

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาคือความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน จากนั้นนำผลการวิเคราะห์ที่ได้ไปจัดทำงบการเงินล่วงหน้าเพื่อประเมินผลโครงการลงทุนต่อไป

การศึกษาด้านการตลาด

การศึกษาด้านการตลาด ทำให้ทราบข้อมูลการพยากรณ์ยอดขาย ค่าใช้จ่ายในการตลาด ซึ่งผลจากการคาดคะเนเป็นข้อมูลในการจัดทำงบการเงินล่วงหน้าเพื่อใช้ประโยชน์ในการประเมินผลและตัดสินใจลงทุน โดยพิจารณาประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์สถานะตลาด
2. การพยากรณ์ความต้องการของตลาด
3. การประมาณการยอดขายสินค้า
4. การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด

1. การวิเคราะห์สถานะตลาด

การวิเคราะห์สถานะตลาด ดำเนินการโดยการศึกษาสภาพแวดล้อม 7 ด้าน ดังนี้

1.1 สภาพเศรษฐกิจ

ข้อมูลจากสำนักงานจังหวัดสมุทรสาครในปี 2553 พบว่าสภาพเศรษฐกิจของจังหวัดสมุทรสาครขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยจังหวัดสมุทรสาครมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) เท่ากับ 315,473 ล้านบาทเป็นอันดับที่ 6 ของประเทศ และประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี (GPP Per Capita) เท่ากับ 564,488 บาท เป็นอันดับที่สองของประเทศ (รองจากจังหวัดระยอง) โดยโครงสร้างทางเศรษฐกิจหลักของจังหวัดสมุทรสาครขึ้นอยู่กับภาคอุตสาหกรรม 267,514 ล้านบาท (ร้อยละ 84.80) และภาคเกษตรกรรม 8,747 ล้านบาท (ร้อยละ 2.77)

ส่วนภาคการค้าและบริการนั้น ภาวะการค้าและบริการโดยรวมขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา เนื่องจากจังหวัดมีการจัดงานเทศกาลกินกุ้ง งานมหาชัยซีฟู้ดส์แอนด์เทรดแฟร์ และเทศกาลอาหารทะเล นอกเหนือจากเทศกาลประจำปีทั่วไป เช่น เทศกาลปีใหม่ ตรุษจีน ฯลฯ ทำ

ให้ธุรกิจการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ร้านอาหาร ของฝาก และสถานบันเทิง มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับธุรกิจการให้บริการสินเชื่อ และการจำหน่ายรถยนต์ขนาดเล็กขยายตัวสูงขึ้น

การใช้จ่ายของภาครัฐ มีเงินรายได้แผ่นดินเพิ่มขึ้นจากปี 2548 ร้อยละ 19.52 ส่วนเงินรายจ่ายตามงบประมาณ เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.60 ปริมาณเงินของสาขาธนาคารพาณิชย์ ในจังหวัดสมุทรสาคร มียอดเงินฝากเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.53 เนื่องจากประชาชนขาดความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจจากความผันผวนทางการเมือง จึงใช้จ่ายและลงทุนน้อยลง แต่เก็บออมมากขึ้น

ดัชนีราคาผู้บริโภคจังหวัดสมุทรสาครเฉลี่ยทั้งปี 2549 เท่ากับ 111.7 เทียบกับปี 2548 สูงขึ้นร้อยละ 4.0 (ปี 2548 เทียบกับปี 2547 สูงขึ้นร้อยละ 2.8) ทั้งนี้จากการสูงขึ้นของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าโดยสารสาธารณะ สุราและยาสูบ ทำให้ดัชนีราคาหมวดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่มสูงขึ้นร้อยละ 3.8 หมวดอาหารและเครื่องดื่มสูงขึ้นร้อยละ 4.3 จากการสูงขึ้นของดัชนีราคาผักสด อาหารสำเร็จรูป และเครื่องดื่ม ไม่มีแอลกอฮอล์

1.2 สภาพสังคม

จังหวัดสมุทรสาคร มีสภาพสังคมแบบกึ่งชนบทกึ่งเมือง ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองส่วนใหญ่จะตั้งบ้านเรือนกระจุกตัวอยู่ริมถนนสายหลักและสายรอง มีลักษณะครอบครัวเดี่ยว ในชนบทตั้งบ้านเรือนกระจายตามริมแม่น้ำ ลำคลอง ประชากรส่วนใหญ่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน และเชื้อสายรามัญ

ข้อมูลจากสำนักงานจังหวัดสมุทรสาครในปี 2553 พบว่ายอดรวมประชากรทั้ง 3 อำเภอที่สำรวจ ณ เดือนธันวาคม 2551 จำนวน 478,146 คน (220,469 ครอบครัว) ชาย 231,803 คน หญิง 246,343 คน อำเภอที่มีประชากรมากที่สุด คือ อำเภอเมืองสมุทรสาคร 237,405 คน รองลงมา คือ อำเภอกระทุ่มแบน 149,201 คน และอำเภอบ้านแพ้ว 91,900 คน ความหนาแน่นของประชากรเท่ากับ 538 คน ต่อตารางกิโลเมตร

1.3 นโยบายและการส่งเสริมของภาครัฐ

ข้อมูลจากสำนักงานจังหวัดสมุทรสาครในปี 2553 เรื่องแผนพัฒนาจังหวัด พ.ศ. 2553 - พ.ศ. 2556 พบว่าจากสภาพทั่วไปและการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้เปรียบจากจุดแข็งและโอกาสที่จังหวัดมีอยู่ รวมถึงการประเมินข้อจำกัดที่ได้รับจากภาวะคุกคามและสิ่งที่ยังเป็นจุดอ่อนบางประการของจังหวัด นำไปสู่การพิจารณาศักยภาพการพัฒนาที่มีอยู่ของจังหวัด และการพิจารณาถึงความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์และทิศทางของการพัฒนาประเทศ จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาและประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญไว้ ดังนี้

“เป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารทะเลเพื่อความเป็นหนึ่งในฐานะครัวของโลก เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเล็กละใหม่ ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่อาศัย”

ความหมายของวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้มีประเด็นสำคัญที่เป็นแนวทางการพัฒนาจังหวัด 3 ประการคือ

1. การเป็นครัวของโลกในด้านอาหารทะเลและการเกษตร โดยพิจารณาจากศักยภาพในด้านการส่งออกสินค้าอาหารทะเลแปรรูปที่จัดอยู่ในอันดับต้นของประเทศ และยังมีโอกาสในการพัฒนาคุณภาพและการส่งเสริมการส่งออกให้เป็นอันดับหนึ่งของประเทศ

2. การเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ โดยพิจารณาจากจุดแข็งทางภูมิประเทศที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ทางธรรมชาติ ลำคลองทะเล และมีอาหารทะเลที่มีคุณภาพดี สด อร่อย ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ

3. การพัฒนาสภาพแวดล้อมเมืองให้เป็นเมืองที่น่าอยู่อาศัย โดยพิจารณาจากปัญหาในด้านสิ่งแวดล้อมของจังหวัดที่เกิดขึ้นจากการประกอบการ และพฤติกรรมการอยู่อาศัยของประชาชน โดยปรับปรุงและพัฒนาให้เป็นเมืองที่น่าอยู่อาศัยและเป็นที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

จากวิสัยทัศน์ของจังหวัดข้างต้น เพื่อให้การพัฒนาจังหวัดเป็นไปตามกรอบวิสัยทัศน์ของจังหวัด จังหวัดสมุทรสาครจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด ซึ่งมีการจัดทำยุทธศาสตร์ภายใต้การมองถึงปัญหา จุดอ่อน จุดแข็ง และโอกาส ของจังหวัด โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์หลักที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 เป็นครัวของโลกด้านอาหารทะเล การเกษตร

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสภาพแวดล้อมให้เป็นเมืองที่น่าอยู่

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาระบบบริหารงานให้มีความเป็นเลิศ

จากสภาพเศรษฐกิจ สภาพสังคม นโยบายและการส่งเสริมของภาครัฐของจังหวัดสมุทรสาคร เป็นส่วนให้เกิดโอกาสในการเปิดร้านค้าเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร มีความเป็นไปได้มากยิ่งขึ้น

1.4 โอกาสของร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

จากการศึกษาและการสัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

1. นโยบายและการส่งเสริมของภาครัฐ การเป็นครัวของโลกในด้านอาหารทะเลและการเกษตร โดยพิจารณาจากศักยภาพในด้านการส่งออกสินค้าอาหารทะเลแปรรูปที่จัดอยู่ในอันดับต้นของประเทศ และยังมีโอกาสในการพัฒนาคุณภาพและการส่งเสริมการส่งออกให้เป็นอันดับหนึ่งของประเทศ

2. นโยบายและการส่งเสริมของภาครัฐ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ โดยพิจารณาจากจุดแข็งทางภูมิประเทศที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร มีแหล่งท่องเที่ยวทาง

ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ทางธรรมชาติ ล้ำคลองทะเล และมีอาหารทะเลที่มีคุณภาพดี สด อร่อย ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ

3. สภาพเศรษฐกิจของจังหวัดสมุทรสาครขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยจังหวัดสมุทรสาคร มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) เท่ากับ 315,473 ล้านบาทเป็นอันดับที่ 6 ของประเทศ

4. ร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาครมีน้อย และยังไม่สามารถตอบสนองต่ออุปสงค์ได้ทั้งหมด

5. ท่าเลที่ตั้งจังหวัดสมุทรสาครตั้งอยู่ในกลุ่มที่เป็นศูนย์กลางของธุรกิจโต๊ะจีนในภาคตะวันตก ซึ่งเป็นแหล่งซื้อวัตถุดิบ มีการคมนาคมที่สะดวก

1.5 อุปสรรคของร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

จากการศึกษาและการสัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

1. ประชาชนขาดความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจจากความผันผวนทางการเมือง จึงใช้จ่ายและลงทุนน้อยลง แต่เก็บออมมากขึ้น

2. ผู้บริโภคบางส่วนในจังหวัดได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคจากเดิมที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ค้าส่ง ไปซื้อสินค้าจากซูเปอร์มาเก็ตขนาดใหญ่ เช่น แม็คโคร โลตัส

1.6 จุดแข็งของร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

จากการศึกษาและการสัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

1. ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในจังหวัดสมุทรสาคร ยังไม่มีสินค้าเครื่องปรุงอาหารจีนจำหน่ายอย่างครบวงจร มีเพียงบางส่วนเท่านั้น เป็นช่องว่างทางการตลาดที่มีอยู่ ทำให้สามารถมีร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาครได้

2. ผู้ศึกษามีความรู้ ความชำนาญเครื่องปรุงอาหารจีนเป็นอย่างดี และเป็นผู้ผลิตสินค้าเครื่องปรุงอาหารจีนบางชนิดด้วย

1.7 จุดอ่อนของร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

จากการศึกษาและการสัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

1. ร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนเป็นธุรกิจเฉพาะเจาะจง หมายถึงธุรกิจอาหารจีนเพียงอย่างเดียว ทำให้ไม่สามารถขยายจำหน่ายเป็นสินค้าชนิดอื่นที่ไม่ใช่อาหารจีน

2. ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้าว่ามีร้านค้าเครื่องปรุงอาหารจีนจำหน่ายในอำเภอเมืองสมุทรสาครอย่างครบวงจร

2. การพยากรณ์ความต้องการของตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ได้สำรวจตลาดโดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่แจกให้แก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 217 ชุด ผลการสำรวจตลาดแบ่งออกเป็นสี่ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการสำรวจตลาดทั้งสี่ส่วนนี้จะใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดส่วนประสมทางการค้าปลีก การพยากรณ์ยอดขายและคาดคะเนค่าใช้จ่ายด้านการตลาดของโครงการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 2 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	157	72.4
หญิง	60	27.6
รวม	217	100.0

จากข้อมูลในตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 72.4 และเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 27.6

ตารางที่ 3 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	6	2.8
21 - 30 ปี	48	22.1
31 - 40 ปี	18	8.3
41 - 50 ปี	110	50.7
51 - 60 ปี	21	9.7
61 ปีขึ้นไป	14	6.5
รวม	217	100.0

จากข้อมูลในตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.1

ตารางที่ 4 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	6	2.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	73	33.6
อนุปริญญา / ปวส.	20	9.2
ปริญญาตรี	90	41.5
สูงกว่าปริญญาตรี	28	12.9
รวม	217	100.0

จากข้อมูลในตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.5 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. คิดเป็นร้อยละ 33.6 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ตำแหน่งในสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของสถานประกอบการ	140	64.5
พนักงานแผนกจัดซื้อ	33	15.2
พนักงานแผนกทั่วไป	14	6.5
พ่อครัว / กู้ก / เซฟ	21	9.7
อื่นๆ	9	4.1
รวม	217	100.0

จากข้อมูลในตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่งในสถานประกอบการเป็นเจ้าของสถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาเป็นพนักงานแผนกจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 15.2

ตารางที่ 6 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสถานประกอบการ

ประเภทสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหาร	143	65.9
ภัตตาคารจีน	12	5.5
โรงแรม	20	9.2
ธุรกิจรับจัดโต๊ะจีน	42	19.4
รวม	217	100.0

จากข้อมูลในตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 65.9 รองลงมาเป็นธุรกิจรับจัดโต๊ะจีน คิดเป็นร้อยละ 19.4

ตารางที่ 7 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50,000 บาท	18	8.3
50,001 - 100,000 บาท	20	9.2
100,001 - 200,000 บาท	21	9.7
200,001 - 300,000 บาท	40	18.4
300,001 - 400,000 บาท	64	29.5
400,001 - 500,000 บาท	13	6.0
500,001 - 600,000 บาท	29	13.4
มากกว่า 600,000 บาท	12	5.5
รวม	217	100.0

จากข้อมูลในตารางที่ 7 พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสถานประกอบการ มากที่สุดได้แก่ 300,001 - 400,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาคือ 200,001 - 300,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.4 และรายได้ 500,001 - 600,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.4 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 8 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการตอบสนองความต้องการในการซื้อครบถ้วนหรือไม่

การตอบสนองความต้องการในการซื้อครบถ้วน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ครบถ้วน	203	93.5
ครบถ้วน	14	6.5
รวม	217	100.0

จากข้อมูลในตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าปัจจุบันร้านค้าเครื่องปรุงในครัวจีนที่มีอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร สามารถตอบสนองความต้องการในการซื้อของท่านไม่ครบถ้วนจำนวน 203 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.5 และครบถ้วนจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตารางที่ 9 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ครบถ้วน

สาเหตุที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ครบถ้วน*	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีสินค้าที่ตรงกับความต้องการ	133	61.3
มีสินค้าให้เลือกน้อย	56	25.8
ราคาสูงกว่าที่อื่น	93	42.9
ที่จอดรถไม่สะดวก	34	15.7
ทำเลที่ตั้งของร้าน ไปมาไม่สะดวก	13	6.0
การบริการไม่ดี	12	5.5

* หมายถึง ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากข้อมูลในตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าสาเหตุที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ครบถ้วนเพราะว่าไม่มีสินค้าที่ตรงกับความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาคือราคาสูงกว่าที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 42.9 และมีสินค้าให้เลือกน้อย คิดเป็นร้อยละ 25.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนกี่ครั้งต่อเดือน

จำนวนครั้งที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ครั้ง	72	33.2
2-3 ครั้ง	102	47.0
4-5 ครั้ง	28	12.9
มากกว่า 6 ครั้ง	15	6.9
รวม	217	100.0

จากข้อมูลในตารางที่ 10 พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนครั้งที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนมากที่สุดคือ 2-3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคือน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 33.2 และ 4-5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 12.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย

จำนวนเงินที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1,000 บาท	24	11.1
1,001 - 2,500 บาท	67	30.9
2,501 - 4,000 บาท	55	25.3
4,001 - 5,500 บาท	35	16.1
5,501 - 7,000 บาท	22	10.1
มากกว่า 7,001 บาท	14	6.5
รวม	217	100.0

จากข้อมูลในตารางที่ 11 พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนในแต่ละครั้งมากที่สุดคือจำนวนเงินโดยเฉลี่ย 1,001-2,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมาคือจำนวนเงินโดยเฉลี่ย 2,501-4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.3 และจำนวนเงินโดยเฉลี่ย 4,001-5,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนมากที่สุด

สถานที่ที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารจีน	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดสดอำเภอเมือง	80	36.9
ตลาดสดอำเภอบ้านแพ้ว	4	1.8
ตลาดสดอำเภอกระทุ่มแบน	13	6.0
ตลาดเขาวราช	107	49.3
ตลาดนครปฐม	10	4.6
ห้างสรรพสินค้า เช่น แม็คโคร	3	1.4
รวม	217	100.0

จากข้อมูลในตารางที่ 12 พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานที่ที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนมากที่สุดคือตลาดเขาวราช คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือตลาดสดอำเภอเมือง คิดเป็นร้อยละ 36.9

ตารางที่ 13 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่สะดวกใช้บริการในกรณีเปิดบริการร้านใหม่

สถานที่ที่สะดวกใช้บริการในอำเภอเมือง	จำนวน	ร้อยละ
ทางเข้าอำเภอเมืองซอยบขส.เก่า (ไม่ติดกับตลาด ที่จอดรถสะดวก)	140	64.5
ในตลาดมหาชัยซอยธนาคารกรุงเทพ (ติดกับตลาด ที่จอดรถไม่สะดวก)	68	31.3
ในตลาดมหาชัย (ในตลาด ที่จอดรถไม่สะดวก)	9	4.1
รวม	217	100.0

จากข้อมูลในตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าทำเลสถานที่ตั้งในอำเภอเมืองที่สะดวกใช้บริการคือทางเข้าเมืองซอย บขส.เก่า คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาคือในตลาดมหาชัย ซอยธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 31.3

ตารางที่ 14 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาสะดวกซื้อ

ช่วงเวลาที่ท่านสะดวกซื้อเครื่องปรุงอาหารจีน	จำนวน	ร้อยละ
5.00 - 7.00 น.	33	15.2
7.00 - 9.00 น.	35	16.1
9.00 - 11.00 น.	41	18.9
11.00 - 13.00 น.	33	15.2
13.00 - 15.00 น.	39	18.0
15.00 - 17.00 น.	36	16.6
รวม	217	100.0

จากข้อมูลในตารางที่ 14 พบว่าช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างสะดวกซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนเฉลี่ยทุกช่วงเวลาใกล้เคียงกันคือตั้งแต่ 05.00 - 17.00 น.

ตารางที่ 15 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการคิดว่าจะใช้บริการเมื่อเปิดร้านค้าเครื่องปรุงอาหารจีนครบวงจรที่จะเปิดใหม่ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

คิดว่าจะใช้บริการเมื่อเปิดร้านค้าเครื่องปรุงอาหารจีน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการ	174	80.2
ไม่ใช้บริการ	43	19.8
รวม	217	100.0

จากข้อมูลในตารางที่ 15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าจะใช้บริการเมื่อเปิดร้านค้าเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร คิดเป็นร้อยละ 80.2 และไม่ใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 19.8

ตารางที่ 16 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการให้บริการเพิ่มขึ้นกี่ครั้งต่อเดือน

จำนวนครั้งที่ให้บริการเพิ่มขึ้นต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้บริการ	43	19.8
1 ครั้ง	65	30.0
2-3 ครั้ง	87	40.1
4-5 ครั้ง	15	6.9
มากกว่า 6 ครั้ง	7	3.2
รวม	217	100.0

จากข้อมูลในตารางที่ 16 พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนครั้งที่ให้บริการเพิ่มขึ้นมากที่สุดคือ 2-3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 40.1 รองลงมาคือจำนวน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และไม่ใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 19.8

ตารางที่ 17 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการเพิ่มพิเศษ

ความต้องการเพิ่มบริการพิเศษ*	จำนวน	ร้อยละ
บริการใบแสดงรายการสินค้าและใบเสนอราคาผ่านเครื่องโทรสาร	33	15.2
บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านเครื่องโทรสาร	44	20.3
บริการส่งสินค้าถึงสถานประกอบการ	127	80.2
บริการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	36	16.6
บริการแนะนำสินค้าใหม่	82	37.8

* หมายถึง ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ

จากข้อมูลในตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการเพิ่มบริการพิเศษ คือบริการส่งสินค้าถึงสถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 80.2

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนของกลุ่มตัวอย่าง

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 18 ตารางแสดงคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
1. สินค้ามีคุณภาพ สด ใหม่	4.14	มาก
2. จำหน่ายสินค้าตรงกับความต้องการและหลากหลาย	4.07	มาก
3. สามารถแลกเปลี่ยนสินค้า ในกรณีด้อยคุณภาพ	3.93	มาก

จากข้อมูลในตารางที่ 18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก คือ ปัจจัยสินค้ามีคุณภาพ สด ใหม่ ปัจจัยจำหน่ายสินค้าตรงกับความต้องการ และหลากหลาย ปัจจัยสามารถแลกเปลี่ยนสินค้า ในกรณีด้อยคุณภาพ

2. ปัจจัยด้านราคา

ตารางที่ 19 ตารางแสดงคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีน

ปัจจัยด้านราคา	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
1. คุณภาพเหมาะสมกับราคา	4.21	มาก
2. มีส่วนลดราคาในโอกาสพิเศษ	3.71	มาก

จากข้อมูลในตารางที่ 19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก คือ ปัจจัยคุณภาพเหมาะสมกับราคา ปัจจัยมีส่วนลดในโอกาสพิเศษ

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 20 ตารางแสดงคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
1. มีระบบการชำระเงินที่ทันสมัย ถูกต้อง รวดเร็ว	4.14	มาก
2. สถานที่จอดรถสะดวกสบาย	3.71	มาก
3. ท่าเลที่ตั้งใกล้ตลาดสด	3.57	มาก
4. ท่าเลที่ตั้งร้านไปมาได้สะดวก	3.50	มาก
5. ติดเครื่องปรับอากาศเพื่อให้ร้านเย็นสบาย	3.50	มาก
6. ตกแต่งร้านสวยงาม บรรยากาศน่าเข้า	3.43	ปานกลาง
7. มีสัญลักษณ์ประจำร้านที่สะดุดตา จดจำง่าย	3.36	ปานกลาง
8. บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านเครื่องโทรสาร	3.14	ปานกลาง
9. การวางผังร้าน เป็นหมวดหมู่ และมีระเบียบ	3.07	ปานกลาง

จากข้อมูลในตารางที่ 20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก คือ มีระบบการชำระเงินที่ทันสมัย ถูกต้อง รวดเร็ว ปัจจัยสถานที่จอดรถสะดวกสบาย ปัจจัยท่าเลที่ตั้งใกล้ตลาดสด ปัจจัยท่าเลที่ตั้งร้านไปมาได้สะดวก ปัจจัยติดเครื่องปรับอากาศเพื่อให้ร้านเย็นสบาย ในระดับปานกลางคือ ปัจจัยตกแต่งร้านสวยงาม

บรรยากาศน่าเข้า ปัจจัยมีสัญลักษณ์ประจำร้านที่สะดุดตา จดจำง่าย ปัจจัยบริการสั่งซื้อสินค้าผ่านเครื่องโทรสาร ปัจจัยการวางผังร้าน เป็นหมวดหมู่ และมีระเบียบ

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 21 ตารางแสดงคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
1. พนักงานมีความรู้ ให้คำแนะนำได้	4.00	มาก
2. บริการส่งสินค้าถึงสถานประกอบการ	3.86	มาก
3. บริการแนะนำสินค้าใหม่	3.64	มาก
4. ลดราคาให้สำหรับสมาชิก	3.57	มาก
5. ทำบัตรสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่าง ๆ	3.50	มาก
6. บริการโบแสนราคาผ่านเครื่องโทรสาร	3.14	ปานกลาง
7. บริการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.07	ปานกลาง
8. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุท้องถิ่น	2.64	ปานกลาง

จากข้อมูลในตารางที่ 21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในระดับมาก คือ ปัจจัยพนักงานมีความรู้ ให้คำแนะนำได้ ปัจจัยบริการส่งสินค้าถึงสถานประกอบการ ปัจจัยบริการแนะนำสินค้าใหม่ ปัจจัยลดราคาให้สำหรับสมาชิก ปัจจัยทำบัตรสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่าง ๆ ในระดับปานกลางคือ ปัจจัยบริการโบแสนราคาผ่านเครื่องโทรสาร ปัจจัยบริการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ปัจจัยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุท้องถิ่น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนของกลุ่มตัวอย่าง

จากการตอบแบบสอบถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในลักษณะเดียวกันจนสามารถสรุปได้ดังนี้

1. วิธีการใช้สินค้าอย่างไร จำนวน 5 ชุด
2. วิธีการเก็บรักษาสินค้าอย่างไร จำนวน 8 ชุด

แนวคิดในการพยากรณ์ความต้องการของตลาดของร้านค้าเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จะใช้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มลูกค้าตัวอย่าง 217 คน ในการประมาณการมูลค่าตลาดโดยรวม (Total Market Size) ของธุรกิจร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ดังนี้

ประมาณการมูลค่าตลาดโดยรวม (Total Market Size)

จากการตอบแบบสอบถามได้นำข้อมูลตารางที่ 10 ตารางแสดงการซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนที่ครั้งต่อเดือน และตารางที่ 11 ตารางแสดงจำนวนเงินที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนในแต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย จากข้อมูลทั้งสองจะนำไปคำนวณหามูลค่าตลาดโดยรวมดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 ตารางแสดงจำนวนเงินที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนโดยเฉลี่ยต่อหนึ่งครั้งและจำนวนครั้งที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนต่อเดือน

จำนวนครั้งที่ซื้อต่อเดือน (ครั้ง)	จำนวนเงินที่ซื้อต่อหนึ่งครั้ง (บาท)						รวม
	< 1,000	1,001 – 2,500	2,501 – 4,000	4,001 – 5,500	5,501 – 7,000	> 7,000	
ไม่เกิน 1 ครั้ง	8	27	15	14	6	2	72
2 – 3 ครั้ง	14	29	26	13	10	10	102
4 – 5 ครั้ง	2	5	11	5	4	1	28
มากกว่า 6 ครั้ง	0	6	3	3	2	1	15
รวม	24	67	55	35	22	14	217

จากข้อมูลในตารางที่ 22 สามารถคำนวณหาจำนวนเงินในการซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนต่อเดือน ได้ดังนี้

1. จำนวนไม่เกิน 1 ครั้งที่ซื้อต่อเดือน

$$\begin{aligned}
 \text{จำนวนเงิน} &= [(8*500*1) + (27*1,750*1) + (15*3,250*1) \\
 &\quad + (14*4,750*1) + (6*6,250*1) + (2*7,000*1)] \\
 &= 218,000 \quad \text{บาทต่อเดือน}
 \end{aligned}$$

2. จำนวน 2-3 ครั้งที่ซื้อต่อเดือน

$$\begin{aligned} \text{จำนวนเงิน} &= [(14*500*2.5) + (29*1,750*2.5) + (26*3,250*2.5) \\ &\quad + (13*4,750*2.5) + (10*6,250*2.5) + (10*7,000*2.5)] \\ &= 841,150 \quad \text{บาทต่อเดือน} \end{aligned}$$

3. จำนวน 4-5 ครั้งที่ซื้อต่อเดือน

$$\begin{aligned} \text{จำนวนเงิน} &= [(2*500*4.5) + (5*1,750*4.5) + (11*3,250*4.5) \\ &\quad + (5*4,750*4.5) + (4*6,250*4.5) + (1*7,000*4.5)] \\ &= 455,625 \quad \text{บาทต่อเดือน} \end{aligned}$$

4. จำนวนมากกว่า 6 ครั้งที่ซื้อต่อเดือน

$$\begin{aligned} \text{จำนวนเงิน} &= [(0*500*6) + (6*1,750*6) + (3*3,250*6) \\ &\quad + (3*4,750*6) + (2*6,250*6) + (1*7,000*6)] \\ &= 324,000 \quad \text{บาทต่อเดือน} \end{aligned}$$

จำนวนเงินที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง 217 ราย จำนวนเงินทั้งหมด 1,838,875 บาทต่อเดือน ดังนั้นประชากรทั้งหมดจำนวน 982 ราย มีมูลค่าตลาดโดยรวมที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวนเงินทั้งหมด 8,321,545 บาทต่อเดือน $[1,838,875 * (982/217)]$

3. การประมาณการยอดขายสินค้า

แนวคิดในการประมาณการยอดขายสินค้าของร้านค้าเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จะใช้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มลูกค้าตัวอย่าง 217 คน ในการประมาณการส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ของธุรกิจร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ดังนี้

ประมาณการส่วนแบ่งตลาด (Market Share)

ในการประมาณการส่วนแบ่งตลาดมีความหลากหลายทางข้อมูล จึงได้นำข้อมูลมาแบ่งเป็นกรณีได้ 3 กรณีดังนี้

กรณีที่ 1 จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มลูกค้าตัวอย่าง 217 คน ได้นำตารางที่ 15 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการคิดว่าจะใช้บริการเมื่อเปิดร้านค้าเครื่องปรุงอาหารจีนครบวงจรที่จะเปิดใหม่ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จากข้อมูลมีผู้ใช้บริการจำนวน 174 คน ดังนั้น โครงการมีส่วนแบ่งตลาด $= 174/217 = 80.18 \%$

กรณีที่ 2 เนื่องจากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานที่ที่ซื้อเครื่องปรุงอาหารเงินมากที่สุดคือตลาดเขาวราช คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือตลาดสดอำเภอเมือง คิดเป็นร้อยละ 36.9 ดังนั้นโครงการมีส่วนแบ่งตลาด = $(49.3+36.9)/2 = 43.1\%$

กรณีที่ 3 จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าเมื่อเริ่มโครงการลูกค้ามาใช้บริการร้อยละ 40 ของส่วนแบ่งตลาด ดังนั้นโครงการมีส่วนแบ่งตลาด = 40 %

ดังนั้นโครงการจึงเลือกกรณีที่ 3 เนื่องจากในการเริ่มดำเนินการร้านค้าเครื่องปรุงอาหารเงินในอำเภอเมืองสมุทรสาครนั้น ร้านค้ายังไม่เป็นที่รู้จักและความเชื่อถือของลูกค้ามากเพียงพอ และเลือกกรณีแบบตามความสะดวกโดยที่เลือกที่ส่วนแบ่งตลาดที่เป็นไปได้มากที่สุด ดังนั้นโครงการมีส่วนแบ่งตลาด 40 %

การประมาณการยอดขายสินค้า

จากการประมาณการมูลค่าตลาดโดยรวมและส่วนแบ่งตลาดของโครงการดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น สามารถประมาณการยอดขายของโครงการได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ยอดขาย} &= \text{มูลค่ารวมของตลาด} * \text{ส่วนแบ่งตลาด} \\ &= 8,321,545 * 40\% \\ &= 3,328,618 \quad \text{บาทต่อเดือน} \end{aligned}$$

ผลของการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายบริการส่งสินค้าถึงสถานประกอบการ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุท้องถิ่น มีส่วนลดราคาในโอกาสพิเศษ ทำบัตรสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่างๆ ลดราคาให้สำหรับสมาชิก ซึ่งเป็นการกระตุ้นยอดขายนั้น ได้ปรากฏผลอยู่ในยอดขายนี้แล้ว โดยมีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย 14.3 % ต่อปี อัตราการขยายตัวและโครงสร้างการผลิต จำแนกตามสาขาการผลิต โรงแรมและภัตตาคาร จังหวัดสมุทรสาครปี พ.ศ. 2549 (กระทรวงอุตสาหกรรม, ออนไลน์) โครงการกำหนดอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย 10 % ต่อปี โดยที่ไม่มีผลของฤดูกาลมาเกี่ยวข้อง

ตารางที่ 23 ตารางแสดงการพยากรณ์ยอดขาย 5 ปีล่วงหน้าของโครงการ

ปีที่	ยอดขายต่อปี (บาท)
1	39,943,416
2	43,937,758
3	48,331,533
4	53,164,687
5	58,481,155

จากผลของการสำรวจตลาด โครงการได้กำหนดนโยบายส่วนประสมทางการตลาด
ได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์

สัดส่วนและปริมาณการสั่งซื้อในแต่ละหมวด จากการสำรวจตลาด
สามารถกำหนดสัดส่วนที่เหมาะสมในการสั่งซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนในแต่ละหมวดได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 24 ตารางแสดงความถี่ในการเลือกซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนแต่ละหมวดในปัจจุบันของกลุ่ม
ตัวอย่าง

หมวด	ความถี่	สัดส่วน(%)
1. หมวดของแห้ง	1,643	55.21
2. หมวดของสด	651	21.87
3. หมวดเครื่องกระป๋อง	682	22.92
รวม	2,976	100.00

การคัดเลือกเครื่องปรุงอาหารจีนเข้ามาจำหน่ายในร้าน จะพิจารณาข้อมูล
จากตัวแทนจำหน่าย ซึ่งจะบอกข้อมูลเครื่องปรุงอาหารจีนที่มีจำหน่ายแล้ว สินค้าต้องมีคุณภาพ สด
ใหม่ สามารถแลกเปลี่ยนสินค้าได้ในกรณีด้อยคุณภาพ ต้องมีสินค้าที่หลากหลาย สินค้าที่ออกใหม่
และสินค้าที่อยู่ในความสนใจของตลาด นอกจากนี้จะพิจารณาประกอบกับข้อมูลจากการสำรวจ
ตลาด การสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านค้า ทั้งนี้เพื่อให้เครื่องปรุงอาหารจีน
ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

2. ด้านราคา

โครงการได้กำหนดนโยบายการตั้งราคาขายให้เหมาะสมกับคุณภาพ และ
ได้มีการลดราคาในโอกาสพิเศษ ประกอบกับโครงการมีกลยุทธ์ด้านอื่นๆ เสริมด้วยเช่น การบริการที่
ดี การมีส่วนลดราคาให้สำหรับสมาชิก

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนของโครงการ ใช้วิธีการขาย
โดยตรงแก่ลูกค้าผ่านหน้าร้านและขายผ่านทางโทรศัพท์ โดยเน้นที่ความสะดวกในการมาใช้บริการ
ได้แก่ทำเลที่ตั้งของโครงการ ไปมาสะดวก มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย มีระบบการชำระเงินที่
ทันสมัย ถูกต้อง รวดเร็ว นอกจากนี้แล้วการจัดวางผังร้านและทางเดินในร้าน ลูกค้าจะต้องได้รับ

ความสะดวกสบายในการเลือกซื้อ ทางเดินในร้านไม่แออัด ติดเครื่องปรับอากาศเพื่อให้ร้านเย็นสบาย มีการแสดงเครื่องปรุงอาหารจีนอย่างเป็นหมวดหมู่และมีป้ายบอกตำแหน่งของเครื่องปรุงอาหารจีนแต่ละหมวดหมู่อย่างชัดเจน สำหรับลูกค้าที่ต้องการสั่งซื้อผ่านเครื่องโทรสาร โครงการจะจัดบริการไว้ด้วย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

โครงการมีการจัดส่งสินค้าถึงสถานประกอบการ การทำบัตรสมาชิกให้กับลูกค้า พร้อมให้สิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดราคา บริการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย พร้อมทั้งเสนอสินค้าราคาพิเศษและแนะนำสินค้าใหม่ก่อนใคร ให้กับสมาชิกเท่านั้น นอกจากนี้โครงการประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุด้วย พร้อมทั้งให้ความรู้กับพนักงานทุกคน เพื่อให้คำแนะนำกับลูกค้าได้ถูกต้อง แม่นยำ

จากนโยบายส่วนประสมทางการตลาด โครงการได้วางแผนจะดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายไว้ได้แก่

1. **รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต** จากตารางที่ 17 พบว่าลูกค้าต้องการบริการชำระด้วยบัตรเครดิตคิดเป็นร้อยละ 16.6 จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า การชำระด้วยบัตรเครดิตเฉลี่ยประมาณ 15 % ของยอดขายทั้งหมด ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดประการหนึ่งด้วย เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า ส่วนการขอเรียกเก็บเงินจากธนาคาร โดยมีระยะเวลาเรียกเก็บเงิน 30 วัน ธนาคารจะคิดค่าธรรมเนียมร้อยละ 3 ของมูลค่าที่เรียกเก็บเงิน

2. **ให้เครดิตแก่ลูกค้า** โครงการจะกำหนดนโยบายการให้เครดิตแก่ลูกค้า โดยจะให้เครดิตกับลูกค้าที่มีความเชื่อถือ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า จะให้เครดิตกับลูกค้าไม่เกิน 30 % ของยอดขาย ดังนั้นโครงการจะให้เครดิต 20 % ของยอดขายเนื่องจากโครงการเพิ่งเริ่มเปิดดำเนินงาน ยังไม่ทราบว่าลูกค้ามีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด

3. **ส่งสินค้าถึงสถานประกอบการ** จากตารางที่ 17 พบว่า ลูกค้าต้องการให้ร้านค้าส่งสินค้าถึงสถานประกอบการร้อยละ 80.2 ดังนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่ามีค่าใช้จ่ายในการส่งสินค้าถึงสถานประกอบการเท่ากับ 2 % ของยอดขาย ดังนั้นโครงการมีค่าใช้จ่าย 2 % เช่นกัน

4. **มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในช่วงเริ่มต้น** โครงการให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างมาก เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุ การประชาสัมพันธ์ผ่านใบปลิวต่าง ๆ จากการศึกษาพบว่าค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเท่ากับ 0.5 % ของยอดขาย

5. **ส่วนลด** ในโอกาสพิเศษโครงการได้จัดโปรโมชันเพื่อส่งเสริมการขายต่างๆ ทำบัตรสมาชิก พร้อมรับสิทธิพิเศษต่าง ๆ ลดราคาให้สำหรับสมาชิก จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าค่าใช้จ่ายในส่วนลดในการมีส่วนลดเท่ากับ 1.5 % ของยอดขาย

ดังนั้นจากข้อมูลการพยากรณ์ยอดขายในตารางที่ 23 สามารถคาดคะเนค่าใช้จ่ายด้านการตลาดได้ดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ตารางแสดงการคาดคะเนค่าใช้จ่ายด้านการตลาด

ปีที่	ค่าธรรมเนียม	ส่งสินค้า	โฆษณา	ส่วนลด	รวมค่าใช้จ่ายด้านการตลาด
1	179,745	798,868	199,717	599,151	1,777,482
2	197,720	878,755	219,689	659,066	1,955,230
3	217,492	966,631	241,658	724,973	2,150,753
4	239,241	1,063,294	265,823	797,470	2,365,829
5	263,165	1,169,623	292,406	877,217	2,602,411

4. การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด

จังหวัดสมุทรสาครเป็นแหล่งอาหารทะเลที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการรับประทานอาหาร (Food Tourism) โดยมีอาหารทะเลที่มีคุณภาพดี สด อร่อย เป็นจุดแข็ง ประกอบกับประชากรส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรสาคร เป็นคนไทยเชื้อสายจีนและเชื้อสายรามัญและยังเป็นศูนย์กลางของธุรกิจโต๊ะจีนในภาคตะวันตกเนื่องจากใกล้แหล่งจากการสำรวจตลาดพบว่า ยังไม่มีร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนที่มุ่งดำเนินการเพื่อตอบสนองสินค้าอย่างครบถ้วน โดยที่ไม่ต้องเดินทางไปที่ถนนเขาวราช จึงเป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้มีการลงทุนในอำเภอเมืองสมุทรสาครเป็นอย่างมาก และมีความต้องการของลูกค้าว่ามีมากเพียงพอในการลงทุน ดังนั้นสภาวะตลาดเอื้ออำนวยต่อโอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้ โดยคาดว่าจะมียอดขาย ตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5 จำนวนเงินรวม 243,858,549 บาท

การศึกษาด้านเทคนิค

การศึกษาด้านเทคนิคจะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของโครงการทำให้ทราบข้อมูลต่างๆ ทางด้านเทคนิคที่จำเป็นในการดำเนินกิจการ ได้แก่

1. การกำหนดทำเลสถานที่ตั้งและขนาดของร้าน
2. การออกแบบผังร้าน
3. การลงทุนในสินทรัพย์ถาวร
4. กระบวนการคัดเลือก การจัดซื้อจัดหา และกระบวนการบริการ
5. การคาดคะเนต้นทุนสินค้าขายและค่าใช้จ่ายด้านเทคนิค

1. การกำหนดทำเลสถานที่ตั้งและขนาดของร้าน

การกำหนดทำเลและสถานที่ตั้งสำหรับธุรกิจร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีน เป็นเรื่องที่มีความสำคัญ เนื่องจากเครื่องปรุงอาหารจีนจัดเป็นสินค้าที่ซื้อโดยเจาะจง (Specialty goods) คือเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและลักษณะพิเศษ ราคาไม่ใช่ปัจจัยแรกที่ผู้บริโภคคำนึงในการตัดสินใจซื้อ คุณสมบัติอย่างหนึ่งของสินค้าที่ซื้อโดยเจาะจงคือลูกค้าต้องใช้ความพยายามในการหาซื้อ ดังนั้นทำเลที่ตั้งควรอยู่ในทำเลที่ลูกค้าเข้าถึงสะดวก อำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้า ปัจจัยเฉพาะเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งของธุรกิจร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนที่ควรคำนึงถึงคือ

1.1 ที่จอดรถ

ธุรกิจร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนควรเลือกตำแหน่งที่ตั้งที่มีสถานที่จอดรถที่มีทางเข้า-ออก พร้อมขนส่งสินค้าสะดวกและมีพื้นที่มากพอที่จะให้ความสะดวกแก่ลูกค้าที่จะนำรถเข้ามาจอดโดยไม่เสียค่าบริการ

1.2 ธุรกิจบริเวณใกล้เคียง

ธุรกิจร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีน ควรพิจารณาธุรกิจที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงด้วย โดยทั่วไปนิยมเลือกตำแหน่งที่ใกล้กับตลาด เนื่องจากตลาดเป็นแหล่งรวมของผู้บริโภคจำนวนมากที่เดินทางมาเลือกซื้อเครื่องปรุงอาหารหลากชนิด จึงมีความเป็นไปได้สูงที่ผู้บริโภคจะผ่านเข้ามาเลือกซื้อในร้าน

1.3 ความหนาแน่นของการจราจร

ควรเลือกทำเลที่ตั้งที่มีการจราจรผ่านไปมาอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากมีโอกาสสูงที่ผู้บริโภคซึ่งสัญจรผ่านไปมา จะแวะเข้ามาใช้บริการ

1.4 ตำแหน่งที่ตั้งสอดคล้องกับเส้นทางจราจร

ตำแหน่งที่ตั้งที่ตั้งของธุรกิจร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีน ควรตั้งอยู่บนฝั่งถนนที่รถผ่านกลับไปสู่ที่พักของลูกค้า ดังนั้นการพิจารณาเรื่องฝั่งถนนจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งถนนที่มีระบบการเดินรถทางเดียว

1.5 สาธารณูปโภคพื้นฐาน

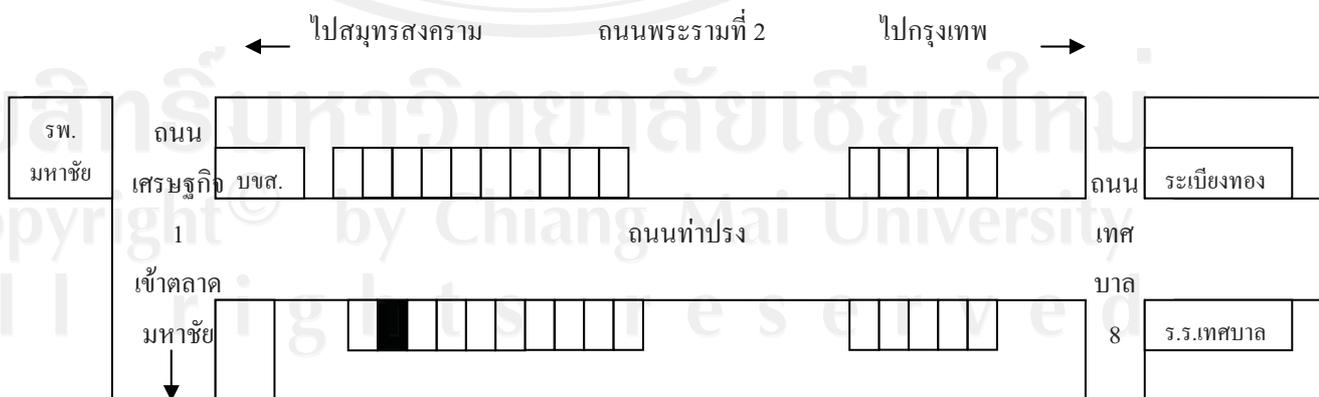
เป็นที่ยอมรับว่าสาธารณูปโภคพื้นฐานได้แก่ ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นจึงควรเลือกทำเลที่ตั้งที่มีสาธารณูปโภคพื้นฐานพร้อม

1.6 อาคารและที่ดิน

การเลือกทำเลที่ตั้งควรพิจารณาถึงความพร้อมของอาคารและที่ดินในทำเลที่ตั้งนั้นด้วย โดยพิจารณาว่าแต่ละทำเลที่ตั้งนั้นมีอาคารและที่ดินเพียงพอให้เช่าหรือซื้อสำหรับการดำเนินธุรกิจหรือไม่ นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงราคาเช่า ราคาซื้อสมเหตุสมผลของอาคารและที่ดิน

จากการพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่ควรคำนึงในการกำหนดทำเลและสถานที่ตั้งดังกล่าวข้างต้น ประกอบกับการสำรวจพื้นที่ที่มีความเหมาะสมสำหรับธุรกิจร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร พบว่าทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมได้แก่ทำเลถนนท่าปรัง เนื่องจาก

1. สถานที่จอดรถสะดวกสบาย มีที่สำหรับจอดรถในบริเวณถนนท่าปรังโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ
2. ถนนท่าปรังเป็นถนนที่กว้างและมีระบบการเดินรถแบบสวนทางได้ ทำให้สะดวกแก่การเดินทาง
3. มีอาคารพาณิชย์ให้เช่าหรือซื้ออยู่ในทำเลดังกล่าวและเป็นราคาที่สมเหตุสมผล
4. จากการสำรวจพบที่มีความพร้อมด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานอยู่แล้ว



ภาพที่ 1 ภาพแสดงทำเลที่ตั้งของร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

1.7 การกำหนดขนาดของร้าน

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าการประมาณการประเภทและจำนวนอุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานที่จำเป็นต้องใช้ สามารถคาดคะเนขนาดพื้นที่ของโครงการได้ดังตารางที่ 26

ตารางที่ 26 ตารางแสดงการคาดคะเนขนาดพื้นที่ของโครงการ

จุดประสงค์การใช้พื้นที่	ประมาณการพื้นที่ที่ใช้ (ตารางเมตร)
1. พื้นที่สำหรับการให้บริการลูกค้า	10
2. พื้นที่สำหรับการจัดแสดงสินค้า	40
3. พื้นที่สำหรับจัดเก็บสินค้าคงคลัง	15
รวม	65

จากตารางที่ 26 ทำให้ทราบขนาดพื้นที่ที่ต้องการสำหรับการดำเนินงานของโครงการ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการตัดสินใจเลือกสถานที่ตั้งและประมาณการเงินลงทุนในอาคารและที่ดินต่อไป ดังแสดงภาพที่ 2

2. การออกแบบผังร้าน

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าการใช้พื้นที่ของธุรกิจร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนจะแบ่งออกตามลักษณะของการใช้งานได้ 3 ประเภทคือ

2.1 พื้นที่สำหรับการให้บริการลูกค้า ได้แก่ พื้นที่สำหรับตั้งจุดรับชำระเงิน ซึ่งนอกจากการรับชำระเงินแล้วจะใช้เป็นพื้นที่ในการให้บริการต่างๆ แก่ลูกค้าด้วย เช่น การรับสมัครสมาชิก การบริการจัดห่อสินค้า พื้นที่ส่วนนี้จะจัดวางไว้บริเวณประตูทางเข้าออกเพื่อความสะดวกแก่การบริการลูกค้า

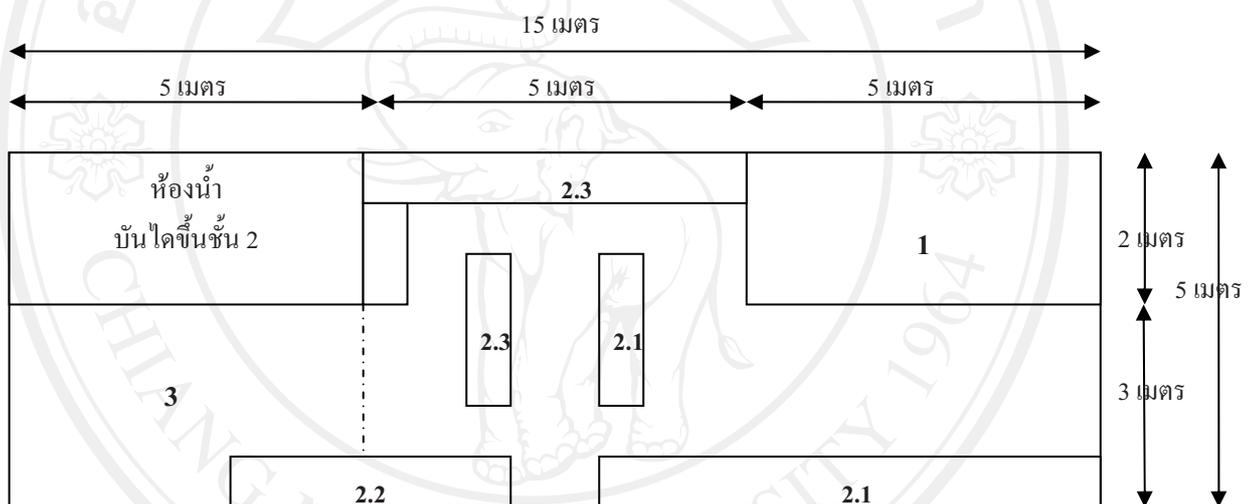
2.2 พื้นที่สำหรับจัดแสดงสินค้า ได้แก่ พื้นที่ที่กำหนดไว้สำหรับชั้นวางเครื่องปรุงอาหารจีนซึ่งจะถูกจัดไว้เป็นหมวดหมู่ตามประเภทของเครื่องปรุงอาหารจีน แบ่งออกเป็น 3 หมวดหมู่คือ

2.2.1 หมวดของแห้ง เป็นสินค้าที่สามารถเก็บไว้ในอุณหภูมิห้อง จัดไว้ด้านหน้าของทางร้านเพื่อให้ลูกค้ามองเห็นได้ชัดเจน ได้แก่ กระเพาะปลา หูฉลาม เห็ดหอม เม็ดมะม่วง เยื่อไผ่ ดอกไม้จีน แป้งฮ่องกง ฟองเต้าหู้ เก้าลัค เป็นต้น

2.2.2 หมวดของสด เป็นสินค้าที่ต้องแช่เย็นในตู้แช่อาหาร จัดไว้ด้านหลังร้านเนื่องจากของสดอาจเปื่อยกลิ่นได้ ได้แก่ ปลิงทะเล ปลาหิมะ ขาห่าน แสมก้อน แป๊ะก๊วย เป็นต้น

2.2.3 หมวดเครื่องกระป๋อง สามารถเก็บอาหารไว้ได้นาน ไม่น่าเสีย ง่ายต่อการเก็บรักษาและสามารถนำมาบริโภคได้ตลอดทั้งปี ได้แก่ เป้าอู้อี หน่อไม้ทะเล ผลไม้กระป๋อง เหล้าจีน เป็นต้น

2.3 พื้นที่สำหรับการจัดเก็บสินค้าคงคลัง กิจกรรมส่วนนี้จะไม่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าโดยตรง ดังนั้นจึงใช้พื้นที่บริเวณประตูด้านหลังและพื้นที่ชั้นสอง สำหรับการรับส่งสินค้า การตรวจนับสินค้าและการจัดเก็บสินค้าคงคลัง



ภาพที่ 2 ภาพแสดงการวางผังโครงการลงทุนร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

3. การลงทุนในสินทรัพย์ถาวร

3.1 ที่ดินและอาคาร

แม้ว่าการลงทุนซื้ออาคารและที่ดินจะต้องใช้เงินลงทุนเริ่มแรกสูงมาก แต่เนื่องจากการคืนทุนจากการลงทุนในธุรกิจร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนจะได้รับในระยะยาว ประกอบกับการเช่าพื้นที่นั้นจะต้องทำสัญญาเป็นระยะๆ อัตราค่าเช่าอาคารในระยะยาวมีแนวโน้มจะสูงขึ้นเรื่อยๆ และมีความเสี่ยงที่เจ้าของอาคารอาจจะไม่ต่อสัญญาให้ นอกจากนี้การปรับปรุงต่อเติมอาคารจะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของอาคารเสียก่อนจึงจะดำเนินการได้ ดังนั้นทางเลือกที่เหมาะสมคือการซื้ออาคารเป็นของกิจการเอง

สำหรับพื้นที่ของอาคารแต่ละคูหาที่อยู่ในทำเลที่เลือกไว้ นั้นมีขนาดพื้นที่
ชั้นล่าง 75 ตารางเมตร (5 เมตร * 15 เมตร) แต่ละคูหา มีสี่ชั้นลอย พร้อมคาดฟ้า จากการคาดคะเน
พื้นที่ที่ต้องการประมาณ 75 ตารางเมตร ผู้ศึกษาสำรวจเมื่อวันที่ 30 มกราคม 2553 พบว่าต้องลงทุน
ซื้ออาคาร 1 คูหา คิดเป็นเงิน 5,300,000 บาท (ราคานี้รวมค่าธรรมเนียมต่างๆในการโอนกรรมสิทธิ์
แล้ว) โดยอาคารคิดค่าเสื่อมราคาตัดแบบเส้นตรง อายุการใช้งาน 20 ปี

3.2 การตกแต่งตัวอาคาร

ลักษณะเดิมของอาคารพาณิชย์ที่จะปรับปรุงเป็นร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุง
อาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร เป็นอาคารพาณิชย์ขนาดสี่ชั้นลอย พร้อมคาดฟ้า โดยมีค่าเสื่อม
ราคาตัดแบบเส้นตรง อายุการใช้งาน 20 ปี จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสามารถประมาณการ
ค่าใช้จ่ายได้ดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 ตารางแสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายในการตกแต่งตัวอาคาร

รายการ	ประมาณการค่าใช้จ่าย (บาท)
1. ค่าทาสีตัวอาคาร	20,000
2. ค่ากันกระຈกใสหน้าร้าน	25,000
3. ค่าติดตั้งประตูกระຈกเข้า-ออกด้านหน้า 2 บาน @ 6,000 บาท	12,000
4. ค่าแขวนฝ้าที่บาร์ 65 ตารางเมตร @ 350 บาท	22,750
5. ค่าปูพื้นกระเบื้องยาง 65 ตารางเมตร @ 250 บาท	16,250
6. ค่าจัดทำป้ายชื่อร้านพร้อมติดตั้ง 2 ป้าย @ 5,000 บาท	10,000
7. ระบบไฟฟ้าและแสงสว่างพร้อมค่าติดตั้ง	10,000
8. เครื่องปรับอากาศ ขนาด 65 * 800 = 52,000 BTU ขนาด 30,000 BTU จำนวน 2 ตัว พร้อมค่าติดตั้ง	100,000
รวม	216,000

3.3 อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงาน

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีน
ใช้อุปกรณ์ในการแสดงสินค้า ได้แก่ เคาน์เตอร์แคชเชียร์ ชั้นวางสินค้า ตู้แช่ เครื่องชั่งน้ำหนัก โดยมี
ค่าเสื่อมราคาตัดแบบเส้นตรง อายุการใช้งาน 5 ปี จากการศึกษาสามารถประมาณการค่าใช้จ่ายได้ดัง
ตารางที่ 28

ตารางที่ 28 ตารางแสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงาน

รายการ	ประมาณการค่าใช้จ่าย (บาท)
1. อุปกรณ์คอมพิวเตอร์พร้อมโปรแกรม	70,000
2. เคาน์เตอร์แคชเชียร์ 50*200*200	23,500
3. ชั้นวางสินค้าริมผนัง 40*90*150 จำนวน 14 หลัง @ 2,200 บาท	30,800
4. ชั้นวางสินค้ากลางห้อง 90*90*150 จำนวน 4 หลัง @ 3,300 บาท	13,200
5. ตู้แช่ 3 ประตู ขนาด 1645*655*2000จำนวน1เครื่อง@40,000 บาท	40,000
6. ตู้แช่น้ำแข็งฝากระจก1100*705*785จำนวน2เครื่อง@16,000 บาท	32,000
7. เครื่องชั่งน้ำหนัก 2 เครื่อง จำนวน 2 เครื่อง @ 3,750 บาท	7,500
8. ตะกร้าใส่สินค้า พร้อมที่วางตะกร้า จำนวน 10 ใบ @ 100 บาท	1,000
9. เครื่องโทรสาร พร้อมค่าติดตั้งหมายเลข	10,000
10. ถังดับเพลิงขนาดบรรจุก๊าซ 15 ปอนด์ จำนวน 3 ถัง	6,000
รวม	234,000



ภาพที่ 3 ภาพแสดงอุปกรณ์ ครุภัณฑ์ และเครื่องใช้สำนักงานที่ใช้ในร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีน (บริษัท ชลบุรี เอส.พี.มาร์ท จำกัด, ออนไลน์)

3.4 ยานพาหนะ

โครงการจะลงทุนซื้อรถจักรยานยนต์จำนวนหนึ่งคันเพื่อใช้ในกิจการต่างๆ ของโครงการ เช่นการส่งสินค้าถึงสถานประกอบการ โดยเป็นรถจักรยานยนต์ขนาด 110 ซีซี ราคา 40,500 บาท เนื่องจากเป็นราคาที่ไม่สูง จึงตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ด้วยเงินสดทั้งหมด โดยมีค่าเสื่อมราคาตัดแบบเส้นตรง อายุการใช้งาน 5 ปี

4. กระบวนการคัดเลือก การจัดซื้อจัดหา และกระบวนการบริการ

4.1 กระบวนการคัดเลือก

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โดยปกติแล้วช่องทางการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนจะมี 2 ช่องทางคือ

4.1.1 การส่งโดยตรง ช่องทางนี้ผู้ผลิตและร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนจะทำธุรกรรมการค้าโดยตรง ร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนจะติดต่อสั่งซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนที่ต้องการจากผู้ผลิตที่เป็นผู้ผลิตสินค้านั้น ปริมาณการสั่งซื้อแต่ละครั้งจะมีปริมาณมากเพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาดของการสั่งซื้อ ร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนที่นิยมใช้ช่องทางการสั่งซื้อรูปแบบนี้มักเป็นร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนที่มีขนาดใหญ่มาก โดยปกติแล้วราคาเครื่องปรุงอาหารจีนที่ร้านจำหน่ายจากผู้ผลิตมีต้นทุนประมาณ 70-75 % ของราคาสินค้า ในแง่ของร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีน ช่องทางการกระจายสินค้าแบบนี้มีข้อดีคือมีต้นทุนสินค้าขายต่ำ ทำให้ได้รับกำไรขั้นต้นสูง แต่ข้อเสียคือการสั่งซื้อแต่ละครั้งต้องซื้อในปริมาณมากทำให้ต้องลงทุนในสินค้าคงเหลือสูง และเสี่ยงต่อความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการจัดเก็บสินค้าสำหรับเงื่อนไขการชำระเงินระหว่างผู้ผลิตกับร้านค้านั้น จะให้เครดิต 60 วัน

4.1.2 การส่งผ่านตัวแทนจำหน่าย ช่องทางนี้จะมีบริษัทตัวแทนจำหน่ายเป็นตัวกลางในการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังร้านจำหน่าย ซึ่งทำให้ร้านจำหน่ายสามารถกำหนดปริมาณการสั่งซื้อแต่ละครั้งได้ตามความเหมาะสมกับปริมาณการจัดจำหน่ายของร้านเองและสามารถเลือกซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนได้หลากหลายกว่า เนื่องจากบริษัทตัวแทนจำหน่ายหนึ่ง ๆ จะเป็นตัวแทนจำหน่ายให้หลายผู้ผลิต สำหรับตัวแทนจำหน่ายขายให้กับร้านค้านั้น จะคิดในอัตรา 80-85 % ของราคาขาย และให้เครดิต 30 วัน ในแง่ของร้านจำหน่ายแล้ว ช่องทางการกระจายสินค้าแบบส่งผ่านตัวแทนจำหน่ายมีข้อดีคือ สามารถกำหนดปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมกับปริมาณการขายได้ มีเครื่องปรุงอาหารจีนให้เลือกหลากหลาย ระยะเวลาการจัดส่งสินค้าสั้นกว่าการสั่งจากผู้ผลิตโดยตรง โดยเฉลี่ย 5 วัน ส่วนข้อเสียคือต้นทุนสินค้าขายจะสูงกว่า ทำให้ได้รับกำไรขั้นต้นต่ำ

นอกจากนี้แล้ว การซื้อแต่ละครั้งในปริมาณที่น้อยทำให้ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อสูงและขาดอำนาจต่อรองกับตัวแทนจำหน่าย

4.2 การจัดซื้อจัดหา

โครงการจะใช้วิธีการจัดซื้อโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อใช้ประโยชน์จากการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมกับปริมาณการจัดจำหน่ายได้ ไม่ต้องลงทุนในสินค้าคงคลังมากนัก อีกทั้งมีระยะเวลาการจัดส่งที่รวดเร็วกว่า และมีเครื่องปรุงอาหารจีนให้เลือกหลากหลาย

4.3 การจัดการสินค้าคงคลัง

ข้อมูลจากรสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่าปริมาณการสั่งซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนในแต่ละครั้งจะสั่งซื้อให้ขายได้ 1 เดือน โดยจะปรับปริมาณการสั่งซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนได้ตามยอดขายจำหน่ายจริงในรอบเดือนที่ผ่านมาของร้าน

4.4 ระดับสินค้าต่ำสุด

ข้อมูลจากรสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่าระยะเวลาในการสั่งซื้อและจัดส่งเครื่องปรุงอาหารจีนโดยเฉลี่ยประมาณ 5 วัน โครงการต้องการให้เครื่องปรุงอาหารจีนที่สั่งซื้อนี้จะมาทันพอดีกับการขายเครื่องปรุงอาหารจีนใน 1 เดือน ดังนั้นโครงการจะสั่งซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนซ้ำเมื่อเหลือจำหน่ายเพียง 17 % ของจำนวนสินค้าขายต่อเดือน

4.5 การตรวจสอบจำนวนสินค้า

ตรวจสอบจากยอดบันทึกการขายด้วยคอมพิวเตอร์ โดยมีโปรแกรมบันทึกการขาย จะประมวลผลจำนวนสินค้าคงเหลือทุกครั้งที่มีการจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนออกไป และจะแจ้งเตือนทันทีที่เครื่องปรุงอาหารจีนชนิดใดมีจำนวนสินค้าต่ำสุดที่จะต้องสั่งซื้อ พนักงานจะรวบรวมรายการที่จะต้องสั่งซื้อให้แต่ละวันส่งให้ผู้จัดการดำเนินการสั่งซื้อต่อไป

ตรวจสอบเปรียบเทียบยอดสินค้าคงเหลือจริงกับยอดสินค้าคงเหลือที่ปรากฏในคอมพิวเตอร์ โดยทุกสิ้นเดือน พนักงานจะร่วมกันตรวจนับเครื่องปรุงอาหารจีนที่เหลืออยู่จริงว่าตรงกับยอดที่ปรากฏในคอมพิวเตอร์หรือไม่ หากไม่ตรงให้ค้นหาสาเหตุและปรับยอดให้ตรงกับจำนวนที่มีอยู่จริง

4.6 การจัดแสดงสินค้า

สำหรับเครื่องปรุงอาหารจีนที่ออกใหม่เครื่องปรุงอาหารจีนที่อยู่ในความสนใจของตลาด จะนำมาจัดแสดงบริเวณทางเข้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจในการเลือกซื้อ ส่วนเครื่องปรุงอาหารจีนประเภทอื่นๆ จะจัดวางอย่างเป็นหมวดหมู่พร้อมมีป้ายบอกหมวดหมู่อย่างชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการเลือกซื้อเครื่องปรุงอาหารจีน

4.7 ด้านบริการ

พนักงานของโครงการจะได้รับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ ทั้งด้านทักษะความรู้เกี่ยวกับเครื่องปรุงอาหารจีนที่จำหน่ายและทักษะในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดีที่สุด ส่วนบริการเสริมอื่นๆ หากลูกค้าต้องการซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนที่ยังไม่มีจำหน่ายในร้าน โครงการจะบริการสั่งซื้อให้โดยไม่คิดค่าบริการแต่อย่างใด

4.8 กระบวนการบริการ

ในการให้บริการร้านค้าเครื่องปรุงอาหารจีนนั้นเมื่อลูกค้ามาใช้บริการในร้านเครื่องปรุงอาหารจีน โดยมี 2 กรณีดังนี้

4.8.1 กรณีลูกค้าสั่งสินค้าผ่านทางหน้าร้าน โทรศัพท์ มีขั้นตอนดังนี้

1. ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าผ่านทางหน้าร้าน โทรศัพท์ หรือโทรสาร
2. เจ้าหน้าที่รับชำระเงินลงรายการสินค้าลงในระบบ
3. ระบบส่งข้อมูลให้กับเจ้าหน้าที่คลังสินค้าผ่านหน้าจอ
4. เจ้าหน้าที่คลังสินค้าจัดสินค้าตามข้อมูลที่ได้รับจากระบบ
5. เจ้าหน้าที่รับชำระเงินรับชำระเงินจากลูกค้า
6. เจ้าหน้าที่คลังสินค้าส่งสินค้าให้กับลูกค้า

4.8.2 กรณีลูกค้าเลือกซื้อสินค้าก่อนสั่งสินค้า มีขั้นตอนดังนี้

1. ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าใส่ลงในตะกร้าสินค้า
2. เจ้าหน้าที่คลังสินค้าจัดสินค้าให้กับลูกค้า
3. ลูกค้าไปชำระเงินผ่านหน้าเคาน์เตอร์ชำระเงิน
4. เจ้าหน้าที่รับชำระเงินลงรายการสินค้าลงในระบบ
5. เจ้าหน้าที่รับชำระเงินรับชำระเงินจากลูกค้า
6. เจ้าหน้าที่คลังสินค้าส่งสินค้าให้กับลูกค้า

5. การคาดคะเนต้นทุนสินค้าขาย ค่าสินค้าซื้อเพื่อเตรียมไว้ขาย และค่าใช้จ่ายด้านเทคนิค

5.1 การคาดคะเนต้นทุนสินค้าขาย

นโยบายในการจัดซื้อจัดหาเครื่องปรุงอาหารจีนเพื่อจำหน่ายในโครงการ จะใช้การจัดซื้อจัดหาผ่านตัวแทนจำหน่ายเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากสามารถกำหนดปริมาณการสั่งซื้อแต่ละครั้งได้ตามความเหมาะสมกับปริมาณการจัดจำหน่ายของโครงการ และสามารถเลือกซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนได้หลากหลายกว่า นอกจากนี้แล้วระยะเวลาตั้งแต่กระบวนการจัดซื้อจนกระทั่งได้รับสินค้า จะสั้นกว่าการสั่งผ่านผู้ผลิต โดยตรง สำหรับต้นทุนสินค้านั้น คาดว่าจะสามารถซื้อ

ได้ในราคา 82.5 % ของราคาสินค้า โดยได้รับเครดิตประมาณ 30 วัน แล้วแต่การเจรจาต่อรอง ความน่าเชื่อถือ ความสัมพันธ์ทางการค้า และพฤติกรรมการค้าเงินธุรกิจในอดีต

5.2 ค่าสินค้าซื้อเพื่อเตรียมไว้อขาย

นโยบายในการเงินในการจัดซื้อจัดหาเครื่องปรุงอาหารจีนเพื่อจำหน่ายในโครงการ จะใช้การซื้อสินค้าเตรียมไว้อขาย 15 วัน โดยมีค่าสินค้าซื้อเพื่อเตรียมไว้อขายเท่ากับต้นทุนสินค้าขาย 15 วันในเดือนแรกที่เปิดดำเนินงาน และมีสัดส่วนการซื้อสต็อกซื้อเชื่อ 50:50 โดยมีระยะเวลาจ่ายเงิน 30 วัน ดังนั้นค่าสินค้าซื้อเพื่อเตรียมไว้อขายเป็นจำนวนเงิน 1,373,055 บาท $[(3,328,618/2)*0.825]$

5.3 ค่าใช้จ่ายด้านเทคนิค

ตารางที่ 29 ตารางแสดงค่าใช้จ่ายด้านเทคนิค

รายการสินทรัพย์	มูลค่า (บาท)	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมราคาต่อปี (บาท)
ที่ดินและอาคาร	5,300,000	20	265,000
การตกแต่งตัวอาคาร	216,000	20	10,800
อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน	234,000	5	46,800
ยานพาหนะ	40,500	5	8,100
รวม	5,790,500		330,700

การศึกษาด้านการจัดการ

การศึกษาด้านการจัดการ ทำให้ทราบข้อมูลในการคาดคะเนค่าใช้จ่ายในการบริหาร ซึ่งผลจากการคาดคะเนเป็นข้อมูลในการจัดทำงบการเงินล่วงหน้าเพื่อใช้ประโยชน์ในการประเมินผลและตัดสินใจลงทุน

การวิเคราะห์ด้านการจัดการจะพิจารณาประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการดำเนินธุรกิจ
2. รูปแบบองค์กร
3. แผนงานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์
4. การจัดการความเสี่ยง
5. คาดคะเนต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหาร

1. รูปแบบการดำเนินธุรกิจ

โครงการลงทุนร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จะดำเนินงานในรูปแบบห้างหุ้นส่วน จากการสัมภาษณ์พบว่าห้างหุ้นส่วนมีความคล่องตัวในการบริหารมากกว่าบริษัทจำกัด โดยมีหุ้นส่วนที่เข้าร่วมจำนวน 3 ราย โดยแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

1. หุ้นส่วนซึ่งจำกัดความรับผิดชอบเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนรับจะลงทุนหุ้น (Limited Partnership) หุ้นส่วนประเภทนี้มี 2 ราย แต่ละรายเข้าหุ้นร้อยละ 30
2. หุ้นส่วนซึ่งต้องรับผิดชอบในบรรดาหนี้สินของห้างหุ้นส่วนโดยไม่จำกัดจำนวน (Unlimited Partnership) หุ้นส่วนประเภทนี้มี 1 ราย เข้าหุ้นร้อยละ 40 มีตำแหน่งเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ

1.1 ข้อดีของการดำเนินธุรกิจในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด

1. มีเงินทุนมากพอแก่การดำเนินธุรกิจให้กว้างขวาง เพราะได้เงินทุนจากแหล่งต่างๆ ทำให้กิจการมั่นคง เป็นที่น่าเชื่อถือของบุคคลที่เกี่ยวข้อง
2. การจัดตั้งไม่ยุ่งยาก ข้อจำกัดทางกฎหมายมีไม่มาก
3. เป็นการรวบรวมความรู้ ความสามารถในการบริหารงาน เพราะหุ้นส่วนแต่ละคนอาจมีความเชี่ยวชาญในด้านต่างๆ กัน
4. มีเครดิตสูง เพราะมีผู้ร่วมหุ้นหลายคนซึ่งต้องรับผิดชอบดำเนินการตามฐานะความรับผิดชอบของตน

5. มีแรงจูงใจในการดำเนินงานสูง โดยเฉพาะหุ้นส่วนประเภทรับผิดชอบ ไม่จำกัด ต้องทุ่มเทปัญญาและความคิด เอาใจใส่ต่อกิจการของห้างค้าขายเป็นกิจการของตนเอง สามารถดำเนินการได้คล่องตัว มีอิสระในการตัดสินใจ รักษาความลับได้ดี

1.2 ข้อเสียของการดำเนินธุรกิจในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด

1. ความรับผิดชอบที่ไม่จำกัดของหุ้นส่วนประเภทไม่จำกัดความรับผิดชอบ ทำให้ไม่กล้าเสี่ยงหรือขยายกิจการให้กว้างขวาง
2. ถอนหุ้นได้ยาก จนกว่าจะได้รับความยินยอมจากหุ้นส่วนหรือจนกว่าจะเลิกกิจการ
3. อายุการดำเนินธุรกิจไม่แน่นอน หากมีการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้ถือหุ้น เช่น การถึงแก่กรรม

1.3 วิธีการจัดตั้งห้างหุ้นส่วน

ในการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนจำกัด หุ้นส่วนผู้จัดการมีหน้าที่ไปยื่นขอจดทะเบียน ณ สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณกรมทะเบียนการค้า สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ของจังหวัดที่จะดำเนินกิจการ ผู้ขอจดทะเบียนจะต้องชำระค่าธรรมเนียมตามที่กฎหมายกำหนด กล่าวคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัดที่มีผู้เป็นหุ้นส่วนเกินกว่า 3 คนขึ้นไป จะเสียค่าธรรมเนียม 1,000 บาท แต่หากมีผู้เป็นหุ้นส่วนเกินกว่า 3 คนขึ้นไป จะเสียค่าธรรมเนียมเฉพาะส่วนที่เกินอีกคนละ 200 บาท นอกจากนี้ยังต้องเสียค่าธรรมเนียมสำหรับหนังสือรับรองรายการจดทะเบียนฉบับละ 100 บาท และค่าธรรมเนียมใบสำคัญแสดงการจดทะเบียนอีกฉบับละ 50 บาท ดังนั้นการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนจำกัดของโครงการร้านจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จะมีค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 1,150 บาท

1.4 การดำเนินการเกี่ยวกับภาษี

ภายหลังการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนแล้ว หุ้นส่วนผู้จัดการมีหน้าที่ต้องยื่นคำร้องขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษีนิติบุคคลต่อสำนักงานสรรพากรจังหวัดในพื้นที่ที่สำนักงานใหญ่ของกิจการตั้งอยู่ภายใน 60 วัน นับจากวันที่ได้จดทะเบียนนิติบุคคล (ในกรณีที่สำนักงานเพียงแห่งเดียว ให้ยื่นต่อสำนักงานสรรพากรจังหวัดที่สำนักงานแห่งนั้นตั้งอยู่) โดยขั้นตอนนี้สำนักงานสรรพากรจะไม่คิดค่าธรรมเนียมแต่อย่างใด สำหรับอัตราภาษีที่ห้างหุ้นส่วนจะต้องชำระในแต่ละปี จะเท่ากับร้อยละ 30 ของกำไรสุทธิ

หน้าที่อีกประการของหุ้นส่วนผู้จัดการคือติดต่อขอยื่นแบบและการชำระภาษีท้องถิ่น สำหรับโครงการตั้งอยู่ในพื้นที่รับผิดชอบของเทศบาลเมือง ดังนั้นจึงต้องยื่นแบบและชำระภาษีท้องถิ่น ณ สำนักงานเทศบาลเมืองสมุทรสาคร โดยภาษีที่ต้องชำระมีสามประเภทคือ

1.4.1 ภาษีโรงเรือนและที่ดิน

อาคารที่ทำการของโครงการเป็นตึก 4 ชั้น ตั้งอยู่พื้นที่สำนักงานเทศบาลเมืองสมุทรสาคร คำนวณภาษีโรงเรือนและที่ดินที่ต้องชำระได้ปีละ 2,000 บาท

1.4.2 ภาษีป้าย

โครงการมีป้ายชื่อร้านจำนวนสองป้าย ขนาด 1 * 2 ตารางเมตร เป็นป้ายอักษรภาษาไทยล้วน คำนวณอัตราป้ายที่ต้องชำระได้ปีละ 400 บาท

1.4.3 ภาษีมูลค่าเพิ่ม

กิจการที่ได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มตามกฎหมาย ได้แก่การขายพืชผลทางการเกษตรภายในราชอาณาจักร เช่น ข้าว ข้าวโพด ปอ มันสำปะหลัง ผักและผลไม้ เป็นต้น และการขายสัตว์ทั้งที่มีชีวิตหรือไม่มีชีวิตภายในราชอาณาจักร เช่น โค กระบือ ไก่หรือเนื้อสัตว์ กุ้ง ปลา เป็นต้น

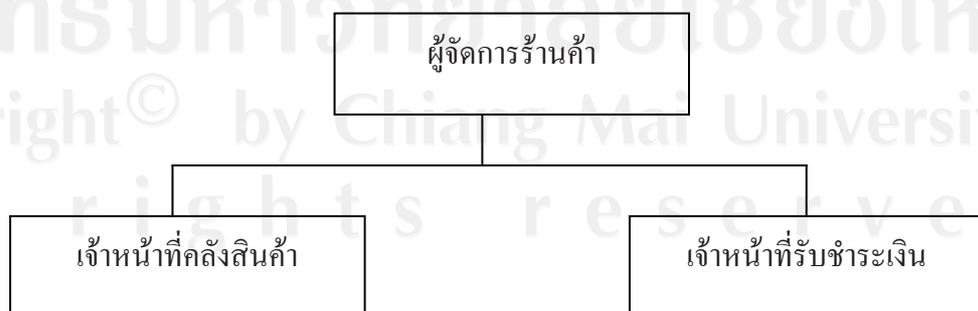
2. รูปแบบองค์กร

ลักษณะงานในร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จะแบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ

2.1 งานบริหาร ได้แก่ การวางแผน ดำเนินงานและควบคุมงานด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ ด้านบัญชีและการเงิน

2.2 งานเกี่ยวกับตัวสินค้า ได้แก่ งานจัดแสดงสินค้า งานควบคุมสินค้าคงคลังและการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้า

2.3 งานรับชำระเงินและบันทึกการขาย ได้แก่ งานรับชำระเงิน ณ จุดชำระเงิน งานบันทึกการขาย งานบริการลูกค้าต่างๆ เช่น การให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า งานรับและจัดทำบัตรสมาชิก



ภาพที่ 4 ภาพแสดงการจัดแผนผังองค์กร

3. แผนงานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

จากการศึกษารายละเอียดการรับสมัครงาน (jobbkk, ออนไลน์) มีรายละเอียดในการบริหารทรัพยากรมนุษย์มีดังนี้

3.1 อัตรากำลัง จะใช้พนักงานทั้งสิ้น 9 คน แบ่งเป็นผู้จัดการร้านค้า 1 คน เจ้าหน้าที่คลังสินค้า 5 คน และเจ้าหน้าที่รับชำระ 3 คน

3.2 การคัดเลือกพนักงาน ทุกตำแหน่งจะต้องเป็นผู้ที่มีอุปนิสัยรักการให้บริการ สามารถใช้งานคอมพิวเตอร์ขั้นพื้นฐานได้ โดยกำหนดคุณสมบัติของพนักงานดังนี้

3.2.1 ตำแหน่งผู้จัดการร้านค้า เพศชาย อายุไม่เกิน 35 ปี คุณวุฒิปริญญาตรี บริหารธุรกิจ

3.2.2 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่คลังสินค้า เพศชาย อายุไม่เกิน 25 ปี คุณวุฒิไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า

3.2.3 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่รับชำระเงิน เพศหญิง อายุไม่เกิน 25 ปี คุณวุฒิไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า

3.3 เงินเดือนและค่าตอบแทน

3.1 ตำแหน่งผู้จัดการร้านค้า อัตราเงินเดือน 20,000 บาท

3.2 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่คลังสินค้า อัตราเงินเดือน 8,000 บาท

3.3 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่รับชำระเงิน อัตราเงินเดือน 10,000 บาท

3.4 เวลาทำการ

ร้านค้าเปิดบริการตั้งแต่เวลา 6.00 – 17.00 น.

3.5 หน้าที่ความรับผิดชอบและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

3.5.1 ตำแหน่งผู้จัดการร้านค้า รับผิดชอบงานบริหารทั้งหมดของร้านค้า จำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีน ให้เป็นไปตามนโยบายของหุ้นส่วน หน้าที่โดยทั่วไป ได้แก่ การวางแผน ดำเนินงานและควบคุมงานด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ ด้านบัญชีและการเงิน ตลอดจนช่วยสนับสนุนพนักงาน สำหรับระยะเวลาในการปฏิบัติงานประจำวันจะไม่กำหนดตายตัว ขึ้นอยู่กับการจัดสรรเวลาของพนักงานเอง ทั้งนี้ต้องให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่ได้รับมอบหมาย

3.5.2 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่คลังสินค้า รับผิดชอบงานควบคุมสินค้าคงคลัง การจัดแสดงสินค้าในร้าน ตลอดจนการให้คำแนะนำเกี่ยวกับตัวสินค้าแก่ลูกค้า ระยะเวลาในการปฏิบัติงานตั้งแต่ 6.00 – 17.00 น. มีวันหยุดสัปดาห์ละ 1 วัน โดยสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันหยุด

3.5.3 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่รับชำระเงิน รับผิดชอบงานรับชำระเงิน ณ จุดรับเงิน งานบันทึกการขาย งานบริการลูกค้า งานลูกค้าสัมพันธ์ ช่วยสนับสนุนงานด้านบัญชีและ

การเงิน ตลอดจนงานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย ระยะเวลาในการปฏิบัติงานตั้งแต่ 6.00 – 17.00 น. มีวันหยุดสัปดาห์ละ 1 วัน โดยสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันหยุด

3.6 การฝึกอบรมและพัฒนา

3.6.1 ตำแหน่งผู้จัดการร้านค้า ผู้จัดการจะเป็นผู้คัดเลือกหลักสูตรที่จะเข้ารับการฝึกอบรมเอง แต่ทั้งนี้ สถาบันที่จัดฝึกอบรมจะต้องเป็นที่น่าเชื่อถือ เนื้อหาของหลักสูตรจะต้องมีส่วนเกี่ยวข้องและพัฒนางานที่รับผิดชอบอยู่ หน้าที่ส่วนผู้จัดการจะเป็นผู้อนุมัติการขอเข้ารับการฝึกอบรม กำหนดงบประมาณการฝึกอบรมและพัฒนาของผู้จัดการร้านค้าไว้ 10,000 บาทต่อปี

3.6.2 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่คลังสินค้าและตำแหน่งเจ้าหน้าที่รับชำระเงิน การอบรมและพัฒนาสำหรับพนักงานในกลุ่มนี้จะเป็นการฝึกอบรมภายใน โดยผู้จัดการศูนย์จะเป็นผู้กำหนดเนื้อหาและฝึกอบรมเอง

3.7 สวัสดิการ

พนักงานทุกคนจะได้รับสิทธิประโยชน์ประกันสังคม โดยโครงการจะออกเงินประกันสังคมให้ 5 % ของเงินเดือน กองทุนเงินทดแทน เงินพิเศษหากยอดขายทะลุเป้า สำหรับพนักงานที่ผ่านการประเมินจะได้รับ ค่ารักษาพยาบาล ประกันชีวิต ประกันอุบัติเหตุ งานเลี้ยงประจำปี โบนัส (ขึ้นกับผลประกอบการ) เบี้ยเลี้ยงต่างๆ

3.8 การประเมินผล

โครงการจะประเมินผลการทำงานปีละ 2 ครั้ง คือเดือนมิถุนายน และเดือนธันวาคม ผลการประเมินจะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาขึ้นเงินเดือนประจำปี อัตราการขึ้นเงินเดือนจะขึ้นอยู่กับผลการปฏิบัติงาน โดยเฉลี่ยแล้วไม่ต่ำกว่าปีละ 5 %

4. การจัดการความเสี่ยง

การจัดการความเสี่ยงเป็นการวางแผนป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น เพื่อให้ธุรกิจได้รับความเสียหายน้อยที่สุดหรือไม่เกิดความเสียหายเลย นอกจากจะการลดความเสี่ยงด้วยมาตรการต่างๆ เช่น การติดตั้งกระจกเงาตามจุดที่เป็นมุมอับเพื่อป้องกันการขโมยสินค้า การติดตั้งเครื่องมือบรรเทาอัคคีภัย การตรวจตราระบบไฟฟ้าภายในอาคารอย่างสม่ำเสมอแล้ว ยังใช้การโอนความเสี่ยงโดยการทำประกันภัยอีกด้วยคือ การประกันภัยอาคารและทรัพย์สิน จากการประเมินวงเงินประกันและเบี้ยประกันโดยเจ้าหน้าที่บริษัท เอ.ไอ.เอ จำกัด ภายใต้เงื่อนไขที่ผู้เอาประกันยอมรับความเสี่ยงไว้ส่วนหนึ่ง โดยกำหนดวงเงินประกัน 6,000,000 บาท ต้องจ่ายเบี้ยประกัน 10,000 บาทต่อปี

5. คาดคะเนต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหาร

5.1 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

ค่าจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนจำกัด	1,150 บาท
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	1,850 บาท
ค่าเตรียมงาน	
เงินเดือนพนักงาน 1 เดือน	90,000 บาท
ค่าสาธารณูปโภค	20,000 บาท
ค่าใช้จ่ายในการติดต่องาน	5,000 บาท
รวมค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	118,000 บาท

5.2 ค่าใช้จ่ายระหว่างการดำเนินงาน

ตารางที่ 30 ตารางแสดงเงินสดสำรองค่าใช้จ่ายทางการตลาดและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อเดือน

รายการ	ปีที่ (หน่วย : บาท)					
	0	1	2	3	4	5
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด						
รวมค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	-	1,777,482	1,955,230	2,150,753	2,365,829	2,602,411
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร						
เงินเดือน	-	1,080,000	1,134,000	1,190,700	1,250,235	1,312,747
ประกันสังคม	-	54,000	56,700	59,535	62,511	65,637
ค่าฝึกอบรมและพัฒนา	-	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ค่าเบี้ยประกัน	-	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	-	202,738	223,011	245,313	269,844	296,828
ค่าสาธารณูปโภค	-	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหาร	-	1,596,738	1,673,711	1,755,548	1,842,590	1,935,212
เงินสดรวม	-	3,374,220	3,628,941	3,906,301	4,208,419	4,537,623
เงินสดสำรองต่อเดือน	-	281,185	302,412	325,525	350,702	378,135

การศึกษาด้านการเงิน

กระบวนการในการศึกษาด้านการเงินของโครงการลงทุนร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาครเพื่อประเมินความเป็นไปได้ประกอบด้วย

1. การจัดทำต้นทุนโครงการ
2. การจัดทำกำไรขาดทุนล่วงหน้า
3. การจัดทำกระแสเงินสดล่วงหน้า
4. การจัดทำจุดคุ้มทุน
5. การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ
6. การวิเคราะห์ความไว

1. การจัดทำต้นทุนโครงการ

การจัดทำต้นทุนโครงการ เป็นการคาดคะเนมูลค่าของทรัพยากรหรือเงินลงทุนเริ่มแรกที่ต้องนำไปใช้เพื่อก่อให้เกิดสินค้าหรือบริการ จากการวิเคราะห์ด้านเทคนิคและด้านการจัดการ สามารถคาดคะเนงต้นทุนโครงการดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 ตารางแสดงงบต้นทุน โครงการ

รายการ	รวมทั้งหมด	ส่วนของเจ้าของ	เงินกู้
เงินทุนหมุนเวียน			
ค่าสินค้าซื้อเพื่อเตรียมไว้ขาย	1,373,055	1,373,055	-
เงินสดสำรอง	281,185	281,185	-
รวมเงินทุนหมุนเวียน (1)	1,654,240	1,654,240	-
สินทรัพย์ถาวร			
ที่ดินและอาคาร	5,300,000	2,274,904	3,025,096
การตกแต่งตัวอาคาร	216,000	216,000	-
อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน	234,000	234,000	-
ยานพาหนะ	40,500	40,500	-
รวมสินทรัพย์ถาวร (2)	5,790,500	2,765,404	3,025,096
สินทรัพย์อื่น			
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	118,000	118,000	-
รวมสินทรัพย์อื่น (3)	118,000	118,000	-
รวมทั้งสิ้น (1+2+3)	7,562,740	4,537,644	3,025,096
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน	100.0	60.0	40.0

จากงบต้นทุน โครงการ เงินกู้ระยะยาวจำนวน 3,025,096 บาท โครงการจะขอกู้จาก ธนาคารพาณิชย์ โดยมีอายุครบกำหนดชำระ 5 ปี อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ร้อยละ 8.45 ต่อปี ซึ่งเท่ากับ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยเฉลี่ยของลูกค้ารายย่อยชั้นดี (MRR 6.45 % + spread 2 %) ณ เดือนมีนาคม 2553 ธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) ใช้การพาณิชย์เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ แผนการใช้ คินเงินกู้ระยะยาวดังตารางที่ 32

ตารางที่ 32 ตารางแสดงแผนการใช้จ่ายเงินกู้ระยะยาว

รายการ	ปีที่ (หน่วย : บาท)					
	0	1	2	3	4	5
เงินต้น	-	3,025,096	2,420,077	1,815,058	1,210,038	605,019
ดอกเบี้ย	-	255,621	204,496	153,372	102,248	51,124
คืนเงินต้น	-	605,019	605,019	605,019	605,019	605,019
เงินต้นคงเหลือ	-	2,420,077	1,815,058	1,210,038	605,019	-

ส่วนแผนการจัดการเงินทุน ส่วนของเจ้าของจำนวน 4,537,644 บาท นั้นจะเรียกชำระจากหุ้นส่วน 3 คน ในสัดส่วน 40:30:30 ซึ่งคิดเป็นเงิน 1,815,058 บาท 1,361,293 บาท และ 1,361,293 บาท ตามลำดับ

2. การจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า

การจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้าเป็นการคาดคะเนความสามารถในการทำกำไร การชำระหนี้คืน ตลอดจนช่วยแสดงถึงหลักประกันในการทำรายได้เพื่อการกู้ยืมเงินทุนจากเจ้าหนี้ การจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้าของโครงการร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาครดังตารางที่ 35

3. การจัดทำงบกระแสเงินสดล่วงหน้า

การจัดทำงบกระแสเงินสดล่วงหน้าเป็นการแสดงกระแสเงินสดเข้าและกระแสเงินสดออก ที่สอดคล้องกับรายรับและรายจ่ายลงทุน ต้นทุนการผลิตและรายจ่ายอื่นๆ ทำให้แน่ใจว่าการดำเนินงานของโครงการจะไม่ประสบภาวะเงินสดขาดมือ งบกระแสเงินสดล่วงหน้าจะเกี่ยวข้องกับเฉพาะรายการที่เป็นเงินสดเท่านั้น ดังนั้นรายการที่ไม่ใช่เงินสด เช่น ค่าเสื่อมราคา ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า จะไม่ปรากฏในงบ แสดงดังตารางที่ 36

4. การจัดทำงบดุลล่วงหน้า

งบดุลล่วงหน้าเป็นงบที่แสดงถึงฐานะการเงินของโครงการล่วงหน้า จัดทำโดยอาศัยข้อมูลจากงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า งบกระแสเงินสดล่วงหน้า แผนการลงทุนในสินทรัพย์ และการจัดหาเงินทุน แสดงได้ดังตารางที่ 37

ตารางที่ 33 ตารางแสดงยอดขายสด รับชำระหนี้และลูกหนี้คงเหลือ ระยะเวลาเรียกเก็บเงิน 30 วัน

รายการ	ปีที่ดำเนินงาน (หน่วย : บาท)				
	1	2	3	4	5
ยอดขายสด	25,963,220	28,559,542	31,415,497	34,557,046	38,012,751
รับชำระหนี้	12,815,179	15,261,714	16,787,885	18,466,673	20,313,341
รวม	38,778,400	43,821,256	48,203,382	53,023,720	58,326,092
ลูกหนี้คงเหลือ	1,165,016	1,281,518	1,409,670	1,550,637	1,705,700

ตารางที่ 34 ตารางแสดงยอดซื้อสด จ่ายชำระหนี้และเจ้าหนี้คงเหลือ ระยะเวลาเรียกจ่ายเงิน 30 วัน

รายการ	ปีที่ดำเนินงาน (หน่วย : บาท)				
	1	2	3	4	5
ซื้อสด	16,476,659	18,124,325	19,936,758	21,930,433	24,123,477
จ่ายชำระหนี้	15,103,604	17,987,020	19,785,721	21,764,294	23,940,723
รวม	31,580,263	36,111,345	39,722,479	43,694,727	48,064,200
เจ้าหนี้คงเหลือ	1,373,055	1,510,360	1,661,396	1,827,536	2,010,290

ตารางที่ 35 ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า 5 ปี

รายการ	ปีที่ดำเนินงาน (หน่วย : บาท)				
	1	2	3	4	5
ยอดขาย	39,943,416	43,937,758	48,331,533	53,164,687	58,481,155
หัก ต้นทุนสินค้าขาย	33,463,764	36,777,070	40,421,707	44,430,808	48,840,818
กำไรขั้นต้น	6,479,652	7,160,688	7,909,826	8,733,879	9,640,337
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	1,777,482	1,955,230	2,150,753	2,365,829	2,602,411
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	1,596,738	1,673,711	1,755,548	1,842,590	1,935,212
ค่าเสื่อมราคา	330,700	330,700	330,700	330,700	330,700
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	118,000	-	-	-	-
ภาษีท้องถิ่น	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	3,314,875	3,433,621	3,691,209	3,971,577	4,276,858
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	3,164,778	3,727,066	4,218,617	4,762,302	5,363,479
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	255,621	204,496	153,372	102,248	51,124
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	2,909,157	3,522,570	4,065,245	4,660,053	5,312,355
หัก ภาษีเงินได้ (30%)	872,747	1,056,771	1,219,573	1,398,016	1,593,706
กำไรสุทธิ	2,036,410	2,465,799	2,845,671	3,262,037	3,718,648

ตารางที่ 36 ตารางแสดงงบกระแสเงินสดล่วงหน้า 5 ปีของโครงการ

รายการ	ปีที่ (หน่วย : บาท)					
	0	1	2	3	4	5
เงินสดรับ						
ค่าขาย	-	25,963,220	28,559,542	31,415,497	34,557,046	38,012,751
รับชำระหนี้	-	12,815,179	15,261,714	16,787,885	18,466,673	20,313,341
รวมเงินสดรับ	-	38,778,400	43,821,256	48,203,382	53,023,720	58,326,092
เงินสดจ่าย						
ซื้อสินค้า	-	16,476,659	18,124,325	19,936,758	21,930,433	24,123,477
จ่ายชำระหนี้	-	15,103,604	17,987,020	19,785,721	21,764,294	23,940,723
สินค้าสำเร็จรูป	1,373,055	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	1,777,482	1,955,230	2,150,753	2,365,829	2,602,411	1,777,482
ค่าใช้จ่ายทางการบริหาร	1,596,738	1,673,711	1,755,548	1,842,590	1,935,212	1,596,738
ภาษีจ่าย	-	-	872,747	1,056,771	1,219,573	1,398,016
ภาษีท้องถิ่น	-	-	2,400	2,400	2,400	2,400
สินทรัพย์ถาวร	5,790,500	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	118,000	-	-	-	-	-
รวมเงินสดจ่าย	7,281,555	34,954,483	40,615,433	44,687,951	49,125,119	54,002,239
เงินสดสุทธิ	-7,281,555	3,823,916	3,205,823	3,515,430	3,898,601	4,323,853
บวก เงินสดยกมา	-	281,185	3,244,462	5,640,769	8,397,808	11,589,141
รวมเงิน	-7,281,555	4,105,101	6,450,285	9,156,199	12,296,409	15,912,994
บวก ส่วนของเจ้าของ	4,537,644	-	-	-	-	-
เงินกู้ยืม	3,025,096	-	-	-	-	-
หัก จ่ายชำระเงินต้น	-	605,019	605,019	605,019	605,019	605,019
จ่ายชำระดอกเบี้ย	-	255,621	204,496	153,372	102,248	51,124
เงินสดคงเหลือปลายงวด	281,185	3,244,462	5,640,769	8,397,808	11,589,141	15,256,851

All rights reserved

จากตารางแสดงงบกระแสเงินสดล่วงหน้า 5 ปีของโครงการ กระแสเงินสดสุดท้ายของโครงการลงทุน (Terminal Year Cash Flows) หมายถึง กระแสเงินสดที่ธุรกิจจะได้รับเมื่อสิ้นสุดโครงการ ซึ่งมาจากการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวรของโครงการออกไป รวมถึงเงินทุนหมุนเวียนสุทธิในโครงการที่ควรได้รับกลับเข้ามาเมื่อสิ้นสุดโครงการ ดังนั้น ในปีสุดท้ายของโครงการลงทุนควรมีกระแสเงินสดสุทธิหลังหักภาษีจากการขายสินทรัพย์ถาวรต่าง ๆ และเงินสดจากเงินทุนหมุนเวียนสุทธิที่ไม่ต้องใช้อีกต่อไป มีดังนี้

1. ราคาประเมินที่ดินจังหวัดสมุทรสาครปรับขึ้นเฉลี่ย 5 % ต่อปี (Prakard, ออนไลน์) ที่ดินและอาคารราคา 5,300,000 บาท ดังนั้น กระแสเงินสดเมื่อสิ้นสุดโครงการเท่ากับ 6,764,292 บาท

2. เงินทุนหมุนเวียน ค่าสินค้าซื้อเพื่อเตรียมไว้ขายเท่ากับ 1,373,055 บาท

3. เงินสดจากการดำเนินงานปีที่ 5 เท่ากับ 4,323,853 บาท

เมื่อโครงการสิ้นสุดลง 5 ปี โครงการเลิกกิจการโดยการขายสินทรัพย์ ดังนั้นโครงการได้กระแสเงินสดสุทธิของโครงการเท่ากับ 12,461,200 บาท ในปีที่ 5

ตารางที่ 37 ตารางแสดงงบดุลล่วงหน้า 5 ปีของโครงการ

รายการ	ปีที่ดำเนินงาน (หน่วย : บาท)				
	1	2	3	4	5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	3,244,462	5,640,769	8,397,808	11,589,141	15,256,851
ลูกหนี้การค้า	1,165,016	1,281,518	1,409,670	1,550,637	1,705,700
สินค้าคงคลัง	1,373,055	1,373,055	1,373,055	1,373,055	1,373,055
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	5,782,533	8,295,342	11,180,532	14,512,833	18,335,606
สินทรัพย์ถาวร					
ที่ดิน	5,300,000	5,300,000	5,300,000	5,300,000	5,300,000
อาคาร	216,000	216,000	216,000	216,000	216,000
เครื่องจักร	234,000	234,000	234,000	234,000	234,000
รถยนต์	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	-330,700	-661,400	-992,100	-1,322,800	-1,653,500
รวมสินทรัพย์ถาวร	5,459,800	5,129,100	4,798,400	4,467,700	4,137,000
รวมสินทรัพย์	11,242,333	13,424,442	15,978,932	18,980,533	22,472,606
หนี้สินหมุนเวียน					
เจ้าหนี้การค้า	1,373,055	1,510,360	1,661,396	1,827,536	2,010,290
ภาษีท้องถิ่น	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	872,747	1,056,771	1,219,573	1,398,016	1,593,706
รวมหนี้สินหมุนเวียน	2,248,202	2,569,531	2,883,370	3,227,952	3,606,396
หนี้สินระยะยาว	2,420,077	1,815,058	1,210,038	605,019	-
รวมหนี้สินทั้งหมด	4,668,279	4,384,589	4,093,408	3,832,971	3,606,396
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุนต้นงวด	4,537,644	6,574,054	9,039,853	11,885,524	15,147,562
บวก กำไรสุทธิ	2,036,410	2,465,799	2,845,671	3,262,037	3,718,648
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	6,574,054	9,039,853	11,885,524	15,147,562	18,866,210
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	11,242,333	13,424,442	15,978,932	18,980,533	22,472,606

5. การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนร้านจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จะใช้หลักเกณฑ์และวิธีการในการประเมินและตัดสินใจลงทุนคือ

5.1 วิธีงวดเวลาคืนทุน (Payback Period Method)

จากข้อมูลกระแสเงินสดสุทธิที่ปรากฏในตารางที่ 36 จะนำมาคำนวณหางวดเวลาคืนทุนของโครงการ จากนั้นนำไปเปรียบเทียบกับงวดเวลาคืนทุนเฉลี่ยของธุรกิจเดียวกัน หากงวดเวลาคืนทุนของโครงการสั้นกว่างวดเวลาคืนทุนเฉลี่ยของธุรกิจ แสดงว่าโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน ข้อมูลจากรสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่าร้านจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนมีงวดเวลาคืนทุนเฉลี่ย 5 ปี การคำนวณงวดเวลาคืนทุนของโครงการแสดงได้ดังตารางที่ 38

ตารางที่ 38 ตารางแสดงการคำนวณงวดเวลาคืนทุนของโครงการ

รายการ	ปีที่ (หน่วย : บาท)					
	0	1	2	3	4	5
กระแสเงินสดจ่าย	-7,281,555	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดรับ	-	3,823,916	3,205,823	3,515,430	3,898,601	12,461,200

จากข้อมูลในตารางที่ 38 สามารถคำนวณหางวดเวลาคืนทุนของโครงการได้เท่ากับ 2 ปี 1 เดือน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่สั้นกว่างวดเวลาคืนทุนเฉลี่ยของธุรกิจร้านจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนเฉลี่ย จึงกล่าวได้ว่าเมื่อประเมินผลโครงการด้วยวิธีงวดเวลาคืนทุนแล้วโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

5.2 วิธีอัตราส่วนลดกระแสเงินสด (Discount Cash Flow Method)

1. **มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)** การกำหนดอัตราคิดลด (Discount Rate) ที่เหมาะสม คือ ค่าเสียโอกาสของทุนที่นำมาใช้ในโครงการนี้ กำหนดในสมมติฐานทางการเงินเท่ากับร้อยละ 8.35

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)} = \sum_{t=1}^n \frac{\text{NCF}_t - I_0}{(1+r)^t}$$

โดย NCF_t = กระแสเงินสดสุทธิรายปี ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ n
 r = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ หรือต้นทุนเงินทุน
 I_0 = เงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ
 n
 $\sum_{t=1}^n$ = ผลบวกของ...ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่ n

นำข้อมูลกระแสเงินสดจ่าย กระแสเงินสดรับสุทธิจากตารางที่ 34 และ อัตราลดค่าที่กำหนด แทนค่าในสมการมูลค่าปัจจุบันสุทธิ

$$\begin{aligned} \text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)} &= \sum_{t=1}^5 \frac{NCF_t}{(1+0.0835)^t} - 7,281,555 \\ &= \frac{3,823,916}{1.0835} + \frac{3,205,823}{(1.0835)^2} + \frac{3,515,430}{(1.0835)^3} + \frac{3,898,601}{(1.0835)^4} + \frac{12,461,200}{(1.0835)^5} - 7,281,555 \\ &= 11,920,308 \text{ บาท} \end{aligned}$$

จากการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ ได้มูลค่า 11,920,308 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก จึงกล่าวได้ว่าเมื่อประเมินผลโครงการด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิแล้ว โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

2. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR)

$$I_0 = \sum_{t=1}^n \frac{NCF_t}{(1+k)^t}$$

โดย k = Internal Rate of Return

นำข้อมูลกระแสเงินสดจ่าย กระแสเงินสดรับสุทธิจากตารางที่ 45 แทนค่าในสมการเพื่อหาอัตราผลตอบแทนของโครงการ

$$\begin{aligned} 7,281,555 &= \frac{3,823,916}{1+k} + \frac{3,205,823}{(1+k)^2} + \frac{3,515,430}{(1+k)^3} + \frac{3,898,601}{(1+k)^4} + \frac{12,461,200}{(1+k)^5} \\ k &= 51.12 \% \end{aligned}$$

จากการคำนวณอัตราผลตอบแทนของโครงการได้ 41.48 % ซึ่งมากกว่าอัตราคิดลดของสมมติฐานที่กำหนดไว้ (8.35 %) จึงกล่าวได้ว่าเมื่อประเมินผลโครงการด้วยวิธีอัตราผลตอบแทนของโครงการแล้ว โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ตารางที่ 39 ตารางแสดงสรุปผลการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

หลักเกณฑ์ / วิธีการ	เงื่อนไขการรับโครงการ	ผลการคำนวณ	กระประเมินโครงการ
งวดเวลาคืนทุน	PBP < 5 ปี	PBP = 2 ปี 1 เดือน	รับโครงการ
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	NPV > 0	NPV=11,920,308 บาท	รับโครงการ
อัตราผลตอบแทนของโครงการ	IRR > 8.35 %	IRR = 51.12 %	รับโครงการ

จากผลในตารางที่ 39 จึงกล่าวสรุปได้ว่าโครงการลงทุนร้านเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

6. การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis)

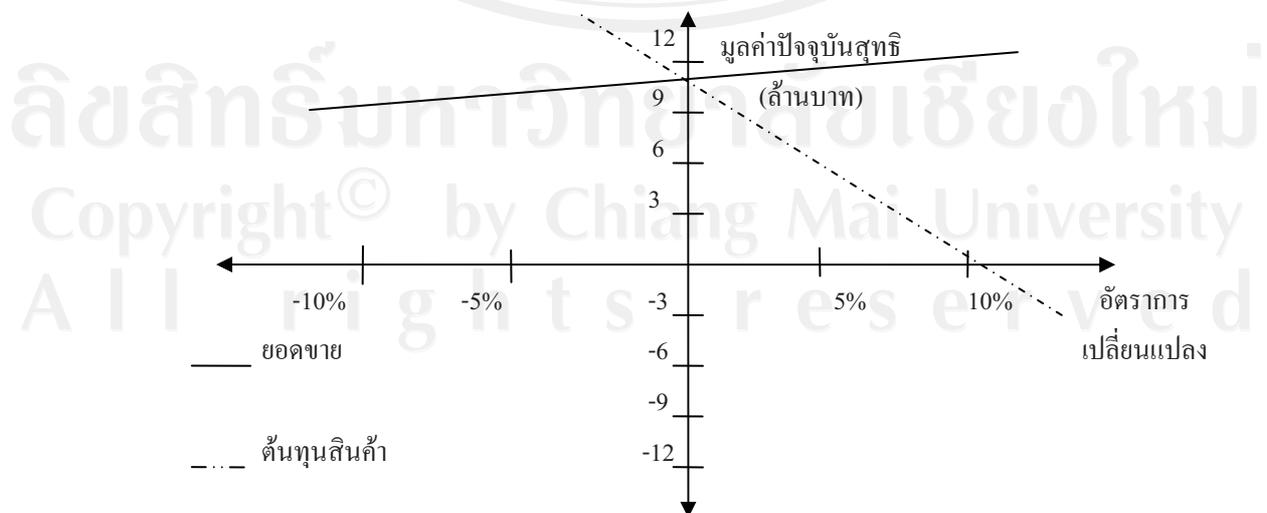
สำหรับโครงการลงทุนร้านเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จะวิเคราะห์ความไวด้วยตัวแบบการจำลองสถานการณ์ (Simulation Model) โดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรแต่ละตัวที่ปรากฏในงบกระแสเงินสดล่วงหน้า (ในขณะที่ตัวแปรอื่นๆ คงที่) ว่าจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) อย่างไรบ้าง เมื่อเทียบกับมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนของโครงการของกรณีฐาน (กำหนดให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ปรากฏในตารางที่ 39 เป็นกรณีฐาน) ตัวแปรที่จะพิจารณาคือ ยอดขายและต้นทุนสินค้า ทั้งนี้เนื่องจากเป็นตัวแปรที่มีมูลค่าสูงเมื่อเทียบกับตัวแปรอื่นๆ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวแปรสองตัวนี้ ย่อมส่งผลกระทบต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนของโครงการมากกว่า ในการศึกษาจะสมมติให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรทีละตัวในอัตราเพิ่มขึ้นครั้งละ 5 เปอร์เซ็นต์และลดลงครั้งละ 5 เปอร์เซ็นต์ แล้วนำมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนของโครงการที่คำนวณได้ในแต่ละกรณีมาแสดงผลในรูปกราฟ

ตารางที่ 40 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความไวของมูลค่าปัจจุบันสุทธิเมื่อยอดขายมีการเปลี่ยนแปลง

อัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)
10 %	13,730,348
5 %	12,825,328
0 % (กรณีฐาน)	11,920,308
- 5 %	11,015,287
- 10 %	10,110,267

ตารางที่ 41 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความไวของมูลค่าปัจจุบันสุทธิเมื่อต้นทุนสินค้าขายมีการเปลี่ยนแปลง

อัตราการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนสินค้าขาย	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)
10 %	792,998
5 %	6,356,653
0 % (กรณีฐาน)	11,920,308
- 5 %	17,483,962
- 10 %	23,047,617



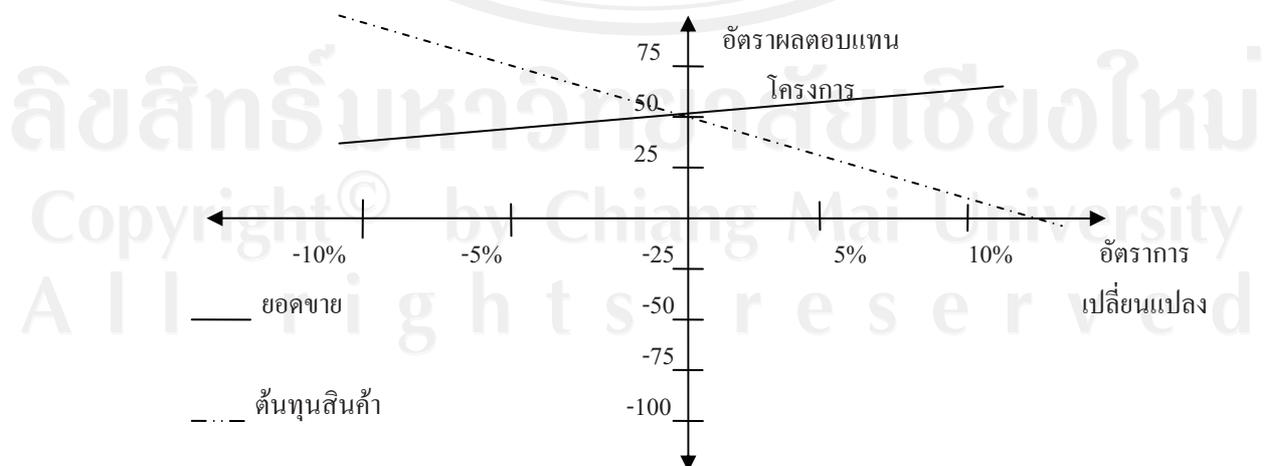
ภาพที่ 5 ภาพแสดงผลการวิเคราะห์ความไวของมูลค่าปัจจุบันสุทธิเมื่อตัวแปรมีการเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 42 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความไวของอัตราผลตอบแทนของโครงการเมื่อยอดขายมีการเปลี่ยนแปลง

อัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย	อัตราผลตอบแทนของโครงการ
10 %	57.75 %
5 %	54.43 %
0 % (กรณีฐาน)	51.12 %
- 5 %	47.82 %
- 10 %	44.53 %

ตารางที่ 43 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความไวของอัตราผลตอบแทนของโครงการเมื่อต้นทุนสินค้าขายมีการเปลี่ยนแปลง

อัตราการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนสินค้าขาย	อัตราผลตอบแทนของโครงการ
10 %	11.19 %
5 %	31.12 %
0 % (กรณีฐาน)	51.12 %
- 5 %	71.28 %
- 10 %	91.63 %



ภาพที่ 6 ภาพแสดงผลการวิเคราะห์ความไวของอัตราผลตอบแทนของโครงการเมื่อตัวแปรมีการเปลี่ยนแปลง

จากตารางที่ 40-43 พบว่าเมื่อกำหนดให้ยอดขายและต้นทุนสินค้าขายมีอัตรา
เปลี่ยนแปลงที่เท่ากัน การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนสินค้าขายทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตรา
ผลตอบแทนของโครงการมีการเปลี่ยนแปลงมากกว่า

ดังนั้นต้นทุนสินค้าขาย มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตรา
ผลตอบแทนของโครงการเป็นอย่างมาก ดังนั้นในการดำเนินโครงการจะต้องให้ความสำคัญเป็น
อย่างยิ่งต่อตัวแปรนี้ โดยพยายามควบคุมให้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากตัวเลขที่คาดการณ์ให้น้อยที่สุด
ทั้งนี้เพื่อให้โครงการดำเนินงานไปด้วยความราบรื่นและผู้ลงทุนได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน
ใกล้เคียงกับตัวเลขที่คาดการณ์ไว้ โดยการหาบริษัทตัวแทนจำหน่ายที่มีต้นทุนสินค้าต่ำกว่าเป็นผู้ส่ง
สินค้าขายมาให้กับโครงการ