

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ด้านการตลาด

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของธุรกิจฟาร์มสุนัขในจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าของผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัขในจังหวัดเชียงใหม่ และใช้แบบสอบถามกับประชาชนทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่เกี่ยวกับความสนใจในการเลี้ยงสุนัข เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการประมาณการค่าใช้จ่ายและรายได้ที่จะเกิดขึ้น ซึ่งเมื่อนำข้อมูลที่เก็บได้มาทำการวิเคราะห์ ทำให้สามารถนำผลที่ได้มาแยกอธิบายเป็นตอนๆ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมติฐานที่กำหนดไว้ ดังนี้

#### การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ

- กลุ่มที่ 1 ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเลือกตัวอย่างจากประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญจากผู้เข้าร่วมชมงานประกวดสุนัข
- กลุ่มที่ 2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัข เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดเงื่อนไขของโครงการศึกษาความเป็นไปได้

กลุ่มที่ 1 ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม มีจุดประสงค์ต้องการทราบความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสุนัข

ข้อมูลพื้นฐานต่างๆ ไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระยะเวลา อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส จำนวนบุตร มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4-1 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	52	34.7
หญิง	98	65.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 4-1 พบว่าผู้ให้ข้อมูลเป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.3 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 34.7

ตารางที่ 4-2 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามระดับอายุ

ระดับอายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	23	15.3
21 - 30 ปี	60	40.0
31 - 40 ปี	17	11.3
41 - 50 ปี	38	25.4
51 ปี ขึ้นไป	12	8.0
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 - 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุอยู่ระหว่าง 21 - 30 ปี ร้อยละ 40.0 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี ร้อยละ 25.4 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 15.3 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 11.3 และอายุ 51 ปีขึ้นไป ร้อยละ 8.0

ตารางที่ 4-3 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	2	1.3
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	19	12.7
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	122	81.3
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	7	4.7
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 - 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 81.3 ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 12.7 ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ร้อยละ 4.7 และระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4 - 4 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	44	29.3
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	63	42.0
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	25	16.7
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	14	9.3
อื่นๆ	4	2.7
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 - 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 42 อาชีพนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 29.3 อาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 16.7 ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 9.3 และประกอบอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 2.7

ตารางที่ 4 - 5 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	25	16.7
5,001 – 10,000 บาท	44	29.3
10,001 – 15,000 บาท	32	21.3
15,001 – 20,000 บาท	25	16.7
20,001 – 25,000 บาท	16	10.7
25,000 บาทขึ้นไป	8	5.3
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 - 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 29.3 รายได้ 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 23.3 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีจำนวนเท่ากับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 16.7 รายได้ 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 10.7 และรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 5.3

ตารางที่ 4-6 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	86	57.3
สมรส	60	40.0
หย่าร้าง	4	2.7
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 – 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด ร้อยละ 57.3 สมรส ร้อยละ 40.0 และหย่าร้าง ร้อยละ 2.7

ข้อมูลของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสุนัข ประกอบด้วย ความสนใจที่จะเลี้ยงสุนัข จำนวนสุนัขที่เลี้ยงไว้ พันธุ์สุนัขที่เลี้ยง การได้มาซึ่งสุนัขที่เลี้ยง ราคาของสุนัข เหตุผลที่เลี้ยงสุนัข อาหารที่ใช้เลี้ยงสุนัข ค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงสุนัขต่อเดือน ลักษณะสุนัขที่น่าสนใจ สายพันธุ์สุนัขที่สนใจจะเลี้ยง ราคาสุนัขที่สามารถซื้อได้ ปัจจัยที่ใช้พิจารณาในการเลือกซื้อสุนัข แหล่งที่ซื้อสุนัข ลักษณะฟาร์มที่สนใจ และ โปรโมชันที่ต้องการ

ตารางที่ 4-7 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามความสนใจที่จะเลี้ยงสุนัข

ความสนใจเลี้ยงสุนัข	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สนใจ	144	96.0
ไม่สนใจ	6	4.0
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4 – 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจที่จะเลี้ยงสุนัข ร้อยละ 96 ไม่สนใจที่จะเลี้ยงสุนัข ร้อยละ 4

ตารางที่ 4 - 8 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามการเลี้ยงสุนัขที่บ้าน

การเลี้ยงสุนัขที่บ้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เลี้ยง	131	87.3
ไม่เลี้ยง	19	12.7
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 4 - 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลี้ยงสุนัขไว้ที่บ้านอยู่แล้ว ร้อยละ 87.3 ไม่เลี้ยง ร้อยละ 12.7

ตารางที่ 4-9 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามจำนวนสุนัขที่เลี้ยงอยู่ในปัจจุบัน

จำนวนสุนัขที่เลี้ยง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2 ตัว	89	67.9
3-4 ตัว	17	13.0
5-6 ตัว	13	9.9
มากกว่า 6 ตัว	12	9.2
รวม	131	100.0

จากตารางที่ 4-9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลี้ยงสุนัขจำนวน 1-2 ตัว ร้อยละ 67.9 เลี้ยง 3-4 ตัว ร้อยละ 13 เลี้ยง 5-6 ตัว ร้อยละ 9.9 และเลี้ยงมากกว่า 6 ตัว ร้อยละ 9.2

ตารางที่ 4-10 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามการพันธุ์สุนัขที่เลี้ยงอยู่ในปัจจุบัน

พันธุ์สุนัขที่เลี้ยง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พันธุ์ต่างประเทศ	67	45.3
พันธุ์ไทย	30	20.3
พันธุ์ผสม	51	34.4
รวม	148	100.0

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4-10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลี้ยงสุนัขพันธุ์ต่างประเทศ ร้อยละ 45.3 เลี้ยงสุนัขพันธุ์ผสม ร้อยละ 34.4 และเลี้ยงสุนัขพันธุ์ไทย ร้อยละ 20.3

ตารางที่ 4 - 11 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามการได้มาของสุนัขที่เลี้ยงอยู่ในปัจจุบัน

การได้มาของสุนัขที่เลี้ยง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อ	51	38.9
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	80	61.1
รวม	131	100.0

จากตารางที่ 4 - 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้สุนัขมาฟรี ร้อยละ 61.1 และซื้อร้อยละ 38.9

ตารางที่ 4 - 12 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามเหตุผลการเลี้ยงสุนัข

เหตุผลที่เลี้ยงสุนัข	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เฝ้าบ้าน	66	36.3
เลี้ยงไว้เป็นเพื่อนเล่น	86	47.3
เลี้ยงไว้เพาะพันธุ์ขาย	19	10.4
อื่นๆ	11	6.0
รวม	182	100.0

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4 - 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลี้ยงสุนัขไว้เพื่อเป็นเพื่อนเล่น ร้อยละ 47.3 เลี้ยงไว้เพื่อเฝ้าบ้าน ร้อยละ 36.3 เลี้ยงไว้เพาะพันธุ์ขาย ร้อยละ 10.4 และเลี้ยงเพื่อเหตุผลอื่นๆ ร้อยละ 6 โดยให้เหตุผลว่ามีความชอบในนิสัยที่น่ารักและชื่อเสียงของสุนัข และเกิดความประทับใจจากภาพยนตร์ที่มีสุนัขแสดงนำ

ตารางที่ 4 - 13 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามอาหารที่ใช้เลี้ยงสุนัข

อาหารที่ใช้เลี้ยงสุนัข	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เศษอาหารเหลือ	45	28.1
อาหารบดสำเร็จรูป,อาหารกระป๋อง	20	12.5
อาหารเม็ด	80	50.0
อื่นๆ	15	9.4
รวม	160	100.0

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4 - 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลี้ยงสุนัขด้วยอาหารเม็ด ร้อยละ 50 เลี้ยงด้วยเศษอาหารเหลือ ร้อยละ 28.1 เลี้ยงด้วยอาหารบดสำเร็จรูป อาหารกระป๋อง ร้อยละ 12.5 และเลี้ยงด้วยอาหารอื่นๆ ร้อยละ 9.4 ซึ่งจากแบบสอบถามพบว่าอาหารอื่นๆ ได้แก่ การซื้อเนื้อสัตว์มาปรุงให้สุนัข เช่น เนื้อหมู เนื้อปลา

ตารางที่ 4-14 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงสุนัขต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงสุนัขต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	32	24.4
500 – 1,500 บาท	69	52.7
1,501 – 3,000 บาท	12	9.2
3,001 – 4,500 บาท	6	4.5
มากกว่า 4,500 บาท	12	9.2
<b>รวม</b>	<b>131</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 - 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเสียค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงสุนัขต่อเดือน 500 – 1,500 บาท ร้อยละ 52.7 เสียค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงสุนัขต่อเดือนต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 24.4 เสียค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงสุนัขต่อเดือน 1,501 – 3,000 และ เสียค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงสุนัขต่อเดือน มากกว่า 4,500 ร้อยละ 9.2 เสียค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงสุนัขต่อเดือน 3,001 – 4,500 ร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4-15 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะสุนัขที่คิดว่าน่าสนใจ

ลักษณะสุนัขที่น่าสนใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สุนัขขนาดเล็ก	51	27.6
สุนัขขนาดกลาง	108	58.4
สุนัขขนาดใหญ่	26	14.0
<b>รวม</b>	<b>185</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4 – 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจสุนัขขนาดกลาง ร้อยละ 58.4 สุนัขขนาดเล็ก ร้อยละ 27.6 และสุนัขขนาดใหญ่ ร้อยละ 14

ตารางที่ 4-16 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามสายพันธุ์สุนัขที่สนใจจะเลี้ยง

สายพันธุ์สุนัขที่สนใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สุนัขกลุ่มกีฬา (Sporting Dog)	53	36.8
สุนัขกลุ่มฮาวด์ (Hound Dog)	2	1.5
สุนัขกลุ่มใช้งาน (Working Dog)	28	19.4
สุนัขกลุ่มเทอร์เรีย (Terrier Dog)	5	3.5
สุนัขกลุ่มตุ๊กตา (Toy Dog)	30	20.8
สุนัขกลุ่มที่ไม่ใช้ในเกมนกีฬา (Non Sporting)	11	7.6
อื่นๆ	15	10.4
<b>รวม</b>	<b>144</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 -16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจจะเลี้ยงสุนัขกลุ่มกีฬา ร้อยละ 36.8 สุนัขกลุ่มตุ๊กตา ร้อยละ 20.8 สุนัขกลุ่มใช้งาน ร้อยละ 19.4 สุนัขกลุ่มอื่นๆ ร้อยละ 10.4 สุนัขกลุ่มที่ไม่ใช้ในเกมนกีฬา ร้อยละ 7.6 สุนัขกลุ่มเทอร์เรีย ร้อยละ 3.5 และสุนัขกลุ่มฮาวด์ ร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4 - 17 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามราคาสุนัขที่สามารถซื้อได้

ราคาสุนัขที่ซื้อได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
500 – 2,000 บาท	23	16.0
2,001 – 4,000 บาท	51	35.4
4,001 – 6,000 บาท	44	30.6
6,001 – 8,000 บาท	6	4.2
8,001 – 10,000 บาท	7	4.8
มากกว่า 10,000 บาท	13	9.0
<b>รวม</b>	<b>144</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 - 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถซื้อสุนัขได้ที่ราคา 2,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 35.4 สามารถซื้อสุนัขได้ที่ราคา 4,001 – 6,000 บาท ร้อยละ 30.6 สามารถซื้อสุนัขได้ที่ราคา 500 – 2,000 บาท ร้อยละ 16 สามารถซื้อสุนัขได้ที่ราคามากกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 9 สามารถซื้อสุนัขได้ที่ราคา 8,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 4.8 และสามารถซื้อสุนัขได้ที่ราคา 6,001 – 8,000 บาท ร้อยละ 4.2

ตารางที่ 4 - 18 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามปัจจัยในการเลือกซื้อสุนัข

ปัจจัยในการเลือกซื้อสุนัข	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ราคา	100	29.5
ใบพันธุ์ประวัติ	47	13.9
ชื่อเสียงของฟาร์ม	48	14.2
ลักษณะตามสายพันธุ์	116	34.2
อื่นๆ	28	8.2
<b>รวม</b>	<b>339</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4 - 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามคำนึงถึงปัจจัยในการเลือกซื้อสุนัข โดยพิจารณาจากลักษณะตามสายพันธุ์ ร้อยละ 34.2 ราคา ร้อยละ 29.5 ชื่อเสียงของฟาร์ม ร้อยละ 14.2 เพ็ดคิกรี ร้อยละ 13.9 และปัจจัยอื่นๆ ร้อยละ 8.2 ซึ่งได้แก่ ความต้องการของตลาด ลักษณะนิสัยของสุนัข ความชอบส่วนตัว ความยาก-ง่ายในการเลี้ยงดู

ตารางที่ 4 - 19 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามแหล่งที่เลือกซื้อสุนัข

แหล่งเลือกซื้อสุนัข	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ฟาร์ม	78	43.1
ตลาดซื้อขายสัตว์เลี้ยง	45	24.9
ตามบ้านที่เลี้ยงสุนัข	45	24.9
อื่นๆ	13	7.1
<b>รวม</b>	<b>181</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4 - 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเลือกซื้อสุนัขจากฟาร์ม ร้อยละ 43.1 ซื้อจากตลาดซื้อขายสัตว์เลี้ยงและตามบ้านที่เลี้ยงสุนัข ร้อยละ 24.9 และเลือกซื้อจากแหล่งอื่นๆ ร้อยละ 7.1

ตารางที่ 4 - 20 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะฟาร์มสุนัขที่คิดว่าน่าสนใจ

ลักษณะฟาร์มสุนัข	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพาะเลี้ยงสุนัขพันธุ์ใดพันธุ์หนึ่งโดยเฉพาะ	76	52.8
เพาะเลี้ยงสุนัขหลายพันธุ์	68	47.2
<b>รวม</b>	<b>144</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 - 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจฟาร์มที่เพาะเลี้ยงสุนัขพันธุ์ใดพันธุ์หนึ่งโดยเฉพาะ ร้อยละ 52.8 ให้ความสนใจฟาร์มที่เพาะเลี้ยงสุนัขหลายพันธุ์ ร้อยละ 47.2

ตารางที่ 4 - 21 แสดงจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามรายการส่งเสริมการขายที่คิดว่าน่าสนใจ

รายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อสุนัขในราคาต่ำกว่าราคาตลาด	83	39.9
ถ้าลูกสุนัขตาย จะชดใช้ลูกสุนัขตัวใหม่ให้	59	28.4
ประกันราคาขั้นต่ำในการรับซื้อคืนลูกสุนัข	64	30.8
อื่นๆ	2	0.9
<b>รวม</b>	<b>208</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4 - 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจโปรโมชั่นซื้อสุนัขในราคาต่ำกว่าราคาตลาด ร้อยละ 39.9 ประกันราคาขั้นต่ำในการรับซื้อคืนลูกสุนัข ร้อยละ 30.8 ชดใช้ลูกสุนัขตัวใหม่ให้ในกรณีที่ลูกสุนัขตาย ร้อยละ 28.4 และโปรโมชั่นอื่นๆ ร้อยละ 0.9

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัข นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางการตลาด

### 1. สภาพของตลาดและแนวโน้ม

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัข พบว่า สุนัขพันธุ์ต่างประเทศเป็นที่นิยมมากกว่าสุนัขพันธุ์ไทย ทั้งนี้เนื่องจากมีหลากหลายสายพันธุ์ ทั้งพันธุ์เล็ก พันธุ์ใหญ่ ขนสั้น ขนยาวให้ลูกค้าได้เลือกเลี้ยงตามความพอใจ ในขณะที่สุนัขพันธุ์ไทย ที่เป็นที่รู้จักมีอยู่เพียง 2 สายพันธุ์ คือ พันธุ์ไทยหลังอาน และพันธุ์บางแก้ว ดังนั้นการประกอบธุรกิจฟาร์มสุนัขในจังหวัดเชียงใหม่เกือบทั้งหมดจึงเป็นฟาร์มสุนัขพันธุ์ต่างประเทศ นอกจากนี้ยังพบว่าความต้องการเลี้ยงสุนัขของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เนื่องจากสุนัขเป็นสินค้าแฟชั่นที่สามารถเปลี่ยนความนิยมได้ ในปัจจุบันพบว่าสุนัขที่เป็นที่ต้องการของตลาดและมีราคาสูง ได้แก่ พันธุ์ชิสุห์ พันธุ์โกลเด้น รีทรีฟเวอร์ พันธุ์ลาบราดอร์ รีทรีฟเวอร์ และพันธุ์เซนต์เบอร์นาร์ด์ และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัขพบว่าราคาขายสุนัขมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

ดังนั้น ในโครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข จึงกำหนดให้เป็นการลงทุนในฟาร์มสุนัขพันธุ์ต่างประเทศ 3 โครงการ คือ โครงการที่ 1 ศึกษาสุนัขพันธุ์ชิสุห์ โครงการที่ 2 ศึกษาสุนัขพันธุ์ลาบราดอร์ และโครงการที่ 3 ศึกษาสุนัขพันธุ์เซนต์เบอร์นาร์ด์ และกำหนดให้ราคาขายสุนัขมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

### 2. ส่วนประสมทางการตลาด

#### 2.1 ตัวสินค้า (P roduct)

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่าสุนัขแม่พันธุ์สามารถตั้งท้องได้ปีละ 2 ครั้ง แต่การให้สุนัขผสมทุกครั้งที่เป็นสัดจะทำให้แม่สุนัขมีสุขภาพทรุดโทรม ดังนั้นควรให้แม่สุนัขตั้งท้องปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้สามารถเป็นแม่พันธุ์ที่มีคุณภาพของแต่ละฟาร์มไปได้เรื่อยๆ และสำหรับผู้ลงทุนรายใหม่ที่เพิ่งเข้าสู่ธุรกิจฟาร์มสุนัขควรเริ่มเลี้ยงพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ในจำนวนที่ไม่มากจนเกินไป เพื่อเป็นการฝึกทักษะในการเพาะเลี้ยงให้ชำนาญ

ดังนั้นในโครงการเพาะเลี้ยงสุนัขชิสุห์จึงกำหนดให้มีแม่พันธุ์จำนวน 6 ตัว พ่อพันธุ์ 3 ตัว ส่วนโครงการเลี้ยงสุนัขพันธุ์ลาบราดอร์และเซนต์เบอร์นาร์ด์ กำหนดให้มีแม่พันธุ์จำนวน 4 ตัว พ่อพันธุ์ 2 ตัว และทางโครงการใช้กลยุทธ์ให้สุนัขแม่พันธุ์ตั้งท้องสลับกัน เพื่อให้สามารถมีลูกสุนัขไว้ขายตลอดทั้งปี ส่วนสุนัขพ่อพันธุ์ที่เปิดรับผสมพันธุ์นั้นไม่ค่อยเป็นปัญหา เนื่องจากสามารถเปิดรับผสมพันธุ์ได้ตลอดเวลา แต่ไม่ควรจะให้ผสมเกินอาทิตย์ละ 1 ครั้งเช่นกัน เพราะจะทำให้พ่อพันธุ์สุขภาพไม่สมบูรณ์ มีผลให้จ่ายลูกน้อย และไม่สวยได้

## 2.2 ราคา (Price)

การตั้งราคาสุนัขพบว่า ถ้าพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์สุนัขเป็นสายพันธุ์แท้ ใบพันธุ์ประวัติเป็นสีขาวหรือสีชมพู หรือเคยได้รับรางวัลจากการประกวด จะสามารถตั้งราคาลูกสุนัขนั้นได้สูงกว่าราคาตลาดทั่วไป โดยที่ลูกค้ายินดีและเต็มใจ เนื่องจากลูกค้ำมีความเชื่อว่าสุนัขของฟาร์มมีคุณภาพดี และแตกต่างจากสุนัขทั่วไป

สำหรับราคาจำหน่ายลูกสุนัข ทางฟาร์มจะใช้วิธีแบบปรับราคาไปตามราคาของกลุ่มแข่งขัน (On Going Pricing) แต่จะไม่ให้ต่ำกว่าราคาท้องตลาด เนื่องจากสุนัขที่ฟาร์มทำการเพาะเลี้ยงเป็นสุนัขที่มีคุณภาพ ซึ่งคาดว่าลูกค้ำจะยอมรับในจุดนี้ได้ โดยที่ราคาจำหน่ายสุนัขแต่ละพันธุ์ก็แตกต่างกันไปโดยสุนัขพันธุ์ชิสุหมีราคาจำหน่ายอยู่ที่ตัวละ 10,000 บาท สุนัขพันธุ์ลาบราดอร์ ราคาตัวละ 8,500 บาท สุนัขพันธุ์เซนต์เบอร์นาร์ด์ ราคาตัวละ 12,000 บาท

ค่าบริการในการรับผสมพันธุ์ โครงการกำหนดให้พ่อพันธุ์ชิสุหมี รับผสมครั้งละ 4,500 บาท ลาบราดอร์ครั้งละ 6,000 บาท และเซนต์เบอร์นาร์ด์ ครั้งละ 8,000 บาท

## 1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

สุนัขแม่พันธุ์สามารถตั้งท้องได้ปีละ 2 ครั้ง การจำหน่ายลูกสุนัขสามารถจำหน่ายได้ตั้งแต่ลูกสุนัขมีอายุ 2 เดือนขึ้นไป เพราะหย่านมแม่แล้ว และมีโอกาสรอดสูง การจำหน่ายสุนัขแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การจำหน่ายทีละตัว ผู้ประกอบการจะเลี้ยงลูกสุนัขไว้เอง จนกว่าจะมีผู้สนใจติดต่อเข้ามาซื้อ ซึ่งอาจจะกินระยะเวลาเกินกว่า 2 เดือน หรือลูกสุนัขที่ตัวเล็ก ลักษณะไม่สวย อาจขายไม่ออก ทำให้เกิดความเสียดายและภาระที่จะต้องเลี้ยงดูลูกสุนัขที่ขายไม่หมดนั้น แต่การจำหน่ายแบบนี้ผู้ประกอบการสามารถตั้งราคาได้เองตามความเหมาะสมทำให้ขายลูกสุนัขได้ราคาดี

2. การจำหน่ายแบบเหมายกครอก เมื่อลูกสุนัขอายุครบ 2 เดือน ถ้าผู้ประกอบการไม่ต้องการแบกภาระค่าอาหารและการเลี้ยงดูลูกสุนัข ก็สามารถขายสุนัขแบบเหมายกครอกได้ โดยจะได้ราคาต่ำกว่าท้องตลาดเพราะถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลางที่รับเหมาสุนัขเพื่อนำไปขายต่อยังตลาดขายสัตว์เลี้ยง เช่น ตลาดประตู่หายยา ตลาดคำเที่ยง และตลาดจตุจักร แต่วิธีนี้จะช่วยให้สามารถขายสุนัขได้หมดยกครอก ทำให้สุนัขขายออกทุกตัวและไม่เป็นภาระแก่ผู้เลี้ยง

โครงการศึกษานี้กำหนดให้มีการจำหน่ายลูกสุนัขทีละตัว ไม่ขายเหมา เนื่องจากมั่นใจในคุณภาพของลูกสุนัขที่ฟาร์มผลิตได้ ว่ามีคุณภาพดีเหมาะสมกับราคา

#### 1.4 การส่งเสริมการขาย (promotion)

เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัขกันอย่างแพร่หลาย บางรายไม่ได้เปิดเป็นฟาร์ม แต่เลี้ยงไว้ที่บ้านและแบ่งขายลูกสุนัขตามโอกาส ทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจ นอกจากจะต้องแข่งขันในด้านคุณภาพของสินค้าแล้ว การให้บริการก็เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญ และเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อชื่อเสียงของฟาร์ม การให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความจริงใจ ไม่หลอกลวงขายสุนัขที่ไม่มีคุณภาพ การให้คำแนะนำในการเลี้ยงสุนัขอย่างเป็นกันเอง จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและบอกต่อกันปากต่อปาก นอกจากนี้การให้บริการนอกสถานที่ เช่น นำพ่อพันธุ์ไปผสมพันธุ์ให้ถึงที่บ้านของลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวกและเลือกใช้บริการของทางฟาร์มมากขึ้น

ในโอกาสที่ฟาร์มมีลูกสุนัขจำหน่าย จะทำการตีประกาศเพื่อให้ลูกค้าทั่วไปทราบว่าขณะนี้ทางฟาร์มมีลูกสุนัขจำหน่าย โดยจะตีประกาศตามร้านขายสัตว์เลี้ยง ร้านจำหน่ายอาหารและของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยง คลินิกรักษาสัตว์ และลงประกาศในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง ซึ่งการลงโฆษณาในส่วนนี้จะไม่เสียค่าใช้จ่าย

### 3. โอกาสและอุปสรรค

#### โอกาส

ลูกค้าของฟาร์มมีเกือบทุกสาขาอาชีพ และหลากหลายอายุ แต่ส่วนมากลูกค้าที่เป็นนักเรียนนักศึกษา มักจะให้ความสนใจเลือกซื้อสุนัขพันธุ์เล็ก เนื่องจากสามารถเลี้ยงได้ในหอพัก ไม่ต้องการเนื้อที่ในการออกกำลังกายมาก ส่วนลูกค้าที่มีครอบครัวแล้วมักจะเลือกสุนัขขนาดกลางหรือใหญ่ ที่มีนิสัยเชื่อง สอนง่าย ไม่ดุ เนื่องจากต้องนำไปเลี้ยงในครอบครัวที่มีบุตร ส่วนลูกค้าที่เป็นโสดยังไม่มีการครอบครัวยัง มักเลือกเลี้ยงสุนัขในกลุ่มที่ใช้ในแก๊งกีฬา (Sporting Group) เพราะสามารถพาไปทำกิจกรรมนอกบ้านร่วมกันได้ เช่น จ็อกกิ้ง ว่ายน้ำ เป็นต้น

#### อุปสรรค

1. ปัญหาการแข่งขันด้านราคา ปัจจุบันมีฟาร์มสุนัขในจังหวัดเชียงใหม่ค่อนข้างมาก แต่ส่วนใหญ่จะเลี้ยงสุนัขไว้หลายพันธุ์ เพื่อสุนัขพันธุ์ไหนเป็นที่นิยมก็จะทำให้ไม่ขาดรายได้ ทำให้สุนัขที่ผลิตได้มีคุณภาพต่ำ และขายสุนัขในราคาถูก การจำหน่ายจึงเป็นเพียงให้คุ้มทุน ทำให้เกิดการขายตัดราคากันเอง และการขายเหมาให้พ่อค้าคนกลางก็ทำให้ราคากลางของสุนัขต่ำลง

2. ปัญหาการรับรู้ด้านคุณภาพของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคบางส่วนยังไม่เข้าใจว่าสุนัขสายพันธุ์ดีมีความแตกต่างจากสุนัขเกรดธรรมดาอย่างไร ประกอบกับมีความสนใจในเรื่องราคาค่อนข้างสูง ทำให้เลือกซื้อสุนัขที่ราคาถูกโดยไม่คำนึงถึงความคุ้มค่าของเงินที่ควรจ่ายเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับสุนัขคุณภาพสายพันธุ์แท้

3. ปัญหาความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการ ฟาร์มที่เลี้ยงสุนัขพันธุ์โคพันธุ์หนึ่ง โดยเฉพาะยังมีน้อย เพราะต้องอาศัยความรู้ความชำนาญสูง เพราะสุนัขแต่ละพันธุ์มีโรคประจำตัว และลักษณะนิสัยไม่เหมือนกัน ทำให้ต้องอาศัยระยะเวลาเพื่อหาประสบการณ์ การที่ผู้เลี้ยงขาดความรู้ความชำนาญ อาจทำให้เกิดผลขาดทุนได้ เนื่องจากสุนัขอาจแท้ง หรือคลอดไม่เป็นและกัคลูกจนตาย

#### 4. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ สามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าของฟาร์มสุนัขได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มที่สนใจเรื่องคุณภาพเป็นหลัก ได้แก่ กลุ่มที่ต้องการได้สุนัขพันธุ์แท้ โดยจะพิจารณาจากใบพันธุ์ประวัติ ลักษณะของสุนัขว่าถูกต้องตามสายพันธุ์หรือไม่ พ่อแม่เป็นแชมป์หรือได้รับรางวัลจากการประกวดหรือไม่ กลุ่มนี้จะให้ความสนใจกับสายเลือดของสุนัข และยอมซื้อสุนัขในราคาที่สูงกว่าท้องตลาด

2. กลุ่มที่สนใจเรื่องราคาเป็นหลัก ได้แก่ กลุ่มที่ต้องการซื้อสุนัขไปเลี้ยงไว้ตามบ้าน ไม่ต้องการสุนัขที่มีสายเลือดระดับแชมป์ และไม่สนใจเรื่องประวัติสายพันธุ์

ซึ่งในการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ จะกำหนดให้โครงการธุรกิจฟาร์มสุนัขเน้นผลิตสุนัขพันธุ์แท้ โดยลงทุนซื้อสุนัขพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์จากฟาร์มที่มีชื่อเสียง และเป็นสุนัขที่มีสายพันธุ์แท้จากต่างประเทศ นำมาเพาะพันธุ์ขายให้กับลูกค้าในราคาที่ไม่สูงจนเกินไป เพื่อเป็นการเสริมช่องว่างของตลาดทั้งสองกลุ่มข้างต้น และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งสองกลุ่ม

#### 5. การประมาณการยอดขาย

สมมุติฐานในการประมาณการยอดขาย

1. กำหนดให้สุนัขแม่พันธุ์ตั้งท้องปีละ 1 ครั้ง โดยเริ่มตั้งท้องครั้งแรกเมื่ออายุ 18 เดือน
2. สุนัขขนาดเล็กให้ลูกเฉลี่ยครอกละ 4 ตัว สุนัขพันธุ์กลางและพันธุ์ใหญ่ให้ลูกเฉลี่ยครอกละ 8 ตัว
3. การจำหน่ายลูกสุนัขจะทำการจำหน่ายเองที่ละตัว ไม่ขายเหมา
4. สามารถจำหน่ายลูกสุนัขได้หมดภายในระยะเวลา 2 เดือน
5. รายได้จากการจำหน่ายสุนัขและรับผสมพันธุ์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นปีละ 5%

ตาราง 4 – 22 ประมาณการรายได้จากการขายลูกสุนัขในโครงการฟาร์มสุนัข จำแนกตามพันธุ์สุนัข

พันธุ์สุนัข	แม่พันธุ์ (ตัว)	ลูกสุนัข (ตัว/แม่/ปี)	ราคาขาย (บาท/ตัว)	ผลตอบแทนปีที่			
				2	3	4	5
ชิสุห์	6	4	10,000	240,000	252,000	264,600	277,830
ลาบราดอร์	4	8	8,500	272,000	285,600	299,880	314,874
เซนต์เบอร์นาร์ด	4	8	12,000	384,000	403,200	423,360	444,528

ตาราง 4 – 23 ประมาณการรายได้จากการรับผสมพันธุ์ในโครงการฟาร์มสุนัข จำแนกตามพันธุ์สุนัข

พันธุ์สุนัข	พ่อพันธุ์ (ตัว)	จำนวนครั้ง รับผสม (ครั้ง/ปี)	ราคา ผสม (บาท/ตัว)	ผลตอบแทนปีที่			
				2	3	4	5
ชิสุห์	3	12	4,500	162,000	170,100	178,605	187,535
ลาบราดอร์	2	12	6,000	144,000	151,200	158,760	166,698
เซนต์เบอร์นาร์ด	2	12	8,000	192,000	201,600	211,680	222,264

## 6. การคำนวณภาษีเงินได้

คำนวณจากเงินได้พึงประเมินหักด้วยค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาในอัตรา 70% และหักลดหย่อน  
จำนวน 30,000 บาท

ตาราง 4 – 24 ประมาณการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โครงการฟาร์มสุนัขชิสุห์

	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย (จากตาราง 4-22 และ 4-23)	402,000	422,100	443,205	465,365
หัก ค่าใช้จ่ายเหมาจ่าย 70%	281,400	295,470	310,244	325,756
เงินได้หลังหักค่าใช้จ่าย	120,600	126,630	132,962	139,610
หัก ค่าลดหย่อนส่วนตัว	30,000	30,000	30,000	30,000
กำไรสุทธิที่นำไปคำนวณภาษี	90,600	96,630	102,962	109,610
เงินได้สุทธิ 50,000 บาทแรกเสียภาษี ร้อยละ 0	-	-	-	-
เงินได้สุทธิ 50,000 บาท ต่อมาเสียภาษี ร้อยละ 5	2,030	2,332	2,500	2,500
เงินได้สุทธิ 400,000 บาท ต่อมาเสียภาษี ร้อยละ 10	-	104	296	961
รวมภาษีเงินได้ที่ต้องชำระ	2,030	2,436	2,796	3,461

ตาราง 4 – 25 ประมาณการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โครงการฟาร์มสุนัขลาบราดอร์

	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย (จากตาราง 4-22 และ 4-23)	416,000	436,800	458,640	481,572
<u>หัก</u> ค่าใช้จ่ายเหมาจ่าย 70%	291,200	305,760	321,048	337,100
เงินได้หลังหักค่าใช้จ่าย	124,800	131,040	137,592	144,472
<u>หัก</u> ค่าลดหย่อนส่วนตัว	30,000	30,000	30,000	30,000
กำไรสุทธิที่นำไปคำนวณภาษี	94,800	101,040	107,592	114,472
เงินได้สุทธิ 50,000 บาทแรกเสียภาษี ร้อยละ 0	-	-	-	-
เงินได้สุทธิ 50,000 บาท ต่อมาเสียภาษี ร้อยละ 5	2,240	2,500	2,500	2,500
เงินได้สุทธิ 400,000 บาท ต่อมาเสียภาษี ร้อยละ 10	-	104	759	1,447
รวมภาษีเงินได้ที่ต้องชำระ	<b>2,240</b>	<b>2,604</b>	<b>3,259</b>	<b>3,947</b>

ตาราง 4 – 26 ประมาณการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โครงการฟาร์มสุนัขเซนต์เบอร์นาร์ด์

	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย (จากตาราง 4-22 และ 4-23)	576,000	604,800	635,040	666,792
<u>หัก</u> ค่าใช้จ่ายเหมาจ่าย 70%	403,200	423,360	444,528	466,754
เงินได้หลังหักค่าใช้จ่าย	172,800	181,440	190,512	200,038
<u>หัก</u> ค่าลดหย่อนส่วนตัว	30,000	30,000	30,000	30,000
กำไรสุทธิที่นำไปคำนวณภาษี	142,800	151,440	160,512	170,038
เงินได้สุทธิ 50,000 บาทแรกเสียภาษี ร้อยละ 0	-	-	-	-
เงินได้สุทธิ 50,000 บาท ต่อมาเสียภาษี ร้อยละ 5	2,500	2,500	2,500	2,500
เงินได้สุทธิ 400,000 บาท ต่อมาเสียภาษี ร้อยละ 10	4,280	5,144	6,051	7,004
รวมภาษีเงินได้ที่ต้องชำระ	<b>6,780</b>	<b>7,644</b>	<b>8,551</b>	<b>9,504</b>

ตาราง 4 – 27 ตารางแสดงอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

เงินได้สุทธิ ระหว่าง	จำนวน เงินได้สุทธิ	อัตราภาษี ร้อยละ	จำนวน ภาษี	รวม เงินภาษี
0 - 50,000	50,000	0	-	-
50,001 - 100,000	50,000	5	2,500	2,500
100,001 - 500,000	400,000	10	40,000	42,500
500,001 - 1,000,000	500,000	20	100,000	142,500
1000001 - 4,000,000	3,000,000	30	900,000	1,042,500
4,000,001 ขึ้นไป		37		

ที่มา : เอกสารเผยแพร่ของกรมสรรพากร

## 7. การคำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร

ค่าเสื่อมราคาของโครงการคำนวณจากค่าใช้จ่ายลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ได้แก่ พ่อพันธุ์-แม่พันธุ์สุนัข พันธุ์สุนัข คอกสุนัขและโรงเรือน บ้านพักคนงาน เครื่องมือและอุปกรณ์ฟาร์ม โดยใช้วิธีเส้นตรง

ตาราง 4 – 28 ตารางแสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร โครงการฟาร์มสุนัขชลบุรี

รายการ	มูลค่า	อายุใช้งาน (ปี)	อัตรา ร้อยละ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
พ่อพันธุ์-แม่พันธุ์สุนัข (ตาราง 3-7)	240,000	5	20	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000
สิ่งก่อสร้าง (ตาราง 3-5)								
คอกสุนัขและโรงเรือน	34,400	5	20	6,880	6,880	6,880	6,880	6,880
บ้านพักคนงาน	24,000	5	20	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
เครื่องมือและอุปกรณ์ฟาร์ม (ตาราง 3-8)								
เครื่องปรับอากาศ	15,000	5	20	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
ชามอาหารและน้ำพร้อมขาตั้ง	1,500	5	20	300	300	300	300	300
กรงสำหรับขังสุนัข	13,000	5	20	2,600	2,600	2,600	2,600	2,600
กรงสำหรับพาสุนัขไปนอกสถานที่	9,000	5	20	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
เชือกจูงสุนัข	750	5	20	150	150	150	150	150
รวมค่าเสื่อมราคา				67,530	67,530	67,530	67,530	67,530

ตาราง 4-29 ตารางแสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร โครงการฟาร์มสุนัขลาบราดอร์

รายการ	มูลค่า	อายุใช้งาน (ปี)	อัตรา ร้อยละ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>พ่อพันธุ์-แม่พันธุ์สุนัข</b> (ตาราง 3-7)	110,000	5	20	22,000	22,000	22,000	22,000	22,000
<b>สิ่งก่อสร้าง</b> (ตาราง 3-6)								
คอกสุนัขและโรงเรือน	41,900	5	20	8,380	8,380	8,380	8,380	8,380
บ้านพักคนงาน	24,000	5	20	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
<b>เครื่องมือและอุปกรณ์ฟาร์ม</b> (ตาราง 3-9)								
พัฒนาอุตสาหกรรมขนาด 24 นิ้ว	4,800	5	20	960	960	960	960	960
ขามอาหารและน้ำพร้อมติดตั้ง	7,500	5	20	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
กรงสำหรับพาสุนัขไปนอกสถานที่	22,000	5	20	4,400	4,400	4,400	4,400	4,400
เชือกจูงสุนัข	750	5	20	150	150	150	150	150
<b>รวมค่าเสื่อมราคา</b>				<b>42,190</b>	<b>42,190</b>	<b>42,190</b>	<b>42,190</b>	<b>42,190</b>

ตาราง 4-30 ตารางแสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร โครงการฟาร์มสุนัขเซนต์เบอร์นาร์ด์

รายการ	มูลค่า	อายุใช้งาน (ปี)	อัตรา ร้อยละ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>พ่อพันธุ์-แม่พันธุ์สุนัข</b> (ตาราง 3-7)	280,000	5	20	56,000	56,000	56,000	56,000	56,000
<b>สิ่งก่อสร้าง</b> (ตาราง 3-6)								
คอกสุนัขและโรงเรือน	41,900	5	20	8,380	8,380	8,380	8,380	8,380
บ้านพักคนงาน	24,000	5	20	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
<b>เครื่องมือและอุปกรณ์ฟาร์ม</b> (ตาราง 3-10)								
พัฒนาอุตสาหกรรมขนาด 24 นิ้ว	4,800	5	20	960	960	960	960	960
ขามอาหารและน้ำพร้อมติดตั้ง	7,500	5	20	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
กรงสำหรับพาสุนัขไปนอกสถานที่	26,000	5	20	5,200	5,200	5,200	5,200	5,200
เชือกจูงสุนัข	1,500	5	20	300	300	300	300	300
<b>รวมค่าเสื่อมราคา</b>				<b>77,140</b>	<b>77,140</b>	<b>77,140</b>	<b>77,140</b>	<b>77,140</b>