

ใบรับรองโครงงานวิจัย

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการจัดการ คณะการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถัง

ในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ

Feasibility Study of an Establishment of KOONG-TUNG Restaurant

in Suvarnabhumi Open-Air Market

โดย

นายชากร	ใจสบาย	รหัสนักศึกษา 55100026
นายณัฐวุฒิ	คงศิลป์	รหัสนักศึกษา 55100030
นายอาณัติ	ม่วงอุ้ม	รหัสนักศึกษา 55100101

รายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของ

การศึกษาวิชาโครงงานวิจัย หลักสูตร วท.บ.บริหารธุรกิจเกษตร

เมื่อวันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการโครงงานวิจัย ..... 21 มีนาคม พ.ศ. 2559

(อาจารย์ ดร.ปรเมศร์ อัศวเรืองพิภพ)

ประธานหลักสูตร ..... 21 มีนาคม พ.ศ. 2559

(รองศาสตราจารย์ อมรศรี ตันพิพัฒน์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ปีการศึกษา 2558

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ

ชื่อเรื่อง(ภาษาอังกฤษ) A Feasibility Study of an Establishment of KOONG-TUNG Restaurant in Suvarnabhumi Open-Air Market

ชื่อ-สกุล นายชากร ใจสบาย
นายณัฐวุฒิ คงศิลป์
นายอาณัติ ม่วงอุ้ม

หลักสูตร บริหารธุรกิจเกษตร **สาขาวิชา** บริหารธุรกิจและการจัดการ

คณะ การบริหารและจัดการ

ประธานกรรมการโครงงานวิจัย อาจารย์ ดร.ปรเมศร์ อัศวเรืองพิภพ 21 มีนาคม 2559

บทคัดย่อ

ปัจจุบันมีร้านอาหารมากมายหลายรูปแบบแต่ร้าน “กุ้งถัง” นำเสนอวิธีการรับประทานที่แตกต่างจากร้านอื่น โดยทางร้านเลือกใช้วิธีการรับประทานด้วยมือเปล่า และมีการเสิร์ฟที่เป็นเอกลักษณ์ เสิร์ฟอาหารด้วยถังสแตนเลส ซึ่งได้รับความสนใจจากลูกค้าอย่างมาก เมนูของร้านจะมีกุ้งขาว, กุ้งก้ามกราม, หอยตลับ และหอยแมลงภู่ ที่คัดมาอย่างดี ราดด้วยซอสสูตรพิเศษ จากผลสำรวจออนไลน์เกี่ยวกับการทานอาหารนอกบ้านพบว่า คนไทยออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน หนึ่งหรือสองครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็น 24 %,สองถึงสามครั้งต่อเดือน 19%, 3 ถึง 6 ครั้งต่ออาทิตย์ 15% ส่วนผู้บริโภคที่เลือกรับประทานอาหารนอกบ้านทุกวัน คิดเป็นสัดส่วน 12 % เท่ากับผู้บริโภคที่เลือกรับประทานอาหารนอกบ้านน้อยกว่าเดือนละครั้ง ปัจจุบันอัตราการเติบโตของธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดในแต่ปีละที่ผ่านมามีอัตราการเติบโตไม่ต่ำกว่า 15-20%และ อัตราการบริโภคสัตว์น้ำในประเทศไทยเฉลี่ย 28-30 กิโลกรัมต่อคนต่อปี จากข้อมูลการสำรวจการบริโภคสัตว์น้ำของคนกรุงเทพฯ พบว่า ส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารทะเล ได้แก่ ปลาทู ปลากะพง กุ้ง และปลาหมึกการเลือกจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ จึงน่าสนใจลงทุนเป็นอย่างยิ่งและในการตัดสินใจ นั้นจะต้องใช้เงินลงทุนและมีความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของผลประโยชน์ที่จะได้รับในอนาคตดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ ก่อนการตัดสินใจลงทุนเพื่อลดความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นภายหลังการตัดสินใจ

การศึกษาครั้งนี้ศึกษาโดยการออกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดเพื่อสอบถามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในช่วงเดือนกุมภาพันธ์พ.ศ. 2559 และสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทร้านอาหารในพื้นที่ศึกษาเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดเทคนิคและการเงินใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาทางด้านการตลาดพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในธุรกิจร้านอาหารพบว่ามีผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการแน่นอนคิดเป็นร้อยละ36 รวมถึงการวิเคราะห์คู่แข่งขันซึ่งมีการแข่งขันที่ไม่รุนแรงจึงมีโอกาสที่จะได้ส่วนแบ่งมาเป็นของธุรกิจดังนั้นจึงสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนในธุรกิจร้านอาหากุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิทางด้านเทคนิคจากที่ได้ศึกษาถึงระบบการผลิตทาให้ทราบได้ว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางเทคนิคเนื่องจากกำลังการผลิตที่สามารถผลิตได้ต่อวันเพียงพอที่จะรองรับต่อความต้องการของลูกค้ากระบวนการผลิตไม่ซับซ้อนมากนักอีกทั้งเงินลงทุนเริ่มแรกซึ่งเป็นเงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของทั้งหมดก็เป็นเงินจำนวนไม่สูงมากนักรวมถึงทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับโรงเรียนและสถาบันศึกษามีการคมนาคมเดินทางได้สะดวกหลายเส้นทางเป็นแหล่งที่มีผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมากการเดินทางของผู้จัดส่งวัตถุดิบและผู้บริโภคมาที่สถานที่ตั้งของโครงการก็ง่ายสะดวกดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคในด้านการเงินจากการประมาณการยอดขายและรายได้จากการจำหน่ายสินค้ารวมถึงการคำนวณต้นทุนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดทำให้สามารถสรุปความเป็นไปได้ด้านการเงินในการศึกษาโครงการธุรกิจร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิได้ดังนี้ในการดำเนินงานปกติโครงการสามารถทากำไรตลอดระยะ 3ปีและไม่มีปัญหาเงินสดขาดแคลนตลอดอายุโครงการโดยมีระยะเวลาคืนทุนประมาณทุน 2ปี4 เดือนตลอดจนวัดอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.01เท่าโดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกและค่าเท่ากับ41,383บาทณอัตราคิดลดร้อยละ 12 และมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ15.75สรุปได้ว่าสามารถยอมรับโครงการธุรกิจร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิได้

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิสรุปว่ามีความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาดเทคนิคและการเงินจึงเห็นควรดาเนินการธุรกิจนี้

ข้อเสนอแนะในการศึกษา ในขั้นตอนการศึกษาด้านการตลาดผู้ลงทุนควรศึกษาภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน เนื่องจากบริเวณที่ตั้งโครงการมีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อยอดขายได้ด้านเทคนิคโครงการมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงในด้านค่าใช้จ่ายในการบริหาร ดังนั้นผู้ลงทุนควรมีการวางแผนค่าใช้จ่ายในด้านการบริหารให้รัดกุม เพื่อให้สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายส่วนเกินได้ ในด้านการเงินเงินทุนหมุนเวียนของโครงการที่เกิดขึ้น อาจมีการปรับเปลี่ยนมูลค่าขึ้นลงได้ ซึ่งต้องสังเกตหลังจากที่ทำการดำเนินการจริงแล้ว 3 เดือน และอาจนำมาปรับยอดทุนหมุนเวียนของโครงการเพื่อให้มีเงินสำรองไว้ในปริมาณที่เหมาะสม ส่วนความอ่อนไหวของโครงการพบว่า หากมีต้นทุนที่สูงขึ้นร้อยละ 1ผลกระทบที่โครงการจะได้นั้น ยังถือว่าคุ้มค่าอยู่ แต่หากมีรายได้ลดลงร้อยละ 1พบว่า มีผลกระทบต่อโครงการ เพราะฉะนั้นโครงการจะต้องควบคุมเรื่องยอดขายให้คงที่หรือผันแปรขึ้นลงไม่มากนัก เพราะอาจส่งผลกระทบที่ร้ายแรงต่อโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

โครงงานวิจัยฉบับนี้จัดทาขึ้นจนสำเร็จเรียบร้อยเป็นอย่างดีทั้งนี้เนื่องด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ ดร.ปรเมศร์ อัศวเรืองพิภพ ประธานกรรมการโครงงานวิจัยรวมทั้งอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลิตา ศรีนวล กรรมการสอบโครงงานวิจัย ที่กรุณาให้คำปรึกษาชี้แนะ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ โดยละเอียดจนทำให้ได้รายงานที่สมบูรณ์สร้างความภูมิใจแก่คณะผู้จัดทำอย่างมากที่กรุณาให้คำแนะนำในส่วนของการสอบโครงงานวิจัยตลอดจนอาจารย์ประจำสาขาวิชาสาขาบริหารธุรกิจเกษตรที่ได้ให้ความช่วยเหลือและประสิทธิประสาทวิชาความรู้ตลอดหลักสูตรการศึกษาคณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมาณที่นี้ นอกจากนี้คณะผู้จัดทำขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามรวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่ควบคุมห้องคอมพิวเตอร์คณะการบริหารและจัดการทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดสุดท้ายนี้คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อคุณแม่ที่รักและเคารพอย่างสูงรวมถึงขอบคุณเพื่อนๆทุกคนที่เป็นกำลังใจให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือในทุกเรื่อง

ชากร ใจสบาย
ณัฐวุฒิ คงศิลป์
อาณัติ ม่วงอุ้ม
มีนาคม 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

สารบัญ I

สารบัญตาราง III

สารบัญภาพ V

บทที่ 1 บทนำ 1

1.1 ที่มาและความสำคัญ 1

1.2 วัตถุประสงค์ 3

1.3 ขอบเขตการศึกษา 3

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 4

1.5 คำนิยามศัพท์ 4

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวิจัยที่เกี่ยวข้อง 5

2.1 การศึกษาความเป็นไปได้สำหรับโครงการ 5

2.1.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด 5

2.1.2 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค 13

2.1.3 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน 16

2.2 ตรวจสอบเอกสาร 19

2.3 กรอบแนวความคิด 31

2.4 สมมติฐาน 34

บทที่ 3 วิธีการศึกษา 35

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล 35

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) 35

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) 37

3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล 37

3.2.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด 37

3.2.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค 40

3.2.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน 41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการศึกษา....44

4.1 ลักษณะและพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง....44

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง....44

4.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารซีฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง....47

4.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งร้านอาหารกุ้งถัง....50

4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด....53

4.2.1 การศึกษาขนาดตลาด....53

4.2.2 การศึกษาแนวโน้มตลาด....54

4.2.3 ส่วนแบ่งตลาด....55

4.2.4 การพยากรณ์ความต้องการตลาด....57

4.2.5 การประมาณการยอดขายของโครงการ....57

4.3 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเทคนิค....59

4.3.1 ทำเลที่ตั้ง....59

4.3.2 ระบบการผลิต....59

4.3.3 การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ....63

4.4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน....65

4.4.1 การวิเคราะห์ทางด้านการเงิน....67

4.4.2 การทดสอบหาค่าความเปลี่ยนแปลง....69

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ....71

5.1 สรุป....71

5.2 ข้อเสนอแนะ....73

เอกสารอ้างอิง....74

ภาคผนวก....77

ภาคผนวก ก....78

ภาคผนวก ข....81

ภาคผนวก ค....83

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

2.1 สรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการตลาด 28

2.2 สรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ด้านเทคนิค 29

2.3 สรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ด้านการเงิน 30

4.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ 44

4.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ 45

4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ 45

4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท) 46

4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารทั่วไป 46

4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับประทานอาหารซีฟู้ด 47

4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ตามประเภทของอาหารซีฟู้ด 47

4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ความถี่ในการบริโภคอาหารซีฟู้ดต่อสัปดาห์ 48

4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหาร 48

4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ความถี่ในการใช้บริการตลาดนัดสุวรรณภูมิ 49

4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แนวโน้มในการบริโภคอาหารซีฟู้ด 49

4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง อิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหาร 50

4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักร้านอาหารกุ้งถัง 50

4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ช่องทางในการตัดสินใจซื้ออาหาร 51

4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการตัดสินใจซื้อ 51

4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ความถี่ในการใช้บริการ 52

4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง การตัดสินใจเลือกเมนู 52

4.18 ช่วงเวลาในการเลือกซื้ออาหารซีฟู้ด 53

4.19 จำนวนนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 56

4.20 พยากรณ์ยอดขายปีที่2 และปีที่3 58

4.21 งบประมาณการลงทุนเครื่องมือและอุปกรณ์เริ่มต้นโครงการ 60

4.22 ประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ 63

4.23 ค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบ 64

4.24 ค่าวัตถุดิบค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร 64

4.25 การประมาณต้นทุนการผลิตของโครงการ 65

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4.26 การประมาณกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ 66

4.27 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ (บาท) 67

4.28 ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน.....68

4.29 ผลวิเคราะห์การทดสอบหาค่าความแปรเปลี่ยน 69

4.30 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของต้นทุนและผลตอบแทน 70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่ หน้า

1 แรงผลักดัน 5 ประการในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม 10
2 ปัจจัยนำออก 14
3 กรอบแนวความคิด.....33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ผลสำรวจออนไลน์เกี่ยวกับการทานอาหารนอกบ้านพบว่า คนไทยออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน หนึ่งหรือสองครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็น 24%สองถึงสามครั้งต่อเดือน 19% 3 ถึง 6 ครั้งต่ออาทิตย์ 15% ส่วนผู้บริโภคที่เลือกรับประทานอาหารนอกบ้านทุกวัน คิดเป็นสัดส่วน 12 % เท่ากับผู้บริโภคที่เลือกรับประทานอาหารนอกบ้านน้อยกว่าเดือนละครั้ง ขณะเดียวกันก็มีผู้บริโภค 4% ที่รับประทานอาหารนอกบ้านมากกว่าหนึ่งครั้งต่อวัน และ 1% ไม่เคยรับประทานอาหารนอกบ้านเลย นอกจากนั้นแล้ว ผลการสำรวจยังระบุว่า เมื่อเจาะไปที่แต่ละวันจะพบว่าคนไทยทานอาหารนอกบ้านในวันเสาร์ และวันจันทร์ถึงวันพฤหัส ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน 31% และ 30% ตามลำดับ ทั้งนี้ประมาณหนึ่งในสาม 32% ของผู้บริโภคเปิดเผยว่า พิจารณาเลือกจาก ประเภทของอาหารก่อนเป็นอับดับแรก ในขณะที่ราคาอาหารที่เหมาะสมเป็นข้อพิจารณาลำดับรองลงมา 21% (นีลเส็น. 2552)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่า ในปี 2558 นี้ ธุรกิจร้านอาหารจะมีมูลค่าตลาดอยู่ในกรอบ 375,000 - 385,000 ล้านบาท เติบโตอยู่ในกรอบร้อยละ 4.0 - 6.8 จากในปี 2557 (ศูนย์วิจัยกสิกร. 2557)และ อัตราการบริโภคสัตว์น้ำในประเทศไทยเฉลี่ย 28-30 กิโลกรัมต่อคนต่อปี จากข้อมูลการสำรวจการบริโภคสัตว์น้ำของคนกรุงเทพฯ พบว่า ส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารทะเล ได้แก่ ปลาทู ปลากะพง กุ้ง และปลาหมึกการบริโภคสัตว์น้ำในประเทศไทยในปี 2550 อยู่ในอันดับที่ 27 ของโลก และอันดับ 3 ของเอเชีย รองจากญี่ปุ่น มาเลเซีย และฟิลิปปินส์(ประพันธ์ โนระดี. 2550) เนื่องจากผู้ประกอบการในตลาดยังคงมีการขยายสาขาใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมีการแข่งขันสูง เพราะฉะนั้นหากจะทำธุรกิจร้านอาหารจะต้องมีจุดขายที่แตกต่างจากอาหารทั่วไปในยุคปัจจุบัน

ในปัจจุบันมีร้านอาหารมากมายหลายรูปแบบแต่ร้าน “กุ้งถัง” นำเสนอวิธีการรับประทานที่แตกต่างจากร้านอื่น เพราะทางร้านไม่มีจาน แต่ใช้วิธีการปูกระดาษไว้บนโต๊ะ โดยทางร้านเลือกใช้วิธีการรับประทานด้วยมือเปล่า และมีการเสิร์ฟที่เป็นเอกลักษณ์ เสิร์ฟด้วยถังสแตนเลส ซึ่งได้รับความสนใจจากลูกค้าอย่างมาก เมนูของร้านจะมีกุ้งขาว, กุ้งก้ามกราม, หอยตลับ และหอยแมลงภู่ ที่คัดมาอย่างดี ราดด้วยซอสสูตรพิเศษ อีกทั้งทางร้านยังมีเมนูอาหารเรียกน้ำย่อย ราคาถูก เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของร้านคือ “คอร์นชีส” เป็นอีกหนึ่งอาหารที่ช่วยส่งเสริมการขายให้แก่ร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลอดจนการให้บริการที่เอาใจใส่ลูกค้า (ปิยฉัตร ปิยวัชรวิจิตร. 2558)กุ้งถังใช้วัตถุดิบเป็นอาหารทะเลซึ่งอาหารทะเลมีไอโอดีนอยู่ถึง 54 ไมโครกรัมต่ออาหารที่กินได้ 100 กรัม อาหารทะเลจึงเป็นแหล่งไอโอดีนที่สำคัญของทุกๆ คน แม้ว่าปริมาณแร่ธาตุที่ชื่อว่าไอโอดีนที่ร่างกายต้องการจะน้อยมาก แต่ถ้าเกิดขาดได้ไม่เพียงพอขึ้นมา ก็จะทำให้เกิดปัญหากับสุขภาพได้อย่างมาก ไม่ว่าจะทำให้เกิดโรคคอพอก สมองทำงานไม่ปกติ มีพัฒนาการและเรียนรู้ช้า ฉะนั้นเพื่อสุขภาพที่ดีจึงควรรับประทานอาหารทะเลอย่างน้อยอาทิตย์ 2-3 ครั้ง (มัณฑนา. 2552)นอกจากอาหารที่ต้องมีความแตกต่างและมีจุดขายเป็นของตัวเองแล้ว เรื่องการหาทำเลที่ตั้งของร้านอาหารนั้นมีความสำคัญอย่างมากซึ่งสามารถสร้างความได้เปรียบและ เป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่จะสามารถบอกได้ว่าธุรกิจร้านอาหารจะประสบความสำเร็จหรือไม่ โดยเลือกตลาดนัดสุวรรณภูมิ เป็นสถานที่ที่น่าสนใจและเหมาะสมในการลงทุนประกอบธุรกิจ

ตลาดนัดสุวรรณภูมิเป็นสถานที่ใกล้โรงเรียน มหาวิทยาลัย ชุมชน หอพักนักศึกษา มีสินค้าขายหลากหลายชนิด เป็นแหล่งรวมร้านอาหารมากมาย สะอาด และเป็นแหล่งช้อปปิ้งแห่งเดียวภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Thaifranchisecenter.2557) มีกลุ่มลูกค้าตั้งแต่ วัยรุ่น นักศึกษา พนักงานออฟฟิศ คนทั่วไปในชุมชนซึ่งคนกลุ่มนี้มีพฤติกรรมการบริโภคที่ได้รับอิทธิพลจากความเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม วัฒนธรรม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ที่สำคัญบริเวณดังกล่าวยังไม่มีร้านอาหารประเภทนี้จึงเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งในการลงทุนเปิดร้านอาหารกุ้งถัง

จากเหตุผลข้างต้น การเลือกจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ จึงน่าสนใจลงทุนเป็นอย่างยิ่งและในการตัดสินใจ นั้นจะต้องใช้เงินลงทุนและมีความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของผลประโยชน์ที่จะได้รับในอนาคตดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ก่อนการตัดสินใจลงทุนเพื่อลดความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นภายหลังการตัดสินใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดของการลงทุนร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ

1.2.2เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของการลงทุนร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ

1.2.3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงินของการลงทุนร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิมีการนำกรอบการศึกษาทางด้านหน้าที่หลักทางธุรกิจมาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งเรียกว่า การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ประกอบไปด้วย

1.3.1.1 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดเพื่อคาดคะเนตลาด ปริมาณผลผลิตที่จะขายได้ของโครงการความสำคัญ มีผลต่อการวางแผนการใช้ปัจจัยการผลิตการกำหนดขนาดและเวลาที่เหมาะสมของโครงการการการคาดคะเนรายรับที่นำไปสู่การวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการ

1.3.1.2 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิคเพื่อเลือกกระบวนการผลิตที่ถูกต้องเหมาะสม เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตที่ถูกต้องกับลักษณะงาน เลือกขนาดการผลิตและจังหวะการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนที่ดีและเพื่อเลือกแหล่งที่ตั้งของโครงการที่ถูกต้อง

1.3.1.3 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินเพื่อประเมินความเป็นไปได้ทางการเงินประเมินแรงจูงใจให้จัดมีแผนการเงินที่ดีและเพื่อประเมินขีดความสามารถในการบริหารการเงิน

1.3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาผู้ที่เข้ามาเที่ยว ซื้อ-ขาย ในตลาดสุวรรณภูมิ

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาตั้งแต่เดือน กันยายนถึง เดือนพฤศจิกายน 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจและแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ที่สนใจในการทำธุรกิจอาหารประเภทซีฟู้ด ในเขตลาดกระบังโดยสามารถนำความรู้และข้อมูลที่ได้จากการศึกษาด้านการตลาดด้านเทคนิคและด้านการเงินในครั้งนี้ให้แก่ผู้ที่จะสนใจลงทุนนาไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจลงทุนได้และยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจทั่วไปสามารถนำรูปแบบการวิเคราะห์ไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจอื่นๆได้และยังเป็นส่วนประกอบในการเขียนแผนธุรกิจเพื่อใช้ในการหาแหล่งเงินทุนจนถึงเป็นทางเลือกใหม่ให้แก่ผู้บริโภค

1.5 คำนิยามศัพท์

การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถังบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ ที่ประกอบด้วย การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในเรื่องของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการการวิเคราะห์ด้านการตลาดด้านเทคนิคและด้านการเงินโดยทำการรวบรวมผลงานการศึกษางานวิจัยและเอกสารอื่นๆรวมถึงการตั้งสมมติฐานของการศึกษาได้กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังนี้

2.1 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการก็คือการศึกษาและการจัดทำเอกสารที่ประกอบไปด้วยข้อมูลต่างๆที่จำเป็นที่แสดงถึงเหตุผลสนับสนุน(justification)ความถูกต้องสมบูรณ์(soundness)ของโครงการเพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่ดีโดยโครงการที่ดีได้แก่โครงการที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและเมื่อปฏิบัติแล้วจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุนเหตุที่ต้องศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเนื่องมาจากปัจจุบันมีทรัพยากรอยู่อย่างจำกัดมีการแข่งขันสูงเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดจนความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามภาวะเศรษฐกิจและสังคมซึ่งปัจจัยต่างๆเหล่านี้มีผลกระทบต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของโครงการดังนั้นจึงจำเป็นจะต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการลงทุน (ชัยยศสันติวงษ์. 2539)

โดยการศึกษาความเป็นไปได้จะเริ่มต้นจากการคิดโครงการที่จะทำ แล้วจึงทำการตั้งวัตถุประสงค์ จากนั้นทำการศึกษาทางด้านสถานที่ตั้งเพื่อการดำเนินงาน โดยต้องระบุให้แน่ชัดว่าจะตั้งอยู่ที่ใด ที่จะเหมาะกับโครงการ มีการกำหนดระยะเวลาการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการวางแผนโครงการ หลังจากนั้นจะเป็นขั้นตอนในการวิเคราะห์โครงการทางด้านต่าง ๆ ดังนี้

2.1.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาซึ่งจะมีผลทำให้ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ดังนั้นผู้ที่จะทำการลงทุนในโครงการต่าง ๆ ไม่ว่าเล็กหรือใหญ่จึงควรต้องทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดเสียก่อน ทั้งนี้เพราะการศึกษาด้านการตลาดจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแน่ใจได้ในระดับหนึ่งว่า โครงการจะสามารถให้ผลตอบแทนคุ้มกับเงินที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลงทุนไปหรือไม่อีกนัยหนึ่งคือ สามารถอยู่รอดและทำกำไรได้ในระยะยาว (ฐาปนาฉิ่นไพศาล.2542)

การศึกษาด้านการตลาดนี้ถือเป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยงภัยและความไม่แน่นอน ในการตัดสินใจลงทุนในโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพเพราะการศึกษาด้านการตลาดจะศึกษาลงลึกถึงรายละเอียดที่จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และเชื่อถือได้

การศึกษาด้านการตลาดจะครอบคลุมถึงประเด็นใหญ่ๆ 3 ประเด็นประกอบด้วย

1. การศึกษาขนาดของตลาด (market size)
2. ส่วนแบ่งตลาดที่โครงการจะเข้าไปแข่งขันได้ (market share)
3. แนวโน้มของตลาด (market trend)

นอกจากนี้ยังอาจศึกษาถึงลักษณะของอุปสงค์ตลาดขอบเขตของตลาดและลักษณะลูกค้าเป้าหมายตลอดจนภาวการณ์แข่งขันในตลาดในตลาดทั้งปัจจุบันและอนาคตเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการเจาะตลาดตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเมื่อได้ตัดสินใจดำเนินโครงการอีกแล้วด้วย (ฐาปนาฉิ่นไพศาลและอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2544)

ซึ่งกระบวนการในการศึกษาทางด้านการตลาด อาจแบ่งขั้นตอนเป็นขั้นตอนใหญ่ๆได้ 4 ขั้นตอนตามลำดับดังนี้

2.1.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

เป็นสภาพแวดล้อมที่มีขอบเขตกว้างขวาง จึงต้องแบ่งรายละเอียดการศึกษาออกเป็นส่วน ๆ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานธุรกิจและเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบธุรกิจต้องตระหนัก เนื่องจากสภาพแวดล้อมภายนอกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน ประการสำคัญเป็นการยากที่ธุรกิจจะสามารถควบคุมเพื่อกำหนดทิศทางของการเปลี่ยนแปลงนั้นได้ ดังนั้นการทราบและเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นจะช่วยให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถวางแผนโครงการได้อย่างเหมาะสม จึงต้องศึกษาข้อมูลของสภาพแวดล้อมอย่างรอบคอบ ซึ่งสามารถจำแนกขั้นตอนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกออกเป็นขั้นตอน ดังนี้ (ฐาปนาฉิ่นไพศาล.2542)

1.กฎหมายการเมือง (Political)

องค์การธุรกิจต้องติดตามการดำเนินงานทางการเมือง เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ เช่น เสถียรภาพของรัฐบาล พัฒนาการทางการเมือง นโยบายของประเทศและนโยบายของรัฐที่มีต่ออุตสาหกรรม เป็นต้น ผู้บริหารจะต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อน เพื่อพิจารณาถึง โอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้น โดยผู้บริหารควรทำการตรวจสอบสภาพแวดล้อมอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสมอทั้งในสภาพเหตุการณ์ปกติและไม่ปกติ เนื่องจากสภาพแวดล้อมจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อช่วยให้ผู้บริหารกำหนดทิศทางขององค์การในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

2.เศรษฐกิจ (Economic)

ปัจจัยทางเศรษฐกิจจะเป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นปริมาณการจัดสรรและการใช้ทรัพยากร ปัจจัยทางเศรษฐกิจมีแรงผลักดันที่สำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจจะครอบคลุมหลายประเด็น เช่น รายได้ประชาชาติ อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย อัตราการจ้างงาน ดุลการชำระเงิน ดุลบัญชีเดินสะพัด อัตราภาษี และผลิตภาพ เป็นต้น โดยผู้บริหารต้องสามารถนำข้อมูลทางเศรษฐกิจมาใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อก่อให้เกิดโอกาสสูงสุดและลดอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์การ

3.สังคมและวัฒนธรรม (Social Cultural)

ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกัน ทำให้องค์การต้องทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรมท้องถิ่น วัฒนธรรมย่อย และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิต อัตราการเพิ่มหรือลดของจำนวนประชากร อายุเฉลี่ยของประชากร การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบครอบครัว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งในด้านความต้องการ คุณภาพ และคุณสมบัติของสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว โดยเฉพาะองค์การที่อยู่ในภาคธุรกิจบริการ เช่น โรงแรม โรงพยาบาล ธนาคาร และสถาบันการศึกษา เป็นต้น ที่ต้องพยายามตอบสนองความต้องการและให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจ (Satisfaction) ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่มีสำนึกในสิทธิส่วนตัว การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทางเลือก และอำนาจต่อรองมากกว่าในอดีต ซึ่งผู้บริหารจะต้องพิจารณาปัจจัยเหล่านี้ เพื่อประกอบการประเมินสภาพแวดล้อม และใช้ประกอบในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม

4.ประชากร (Population)

การเปลี่ยนแปลงทางประชากรจะกระทบต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงกลุ่มอายุ เพศ การเคลื่อนย้ายของประชากรจากต่างจังหวัดไปสู่ตัวเมืองใหญ่ และความหนาแน่นของประชากร เป็นต้น การลดลงของจำนวนประชากรที่เกิดใหม่ อันเนื่องมาจากนโยบายของการคุมกำเนิดที่ได้ผล และการมีจำนวนประชากรที่สูงอายุเพิ่มขึ้น อาจจะถูกพิจารณาได้ว่า เป็นทั้งอุปสรรค หรือโอกาสของธุรกิจบางประเภทได้

2.1.1.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรมได้นำแรงวิเคราะห์ผลักดันของปัจจัยทั้ง 5 ประการ มาทำการวัดความเข้มข้นของการแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกันที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอเพื่อวิเคราะห์ความรุนแรงของปัจจัยแต่ละประการที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ การวิเคราะห์ปัจจัยหรือสภาพการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะทำให้ทราบถึงที่มาของความรุนแรงในการแข่งขันและอิทธิพลอันเกิดจากสภาวะการแข่งขันเหล่านี้ ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม 5 ประการ เป็นแนวคิดที่มีประโยชน์อย่างมากในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมรวมทั้งความรุนแรงของปัจจัยแต่ละประการตามแนวคิดนี้ อุตสาหกรรมคือ กลุ่มขององค์กรธุรกิจที่ทำการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเหมือนหรือคล้ายกัน หรือสินค้าและบริการที่สามารถทดแทนกันได้ในลักษณะการทดแทนความต้องการของลูกค้า เช่น เหล็กและพลาสติกที่ใช้ในการประกอบรถยนต์สามารถทดแทนซึ่งกันและกันได้ ถึงแม้ว่าจะใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่แตกต่างกัน แต่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เหมือนกัน การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมจะช่วยในการบ่งชี้ถึงโอกาสและข้อจำกัดที่องค์กรธุรกิจจะต้องเผชิญ สภาวะการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจขึ้นอยู่กับสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่องค์กรธุรกิจนั้นอยู่ และสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมใด อุตสาหกรรมหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 5 ประการ ความเข้มแข็งของปัจจัยทั้ง 5 ประการนี้ บ่งบอกถึงโอกาสในการได้กำไรของธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้นๆ ยิ่งปัจจัยเหล่านี้มีความเข้มแข็งมากเพียงใดย่อมส่งผลเสียต่อการขึ้นราคาซึ่งนำไปสู่การได้กำไรของธุรกิจในอุตสาหกรรม ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดของธุรกิจ ในขณะเดียวกันถ้าปัจจัยต่าง ๆ มีความอ่อนแอย่อมเป็นโอกาสอันดีต่อธุรกิจในอุตสาหกรรมเนื่องจากธุรกิจสามารถได้กำไรได้มากขึ้น แต่เนื่องจากสภาวะอุตสาหกรรมมีการพัฒนาอยู่เสมอดังนั้นความเข้มแข็งหรือผลของปัจจัยทั้ง 5 ประการนี้สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอปัจจัยสำคัญที่ธุรกิจจะต้องทำ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูงสุด ได้แก่การหาตำแหน่งในอุตสาหกรรมที่จะสามารถมีอิทธิพลเหนือปัจจัยทั้ง 5 ประการ (พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์และพสุ เดชะรินทร์.2542)

ความเข้มแข็งของปัจจัยทั้ง 5 ประการ จะเป็นตัวบ่งบอกถึงโอกาสในการได้กำไรของธุรกิจภายในอุตสาหกรรมนั้นๆ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงส่วนประกอบย่อยๆ ของแต่ละปัจจัยอย่างละเอียดเพื่อให้สามารถวิเคราะห์ถึงโอกาสและความเสี่ยงของอุตสาหกรรมนั้นๆ ได้ ลักษณะที่สำคัญของปัจจัยทั้ง 5 ประการประกอบด้วย

1. ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งขันใหม่ คู่แข่งขันรายใหม่ ได้แก่องค์กรธุรกิจอื่นที่ในขณะนั้นอยู่ภายนอกอุตสาหกรรมแต่มีความสามารถและแนวโน้มที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรม โดยปกติแล้วองค์กรธุรกิจเดิมที่อยู่ในอุตสาหกรรมจะพยายามป้องกันไม่ให้องค์กรใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรม เนื่องจากองค์กรใหม่ที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมจะส่งผลกระทบต่อสภาวะในการแข่งขันในอุตสาหกรรมเป็นข้อจำกัดที่สำคัญต่อการดำเนินงานและการแข่งขันขององค์กรธุรกิจเดิมในอุตสาหกรรมเนื่องจากองค์กรใหม่ที่เข้ามาย่อมต้องการส่วนแบ่งตลาด ซึ่งเป็นผลเสียต่อองค์กรเดิมที่มีอยู่แล้วยกเว้นในกรณีที่ตลาดมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว การเข้ามาของธุรกิจใหม่ๆก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น อาจมีการลดราคาสินค้าและบริการลง โดยใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตัดสินใจเข้าสู่อุตสาหกรรมขององค์กรธุรกิจใหม่จะขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญสองประการได้แก่ ต้นทุนในการเข้าสู่อุตสาหกรรมและการโต้ตอบจากองค์กรธุรกิจเดิม

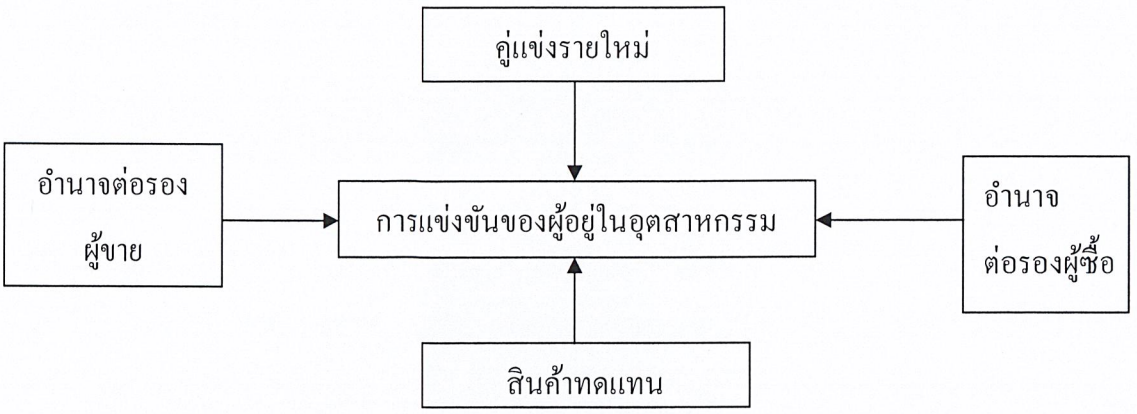
2.ความรุนแรงของสภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน สภาวะการแข่งขันระหว่างธุรกิจต่างๆ จะทวีความรุนแรงขึ้นเมื่อองค์กรธุรกิจหนึ่งมองเห็นช่องทางในการได้กำไรมากขึ้น หรือถูกคุกคามจากการกระทำขององค์กรธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น การลดราคา การต่อสู้ทางด้านการตลาด การแนะนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาดหรือการเพิ่มการให้บริการหลังการขายให้แก่ลูกค้า ถ้าสถาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมไม่รุนแรง โอกาสที่องค์กรธุรกิจต่างๆจะขึ้นราคาสินค้าและบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งกำไรที่มากขึ้นก็จะมีมาก

3.การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ธุรกิจในอุตสาหกรรมหนึ่งอาจจะมีการแข่งขันกับธุรกิจในอุตสาหกรรมอื่นที่ผลิตสินค้าที่มีลักษณะที่ทดแทนกันได้ ซึ่งอาจเป็นสินค้าคนละชนิดกัน แต่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เหมือนกัน การมีสินค้าทดแทนในอุตสาหกรรมอื่นย่อมก่อให้เกิดข้อจำกัดในการตั้งราคาสินค้าไม่ให้สูงเกินไปเนื่องจากลูกค้าอาจจะหันไปใช้สินค้าที่ทดแทนกันได้ และถ้าค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ (switching cost) ต่ำ ปัจจัยในด้านการใช้สินค้าทดแทนก็จะมีผลต่ออุตสาหกรรมมากขึ้น เช่น ชาอาจเปลี่ยนเป็นสินค้าทดแทนของกาแฟ ถ้ากาแฟมีราคาสูงขึ้นมากลูกค้าอาจจะเปลี่ยนหันมาดื่มชาแทน ธุรกิจที่สามารถผลิตสินค้าที่ไม่มีสินค้าทดแทนได้ย่อมมีผลตอบทนที่สูงเนื่องจากสามารถตั้งราคาของสินค้าได้สูงโดยที่ไม่ต้องกลัวสินค้าทดแทน ถ้าอุตสาหกรรมใดมีสินค้าทดแทนได้ง่าย ย่อมไม่สามารถหากำไรได้มากเนื่องจากลูกค้าจะหันไปใช้สินค้าทดแทนแทน

4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อผู้ซื้อจะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม ถ้าผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองหรือมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาของสินค้าและบริการให้ต่ำ หรือมีอิทธิพลในการต่อรองให้องค์กรธุรกิจเพิ่มคุณภาพของสินค้าและบริการให้มากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อองค์กรธุรกิจในแง่ต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้น ในขณะที่ผู้ซื้อไม่มีความเข้มแข็งหรือไม่มีอำนาจต่อรองย่อมเปิดโอกาสให้องค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมสามารถขึ้นราคาสินค้าได้โดยง่าย การที่ผู้ซื้อจะมีอำนาจมากหรือน้อยย่อมขึ้นอยู่กับอำนาจต่อรองที่ผู้ซื้อมีต่อองค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรม

5. อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์จะมีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมเนื่องจากสามารถกำหนดให้สินค้ามีราคาสูงหรือต่ำ เพิ่มหรือลดคุณภาพของสินค้าได้ ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนและกำไรขององค์กรธุรกิจ ในกรณีที่ผู้ขายวัตถุดิบมีความอ่อนแอหรือมีอำนาจในการต่อรองต่ำย่อมถูกผู้ซื้อกดราคา และเรียกร้องสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่1แรงผลักดัน 5 ประการในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม
ที่มา: พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์และพสุ เดชะรินทร์.2542

2.1.1.3 การวิเคราะห์สภาวะตลาด

เพื่อศึกษาถึงขนาดของตลาด แนวโน้มของตลาด และส่วนแบ่งตลาดโดยมีรายละเอียดที่สำคัญ 3 ประการคือ

1. ขนาดตลาด(market size)เป็นการศึกษาถึงขนาดตลาดในภาพกว้างเพื่อให้ทราบว่าตลาดที่เราจะทำการศึกษามีขนาดเล็กหรือใหญ่เพียงใดและเมื่อศึกษาในภาพกว้างแล้วก็จะศึกษาขอบข่ายตลาดที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้นคือการศึกษาถึงส่วนของตลาดที่ผลิตภัณฑ์ของโครงการมุ่งเข้าไปตอบสนองทั้งนี้เพื่อทราบถึงขนาดและกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้นอย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยอื่นที่เป็นตัวกำหนดขนาดของตลาดอีก

1.1 อำนาจการซื้อ (purchasing power) ซึ่งก็คือรายได้ของผู้คนในตลาดนั้นๆโดยดูจากรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (per capita income)

1.2 อัตราการบริโภค (consumption rate) ซึ่งหมายถึงความถี่ในการบริโภคสินค้านั้นๆ นิยมวัดเป็นปริมาตรหรือหน่วยน้ำหนักเช่นวัดเป็นลิตรต่อปีหรือกิโลกรัมต่อปี อนึ่งเมื่อศึกษาสภาพกว้างแล้วถ้าทำได้ควรศึกษาขอบข่ายตลาดที่เฉพาะเจาะจงขึ้นกล่าวคือศึกษาถึงส่วนของตลาด (market segment) ที่ผลิตภัณฑ์ของโครงการมุ่งเข้าไปตอบสนองทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงขนาดของตลาดที่ถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้น

2.แนวโน้มของตลาด (market trend)เป็นการศึกษาที่แสดงถึงทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ว่าจะมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไปนิยมวัดเป็นอัตราการขยายตัว (growth rate) หน่วยเป็นร้อยละ

3. ส่วนแบ่งตลาด (market share)หมายถึงความสามารถของธุรกิจในอันที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้

ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาดมี 2 ประการคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 ความเข้มข้นของการแข่งขัน (competition)

3.2 ความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (customer satisfaction)

กล่าวคือ ถ้าในอุตสาหกรรมที่เข้าไปนั้นมีการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งหมายถึง มีผู้แข่งขันหลายราย และแต่ละรายก็มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง กรณีเช่นนี้ จะส่งผลให้โอกาสที่โครงการจะเข้าไปแย่งส่วนแบ่งตลาดมาครองกระทำได้ยากขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าโครงการเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคได้เหนือกว่าผู้ประกอบการอื่นๆโอกาสที่โครงการจะแย่งส่วนแบ่งตลาดมาครองมากขึ้นก็จะมีสูง

การทราบถึงขนาดของตลาด แนวโน้มตลาด และส่วนครองตลาดที่จะแย่งมาได้ จะช่วยให้โครงการหรือธุรกิจ สามารถประมาณการยอดขายในแต่ละปี ซึ่งจะนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการทำงบกำไรขาดทุนที่คาดคะเน (performa income statement) อันเป็นงบการเงินที่มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริหารว่าจะตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจนั้นหรือไม่

2.1.1.4 การพยากรณ์ความต้องการของตลาด

เมื่อผู้ประกอบการโครงการได้ทำการวิเคราะห์สภาวะตลาดแล้วขั้นตอนต่อไปก็คือการพยากรณ์ความต้องการของตลาด (market demand estimate) ซึ่งหมายถึงการพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดในรูปของจำนวนเงินหรือจำนวนหน่วยสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งของกลุ่มผู้บริโภคภายในขอบเขตพื้นที่หนึ่งและระยะเวลาที่กำหนดให้ภายใต้โปรแกรมการตลาดและสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่กำหนดขึ้นจากความหมายของการพยากรณ์ความต้องการของตลาดดังกล่าวมีข้อควรพิจารณาดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (product) ที่จะพยากรณ์ความต้องการของตลาดควรระบุให้ได้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นอะไรและตลาดของผลิตภัณฑ์เป็นอะไรและตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นคือใคร

2. กลุ่มผู้บริโภค (customer group) ในการพยากรณ์ความต้องการของตลาดต้องระบุกลุ่มผู้บริโภคว่าเป็นส่วนใดส่วนหนึ่งของตลาดหรือเป็นผู้บริโภคในตลาดทั้งหมด

3. ขอบเขตพื้นที่ (geographical area) ควรมีการกำหนดขอบเขตพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ทำการประมาณความต้องการของตลาด

4. ระยะเวลา (time period) ควรมีการระบุระยะเวลาที่ทำการพยากรณ์ความต้องการเช่นในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2551 ถึงปีพ.ศ. 2558 เป็นต้น

5. โปรแกรมทางการตลาด (marketing program) ในการพยากรณ์ความต้องการของตลาดควรต้องพิจารณาถึงการจัดการทรัพยากรทางการตลาดหรือจัดงบประมาณทางการตลาดให้แก่ตลาดเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ตลอดจนส่วนประสมทางการตลาดที่คาดว่าจะใช้อันได้แก่ผลิตภัณฑ์การกำหนดราคาการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดว่าก่อให้เกิดประสิทธิผลทางการตลาดจากการใช้เงินลงทุนดังกล่าวอย่างไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. สภาพแวดล้อมทางการตลาด (marketing environment) เป็นการพิจารณาถึงปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้เช่นเศรษฐกิจสังคมการเมืองเทคโนโลยีประชากรและสิ่งแวดล้อม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางด้านการตลาด เป็นการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ จะมีประโยชน์อย่างมากในการวางแผนทางการตลาด

2.1.1.5 การประมาณการยอดขายสินค้า

เมื่อได้มีการวิเคราะห์สภาวะตลาดในปัจจุบันตลอดจนพยากรณ์ความต้องการของตลาดในอนาคตของผลิตภัณฑ์ทั้งอุตสาหกรรมแล้วขั้นตอนต่อไปก็คือการพยากรณ์ยอดขายสินค้าของโครงการซึ่งมีวิธีพื้นฐานที่นิยมใช้ในการพยากรณ์ยอดขายก็คือการคาดคะเนส่วนแบ่งตลาดที่โครงการนั้นจะได้รับว่าเป็นร้อยละเท่าใดของตลาดรวมดังกล่าวอย่างไรก็ตามในการคาดคะเนยอดขายของโครงการยังควรพิจารณาถึงสภาวะเศรษฐกิจการแข่งขันระดับกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้การโฆษณาและการส่งเสริมการขายและปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องด้วยจากนั้นเมื่อได้ยอดขายโดยประมาณแล้วก็จะนำมาจัดทำเป็นแผนยอดขายหรือที่เรียกว่าการประมาณการยอดขายสินค้าซึ่งแสดงถึงจำนวนเงินที่ได้รับจากการขายสินค้าในช่วงระยะเวลาที่กำหนดซึ่งหาได้จากปริมาณขายที่คาดคะเนคูณด้วยราคาขายต่อหน่วย

$$\text{ยอดขาย} = \text{อัตราผู้บริโภคต่อปี} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย} \qquad (2.1)$$

2.1.1.6 การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด

ในขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการศึกษาด้านการตลาดคือการสรุปผลการศึกษาที่ได้ทาการวิเคราะห์ข้อมูลจากด้านต่างๆมาแล้วว่าโครงการจะพบปัญหาและอุปสรรคใดบ้างและจะมีความเป็นไปได้ของโครงการเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจทางด้านการตลาดเป็นหลักโดยดูจากข้อมูลที่ทาการวิเคราะห์ไว้ตามหัวข้อต่างๆดังที่ได้กล่าวมาแล้วไม่ว่าจะเป็นทางด้านขนาดตลาดที่ศึกษาว่าขนาดตลาดบริเวณโครงการใหญ่หรือเล็กและการที่จะเข้าไปดึงส่วนแบ่งตลาดมาเป็นของโครงการเรามีมากน้อยเพียงใดแนวโน้มในการเจริญเติบโตของธุรกิจที่เราทำการศึกษานั้นเป็นในทางบวกหรือลบเพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งคำตอบที่ว่าโครงการดังกล่าวควรทำการศึกษาความเป็นไปได้ด้านอื่นๆต่อไปหรือไม่กล่าวคือถ้าผลการศึกษาด้านการตลาดออกมาน่าพอใจคือมีอุปสงค์หรือความต้องการตลาดในผลิตภัณฑ์ของโครงการมีมากพอเมื่อนำไปเทียบกับคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาดแล้วเราสามารถได้ส่วนครองตลาดมาจำนวนหนึ่งรวมถึงการประมาณการยอดขายที่ได้ต้องไม่ต่ำหรือสูงจนเกินไปการพยากรณ์การตลาดที่ควรมีแนวโน้มของผู้บริโภคที่เพิ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มากขึ้นทำให้ตลาดกว้างมากยิ่งขึ้นและสภาวะตลาดที่เอื้ออำนวยต่อโอกาสที่จะทำให้โครงการประสบความสำเร็จได้ถ้าหากการศึกษาด้านการตลาดมีคุณสมบัติครบถ้วนและตลาดที่เลือกนั้นเหมาะแก่การลงทุนในการทำธุรกิจโครงการก็ควรทำการศึกษาด้านอื่นๆเป็นลำดับต่อไป

2.1.2 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิคจะทำให้ทราบถึงกระบวนการผลิตขั้นตอนการผลิตคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การกำหนดขนาดพื้นที่ของโครงการการเลือกเครื่องมือเครื่องใช้อุปกรณ์ที่จำเป็นต่อโครงการกำลังการผลิตที่โครงการสามารถจะทำได้ ทำเลที่ตั้งของโครงการเพื่อที่จะดูว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไรและมีหนทางที่จะแก้ไขปัญหาอย่างไรการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคจะบอกถึงความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคนอกจากนั้นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคยังเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนคาดคะเนผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเลือกด้านเทคนิคต่างๆเช่นในแง่ของการว่าจ้างงานอิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อมวลมนุษย์ปัญหาต่างๆและอุปสรรคของโครงการอยู่ที่ปัจจัยใดตลอดจนวิธีแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในโครงการซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคนั้นมีแนวทางในการพิจารณาและมีเกณฑ์การตัดสินใจในการลงทุนซึ่งการวิเคราะห์ด้านเทคนิคมีแนวทางในการพิจารณาดังต่อไปนี้ (ฐาปนาฉิ่นไพศาลและอัจฉรา ชีวะตระกลูกิจ. 2544)

2.1.2.1 แนวทางในการวิเคราะห์ทางเทคนิค

1. ระบบการผลิตโครงการแต่ละโครงการจะมีระบบการผลิตที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะทำการผลิตถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงในการผลิตจะมีระบบการผลิตที่มีความยุ่งยากซับซ้อนในทางตรงกันข้ามถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีน้อยระบบการผลิตก็จะเป็นแบบง่ายไม่มีความยุ่งยากอย่างไรก็ตามระบบการผลิตจะประกอบด้วยพื้นฐานด้วยกัน 3 ประการคือ

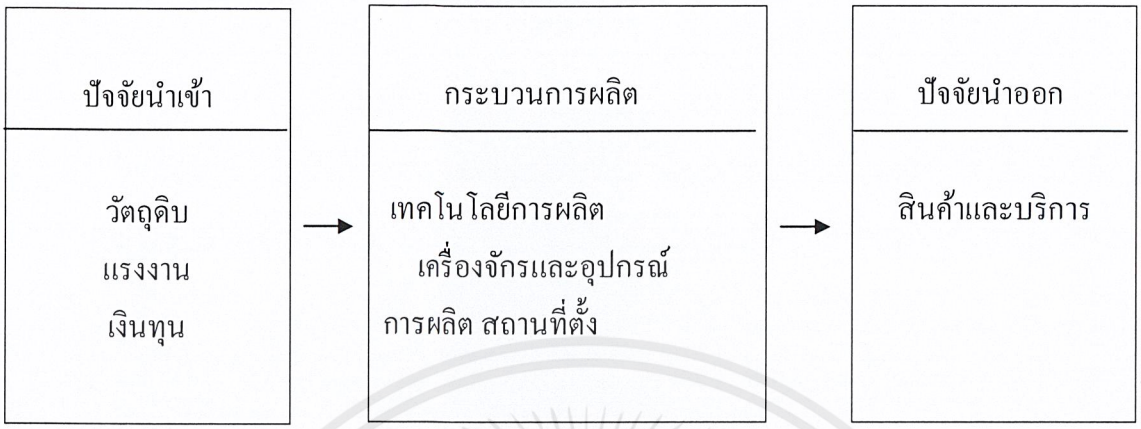
1.1 ปัจจัยนำเข้าหมายถึงปัจจัยที่ใช้เป็นพื้นฐาน จะทำให้โครงการเกิดผลผลิตขึ้นมาได้แก่วัตถุดิบของโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆตัวอย่างเช่นในอุตสาหกรรมการผลิตสับปะรดกระป๋องวัตถุดิบของโรงงานก็คือสับปะรดโรงงานอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์วัตถุดิบก็คือตัวถังรถยนต์กระจกยางรถยนต์เป็นต้นกำลังคนสำหรับโครงการที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจขายบริการเช่นโรงแรมและเงินทุนซึ่งเป็นปัจจัยนำเข้าที่ใช้ในการผลิตที่ทำให้โครงการดำเนินไปได้

1.2 กระบวนการผลิตหมายถึงกรรมวิธีในการแปรสภาพปัจจัยนำเข้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือบริการซึ่งในที่นี้หมายถึงเทคโนโลยีในการผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตและสถานที่ตั้งของโครงการ

1.3 ปัจจัยนำออกหมายถึงผลผลิตขั้นสุดท้ายของกระบวนการผลิตของแต่ละโครงการซึ่งจะออกมารูปของสินค้าหรือบริการเช่นโรงงานผลิตคอมพิวเตอร์จะมีปัจจัยนำออกก็คือเครื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คอมพิวเตอร์โรงงานผลิตโทรทัศน์ปัจจัยนำออกก็คือโทรทัศน์ธุรกิจโรงแรมปัจจัยนำออกก็คือการให้บริการ



ภาพที่2ปัจจัยนำออก

2. กระบวนการผลิต สามารถแยกกระบวนการออกเป็น 5 ประเภท

2.1 การผลิตแบบโครงการ (Project Manufacturing/Project Process) เป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ราคาแพง และมีลักษณะเฉพาะตามความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย เช่น การสร้างเขื่อน การสร้างทางด่วน การต่อเรือดำน้ำ การต่อเครื่องบิน ฯลฯ การผลิตแบบโครงการมักมีปริมาณการผลิตต่อครั้งน้อยมากหรือผลิตครั้งละชิ้นเดียวและใช้เวลานาน การผลิตจะเกิดขึ้นที่สถานที่ตั้งของโครงการ (Site) เมื่อเสร็จงานโครงการหนึ่งจึงย้ายทั้งคนและวัสดุสิ่งของเครื่องมือต่าง ๆ ไปรับงานใหม่ เครื่องมือที่ใช้จึงเป็นแบบอเนกประสงค์ซึ่งเคลื่อนย้ายได้ง่าย และคนงานต้องสามารถทำงานได้หลายอย่างจึงต้องใช้แรงงานมีฝีมือที่ผ่านการอบรมอย่างดี

2.2 การผลิตตามคำสั่งซื้อ (Made to order/Jobbing Process) เป็นการผลิตที่คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย การเตรียมการผลิตและวัตถุดิบที่ต้องการจะใช้ตลอดจนกระบวนการผลิตจึงไม่สามารถคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าได้ เครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ต้องเป็นแบบอเนกประสงค์และผู้ผลิตต้องมีความสามารถและความชำนาญหลายอย่าง เพื่อทำการผลิตสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้ ตัวอย่างของการผลิตตามคำสั่งซื้อได้แก่ การตัดเย็บชุดวิวาห์ การทำผม ฯลฯ

2.3 การผลิตแบบช่วงตอน (Batch Production) เป็นกระบวนการผลิตที่สินค้ามีลักษณะเหมือนกันจำนวนมาก มีลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตแยกเป็นกลุ่มๆ ในแต่ละกลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะผลิตตามมาตรฐานเดียวกันทั้งล็อต ขั้นตอนการผลิตจึงมีแบบแผนลำดับเหมือนกันเป็นกลุ่มๆ ตามล็อตการผลิตเหล่านั้น เช่น การเย็บเสื้อโหล ชิ้นส่วนของรถยนต์

2.4การผลิตแบบตามสายงาน หรือการผลิตแบบซ้ำ (Line- Flow หรือ Assembly หรือ Repetitive Production) เป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันในปริมาณมากโดยไม่มีการปรับขั้นตอนการผลิตใหม่ เช่น การผลิตแชมพู การผลิตรถยนต์ การผลิตเครื่องซักผ้า การผลิตแบบไหลผ่านจะมีเครื่องจักอุปกรณ์เฉพาะของแต่ละสายผลิตภัณฑ์แยกต่างหาก โดยไม่มีการใช้เครื่องจักรร่วมกัน เครื่องจักรอุปกรณ์จะเป็นแบบเฉพาะงานสำหรับแต่ละสายผลิตภัณฑ์เพื่อการผลิตที่รวดเร็ว และได้ปริมาณมาก

2.5 การผลิตแบบต่อเนื่อง (Continuous Process หรือ Continuous Flow Production) เป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวในปริมาณที่มากอย่างต่อเนื่องโดยใช้เครื่องจักรเฉพาะอย่าง ซึ่งมักจะเป็นการผลิตหรือแปรรูปทรัพยากรธรรมชาติให้เป็นวัตถุดิบในการผลิตขั้นตอนต่อไป เช่น การกลั่นน้ำมัน การผลิตสารเคมี การทำกระดาษ ฯลฯ

3. การวางผังกระบวนการผลิต สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท

3.1การวางผังโรงงานตามชนิดของผลิตภัณฑ์ (Product Layout) เป็นการจัดผลิตให้เรียงตามลำดับขั้นตอนการผลิตของผลิตภัณฑ์ การจัดผังโรงงานแบบนี้ บางทีเรียกว่าเป็นการจัดแบบเป็นแถว (Line Layout) (เดชา ทิพยมาศ. 2536) โรงงานแบบนี้จะเป็นการผลิตสินค้าชนิดเดียวหรือสินค้าหลายชนิดที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันการดำเนินการผลิตมักจะเป็นการผลิตแบบต่อเนื่องเช่น การผลิตอาหารกระป๋องผลไม้กระป๋อง เบียร์ การผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทแก้ว ฯลฯ ซึ่งการดำเนินการเช่นนี้จะทำให้การจัดเครื่องจักรเครื่องมือทำได้อย่างไม่ยุ่งยาก ผู้วางผังโรงงานสามารถกำหนดขั้นตอนการผลิต เพื่อให้การผลิตดำเนินการไปได้โดยที่ไม่มีการขนย้ายสินค้าย้อนทางเดิน(ฉลวย ธีระเผ่าพงษ์. 2532)

3.2 การวางผังโรงงานแบบตามกระบวนการผลิต (Process Layout) สำหรับงานที่ผลิตสินค้าแต่ละแบบต้องใช้ชิ้นส่วนต่าง ๆ มากมาย การวางผังแบบตามกระบวนการผลิต จะเป็นการรวมเอาเครื่องจักรที่มีลักษณะการใช้งานเหมือนกันเข้าไว้ในพื้นที่ส่วนเดียวกันของโรงงาน การวางผังการผลิตแบบนี้เหมาะกับการผลิตที่ทราบจำนวนแน่นอน หรืองานเป็นหน่วย ๆที่ทราบปริมาณการผลิตที่แน่นอน (อรนุช จรูญโรจน์, 2530)

3.3 การวางผังโรงงานแบบผสม (Mixed Layout/ hybrid) ในปัจจุบันโรงงานส่วนใหญ่จะใช้ระบบการวางผังโรงงานแบบผสม ระหว่างการวางผังโรงงานตามชนิดของผลิตภัณฑ์กับการวางผังโรงงานแบบตามกระบวนการผลิต ซึ่งช่วยลดข้อเสียจากทั้ง 2 แบบ

3.4 การวางผังตามตำแหน่ง (Fixed Position Layout)การวางผังโรงงานแบบชิ้นงานอยู่กับที่ (Fixed Position Layout) แต่มีการเคลื่อนย้ายเครื่องจักร เครื่องมืออุปกรณ์ซึ่งเป็นที่ใช้กันไม่ค่อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มากนักส่วนมากจะเป็นการวางผังเพื่อผลิตชิ้นงานที่มีขนาดใหญ่ เช่น การต่อเรือ (Ship construction) เครื่องบิน (aircraft) เป็นต้น

4. ทำเลที่ตั้งการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากในการตัดสินใจทางธุรกิจเพราะทำเลที่ตั้งจะมีผลต่อต้นทุนและรายได้ในระยะยาวที่จะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานซึ่งการที่จะพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งจะต้องมีต้นทุนรวมในการเลือกทำเลที่ตั้งที่ต่ำที่สุดเนื่องจากทำเลที่ตั้งเป็นแหล่งที่จะทำให้ธุรกิจสามารถประกอบกิจกรรมได้สะดวกที่สุดโดยคำนึงถึงกาไรและค่าใช้จ่ายความสามารถในการขนส่งและการจัดจำหน่ายการจัดหาวัตถุดิบและสภาพแวดล้อมอื่นๆ ตลอดระยะเวลาที่ธุรกิจประกอบกิจกรรมซึ่งในการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการจะมีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงเพราะจะมีผลกระทบต่อการตัดสินใจทางธุรกิจปัจจัยที่ธุรกิจต้องนำมาพิจารณาสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1.ปัจจัยที่เกี่ยวกับการผลิตซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการผลิตได้แก่ที่ดินแรงงานวัตถุดิบตลาดการขนส่งสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

2.ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปซึ่งไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตโดยตรงได้แก่กฎหมายภาษีทัศนคติของชุมชนและการเมือง

2.1.2.2 การสรุปผลการศึกษาด้านเทคนิค

ขั้นตอนสุดท้ายในการศึกษาด้านเทคนิคคือการสรุปผลการศึกษาที่จะให้ทราบคำตอบว่าโครงการควรทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินต่อไปหรือไม่กล่าวคือถ้าผลการศึกษาทางด้านเทคนิคที่ได้จากการวิเคราะห์มีความน่าสนใจในการลงทุนทั้งทางด้านทำเลที่ตั้งว่าสถานที่ที่โครงการเลือกนั้นตั้งอยู่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายหรือไม่รวมถึงระบบสาธารณูปโภคว่ามีความพร้อมเพียงใดการผลิตที่มีการวางแผนกำลังการผลิตที่สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงและสุดท้ายคือปัจจัยนำออกที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้าหากมีคุณสมบัติครบถ้วนก็จะทำการศึกษาด้านทางการเงินเป็นลำดับต่อไป

2.1.3 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงินเป็นการวิเคราะห์ที่จะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไรรวมถึงการวางแผนทางการเงินและการวางแผนกำไรเพื่อทำให้ผู้ประกอบธุรกิจเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆเกิดขึ้นกับโครงการการศึกษาด้านการเงินของโครงการจึงเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการลงทุนว่าจะต้องใช้เงินในด้านใดบ้างเป็นจำนวนเท่าใดจะหาแหล่งเงินทุนได้จากแหล่งใดโครงการนี้จะให้ผลตอบแทนการลงทุนสูงต่ำอย่างไรนอกจากนี้ยังจะต้องมีการวิเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความอ่อนไหวของโครงการเพื่อดูว่าอัตราผลตอบแทนของการลงทุนจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร หากมีการเปลี่ยนแปลงในราคาวัตถุดิบปริมาณการผลิตหรือราคาขายฯลฯในอนาคตทั้งนี้เพื่อทดสอบถึงความเป็นไปได้ของโครงการในสภาพการณ์ต่างๆที่ผิดไปจากที่ได้คาดคะเนเอาไว้แต่เดิม โดยการวิเคราะห์ทางด้านการเงินนั้นจำเป็นต้องนาข้อมูลจากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดและความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจและคาดคะเนรายรับตลอดจนพิจารณาต้นทุนที่จะเกิดขึ้นว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านการเงินและมีลู่ทางในการลงทุนเพียงใดโดยการนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์และการประเมินค่าโครงการลงทุนเพื่อพิจารณาว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ซึ่งการวิเคราะห์ด้านการเงินสามารถแบ่งออกได้ดังนี้ (ประสิทธิ์ตงยิ่งศิริ. 2538)

2.1.3.1 ระยะเวลาคืนทุน (payback period: PB)

คือระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินการมีค่าเท่ากับเงินลงทุนของโครงการเริ่มแรก โดยพิจารณาถึงจำนวนปีที่จะได้รับผลตอบแทนจะคุ้มกับเงินลงทุนจะใช้ระยะเวลาเท่าไหร่ หากระยะเวลาที่คำนวณได้นั้นมีค่ามากกว่าระยะเวลาของโครงการซึ่งกำหนดไว้ 3 ปีนั้น จะถือว่าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ และเนื่องจากกระแสเงินสดของโครงการที่ได้รับจากการลงทุนในแต่ละปีไม่เท่ากัน ดังนั้นการคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนจะใช้วิธีบวกกระแสเงินสดรับจากการลงทุนในแต่ละปีจนกระทั่งมียอดรวมเท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการพอดี แต่ถ้าในปีที่บวกกระแสเงินสดรับแล้วมีจำนวนเงินรวมมากกว่าเงินสดจ่ายลงทุนเริ่มแรก ในปีนั้นจะเป็นช่วงเวลาที่ไม่สามารถคิดเวลาได้เต็มปี จึงต้องคำนวณหาเศษส่วนเวลาที่เหลือโดยคำนวณได้จากจำนวนปีที่สามารถคำนวณทบกับมูลค่ากระแสเงินสดรับได้ทั้งจำนวน บวกกับเศษส่วนเวลาที่ไม่สามารถนับได้เต็มปี

2.1.3.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการคือผลรวมของผลตอบแทนสุทธิที่ได้ปรับค่าของเวลาแล้ว ซึ่งมุ่งหวังว่าโครงการจะให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าหรือมีกำไร ถ้าค่าของ NPV ที่ได้ออกมาเป็นลบหรือต่ำกว่าศูนย์แสดงว่าการลงทุนตามโครงการนั้นไม่คุ้มค่าและจะถือว่าโครงการนั้นขาดทุนหรือไม่มีความเป็นไปได้ คำนวณได้จากนำกระแสเงินสดสุทธ์ของโครงการในแต่ละปี (ตลอดอายุโครงการ) คูณกับค่าที่เปิดตารางค่าปัจจุบันหรือ pvifของแต่ละปีตลอดอายุโครงการที่ได้จากอัตราดอกเบี้ยที่โครงการกำหนด ในที่นี้ใช้อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 10 ตามอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร จากนั้นนำค่ารวมของกระแสเงินสดสุทธิที่ปรับค่าแล้วนำมาลบกับเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ แล้วจึงนำผลลัพธ์ที่ได้มาทำการวิเคราะห์ว่าโครงการมีความคุ้มค่าหรือไม่

2.1.3.3อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

เกณฑ์อัตราผลตอบแทนของโครงการหรือ IRR มีลักษณะที่คล้ายกับการหา NPV แต่จะแตกต่างกันก็ตรงที่เปลี่ยนจากอัตราดอกเบี้ยที่กำหนดใน NPV มาเป็นอัตราดอกเบี้ยที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำการทดลองหาไปเรื่อยๆใน IRR การคำนวณกา IRR เริ่มจากการหาอัตราดอกเบี้ยที่จะทำให้ผลรวมของมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (ซึ่งปรากฏออกมาเป็นบวกหรือลบ) รวมกันแล้วมีค่าเป็นศูนย์

2.1.3.4 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (benefit cost ratio: B/C Ratio)

เป็นการหาอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุโครงการ ค่าใช้จ่ายในที่นี้คือ ค่าใช้จ่ายทั้งทางด้านทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและบำรุงรักษา คือค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นที่ไม่มีการแบ่งแยกว่าเป็นค่าใช้จ่ายประเภทใด

2.1.3.5 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (sensitivity analysis)

เป็นการวิเคราะห์ดูว่าปัจจัยใดที่มีผลการทบต่อโครงการ ถ้าปัจจัยนั้นมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายลดลงหรือเพิ่มขึ้น ยอดขายเพิ่มขึ้นหรือลดลงกว่าที่คาดคะเนไว้ ผลการวิเคราะห์จะแสดงให้เห็นว่าโครงการมีความทนทานต่อความเสี่ยงมากน้อยเพียงใด

2.1.3.6 การสรุปผลการศึกษาทางด้านการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน เป็นการวิเคราะห์ที่จะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไร รวมถึงการวางแผนทางการเงินและการวางแผนกำไรเพื่อทำให้ผู้ประกอบธุรกิจเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆ เกิดขึ้นกับโครงการหากการศึกษาทางด้านการเงินมีความเป็นได้ ก็ควรดำเนินโครงการในขั้นต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ตรวจสอบเอกสาร

ยุทธดนัย อ๋องสกุล (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารจานด่วนของผู้บริโภคใน ตำบล ตลาดใหญ่ อำเภอ เมือง จังหวัดภูเก็ต โดยในงานวิจัยนี้ได้สำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 397คน จากคนที่บริโภคอาหารจานด่วนใน ตำบล ตลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเฉลี่ยค่าร้อยละ, t-test, F-test นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารจานด่วนของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต ด้านของสินค้าและบริการผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อที่พนักงานให้บริการ โดยพนักงานที่ให้บริการจะต้องมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส ด้านราคา ราคาจะต้องถูกต้องกบที่ติดไว้หน้าของเมนู ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จะต้องมีความสะดวกในการเดินทางและสุดท้ายในด้านการส่งเสริมการขาย จะต้องมีรูปประกอบกับเมนูอาหาร เพื่อให้อาหารดูน่ารับประทานและง่ายต่อการตัดสินใจสั่งรับประทาน สำหรับการเปรียบเทียบด้านปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของรายได้ต่อเดือน เพศ ระดับการศึกษา อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารจานด่วนนั้น พบวามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของสถานภาพ พบวามีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารจานด่วนไม่แตกต่างกัน

กนกทิพย์ ปิยะศิริพนธ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเจ ในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านอาหารเจ และศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเจของประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการศึกษาครั้งนี้จะทาการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้รับประทานอาหารเจ จำนวน 384 ตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษามี 2 กลุ่ม ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเคยรับประทานอาหารเจ และผู้ประกอบการร้านอาหารเจ 2 ราย ทางด้านวิธีการศึกษา เป็นการศึกษาที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 2 ร้าน โดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร หนังสือ บทความที่เกี่ยวข้อง และสร้างแบบสอบถามจากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่าจากการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนทั้ง 3 ด้าน พบว่า ร้านอาหารเจที่มีการดำเนินงานทางด้านการเงินตามรายละเอียดข้างต้นมีความคุ้มค่าทางด้านการเงิน คือมีระยะเวลาคืนทุนภายใน 1 ปี 198 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิหลังสิ้นสุดโครงการ 5 ปี เท่ากับ 790,291 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน ซึ่งในปัจจุบันอยู่ในอัตรา 2.75% (ธนาคารกสิกรไทย เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคม 2551) ส่วนอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 63.74% ข้อเสนอแนะการนำผลการศึกษาไปใช้ คือ ผู้ลงทุนควรหาข้อมูล ข่าวสารและติดตามสถานการณ์ของอาหารเจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้แน่ใจว่าผู้บริโภคมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวโน้มที่ต้องการบริโภคอาหารเจ อยู่ในระดับที่น่าลงทุน ไม่ควรสนใจเฉพาะช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น และควรเน้นเรื่องของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ รสชาติ ความสะอาดของอาหาร รวมทั้งการมีคุณค่าทางโภชนาการ ตามความต้องการของผู้บริโภค

อนุศราอะหวัง (2554) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในร้านอาหารเพื่อสุขภาพพร้อมบริการนำส่ง "Healthy Tasty" ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะของพอติกรรมการรับประทานอาหารของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ศึกษาทัศนคติและการยอมรับของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และประเมินถึงความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจนำส่งอาหารเพื่อสุขภาพ โดยการศึกษาครั้งนี้จะทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ เช่น สถิติงานวิจัย เอกสารสิ่งพิมพ์ และวารสารต่างๆ และ ข้อมูลปฐมภูมิ จากแบบสอบถาม การสังเกตุการณ์ และการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่าจากการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนทั้ง 3 ด้าน พบว่าร้านอาหารที่มีการดำเนินงานทางด้านการเงินตามรายละเอียดข้างต้นมีความคุ้มค่าทางด้านการเงิน คือ มีระยะเวลาคืนทุนภายใน 1.6 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิหลังสิ้นสุดโครงการเท่ากับ 5,536,480 บาท และอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนมีค่าเท่ากับ 24% ซึ่งมากกว่าอัตราต้นทุนทางการเงินถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของโครงการ มีค่าเท่ากับ 6.97% หมายความว่าบริษัทสามารถสร้างผลตอบแทนได้มากกว่าต้นทุนทางการเงินที่ได้ลงทุนไป

พัชรีย์ ปราบรัตน์ (2554) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำร้านอาหารเพื่อสุขภาพในพื้นที่ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจสภาพทั่วไปของธุรกิจ ศึกษาลักษณะการดำเนินงาน และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงินของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในพื้นที่ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง ทางด้านวิธีการศึกษาได้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง การสังเกต การสำรวจและการสัมภาษณ์ โดยใช้สิทธิ์ทางการค้า เฮลท์ตี้มีล ไทยแลนด์ ในอาณาเขตบริเวณใกล้เคียง โครงการเกี่ยวกับข้อมูลด้านต่างๆ ค่าใช้จ่ายในการบริหารงานตลอดจนราคาขายต่อจาน และจำนวนลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาของวัน และเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาบรรยายเปรียบเทียบและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า ผลของตัวชี้วัดความคุ้มค่าทางการเงินแสดงให้เห็นว่าโครงการมีความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนด้วยอัตราคิดลดร้อยละ 12 โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 552,603.82 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ร้อยละ 45 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการที่ปรับค่าแล้ว (MIRR) ร้อยละ 28.80 อัตราส่วนผลตอบแทนสุทธิต่อการลงทุน (N/K) ร้อยละ 2.01 จากผลการทดสอบดังกล่าวสรุปได้ว่าโครงการมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน ข้อเสนอแนะในการศึกษา โดยเมื่อเปรียบเทียบต้นทุนและรายรับ เห็นได้ว่าต้นทุนของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เฮลท์ตี้มีล ไทยแลนด์ นั้นค่อนข้างคงที่ ดังนั้นหากมีจำนวนลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ไม่มากการมีประเภทของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้กับลูกค้า ซึ่งทำให้ลูกค้าหนึ่งรายใช้บริการมากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นอีกหนึ่งทางที่สามารถเพิ่มรายรับให้ร้านได้ โดยผลิตภัณฑ์ที่เพิ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เข้ามานั้นควรสามารถใช้ปัจจัยการผลิตเดิมที่มีอยู่แล้วเพื่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด ทำให้ไม่ต้องลงทุนเพิ่มมาก

เพ็ญนภา หมีเทศ(2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคร้านอาหารสำหรับครอบครัวในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงข้อมูลพื้นฐาน พฤติกรรม และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ตามส่วนผสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านสถานที่ ด้านการกำหนดราคาบริการด้านการสื่อสารการตลาดบริการ ด้านกระบวนการในการบริการ ด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ และด้านบุคลากร และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 397 ชุด ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบการเปรียบเทียบ และการทดสอบค่าความสัมพันธ์จากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค และความต้องการการรับประทานอาหารนอกบ้านจากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบอาหารประเภทอาหารไทยรองลงมา คือ อาหารพื้นเมือง/อาหารท้องถิ่น และผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกร้านอาหาร คือ พ่อ แม่รองลงมาคือ บุตร และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับครอบครัว ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านความสดสะอาด และน่ารับประทาน ถูกหลักอนามัย และมีรสชาติที่อร่อย ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านอัตราค่าบริการสมเหตุสมผลยอมรับได้ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าได้จ่ายเงินค่าอาหารคุ้มค่ากับเงินที่ได้จ่ายไป และปัจจัยด้านสถานที่เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญรองลงมา คือ บริเวณร้านต้องมีความสะอาด มีความร่มรื่นดูเป็นธรรมชาติมีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ และบรรยากาศร้านดูเป็นกันเอง ซึ่งปัจจัยที่กล่าวมาทั้ง 3 ด้านนั้นเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดกับการเลือกใช้บริการร้านอาหารในด้านการให้บริการที่ดีและเป็นกันเองกับผู้มาใช้บริการ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ธุรกิจสามารถสร้างรอยยิ้ม สร้างความพึงพอใจสูงสุด ให้เกิดขึ้นกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการให้บริการเพื่อทำให้ลูกค้าเห็นว่าลูกค้าทุกคนมีความสำคัญ เสมอภาคและมีความทัดเทียมเท่ากันทุกราย ไม่ได้แบ่งแยกลูกค้า และปัจจุบันนี้พบว่าการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้แก่ลูกค้า(Customer Relationship Management; CRM) มีความสำคัญสำหรับลูกค้าเป็นอย่างมาก และจากการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคให้ความสนใจในการเป็นสมาชิกกับร้านอาหารที่มีการจัดทำบัตรสมาชิก และให้ส่วนลดในการใช้บริการ(การเป็นสมาชิกไม่เสียค่าใช้จ่าย) ส่งผลให้เห็นว่าการที่ธุรกิจใช้กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าเปรียบเสมือนกับการที่เพื่อนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนด้วยกัน ธุรกิจนั้นก็จะสามารถครองใจเพื่อนได้การสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และรักษาความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องในระยะเวลายาวนานกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจและความจงรักภักดีอยู่กับธุรกิจให้นานที่สุด จนว่าธุรกิจหรือลูกค้าจะสูญไป

สุดารัตน์ ธรรมวัน (2555) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ของการเปิดร้านไอศกรีมไอเบอร์รี่ในห้าง สรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดพิษณุโลกการศึกษาครั้งนี้วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ของการเปิดร้านไอศกรีมไอเบอร์รี่ในห้าง สรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดพิษณุโลก และได้ค่า FranchiseFeeที่เหมาะสมสำหรับไอศกรีมไอเบอร์รี่ เพื่อใช้ในการตัดสินใจเข้าร่วม Franchise ตลอดจนศึกษา แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ แนวความคิดพื้นฐานการวิเคราะห์โครงการ การวิเคราะห์ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการบริหาร และด้านการเงิน การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจ ร้านไอศกรีมไอเบอร์รี่ รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจร้านไอศกรีมต่าง ๆ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดพิษณุโลก เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ด้านตลาดด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการลงทุน เพื่อให้สามารถนำข้อมูลไปประกอบการวิเคราะห์ต้นทุนในภาพรวมทั้งหมด รวมถึงเอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆรายงานการประชุม รายงานสัมมนา รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการค้นคว้าออนไลน์การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน คือ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การผลิต การจัดการและการเงิน พบว่ามีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)อยู่ที่ 460,022.43 บาท ดัชนีการทำกำไร (PI) เท่ากับ 1.46 เท่าและผลตอบแทนภายในจากการลงทุนเท่ากับ 17.39% โดยมีอัตราผลตอบแทนที่ต้องการจากการลงทุนเท่ากับ 10% จะเห็นได้ว่ามีความเป็นไปได้ของการเปิดร้านไอศกรีมไอเบอร์รี่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดพิษณุโลก แต่เนื่องจากยังมีส่วนแบ่งการตลาดที่ไม่มาก และหากใช้กระบวนการจัดการตามรูปแบบที่ผู้ศึกษาได้ใช้ อาจจะได้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง กิจการจะขาดทุนอยู่ประมาณ 2 ปีและเริ่มมีกำาไรในปีที่ 3 อีกทั้ง อายุโครงการมีกำหนด 6 ปีแต่ใช้เวลาคืนทุนทั้งสิ้น 6 ปี 9 เดือน ซึ่งเกินกว่าอายุโครงการ ดังนั้นผู้ลงทุนควรพิจารณาถึงความเสี่ยงนี้และจากการพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานพบว่า ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าเช่าพื้นที่ถึง 66% ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวกรณีเมื่อจำนวนลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการในร้านไอศกรีมไอเบอร์รี่ลดลงจากที่คาดการณ์ไว้ 50% และกรณีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายลดลงเหลือ 10% ต่อปี จะสรุปได้ว่า หากยอดขายลดลงหรือจำนวนลูกค้าน้อยลง ค่า NPV, IRR และ PI จะลดลงตามไปด้วย ซึ่งจะทำให้โครงการเปิดร้านไอศกรีมไอเบอร์รี่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดพิษณุโลก เป็นโครงการที่ไม่น่าลงทุนและจากการประมาณการยอดขายและวิเคราะห์งบการเงินจะพบว่า ค่า Franchise Fee ที่สามารถยอมรับได้ในการซื้อ Franchiseจากบริษัท ไอเบอร์รี่โฮมเมดจำากัด ในการเปิดร้านไอศกรีมไอเบอร์รี่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดพิษณุโลก คือ ปีละไม่เกิน 100,000 บาท ทั้งนี้ควรพิจารณาถึงระยะเวลาคืนทุน ความเสี่ยงและค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ดังที่กล่าวมาข้างต้นประกอบการตัดสินใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุลีพร มาสเนตร(2555) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาสการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส โดยคัดเลือกเฉพาะพื้นที่ที่มีการผลิตอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านได้แก่ ผู้ผลิตใน 4 ตำบล คือ ตำบลบางนาค ตำบลโคกเคียนตำบลกะลุวอ และตำบลกะลุวอเหนือ จำนวน 123 ราย โดยการเปิดตารางของเครจซี่และมอร์แกน ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม “ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส” ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากผลการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถนำมาสรุปผลได้ดังนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจมีจำนวนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-45 ปี สำเร็จการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา มีรายได้สุทธิจากการจำหน่ายสินค้าต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท โดยผู้ ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจอยู่ระหว่าง 6-10 ปี ระดับความสำเร็จของผู้ ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านในภาพรวมประสบความสำเร็จในระดับมาก เมื่อพิจารณาราย ด้านประสบความสำเร็จในระดับมาก 4 ด้าน ลำดับแรกคือ ความสำเร็จด้านความพึงพอใจของลูกค้า รองลงมา ความสำเร็จด้านการผลิตและการพัฒนาสินค้า ด้านสามารถทำการตลาดและการจำหน่ายสินค้า และด้านการมี ผลกำไรเพิ่มขึ้นตามลำดับ มีเพียงด้านผู้ประกอบการธุรกิจได้รับการยอมรับเท่านั้นที่ประสบความสำเร็จในระดับปานกลาง สำหรับปัจจัยพื้นฐานในการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจทางด้านแรงงานที่เกี่ยวข้องกับจำนวนแรงงานที่เหมาะสมอยู่ในระหว่าง 6-10 คน และใช้แรงงานภายในครอบครัวเป็น หลัก ด้านเงินลงทุนเริ่มต้นในการดำเนินกิจการอยู่ระหว่าง 30,001-40,000 บาท โดยเป็นเงินทุนสะสมภายใน ครอบครัว ระยะเวลาของการคืนทุนประมาณ 1-3 ปี ด้านวัตถุดิบหลัก ที่ใช้ในการผลิตมาจากการแสวงหาด้วย ตนเองภายในท้องถิ่น ส่วนด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้เป็นการประดิษฐ์คิดค้นขึ้นใช้เองเป็นหลัก ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปปัจจัยที่นำมาศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าอื่นๆ เช่น กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผ้าบาติกผ้าคลุมศีรษะสตรีชาวมุสลิม เรือกอและ และใบไม้สีทอง อีกทั้งควรทำการศึกษาเรื่อง ความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจประสบความสำเร็จจากการประกอบธุรกิจในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประภัสสร แซ่กอ (2556) ได้ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านแฟรนไชส์ผลิตภัณฑ์นมที่มีเทคโนโลยีจากญี่ปุ่น กรณีศึกษา ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าบางนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์เครื่องดื่มประเภทนมพร้อมดื่ม ในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ โดยรวบรวมจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย จากการใช้ แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านแฟรนไชส์ผลิตภัณฑ์นมที่มีเทคโนโลยีจากญี่ปุ่นที่เปิดดำเนินการแล้วแห่งหนึ่งเพื่อนำมาวิเคราะห์ด้านการเงิน ลักษณะโครงการเป็นร้านแฟรนไชส์ผลิตภัณฑ์นมที่มีเทคโนโลยีจากญี่ปุ่นเป็นโครงการร้านขนาดเล็ก พื้นที่ 15 ตารางเมตร จำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มรสชาติต่างๆ การศึกษาจะพิจารณาถึงความเหมาะสมในการลงทุน ผลตอบแทนจากการลงทุนโดยการวิเคราะห์ทางด้านอุปสงค์ และอุปทาน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโครงการการลงทุน ตลอดจนการวิเคราะห์ความเป็นไปทางด้านการเงินการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการแฟรนไชส์แห่งหนึ่งด้วยวิธีการสัมภาษณ์และใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าบางนา จำนวนรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง จากการรวบรวมพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ56.3) สถานภาพส่วนใหญ่โสด (ร้อยละ 74.3) อายุของกลุ่มตัวอย่างเกินกึ่งหนึ่งอยู่ในช่วงอายุ 20 – 30 ปี (ร้อยละ 64.3) และมีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด (ร้อยละ 42) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 90.5) และมีรายได้อยู่ในช่วง 15,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 78.7) โดยกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการดื่มนมพร้อมดื่มเป็นครั้งคราวมากที่สุด (ร้อยละ 56.8) รองลงมาคือดื่มเป็นประจำ (ร้อยละ 29) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อนมพร้อมดื่มเพราะมีประโยชน์ต่อร่างกายมากเป็นอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 45.3) และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือตนเอง (ร้อยละ 75.2) และหากมีร้านแฟรนไชส์ผลิตภัณฑ์นมที่มีเทคโนโลยีจากญี่ปุ่นเปิดให้บริการที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าบางนา กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจซื้อมากที่สุด (ร้อยละ 81.8) โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสมมากที่สุดสำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีเทคโนโลยีจากญี่ปุ่น ในแต่ละครั้ง คือ 100 – 150 บาทจากการศึกษาความสำคัญของปัจจัยการตลาดที่มีต่อผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับบุคลากร มากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.02 กล่าวคือ พนักงานจะต้องสุภาพและเป็นกันเอง มีความรวดเร็วในการให้บริการ การแต่งกายพนักงานที่สะอาด และมีความรู้ สามารถแนะนำรายการได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้พนักงานต้องมีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญรองลงมา คือด้านกายภาพของร้านคิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.93 คือการตกแต่งร้านต้องสวยงาม มีการตกแต่ง ร้านที่มีสไตล์เป็นเอกลักษณ์ และร้านต้องสะอาดซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มของผู้บริโภคเมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ทางการเงินพบว่า ในกรณียอดขายปกติทั่วไป โครงการจะมีจุดคุ้มทุนเมื่อมีผู้เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์เฉลี่ยวันละ 89 คน และมีค่าใช้จ่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เฉลี่ยต่อคนต่อครั้งเท่ากับ 125 บาท หรือเทียบเท่าปริมาณการซื้อต่อคนต่อครั้งต่อวัน จำนวน 3 ขวด โดยโครงการจะมีจุดคุ้มทุนเมื่อขายผลิตภัณฑ์ จำนวน 8,010 ขวดต่อเดือน ซึ่งจะทำให้จุดคุ้มทุนมีระยะเวลา 1.5 ปีผลการวิเคราะห์ทางการเงินอยู่ในระดับดี คือมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) เป็นบวกใน 2 กรณีคือกรณียอดขายดีที่สุด และกรณียอดขายปกติทั่วไป นอกจากนี้ยังมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) สำหรับทั้ง 2 กรณีสูงกว่าอัตราคิดลดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ (ร้อยละ 12) เมื่อพิจารณาประกอบกับดัชนีการทำกำไร (Profitability Index :PI) ของทั้ง 2 กรณีมีค่ามากกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้มากกว่าค่าของทุนที่โครงการได้ใช้ในการลดค่า อีกทั้งยังมีงวดระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ในกรณียอดขายปกติที่สั้นเพียง 1.5 ปี ดังนั้น โครงการนี้จึงมีความเหมาะสมสำหรับการลงทุน อย่างไรก็ตาม โครงการจะไม่น่าลงทุนในกรณียอดขายต่ำที่สุด ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ติดลบ นอกจากนี้ดัชนีการทำกำไรมีค่าน้อยกว่า 1 นั้นหมายความว่าโครงการไม่มีความเหมาะสมที่จะลงทุน

กฤษฎา โสมนะพันธุ์(2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการรับประทานอาหารไทยนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยในพฤติกรรมการทานอาหารนอกบ้าน ที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่นๆที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการรับประทานอาหารไทยนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างอายุตั้งแต่ 18 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมลฑล คิดเป็น 400 ตัวอย่างผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 -35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน 1-3 ครั้ง / เดือน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการรับประทานอาหารมากกว่า 500 บาท วันที่รับประทานอาหารนอกบ้านบ่อยที่สุดคือ วันศุกร์ – อาทิตย์ ช่วงเวลาที่รับประทานอาหารนอกบ้านคือ 17:01 – 20:00 น. มีจำนวนผู้ร่วมรับประทานเฉลี่ย 2 คน สถานที่ที่ไปรับประทานอาหารนอกบ้านคือร้านอาหารทั่วไป ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านรับประทานอาหารคือปัจจัยที่เกี่ยวกับสถานที่ ทำเลที่ตั้งร้าน การเดินทางที่สะดวก สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านรับประทานอาหารคือคนรู้จักแนะนำ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันได้แก่ เพศ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และปัจจัยด้านพฤติกรรมการทานอาหารนอกบ้านที่แตกต่างกันได้แก่ จำนวนผู้ร่วมรับประทานเฉลี่ยมีผลต่อแรงจูงใจในการรับประทานอาหารไทยนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่นๆ ที่แตกต่างกันได้แก่ การส่งเสริมทางการตลาด ความภักดีต่อร้านอาหาร และความไว้วางใจ มีผลต่อแรงจูงใจใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การรับประทานอาหารไทยนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยมีข้อแนะนำ ให้ผู้ที่สนใจทา การศึกษาในเรื่องที่คล้ายคลึงกันนี้ ดังนี้ 1. ควรทำการศึกษาประเภทของร้านอาหารเพิ่มเติม ได้แก่ ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารจีน ร้านอาหารฟาสฟู้ด เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมหลากหลายด้านมากขึ้น 2. ควรเลือกใช้เครื่องมือวิจัยอื่นควบคู่กันในการเก็บข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์ในเชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง หรือพนักงาน และเจ้าของร้านอาหาร เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพสา หรับการเปรียบเทียบและส่งเสริมซึ่งกันและกันของข้อมูล3. ควรขยายขอบเขตด้านพื้นที่ใช้ศึกษาให้กว้างขวางมากขึ้น ได้แก่ เมืองใหญ่ในภาคต่างๆ เพื่อครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคทั่วประเทศ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบที่มีประโยชน์มากขึ้น 4. ควรทำการศึกษาทบทวนเป็นระยะตามความเหมาะสม เพื่อปรับข้อมูลให้มีความทันสมัยตรงสถานการณ์และความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันมากที่สุดและอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจด้วย

อรรคเดช อภัยภักตร์(2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้าน นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้าน ขอบเขตทางด้านประชากร คือ ผู้บริโภคอาหารนอกบ้าน โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 800 ราย เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าตัวพยากรณ์ระหว่างตัวแปร โดยหาข้อมูลเชิงสถิติ สมการ ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภค มีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน 54,801 บาทต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายใน การบริโภคอาหารนอกบ้านเฉลี่ย 1,354 บาทต่อครั้ง จำนวนผู้ร่วมบริโภคเฉลี่ย 3.7คนต่อครั้งอาหาร ส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคเลือกเป็นอาหารประเภท Fast food โดยนิยมบริโภคอาหารนอกบ้านมื้อเย็นมาก ที่สุด โดยส่วนใหญ่ ผู้บริโภคเลือกที่จะเลือกบริโภคอาหารนอกบ้านในโอกาสสำคัญ และเพื่อเป็น สถานที่นัดพบ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ของครัวเรือนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้าน โดยค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านจะเพิ่มขึ้น 115 บาทต่อเดือน เมื่อรายได้ครัวเรือนเพิ่มขึ้น 1,000 บาทต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการบริโภคจะเพิ่มขึ้น 244 บาทต่อเดือน เมื่อมีจำนวนผู้ร่วมบริโภคเพิ่มขึ้น 1 คน อีกทั้งค่าใช้จ่ายในการบริโภคจะเพิ่มขึ้น 1,056 บาทต่อเดือน เมื่อผู้บริโภคเลือกที่จะบริโภคอาหารนอกบ้านในโอกาสสำคัญเมื่อเทียบกับการ เลือกบริโภคเป็นประจำ และค่าใช้จ่ายในการบริโภคจะเพิ่มขึ้น 191 บาทต่อเดือน หากผู้บริโภคเลือก บริโภคช่วงมื้อเย็นเมื่อเทียบกับการเลือกบริโภคช่วงมื้อกลางวัน

ทิพยาภรณ์ และคณะ (2557) การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์เก๋ากะพง ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจซื้ออาหารทะเลจากร้านของธุรกิจแฟรนไชส์เก๋ากะพง คิดเป็นร้อยละ 73.75 มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าใช้จ่ายในการบริโภคโดยเฉลี่ยเป็นจำนวนเงิน 58.14 บาทต่อครั้ง มีความถี่ในการบริโภคโดยเฉลี่ย 9.83 ครั้งต่อเดือน และกำหนดราคาต่ำสุดในการบริโภคอาหารทะเลแฟรนไชส์เก๋ากะพงเท่ากับ 30 บาทต่อครั้ง ดังนั้นการประมาณการยอดขายของธุรกิจแฟรนไชส์เก๋ากะพงในปีแรก 1,422,771 บาท และเมื่อพิจารณาจากนโยบายของบริษัทที่มีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 2 ต่อปี ดังนั้นในปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 จะมียอดขาย 1,394,316 บาท 1,366,430 บาท 1,339,101 บาท และ 1,312,319 บาท ตามลำดับ การศึกษาทางด้านเทคนิคพบว่า มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคทั้งในด้านของทำเลที่ตั้งโครงการที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เช่น ด้านคมนาคม สาธารณูปโภค มีสภาพธุรกิจที่เหมาะสมการศึกษาทางด้านการเงินพบว่า ร้านอาหารทะเลแฟรนไชส์เก๋ากะพงเป็นธุรกิจที่สามารถคืนทุนได้เร็ว มีอัตราผลตอบแทนสูง ซึ่งโครงการมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 1 ปี 5 เดือน 20 วัน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกเท่ากับ 574,677 ในอัตราคิดลดที่ร้อยละ 12 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 60.69 และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน คือ 2.42 เท่า จากผลการวิเคราะห์ที่ได้ ทำให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า โครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน

น้ำทิพย์ แตงถมยา(2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องแผนธุรกิจ ร้านอาหารวังกุ้ง ซีฟูด ร้านอาหารวังกุ้งซีฟู้ด ตั้งอยู่บริเวณ ถ.เลียบทางชนบท สมุทรสาคร เชื่อมต่อกับถนน บางขุนเทียน-ชายทะเล ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านอาหารวังกุ้ง ซีฟู้ด โดยมีกรอบแนวคิดในการศึกษาคือ1.การวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้วิธี SWOT Analysis 2.การวิเคราะห์แผนการตลาดใช้วิธีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย(T : Tarket Market) การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด(P: Positioning) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Strategy) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy) และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) 3.การวิเคราะห์แผนการผลิต/ดำเนินงาน 4.การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคนมีการกำหนดโครงสร้างองค์กร เนื่องจากกิจการมีขนาดเล็ก โครงสร้างองค์การจึงเป็นไปในรูปแบบที่ง่ายไม่ซับซ้อนทาให้กิจการดูแลกันง่ายและเข้าถึงพนักงานทุกคน และ5.การวิเคราะห์แผนการเงินร้านอาหารวังกุ้งซีฟู้ด จดทะเบียนในลักษณะบริษัทจำกัด โดยใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 3,000,000 บาท จากประมาณการผลการดำเนินงานตลอดระยะเวลา 5 ปี โดยเริ่มก่อสร้างในเดือน กรกฎาคม 2557 แล้วเสร็จในเดือน ธันวาคม 2557 เริ่มดำเนินงานในเดือนมกราคม 2558 กิจการจะเริ่มมีกำไรจากการประกอบการตั้งแต่ปีแรกที่เริ่มดำเนินงานและจะเริ่มจ่ายปันผลได้ในปีที่ 2 นอกจากนี้ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เท่ากับร้อยละ 63 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 5,507,446.99 และมีระยะเวลาคืนทุน (PB) อยู่ที่ประมาณ 2 ปี 6 เดือน สรุปผลการศึกษาจากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่าธุรกิจร้านอาหารวังกุ้ง ซีฟู้ดภายใต้เงื่อนไขที่กิจการกำหนดขึ้นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1สรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการตลาด

	ด้านตลาด					
	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	การวิเคราะห์การแข่งขัน	การวิเคราะห์ขนาดตลาด	ความพึงพอใจลูกค้า	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน	พฤติกรรมผู้บริโภค
น้ำทิพย์ แตงถมยา(2557)	✓		✓		✓	
ชุลีพร(2555)			✓	✓		
พัชรีย์ (2554)		✓			✓	
ทิพยาภรณ์ และคณะ)2557(			✓			✓
กนกทิพย์ ปิยะศิริพนธ์ (2553)						✓
อนุศราอะหวัง (2554)	✓	✓	✓		✓	
สุดารัตน์ ธรรมวัน (2555)	✓	✓	✓			
ประภัสสร แซ่กอ (2556)	✓		✓		✓	✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 สรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านเทคนิค

	ด้านเทคนิค			
	ต้นทุนการผลิต	มูลค่าการลงทุน	ทำเลที่ตั้ง	วิเคราะห์ระบบการผลิต
น้ำทิพย์ แตงถมยา (2557)	✓	✓		✓
ชุลีพร มาสเนตร (2555)	✓	✓	✓	✓
พัชรีย์ (2554)	✓	✓	✓	
ทิพยาภรณ์ และคณะ)2557(			✓	
กนกทิพย์ ปิยะศิริพนธ์ (2553)	✓			✓
อนุศราอะหวัง (2554)	✓	✓		✓
สุดารัตน์ ธรรมวัน (2555)	✓	✓	✓	✓
ประภัสสร แซ่กอ (2556)	✓	✓	✓	✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3 สรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการเงิน

	ด้านการเงิน			
	คำนวณ IRR	คำนวณ NPV	คำนวณ PB	กำไร
น้ำทิพย์ แตงถมยา (2557)	✓	✓	✓	
ชุลีพร มาสเนตร (2555)			✓	✓
พัชรีย์(2554)	✓	✓		
ทิพยาภรณ์ และคณะ)2557(	✓	✓	✓	
กนกทิพย์ ปิยะศิริพนธ์ (2553)	✓	✓	✓	
อนุศราอะหวัง (2554)	✓	✓	✓	
สุดารัตน์ ธรรมวัน (2555)	✓	✓	✓	
ประภัสสร แซ่กอ (2556)	✓	✓	✓	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 กรอบแนวความคิด

ในส่วนของกรอบแนวความคิดในการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ ผู้ศึกษาได้ศึกษาในเรื่องความเป็นไปได้การด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงินซึ่งจะเป็นการศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด ในการศึกษาเพื่อให้ทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการนั้น จะต้องพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการเงิน เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้น ๆ การศึกษาดังกล่าวจะกล่าวถึงรายละเอียดและการวิเคราะห์สิ่งที่จำเป็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับทั้ง 3 ด้าน ดังนี้

2.3.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ถือเป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนในโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการศึกษาด้านการตลาดจะศึกษาลงลึกถึงรายละเอียดที่จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาดเริ่มที่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม โดยจะทำการวิเคราะห์เพื่อนำไปช่วยในการขยายประเด็นในด้านการตลาด ซึ่งจะครอบคลุมด้วยกัน 3 ประเด็น คือ การศึกษาขนาดของตลาด (Market size) แนวโน้มของตลาด (Market trend) และส่วนแบ่งตลาดที่โครงการจะเข้าไปแข่งขันได้ (Market share) ซึ่งจะนำผลการวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมภายนอกและการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมมาประกอบการตัดสินใจด้วย นอกจากนี้ยังมีการพยากรณ์ความต้องการของตลาด การประมาณการยอดขาย เพื่อที่จะเป็นตัวช่วยในการวิเคราะห์ด้านการตลาดตลอดจนภาวการณ์แข่งขันในตลาดทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการเจาะตลาด ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม เมื่อได้ตัดสินใจดำเนินโครงการแล้วอีกด้วย เมื่อทำการศึกษาประเด็นต่าง ๆ ในด้านการตลาดเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการสรุปผลการศึกษาด้านการตลาดว่าโครงการนั้นมีความเป็นไปได้หรือไม่ ถ้าหากพบว่าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ทางด้านตลาดก็จะล้มเลิกโครงการ แต่ถ้าสรุปได้ว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดก็จะทำการดำเนินงานศึกษาต่อทางด้านเทคนิคและการเงินต่อไปตามลำดับ

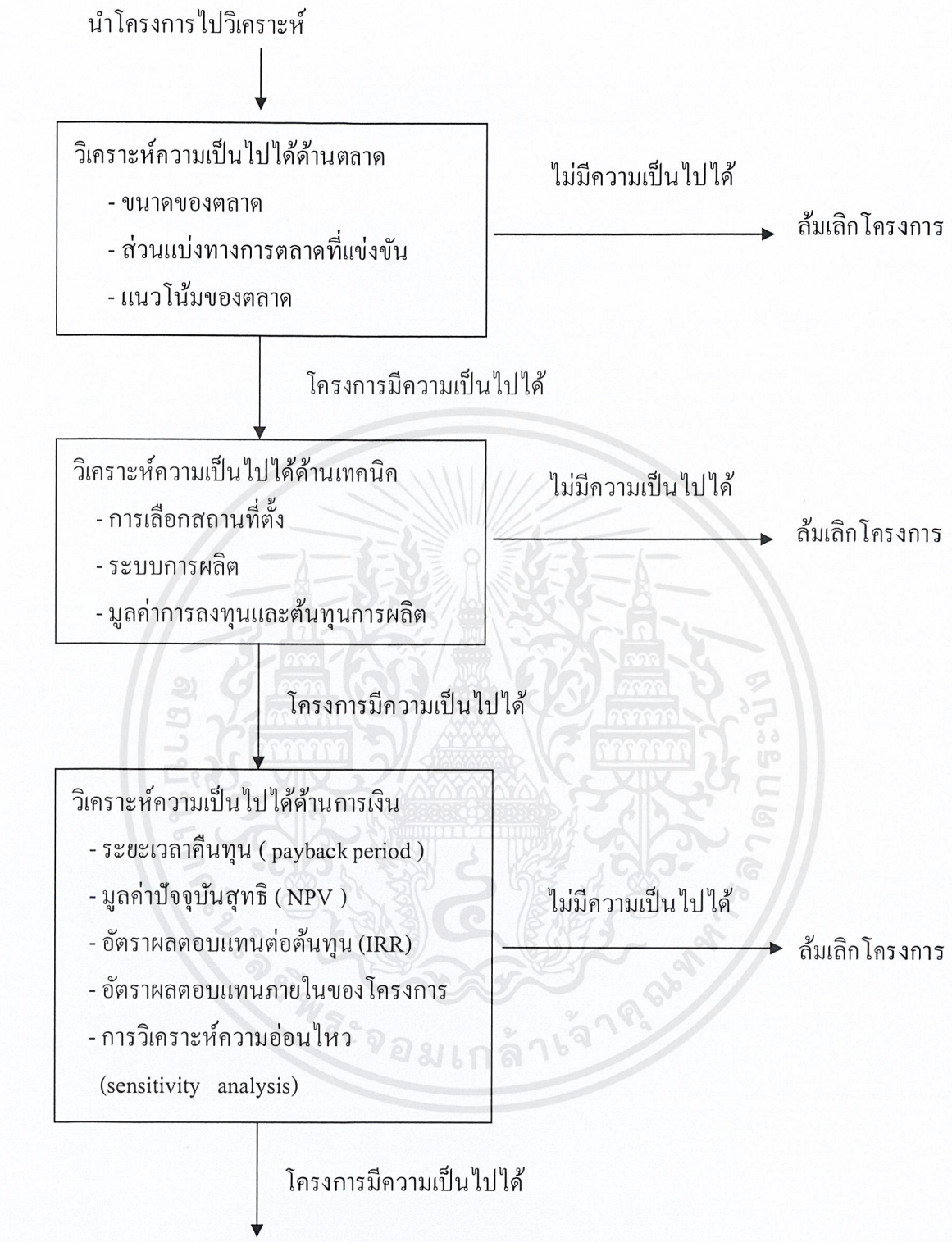
2.3.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบว่าการที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นมาทำการจำหน่ายมีความเป็นไปได้ทางเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคในการผลิตอย่างไร ซึ่งจะเป็นเรื่องที่เชื่อมโยงไปถึงด้านการเงิน โดยการศึกษาด้านเทคนิคจะมีแนวทางในการพิจารณาคือ การผลิตผลิตภัณฑ์ การเลือกเทคโนโลยีการผลิตที่จะนำมาใช้ เทคนิคการผลิต กระบวนการทางเทคนิค เครื่องมือที่ใช้ในการจัดตั้งโครงการ วัตถุดิบและส่วนประกอบที่ใช้ ส่วนผสมของปัจจัยการผลิต ผลผลิตที่ได้ ขนาดการผลิต รวมถึงทำเลที่ตั้งของสถานที่โครงการ โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปที่ไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตโดยตรง เช่น กฎหมายและภาษี ภูมิอากาศ ทัศนคติของชุมชน การเมืองและกฎหมาย เข้ามารวมในการวิเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วย ซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคนั้นจะเห็นได้ว่า ขั้นตอนต่าง ๆ จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องการเงินคือ จะผลิตอย่างไรให้ได้กำไรสูงสุด หรือใช้ต้นทุนต่ำสุด จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคคือว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ ถ้าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค คือ สถานที่ตั้งไม่ผ่าน การคมนาคมไม่ดี มีปัญหาการผลิต เทคนิคการผลิตยังไม่ดีพอโครงการนี้ก็อาจจะไม่มีความเป็นไปได้ทำให้ต้องล้มเลิกโครงการไป แต่ถ้าหากว่าผลสรุปของการวิเคราะห์มีความเป็นไปได้เกิดขึ้น ก็จะทำการดำเนินการศึกษาต่อทางด้านการเงินเป็นลำดับต่อไป

2.3.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์การลงทุน มีการวางแผนทางด้านการเงิน เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินเกิดขึ้นกับโรงการ ซึ่งการวิเคราะห์ด้านการเงินจะประกอบด้วย การวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนว่าโครงการจะได้รับทุนคืนหากมีการนำเงินมาลงทุนในกี่ปี การหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) โดยมีหลักเกณฑ์ว่าโครงการที่มีความเหมาะสมทางการเงินคือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิมากกว่าศูนย์หรือเป็นบวก การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return) เป็นเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมทางการเงิน ซึ่งถ้าหากอัตราผลตอบแทนภายในโครงการมีความเหมาะสมที่จะลงทุนและการคำนวณอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit cost ratio) เพื่อให้ทราบถึงอัตราส่วนของมูลค่าปัจจุบันรายได้กับมูลค่าปัจจุบันรายจ่ายของโครงการ หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ คือ โครงการที่มีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายที่มากกว่าหนึ่ง เมื่อทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทั้ง 3 ด้าน คือ วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านตลาด หากมีความเป็นไปได้ก็ทำการดำเนินการศึกษาต่อทางด้านเทคนิค เมื่อด้านเทคนิคมีความเป็นไปได้ก็จะมีการศึกษาต่อทางด้านการเงิน หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์ทั้ง 3 ด้านเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และพบว่ามีความเป็นไปได้ทั้ง 3 ด้าน จะสามารถสรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปที่จะเกิดขึ้นจริงในอนาคต (ภาพที่ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3กรอบแนวความคิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4สมมติฐาน

1. การจัดตั้งธุรกิจร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิมีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด

2. การจัดตั้งธุรกิจร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

3. การจัดตั้งธุรกิจร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิมีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

เนื้อหาของบทนี้จะกล่าวถึงวิธีการศึกษา โดยแยกออกเป็นขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษา รวมไปถึงแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการเก็บรวบรวมการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมินั้น จะเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท ด้วยกัน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ และการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบทุติยภูมิ โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภคจะทำการสัมภาษณ์การสุ่ม ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งการเก็บแบบสอบถามจะใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง และกลุ่มผู้ประกอบการโดยทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารกุ้งถังในตลาดนัดเรียบทางด่วนรามอินทราโดยการสัมภาษณ์ปากเปล่าจากเจ้าของธุรกิจและทำการจดบันทึกข้อมูลมาประกอบการวิเคราะห์ ซึ่งคำถามที่ใช้จะใกล้เคียงกับคำถามในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ที่เข้ามาซื้อ-ขายในตลาดนัดสุวรรณภูมิและผ่านไปมาในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิและสถานที่ตั้งของโครงการ

3.1.1.1 วิธีการนับจำนวนประชากรใช้วิธีการสอบถามจากผู้ประกอบกิจการร้านอาหารบริเวณใกล้เคียง โดยผู้ศึกษาได้ทำการสอบถามจำนวนประชากรที่ใช้บริการร้านอาหารบริเวณที่ตั้งโครงการ และจึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการหาค่าเฉลี่ย จำนวนประชากรที่ใช้บริการร้านอาหารในบริเวณที่ตั้งโครงการต่อวัน

3.1.1.2 ตัวอย่าง การคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาในครั้งนี้คือกลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้ออาหารซึ่งทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากร ผู้ศึกษาจึงใช้เกณฑ์กรณีที่ทราบขนาดของประชากร (Infinite Population) ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างที่มีความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร ดังนี้ (Yamane, 1973 อ้างในธีรวุฒิเอกะกุล, 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$n = \frac{N^2}{1+Ne^2}$$

(3.1)

กำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของตัวอย่างที่ยอมรับได้

3.1.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกทำการศึกษาบุคคลที่เข้ามาในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ เป็นประชากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ในบริเวณโดยรอบตลาดนัดสุวรรณภูมิ ซึ่งในบริเวณนั้นมีคนผ่านไปมาเป็นจำนวนมาก การแจกแบบสอบถามนั้นแจกคนที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณโครงการ จากนั้นจะรอเก็บแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่างทันที

3.1.1.4 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยการศึกษาค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน คือ

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อวัน ซึ่งเป็นคำถามแบบเปิดและแบบปิด โดยให้ผู้ตอบเติมข้อมูลลงไปหรือให้เลือกคำตอบโดยให้ผู้ตอบเลือกข้อมูลที่ตรงกับตัวเองมากที่สุด

ส่วนที่ 2 สอบถามข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารซีฟู้ด ซึ่งในส่วนนี้มีทั้งคำถามแบบปิด

ส่วนที่ 3 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถังบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ ซึ่งในส่วนนี้จะสอบถามเกี่ยวกับความสนใจในผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ ของโครงการรวมถึงความถี่ที่คาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์และจำนวนเงินที่ยอมจ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษา และรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร รายการที่เกี่ยวข้อง บทความ หนังสือ และสิ่งพิมพ์รวมทั้งผลงานการวิจัยต่างๆ ที่ได้ค้นคว้าจากห้องสมุดของสถานศึกษา และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษา3ด้านดังนี้

3.2.1การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงตลาดของธุรกิจร้านอาหารกุ้งถังโดยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันภายในของอุตสาหกรรมที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้ จึงจำเป็นจะต้องมีการวิเคราะห์ทั้งสองกรณีนี้ก่อนจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์สภาวะทางการตลาดในส่วนต่าง ๆ ตามลำดับ

นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง มาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) ซึ่งข้อมูลที่ได้จะอธิบายลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการร้าน ในรูปของความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย โดยใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และผลรวมจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เบื้องต้นมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ต่อทางด้านการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนธุรกิจร้านอาหารกุ้งถังจะทำการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม สภาวะตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณการยอดขายของโครงการ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

3.2.1.1การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก จะนำข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบบทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งสามารถจำแนกขั้นตอนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกได้ ดังนี้

1.กฎหมายการเมือง (Political) นโยบายของประเทศและนโยบายของรัฐที่มีต่ออุตสาหกรรม การให้ความสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการลงทุนในด้านต่าง ๆ

2.เศรษฐกิจ (Economic) สภาพโดยรวมของเศรษฐกิจโดยรวมโดยทั่วไปของประชากรเขตลาดกระบังและนักศึกษาในสถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3.สังคมและวัฒนธรรม (Social Cultural)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.ประชากรศาสตร์ (Demographic) กล่าวถึงจำนวนประชากร ความต้องการในสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับอาหารฟาสฟู้ด อัตราเงินเดือน ความสามารถในการซื้อผลิตภัณฑ์

3.2.1.2การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรมจะนำข้อมูลในส่วนของทุติยภูมิเกี่ยวกับธุรกิจอาหารฟาสฟู้ด ไม่ว่าจะเป็นด้านคู่แข่ง สินค้าทดแทน การต่อรองราคาทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย มาประกอบการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยใช้การวิเคราะห์แรงผลักดันของปัจจัยทั้ง 5 ประการ (Five force analysis) มาทำการวัดความเข้มข้นของการแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกัน ที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ มีรายละเอียด ดังนี้

1.ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน

2.ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น

3.ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน

4.ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

5.ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบ

3.2.1.3การวิเคราะห์สภาวะตลาด ประกอบด้วยการศึกษา 3 ด้าน ดังนี้

1.ศึกษาขนาดของตลาด เพื่อให้ทราบว่า ตลาดของร้านอาหารฟาสฟู้ดที่จะทำการศึกษานั้นมีขนาดตลาดที่เล็กหรือใหญ่ เหมาะแก่การทำธุรกิจร้านอาหารกุ้งถังมากเพียงใด โดยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง บริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการวิเคราะห์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจำเป็นต้องคำนวณหาจำนวนผู้ซื้อที่แท้จริงจากผู้ซื้อทั้งหมด ประกอบกับการพิจารณาจาก

1.1 ประชากร วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากร รายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อวัน จำนวนผู้บริโภคอาหารฟาสฟู้ดต่อวัน ปริมาณในการซื้ออาหารฟาสฟู้ด ความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภค จำเป็นจะต้องทราบว่ามีจำนวนผู้ซื้อผลิตภัณฑ์และบริโภคต่อวันเป็นจำนวนเท่าใด เพื่อนำมาใช้ประกอบการหามูลค่าตลาดของอาหารฟาสฟู้ด ซึ่งสามารถคำนวณหาประชากรที่คาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านอาหารกุ้งถังต่อวัน ได้จากนำจำนวนประชากรที่ได้จากการนับ 3 วัน นำมาทำการหาค่าเฉลี่ยต่อวันคูณร้อยละของผู้ที่เข้าร้านและซื้อผลิตภัณฑ์

1.2 การวัดอัตราการซื้อของผู้บริโภค โดยวัดจากความถี่ในการซื้อสินค้าต่อสัปดาห์ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นตัววัดอัตราการซื้อของผู้บริโภค

1.3 อำนาจการซื้อ อธิบายรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถามที่ตอบว่าเคยซื้ออาหารฟาสฟู้ด มารับประทานว่ามีกำลังซื้อและค่าใช้จ่ายที่ผู้บริโภคยอมจ่ายให้แก่ผลิตภัณฑ์ในการซื้ออาหารฟาสฟู้ด เพื่อนำข้อมูลไปประกอบการคำนวณหามูลค่าตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 หามูลค่าตลาดของการลงทุนร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ หาได้จากการคำนวณโดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการคำนวณหาจำนวนประชากรที่คาดว่าจะซื้ออาหารฟาสฟู้ดต่อวัน ในบริเวณสถานที่ตั้งคูณค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารฟาสฟู้ดต่อครั้งคูณความถี่ในการบริโภคต่อสัปดาห์คูณจำนวนสัปดาห์ในหนึ่งปี

2.การศึกษาแนวโน้มของตลาด เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดว่ามีทิศทางของตลาดเป็นอย่างไร โดยนำข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของอาหารฟาสฟู้ดแนวโน้มการบริโภคอาหารฟาสฟู้ดที่ได้จากการค้นคว้ามาวิเคราะห์

3.ส่วนแบ่งตลาด เพื่อให้ทราบถึงความสามารถของธุรกิจที่จะได้ส่วนแบ่งตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment Analysis) ทางด้านการเมือง (Political) ทางด้านเศรษฐกิจ (Economic) ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Culture) และทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) รวมถึงการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารฟาสฟู้ด ในบริเวณพื้นที่โครงการ โดยใช้หลักการวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการ มาใช้ร่วมในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน จากนั้นจึงทำการสรุปผลการวิเคราะห์ทั้งสองด้านว่า สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในตัวใดที่มีผลกระทบต่อการลงทุนร้านอาหารกุ้งถังรวมถึงการนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อหาส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจอาหารฟาสฟู้ด

3.2.1.4การพยากรณ์ความต้องการของตลาด

เพื่อใช้ในการพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดในรูปของจำนวนเงิน พิจารณาจากแบบสอบถามโดยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามว่ากลุ่มผู้บริโภคมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฟาสฟู้ด มากน้อยเพียงใด โดยศึกษาในเขตพื้นที่โครงการ บริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ มีระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ 3 ปี ตามข้อผูกมัดของสัญญาเช่าสถานที่ ในการคำนวณการพยากรณ์ความต้องการของตลาดมีดังนี้ พยากรณ์ความต้องการตลาดเท่ากับความต้องการตลาดในปีก่อนที่พยากรณ์ได้คูณอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรในเขตลาดกระบังบวกกับความต้องการตลาดในปีก่อนที่พยากรณ์ได้

3.2.1.5การประมาณการยอดขายของโครงการ

เป็นการประมาณรายได้จากการจำหน่ายอาหารกุ้งถังเป็นหลักตามระยะเวลาของโครงการ โดยการศึกษาครั้งนี้มีอายุของโครงการเท่ากับ 3 ปี โดยพิจารณาตามข้อผูกมัดจากสัญญาเช่าสถานที่ สามารถคำนวณหาได้จากสมการการหาจำนวนประชากรที่คาดว่าจะมาใช้บริการ (คนต่อปี) จากนั้นนำจำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิคูณอัตราร้อยละของประชากรที่เข้าร้านเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารกุ้งถังคูณอัตราร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร้าน และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารกุ้งถังของโครงการอย่างแน่นอน (จากการสำรวจ)คูณความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารกุ้งถังต่อสัปดาห์คูณจำนวนสัปดาห์ในหนึ่งปี

รายได้จากการขายอาหารกุ้งถังคำนวณได้จากจำนวนประชากรที่คาดว่าจะมาใช้บริการ (คนต่อปี) คูณค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารกุ้งถัง

3.2.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของร้านอาหารกุ้งถังจะทำการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคเพื่อที่จะศึกษาถึงขนาดของร้านการเลือกเครื่องมือเครื่องใช้อุปกรณ์ที่จำเป็นต่อโครงการทำเลที่ตั้งของโครงการฯลฯเพื่อที่จะดูว่าโครงการมีความเป็นไปได้ด้านเทคนิคหรือไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไรและมีหนทางที่จะแก้ไขปัญหาอย่างไรในการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคของร้านอาหารซีฟู้ด“กุ้งถัง”จะทำการศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิจากแหล่งความรู้ต่างๆเช่นร้านอาหารอินเตอร์เน็ตหนังสือที่เกี่ยวข้องกับโครงการรวมถึงงานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารฟาสฟู้ดซึ่งเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการด้วยมีรายละเอียดดังนี้

3.2.2.1ทำเลที่ตั้งพิจารณาความเหมาะสมของระยะจากร้านอาหารกุ้งถังกับแหล่งวัตถุดิบและตลาดรวมถึงการพิจารณาเกี่ยวกับจำนวนลูกค้าที่จะมาใช้บริการการคมนาคมการเดินทางมายังที่ตั้งโครงการสภาพธุรกิจในบริเวณสถานที่ตั้งร้านอาหารกุ้งถังรวมถึงการสาธารณูปโภคและข้อสนับสนุนอื่นๆ

3.2.2.2ระบบการผลิตในการวิเคราะห์ระบบการผลิตจะวิเคราะห์ผล 3 ด้านใหญ่ๆที่เป็นปัจจัยสำคัญในระบบการผลิตคือปัจจัยการนำเข้ากระบวนการผลิตและปัจจัยนำออกโดยที่โครงการจะทาการวิเคราะห์ตามลำดับขั้นดังนี้

1. วิเคราะห์ปัจจัยการนำเข้าได้แก่วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของโครงการการจัดหาวัตถุดิบแหล่งที่มาของวัตถุดิบแหล่งที่มาของแหล่งเงินทุนแรงงานโดยพิจารณาว่าบริเวณสถานที่ตั้งของร้านอาหารกุ้งถังจะมีผลต่อปัจจัยนำเข้าเหล่านี้มากน้อยเพียงใด

2. วิเคราะห์กระบวนการผลิตที่จะกล่าวถึงรายละเอียดของโครงการการตกแต่งร้านการบริหารงานภายในร้านรูปแบบของร้านกาลังการผลิตแผนผังร้านเป็นการวิเคราะห์ความสามารถของโครงการประกอบกับสถานที่ตั้งของโครงการว่าร้านอาหารกุ้งถังนั้นสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

3.วิเคราะห์ปัจจัยนำออกกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายของร้านอาหารกุ้งถังมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการผู้บริโภคอย่างไร

3.2.2.3การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการเป็นการประมาณค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่อาจจะเกิดขึ้นจริงเมื่อมีการเปิดร้านอาหารกุ้งถังขึ้นจึงจำเป็นจะต้องทำการประมาณการต้นทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อให้ทราบค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนที่จะได้รับจากการเปิดร้านอาหารกุ้งถังโดยมีการประมาณค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนของโครงการเป็นข้อมูลสำคัญที่จะนาไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินต่อไปมีรายละเอียดดังนี้

1.การประมาณเงินลงทุนของโครงการเป็นการประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการได้แก่มูลค่าการลงทุนสินทรัพย์ถาวรและเงินทุนหมุนเวียน

2.การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการเป็นการประมาณถึงต้นทุนด้านต่างๆของโครงการเช่าค่าแรงค่าสาธารณูปโภคค่าเช่าฯลฯ โดยจะจัดแสดงในรูปของตารางการคำนวณแสดงค่าประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารการประมาณต้นทุนการผลิตของโครงการและการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานไม่รวมค่าเสื่อมราคา

3.2.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน

3.2.3.1ระยะเวลาคืนทุน (payback period: PB) คือระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินการมีค่าเท่ากับเงินลงทุนของโครงการเริ่มแรกโดยพิจารณาถึงจำนวนปีที่จะได้รับผลตอบแทนจะคุ้มกับเงินลงทุนจะใช้ระยะเวลาเท่าไหร่หากระยะเวลาที่คำนวณได้นั้นมีค่ามากกว่าระยะเวลาของโครงการซึ่งกำหนดไว้ 3 ปีนั้น จะถือว่าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ และเนื่องจากกระแสเงินสดของโครงการที่ได้รับจากการลงทุนในแต่ละปีไม่เท่ากัน ดังนั้นการคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนจะใช้วิธีบวกกระแสเงินสดรับจากการลงทุนในแต่ละปีจนกระทั่งมียอดรวมเท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการพอดี แต่ถ้าในปีที่บวกกระแสเงินสดรับแล้วมีจำนวนเงินรวมมากกว่าเงินสดจ่ายลงทุนเริ่มแรก ในปีนั้นจะเป็นช่วงเวลาที่ไม่สามารถคิดเวลาได้เต็มปี จึงต้องคำนวณหาเศษส่วนเวลาที่เหลือโดยคำนวณได้จากจำนวนปีที่สามารถคำนวณทบกับมูลค่ากระแสเงินสดรับได้ทั้งจำนวน บวกกับเศษส่วนเวลาที่ไม่สามารถนับได้เต็มปี

ระยะเวลาคืนทุน = เงินสดจ่ายลงทุน/กระแสเงินสดรับสุทธิ (3.2)

3.2.3.2มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการคือผลรวมของผลตอบแทนสุทธิที่ได้ปรับค่าของเวลาแล้ว ซึ่งมุ่งหวังว่าโครงการจะให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าหรือมีกำไร ถ้าค่าของ NPV ที่ได้ออกมาเป็นลบหรือต่ำกว่าศูนย์แสดงว่าการลงทุนตามโครงการนั้นไม่คุ้มค่าและจะถือว่าโครงการนั้นขาดทุนหรือไม่มีความเป็นไปได้ คำนวณได้จากนำกระแสเงินสดสุทธ์ของโครงการในแต่ละปี (ตลอดอายุโครงการ) คูณกับค่าที่เปิดตารางค่าปัจจุบันหรือ pvifของแต่ละปีตลอดอายุโครงการที่ได้จากอัตราดอกเบี้ยที่โครงการกำหนด ในที่นี้ใช้อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 10 ตามอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร จากนั้นนำค่ารวมของกระแสเงินสด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุทธิที่ปรับค่าแล้วนำมาลบกับเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ แล้วจึงนำผลลัพธ์ที่ได้มาทำการวิเคราะห์ว่าโครงการมีความคุ้มค่าหรือไม่

$$NPV = \sum_{t=1}^{n} \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} = 0 \qquad (3.3)$$

3.2.3.3อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)เกณฑ์อัตราผลตอบแทนของโครงการหรือ IRR มีลักษณะที่คล้ายกับการหา NPV แต่จะแตกต่างกันก็ตรงที่เปลี่ยนจากอัตราดอกเบี้ยที่กำหนดใน NPV มาเป็นอัตราดอกเบี้ยที่ทำการทดลองหาไปเรื่อยๆ ใน IRR การคำนวณกา IRR เริ่มจากการหาอัตราดอกเบี้ยที่จะทำให้ผลรวมของมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (ซึ่งปรากฏออกมาเป็นบวกหรือลบ) รวมกันแล้วมีค่าเป็นศูนย์ สามารถคำนวณได้จาก

$$NPV = \sum_{t=1}^{n} \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} = 0 \qquad (3.4)$$

เพื่อช่วยการตัดสินใจ เมื่อได้ IRR มาแล้ว ให้นำไปเปรียบเทียบกับค่าเสียโอกาสของทุนหรือเทียบกับอัตราดอกเบี้ยที่กำหนดไว้แล้วในการหา NPV ซึ่งค่าอัตราดอกเบี้ยของ IRR ที่คำนวณมาได้สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยที่โครงการกำหนด จะถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า แต่ถ้า IRR ที่ได้ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยที่กำหนดแล้วนั้น จะเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า และจะถือว่าโครงการไม่มีความเป็นไปได้

3.2.3.4อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (benefit cost ratio: B/C Ratio)เป็นการหาอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุโครงการ ค่าใช้จ่ายในที่นี้คือ ค่าใช้จ่ายทั้งทางด้านทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและบำรุงรักษา คือค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นที่ไม่มีการแบ่งแยกว่าเป็นค่าใช้จ่ายประเภทใด มีสูตรที่ใช้ในการคำนวณดังนี้

$$\textbf{B/C Ratio} = \frac{\sum_{t=1}^{n} \frac{B_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^{n} \frac{C_t}{(1+r)^t}} \qquad (3.5)$$

โดยที่กำหนดให้ Bt= ผลตอบแทนจากการประกอบการของธุรกิจกุ้งถังในปีที่ 1,2,...n

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Ct =ค่าใช้จ่ายจากการประกอบของธุรกิจกุ้งถังในปีที่ 1,2,...n

r = อัตราผลตอบแทนของโครงการ

t = ปีของโครงการคือปีที่ 1,2,...n

n = อายุของโครงการ

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจก็คือ โครงการต้องมีค่า B/C มากกว่า 1 เพราะเมื่อค่า B/C มากกว่า 1 หมายความถึง ผลตอบแทนที่ได้จากโครงการมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนที่เสียไป

3.2.3.5การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (sensitivity analysis)เป็นการวิเคราะห์ว่าระยะเวลาคืนทุน (simple payback period) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) อัตราผลประโยชน์ต่อค่าใช้จ่าย (B/C ratio) จะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรเมื่อสถานการณ์เดิมของโครงการเปลี่ยนแปลงไป เช่น ต้นทุนของปัจจัยการผลิต ผลตอบแทนเปลี่ยนแปลงไป ราคาของผลผลิต อัตราคิดลด และอายุของโครงการ การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (sensitivity analysis) เป็นวิธีที่ง่ายและแพร่หลายมากที่สุดสำหรับการวิเคราะห์ความไม่แน่นอน เพื่อดูว่าเมื่อข้อสมมติ และเหตุการณ์ต่างๆที่กำหนดไว้เดิมเปลี่ยนแปลงไป จะส่งผลอย่างไรกับตัวชี้วัดความคุ้มค่าของโครงการซึ่งเป็นตัวบ่งบอกความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ของโครงการ จะทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงโดยทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (switching value test ; SVT) วิเคราะห์จากการเปลี่ยนแปลงในรูปร้อยละของปัจจัยที่เชื่อว่ามีอิทธิพลต่อผลลัพท์ของโครงการซึ่งทำให้โครงการอยู่ ณ เกณฑ์การตัดสินใจขั้นต่ำสุดที่จะยอมรับได้ หรือที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเป็นศูนย์ โดยทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (SVT) แยกได้ 2 วิธีคือ

1. การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านต้นทุน (SVTc) หมายความว่าต้นทุนของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละเท่าใด ก่อนที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเป็นศูนย์ ดังสมการ

$$STVc = NPV \times 100/PVC \qquad (3.6)$$

เมื่อ PVC คือมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม (present value cost ; PVC)

2.การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านรายได้ (SVTB) หมายความว่ารายได้ของโครงการสามารถลดลงได้ร้อยละเท่าใด ก่อนที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเป็นศูนย์ ดังสมการ

$$STVB = NPV \times 100/PVB \qquad (3.7)$$

เมื่อ PVC คือมูลค่าปัจจุบันของรายได้รวม (present value benefit ; PVB)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจอาหารกุ้งถังโดยการศึกษาแบ่งเป็น 3 ด้านคือการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดซึ่งจะพิจารณาเกี่ยวกับสภาวะตลาดคือขนาดของตลาดส่วนแบ่งตลาดและแนวโน้มตลาดการพยากรณ์ความต้องการของตลาดเป็นการพยากรณ์อุปสงค์ของตลาดภายใต้ปัจจัยต่างๆการประมาณยอดขายของโครงการการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคจะพิจารณาเกี่ยวกับระบบการผลิตทำเลที่ตั้งการบริหารจัดการวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการจัดตั้งโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงินจะพิจารณาประเมินค่าของการลงทุนใช้วิธีการศึกษาคือการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนอัตราผลตอบแทนภายในโครงการระยะเวลาคืนทุนและการวิเคราะห์ความอ่อนไหวโดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ลักษณะและพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนธุรกิจอาหารกุ้งถังได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้แบบสอบถามจานวน 400 ตัวอย่างนำมาวิเคราะห์แนวความคิดของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1. เพศของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาแบ่งเป็นเพศหญิงจำนวน 237คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 และเพศชายจำนวน163คน คิดเป็นร้อยละ40.75(ตารางที่4.1)

ตารางที่ 4.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	237	59.25
ชาย	163	40.75
รวม	400.00	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. อายุของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาอายุของประชากรตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 182คน คิดเป็นร้อยละ 45.50ช่วงอายุ 15 – 20 ปี จำนวน 119คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 ช่วงอายุ 30 ปีขึ้น จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5และช่วงอายุกว่า 15 ปี จำนวน 5คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ(ปี)

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า15 ปี	5	1.25
15-20 ปี	119	29.75
21-30 ปี	182	45.50
30 ปีขึ้นไป	94	23.50
รวม	400.00	100.00

3. อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน /นักศึกษาจำนวน 245คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6รับราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน 23คน คิดเป็นร้อยละ 5.75(ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน /นักศึกษา	245	61.25
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	108	27.00
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	24	6.00
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	23	5.75
รวม	400.00	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

จากกาศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000บาท จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000บาท จำนวน 52คน คิดเป็นร้อยละ 13.00และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000 ขึ้นไปจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00(ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000	183	45.75
10,001 – 15,000	71	17.75
15,001 – 20,000	66	16.50
20,001 – 25,000	52	13.00
25,000 ขึ้นไป	28	7.00
รวม	400.00	100.00

5.ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารทั่วไปต่อมื้อเป็นจำนวนเงินต่ำว่า 200 บาท จำนวน 237คน คิดเป็นร้อยละ59.25 จำนวนเงิน 201 – 300 บาท จำนวน 126คน คิดเป็นร้อยละ 31.50จำนวนเงิน 301 – 400บาท จำนวน 29คน คิดเป็นร้อยละ 7.25จำนวนเงิน 400 บาทขึ้นไปจำนวน 8คน คิดเป็นร้อยละ 2.00(ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารทั่วไปต่อมื้อ

ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารทั่วไปต่อมื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200 บาท	237	59.25
201 – 300 บาท	126	31.50
301 – 400 บาท	29	7.25
400 บาทขึ้นไป	8	2.00
รวม	400.00	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารซีฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง

1. การบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่างส่วนใหญ่เคยรับประทานอาหารซีฟู้ด จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับประทานอาหารซีฟู้ด

พฤติกรรมผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	400	100
ไม่เคย	0	0
รวม	400.00	100.00

2. ประเภทอาหารซีฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาพบว่าประเภทอาหารซีฟู้ดที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบทานกุ้งจำนวน 371 คนคิดเป็นร้อยละ 42.40รองลงมาเป็นปลาหมึกจำนวน 223คน คิดเป็นร้อยละ 25.48 ปลาทะเล146 คน คิดเป็นร้อยละ 16.69และหอยทะเลจำนวน 135คนคิดเป็นร้อยละ 15.43(ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ตามประเภทของอาหารซีฟู้ดที่กลุ่มตัวอย่างชอบทาน

ประเภทของอาหารซีฟู้ด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กุ้ง	371	42.40
ปลาหมึก	223	25.48
ปลาทะเล	146	16.69
หอย	135	15.43
รวม	875	100

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ความถี่ในการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่าความถี่ในการบริโภคอาหารซีฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บริโภค 1ครั้งต่อเดือน จำนวน 227คน คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมา 2ครั้งต่อเดือน จำนวน 148คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และ 3ครั้งต่อเดือน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และ 4ครั้ง จำนวน 2คน คิดเป็นร้อยละ 0.5สรุป ความถี่เฉลี่ยจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 2ครั้งต่อสัปดาห์(ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ความถี่ในการบริโภคอาหารซีฟู้ดต่อสัปดาห์

ความถี่ในการบริโภคต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1ครั้ง	227	56.75
2ครั้ง	148	37.00
3ครั้ง	23	5.75
4ครั้ง	2	0.50
รวม	400	100.00

4. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารซีฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารซีฟู้ดต่อครั้งเป็นจำนวนเงิน 201 – 300 บาท จำนวน 152คน คิดเป็นร้อยละ 38 จำนวนเงิน 301 – 400 บาท จำนวน 120คน คิดเป็นร้อยละ 30จำนวนเงิน400 บาทขึ้นไป จำนวน 81คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 และต่ำกว่า 200 บาท จำนวน 47คน คิดเป็นร้อยละ 11.75และสรุปค่าเฉลี่ยในการบริโภคอาหารซีฟู้ดต่อครั้งประมาณครั้งละ 308 บาทต่อครั้ง(ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารซีฟู้ดต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารซีฟู้ดต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200 บาท	47	11.75
201 – 300 บาท	152	38.00
301 – 400 บาท	120	30.00
400 บาทขึ้นไป	81	20.25
รวม	400	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ความถี่ในการใช้บริการตลาดนัดสุวรรณภูมิของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่าความถี่ในการใช้บริการตลาดนัดของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่1ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 206คน คิดเป็นร้อยละ 51.50รองลงมา 2ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ จำนวน 81คน คิดเป็นร้อยละ 20.25และ 3ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 74คน คิดเป็นร้อยละ 18.50และ 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 สรุปความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการตลาดทั้งหมดประมาณ 2ครั้งต่อสัปดาห์ (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ความถี่ในการใช้บริการตลาดนัดสุวรรณภูมิ

ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1ครั้ง	206	51.50
2 ครั้ง	81	20.25
3 ครั้ง	74	18.50
4 ครั้ง	39	9.75
รวม	400	100.00

6. แนวโน้มในการบริโภคอาหารซีฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มในการบริโภคส่วนใหญ่บริโภคเหมือนที่ผ่านมา จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.75 บริโภคมากขึ้นจำนวน39คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 ไม่แน่ใจ จำนวน 27คน คิดเป็นร้อยละ 6.75และบริโภคน้อยลงจำนวน 3คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แนวโน้มในการบริโภคอาหารซีฟู้ด

ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารซีฟู้ดต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริโภคเหมือนที่ผ่านมา	331	82.75
บริโภคมากขึ้น	39	9.75
ไม่แน่ใจ	27	6.75
บริโภคน้อยลง	3	0.75
รวม	400	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. อิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่าอิทธิพลที่มีผลต่อการซื้ออาหารของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากตัวเอง จำนวน 170คน คิดเป็นร้อยละ 42.50มาจากเพื่อนครอบครัวและญาติจำนวน101คน คิดเป็นร้อยละ 25.25มาจากโปรโมชั่นจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50มาจากblog , website จำนวน 24คน คิดเป็นร้อยละ 6 และมาจากสื่อประชาสัมพันธ์จำนวน 15คน คิดเป็นร้อยละ 3.75(ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง อิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหาร

อิทธิพลที่มีผลในการตัดสินใจซื้ออาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	170	42.50
เพื่อนครอบครัวและญาติ	101	25.25
โปรโมชั่น	90	22.50
blog , website	24	6.00
สื่อประชาสัมพันธ์	15	3.75
รวม	400	100

4.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ

จากศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักร้านอาหารกุ้งถังจำนวน 281คน คิดเป็นร้อยละ 70.25 และที่ไม่รู้จักจำนวน 119คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักร้านอาหารกุ้งถัง

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รู้จัก	281	70.25
ไม่รู้จัก	119	29.75
รวม	400	100

1. ช่องทางที่มีผลต่อการซื้อของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่าช่องทางที่มีผลต่อการซื้ออาหารของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากสื่อทางอินเตอร์เน็ตจำนวน 278คน คิดเป็นร้อยละ 48.18มาจากเพื่อน / คนรู้จัก จำนวน 221คน คิดเป็นร้อยละ 38.30มาจากโปสเตอร์/ป้ายโฆษณาต่างๆจำนวน 23คน คิดเป็นร้อยละ 3.99มาจากใบปลิว/แผ่นพับจำนวน 21คน คิดเป็นร้อยละ 3.64มาจากมาจากนิตยสาร / วารสารจำนวน 15คน คิดเป็นร้อยละ 2.60มาจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 12คน คิดเป็นร้อยละ 2.08 และมาจากวิทยุจำนวน 7คน คิดเป็นร้อยละ 1.21(ตารางที่ 4.14)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ช่องทางในการตัดสินใจซื้ออาหาร

ช่องทางที่มีผลในการตัดสินใจซื้ออาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อทางอินเตอร์เน็ต	278	48.18
เพื่อน / คนรู้จัก	221	38.30
โปสเตอร์/ป้ายโฆษณาต่างๆ	23	3.99
ใบปลิว/แผ่นพับ	21	3.64
นิตยสาร / วารสาร	15	2.60
หนังสือพิมพ์	12	2.08
วิทยุ	7	1.21
รวม	577	100

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. การตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารกุ้งถัง

จากศึกษาพบว่าหากมีร้านอาหารกุ้งถังมาวางจำหน่ายในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ โดยที่มีราคาและคุณภาพของสินค้าไม่แตกต่างจากสาขาหลักกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25ใช้บริการแน่นอนจำนวน 144คน คิดเป็นร้อยละ 36และไม่แน่ใจจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75(ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการตัดสินใจซื้ออาหารกุ้งถังหากมาเปิดในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ

ช่องทางที่มีผลในการตัดสินใจซื้ออาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้บริการ	225	56.25
ใช้บริการแน่นอน	144	36.00
ไม่แน่ใจ	31	7.75
รวม	400	100

3. ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารกุ้งถัง

จากการศึกษาพบว่าความถี่ในการบริโภคอาหารกุ้งถังของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บริโภค 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 341คน คิดเป็นร้อยละ 85.25รองลงมา 2ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25และ 3ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 8คน คิดเป็นร้อยละ 2และ 4ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 สรุป ความถี่เฉลี่ยในการบริโภคกุ้งถังต่อสัปดาห์ประมาณ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารกุ้งถัง

ความถี่ในการบริโภคต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1ครั้ง	341	85.25
2ครั้ง	49	12.25
3ครั้ง	8	2.00
4ครั้ง	2	0.50
รวม	400	100.00

4. การตัดสินใจในการเลือกเมนูร้านอาหารกุ้งถัง

จากการศึกษาพบว่าเมนูที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกทานชุดรวมซีฟู้ด จำนวน 144 คนคิดเป็นร้อยละ 36รองลงมาชุดกุ้งถังไซส์Mจำนวน 113คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 ชุดกุ้งถังไซส์S จำนวน 98คน คิดเป็นร้อยละ 24.50ชุดกุ้งแม่น้ำจำนวน 32คนคิดเป็นร้อยละ 8ชุดหอย S จำนวน 7คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 และชุดหอย M จำนวน 6คน คิดเป็นร้อยละ 1.50สรุปได้ค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจซื้ออยู่ที่ 271 บาทต่อครั้ง(ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง การตัดสินใจเลือกเมนู

ประเภทของอาหารซีฟู้ด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชุดรวมซีฟู้ด ราคา 289 บาท	144	36.00
กุ้งถังไซส์Mราคา 289 บาท	113	28.25
กุ้งถังไซส์S ราคา 189บาท	98	24.50
กุ้งแม่น้ำ ราคา 389 บาท	32	8.00
หอยแมลงภู่นิวซีแลนด์ไซส์S189บาท	7	1.75
หอยแมลงภู่นิวซีแลนด์ไซส์M 289 บาท	6	1.50
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ช่วงเวลาในการเลือกการเลือกซื้ออาหารซีฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกอาหารช่วงเวลาในการเลือกซื้อส่วนใหญ่คือช่วง18.00-19.00 น.จำนวน 165คน คิดเป็นร้อยละ41.25 ช่วงเวลา 17.00-18.00 น. จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50ช่วงเวลา 19.00-20.00 น. จำนวน 44คน คิดเป็นร้อยละ11ช่วงเวลา 16.00-17.00 น. จำนวน 20คน คิดเป็นร้อยละ5.00และช่วงเวลา 20.01 - 21.00จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ10.25(ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 ช่วงเวลาในการเลือกซื้ออาหารซีฟู้ด

ช่วงเวลาในการเลือกซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
16.00 -17.00	20	5.00
17.01- 18.00	130	32.50
18.01 - 19.00	165	41.25
19.01 – 20.00	44	11.00
20.01 - 21.00	41	10.25
รวม	400	100.00

4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดนี้เป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพเพราะจะศึกษาถึงรายละเอียดที่จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และเชื่อถือได้การศึกษาด้านการตลาดประกอบด้วยขนาดของตลาดแนวโน้มของตลาดส่วนแบ่งทางการตลาดการพยากรณ์ความต้องการของตลาดและการประมาณยอดขาย

4.2.1ศึกษาขนาดของตลาด

การศึกษาครั้งนี้ได้นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ซึ่งอยู่ภายในตลาดนัดสุวรรณภูมิ โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด เพื่อนำข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารซีฟู้ดและสอบถามผู้ค้าขายใกล้บริเวณที่จัดตั้งโครงการมาประกอบการวิเคราะห์หาขนาดของตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรจากการสอบถามผู้ที่ค้าขายบริเวณที่ตั้งโครงการพบว่ามีผู้เดินผ่านบริเวณโครงการเฉลี่ยประมาณ 500 คนต่อวัน ใช้บริการร้านอาหารประมาณ 200 คนต่อวัน และจากการแจกแบบสอบถามจำนวน400ชุด พบว่า มีความถี่ในการใช้บริการตลาดนัดสุวรรณภูมิเฉลี่ยประมาณ 2ครั้งต่อสัปดาห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.การวัดอัตราการซื้อของผู้บริโภคจากการเก็บแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความถี่เฉลี่ยในการบริโภคอาหารซีฟู้ดคือ 2 ครั้งต่อสัปดาห์

3.อำนาจการซื้อ การซื้ออาหารซีฟู้ดของกลุ่มเป้าหมายที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง น้อยกว่า 10,000บาท ต่อเดือนและมีค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารซีฟู้ดอยู่ที่308 บาทต่อครั้ง

4.หามูลค่าตลาดของการลงทุนร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ โดยการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ในบริเวณพื้นที่ตั้งโครงการ คือ ภายในตลาดนัดสุวรรณภูมิ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้ออาหารซีฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละครั้ง เท่ากับ308 บาทต่อครั้ง ความถี่ในการบริโภคอาหารซีฟู้ดเฉลี่ย 2 ครั้งต่อสัปดาห์ สามารถคำนวณหามูลค่าทางการตลาดอาหารภายในตลาดนัดสุวรรณภูมิ ได้ ดังนี้

มูลค่าทางการตลาดอาหารซีฟู้ดภายในตลาด

= จำนวนประชากรเคยบริโภคซีฟู้ด × ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้ออาหารซีฟู้ดต่อครั้ง × จำนวนสัปดาห์หนึ่งปี× ความถี่เฉลี่ยในการบริโภคอาหารซีฟู้ดต่อสัปดาห์

= 400× 308× 52 × 2

= 12,812,800 บาทต่อปี

4.2.2 การศึกษาแนวโน้มของตลาด

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดการณ์ว่าในปี 2557 คนไทยมีการใช้จ่ายในการบริโภคอาหารโดยเฉลี่ย 22,034 บาทต่อคนต่อปี หรือโดยรวมแล้วมีมูลค่าตลาดอาหารในประเทศคิดเป็น 1.43 ล้านล้านบาท โดยมีแรงขับเคลื่อนจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้บริโภคได้ รวมถึงการทำการตลาดแบบเชิงรุกของผู้ประกอบการในตลาด ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะยังคงส่งผลต่อเนื่องมายังปี 2558 ทำให้คาดว่า มูลค่าตลาดอาหารในประเทศในปี 2558จะขยายตัวอยู่ในช่วงที่ร้อยละ 3.0-5.0 ต่อปี หรือคิดเป็นมูลค่า 1.49 ล้านล้านบาท จากแนวโน้มการขยายตัวของความเป็นเมือง ราคาสินค้าอาหารบางชนิดที่เพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายค่าอาหารเพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคและธุรกิจการบริการ (ศูนย์วิจัยกสิกร. 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.3 ส่วนแบ่งตลาด

ส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นความสามารถของธุรกิจหรือโครงการที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาดที่พิจารณาคือการแข่งขันซึ่งพิจารณาจากจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายบริเวณโครงการนั้นพบว่าไม่มีร้านอาหารซีฟู้ด ทำให้ไม่มีส่วนแบ่งตลาดของอาหารประเภทเดียวกัน แต่มีร้านอาหารที่สามารถกินทดแทนกันได้ จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและการวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการทำให้ธุรกิจเห็นส่วนแบ่งการตลาดดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

จะนำข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบบทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งสามารถจำแนกขั้นตอนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกได้ดังนี้

1.1กฎหมายการเมือง (Political) ปัจจุบันรัฐบาลได้มีนโยบายที่ส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) เพื่อให้เป็นรากฐานของเศรษฐกิจของประเทศไทย ตัวอย่างเช่น โครงการ **GO SMEs** ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นการสร้างผู้ประกอบการใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มนิสิต นักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การสร้างผู้ประกอบใหม่ภายใต้แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2555-2559) โดย สสว. การดำเนินงานจะเป็นการตั้งกองทุนเพื่อเป็นทุนตั้งตัวให้ผู้เข้าร่วมการบ่มเพาะวิสาหกิจ ที่ต้องการกู้เงินเพื่อใช้ในการเริ่มต้นประกอบสัมมาชีพ โครงการ SMEs Corporate Ventureหรือโครงการเพิ่มโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดย สสว. เพื่อเสนอเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน นอกเหนือจากสถาบันการเงินทั่วไป

1.2เศรษฐกิจ (Economic) เศรษฐกิจไทยในปี 2557 ขยายตัวเพียงร้อยละ 0.7 จากปีก่อนเพราะมีข้อจำกัดด้านการเติบโตจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกประเทศโดยในช่วงครึ่งแรกของปีเศรษฐกิจไทยไม่ขยายตัวเนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานบางส่วนของภาครัฐและความเชื่อมั่นของครัวเรือนธุรกิจรวมทั้งนักท่องเที่ยวประกอบกับหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูงทำให้ผู้บริโภคระมัดระวังในการใช้จ่ายและสถาบันการเงินระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อภายใต้สถานการณ์ดังกล่าวธุรกิจจึงชะลอการผลิตและการลงทุนใหม่ออกไป ในช่วงครึ่งหลังของปี 2557 เศรษฐกิจไทยทยอยฟื้นตัวเป็นลำดับจากการใช้จ่ายในประเทศและการท่องเที่ยวที่ปรับดีขึ้นภายหลังสถานการณ์ทางการเมืองคลี่คลายและภาครัฐกลับมาดำเนินการเบิกจ่ายงบประมาณได้ตามปกติ(ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2557)จากการวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐกิจจะเห็นได้ว่าไม่ว่าเศรษฐกิจจะมีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางใดก็ตามก็ไม่มีผลกระทบต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การลงทุนธุรกิจอาหารเนื่องจากอาหารเป็นยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ และร้านอาหารกุ้งถังมีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม

1.3สังคมและวัฒนธรรม (Social Cultural)ในในปัจจุบันสังคมไทยเป็นสังคมที่นิยมสินค้า,บริการที่มีความแปลกใหม่และนิยมเลือกร้านที่มีความสะดวก รวดเร็ว ในการดำรงชีวิตประจำวัน

1.4ประชากรศาสตร์ (Demographic) กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานและนักศึกษาของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังอัตราการเพิ่มของจำนวนนักศึกษาในสถาบันมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ตลาดมีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการวิเคราะห์ทางด้านประชากรศาสตร์นั้นส่งผลดีต่อธุรกิจร้านอาหารกุ้งถังเนื่องจากอัตราการการบริโภคนั้นสูงขึ้นซึ่งธุรกิจนี้สามารถตอบสนองได้(ตารางที่4.19)

ตารางที่4.19 จำนวนนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปี	จำนวน(คน)
2552	18,172
2553	18,616
2554	19,074
2555	15,321
2556	20,341
2557	20,157
2558	23,962

จากตารางมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 2 ต่อปี

ที่มา: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2. การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม

จะนำข้อมูลในส่วนของทุติยภูมิเกี่ยวกับธุรกิจอาหาร ไม่ว่าจะเป็นด้านคู่แข่ง สินค้าทดแทน การต่อรองราคาทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย มาประกอบการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยใช้การวิเคราะห์แรงผลักดันของปัจจัยทั้ง 5 ประการ (Five force analysis) มาทำการวัดความเข้มข้นของการแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกัน ที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน : มีไม่มากนักเนื่องจากในบริเวณตลาดนัดไม่มีร้านอาหารประเภทซีฟู้ดแต่อาจจะมีแฝงมาตามเมนูอาหารประเภทอื่นๆที่ไม่ใช่ร้านอาหารซีฟู้ดโดยตรง ซึ่งไม่มีผลกระทบมากนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น : เกิดขึ้นได้น้อยเพราะบริเวณพื้นที่และระบบการจัดการของตลาดที่มีการควบคุมความหลากหลายของบริการ แต่ในบริเวณใกล้เคียงตลาดอาจจะมีร้านอาหารประเภทเดียวกันเกิดขึ้นได้

2.3 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน : มีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมากแต่รูปแบบการบริการที่เหมือนกันยังไม่พบในบริเวณโครงการ

2.4 ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ : ไม่มีปัญหาเนื่องจากสินค้ามีราคาที่ไม่แพงจนเกินไปเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

2.5 ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบ : เกิดขึ้นได้เนื่องจากธุรกิจเป็นประเภทแฟรนไชส์ซึ่งวัตถุดิบบางประเภทต้องนำมาจากต้นสังกัดเท่านั้นถ้าหากผิดสัญญาก็ไม่สามารถดำเนินการผลิตสินค้าได้

จากการวิเคราะห์แรงผลักดันของปัจจัยทั้ง 5 ประการ (Five force analysis)ภายในตลาดมีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมากแต่ทางด้านภัยคุกคามจากสินค้าประเภทเดียวกันยังไม่มีอยู่ภายในตลาดแต่อาจเกิดคู่แข่งรายใหม่ขึ้นได้ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงตลาด สรุปได้ว่าถึงแม้จะมีการแข่งขันภายในตลาดจากสินค้าทดแทนอย่างรุนแรงแต่เชื่อว่าจุดเด่นของร้านอาหารกุ้งถังสามารถดึงดูดผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการได้

4.2.4 การพยากรณ์ความต้องการของตลาด

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่า ในปี 2558 นี้ ธุรกิจร้านอาหารจะมีมูลค่าตลาดอยู่ในกรอบ 375,000 - 385,000 ล้านบาท เติบโตอยู่ในกรอบร้อยละ 4.0 - 6.8 จากในปี 2557 (ศูนย์วิจัยกสิกร. 2557)

4.2.5 การประมาณการยอดขายของโครงการ

เป็นการประมาณรายได้จากการจำหน่ายอาหารกุ้งถังเป็นหลักตามระยะเวลาของโครงการ โดยการศึกษาครั้งนี้มีอายุของโครงการเท่ากับ 3 ปี โดยพิจารณาตามข้อผูกมัดจากสัญญาเช่าสถานที่ สามารถคำนวณหาได้จากสมการการหาจำนวนประชากรที่คาดว่าจะมาใช้บริการ (คนต่อปี) ดังนี้

=จำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ×อัตราร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร้าน และตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารกุ้งถังของโครงการอย่างแน่นอน (จากการสำรวจ) ×จำนวนสัปดาห์ในหนึ่งปี×ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารซีฟู้ดกุ้งถังต่อสัปดาห์

= 500×0.36× 52×1

= 9,360คนต่อปี

รายได้จากการขายอาหารกุ้งถังคำนวณได้จากจำนวนประชากรที่คาดว่าจะมาใช้บริการ (คนต่อปี) ×ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารกุ้งถัง

= 9,360 × 270

= 2,527,200 บาทต่อปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้นตลาดอาหาร บริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 2,527,200บาทต่อปีซึ่งเป็นตลาดที่มีมูลค่าค่อนข้างสูงส่งผลให้โครงการมีความสนใจในการลงทุน

ตารางที่ 4.20 พยากรณ์ยอดขายปีที่2 และปีที่3

ปีที่	ยอดขายปีก่อน	อัตราเจริญเติบโต	ผลพยากรณ์
2	2,527,200	0.054	2,663,669
3	2,663,669	0.054	2,807,507

หมายเหตุ:อัตราเจริญเติบโตเท่ากับ0.054มาจากค่ากลางระหว่างร้อยละ 4.0 - 6.8(จากการพยากรณ์ความต้องการของตลาด)

เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงตลาดของธุรกิจร้านอาหารกุ้งถังโดยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันภายในของอุตสาหกรรม ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้ จึงจำเป็นจะต้องมีการวิเคราะห์ทั้งสองกรณีนี้ก่อนจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์สภาวะทางการตลาดในส่วนต่าง ๆ ตามลำดับ

นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง มาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) ซึ่งข้อมูลที่ได้จะอธิบายลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการร้าน ในรูปของความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย โดยใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และผลรวมจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เบื้องต้นมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ต่อทางด้านการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนธุรกิจร้านอาหารกุ้งถัง จะทำการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม สภาวะตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณการยอดขายของโครงการ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดพบว่ามูลค่าตลาดภายในตลาดนัดสุวรรณภูมิเท่ากับ 12,812,800 บาทต่อปีและรายได้จากการประมาณการยอดขายในปีแรกเท่ากับ 2,527,200 บาท ซึ่งเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ค่อนข้างสูง และแนวโน้มตลาดของอาหารมีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 5 ความต้องการในการซื้ออาหารยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่องและประกอบกับการขยายตัวของตลาดธุรกิจอาหารที่มีแนวโน้มขยายตัวขึ้นทุกปี จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ในด้านการตลาด จึงยอมรับสมมุติฐานที่ว่าการลงทุนจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถัง ในตลาดนัดสุวรรณภูมิมีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เพื่อให้ทราบถึงการที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นมาจำหน่ายมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร ซึ่งการศึกษาทางด้านเทคนิคนั้นจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.3.1 ทำเลที่ตั้ง

สถานที่ตั้งของโครงการร้านอาหารกุ้งถังตั้งอยู่บริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิสถานที่ตั้งของโครงการอยู่ใกล้กับโรงเรียนและสถาบันศึกษามีการคมนาคมเดินทางได้สะดวกหลายเส้นทางเป็นแหล่งที่มีผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมากการเดินทางของผู้จัดส่งวัตถุดิบและผู้บริโภคมาที่สถานที่ตั้งของโครงการก็ง่ายสะดวก

4.3.2 ระบบการผลิต

โครงการแต่ละโครงการจะมีระบบการผลิตที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้าและบริการ โดยมีปัจจัยที่โครงการต้องพิจารณาถึงระบบการผลิตอยู่ด้วยกัน 3 ด้านคือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิต และปัจจัยนำออก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยนำเข้าเป็นปัจจัยต่างๆที่สำคัญที่โครงการจัดหามาจากภายนอกเพื่อนำไปใช้ในการผลิตสินค้าและบริการในการลงทุนร้านอาหารกุ้งถัง ดังนั้นในการเลือกปัจจัยนำเข้าจำเป็นต้องพิจารณาเกณฑ์ต่างๆดังนี้

1.1แหล่งที่มาของวัตถุดิบ โครงการมีแหล่งวัตถุดิบที่ใช้ต้นทุนในการผลิตต่ำเนื่องจากโครงการเนื่องจากโครงการจาหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้ผลิตขึ้นเอง แต่เป็นการรับผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตมาจาหน่ายอีกที ทำให้จำเป็นต้องเลือกผู้ผลิตที่มีต้นทุนในการผลิต รวมถึงการขนส่งในราคาที่เหมาะสมที่สุด โดยทำการเปรียบเทียบต้นทุนวัตถุดิบของแต่ละที่ และได้คัดเลือกผู้ผลิตที่มีต้นทุนที่เหมาะสมที่สุด คือ ร้านมหาชัย แม่กลองอาหารทะเล1/24-25 ถ.เศรษฐกิจ ต.นาดี อ.เมือง จ.สมุทรสาคร

1.2 การลงทุนในโครงการ ในการลงทุนร้านอาหารกุ้งถัง จะมีการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในร้าน อีกทั้งการจัดหาวัตถุดิบในการผลิต ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมาก เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทางโครงการจะต้องทำการจัดซื้อ ได้แก่

1.2.1 อุปกรณ์สำนักงาน เช่นเครื่องคิดเลข โต๊ะ และอุปกรณ์อื่นๆ โครงการได้จัดซื้อจากบริษัทออฟฟิต เมท จำกัด เลขที่ 24 ซอย อ่อนนุช 66/1 เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

1.2.2 อุปกรณ์เครื่องครัวได้จัดซื้อจากตลาดเอี่ยมสมบัติ ถนน อ่อนนุช แขวง สวนหลวง เขต สวนหลวง กรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.21 งบประมาณการลงทุนเครื่องมือและอุปกรณ์เริ่มต้นโครงการ

รายการ	จำนวน	ค่าใช้จ่าย(บาท)	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมต่อปี (บาท)
ป้ายหน้าร้าน	1	8,000	3	2,667
โต๊ะ	5	10,000	3	3,333
เก้าอี้	20	2,500	3	833
ถังสแตนเลส	10	2,500	3	833
เครื่องบันทึกเงินสด	1	15,000	3	5,000
เครื่องโทรศัพท์	1	800	3	267
ตู้แช่เย็น	1	17,000	3	5,667
ชั้นวาง	1	1,500	3	500
หม้อต้ม	3	2,800	3	933
ซิงค์ล้างจาน	1	4,700	3	1,567
หลอดไฟ	5	2,000	3	667
เครื่องมีด	1	3,000	3	1,000
อุปกรณ์ตกแต่ง	-	5,000	3	1,667
ชุดจานช้อน	30	9,000	3	3,000
อ่างล้างมือ	1	2,000	3	667
ถังน้ำ	2	800	3	267
ถังแก๊ส	1	2,800	3	933
โต๊ะสนาม	1	9,000	3	3,000
ถังน้ำแข็ง 300 ลิตร	1	3,500	3	1,167
รวม		101,900		33,967

หมายเหตุ : ค่าเสื่อมราคาเส้นตรง 3 ปีไม่มีมูลค่าซาก

1.2.3เครื่องปรุงอาหารได้จัดซื้อจากห้างสรรพสินค้าแม็คโครศรีนครินทร์ ถนนศรีนครินทร์ตำบลสำโรงเหนืออำเภอเมืองสมุทรปราการจังหวัดสมุทรปราการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. วิเคราะห์กระบวนการผลิต

ในการวางแผนกระบวนการผลิตของโครงการจะทำการศึกษาถึงรายละเอียดของสถานที่ตั้งโครงการการตกแต่งร้านภายในโครงการและแผนการผลิต

2.1รายละเอียดของโครงการ โดยสถานที่จะอยู่บริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิเป็นพื้นที่ว่างให้เช่าซึ่งเป็นส่วนของตลาดบริเวณโซนจำหน่ายอาหารเปิดให้ทำการเช่ามีสัญญาผูกมัดในการเช่าคือ 3 ปีและทำการเช่าต่อปีเมื่อสัญญาสิ้นสุดลงโดยมีขนาดพื้นที่ของสถานที่ที่กำหนดไว้มี 5 ตารางวาสถานที่ตั้งของโครงการมีการอำนวยความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคพร้อมสะดวกต่อการจัดตั้งเพียงทำสัญญาตกลงเช่าสถานที่ก็สามารถทำการเปิดขายได้ทันทีแต่ไม่มีการตกแต่งภายในให้ที่เช่าเป็นเพียงพื้นที่ว่างเปล่าสามารถตกแต่งได้ตามความต้องการโดยไม่ทำให้สถานที่ต้องชำรุดเสียหาย

2.2 การตกแต่งร้าน

2.2.1 การจัดตกแต่งร้านเป็นการเริ่มต้น ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าขั้นพื้นฐาน โดยการออกแบบป้ายหน้าร้านเป็นตราของผลิตภัณฑ์ ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ทันทีที่เดินผ่าน นับว่ามีความสำคัญมากในการดึงดูดความสนใจของลูกค้า ภายในร้านมีการตกแต่งโทนสว่างให้ดูสบายตา เป็นระเบียบ ดูสะอาด มีการจัดวางสินค้าที่เป็นหมวดหมู่ มีแสงสว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสมสำหรับการวางโชว์สินค้า นอกจากนั้นภายในบริเวณร้านยังมีโต๊ะ เก้าอี้ ในการนั่งรับประทานอาหารของตลาดนัดสุวรรณภูมิ เพื่อให้ผู้มาใช้บริการผ่อนคลาย

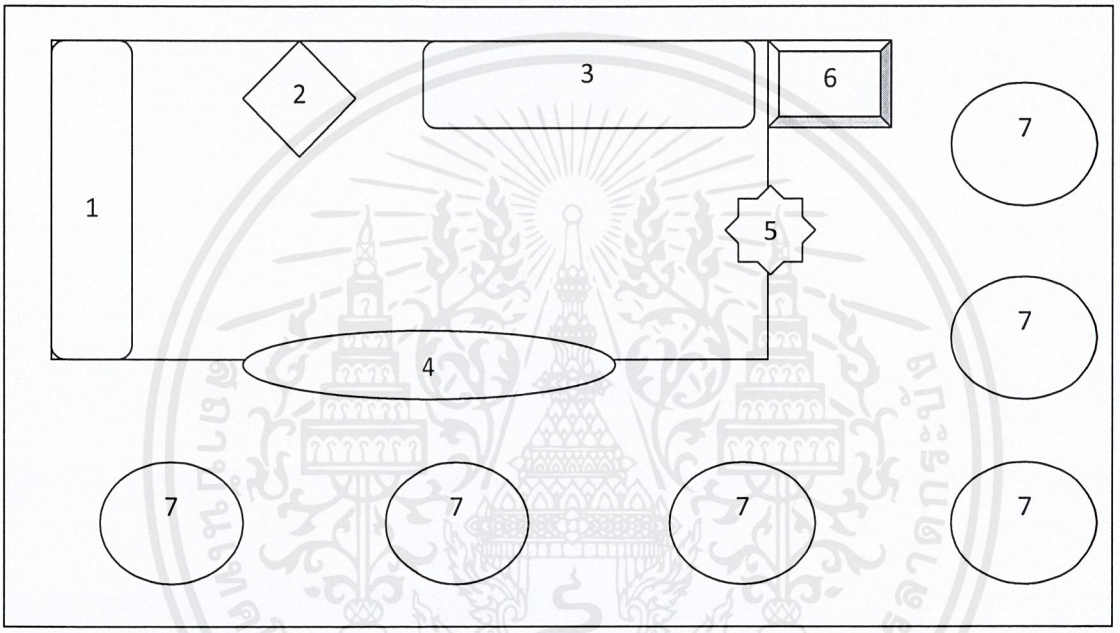
2.2.2การบริหารงานภายในร้านการจัดตั้งมีลักษณะเป็นเจ้าของคนเดียว เนื่องจากร้านของโครงการมีขนาดเล็กมีเนื้อที่ในการใช้สอยไม่มากเน้นการบริการลูกค้าที่สะดวกรวดเร็วการบริการลูกค้าโครงการจะเปิดทำการจำหน่ายในเวลา 16.00 - 21.00 น. เปิดให้บริการในทุกวันการบริหารงานจะปรับให้เหมาะสมกับสภาพธุรกิจของโครงการการจ้างแรงงานตามอัตราการจ้างงานขั้นต่ำ 1 คนชั่วโมงการทำงาน 8 ชั่วโมงต่อวันพนักงานมีหน้าที่ในการขายสินค้าและจัดเรียงสินค้าสั่งและรับสินค้าเข้าร้านโดยผ่านการอนุมัติของเจ้าของโครงการ

2.2.3รูปแบบของร้านจำหน่ายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารกุ้งถังจะเป็นช่องการจัดจำหน่ายทางตรงคือจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคโดยไม่ผ่านคนกลางซึ่งโครงการได้เลือกทำเลในการจัดตั้งในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิซึ่งที่ตั้งของโครงการมีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้สามารถใช้เป็นช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคข้อเสนอแนะต่างๆเพื่อที่จะนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและมีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคซึ่งผลิตภัณฑ์ของโครงการจะทำตามออร์เดอร์ที่ลูกค้าสั่ง โดยจะมีน้ำซอสปรุงไว้เรียบร้อยแล้ว และอาหารทะเลที่ต้มสุกใหม่ทุกวัน เตรียมไว้ปรุงเมื่อลูกค้าสั่ง พร้อมเสิร์ฟด้วยถังสแตนเลส เทลงบนโต๊ะที่ปูด้วยกระดาษที่ทางร้านเตรียมไว้ ให้ลูกค้ารับประทานอาหารโดยใช้มือ และทางร้านมีอ่างล้างมือไว้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.4 กำลังการผลิตจากการสอบถามข้อมูลของโครงการพบว่ามีผู้บริโภคที่สนใจและคาดว่าจะเข้ามาใช้บริการร้านจำหน่ายอาหารซีฟู้ดของโครงการจำนวน 369คนเนื่องจากผลิตภัณฑ์ของโครงการเป็นสินค้าที่มีระยะเวลาเก็บรักษาได้ไม่นานจึงทำให้การสั่งซื้อสินค้าเข้าร้านวันต่อวันเนื่องจากผลิตภัณฑ์จะเก็บรักษาแช่ไว้ในตู้แช่เย็นโดยการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้บริโภคและอาจมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ออกตลาดเพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ

2.2.5 การออกแบบผังร้าน



รายละเอียดการจัดวางอุปกรณ์

1. ครัว
2. ตู้แช่เย็น
3. ซิงค์ล้างจาน
4. บาร์
5. ประตูเข้าห้องครัว
6. อ่างล้างมือ
7. โต๊ะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ปัจจัยนำออก

ผลิตภัณฑ์ของร้านมีหลากหลายชนิดเช่น อาหารทะเลหลายชนิดราดด้วยซอสสูตรพิเศษของทางร้าน อาหารทานเล่นหลากหลายชนิด เช่น ปีกไก่ทอด นักเก็ตเป็นต้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยผลิตภัณฑ์ทางร้านจะเน้นความสดใหม่ราคาจำหน่ายในระดับปานกลาง วัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ

4.3.3 การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ

โดยการนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์และข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนในการจัดตั้งโครงการมาทำการประมาณการค่าใช้จ่ายของโครงการมีรายละเอียดในการประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการดังนี้

1. การประมาณเงินลงทุนของโครงการจากการเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาทำการพิจารณาข้อมูลเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ โดยกำหนดให้เงินลงทุนในโครงการอยู่ในปีปัจจุบัน (ปีที่ 0) หรืออาจกล่าวได้อีกอย่างคือเงินลงทุนเริ่มแรกโดยมาจากเจ้าของทั้งหมด

ตารางที่ 4.22 ประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ

รายการ	จำนวนเงิน(บาท)
ค่าแฟรนไชส์	350,000
เงินลงทุนทรัพย์สินถาวร	
ออกแบบตกแต่งร้าน	130,000
เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงาน	101,900
เงินทุนหมุนเวียน	10,000
รวม	591,900

2. การประมาณค่าใช้จ่ายโครงการเป็นการประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมีรายละเอียดดังนี้

2.1ค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบคิดเป็นร้อยละ 50 ของยอดขายจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.23 ค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบ

ค่าวัตถุดิบคิดเป็นร้อยละ50ของยอดขาย			
รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
ยอดขาย	2,527,200	2,663,669	2,807,507
วัตถุดิบ	1,263,600	1,331,835	1,403,754

หมายเหตุ[1]: ร้อยละ 50ของยอดขาย อ้างอิงมาจากการสอบถามมาจากผู้ประกอบการ

ที่มา : จากการคำนวณ

2.2ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารประกอบด้วย

- ค่าแรงงานพนักงาน2คน ต่อเดือน 20,000 บาท
- ค่าใช้จ่ายในการจัดการ ต่อเดือน 15,000 บาท
- ค่าเช่าสถานที่ ต่อเดือน 15,000 บาท
- ค่าประชาสัมพันธ์ เดือนล่ะ 1,000 บาท
- ค่าซอสจากเจ้าของแฟรนไชส์ 20,000 บาท ต่อเดือน
- ค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำ,ค่าไฟ,ค่าโทรศัพท์) เดือนละ 5,000 บาท
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆเช่นค่าขนส่งสินค้าค่าสินค้าคงคลังวัตถุดิบเพิ่มเติมฯลฯคิด

ร้อยละ 5.00จากยอดขาย (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ)

ตารางที่ 4.24 ค่าวัตถุดิบค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
วัตถุดิบ	1,263,600	1,331,835	1,403,754
ค่าใช้จ่ายในการขาย			
ค่าจ้างพนักงาน	240,000	240,000	240,000
ค่าประชาสัมพันธ์	12,000	12,000	12,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	126,360	133,183	140,375
ค่าซอส	840,000	840,000	840,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร			
ค่าเช่าสถานที่	180,000	180,000	180,000
ค่าแรงผู้จัดการ	180,000	180,000	180,000
ค่าสาธารณูปโภค	60,000	60,000	60,000
รวม	2,301,960	2,377,018	2,456,129

ที่มา : จากการคำนวณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.25 การประมาณต้นทุนการผลิตของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
ค่าวัตถุดิบ	1,263,600	1,331,834	1,403,753
ค่าใช้จ่ายในการขาย	618,360	625,183	632,375
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	420,000	420,000	420,000
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ (ไม่รวมค่าเสื่อม)	2,301,960	2,377,018	2,456,129
ค่าเสื่อมราคาวัสดุและอุปกรณ์	33,967	33,967	33,967
ต้นทุนผลิตรวม	2,335,927	2,410,985	2,490,096

ที่มา : จากการคำนวณ

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

จากการวิเคราะห์ด้านเทคนิคพบว่า ทำเลที่ตั้งของโครงการอยู่ในแหล่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คืออยู่ในบริเวณใกล้กับโรงเรียนและสถาบันศึกษามีการคมนาคมเดินทางได้สะดวกหลายเส้นทาง เป็นแหล่งที่มีผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมากการเดินทางของผู้จัดส่งวัตถุดิบและผู้บริโภคมาที่สถานที่ตั้งของโครงการก็ง่ายสะดวกมีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคครบครัน สถานที่ตั้งอยู่ในจุดที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ง่าย สรุปได้ว่าร้านอาหารกุ้งถังมีความพร้อมทั้งด้านระบบการผลิต การจัดการผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการจัดหาและขนส่งปัจจัยนำเข้าที่มีมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจจึงยอมรับสมมุติฐานที่ว่าการลงทุนจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถัง ในตลาดนัดสุวรรณภูมิมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

4.4การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงินจะเป็นการวิเคราะห์โครงการด้านการลงทุนตั้งแต่เริ่มต้นโครงการจนถึงสิ้นสุดโครงการ โดยที่การวิเคราะห์จะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไรของโครงการ รวมถึงการวางแผนทางการเงินและการวางแผนกำไรเพื่อทำให้ผู้ประกอบธุรกิจเกิดความมั่นใจว่า ถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางด้านการเงินใดๆเกิดขึ้นกับโครงการ มีรายละเอียดดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียดของโครงการ

แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนทั้งหมดมาจากเจ้าของกิจการ ไม่มีการกู้ยืม โดยตามการประมาณการคาดว่าจะใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 591,900 บาท แบ่งเป็นค่าแฟรนไชส์350,000 บาท เป็นการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 231,900 บาทและเป็นเงินทุนหมุนเวียนสำหรับค่าใช้จ่ายประมาณ 10,000บาท (ตารางที่ 4.22)

อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

อัตราคิดลด (discount rate) มีความสำคัญในการพิจารณาความเป็นไปได้ของโครงการ เพราะใช้เป็นตัวปรับค่าต้นทุนและผลตอบแทนที่เกิดในอนาคตให้เป็นค่าปัจจุบันในที่นี้จึงขอใช้อัตราคิดลด ร้อยละ 12 (สำนักบริหารโครงการ. 2553)

อายุของโครงการ

กำหนดอายุของโครงการ 3 ปี โดยกำหนดจากสถานที่ และในระหว่างอายุของโครงการไม่มีการลงทุนเพิ่มเติม

ตารางที่ 4.26การประมาณกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
ยอดขาย	2,527,200	2,663,669	2,807,507
หัก ค่าวัตถุดิบ	1,263,600	1,331,835	1,403,754
กำไรขั้นต้น	1,263,600	1,331,834	1,403,753
หักค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,038,360	1,045,183	1,052,375
กำไรขาดทุนก่อนหักภาษีและค่าเสื่อมราคา	225,240	286,651	351,378
หัก ภาษี	11,262	14,333	35,138
กำไรขาดทุนก่อนหักค่าเสื่อมราคา	213,978	272,318	316,240
หักค่าเสื่อมราคา	33,697	33,697	33,697
กำไรสุทธิ	180,281	238,621	282,543
กำไรสะสม	180,281	418,902	701,445

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ภาษีเงินได้ปีที่ 1และ 2คิดเป็นร้อยละ5 ของรายได้

ปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 10 ของรายได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.27การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
กระแสเงินสดรับ				
รายได้จากการขาย		2,527,200	2,663,669	2,807,507
กระแสเงินสดจ่าย				
เงินลงทุนของโครงการ	581,900	0	0	0
เงินลงทุนหมุนเวียน	10,000	0	0	0
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อมราคา)		2,301,960	2,377,018	2,456,129
ภาษีเงินได้		11,262	14,333	35,138
รวมกระแสเงินสดจ่าย		2,313,222	2,391,350	2,491,267
กระแสเงินสดสุทธิ	(591,900)	213,978	272,318	316,240
กระแสเงินสดสะสม		213,978	486,296	802,537

หมายเหตุ : ไม่มีมูลค่าซาก

ที่มา : จากการคำนวณ

4.4.1 การวิเคราะห์ทางด้านการเงิน

การวิเคราะห์ทางด้านการเงินจะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงิน หรือความสามารถในการทำกำไร เพื่อให้ผู้ลงทุนเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานในโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆกับโครงการ การวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการใช้การประมาณค่าลงทุนเพื่อพิจารณาว่าโครงการให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินลงทุนหรือไม่ โดยใช้วิธีประเมินที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลา คือ ระยะเวลาการคืนทุน และวิธีประเมินที่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลา คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.28ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน

รายการ	ผลจากการคำนวณ
ระยะเวลาคืนทุน	2ปี4เดือน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(บาท)	41,383
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ	15.75%
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน(เท่า)	1.01

หมายเหตุ เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12

ที่มา : (ภาคผนวก ค.)

ซึ่งสามารถอธิบายผลของการประเมินค่าการลงทุนที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาและการประเมินค่าการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา จากการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน คำนวณจากจำนวนปีที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายของโครงการ ซึ่งโครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุน 2ปี 4 เดือน

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เป็นการศึกษาผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิกับเงินสดจ่ายลงทุน ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์ แสดงว่า ผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน โครงการไม่มีกำไรแต่ก็ไม่ขาดทุน แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นบวกหรือมีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุน โครงการนั้นมีกำไรและในกรณีที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นลบ หรือมีค่าน้อยกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุนโครงการนั้นถือว่าขาดทุน ซึ่งเมื่อพิจารณามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการนั้นมีค่าเท่ากับ 41,383 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวกหรือมีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้นั้นมีค่ามากกว่าต้นทุน

3. อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เพื่อศึกษาหาผลตอบแทนของการลงทุนว่ามีค่าร้อยละเท่าไร โดยคำนวณหาอัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการตลอดอายุโครงการมีค่าเท่ากับเงินสดที่จ่ายลงทุน ซึ่งโครงการนี้มีผลตอบแทนของโครงการลงทุนเท่ากับร้อยละ 15.75%ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนหรือโครงการที่มีกำไร

4. อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เพื่อศึกษาอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายไปในการดำเนินโครงการ ถ้าอัตราผลตอบแทนของต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่าเท่ากับหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน คือ โครงการไม่มีกำไรและไม่ขาดทุน ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่ามากกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนโครงการมีกำไร และถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่าน้อยกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุน โครงการขาดทุน ซึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการมีค่าเท่ากับ 1.01เท่า แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนหรือโครงการมีกำไร

4.4.2 การทดสอบหาค่าความแปรเปลี่ยน (Switching value test: SVT)

เป็นการทดสอบความแปรเปลี่ยนของโครงการเพื่อหาว่า ณ ระดับต้นทุนเพิ่มขึ้น หรือผลตอบแทนลดลงเท่าใด จึงจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับศูนย์และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการ (B/C) เท่ากับ 1 โดยอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) เท่ากับ อัตราคิดลด (r = ร้อยละ 12) หรือทำให้ผู้ลงทุนในโครงการไม่มีกำไร โดยผลจากการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.29ผลวิเคราะห์การทดสอบหาค่าความแปรเปลี่ยน (Switching value test: SVT)

รายการ	STV_C ความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน	STV_B ความเปลี่ยนแปลงด้านผลตอบแทน
	0.65	0.65

ที่มา: (จากการคำนวณในภาคผนวก ค.)

ผลการวิเคราะห์การทดสอบหาค่าความแปรเปลี่ยนของโครงการ

กรณีที่1ต้นทุนของโครงการเพิ่มขึ้นได้ถึงร้อยละ 0.65 จากการวิเคราะห์พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับศูนย์และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการ (B/C) เท่ากับ 1 โดยอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) เท่ากับอัตราคิดลด (r = ร้อยละ12) ส่งผลให้การลงทุนในโครงการไม่มีกำไรในการลงทุนดังนั้น ถ้าค่าความเสี่ยงภัยของโครงการอยู่ในระดับต่ำ แสดงว่า ถ้าต้นทุนของโครงการเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 0.65 จะทำให้โครงการประสบปัญหาขาดทุนทันที

กรณีที่ 2 ผลตอบแทนของโครงการลดลงได้ถึงร้อยละ 0.65จากการวิเคราะห์พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับศูนย์และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการ (B/C) เท่ากับ 1 โดยอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) เท่ากับ อัตราคิดลด (r = ร้อยละ 12) ส่งผลให้การลงทุนในโครงการไม่ขาดทุนแต่ก็ไม่มีกำไร ดังนั้นค่าความเสี่ยงภัยของโครงการอยู่ในระดับต่ำ แสดงว่า ถ้าราคาขายลดลงต่ำกว่าร้อยละ 0.65 จะทำให้โครงการเกิดความไม่คุ้มค่าในการลงทุนและประสบปัญหาขาดทุนทันที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.30 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของต้นทุนและผลตอบแทน

ปีที่	กระแสเงินสดจ่าย	กระแสเงินสดรับ	df 12%	PVC	PVB
0	591,900	-	1	631,900	0
1	4,468,852	2,527,200	0.893	2,065,707	2,256,790
2	4,679,724	2,663,669	0.797	1,905,906	2,122,944
3	4,864,519	2,807,507	0.712	1,773,782	1,998,945
รวม				6,337,295	6,378,679

ที่มา : จากการคำนวณ

กรณีที่ 1 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านต้นทุน (SVTC)

$$SVTC = [(PVB - PVC) \times 100] / PVC$$

$$= 41,383 \times 100/6,337,295$$

$$= 0.65$$

ดังนั้นสรุปได้ว่าต้นทุนโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้สูงสุดร้อยละ 0.65 จึงจะไม่ทำให้โครงการขาดทุนสามารถดำเนินโครงการต่อไปได้

กรณีที่ 2 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านผลตอบแทน (SVTB)

$$SVTB =[(PVB - PVC)\times 100] / PVB$$

$$= 41,383\times 100/6,378,679$$

$$= 0.65$$

ดังนั้นสรุปได้ว่าผลตอบแทนโครงการสามารถลดลงได้ร้อยละ 0.65 จึงจะไม่ทำให้โครงการขาดทุนสามารถดำเนินโครงการต่อไปได้

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารกุ้งถังพบว่าโครงการมีระยะคืนทุน 2ปี 4เดือน อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.01เท่า โดยมีมูลค่าปัจจุบันค่าเป็นบวก เท่ากับ 41,383บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 และมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 15.75จากการวิเคราะห์การเงินทุกกรณี ทำให้ทราบว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน คือโครงการมีกำไรในการลงทุนธุรกิจร้านกุ้ง โครงการจึงมีความเป็นไปได้ทางด้านการเงินในการลงทุนจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถังบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5
สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถัง บริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ พบว่าเป็นพื้นที่ที่มีนักศึกษาให้ความสนใจ และมีกลุ่มเป้าหมายสัญจรผ่านไปมาเป็นจำนวนมาก เนื่องจากร้านอาหารที่มีในปัจจุบัน ยังไม่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกับร้านอาหารกุ้งถังจึงทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นจึงเหมาะแก่การพิจารณาลงทุนจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถัง แต่อย่างไรก็ตามควรมีการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจ เพื่อให้เกิดความมั่นใจก่อนการลงทุน และเป็นการลดความเสี่ยงของการลงทุนโครงการ จึงควรทำการศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน เพื่อเป็นการนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาประกอบการตัดสินใจลงทุน

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถังบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิโดยศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดตั้งแต่ด้านขนาดตลาด แนวโน้มตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณการยอดขายของโครงการ จากนั้นจะทำการศึกษาทางด้านเทคนิค โดยที่จะศึกษาทำเลที่ตั้งของโครงการ การพิจารณาถึงระบบการผลิต ที่ประกอบไปด้วย ปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิต และปัจจัยนำออก จากนั้นทำการประมาณการต้นทุนเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ทางด้านการเงินต่อไป โดยที่การวิเคราะห์ทางด้านการเงิน เริ่มจากการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน การหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ การหาอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ และการหาอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายสุดท้าย การวิเคราะห์ความอ่อนไหว เพื่อนำผลไปใช้การตัดสินใจลงทุน

วิธีการศึกษาในครั้งนี้ โครงการได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกทำการศึกษานักศึกษา และผู้คนที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิโดยเจาะจงบริเวณโซนอาหารของตลาดนัดสุวรรณภูมิและรอเก็บแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่างทันที ส่วนข้อมูลทุติยภูมิได้จากเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมาทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณาและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการวิเคราะห์ทางด้านการตลาด พบว่า ขนาดตลาดมีมูลค่าตลาดภายในตลาดนัดสุวรรณภูมิเท่ากับ 12,812,800 บาทต่อปี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง ประมาณ 308บาท และมีความถี่เฉลี่ยในการซื้อ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ต่อคน การประมาณการยอดขายสินค้าจะมียอดขายปีแรก 2,527,200บาท ซึ่งเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ค่อนข้างสูง และแนวโน้มตลาดของอาหารมีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 5จึงมีโอกาสที่จะได้ส่วนแบ่งตลาดมาเป็นของธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคมที่เอื้ออำนวยในการลงทุนจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถัง ดังนั้นโครงการจึงมีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด

จากการวิเคราะห์ด้านเทคนิคพบว่ามีความพร้อมด้านระบบการผลิตขั้นตอนการจัดหาและขนส่งปัจจัยนาเข้าได้สะดวกอีกทั้งทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิใกล้กับโรงเรียนสถานศึกษาประกอบกับในพื้นที่โครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกการคมนาคมขนส่งมีสาธารณูปโภคต่างๆที่ครบครันจึงสรุปผลการศึกษาทางด้านการเทคนิคว่ามีความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถัง บริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ

จากการวิเคราะห์ทางด้านการเงินพบว่า โครงการมีระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ที่ 2ปี 4เดือน มีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.01เท่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก มีค่าเท่ากับ 41,383บาท ในอัตราคิดลดที่ร้อยละ 12อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 15.75จากผลการวิเคราะห์ที่ได้ ทำให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า โครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน ดังนั้นโครงการจึงมีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถัง บริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิพบว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน จึงควรดำเนินโครงการดังกล่าวต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2ข้อเสนอแนะ

1. การดำเนินการจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถังบริเวณควรจัดตั้งเพราะมีความเป็นไปได้ในด้านเทคนิค การเงิน และการตลาด แต่ควรมีระยะเวลาโครงการเกิน3ปีจึงจะทำให้คุ้มค่าแก่การลงทุนยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะทางด้านการตลาด หากโครงการลงทุนจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถังเกิดขึ้นจริง ผู้ลงทุนควรศึกษาภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน เนื่องจากบริเวณที่ตั้งโครงการมีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อยอดขายได้ซึ่งอาจลดความเสี่ยงได้โดยการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายต่างๆ

3. ข้อเสนอแนะทางด้านเทคนิค โครงการมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงในด้านค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย ดังนั้นผู้ลงทุนควรมีการวางแผนค่าใช้จ่ายในด้านการบริหารและการขายให้รัดกุม เพื่อให้สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายส่วนเกินได้

4. ข้อเสนอแนะทางด้านการเงิน ความอ่อนไหวของโครงการพบว่า หากมีต้นทุนที่สูงขึ้นและรายได้ลดลง เกินร้อยละ 1จะส่งผลกระทบต่อโครงการ เพราะฉะนั้นโครงการจะต้องควบคุมเรื่องต้นทุนและยอดขายให้คงที่หรือผันแปรขึ้นลงไม่มากนัก เพราะอาจส่งผลกระทบที่ร้ายแรงต่อโครงการเพราะระยะเวลาของโครงการยังสั้นเกินไป

5. ผู้ลงทุนควรหาแหล่งวัตถุดิบสำรอง เพื่อลดความเสี่ยงด้านวัตถุดิบ จากการขาดสินค้า

6. ระยะเวลาโครงการ 3ปี นั้นทำให้ผลตอบแทนไม่สูงมากนัก ถ้าโครงการเกินขึ้นจริง ควรมีระยะเวลาของโครงการยาวกว่า 3 ปี จึงจะทำให้มีผลตอบแทนที่สูงขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพากร. 2558. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา [Online]. Avilable : http://www.rd.go.th. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2559.

กนกทิพย์ ปิยะศิริพนธ์. 2553. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเจในอำเภอฝางจังหวัด เชียงใหม่ วิทยานิพนธ์บริการธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาลัยราชภัฏเชียงราย

กฤษฎา โสมนะพันธุ์. 2556. การศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการรับประทานอาหารไทยนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

คมคิดธุรกิจนิวเจน.2558. 'กุ้งถัง'เปิบอร่อยด้วยมือ ซีฟู้ดน้องใหม่สไตล์มะกัน :[Online]. Avaliable: http://www.komchadluek.net/detail/20150526/206907.html 1 กันยายน 2558

ชัยยศ สันติวงษ์. 2539. **การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.**

ชุลีพร มาสเนตร. 2555. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส วิทยานิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

ฐาปนา ฉิ่นไพศาล. 2542. **การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

ฐาปนา ฉิ่นไพศาล และอัจฉรา ชีวะตระกลูกิจ. 2544. **การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

ทิพยาภรณ์ พืชพันธุ์ และคณะ. 2557. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์เก๋ากะพงภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.ปัญหาพิเศษ สาขาบริหารธุรกิจเกษตร. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ธีรวุฒิ เอกะกุล. 2543. ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

น้ำทิพย์ แตงถมยา. 2557. การศึกษาเรื่องแผนธุรกิจ ร้านอาหารวังกุ้ง ซีฟูด ร้านอาหารวังกุ้งซีฟู้ด ตั้งอยู่บริเวณ ถ.เลียบทางชนบท สมุทรสาคร เชื่อมต่อกับถนน บางขุนเทียน-ชายทะเล วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประพันธ์ โนระดี. 2550. การบริโภคสัตว์น้ำของไทย [Online]. Avaliable: www.fisheries.go.th/foreign/images/pdf/a0654.pdf 15 กันยายน 2558

ประภัสสร แซ่กอ. 2556. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านแฟรนไชส์ผลิตภัณฑ์นมที่มีเทคโนโลยีจากญี่ปุ่น กรณีศึกษา ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าบางนาคณะ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พักตร์พจง วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์. 2542. Five-Forces Model. [Online]. Avaliable: http://wwww.krungsri.com. 1 กันยายน 2558.

พัชรีย์ ปราบรัตน์. 2554. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทาร้านอาหารเพื่อสุขภาพในพื้นที่ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี กรณีศึกษาการรับสิทธิ์ทางการค้า เฮลท์ตี้มีล ไทยแลนด์ วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย เกษตรศาสตร์

เพ็ญนภา หมีเทศ. 2554. การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคร้านอาหารสำหรับครอบครัวในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ยุทธดนัย อ๋องสกุล. 2551. การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารจานด่วนของผู้บริโภคในตำบล ตลาดใหญ่ อำเภอ เมือง จังหวัดภูเก็ต วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย ราชภัฏ สวนดุสิต

สุดารัตน์ ธรรมวัน. 2555. การศึกษาความเป็นไปได้ของการเปิดร้านไอศกรีมไอเบอร์รี่ในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดพิษณุโลกวิทยานิพนธ์บธ.ม.สาขาวิชาการบริหารธุรกิจคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสารมหาวิทยาลัยนเรศวร

สำนักงานส่งเริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) 2558. สสว. ชง 5 โครงการพัฒนา SMEs Online]. Avaliable : https://www.innobizmatching.org 5 มีนาคม 2559

ศูนย์วิจัยกสิกร. 2557. ตลาดอาหารในประเทศ 2557 Online]. Avaliable : http://www.kasikornbank.com/SME/Documents/KSMEAnalysis

อนุศราอะหวัง. 2554. ร้านอาหารเพื่อสุขภาพและพร้อมบริการนาส่ง วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต คณะ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อรรคเดช อภัยภักตร์. 2556. การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้าน ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัญฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ACNEWS.2556. ฟาสต์ฟู้ดแข่งเดือดงัดเมนูใหม่ราคาประหยัดเพิ่มยอดขาย [Online]. Avaliable : http://www.acnews.net/detailnews.php?news_id=N255601786 1 กันยายน 2558

ASTVผู้จัดการรายสัปดาห์. 2552. นีลเส็นเผยผลวิจัยพฤติกรรมกินนอกบ้านอาหารไทยยังครองใจผู้บริโภค[Online]. Avaliable: http://info.gotomanager.com/news/printnews.aspx?id=80259 1 กันยายน 2558

SmeLeader. 2557. ตลาดนัดสุวรรณภูมิ แหล่งรวมสินค้าราคาย่อมเยายามเย็นย่านลาดกระบัง [Online]. Avaliable : http://www.smeleader.com/ตลาดนัดสุวรรณภูมิ/ 1 กันยายน 2558

Thaifranchisecenter. 2557. ทำเลตลาดนัดสุวรรณภูมิ [Online]. Avaliable : http://www.thaifranchisecenter.com/market/detail.php?market=460:http://www.thaifranchisecenter.com/market/detail.php?market=460 15 กันยายน 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเลขที่ .....



การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถัง

ภายในตลาดนัดสุวรรณภูมิ

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งร้านอาหารกุ้งถัง ภายในตลาดนัดสุวรรณภูมิของนักศึกษาปริญญาตรี ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร สาขาบริหารธุรกิจเกษตร คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะถือเป็นความลับในการวิเคราะห์เพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการและนำเสนอบทสรุปในภาพรวมเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการกรอกแบบสอบถามตามความเป็นจริงเพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย ทั้งนี้ทางผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

คำแนะนำ:กรุณาทำเครื่องหมาย √ลงใน ( ) ที่ท่านต้องการ และเติมข้อความหรือตัวเลขในช่องว่างที่กำหนดให้

ส่วนที่ 1ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ.....ปี

3. อาชีพ ( ) พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน ( ) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
( ) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ( ) นักเรียน/นักศึกษา

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ.....บาท

5. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารต่อวันประมาณ.....บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<u>ส่วนที่ 2</u>ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภค

6. ท่านเป็นผู้ที่เคยบริโภคอาหารซีฟู้ดหรือไม่

( ) เคย ( ) ไม่เคย

7. ท่านชอบอาหารซีฟู้ดประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) กุ้ง ( ) ปลาหมึก

( ) ปลาทะเล ( ) หอยทะเล

8. ท่านบริโภคอาหารซีฟู้ดประมาณ.....ครั้ง/สัปดาห์

9. ท่านซื้ออาหารซีฟู้ดแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงินเท่าใด.....บาท/ครั้ง

10. ท่านเข้ามาใช้บริการในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิบ่อยเท่าใด.....ครั้ง/สัปดาห์

11. ท่านคิดว่าในอนาคตแนวโน้มการบริโภคอาหารซีฟู้ดของท่านจะเป็นอย่างไร

( ) ไม่แน่ใจ ( ) บริโภคเหมือนที่ผ่านมา

( ) บริโภคมากขึ้น ( ) บริโภคน้อยลง

( ) ไม่บริโภคแล้ว

12 .สิ่งใดมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกทานอาหาร

( ) ตัดสินใจด้วยตัวเอง ( ) เพื่อนครอบครัวและญาติ

( ) จาก blog, website ( ) สื่อประชาสัมพันธ์

( )โปรโมชั่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<u>ส่วนที่ 3</u> ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งร้านอาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ

13. ท่านรู้จักร้านอาหารกุ้งถังหรือไม่

( ) รู้จัก ( ) ไม่รู้จัก

14. ช่องทางใดที่ช่วยให้ท่านรู้จัก เข้าถึง และสนใจร้านอาหารกุ้งถังได้มากที่สุด (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

( ) วิทยุ ( ) หนังสือพิมพ์

( ) ใบปลิว/แผ่นพับ ( ) นิตยสาร / วารสาร

( ) เพื่อน / คนรู้จัก ( ) โปสเตอร์/ป้ายโฆษณาต่างๆ

( ) สื่อทางอินเตอร์เน็ต

15.ถ้ามีร้านอาหารกุ้งถังมาวางจำหน่ายในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิโดยที่มีราคาและคุณภาพของสินค้าไม่แตกต่างจากสาขาหลัก ท่านคิดว่าจะซื้อหรือไม่

( ) ใช้บริการแน่นอน ( ) ใช้บริการ

( ) ไม่แน่ใจ ( ) ไม่ใช้บริการ

( ) ไม่ใช้บริการแน่นอน

16.ท่านคิดว่าท่านจะซื้ออาหารร้านอาหารกุ้งถังประมาณ.....ครั้งต่อสัปดาห์

17.ในการซื้ออาหารกุ้งถังในบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิแต่ละครั้งท่านคิดว่าจะเลือกซื้อเซตอาหารราคาไหน

( ) กุ้งถังไซส์Sราคา 189 บาท ( ) กุ้งถังไซส์ M ราคา 289 บาท

( ) กุ้งแม่น้ำ ราคา 389 บาท ( ) หอยตลับราคา 219 บาท

( ) หอยแมลงภู่นิวซีแลนด์ไซส์ S 189บาท( )หอยแมลงภู่นิวซีแลนด์ไซส์ M 289บาท

( ) ชุดรวมซีฟู้ดราคา 289 บาท

18. ท่านคิดว่าจะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในช่วงเวลาใดมากที่สุด

( ) 16.00 - 17.00 ( ) 17.01- 18.00

( ) 18.01 - 19.00 ( ) 19.01 – 20.00

( ) 20.01- 21.00

ขอขอบคุณท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ ภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไป หรือจากหน่วยภาษีที่มีลักษณะพิเศษ ตามที่กฎหมายกำหนดและมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยปกติจัดเก็บเป็นรายปี รายได้ที่เกิดขึ้นในปีใดๆ ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องนาไปแสดงรายการตนเองตามแบบแสดงรายการภาษีที่กำหนดภายในเดือนมกราคมถึงมีนาคมของปีถัดไป สาหรับผู้มีเงินได้บางกรณีกฎหมายยังกำหนดให้ยื่นแบบฯ เสียภาษีตอนครึ่งปี สำหรับรายได้ ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรก เพื่อเป็นการบรรเทาภาระภาษีที่ต้องชำระและเงินได้บางกรณี กฎหมายกำหนดให้ ผู้จ่ายทำหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่ายจากเงินได้ที่จ่ายบางส่วน เพื่อให้มีการทยอยชำระภาษีขณะที่มีเงินได้เกิดขึ้นอีก ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ได้แก่ ผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีที่ผ่านมาโดยมีสถานะ อย่างหนึ่งอย่างใด ดังนี้

1) บุคคลธรรมดา

2) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มิใช่นิติบุคคล

3) ผู้ถึงแก่ความตายระหว่างปีภาษี 4) กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง

5) วิสาหกิจชุมชน ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เฉพาะที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือคณะบุคคลที่มิใช่นิติบุคคลตามกฎหมาย เงินได้ที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เรียกว่า "เงินได้พึงประเมิน" หมายถึง เงินได้ของบุคคลใดๆ หรือหน่วยภาษีใดข้างต้นที่เกิดขึ้นระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม ของปีใดๆ หรือเงินได้ ที่เกิดขึ้นในปีภาษี ได้แก่

- เงิน
- ทรัพย์สินซึ่งอาจคิดคำนวณได้เป็นเงิน ที่ได้รับจริงที่ได้รับจริง
- ประโยชน์ซึ่งอาจคิดคำนวณได้เป็นเงิน (เกณฑ์เงินสด)
- เงินค่าภาษีอากรที่ผู้จ่ายเงินหรือผู้อื่นออกแทนให้
- เครดิตภาษีตามที่กฎหมายกำหนด

ผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีภาษีจะมีหน้าที่ต้องยื่นแบบฯก็ต่อเมื่อมีเงินได้ถึงเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนด ไม่ว่าเมื่อคำนวณภาษีแล้วจะมีภาษีต้องชาระเพิ่มเติมหรือไม่ก็ตาม ดังนี้

1. ผู้มีเงินได้จากการจ้างแรงงานประเภทเงินเดือนค่าจ้างที่ได้รับในปีภาษีนั้น(ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม)

- กรณีไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินเกิน 50,000 บาท
- กรณีที่มีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียวหรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกัน เกิน 100,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ผู้มีเงินได้จากการทาธุรกิจการค้าทั่วไปที่มิใช่เกิดจากการจ้างแรงงานที่ได้รับในปีภาษีนั้น (ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม)

• กรณีไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินเกิน 30,000 บาท

• กรณีมีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียวหรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกัน เกิน 60,000 บาท

3. กองมรดกของผู้ตายที่ยังไม่แบ่งเกิน 30,000 บาท

4. ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มิใช่นิติบุคคลเกิน 30,000 บาท

ตารางภาคผนวกที่ 1 อัตราภาษาเงินได้บุคคลธรรมดา

อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาใหม่ ปี พ.ศ. 2558-2559

	รายได้สุทธิตั้งแต่(บาท)			อัตราภาษีแบบใหม่
	0	ถึง	150,000	ยกเว้น
เกิน	150,000	ถึง	300,000	5%
เกิน	300,000	ถึง	500,000	10%
เกิน	500,000	ถึง	750,000	15%
เกิน	750,000	ถึง	1,000,000	20%
เกิน	1,000,000	ถึง	2,000,000	25%
เกิน	2,000,000	ถึง	4,000,000	30%
	เกิน 4,000,000 บาทขึ้นไป			35%

ที่มา (กรมสรรพากร. 2558)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ค

การคำนวณทางด้านการเงิน

การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

ตารางผนวกที่ 2 การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

ปี	กระแสเงินสดสุทธิ	กระแสเงินสดสะสม
0	-591,900	-591,900
1	213,978	-377,922
2	272,318	-105,604
3	316,240	210,637
รวม		-864,789

จากตารางพบว่าระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ระหว่างปีที่ 2และ ปีที่3จากการคำนวณพบว่าระยะเวลาคืนทุนของโครงการนี้เท่ากับ 2 ปี4 เดือน

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV)

ตารางผนวกที่ 3 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลดที่ 12%	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
0	- 591,900	1	- 591,900
1	213,987	0.893	191,082
2	272,318	0.797	217,038
3	316,240	0.712	225,163
รวม			41,383

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ41,383มูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้เป็นบวก แสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราคิดลดซึ่งอัตราที่ใช้คืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารพาณิชย์ที่ร้อยละ 12 จึงสรุปได้ว่าเมื่อประเมินผลโครงการด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิแล้วโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR)

ตารางผนวกที่4อัตราผลตอบแทนภายโครงการ

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลดที่15%	npv	อัตราคิดลดที่16%	npv
0	-591,900	1	-591,900	1	-591,900
1	213,978	0.87	186,161	0.862	184,449
2	272,318	0.756	205,873	0.743	202,333
3	316,240	0.658	208,086	0.64	202,394
รวม			8,220		-2,725

จากตาราง 21 พบว่าอัตราคิดลดที่แท้จริงอยู่ระหว่างอัตราคิดลดที่ร้อยละ 87กับร้อยละ 88ซึ่งคำนวณได้ดังนี้

$$irr = 15 + (16 - 15) \times \left[\frac{8,220}{8,220 - (-2,725)}\right]$$

$$= 15.75\%$$

ดังนั้นอัตราผลตอบแทนภายในโครงการที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ15.75%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การคำนวณอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (B/C)

ตารางผนวกที่ 5 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน

ปีที่	ต้นทุน	df 12%	pvต้นทุน	ผลตอบแทน	df 12%	pv ผลตอบแทน
0	-591,900	1	591,900	0	1	-
1	2,313,222	0.893	2,065,707	2,527,200	0.893	2,256,790
2	2,391,350	0.797	1,905,906	2,663,669	0.797	2,122,944
3	2,491,267	0.712	1,773,782	2,807,507	0.712	1,998,945
รวม			6,337,295			6,378,679

$$B/C = \frac{6,378,679}{6,337,295}$$

$$= 1.01$$

ดังนั้นอัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุนของโครงการที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 1.01เท่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้