

บทที่ 4

การวิเคราะห์ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ผลการศึกษา เป็นการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ขั้นพื้นฐานในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งจะเน้นที่กลุ่มสินค้าประเภทอาหาร โดยมีจุดประสงค์เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประมาณการรายได้ที่จะได้รับ และค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น สำหรับการประเมินผลการลงทุน ซึ่งจะทำการศึกษาในด้านต่าง ๆ คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ
 - ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก
2. การวิเคราะห์ด้านการตลาด
3. การวิเคราะห์ด้านเทคนิค
4. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ด้วยวิธีการออกแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลทางการตลาด และข้อมูลจากผู้ประกอบการเกี่ยวกับการประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก มีรายละเอียดดังนี้

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4 – 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	172	43.00
หญิง	228	57.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 – 1 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับเพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.00 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 43.00

ตารางที่ 4 – 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับอายุ

ระดับอายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	34	8.50
20 – 30 ปี	186	46.50
31 – 40 ปี	99	24.75
41 – 50 ปี	56	14.00
51 ปีขึ้นไป	25	6.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 – 2 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับระดับอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่พบว่า มีอายุอยู่ระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 46.50 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 24.75 และอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ร้อยละ 14.00

ตารางที่ 4 – 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	68	17.00
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	92	23.00
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	183	45.75
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	49	12.25
อื่น ๆ	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 – 3 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่พบว่า มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 45.75 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 23.00 และระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 17.00

ตารางที่ 4 – 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	92	23.00
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	41	10.25
ลูกจ้าง พนักงานบริษัท	109	27.25
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	59	14.75
แม่บ้าน	40	10.00
เกษตรกร	35	8.75
อื่น ๆ	24	6.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 – 4 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่พบว่า มีอาชีพเป็นลูกจ้าง พนักงานบริษัท ร้อยละ 27.25 รองลงมาคือมีอาชีพนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 23.00 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 14.75

ตารางที่ 4 – 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจังหวัดที่อยู่ปัจจุบัน

จังหวัดที่อยู่ปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
จังหวัดนครสวรรค์	204	51.00
จังหวัดอื่น ๆ	196	49.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 – 5 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับจังหวัดที่อยู่ปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่พบว่า มีจังหวัดที่อยู่ปัจจุบันคือจังหวัดนครสวรรค์ ร้อยละ 51.00 และจังหวัดอื่น ๆ ร้อยละ 49.00

ตารางที่ 4 – 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเดินทางผ่าน จังหวัดนครสวรรค์ กรณีที่อยู่จังหวัดอื่น ๆ

เหตุผลในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยว	68	34.69
ติดต่อธุรกิจ	31	15.82
อื่น ๆ	97	49.49
รวม	196	100.00

จากตารางที่ 4 – 6 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับเหตุผลในการเดินทางผ่าน จังหวัดนครสวรรค์ กรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่จังหวัดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่จังหวัดนครสวรรค์ ส่วนใหญ่พบว่า สาเหตุที่เดินทางผ่านจังหวัดนครสวรรค์ คือเพื่อเหตุผลอื่น ๆ ร้อยละ 49.49 รองลงมาคือเพื่อท่องเที่ยว ร้อยละ 34.69 และเพื่อติดต่อธุรกิจ ร้อยละ 15.82

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลการบริโภคหรือข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการ และพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ตารางที่ 4 – 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสนใจหรือเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า OTO

เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า OTO	จำนวน	ร้อยละ
บริโภคเอง	289	72.25
เป็นของฝาก	214	53.50
จำหน่ายต่อ	13	3.25
อื่นๆ	7	1.75

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 4 – 7 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับความสนใจหรือเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า OTO ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่พบว่า เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า OTO เนื่องจากเพื่อบริโภคเอง ร้อยละ 72.25 รองลงมาคือเพื่อเป็นของฝาก ร้อยละ 53.50 และเพื่อจำหน่ายต่อ ร้อยละ 3.25

ตารางที่ 4 – 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสนใจในการเลือกซื้อสินค้า OTO ของจังหวัดนครสวรรค์ ตามประเภทกลุ่มสินค้า

กลุ่มประเภทสินค้า OTO ของจังหวัดนครสวรรค์ ที่สนใจเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
1. อาหาร	381	95.25
2. เครื่องดื่ม	202	50.50
3. เครื่องแต่งกาย	175	43.75
4. เครื่องใช้และของประดับตกแต่ง	160	40.00
5. ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	172	43.00
6. สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	110	27.50

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 4 – 8 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับความสนใจในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ของจังหวัดนครสวรรค์ ตามประเภทกลุ่มสินค้า ส่วนใหญ่พบว่า สินค้าประเภทอาหารได้รับความสนใจเลือกซื้อมากที่สุด ร้อยละ 95.25 รองลงมาคือประเภทเครื่องดื่ม ร้อยละ 50.50 และประเภทเครื่องแต่งกาย ร้อยละ 43.75

ตารางที่ 4 – 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสนใจในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ตามลักษณะของชนิดสินค้า

ชนิดสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ที่สนใจเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
1. ขนมโมจิ	275	68.75
2. กระจ่างสารท	75	18.75
3. ทองม้วนปลากราย	56	14.00
4. ทองพับกะทิสด	23	5.75
5. ข้าวเกรียบสมุนไพรพื้นบ้าน	54	13.50
6. ขนมไทยสูตรโบราณ	42	10.50
7. ข้าวหลาม	53	13.25
8. ข้าวแต่น้ำแดงโม	23	5.75
9. ลูกชิ้นปลากราย	147	36.75
10. ไข่เค็ม	84	21.00
11. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสับปะรด	35	8.75
12. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากรากบัว	22	5.50
13. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา	63	15.75
14. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากพริก	58	14.50
15. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วย	73	18.25
16. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว	35	8.75
17. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตาลโตนด	27	6.75
18. ข้าวกล้องปลอดสารพิษ	37	9.25
19. อื่น ๆ	18	4.50

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 4 – 9 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับความสนใจในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ตามลักษณะของชนิดสินค้า พบว่า ชนิดของสินค้าประเภทอาหารของจังหวัดนครสวรรค์ ที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามสนใจเลือกซื้อ 3 ลำดับแรก คือ ขนมโมจิ ร้อยละ 68.75 รองลงมาคือลูกชิ้นปลาทราย ร้อยละ 36.75 และไข่เค็ม ร้อยละ 21.00

ตารางที่ 4 – 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม จำนวนสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ที่สนใจซื้อในแต่ละครั้ง

จำนวนชิ้นสินค้าที่สนใจซื้อในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 ชิ้น	178	44.50
4 – 6 ชิ้น	185	46.25
7 – 9 ชิ้น	30	7.50
มากกว่า 9 ชิ้น	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 – 10 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ที่สนใจซื้อในแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่พบว่า ในแต่ละครั้งที่ซื้อ จำนวน 4 – 6 ชิ้น ร้อยละ 46.25 รองลงมาคือจำนวน 1 – 3 ชิ้น ร้อยละ 44.50 และจำนวน 7 – 9 ชิ้น ร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4 – 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสนใจต่อ ราคา สินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ต่อชิ้นที่ซื้อ

ราคาสินค้าต่อชิ้นที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50 บาท	288	72.00
51 – 100 บาท	36	9.00
101 – 150 บาท	34	8.50
151 – 200 บาท	30	7.50
201 – 250 บาท	5	1.25
251 – 300 บาท	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 – 11 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับความสนใจต่อราคาสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ต่อขึ้นที่ซื้อ ส่วนใหญ่พบว่า ราคาต่อขึ้นที่ซื้อต่ำกว่า 50 บาท ร้อยละ 72.00 รองลงมาอยู่ระหว่าง 51 – 100 บาท ร้อยละ 9.00 และอยู่ระหว่าง 101 – 150 บาท ร้อยละ 8.50

ตารางที่ 4 – 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม จำนวนครั้งต่อเดือน ที่ซื้อสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์

จำนวนครั้งที่ซื้อต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	167	41.75
2 ครั้ง	152	38.00
3 ครั้ง	58	14.50
มากกว่า 3 ครั้ง	13	3.25
อื่น ๆ	10	2.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 – 12 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับ จำนวนครั้งต่อเดือนที่ซื้อสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ส่วนใหญ่พบว่า ใน 1 เดือน ซื้อ 1 ครั้ง ร้อยละ 41.75 รองลงมาซื้อ 2 ครั้ง ร้อยละ 38.00 และซื้อ 3 ครั้ง ร้อยละ 14.50

ตารางที่ 4 – 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม แหล่งที่นิยมซื้อสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์

แหล่งที่นิยมซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านจำหน่ายของฝากทั่วไป	304	76.00
ร้านจำหน่ายของฝากตามห้างสรรพสินค้า	81	20.25
อื่น ๆ	15	3.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 – 13 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งที่นิยมซื้อสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ส่วนใหญ่พบว่า แหล่งที่นิยมซื้อเป็นประเภทร้านจำหน่ายของฝากทั่วไป ร้อยละ 76.00 รองลงมาคือร้านจำหน่ายของฝากตามห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 20.25 และร้านจำหน่ายอื่น ๆ ร้อยละ 3.75

ตารางที่ 4 – 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์

เหตุผลในการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย แปลกใหม่	339	84.75
สินค้าน่าเชื่อถือ มีคุณภาพได้มาตรฐาน (อย.)	279	69.75
สถานที่จอดรถสะดวกสบาย	185	46.25
มีการวางผังร้าน และการจัดแสดงสินค้าเป็นหมวดหมู่สะดวกต่อการเลือกซื้อ	87	21.75
พนักงานขายมีความรู้ สามารถตอบข้อซักถามของผู้ซื้อได้	53	13.25
อื่น ๆ	2	0.50

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 4 – 14 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกใช้บริการเนื่องจาก สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย แปลกใหม่มากที่สุด ร้อยละ 84.75 รองลงมาคือสินค้าน่าเชื่อถือ มีคุณภาพได้มาตรฐาน (อย.) ร้อยละ 69.75 และสถานที่จอดรถสะดวกสบาย ร้อยละ 46.25

ตารางที่ 4 – 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสนใจกรณีที่มีร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ เปิดใหม่ที่สามารถให้บริการตามที่ต้องการ

ความสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
มีความสนใจที่จะใช้บริการ	398	99.50
ไม่มีความสนใจที่จะใช้บริการ	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 – 15 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับความสนใจในการใช้บริการ กรณีที่มีร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ เปิดใหม่ที่สามารถให้บริการตามที่ต้องการ พบว่า มีความสนใจที่จะใช้บริการ ร้อยละ 99.50 และไม่มีความสนใจที่จะใช้บริการ ร้อยละ 0.50

ตารางที่ 4 – 16 แสดงจำนวนคะแนนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สินค้ามีตรงตามความต้องการ	จำนวน	315	1,052	210	4	2	1,583	3.96	สำคัญมาก
	ร้อยละ	19.90	66.46	13.27	0.25	0.12	100.00		
2. สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย แปลกใหม่	จำนวน	255	1,088	219	8	-	1,570	3.93	สำคัญมาก
	ร้อยละ	16.24	69.30	13.95	0.51	-	100.00		
3. มีสินค้าตามโอกาส และเทศกาลจำหน่าย	จำนวน	425	976	192	14	-	1,607	4.02	สำคัญมาก
	ร้อยละ	26.45	60.73	11.95	0.87	-	100.00		
4. สินค้ามีลักษณะจุดเด่นเฉพาะของแต่ละจังหวัด	จำนวน	685	828	156	8	-	1,677	4.19	สำคัญมาก
	ร้อยละ	40.85	49.37	9.30	0.48	-	100.00		
5. สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน (อย.)	จำนวน	760	812	126	4	1	1,703	4.26	สำคัญมาก
	ร้อยละ	44.63	47.68	7.40	0.23	0.06	100.00		

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50 – 2.49 สำคัญน้อย 2.50 – 3.49 สำคัญปานกลาง 3.50 – 4.49

สำคัญมาก และ 4.50 – 5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4 – 16 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับ ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากกับ สินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน (อย.) ค่าเฉลี่ย 4.26 สินค้ามีลักษณะจุดเด่นเฉพาะของแต่ละจังหวัด ค่าเฉลี่ย 4.19 และมีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 – 17 แสดงจำนวนคะแนนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ท่าเลที่ตั้งของร้านไปมาได้สะดวก	จำนวน	350	1,060	192	2	-	1,604	4.01	สำคัญมาก
	ร้อยละ	21.82	66.08	11.97	0.13		100.00		
2. สถานที่จอดรถสะดวกสบาย	จำนวน	305	1,068	207	4	1	1,585	3.96	สำคัญมาก
	ร้อยละ	19.24	67.38	13.06	0.25	0.07	100.00		
3. มีการวางผังร้าน และการจัดแสดงสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ สะดวกต่อการเลือกซื้อ	จำนวน	555	944	153	2	1	1,655	4.14	สำคัญมาก
	ร้อยละ	33.53	57.04	9.25	0.12	0.06	100.00		

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50 – 2.49 สำคัญน้อย 2.50 – 3.49 สำคัญปานกลาง 3.50 – 4.49 สำคัญมาก และ 4.50 – 5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4 – 17 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับ ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากกับการวางผังร้านและการจัดแสดงสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ สะดวกต่อการเลือกซื้อ ค่าเฉลี่ย 4.14 ท่าเลที่ตั้งของร้านไปมาได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.01 และสถานที่จอดรถสะดวกสบาย ค่าเฉลี่ย 3.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 – 18 แสดงจำนวนคะแนนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย		ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ ป้าย	จำนวน	190	924	330	28	7	1,479	3.70	สำคัญมาก
	ร้อยละ	12.85	62.47	22.31	1.89	0.48	100.00		
2. มีการลดราคาสินค้าให้ต่ำกว่าราคาตามป้าย	จำนวน	210	992	300	20	-	1,522	3.81	สำคัญมาก
	ร้อยละ	13.80	65.18	19.71	1.31	-	100.00		
3. มีการลดราคาสินค้าตามช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์	จำนวน	435	844	267	26	-	1,572	3.93	สำคัญมาก
	ร้อยละ	27.67	53.69	16.98	1.66	-	100.00		
4. มีการจำหน่ายสินค้าแบบยกแพ็ค ซึ่งมีราคาต่อหน่วยถูกกว่าปกติ	จำนวน	560	856	183	26	-	1,625	4.06	สำคัญมาก
	ร้อยละ	34.46	52.68	11.26	1.60	-	100.00		
5. มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและได้มาตรฐาน	จำนวน	695	836	144	8	-	1,683	4.21	สำคัญมาก
	ร้อยละ	41.30	49.67	8.55	0.48	-	100.00		

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50 – 2.49 สำคัญน้อย 2.50 – 3.49 สำคัญปานกลาง 3.50 – 4.49 สำคัญมาก และ 4.50 – 5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4 – 18 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับ ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากกับการมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และได้มาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 4.21 มีการจำหน่ายสินค้าแบบยกแพ็คซึ่งมีราคาต่อหน่วยถูกกว่าปกติ ค่าเฉลี่ย 4.06 และมีการลดราคาสินค้าตามช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ ค่าเฉลี่ย 3.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 – 19 แสดงจำนวนคะแนนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะเฉพาะของกิจการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยด้านลักษณะเฉพาะ ของกิจการ		ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ตกแต่งร้านสวยงาม หรูหรา บรรยากาศน่าเข้า	จำนวน	240	920	360	4	-	1,524	3.81	สำคัญมาก
	ร้อยละ	15.75	60.37	23.62	0.26		100.00		
2. ติดเครื่องปรับอากาศ เพื่อสร้างบรรยากาศใน ร้านให้เย็นสบาย	จำนวน	205	976	324	12	1	1,518	3.80	สำคัญมาก
	ร้อยละ	13.50	64.30	21.34	0.79	0.07	100.00		
3. หน้าร้านกั้นด้วยกระจก สามารถมองเห็น บรรยากาศภายในร้านได้	จำนวน	305	996	261	6	-	1,568	3.92	สำคัญมาก
	ร้อยละ	19.45	63.52	16.65	0.38		100.00		
4. มีสัญลักษณ์ประจำร้าน ที่สะดุดตา จดจำง่าย	จำนวน	340	948	273	8	-	1,569	3.92	สำคัญมาก
	ร้อยละ	21.67	60.42	17.40	0.51		100.00		
5. พนักงานมีความรู้ สามารถตอบข้อซักถาม ของผู้ซื้อได้	จำนวน	395	868	294	10	1	1,568	3.92	สำคัญมาก
	ร้อยละ	25.1)	55.36	18.75	0.64	0.06	100.00		
6. มีระบบการชำระเงินที่ ทันสมัย ถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็ว และเพียงพอ	จำนวน	880	668	153	12	-	1,713	4.28	สำคัญมาก
	ร้อยละ	51.37	39.00	8.93	0.70		100.00		
7. มีป้ายราคาสินค้าแต่ละ ชิ้นให้เห็นชัดเจน หรือผู้ ซื้อสามารถตรวจสอบ ราคาสินค้าได้จากเครื่อง ตรวจสอบราคา	จำนวน	1,015	612	111	14	-	1,752	4.38	สำคัญมาก
	ร้อยละ	57.93	34.93	6.34	0.80		100.00		

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50 – 2.49 สำคัญน้อย 2.50 – 3.49 สำคัญปานกลาง 3.50 – 4.49

สำคัญมาก และ 4.50 – 5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 4 – 19 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะเฉพาะของกิจการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากกับ การมีป้ายราคาสินค้าแต่ละชิ้นให้เห็นชัดเจนหรือผู้ซื้อสามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบราคา ค่าเฉลี่ย 4.38 มีระบบการชำระเงินที่ทันสมัย ถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็วและเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.28 และการมีสัญลักษณ์ประจำร้านที่สะดุดตา จดจำง่าย ค่าเฉลี่ย 3.92 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก พบข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะลูกค้า และการดำเนินงานที่น่าสนใจ ดังนี้

1. แนวโน้มของธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก ค่อนข้างดี คือ มีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 11.25% ต่อปี เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่นมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันสินค้า OTOP ได้มีการพัฒนาทั้งคุณภาพและรูปแบบ รวมทั้งมีความหลากหลายในชนิดของสินค้าและตราผู้ผลิต จึงทำให้ลูกค้านิยมในการเลือกซื้อหาเพื่อบริโภคเองหรือเพื่อเป็นของฝากต่าง ๆ

2. ในด้านการตั้งราคา ราคาสินค้าที่จำหน่ายโดยทั่วไปจะอิงราคาตลาด ซึ่งทุกร้านราคาสินค้าแต่ละชนิดจะเท่ากัน หากตั้งราคาสูงกว่าร้านอื่น ๆ ลูกค้าก็จะไม่สนใจซื้อ

3. ในด้านการจัดซื้อสินค้ามาจำหน่าย จะมีทั้งที่จัดซื้อมาจำหน่ายโดยตรง และเป็นลักษณะของการฝากขาย แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการจัดซื้อมาจำหน่ายโดยตรงมากกว่า เนื่องจากผู้ผลิตจะไม่นิยมในการฝากขายเนื่องจากไม่ต้องการรับภาระในสินค้าที่จำหน่ายไม่หมด

4. ในด้านการบริการ เริ่มมีบทบาทสำคัญมากขึ้น เนื่องจากลูกค้าบางส่วนไม่ได้คำนึงเพียงแต่สินค้าที่จำหน่ายภายในร้านเท่านั้น หากบริการไม่ดี เช่น คิดเงินล่าช้า หรือพนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ก็ไม่เป็นที่ประทับใจของลูกค้า

5. ในด้านของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ชนิดสินค้าที่ขายดีคือ ขนมโมจิ รองลงมาก็เป็นสินค้าประเภทอื่น ๆ เช่น ลูกชิ้นปลากรวย ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ยึดติดตราผู้ผลิต เน้นที่รสชาติ บรรจุกิจกรรมสวยงามและได้มาตรฐาน เพราะส่วนใหญ่จะเลือกซื้อเพื่อเป็นของฝากจึงให้ความสำคัญกับคุณลักษณะดังกล่าว รวมทั้งลูกค้าจะให้ความสำคัญกับวันที่ผลิตและเครื่องหมาย ออ. สินค้าที่จำหน่ายมีอายุจำกัดเนื่องเป็นสินค้าประเภทอาหาร ส่วนผสมการผลิตส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบธรรมชาติ จึงต้องซื้อมาและขายไปอย่างรวดเร็ว

6. ในด้านลูกค้า กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ ส่วนใหญ่จะเป็นวัยทำงาน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง รองลงมาจะเป็นกลุ่มของนักเรียนนักศึกษา ซึ่งจะอยู่ใน 2 ลักษณะที่เป็นกลุ่มกรุ๊ปทัวร์และไม่ใช่กรุ๊ปทัวร์ กรณีที่เป็นกรุ๊ปทัวร์ก็ต้องมีค่าตอบแทนนายหน้าคนขับรถในลักษณะต่าง ๆ เช่น เครื่องดื่ม อาหาร หรือค่าตอบแทนที่เป็นเงิน เช่น คันละ 100 บาท เป็นต้น

7. ในด้านของสถานที่ ผู้ประกอบการได้กล่าวว่า สถานที่ตั้งของร้านถือเป็นส่วนสำคัญ ถ้าตั้งอยู่บริเวณติดถนนสายหลัก (ถนนพหลโยธิน) และมีสถานที่จอดรถสะดวก ก็จะมีโอกาสมากกว่าร้านที่ไม่ได้อยู่ติดถนนสายหลัก และนอกจากนั้นการจัดร้านก็เป็นส่วนสำคัญ ถ้าบริเวณภายในร้าน ไอ้โถง สะอาด หรือมีการจัดร้านที่เป็นระเบียบ จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ก็จะสะดวกต่อลูกค้าในการเลือกซื้อ และปัจจุบันชั้นบรรยากาศของโลกถูกทำลายไป ส่งผลให้อากาศร้อนอบอ้าวมากขึ้น เนื่องจากร้านจำหน่ายส่วนใหญ่ไม่ได้ติดตั้งเครื่องปรับอากาศ จึงต้องจัดร้านให้เกิดความเย็น โดยนำต้นไม้มาจัดตกแต่งร้าน

8. ในด้านเวลาให้บริการ ส่วนใหญ่จะเปิดให้บริการตั้งแต่ 9.00–24.00 น. ของทุกวัน ซึ่งในช่วงกลางวันลูกค้าที่มาใช้บริการจะไม่มากเป็นลักษณะทยอยกันมา โดยส่วนใหญ่จะเป็นช่วงหลังเวลา 18.00 น. เป็นต้นไปที่ลูกค้าจอดรถและเข้ามาใช้บริการซื้อสินค้า

9. ในด้านการประมาณการยอดขาย ผู้ประกอบการได้กล่าวว่า ยอดขายในแต่ละเดือนจะไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่คนนิยมเดินทาง ถ้าเป็นช่วงเทศกาลยอดขายก็จะมากกว่าช่วงเวลาปกติ และยอดขายเฉลี่ยของแต่ละร้านจะไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับขนาดของร้านจำหน่าย

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

จากการออกแบบสอบถาม และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง กลุ่มลูกค้าดังกล่าวมีทั้งที่เป็นคนจังหวัดนครสวรรค์เองและจังหวัดอื่น ๆ อยู่ในลักษณะของกรุ๊ปทัวร์และไม่ใช่กรุ๊ปทัวร์ ส่วนใหญ่ที่เข้ามาซื้อสินค้า OTOP ก็เพื่อการบริโภคและเพื่อเป็นของฝาก สินค้า OTOP ประเภทอาหาร เป็นกลุ่มสินค้าที่ได้รับความนิยมในการเลือกซื้อมากที่สุด ร้อยละ 82.75 และแหล่งที่นิยมซื้อมากที่สุดจะเป็นลักษณะร้านจำหน่ายของฝากทั่วไป ร้อยละ 76.00

ข้อมูลการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อส่วนผสมทางการตลาด พบว่า ชนิดสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ที่ลูกค้านิยมเลือกซื้อมากที่สุด เป็นขนมโมจิ รองลงมาคือลูกชิ้นปลาทราย และสินค้าชนิดอื่น ๆ และจากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มลูกค้าไม่ได้เน้นที่ตราผู้ผลิตเป็นสำคัญแต่จะให้ความสำคัญกับเครื่องหมาย ออ. และวันที่ผลิตมากกว่า เพราะเป็นสินค้าประเภทอาหาร รองลงมาคือสินค้ามีลักษณะและจุดเด่นเฉพาะของจังหวัดนครสวรรค์ ส่วนอื่น ๆ ที่ให้ความสำคัญ เช่น สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย แปลกใหม่ เป็นต้น ด้านราคาสินค้าที่จำหน่าย จากการสัมภาษณ์พบว่า สินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่จะอิงราคาตลาด ดังนั้นราคาสินค้าในแต่ละชนิดของแต่ละร้านจะเท่ากันหรือใกล้เคียงกัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากแบบสอบถามและจากการสัมภาษณ์ ลูกค้าจะให้ความสำคัญกับการจัดแสดงสินค้าเป็นหมวดหมู่ แยกตามชนิดสินค้า ซึ่งจะทำให้เกิดความสะดวกต่อการเลือกซื้อ และนอกจากนั้นที่ตั้งของร้านต้องไปมาได้สะดวก รวมทั้งมีที่จอดรถ ด้านการส่งเสริมการตลาด จากแบบสอบถามและจากการสัมภาษณ์ ลูกค้าจะให้ความสำคัญกับการมีบรรยากาศสวยงามและได้มาตรฐาน เนื่องจากส่วนหนึ่งเป็นการซื้อเพื่อเป็นของฝาก จึงให้ความสำคัญกับคุณลักษณะดังกล่าว รองลงมาคือจำหน่ายสินค้าแบบเป็นชุดเพราะจะทำให้ราคาต่อหน่วยถูกกว่าปกติ ด้านลักษณะเฉพาะของกิจการ ลูกค้าจะให้ความสำคัญกับการมีป้ายราคาสินค้าแต่ละชิ้นให้เห็นชัดเจน รองลงมาคือมีระบบชำระเงินที่ทันสมัย ถูกต้อง แม่นยำรวดเร็ว และเพียงพอ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ เช่น มีสัญลักษณ์ประจำร้านที่สะดุดตา หน้าร้านกันด้วยกระจกเพราะจะทำให้สามารถมองเห็นบรรยากาศภายในร้านได้ ตกแต่งร้านสวยงาม บรรยากาศน่าเข้า รวมทั้งคิดเครื่องปรับอากาศเพื่อสร้างบรรยากาศในร้านให้เย็นสบาย

4.2 การวิเคราะห์ด้านการตลาด

4.2.1 การวิเคราะห์สภาพของตลาดและแนวโน้ม

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า สภาพของตลาดและแนวโน้มของธุรกิจร้านของฝาก โดยเฉพาะสินค้า OTOP ประเภทอาหารนั้นค่อนข้างดี คือมีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 11.25% ต่อปี เมื่อเทียบกับปีก่อนๆ เนื่องจากสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ซึ่งปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจในการเลือกซื้อมากขึ้น เนื่องจากสินค้ามีความหลากหลาย แปลกใหม่ มีคุณภาพ บรรจุกฎที่ได้มาตรฐานสวยงาม และมีลักษณะโดดเด่นเฉพาะของแต่ละจังหวัด ส่วนนี้ จะแสดงให้เห็นถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน เหมาะที่จะเลือกซื้อหาเพื่อเป็นของฝากได้เป็นอย่างดี ประกอบกับเป็นสินค้าที่ทางรัฐบาลก็ได้ให้ความสำคัญ รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ และรณรงค์ให้ประชาชนหันมาบริโภคสินค้าที่ผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงเป็นส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการเลือกซื้อสินค้าประเภทดังกล่าวมากขึ้น

และนอกจากนั้นยังพบว่าชนิดสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ที่กลุ่มลูกค้านิยมเลือกซื้อมากที่สุดคือขนมโมจิ เนื่องจากเป็นขนมที่มีลักษณะเฉพาะของจังหวัด มีรูปแบบและตราผู้ผลิตให้เลือกหลากหลาย ซึ่งจัดเป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของจังหวัดนครสวรรค์ ส่วนสินค้าที่ได้รับความนิยมรองลงมาคือ ลูกชิ้นปลาทราย กระจ่างสารท ไข่เค็ม ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากพริก ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วยและถั่ว ขนมไทยสูตรโบราณ ท้องม้วนปลาทราย ข้าวเกรียบสมุนไพรพื้นบ้าน และอื่นๆ อีกมากมาย

4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ธุรกิจจำหน่ายสินค้า OTOP โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหาร เป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ และประสบการณ์มากในระดับหนึ่ง กล่าวคือ ต้องทราบถึงลักษณะและรูปแบบของชนิดสินค้าที่ลูกค้านิยมในการเลือกซื้อ ซึ่งสินค้านั้นต้องมีความโดดเด่นและลักษณะเฉพาะของแต่ละท้องที่ กรณีจังหวัดนครสวรรค์ ก็จะเป็นประเภทขนม โมจิหรือลูกชิ้นปลาทราย เป็นต้น ที่ลูกค้านิยมเลือกซื้อเป็นอันดับต้น ๆ เพราะเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนครสวรรค์

ผู้ประกอบการใหม่จำนวนไม่น้อยที่ต้องประสบกับปัญหาสินค้าค้างสต็อกนานจนหมดอายุ หรือสินค้ามีความเสียหายตั้งแต่การขนส่ง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรศึกษาเพื่อสะสมประสบการณ์ในการขาย โดยตอนเริ่มต้นควรเลือกจำหน่ายเฉพาะสินค้าที่มีลักษณะโดดเด่นที่ลูกค้านิยมเลือกซื้อก่อน จากนั้นจึงค่อยขยายเพิ่มจำนวนชนิดสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น ตลอดจนการเพิ่มเงินลงทุนในภายหลังจะดีกว่า

ด้านราคา (Price)

การตั้งราคาสินค้าในแต่ละชนิดนั้น โดยปกติจะอิงที่ราคาตลาดหรือบวกเพิ่มประมาณ 30% ของมูลค่าต้นทุนที่รับมา

ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

การจัดจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ของโครงการที่ศึกษานี้มุ่งเน้นการซื้อมาและขายไปอย่างรวดเร็ว เนื่องจากสินค้าบางชนิดมีอายุการบริโภคที่จำกัด ดังนั้น เมื่อสินค้าค้างสต็อกไว้นานจะทำให้สินค้าหมดอายุหรือเสื่อมคุณภาพได้ ส่วนการจำหน่ายสินค้านั้นลูกค้าสามารถเลือกหยิบสินค้าได้เองตามความพอใจ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการขาย ถือเป็นส่วนสำคัญที่แต่ละร้านใช้เป็นกลยุทธ์ในการจำหน่ายสินค้า ซึ่งมีรูปแบบและลักษณะแตกต่างกันไป เช่น การจัดลดราคาสินค้า การจำหน่ายสินค้าแบบเป็นชุด เป็นต้น

4.2.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT)

จุดแข็ง (Strength)

- มีจุดขายที่ชัดเจน คือเป็นร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัด นครสวรรค์
- มีสินค้าหลากหลาย มีคุณภาพ และสินค้ามีลักษณะรูปแบบโดดเด่นเฉพาะของ จังหวัดนครสวรรค์
- เน้นความสะอาดและจัดวางสินค้าเป็นระเบียบแยกเป็นหมวดหมู่ สะดวกแก่การ เลือกซื้อ
- ราคาไม่แพง ให้บริการแบบเป็นกันเอง
- เปิดบริการเป็นห้องแอร์ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้าในรูปแบบที่ ทันสมัย

จุดอ่อน (Weakness)

- เป็นร้านที่เปิดใหม่ ยังไม่มีลูกค้าประจำ ต้องใช้ระยะเวลาในการแนะนำร้าน
- สินค้าที่จำหน่ายมีอายุการบริโภคที่ค่อนข้างจำกัด ไม่สามารถเก็บสินค้าไว้ได้นาน เนื่องจากเป็นสินค้าประเภทอาหาร ซึ่งส่วนผสมการผลิตจะใช้วัตถุดิบธรรมชาติ เป็นส่วนใหญ่

โอกาส (Opportunity)

- มีผู้สนใจที่จะใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัด นครสวรรค์ ถึงร้อยละ 99.50 ของกลุ่มตัวอย่าง
- จากกระแสบริโภคนิยมในสินค้าที่ผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งหากมีการ ประชาสัมพันธ์ และมีการจัดการร้านจำหน่ายที่ดี ก็จะทำให้กลุ่มลูกค้าหันมาสนใจ ซื้อสินค้าประเภทนี้มากขึ้น
- ท่าเลที่ตั้งของโครงการตั้งอยู่ในย่านร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก ซึ่งเป็นโอกาส อันดีของร้าน เนื่องจากเป็นแหล่งที่ผู้คนสัญจรผ่าน และการคมนาคมสะดวก

อุปสรรค (Threat)

- มีร้านจำหน่ายสินค้าตามศูนย์บริการปืมน้ำมันที่ให้บริการศูนย์อาหารด้วย ซึ่งรถทัวร์ส่วนใหญ่จะแวะพักและเลือกใช้บริการจากร้านเหล่านั้น รวมทั้งมีร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ตามห้างสรรพสินค้าหลายแห่ง
- ปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยทำให้เกิดข้อจำกัดในการใช้จ่ายของผู้บริโภค

การวิเคราะห์ลูกค้า

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจในการซื้อสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ และเลือกที่จะมาใช้บริการที่ร้าน แม้ว่าร้านจำหน่ายสินค้าของฝากในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ที่ตั้งอยู่บริเวณติดถนนพหลโยธินจะมีจำนวนหลายร้านตั้งอยู่บริเวณไม่ห่างกันนัก แต่เนื่องจากแนวโน้มของกระแสบริโภคนิยม ที่หันมาให้ความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นมากขึ้นนั้น จึงเป็นโอกาสดีของธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ที่จะเปิดให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าดังกล่าว สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของทางร้านจะแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มลูกค้าประเภทกรุ๊ปทัวร์และไม่ใช่กรุ๊ปทัวร์ ซึ่งกลุ่มลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มนี้ ทางร้านจะอาศัยการสร้างจุดเด่นของร้านคือ จะเป็นร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ที่ทันสมัย มีสินค้าหลากหลาย และมีลักษณะเฉพาะของจังหวัด ภายในร้านสะอาด จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ รวมถึงสถานที่จอดรถสะดวกสบาย จากการเก็บข้อมูลกลุ่มลูกค้าตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นวัยทำงานรวมถึงนักเรียนนักศึกษา ซึ่งเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีกำลังซื้อสูง ที่ทางร้านจะสามารถสร้างความดึงดูดใจในการที่จะให้เข้ามาใช้บริการได้

การวิเคราะห์การแข่งขัน

จากปริมาณความต้องการของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน เกี่ยวกับความต้องการซื้อสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ปัจจุบันแม้ว่าการแข่งขันจะสูง เนื่องจากจำนวนผู้ประกอบการมีหลายรายอยู่ในย่านเดียวกัน ในลักษณะของร้านจำหน่ายสินค้าของฝากทั่วไป แต่ร้านจำหน่ายสินค้าของฝากเหล่านั้น ไม่ได้เน้นเป็นสินค้า OTOP ทั้งหมด จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า สินค้า OTOP ประเภทอาหาร ที่จำหน่ายภายในร้านจะอยู่ที่ประมาณ 40 – 60% ของชนิดสินค้าทั้งหมดที่จำหน่ายเท่านั้น ส่วนที่เหลือก็จะ เป็นสินค้าประเภทอื่น ๆ ที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า OTOP ทั้งนี้ ประกอบกับแนวโน้มการบริโภคสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ที่เพิ่มมากขึ้นนั้น ผู้ศึกษาคิดว่าทางโครงการยังสามารถที่จะขยายตลาดได้อีก ตลอดจนลักษณะเด่น และจุดขายของร้านจำหน่ายสินค้าของฝากในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ยังไม่โดดเด่นมากนัก ส่วนร้านที่มีความโดดเด่น เช่น

ร้านบักบอส : เป็นร้านจำหน่ายสินค้าของฝากขนาดใหญ่ ที่มีสินค้าหลากหลาย

ร้านโมจิบ้านสกุลดาว : เน้นสินค้าที่มีคุณภาพ และหลากหลาย

ร้านอื่น ๆ ในภาพรวมก็จำหน่ายสินค้าที่มีลักษณะคล้าย ๆ กันแต่จะแตกต่างกัน

ในรายละเอียด

สำหรับร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของทางโครงการก็จะมีลักษณะคล้ายกับร้านจำหน่ายสินค้าของฝากทั่ว ๆ ไป แต่ทางร้านจะเน้นที่ความทันสมัย ให้บริการแบบเป็นกันเอง บริเวณภายในร้านสะอาด การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่แยกประเภทสินค้าเพื่อความสะดวกแก่การเลือกซื้อ มีบริเวณจอดรถสะดวกสบายอยู่ในที่ร่ม และที่สำคัญที่ต่างจากร้านอื่น ๆ คือ สินค้าที่นำมาจำหน่ายภายในร้านจะเน้นที่เป็นสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ทั้งหมด

การประมาณการยอดขาย

ข้อมูลจากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ประกอบการในภาพรวม พบว่า ยอดจำหน่ายสินค้าของฝากของจังหวัดนครสวรรค์ โดยเฉพาะสินค้า OTOP ประเภทอาหาร นั้น มีสัดส่วนเฉลี่ยที่แตกต่างกันตามขนาดของร้านจำหน่าย แต่ขนาดของร้านจำหน่ายที่ทางโครงการให้ความสนใจ เป็นร้านกิจการเจ้าของคนเดียว ลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์ 2 ชั้น จำนวน 3 คูหา ทะลุถึงกัน เนื้อที่ประมาณ 240 ตารางเมตร ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเจ้าของร้าน ที่มีขนาดตามที่ทางโครงการให้ความสำคัญนั้น จะมียอดขายเฉลี่ยประมาณ 6,000,000 บาท/ปี แต่เนื่องจากทางโครงการเป็นร้านที่เปิดดำเนินการใหม่ จึงจะขอประมาณการยอดขายลดลงจากยอดขายของร้านจำหน่ายดังกล่าว จำนวน 20%

สมมติฐานในการประมาณการยอดขาย

1. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ตามขนาดร้านจำหน่ายที่ทางโครงการให้ความสำคัญ มียอดขายเฉลี่ย ประมาณ 6,000,000 บาท/ปี โดยจะนำมาเป็นฐานรายได้ในโครงการ แต่จะลดยอดขายลงจำนวน 20% ในปีที่ 1 เนื่องจากเป็นโครงการที่เพิ่งเริ่มดำเนินการ

$$6,000,000 - (6,000,000 \times 20\%)$$

ดังนั้น ประมาณการยอดขายของโครงการในปีที่ 1 = 4,800,000 บาท

2. เพิ่มยอดขายอย่างน้อย 10% ในทุกปี ตลอดอายุของโครงการ จากอัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายจำหน่ายสินค้าของฝาก ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จากการสัมภาษณ์เฉลี่ยที่ประมาณ 11.25% ต่อปี
3. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี กำหนดให้สอดคล้องกับอัตราการขยายตัวของยอดขาย ยกเว้นค่าเช่าที่ทำสัญญาเช่ากำหนดเท่ากันทุกปีตลอดอายุโครงการ และค่าสาธารณูปโภคที่กำหนดให้เท่ากันเนื่องจากใช้เต็มประสิทธิภาพเท่ากันทุกปี

4. การเปิดให้บริการจะเปิดทุกวัน ตั้งแต่วันจันทร์- อาทิตย์ รวม 365 วัน/ปี ไม่มีวันหยุด จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า ยอดขายในแต่ละเดือนจะไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับช่วงเทศกาล กรณีที่เป็นช่วงที่คนนิยมเดินทาง ยอดขายก็จะมากกว่าช่วงเวลาปกติ ดังนี้

1. ช่วงระหว่างเดือน ธันวาคม มกราคม และกุมภาพันธ์ (เป็นช่วงเทศกาลส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ และรวมถึงเทศกาลตรุษจีน) ยอดขายจะค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นช่วงที่คนนิยมเดินทาง ยอดขายของทั้ง 3 เดือน รวมกันจะอยู่ที่ประมาณ 40% ของยอดขายทั้งหมด

$$(4,800,000 \times 40\%) = 1,920,000 \text{ เฉลี่ยเท่ากับเดือนละประมาณ } 640,000$$

ดังนั้น ยอดขายสำหรับเดือน มกราคม กุมภาพันธ์ และธันวาคม เท่ากับ 640,000 บาท/เดือน

2. ช่วงระหว่างเดือน เมษายน (เป็นช่วงเทศกาลสงกรานต์) ยอดขายของเดือนจะอยู่ที่ประมาณ 15% ของยอดขายทั้งหมด

$$(4,800,000 \times 15\%) = 720,000$$

ดังนั้น ยอดขายสำหรับเดือน เมษายน เท่ากับ 720,000 บาท/เดือน

3. ช่วงระหว่างเดือน กรกฎาคม (เป็นช่วงเทศกาลเข้าพรรษา) ยอดขายของเดือนจะอยู่ที่ประมาณ 15% ของยอดขายทั้งหมด ซึ่งเฉลี่ยจะเท่ากับช่วงเทศกาลสงกรานต์

$$(4,800,000 \times 15\%) = 720,000$$

ดังนั้น ยอดขายสำหรับเดือน กรกฎาคม เท่ากับ 720,000 บาท/เดือน

4. ช่วงเดือนอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ช่วงเทศกาล ยอดขายรวมกันจะอยู่ที่ประมาณ 30% ของยอดขายทั้งหมด โดยเฉลี่ยเท่ากับ ดังนี้

$$(4,800,000 \times 30\%) = 1,440,000 \text{ จำนวน } 7 \text{ เดือน}$$

ดังนั้น ยอดขายสำหรับเดือน มีนาคม พฤษภาคม มิถุนายน สิงหาคม กันยายน ตุลาคม และพฤศจิกายน เท่ากับ 205,714.28 บาท/เดือน

ตารางที่ 4 – 20 ประมาณการรายได้จากการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์

หน่วย : บาท

ยอดขายในแต่ละเดือน (ปีที่ 1)				
เดือน	จำนวนเงิน			
มกราคม	640,000			
กุมภาพันธ์	640,000			
มีนาคม	205,714			
เมษายน	720,000			
พฤษภาคม	205,714			
มิถุนายน	205,714			
กรกฎาคม	720,000			
สิงหาคม	205,714			
กันยายน	205,714			
ตุลาคม	205,714			
พฤศจิกายน	205,716			
ธันวาคม	640,000			
รวม	4,800,000			
ยอดขายปีที่				
ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
4,800,000	5,280,000	5,808,000	6,388,800	7,027,680

ที่มา : จากการประมาณการ

หมายเหตุ : ยอดขายเดือน พฤศจิกายน เป็นตัวเลขพิเศษ

กลยุทธ์ทางการตลาด

จากการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ตอบแบบสอบถาม และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก ตลอดจนการวิเคราะห์สภาพของตลาดและแนวโน้ม การวิเคราะห์ข้อมูลด้านส่วนผสมทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ (SWOT) การวิเคราะห์ลูกค้า และการวิเคราะห์การแข่งขัน เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดแผนทางการตลาดที่เหมาะสม ดังนี้

กำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด

1. เพื่อให้มียอดขายอย่างน้อย 4,800,000 บาท ในปีแรก
2. เพื่อเพิ่มยอดขายอย่างน้อย 10% ในทุกปี

กลยุทธ์เพื่อสร้างยอดขายอย่างน้อย 4,800,000 บาท ในปีแรก และเพื่อการเพิ่มยอดขายในปีต่อไปอย่างน้อย ร้อยละ 10

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

- จะคัดเลือกเฉพาะชนิดสินค้าที่ได้รับความนิยมจากตลาดมาจำหน่าย ตามที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในการเลือกซื้อ นอกจากนี้จะให้ความสำคัญกับการเลือกจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ เน้นการมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและได้มาตรฐาน ซึ่งจะทำให้อัตราการหมุนเวียนของสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว ไม่เกิดต้นทุนจม เป็นภาระในการจัดเก็บและเสี่ยงต่อการที่สินค้าหมดอายุ

ด้านราคา (Price)

- ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาเพื่อดึงดูดใจลูกค้า โดยการจลดราคาสินค้าตามช่วงเทศกาลที่คนนิยมเดินทาง เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ หรือเข้าพรรษา เป็นต้น

ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

- ลักษณะของร้านจำหน่ายของโครงการ จะเน้นการจัดร้านให้มีความทันสมัย มีการวางผังร้านและจัดแสดงสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ เพื่อความสะดวกต่อการเลือกซื้อ มีป้ายราคาสินค้าแต่ละชิ้นให้เห็นชัดเจน มีระบบการชำระเงินที่ทันสมัย ถูกต้อง และรวดเร็ว หน้าร้านจะอยู่ติดถนน การคมนาคมสะดวก มีสถานที่จอดรถสะดวก ภายในร้านเป็นห้องแอร์ ด้านหน้ากั้นด้วยกระจกทำให้สามารถมองเห็นบรรยากาศภายในร้านได้

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- จำหน่ายสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและได้มาตรฐาน และจัดให้มีการจำหน่ายสินค้าแบบยกแพ็คหรือเป็นชุดซึ่งมีราคาต่อหน่วยถูกกว่าปกติ นอกจากนี้ยังมีการลดราคาสินค้าตามช่วงที่คนนิยมเดินทาง เช่น ปีใหม่ ตรุษจีน สงกรานต์ หรือเข้าพรรษา เป็นต้น รวมทั้งการจัดทำป้ายโฆษณาหน้าร้านที่มีลักษณะมองเห็นได้ชัดเจน และจดจำง่าย

4.3 การวิเคราะห์ด้านเทคนิค

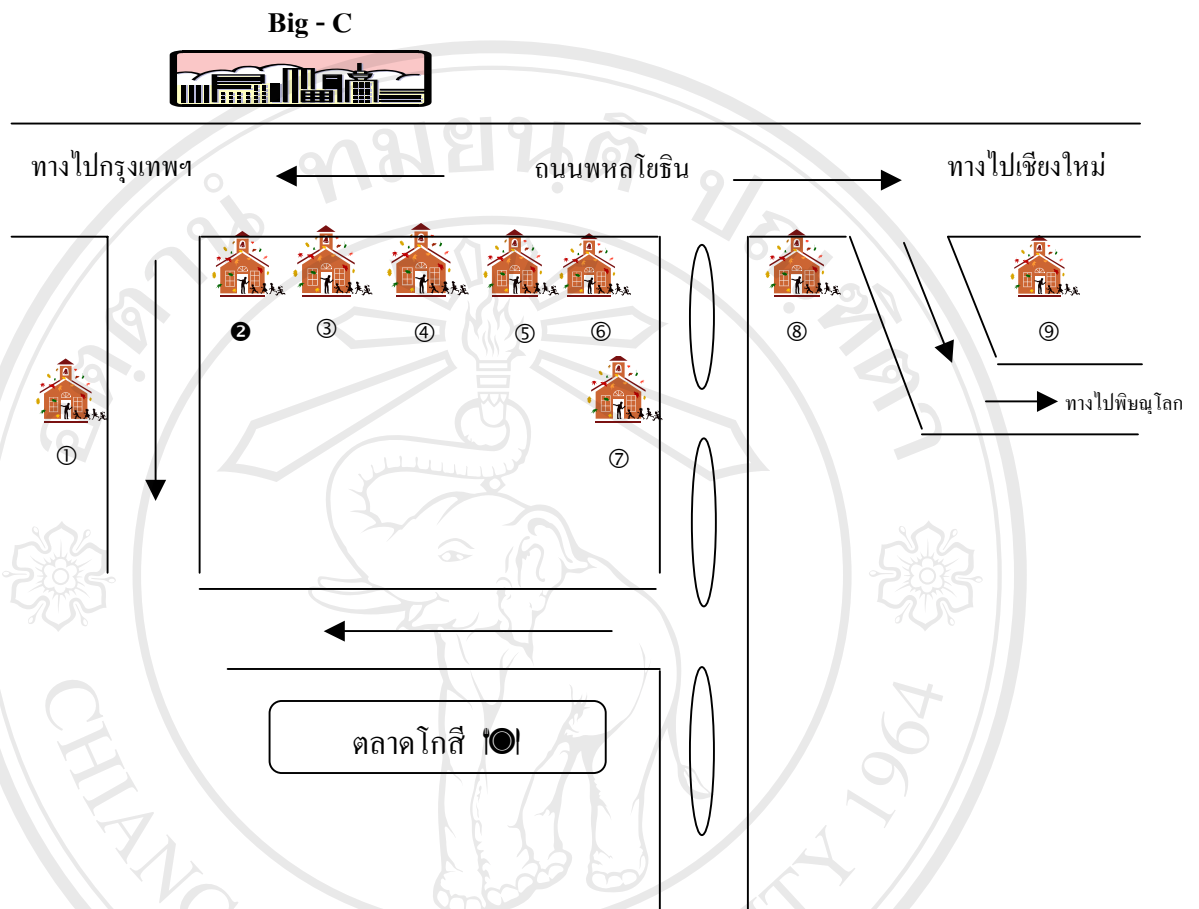
การวิเคราะห์ด้านเทคนิค จะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของโครงการ ทำให้ทราบข้อมูลต่าง ๆ ทางด้านเทคนิคที่จำเป็นในการดำเนินกิจการ ได้แก่ การเลือกทำเลที่ตั้ง การกำหนดรูปแบบทางธุรกิจ การวางแผนผังสถานที่ การจัดฟังก์ชันการ การลงทุนในสินทรัพย์ หลักเกณฑ์การคิดค่าเสื่อมราคา การจ้างแรงงาน การจัดซื้อสินค้า รูปแบบและเงื่อนไขการชำระเงิน ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่น ๆ จากข้อมูลทางเทคนิคนี้ โครงการฯ จะใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการ เพื่อประกอบการตัดสินใจในโครงการ

ทำเลสถานที่ตั้ง

ธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัด นครสวรรค์ จะตั้งอยู่บนถนนพหลโยธิน ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยลักษณะของร้านจะเป็นอาคารพาณิชย์ 2 ชั้น จำนวน 3 คูหา ทะลุถึงกัน เนื้อที่ประมาณ 240 ตารางเมตร หน้าร้านจะอยู่ติดถนน การคมนาคมสะดวก มีผู้คนสัญจรผ่านไปมา มีป้ายหน้าร้าน สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ทำให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป สถานที่จอดรถสะดวกสบายอยู่ในที่ร่ม

สถานที่ตั้งของร้านจะอยู่บริเวณใกล้กับแหล่งชุมชน ไม่ไกลจากร้านจำหน่ายสินค้าของฝากอื่น ๆ เนื่องจากเป็นย่านที่กลุ่มลูกค้านิยมจอดรถเพื่อแวะเลือกซื้อสินค้า

ภาพที่ 4-1 แสดงที่ตั้งร้านจำหน่าย



หมายเหตุ :

- | | |
|------------------------|---------------------------|
| ① ร้านโมจิบ้านสกุลดาว | ② ร้านจำหน่ายของโครงการ # |
| ③ ร้านโมจิจุฬา | ④ ร้านโมจิเอ็ม เอ็ม |
| ⑤ ร้านโมจิจันทร์สุวรรณ | ⑥ ร้านบ๊อบบอส |
| ⑦ ร้านโกสีย์ | ⑧ ร้านโมจิวัฒนพร |
| ⑨ ร้านของฝากหนองแมว | |

รูปแบบทางธุรกิจ

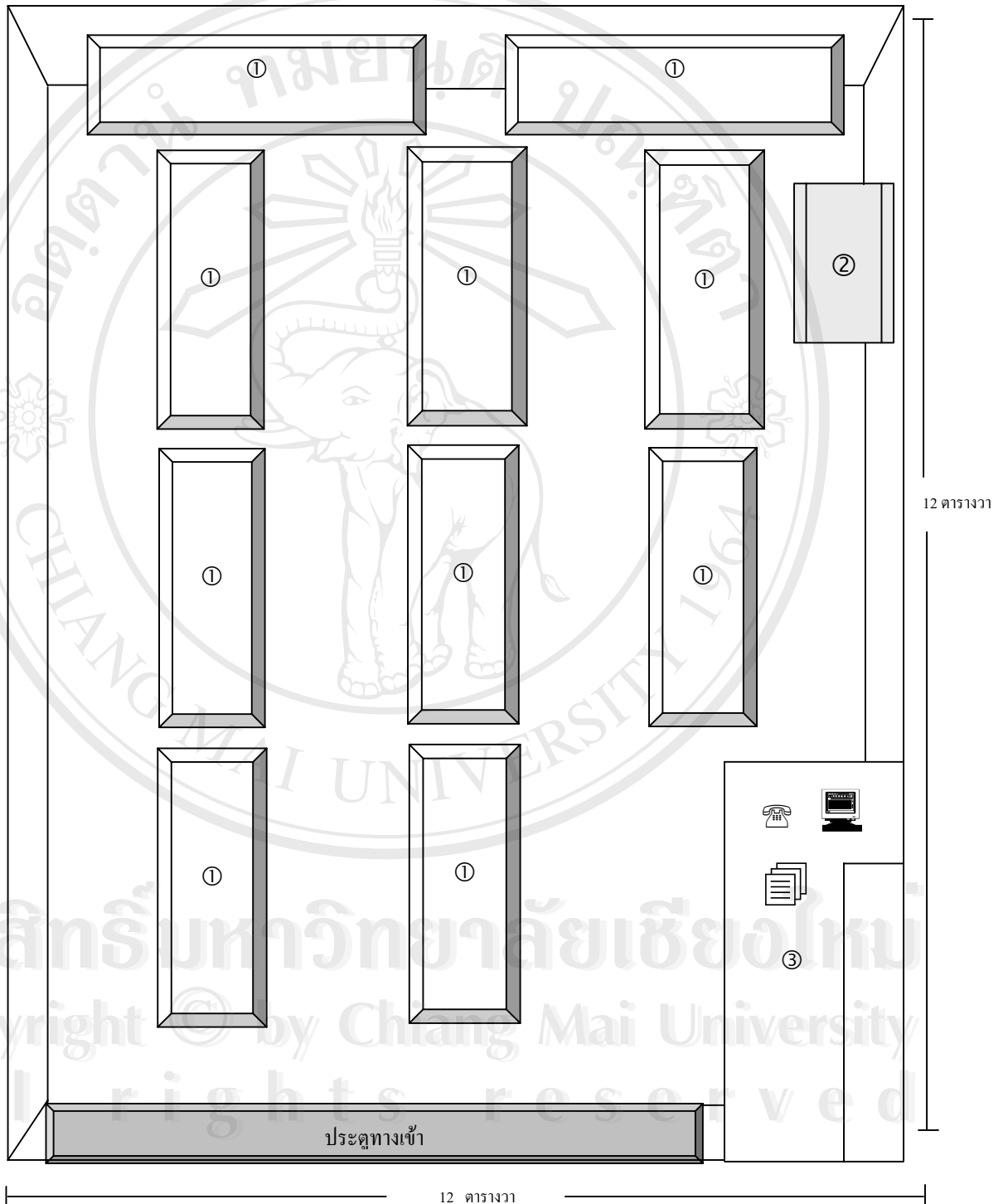
โครงการธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว อยู่ในรูปของบุคคลธรรมดา ดำเนินงานโดยเจ้าของกิจการ ใช้เงินลงทุนของกิจการเจ้าของคนเดียว ไม่มีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน

การวางแผนผังสถานที่

การใช้พื้นที่ของธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ จะแบ่งออกตามลักษณะของการใช้งาน 3 ลักษณะ คือ

1. พื้นที่สำหรับการให้บริการลูกค้า ได้แก่ พื้นที่สำหรับตั้งจุดรับชำระเงิน พื้นที่ส่วนนี้จะจัดวางไว้บริเวณประตูทางเข้า-ออก เพื่อความสะดวกแก่การบริการลูกค้า
2. พื้นที่สำหรับจัดแสดงสินค้า ได้แก่ พื้นที่ที่กำหนดไว้สำหรับชั้นวางสินค้าที่จำหน่ายจำนวน 10 ตัว ซึ่งจะถูกจัดไว้เพื่อจัดวางสินค้าแยกตามชนิดของสินค้า
3. พื้นที่สำหรับการรับส่งสินค้า การตรวจนับสินค้า และการจัดเก็บสินค้า กิจกรรมในส่วนนี้จะไม่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าโดยตรง ดังนั้น จึงจะใช้พื้นที่บริเวณประตูด้านหลัง และพื้นที่ชั้นสอง สำหรับการรับส่งสินค้า การตรวจนับสินค้า และการจัดเก็บสินค้า

ภาพที่ 4-2 ภาพแสดงการวางผังโครงการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัด นครสวรรค์



- ① = ชั้นวางสินค้าที่จำหน่าย
- ② = ตู้แช่
- ③ = โต๊ะรับชำระเงิน

การจัดผังองค์กร

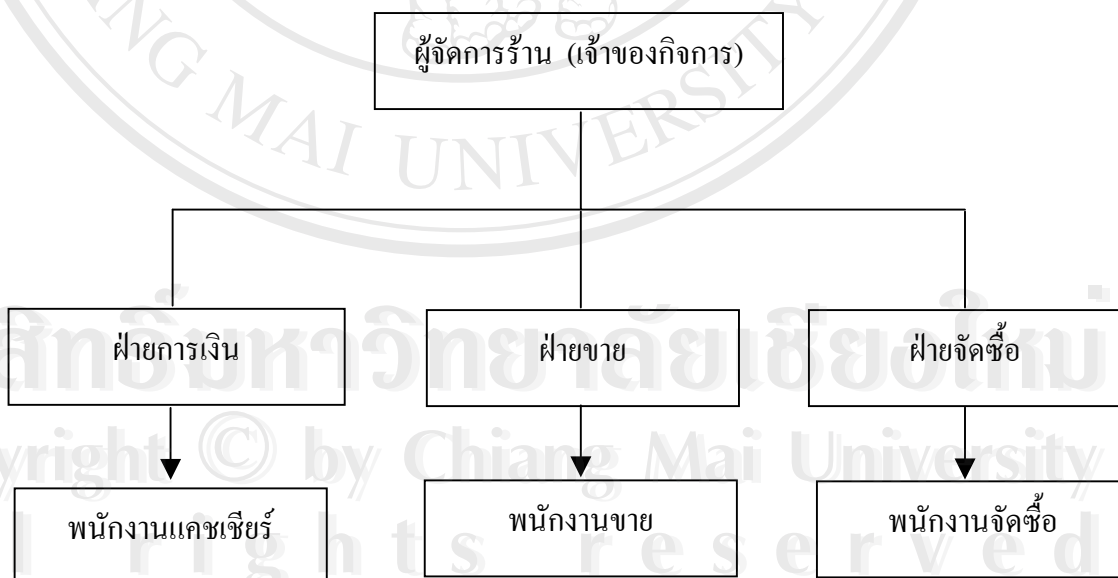
นโยบายการบริหารงาน ร้านจะเปิดทำการทุกวัน โดยเปิดทำการตั้งแต่เวลา 09.00 – 24.00 น. รวมชั่วโมงทำงานใน 1 วัน เท่ากับ 15 ชั่วโมง ซึ่งพนักงานจะผลัดเปลี่ยนเวรกันหยุด สัปดาห์ละ 1 วัน

ความต้องการพนักงาน

ร้านจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัด นครสวรรค์ มีพนักงานประจำร้าน ดังนี้

1. ผู้จัดการ (เจ้าของร้าน)	1	ตำแหน่ง
2. พนักงานแคชเชียร์	1	ตำแหน่ง
3. พนักงานขาย/จัดซื้อ	3	ตำแหน่ง

ภาพที่ 4-3 ภาพแสดงการจัดแผนผังองค์กร



ลักษณะงานและความรับผิดชอบ

ผู้จัดการร้าน (วุฒิปริญญาตรี / อัตราเงินเดือน 10,000 บาท)

รับผิดชอบงานบริหารทั้งหมดของร้าน ได้แก่ การวางแผน ดำเนินงาน และควบคุมงาน ทั้งด้านการตลาด ด้านเทคนิคการดำเนินงาน ด้านบัญชีและการเงิน ตลอดจนดูแลความเรียบร้อย และรับผิดชอบงานแทนในทุกหน้าที่ กรณีผู้รับผิดชอบในหน้าที่นั้นไม่สามารถปฏิบัติงานได้

พนักงานแคชเชียร์ (วุฒิประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นต้น : ปวช. ด้านบัญชี / อัตราเงินเดือน 5,000 บาท)

1. รับผิดชอบในการดูแล ตรวจสอบเงินสด พร้อมจัดหาเงินสดย่อยเพื่อทอนให้แก่ลูกค้า
2. ดูแลด้านการเงิน คิดค่าขายสินค้า บริการรับ – ทอนเงินให้ลูกค้า
3. จัดทำรายรับรายจ่ายประจำวัน รวมถึงจัดทำบัญชีประจำเดือนและปี ตามลำดับ

พนักงานขาย/จัดซื้อ (วุฒิมัธยมศึกษาตอนต้น / อัตราเงินเดือน 4,500 บาท)

1. รับผิดชอบในการขายสินค้า โดยการจัดเตรียมสินค้าให้กับลูกค้า
2. ตรวจสอบเช็คสินค้า/จัดซื้อ และจัดเรียงสินค้าแยกตามประเภทสินค้าทุกวัน
3. ดูแลความเรียบร้อยภายในร้าน

คุณสมบัติอื่น ๆ ของพนักงาน

1. ต้องมีความขยัน อดทน ซื่อสัตย์ รักงานขาย มีระเบียบวินัย รักความสะอาด เพราะต้องดูแลความสะอาดบริเวณภายในร้านอย่างสม่ำเสมอ และส่วนสำคัญต้องมีบุคลิกภาพดี และมนุษยสัมพันธ์ดี
2. มีความรู้เรื่องสินค้าที่ขายเพื่อใช้เป็นความรู้พื้นฐานในการจัดการร้านค้า และแนะนำลูกค้าได้

เพื่อการค้าซึ่งข้อมูลที่จะใช้ประกอบการคาดคะเนต้นทุน และเงินทุนต่าง ๆ โดยแยกวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการลงทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานดังต่อไปนี้

ค่าใช้จ่ายในการลงทุน

ตารางที่ 4 – 21 ประมาณการรายละเอียดค่าใช้จ่ายสำหรับการลงทุนเบื้องต้น

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	ราคารวม (บาท)
1. เงินประกันล่วงหน้า 3 เดือน	24,000	3 เดือน	72,000
2. เงินทุนหมุนเวียน	-	-	500,000
3. ค่าออกแบบตกแต่งสถานที่	-	-	388,000
4. ค่าขึ้นวางสินค้าที่จำหน่าย	2,800	10 ตัว	28,000
5. ตู้แช่ 2 ประตู	19,800	1 ตู้	19,800
6. ชุดเครื่องบันทึกการเก็บเงินระบบบาร์โค้ด	100,000	1 เครื่อง	100,000
7. ค่าอุปกรณ์ในการขาย			
- โต๊ะรับชำระเงิน	2,250	1 ตัว	2,250
- เก้าอี้	290	5 ตัว	1,450
- ตะกร้าสำหรับใส่สินค้า	45	30 อัน	1,350
8. อุปกรณ์สำนักงานอื่น ๆ			
- คอมพิวเตอร์ / ปริ้นเตอร์	25,000	1 เครื่อง	25,000
- เครื่องโทรศัพท์ / โทรสาร	4,890	1 เครื่อง	4,890
- ตู้เก็บเอกสาร	3,900	1 หลัง	3,900
รวม			1,146,640

ที่มา : จากการประมาณการ

หมายเหตุ ค่าออกแบบตกแต่งสถานที่ ประกอบด้วย

- ค่าตกแต่งพื้นผนังและภายในهماจ่ายเป็นเงิน 250,000 บาท
- ค่าเครื่องปรับอากาศในตัวอาคาร ขนาด 23,000 BTU จำนวน 4 เครื่อง พร้อมค่าติดตั้งราคาเครื่องละ 34,500 บาท รวมเป็นเงิน 138,000 บาท

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ค่าเช่าร้านจำหน่าย

โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ จะเป็นลักษณะอาคารพาณิชย์ 2 ชั้น จำนวน 3 คูหา ทะลุถึงกัน เนื้อที่ประมาณ 240 ตารางเมตร สำหรับเป็นร้านจำหน่ายสินค้า โดยร้านจะตั้งอยู่ติดถนนพหลโยธิน ในเขตตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งบริเวณนั้นมีร้านจำหน่ายสินค้าของฝากอยู่จำนวนหลายร้าน การคมนาคมสะดวก เป็นย่านที่รถโดยสาร รถทัวร์ และรถต่าง ๆ สัตถุรผ่าน และจะจอดแวะซื้อสินค้าเพื่อเป็นของฝาก บริเวณที่ตั้งร้านของโครงการสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย มีพื้นที่สำหรับจอดรถสะดวกอยู่ในที่ร่ม จากการสำรวจราคา ค่าเช่าร้าน คูหาละ 8,000 บาท/เดือน พร้อมเงินประกันล่วงหน้า 3 เดือน ซึ่งจะได้รับคืนเมื่อยกเลิก สัญญาเช่า

กำหนดทำสัญญา 5 ปี ในราคาเช่าเท่ากันทุกปีตลอดอายุโครงการ ดังนั้นราคาเช่าร้าน ของโครงการฯ เดือนละ 24,000 บาท

ตารางที่ 4-22 ประมาณการค่าเช่าร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าร้านจำหน่ายสินค้า	288,000	288,000	288,000	288,000	288,000

ที่มา : จากการสำรวจราคา และคำนวณตามสมมติฐานการวิเคราะห์

ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า

โครงการจะทำการซื้อสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ จากร้านและกลุ่มผู้ผลิตชุมชนส่งมาจำหน่ายอีกที ซึ่งราคาต้นทุนสินค้าจะรวมค่าขนส่งเรียบร้อยแล้ว ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและจากการประมาณการ ดังนี้

ตารางที่ 4 – 23 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อสินค้ามาจำหน่าย

ชนิดสินค้า	จำนวนซื้อ (หน่วย/ เดือน)	หน่วย	ราคา (บาท/ ชิ้น)	รวม (บาท)	รวมค่าใช้จ่ายต่อปี (บาท)				
					ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. ขนมโมจิ	1,950	กล่อง	27	52,650	631,800	694,980	764,478	840,926	925,019
2. กระยาสาธาท	900	ถุง	28	25,200	302,400	332,640	365,904	402,494	442,744
3. ท້องมั่วนปลากราย	450	ถุง	30	13,500	162,000	178,200	196,020	215,622	237,184
4. ทองพิบกะทิสด	300	กล่อง	22	6,600	79,200	87,120	95,832	105,415	115,957
5. ข้าวเกรียบสมุนไพรพื้นบ้าน	300	กล่อง	22	6,600	79,200	87,120	95,832	105,415	115,957
6. ขนมไทยสูตรโบราณ	450	ถาด	30	13,500	162,000	178,200	196,020	215,622	237,184
7. ข้าวหลาม	600	กระบอก	12	7,200	86,400	95,040	104,544	114,998	126,498
8. ข้าวแตนน้าแดงโม	450	ถุง	20	9,000	108,000	118,800	130,680	143,748	158,123
9. ลูกชิ้นปลากราย	400	ถุง	80	32,000	384,000	422,400	464,640	511,104	562,214
10. ไข่เค็ม	600	กล่อง	40	24,000	288,000	316,800	348,480	383,328	421,661
11. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสับประรด	400	กล่อง	30	12,000	144,000	158,400	174,240	191,664	210,830
12. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากรากบัว	400	ถุง	32	12,800	153,600	168,960	185,856	204,442	224,885
13. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา	900	กล่อง	48	43,200	518,400	570,240	627,264	689,990	758,989
14. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากพริก	750	ถุง	12	9,000	108,000	118,800	130,680	143,748	158,123
15. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วย	275	ถุง	30	8,250	99,000	108,900	119,790	131,769	144,946
16. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตาลโตนด	150	ถุง	30	4,500	54,000	59,400	65,340	71,874	79,062
รวม	9,275			280,000	3,360,000	3,696,000	4,065,600	4,472,160	4,919,376

ที่มา : จากตารางที่ 4 – 9 และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าของฝากฯ

ค่าจ้างแรงงานและเงินเดือน

ในการประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ตามขนาดโครงการที่ศึกษานี้ จะใช้พนักงานในการดูแลร้านจำหน่าย ซึ่งทำหน้าที่ขายสินค้า คิดค่าขายสินค้า จัดซื้อ ดูแลความเรียบร้อยภายในร้าน และอื่นๆ ดังนี้

- | | | |
|----------------------------------|---|---------|
| 1. ผู้จัดการร้าน (เจ้าของกิจการ) | 1 | ตำแหน่ง |
| 2. พนักงานแคชเชียร์ | 1 | ตำแหน่ง |
| 3. พนักงานขาย/จัดซื้อ | 3 | ตำแหน่ง |

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

อัตราเงินเดือนผู้จัดการดำเนินการ โดยผู้เป็นเจ้าของ จำนวน 10,000 บาท/เดือน

อัตราค่าจ้างพนักงานแคชเชียร์ จำนวน 5,000 บาท/เดือน

อัตราค่าจ้างแรงงานพนักงานขาย/จัดซื้อประจำร้าน จำนวน 4,500 บาท/เดือน/คน

ตารางที่ 4 – 24 ประมาณการค่าจ้างแรงงานและเงินเดือน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนผู้จัดการร้าน	120,000	132,000	145,200	159,720	175,692
เงินเดือนพนักงานแคชเชียร์	60,000	66,000	72,600	79,860	87,846
เงินเดือนพนักงานขาย/จัดซื้อ	162,000	178,200	196,020	215,622	237,184
รวม	342,000	376,200	413,820	455,202	500,722

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ และคำนวณตามสมมติฐานการวิเคราะห์

ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ทำให้ทราบว่าสถานะการแข่งขันของร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก ในปัจจุบันนั้น ได้มีการโฆษณาทางสื่อป้ายโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย ตลอดจนการส่งเสริมการขายอื่น เช่น การให้ส่วนลดกรณีซื้อสินค้าแบบยกแพ็คเกจหรือเป็นชุด เช่น ขนมโมจิ ขนาดเล็ก ราคาปกติกล่องละ 35 บาท แต่ถ้าซื้อ 3 กล่อง จะสามารถซื้อได้ในราคา 100 บาท เป็นต้น และนอกจากนั้นยังได้มีการให้ค่าตอบแทนแก่พนักงานขับรถที่พากลุ่มลูกค้ามาแวะซื้อสินค้าที่ร้านอีกด้วย ซึ่งจะให้เป็นลักษณะอาหารหรือเครื่องดื่ม หรือเป็นค่าตอบแทนที่เป็นเงิน 100 บาท/คัน เป็นต้น จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทางโครงการจึงประมาณการค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

ตารางที่ 4 – 25 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	2,500	2,750	3,025	3,328	3,661
ค่าส่วนลด	60,000	66,000	72,600	79,860	87,846
ค่าตอบแทนนายหน้า	36,000	39,600	43,560	47,916	52,707
รวม	98,500	108,350	119,185	131,104	144,214

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ และคำนวณตามสมมติฐานการวิเคราะห์

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่น ๆ

ประกอบด้วย

1. ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า และค่าโทรศัพท์ประมาณ เดือนละ 15,000 บาท กำหนดให้แต่ละปีเท่ากัน เนื่องจากใช้เต็มประสิทธิภาพเท่ากันทุกปี
2. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ กำหนดให้มีค่าใช้จ่ายเดือนละ 3,000 บาท

ตารางที่ 4 – 26 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่น ๆ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า และค่าโทรศัพท์	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ	36,000	39,600	43,560	47,916	52,708
รวม	216,000	219,600	223,560	227,916	232,708

ที่มา : จากการประมาณการ และคำนวณตามสมมติฐานการวิเคราะห์

การคำนวณภาษีเงินได้

คำนวณจากเงินได้พึงประเมินหักด้วยค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาในอัตรา 80% และหักด้วยลดหย่อนส่วนตัว จำนวน 30,000 บาท

ตารางที่ 4 – 27 ประมาณการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย (จากตารางที่ 4 - 20)	4,800,000	5,280,000	5,808,000	6,388,800	7,027,680
หัก ค่าใช้จ่ายเหมาจ่าย 80%	3,840,000	4,224,000	4,646,400	5,111,040	5,622,144
เงินได้หลังหักค่าใช้จ่าย	960,000	1,056,000	1,161,600	1,277,760	1,405,536
หัก ค่าลดหย่อนส่วนตัว	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
กำไรสุทธิที่นำไปคำนวณภาษี	930,000	1,026,000	1,131,600	1,247,760	1,375,536
เงินได้สุทธิ 100,000 บาทแรก (ยกเว้น)	-	-	-	-	-
เงินได้สุทธิ 100,001 – 500,000 (10%)	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
เงินได้สุทธิ 500,001 – 1,000,000 (20%)	86,000	100,000	100,000	100,000	100,000
เงินได้สุทธิส่วนที่เกิน 1,000,001 แต่ไม่เกิน 4,000,000 (30%)		7,800	39,480	74,328	112,661
รวมภาษีเงินได้ที่ต้องชำระ	126,000	147,800	179,480	214,328	252,661

การคำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร

ค่าเสื่อมราคาคำนวณจากค่าใช้จ่ายลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ
ชั้นวางสินค้าที่จำหน่าย ตู้แช่ ชุดเครื่องบันทึกการเก็บเงินระบบบาร์โค้ด อุปกรณ์ในการขาย
อุปกรณ์สำนักงานอื่นๆ โดยใช้วิธีเส้นตรง กำหนดให้อายุการใช้งาน 5 ปี ไม่มีมูลค่าซาก

ตารางที่ 4 – 28 ประมาณการคำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร

รายการ	มูลค่า (บาท)	อายุการ ใช้งาน	อัตรา ร้อยละ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เครื่องปรับอากาศ	138,000	5	20	27,600	27,600	27,600	27,600	27,600
ชั้นวางสินค้าที่จำหน่าย	28,000	5	20	5,600	5,600	5,600	5,600	5,600
ตู้แช่	19,800	5	20	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960
ชุดเครื่องบันทึกการเก็บเงิน ระบบบาร์โค้ด	100,000	5	20	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
อุปกรณ์ในการขาย								
- โต๊ะรับชำระเงิน	2,250	5	20	450	450	450	450	450
- เก้าอี้	1,450	5	20	290	290	290	290	290
- ตะกร้าสำหรับใส่สินค้า	1,350	5	20	270	270	270	270	270
อุปกรณ์สำนักงานอื่น ๆ								
- คอมพิวเตอร์/ปริ้นเตอร์	25,000	5	20	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
- เครื่องโทรศัพท์/โทรสาร	4,890	5	20	978	978	978	978	978
- ตู้เก็บเอกสาร	3,900	5	20	780	780	780	780	780
รวม				64,928	64,928	64,928	64,928	64,928

ที่มา : จากการคำนวณตามสมมติฐานการวิเคราะห์

4.4 การวิเคราะห์ด้านการเงิน

จากการวิเคราะห์ด้านการตลาด และการศึกษาข้อมูลด้านเทคนิค ได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อประกอบการวิเคราะห์ด้านการเงิน สำหรับการศึกษความเป็นไปได้ของโครงการธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. การคาดคะเนเงินลงทุนในโครงการ ประกอบด้วย	ตารางที่
1.1 ค่าใช้จ่ายในการลงทุน ซึ่งเกิดขึ้นในปีที่ลงทุน	4 – 21
- ค่าประการเช่าพื้นที่ จำนวน 72,000 บาท ซึ่งจะได้รับคืนในปีที่ 5	
เมื่อยกเลิกสัญญาเช่า	
1.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ประกอบด้วย	
- ค่าเช่าพื้นที่	4 - 22
- ค่าซื้อสินค้ามาจำหน่าย	4 - 23
- ค่าจ้างแรงงานและเงินเดือน	4 - 24
- ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด	4 - 25
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่น ๆ	4 - 26
- ค่าภาษีเงินได้	4 - 27
2. การจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า	
3. การคาดการณ์กระแสเงินสด	
4. การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ	
- โดยพิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ระยะเวลาคืนทุน (PB) และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR)	

สมมติฐานสำหรับการวิเคราะห์

1. อายุโครงการ 5 ปี โดยไม่มีการลงทุนเพิ่มในระหว่างโครงการ
2. ใช้เงินทุนส่วนเจ้าของในการลงทุนเบื้องต้นทั้งหมด
3. อัตราการขยายตัวของยอดขายเป็นร้อยละ 10 ต่อปี ซึ่งได้จากการคำนวณเฉลี่ยของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เฉลี่ยที่ประมาณ 11.25% ซึ่งทางโครงการกำหนดอัตราเฉลี่ยที่ ร้อยละ 10 เนื่องจากคาดหวังว่าจะสามารถดำเนินงาน และเติบโตได้เทียบเคียงกับอัตราค่าเฉลี่ย ด้วยแผนทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ
4. รายรับและรายจ่ายทั้งหมดเป็นเงินสดไม่มีการแบ่งชำระเป็นงวด
5. การคิดค่าเสื่อมราคาเป็นแบบเส้นตรง 5 ปี ไม่มีมูลค่าซาก
6. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 ต่อปี กำหนดให้สอดคล้องตามอัตราการขยายตัวของยอดขาย ยกเว้นค่าเช่าที่ทำสัญญาเช่ากำหนดเท่ากันทุกปีตลอดอายุโครงการ และค่าสาธารณูปโภคที่กำหนดให้เท่ากันเนื่องจากใช้เต็มประสิทธิภาพเท่ากันทุกปี
7. อัตราคิดลด (Discount Rate) เท่ากับร้อยละ 8 ต่อปี เนื่องจากใช้เงินทุนส่วนเจ้าของ จึงกำหนดว่าใช้อัตราที่ร้อยละ 8 เป็นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมลูกค้านายย่อยชั้นดี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2549 : ออนไลน์) ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมในท้องตลาดขั้นต่ำสุดที่นักลงทุนต้องการ มาเป็นตัวเทียบเคียง

การคาดคะเนเงินลงทุนในโครงการ

ตารางที่ 4 – 29 รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการลงทุน

รายการ	ปีที่ลงทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	รวม
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน : เกิดขึ้นในปีที่ลงทุน (ตารางที่ 4- 21)	1,146,640	-	-	-	-	-	1,146,640
รวม	1,146,640	-	-	-	-	-	1,146,640

ที่มา : จากตารางที่ 4 – 21

ตารางที่ 4 – 30 รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

รายการ	ปีที่ลงทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	รวม
1. ค่าซื้อสินค้า (ตารางที่ 4-23)		3,360,000	3,696,000	4,065,600	4,472,160	4,919,376	20,513,136
2. ค่าเช่าร้านจำหน่าย (ตารางที่ 4-22)	-	288,000	288,000	288,000	288,000	288,000	1,440,000
3. ค่าจ้างแรงงานและเงินเดือน (ตารางที่ 4-24)	-	342,000	376,200	413,820	455,202	500,722	2,087,944
4. ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 4 - 25)		98,500	108,350	119,185	131,104	144,214	601,353
5. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน อื่นๆ (ตารางที่ 4 - 26)	-	216,000	219,600	223,560	227,916	232,708	1,119,784
รวม		4,304,500	4,688,150	5,110,165	5,574,382	6,085,020	25,762,217

All rights reserved

การจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า

ตารางที่ 4 – 31 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า 5 ปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้: จำหน่ายสินค้า	4,800,000	5,280,000	5,808,000	6,388,800	7,027,680
ค่าซื้อสินค้า (ตารางที่ 4 – 23)	3,360,000	3,696,000	4,065,600	4,472,160	4,919,376
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
- ค่าเช่าร้านจำหน่าย (ตารางที่ 4 – 22)	288,000	288,000	288,000	288,000	288,000
- ค่าจ้างแรงงานและเงินเดือน (ตารางที่ 4 – 24)	342,000	376,200	413,820	455,202	500,722
- ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 4-25)	98,500	108,350	119,185	131,104	144,214
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่น ๆ (ตารางที่ 4 – 26)	216,000	219,600	223,560	227,916	232,708
- ค่าเสื่อมราคา (ตารางที่ 4 – 28)	64,928	64,928	64,928	64,928	64,928
รวมค่าใช้จ่าย	4,369,428	4,753,078	5,175,093	5,639,310	6,149,948
กำไร (ขาดทุน) ก่อนหักภาษี	430,572	526,922	632,907	749,490	877,732
หัก ภาษีเงินได้ (ตารางที่ 4 – 27)	126,000	147,800	179,480	214,328	252,661
กำไร (ขาดทุน) หลังหักภาษี	304,572	379,122	453,427	535,162	625,071
กำไรสะสม	304,572	683,694	1,137,121	1,672,283	2,297,354
อัตรากำไรสุทธิ	6.35	7.18	7.81	8.38	8.89

การคาดการณ์กระแสเงินสด

ตารางที่ 4 – 32 ประมาณการงบกระแสเงินสดในโครงการ

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดเข้า						
- รายรับจากการจำหน่ายสินค้า	-	4,800,000	5,280,000	5,808,000	6,388,800	7,027,680
- รับคืนเงินประกันล่วงหน้า						72,000
กระแสเงินสดออก						
- ค่าใช้จ่ายในการลงทุน(ตารางที่ 4- 29)	1,146,640					
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ตารางที่ 4-30)	-	4,304,500	4,688,150	5,110,165	5,574,382	6,085,020
ภาษีเงินได้ (ตารางที่ 4 – 27)	-	126,000	147,800	179,480	214,328	252,661
กระแสเงินสดสุทธิ	(1,146,640)	369,500	444,050	518,355	600,090	761,999

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

ตารางที่ 4 – 33 การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิในโครงการ

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	มูลค่าปัจจุบันของเงิน 1 บาท อัตราดอกเบี้ย ร้อยละ 8	มูลค่าปัจจุบัน กระแสเงินสดรับสุทธิ
1	369,500	0.9259	342,120
2	444,050	0.8573	380,684
3	518,355	0.7938	411,470
4	600,090	0.7350	441,066
5	761,999	0.6806	518,616
	รวม		2,093,956

$$\begin{aligned}
 \text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ} &= \text{ค่าปัจจุบันของเงินรับสุทธิ} - \text{เงินลงทุนเบื้องต้น} \\
 &= 2,093,956 - 1,146,640 \\
 &= 947,316
 \end{aligned}$$

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)

ตารางที่ 4 – 34 แสดงระยะเวลาคืนทุนในโครงการ

ปีที่	กระแสเงินสดรับสุทธิ (บาท)	ยอดสะสม (บาท)
1	369,500	369,500
2	444,050	813,550
3	518,355	1,331,905
4	600,090	1,931,995
5	761,999	2,693,994

เงินลงทุนในโครงการลงทุนเริ่มแรก 1,146,640 บาท ดังนั้นระยะเวลาคืนทุนจะอยู่ในปีที่ 3 คำนวณได้ ดังนี้

กระแสเงินสดรับสุทธิ 369,500 บาท ในปีที่ 1 ใช้ระยะเวลา 365 วัน

กระแสเงินสดรับสุทธิ 444,050 บาท ในปีที่ 2 ใช้ระยะเวลา 365 วัน

กระแสเงินสดรับสุทธิ (1,146,640 – 813,550) บาท ในปีที่ 3 ใช้ระยะเวลา

$$\frac{333,090 \times 365}{518,355} = 234.54 \text{ วัน}$$

ดังนั้น การลงทุนทำธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ มีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 234 วัน

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR)

ตารางที่ 4 – 35 การคำนวณอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

ระยะเวลา	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราลดค่าที่ ร้อยละ 32	NPV	อัตราลดค่าที่ ร้อยละ 33	NPV
ปีที่ 0	(1,146,640)	1.0000	(1,146,640)	1.0000	(1,146,640)
ปีที่ 1	369,500	0.7576	279,933	0.7519	277,827
ปีที่ 2	444,050	0.5739	254,840	0.5653	251,021
ปีที่ 3	518,355	0.4348	225,380	0.4251	220,352
ปีที่ 4	600,090	0.3294	197,669	0.3196	191,788
ปีที่ 5	761,999	0.2495	190,118	0.2403	183,108
รวม			1,147,940		1,124,096

ผลต่างของมูลค่าปัจจุบัน $(1,147,940 - 1,124,096) = 1\%$

$$\left(1 \times \frac{(1,146,640 - 1,124,096)}{(1,124,096 - 1,147,940)} \right)$$

$$\left(1 \times \frac{22,544}{23,844} \right) = 0.95$$

$$IRR = 33 - 0.95 = 32.05$$

จากการคำนวณพบว่า โครงการธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งได้กำหนดให้อัตราลดค่าเป็นอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำสุดที่ผู้ลงทุนต้องการรับ คือ ร้อยละ 8 ได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก โดยได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 947,316 บาท แสดงให้เห็นว่าโครงการมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราลดค่า และได้รับผลตอบแทนคุ้มเท่ากับเงินที่ต้องลงทุนไป จึงเป็นโครงการที่สามารถยอมรับได้

จากการคำนวณระยะเวลาคืนทุน (PB) เมื่อกำหนดหาระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการ สามารถชดเชยกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการพอดี พบว่า โครงการธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ มีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 234 วัน

โครงการธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ให้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) สูงกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ได้กำหนดไว้ คือ ร้อยละ 8 โดยให้ผลตอบแทนจากการลงทุน ร้อยละ 32.05 แสดงว่าเป็นโครงการที่สามารถยอมรับได้

การวิเคราะห์ความไหวตัว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความไหวตัวของร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัด นครสวรรค์ เพื่อศึกษาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ในกรณีที่ยอดขายเปลี่ยนแปลงไป โดยในการ ศึกษาแบ่งเป็น 2 กรณี คือ

1. กรณียอดขายเพิ่มขึ้นจากยอดขายประมาณการ 10%
2. กรณียอดขายลดลงจากยอดขายประมาณการ 10%

1. กรณียอดขายเพิ่มขึ้นจากยอดขายประมาณการ 10%

ตารางที่ 4 – 36 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า 5 ปี กรณียอดขายเพิ่มขึ้นจากประมาณการ 10%

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้ : จำหน่ายสินค้า	5,280,000	5,808,000	6,388,800	7,027,680	7,730,448
ค่าซื้อสินค้า	3,696,000	4,065,600	4,472,160	4,919,376	5,411,314
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
- ค่าเช่าร้านจำหน่าย	288,000	288,000	288,000	288,000	288,000
- ค่าจ้างแรงงานและเงินเดือน	376,200	413,820	455,202	500,722	550,794
- ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด	108,350	119,185	131,104	144,214	158,635
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่น ๆ	219,600	223,560	227,916	232,708	237,978
- ค่าเสื่อมราคา	64,928	64,928	64,928	64,928	64,928
รวมค่าใช้จ่าย	4,753,078	5,175,093	5,639,310	6,149,948	6,711,649
กำไร (ขาดทุน) ก่อนหักภาษี	526,922	632,907	749,490	877,732	1,018,799
หัก ภาษีเงินได้ (ตารางที่ 4 - 37)	147,800	179,480	214,328	252,661	294,827
กำไร (ขาดทุน) หลังหักภาษี	379,122	453,427	535,162	625,071	723,972
กำไรสะสม	379,122	832,549	1,367,711	1,992,782	2,716,754
อัตรากำไรสุทธิ	7.18	7.81	8.38	8.89	9.37

ตารางที่ 4-37 ประมาณการเสี่ยภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กรณียอดขายเพิ่มขึ้นจากประมาณการ 10%

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	5,280,000	5,808,000	6,388,800	7,027,680	7,730,448
หัก ค่าใช้จ่ายเหมาจ่าย 80%	4,224,000	4,646,400	5,111,040	5,622,144	6,184,358
เงินได้หลังหักค่าใช้จ่าย	1,056,000	1,161,600	1,277,760	1,405,536	1,546,090
หัก ค่าลดหย่อนส่วนตัว	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
กำไรสุทธิที่นำไปคำนวณภาษี	1,026,000	1,131,600	1,247,760	1,375,536	1,516,090
เงินได้สุทธิ 100,000 บาทแรก (ยกเว้น)	-	-	-	-	-
เงินได้สุทธิ 100,001 – 500,000 (10%)	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
เงินได้สุทธิ 500,001 – 1,000,000 (20%)	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
เงินได้สุทธิส่วนที่เกิน 1,000,001 แต่ไม่เกิน 4,000,000 (30%)	7,800	39,480	74,328	112,661	154,827
รวมภาษีเงินได้ที่ต้องชำระ	147,800	179,480	214,328	252,661	294,827

ตารางที่ 4-38 แสดงความคุ้มค่าในการลงทุน กรณียอดขายเพิ่มขึ้นจากประมาณการ 10%

ปีที่	เงินลงทุน	กระแสเงินสดสุทธิ	ยอดสะสม (บาท)	NPV (บาท)	IRR 39%	IRR 40%
0	1,146,640	-	(1,146,640)	(1,146,640)	(1,146,640)	
1		444,050	444,050	411,146	319,449	317,184
2		518,355	962,405	444,386	268,300	264,464
3		600,090	1,562,495	476,351	223,473	218,672
4		689,999	2,252,494	507,149	184,850	179,606
5		860,900	3,113,394	585,929	165,895	160,041
			PB = 2 ปี 112 วัน	2,424,961	1,161,967	1,139,967
					IRR = 39.70%	

การวิเคราะห์ความไหวตัวของร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัด นครสวรรค์ กรณียอดขายเพิ่มขึ้นจากยอดขายประมาณการ 10% จะทำให้กำไรสุทธิในปีแรกเท่ากับ 526,922 บาท กำไรสะสมเมื่อสิ้นสุดปีที่ 5 มีจำนวน 2,716,754 บาท มีระยะเวลาคืนทุน (PB) เท่ากับ 2 ปี 112 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 2,424,961 บาท และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) เท่ากับ ร้อยละ 39.70

2. กรณียอดขายลดลงจากยอดขายประมาณการ 10%

ตารางที่ 4 – 39 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า 5 ปี กรณียอดขายลดลงจากประมาณการ 10%

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้ : จำหน่ายสินค้า	4,320,000	4,752,000	5,227,200	5,749,920	6,324,912
ค่าซื้อสินค้า	3,024,000	3,326,400	3,659,040	4,024,944	4,427,438
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
- ค่าเช่าร้านจำหน่าย	288,000	288,000	288,000	288,000	288,000
- ค่าจ้างแรงงานและเงินเดือน	307,800	338,580	372,438	409,681	450,649
- ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด	88,650	97,515	107,266	117,993	129,792
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่น ๆ	212,400	215,640	219,204	223,124	227,437
- ค่าเสื่อมราคา	64,928	64,928	64,928	64,928	64,928
รวมค่าใช้จ่าย	3,985,778	4,331,063	4,710,876	5,128,670	5,588,244
กำไร (ขาดทุน) ก่อนหักภาษี	334,222	420,937	516,324	621,250	736,668
หัก ภาษีเงินได้ (ตารางที่ 4 - 40)	106,800	124,080	144,632	175,995	210,494
กำไร (ขาดทุน) หลังหักภาษี	227,422	296,857	371,692	445,255	526,174
กำไรสะสม	227,422	524,279	895,971	1,341,226	1,867,400
อัตรากำไรสุทธิ	5.26	6.25	7.11	7.74	8.32

ตารางที่ 4 – 40 ประมาณการเสียกายเงินได้บุคคลธรรมดา กรณียอดขายลดลงจากประมาณการ 10%

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	4,320,000	4,752,000	5,227,200	5,749,920	6,324,912
หัก ค่าใช้จ่ายเหมาจ่าย 80%	3,456,000	3,801,600	4,181,760	4,599,936	5,059,929
เงินได้หลังหักค่าใช้จ่าย	864,000	950,400	1,045,440	1,149,984	1,264,983
หัก ค่าลดหย่อนส่วนตัว	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
กำไรสุทธิที่นำไปคำนวณภาษี	834,000	920,400	1,015,440	1,119,984	1,234,983
เงินได้สุทธิ 100,000 บาทแรก (ยกเว้น)	-	-	-	-	-
เงินได้สุทธิ 100,001 – 500,000 (10%)	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
เงินได้สุทธิ 500,001 – 1,000,000 (20%)	66,800	84,080	100,000	100,000	100,000
เงินได้สุทธิตัวส่วนที่เกิน 1,000,001 แต่ไม่เกิน 4,000,000 (30%)	-	-	4,632	35,995	70,494
รวมภาษีเงินได้ที่ต้องชำระ	106,800	124,080	144,632	175,995	210,494

ตารางที่ 4 – 41 แสดงความคุ้มค่าในการลงทุน กรณียอดขายลดลงจากประมาณการ 10%

ปีที่	เงินลงทุน	กระแสเงินสดสุทธิ	ยอดสะสม (บาท)	NPV (บาท)	IRR 23%	IRR 24%
0	1,146,640	-	(1,146,640)	(1,146,640)	(1,146,640)	
1		292,350	292,350	270,686	237,680	235,780
2		361,785	654,135	310,158	239,139	235,304
3		436,620	1,090,755	346,588	234,639	229,007
4		510,183	1,600,938	374,984	222,898	215,807
5		663,102	2,264,040	451,307	235,533	226,184
			PB = 3 ปี 39 วัน	1,753,723	1,169,889	1,142,082
					IRR = 23.84%	

การวิเคราะห์ความไหวตัวของร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัด นครสวรรค์ กรณียอดขายลดลงจากยอดขายประมาณการ 10% จะทำให้กำไรสุทธิในปีแรกเท่ากับ 334,222 บาท กำไรสะสมเมื่อสิ้นสุดปีที่ 5 มีจำนวน 1,867,400 บาท มีระยะเวลาคืนทุน (PB) เท่ากับ 3 ปี 39 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 1,753,723 บาท และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) เท่ากับ ร้อยละ 23.84

กรณียอดขายลดลง 10% จะส่งผลต่อผลตอบแทนของกิจการที่จะได้รับ ดังนั้นทางโครงการ ต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญในการเร่งเพิ่มยอดขาย