

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายเหล็กในจังหวัดสุโขทัย พบว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุน โดยใช้แนวคิดทฤษฎีการศึกษาความเป็นไปได้ซึ่งประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ลงทุน

ได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากทั้งทางปฐมภูมิ (Primary data) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview) จากผู้ประกอบการทั้งหมด 7 ราย และเก็บข้อมูลจากลูกค้าร้านจำหน่ายเหล็กในจังหวัดสุโขทัย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) 385 คน และรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการ ค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร เอกสาร เว็บไซต์ที่เผยแพร่จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ การศึกษาความเป็นไปได้ด้านต่างๆ ทั้งทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน

ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

สถานะ และโอกาสทางการตลาดในการลงทุนของโครงการธุรกิจจำหน่ายเหล็กในจังหวัดสุโขทัย พบว่า ไม่ว่าจะเป็น มูลค่าความต้องการเหล็กภายในจังหวัดสุโขทัยที่ยังมีสูงเมื่อเทียบกับปริมาณที่ผู้ประกอบการในปัจจุบันสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ แนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือการกระจายรายได้จากงบประมาณของรัฐสู่ท้องถิ่น ซึ่งทำให้มีเม็ดเงินเข้าสู่ภาคธุรกิจนี้ เนื่องจากเป็นงานก่อสร้าง และซ่อมแซมที่ใช้งบประมาณเป็นจำนวนมาก ทำให้มีโอกาสในการลงทุนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งปัจจุบัน มีปัจจัยต่างๆ ที่ช่วยสนับสนุน ดังนี้

- อัตรารายได้เพื่อมีแนวโน้มลดลงซึ่งจะทำให้กำลังซื้อที่แท้จริง และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น
- อัตราดอกเบี้ยเริ่มทรงตัว และมีทิศทางที่ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ภาคธุรกิจ และประชาชนประเมินต้นทุนทางการเงินจากการกู้ยืมได้ง่ายขึ้น และหากมีการปรับลดก็จะปรับลดเพียงเล็กน้อย
- ความเชื่อมั่นของประชาชนดีขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ประชาชนมีการใช้จ่าย
- การลงทุนสำหรับโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพลังงานทดแทนมีแนวโน้มสูงขึ้น

จะทำให้มีการใช้เหล็กมากขึ้น

- ความร่วมมือทางค้าระหว่างประเทศ ในกลุ่มประเทศอาเซียน ส่งผลดีต่อการนำเข้าส่งออก และมาตรการทางภาษีต่าง ๆ สำหรับสินค้าเหล็ก

รวมทั้งสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมดังกล่าว ยังคงอ่อนข้าน้อย เนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนสูงดังนั้นจึงเป็นโอกาสสำหรับการลงทุน โครงการธุรกิจจำหน่ายเหล็กในจังหวัดสุโขทัย

จากผลการสอบถามความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นต่อการพิจารณาเลือกร้านจำหน่ายเหล็ก พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 - 50 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31 - 40 ปี ประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน เหตุผลส่วนใหญ่ที่ซื้อสินค้าประเภทเหล็กเพื่อใช้ซ่อมแซมที่อยู่อาศัย รองลงมาซื้อสินค้าประเภทเหล็กเพื่อสร้างที่อยู่อาศัยใหม่ และเหตุผลอื่น ๆ ได้แก่ ใช้เป็นส่วนประกอบชิ้นงาน/ซ่อมแซมเครื่องใช้ และทำงานรับเหมาให้ลูกค้า สินค้าที่เลือกซื้อส่วนใหญ่เป็นเหล็กประเภทอะไหล่ประตู รองลงมาเลือกซื้อเหล็กประเภทเหล็กรูปพรรณ ประตูเหล็ก และอื่นๆ เช่น ลวดเชื่อม ไม้ตัดเหล็ก น็อต ตะปู ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้ารู้จักร้านเหล็กโดยรู้จักเอง/ขับรถผ่าน และเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ สำหรับปัจจัยด้านราคานั้นลูกค้าเน้น ราคามีความเป็นมาตรฐาน และความเหมาะสมตามคุณภาพเป็นหลัก ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเหล็กที่สุดได้แก่ ความสะดวกในการเลือกซื้อ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดลูกค้าให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย

ลูกค้าเป้าหมาย แบ่งได้ เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. **กลุ่มผู้บริโภค (End-user)** คือ กลุ่มลูกค้าที่ถือเป็นผู้บริโภคลำดับสุดท้าย โดยซื้อสินค้าแล้วนำไปใช้เลยไม่ได้นำไปจำหน่ายต่อ ได้แก่ ข้าราชการ พนักงาน บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว ลูกจ้างชั่วคราว พนักงานรัฐวิสาหกิจ รับจ้าง พ่อบ้าน/แม่บ้าน และเกษตรกร
2. **กลุ่มธุรกิจ (Business)** คือ กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าแล้วนำไปจำหน่าย หรือนำสินค้าไปแปรรูปก่อนจะจำหน่ายต่อไป ได้แก่ ผู้รับเหมาก่อสร้าง ผู้จำหน่ายสินค้าเหล็ก และผู้รับทำและติดตั้งประตู

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อหลัก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญของทุกๆ ปัจจัยในระดับเท่าๆกัน คือ ให้ความสำคัญมากแต่จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีผลต่อการเลือกซื้อหลักของผู้ตอบแบบสอบถาม ในระดับสำคัญมาก โดยเน้นคุณภาพ ความหลากหลายของสินค้า ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา และการบริการของพนักงาน
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการเลือกซื้อหลักของผู้ตอบแบบสอบถาม ในระดับสำคัญมาก โดยต้องมีความสะดวกในการเลือกซื้อ อยู่ใกล้ ง่ายดาย ติดต่อสะดวก มีสถานที่จอดรถ
- ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการเลือกซื้อหลักของผู้ตอบแบบสอบถาม ในระดับสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญกับราคามีความเป็นมาตรฐาน มีสินค้าหลายราคาให้เลือกตามความเหมาะสมของคุณภาพที่ลูกค้าต้องการ
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกซื้อหลักของผู้ตอบแบบสอบถาม ในระดับสำคัญมาก โดยประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ คือ การโฆษณา และการลด แลก แจก แถม

โครงการได้กำหนดส่วนประสมทางการตลาด อันประกอบด้วย

ผลิตภัณฑ์ (Product)

เป็นธุรกิจจำหน่ายหลัก ดำเนินกิจการจำหน่ายหลัก ประตูเหล็ก และอะไหล่ประตูประเภทต่างๆ อาทิเช่น เหล็กเส้น เหล็กกลม ประตูเหล็กม้วน ใบประตู ล้อประตู มือจับประตู เป็นต้น โดยเป็นสินค้าที่ผู้ผลิตยินยอมให้จำหน่ายสินค้าของผู้อื่นได้ โดยมีสินค้าที่หลากหลาย ลูกค้าได้เห็นของจริง และเลือกใช้ตามความเหมาะสมของงาน มีบริการเสริม เช่น การตัดเหล็ก การจัดส่ง มีพนักงานที่มีอัธยาศัย ประกอบกับมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าสามารถให้คำแนะนำเพื่อประโยชน์ของลูกค้า มีการรับคืน (Returns) โดยสินค้าสามารถเปลี่ยนได้ แต่ต้องอยู่ในสภาพเดิม

สินค้าให้เลือก กลุ่มของสินค้ามี 4 กลุ่มรายการ ซึ่งมีสัดส่วนแตกต่างกัน ดังนี้

- กลุ่มที่ 1 อะไหล่ประตู เช่น มือจับ ล้อประตู แหวนประตู ฯลฯ มีร้อยละ 38 ของสินค้าทั้งหมด
- กลุ่มที่ 2 เหล็กรูปพรรณ เช่น เหล็กรูปตัวซี เหล็กรูปตัวแอล เหล็กแบน แป๊ปกลม แป๊ปเหลี่ยม มีร้อยละ 31 ของสินค้าทั้งหมด

- กลุ่มที่ 3 ประตูละ 3 เช่น ประตูละ 3 ประตูละ 3 มีร้อยละ 17 ของสินค้าทั้งหมด
- กลุ่มที่ 4 วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในงานเหล็ก เช่น ลวดเชื่อม น็อต ใบบัดเหล็ก สว่าน ฯลฯ มีร้อยละ 14 ของสินค้าทั้งหมด

ราคา (Price)

โครงการจึงมีนโยบายขายลดร้อยละ 40 ของรายได้ และขายเชื่อร้อยละ 60 ของรายได้ โดยในการตั้งราคาของสินค้าจะตั้งราคาไว้ไม่สูงมาก โดยจะตั้งให้ต่ำกว่าคู่แข่ง ด้วยการคิดบวกกำไรที่น้อยกว่า ใช้วิธีการคิดส่วนเพิ่มของราคาขาย (Mark Up on Selling Price) เป็นหลัก โดยต้องการกำไรขั้นต้นร้อยละ 46 และพิจารณาปัจจัยอื่นประกอบด้วย เช่น แนวโน้มราคาตลาด และข้อเสนอของคู่แข่ง

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Chanel of Distribution)

- สถานที่ (Place) ข้อมูลจากแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของสถานที่ตั้ง โดยให้หาได้ง่าย สะดวกในการติดต่อ มีที่จอดรถ ดังนั้น จึงเลือกตั้งโชว์รูมที่ เลขที่ 143/1 ถนนจรดวิถีถ่อง หมู่ 4 ตำบลธานี อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย ซึ่งติดกับถนนใหญ่ ลูกค้าสามารถหาได้ง่าย
- มีอาคารสำนักงาน และโชว์รูมจัดแสดงสินค้าที่หลากหลาย เพื่อลูกค้าได้เห็นของจริง และเลือกใช้ตามความเหมาะสมของงาน
- ใช้พนักงานขายหน้าร้านเป็นหลัก มีการอบรมให้มีความรู้พื้นฐาน สามารถให้รายละเอียด และชี้แจงคุณสมบัติของสินค้าได้ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และบริการด้วยความสุภาพ
- ช่องทางการจัดจำหน่าย (Chanel) ในช่วงแรกจะมีการจำหน่ายโดยการติดต่อที่ร้านโดยตรง กับทางโทรศัพท์ ต่อมาอาจเพิ่มช่องทางโดยใช้ระบบอินเทอร์เน็ต
- คลังสินค้า (Warehouse) เพื่อความสะดวกในการขนส่ง และการจัดการสินค้าจึงมีคลังสินค้าอยู่ที่เดียวกันกับโครงการ และใช้ระบบคอมพิวเตอร์ควบคุมปริมาณการสั่งซื้อ
- การขนส่ง (Transportation) ในส่วนของซัพพลายเออร์จะทำการจัดส่งสินค้าให้กับทางกิจการโดยตรง ส่วนการบริการของทางร้านจะมีรถหกล้อ และรถกระบะสำหรับจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าที่ต้องการใช้บริการ

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

โครงการดังกล่าวเป็นกิจการเปิดใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก การส่งเสริมการตลาดจะเน้นการประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่ก่อนเริ่มดำเนินกิจการ 3 เดือน และจัดทำการตลาดในปีที่ 1 และ 2 โดยเน้นการโฆษณาให้มากที่สุด ซึ่งต่อไปในปีที่ 3-5 เมื่อเป็นที่รู้จักแล้วจะลดการโฆษณาลง แต่ยังคงการส่งเสริมการขายไว้ และมีการทำการตลาดอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งโครงการ เช่น

การโฆษณา (Advertising)

- โฆษณาผ่านทางวิทยุท้องถิ่น
- โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

- การให้ส่วนลด

การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)

- โดยจัดหาพนักงานขายที่มีอรรถาศัยไมตรีดี ดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีความรู้ทางเทคนิค และสามารถแนะนำสินค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

ธุรกิจให้ความสำคัญในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งร้าน สถานที่โครงการตั้งอยู่ เลขที่ 143/1 ถนนจรดวิถีถ่อง หมู่ 4 ตำบลธานี อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย ซึ่งติดถนนใหญ่ ลูกค้าสามารถหาได้ง่าย และสะดวกในการติดต่อทั้งมาที่ร้าน โดยตรง หรือติดต่อทางโทรศัพท์ โดยอาคารแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนสำนักงาน ขนาด 4X6 เมตร เพื่อการติดต่อประสานงาน รวมถึงใช้เก็บเอกสาร ซึ่งประกอบด้วยอุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงานทั่วไป

ส่วนของโชว์รูม ขนาด 16X20 เมตร จัดแสดงสินค้าจำหน่ายเหล็ก ประดู่เหล็ก และอะไหล่ ประตูประเภทต่างๆ อาทิเช่น เหล็กเส้น เหล็กกลม ประดู่เหล็กม้วน ใบประดู่ ล้อประดู่ มือจับประดู่ และเคาน์เตอร์สำหรับชำระเงิน โดยมีการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่ สะดวกต่อการหาสินค้าที่ลูกค้าต้องการ

ส่วนคลังสินค้า ขนาด 6X6 เมตร ใช้จัดเก็บสินค้า และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในงานเหล็ก เช่น ลวดเชื่อม น็อต ฯลฯ ใช้ระบบการจัดการสินค้าคงคลังเพื่อจัดการสินค้าให้มีปริมาณที่เหมาะสม และป้องกันการเสื่อมอายุของสินค้า

กระบวนการจัดซื้อสินค้า และการคัดเลือกซัพพลายเออร์ โดยใช้เกณฑ์ต่างๆ เช่น คุณภาพ ราคาของสินค้าหรือบริการ กำหนดการชำระเงิน ส่วนลด ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า ซึ่งกิจการ กำหนดให้มีซัพพลายเออร์จำนวน 8 ราย แบ่งตามประเภทกลุ่มของสินค้ากลุ่มละ 2 ราย

กระบวนการขายสินค้า เมื่อรับทราบความต้องการของลูกค้า พนักงานขายต้องทำการชี้แจง รายละเอียดแนะนำ / นำเสนอสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ ส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า โดยให้ลูกค้าทำการตรวจสอบสินค้าก่อนทุกครั้ง จากนั้นคิดค่าบริการ และพนักงานขนส่งทำการจัดส่งสินค้า (ในกรณีที่ลูกค้าต้องการให้จัดส่งสินค้าให้)

นโยบายในการขายสด และขายเชื่อ ดังนี้

1. การขายสดคิดเป็นร้อยละ 40 ของการประมาณการรายได้ในแต่ละปี
2. การขายเชื่อคิดเป็นร้อยละ 60 ของการประมาณการรายได้ในแต่ละปี

เนื่องจากโครงการมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 2 กลุ่ม จึงมีการส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. กลุ่มผู้บริโภค (End-user) เมื่อซื้อสดให้ส่วนลด 5% ของราคาสินค้าที่ตั้งไว้ หากลูกค้าซื้อเชื่อ มีเงื่อนไขการชำระเงิน คือ $n/30$
2. กลุ่มธุรกิจ (Business) จะได้รับส่วนลด 10% ของราคาสินค้าที่ตั้งไว้ เมื่อซื้อสินค้าจากทางร้าน โดยมีเงื่อนไขต้องชำระค่าสินค้าภายใน 30 วันหลังจากได้รับสินค้า และจะไม่ได้รับส่วนลด หากจ่ายค่าสินค้าหลังจากที่กำหนด

การสต็อกสินค้า โดยจะมีนโยบายในการสต็อกสินค้าไว้ไม่มาก เพื่อลดต้นทุนในการจัดเก็บสินค้า และป้องกันสินค้าเสื่อมคุณภาพ แต่ก็ต้องมีปริมาณที่เพียงพอเพื่อเป็นทั้งสินค้าตัวอย่าง และรองรับต่อปริมาณความต้องการของลูกค้าได้ ดังนั้นจึงมีนโยบายในการสต็อกสินค้าประมาณ 6 - 8% ของปริมาณการขายที่ได้คาดการณ์ไว้ในแต่ละปี

ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

โครงการจะดำเนินการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว และมีการจัดองค์กร มีความสะดวกในการลงทุน และความคล่องตัวในการบริหารงาน มีการจัดโครงสร้างอย่างง่าย

โดยมีผู้จัดการ เป็นผู้วางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานของกิจการ กำหนดแผนการดำเนินงาน และเป้าหมายของกิจการทั้งหมด ควบคุมดูแลคุณภาพการให้บริการ การสั่งซื้อสินค้า การตรวจสอบสินค้า จัดทำบัญชี และดูแลการดำเนินงานโดยรวม พนักงานขาย จำนวน 2 คน มีหน้าที่ให้คำแนะนำ และเสนอสินค้าแก่ลูกค้า รวมถึงการดูแลการให้บริการ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โดยพนักงานขายต้องมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า สามารถแนะนำสินค้าตามความต้องการของ

ลูกค้าได้ มีความรับผิดชอบ มีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทดี พนักงานขนส่งสินค้า 3 คน มีหน้าที่ประกอบชิ้นงาน และจัดส่งสินค้า ต้องสามารถขับรถได้ มีความรู้ทางด้านช่าง ชำนาญเส้นทาง และแม่บ้าน 1 คน มีหน้าที่ดูแลรักษาความสะอาดบริเวณส่วนสำนักงาน และ ครัว

สำหรับผลตอบแทนจะกำหนดจากมาตรฐานค่าแรง ความสามารถ ประสบการณ์ และอายุการทำงาน

การปรับขึ้นเงินเดือนของพนักงาน กำหนดปรับขึ้นปีละ 5% ทั้งนี้จะทำการพิจารณาจากผลประกอบการของธุรกิจ และการประเมินผลงานจากผู้จัดการประกอบด้วย

ปัจจัยที่ใช้ประกอบในการประเมินผล เช่น ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ความขยันอดทน ซื่อสัตย์ ไหวพริบ ความมีระเบียบ วินัย และมีมนุษยสัมพันธ์

การพัฒนาฝึกอบรมพนักงาน โดยการแนะนำ อบรมในงานที่ทำประจำวันจากผู้จัดการ เวลาทำการจะให้บริการตั้งแต่ 8.30 - 17.30 น. ของทุกวัน โดยหยุดทุกวันอาทิตย์

ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ 8,759,219 บาท ประกอบด้วยส่วนของเจ้าของร้อยละ 73 เป็นจำนวน 6,394,230 บาท และกู้จากสถาบันการเงินร้อยละ 27 เป็นจำนวน 2,364,989 บาท เป็นระยะเวลา 5 ปี โดยมีต้นทุนเงินทุนเท่ากับร้อยละ 12.55 และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ร้อยละ 9.45 สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 1 ปี 3 เดือน 10 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้เท่ากับ 9,219,779 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการเท่ากับ 34.68% ซึ่งเห็นว่าสามารถยอมรับโครงการได้ เนื่องจากสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ให้คืนทุนภายในอายุโครงการ อัตราผลตอบแทนในการลงทุนมากกว่า 12.55% และมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่ามากกว่า 0 สำหรับการวิเคราะห์ความไว

กรณีที่ 1 รายได้เพิ่มขึ้น 10% สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 1 ปี 3 เดือน 7 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้เท่ากับ 11,164,536 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการเท่ากับ 39.07% สามารถยอมรับโครงการได้

กรณีที่ 2 รายได้ลดลง 10% สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 1 ปี 3 เดือน 11 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้เท่ากับ 4,426,906 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการเท่ากับ 20.86% สามารถยอมรับโครงการได้

กรณีที่ 3 ต้นทุนลดลง 10% สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 1 ปี 1 เดือน 11 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้เท่ากับ 13,388,012 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการเท่ากับ 49.21% สามารถยอมรับโครงการได้

กรณีที่ 4 ต้นทุนเพิ่มขึ้น 10% สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน 17 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้เท่ากับ 5,051,546 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการเท่ากับ 19.65% สามารถยอมรับโครงการได้

กรณีที่ 5 รายได้ลดลง 10% และต้นทุนเพิ่มขึ้น 10% สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 1 ปี 7 เดือน 8 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้เท่ากับ 1,742,439 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการเท่ากับ 8.14% ไม่สามารถยอมรับโครงการได้ เนื่องจากอัตราผลตอบแทนของโครงการน้อยกว่าที่ตั้งสมมติฐานไว้

จากการวิเคราะห์ความไวในทั้ง 5 กรณี พบว่าโครงการมีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งรายได้ และต้นทุน โดยที่ปัจจัยด้านต้นทุนจะมีผลกระทบต่อระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนลดค่า มากกว่ารายได้ และโครงการจะได้รับผลกระทบมากขึ้นเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงจากทั้งปัจจัยในส่วนรายได้ และต้นทุนพร้อมกัน ดังนั้นในการพิจารณาโครงการ จำหน่ายเหล็กควรนำปัจจัยทั้งรายได้ และต้นทุนมาพิจารณาควบคู่กัน

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ทางการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน สามารถสรุปได้ว่า มีความเป็นไปได้ในการลงทุนในโครงการธุรกิจจำหน่ายเหล็กในจังหวัดสุโขทัย เนื่องจากมูลค่าความต้องการเหล็กที่ยังมีสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องภายในจังหวัด กับมูลค่าเหล็กที่ผู้ประกอบการภายในจังหวัดสามารถจำหน่ายได้นั้น ยังไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการของลูกค้า ประกอบกับข้อมูลการจดทะเบียนการค้า ของพาณิชย์จังหวัดซึ่งมีจำนวนคู่แข่งที่ทำธุรกิจจำหน่ายเหล็กโดยตรงเพียง 7 ราย ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเล็งเห็นช่องทาง และโอกาสที่จะสร้างผลประโยชน์ในธุรกิจจำหน่ายเหล็ก ประกอบกับสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี ที่มีแนวโน้มสนับสนุนต่อการดำเนินธุรกิจ

ผลของการศึกษาด้านการตลาด พบว่า การกำหนดลูกค้าเป้าหมายของโครงการเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มธุรกิจ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพดล ยศทวี (2539) ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนตั้งศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดสุโขทัย โดยผลการศึกษา พบว่า

มีการกำหนดลูกค้าเป้าหมายเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง และกลุ่มลูกค้าที่เป็นประชาชนทั่วไป

ด้านการจัดส่วนประสมทางการตลาดโครงการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านต่างๆ ในการเลือกซื้อเหล็กในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ดังนั้น โครงการจึงเน้นความหลากหลายของสินค้า ประกอบด้วยคุณภาพของสินค้าและบริการซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีการส่งเสริมการตลาด โดยทั้งการโฆษณา และการให้ส่วนลด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพพร อาชามาส (2546) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจกระจกตกแต่งในจังหวัดลำปาง กรณีศึกษา: บริษัท ชุนหะแสง จำกัด ซึ่งได้กำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขัน เน้นด้านการบริการ คุณภาพสินค้า การส่งมอบ และการส่งเสริมการตลาด โดยให้ส่วนลด

ผลการศึกษาด้านเทคนิค พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ามีผลต่อการเลือกซื้อเหล็กที่สุด ได้แก่ ความสะดวก รองลงมา ได้แก่ ท่าเลที่ตั้ง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพพล ยศทวี (2539) ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนตั้งศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดสุโขทัย ซึ่งให้ความสำคัญในการเลือกทำเล เพื่อความสะดวกในการซื้อสินค้า และด้านการคมนาคม

ผลการศึกษาด้านการจัดการ พบว่า โครงการดำเนินการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว เพื่อความสะดวกในการลงทุน และความคล่องตัวในการบริหารงาน การจัดโครงสร้างองค์กร มีการจัดโครงสร้างอย่างง่ายตามหน้าที่ ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของ นพพล ยศทวี (2539) ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนตั้งศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดสุโขทัย โดยจัดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ นพพร อาชามาส (2546) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจกระจกตกแต่งในจังหวัดลำปาง กรณีศึกษา: บริษัท ชุนหะแสง จำกัด ซึ่งจัดตั้งโครงการในรูปแบบของบริษัท

ผลการศึกษาด้านการเงิน พบว่าการดำเนินงานตามโครงการแสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนทางด้านการลงทุนที่น่าพอใจ โดยโครงการมีระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 1 ปี 3 เดือน 10 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 9,219,779 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการเท่ากับ 34.68% ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายเหล็กในจังหวัดสุโขทัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพพล ยศทวี (2539) ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนตั้งศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดสุโขทัย โดยผลการศึกษา พบว่า โครงการให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

เป็นบวก ณ อัตราคิดลดร้อยละ 19.5 และเท่ากับ 286,335.15 บาท ให้อัตราผลตอบแทนลดค่าเท่ากับ ร้อยละ 26 และมีระยะเวลาในการคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 10 เดือน ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ โครงการต้องให้ผลตอบแทนจากการลงทุนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 19.5 และสอดคล้องกับผลการศึกษา ของนพพร อาชามาต (2546) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจกระจกตกแต่งในจังหวัด ลำปาง กรณีศึกษา: บริษัท ชุนหะแสง จำกัด ใช้เงินลงทุน 4,920,000 บาท มีระยะคืนทุน 3 ปี 3 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ อัตราคิดลด 15% เท่ากับ 936,833 บาท โดยโครงการให้ผลตอบแทนการ ลงทุนลดค่าเท่ากับ 22.05% ซึ่งจากผลการศึกษาเป็นไปตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ โครงการจึงมีความ เป็นไปได้

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายเหล็กในจังหวัดสุโขทัย ผู้ศึกษามีข้อค้นพบ ดังนี้

- ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และลูกค้าพบว่า การตลาดแบบปากต่อ ปากเป็นการประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญ และได้ผลดี
- จากการศึกษาการวิเคราะห์ความไว พบว่าทั้งรายได้ และต้นทุนปัจจัยที่มี ผลกระทบต่อผลตอบแทนของธุรกิจ โดยที่ต้นทุนของสินค้าเป็นปัจจัยที่มี ผลกระทบมากกว่ารายได้
- การใช้เงินลงทุนในสัดส่วนของเจ้าของที่สูง จะทำให้ต้นทุนเงินทุนสูงตามขึ้นด้วย
- จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า สถานที่ตั้งของธุรกิจจำหน่ายเหล็กใน จังหวัดสุโขทัย ส่วนใหญ่จะใช้บ้านพักของผู้ประกอบการเป็นที่ตั้ง โครงการเพื่อ สะดวกในการทำงาน
- จากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และ บริการมากที่สุด โดยลูกค้าต้องการความหลากหลายครบถ้วนของสินค้า ความ เพียงพอของจำนวนสินค้า ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา รองลงมาได้แก่ คุณภาพของสินค้า

ข้อเสนอแนะ

จากข้อค้นพบ ในการศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายเหล็กในจังหวัดสุโขทัย ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- เจ้าของโครงการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายเหล็กต้องทราบรายละเอียด คุณสมบัติ ลักษณะการใช้งานที่เหมาะสมในตัวสินค้า ประกอบกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับงานช่างอย่างถูกต้องเพียงพอ เพื่อที่จะใช้ในการขายหรือแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ เพราะปัจจุบันนี้ลูกค้าบางส่วนที่เข้ามาส่วนใหญ่จะทำการศึกษาค้นหาข้อมูลมาก่อน การที่สามารถแก้ปัญหา และข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง จะยิ่งสนับสนุนให้เกิดความน่าเชื่อถือของร้าน
- เจ้าของโครงการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายเหล็กต้องมีการจัดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่อย่างชัดเจน เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาความขัดแย้ง การทำงานซ้ำซ้อน และเพื่อให้บุคลากรสามารถทำหน้าที่ของตนได้อย่างเต็มที่
- เจ้าของโครงการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายเหล็กต้องมีซัพพลายเออร์มากกว่า 1 ราย เพื่อป้องกันปัญหาต่างๆ การ เช่น การขาดแคลนสินค้า การผูกขาดราคา
- เจ้าของโครงการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายเหล็กต้องมีนโยบายการซื้อ/ขายเชื่อ ที่ชัดเจน มีการจัดเก็บหนี้ที่ดี สามารถจัดเก็บหนี้ได้ตามนโยบายที่ตั้งไว้จริง เพื่อป้องกันการขาดสภาพคล่องในการดำเนินงานของธุรกิจ
- เจ้าของโครงการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายเหล็กต้องจัดให้มีผู้ที่มีความรู้ทางด้านการเงิน และจัดทำบัญชีเสมอเพื่อรู้สถานะทางการเงินของธุรกิจ
- โครงการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายเหล็กต้องเป็นที่ที่ลูกค้ามาที่เดียวแล้วได้สินค้าครบทุกอย่างตามที่ต้องการ (One Stop Service) ดังนั้น นอกจากจะมีผลิตภัณฑ์เหล็ก และอุปกรณ์เกี่ยวเนื่องกับเหล็กทุกชนิด ทำการจำหน่ายทั้งปลีก และส่งแล้ว ธุรกิจดังกล่าวอาจขยายเพิ่มเติมจากเพียงจำหน่าย เป็นการบริการรับทำ และติดตั้งด้วย
- จากผลการวิเคราะห์ความไว พบว่าต้นทุนมีผลกระทบต่อผลตอบแทนของธุรกิจจำหน่ายเหล็กมากที่สุด ดังนั้นเจ้าของธุรกิจควรติดตามข่าวสาร หรือสถานการณ์ต่างๆ ที่มีผลต่อราคาเหล็ก เช่น สถานการณ์เศรษฐกิจ ราคาน้ำมัน เนื่องจากราคาเหล็กมีผลต่อต้นทุนกิจการ