

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาคือความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายเครื่องทองเหลือง ในเมืองพัทธา จังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษาคำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาคือความเป็นไปได้ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน เพื่อประมาณผลการดำเนินการด้วยการเงิน ได้แก่ งบลงทุนโครงการ งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบดุล รวมถึงการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนการลงทุน และการวิเคราะห์ความไว ซึ่งผลการศึกษานำเสนอ ดังนี้

4.1 ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

การศึกษาคือความเป็นไปได้ทางการตลาดในการลงทุนธุรกิจร้านขายเครื่องทองเหลือง ในเมืองพัทธา จังหวัดชลบุรี ทำการศึกษาในด้านต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์สภาวะตลาด
2. การพยากรณ์ความต้องการของตลาด
3. การประมาณการยอดขายสินค้า

1. การวิเคราะห์สภาวะตลาด

สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ

ในส่วนนี้จะอธิบายถึงสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ ซึ่งแบ่งได้ดังนี้คือ

สภาพเศรษฐกิจทั่วไปของเมืองพัทธา จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจากในและต่างประเทศ ส่งผลให้ภาคธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวทั้งในด้านการผลิตและการส่งออก ดังนั้นรัฐบาลจึงได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เป็นอุตสาหกรรมหลัก เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่าย โดยหวังให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นประโยชน์ในการฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจของประเทศและกระตุ้นให้มีการกระจายรายได้ตลอดจนการจ้างงานไปสู่ระดับท้องถิ่น รวมทั้งเป็นการกระตุ้นให้เกิดเงินไหลเวียนในระบบเศรษฐกิจทั้งใน

ท้องถิ่นและขยายตัวออกไปในระดับประเทศอันส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป พร้อมทั้งให้อุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ดึงเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศได้โดยเร็ว โดยช่วยให้มีการหมุนเวียนเงินตราภายในท้องถิ่นและลดการไหลของเงินตราออกนอกประเทศ ซึ่งภาครัฐได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าวและมีการสนับสนุน รมรณรงค์ให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้นและพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศในลำดับต้นๆ เนื่องจากเป็นสถานที่ตากอากาศที่มีชื่อเสียงและสวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศและมีความหลากหลายในสถานที่ท่องเที่ยวตลอดจนศักยภาพอื่นๆที่เป็นที่สนับสนุนให้พัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ

ศักยภาพ

เมืองพัทธานับได้ว่าเป็นเมืองที่มีความแตกต่างจากเมืองอื่นๆซึ่งอาจถือเป็นข้อได้เปรียบใน ส่วนของการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งจุดเด่นหรือข้อได้เปรียบของเมืองพัทธานอาจสรุปได้ดังนี้(ศูนย์ข้อมูลข่าวสารเมืองพัทธาน,2553:ออนไลน์)

1. เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมีชายหาดที่ใช้เป็นสถานที่ตากอากาศยาวติดต่อกันถึง 15 กิโลเมตร
2. เป็นเมืองศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การธนาคาร ธุรกิจบริการ และพาณิชยกรรมระดับภาค
3. เป็นเมืองศูนย์กลางการบริการและท่องเที่ยวสำหรับ โครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก(อีสเทิร์นซีบอร์ด)
4. เป็นเมืองศูนย์กลางทางการคมนาคมและโทรคมนาคมระดับภาค
5. เป็นศูนย์กลางทางการศึกษาทุกระดับ
6. เป็นเมืองที่มีระบบสาธารณสุขที่สมบูรณ์แบบเอื้อประโยชน์ต่อการผลิตการลงทุนและการท่องเที่ยวของท้องถิ่น
7. เป็นเมืองที่มีระบบการบำบัดน้ำเสียและการกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ

8. เป็นเมืองที่เป็นศูนย์กีฬาและศูนย์การแข่งขันกีฬาทางน้ำทั้งในระดับประเทศและระดับโลก

พัทยา เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ มีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางน้ำซึ่งอยู่ทางด้านตะวันออกของอ่าวไทย มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย จึงมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นิยมเข้ามาท่องเที่ยวที่พัทยายเป็นจำนวนมาก สร้างรายได้ให้แก่ประชาชน ดังสถิติท่องเที่ยว ดังนี้

สถิติการท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวพัทยา

ปีพ.ศ.	ผู้เยี่ยมชมพัทยา/ รายได้(นักท่องเที่ยว+ นักทัศนอาจร)				รวม	
	ชาวไทย (คน)	รายได้ (ล้านบาท)	ชาว ต่างประเทศ (คน)	รายได้ (ล้านบาท)	ผู้เยี่ยมชม พัทยา ทั้งสิ้น (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
2548	1,804,240	8,441.67	3,533,769	40,080.46	5,338,009	48,522.13
2549	2,026,179	9,289.02	4,088,768	43,955.09	6,114,947	53,244.11
2550	2,199,028	10,649.45	4,481,630	48,698.16	6,680,658	59,347.61

ที่มา: สำนักงาน ททท. ภาคกลางเขต3 ชลบุรี พ.ศ.2551

การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (Strengths Weaknesses Opportunities and Threats) หรือ SWOT มีดังนี้

1. จุดแข็ง (Strengths) ทางการตลาดของร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองในเมืองพัทยา

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองและจากแบบสอบถามผู้เคยซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองสรุปได้ดังนี้

- 1) กิจการมีบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านสินค้าเครื่องทองเหลืองสามารถให้คำแนะนำและข้อมูลแก่พนักงานและลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าได้
- 2) มีเครือข่ายกับทางโรงงานผู้ผลิตสินค้าเครื่องทองเหลืองที่ทางผู้ประกอบการร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองมีความสามารถในการควบคุมคุณภาพและต้นทุน และทางโรงงานยังมีผลงานที่น่าเชื่อถือได้

2. จุดอ่อน (Weaknesses) ทางการตลาดของร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองในเมืองพัทยา

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองและจากแบบสอบถามผู้เคยซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองสรุปได้ดังนี้

- 1) เจ้าของกิจการขาดความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านการทำธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องทองเหลือง
- 2) ราคาต้นทุนของวัตถุดิบ มีการเปลี่ยนแปลงตามความต้องการของตลาด โดยมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ทำให้ต้นทุนสินค้าไม่แน่นอน

3. โอกาส (Opportunities) ทางการตลาดของร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองในเมืองพัทยา

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองและจากแบบสอบถามผู้เคยซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองสรุปได้ดังนี้

- 1) รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาปี 2550 จากนักท่องเที่ยวชาวไทยมูลค่า 10,649.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2549 คิดเป็น ร้อยละ 14.65 และรายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีมูลค่า 48,698.16 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2549 คิดเป็น ร้อยละ 10.79 (สำนักงานการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา,ออนไลน์)
- 2) ผลสำเร็จจากการเปิดตลาดท่องเที่ยวในประเทศ ทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้บริการ ท่องเที่ยวที่เมืองพัทยาทั้งในช่วงไฮซีซั่นและโลว์ซีซั่นจำนวนมาก (สำนักงานการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา,ออนไลน์)
- 3) นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย / คน / วัน 3,016.06 บาท เพิ่มขึ้นจากปี 2549 คิดเป็น ร้อยละ 3.86 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าที่พัก , ค่าอาหารและเครื่องดื่ม , ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก ตามลำดับ(สำนักงานการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา,ออนไลน์)
- 4) สินค้าเครื่องทองเหลืองเป็นสินค้าที่มีการนำไปเป็นสินค้าที่ใช้ประโยชน์ในหลายๆด้านทำให้เกิดเป็นสินค้าที่ทนทานคุ้มค่าแก่การเลือกซื้อซึ่งสินค้าเครื่องทองเหลืองสามารถนำไปทำให้มีหลายสีทันสวยงามตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละราย

4. อุปสรรค (Threats) ทางการตลาดของร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองในเมือง

พัทยา

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองและจากแบบสอบถามผู้เคยซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองสรุปได้ดังนี้

- 1) ภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนอาจจะทำให้ลูกค้าหันมานิยมสินค้าเครื่องใช้ที่ไม่ได้ทำจากวัตถุดิบทองเหลือง ซึ่งมีสินค้าทดแทน เช่น สินค้าของที่ระลึก เป็นต้น
- 2) เป็นกิจการเปิดใหม่ เมื่อดำเนินการต้องแข่งขันกับร้านค้าขายเครื่องทองเหลืองและขายของที่ระลึกที่มีอยู่เดิม

2. การพยากรณ์ความต้องการของตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายเครื่องทองเหลืองในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าเครื่องทองเหลืองจำนวน 3ร้าน

ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ สรุปได้ดังนี้

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายเครื่องทองเหลืองและขายของที่ระลึกพบว่าทางร้านส่วนใหญ่จะขายสินค้าที่เป็นเครื่องทองเหลืองประมาณ 65%ต่อเดือนและมียอดขายสินค้าเครื่องทองเหลืองที่ขายได้วันเสาร์-อาทิตย์และวันนักขัตฤกษ์ประมาณ 6 0,000 บาทต่อวัน และมียอดขายในช่วงวันธรรมดาประมาณ 40 ,000 บาทต่อวัน ในช่วงเปิดกิจการเริ่มแรกมียอดขายเพียงแค่ประมาณ 50 % ของยอดขายปัจจุบัน และการเติบโตของยอดขายโดยเฉลี่ยในแต่ละปีของร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองอยู่ที่ประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์ ส่วนต้นทุนของสินค้าเครื่องทองเหลืองที่ทางร้านซื้อเพื่อนำมาขายนั้นจะอยู่ที่ประมาณ 40%ของราคาขายและมีเกณฑ์ในการเพิ่มขึ้นของต้นทุนโดยเฉลี่ยปีละประมาณ 5% จำนวนลูกค้าที่เข้าร้านโดยเฉลี่ยต่อวันมากกว่า 30 ราย ในเรื่องของสินค้าเครื่องทองเหลืองที่ทางร้านขายให้ความสำคัญคือ ราคา และ รูปแบบที่หลากหลาย มีคุณภาพดี หลักเกณฑ์ในการกำหนดราคาเพื่อนำสินค้าเครื่องทองเหลืองมาขายคือต้นทุนที่ซื้อมาและเรื่องของผลกำไรที่ต้องการ การตกลงซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองนั้นมีการตกลงราคากัน ณ วันที่เจรจาซื้อ ส่วนวิธีการชำระเงินส่วนใหญ่จะให้เงินสด ทางร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองส่วนใหญ่มีการขายโดยหน้าร้านเป็นหลัก การส่งเสริมการตลาดที่ทางร้านขายเลือกคือการแจกใบปลิว การให้

ส่วนลด การจัดโปรโมชั่นในเทศกาลต่างๆ ส่วนค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายต่อเดือนอยู่ที่
ระหว่าง 15,000-20,000 บาท

ส่วนปัญหาหรือข้อเสนอนะอื่นๆ ไม่มีผู้ประกอบการรายใดตอบ

ผลการสอบถามผู้ที่เคยซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองในด้านการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านขายเครื่องทองเหลืองในเมือง
พัทธา จังหวัดชลบุรี ได้สำรวจตลาดโดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่แจกให้แก่กลุ่มตัวอย่าง
จำนวน 200 ชุด แบบสอบถามนี้จะแบ่งเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อร้านค้าเครื่องทองเหลือง

ผลการสำรวจตลาดทั้งสี่ส่วนนี้จะใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดส่วนประสมทาง
การตลาด การพยากรณ์ยอดขายและคาดคะเนค่าใช้จ่ายด้านการตลาดของโครงการ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	80	40.0
หญิง	120	60.0
รวม	200	100.0

จากข้อมูลในตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 60.0 และ
เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 40.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	18	9.0
20-29 ปี	54	27.0
30-39 ปี	58	29.0
40 ปีขึ้นไป	70	35.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ร้อยละ 35.0 รองลงมา คือ อายุ 30-39 ปี ร้อยละ 29.0 อายุ 20-29 ปี ร้อยละ 27.0 และอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	13	6.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย	33	16.5
อนุปริญญา/ปวส./เทียบเท่า	55	27.5
ปริญญาตรี	71	35.5
สูงกว่าปริญญาตรี	28	14.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 35.5 รองลงมา คือ อนุปริญญา/ปวส./เทียบเท่า ร้อยละ 27.5 มัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 16.5 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 14.0 และ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	19	9.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	25	12.5
พนักงานบริษัทเอกชน	66	33.0
รับจ้างทั่วไป/ธุรกิจส่วนตัว	90	45.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับจ้างทั่วไป/ธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 45.0 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 33.0 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 12.5 และนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	15	7.5
10,001-20,000 บาท	39	19.5
20,001-30,000 บาท	40	20.0
30,001-40,000 บาท	34	17.0
40,001-50,000 บาท	20	10.0
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	52	26.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 26.0 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 20.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทร้อยละ 19.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000

บาทร้อยละ 17.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท บาท ร้อยละ 10.0 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

เหตุผลที่ซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง	จำนวน	ร้อยละ
ใช้เป็นเครื่องครัว	74	37.0
ประกอบพิธีทางศาสนา	130	65.0
ของตกแต่งบ้าน	102	51.0
ของขวัญของกำนัล	150	75.0
ของเก็บสะสม	116	58.0
อื่นๆ (นำไปขายต่อ)	5	2.5

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 ราย

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง คือ ของขวัญของกำนัล ร้อยละ 75.0 ประกอบพิธีทางศาสนา ร้อยละ 65.0 ของเก็บสะสม ร้อยละ 58.0 ของตกแต่งบ้าน ร้อยละ 51.0 ใช้เป็นเครื่องครัวร้อยละ 37.0 และอื่นๆ คือ นำไปขายต่อ ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสินค้าเครื่อง
ทองเหลืองที่ท่านเลือกซื้อ

ประเภทของสินค้าเครื่องทองเหลือง ที่เลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องสังฆภัณฑ์	150	75.0
รูปปั้นทองเหลือง ของที่ระลึก	112	56.0
เครื่องครัว	98	49.0
ของใช้ในบ้าน	69	34.5
อื่นๆ (อุปกรณ์ช่าง)	4	2.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 ราย

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อของที่ระลึก ร้อยละ 76.5 รองลงมา คือ เครื่องสังฆภัณฑ์ ร้อยละ 75.0 รูปปั้นทองเหลือง ร้อยละ 56.0 เครื่องครัว ร้อยละ 49.0 ของใช้ในบ้าน ร้อยละ 34.5 และอื่นๆ คือ อุปกรณ์ช่าง ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	106	53.0
สมาชิกในครอบครัว	46	23.0
แฟน/สามี/ภรรยา	36	18.0
เพื่อน	6	3.0
พนักงานขาย	6	3.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นว่า ตนเอง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองมากที่สุด ร้อยละ 53.0 รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 23.0 แฟน/สามี/ภรรยา ร้อยละ 18.0 เพื่อน ร้อยละ 3.0 และ เท่ากับ พนักงานขาย ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารของสินค้าเครื่องทองเหลืองที่ได้รับ

แหล่งข้อมูลข่าวสารของสินค้าเครื่องทองเหลืองที่ได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
โบชัว/แผ่นพับ/ใบปลิว	76	38.0
โทรทัศน์/เคเบิลทีวีท้องถิ่น	29	14.5
วิทยุ/วิทยุชุมชน	28	14.0
งานแสดงสินค้า	146	73.0
อินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ต่างๆ	77	38.5
หนังสือพิมพ์	25	12.5
อื่นๆ(หน้าร้านค้าเครื่องทองเหลือง)	10	5.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลข่าวสารของสินค้าเครื่องทองเหลืองจากงานแสดงสินค้านี้อายุ 73.0 รองลงมา คือ อินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ต่างๆร้อยละ 38.5 โบชัว/แผ่นพับ/ใบปลิว ร้อยละ 38.0 โทรทัศน์/เคเบิลทีวีท้องถิ่น ร้อยละ 14.5 วิทยุ/วิทยุชุมชน ร้อยละ 14.0 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 12.5 และอื่นๆ คือ หน้าร้านค้าเครื่องทองเหลือง ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะ และราคาก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

การเปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะ และราคา ก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง	จำนวน	ร้อยละ
มีการเปรียบเทียบ	155	77.5
ไม่มีการเปรียบเทียบ	45	22.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเปรียบเทียบในการซื้อ ร้อยละ 77.5 และไม่มีการเปรียบเทียบ ร้อยละ 22.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาในการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

เวลาในการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจทันที	126	63.0
น้อยกว่า 3 วัน	64	32.0
3-7 วัน	39	19.5
1-2 สัปดาห์	19	9.5
3-4 สัปดาห์	6	3.0
มากกว่า 4 สัปดาห์	5	2.5

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเวลาในการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง โดยตัดสินใจทันที ร้อยละ 63.0 รองลงมา คือ น้อยกว่า 3 วัน ร้อยละ 32.0 3-7 วัน ร้อยละ 19.5 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 9.5 3-4 สัปดาห์ ร้อยละ 3.0 และมากกว่า 4 สัปดาห์ ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ไปเลือกซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

ช่วงเวลาที่ไปเลือกซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์-วันศุกร์	49	24.5
วันเสาร์-วันอาทิตย์	156	78.0
วันหยุดนักขัตฤกษ์	103	51.5

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมไปเลือกซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองในช่วงเวลาวันเสาร์-วันอาทิตย์ ร้อยละ 78.0 รองลงมา คือ วันหยุดนักขัตฤกษ์ ร้อยละ 51.5 และวันจันทร์-วันศุกร์ ร้อยละ 24.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งเฉลี่ยที่ซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

จำนวนการซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3 เดือน/ครั้ง	63	31.5
3-6 เดือน /ครั้ง	59	29.5
7-12 เดือน/ครั้ง	48	24.0
2-3 ปี/ครั้ง	28	14.0
ไม่แน่นอน	2	1.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองต่ำกว่า 3 เดือน/ครั้ง ร้อยละ 31.5 รองลงมา คือ 3-6 เดือน /ครั้ง ร้อยละ 29.5 7-12 เดือน/ครั้ง ร้อยละ 24.0 2-3 ปี/ครั้ง ร้อยละ 14.0 และไม่แน่นอน ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ในการซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ในการซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 3,000 บาท	100	50.0
3,001-5,000 บาท	34	17.0
5,001-10,000 บาท	28	14.0
10,001-20,000 บาท	15	7.5
20,001-40,000 บาท	3	1.5
มากกว่า 40,000 บาท	20	10.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ในการซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองเลือกในราคา ไม่เกิน 3,000 บาท ร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ 3,001-5,000 บาท ร้อยละ 17.0 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 14.0 มากกว่า 40,000 บาท ร้อยละ 10.0 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 7.5 และ 20,001-40,000 บาท ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการแะชมสินค้าเครื่องทองเหลือง
ที่พัทยา

การแะชมสินค้าเครื่องทองเหลืองที่พัทยา	จำนวน	ร้อยละ
มา	190	95.0
ไม่มา	10	5.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการแะชมสินค้าเครื่องทองเหลืองที่
พัทยา ร้อยละ 95.0 และไม่มา ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 16 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
สินค้ามีความหลากหลาย	2 (1.0)	3 (1.5)	31 (15.5)	64 (32.0)	100 (50.0)	200 (100.0)	4.29 (มาก)	2
คุณภาพ ทนทาน ใช้ได้นาน	2 (1.0)	1 (0.5)	16 (8.0)	67 (33.5)	114 (57.0)	200 (100.0)	4.45 (มาก)	1
รูปลักษณ์ภายนอกสวยงาม	4 (2.0)	3 (1.5)	19 (9.5)	82 (41.0)	92 (46.0)	200 (100.0)	4.28 (มาก)	3
การพัฒนาสินค้าให้ทันสมัย	5 (2.5)	10 (5.0)	39 (19.5)	87 (43.5)	59 (29.5)	200 (100.0)	3.93 (มาก)	4
บรรจุภัณฑ์สวยงาม พกพาสะดวก	8 (4.0)	11 (5.5)	48 (24.0)	80 (40.0)	53 (26.5)	200 (100.0)	3.80 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ย						200 (100.0)	4.15 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย ให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับ สำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 4.15 โดยปัจจัยทั้งหมดมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ คุณภาพ ทนทาน ใช้ได้นาน มีค่าเฉลี่ย 4.45 สินค้ามีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 4.29 รูปลักษณ์ภายนอกสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.28 การพัฒนาสินค้าให้ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.93 และบรรจุภัณฑ์สวยงาม พกพาสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

2. ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปล ผล	ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
คุณภาพเหมาะสมกับราคา	3 (1.5)	3 (1.5)	26 (13.0)	65 (32.5)	103 (51.5)	200 (100.0)	4.31 (มาก)	1
มีส่วนลดให้ในโอกาสพิเศษ	4 (2.0)	5 (2.5)	40 (20.0)	73 (36.5)	78 (39.0)	200 (100.0)	4.08 (มาก)	3
มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	2 (1.0)	12 (6.0)	41 (20.5)	66 (33.0)	79 (39.5)	200 (100.0)	4.04 (มาก)	4
มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา	4 (2.0)	5 (2.5)	30 (15.0)	83 (41.5)	78 (39.0)	200 (100.0)	4.13 (มาก)	2
กำหนดราคาขายต่ำกว่ารายอื่น	4 (2.0)	13 (6.5)	33 (16.5)	75 (37.5)	75 (37.5)	200 (100.0)	4.02 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ย						200 (100.0)	4.12 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย ให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคาในระดับ สำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 4.12 โดยปัจจัยทั้งหมดมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ คุณภาพเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 4.31 มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา มีค่าเฉลี่ย 4.13 มีส่วนลดให้ในโอกาสพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 4.08 มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.04 และกำหนดราคาขายต่ำกว่ารายอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

3.ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยแปลผล	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
ตกแต่งร้านสวยงามทันสมัย	1 (0.5)	9 (4.5)	31 (15.5)	95 (47.5)	64 (32.0)	200 (100.0)	4.06 (มาก)	2
สถานที่จอดรถสะดวกสบาย	1 (0.5)	7 (3.5)	34 (17.0)	88 (44.0)	70 (35.0)	200 (100.0)	4.10 (มาก)	1
ทำเลที่ตั้งใกล้ชุมชนและเดินทางเข้ามาสะดวก	0 (0.0)	6 (3.0)	38 (19.0)	98 (49.0)	58 (29.0)	200 (100.0)	4.04 (มาก)	3
การวางผังร้านเป็นหมวดหมู่และมีระเบียบ	2 (1.0)	8 (4.0)	47 (23.5)	94 (47.0)	49 (24.5)	200 (100.0)	3.90 (มาก)	4
สั่งซื้อสินค้าได้ทางโทรศัพท์หรือเว็บไซต์	9 (4.5)	16 (8.0)	54 (27.0)	77 (38.5)	44 (22.0)	200 (100.0)	3.66 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ย						200 (100.0)	3.95 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย ให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับ สำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.95 โดยปัจจัยทั้งหมดมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ สถานที่จอดรถ สะดวกสบายมีค่าเฉลี่ย 4.10 ตกแต่งร้านสวยงามทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.06 ทำเลที่ตั้งใกล้ชุมชนและเดินทางเข้ามา มีค่าเฉลี่ย 4.04 การวางผังร้านเป็นหมวดหมู่และมีระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 3.90 และสั่งซื้อสินค้าได้ทางโทรศัพท์หรือเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย 3.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยแปลผล	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	5 (2.5)	9 (4.5)	47 (23.5)	95 (47.5)	44 (22.0)	200 (100.0)	3.82 (มาก)	4
บริการหลังการขาย	5 (2.5)	14 (7.0)	51 (25.5)	63 (31.5)	67 (33.5)	200 (100.0)	3.87 (มาก)	3
บริการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	9 (4.5)	17 (8.5)	51 (25.5)	61 (30.5)	62 (31.0)	200 (100.0)	3.75 (มาก)	5
บริการจัดส่งสินค้าฟรี	7 (3.5)	17 (8.5)	35 (17.5)	70 (35.0)	71 (35.5)	200 (100.0)	3.91 (มาก)	2
กรณีสินค้ามีปัญหาแลกเปลี่ยนหรือซ่อมแซมแก้ไขได้	7 (3.5)	8 (4.0)	28 (14.0)	66 (33.0)	91 (45.5)	200 (100.0)	4.31 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ย						200 (100.0)	3.90 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย ให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในระดับ สำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.90 โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ กรณีสินค้ามีปัญหาแลกเปลี่ยนหรือซ่อมแซมแก้ไขได้ มีค่าเฉลี่ย 4.31 บริการจัดส่งสินค้าฟรี มีค่าเฉลี่ย 3.91 บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ย 3.87 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.82 และบริการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 3.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเครื่องทองเหลือง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ระดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.15	1	สำคัญมาก
ปัจจัยด้านราคา	4.12	2	สำคัญมาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.95	3	สำคัญมาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	3.90	4	สำคัญมาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเฉลี่ย ให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความสำคัญที่ ระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 4.15 ปัจจัยด้านราคา มีระดับความสำคัญที่ ระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 4.12 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีระดับความสำคัญที่ ระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.95 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย มีระดับความสำคัญที่ ระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.90 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อร้านค้าเครื่องทองเหลือง

จากการสอบถามข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ได้มีข้อเสนอแนะใดๆ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จากแบบสอบถามของผู้เคยซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเฉลี่ย ให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน

ผลิตภัณฑ์ในระดับ สำคัญมาก โดยปัจจัยทั้งหมดมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ คุณภาพ ทนทาน ใช้ได้นาน สินค้ามีความหลากหลาย รูปลักษณ์ภายนอกสวยงาม การพัฒนาสินค้าให้ทันสมัย และบรรจุภัณฑ์สวยงาม พกพาสะดวก ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินค้าเครื่องทองเหลืองที่ผลิตจากเนื้อโลหะประเภททองแดงผสมสังกะสี ซึ่งเป็นโลหะที่นำธาตุอื่นมาผสมให้ได้คุณสมบัติที่ดีขึ้น อันได้แก่ความแวววาวความทนทานและมี

ความมองซ้ำ การจำหน่ายประเภทสินค้าให้มีความหลากหลายตามประโยชน์การใช้งาน มีหลายขนาด หลายรูปแบบ

2. บั๊จจ้ยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย ให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อบั๊จจ้ยด้านราคาในระดับ สำคัญมาก โดยบั๊จจ้ยทั้งหมดมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ คุณภาพเหมาะสมกับราคา มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา มีส่วนลดให้ในโอกาสพิเศษ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน และกำหนดราคาขายต่ำกว่ารายอื่น ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตัวอย่างสินค้าเครื่องทองเหลือง

1.ราคาระดับ100-1,000

บาท



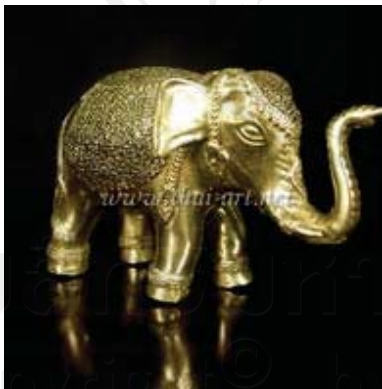
2.ราคาระดับ 1,001-3,000



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.ราคาระดับ 3,000 ขึ้นไป





3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย ให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับ สำคัญมาก โดยปัจจัยทั้งหมดมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ สถานที่จอดรถ สะดวกสบาย ตกแต่งร้านสวยงามทันสมัย ทำเลที่ตั้งใกล้ชุมชนและเดินทางไปมาสะดวก การวางผังร้านเป็นหมวดหมู่และมีระเบียบ และสั่งซื้อสินค้าได้ทางโทรศัพท์หรือเว็บไซต์ ตามลำดับ

ช่องทางการจัดจำหน่าย จะใช้พนักงานขายหน้าร้านเป็นหลัก มีการอบรมให้ความรู้พื้นฐานด้าน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และบริการด้วยความสุภาพสำหรับสถานที่ตั้งของโครงการอยู่บนห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขาพญา บิซ เพื่อที่ลูกค้าสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก และสร้างความน่าเชื่อถือของร้านด้วยการตกแต่งร้านอย่างดี มีการจัดแสงไฟอย่างเหมาะสม

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย ให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในระดับ สำคัญมาก โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ กรณีสินค้ามีปัญหาแลกเปลี่ยนหรือซ่อมแซมแก้ไขได้ บริการจัดส่งสินค้าฟรี บริการหลังการขาย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ มีและบริการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ตามลำดับ

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

โครงการร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองนี้เป็นกิจการเปิดใหม่ การส่งเสริมการตลาดจะเน้นไปที่ให้เป็นที่รู้จักด้วยการ แจกใบปลิวแผ่นพับ ทำเว็บไซต์แนะนำร้าน และมีส่วนลด หรือของแถม และจากแบบสอบถามผู้ซื้อสินค้าต้องการการบริการหลังการขายที่ดีโดยรับซ่อมแซมด้วยเพื่อต้องการให้ลูกค้าเข้ามาชมสินค้าที่ร้านเพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสทางการขาย และก่อให้เกิดการบอกต่อ และมีแผนการตลาด ดังนี้

1. แจกใบปลิวแผ่นพับ โดยมีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มโอกาสให้เป็นที่รู้จัก เกิดความคุ้นเคย ภายในประกอบด้วยข้อมูลและรูปภาพที่ตั้งร้าน เวลาที่ให้บริการที่อยู่เว็บไซต์ และโปรโมชันอื่นๆที่มี ณ ขณะนั้น มีขนาด A4 พิมพ์สี แจกบริเวณทางเข้า ณ จุดรับบัตรจอดรถยนต์ และแจกให้แก่ผู้ที่สนใจทั่วไป ตามหน่วยงานราชการ สำนักงาน แหล่งชุมชน เป็นต้น

2. จัดทำเว็บไซต์ เป็นการส่งเสริมการตลาดอีกหนึ่งวิธีที่ใช้เงินลงทุนไม่มาก แต่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้จำนวนมาก ในเว็บไซต์จะมีข้อมูลของตำแหน่งที่ตั้งร้าน ประเภท รูปแบบ และราคาสินค้า พร้อมรูปภาพตัวอย่างสินค้าให้เลือกชมเพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

โดยจ้างบริษัทจากภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญ โดยทางร้านสามารถเพิ่มข้อมูลล่าสุด (update) รูปภาพ บทความต่างๆ ได้ทุกเดือน โดยครั้งแรกเสียค่าจ้างในการออกแบบ ค่าเช่าพื้นที่ และจัดทำ 17,000 บาท จากนั้นมีค่าใช้จ่ายอีก 1,200 บาทต่อเดือน

3. มอบของแถม ให้แก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น ปีใหม่คริสต์มาส ตรุษจีน วาเลนไทน์ สงกรานต์ เป็นต้น ทั้งนี้อาจจะให้ของแถม เมื่อมียอดซื้อตามที่กำหนดโดยทำกิจกรรมเพียงอย่างเดียวหนึ่งวันหรืออาจจะจัดทั้งหมดพร้อมกัน

โครงการนี้ต้องการให้เป็นที่รู้จัก จึงจัดทำการตลาดในปีที่ 1 และ 2 ให้มาก ซึ่งต่อไปในปีที่ 3-5 จะลดปริมาณการทำตลาดลง แต่ยังคงมีการทำการตลาดอย่างต่อเนื่องตลอดปีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

โครงการมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในแต่ละปีต่างกัน รายละเอียดการค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม แสดงดังตาราง 21-23

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงค่าใช้จ่าย และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในปีที่ 1

กิจกรรม	รายละเอียด	จำนวนเงิน (บาท)
ใบปลิว ขนาด A4 จำนวน 12,600 ใบๆละ 2 บาท	-เดือนที่1 ถึง 2 แจก 3 วันต่อสัปดาห์ วันละ 400 ใบ $3 \times 8 \times 400 = 9,600$ ใบ -เดือนที่3 ถึง 12 แจกเดือนละครั้งๆละ 300 ใบ $1 \times 10 \times 300 = 3,000$ ใบ - ค่าจ้างแจกใบปลิววันละ 200 บาท $34 \times 200 = 6,800$ บาท	32,000
เว็บไซต์	-ค่าจ้างทำและค่าพื้นที่ 17,000 บาท และราย เดือนๆละ 1,200 บาท	31,400
ของแถม	-จำนวน 1,200 ชิ้นๆละ 100 บาท	120,000
รวม(บาท)		183,400

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กิจกรรม	รายละเอียด	จำนวนเงิน (บาท)
ใบปลิว ขนาด A4 จำนวน 4,800 ใบ ใบละ 2 บาท	-แจกทุกเดือนๆละครั้งๆละ 400 ใบ $1 \times 12 \times 400 = 4,800$ ใบ -ค่าจ้างแจกใบปลิว วันละ 200 บาท $12 \times 200 = 2,400$ บาท	12,000
เว็บไซต์	-ค่ารายเดือนๆละ 1,200 บาท	14,400
ของแถม	-จำนวน 1,200 ชิ้นๆละ 100 บาท	120,000
รวม(บาท)		146,400

ตารางที่ 23 แสดงค่าใช้จ่าย และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในปีที่ 3, 4 และ 5

กิจกรรม	รายละเอียด	จำนวนเงิน (บาท)
ใบปลิว ขนาดA4 จำนวน 1,000 ใบ ใบละ 2 บาท	-แจกเฉพาะช่วงเทศกาล ปีใหม่ 200ใบ, วาเลนไทน์ 200 ใบ ตรุษจีน 200 ใบ คริสต์มาส 200 ใบ วัน สงกรานต์ 200 ใบ = 1,000 ใบ -ค่าจ้างแจกใบปลิววันละ 200 บาท $5 \times 200 = 1,000$ บาท	3,000
ทำเวปไซต์	-ค่ารายเดือนๆละ 1,200 บาท	14,400
ของแถม	-จำนวน 1,450 ชิ้นๆละ 80 บาท	116,000
รวม(บาท)		133,400

หมายเหตุ: ในปีที่ 3-5 ได้ทำการเปลี่ยนแบบของแถมทำให้ราคาลดลงจาก 100 บาทเหลือ 80 บาท
และเพิ่มจำนวนจาก 1,200 ชิ้นเป็น 1,450 ชิ้น

จากข้อมูลข้างต้น สามารถแสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาดในแต่ละปี ได้ดังตาราง 24

ตารางที่ 24 แสดงรายการค่าใช้จ่ายทางการตลาดตลอดระยะเวลา 5 ปี

รายการ	ปีที่				
	1	2	3	4	5
ใบปลิว แผ่นพับ	32,000	12,000	3,000	3,000	3,000
เว็บไซต์	31,400	14,400	14,400	14,400	14,400
ของแถม	120,000	120,000	116,000	116,000	116,000
รวมค่าใช้จ่าย	183,400	146,400	133,400	133,400	133,400

3. การประมาณแผนการขาย

จากการเก็บแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ สามารถนำข้อมูลมาประมาณแผนการขาย พิจารณาจากจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ห้างเซ็นทรัลสาขาพญาภิษ ในช่วงวันธรรมดา อยู่ที่ 40,000-50,000 คน ขณะที่วันหยุดสุดสัปดาห์ เพิ่มขึ้นเป็น 80,000 คน ซึ่งโครงการนี้ทำการเปิดกิจการทุกวัน เป็นวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันนักขัตฤกษ์ จำนวน 118 วัน และวันธรรมดา 247 วัน และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง พบว่าร้านส่วนใหญ่จะขายสินค้าที่เป็นเครื่องทองเหลืองประมาณ 65%ต่อเดือนมี ยอดขายสินค้าเครื่องทองเหลืองที่ขายได้วันเสาร์-อาทิตย์และวันนักขัตฤกษ์ประมาณ 60,000 บาทต่อวัน และมียอดขายในช่วงวันธรรมดาประมาณ 40,000 บาทต่อวัน เมื่อพิจารณาข้อมูลดังกล่าว ก็ในช่วงเปิดกิจการเริ่มแรกมียอดขายเพียงแค่ประมาณ 50 % ของยอดขายปัจจุบันดังนั้น ในวันธรรมดาทางร้านจะมียอดขายประมาณ $(40,000/50\%) = 20,000$ บาทต่อวัน และวันหยุดจะมียอดขายประมาณ $(60,000/50\%) = 30,000$ บาทต่อวัน ดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 แสดงยอดขายในปีที่ 1

	เปิดบริการ (วัน)	ยอดขายในแต่ละ วัน(บาท)	รวมยอดขายราย ปี(บาท)
วันหยุด	118	30,000	3,540,000
วันธรรมดา	247	20,000	4,940,000
รวม			8,480,000

จากการสัมภาษณ์ร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง การเติบโตของยอดขายโดยเฉลี่ยในแต่ละปีของร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองอยู่ที่ประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นรายได้ของ โครงการตลอดระยะเวลา 5 ปี แสดงดังตาราง 26

ตารางที่ 26 แสดงรายได้จากการขายปกติตลอดระยะเวลาโครงการ 5 ปี

ที่มาของรายได้	ปีที่				
	1	2	3	4	5
ขายหน้าร้าน	8,480,000	9,328,000	10,260,800	11,286,880	12,415,568

4.2 ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง พบว่าทำเลที่ตั้งของร้านต้องอยู่ในกลางเมือง คมนาคมสะดวก มีที่จอดรถ ส่วนการตรวจสอบงานที่จัดซื้อมาโดยการสุ่มตรวจสอบ และส่วนใหญ่ไม่มีการทำสัญญาซื้อขายระหว่างกันในส่วนการติดตามการสั่งซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองที่นำมาขายส่วนใหญ่ไม่มีการติดตาม ในกรณีที่สินค้าไม่เป็นไปตามการสั่งซื้อทางร้านจะส่งคืนสินค้าบางส่วนที่ไม่ตรงกับการสั่ง ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองเพื่อนำมา ร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าเครื่องทองเหลืองมากที่สุดรองลงมาคือเรื่องของราคา

จากข้อมูลข้างต้นร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องทองเหลือง จะดำเนินการ ด้านเทคนิค ดังต่อไปนี้

- ที่ตั้งของโครงการ
- ค่าตกแต่งพื้นที่และเครื่องใช้อุปกรณ์
- การจัดซื้อ และการจัดจำหน่าย

รูป 1 ที่ตั้งของโครงการ



สำหรับโครงการร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องทองเหลืองนี้เป็นร้านใหม่ไม่มีคนรู้จักมาก่อน จึงต้องทำให้ร้านนี้เป็นที่รู้จักได้อย่างรวดเร็ว ให้เกิดความน่าเชื่อถือ และบอกต่อ จึงให้สถานที่ตั้งร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขา พัทยา บีช อันเนื่องจาก พฤติกรรมผู้บริโภคยังคงให้ความนิยมเลือกซื้อสินค้าผ่านศูนย์การค้า และเป็นศูนย์การค้าที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติและประชากรในจังหวัดชลบุรีและจากทั่วโลก เคียงบริเวณที่ตั้งร้านอยู่ชั้นสอง ร้านค้ามีพื้นที่ร้านขนาด 50 ตารางเมตร ค่าเช่าเดือนละ 150,000 บาท มีค่าเช่าที่ 300,000 บาท ได้คืนเมื่อครบสัญญา ทำสัญญา 5 ปี

สาขา: พัทยา บีช

ที่อยู่: 333/99 - 333/100 ม.9 หนองปรือ อ. บางละมุง จ.ชลบุรี 71220

โทร: 038 930 999

เวลาเปิด-ปิด: ทำการ ตั้งแต่ 11.00 น.-21.00 น ทุกวันทำการ

4.2.1 ค่าตกแต่งพื้นที่และเครื่องใช้อุปกรณ์

การตกแต่งร้านสำหรับจำหน่ายสินค้าเครื่องทองเหลืองแห่งนี้ จะตกแต่งร้านให้มีสีสว่างสบายตา ใช้กระจกเพื่อให้ดูร้านมีขนาดใหญ่ขึ้น จัดแสงไฟไว้อย่างเหมาะสมเพื่อดึงดูดความสวยงามของสินค้าเครื่องทองเหลืองที่เวลากระทบแสงไฟแล้วตัวสินค้ามีความเงางามอย่างยิ่งอีกทั้งในร้านยังมีอุปกรณ์พื้นฐานสำหรับการทำ ความสะอาด หรือซ่อมแซมสินค้าเบื้องต้นไว้ สำหรับบริการลูกค้าด้วย รายละเอียดมีดังนี้

ค่าตกแต่งพื้นที่ ได้แก่

-ค่าไฟตกแต่ง และค่าเพดาน	80,000	บาท
- ค่าตกแต่งผนัง ค่ากระจก	150,000	บาท
-ค่าป้ายร้าน	60,000	บาท
-ค่าตู้จัดแสดงสินค้า	100,000	บาท
-ค่าพื้น	60,000	บาท
รวม	450,000	บาท

ค่าเครื่องใช้สำนักงาน และอุปกรณ์ ได้แก่

-เครื่องและน้ำยาทำความสะอาด	80,000	บาท
-อุปกรณ์ไฟฟ้า	40,000	บาท
-ตู้เก็บสินค้า	30,000	บาท
-โทรศัพท์มือถือ	70,000	บาท
-เครื่องจ่ายไฟฉุกเฉิน	20,000	บาท
-อุปกรณ์สำนักงาน	150,000	บาท
-เก้าอี้ โต๊ะ รับรองลูกค้า	30,000	บาท
รวม	420,000	บาท

ค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินของโครงการแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการตกแต่งพื้นที่ อุปกรณ์

ไฟฟ้า และเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน ได้แก่ตู้เซฟโทรทัศน์วงจรปิดอุปกรณ์สำนักงานเก้าอี้ โต๊ะ คิดค่าเสื่อมราคา 5 ปี แสดงดังตาราง 27

ตารางที่ 27 ค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน

รายการ	ปีที่				
	1	2	3	4	5
ค่าตกแต่งพื้นที่	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
อุปกรณ์ไฟฟ้า	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
รวมค่าเสื่อมราคา	158,000	158,000	158,000	158,000	158,000

ร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองนี้ต้องการทำประกันอัคคีภัย ต่อสินทรัพย์มูลค่า 1,000,000 บาท ซึ่งมีค่าเบี้ยประกันภัยปีละ 3,000 บาท ตลอดระยะเวลาโครงการ

4.2.2 การจัดซื้อ และการจัดจำหน่าย

โครงการร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองนี้ดำเนินการจัดซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้วและ รับผิดชอบตามแบบที่ลูกค้าสั่ง โดยสั่งผลิตกับร้าน รับผิดชอบสินค้าเครื่องทองเหลืองซึ่งใช้เวลาประมาณ 1-2 สัปดาห์ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของรูปแบบ ชิ้นงานเมื่อได้รับงานเสร็จเรียบร้อยแล้วทางร้านจะไปรับสินค้าพร้อมกับ ตรวจสอบคุณภาพของ ชิ้นงานหากสินค้านั้นไม่ตรงกับที่สั่ง หรือไม่ได้ คุณภาพ จะส่งในส่วนที่ผลิตผิดกลับไป และทำการชำระเงินค่าสินค้าเป็นเงินสดทั้งหมด ทางร้านค้าส่วนใหญ่ไม่มีการทำสัญญา ซื้อขาย ราคาซื้อขายใช้ราคาตรงตาม ณ วันที่ตกลงกันเป็นหลักการติดตามการสั่งซื้อจะทำโดยทางโทรศัพท์ สำหรับค่าจ้างแรงงาน และต้นทุนสินค้าขึ้นอยู่กับประเภท เช่น พระรูปปั้นเครื่องสาน เป็นต้นและขึ้นอยู่กับความยากง่ายของลวดลาย และรูปแบบในการสั่งผลิต

ในการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละงวดนั้นทางร้านจะมีการซื้อสินค้าเป็นเงินสดเพื่อจะได้ ส่วนลดในการซื้อมากที่สุด ต้นทุนในการซื้อสินค้านั้นจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการต้นทุนอยู่ที่ ประมาณ 40% ของยอดขาย และมีเกณฑ์ในการเพิ่มขึ้นของต้นทุนปีละ 45 %, 50% ,55% และ 60% ของยอดขาย เนื่องจากตัววัตถุดิบที่มีราคาผันผวนที่ยังมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง แสดงใน ตารางที่ 28

ตารางที่ 28 แสดงยอดซื้อสินค้าจากโรงงานรับผลิต และมีการจ่ายชำระเงินเป็นเงินสดในแต่ละงวด

รายการ	ปีที่ยื่นรายงาน (หน่วย : บาท)				
	1	2	3	4	5
ค่าซื้อสินค้า	3,392,000	4,197,600	5,130,400	6,207,784	7,449,341

การขายสินค้าเครื่องทองเหลืองโดยพนักงานขายจัดเตรียมสินค้าโดยมีผู้จัดการร้านเป็นผู้ตรวจสอบนับจำนวน ตรวจสอบสภาพของสินค้า และจัดเก็บเข้าตู้เก็บของทุกวันร่วมกับพนักงานขาย หากมีลูกค้าสั่งผลิตผู้จัดการจะเป็นผู้ประสานงานในขั้นตอนการผลิตจนกระทั่งเสร็จออกมาเป็นชิ้นงาน การขายสินค้าให้พนักงานขายเป็นผู้นำเสนอสินค้าหรือ แนะนำสินค้าแบบใหม่ๆแก่ลูกค้าเพื่อให้เกิดการซื้อเมื่อลูกค้าตกลงซื้อพนักงานขายเป็นผู้จัดเตรียมและทำการแพ็คเกจ (Packaging) ทางร้านให้ลูกค้าเลือกเพื่อนำไปเป็นของขวัญ หรือเก็บสะสมได้ตามความต้องการไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม กิจการมีการบริการหลังการขาย ได้แก่ การทำความสะอาด หรือการซ่อมแซมสินค้าเบื้องต้นให้แก่ลูกค้า เป็นบริการแก่ลูกค้าตลอดอายุการใช้งานโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพราะอยู่ภายใต้การรับประกันคุณภาพของโรงงานผลิตอีกทางหนึ่ง ปริมาณของเครื่องทองเหลืองตั้งอยู่ในสัดส่วนที่พอเหมาะกับการขาย โดยดำเนินการจัดซื้อ และสั่งผลิตให้เหมาะสมกับยอดขาย หากต้องการสั่งผลิตเพิ่ม หรือถ้ามี แนวโน้มของสินค้าเครื่องทองเหลืองตลาดไปในทิศทางใหม่ๆ ผู้จัดการจะดำเนินการแจ้งเจ้าของ กิจการให้พิจารณาเพื่อจัดซื้อ พนักงานบัญชีจะทำการออกบิลใบเสร็จเมื่อมีการซื้อขาย หรือค้ำมัดจำ ต่างๆให้แก่ลูกค้าและทำการ บันทึกบัญชีซื้อขายประจำวันเพื่อส่งเงินให้แก่เจ้าของกิจการ ราคาขายของสินค้าเครื่องทองเหลืองสำหรับร้านค้านี้เป็นราคาที่ไม่แพง จนเกินไป

4.3 ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

ผลการศึกษาพบว่าในด้านการดำเนินงานด้านการจัดการร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองทุกร้านมีการดำเนินงานในลักษณะการขาย การรับสั่งทำ และรับซ่อมแซม ชัดเจน เครื่องทองเหลือง ด้านการวางแผน พบว่าร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องทองเหลืองส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผน คือ จะดำเนินกิจการให้สอดคล้องกับสถานะตลาด ณ ขณะนั้น และสำหรับร้านที่มีการวางแผน จะเป็นการวางแผนการดำเนินงานที่เป็นแผนงานระยะสั้น ไม่เกิน 1 ปี ด้านการจัดการองค์กร พบว่าร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองทุกร้าน มีโครงสร้าง การดำเนินงานแบบไม่เป็นทางการ คือ มีเจ้าของ และลูกจ้าง โดยเจ้าของกิจการเป็นผู้ดูแลทุกด้าน ด้านการจัดการด้านงานบุคคล และมีการแบ่งหน้าที่ ความรับผิดชอบ และแบ่งแผนกอย่างชัดเจน โดย แบ่งเป็นแผนกขาย แผนกบัญชีการเงิน และแผนกการผลิต ด้านการแสวงหาบุคคล พบว่าร้าน ขายสินค้าเครื่องทองเหลืองส่วนใหญ่ทุกร้านสรรหาจากการแนะนำจากบุคคลที่น่าเชื่อถือ รองลงมา คือ การสรรหาจากการประกาศรับสมัครผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ซึ่งการคัดเลือก บุคลากรจะใช้เกณฑ์ด้านประสบการณ์ มากที่สุด รองลงมา ด้านการศึกษาและ บุคลิกภาพ ส่วนด้านการจัดสวัสดิการและผลตอบแทน พบว่า ร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองทุกร้านให้สวัสดิการแก่พนักงานในเรื่อง โบนัสประจำปีและเบี้ยเลี้ยงพิเศษมากที่สุด รองลงมา คือ การลาพัก วันหยุด อาหารและน้ำดื่ม เงินยืมฉุกเฉิน สำหรับผลตอบแทน พบว่าร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง ส่วนใหญ่กำหนดอัตราจ้าง ตามความสามารถ ประสบการณ์ มากที่สุด รองลงมา คือ ตามวุฒิการศึกษาและอายุการทำงาน สำหรับด้าน การพัฒนาบุคลากร พบว่า ร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองทุกร้านพัฒนาบุคลากร โดยการ แนะนำอบรมในงาน และด้านการประเมินผล พบว่าคุณสมบัติที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน และการ ประเมินพนักงาน ที่ร้านให้ความสำคัญมากที่สุดในการประเมิน ได้แก่ ความซื่อสัตย์มี สติปัญญา ไหวพริบ และทำงานด้วยความขยันอดทน สำหรับเกณฑ์ที่ใช้วัดผลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย พบว่าใช้การ กำหนดคุณภาพงาน เพื่อการวัดผลงานมากที่สุด

สำหรับการดำเนินงานด้านการจัดการของร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง ใน การศึกษาครั้งนี้ จะดำเนินการด้านการจัดการ ดังนี้

4.3.1 รูปแบบการดำเนินงาน

ร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองจะดำเนินการโดยจัดซื้อสินค้าเครื่องทองเหลืองที่ แปรรูปเป็นสินค้าพร้อมขายแล้ว รับสั่งทำเครื่องทองเหลืองตามความต้องการ รับทำความสะอาด และมีการซ่อมแซมสินค้าเครื่องทองเหลืองอีกด้วย ซึ่งจดทะเบียนการค้าในลักษณะของบริษัทจำกัด

เสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจดทะเบียน 7,000 บาท ดังนั้นจึงมีค่าใช้จ่าย ก่อนการดำเนินงาน 7,000 บาท ซึ่งจะตัดจ่ายในปีแรก

4.3.2 การจัดโครงสร้างองค์กร

ร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองเป็น กิจการขนาดเล็กที่มีวิธีการทำงานที่ไม่ซับซ้อนจึงมีการจัดการ โครงสร้างองค์กรแบบทางการที่ไม่ซับซ้อน มีการแบ่งงานตามหน้าที่ คือ มีผู้จัดการ พนักงานขาย และพนักงานบัญชี โดยเจ้าของกิจการเป็นผู้บริหารดูแล ทุกด้าน



รูปที่ 2 แสดงผัง โครงสร้างองค์กรของร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องทองเหลือง

เจ้าของกิจการร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง เป็นผู้ควบคุมดูแลกิจการแทบทุกส่วนและ กำหนด แผนการดำเนินงานและเป้าหมายของกิจการทั้งหมด รวมไปถึงการควบคุมดูแล จัดซื้อสินค้า การดูแลคุณภาพของสินค้าที่นำมาขาย การส่งผลิตสินค้า และควบคุมการดำเนินงานของ แผนกบัญชี การเงิน โดยมีอำนาจการตัดสินใจในทุกแผนก ของกิจการ

ผู้จัดการร้าน เป็นผู้ที่ทำหน้าที่รับมอบหมายงานจากเจ้าของกิจการร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง โดยตรง เป็นผู้ดูแลการดำเนินงานภายในร้าน การเปิดปิดให้บริการ รับผิดชอบต่อ ยอดขาย ควบคุมดูแลพนักงานขาย ดูแลตรวจสอบจัดเก็บสินค้าที่มีในสต็อกและที่ นำมาขาย มีอำนาจตัดสินใจกรณีเกิดการต่อรองในการซื้อขายสินค้าในกรณีที่ ลูกค้าต้องการสั่งทำหรือซ่อมแซม ผู้จัดการร้านมีหน้าที่ประสานงานให้กับ ลูกค้า และเนื่องจากร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองเป็นร้านที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่มีมูลค่า ดังนั้นผู้จัดการร้านต้องเป็นผู้มีความรับผิดชอบสูง ละเอียด

รอบคอบ ซื่อสัตย์ และสามารถแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้า ได้อย่างถูกต้อง

พนักงานขาย เป็นผู้ทำหน้าที่ให้คำแนะนำ และเสนอสินค้าแก่ลูกค้า รวมถึงการดูแล การ ให้บริการ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้าน พนักงานขายต้องมีความ รับผิดชอบ มีความสามารถในการขาย มีมนุษยสัมพันธ์ มีมารยาทดี ซื่อสัตย์ และมีพื้นฐานความรู้ เกี่ยวกับสินค้าเครื่องทองเหลือง

พนักงานบัญชีและการเงิน เป็นผู้ทำหน้าที่ดูแลด้านการเงิน รับเงินจากลูกค้าที่เข้ามาใช้ บริการ รับผิดชอบเงินสดที่ใช้หมุนเวียนประจำวัน การออกบิลใบเสร็จ การรับส่งเงินประจำวันให้แก่เจ้าของกิจการ การบันทึกบัญชีของร้าน จัดทำงบการเงินต่างๆจบ การศึกษาบัญชีระดับปวช.ขึ้นไป

<u>เงินเดือนของบุคลากรต่อเดือน</u>		
เจ้าของกิจการ	1 คน	20,000 บาท
ผู้จัดการ	1 คน	12,000 บาท
พนักงานขาย	3 คน คนละ 9,000 บาท	27,000 บาท
พนักงานบัญชีและการเงิน	1 คน	9,000 บาท
รวม	68	,000 บาท

ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองการจ่ายเงินเดือนของแต่ละแผนก โคนเฉลี่ยจะกำหนดให้มีการเพิ่มขึ้นของ เงินเดือน 5% ต่อปี

4.3.3 การจัดการงานบุคคล

การวางแผน ร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองมีการแบ่งงานตามหน้าที่อย่าง ชัดเจน ได้แก่ เจ้าของกิจการ ผู้จัดการร้าน พนักงานขาย และพนักงานบัญชีและการเงินการแสวงหาบุคคล ร้านขาย สินค้าเครื่องทองเหลืองจะสรรหาบุคลากรจาก การแนะนำจากบุคคลที่นั้น ๆ เชื้อถือ และ ประกาศผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ซึ่งการ คัดเลือกบุคลากรจะใช ้เกณฑ์ด้าน การศึกษา บุคลิกภาพ ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ และ ประสบการณ์

การจัดสวัสดิการและผลตอบแทน ร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองจัด สวัสดิการ แก่พนักงานในด้าน โบนัสประจำปี ชุดทำงานหรือเครื่องแบบ น้ำดื่ม การลาพัก วันหยุด และเบี้ย

เลี้ยงพิเศษ (ล่วงเวลา) สำหรับผลตอบแทนจะกำหนดอัตราค่าจ้างจากวุฒิการศึกษา ความสามารถ ประสบการณ์ และอายุการทำงานซึ่งในทุกตำแหน่งงานต้องมีเงินค่าประกันการทำงานเนื่องจากเป็นร้านขายสินค้าที่มีมูลค่า ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการและผลตอบแทน ดังนี้

- โบนัสประจำปี ประเมินจากผลการทำงานทุกปีโดยหัวหน้าแผนก ถ้าโครงการมีกำไรทุกตำแหน่งจะได้รับโบนัส เท่ากับ 0.3 เท่าของเงินเดือน ในปีแรกมีค่าโบนัสประจำปี ดังนี้

-ผู้จัดการ		3,600	บาท
- พนักงานขาย 3 คนละ	2,400 =	7,200	บาท
- พนักงานบัญชี		2,400	บาท
รวม		13,200	บาท

-ชุดทำงาน เป็นแบบเดียวกันเพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มอบให้พนักงานทุก ตำแหน่ง และมอบให้ใหม่ทุกปี ตำแหน่งละ 3 ชุดๆละ 200 บาท รวมทุก ตำแหน่งเป็นค่าใช้จ่ายทั้งหมด 3,000 บาท

-ค่าน้ำดื่ม มีน้ำดื่มบริการลูกค้า และพนักงาน เฉลี่ยเดือนละ 300บาท รวมทั้งปี 3,600 บาท

การพัฒนาบุคลากร ร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองจะมีการพัฒนาฝึกอบรมพนักงาน โดยการแนะนำ อบรมในงานที่ทำประจำวัน

การประเมินผล ร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองใช้คุณสมบัติในเรื่องความ ขยันอดทน ความซื่อสัตย์ สติปัญญา ไหวพริบ ความมีระเบียบ วินัย และมนุษยสัมพันธ์ เป็น คุณสมบัติที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานและการประเมินผลพนักงาน

4.3.4 การอำนวยการ และการควบคุม

ร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง มีการมอบหมายงานแก่พนักงานเป็นราย สัปดาห์ โดยมอบหมายผ่านผู้จัดการร้านด้วยวาจาเป็นหลัก และเพื่อให้ทราบผลการปฏิบัติงานว่า ตรงตาม เป้าหมายหรือไม่ สำหรับแผนกขายใช้วิธีการกำหนดปริมาณงานจากการที่สามารถขายได้ ในแต่ละ วัน และแผนกบัญชีและการเงินใช้วิธีการกำหนดคุณภาพงาน

ตารางที่ 29 ประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหาร

หน่วย : บาท

รายการ	ปี				
	1	2	3	4	5
เงินเดือน	816,000	856,800	899,640	944,622	991,853
ค่าไฟฟ้า	60,000	63,000	66,150	69,457	72,930
ค่าโทรศัพท์	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
ค่าประกันอัคคีภัย	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
ค่าสวัสดิการ	19,800	20,790	21,830	22,922	24,068
ค่าเช่า	1,800,000	1,890,000	1,984,500	2,083,725	2,187,911
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	158,000	158,000	158,000	158,000	158,000
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ	2,868,800	3,004,190	3,146,350	3,295,618	3,452,348

4.4 ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

ผลการศึกษาพบว่า ร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง ส่วนใหญ่ใช้เงินลงทุน ประมาณ 2,00,000-5,000,000 บาท ตกแต่งพื้นที่ 200,001 – 400,000 บาท บาท เครื่องใช้ อุปกรณ์ 200,001 – 500,000 บาท ค่าสินค้า มากกว่า 1,100,000 บาท โดยทุกแห่งมีที่มาของเงินทุนจากส่วนตัวและเงินกู้จากสถาบันการเงิน และเสียดอกเบี้ยเงินกู้จากสถาบันการเงินระหว่างร้อยละ 5-10 ต่อปี ร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง ส่วนใหญ่มีการวางแผนทางการเงิน และการจัดทำงบการเงิน แผน โดยทุกแห่งจัดทำงบกำไรขาดทุน และ งบดุล มีเงินทุน หมุนเวียนที่ใช้อยู่ในกิจการต่อเดือน 1,100,001 – 1,400,000 บาทร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองส่วนใหญ่มีการกำหนดวงเงินสดขั้นต่ำที่ต้องถือไว้ใน การดำเนินงานประจำเดือน มากกว่า 150,000 บาท กำไรสุทธิต่อปี ของร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองส่วนใหญ่คือ 10-20%

จากการศึกษาข้อมูลด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการจัดการสามารถนำมา
ประมาณการทางการเงินสำหรับการลงทุนร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง ได้ดังนี้

การกำหนดสมมติฐาน

กำหนดสมมติฐานที่ได้ข้อมูลจากการสอบถามและข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งต่างๆ
เพื่อใช้ในการวิเคราะห์โครงการ ดังนี้

1. เงินลงทุนประกอบด้วย

-เงินลงทุนส่วนตัว	2,400,000	บาท
-เงินกู้	600,000	บาท

โครงการจะขอกู้จากธนาคารพาณิชย์ โดยจะใช้สินทรัพย์ส่วนตัวคือ ที่ดินจำนวน 1 ไร่ใน
การขอกู้โดยมีอายุครบกำหนดชำระ 4 ปี อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ร้อยละ 8.45 ต่อปี ซึ่งเท่ากับอัตรา
ดอกเบี้ยเงินกู้โดยเฉลี่ยของลูกค้ารายย่อยชั้นดี (MRR 6.45 % + spread 2 %) ณ เดือนมีนาคม 2553
ธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน)

2. อายุของโครงการเท่ากับ 5 ปีและในแต่ละเดือนกำหนดให้มี 30 วัน

3. ซื้อสินค้าเพื่อเตรียมไว้ขายในลักษณะ การชำระเป็นเงินสด

4. การขายสินค้าทุกครั้งกำหนดให้เป็นการ ชำระเป็นเงินสด

5. ระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการน้อยกว่า 3 ปี

6. ต้นทุนเงินทุน (Weighted Average Cost of Capital: WACC) เท่ากับ 14 %จากการคำนวณดังนี้

6.1 สัดส่วนของเงินลงทุนของตนเองต่อเงินกู้จากสถาบันการเงิน 80:20

6.2 อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ (Required Rate of Return)เท่ากับ 16% อ้างอิงจากอัตรา
ผลตอบแทนของร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองทั้ง 3 ร้านค้าดังนี้

ตารางที่ 30 ต้นทุนโครงการ

ร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง	อัตราผลตอบแทนประมาณ (เปอร์เซ็นต์)
ร้าน ไทย ซูเวเนีย THAI SOUVENIR	15
ร้าน IBUY ASIA	18
ร้าน RIPLEY'S SHOP (SOUVENIRS)	15
ค่าเฉลี่ยผลตอบแทน	16

อัตราดอกเบี้ยหลังหักภาษีเท่ากับ $(8.45\% \times 0.7) = 5.92\%$

ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC) คือ $[16 \times 0.8] + [(8.45 \times 0.7) \times 0.2] = 14\%$

7. คิดภาษีเงินได้แบบนิติบุคคลที่ 30% ของกำไรก่อนหักภาษีเนื่องจากจดทะเบียนแบบบริษัทจำกัด

8. การคำนวณค่าเสื่อมราคาอายุการใช้งานของสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ 5 ปี

9. ค่ามัดจำการเช่าจำนวน 300,000 บาท จ่ายคืนเมื่อครบสัญญา 5 ปี ค่าเช่าเดือนละ 150,000 บาท

10. การขายและสั่งผลิตตามรูปแบบของสินค้าเครื่องทองเหลือง

- ปริมาณการสั่งซื้อจะสั่งซื้อในสัดส่วนที่พอเหมาะกับการขายและตามความต้องการของตลาดโดยสั่งซื้อจากโรงงานผลิตสินค้าเครื่องทองเหลืองชำระด้วยเงินสดทั้งหมด

- รายได้จากการขายมีที่มาของรายได้จากการขายหน้าร้านปกติกำหนดให้เพิ่มขึ้นปีละ 10%

- ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้นปีละ 5% ตามยอดขาย

4.4.1 แหล่งเงินทุนและการลงทุนในโครงการ

เงินลงทุนสำหรับร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองทั้งหมดจำนวน 3,000,000 บาท มาจากเจ้าของกิจการ 2,400,000 บาท และกู้จากสถาบันการเงิน 600,000 บาท ในอัตราดอกเบี้ย 8.45% ต่อปีคงที่ตลอดระยะเวลาโครงการ 4 ปีผ่อนชำระเงินต้นคืนสิ้นปีงบประมาณโครงการ

ตารางที่ 31 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน สัดส่วน และจำนวนเงินของแต่ละแหล่งเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุน	สัดส่วน	จำนวนเงิน
1.เงินกู้ระยะยาว	20%	600,000
2.ส่วนของผู้ถือหุ้น	80%	2,400,000
รวมเงินทุนทั้งหมด	100%	3,000,000

โครงการนี้มีการกู้เงินระยะยาวจากธนาคารพาณิชย์จำนวน 600,000 บาทระยะเวลา 5 ปี อัตราดอกเบี้ยเท่ากับ 8.45% ต่อปี โดยชำระดอกเบี้ยพร้อมเงินต้นปีละครั้งตอนสิ้นปี ฉะนั้นกิจการจะต้องจ่ายเงินต้นและดอกเบี้ยแก่ธนาคารพาณิชย์ดังนี้

ตารางที่ 32 แสดงการจ่ายเงินต้นและดอกเบี้ยแก่ธนาคารพาณิชย์

ปีที่	จำนวนเงินที่ต้อง จ่ายต่อปี	ชำระดอกเบี้ย จ่าย	เงินกู้ระยะ ยาวคงเหลือ
0	0	0	600,000
1	120,000	50,700	480,000
2	120,000	40,560	360,000
3	120,000	30,420	240,000
4	120,000	20,280	120,000
5	120,000	10,140	0

ตารางที่ 33 งบประมาณโครงการ (Cost of Project)

รายการ	รวมทั้งหมด	ส่วนของผู้จ้าง	เงินกู้
1. เงินทุนหมุนเวียน			
เงินสด	370,000	370,000	0
สินค้า	1,453,000	1,453,000	0
รวมเงินทุนหมุนเวียน (1)	1,823,000	1,823,000	0
2. สินทรัพย์ถาวร			
ค่าตกแต่ง	450,000	250,000	200,000
ค่าเครื่องใช้สำนักงาน และค่าอุปกรณ์	420,000	327,000	93,000
รวมสินทรัพย์ถาวร (2)	870,000	577,000	293,000
3. สินทรัพย์อื่น			
ค่าจดทะเบียน	7,000	0	7,000
ค่ามัดจำการเช่า	300,000	0	300,000
รวมสินทรัพย์อื่น (3)	307,000		307,000
รวมทั้งสิ้น (1+2+3)	3,000,000	2,400,000	600,000
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน	100	80	20

ตารางที่ 34 ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการบริหาร

หน่วย:บาท

รายการ	ปีที่				
	1	2	3	4	5
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	183,400	146,400	133,400	133,400	133,400
เงินเดือน	816,000	856,800	899,640	944,622	991,853
ค่าไฟฟ้า	60,000	63,000	66,150	69,457	72,930
ค่าโทรศัพท์	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
ค่าประกันอัคคีภัย	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
ค่าสวัสดิการ	19,800	20,790	21,830	22,922	24,068
ค่าเช่า	1,800,000	1,890,000	1,984,500	2,083,725	2,187,911
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	158,000	158,000	158,000	158,000	158,000
รวมค่าใช้จ่ายทางการตลาด และการบริหาร	3,052,200	3,150,590	3,279,750	3,429,018	3,585,748

4.4.2 การจัดทำประมาณการงบการเงิน

การจัดทำประมาณการงบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบดุล ณ สิ้นปี เป็นการคาดคะเน
ความสามารถในการทำกำไร และความสามารถในการชำระหนี้

ตารางที่ 35 งบกำไรขาดทุนของร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
รายได้					
รายได้จากการขาย	8,480,000	9,328,000	10,260,800	11,286,880	12,415,568
รวมรายได้	8,480,000	9,328,000	10,260,800	11,286,880	12,415,568
ต้นทุนขาย	3,392,000	4,197,600	5,130,400	6,207,784	7,449,341
กำไรขั้นต้น	5,088,000	5,130,400	5,130,400	5,079,096	4,966,227
ค่าใช้จ่าย					
เงินเดือน	816,000	856,800	899,640	944,622	991,853
ค่าไฟฟ้า	60,000	63,000	66,150	69,457	72,930
ค่าโทรศัพท์	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
ค่าประกันอัคคีภัย	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
ค่าสวัสดิการ	19,800	20,790	21,830	22,922	24,068
ค่าเช่า	1,800,000	1,890,000	1,984,500	2,083,725	2,187,911
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	158,000	158,000	158,000	158,000	158,000
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	7,000	0	0	0	0
ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด	183,400	146,400	133,400	133,400	133,400
รวมค่าใช้จ่าย	3,059,200	3,150,590	3,279,750	3,429,018	3,585,748
กำไรสุทธิ ก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้	2,028,800	1,979,810	1,850,650	1,650,078	1,380,479
ดอกเบี้ยจ่าย	50,700	40,560	30,420	20,280	10,140
กำไรก่อนภาษีเงินได้	1,978,100	1,939,250	1,820,230	1,629,798	1,370,339
ภาษีเงินได้	593,430	581,775	546,069	488,939	411,102
กำไรสุทธิ	1,384,670	1,357,475	1,274,161	1,140,859	959,237
กำไรสะสมยกมา	0	1,384,670	2,742,145	4,016,306	5,157,165
กำไรสะสมยกไป	1,384,670	2,742,145	4,016,306	5,157,165	6,116,402

ตารางที่ 36 งบกระแสเงินสดของร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง

รายการ	เริ่ม โครงการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กระแสเงินสดรับ						
ทุน	2,400,000	0	0	0	0	0
กู้	600,000	0	0	0	0	0
เงินสดรับจากการขาย	0	8,480,000	9,328,000	10,260,800	11,286,880	12,415,568
รวมกระแสเงินสดรับ	3,000,000	8,480,000	9,328,000	10,260,800	11,286,880	12,415,568
กระแสเงินสดจ่าย						
ค่าซื้อสินค้า	1,453,000	3,392,000	4,197,600	5,130,400	6,207,784	7,449,341
ค่าตกแต่งและอุปกรณ์	870,000	0	0	0	0	0
ค่านัดจำการเช่า	300,000	0	0	0	0	(300,000)
ค่าใช้จ่ายก่อนการ ดำเนินงาน	7,000	0	0	0	0	0
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	0	183,400	146,400	133,400	133,400	133,400
ค่าใช้จ่ายทางการบริหาร	0	2,710,800	2,846,190	2,988,350	3,137,618	3,294,348
ภาษีจ่าย	0	593,430	581,775	546,069	488,939	411,102
รวมกระแสเงินสดจ่าย	2,630,000	6,879,630	7,771,965	8,798,219	9,967,741	10,988,191
กระแสเงินสดสุทธิ	370,000	1,600,370	1,556,035	1,462,581	1,319,139	1,427,377
เงินสดต้นปี	0	370,000	1,799,670	3,195,145	4,507,306	5,686,165
ดอกเบี้ยจ่าย	0	50,700	40,560	30,420	20,280	10,140
จ่ายคืนเงินต้น	0	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
เงินสดปลายปี	370,000	1,799,670	3,195,145	4,507,306	5,686,165	6,983,402

ตารางที่ 37 งบดุลของร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง

รายการ	เริ่ม โครงการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสด	370,000	1,799,670	1,800,000	1,900,000	2,000,000	2,100,000
เงินฝากธนาคาร		0	1,395,145	2,607,306	3,686,165	4,883,402
สินค้าคงเหลือ	1,453,000	1,453,000	1,453,000	1,453,000	1,453,000	1,453,000
สินทรัพย์ถาวร						
ค่าตกแต่งและอุปกรณ์	870,000	870,000	870,000	870,000	870,000	870,000
หักค่าเสื่อมราคาสะสม	0	158,000	316,000	474,000	632,000	790,000
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	870,000	712,000	554,000	396,000	238,000	80,000
ค่าใช้จ่ายก่อนการ ดำเนินงาน	7,000	0	0	0	0	0
ค่ามัดจำการเช่า	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	0
รวมสินทรัพย์	3,000,000	4,264,670	5,502,145	6,656,306	7,677,165	8,516,402
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
เงินกู้(ดอกเบี้ย 8.45%)	600,000	480,000	360,000	240,000	120,000	0
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุน	2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000
กำไรสะสม	0	1,384,670	2,742,145	4,016,306	5,157,165	6,116,402
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ ถือหุ้น	3,000,000	4,264,670	5,502,145	6,656,306	7,677,165	8,516,402

4.4.3 การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

เครื่องมือทางการเงินที่ใช้พิจารณาความเป็นไปได้ของโครงการได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน อัตราผลตอบแทนการลงทุน และการวิเคราะห์ความไว

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) หมายถึง การประเมินหาผลรวมสุทธิของมูลค่าปัจจุบันของทั้งกระแสเงินสดรับ และกระแสเงินสดจ่าย ที่เกิดขึ้นตลอดช่วงอายุโครงการ โดยการลดค่าด้วยอัตราลดค่า ซึ่งแสดงออกมาในรูปสมการ ได้ดังนี้

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

โดย NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
 CF_t = กระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดว่าจะได้รับต่องวด
 I = เงินลงทุนเริ่มแรกคือ 3,000,000 บาท
 r = ผลตอบแทนที่ต้องการหรือต้นทุนเงินทุน คือ 14%
 n = อายุโครงการ คือ 5 ปี

แทนค่าในสูตรดังนี้

$$NPV = \frac{1,600,370}{1.14} + \frac{1,556,035}{(1.14)^2} + \frac{1,462,581}{(1.14)^3} + \frac{1,319,139}{(1.14)^4} + \frac{1,427,377}{(1.14)^5} - 3,000,000$$

$$= 1,851,512 \text{ บาท}$$

จากการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ ได้มูลค่า 1,714,836 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก จึงกล่าวได้ว่าเมื่อประเมินผลโครงการด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิแล้ว โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

2. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) หมายถึง ระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับจากโครงการในแต่ละปีสามารถชดเชยกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการพอดี โดยนำกระแสเงินสดรับจากโครงการในแต่ละปีมาเปรียบเทียบกับเงินสดจ่ายลงทุนเมื่อเริ่มโครงการว่า

จะใช้ระยะเวลานานเท่าใดจึงจะคุ้มกับเงินลงทุนตอนเริ่มโครงการ โดยโครงการลงทุนร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองต้องการระยะเวลาคืนทุนภายใน 4 ปี คำนวณหาระยะเวลาคืนทุน ดังนี้

ตารางที่ 38 แสดงระยะเวลาคืนทุนของโครงการร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลือง

ปี	เงินลงทุน	กระแสเงินสดรับสุทธิ	กระแสเงินสดรับสะสม
0	3,000,000		
1		1,600,370	1,600,370
2		1,556,035	3,156,405
3		1,462,581	4,618,986
4		1,319,139	5,938,125
5		1,427,377	7,365,502

จากข้อมูลในตารางที่ 38 สามารถคำนวณหาช่วงเวลาคืนทุนของโครงการได้เท่ากับ 1 ปี 11 เดือน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่สั้นกว่าช่วงเวลาคืนทุนเฉลี่ยของธุรกิจร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองเฉลี่ย จึงกล่าวได้ว่าเมื่อประเมินผลโครงการด้วยวิธีช่วงเวลาคืนทุนแล้ว โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

3. อัตราผลตอบแทนจากโครงการลงทุน (Internal Rate of Return หรือ IRR) เป็น การคำนวณหาอัตราส่วนลดหรืออัตราดอกเบี้ยที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิตลอดอายุของโครงการเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุน ซึ่งโครงการจะสามารถยอมรับได้ก็ต่อเมื่อค่า IRR มีค่าสูงกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่นักลงทุนต้องการ

$$\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - I = 0$$

- โดย
- CF_t = กระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดว่าจะได้รับต่องวด
 - I = เงินลงทุนเริ่มแรกคือ 3,000,000 บาท
 - IRR = ผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการ
 - n = อายุโครงการคือ 5 ปี

แทนค่าในสูตร

$$3,000,000 = \frac{1,600,370}{(1+k)} + \frac{1,556,035}{(1+k)^2} + \frac{1,462,581}{(1+k)^3} + \frac{1,319,139}{(1+k)^4} + \frac{1,427,377}{(1+k)^5}$$

$$k = 41.60\%$$

ตารางที่ 39 สรุปผลวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการลงทุน

เครื่องมือทางการเงิน	หลักเกณฑ์	ผลการคำนวณ	ผล
NPV	NPV>0	1,851,512	ยอมรับโครงการ
IRR	IRR>14%	41.60%	ยอมรับโครงการ
PB	PB<4ปี	1 ปี 11 เดือน	ยอมรับโครงการ

จากตารางที่ 39 พบว่าโครงการลงทุนร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

4. การวิเคราะห์ความไว คือ การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนการลงทุนอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงตัวแปรต่างๆ โดยการศึกษาครั้งนี้จะทำการวิเคราะห์ความไวของโครงการลงทุนร้านขายสินค้าเครื่องทองเหลืองในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในกรณีดังนี้

ในการศึกษาครั้งนี้ได้วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของตัวแปร 2 รายการ คือ ยอดขาย และ ต้นทุนสินค้าขาย ที่มีผลต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิ โดยมีการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรในแต่ละกรณี ดังนี้

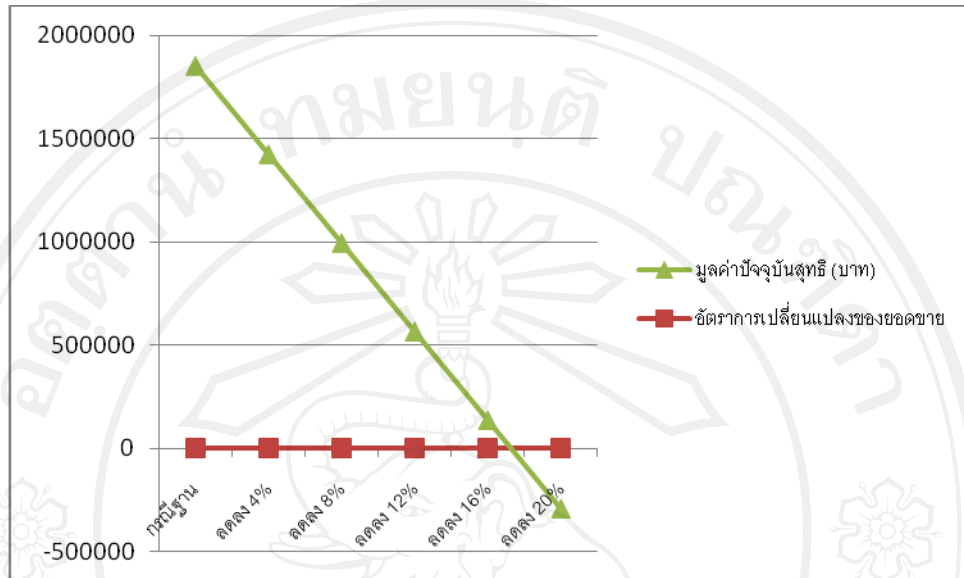
ตารางที่ 40 แสดงการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรในแต่ละกรณี

การวิเคราะห์ความไว	ยอดขาย	ต้นทุนสินค้าขาย
เงื่อนไขที่ 1	ลดลง 4%	
เงื่อนไขที่ 2	ลดลง 8%	
เงื่อนไขที่ 3	ลดลง 12%	
เงื่อนไขที่ 4	ลดลง 16%	
เงื่อนไขที่ 5	ลดลง 20%	
เงื่อนไขที่ 6		เพิ่มขึ้น 2%
เงื่อนไขที่ 7		เพิ่มขึ้น 4%
เงื่อนไขที่ 8		เพิ่มขึ้น 6%
เงื่อนไขที่ 9		เพิ่มขึ้น 8%
เงื่อนไขที่ 10		เพิ่มขึ้น 10%

ตาราง ที่ 41 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความไวของมูลค่าปัจจุบันสุทธิเมื่อยอดขายมีการเปลี่ยนแปลง

อัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)
กรณีฐาน	1,851,512
ลดลง 4%	1,422,664
ลดลง 8%	993,827
ลดลง 12%	564,967
ลดลง 16%	136,119
ลดลง 20%	-292,729

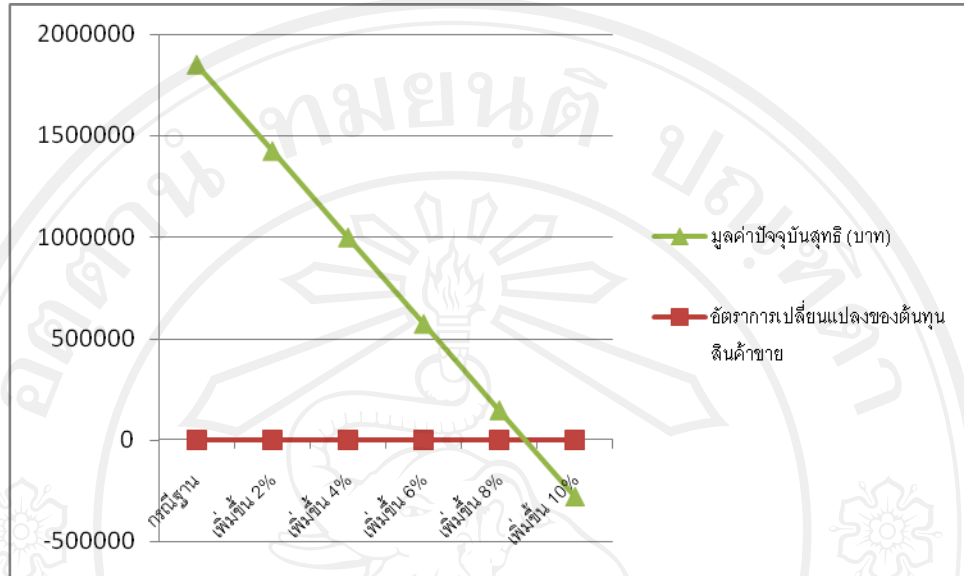
รูปที่ 3 แผนภูมิแสดงผลการวิเคราะห์ความไวของโครงการกรณียอดขายลดลง



ตารางที่ 42 แสดงผลการวิเคราะห์ความไวของมูลค่าปัจจุบันสุทธิเมื่อต้นทุนสินค้าขายมีการเปลี่ยนแปลง

อัตราการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนสินค้าขาย	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)
กรณีฐาน	1,851,512
เพิ่มขึ้น 2%	1,425,703
เพิ่มขึ้น 4%	999,896
เพิ่มขึ้น 6%	574,088
เพิ่มขึ้น 8%	148,280
เพิ่มขึ้น 10%	-277,528

รูปที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความไวของมูลค่าปัจจุบันสุทธิเมื่อตัวแปรมีการเปลี่ยนแปลง



สรุปผลการวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis)

ตารางที่ 43 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ความไว

เงื่อนไข	NPV	ผลที่ได้
ปกติ	1,851,512	มีความเป็นไปได้ในการลงทุน
ยอดขายลดลง 4%	1,422,664	มีความเป็นไปได้ในการลงทุน
ยอดขายลดลง 8%	993,827	มีความเป็นไปได้ในการลงทุน
ยอดขายลดลง 12%	564,967	มีความเป็นไปได้ในการลงทุน
ยอดขายลดลง 16%	136,119	มีความเป็นไปได้ในการลงทุน
ยอดขายลดลง 20%	(292,729)	ไม่ยอมรับโครงการ
ต้นทุนเพิ่มขึ้น 2%	1,425,703	มีความเป็นไปได้ในการลงทุน
ต้นทุนเพิ่มขึ้น 4%	999,896	มีความเป็นไปได้ในการลงทุน
ต้นทุนเพิ่มขึ้น 6%	574,088	มีความเป็นไปได้ในการลงทุน
ต้นทุนเพิ่มขึ้น 8%	148,280	ไม่ยอมรับโครงการ
ต้นทุนเพิ่มขึ้น 10%	(277,528)	ไม่ยอมรับโครงการ

จากตารางที่ 43 ผลจากการวิเคราะห์ความไวของโครงการ พบว่า

NPV ของเงื่อนไขยอดขายลดลง 20% มีค่าน้อยกว่า 0 คือ -292,729 เงื่อนไขนี้จึงไม่ยอมรับโครงการในการลงทุน และ NPV ของเงื่อนไขยอดขายลดลง 4%, 8% , 12% และ 16% มีค่ามากกว่า 0 คือ 1,422,664, 993,827, 564,967 และ 136,119 ตามลำดับ

NPV เงื่อนไขต้นทุนเพิ่มขึ้น 2% , 4% , 6% และ 8% มีค่ามากกว่า 0 คือ 1,425,703, 999,896, 574,088 และ 148,280 ตามลำดับ และเงื่อนไขต้นทุนเพิ่มขึ้น 10% มีค่าน้อยกว่า 0 คือ -277,528

ผลจากการวิเคราะห์ความไวเห็นได้ว่า ความไวของโครงการจะเริ่มขาดทุนทันทีที่ต้นทุนสินค้าขายเพิ่มขึ้น ดังจะเห็นว่าโครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ติดลบเมื่อยอดขายลดลง 20% จะมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิติดลบ คือ -292,729 และ ต้นทุนสินค้าขายเพิ่มขึ้นถึง 10% จะมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิติดลบ คือ -277,528 แสดงว่ายอดขายของสินค้าและค่าใช้จ่ายต้นทุนสินค้าขายมีผลกระทบต่อความไวของโครงการมาก ซึ่งเมื่อต้นทุนเพิ่มขึ้น 10% NPV ติดลบ -277,528 ซึ่งจะพิจารณาควบคุมค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ มิฉะนั้นแล้วโครงการที่น่าลงทุนกลับไม่ควรลงทุน