

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนตั้งโรงงานผลิตสเปรย์กำจัดไรฝุ่น สามารถสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

อุตสาหกรรมการผลิตสเปรย์กำจัดไรฝุ่นกำลังอยู่ในช่วงพัฒนา เนื่องจากปริมาณของผู้ป่วยโรคภูมิแพ้จากไรฝุ่นเพิ่มสูงขึ้นทุกปี และยังต้องการผู้ผลิตที่มีศักยภาพทั้งทางด้านวิจัยและเงินลงทุน มีสถานะการแข่งขันปานกลาง

จากการวิเคราะห์ด้านการแข่งขัน พบว่าอุปสรรคที่สำคัญในการเข้าสู่ตลาด คือ การที่ผู้บริโภคขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการป้องกันและกำจัดไรฝุ่น การไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการรักษา อำนาจการต่อของผู้ผลิตมีสูง เนื่องจากสมุนไพรมักใช้ในการผลิตยังผลิตภายในประเทศในปริมาณที่น้อย อาจทำให้ผู้ผลิตกำหนดราคาวัตถุดิบสูงเกินกว่าความเป็นจริง สินค้าทดแทนมีน้อยและยังไม่แพร่หลาย ผู้ที่สนใจและคู่แข่งจำเป็นต้องประเมินศักยภาพและความสามารถของตนเองอย่างรอบคอบ แต่ถ้าหากสามารถทำการตลาดได้ประสบผลสำเร็จ อุตสาหกรรมนี้จะเป็นช่องทางในการทำกำไรอย่างมากในอนาคต

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 46.00 มีอายุอยู่ระหว่าง 46-55 ปี สถานภาพโสด ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 74.50 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 34.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 20.50 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้าง ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 38.75

2. อาการของโรคภูมิแพ้จากไรฝุ่นและพฤติกรรมการรักษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีอาการภูมิแพ้จากไรฝุ่นจนถึงปัจจุบันมากกว่า 5 ปีขึ้นไป ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 30.75 ใช้การปรึกษาแพทย์และรับประทานยาตามแพทย์สั่งเป็นวิธีการรักษาอาการของโรคภูมิแพ้จากไรฝุ่นบ่อยที่สุด ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 36.50 เข้าพบแพทย์เพื่อรับการรักษารวมแพ้จากไรฝุ่นโดยเฉลี่ยใน 1 ปี 1-2 ครั้ง ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 33.00 สถานบริการพยาบาลที่เข้าพบแพทย์เพื่อรับการรักษารวมแพ้จากไรฝุ่นบ่อยที่สุด คือ คลินิกรักษาโรคทั่วไป ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 28.50 ร้าน

ขายยาที่เลือกปรึกษาเภสัชกรหรือซื้อยาเพื่อรักษาโรคมุมิแพ้จากไรฝุ่นบ่อยที่สุด คือ ร้านขายยาแผนปัจจุบันแบบสมัยใหม่ เช่น บูทส์ วัดสัน เฟอร์สตรักส์ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 52.75 ค่าใช้จ่ายเพื่อการรักษา รวมถึงการซื้อยารักษาโรคมุมิแพ้จากไรฝุ่นโดยเฉลี่ยใน 1 ปี เป็นจำนวน 10,001 บาทขึ้นไป ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 45.50

3. ความต้องการในการใช้สเปรย์สมุนไพรกำจัดไรฝุ่นเพื่อป้องกันอาการของโรคมุมิแพ้จากไรฝุ่น

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่วิธีการป้องกันการเกิดอาการของโรคมุมิแพ้จากไรฝุ่น คือ การใช้ความร้อน เช่น การรีดผ้า การซักด้วยน้ำร้อน การตากแดด ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 27.63 ประสิทธิภาพการป้องกันการเกิดอาการของโรคมุมิแพ้จากไรฝุ่นที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ไม่เพียงพอ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 86.25 หากมีสเปรย์สมุนไพรกำจัดไรฝุ่นออกสู่ตลาด จะซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 92.75 ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่เลือกพิจารณาซื้อ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 46.00 ราคาส่งสุดท้ายที่ยอมรับได้ เท่ากับ 101-200 บาท ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 26.75

4. ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการให้ความสำคัญในการเลือกซื้อสเปรย์สมุนไพรกำจัดไรฝุ่น หากผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ต่อปัจจัยทางการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของสเปรย์สมุนไพรกำจัดไรฝุ่นหากผลิตภัณฑ์นี้ออกสู่ท้องตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในความสำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 โดยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประสิทธิภาพในการกำจัดไรฝุ่น ค่าเฉลี่ย 4.71 และประสิทธิภาพการฆ่าเชื้อโรค เชื้อแบคทีเรีย และเชื้อรา ค่าเฉลี่ย 4.61 โดยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สารสกัดคงสภาพนาน หลังการฉีดพ่นค่าเฉลี่ย 4.23 ความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.89 ไม่มีสารตกค้างในพื้นที่ฉีดพ่น ค่าเฉลี่ย 3.77 มีมาตรการรับประกันสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.76 ได้รับมาตรฐานรับรองสินค้าจากหน่วยงานต่างๆในประเทศ ค่าเฉลี่ย 3.75 มีรายละเอียดสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.70 และชื่อเสียงของตราฮีห้อ ค่าเฉลี่ย 3.50 โดยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีสี ค่าเฉลี่ย 3.40 ได้รับมาตรฐานรับรองสินค้าจากหน่วยงานต่างๆในต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 3.37 รูปแบบของสินค้าสะดวกต่อการใช้ ค่าเฉลี่ย 3.30 สามารถเก็บรักษาได้นานไม่เสื่อมคุณภาพเร็ว ค่าเฉลี่ย 3.25 ขนาดของบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 2.59 และไม่มิกัดิน ค่าเฉลี่ย 2.57 โดยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ขนาดของบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 2.59 ไม่มิกัดิน ค่าเฉลี่ย 2.57 ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 2.34

ให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดด้านราคาของสเปรย์สมุนไพรกำจัดไรฝุ่นหากผลิตภัณฑ์นี้ออกสู่ท้องตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในความสำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.51 โดยให้

ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาต่อหนึ่งบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.92 ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ค่าเฉลี่ย 3.85 และมีป้ายราคาติดชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.82 โดยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายระดับราคาให้เลือก ค่าเฉลี่ย 3.33 และมีส่วนลด ค่าเฉลี่ย 2.63

ให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายของสเปรย์สมุนไพรกำจัดไรฝุ่น หากผลิตภัณฑ์นี้ออกสู่ท้องตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในความสำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.17

โดยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีจำหน่ายในสถานบริการพยาบาล เช่น โรงพยาบาลรัฐ โรงพยาบาลเอกชน คลินิกรักษาโรคมุมิแพ้เฉพาะทาง คลินิกรักษาโรคทั่วไป เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.93 หาซื้อได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.74 มีจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.71 และมีจำหน่ายในร้านขายยาแบบ Modern Drugstore เช่น บูทส์ วัดสัน เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.59 โดยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.35 มีบูทส์ขายสินค้ากระจายทั่วไป ค่าเฉลี่ย 3.40 มีบริการจัดส่งทางไปรษณีย์ ค่าเฉลี่ย 2.75 และโทรสั่งสินค้าได้ ค่าเฉลี่ย 2.72 โดยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีสินค้าวางขายตลอดเวลา ค่าเฉลี่ย 2.44 และมีพนักงานขายตรง ค่าเฉลี่ย 2.12

ให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของสเปรย์สมุนไพรกำจัดไรฝุ่นหากผลิตภัณฑ์นี้ออกสู่ท้องตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในความสำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.46 โดยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ แพทย์หรือเจ้าหน้าที่ทางการแพทย์เป็นผู้แนะนำสินค้า ค่าเฉลี่ย 4.63 โดยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการแจกสินค้าให้ทดลองใช้ ค่าเฉลี่ย 4.17 โดยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ค่าเฉลี่ย 3.47 มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ค่าเฉลี่ย 3.29 มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย ค่าเฉลี่ย 3.32 มีการสาธิตการใช้สินค้า ค่าเฉลี่ย 3.32 มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.00 มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.35 มีการจัดสัมมนาให้ความรู้ ค่าเฉลี่ย 2.94 และมีงานจัดแสดงสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.09

ความเป็นไปได้ในการลงทุน

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนตั้งโรงงานผลิตสเปรย์สมุนไพรกำจัดไรฝุ่น พบว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากให้ผลตอบแทนการลงทุนมากกว่าต้นทุนถัวเฉลี่ย โดยผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านต่างๆ สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. วิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ปริมาณความต้องการ HerbleMed ในปีแรกอยู่ที่ 61,920 กระป๋องต่อปี และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปีที่ 2- 5 อยู่ที่ 334,800 585,360 781,200 และ 910,800 กระป๋องตามลำดับ ผลผลิตกัญช HerbleScent ในปีแรกอยู่ที่ 13,500 และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปีที่ 2 -5 อยู่ที่ 237,600 568,512 773,453 และ 1,002,793 กระป๋องตามลำดับ และผลผลิตกัญช HerbleScent ชนิดเดิมยังไม่มี การจำหน่ายในปีแรก โดยจะเริ่มการจำหน่ายในปีที่ 2 ซึ่ง ปริมาณความต้องการปีที่ 2-5 อยู่ที่ 62,775 201,528 335,491 และ 444,061 ถูกลง ตามลำดับ

ทางด้านส่วนประสมการตลาด อันประกอบด้วย ด้านผลผลิตกัญช ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย กล่าวคือ มีผลผลิตกัญชจำหน่าย 2 ยี่ห้อ

1. HerbleMed® เป็นสเปรย์ป้องกันและกำจัดไรฝุ่นขนาด 250 มิลลิลิตร บรรจุในกระป๋องสเปรย์อัดอากาศที่สามารถพ่นละอองสเปรย์ได้เล็กขนาด 0.01 – 0.04 ไมครอน ซึ่งสามารถซึมผ่านพื้นผิวผ้าที่มีความหนาได้ เช่น ใช้นี้บริเวณที่นอน, หมอน, พรม, ผ้าผ่าน, เฟอร์นิเจอร์ที่เป็นผ้า หรือบริเวณที่ต้องการกำจัดไรฝุ่น เหมาะกับกลุ่มผู้ป่วยโรคมะเร็งแพ้ไรฝุ่นระดับรุนแรงที่เข้าพบแพทย์อย่างสม่ำเสมอ การจัดจำหน่าย HerbleMed ใช้ช่องทางจำหน่ายจึงเน้นไปที่สถานพยาบาลเป็นอันดับแรก เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและก่อให้เกิดรับรู้ในคุณลักษณะของผลผลิตกัญชที่ได้กำหนดไว้ โดยจำหน่ายราคาเฉลี่ยกระป๋องละ 263 บาท

2. HerbleScent® เป็นสเปรย์ป้องกันและกำจัดไรฝุ่นขนาด 320 มิลลิลิตร บรรจุในขวดพลาสติกใส สามารถพ่นละอองสเปรย์ได้ แต่มีขนาดละอองสเปรย์ที่ใหญ่กว่า HerbleMed® จึงทำให้สามารถซึมผ่านพื้นผิวผ้าที่มีความหนาได้น้อยกว่า HerbleMed® และมีแบบถุงชนิดเดิมขนาด 320 มิลลิลิตร เหมาะกับกลุ่มผู้ป่วยโรคมะเร็งแพ้ไรฝุ่นทั่วไป และกลุ่มคนปกติทั่วไป การจัดจำหน่าย HerbleScent จึงเน้นไปที่ช่องทางจัดจำหน่ายที่ทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณลักษณะของสินค้าอุปโภคบริโภคในครัวเรือน ที่มีคุณสมบัติในการกำจัดไรฝุ่น ทั้งนี้ยังมุ่งที่ไม่ก่อให้เกิดทัศนคติในด้านลบต่อสินค้าว่าเป็นยาฆ่าแมลงที่มีอันตราย จึงจัดวางสินค้าในส่วนของผลผลิตกัญชที่ใช้สำหรับผ้าและเลือกจำหน่ายสินค้าผ่านร้าน TOPS ซึ่งมีสาขาจำนวนมากทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด โดยจำหน่ายราคาเฉลี่ยกระป๋องละ 140 บาท และ HerbleScent ชนิดเดิม ราคาเฉลี่ยถุงละ 114 บาท

ด้านการส่งเสริมการขายจากการศึกษาด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาด มุ่งไปยังการสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ แพทย์ เภสัชกร บุคลากรทางการแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้เกิดการแนะนำหรือบอกต่อไปยังผู้บริโภค ผ่านกิจกรรมการสัมมนา การประชุมวิชาการที่เกี่ยวข้องกับโรคมะเร็งแพ้ไรฝุ่น และให้เกิดการตื่นตัวในสังคมเรื่องของการป้องกันจากโรคมะเร็งแพ้ไรฝุ่น เพื่อให้แพทย์หรือเจ้าหน้าที่ทางการแพทย์เป็นผู้แนะนำสินค้า และมีสินค้าทดลองใช้ ดังนั้นการทำการตลาดของบริษัทฯ จึงได้

2. วิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

เนื่องจากจังหวัดสมุทรปราการ เป็นศูนย์กลางการคมนาคมของประเทศรองรับระบบสาธารณูปโภคที่พร้อม และมีระยะทางไปห่างจากศูนย์กลางกระจายสินค้า กลุ่ม Cluster ของบริษัท (Out Sourcing Factory) ซึ่งถ้าหากลูกค้ามีความต้องการสินค้าเพิ่มสูงขึ้นและกำลังการผลิตของบริษัทไม่มากพอ บริษัทสามารถที่จะขยายกำลังการผลิตโดยการจ้างหน่วยอุตสาหกรรมย่อยที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงได้อย่างทันท่วงที

ในส่วนขั้นตอนการผลิต เน้นที่การรักษาคุณภาพให้ถูกต้องตรงตามกับสูตรที่ได้มีการค้นคว้าวิจัย และกระบวนการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีความเหมาะสม เพื่อให้ได้สารสกัดที่มีคุณภาพตามต้องการและไม่ก่อให้เกิดอันตราย รวมถึงการจัดการกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับระบบมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ การจัดการโรงงานให้ถูกต้องตามมาตรฐาน โรงงานอุตสาหกรรม

3. วิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

การจัดโครงสร้างองค์กรจะมีการแบ่งออกเป็น 2 ฝ่าย คือฝ่ายโรงงานและฝ่ายสำนักงาน โดยฝ่ายสำนักงานประกอบด้วย ผู้อำนวยการฝ่าย ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงินบัญชี ฝ่ายบุคคล ฝ่ายธุรการ โดยในปีแรกมีจำนวน 15 คน และฝ่ายโรงงานจำนวน 5 คน ทั้งนี้จะมีการจ้างเหมาพนักงานจากภายนอกเพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายในบางส่วน ซึ่งในปีแรกจะจ้าง 2 คน และจะได้รับการพิจารณาปรับค่าจ้างอยู่ที่ร้อยละ 5 ต่อปี

ทั้งนี้บุคลากรทั้งหมด โดยเฉพาะคนงานสามารถหาได้จากในท้องถิ่น ประกอบกับการผลิตที่ไม่มีความซับซ้อน จึงสามารถฝึกฝนพนักงานให้เกิดความชำนาญในการใช้เครื่องจักรต่างๆ ได้

4. วิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

ตามโครงการมีเงินลงทุนทั้งสิ้น 35,000,000 บาท มาจากส่วนของผู้ถือหุ้น 9,800,000 บาท ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ก่อตั้งกิจการ ผู้ร่วมทุน และทุนจากการร่วมลงทุนของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และมาจากการกู้ยืมในรูปแบบของเงินกู้ระยะยาวและการออกไปถือสิทธิหุ้นแปลงสภาพ 25,200,000 บาท ตลอดระยะเวลาโครงการนับตั้งแต่วันที่ 1-5 โครงการมีรายได้จากการขายสินค้า 18,144,000 128,289,656 256,172,490 351,510,516 และ 429,988,003 บาทตามลำดับ และมีกำไรสุทธิช่วงระยะเวลาปีที่ 1-5 อยู่ที่ -8,264,439 18,270,233 39,341,289 70,056,321 และ 94,405,886 บาทตามลำดับ ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการดำเนินงาน มีดังนี้

- ระยะเวลาคืนทุน ระยะเวลาที่กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานชดเชยเงินลงทุนเริ่มแรกพอดี เท่ากับ 2 ปี 2 เดือน
- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ผลต่างระหว่างเงินลงทุนเริ่มแรกกับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปีในช่วงระยะเวลาที่กำหนดของโครงการ ณ อัตราที่กำหนด ซึ่งมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นบวก เท่ากับ 37,275,353 บาท
- อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ อัตราค่าลดที่ทำให้กระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับภายในระยะเวลาที่กำหนดเท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรก มีค่าเท่ากับ 118.01% ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน
- การวิเคราะห์ความไว จากผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมากที่สุดคือการเปลี่ยนแปลงราคาขาย ซึ่งในกรณีที่สินค้าไม่ได้รับการตอบรับอย่างมากดังที่คาดไว้ หากมีการลดราคาขาย อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ที่กิจการพึงได้รับ

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนตั้งโรงงานผลิตสเปรย์กำจัดไรฝุ่น ได้ศึกษาตามแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการตลาด และแนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการและด้านการเงิน

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ของโครงการมีความโดดเด่นและน่าสนใจ เนื่องจากเมื่อพิจารณาจากผลของแบบสอบถามซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในการกำจัดไรฝุ่นมากที่สุด ผลิตภัณฑ์จึงต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ดังนั้นการที่โครงการได้เลือกผลงานวิจัยของ นพมาศ สุนทรเจริญนนท์ และวรรณะ มหาภักดีคุณ ที่มีประสิทธิภาพในการกำจัดได้สูงถึงร้อยละ 95 ในระยะเวลาเพียง 10-15 นาที ในขณะที่ผลงานวิจัยประสิทธิภาพของน้ำมันหอมระเหยจากพริกไทยดำ ของ อำนวย อินทร์สังข์ และจรงค์ศักดิ์ พุมน สามารถกำจัดไรฝุ่นได้สูงสุดเพียงแค่ 77.8% ทำให้ผลิตภัณฑ์ของโครงการจึงมีโอกาสเข้าถึงผู้บริโภคได้มาก

นอกจากนี้อุตสาหกรรมกรรมการกำจัดไรฝุ่นกำลังอยู่ในช่วงพัฒนา กล่าวคือ หากพิจารณาจากจำนวนผู้ป่วยโรคภูมิแพ้จากไรฝุ่นมีอัตราเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยปีละ 10-15% และการที่อุตสาหกรรมไม่มีคู่แข่งทางตรงที่ชัดเจน ทั้งยังไม่มีผู้ผลิตที่มีศักยภาพทั้งทางด้านวิจัยและเงินลงทุน จึงเป็นโอกาสของโครงการที่จะสามารถสร้างกำไรในระยะแรกได้ ทั้งนี้ด้วยข้อจำกัดด้านสิทธิบัตร ทำให้โอกาสของผู้ที่ถือสิทธิบัตรรายแรก สามารถสร้างข้อกีดกันการเข้าสู่อุตสาหกรรมของผู้แข่งขันรายอื่นได้

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันพบว่า แม้กิจการจะมีเงินลงทุนโครงการที่สูง แต่มีระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2 ปี 2 เดือน ซึ่งทำให้ผู้ลงทุนได้รับผลตอบแทนการลงทุนในระยะเวลาอันสั้น รวมทั้งโครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ซึ่งสูงกว่าอุตสาหกรรมเดียวกัน ดังนั้นนอกจากกิจการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน ยังมีความน่าสนใจในเรื่องของผลตอบแทนที่สูงอีกด้วย

ข้อค้นพบ

1. จากผลการศึกษาพบว่า สินค้าลักษณะนี้เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องมาตรฐานสินค้า และความปลอดภัยเป็นสำคัญ แม้จะยังไม่มีข้อกำหนดชัดเจนจากภาครัฐว่าจะต้องมีมาตรฐานด้านอาหารและยาเข้ามาควบคุมผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในปัจจุบัน
2. ผลการวิเคราะห์ความไวของกิจการได้แสดงให้เห็นว่า การปรับเปลี่ยนราคาขายมีผลกระทบต่อกิจการ มากกว่าการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนทางตรงและต้นทุนผันแปรของกิจการ

ข้อเสนอแนะ

1. การจัดการด้านผลิตภัณฑ์จึงต้องคำนึงถึงการนำมาตรฐานสินค้าที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล อาทิ ISO มาใช้ในการจัดการโรงงาน รวมทั้งควรดำเนินการเพื่อขอรับเครื่องหมาย อย. สำหรับการจัดจำหน่ายในประเทศ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกปลอดภัย
2. การลดราคาสินค้าเพื่อดึงดูดผู้บริโภค เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความไวของกิจการได้แสดงให้เห็นว่า การปรับเปลี่ยนราคาขายมีผลกระทบต่อกิจการ มากกว่าการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนทางตรงและต้นทุนผันแปรของกิจการ