

ใบรับรองปัญหาพิเศษ
สาขาวิชาบริหารธุรกิจและพัฒนากาเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจอาหารสุนัข
บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง

A Feasibility Study of Dog Food Investment at Pet Shop in Jatujak Area

ของ

นางสาวทิพย์มณี ว่องไววานิชย์

นางสาวธัญญธร อารีสกุลสุข

นางสาวมาริษา ลาภนวิรัตน์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

ป.ระมล อิศวเรืองพิภพ 10 / 2พ. / 53
(อาจารย์ปรเมศร์ อิศวเรืองพิภพ)

กรรมการปัญหาพิเศษ

เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ 10 / 2พ. / 53
(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

ประธานสาขาวิชา

อภิสิทธิ์ แก้วฉา 10 / 2พ. / 53
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจอาหารสุนัข

บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง

A Feasibility Study of Dog Food Investment at Pet Shop in Jatujak Area



สาขาวิชาบริหารธุรกิจและพัฒนากาณิชยกรรม

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

ปีการศึกษา 2552

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจอาหารสุนัข

บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง

โดย: นางสาวทิพย์มณี ว่องไววาณิชย์

นางสาวธัญญธร อารีสกุลสุข

นางสาวมารีษา ลากนวรรตน์

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: ปรเมศร์ อัครเรืองพิภพ 10 / กพ. / 53

(ปรเมศร์ อัครเรืองพิภพ)

อุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงจัดเป็นอุตสาหกรรมเกษตรที่ยังมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากหลากหลายปัจจัยสนับสนุน เช่น อัตราการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป โดยเฉพาะการเพิ่มจำนวนของสัตว์เลี้ยง และลักษณะการเลี้ยงที่เปลี่ยนแปลงไปโดยเจ้าของสัตว์เลี้ยงให้ความสนใจกับคุณค่าทางโภชนาการของอาหารสัตว์เลี้ยงมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงมีแนวโน้มขยายตัวอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน ในอุตสาหกรรมการผลิตอาหารสุนัขสำเร็จรูปมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว จากเหตุผลดังกล่าวเป็นโอกาสที่ดี และน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งสำหรับการดำเนินธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป ในบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง เนื่องจากเป็นแหล่งรวมการจำหน่ายสุนัข และมีประชาชนไปจับจ่ายใช้สอยกันเป็นจำนวนมาก จึงนับได้ว่าการจัดตั้งในบริเวณดังกล่าวเหมาะสมที่จะจัดตั้งโครงการ เนื่องจากทำเลที่ตั้งเป็นแหล่งศูนย์รวมการค้าขายหลายประเภท และเป็นบริเวณที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นจำนวนมาก แต่การลงทุนมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอน จึงเป็นสาเหตุให้ทางคณะผู้จัดทำทำการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้ของธุรกิจ ทั้งในด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน และเป็นการลดความเสี่ยงในด้านการลงทุนธุรกิจอาหารสุนัข เพื่อให้ผู้ที่สนใจในการลงทุนใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจลงทุนธุรกิจอาหารสุนัข

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้คือ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เทคนิค และการเงิน เพื่อจะนำไปสู่การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างของประชากรที่เป็นลูกค้าเป้าหมายในรัศมี 1 กิโลเมตร คือ ผู้ที่เคยซื้ออาหารสุนัขที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปที่เลี้ยงสุนัขไว้เพื่อความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตเพลิน ในบริเวณสวนจตุจักร โชนส์ตีร์เลียง จำนวน 400 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด พบว่า ขนาดตลาดของ ธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โชนส์ตีร์เลียง มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 6,902,784 บาทต่อปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีในพื้นที่ที่มีคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน จำนวน 3 รายจากการสำรวจตลาดพบว่า หากมีการดำเนินโครงการ คาดว่าจะมีผู้มาใช้บริการร้อยละ 59.75 ของกลุ่มตัวอย่าง แสดงว่าในพื้นที่นี้มีความต้องการใช้บริการในระดับหนึ่ง จึงมีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดจากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค พบว่า มีความพร้อมด้านระบบการผลิต ขั้นตอนการจัดหาและขนส่งปัจจัยนำเข้าได้สะดวก อีกทั้งทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณสวนจตุจักร โชนส์ตีร์เลียง เป็นแหล่งศูนย์รวมการค้าขายหลายประเภท และเป็นบริเวณที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นจำนวนมาก ประกอบกับในพื้นที่โครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคมขนส่ง มีสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่ครบครัน จึงมีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน พบว่าอัตราอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 2.2 เท่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวกคือเท่ากับ 850,629 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 46.59 และมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 2 เดือน 14 วัน แสดงว่าโครงการมีกำไรในการดำเนินงาน สามารถคืนทุนได้เร็วกว่าอายุโครงการ คือ 5 ปี และเมื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวโดยใช้สมมติฐาน 2 กรณี คือ รายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5 และต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากการวิเคราะห์ทั้ง 2 กรณีพบว่าถึงแม้จะเกิดสถานการณ์ดังกล่าว โครงการยังคงมีกำไรจากการดำเนินโครงการ จึงมีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน

ดังนั้น จึงสรุปว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โชนส์ตีร์เลียง โดยมีข้อเสนอแนะ คือทางด้านการตลาด ผู้ประกอบการควรที่จะเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปสู่บริเวณใกล้เคียง ทางด้านเทคนิค ธุรกิจควรจะมีมาตรฐานในการเก็บรักษาคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในลักษณะที่สมบูรณ์ และไม่ควรเก็บสินค้าในระยะเวลาที่ยาวนานจนเกินไป นอกจากนี้ควรมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย ทางด้านการเงินกิจการควรประมาณการไว้ให้เพียงพอกับค่าใช้จ่ายของโครงการในกรณีที่โครงการไม่มีรายได้จากยอดขายเป็นระยะเวลาหนึ่ง และหากมีการประมาณการกระแสเงินสด และบริหารเงินสดคงเหลือที่มีประสิทธิภาพ จะทำให้โครงการมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยอาจพิจารณาลงทุนขยายสาขา ร้านจำหน่ายบริเวณพื้นที่อื่นๆ หรือเพิ่มการบริการรูปแบบอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

รายงานปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือของ อาจารย์ ประเมศร์ อัครเรืองพิภพ ที่คอยให้คำปรึกษา และคำแนะนำต่างๆ ที่มีประโยชน์ในการจัดทำรายงานวิชา ปัญหาพิเศษ ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องของเนื้อหารายงาน และปรับปรุงรายงานปัญหาพิเศษ ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทางผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ณ โอกาสนี้ด้วย

นอกจากนี้ ทางผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ นักศึกษา ร้านค้า ตลอดจนประชาชนทุกคนใน บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนเจ้าหน้าที่ ห้องบริการคอมพิวเตอร์ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่าน พี่ๆ และผู้เกี่ยวข้องกับ รายงานปัญหาพิเศษ ฉบับนี้ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดมาและรายงานฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ทิพย์มณี ว่องไววาณิชย์

ธัญญธร อารีสกุลสุข

มาริษา ลากนวรรตน์

กุมภาพันธ์ 2553

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
สารบัญภาคผนวก	(6)
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตของการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	4
การศึกษาความเป็นไปได้อันการตลาด	5
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	6
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม	7
การวิเคราะห์สภาพตลาด	11
การพยากรณ์ความต้องการของตลาด	12
การประมาณการยอดขายสินค้า	13
การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด	14
การศึกษาความเป็นไปได้อันเทคนิค	14
ระบบการผลิต	15
ทำเลที่ตั้ง	16
การสรุปผลการศึกษาด้านเทคนิค	17

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน	17
การตรวจสอบเอกสาร	21
กรอบแนวความคิด	26
สมมติฐานของการศึกษา	29
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	
การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
ข้อมูลปฐมภูมิ	30
ข้อมูลทุติยภูมิ	32
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	32
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด	32
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค	35
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน	39
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	42
วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	42
วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม	46
ลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่าง	48
การวิเคราะห์สภาวะตลาด	55
พยากรณ์ความต้องการของตลาด	57
การประมาณการยอดขาย	58
สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	59
การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค	60
ทำเลที่ตั้ง	60
ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ตั้ง	61
ระบบการผลิต	63
การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ	68

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
สรุปการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค	74
การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	74
รายละเอียดของโครงการ	74
แหล่งที่มาของการลงทุน	74
อายุโครงการ	75
อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ	75
ประมาณการกำไรขาดทุน	75
งบกระแสเงินสดสุทธิ	75
ผลการวิเคราะห์ด้านการเงิน	78
การวิเคราะห์ความอ่อนไหว	79
ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ	80
สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	84
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	
สรุป	85
ข้อเสนอแนะ	87
เอกสารอ้างอิง	88
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	93
ภาคผนวก ข ภาษี	96
ภาคผนวก ค การคำนวณด้านการเงิน	101

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนผู้เลี้ยงสุนัข และสุนัขบริเวณใกล้เคียงพื้นที่ตั้งของโครงการ	45
2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	49
3 พฤติกรรมการซื้ออาหารสุนัข	50
4 ประเภทอาหารสุนัขที่ผู้ซื้อนิยมซื้อ	50
5 ยี่ห้ออาหารสุนัขที่ผู้ซื้อนิยมซื้อ	51
6 เหตุผลในการเลือกซื้ออาหารสุนัข	51
7 ความถี่ในการซื้ออาหารสุนัขโดยรวมบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง	52
8 ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารสุนัขโดยรวมบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง	52
9 การใช้บริการของผู้ซื้อ หากมีการเปิดธุรกิจอาหารสุนัขเปิดใหม่ บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง	53
10 การใช้บริการร้านประจำบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง	53
11 การใช้บริการร้านจำหน่ายอาหารสุนัขที่ผู้ซื้อสนใจซื้อในอนาคต บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง	54
12 ระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการร้านจำหน่ายอาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง	54
13 การพยากรณ์ความต้องการตลาดตั้งแต่ปี 1 ถึงปีที่ 5	58
14 การประมาณการยอดขายของโครงการตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	59
15 ต้นทุนวัตถุดิบ	63
16 งบประมาณการลงทุนวัสดุ และอุปกรณ์เริ่มต้นของโครงการ	65
17 รายการผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย	67
18 ประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ	68
19 การประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้าน	70
20 การประมาณค่าใช้จ่ายในการขาย และการบริหาร	71
21 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	72

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่	หน้า	
22	ประมาณการต้นทุนการผลิตของโครงการ	72
23	ประมาณการงบกำไรขาดทุนของโครงการ	76
24	ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ	77
25	ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน	78
26	ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ	81
27	สรุปผลการวิเคราะห์การลงทุน กรณีกรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5	82
28	การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5	83
29	สรุปผลการวิเคราะห์การลงทุน กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5	84



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม	8
2	ขั้นตอนการวิเคราะห์โครงการทางด้านการตลาด	10
3	กรอบแนวความคิด	29
4	แผนผังบริเวณที่จัดตั้งโครงการ	62



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาคผนวก

ตารางที่		หน้า
1	อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	97
2	การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ	101
3	การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ	102
4	การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ	103
5	กรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5	104
6	กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5	105



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

อุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงจัดเป็นอุตสาหกรรมเกษตรที่ยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องท่ามกลางสถานะเศรษฐกิจที่ซบเซาโดยดูได้จากอัตราการขยายตัวทั้งตลาดภายในประเทศ และตลาดส่งออก ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงเป็นอันดับที่ 5 ของโลก (ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย, 2551) โดยส่งออกไปยังประเทศ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อิตาลี กัมพูชา และมาเลเซียตามลำดับ (กระทรวงพาณิชย์, 2552) เนื่องจากหลากปัจจัยสนับสนุนอัตราการซื้ออาหารสุนัขโดยเฉพาะการเพิ่มจำนวนของสัตว์เลี้ยง และลักษณะการเลี้ยงที่เปลี่ยนแปลงไปโดยเจ้าของสัตว์เลี้ยงให้ความสนใจกับคุณค่าทางโภชนาการของอาหารสัตว์เลี้ยงมากขึ้น และการเลี้ยงในลักษณะที่เสมือนเป็นสมาชิกในครอบครัว คือเลี้ยงไว้เป็นเพื่อนแก้เหงา หรือเลี้ยงไว้เป็นแฟนเพื่อส่งเข้าประกวด ส่งผลให้ตลาดสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงมีแนวโน้มขยายตัวอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน

อุตสาหกรรมการผลิตอาหารสุนัขสำเร็จรูปในประเทศไทยมีผู้ผลิตรายใหญ่ 3 ราย ที่มีการเคลื่อนไหวทางการตลาดอย่างเป็นรูปธรรม คือ บริษัท เอฟเฟิมฟู้ดส์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตอาหารสุนัขตราเพดดีกรี บริษัท เนสเล่ท์ (ประเทศไทย) ผู้ผลิตอาหารสุนัขตราอัลไป บริษัท โภคภัณฑ์อาหารจำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตอาหารสุนัขตราเอปไร (Brandage, 2545) และผู้ผลิตรายใหม่คือ บริษัท เพ็ท ไฟกัส จำกัด ผู้ผลิตอาหารสุนัขในเครือเบทาโกรตราฟรีโม ธุรกิจอาหารสุนัขมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว ภาพรวมตลาดอาหารสุนัขทั้งปีมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 10 - 15 จากมูลค่าตลาดรวมประมาณ 3,500 ล้านบาท โดยเฉพาะตลาดอาหารสุนัขสำเร็จรูปชนิดเม็ดมีสัดส่วนการขายมากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 80 ของตลาดอาหารสุนัขสำเร็จรูปทั้งหมด ขณะที่ตลาดอาหารสุนัขชนิดขนมขบเคี้ยวในปัจจุบัน มีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 800 ล้านบาท ซึ่งในตลาดมีผู้นำเป็นแบรนด์เจอไฮด์ (บริษัทศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย จำกัด, 2551)

จากข้อมูลดังกล่าวมานั้นทำให้การแข่งขันทางด้านธุรกิจการจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปเป็นที่น่าสนใจที่จะทำการลงทุน บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง จึงกลายเป็นทำเลที่น่าสนใจและเหมาะสมในการลงทุนประกอบธุรกิจอย่างมาก เนื่องจากเป็นแหล่งรวมการจำหน่ายสุนัข และมีประชาชนไปจับจ่ายใช้สอยกันเป็นจำนวนมาก เพราะการคมนาคมสะดวก ไม่ว่าจะป็นรถ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยสารประจำทาง รถตู้โดยสาร และรถไฟฟ้ามหานคร ซึ่งในปัจจุบันประชาชนเลือกที่จะเดินทาง โดยรถไฟฟ้ามหานคร ที่สามารถจำกัดระยะเวลาจากการติดขัดของการจราจรได้ รวมทั้งเป็นแหล่ง ศูนย์รวมของนักท่องเที่ยวนานาชาติ แต่การตัดสินใจลงทุนธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปยังคงมีความเสี่ยง คือมีการแข่งขันทางการตลาด รูปแบบเชิงพาณิชย์ และแหล่งเงินทุนที่มีความจำเป็นในการ ดำเนินโครงการ ซึ่งจะเป็นตัวผลักดันให้ธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปสามารถสร้างรายได้ และทำกำไร ให้กับผู้ประกอบการ แต่การลงทุนมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอน จึงเป็นสาเหตุให้ทางคณะ ผู้จัดทำทำการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้ของธุรกิจ ทั้งในด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน และเป็นการลดความเสี่ยงในด้านการลงทุนธุรกิจอาหารสุนัข เพื่อให้ผู้ที่สนใจใน การลงทุนใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจลงทุนธุรกิจอาหารสุนัข

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดในการลงทุนธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณ สวนจตุจักร ไชนีสทาวน์
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิคในการลงทุนธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณ สวนจตุจักร ไชนีสทาวน์
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินในการลงทุนธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณ สวนจตุจักร ไชนีสทาวน์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงลักษณะทั่วไป รูปแบบการดำเนินงาน และการจัดการใน ธุรกิจอาหารสุนัข รวมไปถึงความเป็นไปได้ด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน ว่าคุ้มค่ากับการ ลงทุนหรือไม่ เพื่อประโยชน์และแนวทางในการตัดสินใจเพื่อลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนใน การลงทุนธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปสำหรับผู้สนใจเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน ในการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. พื้นที่ศึกษาเฉพาะบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด คือ เป็นร้านที่มีพื้นที่เฉพาะการขาย ที่ตั้งร้านจะอยู่ในบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง เนื่องจากสวนจตุจักรเป็นสถานที่ที่ต้องการจะวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์นี้เป็นที่แรก รวมถึงมีความหนาแน่นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความสนใจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง อยู่จำนวนมาก และเป็นเขตที่เป็นศูนย์รวมของสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะสุนัข

2. ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปเลี้ยงสุนัขไว้เพื่อความเพลิดเพลิน และมีอำนาจในการซื้อผลิตภัณฑ์ ในบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านงบประมาณและระยะเวลาในการศึกษา โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

3. ระยะเวลาของการเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 3 เดือนตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ. 2553 โดยทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการทางด้านการตลาด ด้านเทคนิคและด้านการเงิน โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการออกแบบสำรวจเพื่อศึกษาพฤติกรรม และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีระยะเวลาของโครงการเป็นระยะเวลา 5 ปี โดยคิดตามระยะเวลาสัญญาเช่าสถานที่

นิยามศัพท์

อาหารสุนัขสำเร็จรูป คือ อาหารชนิดเม็ดหรือชนิดกระป๋องโดยปกติแล้วมักจะแบ่งได้เป็นสองชนิด ได้แก่ อาหารแห้งหรืออาหารชนิดเม็ด และอาหารกระป๋องหรืออาหารชนิดเปียก ทั้งสองอย่างนี้มีข้อแตกต่างกัน อาหารชนิดแห้งหรืออาหารเม็ด โดยมากมักผลิตจากวัตถุดิบพวกเนื้อสัตว์โดยผ่านกระบวนการอบให้แห้ง จนเหลือความชื้นอยู่ในตัวอาหารไม่ถึงร้อยละ 10 และอาหารกระป๋องก็นิยมทำมาจากวัตถุดิบพวกเนื้อสัตว์เช่นกัน อาหารชนิดนี้มีกลิ่นและรสชาติที่ดึงดูดใจสุนัขได้เป็นอย่างดี (ธีรพันธ์, 2552)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎีและการตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา โดยทำการรวบรวมรายงานการศึกษางานวิจัยและเอกสารอื่น สมมติฐานของการศึกษาที่ผู้ศึกษาได้กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการมีรายละเอียดดังนี้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการก็คือ การศึกษาและการจัดทำเอกสารที่ประกอบไปด้วยข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นที่แสดงถึงเหตุผลสนับสนุน (justification) ความถูกต้องสมบูรณ์ (soundness) ของโครงการ เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่ดี โดยโครงการที่ดีได้แก่ โครงการที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเมื่อปฏิบัติแล้วจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน เหตุที่ต้องศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เนื่องจากปัจจุบันมีทรัพยากรอยู่อย่างจำกัด มีการแข่งขันสูง เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดจนความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามภาวะเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มีผลกระทบต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของโครงการ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการลงทุน (ชัยยศ, 2539)

โดยการศึกษาความเป็นไปได้จะเริ่มต้นจากการคิดโครงการที่จะทำ แล้วทำการตั้งวัตถุประสงค์ จากนั้นทำการศึกษาทางด้านสถานที่ตั้งเพื่อการดำเนินงาน โดยต้องระบุให้แน่ชัดว่าจะตั้งอยู่ที่ใดที่จะเหมาะกับโครงการ มีการกำหนดระยะเวลาการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการวางแผนโครงการ หลังจากนั้นจะเป็นขั้นตอนในการวิเคราะห์โครงการทางด้านต่างๆ ดังนี้

การศึกษาด้านการตลาด เป็นการศึกษารายละเอียดของข้อมูลที่น่าไปใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก วิเคราะห์สภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม และศึกษาสภาวะของตลาดซึ่งประกอบด้วย ขนาดตลาด แนวโน้มตลาด และส่วนแบ่งตลาด มีรายละเอียดดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม เป็นการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมเพื่อให้ทราบถึงที่มาของความรุนแรงในการแข่งขันและอิทธิพลอันเกิดจากสภาวะการแข่งขันในรูปแบบต่างๆ โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรมในการวิเคราะห์

3. การวิเคราะห์ขนาดตลาด เพื่อทราบถึงขนาดตลาดของธุรกิจที่จะทำการลงทุน และแนวโน้มความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภค

4. การวิเคราะห์แนวโน้มตลาด เพื่อศึกษาว่าแนวโน้มของธุรกิจที่โครงการจะศึกษานั้น มีแนวโน้มเป็นอย่างไร

5. การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด เพื่อให้ทราบถึงส่วนแบ่งตลาดที่ธุรกิจจะได้หากมีการลงทุนเกิดขึ้น ธุรกิจสามารถที่แข่งกับผู้ประกอบการรายอื่นได้หรือไม่

การศึกษาด้านเทคนิค กล่าวถึงความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ซึ่งเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการ และยังช่วยอำนวยความสะดวกในการพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากทางเลือกทางด้านเทคนิคต่างๆ

การศึกษาด้านการเงิน เน้นที่การเตรียมงบการเงินล่วงหน้า ที่ได้จากการนำข้อมูลจากการศึกษาด้านตลาด และด้านเทคนิคมาประกอบการคาดคะเนรายรับและต้นทุนเพื่อการตัดสินใจในการลงทุน

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

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาซึ่งจะมีผลทำให้ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ดังนั้นผู้ที่ทำการลงทุนในโครงการต่างๆ ไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่จึงควรต้องทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดเสียก่อน ทั้งนี้เพราะการศึกษาด้านการตลาดจะช่วยให้ผู้ประกอบการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถแน่ใจได้ในระดับหนึ่งว่า โครงการจะสามารถให้ผลตอบแทนคุ้มกับเงินที่ลงทุนไปหรือไม่ อีกนัยหนึ่งคือสามารถอยู่รอดและทำกำไรได้ในระยะยาว (ฐาปนา, 2542)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

เป็นสภาพแวดล้อมที่มีขอบเขตกว้างขวาง จึงต้องแบ่งการศึกษารายละเอียดออกเป็นส่วน ๆ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ และเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องตระหนัก เนื่องจากสภาพแวดล้อมภายนอกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน ประการสำคัญเป็นการยากที่ธุรกิจจะสามารถควบคุมเพื่อกำหนดทิศทางของการเปลี่ยนแปลงนั้นได้ ดังนั้นการทราบและเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนโครงการได้อย่างเหมาะสม จึงต้องศึกษาข้อมูลของสภาพแวดล้อมอย่างรอบคอบ ซึ่งสามารถจำแนกขั้นตอนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกออกเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

การเมือง (Political)

องค์การธุรกิจต้องติดตามการดำเนินงานทางการเมือง เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ 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 ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สังคมและวัฒนธรรม (Social Cultural)

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

ประชากร (Population)

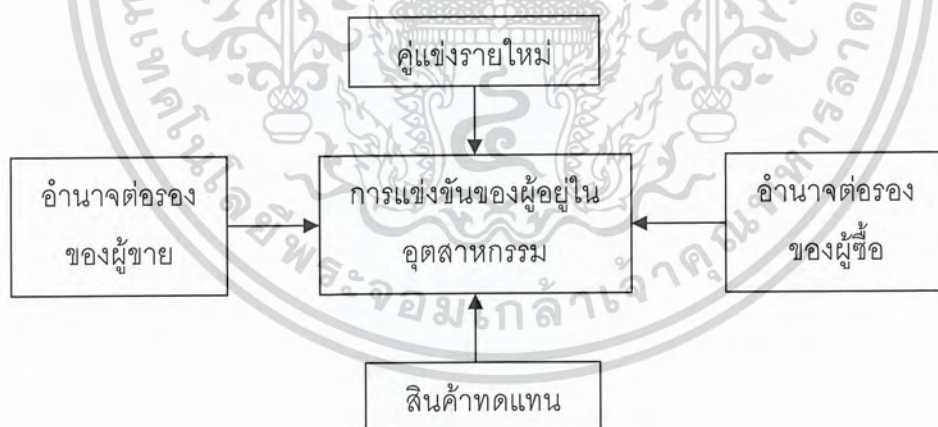
การเปลี่ยนแปลงทางประชากรจะกระทบต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงกลุ่มอายุ เพศ การเคลื่อนย้ายของประชากรจากต่างจังหวัดไปสู่ตัวเมืองใหญ่ และความหนาแน่นของประชากร เป็นต้น การลดลงของจำนวนประชากรที่เกิดใหม่อันเนื่องมาจากนโยบายของการคุมกำเนิดที่ได้ผล และการมีจำนวนประชากรที่สูงอายุเพิ่มขึ้นอาจจะถูกพิจารณาได้ว่าเป็นทั้งอุปสรรค หรือโอกาสของธุรกิจบางประเภทได้

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรมได้นำเครื่องมือการวิเคราะห์แรงผลักดันของปัจจัยทั้ง 5 ประการ มาทำการวัดความเข้มข้นของการแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกันที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อวิเคราะห์ความรุนแรงของปัจจัยแต่ละประการที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ การวิเคราะห์ปัจจัยหรือสภาพการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมจะทำให้ทราบถึงที่มาของความรุนแรงในการแข่งขันและอิทธิพลอันเกิดจากภาวะการแข่งขันเหล่านี้ การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรมเป็นแนวคิดที่มีประโยชน์อย่างมากในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม รวมทั้งความรุนแรงของปัจจัยแต่ละประการตามแนวคิดนี้ อุตสาหกรรมคือกลุ่มขององค์กรธุรกิจที่ทำการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเหมือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือคล้ายกัน หรือสินค้าและบริการที่สามารถทดแทนกันได้ ในลักษณะการทดแทนความต้องการของลูกค้า เช่น เหล็กและพลาสติกที่ใช้ในการประกอบรถยนต์สามารถทดแทนซึ่งกันและกันได้ ถึงแม้ว่าจะใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่แตกต่างกัน แต่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เหมือนกัน การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมจะช่วยในการบ่งชี้ถึงโอกาสและข้อจำกัดที่องค์กรธุรกิจจะต้องเผชิญสภาวะการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจขึ้นอยู่กับสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่องค์กรธุรกิจนั้นอยู่ และสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 5 ประการ ความเข้มแข็งของปัจจัยทั้ง 5 ประการนี้บ่งบอกถึงโอกาสในการได้กำไรของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมนั้นๆ ยิ่งปัจจัยเหล่านี้มีความเข้มแข็งมากเท่าใดย่อมส่งผลเสียต่อการขึ้นราคาซึ่งนำไปสู่การได้กำไรของธุรกิจในอุตสาหกรรม ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดของธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันถ้าปัจจัยต่างๆ มีความอ่อนแอย่อมเป็นโอกาสอันดีต่อธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้นๆ เนื่องจากธุรกิจสามารถได้กำไรได้มากขึ้น แต่เนื่องจากสภาวะอุตสาหกรรมมีการพัฒนาอยู่เสมอ ดังนั้นความเข้มแข็งหรือผลของปัจจัยทั้ง 5 ประการนี้สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ปัจจัยสำคัญที่ธุรกิจจะต้องทำเพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูงที่สุด ได้แก่ การหาตำแหน่งในอุตสาหกรรมที่จะสามารถมีอิทธิพลเหนือปัจจัยทั้ง 5 ประการ (ผศ.ดร. พัทธ์พงษ์ และดร.พสุ, 2542)



ภาพที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม

ที่มา: (พัทธ์พงษ์ และพสุ, 2542)

ลักษณะที่สำคัญของปัจจัยทั้ง 5 ประการประกอบด้วย

1. ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่ คู่แข่งขันใหม่ๆ ได้แก่องค์กรธุรกิจอื่นที่ในขณะนั้นอยู่นอกอุตสาหกรรมแต่มีความสามารถและแนวโน้มที่จะเข้ามาใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุตสาหกรรม โดยปกติแล้วองค์กรธุรกิจเดิมที่อยู่ภายในอุตสาหกรรมจะพยายามป้องกันไม่ให้องค์กรใหม่ ๆ เข้ามาในอุตสาหกรรม เนื่องจากองค์กรใหม่ ๆ ที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมจะส่งผลกระทบต่อสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมอันเป็นข้อจำกัดที่สำคัญต่อการดำเนินงานและการแข่งขันขององค์กรธุรกิจเดิมในอุตสาหกรรมเนื่องจากองค์กรใหม่ที่เข้ามาย่อมต้องการส่วนแบ่งตลาด ซึ่งเป็นผลเสียต่อองค์กรเดิมที่มีอยู่แล้วยกเว้นในกรณีที่ตลาดมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว การเข้ามาของธุรกิจใหม่ ๆ ก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงยิ่งขึ้น อาจมีการลดราคาสินค้าและบริการลง โดยในการตัดสินใจเข้าสู่อุตสาหกรรมขององค์กรธุรกิจใหม่จะขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญสองประการได้แก่ ต้นทุนในการเข้าสู่อุตสาหกรรมและการได้ตอบจากองค์กรธุรกิจเดิม

2. ความรุนแรงของสภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน สภาวะการแข่งขันของระหว่างธุรกิจต่างๆ จะทวีความรุนแรงขึ้นเมื่อองค์กรธุรกิจหนึ่งมองเห็นช่องทางในการได้กำไรมากขึ้น หรือถูกคุกคามมากการกระทำขององค์กรธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น การลดราคา การต่อสู้ทางด้านการตลาด การแนะนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด หรือ การเพิ่มการให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า ถ้าสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมไม่รุนแรง โอกาสที่องค์กรธุรกิจต่างๆ จะขึ้นราคาสินค้าและบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งกำไรที่มากขึ้นก็จะมีมาก

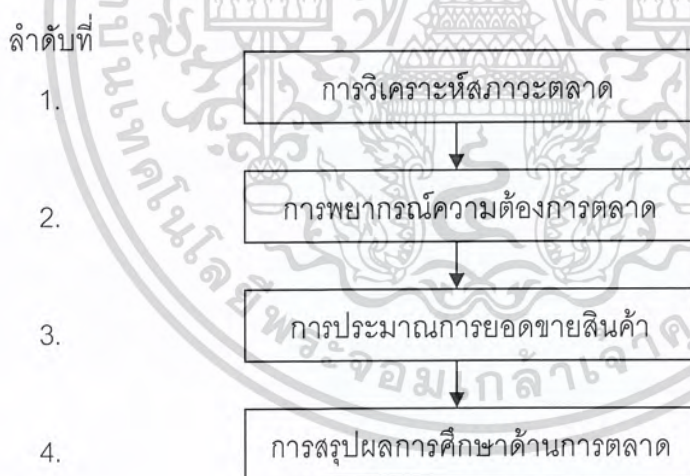
3. การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ธุรกิจใดในอุตสาหกรรมหนึ่งอาจจะมีการแข่งขันกับธุรกิจใดในอุตสาหกรรมอื่นที่ผลิตสินค้าที่มีลักษณะที่ทดแทนกันได้ ซึ่งอาจเป็นสินค้าคนละชนิดกัน แต่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เหมือนกัน การมีสินค้าทดแทนในอุตสาหกรรมอื่นย่อมก่อให้เกิดข้อจำกัดในการตั้งราคาสินค้าไม่ให้สูงเกินไปเนื่องจากลูกค้าอาจจะหันไปใช้สินค้าที่ทดแทนกันได้ และถ้าค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ (switching Cost) ต่ำ ปัจจัยในด้านการใช้สินค้าทดแทนก็จะมีผลต่ออุตสาหกรรมมากขึ้น เช่น ฆ่าอาจเป็นสินค้าทดแทนของกาแฟ ถ้ากาแฟมีราคาสูงขึ้นมากลูกค้าอาจจะเปลี่ยนหันมาดื่มชาแทน ธุรกิจที่สามารถผลิตสินค้าที่ไม่มีสินค้าทดแทนได้ย่อมมีผลตอบแทนที่สูงเนื่องจากสามารถตั้งราคาของสินค้าได้สูงโดยที่ไม่ต้องกลัวสินค้าทดแทน ถ้าอุตสาหกรรมใดมีสินค้าทดแทนได้ง่าย ย่อมไม่สามารถหากำไรได้มากเนื่องจากลูกค้าจะหันไปใช้สินค้าทดแทนแทน

4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม ถ้าผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองหรือมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาของสินค้าและบริการให้ต่ำ หรือมีอิทธิพลในการต่อรองให้องค์กรธุรกิจเพิ่มคุณภาพของสินค้าและบริการให้มากขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจในแง่ต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้น ในขณะที่ผู้ซื้อที่ไม่มีความเข้มแข็งหรือไม่มีอำนาจต่อรองย่อมเปิดโอกาสให้

องค์ธุรกิจในอุตสาหกรรมสามารถขึ้นราคาสินค้าได้โดยง่าย การที่ผู้ซื้อจะมีอำนาจมากหรือน้อยย่อมขึ้นอยู่กับอำนาจต่อรองของผู้ซื้อที่มีต่อองค์ธุรกิจในอุตสาหกรรม

5. อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบผู้ขายวัตถุดิบจะมีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมเนื่องจากสามารถกำหนดให้สินค้ามีราคาสูงหรือต่ำได้หรือเพิ่มหรือลดคุณภาพของสินค้าได้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนและกำไรขององค์ธุรกิจ ในกรณีที่ผู้ขายมีความอ่อนแอหรือมีอำนาจในการต่อรองต่ำย่อมถูกผู้ซื้อกดราคา และเรียกร้องสินค้าที่มีคุณภาพที่สูงขึ้นได้

การศึกษาทางด้านการตลาดของโครงการต่อจากการศึกษาสภาพแวดล้อม จะเป็นสภาวะตลาดประกอบไปด้วยการศึกษาถึงขนาดของตลาด (market size) แนวโน้มตลาด (marker trend) และส่วนแบ่งตลาด (marker share) นอกจากนี้ยังศึกษาถึงลักษณะของอุปสงค์ตลาด ขอบเขตของตลาดและลักษณะลูกค้าเป้าหมายตลาดจนภาวะการแข่งขันในตลาดทั้งในปัจจุบัน และในอนาคต เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการเจาะตลาด ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเมื่อได้ตัดสินใจดำเนินโครงการอีกด้วย ซึ่งกระบวนการในการศึกษาทางด้านการตลาด อาจแบ่งขั้นตอนใหญ่ๆ ได้ 4 ขั้นตอน ตามลำดับดังนี้



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการวิเคราะห์โครงการทางด้านการตลาด

ที่มา: (อัจฉรา, 2542)

กระบวนการในการศึกษาทางด้านตลาดประกอบไปด้วย การวิเคราะห์สภาวะตลาดการพยากรณ์ความต้องการตลาด การประมาณการยอดขายสินค้า และการสรุปผลการศึกษาด้านการตลาดดังภาพที่ 2 ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอนตามลำดับด้วยมีรายละเอียดดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์สภาวะตลาด

การวิเคราะห์สภาวะตลาด ทำไปเพื่อตอบปัญหาสำคัญ 3 ประการ คือขนาดของตลาด (market size) ใหญ่เล็กเพียงใด ตลาดมีแนวโน้มในอนาคต (market trend) ไปในทางที่ดีขึ้น ทรงตัว หรือเลวลง และโครงการจะได้ส่วนแบ่ง (market share) จากตลาดนั้นมากน้อยเพียงใด มีรายละเอียดดังนี้

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

1.1 ประชากร โดยศึกษาจำนวนประชากรในเขตพื้นที่ ที่จะจัดตั้งธุรกิจอาหารสุนัข ว่ามีจำนวนประชากรที่คาดว่าจะซื้ออาหารสุนัขโดยรวมประมาณกี่คนต่อปี และซื้อในจำนวนเงินกี่บาทต่อครั้ง ซึ่งหาจำนวนประชากรที่เดินสัญจรบริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์ เลี้ยวเฉลี่ยต่อวัน โดยการสังเกตและนับจำนวนผู้ที่เดินผ่านไปมาใน 1 สัปดาห์แล้วนำมาประมาณการหาค่าเฉลี่ยต่อวัน

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

1.3 อำนาจการซื้อ (purchasing power) ซึ่งก็คือรายได้ของผู้คนในตลาดนั้นๆ โดยดูจากรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (per capita income) เช่น ในกรณีนิวซีแลนด์ แม้จะมีประชากรน้อย แต่ก็เป็กลุ่มประชากรที่มีอำนาจซื้อสูง เป็นต้น

2. แนวโน้มตลาด (market trend) ไปในทิศทางที่ดีขึ้น ทรงตัว หรือ เลวลง แนวโน้มของตลาด (market trend) คือ ทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ ว่าจะมีมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไป นิยมวัดเป็นอัตราขยายตัวต่อ (growth rate) หน่วยเป็นเปอร์เซ็นต์ เช่น อัตราการขยายตัวของธุรกิจประกันภัยในประเทศไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี เรียกว่าธุรกิจประกันภัยมีแนวโน้มตลาดเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากคนไทยมีระดับการศึกษาโดยเฉลี่ยเพิ่มมากขึ้นทุกปี ทำให้ความเข้าใจถึงความจำเป็นของการประกันภัยมากขึ้น

ในตลาดคะเนแนวโน้มอาจตั้งข้อสมมติต่างๆ เช่น อัตราการขยายตัวของตลาดขึ้นกับอัตราการเพิ่มของประชากร กลุ่มที่เป็นเป้าหมาย ตลาดวัสดุก่อสร้างขึ้นกับการเพิ่มขึ้นของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อสังหาริมทรัพย์ หรือ อัตราความต้องการซื้อประกันวินาศภัย และประกันชีวิต มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการเพิ่มขึ้นของระดับการศึกษาของประชาชนในประเทศไทย เป็นต้น

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

ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาดมี 2 ประการ คือ

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 ซึ่งจะนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการทำงบกำไรขาดทุนที่คาดคะเน (performance income statement) อันเป็นงบการเงินที่มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริหารว่าจะตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจนั้นหรือไม่

การพยากรณ์ความต้องการของตลาด

การพยากรณ์ความต้องการของตลาด หมายถึงการพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาด ในรูปของจำนวนเงินหรือจำนวนหน่วยสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง ของกลุ่มผู้บริโภคภายในขอบเขตพื้นที่หนึ่ง ระยะเวลาที่กำหนดให้ ภายใต้โปรแกรมการตลาดและสภาวะแวดล้อมทางการตลาดที่กำหนดขึ้น สำหรับวิธีการประมาณความต้องการของตลาด อาจทำได้โดยใช้ความต้องการตลาดในอดีตมาคาดการณ์ความต้องการในอนาคต สำหรับกรณีผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วในตลาด แต่สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่ใช่ข้อมูลทางสถิติในอดีตมาก่อน การประมาณการความต้องการของตลาดจะทำได้ยากและมีโอกาสคลาดเคลื่อนมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วในตลาด อย่างไรก็ตามก็สามารถพยากรณ์ความต้องการตลาดได้ โดยใช้เทคนิคการพยากรณ์ ซึ่งแบ่งเป็น 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทใหญ่ๆ คือ เทคนิคเชิงคุณภาพ (qualitative forecasting technics) และเทคนิคเชิงปริมาณ (quantitative forecasting technics) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. เทคนิคการพยากรณ์เชิงคุณภาพ (qualitative forecasting technics) เป็นวิธีการพยากรณ์ที่ใช้วิจารณ์ฐานหรือประสบการณ์ในอดีตของผู้ประกอบการเป็นหลัก การประมาณการเชิงคุณภาพอาจทำได้โดยใช้วิธีการดังนี้

การพยากรณ์โดยใช้เลขดัชนี (index) เป็นการนำค่าดัชนีที่เกี่ยวข้อง เช่น ดัชนีราคาผู้บริโภคหรือดัชนีอื่นๆ ที่หน่วยงานของรัฐบาลหรือเอกชนเป็นผู้จัดทำขึ้นมาประกอบการพยากรณ์ความต้องการตลาดของผลิตภัณฑ์

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

เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณ (quantitative forecasting technics) มักจะใช้ได้ดีกับข้อมูลที่มีขนาดใหญ่และมีความซับซ้อนอย่างไรก็ตาม การพยากรณ์แบบนี้มีจุดอ่อนที่สำคัญที่ควรทราบคือ ธรรมชาติของวิธีการพยากรณ์จะเป็นแบบ "ประมาณการออกไปจากกลุ่มข้อมูลที่มีอยู่เดิม" กล่าวคือ ค่าพยากรณ์ได้จะถูกตั้งก็ต่อเมื่อรูปแบบและความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลของเรื่องที่ยพยากรณ์ยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลงเท่านั้น ซึ่งในสถานการณ์ที่เป็นจริงสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจมีความผันผวนสูง ดังนั้นในการพยากรณ์จึงควรใช้ดุลพินิจร่วมด้วยจะช่วยให้ค่าพยากรณ์ที่ได้ใกล้เคียงกับที่ควรจะเป็นมากขึ้นทั้งนี้เพราะวิธีการพยากรณ์เชิงคุณภาพโดยใช้ดุลพินิจสามารถปรับค่าพยากรณ์ตามความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้รวดเร็วกว่าวิธีการเชิงปริมาณ นั่นเอง

การประมาณการยอดขายสินค้า

วิธีพื้นฐานที่นิยมใช้ในการพยากรณ์ยอดขาย คือ การคาดคะเนส่วนแบ่งตลาดที่โครงการนั้นจะได้รับว่าเป็นร้อยละเท่าใดของตลาดรวมดังกล่าว อย่างไรก็ตามในการคาดคะเนยอดขายของโครงการยังควรพิจารณาถึงสถานะเศรษฐกิจ การแข่งขัน ระดับของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องด้วย จากนั้นเมื่อได้ยอดขายโดยการประมาณการแล้วก็จะนำมาจัดทำเป็นแผนยอดขาย หรือที่เรียกว่าการประมาณการยอดขายสินค้า ซึ่งจะแสดงถึงจำนวนเงินที่ได้รับจาก

การขายสินค้าในช่วงระยะเวลาที่กำหนดโดยหาได้จากการอัตราจำนวนผู้บริโภคต่อปีที่คาดคะเนคูณด้วยราคาขายต่อหน่วยแสดงได้ดังสมการนี้

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

การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด

ในขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการศึกษาด้านการตลาด คือการสรุปผลการศึกษาที่ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากด้านต่างๆ มาแล้วว่าโครงการจะพบปัญหาและอุปสรรคใดบ้าง และจะมีความเป็นไปได้ของโครงการเกิดขึ้นหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจทางด้านการตลาดเป็นหลัก โดยดูจากข้อมูลที่ทำกรวิเคราะห์ไว้ตามหัวข้อต่างๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ไม่ว่าจะเป็นทางด้านขนาดตลาดที่ศึกษาว่าขนาดตลาดบริเวณโครงการใหญ่ หรือเล็ก และการที่จะเข้าไปถึงส่วนแบ่งตลาดมาเป็นของโครงการเรามีมากหรือน้อยเพียงใด แนวโน้มในการเจริญเติบโตของธุรกิจที่เราทำการศึกษานั้น เป็นในทางบวกหรือลบ เพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งคำตอบว่าที่ว่า โครงการดังกล่าวควรทำการศึกษาความเป็นไปได้ด้านอื่นๆ ต่อไปหรือไม่ กล่าวคือ ถ้าผลการศึกษาด้านการตลาดออกมาน่าพอใจ คือมีอุปสงค์หรือความต้องการตลาดในผลิตภัณฑ์ของโครงการมีมากพอ เมื่อนำไปเทียบกับคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาดแล้วเราสามารถได้ส่วนครองตลาดมาจำนวนหนึ่ง รวมถึงการประมาณการยอดขายที่ได้ต้องไม่ต่ำหรือสูงจนเกินไป การพยากรณ์การตลาดที่ควรมีแนวโน้มของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ตลาดกว้างมากยิ่งขึ้นและสภาวะตลาดที่เอื้ออำนวยต่อโอกาสที่จะทำให้โครงการประสบความสำเร็จได้ ถ้าหากการศึกษาด้านการตลาดมีคุณสมบัติครบถ้วน และตลาดที่เลือกนั้นเหมาะแก่การลงทุนในการทำธุรกิจแล้ว โครงการก็ควรทำการศึกษาด้านอื่นๆ เป็นลำดับต่อไป

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค จะทำให้ทราบถึงกระบวนการผลิต ขั้นตอนการผลิต คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ การกำหนดขนาดพื้นที่ของโครงการ การเลือกเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ที่จำเป็นต่อโครงการ กำลังการผลิตที่โครงการสามารถจะทำได้ ทำเลที่ตั้งของโครงการ เพื่อที่จะดูว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร และมีหนทางที่จะแก้ไขปัญหายังไร การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคจะบอกถึงความเป็นไปได้ทางด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เทคนิค นอกจากนั้นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิคยังเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนคาดคะเนผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเลือกด้านเทคนิคต่างๆ เช่น ในแง่ของการว่าจ้างงาน อิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อมวลมนุษย์ ปัญหาต่างๆ และอุปสรรคของโครงการอยู่ที่ปัจจัยใด ตลอดจนวิธีแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในโครงการซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคนั้นมีแนวทางในการพิจารณา 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 ซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคนั้นจะต้องมีความเข้าใจในเรื่องของกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อเลือกใช้การผลิตให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สามารถจำแนกกระบวนการผลิตออกเป็น 5 ประเภทคือ กระบวนการผลิตแบบโครงการ กระบวนการผลิตตามคำสั่งซื้อ กระบวนการผลิตแบบช่วงตอน กระบวนการผลิตตามสายงานและกระบวนการผลิตแบบต่อเนื่อง

2.2 การวางแผนผังกระบวนการผลิต คืองาน หรือแผนงานในการติดตั้งเครื่องจักร เครื่องมือและวัสดุต่างๆ รวมทั้งสภาพแวดล้อมในการทำงานที่จำเป็นในกระบวนการผลิตภายใต้ข้อจำกัดของโครงสร้างอาคารที่มีอยู่รวมทั้งการออกแบบอาคาร เครื่องจักรและเครื่องมือต่างๆ เพื่อให้การผลิตมีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพสูงสุด

2.3 กำลังการผลิต คืออัตราสูงสุดของผลผลิตหรือบริการที่ระบบการผลิตสามารถผลิตได้ในช่วงเวลาหนึ่งของการดำเนินงานโดยวัดเป็นหน่วยผลผลิตต่อหน่วยของเวลา การกำหนดกำลังการผลิตก็คือการที่กิจการสามารถผลิตสินค้าภายใต้ภาวะการณ์ปกติ และระบบการผลิตที่กำหนดไว้ กำลังการผลิตที่สูงที่สุด คือกำลังการผลิตที่สามารถผลิตสินค้าให้ได้มากที่สุด และสามารถใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด การกำหนดกำลังการผลิตของกิจการจะขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อข้อกำหนดกำลังการผลิต ได้แก่ กฎหมาย แรงงาน และความสามารถในการป้อนวัตถุดิบของผู้จำหน่าย ส่วนปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อข้อกำหนดกำลังการผลิต ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ บุคลากรและงาน การออกแบบโรงงานและกระบวนการผลิต สมรรถนะของอุปกรณ์และการบำรุงรักษา การควบคุมวัตถุดิบ ระบบการควบคุมคุณภาพ และความสามารถของผู้บริหาร

3. ปัจจัยนำออก คือผลผลิตขั้นสุดท้ายของกระบวนการผลิตของแต่ละโครงการ ซึ่งจะออกมาในรูปของสินค้าหรือบริการ ผลิตภัณฑ์ และคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ถือเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยนำออก ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่น่าสนใจในการลงทุนนั้นมักจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จำหน่ายในประเทศอุตสาหกรรม หรือประเทศที่พัฒนาแล้วทั้งสิ้น อีกทั้งรูปร่างลักษณะ และข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ มักจะเลียนแบบจากประเทศอุตสาหกรรม ในการกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ผลิตจะต้องสอบถามความต้องการของตลาดว่าต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทใด

ทำเลที่ตั้ง

การพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากในการตัดสินใจทางธุรกิจ เพราะทำเลที่ตั้งจะมีผลต่อต้นทุนและรายได้ในระยะยาวที่จะมีผลกระทบต่อข้อกำหนดดำเนินงาน ซึ่งการที่จะพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งจะต้องมีต้นทุนรวมในการเลือกทำเลที่ตั้งที่ต่ำที่สุด เนื่องจากทำเลที่ตั้งเป็นแหล่งที่จะทำให้ธุรกิจสามารถประกอบกิจกรรมได้สะดวกที่สุด โดยคำนึงถึงกำไรและค่าใช้จ่ายความสามารถในการขนส่งและการจัดจำหน่าย การจัดหาวัตถุดิบ และสภาพแวดล้อมอื่นๆ ตลอดระยะเวลาที่ธุรกิจประกอบกิจกรรม ซึ่งในการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการจะมีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง เพราะจะมีผลกระทบต่อตัดสินใจทางธุรกิจ ปัจจัยที่ธุรกิจต้องนำมาพิจารณาสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับการผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการผลิต ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน วัตถุดิบ ตลาด การขนส่ง สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตโดยตรง ได้แก่ กฎหมาย ภาษี ทัศนคติของชุมชน และการเมือง

การสรุปผลการศึกษาด้านเทคนิค

ขั้นตอนสุดท้ายในการศึกษาด้านเทคนิคคือการสรุปผลการศึกษาที่จะให้ทราบคำตอบว่าโครงการควรทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงินต่อไปหรือไม่ กล่าวคือถ้าผลการศึกษาด้านเทคนิค ที่ได้จากการวิเคราะห์ที่มีความน่าสนใจในการลงทุนทั้งทางด้านทำเลที่ตั้งว่าสถานที่ที่โครงการเลือกนั้นตั้งอยู่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ รวมถึงระบบสาธารณูปโภคว่ามีความพร้อมเพียงใด รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าว่ามีความสะดวก เหมาะสมกับโครงการมากน้อยเพียงใด กระบวนการผลิตที่มีการวางแผนโครงการอย่างมีระบบ สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการวางแผนกำลังการผลิตที่สามารถตอบสนองของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง และสุดท้ายคือปัจจัยนำออกที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีความตรงตามความต้องการของลูกค้า หากมีคุณสมบัติครบถ้วนก็จะทำการศึกษาด้านทางการเงินเป็นลำดับต่อไป

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน เป็นการวิเคราะห์ที่จะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไร รวมถึงการวางแผนทางการเงินและการวางแผนกำไร เพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆ เกิดขึ้นกับโครงการ การศึกษาด้านการเงินของโครงการจึงเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการลงทุนว่าจะต้องใช้เงินในด้านใดบ้างเป็นจำนวนเท่าใด จะหาแหล่งเงินทุนได้จากแหล่งใด โครงการนี้จะให้ผลตอบแทนการลงทุนสูงต่ำอย่างไร นอกจากนี้ยังจะต้องมีการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ เพื่อดูว่าอัตราผลตอบแทนของการลงทุนจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรหากมีการเปลี่ยนแปลงในราคาวัตถุดิบ ปริมาณการผลิต หรือราคาขาย ฯลฯ ในอนาคต ทั้งนี้เพื่อทดสอบถึงความเป็นไปได้ของโครงการในสภาพการณ์ต่างๆ ที่ผิดไปจากที่ได้คาดคะเนเอาไว้แต่เดิม โดยการวิเคราะห์ทางด้านการเงินนั้นจำเป็นต้องนำข้อมูลจากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด และความเป็นไปได้ทางเทคนิค มาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจ และคาดคะเนรายรับตลอดจนพิจารณาต้นทุนที่จะเกิดขึ้นว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน และมีลู่ทางในการลงทุนเพียงใด โดยการนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์ และประเมินค่าโครงการลงทุน เพื่อพิจารณาว่าโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นั้นให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ ซึ่งการวิเคราะห์ด้านการเงินสามารถแบ่งออกได้ดังนี้ (ประสิทธิ์, 2538)

1. การประมาณเงินลงทุนโครงการ เพื่อดูว่าต้องใช้จ่ายในด้านใดบ้าง เป็นจำนวนเท่าใด และจะหาแหล่งเงินทุนได้จากแหล่งใด เงินลงทุนในโครงการจะประกอบไปด้วย

1.1 เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร หรือต้นทุนคงที่ (fixed cost) คือเงินลงทุนในสินทรัพย์ที่มีอายุการใช้งานมากกว่า 1 ปี และโครงการต้องใช้ในการดำเนินงานค่าใช้จ่ายประเภทนี้จะไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต หรือเปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมต่างๆ ในระหว่างกระบวนการผลิต (ดวงมณี, 2548)

1.2 เงินทุนหมุนเวียน คือค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ระหว่างการดำเนินโครงการจะเปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิต และเปลี่ยนแปลงตามการเปลี่ยนแปลงของระดับกิจกรรมต่างๆ โดยผู้ลงทุนโครงการต้องเตรียมเงินทุนหมุนเวียนไว้นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายลงทุนประเภทอื่น เพื่อก่อให้เกิดความราบรื่นในขณะดำเนินงานในการประกอบกิจกรรมต่างๆ จะได้รับคืนเมื่อหมดอายุโครงการ (ดวงมณี, 2548)

2. การประมาณยอดขายของโครงการ แบ่งออกเป็น

2.1 ประมาณผลตอบแทนโครงการ โดยสามารถพิจารณาดังนี้

2.1.1 ผลตอบแทนที่มีตัวตน (tangible benefit) ในที่นี้คือ รายรับจากการขายสินค้า

2.1.2 ผลตอบแทนที่ไม่มีตัวตน หรือผลตอบแทนที่ไม่สามารถตีค่าเป็นตัวเงินได้ เช่น ช่วยกระจายสินค้าให้แก่ผู้ผลิตรายใหญ่ และยังเป็นกรเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ผลิต

3. วิเคราะห์ผลตอบแทนของการลงทุน เพื่อพิจารณาว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินลงทุนหรือไม่ หรือผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไป ซึ่งการจะวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของโครงการว่ามีความคุ้มค่าแก่การลงทุนหรือไม่นั้น จำเป็นจะต้องอาศัยเกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุน 2 ประเภท ได้แก่

3.1 เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา

3.1.1 ระยะเวลาคืนทุน (payback period) คือ ระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินงานมีค่าเท่ากับค่าลงทุนของโครงการ วิธีการนี้พิจารณาถึงจำนวนปีที่จะได้รับผลตอบแทนคุ้มกับเงินลงทุนและใช้กันมากในวงธุรกิจ โดยเฉพาะในกรณีที่ม้อัตรการเสี่ยงภัยสูง เช่น กรณีของผลผลิตที่คิดได้ใหม่ หรือวิธีการใหม่ๆ ที่ไม่มีการคุ้มครองจากกฎหมาย สิ่งที่เกิดขึ้นใหม่จึงอาจถูกขโมยความคิดหรือการลอกเลียนแบบจากคู่แข่งชั้นภายในระยะเวลาอันสั้นได้ หลังจากที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลผลิตใหม่นั้นออกสู่ตลาด หรือในกรณีที่ภาวะการณ์ทางการเมืองมีความไม่แน่นอน ฉะนั้นเพื่อความแน่นอนของการลงทุน นักลงทุนจึงต้องพิจารณาเลือกโครงการที่ให้ผลตอบแทนคืนเร็วในระยะสั้นระหว่าง 3 ถึง 5 ปี

การใช้วิธีการประเมินในรูปแบบนี้มีข้อดี คือเป็นการใช้กระแสเงินสดในการตัดสินใจต่อการคำนวณและง่ายต่อการทำความเข้าใจ แต่ก็มีข้อเสียบางประการ อาทิ การประเมินด้วยวิธีนี้ไม่ได้คำนึงถึงมูลค่าของเงินตามกาลเวลา และไม่ได้สนใจว่ากระแสเงินสดที่ได้รับหลังจากคืนทุนแล้วจะเป็นเช่นไร นำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาด และอาจจะเกิดผลเสียกับโครงการในภายหลังได้

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

3.2.1 วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value: NPV) หมายถึง ผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุโครงการกับเงินสดจ่ายลงทุน เพื่อเป็นการศึกษาว่าการลงทุนในโครงการนี้จะมีกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ ในกรณีการพิจารณาการลงทุนต่อเนื่องหลายปีจะใช้กับโครงการขนาดกลาง และขนาดใหญ่ที่โครงการมีอายุโครงการมากกว่า 1 ปี ขึ้นไป โดยจะเกิดผลตอบแทนหลายจำนวน จากการประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา สามารถพิจารณาจากค่า NPV ที่เกิดขึ้นจากการคำนวณ โดยที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการนั้น ได้มาจากการนำค่ากระแสเงินสดสุทธิของแต่ละปี (ตลอดอายุโครงการ) มาเทียบให้เป็นมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิโดยใช้อัตราส่วนลดที่กำหนดขึ้น กระแสเงินสดสุทธิที่จะนำมาเทียบเป็นมูลค่าปัจจุบันซึ่งคำนวณตั้งแต่ปีที่คาดว่าจะเริ่มดำเนินการโดยที่อัตราส่วนลดควรมีค่าเท่ากับดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว หรือเท่ากับดอกเบี้ยที่ได้จากการให้กู้ยืม เกณฑ์การตัดสินใจนี้จะพิจารณา จากค่า NPV ที่คำนวณได้ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับศูนย์หรือมากกว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดจ่ายจะยอมรับโครงการลงทุน แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบแสดงว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการนั้นไม่คุ้มค่ากับการลงทุน จะเห็นได้ว่าการวิเคราะห์โครงการโดยพิจารณาจากค่า NPV นั้นจะสามารถบอกได้เพียงว่าโครงการนี้จะทำกำไรให้โครงการหรือไม่ โดยการกำหนดอัตราส่วนลดลงไป ซึ่งการวิเคราะห์แบบนี้ไม่สามารถบอกได้ว่าโครงการนี้จะคืนทุนให้แก่โครงการในอัตราเท่าไร

3.2.2 วิธีอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (internal rate of return: IRR) เป็นการคำนวณหาอัตราดอกเบี้ยหรืออัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของรายรับจากโครงการเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของการลงทุน ดังนั้นมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) จึงเท่ากับศูนย์ ค่าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) นั้นสามารถหาได้จากวิธีการแบบทดลองหาไปเรื่อยๆ คือเป็นแบบ trial and error โดยเปิดตารางปัจจัยดอกเบี้ยมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (present value interest factor) แล้วนำค่าที่ได้ไปแทนในสูตร โดยทดลองไปจนกว่าจะได้ผลลัพธ์ของกระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับเงินสดจ่ายพอดี เกณฑ์การตัดสินใจของ IRR สามารถพิจารณาได้จากอัตราดอกเบี้ยที่คำนวณได้ นำไปเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยที่โครงการกำหนดไว้ ซึ่งได้มาจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว หรืออัตราดอกเบี้ยที่ได้จากการให้กู้ยืม ซึ่งถ้าอัตราดอกเบี้ยที่คำนวณได้สูงกว่า ถือว่าโครงการมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน แต่ถ้าค่า IRR ที่ได้ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยที่โครงการกำหนดไว้ จะเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า คือผลตอบแทนที่ได้นั้นไม่คุ้มค่าเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยที่จะได้จากการลงทุนโครงการอื่น ที่ไม่ใช่โครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นเอง

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 แล้วหมายความว่า ผลตอบแทนที่ได้จากโครงการจะมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไปในการนั้น

3.3 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (sensitivity analysis) เป็นการประเมินความเสี่ยงของโครงการในกรณีที่เหตุการณ์ต่างๆ ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ซึ่งจะเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นทำให้เกิดผลกระทบต่อโครงการ โดยในการวิเคราะห์จะทำการวัดว่าการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ เช่น ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ต้นทุนรวมของโครงการ จะทำให้ความคุ้มค่าของโครงการเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยเพียงใด และโครงการยังมีความคุ้มค่าอยู่หรือไม่

การตรวจสอบเอกสาร

สุทธิศักดิ์ (2540) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินร้านอาหารสุกี้ยากี้ในห้างสรรพสินค้า กรณีศึกษาการซื้อแฟรนไชส์ โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดหน่วยธุรกิจรายย่อยมากขึ้น อันเป็นผลให้เกิดทางเลือกในการบริโภคของคนในสังคมมากขึ้น โดยมีวิธีการศึกษา คือ การใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากร้านสุกี้ยากี้ของผู้ประกอบการ รวมทั้งข้อมูลจากผู้ให้สิทธิ์ทางการค้าร้านอาหารสุกี้ยากี้ และข้อมูลที่ได้โดยการสำรวจผู้บริโภคที่ใช้จ่ายในห้างสรรพสินค้า ผลการศึกษาพบว่าร้านอาหารสุกี้ยากี้ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า กรณีศึกษาการซื้อแฟรนไชส์จะมีผู้บริโภคที่จุดคุ้มทุน คือ 274 คนต่อวัน และเมื่อพิจารณาผลตอบแทนจากค่าเฉลี่ยจำนวนผู้บริโภคร้านอาหารสุกี้ยากี้จำนวน 5 ร้าน ซึ่งได้จากการสำรวจ พบว่ามีค่าเฉลี่ยผู้บริโภคจำนวน 298 คนต่อวัน มีความน่าสนใจในการลงทุน เมื่อพิจารณาจากตัวชี้วัดความคุ้มค่าในการลงทุนโดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน มีค่ามากกว่าหนึ่ง และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการมีค่ามากกว่าอัตราคิดลด

กฤษฎี (2544) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟโดยค่าของมูลนิธินิติโครงการหลวง บริเวณธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟโดยค่าของมูลนิธินิติโครงการหลวง บริเวณธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร มีวิธีการศึกษาโดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชากร ที่เป็นพนักงานของธนาคารและบุคคลทั่วไปที่มาทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคาร จำนวน 400 ราย และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจร้านกาแฟจำนวน 4 รายที่เปิดร้านกาแฟในธนาคาร และอาคารสำนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร และข้อมูลจากการวิจัย วารสาร บทความ และสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาด้านการตลาด พบว่า ในบริเวณโดยรอบธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟคั่วบดสดจำนวน 2 ร้าน และรถเข็นขนาดเล็ก 2 - 3 ร้าน จึงทำให้คาดการณ์ได้ว่าโอกาสในการเพิ่มร้านกาแฟคั่วบดของโครงการในบริเวณธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาด้านเทคนิค ร้านกาแฟคั่วบดของโครงการ ใช้พื้นที่ 50 ตารางเมตร จัดที่นั่งจำนวน 15 ตัว มีค่าเช่าพื้นที่เดือนละ 25,000 บาท และมีต้นทุนกาแฟต่อแก้วเฉลี่ย 20.75 บาท ผลการศึกษาด้านการเงิน พบว่า ใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 1,509,000 บาท เป็นเงินของโครงการทั้งหมด มีระยะเวลาในการคืนทุนเวลา 2 ปี 1 เดือน 23 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 1,254,982.67 บาท มีอัตราคิดลดร้อยละ 10 ผลตอบแทนการลงทุนภายในโครงการ ร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

37 มีดัชนีการทำกำไร 1.83 เท่า ดังนั้นผลการศึกษาที่ได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารแพทยาคำมูลนิธิโครงการหลวงในบริเวณธนาคารกรุงไทย จำกัด สำนักงานใหญ่ จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

วรชตพรรณ (2544) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากในปัจจุบันประชาชนหันมาให้ความสนใจการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในชีวิตประจำวันอีกหลายประการที่แสดงให้เห็นถึงความสนใจในเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพมากขึ้น มีวิธีการศึกษา ดังนี้ ด้านการตลาดรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีใช้แบบสอบถามจำนวน 150 ราย และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 3 รายรูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพที่นิยมเป็นอาหารมังสวิรัต และอาหารเจ การวิเคราะห์ด้านเทคนิค พบว่า โครงการธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ทำการศึกษากำหนดให้ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ลักษณะที่ตั้งเป็นห้องแถวชั้นเดียว 2 คูหา มีเงินทุนเริ่มแรกเท่ากับ 270,000 บาท เพื่อใช้เป็นเงินทุน การวิเคราะห์ด้านการเงินพบว่า มีระยะเวลาโครงการ 5 ปี จะมีความคุ้มค่าในการลงทุน มีอัตราผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน สรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการจัดตั้ง และมีผลตอบแทนคุ้มค่างับการลงทุน

กรกนก (2545) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการจัดตั้งโรงงานผลสมอาหารสำหรับโคนม ของสหกรณ์การเกษตรเมืองเลย จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในทางการเงินในการจัดตั้งโรงงานผลสมอาหารสำหรับโคนมของสหกรณ์การเกษตรเมืองเลย จำกัด มีวิธีการศึกษาโดยการสัมภาษณ์สมาชิกสหกรณ์ทั้งประชากรทั้ง 75 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีเค้าโครงล่วงหน้า เพื่อประมาณความต้องการใช้อาหารข้นของสมาชิก โดยมีวิธีการศึกษา ดังนี้ การวิเคราะห์ด้านการเงินโดยใช้การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของโครงการมูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน โดยทำการศึกษา 2 กรณี คือ กู้ยืมเงินจากการส่งเสริมสหกรณ์ ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 2 และกู้ยืมเงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 8 พบว่าโครงการให้ผลตอบแทนที่สามารถยอมรับได้ ผลการศึกษาทางการเงินในการจัดตั้งโรงงานผลสมอาหารชั้นสำหรับโคนมที่อัตราคิดลดร้อยละ 2 ให้ผลตอบแทนของโครงการร้อยละ 81.34 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 126,569,846.45 บาท และอัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน 1.38 และที่อัตราคิดลดร้อยละ 8 ให้ผลตอบแทนของโครงการร้อยละ 71.26 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 81,554,274.65 บาท และอัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน 1.36 และผลการศึกษาพบว่าสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยในการจัดตั้งโรงงานผลสมอาหารชั้น และพร้อมที่จะใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการ ดังนั้นควรสนับสนุนให้มีการจัดตั้งโรงงานผลสมอาหารชั้นสำหรับโคนมของสหกรณ์การเมืองเลย จำกัด เพราะจะก่อให้เกิดกำไรและเป็นประโยชน์ต่อสมาชิกสหกรณ์ด้วย

ประวีณา (2545) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของร้านกาแฟโบราณทันสมัย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อร้านกาแฟโบราณ รูปแบบทันสมัย และเพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการทำธุรกิจร้านกาแฟโบราณรูปแบบทันสมัย ในเขตอำเภอเมือง นครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในร้านกาแฟโบราณที่มีลักษณะทันสมัย 6 ร้าน จำนวน 400 คน ในเขตอำเภอเมือง นครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการร้านกาแฟโบราณรูปแบบทันสมัย มีทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง นครราชสีมา บริเวณห้างสรรพสินค้าเดอะ มอลล์ มีความต้องการลักษณะการให้บริการของร้านกาแฟมีพนักงานเสิร์ฟ และชำระเงินที่โต๊ะ โดยมีความเห็นต่อราคาสินค้าที่ตั้งไว้ว่ามีความเหมาะสมแล้ว จากผลการสำรวจยังพบว่า หากร้านกาแฟโบราณรูปแบบทันสมัยมาเปิดดำเนินการ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 88.00 ให้ความสนใจที่จะเข้าใช้บริการ และคาดว่าจะเข้าใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง โดยเลือกเครื่องดื่มประเภทกาแฟเย็นเป็นอันดับหนึ่ง ชามะนาวเป็นอันดับสอง ส่วนอาหารว่างประเภทขนมปังได้รับความนิยมอันดับหนึ่งคือขนมปังเนย-สังขยา อันดับสองคือขนมปังปิ้ง-เนย-นม และปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 2 อันดับแรกคือ พนักงานให้บริการต้อนรับดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 อันดับสองคือ พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย แต่งกายสะอาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า อายุ อาชีพ และรายได้ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับทำเลที่ตั้งของร้านกาแฟโบราณรูปแบบทันสมัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สิริยุพา (2545) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัขในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัขในจังหวัดเชียงใหม่ มีวิธีการศึกษาโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ใช้แบบสอบถามกับผู้สนใจเข้าชมงานประกวดสุนัข และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัขจำนวน 66 ราย และมีการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ วารสาร บทความ รายงานวิจัย และเอกสารรายงานการศึกษา ตลอดจนสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาทางด้านการตลาด พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความสนใจเลี้ยงสุนัขพันธุ์ต่างประเทศมากกว่าพันธุ์ไทย โดยเฉพาะสุนัขขนาดกลาง และสุนัขกลุ่มกีฬากีฬา และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัข พบว่า ราคาขายสุนัขและราคาค่ารับผสมพันธุ์มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี ผลการศึกษาด้านเทคนิค พบว่า ฟาร์มสุนัขที่ตั้งนั้นเป็นทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก โครงการจะเริ่มมีรายได้จากการรับผสมพันธุ์ และจำหน่ายลูกสุนัขในปีที่ 2 ผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาด้านการเงิน พบว่าโครงการสุนัขพันธุ์ชิสุห์ ใช้เงินลงทุน 348,850 บาท มีระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 58 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ อัตราร้อยละ 12 เท่ากับ 182,472 บาท และอัตราผลตอบแทนของโครงการร้อยละ 24 โครงการสุนัขพันธุ์ลาบราดอร์ ใช้เงินลงทุน 222,150 บาท มีระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 12 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ อัตราร้อยละ 12 เท่ากับ 184,732 บาท และอัตราผลตอบแทนของโครงการร้อยละ 28 โครงการสุนัขพันธุ์เซนต์เบอร์นาร์ด ใช้เงินลงทุน 396,900 บาท มีระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 29 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ อัตราร้อยละ 12 เท่ากับ 296,111 บาท และอัตราผลตอบแทนของโครงการร้อยละ 26 สรุปได้ว่าโครงการเลี้ยงสุนัขทั้ง 3 โครงการ เป็นโครงการที่สามารถยอมรับได้ จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจนี้

ณัฐพล (2547) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งโรงงานแปรรูปกล้วยตากกรณีศึกษาตำบลท่าพ้อ อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโรงงานแปรรูปกล้วยตาก มีวิธีการศึกษาโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 150 ราย รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายปลีก และผู้ผลิตกล้วยตาก ผลการศึกษาด้านการตลาดพบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการคือ นักท่องเที่ยวซึ่งมีกำลังซื้อสูง โดยสินค้าของโครงการนี้จะมีลักษณะบรรจุภัณฑ์ต่างจากสินค้าทั่วไปในท้องตลาดคือ บรรจุในถาดและบรรจุในถุงพลาสติกราคาขายปลีกคือ 30 บาท การศึกษาด้านเทคนิคพบว่าปริมาณกล้วยในปัจจุบันเพียงพอต่อความต้องการของตลาด ดังนั้น โครงการจึงจัดให้มีการส่งเสริมการปลูกกล้วย รวมถึงการจ้างตากกล้วยก่อนที่จะนำมาเข้าสู่กระบวนการต่างๆ ของโครงการ และจากการวิเคราะห์ด้านการเงิน พบว่า การจัดตั้งโรงงานแปรรูปกล้วยตาก ต้องใช้เงินลงทุนโครงการประมาณ 2,302,877 บาท โดยโครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 62,121 บาท มีงวดระยะเวลาคืนทุนประมาณ 2 ปี 10 เดือน 24 วัน และให้อัตราผลตอบแทนการลงทุนลดค่าเท่ากับร้อยละ 24.29 โดยถือเกณฑ์อัตราผลตอบแทนของโครงการมากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ สามารถสรุปได้ว่า ควรลงทุนจัดตั้งโรงงานแปรรูปกล้วยตาก ในเขตตำบล ท่าพ้อ อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร

สุธน และคณะ (2550) การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิธีการศึกษาโดยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารถึงความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านไอศกรีม 200 ตัวอย่าง ภายในสถาบันฯ และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษา พบว่า มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากรภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณทหารลาดกระบัง การเข้าใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ด้านเทคนิคก็มีความเป็นไปได้ เมื่อพิจารณาทำเลที่ตั้งของโครงการ ความพร้อมสาธารณูปโภคด้านต่างๆ และความสะดวกในการเข้าบริการ การวิเคราะห์ทางการเงิน พบว่า โครงการสามารถคืนทุนได้ภายใน 2 ปี 4 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 650,332.72 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 ส่วนอัตราผลตอบแทนของโครงการนั้นมีค่าเท่ากับร้อยละ 33.49 และโครงการนี้มีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนหรือดัชนีการทำกำไรของโครงการนี้เท่ากับ 1.62 จึงสรุปได้ว่าการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ไอศกรีมในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังนั้นมีความเป็นไปได้ทั้งทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน

กนกวรรณ (2551) ได้ศึกษาความเป็นไปได้เชิงเศรษฐกิจของการผลิตไบโอดีเซลจากปาล์มน้ำมัน โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาถึงต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิตไบโอดีเซลจากปาล์มน้ำมันเพื่อพลังงานทดแทนน้ำมันดีเซล รวมทั้งศึกษาความเป็นไปได้เชิงเศรษฐกิจในการผลิตไบโอดีเซลจากปาล์มน้ำมันเพื่อนำมาทดแทนน้ำมันดีเซล ซึ่งมีวิธีการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากชุมชนสหกรณ์สวนปาล์มจังหวัดกระบี่ อีกทั้งยังได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารรายงานการศึกษา และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูล ทางด้านสถิติที่ได้รวบรวมไว้แล้วโดยหน่วยงานราชการ ผลการศึกษาความเป็นไปได้เชิงเศรษฐกิจในการผลิตไบโอดีเซลจากปาล์มน้ำมัน ปรากฏว่าผลตอบแทนที่ได้ NPV มีค่าเท่ากับ -58,143,655 บาท และ B/C มีค่าเท่ากับ 0.89 ดังนั้น โครงการจึงไม่มีความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจเพราะทั้ง NPV เป็นลบ และ B/C มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าโครงการให้ผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุนหรือโครงการขาดทุน ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้การผลิตไบโอดีเซลจากปาล์มน้ำมัน จึงควรได้จัดทำการผลิตในรูปของธุรกิจ SME ซึ่งมีการลงทุนไม่สูงมากจึงทำให้ได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า

ธงชัย และคณะ (2551) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจของกาแฟกระป๋องลดความอ้วนเนเจอร์กิฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เทคนิค และการเงิน ของธุรกิจกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาด้านการตลาด พบว่ามูลค่าตลาดของกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม ในเขตกรุงเทพมหานครมีมูลค่า 1,146,860 บาทต่อเดือน และจะสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดได้ถึงร้อยละ 10 รวมถึงจะมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องที่ประมาณร้อยละ 10 ต่อปีของตลาดกาแฟ การวิเคราะห์ด้านเทคนิค พบว่ามีความพร้อมทั้งทางด้านปัจจัยนำเข้า แหล่งที่มาของเงินทุนได้เลือกธนาคารออมสินซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำที่สุด คือ ร้อยละ 6.50

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อปี มีการคมนาคมที่สะดวกในการกระจายสินค้า มีขั้นตอนการผลิตที่ง่าย และสามารถควบคุมคุณภาพได้ง่ายทำให้ผลผลิตที่ออกมามีคุณภาพ การวิเคราะห์ด้านการเงิน พบว่ามีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 6 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 11,083,564 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 42 และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 2.93 เท่า จึงสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ทั้งทางการตลาด เทคนิค การเงิน จึงควรพิจารณาจัดตั้งธุรกิจกาแพะป้องกัน ลดความอ้วนพร้อมดื่ม แต่อย่างไรก็ตามเป็นเพียงกรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

พจนานภา และคณะ (2551) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ คือศึกษาความเป็นไปได้ทั้งทางการตลาด เทคนิค และการเงิน เพื่อจะนำไปสู่การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษ และกลุ่มตัวอย่างของประชากรในรัศมี 1 กิโลเมตรจากที่ตั้งโครงการ จำนวน 400 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผลการศึกษาทางการตลาดพบว่า ขนาดตลาดของผักปลอดสารพิษในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 2,844,816 บาท และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี หากมีการดำเนินโครงการคาดว่าจะมีผู้มาใช้บริการร้อยละ 65.5 ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาทางด้านเทคนิคพบว่า มีความพร้อมด้านระบบการผลิต การจัดการผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการจัดหา และขนส่งปัจจัยนำเข้าได้สะดวก อีกทั้งทำเลที่ตั้งอยู่ ใกล้กับแหล่งชุมชนต่าง ๆ และสถานที่ท่องเที่ยว และการศึกษาทางด้านการเงิน พบว่า อัตราอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 2.19 เท่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวก คือเท่ากับ 655,350 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 38.21 และมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 2 เดือน 22 วัน แสดงว่าโครงการมีกำไรในการดำเนินงาน สามารถคืนทุนได้เร็วกว่าอายุโครงการ คือ 5 ปี ดังนั้นจึงสรุปว่า มีความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคือออสผักปลอดสารพิษบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม

กรอบแนวความคิด

ในส่วนของกรอบแนวความคิดจะศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ โดยจะกล่าวถึงการศึกษา 3 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ซึ่งจะเป็นการศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการนั้น โดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการเงิน เพื่อประกอบการตัดสินใจของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ที่จะคิดจะลงทุนในโครงการนั้นๆ ในการศึกษาดังกล่าวจะกล่าวถึงรายละเอียดและการวิเคราะห์สิ่ง ที่จำเป็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับทั้ง 3 ด้านดังนี้

1. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ถือเป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยง และความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนในโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการศึกษา ด้านการตลาดจะศึกษาถึงรายละเอียดที่จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างมี หลักเกณฑ์ และเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาดจะครอบคลุมถึง 3 ประเด็นด้วยกัน คือ การศึกษาขนาดของตลาด (market size) ส่วนแบ่งตลาดที่โครงการจะเข้าไปแข่งขันได้ (market share) และแนวโน้มของตลาด (market trend) นอกจากนี้มีการพยากรณ์ยอดขาย การประมาณ การยอดขาย เพื่อที่จะเป็นตัวช่วยในการวิเคราะห์ด้านการตลาด ตลอดจนภาวะการแข่งขันใน ตลาดทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการเจาะ ตลาด ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม เมื่อได้ตัดสินใจดำเนินโครงการแล้วอีก ด้วย เมื่อทำการศึกษาประเด็นต่างๆ ในด้านการตลาดเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการ สรุปผลการศึกษาด้านการตลาดว่าโครงการนั้นมีความเป็นไปได้หรือไม่ ถ้าหากพบว่าโครงการไม่มี ความเป็นไปได้ทางด้านตลาดก็จะล้มเลิกโครงการ แต่ถ้าสรุปได้ว่าโครงการมีความเป็นไปได้ ทางด้านการตลาดก็จะทำการดำเนินงานศึกษาต่อทางด้านเทคนิค และการเงินต่อไปตามลำดับ

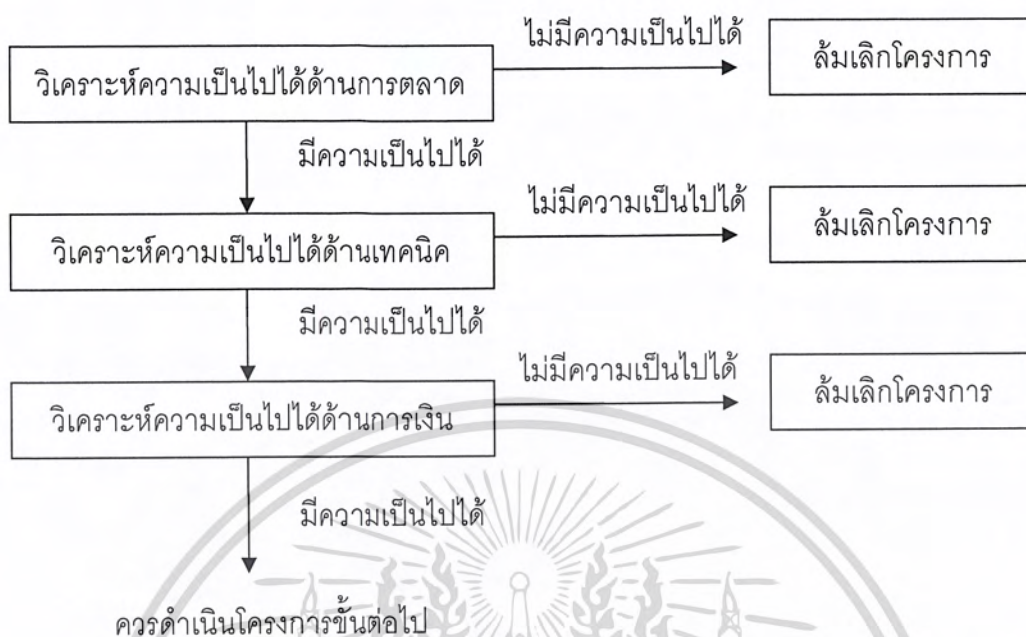
2. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค หลังจากที่ได้มีการศึกษาทางด้านตลาด ของโครงการเป็นที่เรียบร้อยแล้วว่าโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นมีความเป็นไปได้ทางการตลาด มากน้อยเพียงใด เพราะการศึกษาทางการตลาดจะมีความสำคัญต่อความสำเร็จและความ ล้มเหลวของโครงการ หากขาดการศึกษาด้านการตลาดแล้วโอกาสที่โครงการจะประสบ ความสำเร็จย่อมเป็นไปได้ยาก การวิเคราะห์โครงการทางด้านเทคนิคเพื่อศึกษาดูว่าการที่จะผลิต ผลิตภัณฑ์ขึ้นมาทำการจำหน่ายมีความเป็นไปได้ทางเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคในการ ผลิตอย่างไร ซึ่งจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องไปถึงด้านการเงิน โดยการศึกษาทางด้านเทคนิคจะมีแนวทาง ในการพิจารณาคือ การผลิตผลิตภัณฑ์ การเลือกเทคโนโลยีการผลิตที่จะนำมาใช้ เทคนิคการผลิต กระบวนการทางเทคนิค เครื่องมือที่ใช้ในการจัดตั้งโครงการ วัตถุดิบและส่วนประกอบที่ใช้ ส่วนผสมของปัจจัยการผลิต ผลผลิตที่ได้ ขนาดการผลิต รวมถึงทำเลที่ตั้งของสถานที่โครงการ โดย ที่มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปที่ไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตโดยตรง เช่น กฎหมายแลภาษี ภูมิอากาศ ทัศนคติของชุมชน การเมืองและกฎหมาย เข้ามารวมในการวิเคราะห์ ด้วย ซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคนั้นจะเห็นได้ว่า ขั้นตอนต่างๆ จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่อง การเงินคือ จะผลิตอย่างไรให้ได้กำไรสูงสุด หรือใช้ต้นทุนต่ำสุด จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวิเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางการด้านเทคนิคว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางการด้านเทคนิคหรือไม่ ถ้าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ทางการด้านเทคนิคคือ สถานที่ตั้งไม่ผ่าน การคมนาคมไม่ดี มีปัญหาการผลิต เทคนิคการผลิตยังไม่ดีพอก็อาจโครงการนี้ไม่มีความเป็นไปได้ทำให้ต้องล้มเลิกโครงการไป แต่ถ้าหากว่าผลสรุปของการวิเคราะห์มีความเป็นไปได้เกิดขึ้น ก็จะทำการดำเนินการศึกษาต่อทางการเงินเป็นลำดับต่อไป

3. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน เมื่อได้ทำการศึกษาโครงการทางการตลาดเพื่อดูว่าโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นมีความเป็นไปได้ทางการตลาดมากน้อยเพียงใด และทำให้ผู้ประกอบการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีประโยชน์อย่างคุ้มค่าแล้ว การศึกษาโครงการทางการตลาดยังช่วยลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นกับผู้ประกอบการได้ ขั้นตอนต่อไปก็คือการศึกษาด้านเทคนิคเพื่อศึกษาว่าโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นมีความเป็นไปได้ทางการด้านเทคนิคเพียงใด หลังจากที่ผ่านมาการวิเคราะห์ทั้งทางการตลาด และเทคนิคเรียบร้อยแล้ว ต่อมาคือการวิเคราะห์โครงการทางการเงิน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์การลงทุนรวมถึงการวางแผนการเงินเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินเกิดขึ้นกับโครงการ 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 คือวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด หากมีความเป็นไปได้ก็ทำการดำเนินการศึกษาต่อทางการด้านเทคนิค เมื่อด้านเทคนิคมีความเป็นไปได้ก็จะมีการศึกษาต่อทางการเงิน หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์ทั้ง 3 ด้านเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และพบว่ามีความเป็นไปได้ทั้ง 3 ด้าน จะสามารถสรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นจริงในอนาคต (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 กรอบแนวความคิด

สมมติฐานของการศึกษา

1. การจัดตั้งธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ไม่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด
2. การจัดตั้งธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ไม่มีความเป็นไปได้ทางเทคนิค
3. การจัดตั้งธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

เนื้อหาของบทนี้จะกล่าวถึง วิธีการศึกษา โดยแยกออกเป็นขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษา รวมไปถึงแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการเก็บรวบรวมการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดธุรกิจอาหารสุนัขนั้น จะเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างประชากรจากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งการเก็บแบบสอบถามจะใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เป็นประชากรที่เลี้ยงสุนัขไว้เพื่อความเพลิดเพลิน และผู้ที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณสถานที่ตั้งของโครงการในระยะ 1 กิโลเมตร โดยผู้ศึกษาได้ทำการนับจำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณที่ตั้งโครงการเฉพาะวันที่เปิดให้บริการ คือ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ ในช่วงเวลาเช้า กลางวัน และเย็น แล้วนำมาข้อมูลที่เก็บได้มาทำการเฉลี่ยหาจำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณที่ตั้งโครงการต่อวัน

1. วิธีการสุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเลือกทำการศึกษานักค้าปลีกทำงานเป็นประชากรที่มีกำลังซื้อ โดยเจาะจงไปที่บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ซึ่งเขตจตุจักรจัดเป็นแหล่งค้าขายที่สำคัญ โดยการแจกแบบสอบถามจะเน้นไปที่บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เป็นประชากรที่เลี้ยงสุนัขไว้เพื่อความเพลิดเพลิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ขนาดตัวอย่าง ใช้การคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรดังนี้ (ศิริวรรณ และคณะ, 2541)

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

โดย n = จำนวนตัวอย่าง

p = ค่าประมาณร้อยละที่คาดหวัง (ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดค่าประมาณร้อยละที่คาดหวังร้อยละ 50)

$$q = 100 - p$$

Z = ระดับความเชื่อมั่น (ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ระดับร้อยละ 95 ค่า Z จากการเปิดตารางมีค่าเท่ากับ 1.96)

D = ค่าผิดพลาดที่ยอมรับได้ (กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 5)

แทนค่าสูตร

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

$$= 384.16 \text{ ตัวอย่าง}$$

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

3. วิธีการสุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเลือกทำการศึกษาบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เป็นประชากรที่เลี้ยงสุนัขไว้เพื่อความเพลิดเพลิน โดยเจาะจงไปที่บริเวณสวนจตุจักร โชนสัตว์เลี้ยง ซึ่งเขตจตุจักรจัดเป็นเป็นแหล่งค้าขายที่สำคัญ โดยการแจกแบบสอบถามจะเน้นไปที่ผู้ที่เลี้ยงสุนัขไว้เพื่อความเพลิดเพลิน โดยเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสุ่มตัวอย่างก่อนที่จะให้ทำแบบสอบถามนั้น จะทำการกรองข้อมูลจากการสอบถามปากเปล่า ก่อนว่าประชากรที่จะทำแบบสอบถามนั้นเป็นผู้ที่เลี้ยงสุนัขไว้เพื่อความเพลิดเพลินเท่านั้น ไม่ได้เลี้ยงไว้เพื่อทำธุรกิจขายสุนัข หากประชากรเป็นผู้ที่เลี้ยงสุนัขไว้เพื่อความเพลิดเพลิน ก็จะทำกร แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่าง และรอเก็บแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่างทันที

4. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษา สร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนด้วยกันคือ

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งเป็นคำถามแบบเปิดโดยให้ผู้ตอบเติมข้อมูลลงไป ยกเว้นเพศ และอาชีพที่ ให้ผู้ตอบเลือกคำตอบ

ส่วนที่ 2 สอบถามข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้ที่ซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป ซึ่งในส่วนนี้มีทั้ง คำถามที่สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ คำถามที่เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว และแบบ เติมคำตอบลงไปจะเป็นคำถามเกี่ยวกับความถี่ และค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง

ส่วนที่ 3 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตั้งร้านจำหน่ายอาหารสุนัข บริเวณสวน จตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ซึ่งในส่วนนี้จะสอบถามเกี่ยวกับความสนใจในร้านค้าที่จะเปิดใหม่ ของ โครงการรวมถึงความถี่ที่คาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์ของโครงการ และจำนวนเงินที่ยอมจ่ายในการซื้อ แต่ละครั้ง

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งาน วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ และเก็บข้อมูลจากเว็บ ไซด์ต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ต

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงตลาดของธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง โดยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และการวิเคราะห์สภาวะการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แข่งขันภายในอุตสาหกรรม ที่อาจส่งไปจะกระทบต่อธุรกิจได้ จึงจำเป็นจะต้องมีการวิเคราะห์ทั้งสองกรณีนี้ก่อนจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์สภาวะทางการตลาดในส่วนต่างๆ เป็นลำดับ

จากข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง นำมาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) ซึ่งข้อมูลที่ได้จะอธิบายลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการร้านในรูปแบบของความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ยโดยใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และผลรวมจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เบื้องต้นมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ต่อทางด้านการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนจัดตั้งร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปจะทำการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม สภาวะตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณการยอดขายของโครงการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก จะนำข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการเก็บรวบรวมในรูปแบบบทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการวิเคราะห์ซึ่งสามารถจำแนกขั้นตอนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกได้ดังนี้

1.1 ทางด้านการเมือง (political) นโยบายของภาครัฐที่มีต่อการลงทุนจัดทำธุรกิจการให้ความสนับสนุนในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับการลงทุนในโครงการต่างๆ

1.2 ทางด้านเศรษฐกิจ (economic) สภาพเศรษฐกิจโดยรวมบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง และโดยทั่วไปของประชากรกรุงเทพมหานคร

1.3 ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (social culture)

1.4 ทางด้านประชากรศาสตร์ (demographic) กล่าวถึงจำนวนประชากร ความต้องการในสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับอาหารสุนัข อัตราเงินเดือน ความสามารถในการซื้อผลิตภัณฑ์

2. การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม นำข้อมูลในส่วนของทุติยภูมิเกี่ยวกับธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป ไม่ว่าจะเป็นด้านคู่แข่ง สินค้าทดแทน การต่อรองราคาทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย มาประกอบการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม หรือการวิเคราะห์แรงผลักดันของปัจจัยทั้ง 5 ประการ มาทำการวัดความเข้มข้นของการแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกันที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ มีรายละเอียดดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน

2.2 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น

2.3 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน

2.4 ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

2.5 ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบ

3. การวิเคราะห์สภาพตลาด ประกอบด้วยการศึกษา 3 ด้านดังนี้

3.1 ศึกษาขนาดของตลาด เพื่อให้ทราบว่า ตลาดของอาหารสุนัขที่จะทำการศึกษานั้น มีขนาดตลาดที่เล็กหรือขนาดตลาดใหญ่ และจะเหมาะแก่การทำธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปมากเพียงใด โดยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจโดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามมาคำนวณหาจำนวนผู้ซื้อที่แท้จริงจากผู้ซื้อทั้งหมด ประกอบกับการพิจารณาจาก

3.1.1 ประชากร โดยศึกษาจำนวนประชากรในเขตพื้นที่ ที่จะจัดตั้งโครงการธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป ว่ามีจำนวนประชากรโดยรวมประมาณเท่าไร ซึ่งหาจำนวนประชากรที่เดินสัญจรบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยงเฉลี่ยต่อวันโดยจากการสังเกตและนับจำนวนผู้ที่เดินผ่านไปมาในวันที่เปิดให้บริการ คือ วันเสาร์ และวันอาทิตย์แล้วนำมาประมาณการหาค่าเฉลี่ยต่อวัน

3.1.2 อัตราการบริโภคของผู้บริโภค (consumption rate) โดยวัดจากความถี่ในการซื้อสินค้านั้นๆ วัดเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน

3.1.3 อำนาจซื้อ (purchasing power) ศึกษาจากรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถาม ที่ตอบว่าเคยซื้ออาหารสุนัข

3.1.4 หามูลค่าตลาดของการจัดตั้งร้านจำหน่ายอาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง โดยหาได้จากการคำนวณดังนี้ จำนวนประชากรที่เข้าร้านจำหน่ายอาหารสุนัข \times ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง \times จำนวนวันที่เปิดบริการใน 1 เดือน \times จำนวนเดือนใน 1 ปี

3.2 ศึกษาแนวโน้มของตลาด (market trend) เป็นการศึกษาแนวโน้มของตลาดว่ามีทิศทางเป็นอย่างไร โดยนำเครื่องชี้วัดภาวะทางเศรษฐกิจมาทำการวิเคราะห์

3.3 ส่วนแบ่งตลาด โดยศึกษาจากความสามารถของธุรกิจที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (external environment analysis) ทางด้านการเมือง (political) ทางด้านเศรษฐกิจ (economic) ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (social culture) และทางด้านประชากรศาสตร์ (demographic) รวมถึงการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปในบริเวณพื้นที่โครงการ โดยใช้หลักการวิเคราะห์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาเข้าร่วมในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในหรือการวิเคราะห์ความเข้มข้นของการแข่งขันทั้ง 5 ประการ แล้วจึงทำการสรุปผลการวิเคราะห์ทั้งสองด้าน ว่าสภาพแวดล้อมภายนอกตัวใดที่มีผลกระทบต่อการจัดตั้งร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป และนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ร่วมเพื่อหาส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป

4. การพยากรณ์ความต้องการของตลาด พิจารณาจากแบบสอบถามโดยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้ในการพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดในรูปของจำนวนเงิน จะวิเคราะห์จากแบบสอบถามว่ากลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใดมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูปสูงที่สุด โดยศึกษาในเขตพื้นที่โครงการ บริเวณสวนจตุจักรโซนสัตว์เลี้ยง มีระยะเวลาในการดำเนินโครงการ 5 ปี ตามข้อผูกมัดของสัญญาเช่าสถานที่ ใช้การคำนวณการพยากรณ์ความต้องการของตลาดดังนี้ พยากรณ์ความต้องการตลาด = ความต้องการตลาดในปีก่อนที่พยากรณ์ได้ \times อัตราการเจริญเติบโต + ความต้องการตลาดในปีก่อนที่พยากรณ์ได้

5. การประมาณการยอดขายของโครงการ เป็นการประมาณรายได้จากการจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปเป็นหลักตามระยะเวลาของโครงการ โดยการศึกษาครั้งนี้มีอายุของโครงการเท่ากับ 5 ปี โดยพิจารณาจากสัญญาเช่าสถานที่ สามารถคำนวณได้จากสมการ ดังนี้

การหาจำนวนประชากรที่คาดว่าจะมาใช้บริการ (คนต่อปี) = จำนวนประชากรที่ตัดสินใจซื้อ \times ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง \times จำนวนวันที่เปิดบริการใน 1 เดือน \times จำนวนเดือนใน 1 ปี

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

ในส่วนของการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปจะทำการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคเพื่อที่จะศึกษาถึง คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ การกำหนดขนาดของร้าน การเลือกเครื่องมือเครื่องใช้อุปกรณ์ที่จำเป็นต่อโครงการ ทำเลที่ตั้งของโครงการ ฯลฯ เพื่อที่จะดูว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร และมีหนทางที่จะแก้ไขปัญหายังไร ในการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคของร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปจะทำการศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งความรู้ต่างๆ เช่น ร้านพิทซอป อินเทอร์เน็ต หนังสือที่เกี่ยวข้องกับโครงการ รวมถึงงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป ซึ่งเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการด้วย มีรายละเอียดดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำเลที่ตั้ง

ในการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการจะมีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงเพราะในการเลือกสถานที่ตั้งของโครงการร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปนั้นเป็นพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่น มีปริมาณคนเดินผ่านจำนวนมาก และมีกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจ มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูปรวมอยู่ด้วย จึงนับได้ว่าทำเลนั้นมีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปอย่างยิ่ง ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ตั้งของธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปโดยพิจารณาเกี่ยวกับพื้นที่ทางการค้า จำนวนลูกค้าที่จะมาใช้บริการ สภาพธุรกิจในบริเวณนั้น การคมนาคม และการเดินทางมายังที่ตั้งโครงการ การสาธารณูปโภคต่างๆ รวมไปถึงขนาดของพื้นที่ที่จัดตั้งโครงการ มาประกอบกันและวางแผนกำหนดสถานที่ที่จะจัดตั้งโครงการของแต่ละทำเลนั้น

ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้ง

การพิจารณาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค สถานที่ทำเลที่ตั้งของร้านเป็นปัจจัยสำคัญ โดยสามารถพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. พื้นที่ทำเลที่ตั้ง เป็นทำเลที่ตั้งอยู่บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง โครงการที่ 11 โดยคำนึงถึงจำนวนประชากรในบริเวณนั้นที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูป เพื่ออำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูป และการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการในร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดโดยมีเกณฑ์การเลือกสถานที่ตั้งดังนี้

1.1 การสำรวจบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ก่อนการจัดตั้งโครงการเพื่อพิจารณาทางด้านการตลาดถึงความต้องการของผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูป และนำผลการสำรวจนั้นมาทำการวิเคราะห์ว่าบริเวณดังกล่าวมีผู้สนใจในผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูปมากน้อยเพียงใด เมื่อมีการจัดตั้งโครงการเพื่อจะได้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

1.2 การนับจำนวนประชากร บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง เพื่อที่โครงการจะได้นำตัวเลขดังกล่าวมาคำนวณหาจำนวนลูกค้า และขนาดตลาดก่อนการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป เมื่อได้ในส่วนจำนวนประชากร บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง เรียบร้อยจึงสามารถนำมาลงทุนในสินทรัพย์ต่างๆ ให้เพียงพอต่อจำนวนประชากรในบริเวณดังกล่าวได้อย่างเหมาะสม

1.3 ช่วงเวลาในการนับประชากรที่เดินผ่านไปมาบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง เป็นสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เนื่องจากช่วงเวลาการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูป และ

ความหนาแน่นของประชากรมีเป็นช่วงเวลา โครงการจึงจำเป็นต้องใส่ใจในการนับจำนวน เพื่อให้ได้มาถึงข้อมูลที่สามารถจะนำมาใช้ประโยชน์ในด้านเทคนิคได้อย่างลงตัวที่สุด

2. จำนวนลูกค้า ในบริเวณที่จะจัดตั้งโครงการนั้นเป็นพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่น มีปริมาณคนเดินผ่านจำนวนมาก ทั้งชาวไทย และต่างชาติ และเป็นแหล่งที่ได้รับความสนใจเพราะเป็นแหล่งรวมผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง ทางร้านจึงมีความจำเป็นที่จะต้องดึงดูดความสนใจของลูกค้าด้วยการจำหน่ายสินค้าที่ลูกค้าให้ความสนใจ และเลือกซื้อมากที่สุดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและสร้างจุดเด่นด้วยการบริการที่ทำให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้งต่อไป

3. สภาพธุรกิจ เนื่องจากร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปที่มีอยู่ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ เช่น นำผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขที่ไม่มียี่ห้อจำหน่าย การบริการและการใส่ใจลูกค้าที่ไม่ดีพอ ทางโครงการร้านจำหน่ายอาหารสุนัขจึงนำจุดอ่อนของคู่แข่งมาสร้างเป็นจุดแข็งให้กับทางร้านเพื่อเพิ่มโอกาสทางการแข่งขัน ซึ่งอาจจะทำให้ธุรกิจอาหารสุนัขสามารถเติบโตในตลาดที่มีการแข่งขันกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การคมนาคม เป็นอีกปัจจัยหนึ่งก่อนการลงทุนในบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ที่มีความสำคัญไม่น้อยการที่โครงการธุรกิจอาหารสุนัขเลือกทำเลที่ตั้งนี้ เพราะมีการเดินทางที่สะดวก รวดเร็ว สามารถเลือกการเดินทางได้หลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง รถไฟฟ้าบีทีเอส และรถไฟฟ้ามหานคร เป็นต้น ซึ่งโครงการธุรกิจอาหารสุนัขให้ความสนใจในเรื่องการคมนาคมเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าอีกทางหนึ่ง

5. สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก บริเวณที่จัดตั้งโครงการนั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้อย่างเพียงพอ ได้แก่ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ลานจอดรถ และห้องน้ำที่เพียงพอ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่จะมาใช้บริการร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป

6. ขนาดของพื้นที่ที่จัดตั้งโครงการ เปรียบเทียบความเหมาะสมของพื้นที่ในบริเวณใกล้เคียง พื้นที่ที่จัดตั้งโครงการนั้นเป็นพื้นที่ที่จัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวได้จัดวางสินค้า พร้อมตกแต่งร้านให้สามารถดึงดูดความสนใจ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

ระบบการผลิต

1. ระบบการผลิต โครงการแต่ละโครงการจะมีระบบการผลิตที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะทำการผลิต แต่ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูปนั้นจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงในการผลิตจะมีระบบการผลิตที่ซับซ้อน เพื่อให้ได้มาถึงกรรมวิธีและผลิตภัณฑ์ที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีคุณภาพในทางตรงข้ามถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีน้อยระบบการผลิตก็จะเป็นแบบง่าย ไม่มีความยุ่งยาก ซึ่งระบบการผลิตจะประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานด้วยกัน 3 ประการ คือ

1.1 ปัจจัยนำเข้า คือปัจจัยที่เป็นพื้นฐานและนำเข้ามาใช้ในธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป จึงจะทำให้โครงการเกิดผลผลิตขึ้นมาและก่อให้เกิดผลประโยชน์ในอนาคต ได้แก่ วัตถุดิบ เงินทุน

1.2 ผู้จัดหาวัตถุดิบ ในการดำเนินธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป จะต้องมีการจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูปที่มีคุณภาพ ขนาด และราคาที่เหมาะสม เพื่อให้ในการจัดจำหน่าย ให้ได้มาซึ่งผลตอบแทนที่คุ้มค่า ได้แก่

1.2.1 อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องคิดเงินสด และอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดอื่นๆ

1.2.2 อุปกรณ์การขายสินค้า ได้แก่ ชั้นวางสินค้า และเคาน์เตอร์โครงการ

1.2.3 อาหารสุนัขสำเร็จรูป ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตของโครงการธุรกิจ อาหารสุนัขนับว่าเป็นหัวใจสำคัญในการประกอบธุรกิจ

1.3 แหล่งที่มาของเงินทุน ในการประกอบการธุรกิจใดๆ ก็ต้องมีเงินลงทุนในการ ดำเนินงานทั้งนั้น ส่วนการจัดตั้งธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปนั้นมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด เนื่องจากการกู้เงินจากธนาคารมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง ทางโครงการจึงได้เลือกใช้เงินส่วนของ เจ้าของมาใช้ในการลงทุน

1.4 จำนวนบุคลากร และแรงงาน เป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นอย่างยิ่ง ทั้ง ปริมาณ คุณภาพ ทักษะความรู้ความสามารถในการบริหารงาน และจัดการภายในร้านค้า ในด้าน ผู้ประกอบการจึงจำเป็นที่จะต้องหาบุคคลที่มีใจรักและสนใจในงานเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับ ผู้บริโภค

2. กระบวนการผลิต ในการวางแผนกระบวนการผลิตของโครงการจะทำการศึกษาถึง รายละเอียดของสถานที่จัดตั้งโครงการ การตกแต่งร้านภายในโครงการ กำลังการผลิต และ แผนการผลิต

2.1 การตกแต่งพื้นที่ร้าน นับว่ามีความสำคัญมากในการดึงดูดความสนใจของลูกค้า เพราะเป็นจุดแรกที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ทันทีที่ผ่านไปพบเห็น รูปแบบการบริหารงานภายในร้าน เป็นลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียวเนื่องจากเป็นกิจการขนาดเล็กโดยการบริหารจะเป็นไปตาม ความเห็นของเจ้าของกิจการ และในส่วนของรูปแบบของร้านจำหน่ายเป็นช่องการจัดจำหน่าย ทางตรง คือจากผู้จำหน่ายถึงผู้บริโภคโดยไม่ผ่านคนกลางสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 กำลังการผลิต ในการจัดการด้านกำลังการผลิตของโครงการจะมุ่งเน้นไปที่การตรวจสอบปริมาณสินค้าเพื่อการจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปในแต่ละเดือน เพื่อจะได้สั่งซื้อสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

2.3 การวางแผนผังกระบวนการผลิต เป็นการจัดวางวัสดุอุปกรณ์ต่างๆของโครงการ เพื่อสร้างความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค

3. ปัจจัยนำออก คือผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายในร้านอาหารสุนัขสำเร็จรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้า มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสากลและมีการบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคมากที่สุด

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

1. ระยะเวลาคืนทุน (payback period) ระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินการมีค่าเท่ากับค่าลงทุนของโครงการ โดยพิจารณาถึงจำนวนปีที่จะได้รับผลตอบแทนคุ้มกับเงินลงทุนว่าจะใช้ระยะเวลาเท่าไร หากมากกว่าระยะเวลาของโครงการซึ่งกำหนดไว้ 5 ปีแล้วนั้น จะถือว่าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ซึ่งคำนวณได้จากสูตรดังนี้ (ประสิทธิ์, 2538)

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินสดจ่ายลงทุน}}{\text{กระแสเงินสดรับสุทธิรายปี}}$$

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value หรือ NPV) มูลค่าสุทธิในปัจจุบันของโครงการก็คือ ผลรวมของผลตอบแทนสุทธิที่ได้ปรับค่าของเวลาแล้วของโครงการ ซึ่งมุ่งวัดเพื่อว่าโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้น จะให้ผลตอบแทนคุ้มค่าหรือมีกำไรต่อส่วนรวมหรือไม่ กล่าวคือ ถ้าค่าของ NPV ที่ได้ออกมามีค่ามากกว่า 0 หรือเป็น + ก็เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า แต่ถ้า NPV ที่ได้ออกมาเป็นลบหรือต่ำกว่า 0 แสดงว่าการลงทุนตามโครงการนั้นไม่คุ้มค่า เกณฑ์นี้จึงนำมาใช้เพื่อช่วยการตัดสินใจที่จะรับหรือปฏิเสธโครงการได้ สามารถคำนวณได้จากสูตรดังต่อไปนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยที่ B_t = กระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละปีตลอดอายุโครงการ

C_t = เงินสดจ่ายลงทุน

t = ระยะเวลาของโครงการมีค่า 0 ถึง n

r = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

n = อายุของโครงการ

3. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (internal rate of return หรือ IRR) เกณฑ์อัตราผลตอบแทนของโครงการหรือ IRR มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับการหา NPV แต่จะแตกต่างกันก็ตรงที่เปลี่ยนจากอัตราดอกเบี้ยใน NPV มาเป็นอัตราส่วนลดใน IRR เท่านั้น

การคำนวณหา IRR จึงอาจเริ่มด้วยการหักผลตอบแทนออกด้วยค่าใช้จ่ายเป็นปีๆ ไปตลอดอายุของโครงการ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลตอบแทนสุทธิในแต่ละปีหรือกระแสเงินสด หลังจากนั้นก็หาอัตราส่วนลดที่จะทำให้ผลรวมของมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (ซึ่งปรากฏออกมาเป็นบวกหรือลบ) รวมกันแล้วมีค่าเป็นศูนย์ สามารถคำนวณได้จากสูตรดังต่อไปนี้

$$\text{IRR คือ } r \text{ (อัตราส่วนลด) ที่ทำให้ } \text{NPV} = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} = 0$$

เพื่อช่วยการตัดสินใจ เมื่อได้ IRR มาแล้ว ให้นำไปเปรียบเทียบกับค่าเสียโอกาสของทุน ถ้า IRR ที่ได้สูงกว่าค่าเสียโอกาสของทุน จะเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า แต่ถ้า IRR ที่ได้ ต่ำกว่าค่าเสียโอกาสของทุน จะเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่าและจะถือว่าโครงการไม่มีความเป็นไปได้

4. อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (benefit-cost ratio หรือ B/C) เกณฑ์นี้แสดงถึงอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุโครงการ ค่าใช้จ่ายในที่นี้คือ ค่าใช้จ่ายทั้งทางด้านทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและบำรุงรักษา คือค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นที่ไม่มีการแบ่งแยกว่าเป็นค่าใช้จ่ายประเภทใด มีสูตรที่ใช้ในการคำนวณดังนี้

$$\text{BCR} = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยที่ B_t = กระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละปีตลอดอายุโครงการ
 C_t = เงินสดจ่ายลงทุน
 t = ระยะเวลาของโครงการมีค่า 0 ถึง n
 r = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ
 n = อายุของโครงการ

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจก็คือ โครงการจะต้องมีค่า B/C เกินกว่า 1 เพราะเมื่อค่า B/C เกินกว่า 1 จะหมายความถึง ผลตอบแทนที่ได้จากโครงการมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนที่เสียไป

5. การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (sensitivity analysis) เป็นการวิเคราะห์ดูว่าปัจจัยใดที่มีผลกระทบต่อธุรกิจร้านจำหน่ายอาหารสุนัข ถ้าปัจจัยนั้นมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายลดลงหรือเพิ่มขึ้น ยอดขายเพิ่มขึ้น หรือลดลงกว่าที่คาดคะเนไว้ ซึ่งผลการวิเคราะห์ที่ได้จะแสดงให้เห็นว่าโครงการมีความทนทานต่อความเสี่ยงมากน้อยเพียงใดหลังจากวิเคราะห์ความอ่อนไหวของธุรกิจก็จะกลับมาคำนวณผลตอบแทนของการลงทุนใหม่เพื่อดูว่าธุรกิจอาหารสุนัขยังมีความเป็นไปได้อยู่หรือไม่ หากมีการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ดังนี้

กรณีที่ 1 กรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5

กรณีที่ 2 กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

บทที่ 4

ผลการศึกษา

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

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดนี้ เป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยง และความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะจะศึกษาถึงรายละเอียดที่จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาด ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม ขนาดของตลาด แนวโน้มของตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณยอดขาย

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

สภาพแวดล้อมภายนอก (external environment analysis) เป็นสภาพแวดล้อมที่มีขอบเขตครอบคลุมกว้างไกลที่สุด ขณะเดียวกันก็เป็นกรอบการดำเนินงานของธุรกิจและอุตสาหกรรม สภาพแวดล้อมทั่วไปเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบในวงกว้างต่ออุตสาหกรรม ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางด้านการเมือง (Political and Legal)

การเมืองภายใต้การบริหารของคณะรัฐบาลปี พ.ศ. 2552 มีเสียงตอบรับทั้งแง่บวก และแง่ลบจากประชาชนทั้งในเรื่องการบริหารงานที่บางส่วนมองว่าต้องอาศัยเวลา ในขณะที่บางส่วนเห็นว่ารัฐบาลควรบริหารงานให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากขึ้น หากล่าช้าจะเกิดผลกระทบในวงกว้างทั้งในและต่างประเทศ หรือการออกมาตราการหรือนโยบายมาบังคับใช้ที่จำเป็นต้องมีการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนเสียก่อน

ปัจจุบันรัฐบาลมีการสนับสนุนให้ประชาชนเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นโดยจัดตั้งโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง เพื่อแก้วิกฤติเศรษฐกิจและการปรับโครงสร้างระบบเศรษฐกิจไทย เพื่อความยั่งยืนในระยะยาวเพราะที่ผ่านมาจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของโลกได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยนอกจากนั้นรัฐบาลยังประสบกับปัญหาหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองที่ทำให้คนไทยต่างเป็นทุกข์ และชาวต่างชาติเริ่มมองประเทศไทยว่ายังคงมีความแข็งแกร่งเหมือนเดิมหรือไม่ รัฐบาลจึงจำเป็นต้องเร่งฟื้นฟูภาวะเศรษฐกิจไทยให้มีรากฐานที่แข็งแกร่ง โดยเริ่มจากการแก้ไขปัญหาลเฉพาะหน้า เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนผ่านการกระตุ้นเศรษฐกิจสิ่งสำคัญที่สุดของการจัดตั้งโครงการครั้งนี้ คือ การสร้างงาน โดยเริ่มต้นที่ภาคการเกษตร เป้าหมายของปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง ยังรวมไปถึงการพัฒนา ต่อยอดภูมิปัญญาพื้นบ้าน ธุรกิจเอสเอ็มอี การพัฒนาเทคโนโลยี การพัฒนารายอุตสาหกรรม และเพิ่มความหลากหลายทางเศรษฐกิจ ไปจนถึงการส่งเสริมอาชีพต่างๆ ให้กับประชาชนแล้ว ยังขึ้นอยู่กับ การสนับสนุนและการมีส่วนร่วมของสังคม ที่จะต้องช่วยกันตรวจสอบทุกโครงการในทุกพื้นที่ เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ตามเจตนารมณ์ของรัฐบาล เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพ (รัฐบาลไทย, 2552) นอกจากนี้รัฐบาลยังพยายามกระตุ้นภาคเอกชนให้ลงทุนเพิ่มขึ้นด้วย โดยนโยบายของรัฐบาลได้มีการสนับสนุนโครงการใหม่ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น รัฐบาลยังได้มีการจัดตั้งกองทุนต่างๆ ซึ่งเป็นแหล่งสนับสนุนสินเชื่อในหลายรูปแบบ ส่งผลดีต่อภาวะเศรษฐกิจเพราะเมื่อมีการลงทุนมากขึ้น การจ้างงานก็เพิ่มขึ้นด้วย

จากการวิเคราะห์ทางด้านการเมือง จะเห็นได้ว่าส่งผลดีต่อการลงทุนธุรกิจร้านอาหารจำหน่ายอาหารสุนัข เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจที่ชัดเจน ทั้งนโยบายในการสนับสนุนการลงทุน และสินเชื่อต่างๆ ที่ช่วยเปิดโอกาสให้กับธุรกิจในการเริ่มดำเนินงานหรือขยายกิจการต่อไป

ทางด้านเศรษฐกิจ (Economic)

พื้นที่เขตจตุจักรเป็นศูนย์รวมแหล่งการค้าทางเศรษฐกิจที่สำคัญของกรุงเทพมหานครแห่งหนึ่งที่ได้รับการพัฒนาที่ดี สามารถนำมาขยายแนวความคิดในการพัฒนาที่จะนำไปสู่ความเป็นเมืองเศรษฐกิจ และท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร

สำหรับเศรษฐกิจไทยทั้งปี 2552 มีการหดตัวที่ร้อยละ 2.8 ซึ่งเป็นผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกถดถอยรุนแรงที่ทำให้การส่งออก และการท่องเที่ยวของไทยหดตัวมาก และปัญหาความไม่สงบทางการเมือง รวมทั้งการระบาดของโรคไข้หวัดสายพันธุ์ใหม่ชนิด A (H2N1) 2009 ที่กระทบการท่องเที่ยวและการใช้จ่าย และคาดว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2553 จะกลับมาขยายตัวได้ที่ร้อยละ 3.5 โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 3.0 – 4.0 ต่อปี (สำนักนโยบายเศรษฐกิจมหภาค, 2552)

จากข้อมูลต่างๆ ทำให้คาดการณ์ว่ากำลังซื้อของผู้บริโภคยังคงมีอยู่ในตลาด และมีแนวโน้มว่าจะขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ทำให้แนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจขนาดย่อมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี แต่อาจจะต้องพิจารณาถึงความเสี่ยงต่างๆ รวมถึงการเฟ้นหากลยุทธ์ต่างๆ เข้ามาใช้มากขึ้นทั้งธุรกิจที่ดำเนินงานอยู่ และธุรกิจใหม่ที่จะเข้ามาสู่ตลาด การที่จะเข้าสู่ตลาดร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป จึงต้องศึกษากลยุทธ์ของผู้นำตลาด และคิดหากลยุทธ์ใหม่ๆ ที่จะดึงดูดผู้บริโภคเข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Culture)

รูปแบบสังคม และวัฒนธรรมของคนเรามีการเปลี่ยนแปลงไปมาก โดยมีการใส่ใจในสุขภาพของสุนัขมากขึ้น นึกถึงความสะอาดสบาย และความรวดเร็ว ประกอบกับข้อจำกัดของเวลาที่ทำให้ต้องเร่งรีบ รวมทั้งชอบความแปลกใหม่ ทำให้ธุรกิจต่างๆ จึงต้องพยายามสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจของตน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ปัจจุบันอาหารสุนัขมีบทบาทมากขึ้น มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์มากขึ้นก่อให้เกิดความหลากหลายต่อการเลือกซื้อ

จากการวิเคราะห์ทางด้านสังคมและวัฒนธรรมในประเด็นต่างๆ เห็นได้ว่าส่งผลดีต่อธุรกิจอาหารสุนัข เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อของคนในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปในด้านของความสะอาดสบาย และความรวดเร็วรวดเร็ว

ทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic)

ผู้คนหันมาสนใจเลี้ยงสุนัขมากขึ้น ทำให้จำนวนของสัตว์เลี้ยงมีมากขึ้น (ตารางที่ 1) และลักษณะการเลี้ยงที่เปลี่ยนแปลงไปโดยให้ความใส่ใจกับคุณค่าทางโภชนาการของอาหารสัตว์เลี้ยงมากขึ้น และการเลี้ยงในลักษณะที่เสมือนเป็นสมาชิกในครอบครัว คือเลี้ยงไว้เป็นเพื่อนแก้เหงา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือเลี้ยงไว้เป็นแพขนเพื่อส่งเข้าประกวด ส่งผลให้ตลาดสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง มีแนวโน้มขยายตัวอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน

จากการวิเคราะห์ทางด้านประชากรศาสตร์นั้นส่งผลดีต่อธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป เนื่องจากอัตราการซื้อนั้นสูงขึ้นเนื่องจากหันมาใส่ใจสุขภาพของสุนัขกันมากขึ้น ซึ่งธุรกิจนี้สามารถตอบสนองปัจจัยที่กล่าวมา

ตารางที่ 1 จำนวนผู้เลี้ยงสุนัข และสุนัขบริเวณใกล้เคียงพื้นที่ตั้งของโครงการ

อำเภอ	ผู้เลี้ยงสัตว์	สุนัขฉีดวัคซีนแล้ว	
	(ครัวเรือน)	มีเจ้าของ (ตัว)	ไม่มีเจ้าของ (ตัว)
บางเขน	89	1057	52
บางกะปิ	51	250	27
ปทุมวัน	75	111	13
พระโขนง	33	631	25
มีนบุรี	478	130	12
ลาดกระบัง	58	234	15
ยานนาวา	70	345	15
พญาไท	43	787	10
ห้วยขวาง	18	377	15
ดินแดง	51	308	24
บึงกุ่ม	197	709	39
บางซื่อ	70	505	12
จตุจักร	194	704	33
ดอนเมือง	69	429	23
ราชเทวี	25	220	18
ลาดพร้าว	74	883	20

ที่มา: (สำนักงานปศุสัตว์กรุงเทพมหานคร, 2552)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปในธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป สามารถที่จะวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทางด้านการเมือง ส่งผลดีต่อการลงทุนเนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจที่ชัดเจน ทั้งนโยบายสนับสนุนการลงทุน และสินเชื่อต่างๆ ทางด้านเศรษฐกิจคาดว่ากำลังซื้อของผู้บริโภคในปี 2553 อาจมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ด้านสังคม และวัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ทำให้ธุรกิจต่างๆ ต้องพยายามสร้างความแตกต่างเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ทางด้านประชากรศาสตร์ส่งผลดีต่อธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป เนื่องจากประชากรเลี้ยงสุนัขกันมากขึ้นส่งผลให้อัตราการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปสูงขึ้น ส่งผลให้มีโอกาสการเติบโตของธุรกิจที่สูงขึ้น

วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรมได้นำเครื่องมือการวิเคราะห์แรงผลักดันของปัจจัยทั้ง 5 ประการ มาทำการวัดความเข้มข้นของการแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกันที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อวิเคราะห์ความรุนแรงของปัจจัยแต่ละประการที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ธุรกิจอาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีคู่แข่งไม่มากนัก พื้นที่บริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์เป็นแหล่งศูนย์รวมการจำหน่ายสุนัข อาหารสุนัข และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งถือว่าเป็นช่องทางจำหน่ายที่สามารถเลือกซื้ออาหารสุนัขได้หลากหลาย ครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทางด้านคู่แข่งของธุรกิจอาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์ พบว่ามีร้านที่จำหน่ายอาหารสุนัขจำนวน 3 ราย กระจายกันไปตามแต่ละพื้นที่ของโครงการ รูปแบบการจำหน่ายอาหารสุนัขของคู่แข่งในอุตสาหกรรมจะมี 2 รูปแบบ คือ การขายส่ง และการขายปลีก (จากการสำรวจ) ซึ่งแต่ละรายนั้นไม่มีการแข่งขันในด้านของโปรโมชั่นในการจำหน่ายอาหารสุนัข ไม่ว่าจะเป็นการลดราคา แลก แจก หรือแถม ไม่มีการส่งเสริมการขาย และไม่มีการโฆษณาประกาศถึงร้านค้าดังกล่าว

สรุปว่าคู่แข่งในธุรกิจร้านจำหน่ายอาหารสุนัข ในบริเวณที่ตั้งของโครงการ ไม่มีการแข่งขันกันทางด้านโปรโมชั่น การส่งเสริมการขาย และการโฆษณา ดังนั้นภัยคุกคามด้านนี้จึงมีความรุนแรงในระดับต่ำ

2. ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น ธุรกิจอาหารสุนัขนั้นมีคู่แข่งชั้นรายใหม่ที่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย เนื่องจากมีอุปสรรคในการเข้าสู่ธุรกิจต่ำคือ การลงทุนในธุรกิจอาหารสุนัข ใช้เงินลงทุนที่ไม่สูงมากนัก รูปแบบของธุรกิจทำได้ง่าย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงหันมาสร้างความแตกต่างทางด้านบริการ และการส่งเสริมทางการตลาด เพื่อเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนั้นหากผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขไม่ประสบความสำเร็จ ก็สามารถถอนตัวออกจากอุตสาหกรรมได้ไม่ยาก

ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจอาหารสุนัขในบริเวณที่ตั้งโครงการนั้น ส่งผลให้ภัยคุกคามด้านนี้มีความรุนแรงในระดับสูง

3. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน สินค้าทดแทนของอาหารสุนัขคือ อาหารทั่วไปที่คนเรารับประทาน ซึ่งเป็นสิ่งที่หาได้ง่าย และประหยัดกว่าการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป ดังนั้นจึงถือได้ว่าภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนของอุตสาหกรรมนี้สูง แต่จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคเลี้ยงสุนัข โดยการใส่ใจสุนัขมากขึ้น ทำให้มีการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปที่ให้ทั้งคุณค่าทางโภชนาการ สะอาด สะดวกสบายต่อผู้เลี้ยงสุนัข รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการที่มากขึ้น จึงเป็นโอกาสของธุรกิจอาหารสุนัข ภายใต้การนำเสนอมลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

จะเห็นได้ว่าสินค้าทดแทนสำหรับอาหารสุนัขนั้นมีมาก มีผลิตภัณฑ์ตัวอื่นที่สามารถทดแทนอาหารสุนัขได้ ดังนั้นภัยคุกคามด้านนี้มีความรุนแรงในระดับสูง

4. ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ปัจจุบันร้านจำหน่ายอาหารสุนัขมีจำนวนมาก ผู้ซื้อจึงมีทางเลือกในการซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น ในระดับความแตกต่างของสินค้ามีมากมายหลายอย่าง ในเรื่องของราคาก็อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน และอาจจะขึ้นอยู่กับลักษณะของร้านจำหน่ายอาหารสุนัข จึงทำให้ผู้บริโภคมีสิทธิเลือกซื้ออาหารสุนัขจากผู้ประกอบการรายใดก็ได้ตามต้องการ ส่งผลให้ผู้ซื้อมีอำนาจในการต่อรองต่ำ

แต่เนื่องจากธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขที่มีอยู่ในบริเวณที่ตั้งโครงการ คือพื้นที่บริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์เลี้ยง มีร้านจำหน่ายอาหารสุนัขอยู่ 3 ราย ซึ่งแต่ละรายนั้นไม่มีจุดเด่นในด้านการแข่งขันทางด้านโปรโมชั่น และการโฆษณา ส่งผลให้อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อต่ำภัยคุกคามด้านนี้จึงมีความรุนแรงในระดับต่ำ

5. ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบ ผู้ป้อนวัตถุดิบ คือ บริษัทที่ผลิตอาหารสุนัขรายใหญ่ ได้แก่ บริษัท เอฟเฟมฟู้ดส์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตอาหารสุนัขตราเพดดีกรี บริษัท เนลส์ (ประเทศไทย) ผู้ผลิตอาหารสุนัขตราอัลไป บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด

ผู้ผลิตอาหารสุนัขตราเอปไร (Brandage, 2545) คือจะเป็นวัตถุดิบที่หาได้ในตลาดที่ได้รับรองมาตรฐานเชื่อถือได้ ในปัจจุบันนี้เริ่มมีผู้ผลิต และจำหน่ายวัตถุดิบเหล่านี้จำนวนมากขึ้น โดยมีทั้งรายเล็กและรายใหญ่ ดังนั้นอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบต่ำภัยคุกคามด้านนี้จึงมีความรุนแรงในระดับต่ำ

สรุปในธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปมีคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่มากนัก เนื่องจากไม่มีการแข่งขันกันในด้านของโปรโมชั่น การส่งเสริมการขาย การโฆษณา และธุรกิจอาหารสุนัขนั้นเป็นธุรกิจที่สามารถเข้าได้ง่าย เพราะใช้เงินลงทุนไม่มากจึงต้องสร้างความแตกต่างในด้านบริการ และการส่งเสริมทางการตลาด ธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปนั้นมีสินค้าทดแทนอยู่มาก เพราะสินค้าทดแทนนั้นสามารถหาได้ง่ายภายในครัวเรือน และจากการที่คู่แข่งนั้นมีสินค้า ราคา และรูปแบบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์คล้ายคลึงกัน จึงทำให้ผู้ซื้อไม่มีอำนาจในการต่อรองมากนัก ส่วนผู้ขายวัตถุดิบนั้นมีอยู่มากมายจึงส่งผลให้อำนาจการต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบนั้นต่ำ

ลักษณะและพฤติกรรมการณ์ซื้อของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนธุรกิจอาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์ ได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์แนวความคิดของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประชากรตัวอย่างที่ทำการสำรวจในครั้งนี้มีจำนวน 400 ตัวอย่าง ส่วนมากเป็นเพศหญิงจำนวน 287 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 71.75 และเป็นเพศชาย 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 ส่วนอายุอยู่ในช่วง 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.75 รองลงมาอยู่ในช่วง 20 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.50 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.75 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 21.25 อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาคือค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็น ร้อยละ 31.75 และรายได้ต่อเดือน คือ 10,000 - 15,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 35.75 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.0 (ตารางที่ 2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	287	71.75
ชาย	113	28.25
อายุ (ปี)		
20 – 25	126	31.50
26 – 30	131	32.75
31 – 35	78	19.5
36 – 40	46	11.5
41 ปีขึ้นไป	19	4.75
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	85	21.25
ปริญญาตรี	267	66.75
สูงกว่าปริญญาตรี	48	12.0
อาชีพ		
พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน	135	33.75
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	127	31.75
นักเรียน/นักศึกษา	96	24.0
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	42	10.5
รายได้ต่อเดือน (บาท)		
ต่ำกว่า 10,000	128	32.0
10,000 - 15,000	143	35.75
15,001 - 20,000	42	10.5
20,001 - 25,000	21	5.25
25,001 - 30,000	41	10.25
มากกว่า 30,000	25	6.25
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลพฤติกรรมการซื้ออาหารสุนัขของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ซื้ออาหารสุนัข พบว่าส่วนใหญ่ซื้ออาหารสุนัข มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 68.25 รองลงมาคือไม่ซื้ออาหารสุนัข คิดเป็นร้อยละ 31.75 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการซื้ออาหารสุนัข

ท่านซื้ออาหารสุนัขหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อ	273	68.25
ไม่ซื้อ	127	31.75
รวม	400	100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ซื้ออาหารสุนัข พบว่าส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารสุนัขชนิดเม็ดมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 52.01 รองลงมาคือซื้ออาหารสุนัขชนิดขนมขบเคี้ยว คิดเป็นร้อยละ 34.82 และชนิดเปียกบรรจุกระป๋องคิดเป็นร้อยละ 13.09 ตามลำดับ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ประเภทอาหารสุนัขที่ผู้ซื้อนิยมซื้อ

ประเภทของอาหารสุนัขที่นิยมซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชนิดเม็ด	187	52.01
ชนิดขนมขบเคี้ยว	125	34.82
ชนิดเปียกบรรจุกระป๋อง	47	13.09
รวม	359	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ซื้ออาหารสุนัข พบว่ายี่ห้ออาหารสุนัขที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อ ส่วนใหญ่พบว่า เพตดิกรีเป็นยี่ห้ออาหารสุนัขที่กลุ่มเป้าหมายเลือกซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.37 รองลงมาเป็นยี่ห้อ สลิกกี้ คิดเป็นร้อยละ 23.89 (ตารางที่ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 ยี่ห้ออาหารสุนัขที่ผู้ซื้อนิยมซื้อ

ยี่ห้อที่นิยมซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพดดิกรี	174	40.37
สลิกกี้	103	23.9
อัลโป	83	19.26
เอโปร	25	5.8
รอยัลคานิน	20	4.64
เบทาโกร	17	3.94
ซีซาร์	9	2.09
รวม	431	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ซื้ออาหารสุนัข พบว่าเหตุผลในการเลือกซื้ออาหารสุนัข ส่วนใหญ่คำนึงถึงการหาซื้อได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 39.15 รองลงมาคือ คุณค่าทางโภชนาการสูง คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 เหตุผลในการเลือกซื้ออาหารสุนัข

เหตุผลในการเลือกซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หาซื้อได้ง่าย	175	39.15
คุณค่าทางโภชนาการสูง	149	33.33
สะดวกสบาย	70	15.66
ราคาเหมาะสม	28	6.26
สะอาด	18	4.03
มีตัวเลือกมากมาย	7	1.57
รวม	447	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ซื้ออาหารสุนัข พบว่าความถี่ในการในการซื้ออาหารสุนัขของกลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ซื้อ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 44.85 รองลงมาคือ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 34.26 และมากกว่า 5 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.90 ตามลำดับ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ความถี่ในการซื้ออาหารสุนัขโดยรวมบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง

ความถี่ ¹ (ครั้งต่อเดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 2	194	44.85
3 - 4	107	34.26
5 ครั้งขึ้นไป	58	20.90
รวม	359	100.0

หมายเหตุ¹ เฉลี่ย 2.44 ครั้งต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ซื้ออาหารสุนัข พบว่าค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารสุนัขของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดอยู่ในช่วง 101 - 500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.29 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 29.81 และในช่วง 501 - 1,000 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.55 ตามลำดับ (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารสุนัขโดยรวมบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง

ค่าใช้จ่าย ¹ (บาทต่อครั้ง)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100	107	29.81
101 - 500	159	44.29
501 - 1,000	63	17.55
มากกว่า 1,000	30	8.35
รวม	359	100.0

หมายเหตุ¹ เฉลี่ย 213.7 บาทต่อครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ซื้ออาหารสุนัข พบว่าพื้นที่บริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์ ในเรื่องของร้านจำหน่ายอาหารสุนัขในบริเวณดังกล่าวว่า ถ้ามีการเปิดบริการร้านจำหน่ายอาหารสุนัขเปิดใหม่เกิดขึ้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบว่า ซื้อแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 59.75 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และไม่แน่ คิดเป็นร้อยละ 30.25 และไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 การใช้บริการของผู้ซื้อ หากมีการเปิดธุรกิจอาหารสุนัขเปิดใหม่ บริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์

การให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	239	59.75
ไม่แน่	121	30.25
ไม่ซื้อ	40	10.00
รวม	400	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ซื้ออาหารสุนัข พบว่า ผู้บริโภคไม่มีร้านประจำอยู่ที่บริเวณสวนจตุจักรคิดเป็นร้อยละ 69.36 และมีร้านประจำที่อยู่บริเวณสวนจตุจักร คิดเป็นร้อยละ 30.64 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 การใช้บริการร้านประจำบริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์

มีร้านประจำหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มี	249	69.36
มี	110	30.64
รวม	359	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ซื้ออาหารสุนัขในอนาคตของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่จะมาซื้ออาหารสุนัขที่สวนจตุจักรแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 60.72 รองลงมา คือไม่แน่ คิดเป็นร้อยละ 26.18 ตามลำดับ (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 การใช้บริการร้านจำหน่ายอาหารสุนัขที่ผู้ซื้อสนใจซื้อในอนาคต บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง

การให้บริการในอนาคต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาแน่	218	60.72
ไม่แน่	94	26.18
ไม่มาแล้ว	47	13.09
รวม	359	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ซื้ออาหารสุนัข พบว่าระยะเวลาของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาซื้ออาหารสุนัขในบริเวณสวนจตุจักรมากที่สุดอยู่ในช่วง 1 - 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.61 รองลงมาคือช่วง 5 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 22.01 และช่วง 3 - 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.38 ตามลำดับ (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 ระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการร้านจำหน่ายอาหารสุนัขบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง

ระยะเวลาที่เคยมาซื้ออาหารสุนัข (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 2	214	59.61
3 - 4	66	18.38
5 ปีขึ้นไป	79	22.01
รวม	359	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์สภาวะตลาด

ขนาดตลาด

เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบว่าตลาดที่จะนำผลิตภัณฑ์ ออกไปจำหน่ายนั้นมีขนาดใหญ่เพียงพอรหรือน่าสนใจสำหรับการลงทุนหรือไม่ ขนาดของตลาดจะช่วยชี้ถึงโอกาสและปริมาณการขายสินค้า ซึ่งการศึกษานี้ได้นำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจโดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามมาคำนวณหาจำนวนผู้ซื้อที่แท้จริงจากผู้ซื้อทั้งหมด ประกอบกับการพิจารณาจาก

1. ประชากร จากการสำรวจโดยการนับประชากรที่ผ่านบริเวณที่จัดตั้งร้าน เป็นระยะเวลา 2 วัน ตรงกับวันเสาร์ และอาทิตย์ ช่วงต้นเดือน กลางเดือน และปลายเดือน ตั้งแต่เวลา 10.00 น. – 18.00 น. พบว่ามีประชากรประมาณ 1,682 คนต่อวัน

2. อัตราการบริโภค เมื่อพิจารณาจากปริมาณการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปของผู้บริโภคในตลาดที่กำลังศึกษา พบว่าความถี่ในการซื้ออาหารสุนัขเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน

3. อำนาจการซื้อ จากแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้ออาหารสุนัขจำนวน 400 คน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่ามีรายได้เฉลี่ย 14,799 บาทต่อเดือน และจากการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการพบว่าค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปต่อครั้งเฉลี่ย 213.7 บาท หรือประมาณ 214 บาทต่อครั้ง

การหาขนาดตลาด ทำได้โดยการเก็บข้อมูล พบว่ามีประชากรที่เดินผ่านในบริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์ โดยเฉลี่ยประมาณ 1,682 คนต่อวัน จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป ในบริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์ ซึ่งเป็นธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัข และตั้งอยู่ในพื้นที่ในลักษณะเดียวกัน พบว่าลูกค้าที่เข้ามาในร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 ของประชากรที่เดินผ่านเฉลี่ยต่อวัน ดังนั้นประชากรที่เข้าร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป ในบริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์เท่ากับ 336.4 คนต่อวัน หรือประมาณ 336 คนต่อวัน และนำประชากรที่ได้มาหารกับจำนวนร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปบริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์ทั้งหมด 3 ราย จะได้จำนวนประชากรที่เข้ามาภายในร้านและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูปเฉลี่ยประมาณ 112 คนต่อวัน

จากแบบสอบถาม พบว่าจำนวนประชากรที่เข้าร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป ในบริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์เท่ากับ 336.4 คนต่อวัน หรือประมาณ 336 คนต่อวัน คูณกับค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป คือ 214 บาทต่อครั้ง คูณด้วยจำนวนวันที่เปิดบริการใน 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดือน คือ 8 วัน คุณด้วยจำนวนเดือนใน 1 ปี คือ 12 เดือน จึงสามารถคำนวณมูลค่าตลาดอาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ดังนี้

อุปสงค์ของตลาดอาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง

= จำนวนประชากรที่เข้าร้านจำหน่ายอาหารสุนัข × ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง × จำนวนวันที่เปิดบริการใน 1 เดือน × จำนวนเดือนใน 1 ปี

$$= 336 \times 214 \times 8 \times 12$$

$$= 6,902,784 \text{ บาทต่อปี}$$

ดังนั้นตลาดอาหารสุนัขสำเร็จรูปภายในบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ซึ่งมีร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปทั้งหมด 3 ร้านมีมูลค่าตลาด เท่ากับ 6,902,784 บาทต่อปี ส่งผลให้โครงการมีความน่าสนใจในการลงทุน

แนวโน้มตลาด

การศึกษาแนวโน้มของตลาดเป็นการศึกษาถึงทิศทางความต้องการของตลาด ที่มีต่อร้านอาหารสุนัขว่ามีมากขึ้นหรือน้อยลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป

แนวโน้มธุรกิจอาหารสุนัขของไทย ในปี 2552 คาดว่า มูลค่าตลาดภายในประเทศโดยรวม จะมีการเติบโตในอัตราที่ใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา คือประมาณร้อยละ 10 - 15 คือมีมูลค่าทางการตลาด 3,500 ล้านบาท (บริษัทศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย จำกัด, 2551) เป็นผลมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาเลี้ยงสุนัขกันมากขึ้น ประกอบกับความใส่ใจที่มีต่อสุนัข โดยนึกถึงคุณค่าทางโภชนาการของอาหารสุนัข จึงทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูปของไทยยังคงขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดี อย่างไรก็ตามการขยายหรือการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ต้องเผชิญกับความยากลำบากมากขึ้น อันเป็นผลมาจากภาวะการแข่งขันที่มีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากขึ้นจากการเข้ามาช่วงชิงและ/หรือขยายส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขชนิดต่างๆ ของผู้ประกอบการทั้งรายเดิมและรายใหม่ ทำให้ต้องมีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ มาใช้รวมทั้งการหาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดูแปลกใหม่และทันสมัยต่างจากคู่แข่ง ตลอดจนการจัดกิจกรรมทางการตลาดแบบผสมผสานเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมาย อันจะช่วยกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค ให้หันมานิยมซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปเพิ่มมากขึ้นท่ามกลางภาวะการแข่งขันที่จะรุนแรงเพิ่มขึ้นในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนแบ่งตลาด

ส่วนแบ่งทางการตลาด เป็นความสามารถของธุรกิจหรือโครงการ ที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่ง จากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาดที่พิจารณา คือ การแข่งขัน ซึ่งพิจารณาจากจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายบริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์ เชียง พบว่ามีเป็นแหล่งที่มีความเฉพาะเกี่ยวกับสุนัข และมีร้านที่จำหน่ายอาหารสุนัขอยู่จำนวน 3 ราย แต่ยังไม่มียี่ห้อที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้โดยตรง

จากการวิเคราะห์แรงผลักดันห้าประการ และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ทำให้ ธุรกิจเห็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่โครงการสามารถครอบครองได้ในบริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์ เชียง ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (external environment analysis) และการ วิเคราะห์ความรุนแรงของการแข่งขันของอุตสาหกรรม (five force analysis) สามารถสรุปสภาพ ะทางการตลาดด้านส่วนแบ่งตลาดได้ว่าสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อธุรกิจอาหารสุนัข สำเร็จรูปทั้งทางด้านสังคมวัฒนธรรม ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจและด้านประชากรศาสตร์ ส่งผล ดีต่อธุรกิจอาหารสุนัขเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีการสนับสนุนด้านลงทุนเพิ่มขึ้น โดยนโยบายของ รัฐบาลได้มีการสนับสนุนโครงการใหม่ๆ ทำให้สามารถหาแหล่งเงินทุนได้ง่าย ทางด้านเศรษฐกิจ คาดว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2553 จะกลับมาขยายตัวได้ที่ร้อยละ 3.5 และในพื้นที่เขตจตุจักรถือเป็น แหล่งศูนย์รวมการค้าขนาดใหญ่ที่ได้รับความสนใจจากชาวไทยและชาวต่างชาติอีกด้วย ทำให้ ตลาดมีความต้องการมากขึ้นในแต่ละปี และผู้คนที่หันมาให้ความสนใจในการเลี้ยงสุนัข ใส่ใจใน สุนัข ส่งผลให้อาหารสุนัขได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ส่วนในธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปสามารถที่ จะแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดมาได้ เนื่องจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกันนั้นยังมีจำนวนไม่ มากนักภายในบริเวณที่จัดตั้งโครงการ แต่ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนและคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น มีความรุนแรงของการแข่งขันในระดับสูง เพราะเป็นธุรกิจที่เข้าถึงใช้เงินลงทุนไม่มาก และสินค้า ทดแทนก็คืออาหารซึ่งมีอยู่ทั่วไป จึงต้องสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจของเรา และอำนาจการ ต่อรองของผู้ซื้ออยู่ในระดับต่ำและยังเป็นผลทางด้านบวกของการเปิดกิจการ และอำนาจการ ต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบนั้นอยู่ในระดับต่ำ เพราะมีผู้ขายวัตถุดิบอย่างเพียงพอในตลาด

พยากรณ์ความต้องการของตลาด

จากที่ธุรกิจนั้นเป็นขนาดเล็ก และขายเฉพาะบริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์ เชียง ทำให้การ พยากรณ์ในเรื่องประมาณยอดขายในอนาคตและการเติบโตของตลาดทำได้ไม่ยาก เพราะธุรกิจ ของเรานั้นเป็นธุรกิจขนาดเล็ก และในบริเวณที่ตั้งร้านของโครงการนั้นมีธุรกิจที่คล้ายคลึงกับธุรกิจ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาหารสุนัขหลายราย ทำให้การพยากรณ์ต่างๆทำได้ไม่ยาก ดังนั้นหากอยากจะทำทราบถึงการพยากรณ์ในอนาคตของธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปนั้น จำเป็นต้องคิดเทียบเคียงจากการพยากรณ์ของตลาดอาหารสุนัขในประเทศจากข้อมูลแนวโน้มตลาดอาหารสุนัขที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในช่วง 4 - 5 ปีที่ผ่านมา ตลาดอาหารสุนัขในประเทศมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นต่อเนื่องประมาณร้อยละ 10 ในทุกปี จากข้อมูลดังกล่าวสามารถพยากรณ์ความต้องการตลาดในปีที่ 1 - 5 ตามอายุของโครงการได้โดย ความต้องการตลาดในปีก่อนที่พยากรณ์ได้คูณอัตราการเจริญเติบโตบวกความต้องการตลาดในปีก่อนที่พยากรณ์ได้ จะได้ค่าพยากรณ์ในปีที่ 1 - 5 ดังนี้

ตารางที่ 13 การพยากรณ์ความต้องการตลาดตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

ปี	พยากรณ์ความต้องการตลาด	ผลการพยากรณ์
1	6,902,784	6,902,784
2	$6,902,784 \times 0.1 + 6,902,784$	7,593,062
3	$7,593,062 \times 0.1 + 7,593,062$	8,352,368
4	$8,352,368 \times 0.1 + 8,352,368$	9,187,605
5	$9,187,605 \times 0.1 + 9,187,605$	10,106,366

ที่มา: (จากการคำนวณ)

การประมาณยอดขาย

เมื่อได้มีการวิเคราะห์สภาวะตลาด พยากรณ์ความต้องการของตลาดผลิตภัณฑ์แล้ว จึงทำการพยากรณ์ยอดขายสินค้าของโครงการ และทำการประมาณยอดขายสินค้า โดยการนำจำนวนประชากรที่ตัดสินใจซื้อมาจากจำนวนประชากรทั้งหมด 336 คนที่เข้าร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปบริเวณใกล้เคียงกับโครงการจำนวน 3 ราย เมื่อรวมธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปของโครงการจึงทำให้มีร้านจำหน่ายอาหารสุนัขบริเวณดังกล่าวทั้งหมด 4 ราย เนื่องจากทั้ง 3 รายนั้นมีประชากรที่เข้าภายในร้านไม่เท่ากัน โดยร้านแรกมีประชากรที่เข้าร้านคิดเป็นร้อยละ 40 จากจำนวนประชากรที่เข้าร้านและตัดสินใจซื้อคือ 134.4 หรือประมาณ 134 คนต่อวัน ร้านที่สองและสามมีผู้เข้าใช้บริการในจำนวนที่ใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 20 จากจำนวนประชากรที่เข้าร้านและตัดสินใจซื้อคือ 67.2 หรือประมาณ 67 คนต่อวัน ส่วนธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการคิดเป็นร้อยละ 20 จากจำนวนประชากรที่เข้าร้านและตัดสินใจซื้อคือ 67.2 หรือประมาณ 67 คนต่อวัน นำจำนวนประชากรที่เข้าร้านและตัดสินใจซื้อของโครงการคือ 67 คนต่อวัน คูณด้วยค่าใช้จ่ายในการซื้อที่ได้จากแบบสอบถามคือ 214 บาทต่อครั้ง คูณด้วยจำนวนวันที่เปิดบริการใน 1 เดือนคือ 8 วัน คูณจำนวนเดือนใน 1 ปีคือ 12 เดือน ดังนั้นปริมาณความต้องการของตลาดอาหารสุนัขสำเร็จรูปในปีที่หนึ่ง มีค่าเท่ากับ 1,458,624 บาทต่อปี จึงสามารถประมาณยอดขายอาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ดังนี้

ยอดขายในปีที่หนึ่งนั้น สามารถคำนวณได้จาก

$$\begin{aligned}
 &= \text{จำนวนประชากรที่ตัดสินใจซื้อ} \times \text{ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง} \times \text{จำนวนวันที่เปิดบริการ} \\
 &\text{ใน 1 เดือน} \times \text{จำนวนเดือนใน 1 ปี} \\
 &= 67 \times 214 \times 8 \times 12 \\
 &= 1,376,448 \text{ บาทต่อปี}
 \end{aligned}$$

ตารางที่ 14 การประมาณการยอดขายของโครงการตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

ปีที่	การประมาณการยอดขาย	ผลการประมาณการยอดขาย
1	1,376,448	1,376,448
2	$1,376,448 \times 0.1 + 1,376,448$	1,514,093
3	$1,514,093 \times 0.1 + 1,514,093$	1,665,502
4	$1,665,502 \times 0.1 + 1,665,502$	1,832,052
5	$1,832,052 \times 0.1 + 1,832,052$	2,015,257

ที่มา: (จากการคำนวณ)

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยที่จะให้มีการจัดตั้งธุรกิจร้านจำหน่ายอาหารสุนัขเป็นร้อยละ 59.75 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ขนาดตลาดมีมูลค่าตลาดภายในบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยงเท่ากับ 6,902,784 บาทต่อปี เป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ พบว่ามีผู้ที่มาซื้อสินค้าจากร้านจำหน่ายอาหารสุนัขเท่ากับ 112 คนต่อวัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง 214 บาทต่อครั้งและความถี่ในการซื้อ 2 ครั้งต่อเดือน แนวโน้ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดอาหารสุนัขมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 10 ต่อปี จากการวิเคราะห์คู่แข่งซึ่งมีการแข่งขันที่ค่อนข้างต่ำ จึงควรสร้างความแตกต่างของธุรกิจด้านบริการ และกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบต่างๆ จึงจะมีโอกาสที่จะได้ส่วนแบ่งตลาดมาเป็นของธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางด้านประชากร เศรษฐกิจ การเมืองกฎหมาย สังคมละวัฒนธรรม ที่เอื้ออำนวยในการจัดตั้งธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัข จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่า การจัดตั้งธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์ลิ้ง ไม่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

ในส่วนของการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของร้านจำหน่ายอาหารสุนัขจะทำการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคเพื่อที่จะศึกษาถึง คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ การกำหนดขนาดของร้าน การเลือกเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ที่จำเป็นต่อโครงการ ทำเลที่ตั้งของโครงการ ฯลฯ เพื่อที่จะดูว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร และมีหนทางที่จะแก้ไขปัญหายังไง ในการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคของร้านจำหน่ายอาหารสุนัขจะทำการศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งความรู้ต่างๆ เช่น ร้านเพ็ชชอป อินเทอร์เน็ต หนังสือที่เกี่ยวข้องกับโครงการ รวมถึงงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารสุนัข ซึ่งเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการด้วย มีรายละเอียดดังนี้

ทำเลที่ตั้ง

เป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกที่ต้องคำนึงถึง เนื่องด้วยทำเลนั้นมีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจค้าปลีกเป็นอย่างมาก โดยธุรกิจอาหารสุนัขตั้งอยู่บริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์ลิ้ง โครงการที่ 11 (ภาพที่ 4) บริเวณที่จัดตั้งโครงการดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่ไม่มีการตกแต่งร้านแต่อย่างใด มีเพียงแต่ร้านที่เป็นห้องสำหรับการเช่าเพื่อทำการค้าได้เท่านั้น โดยผู้เช่าร้านสามารถตกแต่งเพิ่มเติมร้านได้ตามความเหมาะสม และระยะทางจากแหล่งวัตถุดิบมายังสถานที่จัดตั้งโครงการนั้นมีความสะดวก และรวดเร็วมากเนื่องจากแหล่งวัตถุดิบของธุรกิจอาหารสุนัขนั้นเป็นแหล่งที่ใกล้เคียงกับสถานที่ตั้งของโครงการ คือบริษัท มนุษย์เพ็ชชอป จำกัด อยู่บริเวณตลาดสี่ตัวลิ้ง อ.ต.ก. ถนน กำแพงเพชร จึงเป็นข้อดีของการคมนาคมขนส่งผลิตภัณฑ์อาหารสุนัข เป็นผลให้ต้นทุนในการขนส่งวัตถุดิบลดต่ำลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ตั้ง

ในการพิจารณาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค สถานที่ทำเลที่ตั้งของร้านเป็นปัจจัยสำคัญ โดยสามารถพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. พื้นที่ทำเลที่ตั้ง ในการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการจะอยู่บริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์ 11 โดยที่เลือกบริเวณดังกล่าวเนื่องมาจากมีการสำรวจพื้นที่คาดว่าจะมีกลุ่มเป้าหมายตามที่โครงการต้องการ คือเป็นบุคคลที่เลี้ยงสุนัข และมีอำนาจในการซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีเกณฑ์การเลือกสถานที่ตั้งดังนี้

1.1 จากการสำรวจพบว่าบริเวณสวนจตุจักร เป็นแหล่งศูนย์รวมการค้าขายหลายประเภท และในบริเวณไชนีสทาวน์เป็นบริเวณที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นจำนวนมาก จึงทำให้สถานที่ตรงตามที่ต้องการ และจากแบบสอบถามที่ได้ทำการเก็บรวบรวมมานั้น พบว่ามีผู้ซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปอยู่จำนวน 273 คน จากตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ถือว่ามีบริเวณนี้มีผู้ซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปอยู่เป็นจำนวนมาก

1.2 การนับจำนวนประชากรที่สัญจรไปมาบริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์เลี้ยงนั้น ทำการนับโดยการสุ่มนับทั้งชายและหญิงตลอดทั้งวัน พบว่ามีคนสัญจรผ่านไปมาบริเวณที่ตั้งโครงการและใกล้เคียงจำนวน 1,682 คนต่อวัน

1.3 ช่วงเวลาในการนับ เริ่มตั้งแต่เวลา 10.00 – 18.00 น. ใช้เวลาในการนับทั้งสิ้น 1 สัปดาห์ในวันที่เปิดให้บริการ คือวันเสาร์ และวันอาทิตย์ จากนั้นนำมาทำการหาค่าเฉลี่ยผู้สัญจรผ่านไปมาบริเวณโครงการต่อวัน และจากแบบสอบถามพบว่ามีกลุ่มเป้าหมายอยู่จำนวนมาก

2. จำนวนลูกค้า บริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์เลี้ยง เป็นพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่น มีปริมาณคนเดินผ่านจำนวนมาก ทั้งชาวไทย และต่างชาติ ถือได้ว่าเป็นแหล่งที่ได้รับความสนใจ เพราะเป็นแหล่งรวมผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงจำนวนมาก รวมถึงเป็นที่ตั้งของสถานที่สำคัญ และสวนพักผ่อนหย่อนใจต่างๆ เป็นแหล่งที่มีกลุ่มเป้าหมายคือ ลูกค้าที่มีความต้องการในผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังมีกลุ่มเป้าหมายรองคือ ลูกค้าที่ต้องการความสะดวก และประหยัดในการซื้อสินค้า จึงเป็นสถานที่ที่มีลูกค้าจะมาใช้บริการจำนวนมากดังนั้นนับได้ว่าสถานที่แห่งนี้เป็นทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม

3. สภาพธุรกิจ เนื่องจากบริเวณสวนจตุจักร ไชนีสทาวน์เลี้ยงนั้น มีร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปอยู่ 3 ราย ซึ่งเป็นจำนวนที่มากแต่ร้านค้าที่มีอยู่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงจุด ดังเช่นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีการนำผลิตภัณฑ์ที่ไม่มียี่ห้อมาจำหน่าย ทำให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภคเกิดความไม่มั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการที่ไม่สามารถเข้าถึงลูกค้า และไม่ใส่ใจลูกค้าให้ดีเท่าที่ควร จากที่กล่าวมาทำให้เกิดช่องว่างในการดำเนินธุรกิจให้เติบโตได้

4. การคมนาคมที่สะดวกต่อการเดินทางมายังสถานที่ตั้งของโครงการ สถานที่ตั้งของธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปตั้งอยู่บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง โครงการที่ 11 การเดินทางไปยังสถานที่ตั้งของโครงการมีหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการเดินทางโดยรถไฟฟ้ามหานคร สถานีหมอชิตรถไฟฟ้าใต้ดิน สถานีกำแพงเพชร รถโดยสารประจำทางหน้าสวนจตุจักร ถนนถนนพหลโยธิน รถโดยสารประจำทางหน้าตลาดนัดจตุจักร ประตู 1 ถนนกำแพงเพชร 2 และรถตู้โดยสารที่มีให้เลือกใช้บริการเป็นจำนวนมาก จากที่ได้กล่าวมาถือว่าสามารถเดินทางมายังสถานที่ตั้งของโครงการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีลานจอดรถที่เพียงพอ จึงถือได้ว่ามีความเหมาะสมในเรื่องของการเดินทาง

5. สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากในบริเวณที่จัดตั้งโครงการมีความพร้อมในระบบสาธารณูปโภค เพื่ออำนวยความสะดวกไว้อย่างเพียงพอ ได้แก่ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ และลานจอดรถที่เพียงพอต่อผู้บริโภค เป็นต้น และภายในสวนจตุจักรนั้นยังมีการให้บริการรถรางฟรีเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนที่ต้องการไปยังโครงการต่างๆ ที่อยู่ห่างไกลกัน

6. ขนาดของพื้นที่ที่จัดตั้งโครงการ เมื่อทำการเปรียบเทียบความเหมาะสมของพื้นที่ในบริเวณใกล้เคียงพบว่า พื้นที่ที่จัดตั้งโครงการนั้นเป็นพื้นที่ที่จัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นพื้นที่ขนาด 5 ตารางเมตร ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวได้จัดวางสินค้า พร้อมตกแต่งร้านให้สามารถดึงดูดความสนใจ และตอบสนองของความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด



ภาพที่ 4 แผนผังบริเวณที่จัดตั้งโครงการ

ที่มา: (ตลาดจตุจักร, 2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบบการผลิต

โครงการแต่ละโครงการจะมีระบบการผลิตที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้าและบริการ โดยมีปัจจัยที่โครงการต้องพิจารณาถึงระบบการผลิตอยู่ด้วยกัน 3 ด้านคือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิต และปัจจัยนำออก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยนำเข้า คือปัจจัยนำเข้าที่ใช้ในการจัดตั้งธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากเพราะเป็นการคัดเลือกปัจจัยนำเข้าที่มีคุณภาพมาใช้ในการจำหน่าย ดังนี้

1.1 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีรายละเอียดของต้นทุนวัตถุดิบดังนี้

ตารางที่ 15 ต้นทุนวัตถุดิบ

รายการผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุภัณฑ์ (กรัม)	ราคาต่อหน่วย (บาท)
อาหารสุนัขชนิดเม็ด		
ขนาด S	500	35
ขนาด M	2000 (2 กก.)	140
ขนาด L	3000 (3 กก.)	230
อาหารสุนัขชนิดเปียกบรรจุกระป๋อง		
ขนาด S	150	20
ขนาด M	400	40
ขนาด L	700	60
อาหารสุนัขชนิดขนมขบเคี้ยว		
ขนาด S	40	30
ขนาด M	75	40
ขนาด L	95	60

ที่มา: (บริษัท มนุษย์พิทชอป จำกัด, 2552)

1.2 ผู้จัดหาวัตถุดิบ ในการดำเนินธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป จะต้องมีการจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ ทั้งที่ใช้ในการดำเนินงานรวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในส่วนร้านจำหน่าย อีกทั้งการจัดหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ในการจัดจำหน่าย ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยิ่งวัสดุ และอุปกรณ์ที่โครงการต้องทำการจัดซื้อ ได้แก่

1.2.1 อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องคิดเงินสด และอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดอื่นๆ โครงการได้จัดซื้อจากบริษัททออฟฟิศ เมท จำกัด เลขที่ 24 ซอยอ่อนนุช 66/1 เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

1.2.2 อุปกรณ์การขายสินค้า ได้แก่ ชั้นวางสินค้า และเคาน์เตอร์โครงการได้จัดซื้อจากบริษัท แคนนอน บอล บิสซิเนสโปรดักส์ จำกัด เลขที่ 92 ถนนประชาราษฎร์บำเพ็ญ แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10320

1.2.3 อาหารสุนัขสำเร็จรูป ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักในการผลิตของโครงการ โดยการจัดซื้อจากบริษัท มนุษย์เพ็ดชอป จำกัด 64-66 ตลาดสัตว์เลี้ยง อ.ต.ก. ถนนกำแพงเพชร จตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

1.3 แหล่งที่มาของเงินทุน ในการจัดตั้งธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป มาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด เนื่องจากการกู้เงินจากธนาคารมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง ทางโครงการจึงได้เลือกใช้เงินส่วนของเจ้าของมาใช้ในการลงทุน

1.4 จำนวนบุคลากร และแรงงาน เป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นอย่างยิ่ง ทั้งปริมาณ คุณภาพ ทักษะความรู้ความสามารถในการบริหารงาน และจัดการภายในร้านค้า ซึ่งในโครงการนี้ต้องการแรงงานอันประกอบไปด้วย พนักงานขายหน้าประจำร้าน 1 คน ทำหน้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของร้าน และดูแลความเรียบร้อยของร้าน พนักงานประจำร้านจะได้รับเงินเดือนในอัตราเดือนละ 8,500 บาท ในการจัดตั้งโครงการลงทุนนี้ได้มีการลงทุนในส่วนของ การปรับปรุงพื้นที่ร้านจำหน่าย และในส่วนของ การลงทุนเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ (ตารางที่ 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 งบประมาณการลงทุนวัสดุ และอุปกรณ์เริ่มต้นของโครงการ

รายการ	จำนวน	ค่าใช้จ่าย (บาท)	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมต่อปี ¹ (บาท)
โต๊ะ เก้าอี้	4	8,000	5	1,600
เคาน์เตอร์	1	15,000	5	3,000
ชั้นวางโชว์ผลิตภัณฑ์	6	25,500	5	5,100
ป้ายหน้าร้าน	1	7,000	5	1,400
เครื่องคิดเงินสด	1	14,000	5	2,800
โทรศัพท์	1	2,500	5	500
หลอดไฟ	5	500	5	100
พัดลม	1	5,000	5	1,000
อุปกรณ์อื่นๆ เช่น ไม้ถูพื้น ไม้กวาด	-	2,500	5	500
การโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์	-	20,000	-	-
รวม		100,000	5	16,000

หมายเหตุ¹ ค่าเสื่อมราคาเส้นตรง 5 ปีไม่มีมูลค่าซาก

2. กระบวนการผลิต ในการวางแผนกระบวนการผลิตของโครงการจะทำการศึกษาถึงรายละเอียดของสถานที่จัดตั้งโครงการ การตกแต่งร้านภายในโครงการ กำลังการผลิต และแผนการผลิต

2.1 การตกแต่งพื้นที่ร้าน

2.1.1 การจัดตกแต่งร้านเป็นจุดแรกของการแสดงความสามารถที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ทันทีที่ผ่านไปพบเห็น นับว่ามีความสำคัญมากในการดึงดูดความสนใจของลูกค้า การแสดงรายละเอียดของสินค้า ความเป็นระเบียบในการหยิบ และการจัดวาง มีแสงสว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสมสำหรับการวางโชว์สินค้า

2.1.2 รูปแบบการบริหารงานภายในร้าน ได้เลือกรูปแบบการจัดตั้งเป็นลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว เนื่องจากเป็นกิจการขนาดเล็กเพื่อความรวดเร็วในการบริหารการจัดการใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุกๆ ด้านภายในร้านจะเป็นการจัดที่ไม่ซับซ้อน โดยการบริหารจะเป็นไปตามความเห็นของเจ้าของกิจการและการพิจารณาระบบการบริหารงานที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป โดยมีจุดมุ่งหมายในการวิเคราะห์เพื่อประมาณการค่าแรงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งผลที่ได้จะนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำประมาณการงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า และประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ ในการวัดผลการดำเนินงาน เพื่อประโยชน์ในการประเมินผลการตัดสินใจลงทุน

2.1.3 รูปแบบของร้านจำหน่าย ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของอาหารสุนัขสำเร็จรูปจะเป็นช่องการจัดจำหน่ายทางตรง คือจากผู้จำหน่ายถึงผู้บริโภค โดยไม่ผ่านคนกลาง ซึ่งโครงการได้เลือกทำเลในการจัดตั้งร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป ในบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ซึ่งที่ตั้งของโครงการมีการคมนาคมขนส่ง การเดินทางที่สะดวก และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ ร้านจำหน่ายอาหารสุนัขเป็นช่องทางที่จะติดต่อประชาสัมพันธ์ และสามารถใช้เป็นช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและมีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งรูปแบบของร้านจำหน่ายอาหารสุนัขเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้า อุปกรณ์ต่างๆ ถูกจัดวางอย่างเป็นสัดส่วนเพื่ออำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคและการให้บริการ

2.2 กำลังการผลิต ในการจัดการด้านกำลังการผลิตของโครงการร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปจะมุ่งเน้นไปที่การตรวจสอบปริมาณสินค้าในการจำหน่ายอาหารสุนัขในแต่ละเดือนถึงยอดขาย และปริมาณของตัวผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขชนิดต่างๆ เพื่อจะได้สั่งซื้อสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าซึ่งอาจจะสั่งเพิ่มจำนวนของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขเมื่อมียอดขายที่เพิ่มขึ้น ทำให้ทางร้านสามารถลดปัญหาในการขาดแคลนสินค้า หรือสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และสั่งลดปริมาณของสินค้าที่เกินความจำเป็น หรือสินค้าที่ลูกค้าเลือกซื้อน้อยช่วยในการลดต้นทุนการเก็บรักษาและลดต้นทุนในการสั่งซื้อด้วย แต่การที่โครงการจะสามารถกำหนดกำลังการผลิต หรือปริมาณความต้องการของลูกค้า นั้น ทางโครงการจึงมีความจำเป็นที่จะต้องทำการสำรวจตลาดให้แน่ใจก่อนว่าลูกค้ามีความสนใจในอาหารสุนัขชนิดใด และอาหารสุนัขชนิดนั้นเป็นที่ต้องการในตลาดหรือไม่ เพื่อจะได้นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนากำลังการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

2.3 การวางแผนผังกระบวนการผลิต ภายในร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปนั้นมีการสั่งซื้อคอนเตเนอร์เพื่อความสะดวกในการคิดเงิน และมีการจัดวางสินค้าบนชั้นวางสินค้าที่มีการแบ่งแยกประเภทของสินค้าไว้อย่างเป็นหมวดหมู่ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้สะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และมีมุมสำหรับการแนะนำตัวผลิตภัณฑ์ การบริการให้คำปรึกษาในเรื่องของการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขแก่ลูกค้า นับว่าเป็นจุดเด่นในการสร้างความประทับใจ และข้อแตกต่างระหว่างธุรกิจชนิดเดียวกัน ภายในบริเวณ สวนจตุจักร ไชนีสทาวน์

3. ปัจจัยนำออก คือ ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายในร้านอาหารสุนัขสำเร็จรูปคือ อาหารสุนัขชนิดเม็ด อาหารเปียกบรรจุกระป๋อง และขนมขบเคี้ยว จะมีการแบ่งขนาดเป็นขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ และมีราคาที่เหมาะสม เพื่อสร้างทางเลือกในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูปให้กับผู้บริโภค ธุรกิจจะคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้า มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสากล ซึ่งเป็นจุดสำคัญในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาด โดยมีรายการผลิตภัณฑ์ทั้งหมดดังนี้ (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 รายการผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย

รายการผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุภัณฑ์ (กรัม)	ราคาต่อหน่วย (บาท)
อาหารสุนัขชนิดเม็ด		
ขนาด S	500	55
ขนาด M	2000 (2 กิโลกรัม)	180
ขนาด L	3000 (3 กิโลกรัม)	270
อาหารสุนัขชนิดเปียกบรรจุกระป๋อง		
ขนาด S	150	35
ขนาด M	400	60
ขนาด L	700	80
อาหารสุนัขชนิดขนมขบเคี้ยว		
ขนาด S	40	50
ขนาด M	75	60
ขนาด L	95	80

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ในอนาคตอาจมีการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยธุรกิจมีการจัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลอดเวลา เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และวางแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดกับผู้บริโภคเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ

การประมาณการค่าใช้จ่ายของโครงการเป็นการวิเคราะห์ที่สำคัญทางด้านการเงิน ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจของผู้ลงทุนว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านการเงินหรือไม่ มีรายละเอียดค่าใช้จ่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

1. เงินลงทุนของโครงการ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาทำการพิจารณาข้อมูลเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ โดยกำหนดให้เงินลงทุนในโครงการอยู่ในปีปัจจุบัน (ปีที่ 0) หรืออาจกล่าวได้อีกอย่างคือเงินลงทุนเริ่มแรก ประกอบไปด้วย

ตารางที่ 18 การประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ

รายการ	จำนวนเงิน
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
ค่าออกแบบตกแต่งร้าน	300,000
อุปกรณ์สำนักงานและอื่นๆ	100,000
เงินทุนหมุนเวียน	300,000
รวม	700,000

2. ค่าใช้จ่ายของโครงการ เป็นการประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ จะเป็นค่าวัตถุดิบที่เกิดจากการสั่งซื้อซึ่งได้สอบถามจาก บริษัท มนุญ เพ็ชชอป จำกัด สถานที่ตั้งของบริษัทดังกล่าวอยู่ใกล้เคียงกับที่ตั้งของโครงการ สามารถอำนวยความสะดวก ซึ่งจะทำให้การสั่งซื้อวัตถุดิบคิดเป็นร้อยละ 40 จากยอดขาย ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า และค่าสินค้าคงคลัง (ตารางที่ 19)

2.2 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ตารางที่ 20)

2.2.1 ค่าแรงพนักงาน 8,500 บาทต่อเดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2 ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค ประกอบด้วย ค่าไฟฟ้า และค่าโทรศัพท์ คิดในอัตราคงที่เดือนละ 2,000 บาท

2.2.3 เช่าสถานที่ จำนวน 5 ตารางเมตร โดยเช่าพื้นที่เจ้าของพื้นที่บริเวณสวนจตุจักร ไซนส์ทีวีเลี้ยง โครงการที่11 จำนวน 20,000 บาทต่อเดือน

2.3.4 ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด ประกอบด้วย ค่าโฆษณา และค่าประชาสัมพันธ์ 1,500 บาทต่อเดือน

2.3.5 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด คิดเป็นร้อยละ 2 ของยอดขาย ประกอบด้วยวัสดุสิ้นเปลือง และค่าบำรุงดูแลรักษา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 19 การประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขายในร้าน (บาท)

รายการ	ค่าใช้จ่ายคิดเป็นร้อยละจากยอดขาย				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย (บาท)	1,376,448	1,514,093	1,665,502	1,832,052	2,015,257
ค่าวัสดุดิบ	550,579	605,637	666,201	732,821	806,103
รวม	550,579	605,637	666,201	732,821	806,103

หมายเหตุ 1 ค่าวัสดุดิบคิดเป็นร้อยละ 40 ของยอดขาย

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 20 การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการขาย					
ค่าแรงพนักงาน	102,000	102,000	102,000	102,000	102,000
ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ¹	27,529	30,282	33,310	36,641	40,305
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร					
ค่าเช่าสถานที่	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
รวม	411,529	414,282	417,310	420,641	424,305

หมายเหตุ¹ ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด คิดเป็นร้อยละ 2 ของยอดขาย

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 21 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (บาท) ไม่รวมค่าเสื่อมราคา

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑที่ขาย ¹	550,579	605,637	666,201	732,821	806,103
ค่าใช้จ่ายในการขาย ²	171,529	174,282	177,310	180,641	184,305
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ²	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
รวม	962,108	1,019,919	1,083,511	1,153,462	1,230,408

หมายเหตุ¹ จากตารางที่ 19

² จากตารางที่ 20

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 22 ประมาณการต้นทุนการผลิตของโครงการ (บาท)

รายการ	ต้นทุนการผลิตของโครงการ				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าวัสดุดิบ ¹	550,579	605,637	666,201	732,821	806,103
ค่าใช้จ่ายในการขาย ²	171,529	174,282	177,310	180,641	184,305
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ²	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อมราคา)	962,108	1,019,919	1,083,511	1,153,462	1,230,408
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000
ต้นทุนการผลิตรวม	978,108	1,035,919	1,099,511	1,169,462	1,246,408

หมายเหตุ ¹ จากตารางที่ 19

² จากตารางที่ 20

ที่มา: (จากการคำนวณ)

สรุปการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของโครงการร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป พบว่าโครงการมีความพร้อมทั้งระบบการผลิต กระบวนการผลิต กำลังการผลิต การวางแผนผังกระบวนการผลิต ที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งกำลังการผลิตที่มีมาตรฐานในการดำเนินโครงการ

ด้านทำเลที่ตั้งพิจารณาจาก ปัจจัยต่างๆ ได้แก่ จำนวนลูกค้า สภาพธุรกิจ การคมนาคม ขนาดของพื้นที่ และสาธารณูปโภค ที่มีความจำเป็นในการประกอบการ ในด้านวัตถุดิบ การรับวัตถุดิบเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้นจะขึ้นอยู่กับการวางแผนการผลิต และจำหน่ายที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามยอดจำหน่ายในแต่ละวัน ซึ่งปริมาณวัตถุดิบที่มีอยู่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่า การจัดตั้งธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ไม่มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จะต้องทำก่อนที่โครงการจะเกิดขึ้นจริง ดังนั้นจึงต้องมีการประมาณด้านการเงินของโครงการ ได้แก่ การประมาณค่าใช้จ่าย และผลตอบแทนที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการ ซึ่งช่วยในการตัดสินใจว่าโครงการสมควรที่จะลงทุนหรือไม่ ซึ่งการวิเคราะห์ด้านการเงินของการลงทุนจัดตั้งธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยงนั้นจะมุ่งเน้นวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของการลงทุนธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยงเป็นหลัก

รายละเอียดของโครงการ

แหล่งที่มาของการลงทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนทั้งหมดเป็นเงินลงทุนจากเจ้าของกิจการเองไม่มีการกู้ยืม โดยตามการประมาณการด้านบณาคาดว่าจะใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 700,000 บาท แบ่งเป็นการลงทุนใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินทรัพย์ถาวร 500,000 บาท เป็นเงินลงทุนหมุนเวียนสำหรับค่าใช้จ่าย ประมาณ 200,000 บาท (ตารางที่ 18)

อายุโครงการ

กำหนดอายุโครงการ 5 ปี กำหนดจากอายุของสัญญาเช่าร้านของโครงการ

อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

ในปัจจุบันค่าอัตราคิดลดซึ่งสำนักงานสถิติแห่งชาติได้กำหนดได้กำหนดอัตราคิดลดของประเทศกำลังพัฒนาจะมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ 8 ถึงร้อยละ 12 ซึ่งโครงการจะจัดตั้งธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูปเลือกใช้อัตราคิดลดที่ร้อยละ 12 (รัตนพล, 2549)

ประมาณการกำไรขาดทุน

คำนวณได้โดยนำค่าที่ได้จากการการขายบริการหักด้วยต้นทุนผลิตไม่รวมค่าเสื่อมราคา (ตารางที่ 21) หักภาษีเงินได้นิติบุคคล แล้วจะทำให้ทราบถึงสถานะด้านการเงินของโครงการจัดตั้งธุรกิจอาหารสุนัขสำเร็จรูป (ตารางที่ 23)

งบกระแสเงินสดสุทธิ

คำนวณได้จากการนำรายได้จากการขาย หักด้วยต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานไม่รวมค่าเสื่อมราคา (ตารางที่ 21) หักด้วยภาษีเงินได้นิติบุคคล ค่าที่ได้จากการคำนวณกระแสเงินสดรับสุทธิจะนำไปใช้วิเคราะห์ด้านการเงิน (ตารางที่ 24)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 23 ประมาณการงบกำไรขาดทุนของโครงการ (บาท)

รายการ	ประมาณการงบกำไรขาดทุน				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย ¹	1,376,448	1,514,093	1,665,502	1,832,052	2,015,257
หัก ต้นทุนวัตถุดิบ ²	550,579	605,637	666,201	732,821	806,103
กำไรขั้นต้น	825,869	908,456	999,301	1,099,231	1,209,154
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ³	411,529	414,282	417,310	420,641	424,305
กำไรขาดทุนก่อนหักภาษี	414,340	494,174	581,991	678,590	784,849
หัก ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ร้อยละ30)	124,302	148,252	174,597	203,577	235,455
ภาษีป้าย ⁴	320	320	320	320	320
กำไรสุทธิ	289,718	345,602	407,074	474,693	549,074
กำไรสะสม	289,718	635,320	1,042,394	1,517,087	2,066,161

หมายเหตุ¹ จากตารางที่ 19

² จากตารางที่ 19

³ จากตารางที่ 20

⁴ ภาษีมิพื้นที่ 8,000 ตารางเซนติเมตร มีอัตราไทยปนกับอีกชรสต่างประเทศ คิดอัตรา 20 บาท ต่อ 500 ตารางเซนติเมตร

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 24 ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ (บาท)

รายการ	ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ					
	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ						
รายได้จากการขายสินค้า	0	1,376,448	1,514,093	1,665,502	1,832,052	2,015,257
กระแสเงินสดจ่าย						
เงินทุนของโครงการ	400,000	0	0	0	0	0
เงินทุนหมุนเวียน	300,000	0	0	0	0	-200,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อมราคา) ¹		962,108	1,019,919	1,083,511	1,153,462	1,230,408
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ร้อยละ30)		124,302	148,252	174,597	203,577	235,455
ภาษีป้าย		320	320	320	320	320
รวมกระแสเงินสดจ่าย		1,086,730	1,168,491	1,258,428	1,357,359	1,266,183
กระแสเงินสดสุทธิ	700,000	289,718	345,602	407,074	474,693	749,074

หมายเหตุ ¹ จากตารางที่ 21

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ผลการวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์ที่มุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงิน หรือความสามารถในการทำกำไร เพื่อให้ผู้ลงทุนเกิดความมั่นใจในการลงทุนว่าถ้ามีการลงทุนในโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆ กับโครงการ และเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าควรลงทุนในกิจการหรือไม่ โดยใช้วิธีการประเมินที่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลา คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน และวิธีที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลา คือ ระยะเวลาการคืนทุน โดยผลของการประเมินค่าการลงทุนทั้ง 4 นั้นสามารถพิจารณา (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน

รายการ	ผลที่ได้จากการคำนวณ ¹
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 2 เดือน 14 วัน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	850,629
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (ร้อยละ)	46.59
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (เท่า)	2.2

หมายเหตุ ¹ เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12 ที่มา: (จากการคำนวณในภาคผนวก ค)

ซึ่งอธิบายผลของการประเมินค่าการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงิน กับเวลาจากการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เพื่อศึกษาอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายไปในการดำเนินโครงการ ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่าเท่ากับหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน คือ โครงการไม่มีกำไรและไม่ขาดทุน ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่ามากกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนโครงการมีกำไร และถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่าน้อยกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุน โครงการขาดทุน ซึ่งอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการมีค่าเท่ากับ 2.2 เท่า แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนหรือโครงการมีกำไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. มูลค่าปัจจุบัน เป็นการศึกษาค่าผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละรอบตลอดอายุโครงการกับเงินสดลงทุน ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์แสดงว่า ผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน โครงการไม่มีกำไรแต่ก็ไม่ได้ขาดทุน แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นบวกหรือมีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุน โครงการนั้นมีกำไร และในกรณีที่มูลค่าที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นลบ หรือมีค่าน้อยกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุนโครงการนั้นถือว่าขาดทุน ซึ่งเมื่อพิจารณามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการนั้นมีค่าเท่ากับ 850,629 บาท แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้นั้นมีค่ามากกว่าต้นทุน

3. อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เพื่อศึกษาหาผลตอบแทนของการลงทุนว่ามีค่าร้อยละเท่าไร โดยคำนวณหาอัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการตลอดอายุของโครงการมีค่าเท่ากับเงินสดที่จ่ายลงทุน ซึ่งโครงการนี้มีผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 46.59 ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการของทางร้านคือร้อยละ 12

4. ระยะเวลาคืนทุน คำนวณจากจำนวนปีที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายของโครงการ ซึ่งโครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 2 เดือน 14 วัน

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว

เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นจริงในอนาคต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อถึงรายได้และต้นทุนการผลิตของโครงการ ทำให้การดำเนินงานเกิดปัญหาขึ้นได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการคำนวณผลตอบแทนโครงการในรูปแบบของสถานการณ์ต่างๆ เพื่อเตรียมพร้อมโครงการ กรณีเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว โดยทำการตั้งสมมติฐานเป็น 2 กรณี คือ

กรณีที่ 1 กรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5

กรณีที่ 2 กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ

กรณีที่ 1 จากผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการกรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5 โดยกำหนดให้ต้นทุนการดำเนินงานคงที่ จากการคำนวณตามสมมติฐานดังกล่าว พบว่า โครงการมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 2 เดือน 28 วัน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 646,227 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการร้อยละ 44.62 และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.9 เท่า ดังนั้นแม้ระยะเวลาคืนทุนจะมากกว่ากรณีปกติ แต่เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วโครงการยังมีความคุ้มค่าน่าลงทุน จึงสามารถสรุปได้ว่า หากรายได้จากการดำเนินโครงการมีการเปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ 5 โครงการดังกล่าวจะยังมีความเป็นไปได้ในการลงทุน (ตารางที่ 27)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 26 ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ (บาท)

รายการ	ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ					
	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ						
รายได้จากการขายสินค้า ¹	0	1,307,626	1,438,388	1,582,227	1,740,449	1,914,494
กระแสเงินสดจ่าย						
เงินลงทุนของโครงการ	400,000	0	0	0	0	0
เงินทุนหมุนเวียน	300,000	0	0	0	0	-200,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อมราคา) ²		962,108	1,019,919	1,083,511	1,153,462	1,230,408
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ร้อยละ30)		103,655	125,541	149,615	176,096	205,226
ภาษีป้าย		320	320	320	320	320
รวมกระแสเงินสดจ่าย		1,066,083	1,145,780	1,233,446	1,329,878	1,235,954
กระแสเงินสดสุทธิ	700,000	241,543	292,608	348,781	410,571	678,540

หมายเหตุ¹ กระแสเงินสดรับ เมื่อรายได้จากการขายของโครงการลดลงร้อยละ 5

² จากตารางที่ 21

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 27 สรุปผลการวิเคราะห์การลงทุน กรณีกรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5

วิธีการประเมินการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ ¹
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 2 เดือน 28 วัน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	646,227
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (ร้อยละ)	44.62
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (เท่า)	1.9

หมายเหตุ ¹ เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12
ที่มา: (จากการคำนวณในภาคผนวก ค)

กรณีที่ 2 จากผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการกรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 โดยกำหนดให้รายได้จากการขาย และต้นทุนการดำเนินงานคงที่ จากการคำนวณตามสมมติฐานดังกล่าว พบว่าโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 2 เดือน 23 วัน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 718,292 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 41.35 และอัตราอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 2.0 เท่า ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า หากต้นทุนในการดำเนินงานของโครงการมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 5 โครงการดังกล่าวจะยังมีความเป็นไปได้ในการดำเนินการ (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 28 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 (บาท)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ						
รายได้จากการขายสินค้า	0	1,376,448	1,514,093	1,665,502	1,832,052	2,015,257
กระแสเงินสดจ่าย						
เงินลงทุนของโครงการ	400,000	0	0	0	0	0
เงินทุนหมุนเวียน	300,000	0	0	0	0	-200,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อมราคา) ¹		1,010,213	1,070,915	1,137,687	1,211,135	1,291,928
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ร้อยละ30)		109,871	132,953	158,345	186,275	216,999
ภาษีป้าย		320	320	320	320	320
รวมกระแสเงินสดจ่าย		1,120,404	1,204,188	1,296,351	1,397,730	1,309,247
กระแสเงินสดสุทธิ	700,000	256,044	309,905	369,151	434,322	706,010

หมายเหตุ¹ ต้นทุนการดำเนินงานไม่รวมค่าเสื่อมราคา เมื่อต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 29 สรุปผลการวิเคราะห์การลงทุน กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

วิธีการประเมินการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ ¹
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 2 เดือน 23 วัน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	718,292
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (ร้อยละ)	41.35
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (เท่า)	2.0

หมายเหตุ ¹ เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12
ที่มา: (จากการคำนวณในภาคผนวก ค)

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจอาหารสุนัข บริเวณสวน
จตุจักร ไชนีสทาวน์ เชียง พบว่าอัตราอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 2.2 เท่า โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ
เป็นบวกและค่าเท่ากับ 850,629 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 อัตราผลตอบแทนภายใน
โครงการเท่ากับร้อยละ 46.59 และโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 2 เดือน 14 วัน จึงมีความ
เป็นไปได้ทางการเงินและปฏิเสธสมมุติฐานที่ว่าการลงทุนธุรกิจอาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร
ไชนีสทาวน์ เชียง ไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ในปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่นิยมเลี้ยงสุนัขเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากหลากหลายปัจจัย โดยส่วนใหญ่เลี้ยงสุนัขไว้เป็นเพื่อนแก้เหงา หรือเลี้ยงไว้เพื่อส่งเข้าประกวด ส่งผลให้ผู้คนมีพฤติกรรมการเลี้ยงที่เปลี่ยนแปลงไป คือหันมาให้ความสนใจกับคุณค่าทางโภชนาการ ความสะอาดของอาหารสุนัข และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีการแข่งขันกันอยู่ตลอดเวลา อาหารสุนัขสำเร็จรูปจึงสามารถอำนวยความสะดวก และรวดเร็ว อาหารสุนัขจึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่ายมีอยู่จำกัด การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจอาหารสุนัข จะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้ จึงมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านจำหน่ายอาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร ไชน่สัตว์เลี้ยง โครงการมีความจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาความเป็นไปได้ ทั้งด้านตลาด เทคนิค และการเงิน เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เทคนิค และการเงิน ของธุรกิจร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป โดยส่วนของการศึกษาทางการตลาด ประกอบด้วย ขนาดตลาด แนวโน้มของตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด ทางด้านเทคนิค ประกอบด้วย ท่าเลที่ตั้ง และระบบการผลิต ส่วนทางด้านการเงิน จะพิจารณาจากตัวชี้วัดทางการเงิน คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ระยะเวลาคืนทุน อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน และการวิเคราะห์ความอ่อนไหวเพื่อนำผลไปใช้ในการตัดสินใจลงทุน

วิธีการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูปและกลุ่มตัวอย่างของประชากรในรัศมี 1 กิโลเมตร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปที่มีอายุ 20 ขึ้นไปและเลี้ยงสุนัขไว้เพื่อความเพลิดเพลิน โดยการสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และได้นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง มาวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงพรรณนา และเชิงคุณภาพ

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด พบว่า ขนาดตลาดของอาหารสุนัขสำเร็จรูปในบริเวณสวนจตุจักร ไชน่สัตว์เลี้ยง มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 6,902,784 บาทต่อปี และมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีในพื้นที่มีคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันจำนวน 3 ราย จากการสำรวจตลาดพบว่า หากมีการดำเนินโครงการคาดว่าจะมีผู้มาใช้บริการร้อยละ 59.75 ของกลุ่มตัวอย่าง อัตราการบริโภคอาหารสุนัขเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการบริโภคครั้งละ 213.7 บาทต่อครั้ง แสดงว่าในพื้นที่มีความต้องการใช้บริการในระดับหนึ่ง จึงสรุปผลการศึกษาทางด้านการตลาดว่ามีความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง และปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าการจัดตั้งธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ไม่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค พบว่า มีความพร้อมด้านระบบการผลิต ขั้นตอนการจัดการและขนส่งปัจจัยนำเข้าได้สะดวก ทำเลที่ตั้งอยู่บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง ซึ่งเป็นแหล่งศูนย์รวมการค้าขายหลายประเภท และเป็นบริเวณที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นจำนวนมาก ประกอบกับในพื้นที่โครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคมขนส่ง มีสาธารณูปโภคต่างๆ ที่ครบครัน จึงสรุปผลการศึกษาทางด้านการเทคนิคว่ามีความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยงและปฏิเสธสมมติฐานที่ว่า การจัดตั้งธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยงไม่มีความเป็นไปได้ทางการเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน พบว่าอัตราอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 2.2 เท่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิค่าเป็นบวกและมีค่าเท่ากับ 850,629 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 46.59 และมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 2 เดือน 14 วัน แสดงว่าโครงการมีกำไรในการดำเนินงาน สามารถคืนทุนได้เร็วกว่าอายุโครงการ คือ 5 ปี และเมื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวโดยใช้สมมติฐาน 2 กรณี คือ รายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5 และต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 5 จากการวิเคราะห์ดังกล่าวทั้ง 2 กรณีพบว่าถึงแม้จะเกิดสถานการณ์ดังกล่าวโครงการยังคงมีกำไรจากการดำเนินโครงการ จึงสรุปผลการศึกษาทางการเงินว่ามีความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยงและปฏิเสธสมมติฐานที่ว่า การจัดตั้งธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยงไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง สรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ทั้งทางการตลาด เทคนิค และการเงิน จึงควรดำเนินโครงการดังกล่าวต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในกรณีที่มีการลงทุนธุรกิจอาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง สามารถแบ่งได้ ดังนี้

ด้านการตลาด จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามบางคน ไม่เข้าใจในแบบสอบถาม ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ค่อยให้ความร่วมมือ ในการศึกษาค้างต่อไป ควรที่จะมีการปรับปรุงเครื่องมือนี้ ในอนาคต ผู้ประกอบการควรที่จะเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะครอบคลุมกับความต้องการของผู้บริโภค และขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ไปสู่บริเวณใกล้เคียงซึ่งใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก เพื่อที่จะเป็นการเพิ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ และเป็น การเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์

ด้านเทคนิค ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการเก็บรักษาได้ยาวนาน ธุรกิจควรมีมาตรฐานในการเก็บรักษาคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในลักษณะที่สมบูรณ์ และไม่ควรถูกเก็บสินค้าในระยะเวลาที่ยาวนานจนเกินไป ดังนั้นเราจึงควรทำการเก็บข้อมูลการขายสินค้าแต่ละ ชนิดเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการสั่งซื้อสินค้าเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพอยู่เสมอ และควรมีการ ใส่ใจในด้านการบริการต่อลูกค้า นอกจากนี้ควรมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

ด้านการเงิน กิจการควรให้ความสำคัญกับเงินทุนหมุนเวียนภายในโครงการ โดยต้อง ประเมินการไว้ให้เพียงพอกับค่าใช้จ่ายของโครงการในกรณีที่โครงการไม่มีรายได้จากยอดขาย เป็นระยะเวลาหนึ่ง และหากมีการประมาณการกระแสเงินสด และบริหารเงินสดคงเหลือที่มี ประสิทธิภาพ จะทำให้โครงการมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยอาจพิจารณาลงทุนขยายสาขา ร้านจำหน่าย บริเวณพื้นที่อื่นๆ หรือเพิ่มการบริการรูปแบบอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ ธรรมรุปา และคณะ. 2551. ศึกษาความเป็นไปได้เชิงเศรษฐกิจของการผลิตไบโอดีเซลจากปาล์มน้ำมัน. ปัญหาพิเศษวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจเกษตร. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

กรกนก หลอดอาสา. 2545. ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการจัดตั้งโรงงานผสมอาหารสำหรับโคนม ของสหกรณ์การเกษตรเมืองเลย จำกัด. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กระทรวงพาณิชย์. 2552. การส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยง. [Online]. Available: <http://www.thaifeedmill.com>. 15 พฤศจิกายน 2553

กฤษฎี เพื่อวงวนิศาสตร์. 2544. ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟดอยคำของมูลนิธิโครงการหลวง บริเวณธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชัยยศ สันติวงษ์. 2539. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

ฐาปนา ฉิมไพศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2544. การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้. กรุงเทพมหานคร: บริษัท A.N.การพิมพ์.

ณัฐพล ชิงถาวร. 2547. ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโรงงานแปรรูปกล้วยตากกรณีศึกษาตำบลท่าพ้อ อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมอุตสาหกรรม. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

ดวงมณี ยอดจันทร์. 2548. การประมาณเงินลงทุนโครงการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดจตุจักร.2552. แผนที่ตลาดจตุจักร. [Online].

Available: [http://chatujuk.com/Chatujuk\(thai\).html](http://chatujuk.com/Chatujuk(thai).html). 25 มกราคม 2553

ธงชัย นพคุณและคณะ. 2551. ศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจของกาแพกระป๋อง ลดความ
อ้วนเนเจอร์กิฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปัญหาพิเศษวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขา
บริหารธุรกิจเกษตร. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2551. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 9).
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

ธีรนนท์ โชติกะพุกกะนะ. 2551. อาหารสุนัขเรื่องใกล้ตัวของคนรักหมา. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์พิมพ์คำ.

บริษัทศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย จำกัด. 2552. มูลค่าการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยง. [Online].
Available: <http://www.positioningmag.com/prnews.aspx?id=72901>.18 พฤศจิกายน
2552.

พัทตร์พวง และพสุ. 2542. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม.
[Online]. Available: <http://www.krungsri.com>. 22 ธันวาคม 2542.

พัจนาภา ยศปัญญา และคณะ. 2551. ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจคืออสผัก
ปลอดสารพิษบริเวณสถานีรถไฟฟ้าชิดลม. ปัญหาพิเศษวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขา
บริหารธุรกิจเกษตร. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ. 2545. การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.

รัฐบาลไทย. 2552. ข้อมูลโครงการไทยเข้มแข็ง. [Online]. Available: www.thaigov.go.th/.
25 มกราคม 2553

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รัตนพล เปี้ยแก้ว. 2552. อัตราคิดลดของธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

รัตภูมิ อุดมวันสุขทวี. 2548. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป ชนิดเม็ดของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วรชตพรณ ยงพานิช. 2544. ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปรัชญามหาบัณฑิต สาขาบัญชี. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ A.N.การพิมพ์.

สุทธิศักดิ์ อาริยะกุล. 2540. ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินร้านอาหารสุกี้ยากี้ในห้างสรรพสินค้า กรณีศึกษาการซื้อแฟรนไชส์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุนทร ศรีฐิติวัฒนา และคณะ. 2550. การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. ปัญหาพิเศษวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจเกษตร. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สิริยุพา ชัยพรหม. 2545. ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัขใน จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปรัชญามหาบัณฑิต สาขาบัญชี. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานปลัดศตวรรษกรุงเทพมหานคร. 2552. ข้อมูลจำนวนผู้เลี้ยงสุนัข และสุนัข. [Online]. Available: http://www.dld.go.th/pvlo_bkk/data/Ani_data52.xls. 25 มกราคม 2553.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2552. ข้อมูลภาวะเศรษฐกิจไทย. [Online].

Available: <http://www.nesdb.go.th/>. 14 กันยายน 2552.

สำนักนโยบายเศรษฐกิจมหภาค. 2552. ข้อมูลภาวะเศรษฐกิจไทย. [Online]. Available:

<http://www.fpo.go.th/>. 12 มกราคม 2553

อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2542. การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธีระพิมพ์และไซเท็ก จำกัด.

Brandage. 2545. อุตสาหกรรมการผลิตอาหารสุนัขสำเร็จรูป. [Online]. Available:

<http://www.brandage.com/>. 12 มกราคม 2553



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม



เลขที่แบบสอบถาม.....

พฤติกรรมผู้บริโภคต่ออาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง

วัตถุประสงค์

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลประกอบการศึกษาและการวิจัย การตอบคำถามที่สมบูรณ์และตรงตามความเป็นจริงของท่านจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ศึกษาในการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการตลาดของธุรกิจอาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ท่านต้องการ และเติมข้อความในช่องว่างที่กำหนดให้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ..... ปี

3. ระดับการศึกษา ณ ปัจจุบัน

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน

นักเรียน/นักศึกษา

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือนของท่าน..... บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อร้านขายอาหารสุนัข

6. ท่านซื้ออาหารสุนัข หรือไม่

ซื้อ

ไม่ซื้อ (ข้ามไปทำข้อ 12 เท่านั้น)

7. ท่านเคยซื้ออาหารสุนัขประเภทใดมากที่สุด

ชนิดเม็ด

ชนิดเปียกบรรจุกระป๋อง

ขนมขบเคี้ยว

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. อาหารสุนัขยี่ห้อใดที่ท่านเลือกซื้อบ่อยที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เพดดิกิริ

อัลโป

สลิกกี้

ซีพี

เอโปร

เบทาโกร

ซีซาร์

เจอร์ไฮ

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. เหตุผลในการเลือกซื้ออาหารสุนัข (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

คุณค่าทางโภชนาการสูง

สะดวกสบาย

สะอาด

หาซื้อง่าย

ราคาเหมาะสม

มีตัวเลือกมากมาย

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. ปกติท่านเลือกซื้ออาหารสุนัขจากสถานที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สวอนจตุจักร ไชนัสต์วีเลียจ

ร้านในห้างสรรพสินค้า

ร้านสะดวกซื้อ (เช่น 7-11, Family Mart)

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (เช่น Big C, Lotus)

โรงพยาบาลและคลินิกสัตว์

ร้านเพทช็อป

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. ท่านซื้ออาหารสุนัขไปเพื่อกิจใด

เลี้ยงสุนัขภายในบ้าน

เลี้ยงสุนัขในฟาร์ม

12. ช่วงที่ผ่านมาท่านมีแนวโน้มการซื้ออาหารสุนัขเป็นอย่างไร

เพิ่มขึ้นมาก

เพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ลดลงมาก ลดลงน้อย
- เท่าเดิม
13. ความถี่ในการซื้ออาหารสุนัข.....ครั้งต่อเดือน
14. ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารสุนัข.....บาทต่อครั้ง
15. หากมีการเปิดบริการร้านจำหน่ายอาหารสุนัขเปิดใหม่ ในบริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ท่านสนใจจะซื้อหรือไม่
- ซื้อแน่นอน อาจซื้อ
- ไม่แน่ใจ อาจจะไม่ซื้อ
- ไม่ซื้อแน่นอน
16. ท่านมีร้านประจำ บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยงหรือไม่
- มี ไม่มี
17. ในอนาคตท่านจะมาซื้ออาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยงอีกหรือไม่
- มาแน่ ไม่แน่ ไม่มาแล้ว
18. ท่านมาซื้ออาหารสุนัข บริเวณสวนจตุจักร โซนสัตว์เลี้ยงกี่ปีแล้ว.....ปี
19. ท่านคาดว่าจะซื้ออาหารสุนัขจากร้านเราประมาณ.....ครั้งต่อเดือน และ
ท่านจะซื้ออาหารสุนัขประมาณ.....บาทต่อครั้ง

ขอขอบคุณท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

ภาษี

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

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

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ได้แก่ ผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีที่ผ่านมาโดยมีสถานะ อย่างหนึ่งอย่างใดดังนี้

1. บุคคลธรรมดา
2. ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มิใช่บุคคล
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

ผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีภาษีจะต้องยื่นแบบฯ ก็ต่อเมื่อมีเงินได้ถึงเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนด ไม่ว่าจะเมื่อคำนวณภาษีแล้วจะมีภาษีต้องชำระเพิ่มหรือไม่ก็ตาม ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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

1.1 กรณีไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินเกิน 50,000 บาท

1.2 กรณีที่มีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียว หรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกันเกิน 100,000 บาท

2. ผู้มีเงินได้จากการทำธุรกิจการค้าทั่วไปที่มีสาเหตุจากการจ้างแรงงานที่ได้รับในปีภาษีนั้น (ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม)

2.1 กรณีไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินเกิน 30,000 บาท

2.2 กรณีที่มีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียวหรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกันเกิน 60,000 บาท

3. กองมรดกของผู้ตายที่ยังไม่แบ่งเกิน 30,000 บาท

4. ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีชนิดบุคคลเกิน 30,000 บาท

ตารางภาคผนวก 1 อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา¹

เงินได้สุทธิ	ช่วงเงินได้สุทธิ แต่ละชั้น	อัตราภาษี (ร้อยละ)	ภาษีแต่ละชั้น เงินได้สุทธิ	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		

หมายเหตุ¹ การยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เงินได้สุทธิเฉพาะส่วนไม่เกิน 150,000 บาท มีผลใช้บังคับสำหรับเงินได้สุทธิที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นไป (พระราชกฤษฎีกา (ฉบับที่ 470) พ.ศ. 2551)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พระราชบัญญัติภาษีป้าย

"ป้าย" หมายความว่า ป้ายแสดงชื่อ ยี่ห้อ หรือเครื่องหมายที่ใช้ในการประกอบการค้า หรือ ประกอบกิจการอื่นเพื่อหารายได้ หรือโฆษณาการค้า หรือกิจการอื่นเพื่อหารายได้ไม่ว่าจะได้แสดง หรือโฆษณาไว้ที่วัตถุใดๆ ด้วยตัวอักษร ภาพ หรือเครื่องหมายที่เขียนแกะสลักจารึก หรือทำให้ ปรากฏด้วยวิธีอื่น ให้เจ้าของป้ายมีหน้าที่เสียภาษีโดยเสียเป็นรายปี ยกเว้นป้ายที่เริ่มติดตั้งหรือ แสดงในปีแรกให้เสียภาษีป้ายตั้งแต่วันเริ่มติดตั้งหรือแสดงในปีแรกให้เสียภาษีป้ายตั้งแต่วันเริ่ม ติดตั้ง หรือแสดงจนถึงวันสิ้นปีและหักคิดภาษีเป็นรายงวด งวดละ 3 เดือน ของปีโดยเริ่มเสียภาษี ป้ายตั้งแต่วัดที่ติดตั้งป้ายจนถึงงวดสุดท้ายของปีทั้งนั้นตามอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง ป้ายที่ ติดตั้งบนอสังหาริมทรัพย์ของบุคคลอื่นและมีพื้นที่เกิน 2 ตารางเมตร ต้องมีชื่อและที่อยู่ของเจ้าของ ป้ายเป็นตัวอักษรไทยที่ชัดเจนที่มุมขวาด้านล่างของป้ายและให้ข้อความดังกล่าวได้รับยกเว้นภาษี ป้ายตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎกระทรวง ให้เจ้าของป้ายซึ่งจะต้องเสียภาษีป้าย ยื่นแบบแสดง รายการภาษีป้าย (ภ.ป.1) ตามแบบ และวิธีการที่กระทรวงมหาดไทยกำหนดตั้งแต่เดือนมกราคม - มีนาคม ของทุกปี ในกรณีของเจ้าของป้ายอยู่นอกประเทศไทยให้ตัวแทนหรือผู้แทนในประเทศไทย มีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีป้ายแทนเจ้าของป้าย ให้เจ้าของป้ายยื่นแบบแสดงรายการภาษี ป้ายต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ภายใน 15 วัน ตั้งแต่วันที่ติดตั้ง หรือแสดงป้าย หรือนับแต่วัน เปลี่ยนแปลง แก้ไขข้อความ ภาพ หรือ เครื่องหมาย แล้วแต่กรณี ให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีป้ายชำระ ภาษีป้ายต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ณ สถานที่ที่ได้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีป้ายไว้ภายใน 15 วัน นับ ตั้งแต่วันที่รับแจ้งการประเมิน (ภ.ป.3) หรือให้ถือวันที่ชำระต่อพนักงานเจ้าหน้าที่เป็นวันชำระภาษี ป้าย ให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีป้ายแสดงหลักฐานการเสียภาษีป้ายไว้ ณ ที่เปิดเผยในสถานที่ ประกอบการค้าหรือประกอบกิจการ ไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีป้ายโดยไม่ถูกต้องทำให้จำนวน เงินที่จะต้องเสียภาษีป้ายน้อยลง ให้เสียเงินเพิ่มร้อยละ 10 ของภาษีป้ายที่ประเมินเพิ่มเติมเว้นแต่ กรณีที่เจ้าของป้ายได้มาขอแก้ไขแบบแสดงรายการภาษีป้ายให้ถูกต้องก่อนที่พนักงานเจ้าหน้าที่ แจ้งการประเมิน ไม่ชำระภาษีป้ายภายในเวลาที่กำหนด 15 วัน นับตั้งแต่วันที่รับแจ้งการ ประเมินให้เสียเงินเพิ่มร้อยละ 2 ต่อเดือนของจำนวนเงินที่ต้องเสียภาษีป้ายเศษของเดือนให้ นับเป็น 1 เดือน

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีป้าย ที่ได้รับแจ้งประเมินภาษีป้ายแล้วเห็นว่าการประเมินนั้นไม่ถูกต้อง มีสิทธิอุทธรณ์การประเมินต่อผู้บริหารท้องถิ่น หรือผู้ซึ่งผู้บริหารท้องถิ่นมอบหมายได้ ภายใน 30 วันนับแต่วันที่รับแจ้งการประเมิน ผู้ใดจงใจไม่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีป้าย ต้องระวางโทษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปรับตั้งแต่ 5,000 บาท ถึง 50,000 บาท ผู้ใดโดยรู้อยู่แล้ว หรือโดยจงใจแจ้งความอันเป็นเท็จให้ ถ้อยคำเท็จ ตอบคำถามด้วยถ้อยคำอันเป็นเท็จ หรือนำพยานหลักฐานเท็จมาแสดงเพื่อหลีกเลี่ยง หรือพยายามหลีกเลี่ยงการเสียภาษีป้ายต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับตั้งแต่ 5,000 บาท ถึง 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ อัตราภาษีป้าย ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 5 (พ.ศ.2535) ออกตามความพระราชบัญญัติภาษีป้าย ให้กำหนดอัตราภาษีป้ายดังต่อไปนี้

1. ประเภทป้ายที่ต้องเสียภาษี ป้ายแสดงชื่อ ยี่ห้อหรือเครื่องหมายที่ใช้ในการประกอบการค้าหรือประกอบกิจการอื่น เพื่อหารายได้หรือโฆษณาไว้ที่วัตถุ ใดๆ ด้วยอักษร ภาพ หรือ เครื่องหมายที่เขียน แกะสลัก จารึกหรือทำให้ปรากฏด้วยวิธีอื่น

2. ระยะเวลาการยื่นแบบและชำระภาษี ให้เจ้าของป้ายยื่นแบบแจ้งรายการภาษีป้าย (ภ.ป.1) เพื่อชำระภาษีที่ ฝ่ายรายได้ สำนักงานเขต ซึ่งป้ายนั้นติดตั้งอยู่ภายในเดือนมีนาคมของทุกปี ป้ายที่ติดตั้งใหม่หรือมีการเปลี่ยนแปลงของป้ายหลังจากเดือนมีนาคม ให้ยื่นแบบภายใน 15 วัน

3. หลักฐานประกอบการยื่นแบบ¹

3.1 บัตรประจำตัวประชาชน และทะเบียนบ้าน

3.2 ทะเบียนการค้าหรือทะเบียนพาณิชย์

3.3 ใบอนุญาตติดตั้งป้าย หรือใบเสร็จรับเงินจากร้านทำป้าย (ถ้ามี)

3.4 หนังสือรับรองนิติบุคคล (กรณีนิติบุคคล)

3.5 ใบมอบอำนาจ กรณีให้ผู้อื่นทำการแทน

3.6 อื่นๆ สอบถามรายละเอียดได้ที่ฝ่ายรายได้

หมายเหตุ หลักฐานต่างๆ ข้างต้น กรุณาถ่ายสำเนา 1 ชุด และลงชื่อรับรองสำเนา ถูกต้อง

4. อัตราภาษีป้าย

4.1 ป้ายที่มีอักษรไทยล้วน ให้คิดอัตรา 3 บาท ต่อ ห้าร้อยตารางเซนติเมตร

4.2 ป้ายที่มีอักษรไทยปนกับอักษรต่างประเทศ หรือปนกับภาพ และหรือเครื่องหมาย อื่น ให้คิดอัตรา 20 บาท ต่อ ห้าร้อย ตารางเซนติเมตร

4.3 ป้ายดังต่อไปนี้ ให้คิดอัตรา 40 บาท ต่อ ห้าร้อยตารางเซนติเมตร

4.3.1 ป้ายที่ไม่มีอักษรไทย ไม่ว่าจะมิภาพหรือเครื่องหมายใดๆหรือไม่

4.3.2 ป้ายที่มีอักษรไทยบางส่วน หรือทั้งหมดอยู่ได้ หรือต่ำกว่าอักษร

ต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ป้ายที่เปลี่ยนแปลงแก้ไขพื้นที่ป้าย ข้อความ หรือภาพบางส่วน ในป้ายที่ได้เสียภาษีแล้ว และทำให้ต้องเสียภาษีเพิ่มขึ้น ให้คิดอัตราตาม (1) (2) หรือ (3) แล้วแต่กรณี และให้เสียเฉพาะจำนวนเงินภาษีที่เพิ่มขึ้น

4.5 ป้ายตาม (1) (2) หรือ (3) เมื่อคำนวณพื้นที่ของป้ายแล้ว ถ้ามีอัตราที่ต้องเสียภาษีต่ำกว่าป้ายละ 200 บาท ให้เสียภาษี ป้ายละ 200 บาท



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ค

การคำนวณด้านการเงิน

การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

ตารางผนวกที่ 2 การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (บาท)

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	กระแสเงินสดสะสม
1	289,718	289,718
2	345,602	635,320
3	407,074	1,042,394
4	474,693	1,517,087
5	749,074	2,266,161
รวม	2,266,161	5,750,680

พบว่าระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ในปีที่ 1

คำนวณโดย:

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินสดจ่ายลงทุน}}{\text{กระแสเงินสดรับสุทธิรายปี}}$$

$$= \frac{700,000}{289,718}$$

$$= 2.42$$

เนื่องจากเงินลงทุนเริ่มแรกมีมูลค่าน้อยจึงทำให้ระยะเวลาคืนทุนสั้น ได้รับเงินคืนภายในปีที่ 1 พบว่าระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 2 เดือน 14 วัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

ตารางผนวกที่ 3 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลดที่ 12.0 %	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
1	289,718	0.893	258,718
2	345,602	0.797	275,445
3	407,074	0.712	289,837
4	474,693	0.636	301,905
5	749,074	0.567	424,725
รวม	2,266,161		1,550,629

จากตารางเงินลงทุนเบื้องต้น 700,000 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิตลอดโครงการเท่ากับ 1,550,629 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ $(1,550,629 - 700,000) = 850,629$ บาท

มูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้เป็นบวก แสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราลด จึงสรุปได้ว่าเมื่อประเมินผลของโครงการด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิแล้วโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ

ตารางผนวกที่ 4 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลด ที่ 46%	NPV	อัตราคิดลด ที่ 47%	NPV
1	289,718	0.684	198,167	0.680	197,008
2	345,602	0.469	162,087	0.462	159,668
3	407,074	0.321	130,671	0.314	127,821
4	474,693	0.220	104,432	0.214	101,584
5	749,074	0.150	112,361	0.145	108,616
รวม	2,266,161		707,719		694,698

จากตารางพบว่าอัตราลดค่าที่แท้จริงอยู่ระหว่างอัตราลดค่าที่ร้อยละ 46 กับ ร้อยละ 47 ซึ่งคำนวณได้ดังนี้

$$\text{อัตราส่วนลดต่างกัน 1\% ค่าปัจจุบันต่างกัน } 707,719 - 694,698 = 13,021$$

$$\text{ค่าปัจจุบันต่างกัน 1\% (707,719 - 700,000) = } \frac{1 \times 7,719}{13,021} = 0.59$$

ดังนั้นอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เท่ากับ 46.59 %

การคำนวณอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน

เมื่อพิจารณาผลประโยชน์ต่อต้นทุนของโครงการเท่ากับร้อยละ 12 และจากการประมาณการกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ (ตารางที่ 24) ได้อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน คือ

$$\begin{aligned} \text{B/C ratio} &= \frac{1,550,629}{700,000} \\ &= 2.2 \text{ เท่า} \end{aligned}$$

ดังนั้นอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนของโครงการที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 2.2 เท่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ

ตารางภาคผนวกที่ 5 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีรายได้ลดลงจากประมาณการร้อยละ 5

ปีที่	รายได้	รายได้ลดลง ร้อยละ 5	กระแสเงิน สดสุทธิ	อัตรา ผลตอบแทนที่ ต้องการร้อยละ	มูลค่าปัจจุบัน ของผลตอบแทน ต่อปี
				12	
1	1,376,448	1,307,626	241,543	0.89	214,973
2	1,514,093	1,438,388	292,608	0.80	234,086
3	1,665,502	1,582,227	348,781	0.71	247,635
4	1,832,052	1,740,449	410,571	0.64	262,765
5	2,015,257	1,914,494	678,540	0.57	386,768
รวม					1,346,227
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ					646,227
อัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน					1.9
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ					44.62
ระยะเวลาคืนทุน					2 ปี 2 เดือน 28 วัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 6 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

ปีที่	ต้นทุน ดำเนินงาน	ต้นทุน ดำเนินงาน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5	กระแสเงิน สดสุทธิ	อัตรา ผลตอบแทนที่ ต้องการ ร้อยละ 12	มูลค่าปัจจุบัน ของผลตอบแทน ต่อปี
1	962,108	1,010,213	256,044	0.89	227,879
2	1,019,919	1,070,915	309,905	0.80	247,924
3	1,083,511	1,137,687	369,151	0.71	262,097
4	1,153,462	1,211,135	434,322	0.64	277,966
5	1,230,408	1,291,928	706,010	0.57	402,426
รวม					1,418,292
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ					718,292
อัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน (เท่า)					2.0
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (ร้อยละ)					41.35
ระยะเวลาคืนทุน					2 ปี 2 เดือน 23 วัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้