

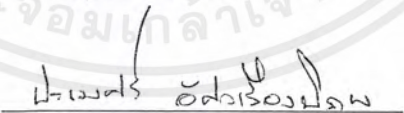
ใบรับรองปัญหาพิเศษ
สาขาวิชาบริหารธุรกิจและพัฒนากิจการเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง
การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ
บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม
A Feasibility Study of Healthy Food Shop Investment
at Chid – Lom BTS Station, Bangkok

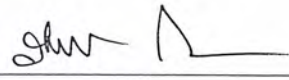
ของ
นางสาวกรณอนงค์ กุลจรัสสมบัติ
นางสาวปาริชาติ เปรมปรี
นางสาววิภาวี แยมชัยภูมิ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)
เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

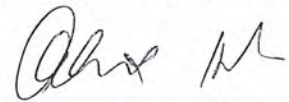
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

 12 / ก.พ. / 53
(อาจารย์ ประเมศร์ อัครเรืองพิภพ)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 12 / ก.พ. / 53
(รองศาสตราจารย์ รังสรรค์ โนชัย)

ประธานสาขาวิชา

 12 / ก.พ. / 53
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสสิทธิ์ แก้วฉา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ

บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม

A Feasibility Study of Healthy Food Shop Investment

at Chid – Lom BTS Station, Bangkok

โดย

นางสาวกรรณนงค์ กุลจรัสสมบัติ

นางสาวปาริชาติ เปรมปรี

นางสาววิภาวี แย้มชัยภูมิ

เสนอ

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและพัฒนาการเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

ปีการศึกษา 2552

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ

บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม

โดย: นางสาวกรณีนงค์ กุลจรัสสมบัติ

นางสาวปาริชาติ เปรมปรี

นางสาววิภาวี แยมชัยภูมิ

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: ประเมษฐ์ อัครเรืองพิภพ ..12...../กน...../๒๕๖๓

(ประเมษฐ์ อัครเรืองพิภพ)

เนื่องจากพฤติกรรมบริโภคของคนไทยได้หันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภคเริ่มให้ความสนใจมากขึ้น แต่ในปัจจุบันช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพนั้นมีค่อนข้างจำกัด ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหานี้ได้ ดังเช่นบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมเป็นทำเลที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย เป็นย่านธุรกิจ แต่การลงทุนมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการทำธุรกิจ ดังนั้นคณะผู้จัดทำจึงได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในทางลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพทั้งในด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ผู้ที่สนใจในการลงทุนใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อโครงการ รวมทั้งการศึกษาด้านตลาด เทคนิค และการเงิน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิจากการเก็บแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม จำนวน 400 ตัวอย่าง นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพทั้งทางด้านสังคมวัฒนธรรม ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจและด้านประชากรศาสตร์ ส่งผลดีต่อธุรกิจอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อสุขภาพเป็นอย่างมาก ส่วนในด้านธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพสามารถที่จะแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดมาได้ เนื่องจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกันนั้นยังไม่มีภายในบริเวณที่จัดตั้ง แต่มีผลกระทบจากภัยคุกคามสินค้าทดแทนและคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้นค่อนข้างสูง อำนาจการต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบอยู่ในระดับปานกลาง และอำนาจการต่อรองของผู้ซื้ออยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ โดยภาพรวมแล้วปัจจัยต่าง ๆ ยังถือว่าส่งผลทางด้านบวกต่อการเปิดกิจการ

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดพบว่า ขนาดตลาดมีขนาดใหญ่ มีมูลค่าตลาดโดยรวมอยู่ที่ 2,785,536 บาท มีประชากรที่เข้าร้านเพื่อมาซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ 298 คนต่อวัน ความถี่ในการซื้อ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อ 60 บาทต่อครั้ง แนวโน้มตลาดอาหารเพื่อสุขภาพมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นในทุกปี และมีข้อสนับสนุนอื่น ๆ ที่ส่งผลในทางที่ดีต่อการดำเนินธุรกิจ ทำให้โครงการการลงทุนจัดตั้งร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพนี้มีความเป็นไปได้ทางการตลาด

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ มีความเป็นไปได้ในด้านกระบวนการและขั้นตอนในการจัดจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพทั้งผลิตภัณฑ์ วัสดุ และอุปกรณ์สามารถจัดซื้อได้สะดวก อีกทั้งทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมซึ่งเป็นย่านธุรกิจ มีผู้คนสัญจรไปมามากมาย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ผลการศึกษาจึงสรุปว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ จากการศึกษาพบว่า มีระยะเวลาคืน 2 ปี 6 เดือน 10 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับ 710,757 บาท อัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุนเท่ากับ 1.71 เท่า และอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการอยู่ที่ร้อยละ 32.67 ซึ่งมีค่ามากกว่าผลตอบแทนที่ต้องการ (อัตราดอกเบี้ยที่ร้อยละ 10) แสดงว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน ดังนั้นโครงการจึงมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

สรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ทั้งทางการตลาด เทคนิค และการเงิน ในการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม โดยมีข้อเสนอแนะคือ ผู้ประกอบการควรเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ให้ครอบคลุมกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และควรมีการเก็บข้อมูลปริมาณการขายสินค้าในแต่ละวัน เพื่อนำข้อมูลไปประมาณการยอดขาย ซึ่งจะช่วยลดปริมาณวัตถุดิบคงเหลือ ด้านการเงินกิจการควรประมาณการไว้ให้เพียงพอกับค่าใช้จ่ายของโครงการ โดยอาจพิจารณาลงทุนขยายสาขาจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพบริเวณพื้นที่ใหม่ หรือมีพัฒนาารูปแบบการบริการที่เพิ่มเติมจากเดิมให้มากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

รายงานปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความรู้ในการให้คำแนะนำ และคำปรึกษา ในการแก้ไขปัญหา และข้อบกพร่องต่าง ๆ จากอาจารย์ปรเมศร์ อิศวเรืองพิภพ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษารายงานปัญหาพิเศษ รวมไปถึงกรรมการปัญหาพิเศษที่ให้คำแนะนำต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ในการจัดทำรายงานปัญหาพิเศษฉบับนี้ ตลอดจน ช่วยแก้ไขข้อบกพร่องของเนื้อหา รายงานและปรับปรุงรายงานปัญหาพิเศษให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ทางผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ณ โอกาสนี้ด้วย

นอกจากนี้ ทางผู้ศึกษาขอขอบคุณเพื่อน ๆ นักศึกษาทุกคน และพนักงานบริษัท ตลอดจนประชาชนทุกคนที่สละเวลาไปมาบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เขตปทุมวัน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนเจ้าหน้าที่ห้องบริการคอมพิวเตอร์ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่าน และผู้เกี่ยวข้องกับรายงานปัญหาพิเศษฉบับนี้ ทุกคนได้ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดมา และทำให้รายงานปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ สำหรับคำแนะนำที่ดี รวมถึงพี่ ๆ เพื่อน ๆ ทุกคน ที่คอยให้ความช่วยเหลือ และคอยเป็นกำลังใจในการทำงานตลอดมา คุณค่า และประโยชน์อันพึงมีในการศึกษาปัญหาพิเศษฉบับนี้ ขอมอบให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

กมลธำรงค์ กุลจรัสสมบัติ
ปาริชาติ เปรมปรี
วิภาวี เข้มชัยภูมิ

มกราคม 2553

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการศึกษา	4
นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	6
การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด	7
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	8
การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม	9
การวิเคราะห์สภาวะตลาด	13
การพยากรณ์ความต้องการของตลาด	14
การประมาณการยอดขายสินค้า	16
การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด	16
การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค	17
ระบบการผลิต	17
ทำเลที่ตั้ง	18
การสรุปผลการศึกษาด้านเทคนิค	19
การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	(2)
กรอบแนวความคิด	29
สมมติฐานของการศึกษา	32
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	33
การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
ข้อมูลปฐมภูมิ	33
ข้อมูลทุติยภูมิ	35
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	36
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด	36
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค	39
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน	40
บทที่ 4 ผลการศึกษา	43
การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	43
วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	43
วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม	47
ลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่าง	50
ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	52
ข้อมูลผู้บริโภคที่มีต่อการจัดตั้งร้านของโครงการ	54
การวิเคราะห์สภาวะตลาด	57
สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	62
การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค	62
ทำเลที่ตั้ง	62
ระบบการผลิต	64
การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ	70
สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค	71
การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	76
รายละเอียดของโครงการ	76
การวิเคราะห์ด้านการเงิน	79

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	(3)
การวิเคราะห์ความอ่อนไหว	80
สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	85
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	86
สรุป	86
ข้อเสนอแนะ	88
เอกสารอ้างอิง	89
ภาคผนวก	93
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม	94
ภาคผนวก ข. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	97
ภาคผนวก ค. ภาษีป้ายร้าน	99
ภาคผนวก ง. การคำนวณด้านการเงิน	102



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนประชากรเขตพื้นปทุมวัน แขวงลุมพินี	3
2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ค่าใช้จ่ายในการบริโภค	50
3 จำนวนผู้ที่เคยและไม่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	52
4 ประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อ	52
5 พฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามร้านค้าที่ ซื้อระยะเวลาที่เริ่มซื้อ ค่าใช้จ่ายในการบริโภค ความถี่ในการบริโภค และแนวโน้มการบริโภค	53
6 จำนวนผู้ที่สนใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพและผู้ที่ไม่สนใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	55
7 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพแต่ละประเภท	55
8 จำนวนความถี่ที่กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามคาดว่าจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	56
9 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ตามราคาซื้อต่อครั้ง	56
10 การพยากรณ์ความต้องการตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ถึง พ.ศ. 2556	60
11 การประมาณการยอดขายจากการจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ	61
12 ต้นทุนวัตถุดิบ	65
13 งบประมาณการลงทุนเครื่องมือ และอุปกรณ์เริ่มต้นของโครงการ	66
14 ประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ	70
15 ประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	72
16 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	73
17 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานไม่รวมค่าเสื่อม	74
18 การประมาณต้นทุนการผลิตของโครงการ	75
19 ประมาณการกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ	77
20 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ	78
21 ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน	79
22 ประมาณการกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ กรณีรายได้ลดลงจากประมาณการ ร้อยละ 10	81

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

23	การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ กรณีรายได้ลดลง จากการประมาณการร้อยละ 10	82
24	สรุปผลการวิเคราะห์การลงทุน กรณีรายได้ลดลงจากการประมาณการร้อยละ 10	83
25	การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ กรณีต้นทุนในการ ดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10	84
26	สรุปผลการวิเคราะห์การลงทุน กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10	85



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แรงผลักดัน 5 ประการในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม	10
2	ขั้นตอนการวิเคราะห์โครงการทางด้านการตลาด	12
3	กรอบแนวความคิด	31
4	แผนผังร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ	69



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ปัจจุบันความเร่งรีบในการใช้ชีวิตประจำวัน ทำให้ไม่มีโอกาสที่จะบริโภคอาหารครบตามความต้องการของร่างกายได้ รวมทั้งมีเวลาในการออกกำลังกายน้อยลง จึงส่งผลกระทบต่อร่างกายทำให้มีโรคภัยเกิดขึ้นตามมา เช่น โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคอัมพาต เป็นต้น ซึ่งเกิดจากการบริโภคที่ตึงเกินไปและไม่มีเวลาออกกำลังกาย คนส่วนใหญ่จึงเริ่มหันมาสนใจสุขภาพของตนเองมากขึ้น และการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพก็เริ่มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น กระแสทางด้านสุขภาพส่งผลให้สินค้ากลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพมีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ซึ่งสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพนั้นได้มีมานานแล้ว แต่ยังไม่เป็นที่นิยมและหลากหลายเท่าทุกวันนี้ เพราะสินค้าประเภทอาหารเพื่อสุขภาพนั้นผู้บริโภคมักจะเข้าใจกันว่าเป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพแต่รสชาติไม่เป็นที่น่าพอใจสำหรับผู้บริโภค แต่ปัจจุบันสินค้าประเภทนี้ได้รับความนิยมมากขึ้นเนื่องจากกระแสการดูแลสุขภาพนั้นมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วง 4 – 5 ปีที่ผ่านมา ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพเติบโตต่อเนื่องประมาณร้อยละ 20 – 30 ทุกปี โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ทำจากธัญพืช เป็นสินค้าที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในระดับกลางถึงระดับบนซึ่งคนกลุ่มนี้มีกำลังซื้อสูง โดยที่กลุ่มผู้บริโภคหลักในตลาดอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทย ส่วนมากเป็นผู้หญิงวัยทำงาน อายุระหว่าง 25 - 40 ปี และยังให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพของตนเองอย่างสม่ำเสมอ ปัจจุบันกระแสความตื่นตัวในเรื่องการดูแลสุขภาพกำลังเป็นที่สนใจของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากความนิยมของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพในเมืองไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด คนไทยในปัจจุบันสนใจในเรื่องของสุขภาพมากขึ้น สินค้าที่เกี่ยวกับสุขภาพจึงมีการเติบโตมากขึ้นตามไปด้วย (พิมพ์ประภา, 2551)

ด้านของธุรกิจจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ โดยสังเกตได้จากดัชนีการบริโภคของคนไทยที่มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ผู้บริโภคหันมาสนใจสุขภาพของตนเองมากขึ้น รวมทั้งการเลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและจำนวนประชากรที่มีการบริโภคเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับการแข่งขันทางด้านธุรกิจการจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพยังมีน้อย จึงเป็นโอกาสที่เหมาะสมแก่การเข้ามาทำธุรกิจจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ ส่วนในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาหารเพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานครยังมีค่อนข้างมีจำกัด โดยที่ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพโดยตรงยังมีปริมาณไม่มาก และยังไม่ค่อยเป็นที่แพร่หลายเท่าที่ควร ดังนั้นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ จึงเป็นแนวทางที่ดีทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหานี้ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2551)

พื้นที่บริเวณด้านล่างสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เป็นทำเลที่น่าสนใจซึ่งพื้นที่โดยรอบสถานีรถไฟฟ้าชิดลมเป็นย่านการค้าที่สำคัญแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร มีประชากรสัญจรผ่านไปมาจำนวนมาก มีอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรในทุกปี รวมทั้งเป็นเขตศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจการค้า มีตึกสำนักงานทั้งภาครัฐและเอกชน บริษัทต่าง ๆ รวมถึงสถาบันการศึกษา จึงมีพนักงานที่ทำงานให้แก่บริษัทต่าง ๆ และยังมีประชากรในเขตใกล้เคียงเข้ามาทำธุรกิจ ทำงาน เป็นจำนวนมาก รายได้เฉลี่ยของประชากรบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมจัดว่ารายได้ค่อนข้างสูง โดยมีรายได้เฉลี่ยประมาณ 24,000 บาท (จากการสำรวจ) ซึ่งจากข้อมูลขั้นต้นที่ได้กล่าวถึงความเร่งรีบในการทำงาน ไม่มีเวลาประกอบอาหารรับประทานเอง ส่งผลให้ไม่มีโอกาสที่จะบริโภคอาหารครบตามความต้องการของร่างกาย จึงเป็นการเหมาะที่จะทำการลงทุนประกอบธุรกิจจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพเป็นอย่างมาก เนื่องจากบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมยังไม่มีร้านที่จำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพโดยตรง และเป็นจุดศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งหลายรูปแบบ (สำนักงานเขตปทุมวัน, 2551)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ให้ความสนใจลงทุนในพื้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เขตปทุมวัน เนื่องจากบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เป็นเขตศูนย์กลางกลางเมืองของกรุงเทพมหานครที่มีอัตราการขยายตัวของประชากรร้อยละ 2 ในทุก ๆ ปี (ตารางที่ 1) และเป็นแหล่งของศูนย์รวมทางการค้ารวมทั้งสถานที่ทำงานอยู่หลายแห่ง ซึ่งมีประชากรกลุ่มเป้าหมายอยู่จำนวนมาก โดยประชากรส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานต้องการความสะดวกสบาย โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่เร่งรีบดังเช่นเวลาในช่วงเช้านอกก่อนเข้างาน ซึ่งประชากรกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 25 – 40 ปี พื้นที่บริเวณโครงการยังเป็นทางผ่านของรถประจำทางหลายสาย รวมทั้งสถานีรถไฟฟ้าชิดลมซึ่งเป็นสถานีที่มีคนใช้บริการเป็นจำนวนมาก พื้นที่บริเวณโครงการมีประชากรสัญจรไปมาจำนวนมาก นอกจากนี้ยังอยู่ใกล้แหล่งความเจริญหลายแห่งอีกด้วย

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ สามารถนำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ไปใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจในการลงทุนทำธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ และยังเป็นแนวทางในการลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนเปิดร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากเหตุผลดังกล่าวแสดงถึงโอกาสที่ตีรวมถึงความน่าสนใจในการลงทุนทำธุรกิจร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพเป็นอย่างดี แต่ในการลงทุนมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการทำธุรกิจ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการลงทุน โดยได้ทำการศึกษาริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เขตปทุมวัน แขวงลุมพินี จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรเขตพื้นที่ปทุมวัน แขวงลุมพินี (คน)

ปี พ.ศ.	จำนวนประชากร		
	ชาย	หญิง	รวม
2549	9,683	10,612	20,295
2550	9,704	10,999	20,703
2551	9,956	11,208	21,164

ที่มา: (สำนักงานเขตปทุมวัน, 2551)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านตลาดของการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ของการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจและแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ที่สนใจในการทำธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ โดยสามารถนำความรู้และข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงินในครั้งนี้ให้แก่ผู้ที่สนใจจะลงทุนนำไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจลงทุนได้ และยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจทั่วไป สามารถนำรูปแบบการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์ไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจอื่น ๆ ได้ และยังเป็นส่วนประกอบในการเขียนแผนธุรกิจเพื่อใช้ในการหาแหล่งเงินทุน จนถึงเป็นทางเลือกใหม่ ๆ ให้แก่ผู้บริโภคสนใจอาหารเพื่อสุขภาพ

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการที่จะทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงินของธุรกิจจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถาม กำหนดประชากรกลุ่มเป้าหมายที่จะทำการศึกษา ซึ่งได้แก่ บุคคลวัยทำงานและประชากรที่เดินสัญจรผ่านไปมาบริเวณใกล้สถานีรถไฟฟ้าชิดลมภายในรัศมี 1 กิโลเมตร จากสถานที่ตั้งโครงการ เนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้านงบประมาณ และระยะเวลาในการศึกษา การเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจึงเลือกเก็บที่ 400 ตัวอย่าง โดยเริ่มทำการศึกษาดังแต่ เดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2552 ถึงเดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2553 มีช่วงอายุโครงการ 5 ปี ตามสัญญาเช่าของสถานที่ตั้งร้าน ข้อมูลที่เก็บจากแบบสอบถามจะเป็นข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ที่จะทำการจัดจำหน่าย ฯลฯ นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาทำการวิเคราะห์ด้านการตลาด โดยเริ่มจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรมจากนั้นจึงศึกษาขนาดตลาด แนวโน้มตลาด และส่วนแบ่งการตลาด ทางด้านเทคนิคได้นำข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมาทำการกำหนดปัจจัยที่ใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการ ศึกษาทำเลที่ตั้ง ระบบการผลิต และการประมาณการค่าใช้จ่าย ส่วนในด้านการเงิน ได้นำข้อมูลทุติยภูมิมาใช้ในการกำหนดอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ และนำข้อมูลปฐมภูมিরวมกับข้อมูลทุติยภูมิมาทำการประมาณการผลตอบแทนของโครงการ ด้วยการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนของโครงการ อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ โดยเลือกพื้นที่ศึกษาบริเวณด้านล่างของสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยามศัพท์

อาหารเพื่อสุขภาพ (healthy food) หมายถึงอาหารที่ประกอบไปด้วยสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย เมื่อเรารับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเข้าไป จะได้รับสารอาหารและประโยชน์จากอาหารนั้น เนื่องจากได้มีการคัดเลือกสิ่งที่จะนำมาทำเป็นอาหารแล้ว ว่าเป็นสิ่งที่ดีมีประโยชน์ต่อร่างกาย ความหมายของอาหารเพื่อสุขภาพ เน้นที่การคัดเลือกสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ดังนั้นต้องคิดอยู่เสมอว่า สิ่งใดดีมีประโยชน์ก็นำมาใส่ไว้ในเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ สิ่งใดมีประโยชน์น้อยกว่าโทษก็ให้หลีกเลี่ยงหรือใช้แต่น้อย เพื่อให้สอดคล้องตามความหมายของอาหารเพื่อสุขภาพ ในธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพของเราจะเน้นไปที่อาหารเพื่อสุขภาพทั่วไปที่เลือกวัตถุดิบที่มีประโยชน์ต่อร่างกายสูงจำพวกอาหารที่ประกอบไปด้วยธัญพืชต่างๆ เป็นอาหารเพื่อสุขภาพแนวอาหารเช้า และอาหารว่าง ไม่ใช่อาหารที่เป็นข้าวหรือกินเป็นมื้อหลักในมื้อกลางวัน แต่สามารถทานได้ตลอดเวลา และดีต่อสุขภาพ (อุมาพร และพิภพ, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ในเรื่องของ การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน โดยทำการรวบรวมผลงานการศึกษางานวิจัยและเอกสารอื่น ๆ รวมถึงการตั้งสมมติฐานของ การศึกษาที่ผู้ศึกษาได้กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล มี รายละเอียดดังนี้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการก็คือ การศึกษาและการจัดทำเอกสารที่ประกอบไปด้วยข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นที่แสดงถึงเหตุผลสนับสนุน (justification) ความถูกต้องสมบูรณ์ (soundness) ของโครงการ เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่ดี โดยโครงการที่ดีได้แก่ โครงการที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเมื่อปฏิบัติแล้วจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน เหตุที่ต้องศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เนื่องมาจากปัจจุบันมีทรัพยากรอยู่อย่างจำกัด มีการแข่งขันสูง เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดจนความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามภาวะเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีผลกระทบต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของโครงการ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการลงทุน (ชัยยศ, 2539)

โดยการศึกษาความเป็นไปได้จะเริ่มต้นจากการคิดโครงการที่จะทำ แล้วจึงทำการตั้งวัตถุประสงค์ จากนั้นทำการศึกษาทางด้านสถานที่ตั้งเพื่อการดำเนินงาน โดยต้องระบุให้แน่ชัดว่าจะตั้งอยู่ที่ใดที่จะเหมาะกับโครงการ มีการกำหนดระยะเวลาการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการวางแผนโครงการ หลังจากนั้นจะเป็นขั้นตอนในการวิเคราะห์โครงการทางด้านต่าง ๆ ดังนี้

การศึกษาด้านการตลาด เป็นการศึกษารายละเอียดของข้อมูลที่น่าไปใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก วิเคราะห์สภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม และศึกษาสภาวะของตลาดซึ่งประกอบด้วย ขนาดตลาด แนวโน้มตลาด และส่วนแบ่งตลาด มีรายละเอียดดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย การเมือง (political), เศรษฐกิจ (economic), สังคมและวัฒนธรรม (sociol cultural) และประชากร (population)

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม เป็นการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมเพื่อให้ทราบถึงที่มาของความรุนแรงในการแข่งขันและอิทธิพลอันเกิดจากสภาวะการแข่งขันในรูปแบบต่าง ๆ โดยใช้ปัจจัยในการวิเคราะห์แรงผลักดันทั้ง 5 ประการในการวิเคราะห์

3. การวิเคราะห์ขนาดตลาด เพื่อทราบถึงขนาดตลาดของธุรกิจที่จะทำการลงทุน และแนวโน้มความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภค

4. การวิเคราะห์แนวโน้มตลาด เพื่อศึกษาว่าแนวโน้มของธุรกิจที่โครงการจะศึกษานั้นมีแนวโน้มเป็นอย่างไร

5. การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด เพื่อให้ทราบถึงส่วนแบ่งตลาดที่ธุรกิจจะได้หากมีการลงทุนเกิดขึ้น ธุรกิจสามารถที่แข่งกับผู้ประกอบการรายอื่นได้หรือไม่

การศึกษาด้านเทคนิค กล่าวถึงความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ซึ่งเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการ และยังช่วยอำนวยความสะดวกในการพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากทางเลือกทางด้านเทคนิคต่าง ๆ

การศึกษาด้านการเงิน เน้นที่การเตรียมงบการเงินล่วงหน้า ที่ได้จากการนำข้อมูลจากการศึกษาด้านตลาด และด้านเทคนิคมาประกอบการคาดคะเนรายรับและต้นทุนเพื่อการตัดสินใจในการลงทุน

การศึกษาความเป็นไปได้เป็นการประเมินความคุ้มค่าของโครงการ (the evaluation of project worth) โดยโครงการจะมีความคุ้มค่าก็ต่อเมื่อผลตอบแทนมีค่าสูงกว่าต้นทุน ปัญหาการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะอยู่ที่การกำหนดแนวทางเพื่อบรรลุผลผลิตหรือนโยบายตามที่ต้องการโดยประหยัดที่สุดหรือเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด โครงการที่มีความเป็นไปได้จึงได้แก่โครงการที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ด้วยต้นทุนต่ำสุด (ชัยยศ, 2539)

การศึกษความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาซึ่งจะมีผลทำให้ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ดังนั้นผู้ที่ทำการลงทุนในโครงการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่จึงควรต้องทำการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นไปได้ทางการตลาดเสียก่อน ทั้งนี้เพราะการศึกษาด้านการตลาดจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแน่ใจได้ในระดับหนึ่งว่า โครงการจะสามารถให้ผลตอบแทนคุ้มกับเงินที่ลงทุนไปหรือไม่ อีกนัยหนึ่งคือสามารถอยู่รอดและทำกำไรได้ในระยะยาว (ฐาปนา, 2542)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

เป็นสภาพแวดล้อมที่มีขอบเขตกว้างขวาง จึงต้องแบ่งรายละเอียดการศึกษาออกเป็น ส่วน ๆ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ และเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องตระหนัก เนื่องจากสภาพแวดล้อมภายนอกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน ประการสำคัญเป็นการยากที่ธุรกิจจะสามารถควบคุมเพื่อกำหนดทิศทางของการเปลี่ยนแปลงนั้นได้ ดังนั้นการทราบและเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นจะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถวางแผนโครงการได้อย่างเหมาะสม จึงต้องศึกษาข้อมูลของสภาพแวดล้อมอย่างรอบคอบ ซึ่งสามารถจำแนกชั้นตอนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกออกเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้ (ฐาปนา, 2542)

กฎหมายการเมือง (Political)

องค์การธุรกิจต้องติดตามการดำเนินงานทางการเมือง เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ และกำหนดกลยุทธ์ เช่น เสถียรภาพของรัฐบาล พัฒนาการทางการเมือง นโยบายของประเทศ และนโยบายของรัฐที่มีต่ออุตสาหกรรม เป็นต้น ผู้บริหารจะต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อน เพื่อพิจารณาถึงโอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้น โดยผู้บริหารควรทำการตรวจสอบสภาพแวดล้อมอยู่เสมอ ทั้งในสภาพเหตุการณ์ปกติและไม่ปกติ เนื่องจากสภาพแวดล้อมจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อช่วยให้ผู้บริหารสามารถกำหนดทิศทางขององค์การในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

เศรษฐกิจ (Economic)

ปัจจัยทางเศรษฐกิจจะเป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นปริมาณการจัดสรรและการใช้ทรัพยากร ปัจจัยทางเศรษฐกิจมีแรงผลักดันที่สำคัญต่อการดำเนินงานขององค์การธุรกิจ เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจจะครอบคลุมหลายประเด็น เช่น รายได้ประชาชาติ อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย อัตราการจ้างงาน ดุลการชำระเงิน ดุลบัญชีเดินสะพัด อัตราภาษี และผลิตภาพ เป็นต้น โดยผู้บริหารต้องสามารถนำข้อมูลทางเศรษฐกิจมาใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อก่อให้เกิดโอกาสสูงสุด และลดอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์การ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สังคมและวัฒนธรรม (Sociol Cultural)

ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกัน ทำให้องค์กรต้องทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรมท้องถิ่น วัฒนธรรมย่อย และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิต อัตราการเพิ่มหรือลดของจำนวนประชากร อายุเฉลี่ยของประชากร การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบครอบครัว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งในด้านความต้องการ คุณภาพ และคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว โดยเฉพาะองค์การที่อยู่ในภาคธุรกิจบริการ เช่น โรงแรม โรงพยาบาล ธนาคาร และสถาบันการศึกษา เป็นต้น ที่ต้องพยายามตอบสนองความต้องการและให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจ (satisfaction) ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่มีสำนึกในสิทธิส่วนตัว การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทางเลือก และอำนาจต่อรองมากกว่าในอดีต ซึ่งผู้บริหารจะต้องพิจารณาปัจจัยเหล่านี้ เพื่อประกอบการประเมินสภาพแวดล้อมและใช้ประกอบในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม

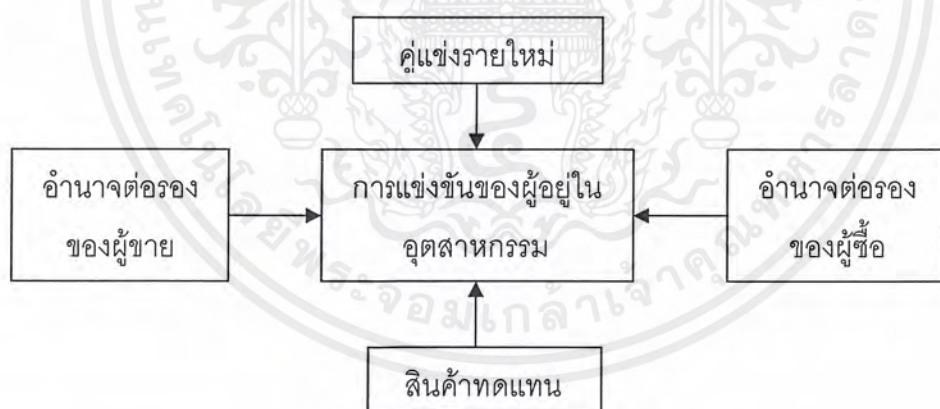
ประชากร (Population)

การเปลี่ยนแปลงทางประชากรจะกระทบต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงกลุ่มอายุ เพศ การเคลื่อนย้ายของประชากรจากต่างจังหวัดไปสู่ตัวเมืองใหญ่ และความหนาแน่นของประชากร เป็นต้น การลดลงของจำนวนประชากรที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากนโยบายของการคุมกำเนิดที่ได้ผล และการมีจำนวนประชากรที่สูงอายุเพิ่มขึ้นอาจจะถูกพิจารณาได้ว่า เป็นทั้งอุปสรรค หรือโอกาสของธุรกิจบางประเภทได้

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรมได้นำการวิเคราะห์แรงผลักดันของปัจจัยทั้ง 5 ประการ มาทำการวัดความเข้มข้นของการแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกันที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อวิเคราะห์ความรุนแรงของปัจจัยแต่ละประการที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ การวิเคราะห์ปัจจัยหรือสภาวะการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมจะทำให้ทราบถึงที่มาของความรุนแรงในการแข่งขันและอิทธิพลอันเกิดจากสภาวะการแข่งขันเหล่านี้ ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม 5 ประการ เป็นแนวคิดที่มีประโยชน์อย่างมากในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม รวมทั้งความรุนแรงของปัจจัยแต่ละประการตามแนวคิดนี้ อุตสาหกรรมคือกลุ่มขององค์กรธุรกิจที่ทำการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหมือนหรือคล้ายกัน หรือสินค้าและบริการที่สามารถทดแทนกันได้ ในลักษณะการทดแทนความต้องการของลูกค้า เช่น เหล็กและพลาสติกที่ใช้ในการประกอบรถยนต์สามารถทดแทนซึ่งกันและกันได้ ถึงแม้ว่าจะใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่แตกต่างกัน แต่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เหมือนกัน การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมจะช่วยในการบ่งชี้ถึงโอกาสและข้อจำกัดที่องค์กรธุรกิจจะต้องเผชิญ สภาวะการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจขึ้นอยู่กับสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่องค์กรธุรกิจนั้นอยู่ และสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 5 ประการ ความเข้มแข็งของปัจจัยทั้ง 5 ประการนี้บ่งบอกถึงโอกาสในการได้กำไรของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ยิ่งปัจจัยเหล่านี้มีความเข้มแข็งมากเพียงใด ย่อมส่งผลเสียต่อการขึ้นราคาซึ่งนำไปสู่การได้กำไรของธุรกิจในอุตสาหกรรม ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดของธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันถ้าปัจจัยต่าง ๆ มีความอ่อนแอ ย่อมเป็นโอกาสอันดีต่อธุรกิจในอุตสาหกรรม เนื่องจากธุรกิจสามารถได้กำไรได้มากขึ้น แต่เนื่องจากสภาวะอุตสาหกรรมมีการพัฒนาอยู่เสมอ ดังนั้นความเข้มแข็งหรือผลของปัจจัยทั้ง 5 ประการนี้สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ปัจจัยสำคัญที่ธุรกิจจะต้องทำเพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูงสุด ได้แก่ การหาตำแหน่งในอุตสาหกรรมที่จะสามารถมีอิทธิพลเหนือปัจจัยทั้ง 5 ประการ (พัคตร์พวง และพลู, 2542)



ภาพที่ 1 แรงผลักดัน 5 ประการในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม
ที่มา: (พัคตร์พวง และพลู, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะที่สำคัญของปัจจัยทั้ง 5 ประการประกอบด้วย

1. ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งชั้นใหม่ คู่แข่งขันรายใหม่ ได้แก่องค์กรธุรกิจอื่นที่ในขณะนั้นอยู่ภายนอกอุตสาหกรรมแต่มีความสามารถและแนวโน้มที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรม โดยปกติแล้วองค์กรธุรกิจเดิมที่อยู่ภายในอุตสาหกรรมจะพยายามป้องกันไม่ให้องค์กรใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรม เนื่องจากองค์กรใหม่ที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมจะส่งผลกระทบต่อสภาวะในการแข่งขันในอุตสาหกรรมเป็นข้อจำกัดที่สำคัญต่อการดำเนินงานและการแข่งขันขององค์กรธุรกิจเดิมในอุตสาหกรรมเนื่องจากองค์กรใหม่ที่จะเข้ามาย่อมต้องการส่วนแบ่งตลาด ซึ่งเป็นผลเสียต่อองค์กรเดิมที่มีอยู่แล้วยกเว้นในกรณีในตลาดมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว การเข้ามาของธุรกิจใหม่ ๆ ก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงยิ่งขึ้น อาจมีการลดราคาสินค้าและบริการลง โดยในการตัดสินใจเข้าสู่อุตสาหกรรมขององค์กรธุรกิจใหม่จะขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญสองประการได้แก่ ต้นทุนในการเข้าสู่อุตสาหกรรมและการโต้ตอบจากองค์กรธุรกิจเดิม

2. ความรุนแรงของสภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน สภาวะการแข่งขันของระหว่างธุรกิจต่าง ๆ จะทวีความรุนแรงขึ้นเมื่อองค์กรธุรกิจหนึ่งมองเห็นช่องทางในการได้กำไรมากขึ้น หรือถูกคุกคามจากการกระทำขององค์กรธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น การลดราคา การต่อสู้ทางด้านการตลาด การแนะนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาดหรือการเพิ่มการให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า ถ้าสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมไม่รุนแรง โอกาสที่องค์กรธุรกิจต่าง ๆ จะขึ้นราคาสินค้าและบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งกำไรที่มากขึ้นก็จะมีมาก

3. การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ธุรกิจใดในอุตสาหกรรมหนึ่งอาจจะมีการแข่งขันกับธุรกิจใดในอุตสาหกรรมอื่นที่ผลิตสินค้าที่มีลักษณะที่ทดแทนกันได้ ซึ่งอาจเป็นสินค้าคนละชนิดกัน แต่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เหมือนกัน การมีสินค้าทดแทนในอุตสาหกรรมอื่นย่อมก่อให้เกิดข้อจำกัดในการตั้งราคาสินค้าไม่ให้สูงเกินไปเนื่องจากลูกค้าอาจจะหันไปใช้สินค้าที่ทดแทนกันได้ และถ้าค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ (switching cost) ต่ำ ปัจจัยในด้านการใช้สินค้าทดแทนก็จะมีผลต่ออุตสาหกรรมมากขึ้น เช่น ซาอาจเป็นสินค้าทดแทนของกาแฟ ถ้ากาแฟมีราคาสูงขึ้นมากลูกค้าอาจจะเปลี่ยนหันมาดื่มซาแทน ธุรกิจที่สามารถผลิตสินค้าที่ไม่มีสินค้าทดแทนได้ย่อมมีผลตอบแทนที่สูงเนื่องจากสามารถตั้งราคาของสินค้าได้สูงโดยที่ไม่ต้องกลัวสินค้าทดแทน ถ้าอุตสาหกรรมใดมีสินค้าทดแทนได้ง่าย ย่อมไม่สามารถหากำไรได้มากเนื่องจากลูกค้าจะหันไปใช้สินค้าทดแทนแทน

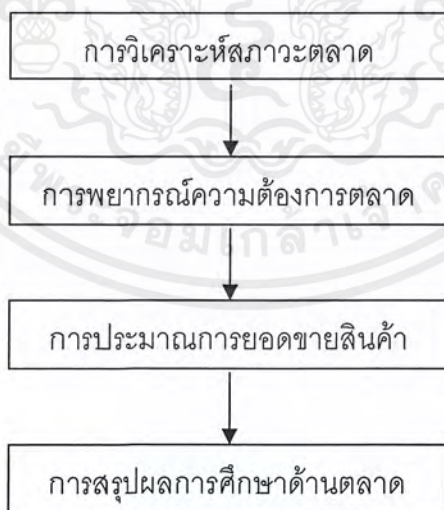
4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม ถ้าผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองหรือมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาของสินค้าและบริการให้ต่ำ หรือมีอิทธิพลในการต่อรองให้องค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธุรกิจเพิ่มคุณภาพของสินค้าและบริการให้มากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อองค์กรธุรกิจในแง่ต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้น ในขณะที่ผู้ซื้อที่ไม่มีความเข้มแข็งหรือไม่มีอำนาจต่อรองย่อมเปิดโอกาสให้องค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมสามารถขึ้นราคาสินค้าได้โดยง่าย การที่ผู้ซื้อจะมีอำนาจมากหรือน้อยย่อมขึ้นอยู่กับอำนาจต่อรองที่ผู้ซื้อมีต่อองค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรม

5. อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ จะมีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมเนื่องจากสามารถกำหนดให้สินค้ามีราคาสูงหรือต่ำ เพิ่มหรือลดคุณภาพของสินค้าได้ ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนและกำไรขององค์กรธุรกิจ ในกรณีที่ผู้ขายวัตถุดิบมีความอ่อนแอหรือมีอำนาจในการต่อรองต่ำย่อมถูกผู้ซื้อกดราคา และเรียกร้องสินค้าที่มีคุณภาพที่สูงขึ้นได้

การศึกษาทางด้านการตลาดของโครงการต่อจากการศึกษาสภาพแวดล้อม จะเป็นสภาพตลาด ประกอบไปด้วยการศึกษาถึงขนาดของตลาด (market size) แนวโน้มตลาด (market trend) และส่วนแบ่งตลาด (market share) นอกจากนี้ยังศึกษาถึงลักษณะของอุปสงค์ตลาด ขอบเขตของตลาดและลักษณะลูกค้าเป้าหมายตลาดจนภาวะการแข่งขันในตลาดทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการเจาะตลาด ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเมื่อได้ตัดสินใจดำเนินโครงการอีกด้วย ซึ่งกระบวนการในการศึกษาทางด้านการตลาด อาจแบ่งขั้นตอนใหญ่ ๆ ได้ 4 ขั้นตอน ตามลำดับดังนี้



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการวิเคราะห์โครงการทางการตลาด

ที่มา: (อัจฉรา, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการในการศึกษาทางด้านตลาดประกอบไปด้วย การวิเคราะห์สภาวะตลาดการพยากรณ์ความต้องการตลาด การประมาณการยอดขายสินค้า และการสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด (ภาพที่ 2) ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอนตามลำดับด้วยมีรายละเอียดดังนี้

การวิเคราะห์สภาวะตลาด

เพื่อศึกษาถึง ขนาดของตลาด แนวโน้มของตลาด และส่วนแบ่งตลาดโดยมีรายละเอียดที่สำคัญ 3 ประการคือ

1. ศึกษาขนาดของตลาด (market size) ในภาพกว้าง ขนาดของตลาด คือจำนวนประชากรที่มีอยู่ในตลาดหนึ่ง ๆ เช่น ประเทศจีน เป็นตลาดขนาดใหญ่ เนื่องจากมีประชากรมากถึง 1.2 พันล้านคน ขณะที่นิวซีแลนด์เป็นตลาดขนาดเล็ก เพราะมีประชากรเพียง 3 ล้านคนเท่านั้น อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยอื่นที่เป็นตัวกำหนดขนาดของตลาดอีก เช่น

อำนาจการซื้อ (purchasing power) ซึ่งก็คือรายได้ของผู้คนในตลาดนั้น ๆ โดยดูจากรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (per capita income) เช่น ในกรณีนิวซีแลนด์ แม้จะมีประชากรน้อย แต่ก็ยังเป็นกลุ่มประชากรที่มีอำนาจซื้อสูง เป็นต้น

อัตราการบริโภค (consumption rate) ซึ่งหมายถึง ความถี่ในการบริโภคสินค้านั้น ๆ นิยมวัดเป็นปริมาตร หรือ หน่วยน้ำหนัก เช่น วัดเป็นลิตรต่อปี หรือกิโลกรัมต่อปี ตัวอย่างเช่น คนไทยดื่มไวน์คิดเป็น 0.50 ลิตร/หัว/ปี ขณะที่คนฝรั่งเศสดื่มมากถึง 56 ลิตร/หัว/ปี เป็นต้น

เมื่อศึกษาภาพกว้างแล้ว ถ้าทำได้ควรศึกษาขอบข่ายตลาดที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น กล่าวคือศึกษาถึงการแบ่งส่วนตลาด (market segmentation) ที่ผลิตภัณฑ์ของโครงการมุ่งเข้าตอบสนองทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงขนาดของตลาดที่ถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น หากโครงการมุ่งเสนอผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางที่มีคุณภาพดีราคาแพง ตลาดส่วนนี้ก็จะเป็นคนละส่วนกับตลาดเครื่องสำอางเกรดต่ำราคาถูก เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคเป็นคนละกลุ่มกัน และมีขนาดของตลาดที่แตกต่างกัน

2. แนวโน้มตลาด (market trend) ไปในทิศทางที่ดีขึ้นทรงตัวหรือเลวลง แนวโน้มของตลาด (market trend) คือ ทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ ว่าจะมีมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไป นิยมวัดเป็นอัตราขยายตัวต่อ (growth rate) หน่วยเป็นเปอร์เซ็นต์ เช่น อัตราการขยายตัวของธุรกิจประกันภัยในประเทศไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรียกว่าธุรกิจประกันภัยมีแนวโน้มตลาดเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากคนไทยมีระดับการศึกษาโดยเฉลี่ยเพิ่มมากขึ้นทุกปี ทำให้ความเข้าใจถึงความจำเป็นของการประกันภัยมากขึ้น

แนวโน้มตลาดอาจตั้งข้อสมมติต่าง ๆ เช่น อัตราการขยายตัวของตลาดขึ้นกับอัตราการเพิ่มของประชากร กลุ่มที่เป็นเป้าหมาย ตลาดวัสดุก่อสร้างขึ้นกับการเพิ่มขึ้นของโครงการอสังหาริมทรัพย์ หรือ อัตราความต้องการซื้อประกันวินาศภัย และประกันชีวิต มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการเพิ่มขึ้นของระดับการศึกษาของประชาชนในประเทศไทย เป็นต้น

3. ส่วนแบ่งตลาด (market share) เพื่อต้องการทราบว่าโครงการจะได้จากตลาดนั้นมากน้อยเพียงใดจึงมีการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดเกิดขึ้น ซึ่งส่วนแบ่งตลาด หมายถึง ความสามารถของธุรกิจหรือโครงการในอันที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนได้ เช่น ตลาดรวมในปีแรกมีอยู่ 100 ล้านบาท โครงการคาดว่าจะได้ส่วนแบ่งร้อยละ 10 หมายถึงโครงการจะมีรายได้คาดคะเนในปีแรก 10 ล้านบาท เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาดมี 2 ประการคือ

3.1 ความเข้มข้นของการแข่งขัน (competition)

3.2 ความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (customer satisfaction)

กล่าวคือ ถ้าในอุตสาหกรรมที่เข้าไปนั้นมีการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งหมายถึง มีผู้แข่งขันหลายราย และแต่ละรายก็มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง กรณีเช่นนี้ จะส่งผลให้โอกาสที่โครงการจะเข้าไปแย่งส่วนแบ่งตลาดมาครองกระทำได้ยากขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าโครงการเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคได้เหนือกว่าผู้ประกอบการอื่นๆ โอกาสที่โครงการจะแย่งส่วนแบ่งตลาดมาครองมากขึ้นก็จะมีสูง

การทราบถึงขนาดของตลาด แนวโน้มตลาด และส่วนครองตลาดที่จะแย่งมาได้ จะช่วยให้โครงการหรือธุรกิจ สามารถประมาณการยอดขายในแต่ละปี ซึ่งจะนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการทำงานกำไรขาดทุนที่คาดคะเน (performance income statement) อันเป็นงบการเงินที่มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริหารว่าจะตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจนั้นหรือไม่

การพยากรณ์ความต้องการของตลาด

การพยากรณ์ความต้องการของตลาด หมายถึงการพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาด ในรูปของจำนวนเงินหรือจำนวนหน่วยสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง ของกลุ่มผู้บริโภคภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาดที่กำหนดขึ้น สำหรับวิธีการประมาณความต้องการของตลาด อาจทำได้โดยใช้ความต้องการตลาดในอดีตมาคาดการณ์ความต้องการในอนาคต สำหรับกรณีผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วในตลาด แต่สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่มีข้อมูลทางสถิติในอดีตมาก่อน การประมาณการความต้องการของตลาดจะทำได้ยากและมีโอกาสคลาดเคลื่อนมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วในตลาด อย่างไรก็ตามก็สามารถพยากรณ์ความต้องการตลาดได้ โดยใช้เทคนิคการพยากรณ์ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ เทคนิคเชิงคุณภาพ (qualitative forecasting technics) และเทคนิคเชิงปริมาณ (quantitative forecasting technics) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. เทคนิคการพยากรณ์เชิงคุณภาพ (qualitative forecasting technics) เป็นวิธีการพยากรณ์ที่ใช้วิจารณ์ญาณหรือประสบการณ์ในอดีตของผู้ประกอบการเป็นหลัก การประมาณการเชิงคุณภาพอาจทำได้โดยใช้วิธีการดังนี้

การพยากรณ์โดยใช้เลขดัชนี (index) เป็นการนำค่าดัชนีที่เกี่ยวข้อง เช่น ดัชนีราคาผู้บริโภคหรือดัชนีอื่น ๆ ที่หน่วยงานของรัฐบาลหรือเอกชนเป็นผู้จัดทำขึ้นมาประกอบการพยากรณ์ความต้องการตลาดของผลิตภัณฑ์

2. เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณ (quantitative forecasting technics) เป็นวิธีการพยากรณ์ที่อาศัยข้อมูลซึ่งเป็นตัวเลขในอดีตโดยอาจจะใช้หรือไม่ใช้หลักการทางสถิติมาประกอบการพยากรณ์ ส่วนวิธีที่ไม่ใช้ ได้แก่ เทคนิคการพยากรณ์เชิงเรียบ เทคนิคการพยากรณ์โดยการวิเคราะห์อนุกรมเวลา ส่วนวิธีที่ใช้หลักการทางสถิติ ได้แก่ เทคนิคการพยากรณ์โดยวิธีวิเคราะห์การถดถอย

เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณ (quantitative forecasting technics) มักจะใช้ได้ดีกับข้อมูลที่มีขนาดใหญ่และมีความซับซ้อนอย่างไรก็ตาม การพยากรณ์แบบนี้มีจุดอ่อนที่สำคัญที่ควรทราบคือ ธรรมชาติของวิธีการพยากรณ์จะเป็นแบบ “ประมาณการออกไปจากกลุ่มข้อมูลที่มีอยู่เดิม” กล่าวคือ ค่าพยากรณ์ได้จะถูกต่อกันต่อเนื่องรูปแบบและความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลของเรื่องที่ยพยากรณ์ยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลงเท่านั้น ซึ่งในสถานการณ์ที่เป็นจริงสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจมีความผันผวนสูง ดังนั้นในการพยากรณ์จึงควรใช้ดุลพินิจร่วมด้วยจะช่วยให้ค่าพยากรณ์ที่ได้ใกล้เคียงกับที่ควรจะเป็นมากขึ้นทั้งนี้เพราะวิธีการพยากรณ์เชิงคุณภาพโดยใช้ดุลพินิจสามารถปรับค่าพยากรณ์ตามความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้รวดเร็วกว่าวิธีการเชิงปริมาณ นั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประมาณการยอดขายสินค้า

วิธีพื้นฐานที่นิยมใช้ในการพยากรณ์ยอดขาย คือ การคาดคะเนส่วนแบ่งตลาดที่โครงการนั้นจะได้รับว่าเป็นร้อยละเท่าใดของตลาดรวมดังกล่าว อย่างไรก็ตามในการคาดคะเนยอดขายของโครงการยังควรพิจารณาถึงสถานะเศรษฐกิจ การแข่งขัน ระดับของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย จากนั้นเมื่อได้ยอดขายโดยการประมาณการแล้วก็นำมาจัดทำเป็นแผนยอดขาย หรือที่เรียกว่าการประมาณการยอดขายสินค้า ซึ่งจะแสดงถึงจำนวนเงินที่ได้รับจากการขายสินค้าในช่วงระยะเวลาที่กำหนดโดยหาได้จากอัตราจำนวนผู้บริโภคต่อปีที่คาดคะเนคูณด้วยราคาขายต่อหน่วยได้ดังสมการ

$$\text{ยอดขาย} = \text{อัตราผู้บริโภคต่อปี} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย}$$

การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด

ในขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการศึกษาด้านการตลาด คือการสรุปผลการศึกษาที่ได้ทำการวิเคราะห์ห้ข้อมูลจากด้านต่าง ๆ มาแล้วว่าโครงการจะพบปัญหาและอุปสรรคใดบ้าง และจะมีความเป็นไปได้ของโครงการเกิดขึ้นหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจทางด้านการตลาดเป็นหลัก โดยดูจากข้อมูลที่ทำกรวิเคราะห์ไว้ตามหัวข้อต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ไม่ว่าจะเป็นทางด้านขนาดตลาดที่ศึกษาว่าขนาดตลาดบริเวณโครงการใหญ่ หรือเล็ก และการที่จะเข้าไปตั้งส่วนแบ่งตลาดมาเป็นของโครงการเรามีมากน้อยเพียงใด แนวโน้มในการเจริญเติบโตของธุรกิจที่เราทำการศึกษา นั้นเป็นในทางบวกหรือลบ เพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งคำตอบที่ว่า โครงการดังกล่าวควรทำการศึกษาความเป็นไปได้ด้านอื่น ๆ ต่อไปหรือไม่ กล่าวคือ ถ้าผลการศึกษาด้านการตลาดออกมาน่าพอใจ คือมีอุปสงค์หรือความต้องการตลาดในผลิตภัณฑ์ของโครงการมีมากพอ เมื่อนำไปเทียบกับคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาดแล้วเราสามารถได้ส่วนครองตลาดมาจำนวนหนึ่ง รวมถึงการประมาณการยอดขายที่ได้ ต้องไม่ต่ำหรือสูงจนเกินไป การพยากรณ์การตลาดที่ควรมีแนวโน้มของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ตลาดกว้างมากยิ่งขึ้นและสถานะตลาดที่เอื้ออำนวยต่อโอกาสที่จะทำให้โครงการประสบความสำเร็จได้ ถ้าหากการศึกษาด้านการตลาดมีคุณสมบัติครบถ้วน และตลาดที่เลือกนั้นเหมาะสมแก่การลงทุนในการทำธุรกิจ โครงการก็ควรทำการศึกษาในด้านอื่น ๆ เป็นลำดับต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค จะทำให้ทราบถึงกระบวนการผลิต ขั้นตอนการผลิต คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ การกำหนดขนาดพื้นที่ของโครงการ การเลือกเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ที่จำเป็นต่อโครงการ กำลังการผลิตที่โครงการสามารถทำได้ ทำเลที่ตั้งของโครงการ เพื่อที่จะดูว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร และมีหนทางที่จะแก้ไขปัญหายังไง การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคจะบอกถึงความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค นอกจากนั้นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิคยังเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุน คาดคะเนผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเลือกด้านเทคนิคต่าง ๆ เช่น ในแง่ของการว่าจ้างงาน อิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อมวลมนุษยชาติ ปัญหาต่าง ๆ และอุปสรรคของโครงการอยู่ที่ปัจจัยใด ตลอดจนวิธีแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นในโครงการซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคนี้มีแนวทางในการพิจารณา และมีเกณฑ์การตัดสินใจในการลงทุนซึ่งการวิเคราะห์ด้านเทคนิคมีแนวทางในการพิจารณาดังต่อไปนี้ (ฐาปนาและอัจฉรา, 2542)

ระบบการผลิต

โครงการแต่ละโครงการจะมีระบบการผลิตที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะทำการผลิตถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงในการผลิตจะมีระบบการผลิตที่มีความยุ่งยากซับซ้อน ในทางตรงข้ามถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีน้อยระบบการผลิตก็จะเป็นแบบง่ายไม่มีความยุ่งยาก ซึ่งระบบการผลิตจะประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานด้วยกัน 3 ประการคือ

1. ปัจจัยนำเข้า คือปัจจัยที่ใช้เป็นพื้นฐานจึงจะทำให้โครงการเกิดผลผลิตขึ้นมา ได้แก่ วัตถุดิบ แรงงาน เงินทุน

2. กระบวนการผลิต คือกรรมวิธีในการแปรสภาพปัจจัยนำเข้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือบริการ ในที่นี้หมายถึง เทคโนโลยีในการผลิต เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตและสถานที่ตั้งของโครงการ มีรายละเอียดดังนี้

2.1 กระบวนการผลิต ในการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งนั้นอาจใช้กระบวนการผลิตหลายกระบวนการ หรือบางผลิตภัณฑ์อาจใช้กระบวนการเดียวกันก็ได้ ซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคนั้นจะต้องมีความเข้าใจในเรื่องของกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลือกใช้การผลิตให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สามารถจำแนกกระบวนการผลิตออกเป็น 5 ประเภท คือ กระบวนการผลิตแบบโครงการ กระบวนการผลิตตามคำสั่งซื้อ กระบวนการผลิตแบบช่วงตอน กระบวนการผลิตตามสายงานและกระบวนการผลิตแบบต่อเนื่อง

2.2 การวางแผนผังกระบวนการผลิต คืองานหรือแผนงานในการติดตั้งเครื่องจักร เครื่องมือและวัสดุต่าง ๆ รวมทั้งสภาพแวดล้อมในการทำงานที่จำเป็นในกระบวนการผลิตภายใต้ข้อจำกัดของโครงสร้างอาคารที่มีอยู่รวมทั้งการออกแบบอาคาร เครื่องจักรและเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อให้การผลิตมีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพสูงสุด

2.3 กำลังการผลิต คืออัตราสูงสุดของผลผลิตหรือบริการที่ระบบการผลิตสามารถผลิตได้ในช่วงเวลาหนึ่งของการดำเนินงานโดยวัดเป็นหน่วยผลผลิตต่อหน่วยของเวลา การกำหนดกำลังการผลิตก็คือการที่กิจการสามารถผลิตสินค้าภายใต้ภาวะการณ์ปกติและระบบการผลิตที่กำหนดไว้ กำลังการผลิตที่สูงที่สุดคือ กำลังการผลิตที่สามารถผลิตสินค้าให้ได้มากที่สุด และสามารถใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด การกำหนดกำลังการผลิตของกิจการจะขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการคือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อ การกำหนดกำลังการผลิต ได้แก่ กฎหมาย แรงงาน และความสามารถในการป้อนวัตถุดิบของผู้จำหน่าย ส่วนปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อการกำหนดกำลังการผลิต ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ บุคลากรและงาน การออกแบบโครงการและกระบวนการผลิต สมรรถนะของอุปกรณ์และการบำรุงรักษา การควบคุมวัตถุดิบ ระบบการควบคุมคุณภาพและความสามารถของผู้บริหาร

3. ปัจจัยนำออก คือผลผลิตขั้นสุดท้ายของกระบวนการผลิตของแต่ละโครงการ ซึ่งจะออกมาในรูปของสินค้าหรือบริการ ผลิตภัณฑ์และคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ถือเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยนำออก ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่น่าสนใจในการลงทุนนั้นมักจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จำหน่ายในประเทศอุตสาหกรรม หรือประเทศที่พัฒนาแล้วทั้งสิ้น อีกทั้งรูปร่างลักษณะและข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ มักจะเลียนแบบจากประเทศอุตสาหกรรม ในการกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ผลิตจะต้องสอบถามความต้องการของตลาดว่าต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทใด

ทำเลที่ตั้ง

การพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากในการตัดสินใจทางธุรกิจ เพราะทำเลที่ตั้งจะมีผลต่อต้นทุนและรายได้ในระยะยาวที่จะมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ซึ่งการที่จะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งจะต้องมีต้นทุนรวมในการเลือกทำเลที่ตั้งที่ต่ำที่สุด เนื่องจากทำเลที่ตั้งเป็นแหล่งที่จะทำให้ธุรกิจสามารถประกอบกิจกรรมได้สะดวกที่สุด โดยคำนึงถึงกำไรและค่าใช้จ่ายความสามารถในการขนส่งและการจัดจำหน่าย การจัดหาวัตถุดิบ และสภาพแวดล้อมอื่นๆ ตลอดระยะเวลาที่ธุรกิจประกอบกิจกรรม ซึ่งในการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการจะมีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง เพราะจะมีผลกระทบต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ ปัจจัยที่ธุรกิจต้องนำมาพิจารณาสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับการผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิต ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน วัตถุดิบ ตลาด การขนส่ง สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตโดยตรง ได้แก่ กฎหมาย ภาษี ทัศนคติของชุมชน และการเมือง

การสรุปผลการศึกษาด้านเทคนิค

ขั้นตอนสุดท้ายในการศึกษาด้านเทคนิคคือการสรุปผลการศึกษาที่จะให้ทราบคำตอบว่าโครงการควรทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงินต่อไปหรือไม่ กล่าวคือถ้าผลการศึกษาด้านเทคนิค ที่ได้จากการวิเคราะห์มีความน่าสนใจในการลงทุนทั้งทางด้านทำเลที่ตั้งว่าสถานที่ที่โครงการเลือกนั้นตั้งอยู่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ รวมถึงระบบสาธารณูปโภคว่ามีความพร้อมเพียงใด รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าว่ามีความสะดวก เหมาะสมกับโครงการมากน้อยเพียงใด กระบวนการผลิตที่มีการวางแผนโครงการอย่างมีระบบ สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการวางแผนกำลังการผลิตที่สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง และสุดท้ายคือปัจจัยนำออกที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีความตรงตามความต้องการของลูกค้า หากมีคุณสมบัติครบถ้วนก็จะทำการศึกษาด้านทางการเงินเป็นลำดับต่อไป

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน เป็นการวิเคราะห์ที่จะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไร รวมถึงการวางแผนทางการเงินและการวางแผนกำไร เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใด ๆ เกิดขึ้นกับโครงการ การศึกษาด้านการเงินของโครงการจึงเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการลงทุนว่าจะต้องใช้จ่ายเงินในด้านใดบ้างเป็นจำนวนเท่าใด จะหาแหล่งเงินทุนได้จากแหล่งใด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนักผู้เข้าแข่งขันเห็นว่าการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการนี้จะให้ผลตอบแทนการลงทุนสูงต่ำอย่างไร นอกจากนี้ยังจะต้องมีการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ เพื่อดูว่าอัตราผลตอบแทนของการลงทุนจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรหากมีการเปลี่ยนแปลงในราคาวัตถุดิบ ปริมาณการผลิต หรือราคาขาย ฯลฯ ในอนาคต ทั้งนี้เพื่อทดสอบถึงความเป็นไปได้ของโครงการในสภาพการณ์ต่าง ๆ ที่ผิดไปจากที่ได้คาดคะเนเอาไว้แต่เดิม โดยการวิเคราะห์ทางการเงินนั้นจำเป็นต้องนำข้อมูลจากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด และความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค มาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจ และคาดคะเนรายรับตลอดจนพิจารณาต้นทุนที่จะเกิดขึ้นว่ามีความเป็นไปได้ทางการเงิน และมีลู่ทางในการลงทุนเพียงใด โดยการนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์ และประเมินค่าโครงการลงทุน เพื่อพิจารณาว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ ซึ่งการวิเคราะห์ด้านการเงินสามารถแบ่งออกได้ดังนี้ (ประสิทธิ์, 2538)

1. การประมาณเงินลงทุนโครงการ เพื่อดูว่าต้องใช้เงินในด้านใดบ้าง เป็นจำนวนเท่าใด และจะหาแหล่งเงินทุนได้จากแหล่งใด เงินลงทุนในโครงการจะประกอบไปด้วย

1.1 เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร หรือต้นทุนคงที่ (fixed cost) คือ เงินลงทุนในสินทรัพย์ที่มีอายุการใช้งานมากกว่า 1 ปี และโครงการต้องใช้ในการดำเนินงานค่าใช้จ่ายประเภทนี้จะไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต หรือเปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมต่าง ๆ ในระหว่างกระบวนการผลิต (ดวงมณี, 2548)

1.2 เงินทุนหมุนเวียนคือ ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ระหว่างการดำเนินโครงการจะเปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิต และเปลี่ยนแปลงตามการเปลี่ยนแปลงของระดับกิจกรรมต่าง ๆ โดยผู้ลงทุนโครงการต้องเตรียมเงินทุนหมุนเวียนไว้นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายลงทุนประเภทอื่น เพื่อก่อให้เกิดความราบรื่นในขณะดำเนินงานในการประกอบกิจกรรมต่างๆ จะได้รับคืนเมื่อหมดอายุโครงการ (ดวงมณี, 2548)

2. การประมาณยอดขายของโครงการ แบ่งออกเป็น

2.1 ประมาณผลตอบแทนโครงการ โดยสามารถพิจารณาดังนี้

2.1.1 ผลตอบแทนที่มีตัวตน (tangible benefit) ในที่นี้คือ รายรับจากการขายสินค้า

2.1.2 ผลตอบแทนที่ไม่มีตัวตน หรือผลตอบแทนที่ไม่สามารถตีค่าเป็นตัวเลขได้ เช่น ช่วยกระจายสินค้าให้แก่ผู้ผลิตรายใหญ่ และยังเป็นกำไรมากให้แก่ผู้ผลิต

3. วิเคราะห์ผลตอบแทนของการลงทุน เพื่อพิจารณาว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินลงทุนหรือไม่ หรือผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไป ซึ่งการจะวิเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลตอบแทนการลงทุนของโครงการว่ามีความคุ้มค่าแก่การลงทุนหรือไม่นั้น จำเป็นจะต้องอาศัยเกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุน 2 ประเภท ได้แก่

3.1 เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา

3.1.1 ระยะเวลาคืนทุน (payback period) คือ ระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินงานมีค่าเท่ากับค่าลงทุนของโครงการ วิธีการนี้พิจารณาถึงจำนวนปีที่จะได้รับผลตอบแทนคุ้มกับเงินลงทุนและใช้กันมากในวงธุรกิจ โดยเฉพาะในกรณีที่มีอัตราการเสี่ยงภัยสูง เช่น กรณีของผลผลิตที่คิดได้ใหม่ หรือวิธีการใหม่ๆ ที่ไม่มีการคุ้มครองจากกฎหมาย สิ่งที่ได้คิดได้ใหม่ จึงอาจถูกขโมยความคิดหรือการลอกเลียนแบบจากคู่แข่งชั้นภายในระยะเวลาอันสั้นได้ หลังจากที่ได้ผลิตใหม่แล้วออกสู่ตลาด หรือในกรณีที่ภาวะการณ์ทางการเมืองมีความไม่แน่นอน ฉะนั้นเพื่อความแน่นอนของการลงทุน นักลงทุนจึงต้องพิจารณาเลือกโครงการที่ให้ผลตอบแทนคืนเร็วในระยะเวลาสั้นระหว่าง 3 ถึง 5 ปี

การใช้วิธีการประเมินในรูปแบบนี้มีข้อดีคือ เป็นการใช้กระแสเงินสดในการตัดสินใจ ง่ายต่อการคำนวณและง่ายต่อการทำความเข้าใจ แต่ก็มีข้อเสียบางประการ อาทิ การประเมินด้วยวิธีนี้ไม่ได้คำนึงถึงมูลค่าของเงินตามกาลเวลา และไม่ได้สนใจว่ากระแสเงินสดที่ได้รับหลังจากคืนทุนแล้วจะเป็นเช่นไร นำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาด และอาจจะเกิดผลเสียกับโครงการในภายหลังได้

3.2 เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา เป็นกระบวนการซึ่งมูลค่าที่คิดเป็นเงินของต้นทุน ผลประโยชน์ และผลประโยชน์สุทธิของโครงการที่เกิดขึ้นในระยะเวลาต่าง ๆ กันในอนาคตถูกปรับให้มาอยู่ในเวลาปัจจุบันหรือในเวลาที่เป็นศูนย์ มูลค่าของเงินที่เกิดขึ้นในอนาคตซึ่งถูกปรับมาเป็นปัจจุบันนั้น เรียกว่า มูลค่าปัจจุบัน (present value: PV) กระบวนการปรับค่าของเวลาดังกล่าว จะกระทำโดยการหักลด มูลค่าของเงินที่เกิดขึ้นในอนาคตด้วยอัตราส่วนลด (discount rate) ซึ่งเป็นวิธีที่มีแนวคิดที่ว่าเงินในแต่ละปีที่ได้รับมีมูลค่าไม่เท่ากัน นั่นคือเงินมีมูลค่าเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามกาลเวลาแม้จะได้รับเป็นจำนวนเดียวกันก็ตาม โดยมูลค่าของเงินนั้นจะขึ้นกับอัตราดอกเบี้ยและเศรษฐกิจในเวลานั้น ๆ โดยเกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลานี้ สามารถจำแนกได้ 3 วิธีคือ

3.2.1 วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value: NPV) หมายถึง ผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุโครงการกับเงินสดจ่ายลงทุน เพื่อเป็นการศึกษาว่าการลงทุนในโครงการนี้จะมีกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ ในกรณีการพิจารณาการลงทุนต่อเนื่องหลายปีจะใช้กับโครงการขนาดกลาง และขนาดใหญ่ที่โครงการมีอายุโครงการมากกว่า 1 ปี ขึ้นไป โดยจะเกิดผลตอบแทนหลายจำนวน จากการประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงินกับเวลา สามารถพิจารณาจากค่า NPV ที่เกิดขึ้นจากการคำนวณ โดยที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการนั้น ได้มาจากการนำค่ากระแสเงินสดสุทธิของแต่ละปี (ตลอดอายุโครงการ) มาเทียบให้เป็นมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิโดยใช้อัตราส่วนลดที่กำหนดขึ้น กระแสเงินสดสุทธิที่จะนำมาเทียบเป็นมูลค่าปัจจุบันซึ่งคำนวณตั้งแต่ปีที่คาดว่าจะเริ่มดำเนินการโดยที่อัตราส่วนลดควรมีค่าเท่ากับดอกเบียเงินกู้ระยะยาว หรือเท่ากับดอกเบียที่ได้จากการให้กู้ยืม เกณฑ์การตัดสินใจนี้จะพิจารณา จากค่า NPV ที่คำนวณได้ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับศูนย์หรือมากกว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดจ่ายจะยอมรับโครงการลงทุน แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบแสดงว่าโครงการนั้นไม่คุ้มค่ากับการลงทุน จะเห็นได้ว่าการวิเคราะห์โครงการโดยพิจารณาจากค่า NPV นั้นจะสามารถบอกได้เพียงว่าโครงการนี้จะทำกำไรให้โครงการหรือไม่ โดยการกำหนดอัตราส่วนลดลงไป ซึ่งการวิเคราะห์แบบนี้ไม่สามารถบอกได้ว่าโครงการนี้จะคืนทุนให้แก่โครงการในอัตราเท่าไร

3.2.2 วิธีอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (internal rate of return: IRR) เป็นการคำนวณหาอัตราดอกเบียหรืออัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของรายรับจากโครงการเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของการลงทุน ดังนั้นมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) จึงเท่ากับศูนย์ ค่าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) นั้นสามารถหาได้จากวิธีการแบบทดลองหาไปเรื่อยๆ คือเป็นแบบ trial and error โดยเปิดตารางปัจจัยดอกเบียมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (present value interest factor) แล้วนำค่าที่ได้ไปแทนในสูตร โดยทดลองไปจนกว่าจะได้ผลลัพธ์ของกระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับเงินสดจ่ายพอดี เกณฑ์การตัดสินใจของ IRR สามารถพิจารณาได้จากอัตราดอกเบียที่คำนวณได้ นำไปเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบียที่โครงการกำหนดไว้ ซึ่งได้มาจากอัตราดอกเบียเงินกู้ระยะยาว หรืออัตราดอกเบียที่ได้จากการให้กู้ยืม ซึ่งถ้าอัตราดอกเบียที่คำนวณได้สูงกว่า ถือว่าโครงการมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน แต่ถ้าค่า IRR ที่ได้ต่ำกว่าอัตราดอกเบียที่โครงการกำหนดไว้ จะเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า คือผลตอบแทนที่ได้นั้นไม่คุ้มค่าเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบียที่จะได้จากการลงทุนโครงการอื่น ที่ไม่ใช่โครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั่นเอง

3.2.3 อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (benefit cost ratio หรือ B/C) เกณฑ์นี้แสดงถึงอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุโครงการ ค่าใช้จ่ายในที่นี้คือ ค่าใช้จ่ายทั้งทางด้านทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและบำรุงรักษา คือค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นที่ไม่มีการแบ่งแยกว่าเป็นค่าใช้จ่ายประเภทใด เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจก็คือ เลือกโครงการที่มีค่า B/C เกินกว่า 1 เพราะเมื่อค่า B/C เกินกว่า 1 แล้วหมายความว่าถึง ผลตอบแทนที่ได้จากโครงการจะมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไปในการนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (sensitivity analysis) เป็นการประเมินความเสี่ยงของโครงการในกรณีที่เหตุการณ์ต่าง ๆ ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ซึ่งจะเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นทำให้เกิดผลกระทบต่อโครงการ โดยในการวิเคราะห์จะทำการวัดว่าการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ เช่น ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ต้นทุนรวมของโครงการ จะทำให้ความคุ้มค่าของโครงการเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยเพียงใด และโครงการยังมีความคุ้มค่าอยู่หรือไม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพ็ญน้อย (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ทางการตลาดและการเงินของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น โดยศึกษากรณีเปิดสาขาในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อศึกษาขนาดของตลาดในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศึกษาปัจจัยของผู้ซื้อและผู้ขายในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และเพื่อศึกษาโอกาสทางการตลาดและจุดคุ้มทุนทางการเงิน เพื่อใช้ในการตัดสินใจลงทุนร้านเซเว่น-อีเลฟเว่นในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยการออกแบบสอบถามนิสิตข้าราชการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และข้าราชการกระทรวงเกษตรที่อยู่ในพื้นที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 270 ชุด โดยทำการวิเคราะห์ด้านการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ขนาดของตลาด กลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยที่ผู้ซื้อใช้ในการตัดสินใจ และโอกาสทางการตลาด และวิเคราะห์ด้านการเงิน ซึ่งประกอบด้วย งบประมาณเบื้องต้นในการลงทุน จุดคุ้มทุน ประมาณการงบการเงิน และระยะเวลาในการคืนทุน ผลการศึกษาพบว่า ขนาดตลาดภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มีมูลค่าโดยรวม 476,502 บาทต่อวัน โดยร้านเซเว่น - อีเลฟเว่น ที่จะเปิดคาดว่าจะได้รับส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 10 หรือ 47,500 บาท โดยปัจจัยที่ผู้ซื้อใช้ในการตัดสินใจซื้อได้แก่ ปัจจัยทางด้านการจูงใจหรือแรงจูงใจที่อยู่ภายในร่างกายของผู้ซื้อ เช่น ความหิว การกระหายน้ำ สำหรับด้านการเงิน ใช้งบลงทุน 3.28 ล้านบาท ระยะเวลาคืนทุน 1.8 ปี ซึ่งต่ำกว่ามาตรฐานของเซเว่น-อีเลฟเว่น ซึ่งกำหนดไว้ 3 ปี จุดคุ้มทุนเท่ากับ 9.39 ล้านบาท โดยในปีแรกสามารถทำยอดขายได้ 14.82 ล้านบาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 2.02 ล้านบาท ในระยะเวลา 5 ปี ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

บุศรินทร์ (2542) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพแนวชีวิตกิจกรรมศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการบริโภคอาหารของผู้ใช้บริการโรงอาหารภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และความสนใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพแนวชีวิต เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวชีวิตจิต ภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน การศึกษานี้ได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามและจากเอกสารและผลงานวิจัยต่างๆ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีเชิงพรรณนาเป็นส่วนใหญ่ผลการศึกษารูปได้ว่าธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพแนวชีวิตจิต ภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน เป็นธุรกิจที่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน โดยมีเงินลงทุนเริ่มแรก เท่ากับ 340,000 บาท และมีความคุ้มค่าในการลงทุน คือมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 30.8% ซึ่งมากกว่าดอกเบียเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ร้อยละ 5 ถึง 7 ต่อปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 170,698 บาท เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาโครงการคือ 4 ปี และมีระยะเวลาคืนทุนเพียง 2.21 ปี

บัวโล (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ทางการเงินของการลงทุนในภัตตาคารอาหารพื้นเมืองลาวเพื่อการท่องเที่ยวในกำแพงนครเวียงจันทน์ ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของการลงทุนในภัตตาคารอาหารพื้นเมืองลาวในกำแพงนครเวียงจันทน์ ทางด้านวิธีการศึกษาได้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง การสังเกต การสำรวจและการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ และใช้วิธีทางสถิติในการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านมูลเหตุจูงใจในการลงทุนและเพื่อประเมินถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนในภัตตาคารอาหารพื้นเมืองลาวในกำแพงนครเวียงจันทน์ ซึ่งวิเคราะห์ผลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาบรรยายเปรียบเทียบและการวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า โครงการลงทุนในภัตตาคารมียอดขายสูงกว่าจุดคุ้มทุนตั้งแต่ ปีที่ 2 ถึงปีที่ 10 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนเท่ากับ 35,129,702 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการเท่ากับร้อยละ 23.79 ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบียเงินฝากประจำของธนาคาร และระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 4.70 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาคืนทุนที่สั้นนอกจากนี้ ในด้านความอ่อนไหวทางการเงินเมื่อยอดขาย ต้นทุนและค่าใช้จ่ายมีการเปลี่ยนแปลงระหว่างอัตราร้อยละ -10 ถึง 10 และอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ (r) เปลี่ยนเป็นอัตราร้อยละ 4 และ 6 โครงการลงทุนในภัตตาคารอาหารพื้นเมืองลาวยังมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก อัตราผลตอบแทนภายในมีค่ามากกว่าอัตราดอกเบียเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ในกำแพงนครเวียงจันทน์ และยังมีระยะเวลาคืนทุนที่สั้น

ชนิษฐา และคณะ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีติ่มซำบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ ศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิคและด้านการเงิน ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีติ่มซำบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยรวบรวมข้อมูลจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสัมภาษณ์ผู้บริโภคถึงความต้องการและพฤติกรรมการบริโภคดื่มชา จำนวน 200 ตัวอย่าง และ สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่แฟรนไชส์เซอร์ในเดือนธันวาคม 2547 และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารรายงาน การวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาพบว่า ร้านโชคดีดื่มชาบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มี ความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาดและด้านเทคนิค เมื่อพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ สาธารณูปโภคต่างๆ ส่วนการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการพบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิของ โครงการเท่ากับ 1,604,552 บาท ส่วนอัตราผลตอบแทนของโครงการนั้นมีค่าเท่ากับร้อยละ 42 และโครงการนี้มีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.89 เท่าจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวทั้ง 6 กรณี พบว่า หากต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ร้อยละ 10 และรายได้จากการขายลดลง ร้อยละ 5 ร้อยละ 10 ร้อยละ 15 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการลงทุนในธุรกิจ แฟรนไชส์ร้านโชคดีดื่มชา บริเวณ หน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

เพ็ญญา (2548) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาดและการเงินของการ ลงทุนแฟรนไชส์ร้านบ้านไร่กาแฟ สาขามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยและแฟรนไชส์บ้านไร่กาแฟเพื่อศึกษา ความเป็นไปได้ด้านตลาดและด้านการเงินของการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์บ้านไร่กาแฟใน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และเพื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการกรณีเปิดสาขาบ้านไร่ กาแฟในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมาทำการวิเคราะห์ เิงพรรณนาและเชิงปริมาณเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยกำหนดอายุโครงการเท่ากับ 10 ปี และ ในการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินใช้อัตราคิดลดร้อยละ 8.00 ต่อปี โดยทำการสุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่างภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ผลการศึกษพบว่ามูลค่าการใช้จ่ายในการดื่ม กาแฟและเครื่องดื่มต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัยเกษตร ศาสตร์เท่ากับ 238,073 บาทต่อวัน โดยคาด ว่าร้านบ้านไร่กาแฟจะได้รับส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 5.00 หรือ 12,000 บาทต่อวัน ผล การศึกษาด้านการเงินพบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 7.64 ล้านบาท อัตราผลตอบแทนภายใน ของโครงการเท่ากับร้อยละ 113 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.56 และระยะเวลาคืน ทุนคิดลดเท่ากับ 0.83 ปี และผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการพบว่ามีค่าในการ การลงทุนทุกกรณี

ทัศนชัย และคณะ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้การขยายสาขา กรณีศึกษาร้านโออิชิราเมน บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนขยายสาขาบ้านไร่โออิชิ ราเมน ภายในพื้นที่ห้างสรรพสินค้า The Avenue Changwattana เขตหลักสี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาความเป็นไปได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการเงิน เพื่อนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการตัดสินใจลงทุน ใช้วิธีการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของบริษัท และกลุ่มตัวอย่างของประชากรในรัศมี 2 กิโลเมตรของที่ตั้งโครงการ จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาจากการประมาณยอดขายตลอดอายุโครงการพบว่า มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 10.12 ล้านบาท และปีที่ 5 เท่ากับ 12.31 ล้านบาท จึงมีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด จากการศึกษาด้านเทคนิคพบว่า มีความพร้อมทางด้านระบบการผลิต การจัดการผลิตภัณฑ์ ประมาณกำลังการผลิตจากปัจจัยนำเข้า เท่ากับ 200 ชาม ต่อวันในปีแรก และเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี และการศึกษาด้านการเงิน พบว่ามีข้อจำกัดทางการผลิต จึงทำการประมาณยอดขาย เพื่อนำมาวิเคราะห์ทางการเงิน ซึ่งพบว่าอัตราผลตอบแทนการลงทุนเท่ากับ 1.6 เท่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิที่ค่าเป็นบวกคือ เท่ากับ 2.11 ล้านบาท อัตราผลตอบแทนการลงทุนของโครงการเท่ากับร้อยละ 33 และมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 5 เดือน แสดงว่าโครงการมีกำไรในการดำเนินงาน สามารถคืนทุนภายใน 3 ปี ตามที่บริษัทกำหนด และเมื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวโดยใช้สมมติฐาน 6 กรณี โดยคาดการณ์จากกรณีที่ไม่เป็นผลต่อโครงการคือต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ร้อยละ 10 และร้อยละ 15 รายได้จากการขายลดลงร้อยละ 5 ร้อยละ 10 ร้อยละ 15 ซึ่งโดยรวมแล้วมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

กรณีการ และคณะ (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน กิจ สปาแบบไทยใน จัสโก้ซูเปอร์สโตร์ สาขาพัฒนาการ วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ คือ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เทคนิค และการเงิน โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคถึงความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านสปาแบบไทยจำนวน 200 ตัวอย่าง ในเขตพื้นที่จัสโก้ซูเปอร์สโตร์ สาขาพัฒนาการ ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2548 และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งศึกษาสภาพแวดล้อมและรูปแบบการดำเนินงาน ข้อจำกัด กฎหมาย และอุปสรรคต่างๆที่มีต่อธุรกิจสปาจากการศึกษาพบว่า มีความเป็นไปได้ในด้านการตลาด เมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากรภายในจัสโก้ซูเปอร์สโตร์ สาขาพัฒนาการ การเข้าใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต นอกจากนี้ ยังมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เมื่อพิจารณาจากทำเลที่ตั้งของโครงการ ความพร้อมของสาธารณูปโภค วัสดุและอุปกรณ์ต่างๆและความสะดวกในการเข้าใช้บริการ ส่วนการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการพบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 1,205,193.41 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 ส่วนอัตราผลตอบแทนของโครงการนั้นมีค่าเท่ากับร้อยละ 27.86 และโครงการนี้มีผลตอบแทนต่อต้นทุนหรือดัชนีการกำกับกำไรของโครงการนี้เท่ากับ 1.45 และมีระยะคืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุน 2 ปี 7 เดือน ซึ่งชี้ให้เห็นว่า โครงการจัดตั้งธุรกิจสปาแบบไทยในเขตจัลไก์ซูเปอร์สโตร์ สาขา พัฒนาการมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

กมลเนตร และคณะ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจ สปาสมุนไพร่ไทยในเขตลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อม และรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจสปาสมุนไพร่ไทยรวมถึงข้อจำกัดทางกฎหมาย และอุปสรรคต่างๆ ที่มีต่อธุรกิจสปาและเพื่อทราบถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งธุรกิจสปาสมุนไพร่ไทยในลาดกระบัง โดยจะศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน การตลาด ด้านเทคนิคและด้านการเงินในการจัดตั้งธุรกิจสปาสมุนไพร่ไทยในเขตลาดกระบัง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นจะเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภทได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ความเป็นไปได้ทางการเงิน การตลาด จากแบบสอบถามพบว่า มีขนาดตลาด แนวโน้มตลาดการประมาณการยอดขายมีแนวโน้มสูงขึ้น และมีความต้องการใช้บริการสปาอยู่อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการขยายตัวของตลาดธุรกิจสปา มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลการศึกษาพบว่า มีความเป็นไปได้ในด้านการตลาด และด้านเทคนิคของการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งสปาสมุนไพร่ไทยเขตลาดกระบัง มีความเป็นไปได้ในด้านกระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการสปาผลิตภัณฑ์ วัสดุ และอุปกรณ์ สามารถจัดซื้อได้สะดวก อีกทั้งทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่ใกล้สนามบินสุวรรณภูมิ ร้านค้า แหล่งชุมชนและที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักจำนวนมาก ผลการศึกษารูปว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ความเป็นไปได้ทางการเงินของการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้ง สปาสมุนไพร่ไทยเขตลาดกระบัง จากการศึกษาพบว่า มีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 10 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ มีค่าภายในของโครงการเท่ากับ 27.29 ซึ่งมีมากกว่าผลตอบแทนที่ต้องการ (ร้อยละ 12) ดังนั้น โครงการนี้จึงมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

สุธน และคณะ (2551) การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ คือเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในด้านความเป็นไปได้ทางการเงิน การตลาดด้านเทคนิค และด้านการเงิน โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคถึงความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านไอศกรีม 200 ตัวอย่างภายในสถาบันฯ ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2550 และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องจากการศึกษาพบว่า มีความเป็นไปได้ในด้านการตลาด เมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากรภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง การเข้าใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ยังมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เมื่อพิจารณาทำเลที่ตั้งของโครงการ ความพร้อมของสาธารณูปโภคด้านต่างๆ และความสะดวกในการเข้าใช้บริการ ส่วนการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการพบว่า โครงการสามารถคืนทุนได้ภายใน 2 ปี 4 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 650,332.72 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 ส่วนอัตราผลตอบแทนของโครงการนั้นมีค่าเท่ากับร้อยละ 33.49 และโครงการนี้มีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนหรือดัชนีการทำกำไรของโครงการนี้เท่ากับ 1.62 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า โครงการลงทุนแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมดริมโคนส์ในสถาบันฯ มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

พัจนาภา และคณะ (2551) การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคืออสผักปลอดสารพิษบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ คือ ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เทคนิค และการเงิน เพื่อจะนำไปสู่การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคืออสผักปลอดสารพิษ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษ และกลุ่มตัวอย่างของประชากรในรัศมี 1 กิโลเมตรจากที่ตั้งโครงการ จำนวน 400 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด พบว่า ขนาดตลาดของผักปลอดสารพิษในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 2,844,816 บาท และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีในพื้นที่ที่ไม่มีคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน จากการสำรวจตลาดพบว่า หากมีการดำเนินโครงการคาดว่าจะมีผู้มาใช้บริการร้อยละ 65.5 ของกลุ่มตัวอย่าง แสดงว่าในพื้นที่มีความต้องการใช้บริการในระดับหนึ่ง จึงมีความเป็นไปได้ทางการตลาด จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค พบว่า มีความพร้อมด้านระบบการผลิต การจัดการผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการจัดหา และขนส่งปัจจัยนำเข้าได้สะดวก อีกทั้งทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ใกล้กับแหล่งชุมชนต่าง ๆ และสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบกับในพื้นที่โครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคมขนส่ง มีสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่ครบครัน จึงมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค และการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน 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 และเมื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวโดยใช้สมมติฐาน 2 กรณี คือ รายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5 และต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากการวิเคราะห์ทั้ง 2 กรณีพบว่าถึงแม้จะเกิดสถานการณ์ดังกล่าว โครงการยังคงมีกำไรจากการดำเนินโครงการ จึงมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรอบแนวความคิด

ในส่วนของกรอบแนวความคิดจะศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ โดยทำการศึกษาความเป็นไปได้ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ซึ่งจะเป็นการศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด ในการศึกษาเพื่อให้ทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการนั้น จะต้องพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการเงิน เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้นๆ การศึกษาดังกล่าวจะกล่าวถึงรายละเอียดและการวิเคราะห์สิ่งที่จำเป็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับทั้ง 3 ด้านดังนี้

1. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ถือเป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนในโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการศึกษาด้านการตลาดจะศึกษาถึงรายละเอียดที่จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาดเริ่มที่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม โดยจะทำการวิเคราะห์เพื่อนำไปช่วยในการขยายประเด็นในด้านการตลาด ซึ่งจะครอบคลุมด้วยกัน 3 ประเด็น คือ การศึกษาขนาดของตลาด (market size) แนวโน้มของตลาด (market trend) และส่วนแบ่งตลาดที่โครงการจะเข้าไปแข่งขันได้ (market share) ซึ่งจะนำผลการวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมภายนอกและการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมมาประกอบการตัดสินใจด้วย นอกจากนี้ยังมีการพยากรณ์ความต้องการของตลาด การประมาณการยอดขาย เพื่อที่จะเป็นตัวช่วยในการวิเคราะห์ด้านการตลาด ตลอดจนภาวะการแข่งขันในตลาดทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการเจาะตลาด ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม เมื่อได้ตัดสินใจดำเนินโครงการแล้วอีกด้วย เมื่อทำการศึกษาประเด็นต่าง ๆ ในด้านการตลาดเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการสรุปผลการศึกษาด้านการตลาดว่าโครงการนั้นมีความเป็นไปได้หรือไม่ ถ้าหากพบว่าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ทางด้านตลาดก็จะล้มเลิกโครงการ แต่ถ้าสรุปได้ว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านตลาดก็จะทำการดำเนินงานศึกษาต่อทางด้านเทคนิคและการเงินต่อไปตามลำดับ

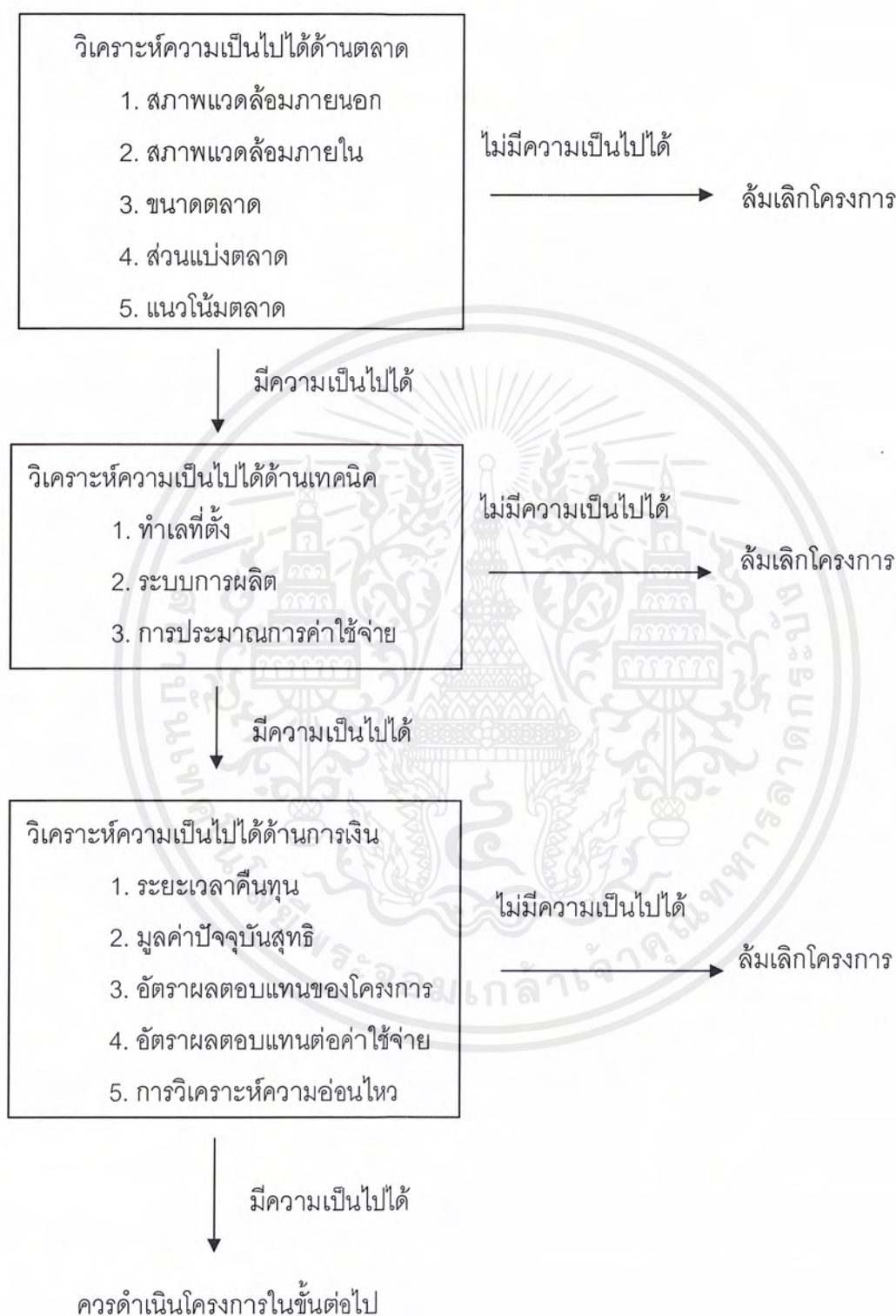
2. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบว่าการผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นมาทำการจำหน่ายมีความเป็นไปได้ทางเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคในการผลิตอย่างไร ซึ่งจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องไปถึงด้านการเงิน โดยการศึกษาด้านเทคนิคจะมีแนวทางในการพิจารณา คือ การผลิตผลิตภัณฑ์ การเลือกเทคโนโลยีการผลิตที่จะนำมาใช้ เทคนิค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การผลิต กระบวนการทางเทคนิค เครื่องมือที่ใช้ในการจัดตั้งโครงการ วัตถุดิบและส่วนประกอบที่ใช้ ส่วนผสมของปัจจัยการผลิต ผลผลิตที่ได้ ขนาดการผลิต รวมถึงทำเลที่ตั้งของสถานที่โครงการ โดยที่มีปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปที่ไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตโดยตรง เช่น กฎหมายแลภาษี ภูมิอากาศ ทักษะคนของชุมชน การเมืองและกฎหมาย เข้ามารวมในการวิเคราะห์ ซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคนั้นจะเห็นได้ว่า ขั้นตอนต่าง ๆ จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องการเงินคือ จะผลิตอย่างไรให้ได้กำไรสูงสุด หรือใช้ต้นทุนต่ำสุด จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ ถ้าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคคือ สถานที่ตั้งไม่ผ่าน การคมนาคมไม่ดี มีปัญหาการผลิต เทคนิคการผลิตยังไม่ดีพอก็อาจโครงการนี้ไม่มีความเป็นไปได้ทำให้ต้องล้มเลิกโครงการไป แต่ถ้าหากว่าผลสรุปของการวิเคราะห์มีความเป็นไปได้เกิดขึ้น ก็จะทำให้การดำเนินการศึกษาต่อทางด้านการเงินเป็นลำดับต่อไป

3. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์การลงทุน มีการวางแผนทางการเงินเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินเกิดขึ้นกับโครงการ ซึ่งการวิเคราะห์ด้านการเงินจะประกอบด้วย การวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนว่าโครงการจะได้รับทุนคืนหากมีการนำเงินมาลงทุนในปี การหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value) โดยมีหลักเกณฑ์ว่าโครงการที่มีความเหมาะสมทางการเงินคือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิมากกว่าศูนย์หรือเป็นบวก การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (internal rate of return) เป็นเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมทางการเงินซึ่งถ้าหากอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ มากกว่าระดับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับเงินทุนที่ใช้ในโครงการ แสดงว่าโครงการมีความเหมาะสมที่จะลงทุนและ การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (benefit cost ratio) เพื่อให้ทราบถึงอัตราส่วนของมูลค่าปัจจุบันรายได้กับมูลค่าปัจจุบันรายจ่ายของโครงการ หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ คือ โครงการที่มีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายที่มากกว่าหนึ่ง เมื่อทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทั้ง 3 ด้าน คือ วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านตลาดหากมีความเป็นไปได้ก็ทำการดำเนินการศึกษาต่อทางด้านเทคนิค เมื่อด้านเทคนิคมีความเป็นไปได้ก็จะมีการศึกษาต่อทางด้านการเงิน หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์ทั้ง 3 ด้านเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และพบว่ามีความเป็นไปได้ทั้ง 3 ด้าน จะสามารถสรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นจริงในอนาคต (ภาพที่ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 กรอบแนวความคิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานของการศึกษา

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



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

เนื้อหาของบทนี้จะกล่าวถึง วิธีการศึกษา โดยแยกออกเป็นขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษา รวมไปถึงแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการเก็บรวบรวมการศึกษาคือความเป็นไปได้ของการลงทุนร้านอาหารเพื่อสุขภาพนั้นจะเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างประชากรจากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งการเก็บแบบสอบถามจะใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง และผู้ประกอบการที่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพบริเวณใกล้เคียงสถานที่ตั้งของโครงการ จำนวน 2 ร้าน ซึ่งไม่ใช่ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพโดยตรง แต่ภายในร้านมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจำนวนหนึ่ง โดยการสัมภาษณ์ปากเปล่าจากเจ้าของธุรกิจและทำการจดบันทึกข้อมูลมาประกอบการวิเคราะห์ ซึ่งคำถามที่ใช้จะใกล้เคียงกับคำถามในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคคลวัยทำงาน และผู้ที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณสถานที่ตั้งของโครงการในระยะ 1 กิโลเมตร

1. วิธีการนับจำนวนประชากร ใช้วิธีการสุ่มนับจำนวนประชากรบริเวณด้านล่างสถานีรถไฟฟ้าชิดลม โดยผู้ศึกษาได้ทำการนับจำนวนประชากรที่สัญจรไปมาบริเวณที่ตั้งโครงการใช้เวลาในการนับ 1 สัปดาห์ นับทุกวัน ตลอดทั้งวัน ตั้งแต่เวลา 06.00 น. ถึง 19.00 น. ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552 แล้วจึงนำมาข้อมูลที่ได้มาทำการหาค่าเฉลี่ยจำนวนประชากรที่สัญจรผ่านบริเวณที่ตั้งโครงการต่อวัน โดยการนับจำนวนประชากรจะเป็นการนับที่ไม่เน้นลักษณะของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชากรแต่อย่างใด ซึ่งจะนับทุกประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณที่ตั้งโครงการและใกล้เคียง
ทุกรายทั้งชายและหญิง ทุกอาชีพ แต่จะไม่นับเด็กเนื่องจากเป็นประชากรที่ไม่มีกำลังซื้อ

2. ขนาดตัวอย่าง คำนวณหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมเพื่อนำมาใช้เป็นตัวแทนของ
ประชากรจากประชากรทั้งหมดบริเวณโครงการ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้
ศึกษาจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรดังนี้ (ศิริวรรณ และคณะ, 2541)

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

โดย n = จำนวนตัวอย่าง

p = ค่าประมาณร้อยละที่คาดหวัง (ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดค่าประมาณ
ร้อยละที่คาดหวังร้อยละ 50)

q = $100 - p$

Z = ระดับความเชื่อมั่น (ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่
ระดับร้อยละ 95 ค่า Z จากการเปิดตารางมีค่าเท่ากับ 1.96)

D = ค่าผิดพลาดที่ยอมรับได้ (กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้
เท่ากับร้อยละ 5)

แทนค่าจากสูตร ได้ดังนี้

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

$$n = 384$$

จากการคำนวณได้จำนวนตัวอย่าง 384 ตัวอย่าง และได้ทำการสำรองไว้เพื่อข้อมูลเกิด
ความผิดพลาดอีกร้อยละ 4 เท่ากับ $(384.16 \times 4) / 100$ เท่ากับ 16 ตัวอย่าง ดังนั้นขนาดของกลุ่ม
ตัวอย่างที่จะเลือกใช้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

3. วิธีการสุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความ
น่าจะเป็น (non probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

sampling) โดยเลือกทำการศึกษาศึกษาบุคคลวัยทำงานเป็นประชากรที่มีกำลังซื้อ เจาะจงไปที่บริเวณด้านล่างสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ในเขตปทุมวัน ซึ่งเขตปทุมวันจัดเป็นเขตพื้นที่ธุรกิจที่สำคัญ และมีบุคคลทำงานอยู่จำนวนมาก มีเงินเดือนสูง การแจกแบบสอบถามจะเน้นไปที่คนวัยทำงาน และผู้คนที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณโครงการในระยะ 1 กิโลเมตร จากนั้นจะรวบรวมแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่างทันที

4. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนด้วยกันคือ

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อวัน ซึ่งเป็นคำถามแบบเปิดโดนให้ผู้ตอบเติมข้อมูลลงไป ยกเว้นอาชีพที่ให้ผู้ตอบเลือกคำตอบ

ส่วนที่ 2 สอบถามข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งในส่วนนี้มีทั้งคำถามที่สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ คำถามที่เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว และแบบเติมคำตอบลงไป

ส่วนที่ 3 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตั้งร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ซึ่งในส่วนนี้จะสอบถามเกี่ยวกับความสนใจในผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ ของโครงการ รวมถึงความถี่ที่คาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์ของโครงการ และจำนวนเงินที่ยอมจ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจทั้งร้านอาหารเพื่อสุขภาพและงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ และเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงตลาดของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพบริเวณสถานีรถไฟฟ้า โดยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้ จึงจำเป็นจะต้องมีการวิเคราะห์ทั้งสองกรณีนี้ก่อน จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์สภาวะทางการตลาดในส่วนต่าง ๆ เป็นลำดับ

นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง มาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) ซึ่งข้อมูลที่ได้จะอธิบายลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการร้านในรูปของความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ยโดยใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และผลรวมจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เบื้องต้นมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ต่อทางด้านการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ จะทำการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมสภาวะตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณการยอดขายของโครงการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก จะนำข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการเก็บรวบรวมในรูปแบบบทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการวิเคราะห์ซึ่งสามารถจำแนกขั้นตอนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกได้ดังนี้

1.1 ทางด้านการเมือง (political) นโยบายของภาครัฐที่มีต่อการลงทุนจัดทำธุรกิจ การให้ความสนับสนุนในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับการลงทุนในโครงการต่าง ๆ

1.2 ทางด้านเศรษฐกิจ (economic) สภาพเศรษฐกิจโดยรวมบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม และโดยทั่วไปของประชากรกรุงเทพมหานคร

1.3 ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (social culture)

1.4 ทางด้านประชากรศาสตร์ (demographic) กล่าวถึงจำนวนประชากร ความต้องการในสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ อัตราเงินเดือน ความสามารถในการซื้อผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม นำข้อมูลในส่วนของทุติยภูมิเกี่ยวกับธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นด้านคู่แข่ง สินค้าทดแทน การต่อรองราคาทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย มาประกอบการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยการใช้การวิเคราะห์แรงผลักดันของปัจจัยทั้ง 5 ประการ (five force analysis) มาทำการวัดความเข้มข้นของการแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกันที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน

2.2 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น

2.3 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน

2.4 ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

2.5 ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบ

3. การวิเคราะห์สภาวะตลาด ประกอบด้วยการศึกษา 3 ด้านดังนี้

3.1 ศึกษาขนาดของตลาด เพื่อให้ทราบว่า ตลาดของอาหารเพื่อสุขภาพ

ที่จะทำการศึกษานั้นมีขนาดตลาดที่เล็กหรือขนาดตลาดใหญ่ เหมาะแก่การทำธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพมากเพียงใด โดยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างบริเวณด้านล่าง สถานีรถไฟฟ้าชิดลมและข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการวิเคราะห์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจำเป็นต้องคำนวณหาจำนวนผู้ซื้อที่แท้จริงจากผู้ซื้อทั้งหมด ประกอบกับการพิจารณาจาก

3.1.1 ประชากร วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากร รายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อวัน จำนวนผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพต่อวัน ปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภค จำเป็นจะต้องทราบว่าจำนวนผู้ซื้อผลิตภัณฑ์และบริการต่อวันเป็นจำนวนเท่าใด เพื่อนำมาใช้ประกอบการหาค่าตลาดของอาหารเพื่อสุขภาพบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ซึ่งสามารถคำนวณหาประชากรที่คาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพต่อวัน ได้จากนำจำนวนประชากรที่ได้จากการนับทุกวันใน 1 สัปดาห์นำมาทำการหาค่าเฉลี่ยต่อวันคูณร้อยละของผู้ที่เข้าร้านและซื้อผลิตภัณฑ์

3.1.2 การวัดอัตราการซื้อของผู้บริโภค โดยวัดจากความถี่ในการซื้อสินค้าต่อสัปดาห์ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นตัววัดอัตราการซื้อของผู้บริโภค

3.1.3 อำนาจการซื้อ อธิบายรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถาม ที่ตอบว่าเคยซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมารับประทานว่ามีกำลังซื้อและค่าใช้จ่ายที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภคมอบจ่ายให้แก่ผลิตภัณฑ์ในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพต่อครั้ง เพื่อนำข้อมูลไปประกอบการหาจำนวนหามูลค่าตลาด

3.1.4 หามูลค่าตลาดของการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม หาได้จากการคำนวณ โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการคำนวณหาจำนวนประชากรที่คาดว่าจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพต่อวันในบริเวณด้านล่างสถานีรถไฟฟ้าชิดลมคูณค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพต่อครั้งคูณความถี่ในการบริโภคต่อสัปดาห์คูณจำนวนสัปดาห์ใน 1 ปี

3.2 ศึกษาแนวโน้มของตลาด เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดว่ามีทิศทางของตลาดเป็นอย่างไร โดยนำข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของอาหารเพื่อสุขภาพ แนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ได้จากการค้นคว้ามาวิเคราะห์

3.3 ส่วนแบ่งตลาด เพื่อให้ทราบถึงความสามารถของธุรกิจที่จะได้ส่วนแบ่งตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับภาวะสุขภาพแวดล้อมภายนอก (external environment analysis) ทางด้านการเมือง (political) ทางด้านเศรษฐกิจ (economic) ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (social culture) และทางด้านประชากรศาสตร์ (demographic) รวมถึงการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพในบริเวณพื้นที่โครงการ โดยใช้หลักการวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการ มาใช้ร่วมในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน จากนั้นจึงทำการสรุปผลการวิเคราะห์ทั้งสองด้านว่าสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในตัวใดที่มีผลกระทบต่อการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงการนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อหาส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพของโครงการ

4. การพยากรณ์ความต้องการของตลาด เพื่อใช้ในการพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดในรูปของจำนวนเงิน พิจารณาจากแบบสอบถามโดยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามว่ากลุ่มผู้บริโภคมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพมากน้อยเพียงใด โดยศึกษาในเขตพื้นที่โครงการ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม มีระยะเวลาในการดำเนินโครงการ 5 ปี ตามข้อผูกมัดของสัญญาเช่าสถานที่ในการคำนวณการพยากรณ์ความต้องการของตลาดมีดังนี้ พยากรณ์ความต้องการตลาดเท่ากับความต้องการตลาดในปีก่อนที่พยากรณ์ได้คูณอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรบริเวณเขตปทุมวัน (สำนักงานเขตปทุมวัน) บวกกับความต้องการตลาดในปีก่อนที่พยากรณ์ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. การประมาณการยอดขายของโครงการ เป็นการประมาณรายได้จากการจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพเป็นหลักตามระยะเวลาของโครงการ โดยการศึกษาครั้งนี้มีอายุของโครงการเท่ากับ 5 ปี โดยพิจารณาตามข้อผูกมัดจากสัญญาเช่าสถานที่ สามารถคำนวณหาได้จากสมการการหาจำนวนประชากรที่คาดว่าจะมาใช้บริการ (คนต่อปี) จากนำจำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมคูณอัตราร้อยละของประชากรที่เข้าร้านเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพคูณอัตราร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร้านและตัดสินใจที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของโครงการอย่างแน่นอน (จากการสำรวจ) คุณความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพต่อสัปดาห์คูณจำนวนสัปดาห์ใน 1 ปี

รายได้จากการขายอาหารเพื่อสุขภาพ คำนวณได้จากจำนวนประชากรที่คาดว่าจะมาใช้บริการ (คนต่อปี) คูณค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพจะทำการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคเพื่อที่จะศึกษาถึง ขนาดของร้าน การเลือกเครื่องมือเครื่องใช้อุปกรณ์ที่จำเป็นต่อโครงการ ทำเลที่ตั้งของโครงการ ฯลฯ เพื่อที่จะดูว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร และมีหนทางที่จะแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร ในการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคของร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพจะทำการศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิจากแหล่งความรู้ต่าง ๆ เช่น ร้านอาหาร อินเทอร์เน็ต หนังสือที่เกี่ยวข้องกับโครงการ รวมถึงงานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการด้วย มีรายละเอียดดังนี้

1. ทำเลสถานที่ตั้ง พิจารณาความเหมาะสมของระยะทางจากร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพกับแหล่งวัตถุดิบและตลาด รวมถึงการพิจารณาเกี่ยวกับจำนวนลูกค้าที่จะมาใช้บริการ การคมนาคม การเดินทางมายังที่ตั้งโครงการ สภาพธุรกิจในบริเวณสถานที่ตั้งของร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงการสาธารณูปโภค และข้อสนับสนุนอื่น ๆ
2. ระบบการผลิต ในการวิเคราะห์ระบบการผลิตจะวิเคราะห์ผล 3 ด้านใหญ่ ๆ ที่เป็นปัจจัยสำคัญในระบบการผลิต คือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิต และปัจจัยนำออก โดยที่โครงการจะทำการวิเคราะห์ตามลำดับขั้นดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 วิเคราะห์ปัจจัยการนำเข้า ได้แก่ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของโครงการ การจัดหาวัตถุดิบ แหล่งที่มาของวัตถุดิบ แหล่งที่มาของเงินทุน แรงงาน โดยพิจารณาว่าบริเวณสถานที่ตั้งของร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพจะมีผลต่อปัจจัยนำเข้าเหล่านี้มากน้อยเพียงใด

2.2 วิเคราะห์กระบวนการผลิต ที่จะกล่าวถึงรายละเอียดของโครงการ การตกแต่งร้าน การบริหารงานภายในร้าน รูปแบบของร้าน กำลังการผลิต แผนผังร้าน เป็นการวิเคราะห์ความสามารถของโครงการประกอบกับสถานที่ตั้งของโครงการว่าร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพนั้นจะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

2.3 วิเคราะห์ปัจจัยนำออก กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายของร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ

3. การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ เป็นการประมาณการค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่อาจจะเกิดขึ้นจริง เมื่อมีการเปิดร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพขึ้น จึงจำเป็นจะต้องทำการประมาณการต้นทุนเพื่อให้ทราบค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนที่จะได้รับจากการเปิดร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ โดยการประมาณค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนของโครงการเป็นข้อมูลสำคัญที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินต่อไป มีรายละเอียดดังนี้

3.1 การประมาณเงินลงทุนของโครงการ เป็นการประมาณการเงินทุนทั้งสิ้นของโครงการ ได้แก่ ต้นทุนคงที่ และเงินทุนหมุนเวียน

3.2 การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ เป็นการประมาณถึงต้นทุนด้านต่าง ๆ ของโครงการ เช่น ค่าแรง ค่าสาธารณูปโภค ค่าเช่า ฯลฯ โดยจะจัดแสดงในรูปของตารางการคำนวณแสดงค่าการประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร การประมาณต้นทุนการผลิตของโครงการ และการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานไม่รวมค่าเสื่อมราคา

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

1. ระยะเวลาคืนทุน (payback period: PB) คือระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินการมีค่าเท่ากับเงินลงทุนของโครงการเริ่มแรก โดยพิจารณาถึงจำนวนปีที่จะได้รับผลตอบแทนจะคุ้มกับเงินลงทุนจะใช้ระยะเวลาเท่าไร หากระยะเวลาที่คำนวณได้นั้นมีค่ามากกว่าระยะเวลาของโครงการซึ่งกำหนดไว้ 5 ปีนั้น จะถือว่าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ และเนื่องจากกระแสเงินสดของโครงการที่ได้รับจากการลงทุนแต่ละปีไม่เท่ากัน ดังนั้นการคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนจะใช้วิธีบวกกระแสเงินสดรับจากการลงทุนในแต่ละปีจนกระทั่งมียอดรวมเท่ากับเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการพอดี แต่ถ้าในปีที่บวกกระแสเงินสดรับแล้วมีจำนวนเงินรวมมากกว่า เงินสดจ่ายลงทุนเริ่มแรก ในปีนั้นจะเป็นช่วงเวลาที่ไม่สามารถคิดเวลาได้เต็มปี จึงต้องคำนวณหา เศษส่วนเวลาที่เหลือโดยคำนวณได้จากจำนวนปีที่สามารถคำนวณพบกับมูลค่ากระแสเงินสดรับ ได้ทั้งจำนวน บวกกับเศษส่วนเวลาที่ไม่สามารถนับได้เต็มปี

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value หรือ NPV) มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการคือ ผลรวมของผลตอบแทนสุทธิที่ได้ปรับค่าของเวลาแล้ว ซึ่งมุ่งหวังว่าโครงการจะให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าหรือมีกำไร ถ้าค่าของ NPV ที่ได้ออกมามีค่ามากกว่าศูนย์หรือเป็นบวกจะถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า แต่ถ้า NPV ที่ได้ออกมาเป็นลบหรือต่ำกว่าศูนย์แสดงว่าการลงทุนตามโครงการนั้น 'ไม่คุ้มค่าและจะถือว่าโครงการนั้นขาดทุนหรือไม่มีความเป็นไปได้' คำนวณได้จากนำกระแสเงินสด สุทธิของโครงการในแต่ละปี (ตลอดอายุโครงการ) คูณกับค่าที่เปิดตารางค่าปัจจุบันหรือ pvif ของ แต่ละปีตลอดอายุโครงการที่ได้จากอัตราดอกเบี้ยที่โครงการกำหนด ในที่นี้ใช้อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 10 ตามอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร จากนั้นนำค่ารวมของกระแสเงินสดสุทธิที่ปรับค่าแล้ว นำมาลบกับเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ แล้วจึงนำผลลัพธ์ที่ได้มาทำการวิเคราะห์ว่าโครงการมีความคุ้มค่าหรือไม่

3. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (internal rate of return หรือ IRR) เกณฑ์อัตรา ผลตอบแทนของโครงการหรือ IRR มีลักษณะที่คล้ายกับการหา NPV แต่จะแตกต่างกันก็ตรงที่ เปลี่ยนจากอัตราดอกเบี้ยที่กำหนดใน NPV มาเป็นอัตราดอกเบี้ยที่ทำการทดลองหาไปเรื่อยๆ ใน IRR การคำนวณหา IRR เริ่มจากการหาอัตราดอกเบี้ยที่จะทำให้ผลรวมของมูลค่าปัจจุบันของ ผลตอบแทนสุทธิ (ซึ่งปรากฏออกมาเป็นบวกหรือลบ) รวมกันแล้วมีค่าเป็นศูนย์ สามารถคำนวณได้ จาก

$$\text{IRR คือค่า } r \text{ (อัตราดอกเบี้ย) ที่จะทำให้ } \text{NPV} = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} = 0$$

เพื่อช่วยการตัดสินใจ เมื่อได้ IRR มาแล้วให้นำไปเปรียบเทียบกับค่าเสียโอกาสของทุน หรือเทียบกับอัตราดอกเบี้ยที่กำหนดไว้แล้วในการหา NPV ซึ่งถ้าอัตราดอกเบี้ยของ IRR ที่คำนวณ มาได้สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยที่โครงการกำหนด จะถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า แต่ถ้า IRR ที่ได้ ต่ำ กว่าอัตราดอกเบี้ยที่กำหนดแล้วนั้น จะเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่าและจะถือว่าโครงการไม่มีความ เป็นไปได้

4. อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (benefit cost ratio หรือ B/C) เป็นการหาอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุโครงการ ค่าใช้จ่ายในที่นี้คือ ค่าใช้จ่ายทั้งทางด้านทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและบำรุงรักษา คือ ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นที่ไม่มีการแบ่งแยกว่าเป็นค่าใช้จ่ายประเภทใด มีสูตรที่ใช้ในการคำนวณดังนี้

$$B/C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}}$$

โดยที่ B_t = กระแสเงินสดรับของโครงการปีที่ t

C_t = กระแสเงินสดจ่ายของโครงการปีที่ t

t = ระยะเวลาของโครงการมีค่า 0 ถึง n

r = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

n = อายุของโครงการ

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจก็คือ โครงการจะต้องมีค่า B/C มากกว่าหนึ่งเพราะเมื่อค่า B/C มากกว่าหนึ่งหมายความว่าถึง ผลตอบแทนที่ได้จากโครงการมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนที่เสียไป

5. การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (sensitivity analysis) เป็นการวิเคราะห์ดูว่าปัจจัยใดที่มีผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ถ้าปัจจัยนั้นมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น โดยการวิเคราะห์ที่ได้จะแสดงให้เห็นว่าโครงการมีความทนทานต่อความเสี่ยงมากน้อยเพียงใด ซึ่งมีอยู่ 2 กรณีด้วยกันได้แก่ กรณีที่ 1 รายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 10 โดยมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานคงที่ กรณีที่ 2 ต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 โดยมีรายได้จากการขายคงที่ หลังจากวิเคราะห์ความอ่อนไหวของธุรกิจก็จะกลับมาคำนวณผลตอบแทนของการลงทุนใหม่เพื่อดูว่าธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพยังมีความเป็นไปได้อยู่หรือไม่

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้จะเป็นการนำเสนอผลการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนร้านอาหารเพื่อสุขภาพบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม โดยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล 3 ด้าน ดังนี้ วิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน ในขั้นตอนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาดจะทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยใช้หลักการวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการในการวิเคราะห์ จากนั้นจึงทำการศึกษาต่อเกี่ยวกับสภาวะทางการตลาด คือ ขนาดของตลาด แนวโน้มตลาด ส่วนแบ่งตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และทำการประมาณยอดขายของโครงการ หลังจากการวิเคราะห์หากพบว่ามีความเป็นไปได้ทางการตลาดแล้ว ก็จะทำการศึกษาต่อทางด้านเทคนิค และด้านการเงิน

การศึกษาคือความเป็นไปได้ด้านการตลาด

การศึกษาคือความเป็นไปได้ด้านการตลาดนี้ เป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยง และความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะจะศึกษาถึงรายละเอียดที่จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาด ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม ขนาดของตลาด แนวโน้มของตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณยอดขาย

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

สภาพแวดล้อมภายนอก (external environment analysis) เป็นสภาพแวดล้อมที่มีขอบเขตกว้าง ขณะเดียวกันก็เป็นกรอบการดำเนินงานของธุรกิจและอุตสาหกรรม สภาพแวดล้อมทั่วไปเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบในวงกว้างต่ออุตสาหกรรม ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางด้านกฎหมายการเมือง (Political)

ปัจจุบันรัฐบาลมีการสนับสนุนให้ประชาชนเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น ยังพยายามกระตุ้นภาคเอกชนให้ลงทุนเพิ่มขึ้นด้วย โดยนโยบายของรัฐบาลได้มีการสนับสนุนโครงการใหม่ ๆ ทำให้สามารถหาแหล่งเงินทุนได้ง่าย ตัวอย่างเช่น มีนโยบายการส่งเสริมในการลงทุน นโยบายส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมการเกษตรไทย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้เพิ่มสิทธิประโยชน์ทางภาษีพิเศษเพื่อส่งเสริม สนับสนุนและเสริมสร้างพัฒนาอุตสาหกรรมการเกษตรไทยอย่างครบวงจร นโยบายส่งเสริมสนับสนุน SMEs ไทย รัฐบาลมีการปรับบทบาทการส่งเสริมการลงทุนแก่ SMEs ไทย ตามยุทธศาสตร์การพัฒนา SMEs ของรัฐบาล เพิ่มสิทธิประโยชน์ทางภาษีและลดเงื่อนไขให้เอื้อแก่กิจการเกษตรแปรรูป และอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ พิเศษสำหรับ SMEs ที่มีสินทรัพย์ถาวรสุทธิหรือขนาดการลงทุน (ไม่รวมที่ดินและทุนหมุนเวียน) รวมทั้งบริษัท ไม่เกิน 200 ล้านบาท และรัฐบาลยังมีนโยบายสนับสนุนการกู้ยืมเงินของประชาชน เพื่อกระตุ้นให้เกิดธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น นอกจากนี้รัฐบาลยังได้มีการจัดตั้งกองทุนต่าง ๆ ซึ่งเป็นแหล่งสนับสนุนสินเชื่อในหลายรูปแบบ ทั้งกองทุนหมู่บ้าน ธนาคารประชาชน และยังมีสินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อบัตรเครดิตและบัตรเครดิตอีกด้วย เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนออกมาใช้จ่ายใช้สอยกันมากขึ้นทั้งทางด้านอุปโภคและบริโภค ส่งผลดีต่อภาวะเศรษฐกิจเพราะเมื่อมีการลงทุนมากขึ้น การจ้างงานก็เพิ่มขึ้นด้วย

ทางด้านเศรษฐกิจ (Economic)

สำหรับเศรษฐกิจไทยในปี 2553 สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง คาดว่า เศรษฐกิจไทยจะกลับมาขยายตัวเป็นบวกได้ที่ร้อยละ 3 ซึ่งเป็นผลจากการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก รวมถึงเรื่องการแข่งขันค่าของเงินบาทในระดับ 32.00 - 32.99 บาท/ดอลลาร์ รวมทั้งราคาน้ำมันที่คาดว่าจะเคลื่อนไหวอยู่ในระดับ 80-89 ดอลลาร์/บาร์เรล อัตราเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ยคาดว่าจะยังอยู่ในระดับต่ำ อันเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2553 โดยนักเศรษฐศาสตร์ร้อยละ 66.7 คาดว่าธนาคารแห่งประเทศไทยจะปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายจากร้อยละ 1.25 เป็นร้อยละ 2 ภายในสิ้นปีนี้ และจะมีการปรับอัตราดอกเบี้ยครั้งแรกช่วงไตรมาส 3

ขณะที่ปัจจัยเสี่ยงที่จะกระทบกับภาวะเศรษฐกิจไทยปี 2553 นักเศรษฐศาสตร์ยังคงกังวลต่อปัญหาความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ปัญหาการเมืองและการชุมนุมประท้วงภายในประเทศ ปัญหาราคาน้ำมันที่คาดว่าจะปรับตัวสูงขึ้น รวมทั้งปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น กรณีมาบตาพุด และแหลมฉบัง เป็นต้น ทั้งนี้ผลสำรวจดังกล่าว มาจากความคิดเห็นของนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เศรษฐศาสตร์จากสถาบันชั้นนำในประเทศ 21 หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ดำเนินการสำรวจ ตั้งแต่วันที่ 14-18 ธันวาคม พ.ศ.2552 (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2552)

ทางด้านเศรษฐกิจของประชากรในกรุงเทพมหานครปี 2550 ที่ผ่านมา พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 26,919 ต่อเดือน เป็นรายได้ที่ได้มาจากการทำงาน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้บริโภคอาหารสำเร็จรูป ซื้อมาบริโภคที่บ้าน หรือบริโภคนอกบ้านเท่ากับ 3,623 บาทต่อเดือน

และถ้ากล่าวถึงพื้นที่เขตปทุมวันซึ่งเป็นศูนย์รวมความเจริญทางเศรษฐกิจที่สำคัญของกรุงเทพมหานครแห่งหนึ่ง ซึ่งบริเวณเขตปทุมวันประกอบไปด้วย สถานที่ท่องเที่ยว ตึกสำนักงานที่มีทั้งภาครัฐและเอกชนอยู่จำนวนมาก ที่ได้รับการพัฒนาที่ดี สามารถนำมาขยายแนวความคิดในการพัฒนาที่จะนำไปสู่ความเป็นเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร อีกทั้งประชากรที่ทำงานบริษัทหรือองค์กรส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน เท่ากับ 26,919 บาทต่อคน และข้อมูลที่ได้จากการสำรวจของโครงการจัดตั้งร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่าประชากรบริเวณเขตปทุมวันมีรายได้ค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้เฉลี่ยโดยรวมของคนในประเทศคือ 24,000 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นรายได้จากกลุ่มตัวอย่างหลากหลายอาชีพ โดยส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท เนื่องจากบริเวณสถานีรถไฟฟ้าเป็นแหล่งคมนาคมที่มีความทันสมัย มีความเร่งรีบในการเดินทาง รวมถึงบริเวณด้านล่างของสถานีรถไฟฟ้าชิดลมมีผู้คนสัญจรไปมาอย่างหนาแน่น มีผู้ที่ไม่มีเวลาประกอบอาหารเองจำเป็นต้องซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความสะดวกในการรับประทาน บวกกับความเร่งรีบในการเดินทาง รวมถึงสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศยังคงสนับสนุนการลงทุนในเรื่องของอัตราเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ยต่ำ แต่อาจมีปัญหามาจากการเมืองภายในประเทศกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวมแต่ไม่ได้ส่งผลเสียรุนแรงถึงขั้นทำการลงทุนทำธุรกิจไม่ได้ ทำให้การวิเคราะห์ด้านสภาพเศรษฐกิจทั้งประเทศและในบริเวณที่ตั้งของโครงการมีความน่าลงทุนและเหมาะที่จะทำการลงทุนจากเหตุผลดังกล่าวขึ้นต้น

ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Culture)

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในปัจจุบันประชากรในพื้นที่เขตปทุมวันได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น มีโอกาสทางการศึกษา มากขึ้น ทำให้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และรายได้ของประชากรดีขึ้น และได้หันมาให้ความสำคัญกับ เรื่องสุขภาพ เนื่องจากสภาพแวดล้อมเป็นพิษ ทำให้เกิดโรคร้ายไข้เจ็บ ผู้คนจึงพยายามหาสิ่งที่จะ ช่วยป้องกัน และรักษาสุขภาพให้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการออกกำลังกาย การดูแลสุขภาพ การผ่อนคลายความเครียด หรือการเลือกรับประทานอาหาร จึงส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวกับเรื่องของ สุขภาพเข้ามามีบทบาทอย่างมากในวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ จากการวิเคราะห์ทางด้านสังคมและ วัฒนธรรมในประเด็นต่าง ๆ เห็นได้ว่าส่งผลต่อการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคของคนในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคมีรสนิยมที่เปลี่ยนไป โดยหันมาสนใจในสุขภาพเพิ่มขึ้น (สำนักงานเขตปทุมวัน, 2551)

ทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic)

อัตราการเพิ่มของประชากรในพื้นที่เขตปทุมวันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกปี (ตารางที่ 1) ประชากรบริเวณนั้นมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 24,000 บาท (จากการสำรวจ) ซึ่งบริเวณสถานี รถไฟฟ้าชิดลม ซึ่งอยู่ในเขตปทุมวัน ประชากรส่วนใหญ่มีรายได้ที่ค่อนข้างสูง และมีค่าใช้จ่ายต่อ วันอยู่ที่ 150 บาทต่อวัน (จากการสำรวจ) การใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการเป็นไปอย่าง สะดวกสบายมีความคึกคักตลอดเวลา เนื่องจากรายได้ที่พอเพียง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชากรเขต ปทุมวัน เป็นกลุ่มประชากรเป้าหมายที่มีกำลังซื้อ ผู้คนเร่งรีบ แต่ยังคงต้องการบริโภคอาหารที่มี ประโยชน์ต่อร่างกาย ประชากรส่วนใหญ่ที่สนใจผลิตภัณฑ์จะเป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยอยู่ที่ 28 ปี เป็นพนักงานบริษัทบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม และยังไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการ ทางด้านผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพอย่างเต็มที่ เนื่องจากบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมยังไม่มีร้าน จำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพโดยตรง จึงเป็นการเหมาะที่จะทำการเลือกประชากรบริเวณดังกล่าว ด้านจำนวนประชากรบริเวณเขตปทุมวันมีจำนวนมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ต่อปี ส่งผล ให้ตลาดมีความต้องการมากขึ้นในแต่ละปี ผู้คนหันมาสนใจและดูแลใส่ใจในสุขภาพตัวเองเพิ่ม มากขึ้น ทำให้อาหารเพื่อสุขภาพต่าง ๆ ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นผลดีต่อธุรกิจการลงทุน ร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรมได้นำเครื่องมือการวิเคราะห์แรงผลักดันของปัจจัยทั้ง 5 ประการ (five force analysis) มาทำการวัดความเข้มข้นของการแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกันที่สามารถมีการเปลี่ยนแปลงได้อยู่เสมอ เพื่อวิเคราะห์ความรุนแรงของปัจจัยแต่ละประการที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพเป็นธุรกิจที่จัดอยู่ในอุตสาหกรรมอาหารมีคู่แข่งปานกลาง เนื่องจากพื้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมเป็นแหล่งธุรกิจการค้า การท่องเที่ยว มีโรงแรมและซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ เป็นจำนวนมากมีร้านสะดวกซื้อ ซึ่งถือว่าเป็นช่องทางจำหน่ายที่สามารถเลือกซื้ออาหารได้หลากหลายครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำนวนคู่แข่งในธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพในบริเวณกรุงเทพมหานครมีร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพกระจายตัวตามพื้นที่ต่าง ๆ ส่วนในบริเวณสถานีที่ตั้งของโครงการบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมนั้นถึงจะมีศูนย์การค้าแห่งใหญ่ เช่น พารากอน เซ็นทรัลชิดลม บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิร์ด แต่ผู้บริโภคก็ยังคงต้องการความสะดวก รวดเร็ว เนื่องจากการเดินทางที่เร่งรีบ ทำให้การหาซื้อผลิตภัณฑ์ค่อนข้างลำบากและเป็นการเสียเวลาในขณะที่ต้องการความเร่งรีบ

สรุปว่าจำนวนคู่แข่งในธุรกิจร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพในบริเวณที่ตั้งของโครงการ มีซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าที่จำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพบางประเภท แต่ธุรกิจที่กล่าวมาทั้งหมดอยู่ในรูปแบบของซูเปอร์มาร์เก็ต ยังไม่มีธุรกิจในการจัดตั้งร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพที่เน้นทางด้านสุขภาพโดยตรง และการบริการที่สะดวกรวดเร็วในพื้นที่บริเวณนี้ ทำให้การเข้าถึงผู้บริโภคยังไม่ทั่วถึงและศูนย์การค้าไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวก และเร่งรีบได้ ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจในพื้นที่จึงไม่รุนแรง

2. ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น การที่รัฐบาลให้การส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจขนาดย่อม พร้อมทั้งให้แหล่งเงินทุน ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบเงินกู้ หรือสินเชื่อต่าง ๆ ในการลงทุนทำธุรกิจหรือขยายธุรกิจ ทำให้มีการแข่งขันในธุรกิจค่อนข้างสูง สำหรับธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพนั้น มีคู่แข่งรายใหม่ที่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย เนื่องจากมีอุปสรรคในการเข้าสู่ธุรกิจต่ำ คือเงินลงทุนในธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ ใช้น้ำเงินลงทุนที่ไม่สูงมากนัก การลอกเลียนแบบกันในตลาดผลิตภัณฑ์ และรูปแบบของธุรกิจทำได้ง่าย ไม่ค่อยมีความแตกต่างกันมากนัก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงหันมาสร้างความสะดวกต่างทางการบริการ บรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการส่งเสริมทางการตลาด เพื่อเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกณฑ์ในการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนั้นหากผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพประสบความสำเร็จ ก็สามารถถอนตัวออกจากอุตสาหกรรมได้ไม่ยาก ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจ
ในบริเวณนี้จึงมีความรุนแรงค่อนข้างสูง

3. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน สินค้าทดแทนของอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งในบริเวณสถานี
รถไฟฟ้าชิดลม เขตปทุมวันมีสถานที่ที่จำหน่ายอาหารทั่วไป คือ ศูนย์อาหารในเซ็นทรัลพาร์
ทเมนท์สไตรด์ชิดลม ห้างสรรพสินค้าไอที เซ็นทรัลเวิร์ด อาคารเพลินจิตทาวเวอร์ เพรสซิเดนทท์ทาว
เวอร์และในซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างสรรพสินค้า รวมถึงร้านจำหน่ายอาหารทั่วไปรอบบริเวณ
สถานีรถไฟฟ้าชิดลม มีอาหารหลายประเภททั้งที่เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ และอาหารตามสั่งทั่วไป
อาหารฟาสต์ฟู้ดที่เน้นบริการที่รวดเร็ว สะดวก เป็นต้น ดังนั้นจึงถือได้ว่าภัยคุกคามจากสินค้า
ทดแทนของอุตสาหกรรมนี้มีสูง แต่จากกระแสการใส่ใจในสุขภาพ การรณรงค์ และประชาสัมพันธ์
ถึงประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพในระยะยาว ทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจและใส่ใจในการเลือก
บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการที่มากขึ้น จึง
เป็นโอกาสของการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ
เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

เห็นได้ว่าสินค้าทดแทนสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพที่หลากหลาย ทำให้ภัยคุกคามจาก
สินค้าทดแทนนี้มีมาก ผู้บริโภคสามารถเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ หรืออาหารประเภทอื่น
ได้ อีกทั้งผลิตภัณฑ์ทดแทนต่าง ๆ นั้นหาซื้อได้สะดวก เมื่อไม่สามารถบริโภคในสิ่งที่ต้องการได้ก็
สามารถบริโภคสินค้าอื่นทดแทนได้ ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจ
ในบริเวณนี้จึงมีความรุนแรง
ค่อนข้างสูง

4. ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ปัจจุบันร้านอาหารเพื่อสุขภาพยังมีจำนวนไม่
มาก ผู้บริโภคจึงมีทางเลือกในการซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น ในระดับความแตกต่างของสินค้ามี
มากมายหลายอย่าง ในเรื่องของราคาก็อยู่ในระดับใกล้เคียงกันและอาจจะขึ้นอยู่กับลักษณะของ
ร้านจำหน่ายอาหาร จึงทำให้ผู้บริโภคมีสิทธิเลือกรับประทานอาหารที่ใดก็ได้ตามต้องการ ดังนั้น
แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการรายใดก็ได้ตาม
ความต้องการ มีอำนาจในการต่อรองสูง มีทางเลือกที่หลากหลาย ประกอบกับสินค้าทดแทนก็มี
ความหลากหลายเช่นกัน แต่ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพที่มีอยู่ในบริเวณสถานที่จัดตั้งโครงการคือ
พื้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ไม่มีร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพอย่างเต็มตัว หรือที่มีส่วน
ใหญ่จะแทรกอยู่ตามซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ในบริเวณนั้น ทำให้เสียเวลาใน
การเข้าไปซื้อหรือใช้บริการธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพมีบริการที่เน้นความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งยังไม่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้านในลักษณะนี้อยู่ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ฉะนั้นผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการจึงมีอำนาจต่อรองไม่มาก ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจ在这一บริเวณนี้จึงมีความรุนแรงระดับปานกลาง

5. ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบ ในการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพจะเป็นการรับผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตเพื่อมาจำหน่ายอีกที ส่วนใหญ่จะมีแหล่งผลิตมาจากพื้นที่ใกล้เคียงกัน สินค้าประเภทนี้จะมีแหล่งผลิตอยู่ทั่วไปสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าตามที่เราต้องการโดยระบุกับผู้ผลิตแต่อาจมีการเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เช่น การทำแซนวิชที่ทำมาจากขนมปังโฮลวีท ซึ่งราคาของอาหารเพื่อสุขภาพจะมีราคาที่สูงกว่าอาหารทั่วไป เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้มีราคาแพง ในปัจจุบันเริ่มมีผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบเหล่านี้จำนวนมากขึ้น มีทั้งรายเล็กและรายใหญ่ แต่ไม่มีผู้ผลิตรายใดที่เป็นผู้ผูกขาดในธุรกิจ ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมจึงมีความรุนแรงระดับปานกลาง

จากการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของภายในอุตสาหกรรม ทั้ง 5 ประการนี้ พบว่าโดยรวมถือว่าธุรกิจการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ ยังมีความรุนแรงจากสภาพแวดล้อมหลาย ๆ ด้านแต่ไม่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนมากนัก และมีบางกรณีที่เป็นการสนับสนุนโครงการให้ยังมีความน่าสนใจที่จะทำการลงทุนอยู่ ถึงแม้จะมีระดับความรุนแรงอยู่บางประการก็ตาม เนื่องจากปัจจัยบางประการ ยังคงแสดงให้เห็นถึงความต้องการที่อาจถูกตอบสนองไม่ตรงตามความต้องการเท่าที่ควร ซึ่งปัจจัยบางอย่างอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต จึงสรุปได้ว่าหากโครงการมีการจัดทำผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ทุกประการ มีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความสด สะอาด แปลกใหม่ ดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่เสมอ และสร้างความแตกต่างในการทำธุรกิจให้แปลกใหม่ กว่าธุรกิจอื่น ๆ ที่อาจแย่งกลุ่มลูกค้าไปจากเราได้ ก็จะทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งธุรกิจของโครงการยังถือเป็นธุรกิจที่ยังไม่มีคู่แข่งร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพโดยตรงในบริเวณสถานที่ตั้งของโครงการ ทำให้โครงการยังคงมีข้อได้เปรียบในหลาย ๆ ด้านความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมโดยรวมแล้วถือว่าไม่มีความรุนแรงมากจนส่งผลกระทบต่อธุรกิจการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ จึงเหมาะแก่การลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะและพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์แนวความคิดของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อวัน

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ค่าใช้จ่ายในการบริโภค

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	315	78.8
ชาย	85	21.2
อายุ(ปี)		
21 – 25	80	20.0
26 – 30	176	44.0
31 – 35	112	28.0
36 – 40	20	5.0
41 – 45	12	3.0
อาชีพ		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	12	3.0
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	318	79.5
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	70	17.5
รายได้ต่อเดือน (บาท)		
น้อยกว่า 10,000	31	7.8
10,001 - 15,000	45	11.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20,001 - 25,000	136	34.0
25,001 - 30,000	74	18.5
มากกว่า 30,001	47	11.7
ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อวัน (บาท)		
น้อยกว่า 50	19	4.8
51 - 100	65	16.2
101 - 150	126	31.5
151 - 200	113	28.3
มากกว่า 200	77	19.2
รวม	400	100.0

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดในครั้งนี้มีจำนวนของเพศชาย 85 คน และจำนวนเพศหญิง 315 คน หรือคิดเป็นชายร้อยละ 18.0 และหญิงร้อยละ 82.00 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมา มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.0 และมีอายุอยู่ในช่วง 21 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.0 ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.5 และอันดับสามมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 โดยมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 20,972.3 มีค่าใช้จ่ายต่อวันอยู่ในช่วง 101 -150 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายต่อวันอยู่ในช่วง 151 - 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.3 และอันดับสามมีค่าใช้จ่ายต่อวันมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.2 (ตารางที่ 2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 3 จำนวนผู้ที่เคยและไม่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

พฤติกรรมผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	342	85.5
ไม่เคย	58	14.5
รวม	400	100.0

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 85.5 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 14.5 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 4 ประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อ

ประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ ¹	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้ำผลไม้สด	365	34.8
ขนมปังโฮลวีท	285	27.2
แซนวิชผลิตจากขนมปังโฮลวีท	184	17.6
เครื่องดื่มธัญพืช	151	14.4
ซูปรัทธูพืช	38	3.6
อื่นๆ เช่น ผัก ผลไม้แปรรูป	25	2.4
รวม	1,048	100.0

หมายเหตุ ¹ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อน้ำผลไม้สด คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาขนมปังโฮลวีท คิดเป็นร้อยละ 27.2 และอันดับสามแซนวิช คิดเป็นร้อยละ 17.6 (ตารางที่ 4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 พฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามร้านค้าที่ซื้อ ระยะเวลาที่เริ่มซื้อ
ค่าใช้จ่ายในการบริโภค ความถี่ในการบริโภค และแนวโน้มการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านค้าที่ซื้อ		
ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (เช่น คาร์ฟู, Lotus, ฯลฯ)	132	33.0
ร้านค้าบริเวณสถานีไฟฟ้าชิตลม	113	28.3
ร้านสะดวกซื้อ (เช่น 7 – 11 , Family Mart)	82	20.5
อื่นๆ เช่น ร้านค้าทั่วไปที่มีขาย	73	18.2
ระยะเวลาที่เริ่มซื้อ		
1 – 3 เดือน	84	21.0
4 – 6 เดือน	92	23.0
7 – 9 เดือน	65	16.2
10 – 12 เดือน	42	10.5
มากกว่า 1 ปี	117	29.3
ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ		
21 – 40 บาท	70	17.5
41 – 60 บาท	66	16.5
61 – 80 บาท	127	31.8
81 – 100 บาท	84	21.0
มากกว่า 101 บาทขึ้นไป	53	13.2
ความถี่ในการซื้อ(ครั้ง)/สัปดาห์		
1	59	14.8
2	112	28.0
3	148	37.0
4	64	16.0
5	17	4.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 (ต่อ)

พฤติกรรมกรซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แนวโน้มการบริโภค		
ไม่แน่ใจ	81	20.3
บริโภคปกติเหมือนที่ผ่านมา	128	32.0
บริโภคมากขึ้น	104	26.0
บริโภคน้อยลง	50	12.5
ไม่บริโภคแล้ว	37	9.2
รวม	400	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาที่ร้านค้าบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม คิดเป็นร้อยละ 28.3 และอันดับสามร้านสะดวกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 20.5 โดยเริ่มซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมาเป็นเวลามากกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาบริโภคมา 4 – 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และอันดับสาม 1 – 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 21.0 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งมากที่สุดอยู่ในช่วง 61 – 80 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.8 รองลงมาอยู่ในช่วง 81 – 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.0 ความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่จะอยู่ที่ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 28.0 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเท่าเดิมเหมือนที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคือบริโภคมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 26.0 และอันดับสามคือไม่แน่ใจในการบริโภค คิดเป็นร้อยละ 20.3 (ตารางที่ 5)

ข้อมูลผู้บริโภคที่มีต่อการจัดตั้งร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ

โดยจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถามแล้วสนใจธุรกิจของโครงการ ถ้าหากมีร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพจัดตั้งขึ้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 จำนวนผู้ที่สนใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพและผู้ที่ไม่สนใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	252	63.0
อาจจะซื้อ	48	12.0
ไม่แน่ใจ	42	10.5
อาจจะไม่ซื้อ	37	9.3
ไม่ซื้อแน่นอน	21	5.2
รวม	400	100.0

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่ามีผู้ที่สนใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพแน่นอน 252 คน อาจจะซื้อ 48 คน ไม่แน่ใจ 42 คน อาจจะไม่ซื้อ 37 คนและไม่สนใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพแน่นอน 21 คน จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 7 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพแต่ละประเภท¹

ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพ ¹	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้ำผลไม้สด	228	28.8
แซนวิชผลิตจากขนมปังโฮลวีท	217	27.5
ขนมปังโฮลวีท	206	26.1
เครื่องดื่มธัญพืช	74	9.4
ซูปรักธัญพืช	65	8.2
รวม	790	100.0

หมายเหตุ ¹ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อน้ำผลไม้สด คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมาซื้อแซนวิช คิดเป็นร้อยละ 27.5 และซื้อขนมปังโฮลวีท คิดเป็นร้อยละ 26.1 (ตารางที่ 7)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 จำนวนความถี่ที่กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามคาดว่าจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

ความถี่ในการซื้อ(ครั้ง)/สัปดาห์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	23	9.1
2	62	24.6
3	108	42.9
4	44	17.4
5	15	6.0
รวม	252	100.0

โดยมีค่าเฉลี่ยของความถี่ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ 2.79 ครั้งต่อสัปดาห์ หรือประมาณ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 9 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ จำแนกตามราคาซื้อต่อครั้ง

ราคา (บาท)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
21 – 40	24	9.5
41 – 60	46	18.3
61 – 80	97	38.5
81 – 100	50	19.8
มากกว่า 101 ขึ้นไป	35	13.9
รวม	252	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่สนใจร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพของโครงการ ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพรวมทุกประเภท ถ้าหากมีร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพมาตั้งบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ที่ราคาในช่วง 61 – 80 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมามีความต้องการซื้อที่ราคา 81 - 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.8 และอันดับสาม 41 – 60 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.3 ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคประมาณ 60 บาท (ตารางที่ 9)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์สภาวะตลาด

ขนาดของตลาด

เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบว่าตลาดที่จะนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายนั้นมีขนาดใหญ่เพียงพอน่าสนใจสำหรับการลงทุนหรือไม่ ซึ่งถ้าขนาดตลาดเล็กไปก็อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่จะทำได้ แต่ถ้าขนาดตลาดมีขนาดใหญ่เกินไปก็อาจจะมีกำลังการผลิตไม่เพียงพอ ฉะนั้นจะต้องมีการศึกษาขนาดของตลาดที่ต้องการจะทำธุรกิจ ขนาดตลาดจะช่วยให้เห็นถึงโอกาสและปริมาณในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ การหาขนาดตลาด ในการศึกษาครั้งนี้ได้นำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในพื้นที่เขตปทุมวัน จำนวน 400 ชุด

1. ประชากรทั้งหมดที่คาดว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมายของโครงการ จากการสังเกตบริเวณพื้นที่สถานีรถไฟฟ้าชิดลม นั้น มีการสูมนับจำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณจุดตั้งร้าน ซึ่งแบ่งเป็น 3 ช่วงคือ ช่วงเช้า ช่วงกลางวัน และช่วงเย็น ปรากฏว่ามีจำนวนประชากรที่เดินผ่านจุดตั้งร้านเฉลี่ยประมาณ 2,976 คนต่อวัน และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกับธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพประมาณ 2 ร้าน ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับสถานที่ตั้งร้าน พบว่าลูกค้าที่เข้ามาในร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 ของประชากรที่เข้าร้านจากทั้งหมดที่เดินผ่านเฉลี่ยต่อวัน ดังนั้นประชากรที่เข้าร้านเพื่อมาซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ เท่ากับ 297.6 คนต่อวัน หรือประมาณ 298 คนต่อวัน คำนวณได้จาก จำนวนผู้เดินผ่านบริเวณร้าน คูณร้อยละของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์แน่นอน

2. อัตราการซื้อของผู้บริโภค จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้ง 2 ร้านพบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ผู้บริโภคยอมจ่ายให้แก่ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 60 บาทต่อครั้ง ความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเฉลี่ย 3 ครั้งต่อสัปดาห์

3. อำนาจในการซื้อ การซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายนั้นถือได้ว่ามีกำลังซื้อปานกลางถึงสูงเนื่องจากราคาของอาหารเพื่อสุขภาพมีราคาในตลาดไม่แพงมากรวมถึงมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมาตลอดเวลาทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจและการตัดสินใจในการเลือกซื้อเพิ่มขึ้น จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ได้จากการแจกแบบสอบถาม 400 ชุด ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ส่วนใหญ่ของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ประมาณ 24,000 บาทต่อเดือนและส่วนใหญ่จะมีอายุโดยเฉลี่ยประมาณ 28 ปี

4. หามูลค่าตลาด จากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ในบริเวณพื้นที่ตั้งโครงการ คือ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เขตปทุมวัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้ออาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละครั้ง เท่ากับ 60 บาทต่อครั้ง ความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเฉลี่ย 3 ครั้งต่อสัปดาห์ สามารถคำนวณหามูลค่าตลาดอาหารเพื่อสุขภาพภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} & \text{มูลค่าตลาดอาหารเพื่อสุขภาพภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม} \\ & = \text{จำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณจุดตั้งร้าน} \times \text{ร้อยละของผู้ที่มีการซื้อ} \\ & \text{ผลิตภัณฑ์อยู่ปกติ} \times \text{ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละครั้ง} \times \text{ความถี่ในการบริโภค} \\ & \text{เฉลี่ยต่อสัปดาห์} \times \text{จำนวนสัปดาห์ในหนึ่งปี} \\ & = 2,976 \times 0.1 \times 60 \times 3 \times 52 \\ & = 2,785,536 \text{ บาทต่อปี} \end{aligned}$$

ดังนั้นขนาดตลาดอาหารเพื่อสุขภาพภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมมีมูลค่าตลาดเท่ากับ 2,785,536 ต่อปี ซึ่งเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ ส่งผลให้โครงการมีความน่าสนใจในการลงทุนทั้งด้านปัจจัยทางด้านมูลค่าเงิน และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

แนวโน้มของตลาด

แนวโน้มของตลาดเป็นการศึกษาถึงทิศทางความต้องการของตลาดว่าจะดำเนินไปในทิศทางใดจะมากขึ้นหรือน้อยลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป ในประเทศไทย อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นธุรกิจอาหารที่น่าจับตามองเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพมากยิ่งขึ้น เป็นผลมาจากโรคภัยไข้เจ็บที่เกิดขึ้นในปัจจุบันทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้น การใส่ใจสุขภาพด้วยการบริโภคอย่างระมัดระวังจึงเป็นทิศทางในอนาคตของผู้บริโภคทั่วโลก โดยคาดว่า ในปี 2553 อุตสาหกรรมอาหารเพื่อสุขภาพทั่วโลก จะมีมูลค่ารวมกว่า 167 พันล้านเหรียญสหรัฐ ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพเริ่มมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพในประเทศ มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นต่อเนื่องประมาณร้อยละ 20 ในทุกปี โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ทำจากธัญพืช เป็นสินค้าที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในระดับกลางถึงระดับบน มีมูลค่าตลาดรวม 1,000 ล้านบาทต่อปี โดยเป็นผู้นำตลาดในกลุ่มสำหรับผู้ใหญ่ และสำหรับครอบครัว ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีกำลังซื้อสูง รวมถึงยังให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพของตนเองอย่างสม่ำเสมอ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2551)

เนื่องจากตลาดอาหารเพื่อสุขภาพมีโอกาสดีเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากคนเริ่มหันมาสนใจดูแลและสุขภาพกันมากขึ้น ด้วยกระแสโรคภัยต่าง ๆ รวมถึงผู้หญิงที่เริ่มมีอายุมากขึ้น ก็เริ่มดูแลสุขภาพมากขึ้น เนื่องจากมีการกระตุ้นการลงทุนทำให้มีการจ้างงาน ซึ่งมีผลต่อการมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตราการบริโภคที่สูงขึ้นและตลาดอาหารเพื่อสุขภาพก็มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยดูจากข้อมูลทุติยภูมิที่มี ซึ่งทางรัฐบาลก็มีนโยบายสนับสนุนให้คนหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ สนใจดูแลสุขภาพมากขึ้น รวมถึงกระแสนิยมของประชาชนที่สนใจดูแลตัวเองมากขึ้น ส่วนบริเวณรถไฟฟ้าชิดลมยังไม่มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ทำให้มีโอกาสที่จะลงทุนทำธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพบริเวณนี้ ดูได้จากอัตราการขยายตัวของตลาดอาหารเพื่อสุขภาพที่มีมากขึ้น รวมถึงกระแสการดูแลสุขภาพที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้น และจากข้อมูลแบบสอบถามพบว่า มีผู้ที่สนใจจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของร้านอาหารร้อยละ 63 ถือว่ามีจำนวนค่อนข้างมาก และคาดว่าแนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจะมีมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ซึ่งถือว่าเป็นแนวโน้มที่น่าสนใจ และมีโอกาสเติบโตเพิ่มขึ้นในอนาคต

ส่วนแบ่งตลาด

ส่วนแบ่งทางการตลาด เป็นความสามารถของธุรกิจหรือโครงการ ที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาดที่พิจารณา คือ การแข่งขัน ซึ่งพิจารณาจากจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม พบว่ามีซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า และอาคารต่าง ๆ อยู่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าจำนวนมาและมี การแฝงตัวของอาหารเพื่อสุขภาพอยู่บ้าง แต่ก็ยังไม่มีกรรร้านที่จำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพโดยตรง

จากการวิเคราะห์แรงผลักดันห้าประการ และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ทำให้ธุรกิจเห็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่โครงการสามารถครอบครองได้ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (external environment analysis) และการวิเคราะห์ความรุนแรงของการแข่งขันของอุตสาหกรรม (five force analysis) สามารถสรุปสภาวะทางการตลาดด้านส่วนแบ่งตลาดได้ว่าสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพทั้งทางด้านสังคมวัฒนธรรม ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจและด้านประชากรศาสตร์ ส่งผลดีต่อธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพเป็นอย่างมาก เนื่องจากการสนับสนุนด้านลงทุนเพิ่มขึ้น โดยนโยบายของรัฐบาลได้มีการสนับสนุนโครงการใหม่ ๆ ทำให้สามารถหาแหล่งเงินทุนได้ง่าย ทางด้านเศรษฐกิจในพื้นที่เขตปทุมถือเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร ซึ่งบริเวณนี้มีแหล่งความเจริญรวมอยู่มากมาย นอกจากนั้นอัตราการเพิ่มของประชากรในพื้นที่เขตปทุมวันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี รวมถึงแนวโน้มการเจริญเติบโตของอาหารเพื่อสุขภาพที่เพิ่มขึ้นทุกปีถึงร้อยละ 20 ทำให้เห็นว่าตลาดมีความต้องการมากขึ้นในแต่ละปี และผู้คนก็เริ่มหันมาสนใจและดูแลใส่ใจในสุขภาพตัวเองเพิ่มมากขึ้น ทำให้อาหารเพื่อสุขภาพต่าง ๆ ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ส่วนใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพสามารถที่จะแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดมาได้ เนื่องจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกันนั้นยังไม่มีภายในบริเวณสถานที่ตั้งโครงการ แต่ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนและคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น มีความรุนแรงของการแข่งขันในระดับสูง เพราะเป็นธุรกิจที่เข้าง่าย ผลิตภัณฑ์สามารถเลียนแบบได้ สินค้าทดแทนก็คืออาหารซึ่งมีอยู่ทั่วไป จึงต้องสร้างความแตกต่างให้ตัวผลิตภัณฑ์ และบริการ อำนาจในการต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบอยู่ในระดับปานกลาง เพราะมีผู้ขายวัตถุดิบอย่างเพียงพอในตลาด อำนาจการต่อรองของผู้ซื้ออยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำและยังเป็นผลทางด้านบวกของการเปิดกิจการ

พยากรณ์ความต้องการของตลาด

เนื่องจากร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ขยายเฉพาะบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เขตปทุมวัน ทำให้การพยากรณ์ในเรื่องประมาณยอดขายในอนาคตและการเติบโตของตลาดทำได้ยาก เพราะธุรกิจของโครงการนอกจากเป็นธุรกิจขนาดเล็กแล้ว บริเวณที่ตั้งร้านก็ยังไม่เคยมีธุรกิจใดที่เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพเปิดขึ้นมาก่อน ทำให้การพยากรณ์ต่างๆ ทำได้ยาก ดังนั้นหากอยากรู้ถึงการพยากรณ์ในอนาคตของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ จำเป็นต้องคิดเทียบเคียงอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรในเขตปทุมวัน ที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องร้อยละ 2 ในทุกปี (ตารางที่ 1) จากข้อมูลดังกล่าวสามารถพยากรณ์ความต้องการตลาดในปีที่ 2-5 ตามอายุของโครงการได้โดย ความต้องการตลาดในปีก่อนที่พยากรณ์ได้คูณอัตราการเจริญเติบโตบวกความต้องการตลาดในปีก่อนที่พยากรณ์ได้ จะได้ค่าพยากรณ์ในปีที่ 1-5 ดังนี้

ตารางที่ 10 การพยากรณ์ความต้องการตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ถึง พ.ศ. 2556

ปีที่	อัตราการเจริญเติบโต	ค่าที่พยากรณ์ได้
1	-	2,785,536
2	0.02	2,841,247
3	0.02	2,898,072
4	0.02	2,956,033
5	0.02	3,015,154

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประมาณการยอดขาย

การประมาณการยอดขายของร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เขตปทุมวัน แขวงลุมพินี ตลอดระยะเวลาดำเนินการของโครงการ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2557 โดยการคำนวณยอดขายของแต่ละปีสามารถหาจำนวนประชากรที่คาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ได้จากการนำจำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมที่ได้จากการสุ่มนับจำนวนทั้งหมด 2,976 คนคูณอัตราร้อยละของประชากรที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ 0.1 คูณอัตราร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร้านและตัดสินใจที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของโครงการ 0.63 คูณความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพต่อสัปดาห์ คือ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ คูณจำนวนสัปดาห์ใน 1 ปี จะได้เท่ากับ 29,248 คนต่อปี จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค พบว่ามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพอยู่ที่ 60 บาทต่อครั้ง ส่วนจำนวนประชากรที่คาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของโครงการในปีที่ 2 ถึง 5 จะพิจารณาจากอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรในเขตปทุมวัน โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรร้อยละ 2 ของทุกปีจากข้อมูลสามารถคำนวณหารายได้จากการขายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ได้จาก จำนวนของประชากรที่คาดว่าจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ (คนต่อปี) คูณค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ สามารถแสดงการคำนวณหาจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น (คนต่อปี) และการประมาณการยอดขายตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2557 ได้ ดังนี้

ตารางที่ 11 การประมาณการยอดขายจากการจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ

ปีที่	จำนวนผู้บริโภค(คนต่อปี)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	รายได้จากการประมาณการ
1	29,248	60	1,754,880
2	29,833	60	1,789,980
3	30,430	60	1,825,800
4	31,039	60	1,862,340
5	31,660	60	1,899,600

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจในการลงทุนร้านอาหารเพื่อสุขภาพขึ้น คิดเป็นร้อยละ 63 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ขนาดตลาดมีมูลค่าตลาดภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมเท่ากับ 2,785,536 บาทต่อปี เป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ พบว่ามีผู้ที่มาซื้อสินค้าจากร้านอาหารเพื่อสุขภาพเท่ากับ 298 คนต่อวัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง 60 บาทต่อครั้งและความถี่ในการซื้อ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ แนวโน้มตลาดอาหารเพื่อสุขภาพมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 20 ต่อปี จากการวิเคราะห์เนื่องจากบริเวณสถานีรถไฟฟ้ายังไม่มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพทำให้เรื่องของคู่แข่งขั้นนั้นไม่มีปัญหาในตอนนี้อยู่ แต่ในอนาคตด้วยแนวโน้มตลาดของอาหารสุขภาพมีมากขึ้นเรื่อย ๆ อาจมีผู้สนใจลงทุนในธุรกิจนี้เพิ่มมากขึ้นก็เป็นได้ และเนื่องด้วยการที่ธุรกิจไม่มีคู่แข่งจึงมีโอกาที่จะได้ส่วนแบ่งตลาดมาเป็นของธุรกิจอยู่มาก จากผลการวิเคราะห์พบว่าแนวโน้มตลาดและการประมาณการยอดขายมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี และมีความต้องการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่องประกอบกับการขยายตัวของตลาดธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ในด้านทางการตลาด จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมไม่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เพื่อให้ทราบถึงการที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นมาจำหน่ายมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร ซึ่งการศึกษาทางด้านเทคนิคนั้น จะกล่าวถึง ทำเลที่ตั้งและปัจจัยต่าง ๆ ที่ใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้ง รวมถึงระบบการผลิตที่มีปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิต และปัจจัยนำออกเป็นตัวอธิบายถึงระบบการผลิตภายในโครงการ

ทำเลที่ตั้ง

สถานที่ตั้งของโครงการร้านอาหารจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพตั้งอยู่ที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม โดยโครงการจะตั้งอยู่บริเวณด้านล่างสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เขตปทุมวัน แขวงลุมพินี กรุงเทพมหานคร จากการสำรวจพบว่ามีผู้ที่สนใจในการลงทุนร้านอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถึงร้อยละ 63 สถานที่ตั้งของโครงการอยู่ในส่วนที่มีการคมนาคมเดินทางได้สะดวก หลายเส้นทาง เป็นแหล่งที่มีผู้คนสัญจรผ่านไปมาจำนวนมาก การเดินทางของผู้จัดส่งวัตถุดิบและผู้บริโภคมาที่ สถานที่ตั้งของโครงการก็ง่ายและสะดวก

ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้ง

ในการพิจารณาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ในการเลือกสถานที่ตั้งของโครงการจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่จำเป็นต่อการเลือกสถานที่ตั้งของโครงการ โดยพิจารณาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. พื้นที่ทำเลที่ตั้ง ในการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการจะเลือกบริเวณด้านล่างสถานีรถไฟฟ้าชิดลม โครงการจะอยู่ห่างจากสถานีประมาณ 1 กิโลเมตร เนื่องจากเป็นบริเวณพื้นที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายตามที่โครงการต้องการ คือเป็นบุคคลวัยทำงาน มีอำนาจในการซื้อปานกลางถึงค่อนข้างสูง มีผู้สัญจรผ่านไปมาบริเวณโครงการต่อวันจำนวนมาก การคมนาคมเป็นได้อย่างสะดวก ความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการทำได้ง่าย จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคมีความสนใจในโครงการจำนวนมาก โดยมีผู้ที่คาดว่าจะมาใช้บริการร้านแน่นอนจำนวน 252 คน รวมถึงผู้ที่คาดว่าจะซื้ออีกจำนวน 48 คน จากทั้งหมด 400 คนซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังไม่ได้รับการตอบสนองของความ ต้องการเท่าที่ควร จึงเป็นเหตุผลสนับสนุนให้มีการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพขึ้น

2. จำนวนลูกค้า บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมทั้งบริเวณด้านบนสถานีและด้านล่างจากการสำรวจพบว่ามีผู้สัญจรผ่านไปมาบริเวณนี้จำนวนมาก และการเดินทางของผู้คนบริเวณสถานีรถไฟฟ้าจะเป็นแบบเร่งรีบ ต้องการความสะดวกรวดเร็ว รวมถึงบริเวณด้านล่างก็เช่นเดียวกัน ทำให้ผู้บริโภคบริเวณสถานีรถไฟฟ้าจะต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ค่อนข้างไว รวดเร็ว ใช้บริการง่าย และในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก็เช่นเดียวกันผู้บริโภคต้องการความสะดวกในการซื้อสินค้า รวมถึงกลุ่มเป้าหมายรองคือลูกค้าทั่วไปที่สนใจและมีความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์ จึงเป็นสถานที่ที่มีลูกค้าจะมาใช้บริการจำนวนมากดังนั้นนับได้ว่าสถานที่แห่งนี้เป็นทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม

3. ความสะดวกในการเดินทาง เนื่องจากบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมด้านบนสถานีมีการบริการรถไฟฟ้าทำให้มีผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมากรวมถึงผู้บริโภคส่วนมากของโครงการจะเดินทางลงมาจากบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม หรือเป็นผู้บริโภคที่ทำงานอยู่บริเวณใกล้เคียงโครงการ ด้านล่างสถานีรถไฟฟ้าก็มีรถประจำทางวิ่งผ่านหลายสาย ทำให้มีผู้คนมากขึ้นอีก โดยสถานที่ตั้งของโครงการอยู่ในบริเวณที่สามารถเดินทางไปยังสถานีรถไฟฟ้าและสามารถเดินทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยรถประจำทางได้ ทำให้มีผู้บริโภคผ่านบริเวณร้านเป็นจำนวนมากการเดินทางมายังร้านของโครงการจึงสะดวก รวดเร็ว มองเห็นง่ายเนื่องจากร้านของโครงการอยู่ติดกับถนนใหญ่บริเวณด้านล่างสถานีรถไฟฟ้า การขนส่งทางด้านวัตถุดิบและอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นไปได้ง่ายสะดวก ง่ายตาย

4. สภาพธุรกิจ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมเป็นแหล่งที่มีการขายสินค้าและบริการอยู่จำนวนมากแต่ส่วนใหญ่จะอยู่ในห้างสรรพสินค้า หากบางครั้งที่ต้องการความเร่งรีบการเดินทางเข้าไปยังห้างสรรพสินค้าก็ค่อนข้างลำบากเสียเวลาและการหาสินค้าก็ยุ่งยาก บริเวณใกล้เคียงที่ตั้งโครงการมีร้านจำหน่ายเบเกอรี่ที่มีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพอยู่จำนวน 2 ร้านแต่ไม่ใช่ร้านที่จำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพโดยตรง และสินค้าภายในร้านก็มีอยู่จำนวนไม่มาก ทำให้โครงการมีคู่แข่งที่ไม่รุนแรงเนื่องจากร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพที่มีอยู่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่ ทำให้การทำธุรกิจจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมเหมาะสำหรับการลงทุน รวมทั้งการเดินทางที่สะดวก อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีการขนส่งได้หลายทาง จึงทำให้บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมเหมาะแก่การดำเนินธุรกิจร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ

5. สาธารณูปโภค ในบริเวณที่จัดตั้งโครงการมีความพร้อมในระบบสาธารณูปโภค เพื่ออำนวยความสะดวกไว้อย่างเพียงพอ ได้แก่ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ เป็นต้น

6. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ด้านเศรษฐกิจบริเวณสถานที่ตั้งของโครงการถือว่าบริเวณนี้มีเศรษฐกิจที่ดี เงินเดือนอยู่ในระดับสูง ประกอบกับนโยบายสนับสนุนการลงทุนในการทำธุรกิจของภาครัฐ และความพร้อมของสถานที่ตั้งโครงการที่สามารถเข้าไปปรับปรุงพื้นที่ตามรูปแบบของโครงการและทำการค้าได้ทันที

ระบบการผลิต

โครงการแต่ละโครงการจะมีระบบการผลิตที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้าและบริการ โดยมีปัจจัยที่โครงการต้องพิจารณาถึงระบบการผลิตอยู่ด้วยกัน 3 ด้านคือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิต และปัจจัยนำออก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยนำเข้า เป็นปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญที่โครงการจัดหาจากภายนอกเพื่อนำไปใช้ในการผลิตสินค้าและบริการในการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพของโครงการ ดังนั้นในการเลือกปัจจัยนำเข้าจำเป็นต้องพิจารณาเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 แหล่งที่มาของวัตถุดิบ โครงการจะพิจารณาแหล่งจัดจำหน่ายวัตถุดิบที่ใช้ ต้นทุนในการผลิตต่ำ เนื่องจากโครงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้ผลิตขึ้นเอง แต่เป็นการรับ ผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตมาจำหน่ายอีกที ทำให้จำเป็นจะต้องเลือกผู้ผลิตที่มีต้นทุนในการผลิต รวมถึง การขนส่งในราคาที่ต่ำที่สุด โดยทำการเปรียบเทียบต้นทุนวัตถุดิบของแต่ละที่ และได้คัดเลือก ผู้ผลิตที่มีต้นทุนต่ำที่สุด คือร้านบึงกบ ตั้งอยู่ที่ 2 ถนนสนามไชย เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีต้นทุนวัตถุดิบที่ต่ำ อาจมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งเพิ่มขึ้นเนื่องจากสถานที่อยู่ใกล้กัน แต่ เนื่องจากร้านนี้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่โครงการต้องการได้หลากหลายชนิดตามความต้องการ มี รายละเอียดของต้นทุนวัตถุดิบดังนี้

ตารางที่ 12 ต้นทุนวัตถุดิบ

รายการผลิตภัณฑ์	ต้นทุนวัตถุดิบ (บาท)
โฮลวีทสไลด์	8/ชิ้น
โฮลวีทสังขยา	8/ชิ้น
โฮลวีทแฮมชีส	8/ชิ้น
โฮลวีทปลาทูน่า	8/ชิ้น
โฮลวีทแฮมหยอง	8/ชิ้น
โฮลวีทงาดำ	8/ชิ้น
โฮลวีทงาขาว	8/ชิ้น
โฮลวีทไส้กรอก	8/ชิ้น
โฮลวีทเนยสดธัญพืช	8/ชิ้น
โฮลวีทลูกเกด	8/ชิ้น
โฮลวีทรวมธัญพืช	8/ชิ้น
แซนวิชที่ผลิตจากขนมปังโฮลวีท (ทุกชนิด)	20/ชิ้น
Snack box (ขนมปังโฮลวีท 2 ชนิด น้ำผลไม้ 1 ขวด)	30/กล่อง
เครื่องดื่มธัญพืช (ทุกประเภท)	18/ขวด
ซูปรัถัญพืช (ทุกประเภท)	20/ถ้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 ผู้จัดหาวัตถุดิบ ในการดำเนินธุรกิจร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ จะมีการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ ต่าง ๆ ที่ใช้ในร้านจำหน่ายสินค้า อีกทั้งการจัดหาวัตถุดิบในการผลิต ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยิ่งเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่โครงการต้องทำการจัดซื้อ ได้แก่

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

1.2.2 ผลิตภัณฑอาหารเพื่อสุขภาพ ที่เป็นวัตถุดิบหลักของร้านได้แก่ ขนมปังโฮลวีท แชนวิสที่ผลิตจากขนมปังโฮลวีท น้ำผลไม้ เครื่องดื่มธัญพืช และซุปรธัญพืช โดยโครงการจะรับสินค้ามาจำหน่ายตามสถานที่ดังนี้ ขนมปังโฮลวีทและแชนวิส รับมาจากร้านปังกบ ตั้งอยู่ที่ 2 ถนนสนามไชย เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร น้ำผลไม้รับมาจาก 5/1 ม.16 ต.บึงทองหลวง อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี เครื่องดื่มธัญพืชรับมาจาก 12/103 ถนนรามคำแหง 120 สะพานสูง กรุงเทพฯ 10240 ซุปรธัญพืชรับมาจาก 49/21 หมู่ 1 แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร 10510

1.3 แหล่งที่มาของเงินทุน ในการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ มาจาก ส่วนของเจ้าของทั้งหมด เนื่องจากการกู้เงินจากธนาคารมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง ทางโครงการจึงได้เลือกใช้เงินส่วนของผู้ถือหุ้นมาใช้ในการลงทุน

1.4 จำนวนบุคลากร และแรงงาน พนักงานขายหน้าร้าน 1 คน ทำหน้าที่จำหน่าย ผลิตภัณฑของร้าน และดูแลความเรียบร้อยของร้าน ในการจัดตั้งโครงการลงทุนนี้ได้มีการลงทุนใน ส่วนของการปรับปรุงพื้นที่ร้านจำหน่าย และในส่วนของ การลงทุนเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ (ตารางที่ 13)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 งบประมาณการลงทุนเครื่องมือ และอุปกรณ์เริ่มต้นของโครงการ

รายการ	จำนวน	ค่าใช้จ่าย (บาท)	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมต่อปี ¹ (บาท)
ป้ายหน้าร้าน	1	4,500	5	900
โต๊ะเก้าอี้	2,4	4,600	5	920
เครื่องคิดเงินสด	1	14,500	5	2,900
พัดลม	1	1,500	5	300
แอร์	1	20,000	5	4,000
เครื่องโทรศัพท์	1	500	5	100
ตู้แช่เย็น	1	28,500	5	5,700
ชั้นวางโชว์ผลิตภัณฑ์	1	3,000	5	600
เคาเตอร์คิดเงิน	1	5,000	5	1,000
ตะกร้าวางสินค้าโปรโมชัน	1	6,000	5	1,200
ไมโครเวฟ	1	3,500	5	700
หลอดไฟ	4	100	5	20
ตะกร้าใส่ของ	4	1,300	5	260
เครื่องปั่นน้ำผลไม้	1	2,000	5	400
ค่าโฆษณาเปิดตัวร้าน	-	3,000	-	-
อุปกรณ์อื่นๆ เช่น ไม้ถูพื้น, จาน, ช้อน ฯลฯ	-	2,000	5	400
รวม	25	100,000	5	19,400

หมายเหตุ : ค่าเสื่อมราคาเส้นตรง 5 ปีไม่มีมูลค่าซาก

2. กระบวนการผลิต ในการวางแผนกระบวนการผลิตของโครงการจะทำการศึกษารายละเอียดของสถานที่จัดตั้งโครงการ การตกแต่งร้านภายในโครงการ และแผนการผลิต

2.1 รายละเอียดของโครงการ โดยที่สถานที่จะอยู่บริเวณด้านล่างสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เป็นพื้นที่ว่างให้เช่าซึ่งเป็นส่วนของผู้เช่าของเอกชน เปิดให้ทำการเช่ามีสัญญาผูกมัดในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เช่าคือ 5 ปี และทำการเช่าต่อปีเมื่อสัญญาสิ้นสุดลง โดยมีขนาดพื้นที่ของสถานที่ที่กำหนดไว้มีความกว้าง 3 เมตร และยาว 3 เมตร เนื่องจากโครงการเป็นโครงการที่ไม่ใหญ่ทำให้ขนาดพื้นที่พอเพียงตามที่ต้องการ บริเวณใกล้เคียงยังมีร้านค้าของผู้ประกอบการรายอื่นที่ค้าขายสินค้าชนิดอื่น สถานที่ตั้งของโครงการมีการอำนวยความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคพร้อม สะดวกต่อการจัดตั้งเพียงทำสัญญาตกลงเช่าสถานที่ ก็สามารถทำการเปิดการขายได้ทันที แต่ไม่มีการตกแต่งภายในให้ ที่เช่าเป็นเพียงห้องว่างเปล่า สามารถตกแต่งได้ตามความต้องการโดยไม่ทำให้สถานที่ต้องชำรุด เสียหาย

2.2 การตกแต่งร้าน

2.2.1 การจัดตกแต่งร้านเป็นการเริ่มต้น ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าชั้นพื้นฐาน โดยการออกแบบป้ายหน้าร้านให้เหมาะกับผลิตภัณฑ์ ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ทันทีที่เดินผ่าน นับว่ามีความสำคัญมากในการดึงดูดความสนใจของลูกค้า ภายในร้านมีการจัดตกแต่งให้ดูสบายตา เป็นระเบียบ มีการจัดวางสินค้าที่เป็นหมวดหมู่ทำให้สะดวกต่อการเลือกซื้อ มีแสงสว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสมสำหรับการวางโชว์สินค้า นอกจากนี้ภายในร้านยังมีโต๊ะ เก้าอี้ในการนั่งรับประทานหรือสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการนั่งพักผ่อนจากการเดินทาง เพื่อให้ผู้มาใช้บริการผ่อนคลาย

2.2.2 การบริหารงานภายในร้าน การจัดตั้งมีลักษณะเป็นของเจ้าของคนเดียว เนื่องจากร้านของโครงการมีขนาดเล็ก มีเนื้อที่ในการใช้สอยไม่มาก เน้นการบริการลูกค้าที่สะดวก รวดเร็ว การบริการลูกค้าโครงการจะเปิดทำการจำหน่ายในเวลา 06.00 – 19.00 น. เปิดให้บริการลูกค้าทุกวัน ไม่มีวันหยุด การบริหารงานจะปรับให้เหมาะสมกับสภาพธุรกิจของโครงการ การจ้างแรงงานตามอัตราค่าจ้างงานขั้นต่ำ 2 คน แบ่งชั่วโมงการทำงานคนละ 7 ชั่วโมงต่อวัน พนักงานมีหน้าที่ในการขายสินค้า และจัดเรียงสินค้า สั่งและรับสินค้าเข้าร้าน โดยผ่านการอนุมัติของเจ้าของโครงการ

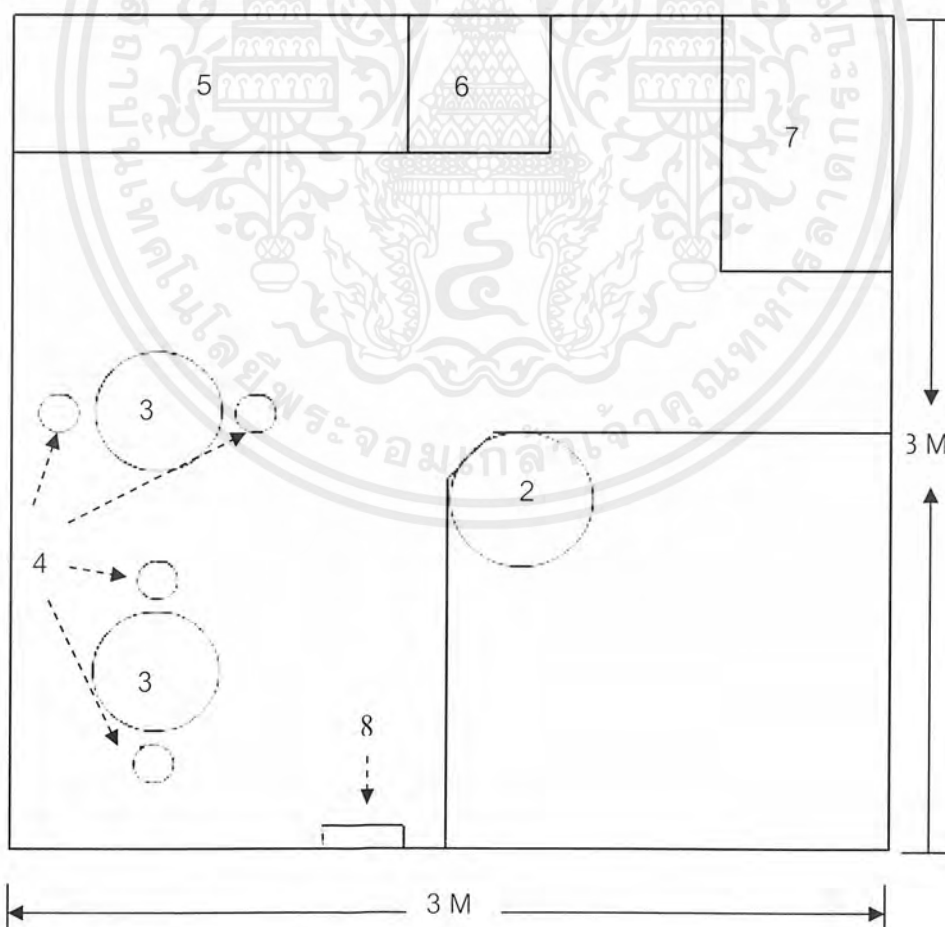
2.2.3 รูปแบบของร้านจำหน่าย ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อสุขภาพของโครงการ จะเป็นช่องการจัดจำหน่ายทางตรง คือจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค โดยไม่ผ่านคนกลาง ซึ่งโครงการได้เลือกทำเลในการจัดตั้งในบริเวณด้านล่างสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร ซึ่งที่ตั้งของโครงการมีการคมนาคมขนส่งที่สะดวก และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ สามารถใช้เป็นช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและมีความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งผลิตภัณฑ์ของโครงการจะมีการเปลี่ยนหมุนเวียนสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภคส่วนมาก มีการจัดการส่งเสริมการขายทุกเดือนเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย

2.3 กำลังการผลิต จากการสอบถามข้อมูลของโครงการ พบว่ามีผู้บริโภคที่สนใจและคาดว่าจะเข้ามาใช้บริการร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพของโครงการอย่างแน่นอนจำนวน 252 คน รวมถึงผู้บริโภคที่อาจจะซื้อ และไม่แน่ใจจำนวน 90 คน เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของโครงการเป็นสินค้าที่มีระยะเวลาในการเก็บรักษาได้ไม่นาน จึงทำให้การสั่งซื้อสินค้าเข้าร้านจะในส่วนของขนมปังโฮลวีท และแซนวิช จะทำการสั่งซื้อวันต่อวัน ส่วนน้ำผลไม้ เครื่องดื่มธัญพืช และซูปรักพืช จะทำการสั่งซื้อ 3 วันครั้ง เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะเก็บรักษาไว้ในตู้แช่เย็น โดยการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้บริโภค และอาจมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ ออกตลาดเพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอยู่อย่างสม่ำเสมอ

2.4 แผนผังร้าน โครงการได้ทำการลงทุนในการตกแต่งร้าน โดยมีรายละเอียดในการจัดวางวัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ ดังนี้



ภาพที่ 4 แผนผังร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียดการจัดวางอุปกรณ์

- | | |
|----------------------------|-------------------------|
| 1. เคอร์เตอร์ | 5. ชั้นวางโชว์ผลิตภัณฑ์ |
| 2. ตะกร้าวางสินค้าโปรโมชัน | 6. ชั้นวางไม้โครเวฟ |
| 3. โต๊ะ | 7. ตู้แช่เย็น |
| 4. เก้าอี้ | 8. ประตูเข้า - ออก |

3. ปัจจัยนำออก ผลิตภัณฑ์ของร้านมีหลากหลายชนิด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยผลิตภัณฑ์ทางร้านจะเน้นความสดใหม่ ราคาจำหน่ายในระดับปานกลาง วัตถุประสงค์ในการผลิตผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ

การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ

โดยการนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ และข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนในการจัดตั้งโครงการมาทำการประมาณการค่าใช้จ่ายของโครงการ มีรายละเอียดในการประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการดังนี้

1. การประมาณเงินลงทุนของโครงการ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาทำการพิจารณาข้อมูลเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ โดยกำหนดให้เงินลงทุนในโครงการอยู่ในปัจจุบัน (ปีที่ 0) หรืออาจกล่าวได้อีกอย่างคือเงินลงทุนเริ่มแรก

ตารางที่ 14 ประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
ค่าแรกเข้า	300,000
ออกแบบและตกแต่งร้าน	350,000
เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงาน	100,000
เงินทุนหมุนเวียน	250,000
รวม	1,000,000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การประมาณค่าใช้จ่ายโครงการ เป็นการประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 40 จากยอดขายที่ประมาณการ

2.2 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ประกอบด้วย

2.2.1 ค่าไฟฟ้า, น้ำประปา, โทรศัพท์ คิดในอัตราคงที่เดือนละ 3,000 บาท

2.2.2 ค่าแรงพนักงานเดือนละ 8,000 บาทต่อคน

2.2.3 ค่าเช่าสถานที่ 15,000 บาทต่อเดือน

2.2.4 ค่าภาษีป้ายร้านค้า 400 บาทต่อปี

2.2.5 ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 2 จากยอดขาย

2.2.6 ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ เช่น ค่าขนส่งสินค้า ค่าสินค้าคงคลัง ค่าวัตถุดิบเพิ่มเติม ฯลฯ คิดร้อยละ 2 จากยอดขาย

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

จากการวิเคราะห์ด้านเทคนิค พบว่าทำเลที่ตั้งของโครงการอยู่ในแหล่งชุมชน ที่มีผู้คนสัญจรผ่านไปมาจำนวนมาก ซึ่งบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมเป็นบริเวณที่มีกลุ่มเป้าหมายของโครงการ การเดินทางคมนาคมเป็นไปได้อย่างสะดวก มีการขนส่งหลากหลายรูปแบบ สถานที่ตั้งโครงการอยู่ในจุดที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ง่าย การให้ความสะดวกด้านสาธารณูปโภคทางสถานที่ตั้งมีการจัดเตรียมไว้ให้พร้อม การจัดหาวัตถุดิบก็ทำได้สะดวกเนื่องจากโครงการอยู่ติดถนน ทำให้อำนวยความสะดวกในด้านการจัดส่งวัตถุดิบเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สรุปได้ว่าโครงการมีความพร้อมทั้งด้านระบบการผลิต การจัดการผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการจัดหาและขนส่ง ปัจจัยนำเข้าที่มีมาตรฐานในการดำเนินโครงการ โดยการรับวัตถุดิบจะขึ้นอยู่กับการวางแผนการผลิต และจำหน่ายที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามยอดจำหน่ายในแต่ละวัน ซึ่งปริมาณวัตถุดิบที่มีอยู่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่า การลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร ไม่มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 ประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ

รายการ	ค่าใช้จ่ายคิดเป็นร้อยละจากยอดขาย (บาท)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	1,754,880	1,789,980	1,825,800	1,862,340	1,899,600
ค่าวัตถุดิบ ¹	701,952	715,992	730,320	744,936	759,840
รวม	701,952	715,992	730,320	744,936	759,840

หมายเหตุ¹ ร้อยละ 40 ของยอดขาย

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	1,754,880	1,789,980	1,825,800	1,862,340	1,899,600
ค่าใช้จ่ายในการขาย					
เงินเดือนพนักงาน	192,000	192,000	192,000	192,000	192,000
ค่าสาธารณูปโภค	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
ค่าโฆษณา	46,797	47,733	48,688	49,662	50,656
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	46,797	47,733	48,688	49,662	50,656
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร					
ค่าภาษีป้ายร้านค้า ¹	400	400	400	400	400
ค่าเช่าสถานที่	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
รวม	501,994	503,866	505,776	507,724	509,312

หมายเหตุ¹ ป้ายร้านค้าใช้พื้นที่ 10,000 ตารางเซนติเมตร มีอักษรไทยบนอักษรต่างประเทศ คิดอัตรา 20 บาท ต่อ 500 ตารางเซนติเมตร

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานไม่รวมค่าเสื่อมราคา (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายผลิตภัณฑ์ขาย ¹	701,952	715,992	730,320	744,936	759,840
ค่าใช้จ่ายในการขาย ²	321,594	323,466	325,376	327,324	329,312
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ²	180,400	180,400	180,400	180,400	180,400
รวม	1,203,946	1,219,858	1,236,096	1,252,660	1,269,552

หมายเหตุ¹ จากตารางที่ 15

² จากตารางที่ 16

ที่มา: จากการคำนวณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 18 การประมาณต้นทุนการผลิตของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าวัตถุดิบ ¹	701,952	715,992	730,320	744,936	759,840
ค่าใช้จ่ายในการขาย ²	321,594	323,466	325,376	327,324	329,312
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ²	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อม) ³	1,203,946	1,219,858	1,236,096	1,252,660	1,269,552
ค่าเสื่อมราคาวัสดุและอุปกรณ์	19,400	19,400	19,400	19,400	19,400
ต้นทุนการผลิตรวม	1,223,346	1,239,258	1,255,496	1,272,060	1,288,952

หมายเหตุ¹ จากตารางที่ 15

² จากตารางที่ 16

³ จากตารางที่ 17

ที่มา: จากการคำนวณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินจะเป็นการวิเคราะห์โครงการด้านการลงทุนตั้งแต่เริ่มต้นโครงการจนถึงสิ้นสุดโครงการ โดยที่การวิเคราะห์จะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไรของโครงการ รวมถึงการวางแผนทางการเงินและการวางแผนกำไร เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางด้านการเงินใด ๆ เกิดขึ้นกับโครงการ มีรายละเอียดดังนี้

รายละเอียดของโครงการ

แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนทั้งหมดเป็นเงินลงทุนจากเจ้าของกิจการเองไม่มีการกู้ยืม โดยตามการประมาณการด้านขนาดที่จะใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 1,000,000 บาท แบ่งเป็นการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 750,000 บาท เป็นเงินลงทุนหมุนเวียนสำหรับค่าใช้จ่ายประมาณ 250,000 บาท (ตารางที่ 14)

อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

อัตราคิดลด (discount rate) ในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการนี้ กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 10 จากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ณ ปี พ.ศ. 2551 ที่อัตราร้อยละ 7.5 บวกอัตราความเสี่ยงประมาณร้อยละ 2.5

อายุโครงการ

กำหนดอายุโครงการ 5 ปี โดยกำหนดจากสัญญาเช่าสถานที่ และในระหว่างโครงการไม่มีการลงทุนเพิ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 19 ประมาณการกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	1,754,880	1,789,980	1,825,800	1,862,340	1,899,600
หัก ต้นทุนวัตถุดิบ ¹	701,952	715,992	730,320	744,936	759,840
กำไรขั้นต้น	1,052,928	1,073,988	1,095,480	1,117,404	1,139,760
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร ¹	501,994	503,866	505,776	507,724	509,312
กำไรขาดทุนก่อนหักภาษี	550,934	570,122	589,704	609,680	630,448
หัก ภาษีเงินได้ (ร้อยละ 30)	165,280	171,037	176,911	182,904	189,134
กำไรสุทธิ	385,654	399,085	412,793	426,776	441,314
กำไรสะสม	385,654	784,739	1,197,532	1,624,308	2,065,622

หมายเหตุ¹ จากตารางที่ 17

ที่มา: จากการคำนวณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 20 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ						
รายได้จากการขาย	1,754,880	1,789,980	1,825,800	1,862,340	1,899,600	
กระแสเงินสดจ่าย						
เงินลงทุนของโครงการ	750,000	0	0	0	0	0
เงินทุนหมุนเวียน	250,000	0	0	0	0	- 250,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อมราคา) ¹	1,203,946	1,219,858	1,236,096	1,252,660	1,269,552	
ภาษีเงินได้ (ร้อยละ30)	165,280	171,037	176,911	182,904	189,134	
รวมกระแสเงินสดจ่าย	1,369,226	1,390,895	1,413,007	1,435,564	1,208,686	
กระแสเงินสดสุทธิ	1,000,000	385,654	399,085	412,793	426,776	690,914
กระแสเงินสดสะสม	385,654	784,739	1,197,532	1,624,308	2,315,222	

หมายเหตุ¹ จากตารางที่ 17
ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์ที่มุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงิน หรือความสามารถในการทำกำไร เพื่อให้ผู้ลงทุนเกิดความมั่นใจในการลงทุนว่าถ้ามีการลงทุนในโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางด้านการเงินใด ๆ กับโครงการ และเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าควรลงทุนในกิจการหรือไม่ โดยใช้วิธีการประเมินที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลา คือ ระยะเวลาการคืนทุน และวิธีประเมินที่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลา คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน โดยผลของการประเมินค่าการลงทุนทั้ง 4 ด้านนั้นสามารถพิจารณา (ตารางที่ 21)

ตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน

รายการ	ผลที่ได้จากการคำนวณ ¹
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 6 เดือน 10 วัน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	710,757
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (ร้อยละ)	32.67
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (เท่า)	1.71

หมายเหตุ ¹ พิจารณาจากอัตราผลตอบแทนของโครงการที่คาดหวังเท่ากับร้อยละ 10
ที่มา: (จากการคำนวณในภาคผนวก ค)

สามารถอธิบายผลของการประเมินค่าการลงทุนที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาและการประเมินค่าการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาจากการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน คำนวณจากจำนวนปีที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายของโครงการ ซึ่งโครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 6 เดือน 10 วัน
2. มูลค่าปัจจุบัน เป็นการศึกษาค่าผลต่างระหว่างมูลค่ารวมของกระแสเงินสดสุทธิกับกับเงินสดลงทุน ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ ในการศึกษามุ่งหวังจะให้โครงการได้รับผลตอบแทนที่มีความคุ้มค่าหรือมีกำไร โดยที่ค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการจะต้องมีค่าเป็นบวกหรือมากกว่าศูนย์ แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับศูนย์แสดงว่า ผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน โครงการไม่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำไรแต่ก็ไม่ได้ขาดทุน และในกรณีที่มูลค่าที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นลบ หรือมีค่าน้อยกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุนโครงการนั้นถือว่าขาดทุน ซึ่งเมื่อพิจารณามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการนั้นมีค่าเท่ากับ 710,757 บาท แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้นั้นมีค่ามากกว่าต้นทุนหรือโครงการมีความคุ้มค่าหรือได้กำไรจากการลงทุน

3. อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เพื่อศึกษาหาผลตอบแทนสุทธิของการลงทุนว่ามีค่าร้อยละเท่าไร โดยคำนวณหาอัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการตลอดอายุของโครงการมีค่าเท่ากับเงินสดที่จ่ายลงทุน ซึ่งโครงการนี้มีผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 32.67 ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการของโครงการที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 10

4. อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย เพื่อศึกษาถึงอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุโครงการ โดยโครงการคาดหวังว่าอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายจะมีค่ามากกว่าหนึ่ง คือผลตอบแทนที่ได้จะมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไปในการลงทุนหรือโครงการก็จะมีกำไร อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่าเท่ากับ 1.71 เท่า แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนหรือโครงการมีกำไร

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว

เป็นการวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อโครงการที่อาจจะเกิดขึ้นจริงในอนาคต ซึ่งจะคาดการณ์ถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อโครงการคือ กรณีที่รายได้ลดลงและกรณีที่ดินทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นซึ่งจะส่งผลโดยทำให้การดำเนินงานเกิดปัญหาขึ้นได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการคำนวณผลตอบแทนโครงการหากกรณีดังกล่าวเกิดขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่โครงการ กรณีเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว โดยทำการตั้งสมมติฐานเป็น 2 กรณี คือ

กรณีที่ 1 รายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 10 โดยมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานคงที่

กรณีที่ 2 ต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 โดยมีรายได้จากการขายคงที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณีศึกษาที่ 1 กรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 10

ตารางที่ 22 ประมาณการกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	1,579,392	1,610,982	1,643,220	1,676,106	1,709,640
หัก ต้นทุนวัตถุดิบ ¹	701,952	715,992	730,320	744,936	759,840
กำไรขั้นต้น	877,440	894,990	912,900	931,170	949,800
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร ²	501,994	503,866	505,776	507,724	509,312
กำไรขาดทุนก่อนหักภาษี	375,446	391,124	407,124	423,446	440,488
หัก ภาษีเงินได้ (ร้อยละ 30)	112,634	117,337	122,137	127,034	132,146
กำไรสุทธิ	262,812	273,787	284,987	296,412	308,342
กำไรสะสม	262,812	536,559	821,586	1,117,998	1,426,340

หมายเหตุ¹ จากตารางที่ 18

² จากตารางที่ 17

ที่มา: จากการคำนวณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 23 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ						
รายได้จากการขาย		1,579,392	1,610,982	1,643,220	1,676,106	1,709,640
กระแสเงินสดจ่าย						
เงินลงทุนของโครงการ	750,000	0	0	0	0	0
เงินทุนหมุนเวียน	250,000	0	0	0	0	- 250,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อมราคา) ¹		1,203,946	1,219,858	1,236,096	1,252,660	1,269,552
ภาษีเงินได้ (ร้อยละ30)		112,634	117,337	122,137	127,034	132,146
รวมกระแสเงินสดจ่าย		1,316,580	1,337,195	1,358,233	1,379,694	1,151,698
กระแสเงินสดสุทธิ	1,000,000	262,812	273,787	284,987	296,412	557,942
กระแสเงินสดสะสม		262,812	536,599	821,586	1,117,998	1,675,940

หมายเหตุ¹ จากตารางที่ 17
ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 24 สรุปผลการวิเคราะห์การลงทุน กรณีกรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 10

การประเมินการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ ¹
ระยะเวลาคืนทุน	3 ปี 7 เดือน 10 วัน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	228,001
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (ร้อยละ)	17.59
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (เท่า)	1.23

หมายเหตุ ¹ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการที่ร้อยละ 10
ที่มา: (จากการคำนวณในภาคผนวก ค)

ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการกรณีที่ 1

จากผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการกรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 10 โดยกำหนดให้ต้นทุนการดำเนินงานคงที่ จากการคำนวณตามสมมติฐานดังกล่าว พบว่าโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 7 เดือน 10 วัน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 228,001 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการร้อยละ 17.59 และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.23 เท่า แม้ระยะเวลาคืนทุนจะมากกว่ากรณีปกติ แต่เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วโครงการยังถือว่ามีความคุ้มค่าในการลงทุนอยู่ จึงสามารถสรุปได้ว่า หากเกิดรายได้จากการดำเนินโครงการลดลงร้อยละ 10 โครงการดังกล่าวจะยังมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณี 2 กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

ตารางที่ 25 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ						
รายได้จากการขาย		1,754,880	1,789,980	1,825,800	1,862,340	1,899,600
กระแสเงินสดจ่าย						
เงินลงทุนของโครงการ	750,000	0	0	0	0	0
เงินทุนหมุนเวียน	250,000	0	0	0	0	- 250,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อมราคา)		1,324,341	1,341,844	1,359,706	1,377,926	1,396,507
ภาษีเงินได้ (ร้อยละ30)		129,162	134,441	139,828	145,324	150,928
รวมกระแสเงินสดจ่าย		1,453,503	1,476,285	1,499,534	1,523,250	1,297,435
กระแสเงินสดสุทธิ	1,000,000	301,377	313,695	326,266	339,090	602,165
กระแสเงินสดสะสม		301,377	615,072	941,338	1,280,428	1,882,593

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 26 สรุปผลการวิเคราะห์การลงทุน กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

การประเมินการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ ¹
ระยะเวลาคืนทุน	3 ปี 2 เดือน 3 วัน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	383,632
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (ร้อยละ)	22.56
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (เท่า)	1.38

หมายเหตุ ¹ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการที่ร้อยละ 10
ที่มา: (จากการคำนวณในภาคผนวก ค)

ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการกรณีที่ 2

จากผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการกรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 โดยกำหนดให้รายได้จากการขายคงที่ จากการคำนวณ พบว่าโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 2 เดือน 3 วัน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 383,632 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เท่ากับร้อยละ 22.56 และอัตราอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.38 เท่า จึงสามารถสรุปได้ว่า หากต้นทุนในการดำเนินงานของโครงการมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 10 โครงการดังกล่าวจะยังมีความเป็นไปได้ในการดำเนินการ

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงินในการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม พบว่ามีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.71 เท่า โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกและค่าเท่ากับ 710,757 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 10 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 32.67 และโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 6 เดือน 10 วัน จากการวิเคราะห์การเงินทุกกรณี ทำให้ทราบว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุนคือโครงการมีกำไรในการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ โครงการจึงมีความเป็นไปได้ทางด้านการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในปัจจุบันมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากคนเริ่มหันมาสนใจในเรื่องของสุขภาพกันมากขึ้น รวมถึงการเลือกรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพก็มามากขึ้น เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ร้านอาหารเพื่อสุขภาพแนวใหม่จึงถือเป็นทางเลือกที่สำคัญที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ซึ่งเป็นทำเลที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและสะดวก โดยบริเวณนั้นมีรถยนต์สัญจรผ่านไปมาได้อย่างสะดวก มีกลุ่มคนที่เดินผ่านไปมาหนาแน่น และคนบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม เป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูง ทำให้มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง จึงได้ทำการเลือกพื้นที่นี้ เพื่อรองรับการขยายตัวของชุมชนและความเติบโตของตลาดในย่านธุรกิจนั้น ดังนั้นช่องทางจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพในบริเวณนั้น จึงเป็นทางเลือกที่ดีของโครงการ แต่อย่างไรก็ตามควรมีการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการลงทุนทำธุรกิจ เพื่อให้เกิดความมั่นใจก่อนการลงทุน และเป็นการลดความเสี่ยงของการลงทุน โครงการจึงควรที่จะศึกษาความเป็นไปได้ทั้งทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน เพื่อเป็นการนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาประกอบการตัดสินใจในการลงทุน

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดตั้งแต่ด้านขนาดตลาด แนวโน้มตลาด ส่วนแบ่งตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณการยอดขายของโครงการ จากนั้นจะทำการศึกษาทางด้านเทคนิค โดยที่จะศึกษาทำเลที่ตั้งของโครงการ การพิจารณาถึงระบบการผลิต ที่ประกอบไปด้วย ปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิต และปัจจัยนำออก จากนั้นทำการประมาณการต้นทุนเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงินต่อไป โดยที่การวิเคราะห์ทางการเงิน เริ่มจากการวิเคราะห์ระยะเวลาดังทุน การหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ การหาอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ และการหาอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย สุดท้ายทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหว เพื่อนำผลไปใช้ในการตัดสินใจลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการศึกษาในครั้งนี้ โครงการได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยใช้ในการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกทำการศึกษานักคหบดีทำงาน และผู้คนที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณโครงการในระยะ 1 กิโลเมตร โดยเจาะจงไปที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม ในเขตปทุมวัน และรอบเก็บแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่างทันที ส่วนข้อมูลทุติยภูมิได้จากเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมาทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน

ผลการวิเคราะห์ทางด้านตลาดพบว่า มีความเป็นไปได้ทางด้านตลาดโดยพิจารณาจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่สนใจจะซื้อสินค้าในร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพของโครงการอย่างแน่นอนคิดเป็นร้อยละ 63 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด มีมูลค่าตลาดโดยรวมเท่ากับ 2,785,536 บาทต่อปี ซึ่งถือว่าตลาดของอาหารเพื่อสุขภาพ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ อัตราการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเฉลี่ย 3 ครั้งต่อสัปดาห์ และค่าใช้จ่ายในการบริโภคครั้งละ 60 บาท มีแนวโน้มที่ขยายและจำนวนลูกค้าจะเพิ่มขึ้นทุกปีในพื้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลมแห่งนี้

การศึกษาทางด้านเทคนิคพบว่า มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคทั้งในด้านของทำเลที่ตั้งที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีประชากรหนาแน่นเนื่องจากอยู่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม มีความสะดวกทางด้านคมนาคม มีปัจจัยทางด้านสาธารณูปโภคพร้อม การจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งผลิต เป็นไปอย่างสะดวก กระบวนการผลิตมีความพร้อม สามารถจัดหาเครื่องจักรอุปกรณ์ได้พร้อม และปัจจัยนำออกที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตามต้องการ

การศึกษาทางการเงินพบว่า โครงการมีระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ที่ 2 ปี 6 เดือน 10 วัน มีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.71 เท่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกและมีค่าเท่ากับ 710,757 บาท ในอัตราคิดลดที่ร้อยละ 10 อัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 32.67 จากผลการวิเคราะห์ที่ได้ทำให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าโครงการมีความคุ้มค่าที่ควรลงทุน ดังนั้นโครงการจึงมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร พบว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ดังนั้นจึงทำการปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งไว้ทุกข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทางด้านตลาด หากโครงการลงทุนร้านอาหารเพื่อสุขภาพเกิดขึ้นจริง ผู้ศึกษาจำเป็นจะต้องใส่ใจในเรื่องของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ควรมีความหลากหลาย เน้นรสชาติ คุณภาพ ความสดใหม่ สะอาด ถูกสุขลักษณะ มีมาตรฐานให้ตัวผลิตภัณฑ์ และจะต้องคอยพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่อยู่เสมอ เพื่อเป็นการดึงดูดผู้บริโภคและเป็นการรักษาลูกค้าไว้ รวมถึงการแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ครบถ้วน ตรงตามความเป็นจริง เพื่อเป็นการช่วยขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น

2. ข้อเสนอแนะทางด้านเทคนิค ด้านการจัดหาวัตถุดิบพบว่ามีการใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงในการขนส่งวัตถุดิบ ทำให้เกิดต้นทุนที่สูง รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการเก็บรักษาที่สั้น และโครงการได้เน้นถึงความสดใหม่ ทำให้ต้องสั่งซื้อสินค้าเข้าทุกวัน ซึ่งทำให้เกิดต้นทุนทางด้านค่าขนส่งเพิ่มมากขึ้น จึงควรเลือกผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่สามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและใกล้สถานที่โครงการมากที่สุด เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนทางด้านการจัดส่ง และควรมีการพัฒนาคัดค้นหาผลิตภัณฑ์แปลกใหม่มาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อรักษาจำนวนผู้ใช้บริการของโครงการไว้

3. ข้อเสนอแนะด้านการเงิน เงินทุนหมุนเวียนของโครงการที่เกิดขึ้น อาจมีการปรับเปลี่ยนมูลค่าขึ้นลงได้ ซึ่งต้องสังเกตหลังจากที่โครงการดำเนินการจริงแล้ว 3 เดือนหรือ 6 เดือน และอาจนำมาปรับยอดเงินทุนหมุนเวียนของโครงการเพื่อให้มีเงินสำรองไว้ในปริมาณที่เหมาะสม ส่วนความอ่อนไหวของโครงการ พบว่า หากมีรายได้ลดลงผลกระทบต่อโครงการจะได้รับนั้นยังถือว่าคุ้มค่าอยู่ แต่หากมีต้นทุนที่สูงขึ้นจะพบว่า มีผลกระทบต่อโครงการ ฉะนั้นโครงการจะต้องระวังและควบคุมเรื่องค่าใช้จ่ายในด้านการผลิตและการบริหารให้คงที่หรือผันแปรขึ้นลงไม่มากนัก เพราะอาจส่งผลกระทบต่อโครงการได้

4. ด้านการลงทุนร้านอาหารเพื่อสุขภาพ สำหรับผู้ที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจนี้ จะต้องศึกษาถึงขั้นตอนการขอรับใบอนุญาตประกอบสถานบริการ ขั้นตอนการขอใบรับรองมาตรฐานอาหารเพื่อสุขภาพ และขั้นตอนการประเมินความรู้ความสามารถของผู้ดำเนินการและผู้ให้บริการธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพอย่างละเอียดถี่ถ้วนเพื่อความถูกต้องในการดำเนินธุรกิจอย่างถูกกฎหมายและปลอดภัยต่อผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กรรมนิการ์ กลินประเสริฐ และคณะ. 2549. การศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุน
ธุรกิจสปาแบบไทยในจัสมินซูเปอร์สโตร์ สาขาพัฒนาการ. ปัญหาพิเศษวิทยา
ศาสตร์บัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจเกษตร. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง.

กฤษณิ เวชสาร. 2545. การวิจัยตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

กมลเนตร มีเพ็ชร์ และคณะ. 2551. การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจสปาสมุนไพร
ไทย ในเขตลาดกระบัง. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขา
บริหารธุรกิจเกษตร. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ชนิษฐา แซ่เจี๋ย และบรรเจิด สังกวาลย์นุช. 2548. การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนใน
ธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีดีมีซ่า บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ปัญหา
พิเศษวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจเกษตร. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง.

จันทนา จันทโร. 2540. การศึกษาความเป็นไปได้โครงการด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชัยยศ สันติวงษ์. 2539. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช.

ฐาปนา ฉิมไพศาล. 2542. การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พัคตร์พวง วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์. 2542. Five-Forces Model. [Online]. Available:

<http://www.krungsri.com>. 22 ธันวาคม 2552.

พัจนาภา ยศปัญญา และคณะ. 2551. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม. ปัญหาพิเศษวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจเกษตร. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

พิมพ์ประภา เกษตรบัว. 2551. อาหารเพื่อสุขภาพโตสวนกระแสนเศรษฐกิจ. [Online].

Available: <http://www.newswit.com/news/sc/Other>. 23 พฤศจิกายน 2552.

เพ็ญน้อย อุบลวัฒนา. 2541. การศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ทางการตลาดและการเงินของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น โดยศึกษากรณีเปิดสาขาในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เพ็ญภา ศรีอรุณเรืองทิศ. 2548. การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านตลาดและการเงินของการลงทุนแฟรนไชส์ร้านบ้านไร่กาแฟ สาขามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วัฒนา ประสิทธิ์เวช. 2542. การบริหารโครงการ. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

วนิดา เกียรติกานนท์. 2542. การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจแฟรนไชส์กรณีศึกษาแฟรนไชส์พรีนมาร์ท. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2548. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บริษัท เอ เอ็น การพิมพ์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุธน ศรีจิตติวงศ์ และคณะ. 2551. การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. ปัญหาพิเศษวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจเกษตร. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สุวิมล แม้นจริง. 2546. การจัดการการตลาด (Marketing Management). พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เอช.เอ็น.กรุ๊ป.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. 2551. วิทยุรังกาน รักษาสุขภาพ ภายในงาน “สุขภาวะดี วิถีไทย หรือ Thailand Health & Wellness 2009”. [Online]. Available. <http://www.thailandhealthandwellness.com>. 17 พฤศจิกายน 2552.

สำนักงานเขตปทุมวัน. 2551. ข้อมูลพื้นที่เขตปทุมวัน. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. 2552. ประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2552 และ 2553. [Online]. Available. <http://www.thaipr.net>. 28 ธันวาคม 2552.

สำนักวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. 2551. ข้อมูลการตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2542. การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บริษัท วีระพิมพ์ และไซเท็ก จำกัด.

อุมาพร สุทัศน์วรวิฒิ และพิภพ จิรภิญญา. 2542. อาหารเพื่อสุขภาพและอาหารตามสมัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.



แบบสอบถาม

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนร้านจำหน่ายอาหารเพื่อ
สุขภาพ ในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้น เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อประกอบ
การศึกษา และงานวิจัย ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภาควิชา
บริหารธุรกิจเกษตร ซึ่งการให้คำตอบที่สมบูรณ์และตรงตามความจริงของท่านจะเป็นประโยชน์แก่
ผู้ทำการวิจัย

คำแนะนำ : กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน () ที่ท่านต้องการ และเติมข้อความหรือตัวเลขใน
ช่องว่างที่กำหนดให้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ ปี
3. อาชีพ () รัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ () พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน
() ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว () อื่นๆ ระบุ.....
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ.....บาท
5. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อวันประมาณ.....บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

6. ท่านเป็นผู้ที่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพหรือไม่

() เคย () ไม่เคย

7. ท่านเคยซื้ออาหารเพื่อสุขภาพประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ขนมปังผสมธัญพืช (ขนมปังโฮลวีท, ขนมปังลูกเกด ฯลฯ)
- () เครื่องดื่มธัญพืช (น้ำข้าวกล้อง, นานมข้าวโพด, น้ำส้ม, น้ำแครอท ฯลฯ)
- () แชนวิต (ไส้แฮม, ไส้กรอก, ไข่ดาว, ทูน่า ฯลฯ) ขนมปังแชนวิตทำมาจากขนมปังโฮลวีท
- () น้ำผลไม้สด (น้ำส้ม, น้ำแคนตาลูป, น้ำแอปเปิ้ล ฯลฯ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

() อื่นๆ โปรดระบุ.....

8. ปกติท่านซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากสถานที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ร้านสะดวกซื้อ (เช่น 7-11, Family Mart) () ร้านค้าบริเวณสถานี BTS ชิดลม

() ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (เช่น คาร์ฟูร์, Lotus) () อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. ท่านบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นระยะเวลามานานเพียงใด.....ก็วัน/ก็เดือน/ก็ปี

10. ท่านซื้ออาหารเพื่อสุขภาพแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงิน.....บาท/ครั้ง

11. ท่านซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเป็นจำนวน.....ครั้ง/สัปดาห์

12. ท่านคิดว่าในอนาคตแนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของท่านจะเป็นอย่างไร

() ไม่แน่ใจ () บริโภคปกติเหมือนที่ผ่านมา () บริโภคมากขึ้น

() บริโภคน้อยลง () ไม่บริโภคแล้ว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งร้านอาหารเพื่อสุขภาพ (ขนมปัง แชนวีส์ เครื่องดื่ม ชูบ น้ำผลไม้ ฯลฯ) บริเวณใกล้สถานีรถไฟฟ้า BTS ชิดลม (สามารถตอบได้หลายผลิตภัณฑ์)

13. ถ้ามีผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพมาวางจำหน่ายตามร้านค้าบริเวณใกล้สถานีรถไฟฟ้า BTS ชิดลม โดยที่มีราคา และคุณภาพของสินค้าไม่แตกต่างจากร้านสะดวกซื้อทั่วไป หรือตามซูเปอร์มาเก็ตต่างๆ แต่เน้นขายเพียงอาหารเพื่อสุขภาพเท่านั้น ท่านคิดว่าจะซื้อหรือไม่

() ซื้อแน่นอน () อาจจะซื้อ () ไม่แน่ใจ

() อาจจะไม่ซื้อ () ไม่ซื้อแน่นอน

14. ท่านคิดว่าจะซื้อขนมปังผสมธัญพืช (ขนมปังโฮลวีท, ขนมปังลูกเกด ฯลฯ) หรือไม่ ถ้ามีร้านจำหน่ายบริเวณใกล้สถานีรถไฟฟ้า BTS ชิดลม

() คิดว่าซื้อ () ไม่ซื้อ (ทำต่อข้อ 15)

ท่านคิดว่าท่านจะซื้อกี่วัน ใน 1 สัปดาห์.....ครั้งต่อสัปดาห์

ท่านคิดว่าจะซื้อขนมปังเป็นจำนวนกี่บาทต่อครั้ง.....บาท

15. ท่านคิดว่าจะซื้อเครื่องดื่มผสมธัญพืช (น้ำข้าวกล้อง, น้มนมข้าวโพด, น้ำแครอท ฯลฯ) หรือไม่ ถ้ามีร้านจำหน่ายบริเวณใกล้สถานีรถไฟฟ้า BTS ชิดลม

() คิดว่าซื้อ () ไม่ซื้อ (ทำต่อข้อ 16)

ท่านคิดว่าท่านจะซื้อกี่วัน ใน 1 สัปดาห์.....ครั้งต่อสัปดาห์

ท่านคิดว่าจะซื้อเครื่องดื่มธัญพืชเป็นจำนวนกี่บาทต่อครั้ง.....บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

16. ท่านคิดว่าจะซื้อแซนวิช (ไส้แฮม, ไส้กรอก, ไส้ไข่ดาว, ไส้ทูน่า ฯลฯ) หรือไม่ ถ้ามีร้านจำหน่ายบริเวณใกล้สถานีรถไฟฟ้า BTS ชิดลม

() คิดว่าซื้อ

() ไม่ซื้อ (ทำต่อข้อ 17)

ท่านคิดว่าท่านจะซื้อกี่วัน ใน 1 สัปดาห์ครั้งต่อสัปดาห์

ท่านคิดว่าจะซื้อแซนวิชเป็นจำนวนกี่บาทต่อครั้ง.....บาท

17. ท่านคิดว่าจะซื้อน้ำผลไม้สด (น้ำส้มคั้น, น้ำแคนตาลูป, น้ำแอปเปิ้ล ฯลฯ) หรือไม่ ถ้ามีร้านจำหน่าย บริเวณใกล้สถานารถไฟฟ้า BTS ชิดลม

() คิดว่าซื้อ

() ไม่ซื้อ (ทำต่อข้อ 18)

ท่านคิดว่าท่านจะซื้อกี่วัน ใน 1 สัปดาห์ครั้งต่อสัปดาห์

ท่านคิดว่าจะซื้อน้ำผลไม้สดเป็นจำนวนกี่บาทต่อครั้ง.....บาท

18. ท่านคิดว่าท่านจะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ (ประเภทใดก็ได้) กี่ครั้ง...../สัปดาห์

19. ในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพแต่ละครั้งท่านคิดว่าจะซื้อเป็นจำนวนเงินเท่าไร.....บาท/ครั้ง

ขอขอบคุณท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข.

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ ภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไป หรือจากหน่วยภาษีที่มีลักษณะพิเศษ ตามที่กำหนดกำหนดและมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยปกติจัดเก็บเป็นรายปี รายได้ที่เกิดขึ้นในปีใด ๆ ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องนำไปแสดงรายการตนเองตามแบบแสดงรายการภาษีที่กำหนดภายในเดือนมกราคมถึงมีนาคมของปีถัดไป สำหรับผู้มีเงินได้บางกรณี กฎหมายยังกำหนดให้ยื่นแบบ ฯ 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 หรือภาษีใดข้างต้นที่เกิดขึ้นระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม ของปีใด ๆ หรือเงินได้ ที่เกิดขึ้นในปีภาษี ได้แก่

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

ผู้มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีภาษีจะต้องยื่นแบบฯ ก็ต่อเมื่อมีเงินได้ถึงเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนด ไม่ว่าจะเมื่อคำนวณภาษีแล้วจะมีภาษีต้องชำระเพิ่มหรือไม่ก็ตาม ดังนี้

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 กรณีไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินเกิน 50,000 บาท

1.2 กรณีที่มีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียว หรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกันเกิน 100,000 บาท

2. ผู้มีเงินได้จากการทำธุรกิจการค้าทั่วไปที่มีใช้เกิดจากการจ้างแรงงานที่ได้รับในปีภาษีนั้น (ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม)

2.1 กรณีไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินเกิน 30,000 บาท

2.2 กรณีมีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียวหรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกันเกิน 60,000 บาท

3. กองมรดกของผู้ตายที่ยังไม่แบ่งเกิน 30,000 บาท

4. ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคลเกิน 30,000 บาท

ตารางภาคผนวก 1 อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

เงินได้สุทธิ	ช่วงเงินได้สุทธิ แต่ละชั้น	อัตราภาษี (ร้อยละ)	ภาษีแต่ละชั้นเงิน ได้สุทธิ	ภาษีสะสม สูงสุดของชั้น
1 - 150,000	150,000	ได้รับยกเว้น		
150,001 - 500,000	350,000	10	35,000	35,000
500,001 - 1,000,000	500,000	20	100,000	135,000
1,000,001 - 4,000,000	3,000,000	30	900,000	1,035,000
4,000,001 บาทขึ้นไป		37		

หมายเหตุ : การยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เงินได้สุทธิเฉพาะส่วนไม่เกิน 150,000 บาท มีผลใช้บังคับสำหรับเงินได้สุทธิที่เกิดขึ้นในปีพ.ศ. 2551 เป็นต้นไป (พระราชกฤษฎีกา (ฉบับที่ 470) พ.ศ. 2551)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ค.

ภาษีป้ายร้าน

ป้ายที่ต้องเสียภาษีได้แก่ ป้ายที่แสดงชื่อ ยี่ห้อหรือเครื่องหมาย ที่ใช้ในการประกอบการค้าหรือประกอบกิจการอื่น เพื่อหารายได้หรือโฆษณาการค้าหรือกิจการอื่นเพื่อหารายได้ ไม่ว่าจะได้แสดงหรือโฆษณาไว้ที่วัตถุใด ๆ ด้วยอักษร ภาพ หรือเครื่องหมายที่เขียน แกะสลัก จารึก หรือทำให้ปรากฏด้วยวิธีอื่น

ผู้มีหน้าที่เสียภาษี

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีป้ายคือ เจ้าของป้าย แต่ในกรณีที่ปรากฏแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ว่าไม่มีผู้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีป้าย (ภ.ป. 1) สำหรับป้ายใด เมื่อพนักงานเจ้าหน้าที่ไม่อาจหาตัวเจ้าของป้ายนั้นได้ให้ถือว่าผู้ครอบครองป้ายนั้นเป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีป้าย ถ้าไม่อาจหาตัวผู้ครอบครองป้ายนั้นได้ให้ถือว่าเจ้าของหรือผู้ครอบครองอาคาร หรือที่ดินที่ป้ายนั้นติดตั้งหรือแสดงอยู่เป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีป้ายตามลำดับและให้พนักงานเจ้าหน้าที่แจ้งการประเมินภาษีเป็นหนังสือไปยังบุคคลดังกล่าว

กำหนดระยะเวลาให้ยื่นแบบแสดงรายการ

ให้เจ้าของป้ายซึ่งจะต้องเสียภาษีป้าย ยื่นแบบแสดงรายการภาษีป้ายตามแบบและวิธีการที่กระทรวงมหาดไทยกำหนด ภายในเดือนมีนาคมของปี ให้เจ้าของป้ายมีหน้าที่เสียภาษีป้ายโดยเสียเป็นรายปี ยกเว้นป้ายที่เริ่มติดตั้งหรือแสดงในปีแรกให้เสียภาษีป้ายตั้งแต่วันเริ่มติดตั้ง หรือแสดงจนถึงวันสิ้นปี และให้คิดภาษีป้ายเป็นรายงวด งวดละสามเดือนของปี โดยเริ่มเสียภาษีป้ายตั้งแต่งวดที่ติดตั้งป้ายจนถึงงวดสุดท้ายของปี ทั้งนี้เป็นไปตามอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง ป้ายที่ติดตั้งบนอสังหาริมทรัพย์ของบุคคลอื่น และมีพื้นที่เกินสองตารางเมตรต้องมีชื่อและที่อยู่ของเจ้าของป้าย เป็นตัวอักษรไทยที่ชัดเจนที่มุมขวาด้านล่างของป้ายและให้ข้อความดังกล่าวได้รับยกเว้นภาษีป้าย ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎกระทรวง ในกรณีที่เจ้าของป้ายอยู่นอกประเทศ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไทย ให้ตัวแทน หรือผู้แทนในประเทศ มีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีป้ายแทนเจ้าของป้าย ถ้าเจ้าของป้ายตาย เป็นผู้ไม่อยู่เป็นคนสาบสูญ เป็นคนไร้ความสามารถหรือเป็นคนเสมือนไร้ความสามารถให้ผู้จัดการมรดก ผู้ครอบครองทรัพย์สินมรดกไม่ว่าจะเป็นทายาทหรือผู้อื่น ผู้จัดการทรัพย์สิน ผู้อนุบาลหรือผู้พิทักษ์แล้วแต่กรณี มีหน้าที่ปฏิบัติการแทนเจ้าของป้าย เจ้าของป้ายผู้ใด

1. ติดตั้งหรือแสดงป้ายอันต้องเสียภาษีภายหลังเดือนมีนาคม ให้เสียเป็นรายงวด
2. ติดตั้งหรือแสดงป้ายใหม่แทนป้ายเดิม และมีพื้นที่ ข้อความ ภาพและเครื่องหมายอย่างเดียวกับป้ายเดิมที่ได้เสียภาษีป้ายแล้ว ป้ายชำรุดไม่ต้องชำระเฉพาะปีที่ติดตั้ง
3. เปลี่ยนแปลงแก้ไขพื้นที่ป้าย ข้อความ ภาพ หรือเครื่องหมายบางส่วนในป้ายที่ได้เสียภาษีป้ายแล้ว อันเป็นเหตุให้ต้องเสียภาษีป้ายเพิ่ม ป้ายที่เพิ่มข้อความชำระตามประเภทป้าย เฉพาะส่วนที่เพิ่มป้ายที่ลดขนาดไม่ต้องคืนเงินภาษีในส่วนที่ลด ถ้าเปลี่ยนขนาดต้องชำระใหม่ ให้เจ้าของป้ายยื่นแบบแสดงรายการภาษีป้ายต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ติดตั้งหรือแสดงป้าย หรือนับแต่วันเปลี่ยนแปลง แก้ไขข้อความ ภาพ หรือเครื่องหมายป้ายเดิมแล้วแต่กรณี

ฐานภาษีและอัตราภาษี

ฐานภาษีและอัตรา คือเนื้อที่ของป้ายและประเภทของป้ายรวมกัน ถ้าเป็นป้ายที่มีขอบเขตกำหนดได้ การคำนวณพื้นที่ป้ายให้เอาส่วนกว้างที่สุดคูณด้วยส่วนยาวที่สุดเป็นขอบเขตของป้าย ถ้าเป็นป้ายที่ไม่มีขอบเขตกำหนดได้ ให้ถือเอาตัวอักษร ภาพ หรือเครื่องหมายที่อยู่ริมสุดเป็นขอบเขตสำหรับกำหนดส่วนที่กว้างที่สุดและยาวที่สุด แล้วคำนวณเป็นตารางเซนติเมตร เศษของ 500 ตารางเซนติเมตรถ้าเกินครึ่ง ให้นับเป็น 500 ตารางเซนติเมตร ถ้าต่ำกว่าปัดทิ้ง ประกอบกับประเภทของป้าย คำนวณเป็นค่าภาษีป้ายที่ต้องชำระ โดยกำหนดอัตราภาษีป้ายดังนี้

1. ป้ายที่มีอักษรไทยล้วน คิดอัตรา 3 บาท ต่อห้าร้อยตารางเซนติเมตร
2. ป้ายที่มีอักษรไทยปนกับอักษรต่างประเทศ และหรือปนกับภาพ และหรือเครื่องหมายอื่นให้คิดอัตรา 20 บาท ต่อห้าร้อยตารางเซนติเมตร
3. ป้ายดังต่อไปนี้ ให้คิดอัตรา 40 บาท ต่อห้าร้อยตารางเซนติเมตร

3.1 ป้ายที่ไม่มีอักษรไทย ไม่ว่าจะมิภาพหรือเครื่องหมายใด หรือไม่มี

3.2 ป้ายที่มีอักษรไทยบางส่วน หรือทั้งหมดอยู่ได้หรือต่ำกว่าอักษรต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ป้ายที่เปลี่ยนแปลงแก้ไขพื้นที่ป้าย ข้อความ ภาพ หรือเครื่องหมายบางส่วนในป้ายที่ได้เสียภาษีแล้ว อันเป็นเหตุให้ต้องเสียภาษีป้ายเพิ่มขึ้น ให้คิดอัตราตามข้อ 1, 2 หรือ 3 แล้วแต่กรณี และให้เสียเฉพาะจำนวนเงินภาษีที่เพิ่มขึ้น
5. ป้ายทุกประเภทเมื่อคำนวณพื้นที่ของป้ายแล้ว ถ้ามีอัตราที่ต้องเสียภาษีต่ำกว่าป้ายละ 200 บาท ให้เสียภาษีป้ายละ 200 บาท

ขั้นตอนการยื่นเสียภาษี

ให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีป้ายสามารถขอรับแบบแสดงรายการภาษีป้าย (ภ.ป.1) ได้ที่สำนักงานเขตโดยไม่คิดมูลค่า กรอกรายการในแบบ ภ.ป.1 ตามความเป็นจริงให้ครบถ้วน ลงลายมือชื่อของตนพร้อมวันเดือน ปี ส่งคืนพนักงานเจ้าหน้าที่แห่งท้องที่ที่ป้ายนั้นได้ติดตั้งหรือแสดงไว้ ทั้งนี้จะนำส่งด้วยตนเอง มอบหมายให้ผู้อื่นไปส่งแทน หรือส่งทางไปรษณีย์ลงทะเบียนก็ได้ ให้เจ้าของป้ายหรือผู้มีหน้าที่เสียภาษีป้ายหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายยื่นแบบแสดงรายการภาษีป้ายต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ที่สำนักงานเขตที่ป้ายนั้นติดตั้งหรือแสดงอยู่ สำหรับป้ายที่แสดงไว้ที่ยานพาหนะที่ต้องเสียภาษี ให้ยื่น ณ สำนักงานเขตซึ่งการจดทะเบียนยานพาหนะได้กระทำในท้องที่นั้น

การชำระภาษี

ผู้รับประเมินได้รับหนังสือแจ้งการประเมินภาษี (ภ.ป.3) ให้ชำระเงินภายใน 15 วันนับแต่วันที่ได้รับแจ้งการประเมินโดยชำระภาษีได้ที่สำนักงานเขต ซึ่งป้ายนั้นตั้งอยู่หรือที่กองการเงิน สำนักการคลัง ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร (เสาชิงช้า) การชำระภาษีป้ายจะกระทำโดยส่งธนาคัติ หรือตัวแลกเงินของธนาคารที่ส่งจ่ายแก่กรุงเทพมหานครก็ได้ โดยส่งทางไปรษณีย์ลงทะเบียน และให้ถือว่าวันที่ได้ทำการส่งดังกล่าวเป็นวันชำระภาษีป้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ง.

การคำนวณด้านการเงิน

การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

ตารางผนวกที่ 2 การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (บาท)

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	กระแสเงินสดสะสม
1	385,654	385,654
2	399,085	784,739
3	412,793	1,197,532
4	426,776	1,624,308
5	690,914	2,315,222
รวม	2,315,222	6,307,455

โครงการมีเงินลงทุนเริ่มแรกเท่ากับ 1,000,000 บาท จากตารางพบว่า ระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ในช่วง 2 ถึง 3 ปี

จากการคำนวณขั้นต้นทำให้ทราบระยะเวลาคืนทุนเป็นปี แต่เนื่องจากโครงการต้องการทราบระยะเวลาคืนทุนอย่างละเอียดจึงคำนวณโดย

จำนวนเงิน $[(1,000,000 - 784,739) \times 365] / 412,793$ จะได้ 190.34 วัน

ดังนั้นระยะเวลาคืนทุนของโครงการนี้เท่ากับ 2 ปี 6 เดือน 10 วัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV)

ตารางผนวกที่ 3 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลดที่ 10.0 %	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
1	385,654	0.909	350,559
2	399,085	0.826	329,644
3	412,793	0.751	310,008
4	426,776	0.683	291,488
5	690,914	0.621	429,058
รวม	2,315,222		1,710,757

จากตาราง พบว่ามีเงินลงทุนตลอดอายุโครงการ 1,000,000 บาท และมูลค่าปัจจุบันสุทธิตลอดโครงการ 1,710,757 บาท มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 710,757 บาท ซึ่งได้มาจากการคำนวณ (1,710,757 – 1,000,000) มูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้เป็นบวก แสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราคิดลด ซึ่งอัตราคิดลดที่ใช้คืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารพาณิชย์ที่ร้อยละ 10 จึงสรุปได้ว่าเมื่อประเมินผลโครงการด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิแล้วโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR)

ตารางผนวกที่ 4 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลด		NPV	
		ที่ 32%	ที่ 33%		
1	385,654	0.7576	292,171	0.7519	289,973
2	399,085	0.5739	229,035	0.5653	225,603
3	412,793	0.4348	179,482	0.4251	175,478
4	426,776	0.3294	140,580	0.3196	136,398
5	690,914	0.2495	172,383	0.2403	166,027
รวม	2,315,222		1,013,652		993,479

จากตารางพบว่าอัตราคิดลดที่แท้จริงมีค่าอยู่ระหว่างอัตราคิดลดที่ร้อยละ 32 กับ ร้อยละ 33 สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตราส่วนลดต่างกัน 1\% ค่าปัจจุบันต่างกัน } 1,013,652 - 993,479 &= 20,173 \\ \text{ค่าปัจจุบันต่างกัน 1\% (1,013,652 - 1,000,000)} &= \frac{1 \times 13,652}{20,173} = 0.67 \end{aligned}$$

ดังนั้นอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เท่ากับ 32.67 %

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การคำนวณอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน

เมื่อพิจารณาผลประโยชน์ต่อต้นทุนของโครงการเท่ากับร้อยละ 10 และจากการประมาณการกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ ได้อัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน คือ

$$B/C \text{ ratio} = \frac{1,710,757}{1,000,000}$$

$$= 1.71 \text{ เท่า}$$

ดังนั้นอัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุนของโครงการที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 1.71 เท่า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ

กรณีที่ 1 กรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 10

ตารางภาคผนวกที่ 5 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 10

ปีที่	รายได้จากการขาย	รายได้ลดลงร้อยละ 10	กระแสเงินสดสุทธิ	กระแสเงินสดสะสม	อัตราผลตอบแทนที่ต่ำกว่าร้อยละ 10	มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน(NPV)
1	1,754,880	1,579,392	262,812	262,812	0.909	238,896
2	1,789,980	1,610,982	273,787	536,599	0.826	226,148
3	1,825,800	1,643,220	284,987	821,586	0.751	214,025
4	1,862,340	1,676,106	296,412	1,117,998	0.683	202,449
5	1,899,600	1,709,640	557,942	1,675,940	0.621	346,482
	รวม		1,675,940			1,228,001
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)						228,001
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (ร้อยละ)						17.59.
อัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน (เท่า)						1.23
ระยะเวลาคืนทุน						3 ปี 7 เดือน 10 วัน

กรณีที่ 2 กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

ตารางภาคผนวกที่ 6 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

ปีที่	ต้นทุนในการดำเนินงาน		ต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10	กระแสเงินสด		อัตราผลตอบแทนที่ ต้องการร้อยละ 10	มูลค่าปัจจุบันของ ผลตอบแทน(NPV)
	ต้นทุนในการดำเนินงาน	ต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น		กระแสเงินสด สุทธิ	กระแสเงินสด สะสม		
1	1,203,546	1,323,901	301,377	301,377	0.909	273,952	
2	1,219,458	1,341,404	313,695	615,072	0.826	259,112	
3	1,235,696	1,359,266	326,266	941,338	0.751	245,026	
4	1,252,260	1,377,486	339,090	1,280,428	0.683	231,598	
5	1,269,152	1,396,067	602,165	1,882,593	0.621	373,944	
			1,882,593			1,383,632	
รวม							383,632
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)							22.56
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (ร้อยละ)							1.38
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (เท่า)							3 ปี 2 เดือน 3 วัน
ระยะเวลาคืนทุน							