



การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ โอชาอาหารคลีน ในตลาดละลายทรัพย์ สีลมซอย 5
A Feasibility Study of “ O-Cha ” Clean Food Business in Lalaisap Market Silom Soi 5

โดย

นางสาวกนกภรณ์

เกศทิฏญ์ โณ

นางสาวบัว

ศรีแก้ว

นางสาวรวิษญา

แซ่ตัน

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการจัดการ

คณะการบริหารและจัดการ

DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION AND MANAGEMENT

FACULTY OF ADMINISTRATION AND MANAGEMENT

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

King Mongkut's Institute of Technology

เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Ladkrabang

กรุงเทพฯ (10520)

Bangkok, Thailand (10520)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการวิจัย

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจโอชาอาหารคลีน ในตลาดละลายทรัพย์ สีลมซอย 5

A Feasibility Study of “O-Cha” Clean Food Business in Lalaisap Market Silom Soi 5



นางสาวกนกภรณ์

เกิดกัญญา

นางสาวบัว

ศรีแก้ว

นางสาววิษญา

แซ่ตัน

โครงการวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจเกษตร

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการจัดการ

คณะกรรมการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ใบรับรองโครงการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจโอชาอาหารคลีน ในตลาดละลายทรัพย์ สีลมซอย 5
A Feasibility Study of "O-Cha" Clean Food Business in Lalaisap Market Silom Soi 5

สาขาบริหารธุรกิจและการจัดการ คณะการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

โดย

นางสาวกนกภรณ์	เกิดกัญญา	55100002
นางสาวบัว	ศรีแก้ว	55100054
นางสาววิภา	แซ่ตัน	55100074

รายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาโครงการวิจัย หลักสูตร วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการ โครงการวิจัย

(อาจารย์ ดร.ประเมศร์ อัสวเรืองพิภพ)

21/มีนาคม/2559

ประธานหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์อมรศรี ดันพิพัฒน์)

21/มีนาคม/2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ
ปีการศึกษา 2558

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)	การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจโอชาอาหารคลีน ในตลาด ตลาดทรัพย์สิน สี่ลมซอย 5	
ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ)	A Feasibility Study of “ O-Cha ” Clean Food Business in Lalaisap Market Silom Soi 5	
ชื่อ – สกุล	นางสาวกนกภรณ์ เกิดภิญโญ นางสาวบัว ศรีแก้ว นางสาววิภา แซ่ตัน	
หลักสูตร คณะ	บริหารธุรกิจเกษตร	สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการจัดการ การบริหารและการจัดการ
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย	อาจารย์ ดร.ปรเมศร์ อัสวเรืองพิภพ	21 มีนาคม 2559

บทคัดย่อ

การศึกษาความเป็นไปได้ในของธุรกิจโอชาอาหารคลีน ในตลาดตลาดทรัพย์สิน สี่ลมซอย 5 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน รวมถึงดำเนินการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ โดยทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 1 ราย และนำมาวิเคราะห์ผลทางด้านตลาดพบว่าจากแบบสอบถามพบว่ามีผู้สนใจในอาหารคลีนของร้านโอชาถึงร้อยละ 93.25 และขนาดตลาดเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ แนวโน้มของตลาดอาหารคลีนยังมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ความต้องการในการซื้ออาหารคลีนยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง และประกอบกับการขยายตัวของตลาดธุรกิจอาหารคลีนที่แนวโน้มขยายขึ้นทุกปี จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ในด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านเทคนิคพบว่าทำเลที่ตั้งของร้านโอชาอยู่ในบริเวณที่มีผู้คนสัญจรผ่านไปมาจำนวนมาก ซึ่งตรงกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการ มีการเดินทางที่สะดวก และการขนส่งที่หลากหลายรูปแบบ การให้ความสำคัญกับขั้นตอนการผลิตที่คำนึงถึงวัตถุดิบที่มีความสะอาด อาหารมีคุณภาพไม่มีสารปนเปื้อน และมีวิธีการปรุงที่ได้มาตรฐาน จากผลการศึกษาพบว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 7 เดือน 17 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.22 เท่า มูลค่าปัจจุบันเป็นบวกเท่ากับ 1,423,360 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 60.45 ดังนั้นโครงการจึงมีความเป็นไปได้ทางการเงิน


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และให้อ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

โครงการวิจัยฉบับนี้จัดทำขึ้นจนสำเร็จเรียบร้อยเป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องด้วยความเมตตา จากคณาจารย์ทุกท่าน คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร. ประเมษฐ์ อัสวเรืองพิภพ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยและ ผศ.ดร. ชลิตา ศรีนวล กรรมการโครงการวิจัยเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทาง และตรวจสอบข้อบกพร่องต่างๆ ในการจัดทำโครงการวิจัย ทุกขั้นตอน เพื่อให้ปัญหาพิเศษมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณอย่างสูงสำหรับเจ้าของธุรกิจร้าน โอชา อาหารคณินที่คอยให้คำปรึกษาในทุกๆ ด้านของโครงการและผู้ประกอบการที่จำหน่ายอาหารคณินในตลาดละลวยทรัพย์ สีสลม ซอย 5 ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสัมภาษณ์ และทุกท่านที่สละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

สุดท้ายนี้คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ที่รักและเคารพอย่างสูง รวมถึงเพื่อน พี่ทุกท่านที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุน และให้กำลังใจจนสามารถทำโครงการวิจัยเล่มนี้สำเร็จลงด้วยดี



กนกภรณ์ เกิดภิญโญ
บัว ศรีแก้ว
รวิษญา แซ่ตัน
มีนาคม 2559

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	I
คำนิยาม.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VIII
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	4
1.5 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด.....	6
2.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค.....	10
2.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน.....	13
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
2.5 กรอบแนวความคิด.....	22
2.6 สมมติฐานของการศึกษา.....	25
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	26
3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล	27
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	34
4.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด.....	34
4.1.1 สถานการณ์ด้านผู้ประกอบการธุรกิจอาหารคาว.....	34
4.1.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารคาวของกลุ่มตัวอย่าง	35

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และห้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
4.1.3 การวิเคราะห์สภาวะตลาด	50
4.1.4 พยากรณ์ความต้องการของตลาด	52
4.1.5 การประมาณการยอดขายของโครงการ.....	52
4.1.6 สรุปผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด	53
4.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค.....	54
4.2.1 ระบบการผลิต.....	54
4.2.2 ทำเลที่ตั้ง.....	59
4.2.3 การออกแบบผังร้าน	60
4.2.4 การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ.....	61
4.2.5 สรุปผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค.....	64
4.3 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน	64
4.3.1 แหล่งที่มาของเงินทุน.....	64
4.3.2 รายละเอียดของโครงการ	64
4.3.3 การประมาณการด้านการเงินของโครงการ.....	65
4.3.4 การวิเคราะห์ทางการเงิน	68
4.3.5 การทดสอบหาความแปรเปลี่ยน	69
4.3.6 สรุปผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน	70
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	71
5.1 สรุปผลการศึกษาการศึกษา.....	71
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	73
เอกสารอ้างอิง.....	74
ภาคผนวก.....	77
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม.....	78
ภาคผนวก ข. ภาษีเงินได้.....	83
ภาคผนวก ค. ภาษีป้ายร้าน	85
ภาคผนวก ง. การคำนวณทางการเงิน.....	88

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และห้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ตัวอย่างการประมาณการยอดขายสินค้าของโครงการ	9
2 สรุปเกณฑ์การตัดสินใจ	14
3 สรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการตลาด	20
3.1 สรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านเทคนิค	21
3.2 สรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการเงิน	21
4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	35
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	36
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	36
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	36
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	37
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับประทานอาหารคลีน	37
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ไม่รับประทานอาหารคลีน	38
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่รับประทานอาหารคลีน	38
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของอาหารคลีน ที่กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อ	39
4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารทั่ว	39
4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารคลีน	40
4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่าง เลือกซื้ออาหารคลีน	40
4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแนวโน้มการบริโภคอาหารคลีน ในอนาคตของกลุ่มตัวอย่าง	41
4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีน ประเภทอาหารคลีนสำเร็จรูปพร้อมรับประทานของกลุ่มตัวอย่าง	42
4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนประเภท สลัดผักหรือผลไม้สด	44
4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนประเภท ของว่างหรือของทานเล่น	46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และห้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนประเภท น้ำสมุนไพรหรือน้ำผลไม้สด.....	48
4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะซื้ออาหาร คลีนประเภทใดก็ได้ คิดเป็นจำนวนครั้งต่อสัปดาห์.....	49
4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อ อาหารคลีนแต่ละครั้ง.....	49
5 พยากรณ์ปริมาณความต้องการของตลาดตั้งแต่ปี 2 – 5.....	52
6 การประมาณการยอดขายจากอาหารคลีน.....	53
7 งบประมาณการลงทุนเครื่องมือ และอุปกรณ์เริ่มต้น โครงการ.....	55
7.1 งบประมาณการลงทุนเครื่องมือ และอุปกรณ์เริ่มต้น โครงการ(ต่อ).....	56
8 ค่าใช้จ่ายเงินเดือนพนักงานภายในระยะเวลา 5 ปี.....	58
9 ประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ.....	61
10 การประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์.....	62
11 การประมาณการค่าสาธารณูปโภค.....	62
12 การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	63
13 การประมาณต้นทุนการผลิตของโครงการ.....	63
14 การประมาณรายได้ต่อปีของโครงการ.....	65
15 การประมาณงบกำไร(ขาดทุน)สุทธิของโครงการ.....	66
16 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ.....	67
17 ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน.....	68
18 ผลวิเคราะห์การทดสอบหาค่าความแปรเปลี่ยน.....	69
19 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของต้นทุนและผลตอบแทน.....	70

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวความคิด.....	24
2 กระบวนการผลิตอาหารคดึน	58
3 การออกแบบแผนผังร้าน โอชา	60



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และที่ขงอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

อาหาร คือ สิ่งใดก็ตามที่มนุษย์รับเข้าสู่ร่างกาย (ด้วยการดื่ม กิน หรือฉีด) แล้วทำให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกายจะช่วยซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ และทำให้กระบวนการต่างๆในร่างกายดำเนินไปอย่างปกติ โดยใช้สารอาหารอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างจะเป็นผลทำให้ร่างกายมีความเจริญเติบโต มีกำลังและมีความต้านทานโรค ซึ่งอาหารหลักของคนไทยแบ่งออกได้เป็น 5 หมู่ แต่ถ้าสิ่งใดเมื่อรับประทานแล้วไม่เป็นประโยชน์ หรือให้โทษต่อร่างกาย เช่น สุรา เหล้าเม้าจะไม่เรียกสิ่งเหล่านั้นว่าอาหาร (กระทรวงสาธารณสุข. 2522)

ปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่เริ่มตระหนักถึงพิษภัยของการรับประทานอาหาร จึงได้มีการชักชวนให้ลดการรับประทานจำพวก เนื้อสัตว์ นม เนย แต่ให้เพิ่มการรับประทาน พืช ผัก และธัญพืช ซึ่งอุดมด้วยเส้นใยจากธรรมชาติ และวิตามิน การรับประทานเนื้อสัตว์และนมมากเกินไปยังทำให้ร่างกายได้รับไขมันเพิ่มเนื่องจากในเนื้อสัตว์และนมจะมีปริมาณไขมันค่อนข้างสูง นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ที่รับประทานเนื้อสัตว์มากก็มีโอกาสเกิดมะเร็งลำไส้ใหญ่ได้สูงควรเปลี่ยนแปลงมารับประทานโปรตีนจากพืชพวกถั่วแทน ส่วนอาหารอีกกลุ่มซึ่งไม่ควรรับประทานมากเกินไปคือ น้ำตาลพบว่าน้ำตาลทำให้หลอดเลือดมีความเสื่อมเร็วขึ้น ในผู้ป่วยเบาหวานที่มีน้ำตาลสูงจะพบว่าหลอดเลือดแก่ก่อนวัย ไขมันก็เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ต้องจำกัดและใช้น้ำมันจากพืชแทนน้ำมันจากสัตว์ ยกเว้นน้ำมันมะพร้าวและน้ำมันปลาสมควรหลีกเลี่ยงเนื่องจากมีคอเลสเตอรอลสูง

จากรายงานตลาดอาหาร โลกปี 2558 ระบุว่าผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจการรับประทานอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมมากขึ้นด้วยอิทธิพลจากรายการอาหารเพื่อสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง ไปชิมอาหารจากทั่วทุกมุมโลกหรือกระตุ้นให้ผู้บริโภคทดลองบริโภคหรือปรุงแต่งอาหารรับประทานด้วยตนเองที่บ้าน โดยเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมมาจากธรรมชาติ เน้นอาหารที่ให้โปรตีนสูงและคาร์โบไฮเดรตเชิงซ้อน ลดปริมาณความหวานและความเค็มที่ใช้ในการปรุงอาหาร ทานอาหารที่อุดมไปด้วยไขมันดีและต้องมีส่วนช่วยในระบบทางเดินอาหาร แนวโน้มที่สำคัญของอาหารและสุขภาพ ปี 2558 คือเน้นการควบคุมน้ำหนักมีประโยชน์จากธรรมชาติ โปรตีนสูง มีคาร์โบไฮเดรตเชิงซ้อน น้ำตาลน้อย มีส่วนช่วยในระบบขับถ่าย

ธุรกิจอาหารคลีน จึงเกิดขึ้นมาและกำลังเป็นกระแสนิยมในปัจจุบันอย่างมากกับกลุ่มคนวัยทำงานและคนรักสุขภาพ กลุ่มคนเหล่านี้นิยมบริโภคอาหารคลีนเพื่อต้องการลดน้ำหนักและเพื่อสุขภาพที่แข็งแรง ข้อมูลจากสมาคมค้นคว้าในสหรัฐอเมริการะบุว่าในปี 2557 ชาวอเมริกันกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อยละ 60 ส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคอายุ 15 - 30 ปี และผู้บริโภคอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป จะเป็นผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ หันมานิยมรับประทานอาหารประเภท คีลินฟู๊ด (Clean Food) ทำให้มูลค่าตลาดอาหารที่เน้นวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง มีมูลค่าสูงถึง 88,300 ล้านบาทและคาดว่าจะมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ สำหรับประเทศไทยยังไม่พบข้อมูลทางการตลาดของอาหารคีลินที่แน่นอน ซึ่งอาหารคีลินเป็นส่วนหนึ่งของอาหารเพื่อสุขภาพที่ผู้บริโภคมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นเป็นทวีคูณ ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพในกลุ่ม “อาหารเพื่อสุขภาพสำเร็จรูป หรืออาหารเพื่อสุขภาพบรรจุภาชนะ (Packaged health food)” ซึ่งถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดตลาดค่อนข้างใหญ่ ด้วยมูลค่าตลาด 79,311 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน 55.35 ของมูลค่าตลาดอาหารเพื่อสุขภาพทั้งหมด (นุชจรินทร์ เกตุนิล. 2557) จะเห็นได้ว่าธุรกิจด้านอาหารเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคถึงแม้จะไม่มีเวลาเข้าครัวแต่หันมาใส่ใจกับอาหารการกินมากขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งช่องทางที่ดีสำหรับผู้สนใจประกอบกิจการอาหารคีลิน

ธุรกิจร้าน โอชา ซึ่งเป็นหนึ่งในธุรกิจกลุ่มร้านอาหารคีลิน จากการสอบถามผู้ประกอบการพบว่าธุรกิจมีการเติบโตมาจากการจำหน่ายผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลัก ซึ่งมีฐานลูกค้าจำนวนมาก มีการเจริญเติบโตไปในทางที่ดี แต่ในปัจจุบันยังไม่มีหน้าร้าน ซึ่งร้าน โอชาเคยมีหน้าร้านสาขาแรกที่ BTS สถานีหมอชิต เปิดทำการเมื่อ เดือนสิงหาคม 2557 ถึงเดือนสิงหาคม 2558 โดยหมดสัญญาอยู่กับทาง BTS ซึ่งได้ทราบถึงปัญหาและข้อจำกัดในเรื่องของค่าเช่าพื้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้า BTS สถานีหมอชิต ที่มีค่าใช้จ่ายสูงต่อเดือน และผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำซึ่งมักจะเลือกสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต จึงทำให้ความจำเป็นในการเปิดหน้าร้านที่ BTS สถานีหมอชิตมีความจำเป็นน้อยลง ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะหาทำเลใหม่ในการจัดตั้งร้าน ทำเลที่สนใจลงทุนจัดตั้งร้าน โอชายุ่งภายในตลาดสะพานมิตรภาพ สีสลมซอย 5 เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นทำเลที่น่าสนใจเหมาะสมในการลงทุนประกอบธุรกิจอย่างมาก เพราะตลาดสะพานมิตรภาพ เขตบางรัก แขวงสีลม เป็นเขตที่มีการขยายตัวของประชากรเพิ่มขึ้นทุกๆปี และอยู่ในแหล่งเศรษฐกิจใจกลางเมืองที่รอบล้อมไปด้วยตึกออฟฟิตที่มีบริษัทต่างๆเข้ามาเช่าพื้นที่บริเวณนั้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งตรงกับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือกลุ่มคนวัยทำงานและคนรักสุขภาพที่มีกำลังซื้อสูง เน้นให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ ค่าเช่าที่ในตลาดมีราคาสมเหตุสมผลกับสถานที่ ลักษณะตลาดเน้นเรื่องความสะดวก จึงทำให้ผู้คนสนใจเข้ามาบริโภคสินค้าในตลาดจำนวนมาก อีกทั้งร้านค้าเดิมที่จำหน่ายอาหารคีลินมีเพียงรายเดียวเท่านั้น จึงทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ ตลาดสะพานมิตรภาพเป็นแหล่งรวมอาหารและสินค้าที่ขึ้นชื่อย่านสีลม ที่สำคัญเดินทางสะดวกเนื่องจากอยู่บริเวณใกล้เคียงกับ รถไฟฟ้า (BTS) สถานีช่องนนทรี และรถไฟฟ้า (BTS) สถานีศาลาแดง ที่มียอดสถิติผู้ใช้บริการจำนวน 11,359,950 เที่ยวคน (บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพจำกัด มหาชน. 2556) และเชื่อมต่อกับสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT สถานีสีลมอีกด้วย ซึ่งทำให้เห็นว่ามีภาระคนถ่ายคนได้เป็นจำนวนมากจากหลากหลายเส้นทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จึงเพิ่มโอกาสในการขยายธุรกิจ และสร้างฐานลูกค้าใหม่ของธุรกิจโอชา อาหารคลีนได้ดียิ่งขึ้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจโอชาอาหารคลีน ทำเลใหม่เพื่อการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายของคนรักสุขภาพทั้งฐานลูกค้าเดิม และสร้างฐานลูกค้าใหม่เพื่อการเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวเป็นโอกาสที่ดี และน่าสนใจในการลงทุนธุรกิจร้าน โอชาอย่างยิ่ง แต่ในการลงทุนมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการทำธุรกิจ เช่น ความไม่แน่นอนของผลประโยชน์ที่ได้รับในอนาคต อีกทั้งยังเป็นประโยชน์กับสถาบันการเงินที่จะใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจสนับสนุนสินเชื่อให้แก่ผู้ที่ต้องการลงทุนจัดตั้งร้านอาหารคลีนอีกด้วย ดังนั้นผู้ศึกษามีความสนใจที่จะทำการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจโอชาอาหารคลีน ในตลาดตลาดหลักทรัพย์ สีมชชอย 5 โดยทำการศึกษาด้านตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน เพื่อนำผลการศึกษามาใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนในอนาคต เพื่อลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการลงทุน

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ของธุรกิจโอชาอาหารคลีน ในตลาดตลาดหลักทรัพย์ สีมชชอย 5
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ของธุรกิจโอชาอาหารคลีน ในตลาดตลาดหลักทรัพย์ สีมชชอย 5
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน ของธุรกิจโอชาอาหารคลีน ในตลาดตลาดหลักทรัพย์ สีมชชอย 5

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจโอชาอาหารคลีน ภายในตลาดตลาดหลักทรัพย์ สีมชชอย 5 ในด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน อีกทั้งสามารถทำให้เข้าใจถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคในย่านสีลมเพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาธุรกิจร้านโอชา ในเรื่องของการให้บริการแก่ผู้บริโภค และการจัดการธุรกิจร้านโอชา เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการลงทุนร้านอาหารคลีนของผู้ประกอบการรายใหม่หรือผู้ที่สนใจ และเพื่อเป็นแนวทางในการจัดตั้งธุรกิจร้านอาหารคลีนในพื้นที่ใกล้เคียงหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ในของธุรกิจโอชาอาหารคลีน ในตลาดละลายทรัพย์ สีมชอย 5 ซึ่งเป็นการเช่าทรัพย์สินในระยะเวลายาวเป็นเวลา 5 ปี เพื่อดำเนินงานโครงการ มีขอบเขตในการศึกษาทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจในการลงทุนธุรกิจ

1.4.1 ด้านพื้นที่

ภายในตลาดละลายทรัพย์ สีมชอย 5 เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

1.4.2 ด้านประชากร

กลุ่มคนวัยทำงานและกลุ่มคนรักสุขภาพ ผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน ในตลาดละลายทรัพย์

1.4.3 ด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาคั้งนี้เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2558 จนถึงเดือนเมษายน พ.ศ.2559

1.4.4 ด้านเนื้อหา

การศึกษามุ่งเน้นในด้านต่างๆ ดังนี้

1.4.4.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

1.4.4.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

1.4.4.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน หมายถึง การศึกษาเพื่อทราบผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานร้านโอชาอาหารคลีน ในตลาดละลายทรัพย์ สีมชอย 5 โดยทำการศึกษาวเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการใน 3 ด้าน คือ 1. ด้านการตลาด 2. ด้านเทคนิค และ 3. ด้านการเงินว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนหรือไม่ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาช่วยประกอบการตัดสินใจในการลงทุน

1.5.2 อาหารคลีน หมายถึง อาหารที่ควบคุมเรื่องแคลลอรี่โดยอาหารที่ปรุงแตงน้อย และไม่ผ่านกระบวนการแปรรูปใดๆ สด สะอาด ถูกหลักโภชนาการ ใช้ความหวานเค็มจากวัตถุดิบธรรมชาติ เช่น ความเค็มจากเกลือ ความหวานจาก ผัก ผลไม้ เป็นอาหารที่ล้วนแต่มีประโยชน์ต่อร่างกาย (สง่า คามาพงษ์ และกฤษณา อัญญาโพธิ์. 2558)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการคือ การศึกษาและการจัดทำเอกสารที่ประกอบไปด้วยข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นที่แสดงถึงเหตุผลสนับสนุนความถูกต้องสมบูรณ์ของโครงการ เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่ดี โดยโครงการที่ดีจะได้แก่ โครงการที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเมื่อปฏิบัติแล้ว จะให้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน

แนวคิดขั้นพื้นฐานของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการในสภาพปัจจุบันเป็นการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศต้องประสบปัญหามากมายได้แก่ ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรการผลิตที่มีอยู่อย่างจำกัด รวมทั้งในสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงขึ้นมากทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีการผลิต ตลอดจนความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของการลงทุนประกอบธุรกิจทั้งสิ้น ดังนั้นในการลงทุนประกอบธุรกิจใดๆ ก็ตาม สิ่งที่ผู้ลงทุนต้องการคือ ผลกำไรจากการลงทุนนั้นๆ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วผู้ลงทุนต้องการผลตอบแทนจากการลงทุนสูงที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ หรืออย่างน้อยที่สุดต้องได้รับผลตอบแทนในอัตราที่ไม่ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ย ถ้าหากนำเงินลงทุนนั้นไปให้กู้หรือถ้าไม่ให้กู้ไปฝากธนาคารก็ย่อมได้รับผลตอบแทนตามอัตราดอกเบี้ย นอกจากนี้การลงทุน โครงการต่างๆ ต้องใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนมากเงินลงทุนนี้อาจได้มาจากเงินทุนของตนเองหรือจากการกู้ยืมมาโดยเอาทรัพย์สินของตนเป็นประกัน ดังนั้นผู้ที่ลงทุนในโครงการใดๆ ก็ตาม ควรวางแผนโครงการและศึกษาความเป็นไปได้อย่างรอบคอบเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ดังกล่าว หรืออย่างน้อยที่สุดก็เพื่อลดโอกาสความเสี่ยงต่อความล้มเหลว หากทำการศึกษาวิเคราะห์โครงการแล้วได้ผลว่าโครงการนั้นจะไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีผลกำไรหรือให้ผลไม่คุ้มค่ากับการลงทุน ความล้มเหลวในการดำเนินงานต่างๆ ของโครงการ หมายถึงโครงการนั้นๆ ไม่สามารถสร้างผลกำไรได้ในระยะเวลาอันสมควร จากการศึกษาพบว่าแต่ละโครงการที่ประสบความล้มเหลวจะมีสาเหตุมาจากสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้ได้แก่ ไม่สามารถขายสินค้าได้ในปริมาณที่พอเพียงในราคาพอสมควร ไม่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการผลิต ไม่สามารถเพิ่มเงินทุนได้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ โดยทั่วไปสำหรับผู้ริเริ่มโครงการ จะมุ่งถึงการทำการกำไรในเชิงเศรษฐกิจ กล่าวคือ เป็นการวิเคราะห์ด้านการตลาด เทคนิค การเงิน นอกจากนี้ยังต้องศึกษาในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมของโครงการ ด้านการบริหาร ประโยชน์ของโครงการที่มีต่อสังคม (ฐาปนา ฉันทไพศาล, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการธุรกิจโอชาอาหารคณิน ในตลาดละลาห้อย 5 ได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้มาใช้ในการวิเคราะห์ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

ปัจจุบันด้านภาวะเศรษฐกิจเทคโนโลยีเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ล้วนมีผลกระทบต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของโครงการได้ทั้งสิ้นคงเป็นเพราะผู้ที่ทำการลงทุนในโครงการต่างๆ ไม่ว่าจะรายเล็กหรือรายใหญ่ในปัจจุบันควรจะต้องทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดเสียก่อน ทั้งนี้เพราะการศึกษาด้านการตลาดจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแน่ใจได้ในระดับหนึ่งว่าโครงการที่จะสามารถทำผลตอบแทนได้คุ้มตัวเงินที่ลงทุนไป หรืออีกนัยหนึ่งคือสามารถอยู่รอดและทำกำไรได้ในระยะยาว

นอกจากนี้ยังอาจศึกษาถึงลักษณะของอุปสงค์ตลาด ขอบเขตของตลาดและลักษณะลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนภาวะการแข่งขันในตลาด ทั้งปัจจุบันและอนาคตเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการเจาะตลาด ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเมื่อได้ตัดสินใจดำเนินโครงการอีกด้วย โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ฐาปนา ฉันทไพศาลและคณะ. 2542)

การศึกษาด้านการตลาดจะครอบคลุมถึงประเด็นใหญ่ๆ 3 ประเด็นประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์สภาวะตลาด
2. การพยากรณ์ความต้องการตลาด
3. การประมาณการยอดขายสินค้า

2.1.1 การวิเคราะห์สภาวะตลาด

การวิเคราะห์สภาวะตลาดทำไปเพื่อตอบปัญหาสำคัญ 3 ประการ คือ ขนาดของตลาด (Market size) ใหญ่เล็กเพียงใด แนวโน้มตลาดในอนาคต (Market trend) ดีขึ้นทรงตัวหรือเลวลง และโครงการจะได้ส่วนแบ่ง (Market share) จากตลาดนั้นมากน้อยเพียงใดมีรายละเอียดดังนี้

1. ขนาดตลาด เป็นการศึกษาถึงขนาดตลาดในภาพกว้างเพื่อให้ทราบว่าการศึกษามีขนาดเล็กหรือใหญ่เพียงใด และเมื่อศึกษาในภาพกว้างแล้วก็จะศึกษาขอบข่ายตลาดที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้นคือการศึกษาถึงส่วนของตลาดที่ผลิตภัณฑ์ของโครงการมุ่งเข้าไปตอบสนอง ทั้งนี้เพื่อทราบถึงขนาดและกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นตัวกำหนดขนาดของตลาดอีก ได้แก่

ประชากร หมายถึง กลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มเป้าหมายของโครงการที่จะทำการศึกษาข้อมูล เช่น กลุ่มคนที่รักสุขภาพ โดยจะทำการศึกษาข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อนำคำตอบมาวิเคราะห์หามูลค่าตลาดต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตราการซื้อของผู้บริโภค หมายถึง ความถี่ในการบริโภคสินค้านั้นๆ นิยมจะวัดเป็นปริมาณหรือหน่วยน้ำหนัก เช่น คนไทยดื่มไวน์คิดเป็น 0.50 ลิตร/หัว/ปี ขณะที่คนฝรั่งเศสดื่มมากถึง 56 ลิตร/หัว/ปี เป็นต้น

อำนาจการซื้อ (Purchasing power) หมายถึง รายได้ของผู้คนในตลาดนั้นๆ โดยดูจากรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (Per capital income) เช่น ประเทศนิวซีแลนด์ แม้จะมีประชากรน้อย แต่ก็เป็กลุ่มประชากรที่มีอำนาจซื้อสูง เป็นต้น

มูลค่าตลาด คือการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการมาหามูลค่าตลาด เพื่อดูว่ามูลค่าตลาดอาหารคตินมีขนาดเท่าใด โดยคำนวณจากสมการนี้ จำนวนประชากรที่ซื้อแน่นอน \times ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้ออาหารคตินในแต่ละครั้ง \times จำนวนวันในหนึ่งปี

เมื่อศึกษาสภาพกว้างแล้ว ถ้าทำได้ควรศึกษาขอบข่ายตลาดที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น ซึ่งหมายถึงศึกษาถึงส่วนแบ่งของตลาด (Market segment) ที่ผลิตภัณฑ์ของโครงการมุ่งเข้าไปตอบสนอง ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงขนาดของตลาดที่ถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้น เช่น หากโครงการมุ่งเสนอผลิตภัณฑ์อาหารคตินที่มีการควบคุมแคลอรี ตลาดส่วนนี้จะคนละส่วนกับตลาดอาหารปกติทั่วไป เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคคนละกลุ่มกันและมีขนาดตลาดที่แตกต่างกัน

2. แนวโน้มของตลาด เป็นการศึกษาที่แสดงถึงทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ว่าจะมากขึ้นหรือน้อยลงเมื่อเวลาผ่านไป นิยมวัดเป็นอัตราการขยายตัว (Growth rate) หน่วยเป็นเปอร์เซ็นต์ เช่น อัตราการขยายตัวของธุรกิจอาหารคตินในประเทศไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี เรียกว่าธุรกิจอาหารคตินมีแนวโน้มของตลาดเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากคนไทยใส่ใจในการรับประทานอาหารมากขึ้นจึงเลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพของตนเอง

3. ส่วนแบ่งตลาด (Market share) หมายถึง การแข่งขันส่วนแบ่งตลาดที่คาดคะเนไว้ จำเป็นต้องทราบถึงแนวโน้มตลาดและส่วนแบ่งตลาดที่จะแย่งมาได้ จะช่วยให้ธุรกิจสามารถประมาณการยอดขายได้ในแต่ละปี ซึ่งจะนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการทำงานบกำไรขาดทุนที่คาดคะเน (Performa Income Statement) ความสามารถของธุรกิจหรือโครงการที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่ได้มีการคาดคะเนไว้เช่น ตลาดรวมในปีแรกอยู่ 100 ล้านบาท โครงการคาดว่าจะได้ส่วนแบ่ง 10% หมายถึง โครงการจะมีรายได้จากการคาดคะเนในปีแรก 10 ล้านบาท เป็นต้น

การทราบถึงขนาดของตลาด แนวโน้มของตลาด และส่วนครองตลาดที่สามารถแย่งมาได้ จะช่วยให้โครงการหรือธุรกิจ สามารถประมาณการยอดขายได้ในแต่ละปี ซึ่งจะนำเอามาเป็นข้อมูลสำคัญในการทำงานบกำไรขาดทุนที่คาดคะเน (Proforma income statement) อันเป็นงบการเงินที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการตัดสินใจลงทุนธุรกิจนั้นหรือไม่ (ฐาปนา ฉินไพศาลและคณะ. 2542)

2.1.2 การพยากรณ์ความต้องการของตลาด

การพยากรณ์ความต้องการของตลาด (Market demand estimation) หมายถึงการพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดในรูปของจำนวนเงินหรือจำนวนหน่วยสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งของกลุ่มผู้บริโภค ภายในขอบเขตพื้นที่หนึ่งและระยะเวลาที่กำหนดให้ภายใต้โปรแกรมการตลาด และสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่กำหนดขึ้นจากความหมายของการพยากรณ์ความต้องการของตลาดดังกล่าวมีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) การพยากรณ์ความต้องการของตลาดจะต้องระบุให้ชัดเจนในเรื่องของผลิตภัณฑ์นั้นเป็นอะไร เป็นอย่างไร และตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นคือใคร
2. กลุ่มผู้บริโภค (Customer group) การพยากรณ์ความต้องการของตลาดต้องระบุกลุ่มผู้บริโภคให้ชัดเจนว่าเป็นกลุ่มคนส่วนใดส่วนหนึ่งของตลาด หรือเป็นกลุ่มผู้บริโภคภายในตลาดทั้งหมด
3. ขอบเขตพื้นที่ (Geographical area) กำหนดขอบเขตพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ของโครงการที่จะทำการประมาณความต้องการของตลาด
4. ระยะเวลา (Time period) จำเป็นต้องระบุระยะเวลาที่ทำการพยากรณ์ความต้องการ เช่น ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2558 ถึงปี พ.ศ. 2563 เป็นต้น
5. โปรแกรมทางการตลาด (Marketing program) ในการพยากรณ์ความต้องการของตลาดต้องพิจารณาถึง การจัดการทรัพยากรทางการตลาดหรือจัดงบประมาณทางการตลาดให้แก่ตลาดเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ และส่วนประสมทางการตลาดที่คาดว่าจะใช้ ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดว่าก่อให้เกิดประสิทธิผลทางการตลาดจากการใช้เงินลงทุนดังกล่าวอย่างไร
6. สภาพแวดล้อมทางการตลาด (Marketing environment) เป็นการพิจารณาถึงปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น เศรษฐกิจ สังคมการเมือง เทคโนโลยี ประชากรและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น พิจารณาสภาพแวดล้อมทางจุลภาค การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด เป็นการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมต่างๆจะมีประโยชน์อย่างมากในการวางแผนทางการตลาด ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางจุลภาคประกอบด้วย สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน ได้แก่
 - 6.1 สภาพแวดล้อมภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมต่างๆทางการตลาดประกอบด้วย 5 ตัวแปรหลัก คือ ตลาด ผู้ขายปัจจัยการผลิต คนกลางทางตลาด คู่แข่งขัน และกลุ่มสาธารณชน
 - 6.2 สภาพแวดล้อมภายใน ประกอบด้วย ทรัพยากรต่างๆ ภายในบริษัท ซึ่งได้แก่ ฝ่ายการตลาด ทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรทางการเงิน การวิจัยและพัฒนา ภาพลักษณ์ของบริษัท ท่าเลที่ตั้ง และสิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิต (ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ, 2538)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3 การประมาณการยอดขายสินค้าของโครงการ

เมื่อได้มีการวิเคราะห์สภาวะตลาดในปัจจุบันตลอดจนพยากรณ์ความต้องการของตลาดในอนาคตของผลิตภัณฑ์แล้วขั้นต่อไป คือการพยากรณ์ยอดขายสินค้าของโครงการซึ่งจะใช้วิธีพื้นฐาน คือการคาดคะเนส่วนแบ่งตลาดที่โครงการนั้นจะได้รับว่าเป็นจำนวนร้อยละเท่าใดของตลาดรวมดังกล่าว อย่างไรก็ตามในการคาดคะเนยอดขายของโครงการยังควรพิจารณาถึงสภาวะเศรษฐกิจการแข่งขันทางการตลาด ที่อาจจะใช้การโฆษณาและการส่งเสริมการขายและปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องด้วย จากนั้นเมื่อได้ยอดขายโดยประมาณแล้วก็จะนำมาจัดทำ การประมาณการยอดขายสินค้าซึ่งแสดงถึงจำนวนเงินที่ได้รับจากการขายสินค้าในช่วงระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งแสดงได้ดังสมการดังนี้

จำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณจุดตั้งร้าน × ร้อยละของประชากรที่เข้าร้านเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารคาว × ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร้าน และตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารคาวของโครงการ × ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารคาว ต่อสัปดาห์ × จำนวนสัปดาห์ในหนึ่งปี

จากนั้นเมื่อได้ยอดขายที่ประมาณในแต่ละปีก็นำมาใส่ในตารางประมาณการยอดขายสินค้าของโครงการ

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการประมาณการยอดขายสินค้าของโครงการ

ผลิตภัณฑ์	ปีที่						
	1		2		...	n	
	หน่วย	บาท	หน่วย	บาท	หน่วย	บาท	
สินค้า ก.	xx	xx	xx	xx	...	xx	xx
สินค้า ข.	xx	xx	xx	xx	...	xx	xx
...							
รวม	xx	xx	xx	xx	...	xx	xx

ที่มา: ฐาปนา ฉันทไพศาลและคณะ. 2542

การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการศึกษาด้านการตลาดที่จะให้คำตอบว่าโครงการควรทำการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านอื่นต่อไปหรือไม่ ถ้าหากอุปสงค์หรือความต้องการตลาดมีมากพอและโอกาสในการขยายตัวของตลาดมีมากขึ้น ก็ควรทำการศึกษาในด้านอื่นต่อไป (ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. 2538)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค จะทำให้ทราบถึงกระบวนการผลิต ขั้นตอนการผลิต คุณภาพและลักษณะของผลิตภัณฑ์ การกำหนดขนาดของพื้นที่ของ โครงการ การเลือกเครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์ที่จำเป็นต่อโครงการ กำลังการผลิตที่โครงการสามารถจะทำได้ ทำเลที่ตั้งและการออกแบบผังร้านของโครงการ เพื่อที่จะดูว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร และมีหนทางที่จะแก้ไขอย่างไร การวิเคราะห์ทางเทคนิคจะบอกถึงความเป็นไปได้ทางเทคนิค นอกจากนั้นการวิเคราะห์ทางเทคนิคยังเป็นพื้นฐานในการ คาดคะเนต้นทุน คาดคะเนผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเลือกด้านเทคนิคต่างๆ เช่น ในแง่ของการ ว่าจ้าง อิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อมวลมนุษย์ ปัญหาต่างๆ และอุปสรรคของโครงการ อยู่ที่ยังจับใจ ตลอดจนวิธีการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในโครงการซึ่งการวิเคราะห์ทางเทคนิคนั้น มีแนวทางในการพิจารณา และมีเกณฑ์การตัดสินใจในการลงทุนซึ่งการวิเคราะห์ด้านเทคนิคมีแนวทางในการพิจารณาดังต่อไปนี้ (ฐาปนา ฉันทไพศาลและคณะ. 2542)

2.2.1 ระบบการผลิต

โครงการแต่ละโครงการจะมีระบบการผลิตที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะทำการผลิต ถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงในการผลิตจะมีระบบการผลิตที่มีความยุ่งยากซับซ้อน ในทางตรงข้ามถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีน้อยระบบการผลิตก็จะเป็นแบบง่าย ไม่มีความยุ่งยาก ซึ่งระบบการผลิตจะประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานด้วยกัน 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยนำเข้า คือปัจจัยที่ใช้เป็นพื้นฐานจึงจะทำให้โครงการเกิดผลผลิตขึ้นมา ได้แก่ วัตถุดิบ แรงงาน เงินทุน
2. กระบวนการผลิต คือกรรมวิธีในการแปรสภาพปัจจัยนำเข้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป หรือบริการ ในที่นี้หมายถึง เทคโนโลยีการผลิต เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตสถานที่ตั้งของโครงการ มีรายละเอียดดังนี้

2.1 กระบวนการผลิต ในการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งนั้นอาจใช้กระบวนการผลิตหลายกระบวนการ หรือบางผลิตภัณฑ์อาจใช้กระบวนการเดียวกันก็ได้ ซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคนั้นจะต้องมีความเข้าใจในเรื่องของกระบวนการผลิตอาหารเพื่อเลือกใช้การผลิตให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สามารถจำแนกกระบวนการผลิตออกเป็น 5 ประเภท คือ กระบวนการผลิตแบบโครงการ กระบวนการผลิตตามคำสั่งซื้อ กระบวนการผลิตแบบช่วงตอน กระบวนการผลิตตามสายงาน และกระบวนการผลิตแบบต่อเนื่อง

2.2 การวางแผนผังกระบวนการผลิต คืองานหรือแผนงานในการติดตั้งเครื่องจักร เครื่องมือและวัสดุต่างๆ รวมทั้งสภาพแวดล้อมในการทำงานที่จำเป็นในกระบวนการผลิตภายใต้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อจำกัดของโครงการที่อยู่ รวมทั้งการออกแบบอาคาร เครื่องจักรและเครื่องมือต่างๆ เพื่อให้การผลิตมีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพสูง

2.3 กำลังการผลิต คืออัตราสูงสุดของผลผลิตหรือบริการที่ระบบการผลิตสามารถผลิตได้ในช่วงเวลาหนึ่งของการดำเนินงาน โดยวัดเป็นหน่วยผลผลิตต่อหน่วยของเวลา การกำหนดกำลังการผลิตก็คือการที่กิจการสามารถผลิตสินค้าภายใต้ภาวะการณ์ปกติ และระบบการผลิตที่กำหนดไว้ กำลังการผลิตที่สูงที่สุดคือ กำลังการผลิตที่สามารถผลิตสินค้าได้มากที่สุด และสามารถใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด การกำหนดกำลังการผลิตของกิจการจะขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อ การกำหนดกำลังการผลิต ได้แก่ กฎหมาย แรงงาน และความสามารถในการป้อนวัตถุดิบของผู้จัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อ การกำหนดกำลังการผลิต ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ บุคลากรและแรงงาน การออกแบบ โครงงานและกระบวนการผลิต สมรรถนะของอุปกรณ์และการบำรุงรักษา การควบคุมวัตถุดิบ ระบบการควบคุมคุณภาพและความสามารถของผู้บริหาร

3. ปัจจัยนำออก คือผลผลิตขั้นสุดท้ายของกระบวนการผลิตของแต่ละโครงการ ซึ่งจะออกมาในรูปของสินค้าหรือบริการ ผลิตภัณฑ์ ถือเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยการนำออก ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นำลงทุนนั้นมักจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จำหน่ายในประเทศอุตสาหกรรม หรือประเทศที่พัฒนาแล้วทั้งสิ้น มักจะเลียนแบบประเทศอุตสาหกรรม ในการกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ผลิตจะต้องสอบถามความต้องการของตลาดว่าต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทใด

2.2.2 ทำเลที่ตั้ง

การพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากในการตัดสินใจทางธุรกิจ เพราะทำเลที่ตั้งจะมีผลต่อต้นทุนและรายได้ในระยะยาวที่จะมีผลกระทบต่อ การดำเนินงาน ซึ่งการที่จะพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งจะต้องมีต้นทุนรวมในการเลือกทำเลที่ตั้งที่ต่ำที่สุด เนื่องจากทำเลที่ตั้งเป็นแหล่งที่จะทำให้ธุรกิจสามารถประกอบกิจกรรมได้สะดวกที่สุด โดยคำนึงถึงกำไรและค่าใช้จ่ายความสามารถในการขนส่งและการจัดจำหน่าย การจัดหาวัตถุดิบ และสภาพแวดล้อมอื่นๆ ตลอดระยะเวลาที่ธุรกิจประกอบกิจกรรม ซึ่งในการเลือกทำเลที่ตั้งของ โครงการจะมีปัจจัยที่ต้องคำนึง เพราะจะมีผลกระทบต่อ การตัดสินใจทางธุรกิจ ปัจจัยที่ธุรกิจต้องนำมาพิจารณาสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับการผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการผลิต ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน วัตถุดิบ ตลาด การขนส่ง สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาวะแวดล้อมโดยทั่วไป ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อ ต้นทุนการผลิตโดยตรง ได้แก่ กฎหมาย ภาษี ทัศนคติของชุมชน และการเมือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 การออกแบบผังร้าน

การออกแบบผังร้าน คำนึงถึงเนื้อที่ของร้าน โดยแบ่งแยกส่วนพนักงานกับส่วนลูกค้า ให้มีพื้นที่เหมาะสม ต่อการบริการแก่ลูกค้าเพื่อความสะดวกสบายและเพื่อใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ภายใต้งบประมาณที่กำหนด โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆเหล่านี้ ได้แก่

1. บริเวณรับของ (Receiving Area)
2. บริเวณจัดเก็บวัตถุดิบ (Storage Area)
3. บริเวณเตรียมของ (Preparation Area)
4. บริเวณบริการลูกค้า
5. บริเวณชำระเงิน และรับสินค้าของลูกค้า

2.2.4 การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ

การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ โดยนำข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ และข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนในการผลิตต่างๆ มาประมาณราคาวัตถุดิบ และต้นทุนการผลิต ค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนของโครงการแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1. การประมาณเงินลงทุนของโครงการ ประกอบด้วยเงินลงทุนสินทรัพย์ถาวร คือเงินลงทุนในสินทรัพย์ที่มีอายุการใช้งานมากกว่า 1 ปี และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน คือค่าใช้จ่ายนับตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงวันที่เริ่มดำเนินการผลิต
2. การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ คือ จำนวนเงินที่จ่ายออกไปเพื่อการดำเนินงานตามปกติของโครงการ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการผลิตหรือต้นทุนการผลิต คือ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งร้าน โอชา ประกอบด้วย วัตถุดิบ ค่าแรงงานทางตรง ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาอุปกรณ์ และค่าใช้จ่ายในการขายและการบริการ ได้แก่ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าเสื่อมอุปกรณ์

ขั้นตอนสุดท้ายในการศึกษาด้านเทคนิคคือ การสรุปผลการศึกษาที่จะทราบคำตอบว่าโครงการควรทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงินต่อไปหรือไม่ ถ้าผลการศึกษาทางด้านเทคนิค ที่ได้จากการวิเคราะห์มีความน่าสนใจในการลงทุนทั้งทางด้านทำเลที่ตั้งว่าสถานที่ที่โครงการเลือกนั้นตั้งอยู่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ รวมถึงระบบสาธารณูปโภคที่มีความพร้อมเพียงใด รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าว่าสะดวก เหมาะสมกับโครงการมากน้อยเพียงใด กระบวนการผลิตที่มีการวางแผน โครงการอย่างมีระบบ สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบสนองต่อผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง และสุดท้ายคือปัจจัยนำออกที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีความตรงตามความต้องการของลูกค้าหากมีคุณสมบัติครบถ้วนจะทำการศึกษาด้านการเงินเป็นลำดับต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

โครงการเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรต่างๆ เพื่อหวังผลประโยชน์ตอบแทนในอนาคต ดังนั้นจึงอาจเปรียบเทียบโครงการเป็นเสมือนหน่วยผลิตที่ทำการแปลงสภาพทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิต (Input) ให้กลายเป็นผลผลิต (Output) ซึ่งปัจจัยการผลิตที่ใส่เข้าไปนี้เมื่อทำการคิดเป็นมูลค่าเงินหรือตัวเงินแล้วก็คือ ต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย (Cost) ของโครงการในขณะที่ผลผลิตที่ออกมาจากโครงการเมื่อคิดเป็นมูลค่าหรือตัวเงินก็คือผลตอบแทน (Benefit) ของโครงการนั่นเอง (ชัยยศ สันตวงษ์, 2539)

เนื่องจากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเป็นกิจกรรม ที่จะต้องกระทำล่วงหน้าก่อนที่โครงการจะเกิดขึ้นจริง ดังนั้นจึงต้องมีการประมาณด้านการเงินของโครงการซึ่งก็คือการประมาณการค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนที่จะได้รับจากการทำโครงการนั้นๆ ว่าจะเป็นการเงินเท่าใดและเป็นระยะเวลาที่ปีการประมาณการค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนของโครงการนี้ จะเป็นข้อมูลสำคัญที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงิน ดังนั้นถ้าการประมาณการค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนสูงกว่าที่ควรจะเป็นซึ่งเป็นผลให้กิจการตัดสินใจลงทุนไปแล้ว ซึ่งพอดำเนินการจริงก็จะเกิดความเสียหายขึ้น ดังนั้นผู้วิเคราะห์จึงควรต้องใช้ความระมัดระวังในการประมาณการด้านการเงินดังกล่าว การประมาณการด้านการเงินของโครงการแบ่งออกเป็น

1. ค่าใช้จ่าย คือการประเมินค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการที่ได้ทำการลงทุนในทุกๆด้านทั้งที่ดินสิ่งปลูกสร้างแรงงานอุปกรณ์เครื่องจักร เป็นต้น
2. ผลตอบแทน คือการประเมินผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนในโครงการว่าจะได้รับผลตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุนในระยะเวลาที่ต้องการหรือไม่ การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์ผลตอบแทนเพื่อดูว่าโครงการให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ จึงจำเป็นที่จะต้องใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ได้แก่

2.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback period) คือ ระยะเวลาที่เป็นจำนวนปีที่ผู้ลงทุนจะได้รับเงินลงทุนกลับคืน การคำนวณจะนำกระแสเงินสดสุทธิที่ได้จากการลงทุนในแต่ละปีสะสมไปเรื่อยๆจนได้ผลรวมเท่ากับเงินลงทุน แล้วนับจำนวนปีดังกล่าวรวมกัน เป็นวิธีที่เหมาะสมกับกิจการที่ต้องการสภาพคล่องและการลงทุนที่มีการแข่งขันและความเสี่ยงสูง การตัดสินใจจะพิจารณาที่ระยะคืนทุนที่ได้สั้นกว่าระยะคืนทุนที่กำหนด หรือการเลือกโครงการที่มีระยะคืนทุนที่สั้นที่สุด เป็นวิธีที่สะดวกและเข้าใจง่าย แต่ไม่ให้ความสำคัญต่อกระแสเงินสดที่จะได้รับหลังจากการลงทุนแล้ว และไม่ได้พิจารณาถึงค่าของเงินที่แตกต่างกันระหว่างกระแสเงินสดปัจจุบันและอนาคต

2.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value: NPV) เป็นวิธีที่พยายามให้เงินสดเกี่ยวข้องกับโครงการลงทุนทุกรายการถูกนำมาพิจารณา ณ จุดที่มีค่าของเงินเท่าๆกัน ปัจจุบันวิธีที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหมาะสมสำหรับการพิจารณาการลงทุนในระยะยาว ค่าปัจจุบันของเงินลงทุน โดยที่ถ้า NPV คำนวณได้ที่ค่าเป็นบวกจึงจะควรลงทุนในโครงการนั้น แสดงว่าการลงทุนในโครงการนั้นได้ผลตอบแทนเกินความต้องการ

หลักเกณฑ์ในการพิจารณา มูลค่าปัจจุบันสุทธิ หากมูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นศูนย์ หรือมีค่าเป็นบวก หมายความว่ามีความเหมาะสมในการลงทุนทำธุรกิจ แต่ถ้าหากมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบแล้วแสดงว่าไม่มีความเหมาะสมในการลงทุน

2.3 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal rate of return: IRR) หมายถึง อัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนจะได้รับจากการลงทุนในโครงการที่พิจารณาเฉลี่ยต่อปีตลอดการลงทุน เป็นอัตราส่วนลดที่ทำให้ผลรวมของค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิทั้งโครงการมีค่าเท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรกพอดี หรืออัตราส่วนลดที่ทำให้ NPV ของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์ สำหรับการตัดสินใจโดยใช้วิธีนี้ ถ้าอัตราผลตอบแทนของโครงการสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการหรือต้นทุนเงินทุนจึงควรลงทุน

หลักเกณฑ์ในการพิจารณา อัตราผลตอบแทนโครงการ หากอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ มากกว่าหรือเท่ากับต้นทุนทางการเงินที่นำมาใช้ในการคำนวณหาค่า NPV แสดงว่ามีความเหมาะสมในการลงทุน แต่ถ้าหากอัตราผลตอบแทนโครงการที่ค่าน้อยกว่าต้นทุนทางการเงินที่นำมาใช้ในการคำนวณหา NPV แสดงว่าไม่มีความเหมาะสมในการลงทุน

2.4 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit/Cost ratio หรือ B/C) หมายถึง อัตราระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน กับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายไปในการดำเนินโครงการในทางธุรกิจเรียกอัตราส่วนนี้ว่า ดัชนีการทำกำไร (Profitability index) เป็นหลักการตัดสินใจที่แสดงว่าโครงการมีความเหมาะสมและคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ

ตารางที่ 2 สรุปเกณฑ์การตัดสินใจ

เกณฑ์การตัดสินใจ	ควรลงทุน	ไม่ควรลงทุน
ระยะเวลาคืนทุน	ระยะคืนทุน \leq เท่ากับ ระยะเวลาคืนทุนที่เป็นเป้าหมาย	ระยะคืนทุน $>$ ระยะเวลาคืน ทุนที่เป็นเป้าหมาย
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	$NPV > 0$	$NPV < 0$
อัตราผลตอบแทนภายใน โครงการ (IRR)	$IRR \geq$ อัตราคิดลด	$IRR <$ อัตราคิดลด
อัตราผลตอบแทนต่อ ต้นทุน (B/C)	$B/C > 1$	$B/C < 1$

ที่มา: สุชาดา โนมเชิด. 2545

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 การทดสอบหาค่าความแปรเปลี่ยน (Switching value test: SVT) เป็นการวิเคราะห์ความไวอีกรูปแบบหนึ่งเพื่อดูว่าผลตอบแทนลดลงได้มากที่สุดเท่าใดหรือต้นทุนเพิ่มขึ้นได้มากที่สุดเพียงใด (ชัยยศ สันตวิงษ์. 2539)

2.5.1 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านต้นทุน (SVT_C) หมายความว่าต้นทุนโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละเท่าไรก่อนที่จะทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์

2.5.2 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านผลตอบแทน (SVT_B) หมายความว่าผลตอบแทนโครงการสามารถลดลงได้ร้อยละเท่าไรก่อนที่จะทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์ ถ้า SVT_C หรือ SVT_B ที่คำนวณได้มีค่าสูงหมายความว่าความเสี่ยงภัยในโครงการอยู่ในระดับต่ำ

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน เป็นการวิเคราะห์ที่จะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไร รวมถึงการวางแผนทางการเงินและวางแผนกำไรเพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกิดความมั่นใจว่า ถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้ว จะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆ เกิดขึ้นกับโครงการหากการศึกษาทางการเงินมีความเป็นไปได้ ก็ควรดำเนินโครงการในขั้นต่อไป

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัชรีย์ ปรวรัตน์ (2554) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำร้านอาหารเพื่อสุขภาพในพื้นที่ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี กรณีศึกษาการรับสิทธิ์ทางการค้าเฮลท์ตี้ มีด ไทยแลนด์ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. ศึกษาสภาพทั่วไปของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ 2. ลักษณะการดำเนินงานร้านอาหารเพื่อสุขภาพของ เฮลท์ตี้ มีด ไทยแลนด์ โดยบริษัท มายด์ แอนด์ แคร่ อินเตอร์เนชั่นแนลจำกัด 3. วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนทำร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สิทธิ์ทางการค้า เฮลท์ตี้ มีด ไทยแลนด์ 4. ความเสี่ยงของโครงการในพื้นที่ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี การศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจภาคสนาม การสอบถามข้อมูลจากตัวแทนเจ้าของสิทธิ์ทางการค้า ข้อมูลทุติยภูมิได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก บทความ วารสาร หนังสือต่างๆ ที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน พิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราส่วนผลตอบแทนสุทธิต่อการลงทุน อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ และอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการที่ปรับค่าแล้ว รวมถึงการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนเพื่อพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยงของโครงการ ด้านการตลาด ผลการศึกษาพบว่าสภาพการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในพื้นที่ของโครงการยังไม่มีคู่แข่งของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ส่วนคู่แข่งทางอ้อม คือร้านอาหารทั่วไปซึ่งมีบริการที่สามารถทดแทนกันได้มีอยู่มากทำให้อำนาจการต่อรองของลูกค้ามีสูง การดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องเน้นถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการที่สะดวกและรวดเร็ว ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้อุปกรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการประกอบอาหารเป็นอุปกรณ์ในครัวทั่วไปและในบางชนิดใช้ประกอบอาหารและสามารถใช้ร่วมกันได้ ใช้พนักงานจำนวนน้อย ต้นทุนของการดำเนินงานเกิดจากรายจ่ายค่าเช่าที่ เงินเดือนพนักงาน ส่วนรายรับได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ปัจจัยสำคัญคือทำเลที่ตั้งร้านของโครงการเป็นอาคารพาณิชย์ สามารถรับรองลูกค้าได้ 24 คนต่อรอบ ตั้งอยู่ที่ถนนพญา - นาเกลือ ซึ่งเป็นเส้นทางคมนาคมหลักที่ใช้เดินทางเข้าสู่ตัวเมืองพญาและอำเภอบางละมุง ผลการศึกษาทางการเงิน ลงทุนเริ่มแรกเป็นเงิน 516,900 บาท พบว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุนด้วยอัตราผลตอบแทนร้อยละ 12 และระยะเวลาโครงการ 5 ปี โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 1,556,403.82 บาท อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ ร้อยละ 45 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการที่ปรับค่าแล้ว ร้อยละ 28.80 และอัตราผลตอบแทนสุทธิต่อการลงทุน 2.01 เท่า จากการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนโดยพิจารณาผลกระทบปัจจัยเสี่ยงคือ ต้นทุนของโครงการที่เพิ่มขึ้น และผลตอบแทนของการที่ลดลง พบว่าผลตอบแทนของโครงการที่ลดลงได้มากที่สุดร้อยละ 149.73 ส่วนต้นทุนของโครงการที่เพิ่มขึ้นได้มากที่สุดร้อยละ 45.52 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าโครงการมีความเสี่ยงน้อยหากเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านต้นทุนและผลตอบแทน โดยการเปลี่ยนแปลงของทั้งต้นทุนและรายรับมีความสำคัญต่อโครงการใกล้เคียงกัน

ลูกหญิง จันทร์สุดา (2555) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านจำหน่ายขนมไทย อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1. ศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิคด้านการจัดการของธุรกิจร้านจำหน่ายขนมหวานไทย อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี และ 2. ประเมินความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจร้านจำหน่ายขนมไทย อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี การศึกษาเป็นการวิจัยเชิงประยุกต์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ ที่ได้จากการรวบรวม งบการเงินและเอกสารที่เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน โดยใช้วิธี PB, NPV, IRR และ B/C Ratio ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตลาด วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปพบว่า จังหวัดปทุมธานีมีการขยายตัวของประชากร เพิ่มขึ้นและได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐในด้านการท่องเที่ยว จึงทำให้มีโอกาสทางการตลาดมาก ด้านการแข่งขันธุรกิจขนมไทยยังมีความรุนแรงต่ำ เนื่องจากคู่แข่งชั้นส่วนใหญ่จะทำการผลิตและจำหน่ายตามแผงลอย หรือร้านค้าทั่วไป แต่ยังไม่มียี่ห้อที่จำหน่ายขนมไทยที่เป็นลักษณะเป็นร้าน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก (Primary Target Market) เป็นผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่บริเวณอำเภอเมืองปทุมธานี และบริเวณใกล้เคียงกัน ที่มีความชื่นชอบต่อการรับประทานขนมหวาน และชอบทำบุญ ส่วนด้านเทคนิคพบว่า ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมอยู่บริเวณแยกบางคูวัด อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี เนื่องจากอยู่ติดถนนสายหลักที่เชื่อมต่อไปยังหลายจังหวัด เช่น นนทบุรี สุพรรณบุรี กรุงเทพมหานคร โดยมีพื้นที่ร้านประมาณ 24 ตารางเมตร และสำหรับด้านการจัดการจะดำเนินงานในลักษณะเจ้าของคนเดียว มีพนักงานแรก 3 คนประกอบด้วย ผู้จัดการร้าน พนักงานผลิต และพนักงานขาย และในการประเมินความเป็นไปได้ทางการเงินพบว่า ต้องใช้เงินลงทุน 700,000 บาท ประกอบด้วย ส่วนของเจ้าของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

400,000 บาท เดือน 1 ปี 3 บาท ซึ่งโครงการมีระยะเวลาในการคืนทุน 300,000 หนี้สินระยะยาว บาท 81,688.81 มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 29.26 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ เท่า จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน 1.12

พัฒพงศ์ จงไพรัตน์ (2555) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารกรณีศึกษาร้านอาหารอีสาน ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงที่ว่าการอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน "ร้านอาหารอีสาน" ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงที่ว่าการอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยมีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด ทางเทคนิค ทางการจัดการ และทางการเงิน รวมถึงดำเนินการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการในการใช้บริการจากร้านอาหารอีสานของผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย ผลการศึกษาทางการตลาด จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันพบว่าภัยคุกคามที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจระดับสูง คือภัยคุกคามจากอำนาจผู้ซื้อ มีความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม และภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน และพบว่าผู้บริโภคมีความต้องการเข้ารับบริการจากร้านอาหารอีสานรูปแบบดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 69 ในขณะที่ไม่แน่ใจว่าจะเข้ารับบริการคิดเป็นร้อยละ 26.5 และไม่เข้ารับบริการคิดเป็นร้อยละ 4.5 ส่วนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค คือ ที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์ราชการและสถานศึกษาที่ให้บริการอาหารอีสาน มุ่งเน้นบริการคุณภาพของอาหารอีสานและบริการ เน้นไปที่ความสะอาด สะดวก ปลอดภัย และคุณภาพอาหารและวิธีปรุงอาหารที่ได้มาตรฐาน การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการจัดการพบว่ามีความเป็นไปได้ในการจัดการองค์กรรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว โครงสร้างแบบเรียบง่าย เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการบริการในทุกๆด้าน การจัดการภายในไม่ซับซ้อน ส่วนผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน พบว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนสำหรับโครงการ 5 ปี โดยใช้เงินลงทุน 650,000 บาท ประมาณการยอดขายปีแรกเท่ากับ 2,592,000 บาท ระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 2 ปี 3 เดือน 23 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 1,155,354 บาท และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับร้อยละ 55 ดังนั้นโครงการจึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุนอย่างมาก

จิตติพร ตอธรรมย์ (2556) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านอาหารและเครื่องดื่มวันวานในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านอาหารและเครื่องดื่มวันวาน ในด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ผลการศึกษา พบว่าจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปในด้าน การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและเทคโนโลยีพบว่า ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ สภาพการแข่งขันของธุรกิจอยู่ระดับสูงแต่ธุรกิจร้านอาหารก็ยังคงมีความน่าสนใจเนื่องจากคนทำงานนอกบ้านมากขึ้นทำให้รับประทานอาหารนอกบ้าน ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนในการทำธุรกิจร้านอาหาร และจากผลสำรวจพบว่าผู้สนใจใช้บริการร้านอาหารถึงร้อยละ 90.36 ร้านมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ทำให้มีความเป็นไปได้ทางการตลาด ด้านการจัดการ มีการจัดการองค์กรและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุคลากรเป็นการเตรียมความพร้อมของบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานในตำแหน่งต่างๆ ตามความถนัดของตนเอง มีการควบคุมพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ มีการวางแผนองค์กรอย่างเป็นระบบ ดังนั้นมีความเป็นไปได้ทางด้านการจัดการ ด้านเทคนิค วิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง การออกแบบร้าน รวมไปถึงกระบวนการให้บริการที่มีมาตรฐาน จึงมีความเป็นไปได้ทางเทคนิค ด้านการเงินร้านอาหารและเครื่องดื่มวันวาน มีการลงทุนทั้งสิ้น 14,224,480 บาท มีระยะเวลาในการคืนทุน 2 ปี 3 เดือน 4 วัน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 29,250,426.11 บาท โดยมีค่าเป็นบวก และมีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 34.50 มากกว่าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ สรุปได้ว่าร้านอาหารและเครื่องดื่มวันวานมีความเป็นไปได้ในการลงทุนและมีความคุ้มค่าในการลงทุน

เนตรชนก เขียววรารักษ์ (2556) ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านกาแฟสดซัมเมอร์ คอฟฟี่ " Summer Coffee " ในบริเวณใกล้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด การจัดการ เทคนิคและการเงิน กลุ่มเป้าหมายคือนักศึกษา อาจารย์ และเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จำนวน 400 คน และเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านกาแฟสดจำนวน 2 ราย เพื่อนำมาวิเคราะห์ ผลการศึกษา ด้านการตลาดพบว่า นโยบายการรับนักศึกษาเพิ่มจากทางภาครัฐ ส่งผลดีต่อธุรกิจในการเพิ่มขึ้นของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ เหมาะสมกับราคา และมีการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกันสูง จึงต้องเพิ่มจุดเด่นให้กับทางร้าน ผลสำรวจจากแบบสอบถามมีผู้ให้ความสนใจในการเข้ามาใช้บริการร้อยละ 90.5 ด้านการบริหารจัดการ มีการเตรียมความพร้อมให้บุคลากรมีความสามารถในการปฏิบัติงานในตำแหน่งต่างๆของตน มีคุณสมบัติตามที่กำหนด มีการควบคุมการพัฒนา มีการวางแผนผังองค์กรอย่างเป็นระบบ ด้านเทคนิคการคือทำเลที่ตั้ง มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เดินทางสะดวก ห่างจากมหาวิทยาลัยเพียงเล็กน้อย และติดกับชุมชน ส่วนด้านการเงินจากการประเมินโครงการพบว่า ในระยะเวลา 5 ปี กิจการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 1,658,449,27 บาท มีระยะเวลาในการคืนทุนของโครงการ 2 ปี 3 เดือน 3 วัน และมีอัตราผลตอบแทนของโครงการ เท่ากับร้อยละ 48 ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจเมื่อรายได้ของธุรกิจลดลงร้อยละ 19.5 เมื่อต้นทุนในการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 52.91 เมื่อรายได้ของธุรกิจลดลงและต้นทุนในการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.71 ส่งผลให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 0 และอัตราผลตอบแทนในการลงทุนขั้นต่ำต่ำกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการร้อยละ 5.44 แสดงว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน สรุปว่ากิจการร้านกาแฟสดซัมเมอร์คอฟฟี่ " Summer Coffee " ในบริเวณใกล้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มีความเป็นไปได้และมีความน่าสนใจในการลงทุน

วัชรพล เข้มแก้ว (2556) การศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดร้านเครื่องดื่มผลไม้ปั่นสมูทตี้ " สมูทตี้ ดีไลท์ " ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ผลการศึกษาด้านการตลาดพบว่า ปัจจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านสังคมเป็นปัจจัยที่สำคัญและเอื้อประโยชน์ต่อการลงทุน และผลจากแบบสอบถาม พบว่ามีผู้ให้ความสนใจจะเข้าใช้บริการมากถึงร้อยละ 94 ทางร้านเน้นเรื่องความสะดวกของสินค้า มีราคาที่เหมาะสม รูปแบบการตกแต่งร้านที่แปลกใหม่ทันสมัย มีการนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ไว้ให้บริการ และเนื่องจากการลงทุนในธุรกิจใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนักจึงทำให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาอย่างต่อเนื่อง สำหรับด้านการบริหารจัดการ มีการวางแผนรูปแบบองค์กร และโครงสร้างการบริหารงานภายในองค์กรเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้ และเพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า ด้านเทคนิค ทำเลที่ตั้ง รูปแบบการจัดวางผังร้าน การเลือกใช้อุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์และบริการ และเทคนิควิธีการให้บริการ โดยลูกค้าจะได้รับสิ่งที่ดีที่สุดในการใช้บริการ ด้านการเงิน จากการประเมินโครงการลงทุนพบว่า ในระยะเวลา 5 ปี กิจการนี้มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 254,689 บาท ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 4 เดือน และอัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 29 แสดงว่ามีความเป็นไปได้ทางการเงิน สรุปได้ว่า กิจการร้านเครื่องดื่มผลไม้ปั่นสมูทตี้ " สมูทตี้ ดีไลท์ " ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี มีความเป็นไปได้ และมีความน่าสนใจในการลงทุน

ธิดารัตน์ บุตรเนียร (2556) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านธิดาเบเกอรี่ ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรับจัดทำเบเกอรี่ เพื่อส่งโรงแรมในเขตเทศบาลขอนแก่นอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ในด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตลาด จำนวน 47 โรงแรมผู้ตอบแบบสอบถามในเขตเทศบาลนครขอนแก่น มีความสนใจที่จะเป็นลูกค้าในส่วนของอาหารเช้า 13 โรงแรม และในอาหารว่างจำนวน 7 โรงแรม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจ ได้แก่ ความสะดวกของเบเกอรี่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีเบอร์โทรศัพท์ หรือช่องทางให้ลูกค้าติดต่อได้สะดวก การให้ส่วนลดตามเทศกาล โอกาสต่างๆ พนักงานบริการจัดส่งเบเกอรี่ทันเวลา มีรถจัดส่งที่ทำให้มั่นใจว่าสะดวกและเบเกอรี่ไม่ได้รับความเสียหาย ความถูกต้องตามคำสั่งซื้อของ โรงแรม และผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปของธุรกิจพบว่า การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำทำให้ประชาชนสามารถจ่ายได้มากขึ้น ส่วนด้านความรุนแรงทางการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกันอยู่ในระดับสูง และมีสินค้าทดแทนจำนวนมาก ด้านการจัดการพบว่า มีความเตรียมพร้อมพนักงานที่มีความสามารถที่เหมาะสมกับงาน และมีการวางแผนการใช้ทรัพยากรที่เหมาะสม ดังนั้นมีความเป็นไปได้ทางการจัดการ ด้านเทคนิค มีการวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง กระบวนการในการจัดส่งเบเกอรี่ให้ทันต่อเวลา การขนส่งเบเกอรี่อย่างปลอดภัย สินค้าไม่เสียหายระหว่างทาง และการประมาณการผลิตที่ดี ด้านการเงิน ร้านธิดาเบเกอรี่ รวมมีการลงทุนทั้งสิ้น 2,171,800 บาท โดยเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด โดยมีเงินทุนหมุนเวียน 980,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ 52,000 บาท มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 1,372,855.91 บาท ผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

30 และระยะเวลาในการคืนทุน 2 ปี 9 วัน สรุปได้ว่า ร้านธิดาเบเกอรี่ ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ภรณ์ ขัตติยนนท์ (2556) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตเทศบาลนครขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาความเป็นไปได้ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้านการเงิน รวมถึงดำเนินการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ โดยทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากแบบสอบถาม และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลแต่ละด้าน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า มีความเป็นไปได้ ด้านการตลาดในการเปิดธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบที่มุ่งเน้นส่วนประกอบที่มีคุณภาพ สะอาดปลอดภัย และพบว่าผู้บริโภคเคยใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพถึงร้อยละ 77.5 ในขณะที่ผู้บริโภคสนใจใช้บริการถึงร้อยละ 83.3 การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะให้ความสำคัญกับขั้นตอนการผลิต ที่คำนึงถึงวัตถุดิบที่มีความสะอาด อาหารมีคุณภาพไม่มีสารปนเปื้อน และมีวิธีการปรุงที่ได้มาตรฐาน ด้านการจัดการบริหารงานมีลักษณะเป็นแบบเจ้าของคนเดียว โครงสร้างองค์กรแบบครอบครัว มีการจัดการบริหารที่ไม่ซับซ้อน มีการแบ่งหน้าที่ชัดเจน ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน โครงการใช้เงินทุนส่วนตัว จำนวน 2,000,000 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ณ ปีที่ 5 เท่ากับ 3,939,363 บาท มีผลตอบแทนโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 31.72 และระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 9 เดือน 30 วัน ทำให้โครงการร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

จากการทบทวนในงานวิจัยจะพบว่าทุกงานวิจัยทำการศึกษาความเป็นไปได้ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน สรุปได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านการตลาด

	ด้านการตลาด		
	การวิเคราะห์สถานะการตลาด	การพยากรณ์ความต้องการตลาด	การประมาณการยอดขายสินค้า
พัชรีย์ (2554)	✓	✓	-
ลูกหญิง (2555)	✓	✓	✓
พัฒพงศ์ (2555)	✓	✓	✓
จิติพร (2556)	✓	✓	✓
เนตรชนก (2556)	✓	✓	✓
วัชรพล (2556)	-	✓	✓
ธิดารัตน์ (2556)	✓	✓	✓
ภรณ์ (2556)	✓	-	✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 สรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านเทคนิค

	ด้านเทคนิค			
	ระบบการผลิต	ทำเลที่ตั้ง	การออกแบบผังร้าน	การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ
พัชรีย์ (2554)	✓	-	✓	-
ลูกหญิง (2555)	✓	✓	-	✓
พัฒพงศ์ (2555)	✓	-	✓	✓
ฐิติพร (2556)	✓	✓	✓	-
เนตรชนก (2556)	✓	-	✓	✓
วัชรพล (2556)	✓	✓	✓	✓
ธิดารัตน์ (2556)	✓	✓	✓	✓
ภรณี (2556)	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 3.2 สรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านการเงิน

	ด้านการเงิน				การทดสอบ หาค่าความ แปรเปลี่ยน
	ระยะเวลา คืนทุน	มูลค่า ปัจจุบันสุทธิ (NPV)	อัตรา ผลตอบแทน ภายในโครงการ (IRR)	อัตรา ผลตอบแทน ต่อต้นทุน (BCR)	
พัชรีย์ (2554)	-	✓	✓	✓	✓
ลูกหญิง (2555)	✓	✓	✓	✓	-
พัฒพงศ์ (2555)	✓	✓	✓	-	-
ฐิติพร (2556)	✓	✓	✓	-	✓
เนตรชนก (2556)	✓	✓	✓	✓	✓
วัชรพล (2556)	✓	✓	✓	-	✓
ธิดารัตน์ (2556)	✓	✓	✓	✓	-
ภรณี (2556)	✓	✓	✓	-	✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 กรอบแนวความคิด

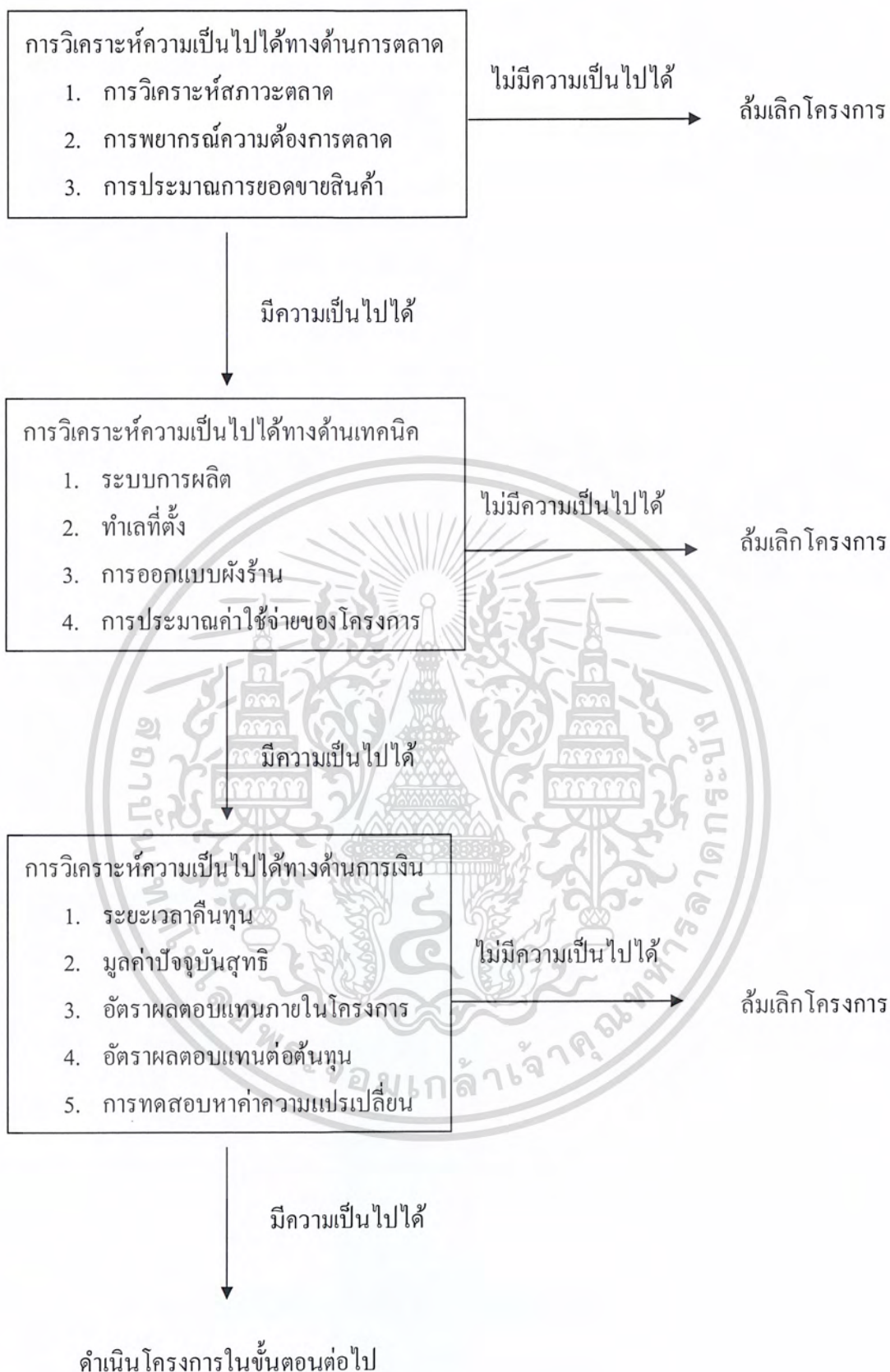
ในส่วนของกรอบแนวความคิดจะศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ โดยทำการศึกษาความเป็นไปได้ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ซึ่งจะเป็นการศึกษาโครงการภาพรวมทั้งหมด ในการศึกษาเพื่อให้ทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการนั้น จะต้องพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ที่จะลงทุนในโครงการนั้นๆ การศึกษาดังกล่าวจะกล่าวถึงรายละเอียดและการวิเคราะห์สิ่งที่จำเป็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับทั้ง 3 ด้านดังนี้

2.5.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ถือเป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนในโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการศึกษาด้านการตลาดจะศึกษาลงลึกถึงรายละเอียดที่จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาด ซึ่งจะครอบคลุมด้วยกัน 3 ประเด็น คือ การศึกษาขนาดของตลาด (market size) แนวโน้มของตลาด (market trend) และส่วนแบ่งของตลาดที่โครงการจะเข้าไปแข่งขันได้ (market share) ซึ่งจะนำผลวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมมาประกอบการตัดสินใจด้วย นอกจากนี้ยังการพยากรณ์ความต้องการของตลาด การประมาณการยอดขาย เพื่อที่จะเป็นตัวช่วยในการวิเคราะห์ด้านการตลาด ตลอดจนจนภาพการณ์แข่งขันในตลาดทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการเจาะตลาด ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม เมื่อได้ตัดสินใจดำเนินโครงการเรียบร้อยแล้วอีกด้วย เมื่อทำการศึกษาประเด็นต่างๆด้านการตลาดเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการสรุปผลการศึกษาด้านการตลาดว่าโครงการนั้นมีความเป็นไปได้หรือไม่ ถ้าหากพบว่าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ทางด้านตลาดก็จะล้มเลิกโครงการ แต่ถ้าสรุปได้ว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านตลาดก็จะทำการดำเนินงานศึกษาต่อทางด้านเทคนิคและการเงินต่อไปตามลำดับ

2.5.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบว่า การที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นมาทำการจำหน่ายมีความเป็นไปได้ทางเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคในการผลิตอย่างไร ซึ่งจะเป็นเรื่องที่เชื่อมโยงไปถึงด้านการเงิน โดยการศึกษาด้านเทคนิคจะมีแนวทางในการพิจารณาคือ การผลิตผลิตภัณฑ์ การเลือกเทคโนโลยีการผลิตที่จะนำมาใช้ เทคนิคการผลิต กระบวนการทางเทคนิค เครื่องมือที่ใช้ในการจัดตั้งโครงการ วัตถุดิบและส่วนประกอบที่ใช้ ส่วนประสมของปัจจัยการผลิต ผลผลิตที่ได้ ขนาดการผลิต และการออกแบบผังร้านที่เหมาะสม รวมถึงทำเลที่ตั้งของโครงการ โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปที่ไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตโดยตรง เช่น กฎหมายและภาษี ภูมิอากาศ ทัศนคติของชุมชน และการเมือง เข้าร่วมในการวิเคราะห์ด้วย ซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคนั้นจะเห็นได้ว่า ขั้นตอนเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สแกนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่างๆจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องการเงิน คือ จะผลิตอย่างไรให้ได้กำไรสูงสุด หรือใช้ต้นทุนต่ำสุด จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางเทคนิคหรือไม่ ถ้าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ทางเทคนิค คือ สถานที่ตั้งไม่ผ่าน การคมนาคมไม่ดี มีปัญหาการผลิต เทคนิคการผลิตยังไม่ดีพอก็อาจจะทำให้โครงการนี้ไม่มีความเป็นไปได้ทำให้ต้องล้มเลิกโครงการไป แต่ถ้าหากว่าผลสรุปของการวิเคราะห์มีความเป็นไปได้เกิดขึ้น ก็จะทำการดำเนินการศึกษาต่อทางด้านการเงินเป็นลำดับต่อไป

2.5.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์การลงทุนมีการวางแผนทางด้านการเงินเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางด้านการเงินเกิดขึ้นกับโครงการ ซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านการเงินประกอบด้วย การวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนว่าโครงการจะได้รับทุนคืนหากมีการนำเงินมาลงทุนในปี การหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value) โดยมีหลักเกณฑ์ว่าโครงการที่มีความเหมาะสมทางการเงินคือ มูลค่าปัจจุบันสุทธินั้นมากกว่าศูนย์หรือเป็นบวก การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (internal rate of return) เป็นเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมทางการเงิน ซึ่งถ้าหากอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ มากกว่าระดับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับเงินลงทุนที่ใช้ในโครงการ แสดงว่าโครงการมีความเหมาะสมที่จะลงทุน และการคำนวณหาอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (benefit cost ratio) เพื่อให้ทราบถึงอัตราส่วนของมูลค่าปัจจุบันรายได้กับมูลค่าปัจจุบันรายจ่ายของโครงการ หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ คือ โครงการที่มีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายที่มากกว่าหนึ่ง เมื่อทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทั้ง 3 ด้าน คือ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านตลาดหากมีความเป็นไปได้จะมีการศึกษาต่อทางด้านเทคนิค เมื่อด้านเทคนิคมีความเป็นไปได้ ก็จะดำเนินการศึกษาต่อทางด้านการเงิน หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์ทั้ง 3 ด้านเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และพบว่ามีความเป็นไปได้ทั้ง 3 ด้าน จะสามารถสรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นจริงในอนาคต (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 สมมติฐานของการศึกษา

1. ธุรกิจโอชาอาหารคหีน ในตลาดละลายทรัพย์ สีมชอย 5 ไม้มีความเป็นไปได้อ่างด้านการตลาด
2. ธุรกิจโอชาอาหารคหีน ในตลาดละลายทรัพย์ สีมชอย 5 ไม้มีความเป็นไปได้อ่างด้านเทคนิค
3. ธุรกิจโอชาอาหารคหีน ในตลาดละลายทรัพย์ สีมชอย 5 ไม้มีความเป็นไปได้อ่างด้านการเงิน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม้อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม้ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อี้อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

เนื้อหาบทนี้จะกล่าวถึงวิธีการศึกษา โดยแยกออกเป็นขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษารวมไปถึงแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจโอชอาหารคลีน ในตลาดละลาห้อย 5 ในครั้งนี้ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) และมูลทุติยภูมิ (secondary data) ดังนี้

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารคลีน บริเวณถนนสีลม จำนวน 1 ราย โดยการสัมภาษณ์ปากเปล่าเชิงลึก เช่น เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ ผลตอบรับจากผู้บริโภคและอื่นๆ จากเจ้าของธุรกิจ และทำการจดบันทึกข้อมูลมาประกอบการวิเคราะห์ เพื่อนำมาสู่การประมาณการด้านต้นทุนและค่าใช้จ่าย
2. สืบจากแบบสอบถามประชากรบริเวณถนนสีลม และภายในตลาดละลาห้อย ในการศึกษาต้องมีการกำหนดตัวอย่างแทนประชากร เพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากรที่มีความสนใจในร้านโอชอาหารคลีน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive random sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างให้สอดคล้อง เหมาะสมและตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งเป็นกลุ่มคนวัยทำงานและกลุ่มคนที่รักสุขภาพ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้สูตร ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541)

$$n = \frac{Z^2 pq}{D^2} \quad (3.1)$$

โดย n = จำนวนตัวอย่าง

p = ค่าประมาณการร้อยละที่คาดหวัง (กำหนดค่าประมาณร้อยละที่คาดหวังร้อยละ 50)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$q = 100 - p$$

Z = ระดับความเชื่อมั่น (ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ระดับร้อยละ 95 ค่า Z จากการเปิดตารางมีค่าเท่ากับ 1.96)

D = ค่าความคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับได้ (กำหนดค่าของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 4)

แทนค่าสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.96)^2(50 \times 50)}{5^2} & (3.2) \\ &= 384.16 \text{ ตัวอย่าง} \\ &= 385 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

การคำนวณแทนค่าในสูตรได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่างและจะต้องทำการสำรวจข้อมูลบางส่วนไว้ในกรณีการตอบแบบสอบถามที่อาจผิดพลาดร้อยละ 4 ซึ่งคำนวณได้จาก $(385 \times 4)/100$ ได้เท่ากับ 15 ตัวอย่าง ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่างและจะต้องทำการสำรวจในครั้งนี้ทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data)

โดยการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิในครั้งนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจร้านโอชาอาหารคลีน ในตลาดตลาดทรพีย์ สยามซอย 5 ในด้านต่างๆ เช่น สถานการณ์ของการประกอบธุรกิจ การดำเนินการจัดการโดยทั่วไปและอื่นๆ จากการเก็บข้อมูลและสถิติต่างๆ จากหนังสือ นิตยสาร วารสาร งานวิจัย เว็บไซต์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการร้านอาหารคลีนอื่นๆ

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.2.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงตลาดของธุรกิจร้านโอชาอาหารคลีน โดยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันภายในของอุตสาหกรรม ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ จึงจำเป็นจะต้องมีการวิเคราะห์ทั้งสองกรณีนี้ก่อนจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์สภาวะทางการตลาดในส่วนต่างๆ ตามลำดับ

นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง มาทำการวิเคราะห์เชิง

พรรณนา (Descriptive analysis) ซึ่งข้อมูลที่ได้จะอธิบายลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคของกลุ่มเอกร้านนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการร้านในรูปแบบของความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย โดยใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและผลรวม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เบื้องต้นมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ต่อทางด้านการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนธุรกิจร้าน โอชา อาหารคลีนจะทำการศึกษาสถานะตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณการยอดขายของโครงการ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถานะตลาด ประกอบด้วยการศึกษา 3 ด้าน ดังนี้

3.1 ศึกษาขนาดของตลาด เพื่อให้ทราบว่า ตลาดของร้านอาหารคลีนที่จะทำการศึกษานั้นมีขนาดตลาดที่เล็กหรือใหญ่ เหมาะแก่การทำธุรกิจร้านโอชา มากน้อยเพียงใด โดยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง บริเวณตลาดหลายทรัพย์ และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการวิเคราะห์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจำเป็นต้องคำนวณหาจำนวนผู้ซื้อที่แท้จริงจากผู้ซื้อทั้งหมด ประกอบกับการพิจารณาจาก

3.1.1 ประชากร วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากร รายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อวัน จำนวนผู้บริโภคอาหารคลีนต่อวัน ปริมาณในการซื้ออาหารคลีน ความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภค จำเป็นจะต้องทราบว่า มีจำนวนผู้ซื้อผลิตภัณฑ์และบริโภคต่อวันเป็นจำนวนเท่าใด เพื่อนำมาใช้ประกอบการหามูลค่าตลาดของอาหารคลีน ซึ่งสามารถคำนวณหาประชากรที่คาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์จากร้าน โอชา อาหารคลีนต่อวัน ได้จากการนำจำนวนประชากรที่ได้จากการสังเกตทุกวันใน 1 สัปดาห์ บริเวณร้านจำหน่ายอาหารคลีนที่มีอยู่เดิม นำมาทำการหาค่าเฉลี่ยต่อวันคูณร้อยละของผู้ที่เข้าร้านและซื้อผลิตภัณฑ์

3.1.2 การวัดอัตราการซื้อของผู้บริโภค โดยวัดจากค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อต่อครั้ง และความถี่ในการซื้อสินค้าต่อสัปดาห์

3.1.3 อำนาจการซื้อ คือรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถาม

3.1.4 หามูลค่าตลาดของการลงทุนร้านโอชา หาได้จากการคำนวณโดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการถึงจำนวนประชากรที่ซื้อแน่นอน \times ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้ออาหารคลีนในแต่ละครั้ง \times จำนวนวันในหนึ่งปี

3.2 การศึกษาแนวโน้มของตลาด เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดว่ามีทิศทางของตลาดเป็นอย่างไร โดยนำข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของอาหารคลีนแนวโน้มการบริโภคอาหารคลีนที่ได้จากการค้นคว้าวิเคราะห์

3.3 ส่วนแบ่งตลาด เพื่อให้ทราบถึงความสามารถของธุรกิจที่จะได้ส่วนแบ่งตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับการวิเคราะห์

สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment Analysis) รวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภายใน จากนั้นจึงทำการสรุปผลการวิเคราะห์ทั้งสองด้านว่า สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายใน ตัวใดที่มีผลกระทบต่อการลงทุนร้านโอชา รวมถึงการนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากแบบสอบถามมา วิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อหาส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจอาหารคลีนของโครงการ

2. การพยากรณ์ความต้องการของตลาด เพื่อใช้ในการพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดใน รูปของจำนวนเงิน พิจารณาจากแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจโดยใช้ แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามว่ากลุ่มผู้บริโภคมีความต้องการซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหารคลีน มากน้อยเพียงใด โดยศึกษาในเขตพื้นที่โครงการ บริเวณตลาดละลายทรัพย์ มี ระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ 5 ปี ตามข้อผูกมัดของสัญญาเช่าสถานที่ ในการคำนวณ การพยากรณ์ความต้องการของตลาดมีดังนี้ พยากรณ์ความต้องการตลาดเท่ากับความต้องการตลาด ในปีก่อนที่พยากรณ์ได้คูณอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรเขตบางรักบวกกับความ ต้องการตลาดในปีก่อนที่พยากรณ์ได้

3. การประมาณการยอดขายของโครงการ เป็นการประมาณรายได้จากการจำหน่ายอาหาร คลีนเป็นหลักตามระยะเวลาของโครงการ โดยการศึกษาครั้งนี้มีอายุของโครงการเท่ากับ 5 ปี โดยพิจารณาตามข้อผูกมัดจากสัญญาเช่าสถานที่ สามารถคำนวณหาได้จากสมการดังนี้ จำนวน ประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณจุดตั้งร้าน \times ร้อยละของประชากรที่เข้าร้านเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ อาหารคลีน \times ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร้านและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารคลีนของโครงการ \times ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารคลีนต่อสัปดาห์ \times จำนวนสัปดาห์ในหนึ่งปี

รายได้จากการขายอาหารคลีน คำนวณได้จากจำนวนประชากรที่คาดว่าจะซื้ออาหารคลีน (คนต่อปี) \times ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้ออาหารคลีน

3.2.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

การศึกษความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของร้าน โอชาอาหารคลีนจะทำการวิเคราะห์ทางด้าน เทคนิค เพื่อที่จะศึกษาถึงขนาดของร้าน การเลือกเครื่องมือเครื่องใช้อุปกรณ์ที่จำเป็นต่อโครงการ ทำเลที่ตั้งของโครงการ ฯลฯ เพื่อที่จะดูว่าโครงการมีความเป็นไปได้ด้านเทคนิคหรือไม่มีปัญหา หรืออุปสรรคอย่างไรและมีหนทางที่จะแก้ไขปัญหาวางไรในการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคของ ร้านอาหารคลีนจะทำการศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ และ ทฤษฎีจากแหล่งความรู้ต่างๆ เช่นร้านอาหารอินเตอร์เน็ต หนังสือที่เกี่ยวข้องกับ โครงการรวมถึงงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจอาหารคลีน ซึ่งเป็นพื้นฐาน ในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการด้วยมีรายละเอียดดังนี้

1. ระบบการผลิตในการวิเคราะห์ระบบการผลิตจะวิเคราะห์ผล 3 ด้านใหญ่ๆที่เป็นปัจจัย สำคัญในระบบการผลิตคือปัจจัยการนำเข้า กระบวนการผลิต และปัจจัยนำออกโดยที่โครงการจะ ทำการวิเคราะห์ตามลำดับขั้นดังนี้

1.1 วิเคราะห์ปัจจัยการนำเข้า ได้แก่วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของโครงการการจัดหาวัตถุดิบแหล่งที่มาของวัตถุดิบ แหล่งที่มาของแหล่งเงินทุน แรงงาน โดยพิจารณาว่าบริเวณสถานที่ตั้งของร้านโอชา จะมีผลต่อปัจจัยนำเข้าเหล่านี้มากน้อยเพียงใด

1.2 วิเคราะห์กระบวนการผลิตที่จะกล่าวถึงรายละเอียดของโครงการ การตกแต่งร้าน การบริหารงานภายในร้าน รูปแบบของร้าน กำลั้งการผลิตแผนผังร้านเป็นการวิเคราะห์ความสามารถของโครงการประกอบกับสถานที่ตั้งของโครงการว่าร้านโอชา นั้นสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

1.3 วิเคราะห์ปัจจัยนำออกกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายของร้านโอชา มีความสามารถในการตอบสนองความต้องการผู้บริโภคอย่างไร

2. ทำเลที่ตั้ง พิจารณาความเหมาะสมของระยะจากร้านอาหารคลีน กับแหล่งวัตถุดิบและตลาดรวมถึงการพิจารณาเกี่ยวกับจำนวนลูกค้าที่จะมาใช้บริการ การคมนาคมการเดินทางมายังที่ตั้งโครงการ สภาพธุรกิจภายในบริเวณสถานที่ตั้งร้านโอชา รวมถึงการสาธารณสุขปลอดภัยและข้อสนับสนุนอื่นๆ

3. การออกแบบผังร้าน จะต้องคำนึงถึงเนื้อที่ของร้าน โดยแบ่งแยกส่วนพนักงานกับส่วนลูกค้า ให้มีพื้นที่เหมาะสม ต่อการบริการแก่ลูกค้าเพื่อความสะดวกสบายและเพื่อเป็นการออกแบบในการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยอยู่ในงบประมาณที่กำหนด โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ได้แก่

3.1 บริเวณรับของ (Receiving Area) จะเป็นบริเวณที่ลูกค้าไม่สามารถเห็นได้ เช่นหลังร้าน เนื่องจากวัตถุดิบต่างๆที่ส่งมาจากตลาดหรือแหล่งต่างๆควรมีการจัดเก็บให้เหมาะสม สามารถหลีกเลี่ยงเวลารับของได้โดยกำหนดเวลาส่งของไม่ให้ใกล้เคียงกับเวลาเปิดร้านบริเวณที่รับของควรจะเป็นบริเวณที่ทำความสะอาดง่าย

3.2 บริเวณจัดเก็บวัตถุดิบ (Storage Area) เป็นบริเวณที่จัดเก็บวัตถุดิบแห้ง หรือของที่ใช้ได้นาน เช่น ถุงพลาสติก ถังอาหาร ซ้อน ส้อมต่างๆ และบริเวณจัดเก็บวัตถุดิบเปียก ได้แก่อาหารที่สด เช่นผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ ที่ต้องนำแช่ตู้เย็น โดยการแยกเก็บเป็นสัดส่วน

3.3 บริเวณเตรียมของ (Preparation Area) เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบริเวณนี้ คืออ่างล้างเพื่อชะล้างสิ่งสกปรกออกได้ง่าย และเตรียมความพร้อมเบื้องต้นสำหรับที่จะส่งของให้แก่ลูกค้า

3.4 บริเวณบริการลูกค้า ควรแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนให้เหมาะสม เพื่อความสะดวกสบายในการเลือกดูสินค้าของลูกค้า

3.5 บริเวณชำระเงิน และรับสินค้า โดยจัดสรรพื้นที่ให้เหมาะสมต่อความสะดวกสบายทั้งสองฝ่าย เพื่อความรวดเร็วไม่เกิดการรอคอยนานจนเกินไป

4. การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ เป็นการประมาณค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่อาจจะเกิดขึ้นจริงเมื่อมีการเปิดร้าน โอชาขึ้นจึงจำเป็นต้องทำการประมาณการต้นทุนเพื่อให้ทราบค่าใช้จ่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และผลตอบแทนที่จะได้รับจากการเปิด โดยมีการประมาณค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนของ โครงการ เป็นข้อมูลสำคัญที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินต่อไปมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การประมาณเงินลงทุนของโครงการเป็นการประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ ได้แก่ มูลค่าการลงทุนสินทรัพย์ถาวรและเงินทุนหมุนเวียน

4.2 การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ เป็นการประมาณถึงต้นทุนด้านต่างๆของโครงการเช่น ค่าแรง ค่าสาธารณูปโภค ค่าเช่า ฯลฯ โดยจะจัดแสดงในรูปของตารางการคำนวณแสดงค่าประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การประมาณค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหารการประมาณต้นทุนการผลิตของโครงการ และการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานไม่รวมค่าเสื่อมราคา

3.2.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback period) เพื่อทราบถึงระยะเวลาของโครงการที่จะคืนทุนจากการจัดตั้งธุรกิจร้านโอชา

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ}}{\text{ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปีของโครงการ}} \quad (3.3)$$

2. วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value หรือ NPV) หมายถึง ผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละปีตลอดอายุโครงการกับกระแสเงินสดจ่ายลงทุน ณ อัตราค่าของทุน (Cost of capital)

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

หลักการตัดสินใจเพื่อลงทุนในโครงการ

NPV >	0	คุ้มค่าแก่การลงทุน
NPV <	0	ไม่สมควรลงทุน
NPV =	0	เท่าทุน

3. วิธีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal rate of return หรือ IRR) เป็นการคำนวณหาอัตราส่วนลดหรืออัตราดอกเบี้ยที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิตลอดอายุโครงการจัดตั้งร้านโอชาเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุน

$$\text{IRR คือ } r \text{ ที่ทำให้ } NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} = 0 \quad (3.5)$$

หลักในการตัดสินใจลงทุนมีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

IRR	>	r	คุ้มค่าแก่การลงทุนและยอมรับข้อเสนอโครงการ
IRR	<	r	ไม่คุ้มค่าแก่การลงทุนและไม่ยอมรับข้อเสนอโครงการ
IRR	=	r	เสมอตัว

อัตราคิดลดหรืออัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสมในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ กำหนดอัตราคิดลดเท่ากับร้อยละ 12 ต่อปี เนื่องจาก หลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดไว้สำหรับโครงการพัฒนาของภาครัฐว่า หากอัตราผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ (EIRR) มีค่าระหว่างร้อยละ 12 - 15 จะยอมรับได้ว่าโครงการนั้นๆ ให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจคุ้มค่าต่อการลงทุนและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเสนอแนะให้กำหนดอัตราคิดลดเท่ากับร้อยละ 12 (สำนักบริหารโครงการ. 2553)

4. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit/Cost ratio หรือ B/C) หมายถึง อัตราระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายไปในการดำเนินโครงการจัดตั้งร้านโอชา ในทางธุรกิจเรียกอัตราส่วนนี้ว่า ดัชนีการทำ (Profitability index)

$$B/C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}} \quad (3.6)$$

โดยที่	B_t	=	กระแสเงินสดรับสุทธิของโครงการในปีที่ 1 - 5
	C_t	=	กระแสเงินสดจ่ายสุทธิของโครงการในปีที่ 1 - 5
	R	=	อัตราคิดลด เท่ากับ ร้อยละ 12
	n	=	อายุโครงการ เท่ากับ 5 ปี
	t	=	ปีการดำเนินงานโครงการ คือ ตั้งแต่ปีที่ 1 - 5

หลักการตัดสินใจลงทุน โดยใช้ BCR มีอยู่ว่า ณ ระดับอัตราส่วนลด : r ที่กำหนดให้

BCR > 1 ยอมรับข้อเสนอโครงการ

BCR < 1 ปฏิเสธข้อเสนอโครงการ

BCR = 1 จะไม่มีผลกระทบใดๆไม่ว่ายอมรับหรือปฏิเสธข้อเสนอโครงการ

5. การทดสอบหาค่าความแปรเปลี่ยน (Switching value test: SVT) เป็นการทดสอบเพื่อหาว่า ณ ระดับต้นทุนเพิ่มขึ้น หรือผลตอบแทนลดลงเท่าใด จึงจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับศูนย์ หรือทำให้ผู้ลงทุนไม่สามารถลงทุนในโครงการได้ มีสูตรการคำนวณดังนี้

5.1 กรณีหาว่าต้นทุนสามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละเท่าไรจึงจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับศูนย์

$$SVT_C = \frac{NPV}{PVC} \times 100 \quad (3.7)$$

โดยกำหนดให้

STV _C	=	การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน โครงการ
NPV	=	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ
PVC	=	มูลค่าปัจจุบันต้นทุนของโครงการ

5.2 กรณีหาว่าผลตอบแทนสามารถลดลงได้ร้อยละเท่าไร จึงจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับศูนย์

$$SVT_B = \frac{NPV}{PVB} \times 100 \quad (3.8)$$

โดยกำหนดให้

SVT _B	=	การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลตอบแทนของโครงการ
NPV	=	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ
PVB	=	มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนของโครงการ

สำหรับกรณีการศึกษาครั้งนี้ทำการทดสอบเพื่อให้ทราบว่า ต้นทุนในการลงทุนของโครงการร้านโอชาสามารถเพิ่มขึ้น และผลตอบแทนจากโครงการร้านโอชาสามารถลดลงได้เท่าไร จึงจะทำให้โครงการร้านโอชามีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 0 และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการร้านโอชา (B/C) เท่ากับ 1 โดยอัตราผลตอบแทนของโครงการร้านโอชา (IRR) เท่ากับ อัตราคิดลด ($r = 12$) ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กำหนดให้ประเทศไทยมีค่าเสียโอกาสของทุนอยู่ระหว่าง ร้อยละ 12 ถึงร้อยละ 15 ก็คือ ผู้ลงทุนจะไม่ขาดทุน แต่ก็ไม่มีกำไร (สำนักบริหารโครงการ. 2553) ซึ่งการวิเคราะห์นี้จะแสดงให้เห็นว่า ถ้าโครงการร้านโอชามีต้นทุนเพิ่มขึ้นมากกว่าหรือผลตอบแทนต่ำกว่าร้อยละที่ทางโครงการร้านโอชาคำนวณหาออกมาได้นั้น การลงทุนธุรกิจร้านโอชาจะไม่คุ้มค่ากับการลงทุน และทำให้ผู้ลงทุนประสบปัญหาขาดทุนทันที

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาคือความเป็นไปได้ของธุรกิจโอชอาหารคลีน ในตลาดละลาห้อย 5 สรุปลงการศึกษาตามหัวข้อได้ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด
- 4.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค
- 4.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

4.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

สถานการณ์ธุรกิจอาหารคลีน ในตลาดละลาห้อย 5 โดยทำการศึกษาด้านการตลาดซึ่งแบ่งออกเป็น

- 4.1.1 สถานการณ์ด้านผู้ประกอบการธุรกิจอาหารคลีน
- 4.1.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่าง บริเวณตลาดละลาห้อย 5

4.1.1 สถานการณ์ด้านผู้ประกอบการธุรกิจอาหารคลีน

จากการลงสำรวจพื้นที่ภายในบริเวณสี่ม สามารถประเมินได้ว่า ร้านอาหารคลีนที่ได้สัมภาษณ์นั้นตั้งอยู่ในตลาดละลาห้อย 5 ร้านเปิดขายตั้งแต่เวลา 07.30 น. – 14.00 น. และเปิดมาแล้วเป็นระยะเวลา 3 ปี ลักษณะเด่นของทางร้านคือ สด สะอาด และมีราคาถูก กลุ่มลูกค้าที่สนใจส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานออฟฟิศ และกลุ่มแม่บ้านซึ่งชื่นชอบอาหารประเภทคลีนอยู่แล้ว ราคาสินค้าหน้าร้านต่อกล่องอยู่ที่ 50 บาทขึ้นไป โดยต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 30 – 42 บาทต่อกล่อง และมียอดขายวันละประมาณ 200 กล่อง ในส่วนของกระบวนการผลิตนั้นขึ้นอยู่กับทางร้านว่าจะมีการจัดการซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์อย่างไร โดยร้านที่ทำการสัมภาษณ์มีแหล่งที่มาของวัตถุดิบมาจากตลาดไท แม็คโคร อุปกรณ์ประเภทเครื่องครัวมาจากร้านจำหน่ายเครื่องครัวทั่วไป กลยุทธ์ในการขายที่ใช้เป็นการกำหนดราคาไม่สูงมาก ภายใต้การใช้วัตถุดิบที่ สด สะอาดอยู่เสมอ เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มลูกค้า จนเกิดการบอกปากต่อปากเป็นตัวช่วยในการส่งเสริมการตลาดให้กับทางร้าน ประเภทอาหารคลีนที่ได้รับความนิยมส่วนมากจะเป็นอาหารสำเร็จรูปที่บรรจุลงกล่องพร้อมรับประทาน และจำพวกสลัดผักต่างๆ ธุรกิจอาหารคลีนที่เปิดมานานยังพบปัญหาต่างๆ เช่น ยอดขายแต่ละวันไม่สามารถคาดการณ์ได้ บางวันน้อยบางวันมาก การจัดเตรียมวัตถุดิบให้พอดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในแต่ละวันนั้นจึงทำได้ยาก เนื่องจากเมนูอาหารแต่ละชนิดของร้านต้องคงความสดอยู่เสมอ ทำให้ต้องเสิร์ฟวัตถุดิบที่ตีไปโดยไม่จำเป็น และคู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามาอุตสาหกรรมนี้ ถ้าเป็นกลุ่มคนที่มีความลงทุนก็จะทำให้ร้านมีความสวยงาม น่าสนใจ ตรงตามกระแสนิยม และรายการอาหารที่หลากหลายเพื่อดึงดูดลูกค้า จนทำให้เกิดการแข่งขันแย่งชิงลูกค้าขึ้น ถึงแม้ว่าตลาดตลาดละลาห้อยจะมีร้านอาหารคลีนเพียงไม่กี่ร้านก็ตาม

4.1.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่าง บริเวณตลาดละลาห้อย

สัณเขย 5

การอธิบายในส่วนนี้ได้จากการเก็บตัวอย่างผู้บริโภคอาหารคลีนบริเวณตลาดละลาห้อย สัณเขย 5 จำนวน 400 ตัวอย่างโดยผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

- (1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- (2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่าง
- (3) ข้อมูลความสนใจเกี่ยวกับร้าน โอชาอาหารคลีน

จากการศึกษาโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ได้ผลดังนี้

- (1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษแบ่งเป็นเพศหญิงจำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 76.25 และเพศชายจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 (ดังตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
หญิง	305	76.25
ชาย	95	23.75
รวม	400	100

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 ช่วงอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ช่วงอายุ 51 – 60 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ช่วงอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 (ดังตารางที่ 4.1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1. 31 – 40 ปี	202	50.5
2. 21 – 30 ปี	100	25
3. 51 – 60 ปี	48	12
4. 41 – 50 ปี	45	11.25
5. 60 ปีขึ้นไป	5	1.25
รวม	400	100

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี/ปวส จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และมีมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 (ดังตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1. ปริญญาตรี / ปวส	298	74.5
2. สูงกว่าปริญญาตรี	82	20.5
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช	20	5
รวม	400	100

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชนจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 นักเรียน/นักศึกษาจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 (ดังตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1. พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	157	39.25
2. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	102	25.5
3. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	98	24.5
4. นักเรียน /นักศึกษา	43	10.75
รวม	400	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 ขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 (ดังตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1. 30,001 – 40,000	101	25.25
2. 20,001 – 30,000	95	23.75
3. 10,001 – 20,000	87	21.75
4. 40,001 – 50,000	81	20.25
5. มากกว่า 50,001	36	9
รวม	400	100

หมายเหตุ : ข้อมูลเรียงจากมากไปน้อย

(2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่างส่วนใหญ่เคยรับประทานอาหารคลีนเป็นจำนวน 373 คน คิดเป็นร้อยละ 93.25 และไม่เคยรับประทานอาหารคลีนจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 (ดังตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับประทานอาหารคลีน

พฤติกรรมผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
เคย	373	93.25
ไม่เคย	27	6.75
รวม	400	100

กรณีไม่เคยรับประทานอาหารคลีนจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75

เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างไม่รับประทานอาหารคลีนนั้นจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 31.51 ให้เหตุผลว่ามีราคาแพง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 30.14 ให้เหตุผลว่ามีรสชาติไม่อร่อย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 30.14 ให้เหตุผลว่าหาซื้อยาก กลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.11

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้เหตุผลว่าไม่มั่นใจในคุณค่าสารอาหาร และจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.11 ให้เหตุผลว่าไม่นิยมอาหารประเภทนี้ (ดังตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ไม่รับประทานอาหารคติน

เหตุผลที่ไม่รับประทาน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1. มีราคาแพง	23	31.50
2. รสชาติไม่อร่อย	22	30.14
3. หาซื้อยาก	22	30.14
4. ไม่มั่นใจในคุณค่าสารอาหาร	3	4.11
5. ไม่นิยมอาหารประเภทนี้	3	4.11
รวม	73	100

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

กรณีที่เคยรับประทานอาหารคตินจำนวน 373 คน คิดเป็นร้อยละ 93.25

เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างรับประทานอาหารคตินนั้นจำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 49.64 ให้เหตุผลว่าเพื่อให้สุขภาพแข็งแรง จำนวน 328 คนคิดเป็นร้อยละ 47.88 ให้เหตุผลว่าต้องการลดน้ำหนัก จำนวน 15 คนคิดเป็นร้อยละ 2.19 ให้เหตุผลว่า รับประทานตามกระแสนิยม (ดังตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่รับประทานอาหารคติน

เหตุผลที่รับประทาน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1. เพื่อให้สุขภาพแข็งแรง	340	49.64
2. ต้องการลดน้ำหนัก	328	47.88
3. รับประทานตามกระแสนิยม	15	2.19
4. อื่นๆ เช่น อยากรองรับประทาน	2	0.29
รวม	685	100

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ประเภทอาหารคตินที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยซื้อ ได้แก่อาหารคตินสำเร็จรูปจำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 33.82 รองลงมาเป็นสัลดผักหรือผลไม้สดจำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 29.69

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้ำสมุนไพรหรือผลไม้สดจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 22.77 และของว่างหรือของทานเล่นจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 13.73 (ดังตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของอาหารคาวที่กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อ

ประเภทของอาหารคาว	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1. อาหารคาวสำเร็จรูป	303	33.82
2. สลัดผักหรือผลไม้สด	266	29.69
4. น้ำสมุนไพรหรือผลไม้สด	204	22.77
3. ของว่างหรือของทานเล่น	123	13.73
รวม	896	100

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารทั่วไปต่อมื้อเป็นจำนวนเงินต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 จำนวนเงิน 101 – 200 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28 จำนวนเงิน 201 – 300 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 จำนวนเงิน 301 – 400 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 (ดังตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารทั่วไปต่อมื้อ

ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารทั่วไปต่อมื้อ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1. ต่ำกว่า 100 บาท	174	43.5
2. 101 – 200 บาท	112	28
3. 201 – 300 บาท	81	20.25
4. 301 – 400 บาท	33	8.25
รวม	400	100

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารคาวต่อมื้อเป็นจำนวนเงินต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 79.09 จำนวนเงิน 101 – 200 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 16.09 จำนวนเงิน 201 – 300 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.02 จำนวนเงิน 301 – 400 บาทจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.54 และ 400 บาทขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.27 (ดังตารางที่ 4.10)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารคลีน

ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารคลีนต่อมื้อ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1. ต่ำกว่า 100 บาท	295	79.09
2. 101 – 200 บาท	60	16.09
3. 201 – 300 บาท	15	4.02
4. 301 – 400 บาท	2	0.54
5. 400 บาทขึ้นไป	1	0.27
รวม	373	100

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารคลีนที่ร้านค้าบริเวณตลาดคลองเตยจำนวน 351 คน คิดเป็นร้อยละ 56.52 ร้านสะดวกซื้อ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 26.57 และห้างสรรพสินค้า จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 16.91 (ดังตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้ออาหารคลีน

สถานที่ที่เลือกซื้อ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1. ร้านค้าบริเวณตลาดคลองเตย	351	56.52
2. ร้านสะดวกซื้อ (เช่น 7-11 เป็นต้น)	165	26.57
3. ห้างสรรพสินค้า	105	16.91
รวม	621	100

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

แนวโน้มการบริโภคอาหารคลีนในอนาคตของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกบริโภคเหมือนที่ผ่านมาจำนวน 174 คน จำนวน 148 คน พบว่าจะบริโภคมากขึ้น และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่แน่ใจ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 46.65 39.68 13.67 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแนวโน้มการบริโภคอาหารคลีน
ในอนาคคของกลุ่มตัวอย่าง

แนวโน้มการบริโภค	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1. บริโภคเหมือนที่ผ่านมา	174	46.65
2. บริโภคมากขึ้น	148	39.68
3. ไม่แน่ใจ	51	13.67
รวม	373	100

(3) ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งร้านอาหารคลีน

พฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนประเภทอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีแนวโน้มที่จะซื้ออาหารคลีนสำเร็จรูปพร้อมรับประทานจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 48.53 ซื้ออย่างแน่นอนจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 32.98 และไม่แน่ใจจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50

ความถี่ในการซื้อต่อสัปดาห์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อ 4 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 28.42 รองลงมา 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 23.32 และ 2 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.89

ความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้บริโภคต่อมื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 146 คน เต็มใจที่จะจ่าย 61 – 80 บาทต่อมื้อ คิดเป็นร้อยละ 39.14 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 87 คน เต็มใจที่จะจ่าย 81 – 100 บาทต่อมื้อ คิดเป็นร้อยละ 23.32 และจำนวน 79 คน เต็มใจที่จะจ่าย 100 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.18 (ดังตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้ออาหารคณินประเภทอาหารคณินสำเร็จรูปพร้อมรับประทานของกลุ่มตัวอย่าง

อาหารคณินสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน		
แนวโนมการบริโภค	จำนวนคน	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
ซื้อ	181	48.53
ซื้ออย่างแน่นอน	123	32.98
ไม่แน่ใจ	69	18.50
รวม	373	100.00
ความถี่ในการซื้ออาหารคณินสำเร็จรูปพร้อมรับประทานต่อสัปดาห์		
ความถี่ในการซื้อต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
4	106	28.42
3	87	23.32
2	63	16.89
5	60	16.09
6	30	8.04
1	25	6.70
7	2	0.54
รวม	373	100.00
จำนวนเงินในการซื้ออาหารคณินสำเร็จรูปพร้อมรับประทานต่อมือ		
จำนวนเงินต่อมือ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
61 - 80 บาท	146	39.14
81 - 100 บาท	87	23.32
100 บาทขึ้นไป	79	21.18
41 - 60 บาท	61	16.35
รวม	373	100.00

หมายเหตุ : ข้อมูลเรียงจากมากไปน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมการซื้ออาหารคณินประเภทสัดผักหรือผลไม้สดของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีแนวโน้มที่จะซื้อสัดผักหรือผลไม้สดจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 41.02 ซื้ออย่างแน่นอนจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 36.73 ไม่แน่ใจจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 21.

ไม่ซื้อ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 และไม่ซื้ออย่างแน่นอนจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.27 ความถี่ในการซื้อต่อสัปดาห์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อ 3 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 34.58 รองลงมา 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.79 และ 4 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 17.43

ความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้บริโภคต่อมือ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 183 คน เต็มใจที่จะจ่าย 41 - 60 บาทต่อมือ คิดเป็นร้อยละ 49.06 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 181 คน เต็มใจที่จะจ่าย 20 - 40 บาทต่อมือ คิดเป็นร้อยละ 48.53 และจำนวน 9 คน เต็มใจที่จะจ่าย 61 - 80 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.41 (ดังตารางที่ 4.14)



ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้ออาหารคาว
ประเภทสลัดผักหรือผลไม้สด

สลัดผักหรือผลไม้สด		
แนวโน้มการบริโภค	จำนวนคน	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
ซื้อ	153	41.02
ซื้ออย่างแน่นอน	137	36.73
ไม่แน่ใจ	79	21.18
ไม่ซื้อ	3	0.80
ไม่ซื้ออย่างแน่นอน	1	0.27
รวม	373	100.00
ความถี่ในการซื้อสลัดผักหรือผลไม้สด		
ความถี่ในการซื้อต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
3	129	34.58
2	85	22.79
4	65	17.43
5	43	11.53
6	29	7.77
1	17	4.56
7	5	1.34
รวม	373	100.00
จำนวนเงินในการซื้อสลัดผักหรือผลไม้สดต่อมือ		
จำนวนเงินต่อมือ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
41 - 60 บาท	183	49.06
20 - 40 บาท	181	48.53
61 - 80 บาท	9	2.41
รวม	373	100.00

หมายเหตุ : ข้อมูลเรียงจากมากไปน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมการซื้ออาหารคตินประเภทของว่างหรือของทานเล่นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากไม่แน่ใจที่จะซื้อของว่างหรือของทานเล่น จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 43.70 ซื้อ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 30.56 ซื้ออย่างแน่นอนจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 22.52 ไม่ซื้อ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.68 และไม่ซื้ออย่างแน่นอนจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.54

ความถี่ในการซื้อต่อสัปดาห์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อ 1 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 50.40 รองลงมา 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.98 และ 3 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13.40

ความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้บริโภคต่อเมื่อพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 197 คน เต็มใจที่จะจ่าย 41 - 60 บาทต่อมื้อ คิดเป็นร้อยละ 52.82 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 112 คน เต็มใจที่จะจ่าย 20 - 40 บาทต่อมื้อ คิดเป็นร้อยละ 30.03 และจำนวน 37 คน เต็มใจที่จะจ่าย 61 - 80 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.92 (ดังตารางที่ 4.15)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้ออาหารคาว
ประเภทของว่างหรือของทานเล่น

ของว่างหรือของทานเล่น		
แนวโน้มการบริโภค	จำนวนคน	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
ไม่แน่ใจ	163	43.70
ซื้อ	114	30.56
ซื้ออย่างแน่นอน	84	22.52
ไม่ซื้อ	10	2.68
ไม่ซื้ออย่างแน่นอน	2	0.54
รวม	373	100
ความถี่ในการซื้อของว่างหรือของทานเล่น		
ความถี่ในการซื้อต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1	188	50.40
2	82	21.98
3	50	13.40
4	48	12.87
5	5	1.34
รวม	373	100
จำนวนเงินในการซื้อของว่างหรือของทานเล่นต่อมือ		
จำนวนเงินต่อมือ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
41 - 60 บาท	197	52.82
20 - 40 บาท	112	30.03
61 - 80 บาท	37	9.92
81 - 100 บาท	27	7.24
รวม	373	100

หมายเหตุ : ข้อมูลเรียงจากมากไปน้อย

พฤติกรรมการซื้ออาหารคาวประเภทน้ำสมุนไพรหรือน้ำผลไม้สดของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากไม่แน่ใจที่จะซื้อของว่างหรือของทานเล่น จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 36.19 ซื้อจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 33.78 ซื้ออย่างแน่นอนจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.93 ไม่ซื้อ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.56 และไม่ซื้ออย่างแน่นอนจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.54 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความถี่ในการซื้อต่อสัปดาห์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อ 2 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 42.09 รองลงมา 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 33.24 และ 3 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 19.03

ความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้บริโภคต่อมือ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 261 คน เต็มใจที่จะจ่าย 20 - 40 บาทต่อมือ คิดเป็นร้อยละ 69.97 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 112 คน เต็มใจที่จะจ่าย 41 - 60 บาทต่อมือ คิดเป็นร้อยละ 30.03 (ดังตารางที่ 4.16)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีน ประเภทน้ำสมุนไพรหรือน้ำผลไม้สด

น้ำสมุนไพรหรือน้ำผลไม้สด		
แนวโน้มการบริโภค	จำนวนคน	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
ไม่แน่ใจ	135	36.19
ซื้อ	126	33.78
ซื้ออย่างแน่นอน	93	24.93
ไม่ซื้อ	17	4.56
ไม่ซื้ออย่างแน่นอน	2	0.54
รวม	373	100
ความถี่ในการซื้อน้ำสมุนไพรหรือน้ำผลไม้สด		
ความถี่ในการซื้อต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
2	157	42.09
1	124	33.24
3	71	19.03
4	8	2.14
5	7	1.88
6	4	1.07
7	2	0.54
รวม	373	100
จำนวนเงินในการซื้อน้ำสมุนไพรหรือน้ำผลไม้สดต่อมือ		
จำนวนเงินต่อมือ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
20 - 40 บาท	261	69.97
41 - 60 บาท	112	30.03
รวม	373	100

หมายเหตุ : ข้อมูลเรียงจากมากไปน้อย

พฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนประเภทประเภทใดก็ได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 58.71 คาดว่าจะซื้ออาหารคลีนประเภทใดก็ได้เป็นจำนวน 3 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมาในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.99 คาดว่าจะซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวน 5 ครั้งต่อสัปดาห์ และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.99 คาดว่าจะซื้อ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ (ดังตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะซื้ออาหารคลีนประเภทใดก็ได้ คิดเป็นจำนวนครั้งต่อสัปดาห์

จำนวนครั้งต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
3	219	58.71
2	41	10.99
5	41	10.99
4	32	8.58
1	15	4.02
6	15	4.02
7	10	2.68
รวม	373	100

หมายเหตุ : ข้อมูลเรียงจากมากไปน้อย

ความเต็มใจที่จะจ่ายของกลุ่มตัวอย่างในการซื้ออาหารคลีนในแต่ละครั้ง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เต็มใจที่จะจ่ายจำนวนเงิน 61 - 80 บาท ในการซื้ออาหารคลีนแต่ละครั้ง เป็นจำนวน 102 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 89 คน เต็มใจที่จะจ่ายจำนวนเงิน 41 - 60 บาทต่อครั้ง และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 78 คน เต็มใจที่จะจ่ายต่ำกว่า 40 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.35 23.86 และ 20.91 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเงิน โดยเฉลี่ยในการซื้ออาหารคลีนแต่ละครั้ง

จำนวนเงิน (บาท)	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1. 61 - 80 บาท	102	27.35
2. 41 - 60 บาท	89	23.86
3. ต่ำกว่า 40 บาท	78	20.91
4. 101 บาทขึ้นไป	71	19.03
5. 81 - 100 บาท	33	8.85
รวม	373	100

หมายเหตุ : ข้อมูลเรียงจากมากไปน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ประกอบด้วย

4.1.3 การวิเคราะห์สถานะตลาด

1. ขนาดของตลาด

การศึกษาครั้งนี้ได้นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ซึ่งอยู่ภายในตลาดละลายทรัพย์ สีลมซอย 5 โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด เพื่อนำข้อมูล พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนมาประกอบการวิเคราะห์หาขนาดของตลาด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ประชากรทั้งหมดที่คาดว่าจะจะเป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการ จากการสังเกต บริเวณภายในตลาดละลายทรัพย์ สีลมซอย 5 โดยทำการสุ่มนับจำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไป มาบริเวณจุดตั้งร้าน ณ วันที่ 12 - 18 เดือนมกราคม 2559 ซึ่งเป็นเวลา 1 สัปดาห์ ตั้งแต่เวลา 07.00 น. - 15.00 น. พบว่ามีจำนวนประชากรที่เดินผ่านบริเวณจุดตั้งร้านประมาณ 1,655 คนต่อวัน และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกับธุรกิจอาหารคลีน จำนวน 1 ร้านซึ่งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับสถานที่ตั้งร้าน พบว่ามีลูกค้าที่เข้ามาในร้าน ประมาณ 200 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 12.08 ของประชากรที่เดินผ่านบริเวณจุดตั้งร้าน

1.2 อัตราการซื้อของผู้บริโภคจากแบบสอบถาม พบว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่าง ยอมจ่ายให้แก่ผลิตภัณฑ์อาหารคลีนโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 70 บาทต่อครั้ง และความถี่ในการบริโภค อาหารคลีนเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ครั้งต่อสัปดาห์

1.3 อำนาจในการซื้อ การซื้ออาหารคลีนของกลุ่มเป้าหมายนั้นถือว่ามีความกำลังการ ซื้อปานกลางถึงสูง เนื่องจากราคาของอาหารคลีนในตลาดไม่แพงมากนักรวมถึงมีเมนูอาหาร ใหม่ๆ ออกมาตลอดเวลาทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อมากขึ้น จากข้อมูลของ กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการแจกแบบสอบถาม 400 ชุด ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ส่วนใหญ่ ของผู้บริโภคอาหารคลีน โดยมีรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างประมาณ 30,000 - 40,000 บาทต่อ เดือนและส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยประมาณ 31 - 40 ปี

1.4 haulค่าทางการตลาด จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านคือจำนวนของลูกค้า ที่ซื้อสินค้าแน่นอนต่อวันเท่ากับ 200 คนต่อวัน ค่าใช้จ่ายในการจ่ายเพื่อซื้ออาหารคลีนของ ผู้บริโภคต่อวันเท่ากับ 50 บาทต่อวัน จำนวนวันในหนึ่งปีเท่ากับ 365 วัน สามารถคำนวณ haulค่า ทางการตลาดอาหารคลีนภายในตลาดละลายทรัพย์ สีลมซอย 5 ได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} & \text{มูลค่าทางการตลาดอาหารคลีนภายในตลาดละลายทรัพย์ สีลมซอย 5} \\ &= \text{จำนวนประชากรที่ซื้อแน่นอน} \times \text{ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้ออาหารคลีนแต่ละครั้ง} \times \text{จำนวน} \\ & \text{วันในหนึ่งปี} \\ &= 200 \times 50 \times 365 \\ &= 3,650,000 \text{ บาทต่อปี} \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้นขนาดตลาดอาหารคลีนภายในตลาดละลายทรัพย์ สีมขอย 5 มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 3,650,000 บาทต่อปี ซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ ส่งผลให้โครงการมีความน่าสนใจในการลงทุนทั้งด้านปัจจัยทางด้านมูลค่าทางการเงิน และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

2. แนวโน้มของตลาด

แนวโน้มทางการตลาดเป็นการศึกษาถึงทิศทางความต้องการของตลาดว่าจะดำเนินไปในทิศทางใด จะมากขึ้นหรือน้อยเมื่อเวลาเปลี่ยนไป

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (aging society) การย้ายเข้ามาอยู่ในเมืองใหญ่ (urbanization) และวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยี (technology evolution) ส่งผลต่อลักษณะการใช้ชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยผู้บริโภคในปัจจุบันจะมีความฉลาดและรู้จักเลือกบริโภคสินค้าที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และพร้อมที่จะจ่ายเงินเพิ่มในการซื้อสินค้า

จากรายงานศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่าจากผลสำรวจของ Euromonitor International (2012) ได้วิเคราะห์ข้อมูลด้านมูลค่าตลาดของอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นด้วยอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6 - 7 ต่อปี และคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2560 มูลค่าตลาดอาจสูงถึง 1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ สำหรับในส่วนตลาดอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทยนั้นพบว่า ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่มาแรงยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่มฟังก์ชันแนล (functional foods & drinks) รองลงมาคือ อาหารที่มาจากธรรมชาติและดีต่อสุขภาพ (naturally healthy foods) วิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (vitamins and dietary supplements) ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (herbal products) และผลิตภัณฑ์ที่ช่วยในการควบคุมน้ำหนัก (weight management products) จากมูลค่าและช่องว่างการตลาดที่ยังคงมีอยู่ค่อนข้างมาก จึงเป็นโอกาสอันดีที่ผู้ประกอบการไทยทั้งรายเก่าและรายใหม่ได้หันมาใช้วัตถุดิบและพืชผลทางการเกษตรคุณภาพสูงนานาชนิดที่หาได้ในประเทศไทย มาผลิตและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ อันจะเป็นการช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าอาหารและเกษตรของไทย และยังสามารถส่งออกเพื่อจำหน่ายนารายได้กลับสู่ประเทศได้อีกทางหนึ่งด้วย

3. ส่วนแบ่งทางการตลาด

ภายในตลาดละลายทรัพย์ สีมขอย 5 มีร้านอาหารคลีนเพียง 1 ร้านเท่านั้น และบริเวณจุดตั้งร้านมีผู้คนสัญจรผ่านไปมาค่อนข้างสูง ทำให้มีโอกาสที่จะดำเนินธุรกิจร้านโอชา อาหารคลีน ในบริเวณนี้ ซึ่งดูได้จากการแจกแบบสอบถามที่มีผู้บริโภคอาหารคลีนถึงร้อยละ 93.25 ถือว่าเป็นจำนวนที่สูงและคาดว่าจะมีแนวโน้มของผู้บริโภคอาหารคลีนเพิ่มมากขึ้นจากกระแสความนิยมใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.4 พยากรณ์ความต้องการของตลาด

จากแนวโน้มการเติบโตของตลาดอาหารเพื่อสุขภาพของโลกดังกล่าว ทำให้มองว่าตลาดอาหารสุขภาพในเอเชียซึ่งรวมไปถึงตลาดไทยยังเป็นตลาดที่มีศักยภาพเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ คาดว่ามูลค่าตลาดอาหารสุขภาพของไทยในปี 2558 จะอยู่ที่ประมาณ 161,000 ล้านบาท หรือเติบโตจากปีก่อนหน้าที่ร้อยละ 6.1 และคาดว่าตลาดดังกล่าวจะมีการเติบโตที่ร้อยละ 6.0 ต่อปี ไปจนกระทั่งปี 2560 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558) ดังนั้นจึงกำหนดสมมุติฐานให้มีการเติบโตของยอดขายโดยอ้างอิงจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย ที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 6 โดยรายละเอียดประมาณการดังกล่าวได้แสดงไว้ใน (ตารางที่ 5) ซึ่งกำหนดให้การเติบโตของรายได้เป็นแบบ conservative โดยจะโตเท่ากันต่อเนื่องทุกปี

ตารางที่ 5 พยากรณ์ปริมาณความต้องการของตลาดตั้งแต่ปี 2 - 5

ปีที่	อัตราการเจริญเติบโต	ผลการพยากรณ์
1	0.06	3,650,000
2	0.06	3,869,000
3	0.06	4,101,140
4	0.06	4,347,208
5	0.06	4,608,040

4.1.5 การประมาณการยอดขายของโครงการ

การประมาณการยอดขายของร้านโอชา ตลอดระยะเวลาในการดำเนินการของโครงการ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ถึงปี พ.ศ. 2563 สามารถคำนวณหาได้จากสมการการหาจำนวนประชากรที่คาดว่าจะซื้ออาหารคลีนจากร้าน โอชา ซึ่งได้จากการนำจำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณตลาดละลายทรัพย์ สี่ลมซอย 5 ที่ได้จากการช่ຸมนับจำนวนทั้งหมด โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

การคำนวณหาประชากรที่คาดว่าจะซื้ออาหารคลีนจากร้านโอชา

$$= \text{จำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณจุดตั้งร้าน} \times \text{ร้อยละของประชากรที่เข้าร้านเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารคลีน} \times \text{ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร้านและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารคลีนของโครงการ} \times \text{ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารคลีน ต่อสัปดาห์} \times \text{จำนวนสัปดาห์ในหนึ่งปี}$$

$$= 1,655 \times 0.12 \times 0.9325 \times 3 \times 52 \text{ เท่ากับ } 28,890.34 \text{ คนต่อปี หรือประมาณ } 28,891 \text{ คนต่อปี}$$

จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคพบว่ามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้ออาหารคลีนอยู่ที่ 70 บาทต่อครั้ง ส่วนจำนวนประชากรที่คาดว่าจะซื้ออาหารคลีน ของโครงการปีที่ 2 - 5 จะพิจารณาจากอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรเขตบางรัก ร้อยละ 5 ของทุกปี (กรมการปกครอง, 2558)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากข้อมูลสามารถคำนวณหารายได้จากการขายอาหารคลีนได้โดยจำนวนประชากรที่คาดว่าจะซื้ออาหารคลีน (คนต่อปี) คูณค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้ออาหารคลีน สามารถแสดงการคำนวณหาจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น (คนต่อปี) และการประมาณการยอดขายตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ถึงปี พ.ศ. 2563 ได้ดังนี้

ตารางที่ 6 การประมาณการยอดขายจากอาหารคลีน

ปีที่	จำนวนผู้บริโภค (ต่อปี)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	รายได้จากการประมาณการ
1	28,891	70	2,022,370
2	30,336	70	2,123,520
3	31,853	70	2,229,710
4	33,446	70	2,341,220
5	35,114	70	2,457,980

หมายเหตุ : ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 70 บาทต่อมื้อ

4.1.6 สรุปผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์อาหารคลีน ของร้าน โอชา คิดเป็นร้อยละ 93.25 ขณะที่มูลค่าตลาดภายในตลาดละลายทรัพย์ สยามซอย 5 เท่ากับ 3,650,000 บาทต่อปี และรายได้จากการประมาณการยอดขายในปีแรกเท่ากับ 2,022,370 บาท ซึ่งเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ค่อนข้างสูง และแนวโน้มตลาดของอาหารคลีนมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 6 จากการสำรวจคู่แข่งภายในตลาดละลายทรัพย์ สยามซอย 5 พบว่ามีคู่แข่งร้านอาหารคลีนเพียงแค่ร้านเดียว และแนวโน้มของตลาดอาหารคลีนยังมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ความต้องการในการซื้ออาหารคลีนยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่องและประกอบกับการขยายตัวของตลาดธุรกิจอาหารคลีนที่มีแนวโน้มขยายตัวขึ้นทุกปี จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ในด้านการตลาด จึงปฏิเสธสมมุติฐานที่ว่าการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจโอชาอาหารคลีน ในตลาดละลายทรัพย์ สยามซอย 5 ไม่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เพื่อให้ทราบถึงการที่จะผลิตอาหารมาจำหน่ายมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร ซึ่งการศึกษาทางด้านเทคนิคนั้นจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.1 ระบบการผลิต

4.2.2 ท่าเลที่ตั้ง

4.2.3 การออกแบบผังร้าน

4.2.4 การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ

4.2.1 ระบบการผลิต

โครงการแต่ละ โครงการจะมีระบบการผลิตที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้าและบริการ โดยมีปัจจัยที่โครงการต้องพิจารณาถึงระบบการผลิตอยู่ด้วยกัน 3 ด้านคือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิต และปัจจัยนำออก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยนำเข้า เป็นปัจจัยต่างๆที่สำคัญที่โครงการจัดหาจากภายนอกเพื่อนำไปใช้ในการผลิตสินค้าและบริการในการลงทุนร้าน โอชา อาหารคลีนของโครงการ ดังนั้นในการเลือกปัจจัยนำเข้าจำเป็นต้องพิจารณาเกณฑ์ต่างๆดังนี้

1.1 แหล่งที่มาของวัตถุดิบ โครงการมีแหล่งวัตถุดิบที่ใช้ต้นทุนในการผลิตต่ำ เนื่องจากโครงการมีฟาร์มผักปลอดสารพิษเป็นของตนเองจึงเลือกซื้อผักต่างๆจากฟาร์มของตนเอง รวมถึงการขนส่งในราคาที่ต่ำที่สุด จำพวกเนื้อสัตว์และอุปกรณ์จะพิจารณาถึงร้านต่างๆ โดยทำการเปรียบเทียบต้นทุนวัตถุดิบของแต่ละที่ และได้คัดเลือกผู้ผลิตที่มีต้นทุนต่ำที่สุด คือร้านอาหารสดในตลาดห้วยขวาง เนื่องจากเป็นเจ้าประจำและมีต้นทุนวัตถุดิบที่ต่ำ และมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งไม่มากเนื่องจากอยู่ใกล้ครัวที่ผลิตอาหารคลีน

1.2 การลงทุนในโครงการ ในการลงทุนร้าน โอชา อาหารคลีนจะมีการจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในร้าน อีกทั้งการจัดหาวัตถุดิบในการผลิต ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมาก เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทางโครงการจะต้องทำการจัดซื้อ ได้แก่

1.2.1 อุปกรณ์สำนักงาน เช่นเครื่องคิดเลข โต๊ะ และอุปกรณ์อื่นๆ โครงการจัดการซื้อจากบริษัทออฟฟิศ เมท จำกัด สาขายูไนเต็ด ชั้น 9 ตั้งอยู่ที่ 323 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

1.2.2 อุปกรณ์เครื่องครัวได้จัดซื้อจากตลาดสดห้วยขวาง ตั้งอยู่ที่ถนนประชาสงค์ เราะห์ แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร และทางเว็บไซต์ LAZADA ซึ่งทางเว็บไซต์มีโปรโมชั่นที่หลากหลาย เช่นส่วนลดสำหรับสมาชิก เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2.3 เครื่องปรุงอาหารซื้อจากห้างสรรพสินค้าแม็คโคร สาขารามอินทรา

งบประมาณการลงทุนเครื่องมือ และอุปกรณ์ของโครงการเท่ากับ 82,890 บาท อายุการใช้งานของอุปกรณ์ 5 ปี คิดเป็นค่าเสื่อมต่อปีเท่ากับ 14,578 บาท (ดังตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 งบประมาณการลงทุนเครื่องมือ และอุปกรณ์เริ่มต้นโครงการ

ภายในห้องครัว				
รายการ	จำนวน	ค่าใช้จ่าย (บาท)	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมต่อปี (บาท)
1. หลอดไฟ	2	550	5	110
2. พัดลมติดผนัง	2	2,876	5	575
3. โต๊ะ	1	4,500	5	900
4. เก้าอี้	2	1,980	5	396
5. ตู้แช่เย็น	1	12,500	5	2,500
6. ตู้เย็นขนาดเล็ก	1	7,000	5	1,400
7. หม้ออบไฟฟ้า	2	3,380	5	676
8. หม้อหุงข้าว	1	2,200	5	440
9. ชุดมีดทำครัว	1	330	5	66
10. ถังขยะ	1	65	5	13
11. เครื่องชั่งอาหารดิจิตอล	2	952	5	190
12. เขียง	2	300	5	60
13. ทัพพี	1	60	5	12
14. ชาม	2	252	5	50
15. ชุดช้อน ส้อม	1	400	5	80
16. กระทะ	1	1,090	5	218
17. ตะหลิว	1	100	5	20
18. อุปกรณ์ทำความสะอาด เช่น ไม้กวาด ไม้ถูพื้น	-	500	5	100
19. ขวดพลาสติก	150	310	5	62
20. ช้อนส้อม พลาสติก	200	180	5	36

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ภายในร้านโอชา				
รายการ	จำนวน	ค่าใช้จ่าย (บาท)	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมต่อปี (บาท)
21. ก่องพลาสติก ขนาด 218 x 138 x 55 มม.	300	1,200	5	240
22. ก่องพลาสติก ขนาดเล็ก	500	1,700	5	340
23. ผ้ากันเปื้อน	2	300	5	60
24. ตู้แช่อาหาร	1	12,500	5	2,500
25. ถังน้ำแข็ง	1	1,100	5	220
26. ก่องโฟมเก็บความเย็น	1	250	5	50
27. โต๊ะวางไมโครเวฟ	1	2,000	5	400
28. โต๊ะวางสินค้าด้านหน้า	1	1,500	5	300
29. เก้าอี้	2	1,980	5	396
30. พัดลม	2	2,876	5	575
31. เครื่องคิดเลข	1	450	5	90
32. ป้ายราคาสินค้า	20	400	5	80
33. ป้ายหน้าร้าน	1	2,100	5	420
34. อุปกรณ์ทำความสะอาดร้าน	-	1,000	5	200
35. ไมโครเวฟ	1	2,490	5	498
36. ถูพลาสติก	-	200	5	40
37. อุปกรณ์เครื่องเขียนสำนักงาน	-	800	5	160
38. ผ้ากันเปื้อน	1	150	5	30
39. ตะกร้า	2	120	5	24
40. ก่องเก็บเงิน	1	249	5	50
41. ค่าโฆษณา และการ ประชาสัมพันธ์	-	10,000	-	-
รวม	1,212	82,890	5	14,578

หมายเหตุ : ค่าเสื่อมราคาต่อปีไม่มีมูลค่าซาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 แหล่งที่มาของเงินทุน ในการลงทุนร้านโอชา อาหารคลีนมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด เนื่องจากการกู้เงินจากธนาคารมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงถึงร้อยละ 8 ต่อปีขึ้นไปทางโครงการจึงได้เลือกใช้เงินส่วนของเจ้าของใช้ในการลงทุน

1.4 แรงงาน ประกอบด้วย 3 ตำแหน่ง แบ่งออกเป็น

1. เจ้าของกิจการ 1 คน เป็นเจ้าของธุรกิจ เนื่องจากเป็นธุรกิจร้าน โอชาเป็นธุรกิจครอบครัว ขนาดเล็ก เงินเดือน 15,000 บาทต่อเดือน ทำหน้าที่ดังนี้

- ควบคุมการทำงานของพนักงาน
- สรุบบิลรายรับ – จ่ายต่อวัน
- ดูแลจัดการงานในครัว
- ตรวจสอบความเรียบร้อยของครัว และร้าน โอชา
- ตรวจสอบสินค้าให้ถูกต้องก่อนทำการเคลื่อนย้าย
- ขนส่งสินค้าจากครัวไปยังร้าน โอชา

2. พ่อครัว 1 คน ทำงานตั้งแต่ 24.00 น. – 5.00 น. เงินเดือน 9,000 บาทต่อเดือน ทำหน้าที่ ดังนี้

- ปรุงอาหารตามเมนูในแต่ละวัน ให้ถูกต้องตามสุขอนามัย และตามหลักการของอาหารคลีนฟู๊ด โดยจะควบคุมแคลลอรี่ต่ออาหารทุกกล่อง
- บรรจุอาหารคลีนลงกล่อง
- ตรวจสอบปริมาณวัตถุดิบระหว่างวันให้เพียงพอปริมาณการผลิต
- จัดเตรียมอุปกรณ์ ภาชนะและวัตถุดิบ
- ตรวจสอบปริมาณแคลลอรี่ต่อกล่องให้ตรงกับมาตรฐานที่กำหนดไว้
- ช่วยเหลือเจ้าของกิจการในด้านอื่นๆที่ได้รับมอบหมาย

3. พนักงานบริการ 1 คน ทำงานตั้งแต่เวลา ทำงานวันละ 8 ชั่วโมงภายใต้เวลาเปิดปิดของทางร้าน โดยตั้งแต่เวลา 7.00 น. – 15.00 น. เงินเดือน 9,000 บาทต่อเดือน มีหน้าที่ดังนี้

- จัดเก็บสินค้าให้เป็นระเบียบ
- ดูแลและรักษาความสะอาดภายในร้าน โอชา
- ตรวจสอบสินค้า และคอยเติมสินค้าเมื่อสินค้าหมดจากชั้นวางสินค้า
- เก็บและทอนเงินให้แก่ลูกค้าอย่างถูกต้อง
- แนะนำสินค้าและคอยดูแลลูกค้า
- ช่วยเหลือเจ้าของกิจการในด้านอื่นๆที่ได้รับมอบหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ค่าใช้จ่ายเงินเดือนพนักงานภายในระยะเวลา 5 ปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนพนักงาน					
เจ้าของกิจการ (1 คน)	180,000	185,450	190,968	196,692	202,596
พ่อครัว (1 คน)	108,000	111,240	114,576	118,008	121,548
พนักงานบริการ (1 คน)	108,000	111,240	114,576	118,008	121,548
เงินเดือนรวม	396,000	407,930	420,120	432,708	445,692
ประกันสังคม	19,800	20,136	20,448	20,808	21,144
รวม	415,800	428,066	440,568	453,516	466,836

หมายเหตุ : ปีที่ 2 – 5 อัตราเงินเดือนเพิ่มขึ้นทุกปี ปีละเท่าๆกัน โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี
ประกันสังคมคิดเป็นร้อยละ 5 ของเงินเดือน (สำนักงานประกันสังคม. 2558)

2. กระบวนการผลิต ในการวางแผนกระบวนการผลิตของโครงการจะพิจารณาถึงรายละเอียด ต่อไปนี้

ขั้นตอนกระบวนการผลิตอาหารคหีน

วัตถุดิบมาจากตลาดสดและฟาร์มของทางร้าน โอชามายังครัว



เข้าสู่กระบวนการปรุงแต่งอาหาร



ตักใส่กล่องบรรจุภัณฑ์ + ปิดฝากล่อง



เมื่อเสร็จครบตามจำนวนที่กำหนดทำการขนย้ายสินค้าไปยังร้าน โอชา

ภาพที่ 2 กระบวนการผลิตอาหารคหีน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 รูปแบบและการตกแต่งภายในร้าน โอชา จะยึดการตกแต่งที่ดูทันสมัยแต่เรียบง่าย โดยจัดสินค้าภายในร้านอย่างเป็นระเบียบจัดสรรสินค้าให้เป็นหมวดหมู่เพื่อการบริหารจัดการตัวสินค้า และทำความสะอาดได้ง่าย ติดป้ายราคาชัดเจน ลูกค้านสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ของทางร้านได้ง่าย และติดชื่อร้านอย่างชัดเจน มีแสงสว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสม นับว่ามีความสำคัญในการดึงดูดความสนใจของลูกค้า

2.2 การบริหารงานภายในร้าน การจัดตั้งเป็นรูปแบบเจ้าของคนเดียวเนื่องจากทางร้านของโครงการมีขนาดเล็ก มีเนื้อที่ในการใช้สอยไม่มาก เน้นการบริการลูกค้าอย่างสะดวก รวดเร็วโครงการจะเปิดตั้งแต่เวลา 7.00 น. – 15.00 น. เปิดให้บริการทุกวัน การบริหารงานจะปรับให้เหมาะสมกับสภาพธุรกิจของโครงการ การจ้างแรงงานเป็นไปตามความเหมาะสมกับโครงการ จะมีพนักงาน 3 ตำแหน่ง ได้แก่ เจ้าของร้าน พนักงานบริการ และพ่อครัว โดยเจ้าของร้านไม่เพียงแต่บริหารจัดการร้าน แต่จะจัดหาวัตถุดิบรวมไปถึงผลิตอาหารคินด้วยตนเองเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงาน

2.3 กำลังการผลิต ร้าน โอชาจะผลิตอาหารคินจากครัวหลักซึ่งตั้งอยู่ในย่านห้วยขวาง และนำไปจำหน่ายผ่านหน้าร้านที่ตลาดตลาดละลายทรัพย์ โดยจะทำการจัดหาวัตถุดิบและผลิตอาหารคินในเวลา 24.00 น. ของทุกวัน โดยทางร้านจะมีเมนูอาหารวันละ 4 เมนู อาหารจะเป็นไปตามฤดูกาล รวมถึงขนมและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ

3. ปัจจัยนำออก โดยผลิตภัณฑ์ของทางร้านจะบรรจุลงกล่อง และมีป้ายบ่งบอกถึงแคลลอรี่ติดอยู่บนบรรจุภัณฑ์หน้ากล่องทุกกล่อง เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบถึงจำนวนแคลลอรี่ที่ได้รับประทานต่อกล่อง เช่น ไข่ต้มวอกไก่ พร้อมข้าวไรซ์เบอร์รี่ จำนวน 283 แคลลอรี่ ราคา 50 บาท โดยผลิตภัณฑ์ของทางร้านจะเน้นเมนูปรุงสด ใหม่ทุกวัน ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ในราคาข่อมเยา

4.2.2 ทำเลที่ตั้ง

ในการพิจารณาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคในการเลือกสถานที่ตั้งของโครงการจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่จำเป็นต่อการเลือกสถานที่ตั้งของโครงการ โดยพิจารณาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. พื้นที่ทำเลที่ตั้งของโครงการร้าน โอชา อาหารคิน ตั้งอยู่ภายในบริเวณตลาดตลาดละลายทรัพย์ สีลมซอย 5 กรุงเทพมหานคร เป็นแหล่งธุรกิจที่มีผู้คนสัญจรผ่านไปมาจำนวนมาก เนื่องจากติดกับรถไฟฟ้า (BTS) และรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT)

2. จำนวนลูกค้า จากผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจอาหารคิน ของร้าน โอชา คิดเป็นร้อยละ 93.25

3. การคมนาคม การเดินทางมายังโครงการสามารถเดินทางมายังโครงการได้สะดวก เนื่องจากตลาดตลาดละลายทรัพย์ถือเป็นแหล่งเศรษฐกิจใจกลางเมืองที่รอบล้อมไปด้วยตึกสำนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

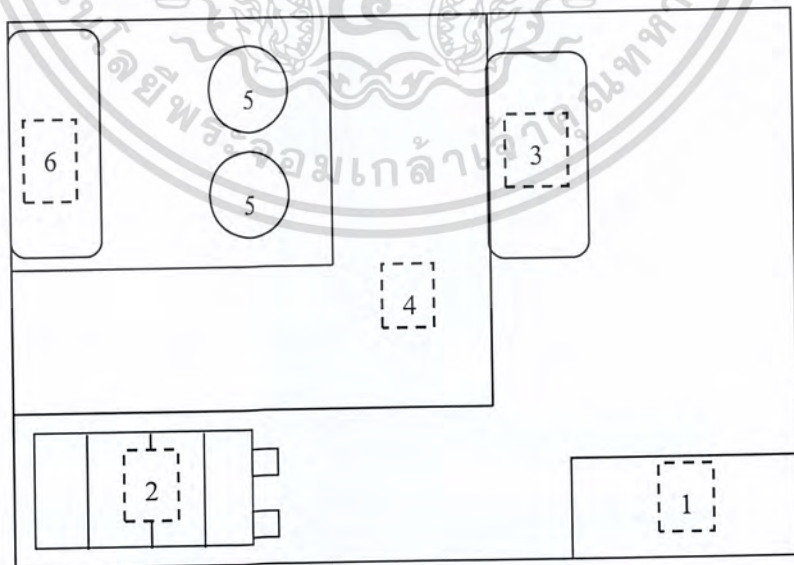
บริษัทชั้นนำจำนวนมาก และมีเส้นทางคมนาคมหลากหลายเส้นทาง เนื่องจากอยู่ใกล้เคียงกับรถไฟฟ้า (BTS) สถานีช่องนนทรี และรถไฟฟ้า (BTS) สถานีศาลาแดงและรถประจำทางอีกหลายหลายเส้นทาง จะเห็นว่ามี การขนถ่ายคนได้เป็นจำนวนมากจากหลากหลายเส้นทางจึงถือว่าทำเลที่ตั้งสามารถเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจของโอชาได้

4. สภาพธุรกิจ บริเวณตลาดละลายทรัพย์อยู่ในเขตบางรัก ถือเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของกรุงเทพฯ เป็นเป็นแหล่งที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการ และเขตบางรักมีการเพิ่มขึ้นของประชากรในทุกๆปี ทำให้เห็นว่าสภาพธุรกิจในย่านนั้นตื่นตัวตลอดเวลา ซึ่งภายในตลาดมีร้านจำหน่ายอาหารคินจำนวน 1 ร้าน ทำให้โครงการมีคู่แข่งที่ไม่รุนแรงเนื่องจากที่มีอยู่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่ รวมทั้งการเดินทางที่สะดวก อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีการขนส่งได้หลายทาง จึงทำให้บริเวณตลาดละลายทรัพย์เหมาะแก่การดำเนินธุรกิจร้านจำหน่ายอาหารคิน

5. สาธารณูปโภค ในบริเวณที่จัดตั้งโครงการมีความพร้อมในระบบสาธารณูปโภค เพื่ออำนวยความสะดวกไว้อย่างเพียงพอ ได้แก่ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ เป็นต้น

6. ข้อเสนอแนะอื่นๆ ด้านเศรษฐกิจบริเวณสถานที่ตั้งของโครงการถือว่าบริเวณนี้มีเศรษฐกิจที่ดี เงินเดือนอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับสูง ประกอบกับนโยบายสนับสนุนการลงทุนในการทำธุรกิจของภาครัฐ และความพร้อมของสถานที่ตั้ง โครงการที่สามารถเข้าไปปรับปรุงพื้นที่ตามรูปแบบของโครงการและทำการค้าได้ทันที

4.2.3 การออกแบบผังร้าน



ภาพที่ 3 การออกแบบแผนผังร้าน โอชา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียดการจัดวางอุปกรณ์

1. ทางเข้าร้าน
2. ตู้แช่เย็น
3. โต๊ะโชว์สินค้า จำพวกขนม
4. โต๊ะชำระเงิน
5. เก้าอี้พนักงาน
6. ตู้เคาน์เตอร์วางอุปกรณ์อื่นๆ เช่น ไมโครเวฟ

4.2.4 การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ

นำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์และข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนในการจัดตั้งโครงการมาทำการประมาณการค่าใช้จ่ายของโครงการ มีรายละเอียดดังนี้

1. การประมาณเงินลงทุนของโครงการ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาทำการพิจารณาข้อมูลเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ โดยกำหนดให้เงินลงทุนในโครงการอยู่ในปัจจุบัน (ปีที่ 0) หรืออาจกล่าวได้ว่า เงินลงทุนเริ่มแรก

ตารางที่ 9 ประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
การออกแบบตกแต่งร้าน(ราคาเหมา)	316,000
การต่อเติมออกแบบห้องครัว	300,000
เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงาน	82,890
เงินทุนหมุนเวียน	300,000
รวม	998,890

2. การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ เป็นการประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน จากการสัมภาษณ์เจ้าของร้านอาหารคลีนในตลาดสะพานมิตรภาพ มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบคิดเป็นร้อยละ 30 ของยอดขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 การประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

รายการ	ค่าใช้จ่ายคิดเป็นร้อยละของยอดขาย				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	2,022,370	2,123,520	2,229,710	2,341,220	2,457,980
วัตถุดิบ	606,711	637,056	668,913	702,366	737,394

หมายเหตุ : ร้อยละ 30 ของยอดขาย

ที่มา : จากการคำนวณ

2.2 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

2.2.1 ค่าสาธารณูปโภค ได้แก่ ค่าไฟฟ้า รวมทั้งครัวและหน้าร้าน โอชา ประมาณการ 4,000 บาทต่อเดือน ค่าน้ำประปา ประมาณการ 600 บาทต่อเดือน และคาดว่าจะมีอัตราเพิ่มขึ้นตามอัตรการเพิ่มของรายได้ (ดังตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 การประมาณการค่าสาธารณูปโภค

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าน้ำ	42,000	44,100	46,308	48,624	51,060
ค่าไฟ	6,000	6,300	6,612	6,948	7,296
รวม	48,000	50,400	52,920	55,572	58,356

หมายเหตุ : ค่าสาธารณูปโภคปีที่ 2 -5 เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 ตามรายได้จากการประมาณการที่มา : จากการคำนวณ

2.2.2 ค่าแรงงานพนักงาน ทั้งหมด 36,000 บาทต่อเดือน ไม่รวมค่าประกันสังคม

2.2.3 ค่าเช่าสถานที่ 30,000 บาทต่อเดือนในอัตราคงที่

2.2.4 ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ เช่น ค่าขนส่งสินค้า ค่าสินค้าคงคลัง วัตถุดิบเพิ่มเติมอื่น ๆ ฯลฯ คิดร้อยละ 3 จากยอดขาย

2.3 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประกอบด้วย ผลรวมของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจร้านอาหารคลีนในตลาดละลาทรพย์ รวมถึงลักษณะทั่วไปของธุรกิจร้านอาหารคลีน เป็นการศึกษาเพื่อดูศักยภาพทางการตลาด และค้นหาลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ ตลอดจนการกำหนดสมมติฐานเพื่อการวิเคราะห์ในส่วนของงบประมาณในการลงทุนเบื้องต้น ประมาณการยอดขาย ประมาณการต้นทุนขาย และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนงานการตลาดที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
วัตถุดิบ	606,711	637,056	668,913	702,366	737,394
ค่าใช้จ่ายในการขาย					
ค่าแรงพนักงาน	415,800	428,066	440,568	453,516	466,836
ค่าสาธารณูปโภค	48,000	50,400	52,920	55,572	58,356
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร					
ค่าเช่าสถานที่	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าภาษีป้ายร้านค้า ¹	400	400	400	400	400
ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ	60,671	63,706	66,891	70,237	73,739
รวม	1,161,582	1,209,628	1,259,692	1,312,091	1,366,725

หมายเหตุ: ¹ป้ายร้านค้ามีขนาด 10,000 ตารางเซนติเมตร มีอักษรไทยปนอักษรต่างประเทศคิดอัตรา 20 บาทต่อ 500 ตารางเซนติเมตร ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 13 การประมาณต้นทุนการผลิตของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
วัตถุดิบ ¹	606,711	637,056	668,913	702,366	737,394
ค่าใช้จ่ายในการขาย ²	463,800	478,466	493,488	509,088	525,192
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ²	91,071	94,106	97,291	100,637	104,139
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อม)	1,161,582	1,209,628	1,259,692	1,312,091	1,366,725
ค่าเสื่อมราคาวัสดุและอุปกรณ์ ³	14,578	14,578	14,578	14,578	14,578
ต้นทุนการผลิตรวม	1,176,160	1,224,206	1,274,270	1,326,669	1,381,303

หมายเหตุ: ¹ จากตารางที่ 11

ที่มา : จากการคำนวณ

² จากตารางที่ 12

³ จากตารางที่ 7 , 7.1 ค่าเสื่อมราคาเส้นตรง 5 ปี ไม่มีมูลค่าซาก

$$\left(\frac{\text{มูลค่าสินทรัพย์} - \text{ราคาซาก (ถ้ามี)}}{\text{อายุการใช้งาน}} \right)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.5 สรุปผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

จากการวิเคราะห์ด้านเทคนิค โครงการมีเงินลงทุนเริ่มต้นทั้งสิ้น 998,890 บาท ซึ่งมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมดจึงทำให้ไม่มีปัญหาในด้านการลงทุน พบว่าทำเลที่ตั้งของโครงการร้านโอชาอยู่ในบริเวณที่มีผู้คนสัญจรผ่านไปมาจำนวนมาก ซึ่งตรงกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการ การเดินทางมายังโครงการเป็นไปอย่างสะดวก มีการขนส่งหลายรูปแบบ กระบวนการผลิตเป็นไปอย่างมีมาตรฐานในการควบคุมดูแลของเจ้าของกิจการ โดยการสั่งซื้อวัตถุดิบจะขึ้นอยู่กับการวางแผนการผลิตอาหารคณินในแต่ละวัน ซึ่งปริมาณวัตถุดิบที่มีอยู่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ ไม่ขาดแคลนวัตถุดิบเนื่องจากมีฟาร์มเป็นของตนเองจึงทำให้ครัวมีความพร้อมที่จะผลิตอาหารคณินให้ทันวันต่อวันเพื่อส่งมาจำหน่ายยังร้าน โอชาอาหารคณิน ได้ทันเวลา สรุปได้ว่าโครงการมีความพร้อมในด้านต้นทุน กระบวนการผลิตเป็นไปอย่างมีมาตรฐานเพื่อความปลอดภัยและการบริการที่คำนึงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นหลักทำให้โครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจโอชาอาหารคณิน ในตลาดตลาดหลายทรัพย์ สีสมชอย 5 ไม่มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

4.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

การศึกษาค่าความเป็นไปได้ทางการเงินจะเป็นการวิเคราะห์โครงการจนถึงสิ้นสุดโครงการ โดยที่การวิเคราะห์จะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไรของโครงการ รวมถึงการวางแผนทางการเงินและวางแผนทำกำไรเพื่อทำให้ผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆ เกิดขึ้นกับโครงการ มีรายละเอียดดังนี้

4.3.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมดทำให้ไม่เกิดปัญหาทางการเงินการลงทุน

4.3.2 รายละเอียดของโครงการ

1. อายุโครงการ กำหนดอายุโครงการ 5 ปี โดยกำหนดจากสัญญาเช่าสถานที่ และในระหว่างโครงการไม่มีการลงทุนเพิ่มเติม
2. อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ อัตราคิดลด (discount rate) มีความสำคัญในการพิจารณาความเป็นไปได้ของโครงการเพราะใช้เป็นตัวปรับค่าต้นทุนและผลตอบแทนที่เกิดขึ้นในอนาคตให้เป็นค่าปัจจุบันในที่นี้จึงขอใช้อัตราคิดลด ร้อยละ 12 (สำนักบริหารโครงการ. 2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.3 การประมาณการด้านการเงินของโครงการ

การประมาณการด้านการเงินของโครงการ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินประกอบด้วยรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. เงินลงทุนของโครงการ

การประมาณเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการนี้มีมูลค่า 998,890 บาท (ตารางที่ 9) ซึ่งประกอบด้วยเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 698,890 บาท และเงินลงทุนหมุนเวียน 300,000 บาท

ตารางที่ 14 การประมาณรายได้ต่อปีของโครงการ

ปีที่	ยอดขายที่ประมาณการ
1	2,022,370
2	2,123,520
3	2,229,710
4	2,341,220
5	2,457,980

ที่มา : จากตารางที่ 6

2. งบกำไรขาดทุน

คำนวณได้โดยนำค่าที่ได้จากการขายและบริหาร หักด้วยค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานไม่รวมค่าเสื่อมราคา (ตารางที่ 16) หักภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทำให้ทราบถึงสถานะทางการเงินของโครงการ (ตารางที่ 15)

3. งบกระแสเงินสดสุทธิ

จากการประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้าน (ตารางที่ 11) การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร (ตารางที่ 12) และการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ตารางที่ 13) ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานของโครงการ สามารถประมาณงบกระแสเงินสดสุทธิต่อปีโดยมีเงินลงทุนจ่ายสุทธิเท่ากับ 998,890 บาท เป็นระยะเวลา 5 ปี (ตารางที่ 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 การประมาณงบกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย ¹	2,022,370	2,123,520	2,229,710	2,341,220	2,457,980
หัก ต้นทุนวัตถุดิบ ¹	606,711	637,056	668,913	702,366	737,394
กำไรขั้นต้น	1,415,659	1,486,464	1,560,797	1,638,854	1,720,586
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ²	554,871	572,572	590,779	609,725	629,331
กำไร ก่อนหักภาษี (ขาดทุน)	860,788	913,892	970,018	1,029,129	1,091,255
หัก ภาษีเงินได้ (ร้อยละ 30) ³	258,356	274,288	291,125	308,859	327,497
กำไรสุทธิ	602,432	639,604	678,893	720,270	763,758
กำไรสะสม	602,432	1,242,036	1,920,929	2,641,199	3,404,957

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ: ¹ จากตารางที่ 11

² จากตารางที่ 13

³ ภาคผนวก ข

ตารางที่ 16 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ						
รายได้จากการขาย	0	2,022,370	2,123,520	2,229,710	2,341,220	2,457,980
กระแสเงินสดจ่าย						
เงินลงทุนของโครงการ	698,890	0	0	0	0	0
เงินทุนหมุนเวียน	300,000	0	0	0	0	-300,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อมราคา)	-	1,161,582	1,209,628	1,259,692	1,312,091	1,366,725
ภาษีเงินได้ (ร้อยละ 30)	-	258,356	274,288	291,125	308,859	327,497
กระแสเงินสดจ่าย	998,890	1,419,938	1,483,916	1,550,817	1,620,950	1,694,222
กระแสเงินสดสุทธิ	(998,890)	602,432	639,604	678,893	720,270	1,063,758

หมายเหตุ : ไม่มีมูลค่าซาก
ที่มา : จากการศึกษา

4.3.4 การวิเคราะห์ทางการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินจะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงิน หรือความสามารถในการทำกำไร เพื่อให้ผู้ลงทุนเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานในโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใด ๆ กับโครงการ การวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการใช้การประมาณค่าลงทุนเพื่อพิจารณาว่าโครงการให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินลงทุนหรือไม่ โดยใช้วิธีประเมินที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลา คือ ระยะเวลาการคืนทุน และวิธีประเมินที่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลา คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR)

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน

วิธีประเมินค่าการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ
ระยะเวลาคืนทุน	1 ปี 7 เดือน 17 วัน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	1,423,360
อัตราผลตอบแทนของ โครงการ (ร้อยละ)	60.45
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (เท่า)	1.22

หมายเหตุ : เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12
ที่มา : (จากการคำนวณในภาคผนวก ง.)

ซึ่งสามารถอธิบายผลของการประเมินค่าการลงทุนที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา และการประเมินค่าการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา จากการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน คำนวณจากจำนวนปีที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายของโครงการ ซึ่งโครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 7 เดือน 17 วัน

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เป็นการศึกษาผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิตกับเงินสดจ่ายลงทุน ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์ แสดงว่า ผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน โครงการไม่มีกำไรแต่ก็ไม่ขาดทุน แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นบวกหรือมีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุน โครงการนั้นมีกำไรและในกรณีที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นลบ หรือมีค่าน้อยกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุน โครงการนั้นถือว่าขาดทุน ซึ่งเมื่อพิจารณามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการนั้นมีค่าเท่ากับ 1,423,360 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวกหรือมีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้นั้นมีค่ามากกว่าต้นทุน

3. อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เพื่อศึกษาหาผลตอบแทนของการลงทุนว่ามีค่าร้อยละเท่าไร โดยคำนวณหาอัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการตลอดอายุโครงการมี
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าเท่ากับเงินสดที่จ่ายลงทุน ซึ่งโครงการนี้มีผลตอบแทนของโครงการลงทุนเท่ากับร้อยละ 60.45 ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการของทางโครงการ คือ ร้อยละ 12

4. อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เพื่อศึกษาอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายไปในการดำเนินโครงการ ถ้าอัตราผลตอบแทนของต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่าเท่ากับหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน คือ โครงการไม่มีกำไรและไม่ขาดทุน ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่ามากกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนโครงการมีกำไร และถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่าน้อยกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุน โครงการขาดทุน ซึ่งผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการมีค่าเท่ากับ 1.22 เท่า แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนหรือโครงการมีกำไร

4.3.5 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 18 ผลวิเคราะห์การทดสอบหาค่าความแปรเปลี่ยน (Switching value test: SVT)

รายการ	STV _C	STV _B
	ความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน	ความเปลี่ยนแปลงด้านผลตอบแทน
	21.75	17.86

ที่มา: (จากการคำนวณในภาคผนวก ง.)

ผลการวิเคราะห์การทดสอบหาค่าความแปรเปลี่ยนของโครงการ

กรณีที่ 1 จากการคำนวณ ในกรณีที่ต้นทุนของโครงการเพิ่มขึ้น พบว่าต้นทุนของโครงการเพิ่มขึ้นได้ถึงร้อยละ 21.75 จากการวิเคราะห์พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับศูนย์และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการ (B/C) เท่ากับ 1 โดยอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) เท่ากับอัตราคิดลด ($r =$ ร้อยละ 12) ส่งผลให้การลงทุนในโครงการไม่มีกำไรในการลงทุน ดังนั้น ถ้าค่าความเสี่ยงของโครงการอยู่ในระดับต่ำ แสดงว่า ถ้าต้นทุนของโครงการเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 21.75 จะทำให้โครงการประสบปัญหาขาดทุนทันที

กรณีที่ 2 จากการคำนวณในกรณีที่ต้นทุนของโครงการลดลง พบว่าผลตอบแทนของโครงการลดลงได้ถึงร้อยละ 17.86 จากการวิเคราะห์พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับศูนย์และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการ (B/C) เท่ากับ 1 โดยอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) เท่ากับ อัตราคิดลด ($r =$ ร้อยละ 12) ส่งผลให้การลงทุนในโครงการไม่ขาดทุนแต่ก็ไม่มีกำไร ดังนั้นค่าความเสี่ยงภัยของโครงการอยู่ในระดับต่ำ แสดงว่าถ้าราคาขายลดลงต่ำกว่าร้อยละ 17.86 จะทำให้โครงการเกิดความไม่คุ้มค่าในการลงทุนและประสบปัญหาขาดทุนทันที

ตารางที่ 19 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของต้นทุนและผลตอบแทน

ปีที่	กระแสเงินสด จ่าย	กระแสเงินสด รับ	อัตราคิดลด ที่ 12 %	มูลค่าปัจจุบัน ของค่าใช้จ่าย (PVC)	มูลค่าปัจจุบัน ของผลตอบแทน (PVB)
0	(998,890)	0	1	998,890	0
1	1,419,938	2,022,370	0.893	1,268,005	1,805,976
2	1,483,916	2,123,520	0.797	1,182,681	1,692,445
3	1,550,817	2,229,710	0.712	1,104,182	1,587,554
4	1,620,950	2,341,220	0.636	1,030,924	1,489,016
5	1,694,222	2,457,980	0.567	960,624	1,393,675
รวม	-	-	-	6,545,306	7,968,666

ที่มา : จากการคำนวณ

$$\begin{aligned} \text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV)} &= 7,968,666 - 6,545,306 \\ &= 1,423,360 \end{aligned}$$

4.3.6 สรุปผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจร้าน โอชา อาหารคลีนพบว่าโครงการมีระยะคืนทุน 1 ปี 7 เดือน 17 วัน อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.22 เท่า โดยมีมูลค่าปัจจุบันค่าเป็นบวก เท่ากับ 1,423,360 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 และมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 60.45 จากการวิเคราะห์การเงินทุกกรณี ทำให้ทราบว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน คือโครงการมีกำไรในการลงทุนธุรกิจร้าน โอชา โครงการจึงมีความเป็นไปได้ทางการเงิน จึงปฏิเสธสมมุติฐานที่ว่าการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจโอชา

อาหารคลีน ในตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ 5 ไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารของบริษัทฯ เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภคในปัจจุบันมีการขยายตัวอย่างมาก เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคตื่นตัวเรื่องของการเอาใจใส่ดูแลสุขภาพมากขึ้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารคลีนมากกว่าการรับประทานอาหารทั่วไป และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ร้านอาหารคลีนแนวใหม่อย่างร้าน โอชา จึงถือเป็นทางเลือกที่สำคัญที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคภายในตลาดหลายทรัพย์ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าสีลม ซึ่งเป็นการทำเลที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและสะดวก โดยบริเวณนั้นเป็นแหล่งซื้อขายที่มีผู้คนผ่านไปมาเป็นประจำ อีกทั้งยังเดินทางสะดวกติดสถานีรถไฟฟ้า และมีรถยนต์สัญจรผ่านไปมาได้อย่างสะดวก มีกลุ่มคนที่เดินผ่านไปมาจับจ่ายซื้อของหนาแน่น และผู้คนบริเวณสถานีรถไฟฟ้าสีลม เป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูง ทำให้มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง จึงได้ทำการเลือกพื้นที่นี้เพื่อรองรับการขยายตัวของชุมชนและการเติบโตของตลาดในย่านธุรกิจนั้น ดังนั้นช่องทางจำหน่ายอาหารคลีนในบริเวณนั้น จึงเป็นทางเลือกที่ดีของโครงการ แต่อย่างไรก็ตามควรมีการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการลงทุนทำธุรกิจ เพื่อให้เกิดความมั่นใจและศึกษาความเป็นไปได้ก่อนการลงทุน เป็นการลดความเสี่ยงในการลงทุน โครงการจึงควรที่จะศึกษาความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน เพื่อเป็นการนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาประกอบการตัดสินใจในการลงทุน

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจัดตั้งร้าน โอชา อาหารคลีนภายในตลาดหลายทรัพย์ สีลมซอย 5 โดยศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดตั้งแต่ด้านขนาดตลาด แนวโน้มตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณการยอดขายของโครงการ จากนั้นจะทำการศึกษาด้านเทคนิค โดยที่จะศึกษาระบบการผลิต ที่ประกอบไปด้วย บังจ้ยน้ำเข้า กระบวนการผลิต และบังจ้ยน้ำออก ทำเลที่ตั้งของโครงการ การพิจารณาถึงทำเลที่ตั้งของโครงการ จำนวนลูกค้า การคมนาคม สภาพธุรกิจ สาธารณูปโภคภายในโครงการ จากนั้นทำการประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงินต่อไป โดยที่การวิเคราะห์ทางการเงิน เริ่มจากการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน การหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ การหาอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ และการหาอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน การวิเคราะห์ความแปรเปลี่ยนของโครงการเพื่อนำผลไปใช้ในการตัดสินใจลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการศึกษาในครั้งนี้ โครงการได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive random sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มคนวัยทำงานและกลุ่มคนที่รักสุขภาพ ในบริเวณตลาดละลาวยทรัพย์ ณ วันที่ 12 - 18 เดือนมกราคม 2559 เป็นเวลา 1 สัปดาห์ โดยเจาะจงไปที่บริเวณจุดตั้งร้านค้าที่ขายอาหารประเภทอาหารคลีน และรอเก็บแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่างทันที ส่วนข้อมูลทฤษฎีมีได้จากเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลปฐมภูมิและทฤษฎีมาทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน

การศึกษาทางด้านการตลาดพบว่า มีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด โดยพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจจะซื้ออาหารร้าน โอชา อาหารคลีนของโครงการอย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 93.25 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด อัตราการบริโภคอาหารคลีนของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 3 ครั้งต่อสัปดาห์ และค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อครั้งอยู่ที่ 70 บาท รายได้จากการประมาณการในปีแรกเท่ากับ 2,022,370 บาท ซึ่งมีแนวโน้มที่ยอดขายและจำนวนลูกค้าจะเพิ่มขึ้นทุกปีในพื้นที่บริเวณตลาดละลาวยทรัพย์ สีม ชอย 5 แห่งนี้

การศึกษาทางด้านเทคนิคพบว่า มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคทั้งในด้านของ ระบบการผลิตโดยมีการจัดการต้นทุนที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐาน ได้วัดดูคุณภาพดีในราคาที่ถูกเนื่องจากมีฟาร์มผักปลอดสารพิษเป็นของตนเอง และสามารถควบคุมต้นทุนการจัดส่งวัตถุดิบประเภทของสดจากตลาดห้วยขวางได้เป็นอย่างดีเนื่องจากเป็นเจ้าของประจำซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการให้กับผู้บริโภคได้อย่างทันทีและเพียงพอ ทำเลที่ตั้งที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ง่ายอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และการคมนาคมสะดวกโดยอยู่ติดสถานีรถไฟฟ้าสีลม (BTS) อีกทั้งยังมีคู่แข่งน้อยในทำเลเดียวกัน แต่มีขนาดตลาดที่ใหญ่ และปัจจัยนำออกที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตามต้องการ โดยผลิตภัณฑ์ของทางร้านจะบรรจุลงกล่อง และมีป้ายบ่งบอกถึงแคลอรีติดอยู่บนบรรจุภัณฑ์หน้ากล่องทุกกล่อง

การศึกษาทางการเงินพบว่าโครงการมีระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ที่ 1 ปี 7 เดือน 17 วัน อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.22 เท่า โดยมีมูลค่าปัจจุบันค่าเป็นบวก เท่ากับ 1,423,360 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 และมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 60.45 จากการวิเคราะห์การเงินทุกกรณี ทำให้ทราบว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน คือโครงการมีกำไรในการลงทุนธุรกิจร้าน โอชา ดังนั้น โครงการจึงมีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจโอชาอาหารคลีน ในตลาดละลาวยทรัพย์ สีมชอย พบว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ดังนั้นจึงทำการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ทุกข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 ข้อเสนอแนะ

1. จากการวิเคราะห์ด้านการเงินพบว่าโครงการมีระยะคืนทุน 1 ปี 7 เดือน 17 วัน อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.22 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 1,423,360 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ร้อยละ 60.45 รวมถึงการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนจากการวิเคราะห์การเงินทุกกรณี ทำให้ทราบว่าโครงการมีกำไร จึงทำให้โครงการมีความน่าสนใจในการลงทุน

2. จากการวิเคราะห์ความแปรเปลี่ยนของโครงการพบว่าต้นทุนของโครงการเพิ่มขึ้นได้ถึงร้อยละ 21.77 แสดงว่า ถ้าต้นทุนของโครงการเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 21.77 จะทำให้โครงการประสบปัญหาขาดทุนทันที และผลตอบแทนของโครงการลดลงได้ถึงร้อยละ 17.88 แสดงว่า ถ้าราคาขายลดลงต่ำกว่าร้อยละ 17.88 จะทำให้โครงการเกิดความไม่คุ้มค่าในการลงทุนและประสบปัญหาขาดทุนทันที ดังนั้นโครงการมีความเสี่ยงซึ่งเกิดจากความไม่แน่นอนของทั้งด้านต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ หากไม่สามารถลดต้นทุน หรือเพิ่มผลตอบแทนได้ ผู้ลงทุนควรดำเนินธุรกิจด้วยความระมัดระวังเนื่องจากหากไม่สามารถควบคุมรายรับและรายจ่ายของธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมายได้หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยก็อาจจะสร้างความเสียหายให้กับธุรกิจได้

3. ในปีต่อไปหากผู้ลงทุนต้องการผลตอบแทนที่สูงขึ้นการคิดอัตราคิดลดก็ควรสูงขึ้นตามเนื่องจากอัตราคิดลด (Discount Rate) ขึ้นอยู่กับอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง ยิ่งหวังอัตราผลตอบแทนสูงก็ต้องใช้อัตราคิดลดที่สูงตามไปด้วย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงสาธารณสุข. 2552. พระราชบัญญัติอาหาร. [Online]. Available :

<https://sites.google.com/site/yuvatidamis/khwam-hmay-khxng-xahar>. 29 สิงหาคม 2558.

กฤษฎา อัญญาโพธิ์. 2558. “ข้าวหอมปิ่นโต” เสิร์ฟเมนูกลิ่นฟู๊ด เกาะกระแสดเทรนด์ คนรักสุขภาพ

[Online]. Available : <http://m.matichon.co.th/readnews.php?newsid=1421129792>.

9 พฤศจิกายน 2558.

กรมการปกครอง. 2558. ระบบสถิติทางการทะเบียน [Online]. Available :

http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php. 15 มกราคม 2559.

กรมสรรพากร. 2559. อัตราภาษีรายได้บุคคลธรรมดา [Online]. Available :

<http://www.rd.go.th/publish/54424.0.html>. 20 มกราคม 2559.

ชัยยศ สันตวงษ์. 2539. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์.

ฐาปนา ถิ่นไพศาล. 2542. การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

จิตติพร ตอรัมย์ย์. 2556. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านอาหารและเครื่องดื่มวันวาน ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ถวัลย์ชัย ถึงถิ่น 2556. “คำอธิบายพระราชบัญญัติป้าย พ.ศ. 2510” สำนักงานบริหารการคลังท้องถิ่น. กรมส่งเสริมการปกครอง.

ธิดารัตน์ บุตรเนียร. 2556. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านธิดาเบเกอรี่ ในเขต เทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

นุชจรินทร์ เกตุนิล. 2557. “รายงานตลาดอาหารในประเทศไทย มกราคม 2557 เรื่องพฤติกรรมและทัศนคติ ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ (Health food) ในประเทศไทย”. ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, สถาบันอาหาร.

เนตรชนก เขียววารภรณ์. 2556. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านกาแฟสด ซัมเมอร์ คอฟฟี่ "Summer Coffee" ในบริเวณใกล้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพจำกัด มหาชน. 2556. สถิติกรุงเทพมหานคร ปี 2556. [Online].

Available : <http://office.bangkok.go.th/pipd/>. 29 สิงหาคม 2558.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. 2538. การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- พัชรีย์ ปราบรัตน์. 2554. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำร้านอาหารเพื่อสุขภาพในพื้นที่ ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี กรณีศึกษาการรับสิทธิ์ทางการค้า เขตที่ 1 มีล ไทยแลนด์. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศรีราชา.
- พัฒพงศ์ จงไพรัตน์. 2555. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหาร กรณีศึกษา ร้านอาหารอีสาน ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงที่ว่าการอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ภรณ์ ขัตติยนนท์. 2556. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขต เทศบาลนครขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ลูกหญิง จันทร์สุดา. 2555. การศึกษาการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านจำหน่ายขนม ไทย อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วัชรพล เข้มแก้ว. 2556. การศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดร้านเครื่องดื่มผลไม้ปั่นสมูทตี้ "สมูทตี้ ดีไลท์" ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัย บัณฑิตศึกษาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์บริษัท เอ เอ็นการพิมพ์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 2558. “อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม” [Online]. Available : <https://www.kasikomresearch.com/TH/Pages/Default.aspx>. 10 มกราคม 2559.
- ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร 2557. เทรนด์อาหารเพื่อสุขภาพ ปี 2558. [Online]. Available : www.now26.tv/mobile/view/41369/จับตาเทรนด์อาหารเพื่อสุขภาพมาแรงปี-58.html. 9 พฤศจิกายน 2558.
- สง่า ดามาพงษ์. 2557. ‘คลีนฟู้ด’ อีกมิติของการกินเพื่อสุขภาพ. [Online]. Available : <http://www.thaihealth.or.th/Content.com>. 31 สิงหาคม 2558
- สุชาดา โนมเจ็ด. 2545. การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจของการผลิตเห็ดฟางในอำเภอภาชี จังหวัด พระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและ ทรัพยากร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักงานประกันสังคม 2558. ประกันสังคม แจ้าง อัตราเงินสมทบปี 57 นายจ้าง และผู้ประกันตน

จ่ายเงินสมทบกองทุนประกันสังคมฝ่ายละ 5 % [Online]. Available :

<http://www.sso.go.th/wpr/content.jsp?lang=th&cat=762&id=4034>. 19 กุมภาพันธ์ 2559.

สำนักบริหารโครงการ. 2553. แนวทางการศึกษาด้านเศรษฐกิจ-สังคมและการวิเคราะห์โครงการ

สำหรับการศึกษาจัดทำรายงานวงโครงการ. [Online]. Available : <http://goo.gl/1JstRk>.

30 สิงหาคม 2558.

อังฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2542. การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้. กรุงเทพฯ :

สำนักพิมพ์ บริษัทธีระพิมพ์ และไซเท็ก จำกัด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

เลขที่แบบสอบถาม.....

สถานที่เก็บข้อมูล.....

แบบสอบถาม



การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจโอชาอาหารคลีน ในตลาดละลายทรัพย์ สีสลมซอย 5

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจโอชาอาหารคลีน ในตลาดละลายทรัพย์ สีสลมซอย 5 ของนักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการบริหารธุรกิจเกษตร วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามข้อมูล ซึ่งการให้คำตอบที่สมบูรณ์และตรงตามความจริงของท่านจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ทำวิจัย ทั้งนี้ทางคณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

คำแนะนำ : กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความ และเติมข้อความในช่องว่างหรือตัวเลขในช่องว่างที่กำหนด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

21 – 30 ปี

31 – 40 ปี

41 – 50 ปี

51 – 60 ปี

60 ปีขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนต้น
- มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช ปริญญาตรี / ปวส
- สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา
- พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
- อื่นๆ ระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ย/เดือน

- น้อยกว่า 10,000 บาท 10,001 - 20,000 บาท
- 20,001 - 30,000 บาท 30,001 - 40,000 บาท
- 40,001 - 50,000 บาท 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารคลีน

6. ท่านเคยรับประทานอาหารคลีนหรือไม่

- เคย (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 8) ไม่เคย (กรุณาตอบข้อ 7)

7. (เฉพาะท่านที่ไม่เคยรับประทานอาหารคลีน) สาเหตุใดที่ท่านไม่รับประทานอาหารคลีน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- รสชาติไม่อร่อย หาซื้อยาก
- มีราคาแพง ไม่มั่นใจในคุณค่าสารอาหาร
- ไม่นิยมอาหารประเภทนี้ อื่นๆ โปรดระบุ

8. สาเหตุใดที่ทำให้ท่านรับประทานอาหารคลีน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพื่อให้สุขภาพแข็งแรง ต้องการลดน้ำหนัก
- รับประทานตามกระแสนิยม อื่นๆ โปรดระบุ

9. ท่านเคยซื้ออาหารคลีนประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- อาหารคลีนประเภทอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (กล้วยเดี่ยวลุยสวน, ขนมหักกาด, สแต็กไก่สไลด์ผัก, สุกี้แห้ง ฯลฯ)
- สลัดผักหรือผลไม้สด (ผักสลัด, มะเขือเทศ, เมล่อน, แดงโม, มัลเบอร์รี่ ฯลฯ)
- ของว่างหรือของทานเล่น (ก๊วยช่ายนึ่ง, พุดดิ้งมะพร้าว, ขนมหั่งสังขยา ฯลฯ)
- สูตรเพื่อสุขภาพไม่มีน้ำตาล น้ำกะทิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- น้ำสมุนไพรหรือน้ำผลไม้สด (น้ำเก๊กฮวยผสมวุ้นโนโลเวอร์ว่, น้ำองุ่นแดง, น้ำอัญชัญ มะนาว ฯลฯ)
- อื่นๆ โปรดระบุ
10. ปกติท่านมีค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทั่วไปมาบริโภคในแต่ละวันจำนวนกี่บาทต่อมื้อ
- ต่ำกว่า 100 บาท 100 – 200 บาท
- 201 – 300 บาท 301 – 400 บาท
- 400 บาทขึ้นไป
11. ปกติท่านมีค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารคลีนมาบริโภคในแต่ละวันจำนวนกี่บาทต่อมื้อ
- ต่ำกว่า 100 บาท 100 – 200 บาท
- 201 – 300 บาท 301 – 400 บาท
- 400 บาทขึ้นไป
12. ปกติท่านซื้ออาหารคลีนจากสถานที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ห้างสรรพสินค้า (เช่น gourmet market, HOME Fresh MART, BigC ฯลฯ)
- ร้านสะดวกซื้อ (เช่น 7-11, Family Mart)
- ร้านค้าบริเวณตลาดกลางทรัพย์ สีสลม
- อื่นๆ โปรดระบุ.....
13. ท่านคิดว่าในอนาคตแนวโน้มการบริโภคอาหารคลีนของท่านจะเป็นอย่างไร
- ไม่แน่ใจ บริโภคเหมือนที่ผ่านมา
- บริโภคมากขึ้น บริโภคน้อยลง
- ไม่บริโภคแล้ว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความสนใจเกี่ยวกับร้าน โอชาอาหารคลีน

ร้านอาหารคลีนในที่นี้หมายถึง ร้านจำหน่ายอาหารที่มีคุณค่าครบตามหลักโภชนาการที่มีการกำหนดและควบคุมแคลอรี โดยใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติผ่านการคัดสรรอย่างดี ไม่ใช้สารปรุงแต่งอาหารที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย มีกระบวนการปรุงที่ถูกสุขลักษณะ เน้นการปรุงสดใหม่ทุกวัน ซึ่งร้านจะตั้งอยู่บริเวณตลาดกลางทรัพย์ สีสลม ซอย 5 (สามารถตอบได้หลายผลิตภัณฑ์)

14. ท่านคิดว่าจะซื้ออาหารคลีนประเภท อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (ถ้วยเดี่ยวลุยสวน, ขนมหักกาด, สลัดผักรวม, สเต็กไก่สลัดผัก, สุกี้แห้ง ฯลฯ) หรือไม่ ถ้ามีร้านจำหน่ายบริเวณตลาดกลางทรัพย์ สีสลม ซอย 5

- ซื้ออย่างแน่นอน (โปรดระบุความน่าจะเป็น 81 – 100 เปอร์เซ็นต์).....เปอร์เซ็นต์
- ซื้อ (โปรดระบุความน่าจะเป็น 61 – 80 เปอร์เซ็นต์).....เปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ไม่แน่ใจ (โปรคระบุความน่าจะเป็น 41 – 60 เปอร์เซ็นต์).....เปอร์เซ็นต์
- ไม่ซื้อ (โปรคระบุความน่าจะเป็น 21 – 40 เปอร์เซ็นต์).....เปอร์เซ็นต์
- ไม่ซื้ออย่างแน่นอน (โปรคระบุความน่าจะเป็น 0 – 20 เปอร์เซ็นต์).....เปอร์เซ็นต์
- ท่านคิดว่าท่านจะซื้อกี่ครั้ง ใน 1 สัปดาห์.....ครั้ง/สัปดาห์
- ท่านคิดว่าจะซื้ออาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน เป็นจำนวนกี่บาทต่อมือ..... บาท

15. ท่านคิดว่าจะซื้ออาหารคลีนประเภท สลัดผักหรือผลไม้สด (ผักสลัด, มะเขือเทศ, เมล่อน, แดงโม, มัลเบอร์รี่ ฯลฯ) หรือไม่ ถ้ามีร้านจำหน่ายบริเวณตลาดละลาชรัพย์ สีสลม ซอย 5
- ซื้ออย่างแน่นอน (โปรคระบุความน่าจะเป็น 81 – 100 เปอร์เซ็นต์).....เปอร์เซ็นต์
- ซื้อ (โปรคระบุความน่าจะเป็น 61 – 80 เปอร์เซ็นต์).....เปอร์เซ็นต์
- ไม่แน่ใจ (โปรคระบุความน่าจะเป็น 41 – 60 เปอร์เซ็นต์).....เปอร์เซ็นต์
- ไม่ซื้อ (โปรคระบุความน่าจะเป็น 21 – 40 เปอร์เซ็นต์).....เปอร์เซ็นต์
- ไม่ซื้ออย่างแน่นอน (โปรคระบุความน่าจะเป็น 0 – 20 เปอร์เซ็นต์).....เปอร์เซ็นต์
- ท่านคิดว่าท่านจะซื้อกี่ครั้ง ใน 1 สัปดาห์.....ครั้ง/สัปดาห์
- ท่านคิดว่าจะซื้อ สลัดผักหรือผลไม้สด เป็นจำนวนกี่บาทต่อมือ..... บาท

16. ท่านคิดว่าจะซื้ออาหารคลีนประเภท ของว่างหรือของทานเล่น (เช่น กุ๋ยซ่าหนึ่ง, พุดดิ้งมะพร้าว ฯลฯ) สูตรเพื่อสุขภาพไม่มีน้ำตาลน้ำกะทิหรือไม่ ถ้ามีร้านจำหน่ายบริเวณตลาดละลาชรัพย์ สีสลม ซอย 5
- ซื้ออย่างแน่นอน (โปรคระบุความน่าจะเป็น 81 – 100 เปอร์เซ็นต์).....เปอร์เซ็นต์
- ซื้อ (โปรคระบุความน่าจะเป็น 61 – 80 เปอร์เซ็นต์).....เปอร์เซ็นต์
- ไม่แน่ใจ (โปรคระบุความน่าจะเป็น 41 – 60 เปอร์เซ็นต์).....เปอร์เซ็นต์
- ไม่ซื้อ (โปรคระบุความน่าจะเป็น 21 – 40 เปอร์เซ็นต์).....เปอร์เซ็นต์
- ไม่ซื้ออย่างแน่นอน (โปรคระบุความน่าจะเป็น 0 – 20 เปอร์เซ็นต์).....เปอร์เซ็นต์
- ท่านคิดว่าท่านจะซื้อกี่ครั้ง ใน 1 สัปดาห์.....ครั้ง/สัปดาห์
- ท่านคิดว่าจะซื้อ ของว่างหรือของทานเล่น เป็นจำนวนกี่บาทต่อมือ..... บาท

17. ท่านคิดว่าจะซื้ออาหารคลีนประเภท น้ำสมุนไพรหรือน้ำผลไม้สด (น้ำเก๊กฮวยผสมวุ้นโอโถวซ่า, น้ำใบเตยผสมวุ้น โอโถวซ่า, น้ำองุ่นแดง, น้ำอัญชัญมะนาว ฯลฯ) หรือไม่ ถ้ามีร้านจำหน่ายบริเวณตลาดละลาห้วยทรัพย์สี่ลม ซอย 5

- ซื้ออย่างแน่นอน (โปรctrะบุความน่าจะเป็น 81 – 100 เปอร์เซนต์).....เปอร์เซนต์
- ซื้อ (โปรctrะบุความน่าจะเป็น 61 – 80 เปอร์เซนต์).....เปอร์เซนต์
- ไม่แน่ใจ (โปรctrะบุความน่าจะเป็น 41 – 60 เปอร์เซนต์).....เปอร์เซนต์
- ไม่ซื้อ (โปรctrะบุความน่าจะเป็น 21 – 40 เปอร์เซนต์).....เปอร์เซนต์
- ไม่ซื้ออย่างแน่นอน (โปรctrะบุความน่าจะเป็น 0 – 20 เปอร์เซนต์).....เปอร์เซนต์

ท่านคิดว่าท่านจะซื้อกี่ครั้ง ใน 1 สัปดาห์.....ครั้ง/สัปดาห์

ท่านคิดว่าจะซื้อ น้ำสมุนไพรหรือน้ำผลไม้สด เป็นจำนวนกี่บาทต่อมื่อ..... บาท

18. ท่านคิดว่าท่านจะซื้ออาหารคลีน (ประเภทใดก็ได้)ครั้งต่อสัปดาห์

19. การซื้ออาหารประเภทคลีนโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง ท่านคิดว่าจะซื้อเป็นจำนวนเงิน.....บาท/ครั้ง

ขอขอบคุณท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข.

ภาษีเงินได้

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไปหรือจากหน่วยงานภาษีที่มีลักษณะพิเศษ ตามที่กฎหมายกำหนดและมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยปกติจัดเก็บเป็นรายปี รายได้ที่เกิดขึ้นในปีใดๆ ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องนำไปแสดงรายการตนเองตามแบบแสดงรายการ ภาษีที่กำหนดภายในเดือนมกราคมถึงมีนาคมของปีถัดไป สำหรับผู้มีเงินได้ในบางกรณีกฎหมายยัง กำหนดให้ยื่นแบบฯ เสียภาษีตอนครึ่งปี สำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงปีแรกเพื่อเป็นการ บรรเทาภาระภาษีที่ต้องชำระ และเงินได้บางกรณี กฎหมายกำหนดให้จ่ายทำหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่าย จากเงินได้ที่จ่ายบางส่วน เพื่อให้มีการทยอยชำระภาษีขณะที่มีเงินได้เกิดขึ้นอีกด้วย

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ได้แก่ ผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีที่ผ่านมาโดยโดยมี สถานะอย่างหนึ่งอย่างใดดังนี้

1. บุคคลธรรมดา
2. ห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือคณะบุคคลที่ไม่ใช่บุคคล
3. ผู้ถึงแก่ความตายระหว่างปีภาษี
4. กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง

ตามกฎหมาย เงินได้ภาษีบุคคลธรรมดา เรียกว่า เงินได้พึงประเมิน หมายถึงเงินได้ของบุคคล ใดๆหรือภาษีใดข้างต้นที่เกิดขึ้นระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม ของปีใดๆ หรือเงินได้ที่ เกิดขึ้นในปีภาษี ได้แก่

1. เงิน
2. ทรัพย์สินที่อาจคิดคำนวณได้เป็นเงินได้รับจริง
3. ประโยชน์ที่อาจคิดคำนวณได้เป็นเงิน
4. เงินค่าภาษีอากรที่ผู้จ่ายเงินหรือผู้อื่นออกแทนได้
5. เครดิตภาษีตามที่กฎหมายกำหนด

ผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีภาษีจะต้องยื่นแบบฯก็ต่อเมื่อมีเงินได้ถึงเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่ กฎหมายกำหนด ไม่ว่าจะเมื่อคำนวณภาษีแล้วจะมีภาษีต้องชำระเพิ่มหรือไม่ก็ตาม ดังนี้

1. ผู้มีเงินได้จากการจ้างแรงงานประเภทเงินเดือน ค่าจ้างประเภทที่ได้รับในปีภาษีนั้นตั้งแต่ (1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม)
 - 1.1 กรณีไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินไม่เกิน 50,000 บาท
 - 1.2 กรณีที่มีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียว หรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกันไม่เกิน 100,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ผู้ที่มีเงินได้จากการทำธุรกิจการค้าทั่วไปที่มีใช้เกิดจากการจ้างแรงงานที่ได้รับในภยานั้น (ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม)

2.1 กรณีไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินไม่เกิน 50,000 บาท

2.2 กรณีมีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียว หรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกันไม่เกิน 60,000 บาท

3. กองมรดกของผู้ตายที่ยังไม่แบ่ง เกิน 30,000 บาท

4. ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคลเกิน 30,000 บาท

ตารางภาคผนวก 1 อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

เงินได้สุทธิตั้งแต่ (บาท)	อัตราร้อยละ
0 – 300,000	5
300,001 – 500,000	10
500,001 – 750,000	15
750,001 – 1,000,000	20
1,000,001 – 2,000,000	25
2,000,001 – 4,000,000	30
4,000,001 ขึ้นไป	35

หมายเหตุ : เงินได้สุทธิ 150,000 บาทแรก ได้รับการยกเว้นตามพ.ร.ฎ.(ฉบับที่ 470) พ.ศ. 2551

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

ภาษีป้ายร้าน

ป้ายที่ต้องเสียภาษี ได้แก่ป้ายที่ต้องแสดงชื่อ ยี่ห้อหรือเครื่องหมายที่ใช้ในการประกอบการค้า หรือประกอบกิจการอื่น เพื่อหารายได้หรือโฆษณาการค้า หรือกิจการอื่นเพื่อหารายได้ ไม่ว่าจะได้ แสดงหรือโฆษณาไว้ในวัตถุใดๆ ด้วยตัวอักษร ภาพ หรือเครื่องหมายที่เขียน แกะสลัก หรือปรากฏ ด้วยวิธีอื่น

ผู้ที่มีหน้าที่เสียภาษี

ผู้ที่มีหน้าที่เสียภาษี คือเจ้าของป้าย แต่ในกรณี ไม่มีผู้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีป้าย (ภ.ป.1) สำหรับป้ายใดเมื่อเจ้าหน้าที่ไม่อาจหาตัวเจ้าของป้ายได้ ให้ถือว่าผู้ครองป้ายนั้นมีหน้าที่เสียภาษีป้าย ถ้าไม่อาจหาตัวผู้ครองป้ายนั้นได้ถือว่าเจ้าของหรือผู้ครอบครองอาคาร หรือที่ดินที่ป้ายนั้นติดตั้ง หรือแสดงอยู่เป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีป้ายตามลำดับและให้พนักงานเจ้าหน้าที่แจ้งการประเมินภาษี เป็นหนังสือไปยังบุคคลดังกล่าว

กำหนดระยะเวลาให้ยื่นแบบแสดงรายการ

ให้เจ้าของป้ายซึ่งต้องเสียภาษี ยื่นแบบแสดงรายการภาษีป้าย (ภ.ป.1) ณ ฝ่ายรายได้สำนักงาน เขตซึ่งป้ายนั้นติดตั้ง ภายในเดือนมีนาคมของทุกปี ป้ายที่ติดตั้งใหม่หรือมีการเปลี่ยนแปลงหลังจาก เดือนมีนาคมให้ยื่นแบบภายใน 15 วัน นับแต่วันติดตั้งหรือแสดงป้าย หรือนับตั้งแต่วันเปลี่ยนแปลง แก้ไขแล้วแต่กรณีให้เจ้าของป้ายมีหน้าที่เสียภาษีโดยเสียเป็นรายปี ยกเว้นป้ายที่เริ่มติดตั้งหรือแสดง ในปีแรกให้เสียภาษีป้ายตั้งแต่วันเริ่มติดตั้ง หรือแสดงจนถึงวันสิ้นปี และคิดภาษีป้ายเป็นรายงวด 3 เดือนของปี โดยเริ่มเสียภาษีป้ายตั้งแต่งวดที่ติดตั้งป้ายจนถึงงวดสุดท้ายของปี ในกรณี เจ้าของอยู่ต่างประเทศ ให้ตัวแทนหรือผู้แทนในประเทศมีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีป้ายแทน เจ้าของป้าย ถ้าเจ้าของตายหรือไม่อยู่เป็นคนที่สาบสูญ เป็นคนไร้ความสามารถเสมือนไร้ ความสามารถให้ผู้จัดการมรดก ผู้ครอบครองทรัพย์สินมรดกไม่ว่าจะเป็นทายาทหรือผู้อื่น ผู้จัดการ ทรัพย์สิน ผู้อนุบาล หรือผู้พิทักษ์แล้วแต่กรณีมีหน้าที่ปฏิบัติการแทนเจ้าของป้าย เจ้าของป้ายผู้ใด

1. ติดตั้งหรือแสดงป้ายอันต้องเสียภาษีภายหลังเดือนมีนาคม ให้เสียเป็นรายงวด
2. ติดตั้งหรือแสดงป้ายใหม่แทนป้ายเดิม และมีพื้นที่ ข้อความ ภาพ และเครื่องหมายอย่าง เดียวกับป้ายเดิมได้เสียภาษีป้ายแล้ว ป้ายชำรุดไม่ต้องชำระ เฉพาะปีที่ติดตั้ง
3. เปลี่ยนแปลงแก้ไขพื้นที่ป้าย ข้อความ ภาพ หรือเครื่องหมายบางส่วนในป้ายที่ได้เสียภาษี ป้ายแล้ว อันเป็นเหตุให้ต้องเสียภาษีป้ายเพิ่ม ป้ายที่เพิ่มข้อความชำระตามประเภทป้าย เฉพาะส่วนที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพิ่มป้ายที่ลดขนาดไม่ต้องคืนเงินภาษีในส่วนที่ลด ถ้าเปลี่ยนขนาดต้องชำระใหม่ให้เจ้าของป้ายขึ้นแบบแสดงรายการภาษีป้ายต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ภายใน 15 วัน นับตั้งแต่วันที่ติดหรือแสดงป้าย หรือนับตั้งแต่วันที่เปลี่ยนแปลง แก้ไขข้อความภาพ หรือเครื่องหมายป้ายเดิมแล้วแต่กรณี

ฐานภาษีและอัตราภาษี

ฐานภาษีและอัตราภาษี คือเนื้อที่ของป้ายและประเภทของป้ายรวมกัน ถ้าเป็นป้ายที่มีขอบเขตกำหนดได้ การคำนวณพื้นที่ป้ายให้เอาส่วนกว้างที่สุด คูณ ส่วนยาวที่สุด เป็นขอบเขตของป้าย ถ้าเป็นป้ายที่ไม่มีขอบเขตกำหนดได้ ให้ถือเอาตัวอักษร ภาพ หรือเครื่องหมายที่อยู่ริมสุดเป็นขอบเขตสำหรับกำหนดส่วนกว้างที่สุดและยาวที่สุด และคำนวณเป็นตารางเซนติเมตร เศษของ 500 ตารางเซนติเมตรถ้าเกินครึ่งให้นับเป็น 500 ตารางเซนติเมตร ถ้าต่ำกว่าปัดทิ้ง ประกอบกับประเภทของป้าย จำนวนคำนวณเป็นค่าภาษีป้ายที่ต้องชำระ โดยกำหนดอัตราภาษีป้ายดังนี้

1. ป้ายที่มีอักษรไทยล้วน คิดอัตรา 3 บาท ต่อ 500 ตารางเซนติเมตร
2. ป้ายที่มีอักษรไทยปนกับอักษรภาษาต่างประเทศ หรือปนกับภาพ และเครื่องหมายอื่นให้คิดอัตรา 20 บาท ต่อ 500 ตารางเซนติเมตร
3. ป้ายดังต่อไปนี้ ให้คิดอัตรา 40 บาท ต่อ 500 ตารางเซนติเมตร
 - 3.1 ป้ายไม่มีอักษรไทย ไม่ว่าจะมียภาพหรือเครื่องหมายใดหรือไม่
 - 3.2 ป้ายที่มีอักษรไทยบางส่วนหรือทั้งหมดต่ำกว่าอักษรต่างประเทศ
4. ป้ายที่เปลี่ยนแปลงแก้ไขพื้นที่ป้าย ข้อความ ภาพ หรือเครื่องหมายบางส่วนในป้ายที่ได้เสียภาษีแล้ว อันเป็นเหตุให้ต้องเสียภาษีป้ายเพิ่มขึ้นให้คิดอัตราตามข้อ 1 , 2 และ 3 และแต่กรณีและให้เสียเฉพาะจำนวนเงินภาษีที่เพิ่มขึ้น
5. ป้ายทุกประเภทเมื่อคำนวณพื้นที่ของป้ายแล้ว ถ้ามีอัตราต้องเสียภาษีต่ำกว่าป้ายละ 200 บาท ให้เสียภาษีป้ายละ 200 บาท

ขั้นตอนการยื่นเสียภาษี

ให้ผู้ที่มีหน้าที่เสียภาษีป้ายสามารถขอรับแบบแสดงรายการภาษีป้าย (ภ.ป.1) ได้ที่สำนักงานเขตโดยไม่คิดมูลค่า กรอกรายละเอียดในแบบ (ภ.ป.1) ตามความเป็นจริงครบถ้วน ลงลายมือชื่อของตนพร้อมวันเดือนปีเกิด ส่งคืนพนักงานเจ้าหน้าที่ ในท้องที่ที่ป้ายนั้น ได้ติดตั้งหรือแสดงไว้ ทั้งนี้จะนำส่งด้วยตนเองหรือ มอบหมายให้ผู้อื่นส่งแทน หรือส่งทางไปรษณีย์ลงทะเบียนก็ได้ ให้เจ้าของป้ายหรือผู้มีหน้าที่เสียภาษีป้าย หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายยื่นแบบแสดงรายการภาษีป้ายต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ที่สำนักงานเขตที่ป้ายนั้นติดตั้งหรือแสดงอยู่ สำหรับป้ายที่แสดงไว้บนยานพาหนะที่ต้องเสียภาษีให้ยื่น ณ สำนักงานเขตซึ่งการจดทะเบียนยานพาหนะได้กระทำในท้องที่นั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การชำระภาษีป้าย

ผู้รับประเมินได้รับหนังสือแจ้งการประเมินภาษี (ภ.ป.3) ให้ชำระเงินภายใน 15 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับแจ้งการประเมิน โดยชำระภาษีได้ที่สำนักงานเขต ซึ่งป้ายนั้นตั้งอยู่หรือที่กองการเงิน สำนักการคลัง ศาลว่าการกรุงเทพมหานคร(เสาชิงช้า) การชำระภาษีป้ายจะกระทำโดยส่งธนาคัติ หรือตัวแลกเงินของธนาคารที่ส่งจ่ายแก่กรุงเทพมหานครได้ โดยส่งทางไปรษณีย์ลงทะเบียน และให้ถือว่าวันที่ได้ทำการส่งดังกล่าวเป็นวันชำระภาษีป้าย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ง.

การคำนวณทางด้านการเงิน

การคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

ตารางภาคผนวกที่ 2 การคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (บาท)

ปี	กระแสเงินสดสุทธิ
1	602,432
2	639,604
3	678,893
4	720,270
5	1,063,758
รวม	3,704,957

โครงการมีการลงทุนเริ่มแรกเท่ากับ 998,890 บาท จากตารางพบว่าระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ในช่วง 1 ถึง 2 ปี แต่เนื่องจากโครงการต้องการทราบระยะเวลาคืนทุนอย่างละเอียดจึงคำนวณโดย

$$[(998,890 - 603,432) \times 365] / 639,604 = 226.24 \text{ วัน}$$

ดังนั้นระยะเวลาคืนทุนของโครงการนี้เท่ากับ 1 ปี 7 เดือน 17 วัน

การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR)

ตารางภาคผนวกที่ 3 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ

ปี	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลดที่ 60%	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	อัตราคิดลดที่ 61%	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
1	602,432	0.63	379,532	0.62	373,508
2	639,604	0.39	249,446	0.39	249,446
3	678,893	0.24	162,934	0.24	162,934
4	720,270	0.15	108,041	0.15	108,041
5	1,063,758	0.10	106,376	0.09	95,738
รวม	3,704,957	-	1,006,328	-	989,666

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางพบว่าอัตราคิดลดที่แท้จริงมีค่าอยู่ระหว่างอัตราคิดลดที่ร้อยละ 60 กับ 61 สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\text{อัตราคิดลดที่ } 60\% \text{ มี } NPV = 1,006,328 - 998,890 = 7,438$$

$$\text{อัตราคิดลดที่ } 61\% \text{ มี } NPV = 989,666 - 998,890 = -9,224$$

$$\text{อัตราคิดลดต่างกัน} = \text{ร้อยละ } 1$$

$$\begin{aligned} IRR &= 60 + (1) \frac{7,438}{7,438 - (-9,224)} \\ &= 60 + (1)(0.45) \\ &= 60 + 0.45 \end{aligned}$$

ดังนั้น อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ ร้อยละ 60.45 ซึ่งมีค่ามากกว่าอัตราคิดลดร้อยละ 12 แสดงว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (BCR)

เมื่อพิจารณาผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการเท่ากับร้อยละ 12 และจากการประมาณการกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ ได้อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน คือ

$$BCR = \frac{7,968,666}{6,545,306} = 1.22 \text{ เท่า}$$

ดังนั้น ผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 1.22 เท่า ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าโครงการให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินที่ลงทุน

การทดสอบหาค่าความแปรเปลี่ยน (Switching value test: SVT)

กรณีที่ 1 ต้นทุนสามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละเท่าไรจึงจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ ศูนย์ (ดังตารางผนวกที่ 4)

ตารางผนวกที่ 4 มูลค่าปัจจุบันของต้นทุน

ปีที่	กระแสเงินสดจ่าย	อัตราคิดลดที่ 12 %	มูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่าย (PVC)
0	(998,890)	1	998,890
1	1,419,938	0.893	1,268,005
2	1,483,916	0.797	1,182,681
3	1,550,817	0.712	1,104,182
4	1,620,950	0.636	1,030,924
5	1,694,222	0.567	960,624
รวม	-	-	6,545,306

ซึ่งสามารถคำนวณได้จาก

$$SVT_C = \frac{1,423,360}{6,545,306} \times 100 = 21.75$$

ดังนั้น ต้นทุนของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้ ร้อยละ 21.75

กรณีที่ 2 ผลตอบแทนสามารถลดลงได้ร้อยละเท่าไรจึงจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับศูนย์ (ดังตารางผนวกที่ 5)

ตารางผนวกที่ 5 มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน

ปี	กระแสเงินสดรับ	อัตราคิดลด 12 %	PVB
0	0	1	0
1	2,022,370	0.893	1,805,976
2	2,123,520	0.797	1,692,445
3	2,229,710	0.712	1,587,554
4	2,341,220	0.636	1,489,016
5	2,457,980	0.567	1,393,675
รวม	-	-	7,968,666

ซึ่งสามารถคำนวณได้จาก

$$SVT_B = \frac{1,423,360}{7,968,666} \times 100 = 17.86$$

ดังนั้น ผลตอบแทนของโครงการ สามารถลดลงได้ร้อยละ 17.86

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้