะห์การลงทุน กรณีกรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5

วิธีการประเมินการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ ¹
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 6 เดือน 3 วัน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	500,246
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (ร้อยละ)	32.86
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (เท่า)	1.91

หมายเหตุ ¹ เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12

ที่มา: (จากการคำนวณในภาคผนวก ง)

กรณีที่ 2 จากผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการกรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 โดยกำหนดให้รายได้จากการขายและต้นทุนการดำเนินงานคงที่ จากการคำนวณตามสมมติฐานดังกล่าว พบว่า โครงการมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 5 เดือน 26 วันวันโดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 529,916 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 33.65 และอัตราอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.96 เท่า ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า หากต้นทุนในการดำเนินงานของโครงการมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 5 โครงการดังกล่าวจะยังมีความเป็นไปได้ในการดำเนินการ (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 30 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 (บาท)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ						
รายได้จากการขาย		948,272	1,043,301	1,147,409	1,262,110	1,388,311
กระแสเงินสดจ่าย						
เงินลงทุนของโครงการ	350,000	0	0	0	0	-42,500 ¹
เงินทุนหมุนเวียน	200,000	0	0	0	0	-200,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ²						
(ไม่รวมค่าเสื่อมราคา)		672,252	701,688	733,934	769,464	808,555
ภาษีเงินได้ (ร้อยละ30)		92,410	112,508	134,527	158,786	258,228
กระแสเงินสดจ่าย		764,662	814,196	868,461	928,250	824,283
กระแสเงินสดสุทธิ	550,000	183,610	229,105	278,948	333,860	564,028

หมายเหตุ¹ มูลค่าซากของอุปกรณ์ต่างๆ คิดราคามูลค่าซากร้อยละ 10 ต่อปี

² ต้นทุนการดำเนินงานไม่รวมค่าเสื่อมราคา เมื่อต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 31 สรุปผลการวิเคราะห์การลงทุน กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

วิธีการประเมินการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ ¹
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 5 เดือน 26 วัน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	529,916
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (ร้อยละ)	33.65
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (เท่า)	1.96

หมายเหตุ ¹ เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12
ที่มา: (จากการคำนวณในภาคผนวก ง)

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงินในการลงทุนจัดตั้งคือสหกรณ์ผลิตสารพิษบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม พบว่าอัตราอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 2.19 เท่า โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกและค่าเท่ากับ 655,350 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 38.21 และโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 2 เดือน 22 วัน จึงมีความเป็นไปได้ทางด้านการเงินและปฏิเสธสมมุติฐานที่ว่าการลงทุนธุรกิจคือสหกรณ์ผลิตสารพิษบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมไม่มีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

วิถีชีวิตของคนไทยในปัจจุบัน มีความเร่งรีบ และมีการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งสภาวะแวดล้อม และปัจจัยต่าง ๆ ในสังคม ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต ต้องการความสะดวกสบาย และรวดเร็ว ประกอบกับปัจจุบันเป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร ผู้บริโภคมีระดับการศึกษาและความรู้เพิ่มมากขึ้น จึงให้ความสนใจในการรับประทานอาหารที่ต้องปราศจากการพิษและสิ่งตกค้าง ผักปลอดสารพิษจึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่ายมีอยู่จำกัด การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบคือออส จะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้ จึงมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม โครงการมีความจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาความเป็นไปได้ทั้งด้านตลาด เทคนิค และการเงิน เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน ของธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ โดยส่วนของการศึกษาทางด้านการตลาด ประกอบด้วย ขนาดตลาด แนวโน้มของตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด ทางด้านเทคนิค ประกอบด้วย ระบบการผลิต การจัดการผลิตภัณฑ์ และทำเลที่ตั้ง ส่วนทางด้านการเงิน จะพิจารณาจากตัวชี้วัดทางการเงิน คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ระยะเวลาคืนทุน อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน และการวิเคราะห์ความอ่อนไหว เพื่อนำผลไปใช้ในการตัดสินใจลงทุน

วิธีการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษ และกลุ่มตัวอย่างของประชากรในรัศมี 1 กิโลเมตร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่เดินผ่านบริเวณที่ตั้งโครงการ โดยการสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และได้นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง มาวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงพรรณนา และเชิงคุณภาพ

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด พบว่า ขนาดตลาดของผักปลอดสารพิษในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 2,844,816 บาท และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีในพื้นที่ที่ไม่มีคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน จากการสำรวจตลาดพบว่า หากมีการดำเนินโครงการคาดว่าจะมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้มาใช้บริการร้อยละ 65.5 ของกลุ่มตัวอย่าง อัตราการบริโภคผักปลอดสารพิษเฉลี่ย 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และค่าใช้จ่ายในการบริโภคครั้งละ 97 บาทต่อครั้ง แสดงว่าในพื้นที่ที่มีความต้องการใช้บริการในระดับหนึ่ง จึงสรุปผลการศึกษาทางด้านการตลาดว่ามีความเป็นไปได้ในการจัดตั้งคือออสผักปลอดสารพิษบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร และปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าการจัดตั้งคือออสผักปลอดสารพิษบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร ไม่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด

การศึกษาคือความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค พบว่า มีความพร้อมด้านระบบการผลิต ขั้นตอนการจัดหาและขนส่งปัจจัยนำเข้าได้สะดวก อีกทั้งทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ใกล้กับแหล่งชุมชนต่าง ๆ และสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบกับในพื้นที่โครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคมขนส่ง มีสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่ครบครัน จึงสรุปผลการศึกษาทางด้านการเทคนิคว่ามีความเป็นไปได้ในการจัดตั้งคือออสผักปลอดสารพิษบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร และปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าการจัดตั้ง คือออสผักปลอดสารพิษบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร ไม่มีความเป็นไปได้ทางการเทคนิค

การศึกษาคือความเป็นไปได้ทางการเงิน พบว่าอัตราอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 2.19 เท่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิค่าเป็นบวกและมีค่าเท่ากับ 655,350 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 38.21 และมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 2 เดือน 22 วัน แสดงว่าโครงการมีกำไรในการดำเนินงาน สามารถคืนทุนได้เร็วกว่าอายุโครงการ คือ 5 ปี และเมื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวโดยใช้สมมติฐาน 2 กรณี คือ รายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5 และต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 5 จากการวิเคราะห์ดังกล่าวทั้ง 2 กรณีพบว่าถึงแม้จะเกิดสถานการณ์ดังกล่าวโครงการยังคงมีกำไรจากการดำเนินโครงการ จึงสรุปผลการศึกษาทางการเงินว่ามีความเป็นไปได้ในการจัดตั้งคือออสผักปลอดสารพิษบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร และปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าการจัดตั้งคือออสผักปลอดสารพิษบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร ไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

ผลการศึกษาคือความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร สรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ทั้งทางการตลาด เทคนิค และการเงิน จึงควรดำเนินโครงการดังกล่าวต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในกรณีที่มีการลงทุนธุรกิจการจัดตั้งคืออสมักปลอดสารพิษ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม สามารถแบ่งได้ 3 ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะทางการตลาด

จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามบางคนไม่เข้าใจในแบบสอบถาม ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ค่อยให้ความร่วมมือ ในการศึกษาค้างต่อไป ควรที่จะมีการปรับปรุงเครื่องมือนี้

ในอนาคต ผู้ประกอบการควรที่จะเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะครอบคลุมกับความต้องการของผู้บริโภค และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปสู่บริเวณใกล้เคียง ซึ่งใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก เพื่อที่จะเป็นการเพิ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ และเป็นการเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์

2. ข้อเสนอแนะทางเทคนิค

เนื่องจากผักปลอดสารพิษเป็นวัตถุดิบที่มีอายุสั้น เพื่อให้สินค้ามีความสดและใหม่อยู่เสมอ กิจกรรมควรมีการเก็บข้อมูลปริมาณการขายสินค้าแต่ละชนิดในแต่ละวัน เพื่อนำข้อมูลไปประมาณการยอดขายเพื่อทำการวางแผนเพื่อทำการขายและแผนการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยลดปริมาณวัตถุดิบคงเหลือ และสามารถรองรับปริมาณผู้บริโภคผักปลอดสารพิษได้อย่างเพียงพอ และนอกจากนี้ควรมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอีกด้วย

3. ข้อเสนอแนะทางการเงิน

กิจการควรให้ความสำคัญกับเงินทุนหมุนเวียนภายในโครงการ โดยต้องประมาณการไว้ให้เพียงพอกับค่าใช้จ่ายของโครงการในกรณีที่โครงการไม่มีรายได้จากยอดขายเป็นระยะเวลาหนึ่ง และหากมีการประมาณการกระแสเงินสด และบริหารเงินสดคงเหลือที่มีประสิทธิภาพ จะทำให้โครงการมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยอาจพิจารณาลงทุนขยายสาขาจำหน่ายบริเวณพื้นที่สถานีอื่น ๆ หรือเพิ่มการบริการรูปแบบอื่น ๆ

4. เนื่องจากต้นทุนผลิตภัณฑ์ในการขายของโครงการค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรหาวิธีการลดต้นทุนต่อหน่วยการขาย โดยอาจขอส่วนลดระยะสั้นจากผู้จำหน่ายเดิมในขั้นต้น และทำโปรแกรมการสั่งซื้อระยะยาว และขอส่วนลดที่เพิ่มขึ้นตามปริมาณการซื้อผักปลอดสารพิษ

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2545. การพยากรณ์ความต้องการเกี่ยวกับผลผลิตอาหารเกษตรอินทรีย์. กรุงเทพมหานคร: ไม้ระบูนสำนักพิมพ์

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2546. ตรารับรองมาตรฐาน Q เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร. กรุงเทพมหานคร: มกราคม พ.ศ.2546.

ชนิษฐา แซ่เจี๋ย และบรรเจิด สังกวาลย์นุช. 2548. การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีตีมซ่า บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ปัญหาพิเศษวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาบริการธุรกิจเกษตร. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

จรสลักษณ์ จันทรมานนท์. 2548. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารมังสวิวัตินเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

โชติกานต์ เลิศศรี. 2550. การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพบริเวณมหาวิทยาลัยขอนแก่น. ศึกษาอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ฐานา ถิ่นไพศาล และคณะ. 2542. การบริหารโครงการและศึกษาความเป็นไปได้. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธีระฟิล์ม และเซเท็กซ์ จำกัด.

นพวรรณ จันทร์สุขศรี. 2550. การทำธุรกิจขนาดย่อมให้ประสบผลสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร: สยามอินเตอร์บุ๊ค

ประสิทธิ์ ตงยิ่งศิริ. 2545. การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปราณี กรกาญจนรักษ์. 2543. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านเลมอนกรีนคืออส.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรพิมล กัลยาณภาคย์. 2545. ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้ง. กรุงเทพมหานคร: ไม้ระบู
สำนักพิมพ์

พิมชนก ศรีรัตน์. 2546. การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น
อินโดไชน่า.

เพชร ชุมทรัพย์. 2532. หลักการบริหารการเงิน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.

ภัทรพงศ์ เอมโอช และคณะ. 2548. การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนจัดตั้งธุรกิจ
ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรภายในสถาบันเทคโนโลยีพระ
จอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

รชตพรรณ ยงพานิช. 2544. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อ
สุขภาพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วรการ เทพวัลย์. 2551. ร้านผู้ขายชายผัก บริษัทคาเออร์ฟาร์ม. [Online]. Available:
www.kaaeru.com. 20 มกราคม 2551.

วรลักษณ์ เมียนรทา และอรรคสิทธิ ชัยสิทธิพัฒนา. 2549. การศึกษาความเป็นไปได้ในการ
เปิดร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง. ปัญหาพิเศษวิทยาศาสตร
บัณฑิต. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2548. การวิจัยธุรกิจ. การวิจัยเชิงสำรวจ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ เอ็นการพิมพ์.

ศูนย์เกษตรกรรมบางไทร. 2541. การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการผักปลอดสารพิษ. กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์

ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย. 2549. ตลาดผักปลอดสารพิษในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: ฉบับที่ 13 เดือนสิงหาคม 2549

ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร. 2549. แนวโน้มการตลาดผักอินทรีย์. กรุงเทพมหานคร: ฉบับที่ 19 เดือนมีนาคม 2549

สถาบันอาหาร. 2550. งานวิจัยผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเกษตรอินทรีย์. กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2551. คัมภีร์ 108 ธุรกิจ. [Online]. Available: <http://www.ismed.or.th/>. 14 มีนาคม 2551.

สารานุกรมไทยเสรี. 2551. แผนที่และจุดสำคัญเขตปทุมวัน . กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์

สำนักงานเขตปทุมวัน. 2551. ข้อมูลทั่วไปของเขตปทุมวัน. [Online]. Available: <http://203.155.220.239/subsite/index.php?strOrgID=001034&strSection=aboutus&intContentID=270>. 20 มกราคม 2552.

สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2551. ข้อมูลรายได้เฉลี่ยของประชากร. [Online]. Available: <http://www.nesdb.go.th/>. 18 ธันวาคม 2551.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถาม

พฤติกรรมผู้บริโภคต่อผักปลอดสารและผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผักปลอดสารพิษภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อประโยชน์ในการศึกษาวิชาปัญหาพิเศษตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะถือเป็นความลับในการวิเคราะห์เพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการ และนำเสนอ บทสรุปในภาพรวมเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการกรอกแบบสอบถามตามความเป็นจริงเพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย ทั้งนี้ทางผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือกรอกข้อความลงในช่องว่างที่เป็นจริงและเหมาะสมกับท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

 (1) ชาย (2) หญิง

2. อายุ _____ ปี

3. ระดับการศึกษา

 (1) ต่ำกว่าปริญญาตรี (2) ปริญญาตรี (3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

 (1) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (2) พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน (3) คำขาย/ธุรกิจส่วนตัว (4) อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. รายได้ต่อเดือนของท่าน _____ บาท

6. สถานภาพ

(1) โสด (2) มีคู่สมรส (3) อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

7. จำนวนบุคคลในครอบครัวรวมตัวท่าน _____ คน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผัก

8. ท่านประกอบอาหารรับประทานเองหรือไม่

(1) ไม่เคย (2) ประกอบเอง (3) อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

9. ท่านเคยซื้อผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผักมารับประทานหรือไม่

<input type="radio"/> (1) เคย	<input type="radio"/> (2) ไม่เคย (ตอบส่วนที่ 3)
9.1 ท่านเคยซื้อผักปลอดสารพิษที่มีสัญลักษณ์หรือ Brand ไหน <input type="radio"/> (1) ผักที่มีตราสัญลักษณ์ "Q" <input type="radio"/> (2) ผักที่มีตราสัญลักษณ์ "ผักผลไม้ปลอดภัย" <input type="radio"/> (3) ผักที่มีตราสัญลักษณ์ "เกษตรอินทรีย์" <input type="radio"/> (4) ผักที่มีตราสัญลักษณ์ "FOOD SAFETY"	9.3 เหตุผลที่ท่าน "ไม่เคยซื้อ" มารับประทาน <input type="radio"/> (1) ไม่มีชนิดผักที่ต้องการ <input type="radio"/> (2) หาแหล่งที่ซื้อผักได้ยาก <input type="radio"/> (3) ไม่มีเวลาหาซื้อที่ร้านค้าผักปลอดสารพิษ <input type="radio"/> (4) ไม่มั่นใจในแหล่งที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษ <input type="radio"/> (5) อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

9.2 เหตุผลที่ท่านเลือกรับประทานผักปลอดสารพิษ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

(1) ความปลอดภัยของสารพิษตกค้าง

(2) เพื่อสุขภาพของตนเองและสมาชิกในครอบครัวในระยะยาว

(3) ได้รับการชักชวนของผู้อื่น เช่น เพื่อน แพทย์ เป็นต้น

(4) ต้องการสนับสนุนให้เกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษมีรายได้เพิ่ม

(5) หาซื้อง่าย

(6) อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

10. สำหรับท่านที่ตอบว่า “เคย” ท่านเคยซื้อจากที่ใด บ่อยที่สุด
- (1) ซูเปอร์มาร์เก็ต (โปรดระบุสถานที่) _____
- (2) ร้านจำหน่ายผักปลอดสารพิษ (โปรดระบุสถานที่) _____
- (3) ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ (โปรดระบุสถานที่) _____
- (4) อื่น ๆ (โปรดระบุสถานที่) _____

11. โปรดระบุชื่อผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษที่ท่านเคยซื้อมารับประทาน (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)

<input type="radio"/> (1) ผักกาดหอม	<input type="radio"/> (2) ผักกาดแก้ว	<input type="radio"/> (1) สลัดผัก	<input type="radio"/> (2) ตำผักผลไม้
<input type="radio"/> (3) กระหล่ำปลี	<input type="radio"/> (4) บรอกเคอรี่	<input type="radio"/> (3) น้ำผักผลไม้ปั่นเพื่อสุขภาพ	
<input type="radio"/> (5) มะเขือเทศ	<input type="radio"/> (6) คะน้า	<input type="radio"/> (4) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	
<input type="radio"/> (7) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			

ส่วนที่ 3 ความต้องการของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษในร้านผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษบนพื้นที่เขตสีลม บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม

12. ท่านคิดว่าร้านจำหน่ายผักปลอดสารพิษในลักษณะคืออบบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมและพื้นที่ใกล้เคียงมีเพียงพอหรือไม่

(1) เพียงพอ

(2) ไม่เพียงพอ

13. ถ้ามีร้านที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษชนิดต่างๆและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษในรูปแบบของค็อกเทล ที่มีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ สะอาดถูกหลักอนามัย ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ท่านสนใจจะซื้อหรือไม่

(1) ซื้อ

(2) ไม่ซื้อ เหตุผล (โปรดระบุ)

1).....

2).....

14. หากมีการเปิดร้านจำหน่ายผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษในรูปแบบของค็อกเทล ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ท่านคิดว่าทำเลที่ตั้งร้านควรอยู่ในตำแหน่งใดจึงจะเหมาะสม (นับจากทางลงจากสถานีรถไฟฟ้าชิดลมฝั่งเซ็นทรัลชิดลม)

(1) น้อยกว่า 500 เมตร

(2) 500 เมตร-1.0 กิโลเมตร

(3) 1.1-1.5 กิโลเมตร

(4) อื่นๆ (โปรดระบุ)

15. โปรดระบุชื่อผักปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษที่ท่านคิดว่าควรมีในร้าน (ตอบมากกว่า 1 ชื่อ)

<input type="radio"/> (1) ผักกาดหอม	<input type="radio"/> (2) ผักกาดแก้ว	<input type="radio"/> (1) สลัดผัก
<input type="radio"/> (3) กระหล่ำปลี	<input type="radio"/> (4) บรอกเคอรี่	<input type="radio"/> (2) ตำผักผลไม้
<input type="radio"/> (5) มะเขือเทศ	<input type="radio"/> (6) คะน้า	<input type="radio"/> (3) น้ำผักผลไม้ปั่นเพื่อสุขภาพ
<input type="radio"/> (7) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....		<input type="radio"/> (4) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
.....	
.....	

16. ความถี่ในการซื้อผักและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ.....ครั้งต่อสัปดาห์
17. ส่วนใหญ่ท่านใช้บริการร้านจำหน่ายผักปลอดสารพิษในวันใดบ้าง
 (1) จันทร์-ศุกร์ (2) เสาร์-อาทิตย์ (3) ไม่แน่นอน
18. ค่าใช้จ่ายในการซื้อผักและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ.....บาทต่อสัปดาห์
19. โดยปกติท่านมาใช้บริการร้านจำหน่ายผักปลอดสารพิษในช่วงเวลาใด
 (1) 8:00-12:00 น. (2) 12:01-13:00 น. (3) 13:01-16:00 น.
 (4) 16:01-19:00 น. (5) หลังเวลา 19:00 น.
20. ข้อเสนอแนะในการจัดตั้งร้านขายผักปลอดสารพิษ พื้นที่เขตสีลม บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม

.....

ขอขอบคุณท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ ภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไป หรือจากหน่วยภาษีที่มีลักษณะพิเศษ ตามที่กำหนดกำหนดและมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยปกติจัดเก็บเป็นรายปี รายได้ที่เกิดขึ้นในปีใด ๆ ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องนำไปแสดงรายการตนเองตามแบบแสดงรายการภาษีที่กำหนดภายในเดือนมกราคมถึงมีนาคมของปีถัดไป สำหรับผู้มีเงินได้บางกรณี กฎหมายยังกำหนดให้ยื่นแบบฯ เสียภาษีตอนครึ่งปี สำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรก เพื่อเป็นการบรรเทาภาระภาษีที่ต้องชำระ และเงินได้บางกรณี กฎหมายกำหนดให้ ผู้จ่ายทำหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่ายจากเงินได้ที่จ่ายบางส่วน เพื่อให้มีการทยอยชำระภาษีขณะที่มีเงินได้เกิดขึ้นอีกด้วย

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ได้แก่ ผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีที่ผ่านมาโดยมีสถานะ อย่างหนึ่งอย่างใดดังนี้

1. บุคคลธรรมดา
2. ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่ไม่ใช่บุคคล
3. ผู้ถึงความตายระหว่างปีภาษี
4. กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง

ตามกฎหมาย เงินได้ที่ต้องเงินได้ภาษีบุคคลธรรมดา เรียกว่า เงินได้พึงประเมิน หมายถึง เงินได้ของบุคคลใด ๆ หรือภาษีได้ข้างต้นที่เกิดขึ้นระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม ของปีใด ๆ หรือเงินได้ ที่เกิดขึ้นในปีภาษี ได้แก่

1. เงิน
2. ททรัพย์ที่อาจคิดคำนวณได้เป็นเงินที่ได้รับจริง
3. ประโยชน์ซึ่งอาจคิดคำนวณได้เป็นเงิน
4. เงินค่าภาษีอากรที่ผู้จ่ายเงินหรือผู้อื่นออกแทนให้
5. เครดิตภาษีตามที่กฎหมายกำหนด

ผู้มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีภาษีจะต้องยื่นแบบฯ ก็ต่อเมื่อมีเงินได้ถึงเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนด ไม่ว่าเมื่อคำนวณภาษีแล้วจะมีภาษีต้องชำระเพิ่มหรือไม่ก็ตาม ดังนี้

1. ผู้มีเงินได้จากการจ้างแรงงานประเภทเงินเดือน ค่าจ้างประเภทที่ได้รับในปีภาษีนั้น (ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 กรณีไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินเกิน 50,000 บาท

1.2 กรณีที่มีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียว หรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมิน รวมกันเกิน 100,000 บาท

2. ผู้มีเงินได้จากการทำธุรกิจการค้าทั่วไปที่มีไซ่เกิดจากการจ้างแรงงานที่ได้รับในปีภาษี นั้น (ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม)

2.1 กรณีไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินเกิน 30,000 บาท

2.2 กรณีมีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียวหรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกันเกิน 60,000 บาท

3. กองมรดกของผู้ตายที่ยังไม่แบ่งเกิน 30,000 บาท

4. ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีไซ่นิติบุคคลเกิน 30,000 บาท

ตารางภาคผนวก 1 อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

รายได้สุทธิ (บาท)	จำนวนเงินได้สุทธิ	อัตราภาษีร้อยละ	จำนวนภาษี	รวมเงินภาษี
1-100,000	80,000		งดเว้นภาษี	
	20,000	5	1,000	1,000
100,001-500,000	400,000	10	40,000	41,000
500,001-1,000,000	500,000	20	100,000	141,000
1,000,001-4,000,000	3,000,000	30	900,000	1,041,000
4,000,001 ขึ้นไป		37		

ที่มา : (กรมสรรพากร, 2551)

ภาคผนวก ค

บริษัท คาเอรุ จำกัด

บริษัท คาเอรุ จำกัด ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผัก ผลไม้ปลอดสารพิษ น้ำผักผลไม้เพื่อสุขภาพ และสมุนไพรธรรมชาติปลอดสารเคมี

ข้อมูลแฟรนไชส์ค้าปลีก

ปัจจุบันกระแสธุรกิจเพื่อสุขภาพค่อนข้างได้รับความสนใจมากขึ้น เนื่องจากความห่วงใยในสุขภาพของผู้บริโภค ป้องกันความเจ็บป่วยอื่น ๆ จากแนวโน้มอัตราการเติบโตของธุรกิจ ประกอบกับปัจจัยต่าง ๆ นักลงทุนหลายคนคาดว่าธุรกิจคือผักปลอดสารพิษจะสามารถสร้างกำไรได้สูง ดังนั้นธุรกิจคือผักปลอดสารพิษจึงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการบริการ การผลิต การจัดจำหน่าย ดังนั้นบริษัท คาเอรุ จำกัด จึงได้ลงทุนจัดตั้งธุรกิจคือผักปลอดสารพิษขึ้น มีการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักปลอดสารพิษ น้ำผักผลไม้ และสมุนไพรต่าง ๆ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ในร้านคือผักปลอดสารพิษ คือผักปลอดสารพิษที่นำมาจำหน่ายนั้นไม่ใช่สารเคมีตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการผลิต และได้ตรารับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา ทำให้มั่นใจได้ว่าปลอดภัยจากสารพิษแน่นอน แต่ข้อจำกัดของการลงทุนจัดตั้งคือผักปลอดสารพิษคือมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงในช่วงแรกของการลงทุน

ดังนั้นในด้านการตลาดจึงต้องสร้างความแตกต่างให้กับตัวผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างไปจากแบบเดิม ๆ โดยนำเสนอประสมทางการตลาด ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด เข้ามาใช้ในการสร้างกลยุทธ์ของธุรกิจ โดยธุรกิจคือผักปลอดสารพิษของ บริษัท คาเอรุ จำกัด ได้จำหน่าย ผักสลัด น้ำสลัด โดยมีวิธีการที่แตกต่างไป ได้รับการตอบรับที่ดีมากจากผู้บริโภคมาจนถึงปัจจุบัน ผู้ประกอบการรายนี้ยังพร้อมที่จะขยายธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์อีกด้วย

รูปแบบการลงทุนของ คาเจอร์

คุณสมบัติคอมพิวเตอร์เรียลไทม์ร้านผู้ขายชายผัก เงินลงทุนเท่ากับ 189,999-500,000 บาท แบ่งออกเป็น 3 ขนาดการลงทุน คือ

1. Small พื้นที่ 4 ตร.ม. ขึ้นไป ลงทุน 189,999 บาท
2. Medium พื้นที่ 9 ตร.ม. ขึ้นไป ลงทุน 399,999 บาท
3. Executive พื้นที่ 12 ตร.ม. ขึ้นไป ลงทุน 500,000 บาท

ตารางผนวกที่ 2 รายละเอียดของต้นทุนวัตถุดิบ

รายการ	ต้นทุนวัตถุดิบ (บาทต่อกิโลกรัม)
คะน้า	6
กระหล่ำปลี	15
บรอกโคลี	27
ผักกาดแก้ว	22
ผักกาดหอม	20
มะเขือเทศ	25
สลัดผัก	15 (บาทต่อกล่อง)
สลัดผลไม้รวม	25 (บาทต่อกล่อง)
น้ำผักผลไม้ปั่น	15 (บาทต่อแก้ว)

ตารางผนวกที่ 3 งบประมาณการลงทุนเครื่องมือ และอุปกรณ์เริ่มต้นขอโครงการ

รายการ	ค่าใช้จ่าย (บาท)
เครื่องชั่ง	3,000
โต๊ะ เก้าอี้	5,000
ป้ายหน้าร้าน	7,500
ตู้ไฟแขวนหน้าร้าน	5,000
เครื่องคิดเงินสด	14,000
พัดลม	4,000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

รายการ	ค่าใช้จ่าย (บาท)
เครื่องโทรศัพท์	5,000
ตู้แช่เย็น	8,000
ชั้นวางโชว์ผลิตภัณฑ์	1,5000
คีย์บอร์ดสำเร็จรูป	4,000
ตะกร้าใส่ของ	1,000
เครื่องโทรสาร	5,000
ตู้เก็บสินค้า	1,500
อุปกรณ์อื่นๆ	5,000

สิทธิ์ที่ได้รับจากการเป็นสมาชิก

1. รับส่วนลดการค้าในการซื้อครั้งต่อไป
50% จากผลิตภัณฑ์ คาเชอู
20-80% จากผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร (ผัก-ผลไม้จากเมืองเหนือ)
2. Kiosk เต็มรูปแบบ (ขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่แต่ละขนาด)
3. เครื่องเก็บเงิน SHARPA203 1 เครื่อง
4. อุปกรณ์ตกแต่ง
5. ตู้แช่สินค้า
6. โปสเตอร์แนะนำสินค้า 1,000 ใบ
7. ผลิตภัณฑ์

อบรมการค้าเน้นธุรกิจ

1. คู่มือการค้าเน้นธุรกิจ
2. เครื่องเช็คโปรตีนข้าวดอย 1 เครื่อง
3. เครื่องชั่งน้ำหนักชนิดพิเศษ วิเคราะห์สุขภาพสามารถบอกโรคได้
4. เครื่องมือและระบบงานการค้าเน้นธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ง

การคำนวณทางการเงิน

การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

ตารางผนวกที่ 4 การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (บาท)

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	กระแสเงินสดสะสม
1	215,622	215,622
2	262,519	478,141
3	313,897	792,038
4	370,501	1,162,539
5	602,531	1,765,070
รวม		4,413,410

จากตาราง พบว่าระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ระหว่างปีที่ 2 และปีที่ 3
 คำนวณโดย: จำนวนเงิน 313,897 บาทในปีที่ 2 ใช้เวลา 365 วัน

จำนวนเงิน (550,000 – 478,141) ใช้เวลา $(365 \times 71,859) / 313,897 = 83.56$ วัน

ดังนั้นระยะเวลาคืนทุนของโครงการนี้เท่ากับ 2 ปี 2 เดือน 22 วัน

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

ตารางผนวกที่ 5 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลดที่ 12.0 %	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
1	215,622	0.89	191,904
2	262,519	0.80	210,015
3	313,897	0.71	222,867
4	370,501	0.64	237,121
5	602,531	0.57	343,443
รวม			1,205,350

จากตาราง เงินลงทุนเบื้องต้น 550,000 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิตลอดโครงการ 1,205,350 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ $(1,205,350 - 550,000) = 655,350$ บาท

มูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้เป็นบวก แสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราลดค่า ซึ่งอัตราลดค่าที่ใช้คืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารพาณิชย์ที่ร้อยละ 12 จึงสรุปได้ว่าเมื่อประเมินผลโครงการด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิแล้วโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ

ตารางผนวกที่ 6 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลด ที่ 38%	NPV	อัตราคิดลด ที่ 39%	NPV
1	215,622	0.69	148,779	0.68	144,467
2	262,519	0.47	123,384	0.46	118,134
3	313,897	0.33	103,586	0.32	97,308
4	370,501	0.23	85,215	0.22	77,805
5	602,531	0.16	96,405	0.15	84,354
รวม	1,765,070		557,369		522,068

จากตาราง 26 พบว่าอัตราลดค่าที่แท้จริงอยู่ระหว่างอัตราลดค่าที่ร้อยละ 38 กับ ร้อยละ 39 ซึ่งคำนวณได้ดังนี้

$$\left[\frac{557,369 - 550,000}{557,369 - 522,068} \right] + 38 = 38.21 \%$$

ดังนั้นอัตราผลตอบแทนภายในโครงการที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 38.21 %

การคำนวณอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน

เมื่อพิจารณาผลประโยชน์ต่อต้นทุนของโครงการเท่ากับร้อยละ 12 และจากการประมาณการกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ (ตารางที่ 22) ได้อัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน คือ

$$\begin{aligned} \text{B/C ratio} &= \frac{1,205,350}{550,000} \\ &= 2.19 \text{ เท่า} \end{aligned}$$

ดังนั้นอัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุนของโครงการที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 2.19 เท่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 7 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5

ปีที่	รายได้	รายได้ลดลง ร้อยละ 5	กระแสเงิน สดสุทธิ	อัตรา ผลตอบแทนที่ ต้องการร้อยละ	มูลค่าปัจจุบัน ของผลตอบแทน ต่อปี
				12	
1	948,272	900,858	182,433	0.89	162,365
2	1,043,301	991,136	226,003	0.80	180,802
3	1,147,409	1,090,039	273,738	0.71	194,354
4	1,262,110	1,199,005	326,327	0.64	208,849
5	1,388,311	1,318,895	533,115	0.57	303,876
รวม					1,050,246
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ					500,246
อัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน					1.91
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ					32.86
ระยะเวลาคืนทุน					2 ปี 6 เดือน 3 วัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 8 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

ปีที่	ต้นทุน ดำเนินงาน	ต้นทุน ดำเนินงาน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5	กระแสเงิน สดสุทธิ	อัตรา ผลตอบแทนที่ ต้องการ ร้อยละ 12	มูลค่าปัจจุบัน ของผลตอบแทน ต่อปี
1	640,240	672,252	183,610	0.89	163,413
2	668,274	701,688	229,105	0.80	183,284
3	698,985	733,934	278,948	0.71	198,053
4	732,823	769,464	333,860	0.64	213,670
5	770,052	808,555	564,028	0.57	321,496
รวม					1,079,916
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ					529,916
อัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน (เท่า)					1.96
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (ร้อยละ)					33.65
ระยะเวลาคืนทุน					2 ปี 5 เดือน 26 วัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้