

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจัดจำหน่ายน้ำนมควายมูราห์
ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

The study of the possibility of investment in distributing Murah buffalo milk in
Bangkapi, Bangkok



ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ปีการศึกษา 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจัดจำหน่ายน้ำนมควายมูราห์
ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

The study of the possibility of investment in distributing Murah buffalo milk in
Bangkapi, Bangkok

โดย

นางสาวพีรพรรณ มหาวงษ์ 51040792
นายอังกูร รัตน์พงศ์ประภิต 51040820

รายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาวิชาปัญหาพิเศษหลักสูตร วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2555

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ 15 มีนาคม 2555

(อาจารย์ทัศนัย ปราณี)

ประธานสาขาวิชาวิทยาการจัดการ..... 15 มีนาคม 2555

(รองศาสตราจารย์ ดร.อำนวยการ แสงโนรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ
ปีการศึกษา 2554

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจัดจำหน่ายน้ำนมควายมูร่าห์ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) The study of the possibility of investment in distributing Murahbuffalo milk in Bangkapi, Bangkok

ชื่อ-สกุล นางสาวพิรพรรณ มหาวงษ์
นายอังกูร รัตนพงศ์ประภิต

หลักสูตร บริหารธุรกิจเกษตร สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
วิทยาลัย การบริหารและจัดการ
ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ อาจารย์ทัศนัย ปราณี 15 มีนาคม 2555

บทคัดย่อ

น้ำนมควายเป็นน้ำนมที่ไม่ค่อยได้รับความนิยมมากนักเท่านมวัว แต่เมื่อเปรียบเทียบกับด้านสารอาหารนมควายจะมีสารอาหารมากกว่านมโค มีคอเลสเตอรอลต่ำกว่า โปรตีนสูงกว่านมโค และนมแพะ ไม่รวมถึงธาตุเหล็ก ฟอสฟอรัส วิตามินเอ และสารต้านอนุมูลอิสระที่สูงกว่า จึงเหมาะกับผู้ที่รักสุขภาพและผู้ที่มีแพ้แลคโตสในนมโค ประกอบกับกระแสการรักสุขภาพของคนไทยเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นน้ำนมควายจึงเป็นตัวเลือกหนึ่งของคนรักสุขภาพ แต่ในปัจจุบันมีผู้ดำเนินธุรกิจฟาร์มควายมูร่าห์เพียงรายเดียว และมีจุดจำหน่ายน้ำนมควายบรรจุขวดพร้อมดื่มเพียงแห่งเดียว และยังมีความเสี่ยงในการลงทุนทั้งด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้ และเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการลงทุนในอนาคต

วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการศึกษาเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำนมควายมูร่าห์ โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และข้อมูลทุติยภูมิที่เป็นเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านตลาดของผู้ศึกษาพบว่ามีความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาด เมื่อเปรียบเทียบและพิจารณาจากเกณฑ์ทางการตลาด ทั้งด้านขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มตลาดแล้ว จากการสำรวจพบว่า มีจำนวนผู้ที่สนใจถึงร้อยละ 50.75 ของกลุ่มเป้าหมายในเขตบางกะปิ ทำให้แนวโน้มของตลาดน้ำนมควายมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ส่วนจากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค พบว่า มีความเป็นไปได้ทั้งด้านเทคนิคในระบบการจัดจำหน่าย มีปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ คือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการจัดจำหน่าย และปัจจัยนำออก ปัจจัยนำเข้าประกอบด้วย น้ำนมควายพร้อมดื่มบรรจุขวด แหล่งเงินทุน และแรงงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการผลิตประกอบด้วย อาคารพาณิชย์ให้เช่า ค่าขนส่ง เครื่องจักรและอุปกรณ์ ส่วนปัจจัยนำออก คือน้ำมันมควายบรรจุขวดพร้อมดื่มตรา มูร่าห์ แดรี่ คอมพานี

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินนั้น ผลการวิเคราะห์ พบว่าการลงทุนตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันมควายมูร่าห์ เป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง แบ่งค่าใช้จ่ายของโครงการออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนในทรัพย์สินถาวร และส่วนของต้นทุนในการดำเนินงานในแต่ละปี จากเกณฑ์การพิจารณาตัวชี้วัดทั้ง 4 ไม่ว่าจะเป็ น มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนโครงการ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน และระยะเวลาคืนทุน พบว่าการลงทุนทำธุรกิจนมควายในเขตบางกะปิ นั้น ก็มีความสามารถในการลงทุนด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งนี้ ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันมควายมูร่าห์ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร มีความเป็นไปได้ทั้งทางด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน ซึ่งจะพิจารณาเป็นสองส่วนคือ พื้นที่ศึกษาหากกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาหาพื้นที่ตั้งจุดจำหน่าย ในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันมควายมูร่าห์ แต่อย่างไรก็ตามเป็นเพียงกรณีศึกษาในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครเท่านั้น ประกอบกับธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันมควายมูร่าห์ มีการแข่งขันต่ำ ให้ผลกำไรที่สูง แต่การลงทุนธุรกิจยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค จึงต้องหาสาเหตุเพื่อเปิดทัศนคติของผู้บริโภคที่ดีเกี่ยวกับน้ำมันมควาย ให้ผู้บริโภคได้รับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันมควาย เพื่อหาช่องทางแก้ไขที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจที่จะเกิดขึ้นซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้จัดทำขึ้นจนสำเร็จเรียบร้อยเป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ ทศไทย ปราณี ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ ที่กรุณาให้คำปรึกษา ชี้แนะ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ โดยละเอียด จนทำให้ได้รายงานที่สมบูรณ์ สร้างความภูมิใจแก่คณะผู้จัดทำอย่างมาก รวมทั้งอาจารย์ ประเมศร์ อัครเรืองพิภพ กรรมการสอบปัญหาพิเศษ ที่กรุณาให้คำแนะนำในส่วนของการสอบปัญหาพิเศษ ตลอดจนอาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และประสิทธิประสาทวิชาความรู้ตลอดหลักสูตรการศึกษา คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

นอกจากนี้คณะผู้จัดทำขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่ควบคุมห้องคอมพิวเตอร์วิทยาลัยการบริหารและจัดการทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดมา

สุดท้ายนี้คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ที่รักและเคารพอย่างสูง รวมถึงขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่เป็นกำลังใจ ให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือในทุกเรื่อง

พีรพรรณ

อังกูร

มหาวงษ์

รัตนพงศ์ประภิต

มีนาคม 2555

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
คำนิยม	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญรูปภาพ	(7)
บทที่ 1 บทนำ	
✓ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
✓วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
✓ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
✓ขอบเขตของการศึกษา	4
✓นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวความคิดและทฤษฎีในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ	6
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด	7
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค	8
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน	8
✓การตรวจสอบเอกสารและงานวิจัย	13
✓กรอบแนวความคิด	20
✓สมมติฐานในการศึกษา	22
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	
✓การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
✓การวิเคราะห์ข้อมูล	24
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	27
พฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์นมสด	29
ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำนมควาย “มูร์ร่าห์”	31
การทดสอบสมมติฐาน	
การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	32
การวิเคราะห์สภาวะตลาด	32
การศึกษาสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ	34
การประมาณการยอดขายสินค้า	38
สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	39
การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค	39
สรุปความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค	43
การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	44
การวิเคราะห์ทางการเงิน	44
แหล่งที่มาของเงินทุน	44
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	44
อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ	45
การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ	45
สรุปความเป็นไปได้ทางการเงิน	51
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	
สรุป	53
ข้อเสนอแนะ	54
เอกสารอ้างอิง	55
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	59
ภาคผนวก ข การประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา	63

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	เปรียบเทียบคุณค่าน้ำนมควายมูร่าห์กับน้ำนมสัตว์อื่นๆ	1
2	ร้อยละของผู้ซื้อจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ	27
3	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุดของรายได้	28
4	การซื้อผลิตภัณฑ์นมสดของกลุ่มตัวอย่าง	29
5	ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมสด	29
6	สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมสด	30
7	ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์นมสด ต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง	30
8	ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์นมสด	31
9	ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์นมควาย	31
10	จำนวนที่ผู้บริโภคยินดีจะจ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์นมควาย	32
11	การเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร ในเขตกรุงเทพมหานคร	40
12	ค่าขนส่งออกจำหน่าย	41
13	ค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์ภายในร้าน	41
14	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	42
15	การชำระเงินกู้ของโครงการระยะเวลา 5 ปี	45
16	การประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ	46
17	การประมาณค่าใช้จ่ายการดำเนินงานของโครงการใน 1 ปี	47
18	การประมาณการรายได้ต่อปีโครงการ 5 ปี	48
19	การประมาณต้นทุนในการประกอบการทั้งหมด 5 ปี	49
20	การประมาณเงินสุทธิของโครงการ	50

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนภาพทัศนคติต่อมควาย	2
2	กรอบแนวความคิด	21
3	แผนที่เขตบางกะปิ	35
4	กระบวนการทางด้านเทคนิค	42



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

“มูร่าห์ ฟาร์ม” เป็นชื่อสถานที่เพาะเลี้ยงควายนมสายพันธุ์มูร่าห์ ซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่มีการนำเข้าจากประเทศบัลแกเรีย ซึ่งแตกต่างจากควายที่อยู่ในประเทศไทย ที่แบ่งออกได้หลักๆ เป็น 2 ประเภท คือ ควายปลัก (Swamp Buffalo) และ ควายแม่น้ำ (River Buffalo) ความแตกต่างของควายทั้งสองสายพันธุ์หลัก ๆ ที่เห็นได้ชัดเจน คือควายปลักนั้นชอบแช่ในปลักโคลน ให้น้ำนมต่ำคือประมาณ 1 - 2 ลิตรต่อวัน และควายปลักนั้นมักถูกนำมาใช้ในด้านแรงงาน ทำนา ทำไร่ ส่วนควายแม่น้ำสายพันธุ์มูร่าห์ที่นำเข้ามาเลี้ยงในมูร่าห์ ฟาร์ม นั้นเป็นควายที่อาศัยอยู่ในแถบประเทศอินเดีย ปากีสถาน และยุโรปตะวันตกเช่นประเทศบัลแกเรีย ควายแม่น้ำนั้นไม่ชอบแช่ปลักโคลน แต่ชอบที่จะแช่ตัวอยู่ในแม่น้ำมากกว่า ซึ่งควายสายพันธุ์นี้เป็นควายที่สามารถให้น้ำนมได้สูงถึงประมาณ 5 - 7 ลิตรต่อวัน และนั่นคือสาเหตุหนึ่งของการที่จะนำควายปลักมาทำฟาร์มนมซึ่งอาจจะไม่คุ้มค่าด้านการลงทุนทำธุรกิจฟาร์มควายนม

คุณค่าทางโภชนาการของน้ำนมควายนั้นให้คุณค่าทางโภชนาการไม่น้อยไปกว่าน้ำนมจากวัวหรือแพะ ซึ่งจะเห็นได้จากตารางเปรียบเทียบที่นำมาแสดง

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบคุณค่าน้ำนมควายมูร่าห์กับน้ำนมสัตว์อื่นๆ

ส่วนประกอบ	หน่วย	นมควายมูร่าห์	นมวัว	นมแพะ	นมแกะ
โปรตีน	Gm	4.5	3.2	3.1	5.4
แคลเซียม	lu	195	120	100	170
คลอเลสเทอรอล	Mg	8.0	14	10	11
ไขมัน	Gm	8.0	3.9	3.5	6.0
คาร์โบไฮเดรต	gm	4.9	4.8	4.4	5.1

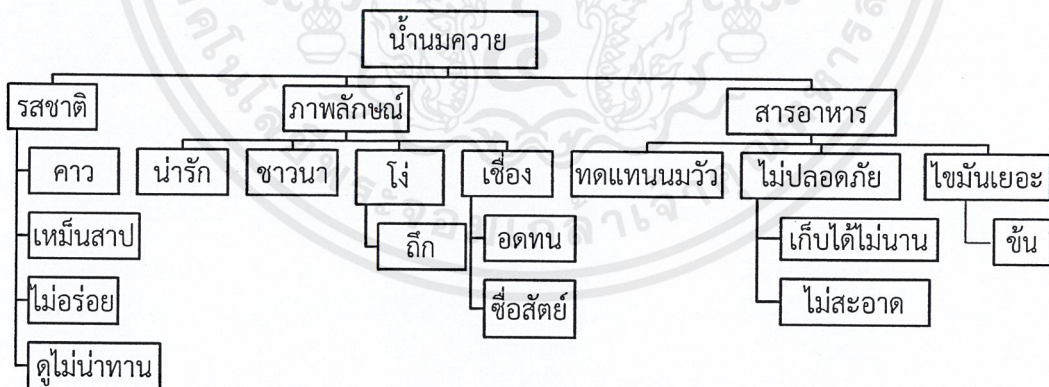
ที่มา: (กรมปศุสัตว์, 2552)

จากตารางที่ 1 เห็นได้ว่าองค์ประกอบสารอาหารต่าง ๆ ของน้ำนมควายนั้นมีสูงกว่าน้ำนมชนิดอื่น แทบทั้งสิ้น แต่ตรงกันข้ามกลับให้ปริมาณของคลอเลสเทอรอลต่ำกว่าน้ำนมชนิดอื่นๆ ถึงแม้ว่าน้ำนมควายและผลิตภัณฑ์จากน้ำนมควายนั้นยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากนักในประเทศไทย แต่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์เหล่านี้กลับเป็นที่นิยมอย่างมากในการใช้เป็นเครื่องประกอบการปรุงอาหารที่เรารู้จักกันมากที่สุดคือ “เนยแข็งมอสเชเรรา” ราคาของเนยแข็งมอสเชเรรา ที่ปกติต้องนำเข้าจากต่างประเทศนั้นสูงถึงประมาณกิโลกรัมละพันบาท ซึ่งถูกใช้มากในการปรุงอาหารอิตาเลียนที่ขึ้นชื่อหลากหลายเมนู นอกจากนี้เนยยังสามารถแปรรูปเนยเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้อีกเช่น โยเกิร์ต นมสด ขนมหัดดี น้ำมันเนย กีร์คาปรีเช่สลัด ซึ่งผลิตภัณฑ์จากนมควายนั้นเป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในเมืองไทยประกอบกับกระแสในปัจจุบันคนไทยหันมาใส่ใจการดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น พฤติกรรมการบริโภคของผู้คนเปลี่ยนไป ผู้บริโภคกว่าร้อยละ 30 มีการเปลี่ยนแปลงหันมารับประทานสิ่งที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น (หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ, 2552)

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันยังมีชาวไทยอีกเป็นจำนวนมากที่ยังไม่รู้ และไม่เคยมลิ้มลองเนยนมควายและผลิตภัณฑ์นมจากควายและหลายคนก็ไม่กล้า จึงเป็นคำถามที่ตามมาว่า “คนไทยนั้นมีภาพของความรู้สึกนึกคิดต่อเนยนมควายเป็นอย่างไร” จากคำถามข้างต้นนี้ทำให้เกิดการทำ การประชุมในห้องปฏิบัติการ โดยวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยให้ทีมต่าง ๆ ได้ทำการสร้างภาพคิดเชื่อมโยงในใจ ว่าเมื่อนึกถึงนมควายแล้วสิ่งที่เกี่ยวข้องกับนมควายนั้นมีอะไรกันบ้าง ซึ่งจำนวนผู้เข้าร่วมทำครั้งนี้มีจำนวน 38 คนและแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม โดยในกลุ่มผู้ประชุมในห้องปฏิบัติการ นี้ไม่มีใครเคยดื่มนมควายมาก่อน หลังจากการประชุมในห้องปฏิบัติการเสร็จสิ้นสามารถประมวลสรุปสิ่งที่เชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับนมควายได้ดังนี้ (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 แผนภาพทัศนคติต่อเนยนมควาย

จากแผนภาพด้านบนเห็นได้ว่าทัศนคติที่เชื่อมโยงกับนมควายนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ด้านหลัก ๆ คือ ด้านภาพลักษณ์ ด้านสารอาหาร และด้านรสชาติ ซึ่งในทั้งสามด้านนั้นผู้เข้าร่วมทำ Workshop แสดงสิ่งในใจที่เชื่อมโยงกับนมควายออกมาในเชิงลบ ซึ่งมองว่านมควายนั้นเป็น

เรื่องที่ไกลตัว มีภาพลักษณ์ที่แสดงออกถึงความด้อย ในขณะที่รสชาตินั้นจะแตกต่างกับนมวัวที่หลายคนได้บริโภคเป็นประจำความหวาน และความเข้มข้น และดูไม่น่าดื่มมัน จะถูกพบในแทบทุกกลุ่ม ในขณะที่ด้านสารอาหารนั้นผูกโยงกับความชื้น มีไขมันมาก และไม่ค่อยปลอดภัย ประกอบกับกระแสในปัจจุบันคนไทยหันมาใส่ใจในการดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น พฤติกรรมการบริโภคของผู้คนเปลี่ยนไป ผู้บริโภคกว่าร้อยละ 30 มีการเปลี่ยนแปลงหันมารับประทานสิ่งที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น (หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ, 2550)

จากข้อความข้างต้น ถึงแม้ว่านมมีประโยชน์ต่อสุขภาพ แต่ปัจจุบันเปลี่ยนไปแล้ว คนส่วนมากเกิดภาวะการบริโภคเกินอัตราส่วนจากการดื่มมทั้ง มีไขมัน โปรตีน และแคลเซียม ไขมันในนมเป็นไขมันจากสัตว์ ซึ่งอุดมไปด้วยคลอเลสเตอรอล แต่ในทางตรงกันข้ามน้ำมันมควายให้คุณค่าทางโภชนาการมากกว่า แต่ให้คลอเลสเตอรอลที่ต่ำกว่า ประกอบกับคนไทยนิยมดื่มนมสดพาสเจอร์ไรซ์กันเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว และซื้อดื่มครั้งละกว่า 20 ขวดต่อคนต่อเดือน ทำให้ยอดการจำหน่ายจากจุดจำหน่ายแรกคือ ร้านมูร่าห์ เฮ้าส์ สามารถสร้างกำลังซื้อเพิ่มขึ้นเฉลี่ยเดือนละ 5 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงว่าผู้บริโภคเริ่มที่จะหันมารับประทานนมควาย แต่การลงทุนธุรกิจจำหน่ายน้ำมันมควายเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูง เพราะต้องทำทาบกับทัศนคติของผู้บริโภค จึงเป็นสาเหตุให้ทางคณะผู้จัดทำตัดสินใจทำการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้ของธุรกิจในการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน เพื่อเป็นการลดความเสี่ยง และประกอบการตัดสินใจในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันมควายมูร่าห์ (สงวน, 2547)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ทางด้านเทคนิค และทางด้านการเงินในการลงทุนจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันมควายมูร่าห์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันมควาย “มูร่าห์” ทั้งในด้านตลาด ด้านเทคนิค และการเงิน จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ทำให้ทราบความเสี่ยงในด้านของตลาด โดยศึกษาถึงการวิเคราะห์สภาวะตลาดที่ประกอบด้วย ขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการลดความเสี่ยงให้มากที่สุด การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคเป็นขั้นตอนที่ศึกษาต่อจากการศึกษาด้านการตลาด เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันมควาย “มูร่าห์” ในด้านเทคนิคศึกษาถึงระบบการผลิต กำลัง

การผลิต และทำเลที่ตั้ง โดยมองในด้านของธุรกิจ รวมทั้งการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน ทำให้ทราบความเป็นไปได้ทางการเงินภายใต้ภาวะความเสี่ยง และการวางแผนทางการเงิน หากเกิดสถานการณ์นอกเหนือจากแผนงานที่วางไว้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการใช้ประกอบการตัดสินใจและแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้แก่นักลงทุน และหน่วยงานต่าง ๆ ในการนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน หรือขยายกิจการ ก่อให้เกิดการลงทุนขึ้นในระบบเศรษฐกิจอันจะส่งผลต่อการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งเป็นการส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอีกด้วย

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค และความเป็นไปได้ทางการเงิน ของธุรกิจการจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำนมควายมูร่าห์ โดยในการศึกษานี้ ศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภค ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ที่จะทำการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการจัดจำหน่าย จะใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ เพื่อนำไปประมาณการผลตอบแทนของโครงการ โดยเลือกพื้นที่ศึกษาในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

1. กำหนดประชากรกลุ่มเป้าหมายที่จะทำการศึกษา ได้แก่ คนวัยทำงาน ที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี เป็นผู้ที่มีอาชีพอยู่ที่เขตบางกะปิ บริเวณเดอะมอลล์บางกะปิ โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เริ่มทำการศึกษาดังแต่ เดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2554 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ ปี พ.ศ. 2555

2. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะเวลา 1 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 6 มกราคม 2555 ถึง 12 มกราคม 2555 โดยทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการทั้งในด้านการตลาด ด้านเทคนิคและการเงิน จากการรวบรวมศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิจากการออกแบบสำรวจเพื่อศึกษากลุ่มผู้บริโภค

นิยามศัพท์

ควายสายพันธุ์มูร่าห์ เป็นควายแม่พันธุ์ที่ใช้ประโยชน์จากการรีดนม อาจเรียกว่า "ควายนม" มีแหล่งกำเนิดจากประเทศอินเดีย มีลักษณะทั่วไปคือ ตัวใหญ่ สีดำ หน้าผากนูนเขาม้วนงอ สัน เต้านมเจริญดี ให้น้ำนมเฉลี่ย 2,000 ก.ก. ต่อ 9-10 เดือนของช่วงการให้นม ตัวผู้หนักประมาณ 550 ก.ก. ตัวเมียหนักประมาณ 450 ก.ก. ลูกควายแรกเกิดหนักประมาณ 30-35 ก.ก. ควายมูร่าห์ชอบน้ำสะอาด ไม่ชอบลงโคลน (กรมปศุสัตว์, 2549)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มอสซ่าเรลล่า ซีซชนิดนี้ที่แท้จริงต้องทำจากนมควายเท่านั้นจึงจะได้คุณค่าและรสชาติที่ถูกต้องตามแบบต้นตำรับอิตาลี ในประเทศจีนก็มีการเลี้ยงควายนม นานกว่า 60 ปีแล้ว นิยมบริโภคนมสดพร้อมดื่ม นมเปรี้ยว และโยเกิร์ต ในบัลแกเรีย ประเทศต้นตำรับโยเกิร์ต ใช้นมควายทำเป็นโยเกิร์ต (มูร่าห์ฟาร์ม, 2550)

ร้านมูร่าห์ เฮ้าส์ เป็นร้านจำหน่ายนมวัวควายแห่งแรก และแห่งเดียวในประเทศไทย เกิดจากความตั้งใจที่จะนำสิ่งที่ดี ๆ จากฟาร์มมูร่าห์ ส่งตรงถึงมือผู้บริโภค จึงก่อให้เกิดเป็นฟาร์มแห่งแรกของฟาร์มมูร่าห์ ก่อตั้งขึ้นในปี 2550 ซึ่งนอกเหนือจากจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากฟาร์มมูร่าห์ ไม่ว่าจะเป็นนํ้านมมูร่าห์ ซีสมอสซ่าเรลล่า และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ แล้ว มูร่าห์เฮ้าส์ยังได้นำผลิตผลจากทางฟาร์มที่คัดสรรอย่างดีมีคุณภาพ มานำเสนอในรูปแบบของอาหารสไตล์อิตาเลียนหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นพิซซ่า พาสต้า สลัด ซึ่งล้วนแล้วแต่ใช้ผลิตผลจากฟาร์มมูร่าห์เป็นวัตถุดิบหลักในการทำอาหาร นอกจากนี้ทางร้านยังมีกาแฟ และเบเกอรี่ที่ใส่ส่วนผสมของนํ้านมมูร่าห์ซึ่งให้รสชาติที่อร่อย และกลมกล่อม (มูร่าห์ฟาร์ม, 2550)

ดังนั้นในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจนี้ คือจะทำการเพิ่มสาขาเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายโดยจะทำการจำหน่าย นํ้านมควายมูร่าห์ ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงการตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาโดยรวบรวมจากรายงาน การศึกษาเอกสารอื่น ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สมมติฐานของการศึกษาที่ผู้ศึกษาได้กำหนดไว้ล่วงหน้า เพื่อเป็นแนวทางในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล และในส่วนของแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้เป็น เครื่องมือในการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แนวความคิดและทฤษฎีในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ

แนวคิดพื้นฐานของความเป็นไปได้ของโครงการ ในสภาพปัจจุบันเป็นการดำเนินกิจกรรมทาง เศรษฐกิจของประเทศต้องประสบปัญหามากมาย ได้แก่ การขาดแคลนทรัพยากรการผลิตที่มีอยู่อย่าง จำกัด รวมทั้งในสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงมากขึ้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ของเทคโนโลยีการผลิต ตลอดจนความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะเศรษฐกิจ และสังคม เป็นต้น ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลต่อความสำเร็จ และความล้มเหลวของการลงทุน ประกอบธุรกิจทางเศรษฐกิจทั้งสิ้น ดังนั้นในการประกอบธุรกิจใด ๆ ก็ตาม สิ่งที่ผู้ลงทุนต้องการคือ ผล กำไรจากการลงทุนนั้น ๆ ซึ่งโดยทั่วไป ผู้ลงทุนจะต้องการผลตอบแทนตามอัตราดอกเบี้ยปัจจุบัน นอกจากนี้การลงทุนต่าง ๆ ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก ซึ่งเงินลงทุนนี้อาจได้มาจากเงินลงทุนของ ตนเอง หรือจากการกู้ยืมโดยเอาทรัพย์สินของตนเองเป็นประกัน ดังนั้นผู้ลงทุนโครงการใด ๆ ก็ตาม จะต้องมี การวางแผนโครงการ และการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้วยความรอบคอบ ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว หรืออย่างน้อยที่สุด เพื่อลดโอกาสความเสี่ยงต่อความล้มเหลว (ประสิทธิ์, 2542)

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เป็นการศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจาก การดำเนินโครงการนั้น โดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค และการเงินเป็นหลัก เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันมควาย “มูร่าห์” ของโครงการ เป็นหลัก (พิริยะ, 2552)

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

การศึกษาหาความสามารถของโครงการ ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ตามราคาที่ได้กำหนด และในปริมาณที่คาดหวังไว้ การศึกษาด้านการตลาดนี้ถือเป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยงภัย และความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนในโครงการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพราะการศึกษาด้านการตลาด จะศึกษาลงลึกถึงรายละเอียดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง มาประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์ และความเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาดมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณและคณะ, 2538)

1. การวิเคราะห์สภาวะตลาด เพื่อศึกษาถึงขนาดของตลาด แนวโน้มของตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาดโดยมีรายละเอียดคือ

1.1 การศึกษาขนาดตลาด เป็นการศึกษาถึง “ขนาดตลาด” ในภาพกว้าง เพื่อให้ทราบว่า ตลาดที่เราจะทำการศึกษามีขนาดเล็กหรือใหญ่เพียงใด และเมื่อศึกษาในภาพกว้างแล้วก็จะศึกษาขอบข่ายตลาดที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น คือการศึกษาถึง “ส่วนของตลาด” ที่ผลิตภัณฑ์ของโครงการมุ่งเข้าไปตอบสนอง ทั้งนี้เพื่อทราบถึงขนาด และกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้น

1.2 การศึกษาแนวโน้มของตลาด เป็นการศึกษาถึงทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ว่าจะมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไป

1.3 การศึกษาส่วนแบ่งตลาด เป็นการศึกษาถึงความสามารถของธุรกิจที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาด

2 ประการ คือ ความเข้มข้นของการแข่งขัน และความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2. การประมาณการยอดขายสินค้า โดยวิธีการคาดคะเนส่วนแบ่งตลาดที่โครงการนั้นจะได้รับว่าเป็นร้อยละเท่าใดของตลาดรวม

3. กลยุทธ์การจัดจำหน่ายและการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดจำหน่ายโดยทั่วไป ผู้ผลิตจะไม่ใช้วิธีการขายตรงไปยังผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว แต่จะใช้วิธีการจัดจำหน่ายโดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือคนกลางซึ่งเข้ามาทำหน้าที่ต่าง ๆ กัน ในด้านความสำเร็จการจัดจำหน่ายไม่ได้ขึ้นอยู่กับทางเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับนโยบายปล่อยนโยบายสร้างความต้องการในตลาด และนโยบายผลักดัน (วัฒนา, 2542)

4. การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการศึกษาด้านการตลาด ที่จะให้คำตอบว่าโครงการควรทำการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านอื่นต่อไปหรือไม่ (ประสิทธิ์, 2542)

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เช่น ทราบถึงขนาดการผลิตที่เหมาะสม ขั้นตอนการผลิต ปริมาณวัตถุดิบ และเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนโครงการอีกด้วย นอกจากนี้ยังช่วยอำนวยความสะดวกในการพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากทางเลือกด้านเทคนิคต่าง ๆ เช่น การว่าจ้างแรงงาน อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อมนุษย์ ความต้องการด้านเงินทุน ซึ่งการวิเคราะห์ด้านเทคนิคนั้นมีแนวทางในการพิจารณาดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ตั้ง พิจารณาตามหัวข้อต่าง ๆ เกี่ยวกับจำนวนลูกค้าที่จะมาใช้บริการ การคมนาคม และการเดินทางมายังที่ตั้งโครงการ สภาพธุรกิจในพื้นที่ การสาธารณสุขโรคต่าง ๆ และข้อสนับสนุนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. การจัดหาอุปกรณ์ พิจารณาถึงการจัดเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ต้องใช้ภายในร้าน จะมีความยากง่ายในการจัดหามากน้อยเพียงใด
3. แรงงาน เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่ง โดยพิจารณาด้านการจัดหาแรงงานที่ต้องการ ว่ามีความเหมาะสมและสามารถจัดหาได้หรือไม่
4. วัตถุดิบ จะพิจารณาในด้านความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบที่ต้องใช้ ว่ามีความเพียงพอต่อปริมาณการใช้ได้หรือไม่
5. การขนส่ง พิจารณาถึงความสะดวกในการเดินทางของทั้งทางลูกค้า และการจัดหาวัตถุดิบ
6. ทำเลที่ตั้ง เป็นแหล่งที่จะทำให้ธุรกิจสามารถประกอบกิจการได้ โดยในการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการดังกล่าว ต้องพิจารณาถึงปัจจัย 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังต่อไปนี้
 - 6.1 ปัจจัยที่เกี่ยวกับการผลิต เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการผลิต ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน วัตถุดิบ ตลาด การขนส่ง สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
 - 6.2 ปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตโดยตรง ปัจจัยประเภนี้ ได้แก่ กฎหมายและภาษี ภูมิอากาศ ทิศนคติของชุมชน การเมืองและกฎหมาย
7. สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จะต้องสามารถรองรับได้อย่างเพียงพอต่อปริมาณความต้องการใช้ และอำนวยความสะดวกต่อทางร้านและลูกค้าด้วย

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงินเป็นการศึกษาความสามารถของโครงการในการคืนทุนให้กับผู้ลงทุนในระดับที่ต้องการ การวิเคราะห์ด้านการเงินจำเป็นต้องนำเอาข้อมูลจากการศึกษา

ด้านการตลาดและด้านเทคนิค มาประกอบการคาดคะเนรายรับและต้นทุน เพื่อกระทำการตัดสินใจ (ประสิทธิ์, 2542) ซึ่งการวิเคราะห์ด้านการเงินประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ เป็นส่วนสำคัญที่จะให้ทราบถึงผลที่ได้หรือกำไรที่ได้รับจากการลงทุน

1.1 ต้นทุนการผลิตหรือค่าใช้จ่ายในการลงทุนจำแนกเป็น 2 ประเภท คือ

ต้นทุนคงที่ (fixed cost) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการลงทุน แม้ว่าจะไม่ได้ทำการผลิต ค่าใช้จ่ายประเภทนี้จะไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต ต้นทุนคงที่แบ่งออกได้เป็นต้นทุนคงที่ที่เป็นตัวเงิน และต้นทุนคงที่ที่ไม่เป็นตัวเงิน โดยต้นทุนคงที่ที่เป็นตัวเงินเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ที่ผู้ลงทุนจ่ายออกไปจริงเป็นเงินสด เช่น ค่าที่ดิน ค่าก่อสร้างโรงงาน ค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์ และดอกเบี้ยเงินกู้ เป็นต้น ส่วนต้นทุนคงที่ที่ไม่เป็นตัวเงินจะเป็นค่าใช้จ่ายที่ผู้ลงทุนไม่ได้จ่ายออกไปเป็นตัวเงิน เป็นเพียงค่าใช้จ่ายประเมินเท่านั้น เช่น ค่าเสื่อมเครื่องจักร 5 ปี เป็นต้น

ต้นทุนผันแปร (Variable cost) เป็นค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิต และการจำหน่าย ได้แก่ ค่าจ้างแรงงาน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ค่าใช้จ่ายในการขาย ค่าบำรุงเครื่องจักรและอุปกรณ์ ค่าประปา ค่าไฟฟ้า ค่าเชื้อเพลิง และค่าขนส่ง

1.2 ผลตอบแทนของโครงการ ที่นำมาทำการวิเคราะห์นี้ คือ ข้อมูลทางด้านต้นทุน และผลตอบแทนของโครงการ และจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนด้านการเงินจากการลงทุน

2. การวิเคราะห์ทางการเงิน เป็นการวิเคราะห์ผลตอบแทนเพื่อดูว่าให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ ดังนั้น จึงใช้เครื่องมือวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ ได้แก่

2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) เป็นมูลค่าสุทธิผลรวมของมูลค่าผลตอบแทนสุทธิที่ได้ปรับค่าของเวลาเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วของโครงการ โครงการที่ควรลงทุนนั้น มูลค่าสุทธิจะต้องมีค่าเป็นบวก หรือมากกว่าศูนย์ คือ รายได้มากกว่ารายจ่าย เมื่อคิดลดกลับมาเป็นมูลค่าปัจจุบันด้วยระดับอัตราดอกเบี้ย หรืออัตราคิดลดที่เหมาะสม ใช้ในการวิเคราะห์เงินสดหมุนเวียน และการปรับลดเป็นการประเมินค่าผลตอบแทนสุทธิของโครงการ โดยเปรียบเทียบผลตอบแทนและต้นทุนที่เกิดขึ้นในเวลาต่าง ๆ ดังนั้นหากมูลค่าปัจจุบันสุทธินั้นมากกว่า 0 หรือเป็นบวก แสดงว่าโครงการนั้นคุ้มค่าต่อการลงทุน แต่หากได้ผลเป็นลบหรือต่ำกว่า 0 ก็แสดงว่าโครงการนั้นไม่คุ้มค่าที่จะลงทุน ซึ่งสามารถคำนวณค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) ได้

จากสูตร

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

โดยที่กำหนดให้ B_t = ผลตอบแทนจากการประกอบการของธุรกิจในปีที่ 1,2,...,n

C_t = ค่าใช้จ่ายจากการประกอบของธุรกิจในปีที่ 1,2,...,n

r	=	อัตราผลตอบแทนของโครงการ
t	=	ปีของโครงการคือปีที่ 1,2,...n
n	=	อายุของโครงการซึ่งในที่นี้จะกำหนดไว้ 5 ปี

ข้อดีของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ คือ ช่วยปรับต้นทุน และผลตอบแทนที่เกิดขึ้นในเวลาที่แตกต่างกัน ทำให้สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้บนฐานของความเท่ากันของมูลค่าปัจจุบัน ด้วยวิธีนี้ทำให้สามารถเปรียบเทียบระหว่างทางเลือกต่าง ๆ ตลอดจนช่วยวางกฎในการตัดสินใจเพื่อจะให้การสนับสนุนทางการเงินแก่โครงการหนึ่ง ๆ ได้ ข้อจำกัดของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ คือ การตัดสินใจลงทุนโดยอาศัยมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นเกณฑ์ตัดสินนั้น มักไวต่อการเลือกใช้อัตราลดที่ต่างกัน

2.2 อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit Cost Ratio หรือ BCR) เป็นเกณฑ์ที่จะแสดงถึงอัตราส่วนของมูลค่าปัจจุบันรายได้ กับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุของโครงการ และหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกทำโครงการ จะพิจารณาลงทุนในโครงการที่มีอัตราส่วนของผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายมากกว่าหนึ่ง หมายความว่ารายได้ที่ได้จากโครงการ จะมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่าย เมื่อคิดลดกลับมาเป็นมูลค่าปัจจุบันด้วยอัตราคิดลดที่เหมาะสม หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุนทำได้โดยการนำผลตอบแทน และต้นทุนที่ได้มีการปรับค่าไปตามระยะเวลาหรือคิดเป็นมูลค่าปัจจุบัน มาเปรียบเทียบหาอัตราส่วนประโยชน์ต่อต้นทุน หากค่าอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายที่ได้จะเป็นอัตราส่วน ถ้ามากกว่า 1 ถือว่าสนับสนุนโครงการ แต่ถ้าน้อยกว่า 1 ก็ไม่ควรสนับสนุนโครงการ และถ้ามีค่าเท่ากับ 1 ถือว่าคุ้มทุนในการศึกษานี้สามารถคำนวณค่าอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit Cost Ratio หรือ B/C) ได้

จากสูตร

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

โดยที่กำหนดให้	B_t	=	ผลตอบแทนจากการประกอบการของธุรกิจในปีที่ 1,2,...n
	C_t	=	ค่าใช้จ่ายจากการประกอบของธุรกิจในปีที่ 1,2,...n
	r	=	อัตราผลตอบแทนของโครงการ
	t	=	ปีของโครงการคือปีที่ 1,2,...n
	n	=	อายุของโครงการซึ่งในที่นี้จะกำหนดไว้ 5 ปี

ข้อดีของอัตราส่วนผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย คือ ช่วยในการตัดสินใจในการลงทุนให้เหลือเพียงการพิจารณาค่าเพียงค่าเดียว ที่สะท้อนให้เห็นถึง สัดส่วนของผลตอบแทนรวมต่อต้นทุนรวม ในกรณีที่

มีแหล่งทรัพยากรรวมจำกัด การจัดอันดับของโครงการโดยอาศัยอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายเป็นเกณฑ์ จะให้ค่าตอบแทนสูงสุดของการลงทุนในแต่ละหน่วยทางการเงินที่จ่ายไป ข้อจำกัดของอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย คือ ไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงการกระจายของผลตอบแทน และต้นทุนอาจจะมีคนเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้นที่ได้รับประโยชน์ ขณะที่ต้นทุนที่ใช้นั้นได้มาจากคนกลุ่มอื่นด้วย สาเหตุที่สำคัญนี้เนื่องมาจากอัตราส่วนผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายได้รวมเอาเกณฑ์ที่พิจารณาลงมาเหลือเพียงค่าที่สะท้อนมิติเพียงด้านเดียว ดังนั้น การประมาณการและข้อสมมติในส่วนเฉพาะจึงไม่ปรากฏให้เห็นว่ามีผลตอบแทนหลายประเภทที่ไม่สามารถวัดในเชิงปริมาณ หรือแสดงให้เห็นปรากฏเป็นค่าตัวเงินได้ เมื่อเป็นดังนี้ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายจึงสะท้อนเพียงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรในเชิงเศรษฐศาสตร์เท่านั้น

2.3 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR) คือ อัตราผลตอบแทนที่ทำให้ผลตอบแทน หรือรายได้ และค่าใช้จ่ายที่ได้คิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วเท่ากัน หรืออัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับศูนย์ เกณฑ์การตัดสินใจเลือกทำโครงการ จะพิจารณาเปรียบเทียบค่าอัตราผลตอบแทนของโครงการกับอัตราดอกเบี้ย หรืออัตราคิดลด โดยทั่วไปถ้าสูงกว่าอัตราดอกเบี้ย หรืออัตราคิดลด เราจะเลือกทำโครงการ ถ้าต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ย หรืออัตราคิดลด เราจะไม่เลือกโครงการนั้น อัตราที่จะทำให้ผลตอบแทนและค่าใช้จ่ายที่คิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้ว มีค่าเท่ากับอัตราที่กล่าวถึง จึงเป็นอัตราที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถของเงินลงทุน ที่จะก่อให้เกิดรายได้ว่าคุ้มกับเงินลงทุนเพื่อการนั้นพอดี หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือหาว่าอัตราส่วนคิดลดตัวไหนที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นศูนย์ ซึ่งถ้าค่า IRR มีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน แสดงว่าโครงการนั้นคุ้มค่าแก่การลงทุน ในทางตรงกันข้ามถ้าหากค่า IRR มีค่าน้อยกว่าอัตราดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน แสดงว่าโครงการนั้นไม่คุ้มค่าแก่การลงทุน

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

ข้อดีของอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ อาจคำนวณได้โดยไม่ต้องกำหนดอัตราคิดลดที่สอดคล้องกับต้นทุนของโอกาสการใช้เงินทุน ในขณะที่การหามูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายอาศัยการกำหนดอัตราคิดลดดังกล่าว อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการเป็นเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการจัดอันดับโครงการในกรณีที่มีเงินทุนจำกัด ข้อจำกัดของการหาอัตราการผลตอบแทนภายใน คือ จะไม่สามารถกระทำได้ถ้าเงินสดหมุนเวียนประจำปีของโครงการมีค่าเป็นบวก หรือศูนย์ทั้งหมด โดยอย่างน้อยต้องมีปีหนึ่งที่มีค่าเป็นลบ เพื่อที่ว่าจะสามารถทำให้

ผลตอบแทนภายหลังจากการปรับลดมีค่าเท่ากับต้นทุน ภายหลังจากการปรับลดการหาอัตราผลตอบแทนของโครงการ

2.4 ระยะเวลาคืนทุน (Payback period หรือ PB) คือ ระยะเวลาหรือจำนวนปีที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการชดเชยกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการพอดี ซึ่งระยะเวลาดังกล่าวจะบอกให้ผู้ลงทุนทราบว่า จะต้องใช้เวลานานเท่าใดจึงจะได้รับเงินที่จ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการกลับคืนมา การคำนวณระยะเวลาคืนทุนโดยไม่ต้องใช้สูตรมีหลักการ คือ ผลประโยชน์สุทธิสะสมที่มีค่าลบ จะเป็นจำนวนเต็มของระยะคืนทุน สำหรับเศษส่วนที่เหลือคำนวณจากค่าของผลประโยชน์สุทธิสะสมที่มีค่าเป็นลบในปีสุดท้ายหารด้วยผลประโยชน์สุทธิในปีถัดไป การใช้วิธีระยะเวลาคืนทุนเป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจว่า จะยอมรับหรือปฏิเสธโครงการลงทุนนั้น มีหลักเกณฑ์ คือ ผู้ลงทุนจะต้องกำหนดระยะเวลาคืนทุนที่คำนวณได้มากกว่าระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการ ก็จะไม่ปฏิเสธโครงการลงทุนนั้น มีหลักเกณฑ์ คือ ผู้ลงทุนจะต้องกำหนดระยะเวลาคืนทุนไว้ก่อนและถ้าระยะเวลาคืนทุนที่คำนวณได้มากกว่าระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการ ก็จะไม่ปฏิเสธโครงการลงทุนนั้น ในทางตรงข้ามถ้าระยะเวลาคืนทุนที่คำนวณได้น้อยกว่าหรือเท่ากับระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการ ก็จะไม่ยอมรับโครงการลงทุนนั้นโดยสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \text{ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี} / \text{ค่าใช้จ่ายในการลงทุน}$$

2.5 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (sensitivity analysis) เป็นการวิเคราะห์ดูว่าปัจจัยใดที่มีผลกระทบต่อโครงการ ถ้าปัจจัยนั้นมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายลดลงหรือเพิ่มขึ้น ยอดขายเพิ่มขึ้น หรือลดลงกว่าที่คาดคะเนไว้ ผลการวิเคราะห์จะแสดงให้เห็นว่า โครงการมีความทนทานต่อความเสี่ยงมากน้อยเพียงใด

2.6 อัตราคิดลด (discount rate) อัตราคิดลดมีความสำคัญในการพิจารณาความเป็นไปได้ของโครงการ เพราะใช้เป็นตัวปรับค่าต้นทุน และผลตอบแทนที่เกิดขึ้นในอนาคตให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน ในการใช้อัตราลดของการพิจารณาโครงการจึงควรเป็นค่าเสียโอกาสของทุน ซึ่งเลือกขึ้นมาจากค่าเฉลี่ยของผลตอบแทนการใช้ทุนทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เกือบทุกประเทศมีความเห็นว่าค่าเสียโอกาสของทุนที่เหมาะสมจะอยู่ระหว่างร้อยละ 12 ถึงร้อยละ 15 ซึ่งยึดถือตามหลักของธนาคารโลกที่ได้ศึกษาและกำหนดไว้ สำหรับประเทศกำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย (พิริยะ, 2552)

ในการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการนี้ ใช้การประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา ซึ่งพิจารณาค่าของเงินตามเวลา หรือพิจารณาเวลาเป็นปัจจัยที่มีค่าสำหรับค่าของเงิน

ซึ่งการวิเคราะห์ประกอบด้วยวิธีที่ใช้ 3 วิธี คือ การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของโครงการ การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน

การตรวจสอบเอกสารและงานวิจัย

ภคินี (2538) ได้ทำการศึกษาต้นทุน ผลตอบแทนจากการผลิตน้ำนมดิบและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการผลิตน้ำนมดิบของเกษตรกรเป็นรายภาคต่าง ๆ ตามขนาดฟาร์ม โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมจำนวน 1,105 ราย ทางด้านต้นทุนการผลิตน้ำนมดิบ พบว่าต้นทุนในทุกขนาดฟาร์มมีลักษณะที่ใกล้เคียงกันมาก คือต้นทุนผันแปรสูงกว่าต้นทุนคงที่ และต้นทุนการผลิตน้ำนมจะเรียงจากมากไปหาน้อยตามขนาดฟาร์ม คือ ฟาร์มขนาดเล็กจะมีต้นทุนสูงที่สุด รองลงมาคือฟาร์มขนาดกลาง และขนาดใหญ่ แต่ผลตอบแทนจากการผลิตน้ำนมดิบ พบว่าฟาร์มขนาดใหญ่มีผลตอบแทนมากที่สุด รองลงมาคือฟาร์มขนาดกลางและขนาดเล็ก ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการผลิตน้ำนมดิบของเกษตรกรในแต่ละภาคตามขนาดฟาร์ม นั้น พบว่าจำนวนโคชั้นรีดจะมีความสำคัญต่อการเพิ่มปริมาณการผลิตน้ำนมดิบของเกษตรกรในทุกภาคและทุกขนาดฟาร์ม ดังนั้นควรที่จะมีการปรับปรุงระบบและรูปแบบการเลี้ยงโคนม โดยมีจำนวนโคชั้นรีดให้เหมาะสมกับขนาดฟาร์ม

นิรนาม (2541) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับตลาดนมสดพร้อมดื่ม โดยในปี พ.ศ. 2540 ตลาดนมพร้อมดื่มในประเทศไทยมีมูลค่า 23,000 ล้านบาท ซึ่งตลาดนมยูเอชที มีส่วนแบ่งมากที่สุดมูลค่า 9,000 ล้านบาท หรือมีส่วนแบ่งทางการตลาด 35 เปอร์เซ็นต์ ตลาดนมสดพาสเจอร์ไรส์ มูลค่า 2,300 ล้านบาท หรือมีส่วนแบ่งทางการตลาด 10 เปอร์เซ็นต์ ตลาดโยเกิร์ตแบบถ้วย มูลค่า 1,200 ล้านบาท หรือมีส่วนแบ่งทางการตลาด 5 เปอร์เซ็นต์ และตลาดนมสเตอริไลส์ มูลค่า 500 ล้านบาท หรือมีส่วนแบ่งทางการตลาด 2 เปอร์เซ็นต์

กำธร (2548) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าถึงการดำเนินงานของร้านนมสดการศึกษาครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลโดยสอบถามผู้ประกอบการทั้งหมด 26 รายในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี โดยรูปแบบธุรกิจส่วนใหญ่เป็นแบบเจ้าของคนเดียว ลักษณะของร้านเป็นรถเข็น ลักษณะกรรมสิทธิ์ของสถานประกอบการเป็นแบบเช่า ส่วนใหญ่เปิดดำเนินการมาเป็นเวลานาน 1-5 ปี โดยมีเงินลงทุนเริ่มแรกไม่เกิน 50,000 บาท ส่วนใหญ่ว่าจ้างพนักงานจำนวน 1-5 คน การศึกษาดำเนินงานในธุรกิจร้านนมสดและขนมปังพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในด้านการจัดการมากที่สุด รองลงมา คือด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการบัญชีและการเงิน ตามลำดับ โดยในแต่ละด้าน สรุปผลได้ดังนี้ด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจัดการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนล่วงหน้าโดยเป็นแผนงานระยะสั้น (ไม่เกิน 1 ปี) มีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของธุรกิจเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า มีการมอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบแก่พนักงานทุกครั้ง โดยในแต่ละหน้าที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน มีการติดต่อประสานงานกันแต่การปฏิบัติงานสามารถยืดหยุ่นได้ไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามลำดับปฏิบัติงานสามารถยืดหยุ่นได้ไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามลำดับ โครงสร้างของธุรกิจเป็นแบบง่ายไม่เป็นทางการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกที่สำคัญ คือบุคลิกภาพของผู้สมัคร ส่วนใหญ่มีการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานโดยให้คำแนะนำ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการกำหนดกระบวนการควบคุมผลปฏิบัติงานโดยกำหนดมาตรฐานของงานที่ทำ นอกจากด้านการจัดการแล้วยังได้ทำการศึกษาทางด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการบัญชีและการเงิน รวมถึงปัญหาในการดำเนินงาน

พียะดา (2548) ได้ทำศึกษาความเป็นไปได้และโอกาสทางธุรกิจของร้านกาแฟคั่วสดในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเปรียบเทียบร้านที่ซื้อแฟรนไชส์ และไม่ซื้อแฟรนไชส์ งานวิจัยเฉพาะเรื่องฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปและโอกาสของธุรกิจร้านกาแฟคั่วสดในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้ทางการเงิน ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เพื่อเป็นข้อมูล และแนวทางการตัดสินใจเลือกลงทุนให้กับนักลงทุนที่มีความสนใจเปิดร้านกาแฟและสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับร้านกาแฟให้สามารถแข่งขันได้ต่อไปได้ใช้ข้อมูลจากการออกแบบสอบถามผู้บริโภคกาแฟในเขตกรุงเทพมหานคร ถึงทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคที่มีต่อร้านกาแฟที่ซื้อแฟรนไชส์และไม่ซื้อแฟรนไชส์ จำนวน 100 ตัวอย่างและสัมภาษณ์เชิงลึกกับแฟรนไชส์ซอร์ในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟจำนวน 2 ราย และจากผู้ประกอบการร้านกาแฟที่ไม่ซื้อแฟรนไชส์จำนวน 2 รายในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาถึงต้นทุนในการประกอบธุรกิจ และผลตอบแทนจากการดำเนินงาน ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจร้านกาแฟยังมีช่องทางในการทำธุรกิจ โดยผู้บริโภคจะเป็นคนตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ ร้านกาแฟต้องใส่ใจในการให้บริการ มีความรู้จริงทั้งในเรื่องกาแฟ อุปกรณ์เครื่องชงรสชาติ และคุณภาพของกาแฟที่ได้มาตรฐาน ร้านกาแฟต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์ลูกค้า รู้จักการวางตำแหน่งสินค้าของตนเอง และเลือกทำเลที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด ถึงแม้มีภาวะการแข่งขันสูงในธุรกิจร้านกาแฟในเขตเมือง แต่ยังมีช่องทางในการทำตลาดในเขตกรุงเทพฯรอบนอกและตลาดต่างจังหวัด หากแต่ตลาดยังไม่ได้เปิดกว้างมากเท่ากับเขตกรุงเทพฯชั้นใน ผู้ประกอบการต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆ และการพิจารณาอย่างรอบคอบก่อนเข้าสู่ตลาดในส่วนนี้ ตลาดธุรกิจร้านกาแฟสำหรับผู้ประกอบการรายเล็กโอกาสในการอยู่รอดอาจเป็นไปได้บ้างมากขึ้น เพราะมีผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เป็นเจ้าธุรกิจในอุตสาหกรรมกาแฟเข้ามาร่วมลงทุนในธุรกิจนี้ซึ่งมีความได้เปรียบในการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ มีเทคโนโลยี บุคลากรและมีเงินทุนที่มากกว่า แต่ผู้ประกอบการ

รายย่อยที่มีศักยภาพก็ยังสามารถที่จะสร้างความอยู่รอดให้กับธุรกิจร้านอาหารของตนเอง โดยอาศัยการสร้างให้เกิดความแตกต่างและอาศัยความได้เปรียบในเรื่องของอิสระในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของร้านให้เกิดขึ้นได้รวดเร็วจับไวกว่าผลการสำรวจ จากการออกแบบสอบถามลักษณะการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่สะดวกเปรียบเทียบกับร้านที่ซื้อแฟรนไชส์และไม่ซื้อแฟรนไชส์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการบริโภคกาแฟจากร้านทั้งสองประเภทถึงร้อยละ 74 โดยให้ความสำคัญต่อเรื่องรสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ความสะดวกในการใช้บริการ และให้ความสำคัญต่อการเลือกร้านกาแฟจากภาพลักษณ์และชื่อเสียงไม่มากนัก สำหรับผู้ที่สนใจเลือกบริโภคเฉพาะร้านอิสระที่ไม่ซื้อแฟรนไชส์มีร้อยละ 13 ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่องรสชาติเครื่องดื่ม ราคาและความสะดวกในการใช้บริการ ในขณะที่ผู้ที่สนใจเลือกบริโภคเฉพาะร้านกาแฟที่เป็นแฟรนไชส์มีร้อยละ 10 โดยให้ความสำคัญในเรื่องรสชาติเครื่องดื่ม การตกแต่งร้านและภาพลักษณ์ตามลำดับผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน ของร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานครกรณีศึกษา ร้านที่ซื้อแฟรนไชส์ (ร้าน FS) และร้านที่ไม่ซื้อแฟรนไชส์ (ร้าน Non-FS) โดยใช้เงินทุนเริ่มต้นของร้าน FS ทั้งสิ้น 914,500 บาท และร้าน Non-FS 599,500 บาท ทำการประเมินโครงการที่ระยะเวลา 5 ปี ที่อัตราคิดลดร้อยละ 6.75 พบว่าสำหรับ ร้าน FS มีปริมาณจุดคุ้มทุน (BEP) เครื่องดื่ม:อาหารว่าง เท่ากับ 28:26 หน่วยต่อวัน มีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 5 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของร้าน FS มากกว่าศูนย์คืออยู่ที่ 756,427 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ร้อยละ 32.85 ซึ่งเป็นอัตราที่ค่อนข้างสูง ร้าน Non-FS มีปริมาณจุดคุ้มทุน (BEP) เครื่องดื่ม:อาหารว่างเท่ากับ 29:33 หน่วยต่อวัน มีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 9 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของร้าน Non-FS มากกว่าศูนย์ อยู่ที่ 393,332 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ร้อยละ 27.38 จากค่าของเครื่องมือทางการเงินข้างต้นแสดงให้เห็นว่าทั้งร้าน FS และร้าน Non-FS มีความเป็นไปได้ในการลงทุนทั้งสองร้านสำหรับกรณีศึกษานี้ ทั้งนี้การศึกษานี้ได้กำหนดให้ร้าน FS มียอดขายและราคาขายสูงกว่าร้าน Non-FS ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการของร้าน FS และร้าน Non-FS พบว่าร้านทั้งสองมีความเป็นไปได้ในการลงทุน โดยที่ตัวแปรในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงด้านยอดขายมีผลต่อความเสี่ยงโครงการทั้งสองสูงกว่าการเปลี่ยนแปลงด้านต้นทุนดำเนินงาน ทั้งนี้ทำเลที่ตั้งของร้านมีผลต่อยอดขายด้วยเช่นกัน

หัสจักร (2548) การเลี้ยงโคนมวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนทำฟาร์มของเกษตรกรตัวอย่าง รวมถึงการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลง โดยวิเคราะห์ความอ่อนไหว (sensitivity analysis) เมื่อต้นทุนการผลิต ราคาน้ำนมดิบที่เกษตรกรได้รับการเปลี่ยนแปลงไป ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการแบ่งขนาดฟาร์มออกเป็น 2 ขนาด คือ ขนาดเล็กที่มีจำนวนแม่โคนมไม่เกิน 10 ตัว และฟาร์มขนาดกลางที่มีแม่โคนมตั้งแต่ 11 ตัว ถึง 20 ตัว ทำการคัดเลือกฟาร์มตัวอย่างได้ 2 ฟาร์ม คือ ฟาร์มขนาดเล็กและฟาร์มขนาดกลาง การทำฟาร์มโคนมขนาดเล็กในรอบปีการผลิต 2547 ผลของค่า NPV มีค่าเป็นบวกทั้งหมด คือ 401,913 321,941 และ 253,981 ตามลำดับ ค่า B/C มีค่ามากกว่า 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุกค่า คือ 1.24, 1.21 และ 1.18 ตามลำดับ ส่วนค่า IRR มีค่าร้อยละ 24.94 ซึ่งดูจากค่าต่าง ๆ แล้วโครงการอยู่ในเกณฑ์นำลงทุน สำหรับผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการฟาร์มโคนมขนาดเล็ก โดยมีอัตราทอนค่าร้อยละ 8, 10 และ 12 ตามลำดับ และกำหนดตัวแปรที่อาจเกิดขึ้นไว้ 2 กรณี คือ กรณีที่ 1 ต้นทุนของโครงการเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ผลของค่า NPV, B/C และ IRR อยู่ในเกณฑ์คุ้มค่าการลงทุน ส่วนในกรณีที่ 2 รายได้ประมาณการของโครงการลดลงร้อยละ 10 ผลของค่า NPV, B/C และ IRR ยังอยู่ในเกณฑ์ที่โครงการนำลงทุนผลการศึกษากการทำฟาร์มโคนมขนาดกลาง ผลของค่า NPV มีค่าเป็นบวกทั้งหมด คือ 1,102,950 969,530 และ 785,196 ตามลำดับ ค่า B/C มีค่ามากกว่า 1 ทุกค่า คือ 1.27, 1.25 และ 1.21 ตามลำดับ ส่วนค่า IRR มีค่าร้อยละ 27.61 ซึ่งดูจากค่าต่าง ๆ แล้วโครงการอยู่ในเกณฑ์นำลงทุน สำหรับผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการฟาร์มโคนมขนาดกลาง โดยมีอัตราทอนค่าร้อยละ 8, 10 และ 12 ตามลำดับ และกำหนดตัวแปรที่อาจเกิดขึ้นไว้ 2 กรณี คือ กรณีที่ 1 ต้นทุนของโครงการเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ผลของค่า NPV, B/C และ IRR อยู่ในเกณฑ์คุ้มค่าการลงทุน ส่วนในกรณีที่ 2 รายได้ประมาณการของโครงการลดลงร้อยละ 10 ผลของค่า NPV, B/C และ IRR ยังอยู่ในเกณฑ์ที่โครงการนำลงทุน

ธนีส (2550) ได้ศึกษาสภาพการผลิตน้ำนมดิบ ต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตน้ำนมดิบ โดยการเก็บข้อมูลจากการออกแบบตัวอย่างเจาะจงโดยเลือกฟาร์มทั่วประเทศที่มีโคนมมากกว่า 100 ตัวขึ้นไป จำนวน 17 ฟาร์ม ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะต้นทุนการผลิตในปีการผลิต 2537-2538 ผลการศึกษาพบว่า ฟาร์มขนาดเล็ก (100-200 ตัว) มีกระแสเงินสดสุทธิ 361,801.11 บาทต่อปี ขนาดกลาง (200-500 ตัว) มีกระแสเงินสดสุทธิติดลบ 860,801.11 บาทต่อปี ในฟาร์มขนาดใหญ่ (500 ตัวขึ้นไป) ไม่มีความพร้อมในด้านข้อมูลจึงไม่ได้ทำ การวิเคราะห์หั่งกระแสเงินสดสำหรับการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสด พบว่าการเพิ่มขึ้นของราคาอาหารชั้น 10 เปอร์เซ็นต์ เฉพาะฟาร์มขนาดเล็กเท่านั้นที่มีกระแสเงินสดสุทธิเป็นบวก แต่ถ้าการให้ปริมาณน้ำนมของโคลดลง 10 เปอร์เซ็นต์ หรือการให้ราคาอาหารชั้นเพิ่มขึ้นและปริมาณน้ำนมดิบลดลง 10 เปอร์เซ็นต์ ในเวลาเดียวกันทั้งฟาร์มขนาดเล็กและขนาดกลางจะขาดทุนการศึกษาต้นทุนการผลิต พบว่า ฟาร์มขนาดเล็กมีต้นทุนการผลิตกิโลกรัมละ 12.17 บาท ฟาร์มขนาดกลางกิโลกรัมละ 12.99 บาท และฟาร์มขนาดใหญ่ มีต้นทุนการผลิตกิโลกรัมละ 13.00 บาท เฉลี่ยทุกขนาดฟาร์ม คือ 12.63 บาท โดยคิดเฉพาะจากน้ำนมดิบที่ผลิตได้ แต่ถ้าคิดในรูปที่เทียบเท่านั้น โดยการนำมูลค่าของโคเพศผู้ รายได้จากการขายโคคัดทิ้ง มูลค่าฝูงทดแทน มูลค่าของมูลโคมาคิดเป็นปริมาณน้ำนมดิบรวมกับปริมาณน้ำนมดิบที่ผลิตได้จริง ก็จะเป็นต้นทุนการผลิตต่อกิโลกรัม โดยฟาร์มขนาดเล็กมีต้นทุนการผลิตกิโลกรัมละ 9.26 บาท ฟาร์มขนาดกลางกิโลกรัมละ 9.26 บาท ฟาร์มขนาดกลางกิโลกรัมละ 9.66 บาท และฟาร์มขนาดใหญ่กิโลกรัมละ 9.76 บาท เฉลี่ยทุกขนาดฟาร์มคือ 9.45 บาท การวิเคราะห์การลงทุนการขยายการผลิตน้ำนมดิบโดยมีขนาดฟาร์มขนาดเล็กเพียง 1 ฟาร์ม จะทำการขยายการผลิต โดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระยะเวลาโครงการ 20 ปีที่อัตราคิดลด 13 เปอร์เซ็นต์ พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 2,642,161.71 บาท อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.08 และอัตราผลตอบแทนของการลงทุนเท่ากับ 17.24 เปอร์เซ็นต์ ส่วนการวิเคราะห์ความอ่อนไหว พบว่าโครงการให้ผลตอบแทนไม่คุ้มค่าการลงทุน ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา คือการลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มผลผลิตน้ำมันให้สูงขึ้น โดยการให้การฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องในด้านการสุขาภิบาลสัตว์ การจัดการสัตว์ และควรปรับราคาน้ำมันดิบให้สอดคล้องกับราคาอาหารที่เพิ่มขึ้น

บริษัท นาโน เซิร์ซ จำกัด (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคนมพร้อมดื่ม ซึ่งปัจจุบันนมพร้อมดื่มมีจำหน่ายอยู่ทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นร้านขายของเล็ก ๆ ในหมู่บ้านหรือคอนวีนีเยนส์เตอร์ การศึกษากับกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 200 ตัวอย่าง เฉพาะในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเป็นเพศชาย ร้อยละ 62.0 และหญิงร้อยละ 38.0 กระจายสัดส่วนในทุกอายุ คือในช่วงอายุ ต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.5 ช่วงอายุ 20 – 30 ปี ร้อยละ 37.0 และช่วงอายุมากกว่า 30 ปี ร้อยละ 33.5 ตามลำดับ รายได้ของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวอยู่ในช่วง 8,001 – 15,000 บาท มากที่สุด และ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และเป็นกลุ่มของพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา พฤติกรรมเลือกซื้อ “นมพร้อมดื่ม” พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการดื่ม “ยี่ห้อเดิม รสชาติเดิม” คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมา คือ “ดื่มยี่ห้อเดิมแต่เปลี่ยนรสชาติ” คิดเป็นร้อยละ 19.0 ผู้บริโภค มีเหตุผลที่เลือกซื้อ “นมพร้อมดื่ม” โดยพฤติกรรมการเลือกซื้อนมพร้อมดื่มนั้นเลือกซื้อเพราะ เป็นการดื่มเพื่อสุขภาพถึงร้อยละ 58.0 รองลงมา คือ “กินจนเคยชิน” คิดเป็นร้อยละ 11.0 นอกเหนือ จากเหตุผลในการเลือกซื้อ “นมพร้อมดื่ม” แล้ว จะต้องมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่สำคัญสำหรับการตัดสินใจเลือกซื้อ “นมพร้อมดื่ม” โดยปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อที่ผู้บริโภคเห็นความสำคัญมากที่สุด คือ มีรสชาติที่ดี/กลิ่นหอม คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมา คือ มีวิตามินและสารอาหารที่มีประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 23.0 ตามลำดับ จากพฤติกรรมการเลือกซื้อ “นมพร้อมดื่ม” มักจะเลือกซื้อ โดยเลือกซื้อนมอย่างเดียว หรือจะเป็นการเลือกซื้อนมพร้อมกับอาหารอื่น ๆ จากการสอบถาม พบว่า ผู้บริโภคจะเลือกซื้อ “นมพร้อมดื่ม” พร้อมกับอาหารอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 67.0 และมีเพียงร้อยละ 33.0 ซื้อเฉพาะเครื่องดื่มอย่างเดียว พฤติกรรมเลือกซื้อจะเป็นการบ่งบอกไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงได้มีการสอบถามเกี่ยวกับช่วงเวลาของการเลือกซื้อ “นมพร้อมดื่ม” ผู้บริโภค มักจะเลือกซื้อ “นมพร้อมดื่ม” เป็นช่วงเวลาเช้ามากที่สุด ร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ ช่วงเวลา “เย็น/ค่ำ” ร้อยละ 22.5 ช่วงเวลาก่อนนอนร้อยละ 20.5 ช่วงกลางวันร้อยละ 7.0 และช่วงบ่ายร้อยละ 5.0 ส่วนความถี่ในการเลือกซื้อ “นมพร้อมดื่ม” นั้น มีพฤติกรรมการเลือกซื้อมากกว่า 1 สัปดาห์ถึงจะซื้อ รับประทาน คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมา คือ เลือกซื้อ 2-3 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.5 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัญชลี (2550) ได้ศึกษาว่าการเลี้ยงโคนมในปัจจุบันไม่คุ้มทุนและต้องดูแลอย่างใกล้ชิด สำหรับการเลี้ยงกระบือนั้นจะมีต้นทุนที่ต่ำกว่ามากและผลผลิตของกระบือเมื่อนำมาแปรรูปเป็นอาหารจะมีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่านมวัว แต่ในระยะแรกจะติดอยู่ที่ปัญหาของการตลาด ผู้บริโภคในบ้านเราจะยังไม่ค่อยรู้จักหรือคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปมาจากนมกระบือ แต่โดยข้อเท็จจริงแล้วผลิตภัณฑ์จากนมกระบือบริโภคกันมากในรูปแบบของชีสหรือที่เรียกกันว่ามอสซาเรลล่าชีส ที่ใช้กันมากในอาหารอิตาเลียน เช่น พิซซา และสปาเกตตี้ เป็นต้น จากข้อมูลการนำเข้าชีสจากต่างประเทศ ไทยมีปริมาณการนำเข้าชีสเพิ่มมากขึ้นทุกๆ ปี จาก 1,666 ตัน ในปี พ.ศ. 2543 เป็น 2,876 ตัน ในปี พ.ศ. 2548 ซึ่งจะเห็นได้ว่าการศึกษาแนวทางการพัฒนาการเลี้ยงกระบือเป็นอาชีพที่มีความเป็นไปได้มาก

นิรนาม (2551) จากบทความในนิตยสาร Positioning พบว่า ปริมาณการดื่มนมของคนไทยมีเพียง 12 ลิตรต่อคนต่อปี (14.19 ลิตรต่อคนต่อปี, กระทรวงเกษตร) ในขณะที่เครื่องดื่มอื่นๆ อาทิ เช่น กลุ่มน้ำอัดลมและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีปริมาณการดื่มมากถึง 15 ลิตรต่อคนต่อปี ทั้งที่บางชนิดให้โทษกับร่างกาย หรือมีประโยชน์น้อยกว่าด้วยซ้ำ ทำให้ทั้งทางภาครัฐและเอกชนต้องหันกลับมาพิจารณาว่าเหตุใด คนไทยจึงไม่นิยมดื่มนม ทั้ง ๆ ที่รัฐและเอกชนเองต่างมีโครงการสนับสนุนให้คนไทยดื่มนมเรื่อยมาเช่น โครงการนมโรงเรียน โครงการของ สสส. เป็นต้น

วิหวัศ (2551) ได้ทำการการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคนมสดของผู้บริโภคในถนนสีลม เขตบางรักกรุงเทพมหานครศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคนมสดของผู้บริโภคเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคนมสดของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคนมสดของผู้บริโภคจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 217 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนและการทดสอบค่าไค-สแควร์ ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคนมสด วันจันทร์ร้อยละ 26.27 บริโภคนมสดทุกวัน ร้อยละ 60.37 มาบริโภคคนเดียว ร้อยละ 75.12 บริโภคเวลา 6.00 – 9.00 น. ร้อยละ 68.20 ตัดสินใจซื้อนมสดด้วยตนเอง ร้อยละ 67.74 จ่ายเงินครั้งละต่ำกว่า 50 บาท ร้อยละ 98.16 และชอบกาแฟเย็นนมสดร้อยละ 41.94 2) ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคนมสดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดสำหรับด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก 3) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคนมสดของผู้บริโภคจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่าผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน

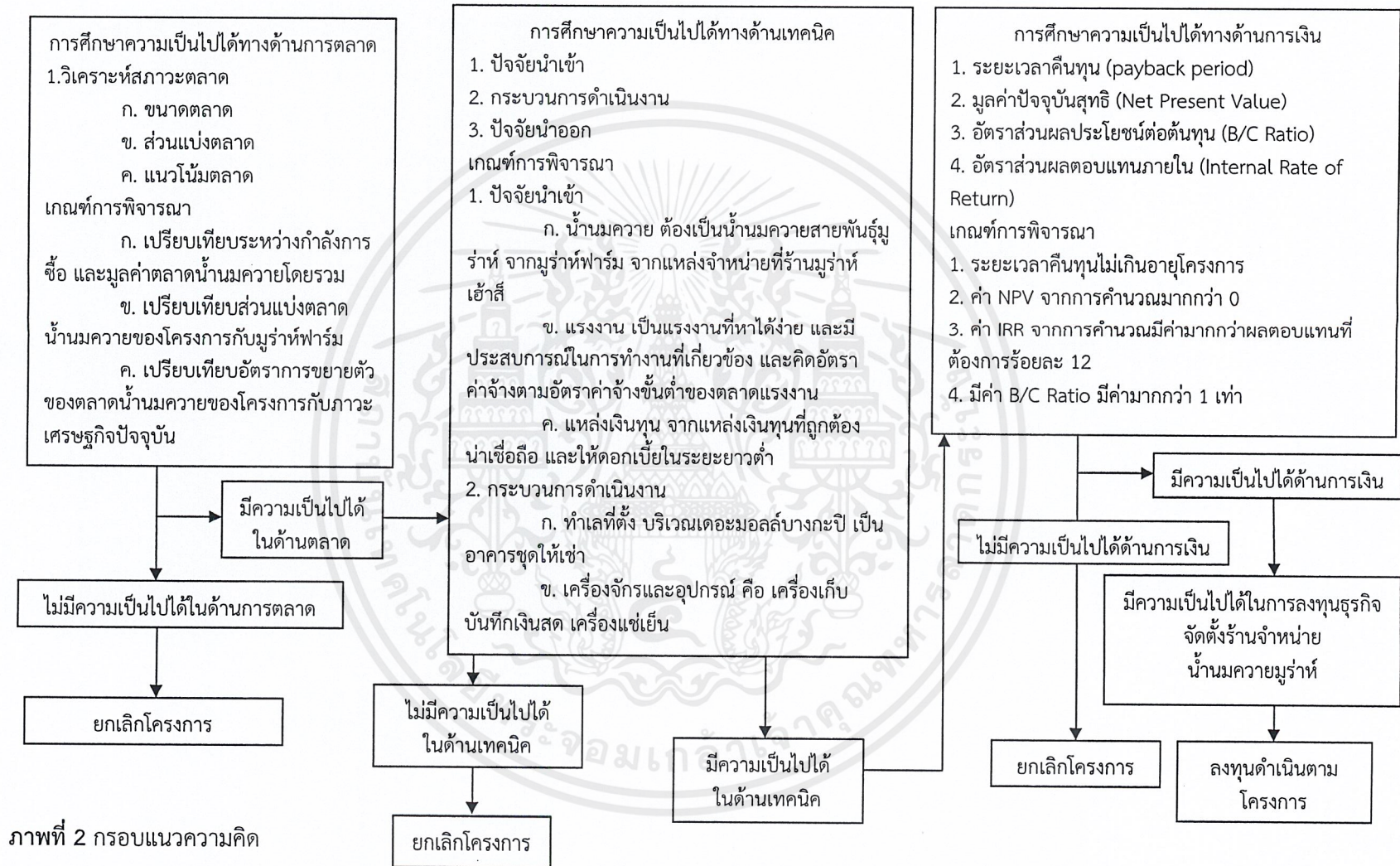
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการบริโภคนมสดของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์พบว่าผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคนมสดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สุนิสสา (2553) การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค ด้านการตลาด และด้านการเงิน ในโครงการลงทุนธุรกิจอาหารหมักที่ให้เข้าบริเวณหลังมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และเพื่อพิจารณาถึง ผลตอบแทนจากการลงทุน ความคุ้มค่าต่อการลงทุน ความอ่อนไหว และความเหมาะสมในการลงทุน ซึ่งในการศึกษานี้ได้ทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนาด้วยการรวบรวมข้อเท็จจริงต่างๆ เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในทางด้านเทคนิคและการตลาด ส่วนการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยใช้เกณฑ์การตัดสินใจในการลงทุนดังนี้: มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อค่าใช้จ่าย (Benefit Cost Ratio: BCR) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Point) และการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Project Sensitivity Analysis) ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิคพบว่า ทั้งทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อม และลักษณะการออกแบบก่อสร้างอาคาร ห้องพักถูกต้องตามกฎหมายควบคุมอาคารจึงมีความเป็นไปได้ในทางเทคนิค ส่วนการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดพบว่า แม้จะมีการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง แต่ด้วยจุดแข็งและกลยุทธ์การตลาดที่โครงการนี้จะนำมาใช้ จึงมีความเป็นไปได้ที่จะมีผู้เข้าพักเต็มตามจำนวนห้องพักของโครงการ เมื่อพิจารณาผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 6,345,508 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 9.65% อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของ โครงการ% (BCR) เท่ากับ 1.11 ระยะเวลาการคืนทุน 11 ปี 5 เดือน จุดคุ้มทุนเท่ากับ 28.30 ห้องต่อเดือน ซึ่งให้เห็นว่าโครงการนี้ให้ผลคุ้มค่าต่อการลงทุน นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ ในกรณีรายรับรวมลดลง 5% พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 4,543,406.64 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 8.39 % และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการ (BCR) เท่ากับ 1.08 และในกรณีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 5% พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 5,820,750.36 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 9.13% และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการ (BCR) เท่ากับ 1.10 แสดงว่าโครงการนี้มีความคุ้มค่าแก่การลงทุน อย่างไรก็ตามเมื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวในกรณีที่มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยย้ายไปที่อื่นจะมีความอ่อนไหวต่อการลงทุนสูงมาก และไม่คุ้มค่าที่จะลงทุน เพราะพบว่ามี มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ -1,155,090.18 บาท และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของ โครงการ (BCR) เท่ากับ 0.78 เท่านั้น

กรอบแนวความคิด

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำนมควาย “มูร่าห์” จะต้องศึกษาความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาด ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค และความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยพิจารณารายละเอียดดังนี้

การศึกษาความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาด โดยศึกษาถึงขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มตลาด โดยศึกษาจากข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการตรวจสอบเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งถ้าผลของการศึกษาความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาด กล่าวคือ มีขนาดตลาดที่ใหญ่เพียงพอที่สามารถทำกำไรได้ในธุรกิจ โดยจะสำรวจจากอำนาจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งรวมไปถึงมีแนวโน้มตลาดเพิ่มสูงขึ้นที่เปรียบเทียบจากภาวะเศรษฐกิจ จะทำให้มีความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาดของธุรกิจ สำหรับการศึกษาด้านเทคนิคโดยศึกษาถึงทำเลที่ตั้ง ที่ง่ายต่อการจัดหาวัตถุดิบ และการขนส่งในต้นทุนที่ต่ำ และบ่งบอกขนาดงบประมาณที่ใช้สำหรับการลงทุน เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทั้งด้านการเงิน ซึ่งจะใช้ผลการวิเคราะห์ที่ได้จากด้านการตลาด และด้านเทคนิค ประกอบกัน เพื่อให้ทราบถึงจำนวนเงินทั้งสิ้นในการดำเนินการตามโครงการ ระยะเวลาคืนทุนเมื่อลงทุนไปแล้ว ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปี และผลตอบแทนการลงทุนตลอดอายุของโครงการ การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน เป็นการศึกษาความสามารถของโครงการในการคืนทุนให้กับผู้ลงทุนในระดับที่ต้องการ การวิเคราะห์ทั้งด้านการเงินนั้น ต้องนำข้อมูลจากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดและความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค มาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการ คัดคะแนนรายรับ ระยะเวลาคืนทุน และสามารถคาดคะเนรายรับล่วงหน้า โดยพิจารณาจาก 4 ตัวชี้วัดทางการเงิน ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน (payback period) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (internal rate of return: IRR) และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (benefit cost ratio) เมื่อมีความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ก็จะส่งผลให้มีความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มควาย “มูร่าห์” (ฐาปนาและคณะ, 2544)



สมมติฐานของการศึกษา

1. การลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำนมควายมูร่าห์ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ไม่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด
2. การลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำนมควายมูร่าห์ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ไม่มีความเป็นไปได้ทางเทคนิค
3. การลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำนมควายมูร่าห์ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นจะเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เก็บข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างประชากรจากการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งการเก็บแบบสอบถามจะใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเลือกทำการศึกษาบุคคลวัยทำงานเป็นประชากรที่กำลังซื้อ โดยเจาะจงไปที่บริเวณเขตบางกะปิ ซึ่งเขตบางกะปิจัดเป็นเป็นเขตพื้นที่ธุรกิจที่สำคัญ โดยใช้การคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรดังนี้ (ศิริวรรณ และคณะ, 2541)

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

โดย n = จำนวนตัวอย่าง

P = ค่าประมาณร้อยละที่คาดหวัง (ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดค่าประมาณร้อยละที่คาดหวังร้อยละ 50)

$$Q = 1 - p$$

D = ค่าผิดพลาดที่ยอมรับได้ (กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 5)

Z = ระดับความเชื่อมั่น (ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ระดับร้อยละ 95 ค่า z จากการเปิดตารางมีค่าเท่ากับ 1.96)

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าสูตร} \quad n &= \frac{(1.96)^2 (50 * 50)}{5^2} \\ &= 384.16 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการคำนวณแทนค่าในสูตร ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง และสำรองไว้เพื่อความผิดพลาดอีกร้อยละ 4 เท่ากับ $(384.16 \times 4) / 100$ เท่ากับ 15 ตัวอย่าง ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะเลือกใช้ คือ 400 ตัวอย่าง

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานวิจัย งานวิทยานิพนธ์ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจทั้งน้านมควายมูร่าห์ และงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ และเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้รูปแบบการวิเคราะห์แบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยนำเอาข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลทั้งรูปแบบปฐมภูมิ และทุติยภูมิ มาทำการวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาวะตลาด ประกอบด้วยขนาดของตลาด แนวโน้มของตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด โดยสรุปดังต่อไปนี้

1.1 ศึกษาขนาดตลาด เพื่อให้ทราบว่าตลาดที่เราจะทำการศึกษามีขนาดเล็กหรือใหญ่เพียงใด นำข้อมูลประชากรศาสตร์ ทางด้านสถิติของประชากร ระดับรายได้ จำนวนผู้บริโภค และระดับรายรับจากการขายจากกลุ่มเป้าหมาย มาใช้ในการวิเคราะห์ขนาดตลาด โดยมีเกณฑ์การพิจารณาความเป็นไปได้จากการเปรียบเทียบวัดจากอำนาจการซื้อของผู้บริโภคและอัตราการบริโภค น้านมควาย โดยพบว่าอำนาจการซื้อของผู้บริโภคที่คิดเป็นร้อยละมีค่ามากกว่ามูลค่าอัตราการบริโภค น้านมควาย ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ของโครงการในด้านขนาดตลาด

1.2 ศึกษาแนวโน้มของตลาด เป็นการศึกษาแนวโน้มตลาดว่ามีทิศทางของตลาดว่าเป็นอย่างไร โดยแนวโน้มการเจริญเติบโตของตลาดน้านมควายเปรียบเทียบกับการเจริญเติบโตของตลาด น้านมควาย ว่ามีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หรือมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด โดยนำเครื่องชี้วัดจากภาวะทางเศรษฐกิจมาทำการวิเคราะห์ เพื่อหาแนวโน้มของตลาด

1.3 ศึกษาส่วนแบ่งตลาด เป็นการศึกษาความสามารถของธุรกิจน้านมควาย จากการได้เป็นส่วนหนึ่งของตลาดที่คาดคะเนไว้เปรียบเทียบกับส่วนแบ่งตลาดของมูร่าห์ฟาร์ม โดยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานเอกสารต่าง ๆ และแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์ จากนั้นพิจารณาจากการเปรียบเทียบในตลาดน้านมควายโดยมีร้อยละของส่วนแบ่งตลาดที่มากกว่ามูร่าห์ฟาร์ม แสดงว่ามีความเป็นไปได้ในด้านส่วนแบ่งตลาดจากตลาดน้านมควาย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านเทคนิคที่ได้จากการศึกษา และการเก็บรวบรวมนำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา

2.1 ศึกษาด้านปัจจัยนำเข้าของโครงการ โดยพิจารณาจากเกณฑ์ดังนี้

2.1.1 น้ำนมควาย โดยพิจารณาจากพันธุ์ที่ให้น้ำนมในปริมาณ ซึ่งเป็นพันธุ์มูร่าห์ และต้องเป็นน้ำนมที่ได้คุณภาพจากมูร่าห์ฟาร์ม

2.1.2 แรงงาน โดยพิจารณาจากแนวโน้มของประชากรที่จะนำมาเป็นแรงงานได้ประกอบกับค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำในพื้นที่

2.1.3 แหล่งที่มาของเงินทุน โดยพิจารณาเปรียบเทียบกับธนาคารของรัฐบาลและธนาคารเอกชนจากหลักทรัพย์ที่ค้ำประกัน ระยะเวลาในการกู้เงินไม่เกิน 5 ปี และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสินเชื่อเพื่อการลงทุนธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม จากธนาคารการเงินที่ปล่อยกู้ ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และธนาคารธนาชาติ โดยหากธนาคารซึ่งเป็นแหล่งเงินกู้ใด มีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการลงทุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต่ำที่สุด ทางโครงการจะทำการพิจารณาเลือกธนาคารซึ่งเป็นแหล่งเงินกู้ที่นั้นก่อน

2.2 ศึกษาด้านกระบวนการผลิตของโครงการโดยพิจารณาจากเกณฑ์ดังนี้

2.2.1 ทำเลที่ตั้ง คือ เขตบางกะปิ บริเวณเดอะมอลล์บางกะปิ โดยศึกษาถึงขนาดพื้นที่ว่ามีความเหมาะสมในการจัดตั้งร้านหรือไม่ ซึ่งจะต้องมีเนื้อที่ไม่น้อยจนเกินไป เพราะอาจจะทำให้เสียค่าใช้จ่ายเกินความจำเป็น หรือมีเนื้อที่เล็กไปจนไม่สามารถจัดตั้งร้านได้ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาคือ มีค่าขนส่งที่ต่ำวัดจากระยะทาง แต่ไม่ไกลจากมือผู้บริโภค

2.2.2 เครื่องจักรและอุปกรณ์ เป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการดำเนินการ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินของการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำนมควายมูร่าห์ ในการวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์การลงทุน และผลตอบแทนของโครงการในแง่เอกชน หรือผลกำไรทางการเงินเป็นสำคัญ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้

3.1 ระยะเวลาคืนทุน คือ ระยะเวลา หรือจำนวนปีที่กระแสเงินสดรับสุทธิ หรือผลตอบแทนโครงการ มีค่าเท่ากับเงินลงทุนตอนเริ่มโครงการพอดี ซึ่งระยะเวลาดังกล่าวจะบอกให้ผู้ลงทุนทราบว่า ต้องใช้เวลานานเท่าใดจึงจะได้รับเงินที่จ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการกลับคืนมา

3.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ หลักการตัดสินใจที่ว่าโครงการจะมีความคุ้มค่าต่อการลงทุนหรือไม่นั้น พิจารณาที่ NPV คือ เมื่อ $NPV > 0$ หรือมีค่าเป็นบวก แสดงว่าโครงการนั้น ๆ มีความเหมาะสมที่จะลงทุนได้ กล่าวคือ โครงการมีรายรับจากผลตอบแทนโครงการที่ได้มากกว่าจำนวนเงินลงทุนที่ลงไป

3.3 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน คือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนรวมหารด้วยมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม ในการตัดสินใจพิจารณาทำโครงการนั้นจะพิจารณาลงทุนในโครงการที่มีอัตราผลตอบแทน ต่อต้นทุนมากกว่าหนึ่ง หมายความว่ารายได้ที่ได้จากโครงการจะมีค่ามากกว่า

ค่าใช้จ่าย เมื่อคิดถดถกลับมาเป็นมูลค่าปัจจุบันด้วยอัตราคิดลดที่เหมาะสม อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน อาจจะมีค่าเท่ากับ 1 มากกว่า 1 หรือน้อยกว่า 1 ก็ได้ แต่หลักการตัดสินใจที่แสดงว่า โครงการนั้นมีความเหมาะสมและคุ้มค่าในการลงทุน คือเมื่ออัตราส่วนผลตอบแทนภายใน (IRR) ต่อต้นทุนมีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งแสดงว่าคุ้มค่า คือ ธุรกิจดำเนินงานแล้วไม่มีกำไร แต่ไม่ขาดทุน หรือมีค่ามากกว่า 1 คือ ผลตอบแทนมากกว่าต้นทุน ธุรกิจจะมีกำไร (ฐาปนา, 2553)

3.4 อัตราส่วนผลตอบแทนภายใน ผลตอบแทนเป็นร้อยละต่อโครงการ หรือหมายถึงอัตราดอกเบี้ยในกระบวนการคิดลดที่ทำให้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับ 0 หลักการตัดสินใจว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุนหรือไม่ ก็คือเมื่ออัตราผลตอบแทนภายในของโครงการมีค่าสูง และต้องสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเฉพาะหรือค่าเสียโอกาสของต้นทุน (ห้สัจกร, 2548)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ที่ได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการวิจัย แบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจถูกกำหนดให้มีโครงสร้างอย่างเป็นทางการและเปิดเผยวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหรือสถานะ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายผลิตภัณฑ์นมสดพร้อมดื่ม

1. การเคยบริโภคนมพร้อมดื่ม
2. ความถี่ในการเลือกซื้อนมพร้อมดื่ม
3. ปัจจัยในการเลือกซื้อนม
4. ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มในแต่ละครั้ง
5. ความถี่ในการเลือกซื้อนมเฉลี่ยต่อสัปดาห์
6. สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมควายมูร่าห์

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมควายมูร่าห์ โดยแบ่งเป็น

1. ช่วงเวลาที่ทำกรเลือกซื้อ
2. ช่องทางที่จะทำความรู้จักกับผลิตภัณฑ์
3. ปัจจัยต่างๆที่ทำให้เกิดการตัดสินใจบริการร้านขายผลิตภัณฑ์นมควายในเขต

บางกะปิ

4. ปัจจัยต่างๆสำหรับการตัดสินใจบริโภคนมควายมูร่าห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้เป็นการวิเคราะห์ ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำนมควาย “มูร่าห์” ผู้ศึกษาได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากหนังสืออ้างอิง วารสาร และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจฟาร์มควาย “มูร่าห์” และนำไปวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจฟาร์มควาย “มูร่าห์” จากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประเมินความเป็นไปได้ของการลงทุนจัดตั้งธุรกิจร้านจำหน่ายน้ำนมควาย “มูร่าห์” ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลจากแบบสอบถามที่สำรวจจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 400 คน ในเขตพื้นที่การศึกษา ข้อมูลในส่วนนี้เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือนโดยนำเสนอในรูปแบบความถี่และร้อยละ (ตารางที่ 2)

จากผลการศึกษาเป็นการสำรวจประชากรกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 และมีอายุ 21 – 30 ปี เป็นเพศชายจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.39 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ร้อยละของผู้ชี้แจงจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	206	51.50
ชาย	173	48.50
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ (ปี)		
ต่ำกว่า 20 ปี	148	37
21-30 ปี	173	43.25
31-40 ปี	41	10.25
41-50 ปี	20	5
มากกว่า 50 ปี	18	4.5
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	198	49.5
ปริญญาตรี	143	35.75
สูงกว่าปริญญาตรี	59	14.75
รวม	400	100.00
อาชีพหรือสถานะ		
นักเรียน/นักศึกษา	137	34.25
รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	50	12.5
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	119	29.75
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	71	17.75
อื่นๆ เช่นว่างงาน	23	5.75
รวม	400	100.00

จากการออกแบบแบบสอบถามผู้บริโภคนจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คนโดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีรายได้ประมาณ 14,396.25 บาท แต่มีค่าต่ำสุดและสูงสุดแตกต่างกันมาก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างบางคนมีรายได้ต่ำสุดต่อเดือน 3,000 บาท แต่บางคนมีรายได้เฉลี่ยสูงสุดต่อเดือนสูงถึง 70,000 บาท (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุดของรายได้ (บาท)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	14,396.25	12,000	3,000	70,000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์นมสด

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 เคยซื้อผลิตภัณฑ์นมสด (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 การซื้อผลิตภัณฑ์นมสดของกลุ่มตัวอย่าง

การซื้อผลิตภัณฑ์นมสด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	400	100.00
ไม่เคย	0	0.00
รวม	400	100.00

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมสด

ด้านปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมสด ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่พิจารณาจากราคาเป็นอันดับแรก จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 รองลงมาคือ ปริมาณ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมสด

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมสด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รสชาติอร่อย	78	19.50
ปริมาณสินค้า	97	24.25
ความสะดวกในการเลือกซื้อ	63	15.75
ราคาสินค้า	99	24.75
บรรจุภัณฑ์	48	12.00
อื่นๆ เช่น ตรายินค้า ของแถม	15	3.75
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมสด

ด้านสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมสด พบว่า สถานที่ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมสดมากที่สุดคือ ร้านสะดวกซื้อ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 40.15 รองลงมาคือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมสด

สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์นมสด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อป ฟู้ดแลนด์ แมกซ์แวลู ไฮมเพรชมาร์ท	123	30.75
ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี เทสโก้โลตัส แม็คโคร	177	44.25
ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น โลตัสเอ็กซ์เพรส แฟมิลีมาร์ท	83	20.75
ตลาดสด	12	3.00
อื่นๆ เช่น ร้านขายของชำ	5	1.25
รวม	400	100.00

ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์นมสด ต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง

ในด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์นมสด ต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์นมสด ต่อครั้งประมาณ 41.94 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่ำสุด 7 บาท และสูงสุด 285 บาท (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์นมสด ต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง (บาท)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด
ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์นมสด	41.94	10	7	285

ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์นมสด

เมื่อพิจารณาความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์นมสดพบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์นมสด 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมาคือ 2-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 114

คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และมากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 67 คนคิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์นมสด

ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์นมสด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้งต่อสัปดาห์	219	54.75
2-4 ครั้งต่อสัปดาห์	114	28.50
มากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์	67	16.75
รวม	400	100.00

ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำนมควาย “มูร์ร่าห์”

ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์นมควาย

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์นมควาย 180 cc. ในราคา 36 บาท จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 และ ซื้อผลิตภัณฑ์นมควาย 180 cc. ในราคา 36 บาท จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์นมควาย

ความต้องการผลิตภัณฑ์นมควาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อ	203	50.75
ไม่ซื้อ	197	49.25
รวม	400	100.00

จำนวนที่ผู้บริโภคยินดีจะจ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์นมควาย

ในด้านของราคาที่ผู้บริโภคยินดีจะจ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์นมควายพบว่า ผู้บริโภคยินดีที่จะซื้อในจำนวน 1-2 ขวด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 77.34 รองลงมาคือ 2-4 ขวด จำนวน 38 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คิดเป็นร้อยละ 18.71 และมีเพียงจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.48 ที่ยินดีจะจ่ายค่าผลิตภัณฑ์น้ำมันควาย “มูร่าห์” จำนวน 7 ขวดขึ้นไป (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 จำนวนที่ผู้บริโภคนิยมจะจ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันควาย

จำนวนผลิตภัณฑ์น้ำมันควาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2 ขวด	157	77.34
2-4 ขวด	38	18.71
5-7 ขวด	5	2.47
มากกว่า 7 ขวด	3	1.48
รวม	203	100.00

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด อาจแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอนใหญ่ ๆ ได้ ตามลำดับสำคัญดังนี้ การวิเคราะห์สภาวะตลาด, การศึกษาสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ, การประมาณการยอดขายสินค้า และการสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด ซึ่งมีรายละเอียดในการศึกษาดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์สภาวะตลาด

ด้านขนาดตลาด

ด้านขนาดตลาดเป็นการศึกษา เพื่อให้ทราบว่าตลาดที่จะนำผลิตภัณฑ์น้ำมันควายมูร่าห์ออกไปจำหน่ายนั้น มีขนาดที่ใหญ่เพียงพอหรือน่าสนใจสำหรับการลงทุนหรือไม่ ขนาดของตลาดจะช่วยชี้ถึงโอกาสและปริมาณการขายน้ำมันควาย โดยในการศึกษาจะดูจากข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มาช่วยในการประมาณค่าขนาดตลาดของธุรกิจ ซึ่งจากการสำรวจพบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี เป็นเพศหญิงร้อยละ 51.50 ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเป็นผู้ที่ตระหนักในเรื่องสุขภาพ ขนาดของตลาดน้ำมันควายในปัจจุบันเป็นขนาดตลาดเล็ก เนื่องจากประชากรผู้บริโภคน้ำมันควายเป็นประชากรเฉพาะกลุ่ม โดยมีอัตราการบริโภคอยู่ประมาณ ¼ ลิตร/คน/ปี อยู่ที่ร้อยละ 0.5 ของผู้บริโภคนมทั้งหมด มีมูลค่าเท่ากับ 20 บาท/ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านแนวโน้มตลาด

การศึกษาด้านแนวโน้มตลาด เป็นการศึกษาถึงทิศทางการความต้องการของตลาดต่อผู้บริโภคว่าจะมีมากขึ้นหรือน้อยเมื่อเวลาเปลี่ยนไป พบว่า สำหรับแนวโน้มตลาดน้ำมันควายนั้น มีโอกาสสูงขึ้นไปที่จะมีความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของมูลค่าตลาดน้ำมันควายนี้นั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น การเติบโตในอัตราที่ใกล้เคียงกับหลาย ๆ ปีที่ผ่านมา คือ ประมาณร้อยละ 3 เป็นผลจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาบริโภคน้ำมันควายนมากขึ้น (ประชาชาติธุรกิจ, 2550)

จากรายงานของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้รายงานอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ไตรมาสที่ 3/2553 อยู่ที่ร้อยละ 4.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า (year-on-year) ชะลอลงจากร้อยละ 5.3 ในไตรมาสที่ 2/2553 ต่ำกว่า มีการชะลอตัวดังกล่าว ส่วนสำคัญเป็นผลมาจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง แต่แนวโน้มอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจในปี 2554 อยู่ระหว่างร้อยละ 3.0 – 4.0 แต่มีการคาดการณ์ไว้ว่าอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ไตรมาสที่ 1/2555 – 2/2555 อาจสูงถึงร้อยละ 4.0 และมีโอกาสเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ เพราะเศรษฐกิจโดยรวมของโลกเริ่มมีการฟื้นตัว (สำนักคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552)

จากอัตราการบริโภคของตลาดน้ำมันควายนในปัจจุบันมีเพียงร้อยละ 0.5 ของตลาดน้ำมันควายน แต่ในอนาคตอัตราการบริโภคของตลาดน้ำมันควายนมีปริมาณเพิ่มขึ้นจนถึงร้อยละ 50.75 ของตลาดน้ำมันควายน (จากการสำรวจ) และมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 4.0 (GDP ไตรมาส 1/2555 – 2/2555) คือ จะเห็นได้ว่า อัตราการบริโภคน้ำมันควายนเพิ่มสูงขึ้น ทำให้การเติบโตของธุรกิจน้ำมันควายนเติบโตเพิ่มสูงขึ้น มากกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศไทย (GDP) ดังนั้นถือว่ามีความเป็นไปได้ด้านแนวโน้มตลาดของน้ำมันควายน

ด้านส่วนแบ่งตลาด

ด้านส่วนแบ่งการตลาดนั้น ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาดมี 2 ประการ (ฐาปนา, 2553) ซึ่งประกอบไปด้วย ความเข้มข้นของการแข่งขัน และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคน้ำมันควายน จากการศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ น้ำมันควายนในประเทศไทย มีมูลค่า 22.68 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.02 ของมูลค่าตลาดน้ำมันโดยรวม เมื่อเปรียบเทียบกับกำลังการผลิต และมูลค่าตลาดน้ำมันควายนโดยรวม จะเห็นได้ว่ากำลังซื้อของผู้บริโภคมีร้อยละ 85.25 ซึ่งมีมากกว่ามูลค่าตลาดน้ำมันควายนโดยรวมเมื่อคิดเป็นร้อยละ นอกจากนั้นปริมาณน้ำมันควายนประเทศไทยผลิตได้นั้นมีปริมาณไม่เพียงพอกับความต้องการภายในประเทศโดยมี ความต้องการ

น้ำนมควายมีใช้ในการแปรรูปอาหารต่าง ๆ ซึ่งยังมีการนำเข้าน้ำนมควายจากประเทศอินเดีย อเมริกา อิตาลี เป็นต้น (บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย จำกัด, 2552)

จากการศึกษาจากเอกสาร ในตลาดน้ำนมควายถือได้ว่าไม่มีการแข่งขัน เพราะตลาดน้ำนมควายในประเทศไทยมีเพียง “มูร่าห์ฟาร์ม” เท่านั้นที่เป็นผู้ผลิต และจัดจำหน่าย ซึ่งครองส่วนแบ่งตลาดนมทั้งหมดของมูลค่าตลาดน้ำนมควาย จึงชี้ให้เห็นว่าการลงทุนธุรกิจฟาร์มควายมูร่าห์มีความเป็นไปได้ในส่วแบ่งตลาด

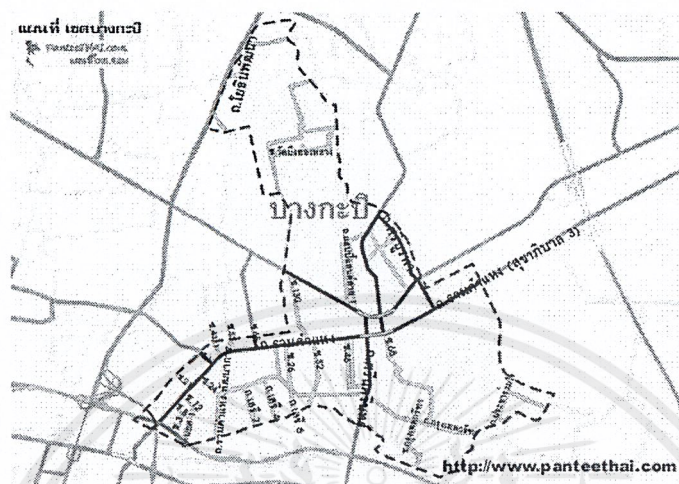
การศึกษาสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ

ภาพรวมของธุรกิจ

สำหรับชาวต่างชาติแล้ว “นมควาย” ได้รับความนิยมมาเป็นเวลานานแล้ว มากกว่านมวัว หรือนมแพะเสียอีก เนื่องจากมีคุณค่าทางโภชนาการสูง และเข้มข้นกว่า แต่สำหรับคนไทยมีน้อยรายนักที่จะรู้ข้อมูลดังกล่าว เมื่อบวกกับทัศนคติมักเปรียบเทียบควายกับ “ความโง่” แล้ว การบริโภคนมควายกับคนไทยจึงเป็นเรื่องที่ไกลตัวอย่างยิ่ง แต่ในปัจจุบันนมควายมีทิศทางจะได้รับความนิยมขึ้นเรื่อย ๆ “ควายนมพันธุ์มูร่าห์” ซึ่งมีแหล่งกำเนิดจากประเทศอินเดีย มีคุณสมบัติให้น้ำนมเฉลี่ย 20 กิโลกรัมต่อตัวต่อวัน ระยะเวลาให้นม 9 - 10 เดือน ซึ่งผู้บริโภคในต่างประเทศให้ความนิยมดื่มนมควายสูงกว่านมวัว ตลาดโลกจึงมีความต้องการมหาศาล ทั้งที่อิตาลี จีน บราซิล อินเดีย และบัลแกเรีย และเริ่มเป็นที่รู้จักที่เมืองไทยเมื่อปี พ.ศ. 2546

สำหรับธุรกิจจำหน่ายน้ำนมควายในปัจจุบันมีผู้ประกอบการจำนวน 1 รายในการดำเนินธุรกิจนี้ คือ มูร่าห์ฟาร์ม จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 9 ปีจนถึงปัจจุบันดำเนินธุรกิจบนความเสี่ยง เนื่องจากธุรกิจน้ำนมควายเป็นธุรกิจที่เข้าไปแบ่งส่วนตลาดนั้นยาก เพราะยังไม่ค่อยเป็นที่ยอมรับ จึงต้องมีการใช้การสื่อสารในด้านการตลาดจากสื่อต่าง ๆ มาช่วยประชาสัมพันธ์ให้ ผู้บริโภคเห็นประโยชน์ของนมควาย (มูร่าห์ฟาร์ม, 2552)

สภาพแวดล้อมทั่วไปของเขตบางกะปิ



ภาพที่ 3 ทำเลที่ตั้ง

เขตบางกะปิ เป็น 1 ใน 50 เขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร อยู่ในกลุ่มเขตบูรพา ซึ่งถือเป็นเขตที่อยู่อาศัยรองรับการขยายตัวของเมือง ทางทิศตะวันออก (ตอนใต้) เขตบางกะปิตั้งอยู่ทางตอนกลางของฝั่งพระนคร มีพื้นที่ทั้งสิ้น 28.523 ตร. กม. มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่การปกครองต่างๆ ดังนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับเขตลาดพร้าว และเขตบึงกุ่ม จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- ทิศใต้ ติดต่อกับเขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- ทิศตะวันออก ติดต่อกับเขตบึงกุ่มและเขตสะพานสูง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตห้วยขวางและเขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่เขตบางกะปิ สภาพภูมิประเทศทั่วไปเป็นที่ราบลุ่มมาก มีลำคลองไหลผ่าน จำนวนประชากร 150,166 คน ความหนาแน่นของประชากร 5264.73 คน/ตร. กม. ประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 65 นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งเขตบางกะปิ จัดเป็นพื้นที่ กท 8 เรียกว่ากลุ่มบูรพา ซึ่งเป็นเขตที่อยู่อาศัยรองรับการขยายตัวของเมือง (การเคหะแห่งชาติ, 2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพแวดล้อมทั่วไปของธุรกิจ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพิจารณาการลงทุน ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดโอกาสและอุปสรรค มีผลทำให้ข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลง การศึกษาสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จัดสรรเงินทุนของผู้ประกอบการ ที่สนใจธุรกิจการจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันควาย “มูร่าห์” รวมทั้งการวางแผนนำกลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ ของธุรกิจให้เป็นไปนางเดียวกันกับโอกาสและอุปสรรคที่จะเกิดขึ้น สภาพแวดล้อมทั่วไปของธุรกิจจะ แบ่งได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยี ซึ่งจะวิเคราะห์ ได้ดังนี้ (อรชร, 2548)

1. สภาพแวดล้อมด้านกฎหมาย

สภาพแวดล้อมด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันควายมูร่าห์ มี ดังต่อไปนี้

1.1 ผู้จำหน่ายน้ำมันควายมูร่าห์ ต้องมีการจดทะเบียนพาณิชย์อย่างถูกต้อง พร้อม ทั้งการเสียภาษีบำรุงท้องถิ่น

1.2 เงินกู้เพื่อการลงทุน เช่น จากธนาคารในภาครัฐบาลสำหรับผู้ประกอบการระดับ ขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น ซึ่งอัตราดอกเบี้ยต่ำจะช่วยกระตุ้นการลงทุนได้

2. สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจรวมไปถึงปัจจัยและแนวโน้มที่เกี่ยวข้องกับระดับรายได้และ ผลผลิตของสินค้าและบริการ ขณะที่แนวโน้มเกี่ยวกับประชากรศาสตร์และวัฒนธรรมที่แสดงให้เห็น ถึงขนาดและความต้องการในตลาด แนวโน้มทางเศรษฐกิจจะกระทบถึงอำนาจการซื้อน้ำมันควาย “มู ร่าห์”

2.1 แนวโน้มเศรษฐกิจในเชิงบวก

2.1.1 รัฐบาลทั่วโลกทำการกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างพร้อมเพรียง โดยรักษา ระบบการเงินมิให้ล่มสลาย พร้อมกับออกนโยบายการเงินและการคลังเพื่อรักษาระดับการบริโภคของ ประชาชน ซึ่งคาดว่าในที่สุดธนาคารพาณิชย์ในสหรัฐอเมริกาและยุโรปจะกลายเป็นธนาคารของรัฐ เกือบทั้งหมด อาทิเช่น ธนาคาร Royal Bank of Scotland ซึ่งรัฐบาลอังกฤษได้เข้าไปถือหุ้นแล้วร้อยละ 70 และคงต้องเข้าไปช่วยเหลือธนาคาร Hong Kong and Shanghai Banking Corporation ต่อไป

2.1.2 รัฐบาลไทยมีความตั้งใจที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจ ถึงแม้ว่านโยบาย ทั้งหมดยังเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ แต่เม็ดเงินที่ใส่เข้าไปในระบบประมาณ 2 แสนล้านบาท (1 แสนล้านบาท สำหรับบกลางปี และคาดว่าจะต้องเพิ่มอีกไม่น้อยกว่า 1 แสนล้านบาทหลังจากที่

เห็นตัวเลขเศรษฐกิจของไตรมาสแรก) ก็จะช่วยพยุงการขยายตัวของภาคธุรกิจในประเทศไว้ได้ โดยไว้ประมาณการว่าจะมีการขยายตัวของภาคเอกชนเฉลี่ยร้อยละ 1.6 ต่อปี

2.1.3 อัตราดอกเบี้ยอ้างอิงจะลดลงอย่างต่อเนื่อง คาดว่าจะมีการปรับลดอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงอีกไม่ต่ำกว่าร้อยละ 1 ทำให้เป็นการลดภาระของผู้กู้เงิน

2.1.4 ธนาคารพาณิชย์มีฐานะการเงินที่ดี จึงคาดว่าจะสามารถรองรับปริมาณหนี้เสียที่จะเพิ่มขึ้นได้ และถึงแม้ว่าอาจจะมีธนาคารพาณิชย์บางแห่งที่มีปัญหา รัฐบาลก็พร้อมที่จะเข้าไปช่วยทางด้านเงินทุน อัตราเงินเฟ้ออยู่ในระดับที่ต่ำ คาดว่าอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยทั้งปีจะอยู่ที่ร้อยละ 0 ทำให้ไม่เป็นภาระต่อผู้บริโภค

2.1.5 ปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองคาดว่าจะค่อย ๆ หดไปทำให้รัฐบาลสามารถบริหารนโยบายเศรษฐกิจได้อย่างคล่องตัว สภาพคล่องที่มีเหลือมากในระบบบราว 6 แสนล้านบาท และสภาพคล่องที่ธนาคารแห่งประเทศไทยดูดซับออกไปนอกระบบผ่านการขาย Repo อีก 8.2 แสนล้านบาท ทำให้ระบบการเงินไม่มีปัญหาด้านสภาพคล่อง

2.2 แนวโน้มเศรษฐกิจในเชิงลบ

2.2.1 ธนาคารพาณิชย์ระมัดระวังในการปล่อยกู้

2.2.2 ฐานะการคลังของรัฐบาลที่ได้รับผลกระทบทั้งจากการที่รายได้ลดลงและรายจ่ายเพิ่มขึ้น ทำให้คาดว่าจะมีการกู้เงินของรัฐบาลที่ในปีนี้จะกู้เพิ่มขึ้นอีก 3.5 – 4.5 แสนล้านบาท ซึ่งอาจจะทำให้อัตราดอกเบี้ยระยะยาวปรับสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว อีกทั้งทำให้เกิดภาวะ Crowding-Out Effect จนทำให้เอกชนมีปัญหาในการกู้เงินมาลงทุน

2.2.3 การลดลงของอัตราดอกเบี้ยซึ่งได้ปรับลดไปแล้วร้อยละ 1.75 และอาจจะมีการปรับลดอีกร้อยละ 1 จะทำให้ผู้ออมที่ขณะนี้ฝากประจำอยู่ 3.9 ล้านล้านบาท จะมีรายได้อัตราดอกเบี้ยลดลง 1 แสนล้านบาทต่อปี ซึ่งมีผลทำให้กำลังซื้อลดลง (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2547)

3. สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี

เทคโนโลยีเกี่ยวกับการเลี้ยงและการรีดนมควาย “มูร่าห์” มีพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีการนำทุกส่วนของควายไปใช้ประโยชน์ได้ทั้งหมด เทคโนโลยีด้านการผลิตและแปรรูปส่งผลให้ชิ้นส่วนต่าง ๆ ของควายมีคุณค่าเพิ่มขึ้น แต่สำหรับการเลี้ยงควายนำนมนั้น นำนสามารถนำมาแปรรูปเป็นมอสเซลลอร่าชีส ให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นซึ่งเป็นสินค้าที่นิยมในต่างประเทศ

นอกจากนี้ การติดต่อสื่อสารในปัจจุบันมีการนำเอาเทคโนโลยีมาช่วยอำนวยความสะดวกทำให้การติดต่อสื่อสารรวดเร็วและมีค่าใช้จ่ายน้อย ได้แก่ การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การสื่อสารวิธีดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายนํ้านมควาย “มูร่าห์” ในด้านการสั่งซื้อนํ้านมจากทางร้าน การจัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของนํ้านมควาย และการส่งออกที่จะมีในอนาคต เป็นต้น

4. สภาพแวดล้อมทางด้านสังคม

คนไทยเราคุ่นเคยกับควาย ซึ่งอยู่ในวิถีชีวิตมาเป็นเวลาช้านาน ทั้งใช้แรงงาน กินเนื้อ และเอาหนังไปเป็นเครื่องประดับ แต่ถ้าพูดถึงน้ำนมควายแล้ว คนไทยอาจจะยังไม่คุ้นชินกันนัก ประเทศอินเดียเป็นประเทศที่ผลิตน้ำนมควายมากที่สุดในโลก รองลงมาคือ ปากีสถาน ขณะที่อิตาลีนับได้ว่าเป็นประเทศที่โด่งดังเรื่องการทำชีสจากนมควายมากที่สุด ควายมี 2 ประเภท คือ ควายปลัก และควายแม่น้ำ ซึ่งควายแม่น้ำเป็นควายที่ให้นมที่ขอบเข้าน้ำสะอาด มีหลายพันธุ์ แต่พันธุ์ยอดนิยมคือพันธุ์มูร่าห์ ส่วนเรื่องคุณค่าน้ำนม เนื่องด้วยผลวิจัยจากหลายสถาบันพบว่า นมควายให้สารอาหารมากกว่านมวัว คือ เมื่อเทียบน้ำนมควายกับน้ำนมวัวในปริมาณที่เท่ากันแล้ว มีมากกว่าถึง 2.5 เท่า คือ มีปริมาณไขมัน โปรตีน และแร่ธาตุ มากกว่านมวัว แต่ให้แคลอรีต่ำกว่า

แต่ปัจจุบันพฤติกรรมในการบริโภคของคนไทยในปัจจุบันได้เปลี่ยนไป โดยมีการคำนึงถึงสุขภาพมากขึ้น ทั้งนี้ได้มีการศึกษากันอย่างกว้างขวางถึงคุณค่าและโทษของอาหารที่ได้มีการบริโภคน้อย

การประมาณการยอดขายสินค้า

1. คำนวณจากผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์น้ำนมควายในเขตบางกะปิ จากการสุ่มสำรวจประชากรตัวอย่าง 400 ตัวอย่างในเขตพื้นที่บางกะปิ กรุงเทพมหานคร แล้วจากนั้นนำมาคำนวณดังนี้

จำนวนของผู้ที่สนใจน้ำนมควาย = จำนวนประชากรเป้าหมายในเขตบางกะปิ × ร้อยละของผู้ที่สนใจในเขตบางกะปิ

$$\text{จำนวนผู้ที่สนใจในเขตบางกะปิ} = 150,166 \times 50.75/100 \text{ คน}$$

$$\text{จำนวนผู้ที่สนใจ} = 76,209 \text{ คน}$$

2. คำนวณปริมาณการซื้อทั้งหมด (ขวดต่อสัปดาห์) ของผู้สนใจน้ำนมควายในเขต บางกะปิ กรุงเทพมหานคร (จากแบบสอบถาม)

$$\text{ปริมาณการซื้อ} = \text{จำนวนผู้ที่สนใจ} \times \text{จำนวนต่อสัปดาห์ (จากแบบสอบถาม)}$$

$$\text{ปริมาณการซื้อ} = 76,209 \times 1.5 \text{ ขวดต่อสัปดาห์}$$

$$\text{ปริมาณการซื้อ} = 114,313.5 \text{ ขวดต่อสัปดาห์}$$

3. คำนวณยอดขายเฉลี่ยต่อปี โดยคำนวณจากยอดขายดังนี้

$$\text{ยอดขาย} = \text{จำนวนขวดที่ซื้อต่อสัปดาห์} \times \text{ราคาเฉลี่ย (จากแบบสอบถาม)}$$

$$\text{ยอดขาย} = 114,314 \times 36 \text{ บาทต่อสัปดาห์}$$

$$\text{ยอดขาย} = 4,115,304$$

$$\begin{aligned} \text{ยอดขายเฉลี่ย (ต่อเดือน)} &= \text{ยอดขายเฉลี่ยต่อสัปดาห์} \times \text{จำนวนสัปดาห์ใน 1 เดือน} \\ &= 16,461,216 \text{ บาทต่อเดือน} \\ \text{ยอดขายเฉลี่ย (ต่อปี)} &= \text{ยอดขายเฉลี่ยต่อสัปดาห์} \times \text{จำนวนเดือนใน 1 ปี} \\ &= 197,534,592 \text{ บาทต่อปี} \end{aligned}$$

จากการประมาณอุปสงค์ของน้ำนมควายในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร พบว่าจะมี ยอดขายต่อสัปดาห์เท่ากับ 4,115,304 บาท มียอดขายต่อเดือน 16,461,216 บาท มียอดขายต่อปี 197,534,592 บาทต่อปี

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดจากการเก็บแบบสอบถามของผู้ศึกษา พบว่า มีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด โดยมีการกำหนดเกณฑ์การพิจารณาทั้งในด้านขนาดตลาด ด้าน แนวโน้มตลาด และส่วนแบ่งตลาด ซึ่งในด้านขนาดตลาดดูจากกำลังซื้อสินค้ามีมากกว่าได้นำมา เปรียบเทียบกับมูลค่าตลาดน้ำนมควายของตลาดรวม ในด้านของส่วนแบ่งการตลาดได้นำส่วนแบ่ง การตลาดของโครงการเปรียบเทียบกับมูร่าห์ฟาร์ม ซึ่งเป็นฟาร์มที่เพิ่งเปิดดำเนินการมาได้ระยะหนึ่ง พบว่า ส่วนแบ่งทางการตลาดของโครงการมีมากกว่ามูร่าห์ฟาร์ม และด้านแนวโน้มตลาดพบว่า อัตรา การเติบโตของธุรกิจน้ำนมควายเติบโตมากกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศไทย นอกจากนี้การ สืบวิจัยพบว่าขนาดตลาดที่เล็ก ถือได้ว่าไม่มีการแข่งขัน เพราะตลาดน้ำนมควายในประเทศไทยมี เพียง “มูร่าห์ฟาร์ม” เท่านั้นที่เป็นผู้ผลิต และจัดจำหน่าย ซึ่งครองส่วนแบ่งตลาดนมทั้งหมดของมูลค่า ตลาดน้ำนมควาย จึงชี้ให้เห็นว่าการลงทุนธุรกิจฟาร์มควายมูร่าห์มีความเป็นไปได้ในส่วนแบ่งตลาด รวมไปถึงตลาดรวมของน้ำนมควาย จะเติบโตขึ้นประมาณร้อยละ 3 ซึ่งส่งผลให้มีแนวโน้มของ ผู้บริโภคมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจากการศึกษารายละเอียดทางตลาดแล้ว พบว่ามีความ น่าสนใจในการลงทุนในโครงการ จึงสรุปผลการศึกษาด้านตลาดว่ามีความเป็นไปได้

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

ในส่วนของการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคจะกล่าวถึงระบบจัดตั้ง ทำเลที่ตั้ง ตลอดจนความเหมาะสมในการจัดตั้งในด้านต่างๆ และสรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้าน เทคนิค โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยนำเข้า

1.1 น้ํานมควาย เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากร้านจัดจำหน่ายโดยตรงจากฟาร์มที่เลี้ยงควายนมจากจังหวัดฉะเชิงเทรา

1.2 แรงงาน แรงงานที่ใช้ในธุรกิจจำหน่ายน้ํานมควายมูร่าห์นี้ต้องเป็นแรงงานที่มีคุณภาพได้รับการคัดเลือกจากเจ้าของกิจการ สามารถทำงานได้มากกว่าอัตราค่าจ้างที่กำหนดไว้ ซึ่งแรงงานที่ธุรกิจนมควายมูร่าห์นี้ มีดังนี้

1.2.1 ผู้จัดการ มีหน้าที่ทำงานทางด้านควบคุมปริมาณสินค้าดูแลงานบริหารต่าง ๆ ภายในร้านและการจัดการธุรกิจจำนวน 1 คน

1.2.2 พนักงานขาย จำนวน 2 คนมีหน้าที่รับหน้าตู้แลลูกค้านำหน้าร้านทำหน้าที่ขายสินค้า ให้คำแนะนำแก่ลูกค้าถึงตัวผลิตภัณฑ์ ทำหน้าที่เป็นแคชเชียร์ ดูแลถึงอุปกรณ์สถานที่ความสะอาดต่าง ๆ ภายในร้าน

1.2.3 เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงินและบัญชี จำนวน 1 คน มีหน้าที่ในการจัดการทางการเงิน ทำบัญชีรายรับรายจ่ายที่เกิดขึ้นในร้านโดยละเอียด

1.2.4 พนักงานขนส่งสินค้า คือ ผู้ทำหน้าที่ในการขับรถขนส่งสินค้าจากแหล่งซื้อสินค้าไปยังร้านที่จะทำการจัดจำหน่าย จำนวน 2 คน

1.3 แหล่งที่มาของเงินทุน โดยโครงสร้างทางโครงการลงทุนธุรกิจนมควายมูร่าห์ ได้เลือกแหล่งเงินกู้จากอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำสุด โดยมี 6 แห่ง คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงศรี และธนาคารธนาชาติ แล้วจึงจะเลือกธนาคารที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำสุดโดยทางโครงการได้เลือก ธนาคารกรุงเทพ (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร ในเขตกรุงเทพมหานคร

ธนาคาร	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ (ร้อยละ)
ไทยพาณิชย์	7.42
กสิกรไทย	7.48
กรุงไทย	7.37
กรุงเทพ	7.37
กรุงศรีอยุธยา	7.87
ธนาชาติ	7.90

ที่มา: (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กระบวนการขาย คือ องค์กรประกอบปัจจัยเครื่องมือต่าง ๆ ภายในร้านค้าที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจนมควายมูร่าห์

2.1 อาคารพาณิชย์ให้เช่า นั้นจากการที่เลือกเขตบางกะปิ บริเวณเดอะมอลล์บางกะปิ จึงได้ทำการค้นหาสถานที่เพื่อทำธุรกิจนมควายมูร่าห์พบว่า เขตบางกะปิบริเวณตรงข้ามห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์บางกะปิ ราคาให้เช่าอาคารอยู่ที่ 20,000 บาท/เดือน

2.2 ค่าขนส่งออกจำหน่าย สำหรับการขนส่งนั้นจะทำการขนส่งสินค้าจากร้านต้นทางคือร้านมูร่าห์ เแฮส์ ไปยังร้านที่จะทำการเปิดขึ้นมาใหม่ที่เขตบางกะปิ บริเวณตรงข้ามเดอะมอลล์บางกะปิ โดยมีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้ง เท่ากับ 63.46 บาท (ตารางที่ 12)

2.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์ภายในร้าน เป็นสิ่งจำเป็นประการหนึ่งในกระบวนการทำธุรกิจจึงทำการจัดหาอุปกรณ์ที่จำเป็นในการใช้ดำเนินธุรกิจจำหน่ายน้ำนมควายมูร่าห์ ซึ่งจะทำการเลือก โดยคัดสรรให้คุณภาพนั้นอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมกับราคา ซึ่งประกอบไปด้วย เครื่องเก็บบันทึกเงินสด เครื่องแช่เย็น (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 12 ค่าขนส่งออกจำหน่าย

รายละเอียด	หน่วย
ระยะทางห่างจากร้านขาย	9 กิโลเมตร
อัตราค่าน้ำมัน (ณ วันที่ 26 ก.พ. 2555)	31.73 บาท
อัตรากาใช้น้ำมันรถ	9 กิโลเมตร/ลิตร
ต้นทุนในการขนส่ง (ไป)	31.73 บาท
ต้นทุนในการขนส่ง (กลับ)	31.73 บาท
รวมต้นทุนในการขนส่ง	63.46 บาท

ที่มา: (บริษัท ปตท จำกัด, 2555)

ตารางที่ 13 ตารางแสดงค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์ภายในร้าน

รายการ	จำนวน	ราคา (บาท)
เครื่องเก็บบันทึกเงินสด	2	14,000
เครื่องแช่เย็น	4	200,000

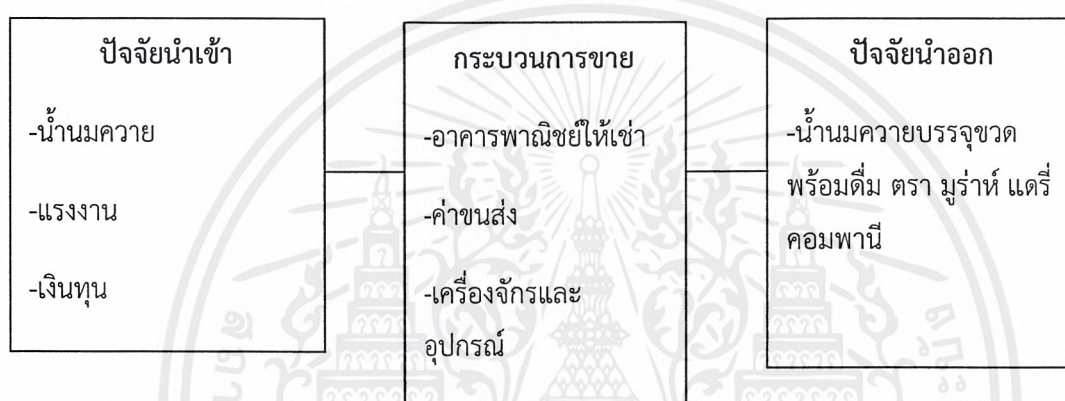
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ราคา (บาท)
รวม		214,000

ที่มา: (บริษัท อุเทนเครื่องเย็น จำกัด, 2555)

3. ปัจจัยนำออก คือ น้ำนมควายบรรจุขวดพร้อมดื่ม ตรา มูร่าห์ แดรี่ คอมพานี



ภาพที่ 3 กระบวนการทางด้านเทคนิค

สถานที่ตั้งโครงการ

เนื่องจากมีสาธารณูปโภค การคมนาคมสะดวกและใกล้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และยังสะดวกต่อการขนส่งสินค้า และจัดหาวัตถุดิบ จึงได้เลือกสถานที่ตั้งโครงการ อยู่ที่บริเวณตรงข้ามห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์บางกะปิ โดยจะเป็นลักษณะของอาคารให้เช่า หรืออาคารพาณิชย์ โดยคิดอัตราค่าเช่า 20,000 บาท/เดือน/ 1 คูหา เป็นระยะเวลา 5 ปี

ตารางที่ 14 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

รายการ	ราคา (บาท)
อาคารพาณิชย์ให้เช่า	20,000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 (ต่อ)

รายการ	ราคา (บาท)
ค่าแรงงาน	
- ผู้จัดการ	10,000
- พนักงานชาย 2 คน	15,600
-เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงินและบัญชี	7,800
-พนักงานขนส่งสินค้า 2 คน	15,600
รวม	69,000

สรุปความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันควายมูร่าห์ พบว่ามีความเป็นไปได้ของระบบการผลิต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ ปัจจัยนำเข้าได้แก่ ตัวผลิตภัณฑ์น้ำมันควาย แรงงาน และที่มาของเงินทุน โดยจะมีการกู้ยืมจากธนาคารกรุงเทพในพื้นที่ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำที่สุด คือ ร้อยละ 7.37 ต่อปี โดยเป็นการกู้ในระยะเวลา 5 ปี มีการคิดสรรแรงงานทำให้การดำเนินงานสามารถเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านทำเลที่ตั้งได้เลือกสถานที่เขตบางกะปิ บริเวณตรงข้ามห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ ซึ่งมีราคาค่าเช่าอาคารพาณิชย์อยู่ที่ 20,000 บาท/เดือน และจากการทำการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นใน 1 เดือน ไปเปรียบเทียบกับการประมาณการยอดขาย 1 เดือนจากที่ได้ทำการวิเคราะห์มาแล้ว พบว่า เมื่อหักลดค่าใช้จ่ายเบื้องต้น ยังคงมีกำไรจากการขายอยู่ และเมื่อเปรียบเทียบเกณฑ์ด้านเทคนิค จึงสรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันควายมูร่าห์

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงิน

หลังจากที่ได้มีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการทั้งหมด ทั้งในด้านการตลาด และด้านเทคนิคแล้ว เพื่อให้ได้ข้อมูลเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจลงทุนแล้ว จำต้องมีข้อมูลทางการเงินเพื่อดูว่าจะมีความเป็นไปได้ที่จะทำการลงทุนหรือไม่ คือต้องทำการวิเคราะห์และประเมินค่าโครงการลงทุน เพื่อพิจารณาว่าคุ้มต่อการลงทุนหรือไม่ ดังนั้นจำเป็นต้องมีการประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการที่จะนำไปใช้ในด้านการวิเคราะห์ ซึ่งจะกลายเป็นข้อมูลตัวสำคัญที่จะนำไปใช้ว่าโครงการควรจะทำการลงทุนหรือไม่ ซึ่งการวิเคราะห์ด้านการเงินนี้ จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของโครงการเป็นหลัก

แหล่งที่มาของเงินทุน

1. ส่วนของเจ้าของจำนวน 3,000,000 บาท
2. แหล่งเงินกู้ภายนอก ใช้บริการสินเชื่อเพื่อธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ประเภทเงินกู้ที่มีระยะเวลาไม่เกิน 10 ปี (MLR: minimum lending rate) จากธนาคารกรุงเทพ เนื่องจากมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น ๆ จำนวน 3,000,000 บาท รวมเงินทุนทั้งสิ้น 6,000,000 บาท

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

ในปีแรกอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ร้อยละ 7.37 (ธนาคารกรุงเทพ, 2555) โดยคิดอัตราคงที่ และมีหลักทรัพย์ค้ำประกันตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5 สามารถพยากรณ์หาค่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในอนาคตได้ ดังนี้ (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 การชำระเงินกู้ของโครงการระยะเวลา 5 ปี (หน่วย:บาท)

ปีที่	เงินต้น	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละ)	ค่าดอกเบี้ย เงินกู้	งวดที่	เงินต้นแบ่ง ชำระต่องวด	จำนวนเงินที่ ต้องชำระ
1	3,000,000.00	7.37	221,100.00	1	600,000	821,100.00
2	2,178,900.00	7.37	160,585.00	2	600,000	780,565.00
3	1,418,315.07	7.37	104,530.00	3	600,000	704,530.00
4	713,785.25	7.37	52,606.00	4	600,000	652,606.00
5	61,179.28	7.37	4,509.00	5	600,000	604,509.00

อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

ในปัจจุบันค่าอัตราคิดลดที่สำนักงานสถิติแห่งชาติกำหนดไว้ของประเทศกำลังพัฒนา จะมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ 8 ถึงร้อยละ 12 ซึ่งโครงการลงทุนธุรกิจนมควายมูร่าห์ เลือกใช้อัตราคิดลดที่ร้อยละ 12 (รัตนพล, 2549) อายุโครงการกำหนดอายุโครงการเท่ากับ 5 ปี เนื่องจากทำสัญญาซื้อเช่าอาคารพาณิชย์สำหรับประกอบธุรกิจไว้เป็นระยะเวลา 5 ปี

การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ

การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ เป็นการวิเคราะห์ที่สำคัญทางด้านการเงินซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจของผู้ลงทุน ว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านการเงินหรือไม่ มีรายละเอียด ค่าใช้จ่ายประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายในการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ประกอบด้วย
 - 1.1 ค่าเช่าอาคารพาณิชย์ 1,200,000 บาท
 - 1.2 ค่าติดตั้งสาธารณูปโภค ประกอบด้วย
 - 1.2.1 ค่าวางระบบประปา 2,000 บาท
 - 1.2.2 ค่าติดตั้งหม้อไฟฟ้าและระบบไฟฟ้า 5,000 บาท
 - 1.2.3 ค่าติดตั้งระบบโทรศัพท์ 1,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1.3 ค่าอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ภายในร้าน
- 1.3.1 ค่าตกแต่งร้าน 25,000 บาท
- 1.3.2 ค่าเครื่องแช่เย็น 200,000 บาท
- 1.3.3 ค่าเครื่องเก็บบันทึกเงินสด 14,000 บาท
- 1.4 ค่ายานพาหนะ ประกอบด้วย
- 1.4.1 รถบรรทุกเย็นขนาดเล็ก 1 คัน รวม 700,000 บาท
- 1.5 ค่าอุปกรณ์สำนักงาน ประกอบด้วย
- 1.5.1 เครื่องคอมพิวเตอร์จำนวน 1 เครื่อง ราคา 20,000 บาท
- 1.5.2 โทรศัพท์พื้นฐานจำนวน 1 เครื่อง ราคา 500 บาท
- 1.6 เงินทุนหมุนเวียน 1,000,000 บาท

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการจะมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5 ของค่าใช้จ่าย เนื่องจากระยะเวลาในการดำเนินโครงการเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 การประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
1.เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
- ค่าเช่าอาคารพาณิชย์ (เดือนละ 20,000 บาท 5ปี)	1,200,000
- ค่าติดตั้งสาธารณูปโภค	8,000
- ค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์ภายในร้าน (ซื้อ)	239,000
- ค่ายานพาหนะ (ซื้อ)	700,000
- ค่าอุปกรณ์สำนักงาน (ซื้อ)	20,500
รวมเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	<u>2,167,500</u>
2.ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	
- ค่าจดทะเบียนพาณิชย์ (จดใหม่)	150
(กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2555)	
- ค่าฝึกอบรมพนักงาน	15,000
รวมค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	<u>15,150</u>
3.เงินทุนหมุนเวียน	<u>1,000,000</u>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 (ต่อ)

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
รวม	3,182,650

2. ต้นทุนในการดำเนินงานเริ่มโครงการจนถึงสิ้นสุดโครงการ (ตารางที่ 16) ประกอบด้วย

- 2.1 ค่าเช่าอาคารพาณิชย์ โดยให้เช่าเดือนละ 20,000 บาท
- 2.2 ค่าซื้อสินค้าหน่วยละ 13 บาทต่อหนึ่งขวด ต่อเดือนเท่ากับ 5,944,328 บาท
- 2.3 ค่าขนส่งสินค้า 63.46 บาท
- 2.4 ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคต่อเดือน ค่าไฟ 2,500 บาท ค่าน้ำ 500 บาทต่อเดือน
- 2.5 ค่าใช้จ่ายทางด้านแรงงาน 49,000 บาทต่อเดือน
- 2.6 ค่าใช้อุปกรณ์สำนักงาน 2000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 17 การประมาณค่าใช้จ่ายการดำเนินงานของโครงการใน 1 ปี

รายการ	ราคา (บาท)
ค่าเช่าร้าน	240,000.00
ค่าซื้อสินค้า	5,944,328.00
ค่าขนส่งสินค้า	762.00
ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค	36,000.00
ค่าใช้จ่ายทางด้านแรงงาน	588,000.00
ค่าใช้จ่ายอุปกรณ์สำนักงาน	24,000.00
รวม	6,833,090.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 18 การประมาณการรายได้ต่อปีโครงการ 5 ปี (หน่วย:บาท)

ปีที่	ความต้องการของ ผู้บริโภค (ขวด/สัปดาห์)	ราคาน้ำนม ควาย (บาท/ขวด)	ยอดขายที่ ประมาณได้ต่อ สัปดาห์	ยอดขายที่ ประมาณได้ต่อ เดือน	ยอดขายที่ ประมาณได้ ต่อปี
0	114,314	36	0	0	0
1	114,314	36	0	0	0
2	120,030	36	4,321,080	17,284,320	207,411,840
3	126,032	36	4,537,152	18,148,608	217,783,296
4	132,334	36	4,764,024	19,056,096	228,673,152
5	138,951	36	5,002,236	20,008,944	240,107,328

การประมาณยอดขายสามารถคำนวณจาก ปริมาณความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสามารถคำนวณได้ดังนี้ อัตราความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละปี x ราคาน้ำนมควายที่มีอัตราเพิ่มขึ้น x ยอดขายรวมในแต่ละปี นำยอดขายที่ได้ในแต่ละปีมาเปรียบเทียบกับต้นทุนการผลิต (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 19 การประมาณต้นทุนในการประกอบกรทั้งหมด 5 ปี (หน่วย:บาท)

รายการ	ปีที่				
	1	2	3	4	5
ค่าเช่าอาคารพาณิชย์	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าติดตั้งสาธารณูปโภค	8,000				
ค่าอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ภายในร้าน	239,000				
ค่ายานพาหนะ	700,000				
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	20,500	20,500	20,500	20,500	20,500
ค่าซื้อสินค้า	5,944,328	6,241,544	6,553,621	6,881,302	7,225,367
ค่าขนส่งสินค้า	762	800	840	882	926
ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค	36,000	37,800	39,690	41,675	43,758
ค่าฝึกอบรมพนักงาน	15,000				
ค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน	588,000	617,400	648,270	680,684	714,718
รวมต้นทุนทั้งหมด	7,791,590	7,158,044	7,502,901	7,865,043	8,245,269

ตารางที่ 20 การประมาณเงินสดของโครงการ (หน่วย: บาท)

รายการ/ปีที่	1	2	3	4	5
กระแสเงินสดรับ					
-รายได้	0	207,411,840	217,783,296	228,673,152	240,107,328
รวมกระแสเงินสด	0	207,411,840	217,783,296	228,673,152	240,107,328
กระแสเงินสดจ่าย					
-เงินลงทุนสินทรัพย์ถาวร	3,182,650				
-ต้นทุนในการประกอบการ	7,791,590	7,158,044	7,502,901	7,865,043	8,245,269
-ชำระเงินกู้	821,100	780,565	704,530	652,606	604,509
-ภาษีนิติบุคคล (30%)	0	62,223,552	65,334,989	68,601,946	72,032,198
รวมกระแสเงินสดจ่าย	11,795,340	70,162,161	73,542,420	77,119,595	80,881,976
กระแสเงินสดสุทธิ	(11,795,340)	137,249,679	144,240,876	151,553,557	159,225,352

สรุปความเป็นไปได้ทางการเงิน

การวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการการลงทุนธุรกิจฟาร์มความ “มูร่าห์” นั้นเพื่อ มุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินที่จะได้รับในอนาคต ตลอดจนสามารถวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของโครงการ ช่วยในการวางแผนทางการเงินของผู้ลงทุน และเพื่อให้เกิดความมั่นใจ ประกอบกับโครงการสามารถดำเนินต่อไปโดยไม่ก่อให้เกิดปัญหาใด ๆ ด้วยการประเมินค่าการลงทุนเพื่อพิจารณาว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา ซึ่งสามารถจำแนกได้ 3 ประเภท คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนโครงการ และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน และการประเมินแบบไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน ได้ผลดังนี้

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value: NPV) คือ ผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิในแต่ละปีตลอดอายุของโครงการ กับเงินสดจ่ายลงทุน เกณฑ์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน พิจารณาจากค่าของมูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้ ซึ่งถ้ามีค่ามูลค่าปัจจุบันเท่ากับศูนย์แล้ว แสดงว่าผลตอบแทนโครงการนั้นไม่มีกำไรและไม่ขาดทุน ถ้าค่าของมูลค่าปัจจุบันมากกว่าศูนย์แล้ว แสดงว่าผลตอบแทนโครงการนั้นมีกำไร และในกรณีค่ามูลค่าปัจจุบันน้อยกว่าศูนย์แล้ว แสดงว่าผลตอบแทนของโครงการนั้นขาดทุน เมื่อทำการพิจารณาค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ ที่อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ คือ ร้อยละ 12 ได้ค่าเท่ากับ 382,223,096.09 บาท (ภาคผนวก ข) ซึ่งมีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าโครงการธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันมควาย “มูร่าห์” มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

2. อัตราผลตอบแทนโครงการ (internal rate of return: IRR) เป็นการคำนวณหาอัตราคิดลดหรืออัตราดอกเบี้ยที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการตลอดอายุของโครงการมีค่าเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุนของโครงการ ซึ่งอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันมควาย “มูร่าห์” มีความต้องการ ร้อยละ 12 แต่ธุรกิจน้ำมันมควายมูร่าห์มีค่าเท่ากับ ร้อยละ 9.91 (ภาคผนวก ข) ซึ่งมีค่าน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ คือ ร้อยละ 12 ดังนั้น โครงการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำมันมควาย “มูร่าห์” ไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน (ฐาปนา, 2553)

3. อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (benefit cost ratio: BCR) คือ อัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันผลตอบแทนโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่ายลงทุน ซึ่งในทางธุรกิจเรียกอัตราส่วนนี้ว่า ดัชนีการทำกำไร เกณฑ์ความเป็นไปได้ทางการเงิน พิจารณาจากค่าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน ถ้าค่าที่ได้จากการคำนวณนั้นมีค่ามากกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนของโครงการมากกว่าเงินลงทุนหรือโครงการดังกล่าวมีกำไร ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนที่ได้จากการคำนวณนั้นมีค่าน้อยกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนของโครงการน้อยกว่าเงินลงทุน คือ โครงการดังกล่าวประสบปัญหาขาดทุน และถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนที่ได้จากการคำนวณนั้นมีค่าเท่ากับหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนของ

โครงการเท่ากับเงินลงทุน คือ โครงการดังกล่าวไม่มีกำไร และไม่ขาดทุน จากการคำนวณค่าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำนมควาย “มูร่าห์” มีค่าเท่ากับ 96.75 เท่า ซึ่งมีความมากกว่า 1 แสดงว่าโครงการการลงทุนธุรกิจจำหน่ายน้ำนมควายมูร่าห์นั้น มีความเป็นไปได้ทางการเงิน เมื่อทำการพิจารณาผลการประเมินค่าการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาทั้ง 3 ด้านแล้ว พบว่า โครงการการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำนมควาย “มูร่าห์” นั้น มีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน

4. ระยะเวลาคืนทุน (payback period: PB) คือ ระยะเวลาที่โครงการจะได้รับเงินที่จ่ายลงทุนคืนมาจากกระแสเงินสดสุทธิ ภายหลังจากหักค่าใช้จ่าย จากการคำนวณระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 5 เดือน ซึ่งไม่เกินอายุโครงการที่กำหนดไว้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุป และข้อเสนอแนะ

สรุป

นํ้านมควายเป็นสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและยังเริ่มที่จะได้รับความนิยมขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากพฤติกรรมของคนไทยที่หันมาใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้มีผู้สนใจหันมาดื่มนํ้านมควายด้วยเช่นกัน แต่สำหรับในด้านการแข่งขันนั้นของธุรกิจนํ้านมควายไม่มีการแข่งขันเลย จึงสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากนมสดชนิดต่าง ๆ ได้ง่าย ซึ่งมีผู้เลี้ยงควาย คือ มูร่าห์ฟาร์มเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ และมีแนวโน้มทางการตลาดเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ในการลงทุนนั้นมีค่าใช้จ่ายที่สูงและมีความเสี่ยงต่อการลงทุนสูงเช่นกัน ดังนั้น จึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายนํ้านมควาย “มูร่าห์” เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการบริโภคนํ้านมที่ให้ประโยชน์ได้มากกว่านมในท้องตลาด

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ของธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายนํ้านมควาย “มูร่าห์” ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร เพื่อเสนอแนวทางสำหรับประกอบการตัดสินใจ ให้แก่ผู้สนใจในการลงทุนจำหน่ายนํ้านมควายในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร โดยในส่วนของการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านตลาดนั้น ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับขนาดตลาด แนวโน้มตลาด และส่วนแบ่งตลาด

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านตลาดของผู้ศึกษาพบว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เมื่อเปรียบเทียบและพิจารณาจากเกณฑ์ทางการตลาด ทั้งด้านขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มตลาดแล้ว จากการสำรวจพบว่า มีจำนวนผู้ที่สนใจถึงร้อยละ 50.75 ของกลุ่มเป้าหมายในเขตบางกะปิ ทำให้แนวโน้มของตลาดนํ้านมควายมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ส่วนจากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค พบว่า มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคในระบบการจัดจำหน่าย มีปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ คือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการจัดจำหน่าย และปัจจัยนำออก ปัจจัยนำเข้าประกอบด้วย นํ้านมควายพร้อมดื่มบรรจุขวด แหล่งเงินทุน และแรงงาน กระบวนการผลิตประกอบด้วย อาคารพาณิชย์ให้เช่า ค่าขนส่ง เครื่องจักรและอุปกรณ์ ส่วนปัจจัยนำออก คือนํ้านมควายบรรจุขวดพร้อมดื่มตรา มูร่าห์ แดรี่ คอมพานี

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินนั้น ผลการวิเคราะห์ พบว่าการลงทุนตั้งร้านจำหน่ายนํ้านมควายมูร่าห์ เป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง แบ่งค่าใช้จ่ายของโครงการออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนในทรัพย์สินถาวร และส่วนของต้นทุนในการดำเนินงานในแต่ละปี จาก

เกณฑ์การพิจารณาตัวชี้วัดทั้ง 4 ไม่ว่าจะเป็น มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนโครงการ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน และระยะเวลาคืนทุน พบว่าการลงทุนทำธุรกิจนมควายในเขตบางกะป็นั้น ก็มีความสามารถในการลงทุนด้วยเช่นกัน

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายนํ้านมควาย “มูร่าห์” สรุปได้ว่า มีความเป็นไปได้ทั้งในทางด้านการตลาด ทางด้านเทคนิค และทางด้านการเงิน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่กล่าวไว้ข้างต้น คือ มีความเป็นไปได้ทั้งทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายนํ้านมควาย “มูร่าห์” ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร มีความเป็นไปได้ทั้งทางด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน ซึ่งจะพิจารณาเป็นสองส่วนคือ พื้นที่ศึกษาหากกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาหาพื้นที่ตั้งจุดจำหน่าย ในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายนํ้านมควายมูร่าห์ แต่อย่างไรก็ตามเป็นเพียงกรณีศึกษาในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครเท่านั้น ประกอบกับธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายนํ้านมควายมูร่าห์ มีการแข่งขันต่ำ ให้ผลกำไรที่สูง แต่การลงทุนธุรกิจยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค จึงต้องหาสาเหตุเพื่อเปิดทัศนคติของผู้บริโภคที่ดีเกี่ยวกับนํ้านมควาย ให้ผู้บริโภคได้รับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับนํ้านมควาย เพื่อหาช่องทางแก้ไขที่เป็นอุปสรรคในด้านการดำเนินธุรกิจที่จะเกิดขึ้นซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

กรมปศุสัตว์. 2547. ก. ภูมิปัญญาควาญไทย. กรุงเทพมหานคร: กรมปศุสัตว์.

กรมปศุสัตว์. 2547. ข. ประเภทควาญ.

[Online]. Available: <http://www.did.go.th/>. 30 กรกฎาคม 2552.

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2547. การลดอัตราดอกเบี้ย. [Online]. Available:

<http://www.price.moc.go.th/discussion/viewThread.aspx?gid=1>. 20 กันยายน 2552.

ฐานา ฉันทไพศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2553. การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อีระฟิล์มและโซเท็กซ์จำกัด.

ดำรง เจริญสุวรรณ. 2546. ข้อมูลน้ำมันดิบ. [Online]. Available: <http://www.thaifita.com/>. 1 สิงหาคม 2552.

ธনীศ จันเพชร. 2550. การวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์และการเงินของฟาร์มโคนม.

กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เต็ดตราแพ็ค. 2552. คาดการณ์แนวโน้ม การบริโภคนมเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่องในอีก 3 ปีข้างหน้า.

[Online]. Available: <http://www.positioningmag.com/prnews/prnews.aspx?id=80132>. 28 กรกฎาคม 2552.

นรินาม. 2551. นมพร้อมดื่ม. กรุงเทพมหานคร: สยามบรรณการพิมพ์.

บริษัท นาโน เซิร์ช จำกัด. 2550. การบริโภคน้ำมัน. [online]. Available:

http://www.nanosearch.co.th/product_pdf/469.pdf. 28 กรกฎาคม 2552.

บริษัท อุเทนเครื่องเย็น จำกัด. 2555. ผลิตภัณฑ์. [Online]: Available. <http://www.fujiicegroup.com>.

25 มกราคม 2555.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสิทธิ์ ตรงยั้งศิริ. 2542. การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซี เอ็ดดูเคชั่น.

ผู้จัดการออนไลน์. 2552. การแข่งขันทางการตลาด. [Online]: Available. http://www.listr-foodprocess.net/dairy/news_dairy22.htm. 3 ตุลาคม 2552.

พิยะดา อนันตชาติ. 2548. การศึกษาความเป็นไปได้และโอกาสทางธุรกิจร้านกาแฟคั่วสดในเขต กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: ปริญญาานิพนธ์คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิริยะ ผลพิรุฬห์. 2552. การวางแผนกลยุทธ์และการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพมหานคร: สมาคม รัฐประศาสนศาสตร์ นิติฯ.

ภคินี ว่องโชติกุล. 2538. ต้นทุนการตอบแทน และปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการผลิตน้ำนมดิบของ เกษตรกร ปี 2535/2536. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภูวดล ชัยสุพรรณ. 2544. การศึกษาโครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมนมพร้อมดื่ม. ภาควิชา บริหารธุรกิจ คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง.

มหาวิทยาลัยมหิดล. 2553. พืชชนิดผลิตภัณฑ์นมควาย. [Online]: Available. <http://inside.cm.mahidol.ac.th> 21 มีนาคม 2553

สงวน ช่างฉัตร. 2547. การบริหารความเสี่ยงโครงการ. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏ พิบูลสงคราม.

สุนิสา สุบิน. 2553. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนอพาร์ทเมนต์ให้เช่า. กรุงเทพมหานคร: ปริญญาานิพนธ์. คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2554. รายงานสถิติรายปี2554ประเทศไทย.

[Online]. Available. <http://www.nso.go.th>. 12 มิ.ย. 2554.

สำนักบริหารการทะเบียน. 2554. จำนวนประชากรประเทศไทยปี2553.

[Online]. Available. <http://bora.dopa.go.th>. 12 มิ.ย. 2554.

สมาคมนักเคมีเครื่องสำอางแห่งประเทศไทย. 2554. บทความธุรกิจเครื่องสำอาง.

[Online]. Available. <http://www.sccthai.org>. 10 มิ.ย. 2554.

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ. 2552. ส่วนแบ่งตลาดน้ำนม. [Online]: Available.

<http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=67300>. 30 กรกฎาคม 2552.

อรชร มณีสงฆ์ และคณะ. 2548. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แมครอฮิล.

อัญชลี สมบูรณ์รัตน์. 2550. “เปรียบเทียบน้ำนมวัวกับควาย”.

<http://www.newskythailand.us/>. 3 สิงหาคม 2552.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

เลขที่แบบสอบถาม.....



แบบสอบถาม

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านจำหน่ายน้ำนมควาย “มูร่าห์”

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์ในการศึกษาวิชาปัญหาพิเศษ ตามหลักสูตร วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จึงใคร่ขอความร่วมมือท่านในการกรอกแบบสอบถามตามความเป็นจริงเพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย ทั้งนี้ทางผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง

1. กรุณาทำเครื่องหมาย “v” ลงใน และเติมข้อความหรือตัวเลขลงในช่องว่างที่มีให้
2. คำถามมีทั้งหมด 3 ส่วน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลความต้องการผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมสดพร้อมดื่ม

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมควาย “มูร่าห์”

3. ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
2. อายุ ปี
3. ระดับการศึกษา
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี 3. สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ
1. นักเรียน/นักศึกษา 2. พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน
3. ธุรกิจส่วนตัว 4. รัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ
5. อื่นๆ (โปรดระบุ)
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมสดพร้อมดื่ม

6. ท่านเคยบริโภคผลิตภัณฑ์นมสดพร้อมดื่ม หรือไม่
1. เคย 2. ไม่เคย (ข้ามไปตอนที่ 3)
7. การพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมสดพร้อมดื่มคุณคำนึงถึงสิ่งใด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)
1. รสชาติอร่อย 2. ราคาสินค้า
3. ปริมาณสินค้า 4. บรรจุภัณฑ์
5. ความสะดวกในการเลือกซื้อ 6. อื่นๆ(โปรดระบุ).....
8. ในปัจจุบันท่านนิยมซื้อผลิตภัณฑ์นมสดพร้อมดื่มจากสถานที่ใด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)
1. ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อป ฟู้ดแลนด์ แมกซ์แวลู โฮมเพรชมาร์ท
2. ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี เทสโก้โลตัส แม็คโคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 3. ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น โลตัสเอ็กซ์เพรส แฟมิลีมาร์ท
- 4. ตลาดสด
- 5. อื่นๆ (โปรดระบุ)

9. ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์นมสดพร้อมดื่มมาบริโภคโดยเฉลี่ยต่อครั้งเป็นเงิน
ประมาณ.....บาท

10. ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์นมสดพร้อมดื่มมาบริโภคโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์

- 1. 1 ครั้ง
- 2. 2 - 4 ครั้ง
- 3. มากกว่า 4 ครั้ง

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมควาย “มูร์ราห์”

11. ถ้ามีเครื่องดื่มนมควาย “มูร์ราห์” ขนาด 180 cc. ในราคา 36 บาท ท่านจะยินดีซื้อ
หรือไม่

- 1. ซื้อ
- 2. ไม่ซื้อ (ข้ามไปทำข้อ 13)

12. ท่านยินดีที่จะซื้อนมควาย “มูร์ราห์” กี่ขวดต่อครั้ง

- 1. 1-2 ขวด
- 2. 2-4 ขวด
- 3. 5-7 ขวด
- 3. มากกว่า 7 ขวด

13. ช่องทางใดที่ช่วยให้ท่านรู้จักร้านขายผลิตภัณฑ์นมควาย “มูร์ราห์” ได้ดีที่สุด

- 1. หนังสือพิมพ์
- 2. เพื่อน/คนรู้จัก
- 3. ใบปลิว
- 4. วารสาร/นิตยสาร
- 5. ป้ายโฆษณา
- 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

การประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV)

$$\begin{aligned} \text{NPV} &= [(-11,795,340) (0.893) + (137,249,679) (0.797) + (144,240,876) (0.712) \\ &+ (151,553,557)(0.636)+(159,225,352)(0.567)] - 6,000,000 \\ &= 382,223,096.09 \end{aligned}$$

สรุป มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการที่ได้ มีมูลค่าเป็นบวก แสดงว่า อัตราผลตอบแทนที่ได้ของโครงการ มากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการคือ 12 %

2. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR)

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

โดยที่	PV	=	มูลค่าปัจจุบันหรือเงินสดจ่ายลงทุน
	B _t	=	กระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุของโครงการ
	C _t	=	กระแสเงินสดจ่ายแต่ละปีของโครงการ
	r	=	อัตราผลตอบแทนของโครงการ
	n	=	อายุของโครงการ

ใช้วิธีการทดลอง (Trial and error) เพื่อหาค่าอัตราผลตอบแทนของโครงการ โดยการเปิดตาราง PVIF แล้วนำค่าที่ได้ไปแทนค่าในสูตร โดยลองไปเรื่อยๆจนกว่าจะได้ผลลัพธ์ของกระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุนพอดี

ถ้า $r = 12\%$

$$\begin{aligned} 6,000,000 &= (-11,795,340) (0.893) + (137,249,679) (0.797) + (144,240,876) \\ &(0.712) + (151,553,557)(0.636)+(159,225,352)(0.567) \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$6,000,000 \neq 388,223,096.09$$

ถ้า $r = 14\%$

$$6,000,000 = (-11,795,340)(0.877) + (137,249,679)(0.769) + (144,240,876)(0.675) + (151,553,557)(0.592) + (159,225,352)(0.519)$$

$$6,000,000 \neq 364,920,744.70$$

$$\text{PV ต่างกัน } (388,223,096.09 - 364,920,744.70) = 23,302,351.39 \quad \text{มีค่า } r \text{ ต่างกัน } = 2\%$$

$$\text{ถ้า PV ต่างกัน } (6,000,000 - 388,223,096.09) = -382,223,096.09$$

$$\text{มีค่า } r \text{ ต่างกัน } = (-382,223,096.09 \times 2) / 364,920,744.70 = -2.09\%$$

$$r = 12\% + (2.09)\%$$

$$= 9.91\%$$

สรุป อัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับ 9.91% ซึ่งน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการคือ 12%

3. อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit/Cost Ratio)

$$\text{B/C ratio} = 580,474,124 / 6,000,000$$

$$= 96.75 \text{ เท่า}$$

สรุป ดัชนีการทำกำไรของโครงการนี้เท่ากับ 96.75 เท่า ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าโครงการให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินที่ลงทุนไป

การประเมินค่าโครงการลงทุนที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา

4. ระยะเวลาคืนทุน (payback period) กำหนดให้ธุรกิจคืนทุนภายในระยะเวลา 5 ปี

$$= \text{ค่าใช้จ่ายในการลงทุน} / \text{ผลตอบแทน}$$

$$= 893,975,616 / 580,474,124$$

$$= 1.5$$

สรุป ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ คือ 1 ปี 5 เดือน ก็จะทำการคืนทุนทั้งหมด ให้ผู้ลงทุน