

## บทที่ 4

### การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จะแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน จากนั้นนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ไปจัดทำงบการเงินล่วงหน้า เพื่อประเมินผลของโครงการต่อไป

#### การวิเคราะห์ด้านการตลาด

การวิเคราะห์ด้านการตลาด จะทำการศึกษาโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. วิเคราะห์ภาพรวมของตลาดจากการศึกษาสภาพเศรษฐกิจ และสังคมทั่วไป ตลอดจนนโยบายการส่งเสริมของรัฐบาล ที่มีผลต่อธุรกิจร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
2. วิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน โดยใช้ Porter's Five Forces Model เพื่อทำการศึกษาสภาวะการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ
3. วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ
4. วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด โดยศึกษาส่วนประสมทางการตลาด
5. วิเคราะห์ความต้องการของตลาด และพยากรณ์ยอดขาย รวมถึงการประเมินค่าใช้จ่ายทางการตลาด โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เป็นแนวทางสำหรับการวิเคราะห์

#### การวิเคราะห์สภาพเศรษฐกิจ สังคม และนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ

##### 1. สภาพเศรษฐกิจ

##### 1.1 เศรษฐกิจโดยรวมในจังหวัดลำปาง (หอการค้าจังหวัดลำปาง, 2546: ออนไลน์)

สภาพทางเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดลำปางในปี 2543 มีผลิตภัณฑ์มวลรวม 32,066 ล้านบาท รายได้ส่วนใหญ่ ขึ้นอยู่กับสาขาการค้าส่งและค้าปลีกมากที่สุดถึงร้อยละ 19.72 คิดเป็นมูลค่า 6,095 ล้านบาท รองลงมาเป็นสาขาการเหมืองแร่และการขุดหิน ร้อยละ 17.89 คิดเป็นมูลค่า 5,530 ล้านบาท สาขาการบริการ ร้อยละ 16.19 คิดเป็นมูลค่า 5,006 ล้านบาท และสาขาการเกษตรกรรม ร้อยละ 10.81 คิดเป็นมูลค่า 3,343 ล้านบาท จังหวัดลำปางมีรายได้ประชากรเฉลี่ย 41,215 บาท ต่อคนต่อปี จัดอยู่ในอันดับ 5 ของภาคเหนือ

ในภาคการลงทุนและพาณิชย์กรรม พิจารณาจากสถิติการแจ้งจดทะเบียนประกอบกิจการของสถานประกอบการในปีงบประมาณ 2545

- สำนักงานประกันสังคมจังหวัดลำปาง ได้รับแจ้งจดทะเบียนสถานประกอบการ จำนวน 1,381 แห่ง ลูกจ้าง 5,995 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน คิดเป็นร้อยละ 45.46
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปางรับแจ้งจดทะเบียนโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 71 แห่ง ลูกจ้าง 1,309 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน คิดเป็นร้อยละ 73.1
- สำนักงานทะเบียนการค้าจังหวัดลำปางแจ้งจดทะเบียนนิติบุคคล 200 แห่ง เพิ่มขึ้นจากปีก่อน คิดเป็นร้อยละ 26.6

จังหวัดลำปาง มีจำนวนสถานประกอบการทั้งหมด 2,296 แห่ง เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 147 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 6.8 (ข้อมูล ณ ธันวาคม 2545)

ภาคการเงิน ในช่วงปี 2540 ถึง 2544 ปริมาณเงินฝากมีแนวโน้มสูงขึ้นในแต่ละปี แม้ในปี 2542 จะมีอัตราลดลง เช่นเดียวกับปริมาณเงินให้กู้ยืมมีอัตราลดลงทุกปี ทั้งนี้เนื่องจากธนาคารพาณิชย์มีความระมัดระวังการให้สินเชื่อ ส่วนปี 2545 (ข้อมูล ณ กันยายน 2545) มียอดปริมาณเงินฝากรวม 19,389.99 ล้านบาท ปริมาณเงินให้สินเชื่อ 9,595.12 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนเงินให้กู้ยืมต่อเงินฝาก ร้อยละ 49.48 สำหรับรายได้จากการจัดเก็บภาษีอากรในปีงบประมาณ 2545 จังหวัดลำปางมีรายได้จากการจัดเก็บภาษีอากร รวมทั้งสิ้น 958.073 ล้านบาท สูงกว่าปี 2544 จำนวน 123.762 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.83 โดยรายได้ส่วนใหญ่ได้มาจากภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีนิติบุคคล ตามลำดับ

## 1.2 แนวโน้มเศรษฐกิจจังหวัดลำปาง (หอการค้าจังหวัดลำปาง, 2546: ออนไลน์)

ภาวะเศรษฐกิจจังหวัดลำปาง ปี 2545 ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้จากการผลิตภาคเกษตรที่ขยายตัวจากสภาพอากาศที่เอื้ออำนวย สำหรับการใช้จ่ายภาคเอกชน ขยายตัวในเกณฑ์ดี เพราะมีการขยายตัวของภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ ประกอบกับการกระตุ้นเศรษฐกิจจากโครงการต่างๆ ของภาครัฐ อัตราดอกเบี้ยในท้องตลาดที่ปรับตัวลดลง ทั้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ โดยการปรับตัวลดลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากทำให้เกิดการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดการใช้จ่าย ส่วนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ลดลง จะส่งผลดีต่อภาคการลงทุน เป็นการช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานให้แก่ผู้ประกอบการ

## 2. สภาพสังคม (สำนักงานสถิติจังหวัดลำปาง, 2545: ออนไลน์)

### 2.1 ประชากร

ประชากรจังหวัดลำปาง มีจำนวนทั้งสิ้น 803,441 คน เป็นชาย 399,738 คน หญิง 403,703 คน สำหรับอำเภอที่มีประชากรมากที่สุดได้แก่ อำเภอเมืองลำปาง (รวมเขตเทศบาลนครลำปาง) มีจำนวน 247,206 คน (ในเขตเทศบาล 77,019 คน นอกเขต 177,187 คน) ในจำนวนนี้เป็นประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 13 ปี ขึ้นไป และกำลังศึกษาและ/หรือมีงานทำ จำนวน 451,624 คน

## 2.2 การศึกษา

ในปี พ.ศ. 2543 จังหวัดลำปางมีสถานศึกษารวมทั้งสิ้น 550 แห่ง (ยังไม่รวมมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) มีครู/อาจารย์ 9,107 คน และนักเรียน นิสิต นักศึกษา 164,758 คน ซึ่งอัตราส่วนเฉลี่ยครู/อาจารย์ ต่อนักเรียน นิสิต นักศึกษา เป็น 1:18

## 2.3 ดัชนีวัดคุณภาพชีวิต

จากการศึกษาเรื่องการพัฒนามนุษย์ของ United Nation Development Program (UNDP) ได้ข้อเสนอว่าการวัดระดับการพัฒนาประเทศควรวัดในรูปของ การพัฒนาคุณภาพชีวิต 3 ตัวแปร คือ อายุขัยเฉลี่ย การศึกษา และรายได้ต่อหัว เรียกว่าดัชนีคุณภาพชีวิต แบ่งเป็น 3 ระดับ

1. คุณภาพชีวิตระดับสูงมีค่า HDI ตั้งแต่ 0.800-1.000
2. คุณภาพชีวิตระดับกลางมีค่า HDI ตั้งแต่ 0.500-0.799
3. คุณภาพชีวิตระดับต่ำมีค่า HDI ตั้งแต่ 0.000-0.499

ดัชนีคุณภาพชีวิตของคนจังหวัดลำปาง จัดอยู่ในระดับกลาง คือ มีดัชนีคุณภาพชีวิตเท่ากับ 0.6710 เป็นอันดับที่ 4 ของภาคเหนือ และอันดับที่ 29 ของประเทศ

## 2.4 สถานะสุขภาพของประชาชนในจังหวัดลำปาง (สำนักงานจังหวัดลำปาง, 2546: ออนไลน์)

การเจ็บป่วยของประชากร ผู้ป่วยนอกที่มารับการบริการที่สถานพยาบาลของรัฐในปี 2543 มีจำนวน 2,182,894 ราย เพิ่มมากกว่าปี 2542 จำนวน 92,035 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.40 นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ป่วยนอกส่วนใหญ่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยสาเหตุการเจ็บป่วย 3 อันดับแรก ได้แก่ โรคระบบทางเดินหายใจ โรคระบบกล้ามเนื้อ โรคระบบย่อยอาหาร รวมโรคในช่องปาก สำหรับผู้ป่วยในก็เพิ่มมากขึ้นจากปี 2542 ร้อยละ 4.90 ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าสถานะสุขภาพของประชาชนยังมีปัญหา

จากสถิติโรคมะเร็งจากศูนย์มะเร็งลำปาง พบว่ามีจำนวนผู้ป่วยโรคมะเร็งทั้งหมดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 - 2544 จำนวน 4,413 คน คิดเป็นร้อยละ 6.07 ของผู้ป่วยทั้งหมด แบ่งเป็นเพศชาย 1,631 คน หญิง 2,782 คน โดยเป็นผู้ป่วยแยกตามภูมิภาค คิดเป็นผู้ป่วยในจังหวัดลำปาง จำนวน 1,649 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 37.37

## 3. นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ

### 3.1 นโยบายส่งเสริมสุขภาพ

ปัจจุบันได้มีการจัดทำ ร่างพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ หรือ ธรรมนูญสุขภาพ อยู่ในขั้นตอนการพิจารณาของรัฐบาล มาตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2545 และยังคงผ่านขั้นตอนนิติบัญญัติจึงจะสามารถประกาศใช้ธรรมนูญคุ้มครองสุขภาพคนไทย ซึ่ง พ.ร.บ. ฉบับนี้ นับเป็นร่างกฎหมายคุ้มครองสุขภาพที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำอย่างกว้างขวาง (สหกรณ์เลมอนฟาร์ม พัฒนาจำกัด, 2546) นอกจากนี้รัฐบาลได้กำหนดให้ปี 2547 เป็นปีแห่งสุขภาพอนามัย โดยมี

กระทรวงสาธารณสุขเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ โดยจะมีการควบคุมการผลิตอาหารซึ่งจะต้องไม่มีสารปนเปื้อน 6 ชนิด ได้แก่ สารเร่งเนื้อแดง บอแรกซ์ สารฟอกขาว สารกันรา ฟอรัมาลิน ยาฆ่าแมลง (โครงการอาหารปลอดภัย, ตุลาคม 2546 : 19)

### 3.2 โครงการอาหารปลอดภัยของจังหวัดลำปาง

สำนักงานจังหวัดลำปางสนองนโยบายรัฐฯ ในการดำเนินงานเพื่อความปลอดภัยด้านอาหาร ให้อาหารที่ผลิตและจำหน่ายในลำปางมีความปลอดภัยได้มาตรฐานภายในปี 2547 เพื่อให้ประชาชนชาวลำปางได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัย โดยจัดกิจกรรมรณรงค์ตั้งแต่ 24 เมษายน 2546 เป็นต้นมา มีมาตรการควบคุม ดูแลผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด กล่าวคือ

อาหารสด ต้องไม่มีสารปนเปื้อน 6 ชนิด ได้แก่ สารเร่งเนื้อแดง บอแรกซ์ ฟอรัมาลิน สารกันรา สารฟอกขาว และสารตกค้างจากยาฆ่าแมลงในระดับเกินมาตรฐานกำหนด หากผ่านเกณฑ์จะได้รับป้าย “อาหารปลอดภัย”

อาหารแปรรูป ต้องมีเครื่องหมาย อย. บนฉลากผลิตภัณฑ์ และสถานที่ผลิตอาหารต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต หรือ จีเอ็มพี (GMP)

อาหารปรุงจำหน่าย เช่น อาหารตามภัตตาคาร ร้านอาหาร แผงลอย หรือรถเข็น ต้องสะอาด มี คุณภาพ ปลอดภัย หากผ่านเกณฑ์จะได้รับป้าย “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” (Clean Food Good Taste) (สำนักงานจังหวัดลำปาง, 2546ก: ออนไลน์)

#### การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยใช้ Porter's Five Forces Model เพื่อพิจารณาถึงการแข่งขันในธุรกิจ เพื่อพิจารณาโอกาสการลงทุน โดยสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

#### 1. ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่

จากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพ เมื่อ 3 – 5 ตุลาคม 2546 กลุ่มแข่งขันรายใหม่สามารถเข้ามาสู่ธุรกิจได้ง่าย เนื่องจากอุปสรรคในการเข้าสู่ธุรกิจต่ำ อันเป็นผลมาจาก

- ร้านค้าเพื่อสุขภาพเกิดขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็น ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ร้านอาหารสุขภาพ สถานที่สำหรับบริการนวดแผนไทย เป็นต้น จึงแสดงให้เห็นถึงโอกาสการลงทุนในธุรกิจสุขภาพที่ยังเปิดกว้างอยู่สำหรับนักลงทุนที่สนใจ ในส่วนของร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคที่มีความหลากหลายของสินค้ายังมีจำนวนน้อย ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพอื่น ๆ เช่น ร้านอาหารมังสวิวัติ มีการนำสินค้าสุขภาพบางอย่างเข้ามาขายในร้านด้วย ซึ่งหากผู้บริโภคสะดวกที่ใดก็สามารถซื้อหาได้ทันที จึงสามารถกล่าวได้ว่า ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่อสินค้าไม่แตกต่างกันมากนัก

- ด้านการลงทุนในธุรกิจร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ เนื่องจากเงินลงทุนส่วนใหญ่ นำมาใช้ลงทุนในทำเลที่ตั้ง เพราะธุรกิจดังกล่าวต้องคำนึงถึงที่จอดรถที่สะดวกสำหรับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ และส่วนหนึ่งนำไปใช้เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียน โดยเฉพาะเรื่องของสินค้าสุขภาพที่นำมาจัดจำหน่ายที่ชั้นวางสินค้า ดังนั้นเงินลงทุนที่ให้อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง คือประมาณ 1.5 ล้านบาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของร้านค้า ทำเลที่ตั้ง และปริมาณสินค้าที่จัดหามาเพื่อจัดจำหน่าย

- ด้านการจัดหาสินค้า สินค้าสุขภาพส่วนใหญ่มีข้อจำกัด เรื่องอายุของสินค้า ประกอบกับสินค้าส่วนใหญ่จะจัดหาจากชุมชน จัดเป็นผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา HOME MADE – HAND MADE สินค้าส่วนใหญ่จึงเป็นต้นทุนผันแปร แม้ทำการผลิตมากไม่ได้ช่วยลดต้นทุนการผลิตสินค้าได้เหมือนการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรม ดังนั้นต้นทุนของการผลิตสินค้าสูง ทั้งนี้ รวมถึงต้นทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วย เมื่อต้นทุนการจัดหาสินค้าจะสูง ส่งผลให้ราคาของสินค้าสุขภาพที่จัดจำหน่ายอยู่ทั่วไปมีราคาสูงกว่าราคาสินค้าประเภทเดียวกัน

กล่าวโดยสรุปว่า ศาสตร์แห่งการดูแลสุขภาพเป็นเรื่องที่กว้างขวาง ดังนั้นคู่แข่งชั้นใหม่มีโอกาสที่เข้ามาในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพได้ง่าย เนื่องจากปัจจุบันมีธุรกิจสุขภาพเพิ่มจำนวนมากขึ้นตามกระแสการดูแลสุขภาพด้วยวิถีธรรมชาติบำบัด จนบางครั้งอาจก่อให้เกิดความสับสนต่อผู้บริโภค อันนำไปสู่การบริโภคที่ไม่ถูกสุขลักษณะและการดูแลสุขภาพที่ไม่ถูกต้องได้ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจสุขภาพที่ต้องการความอยู่รอดในระยะยาว จึงจำเป็นต้องรักษาคุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอต่อผู้บริโภค ตลอดจนศึกษาความรู้และเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

## 2. สถานะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยประสบกับเหตุการณ์วิกฤตเศรษฐกิจ ทำให้สภาพสังคมมีการแข่งขันสูง สร้างความเครียดและเกิดปัญหาสุขภาพให้แก่ประชาชนมากขึ้น ส่งผลต่อพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป จากข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า ผู้บริโภคมากกว่าร้อยละ 48 หันมาใช้วิถีทางธรรมชาติในการบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยแทนการพบแพทย์ ทั้งนี้เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงสารเคมีที่ตกค้างในร่างกาย ทำให้ตลาดการดูแลสุขภาพด้วยวิถีธรรมชาติมีการขยายตัวอย่างมากซึ่งสวนทางกับสภาวะเศรษฐกิจในขณะนั้น และปัจจุบันศูนย์สุขภาพต่าง ๆ เช่น สถานออกกำลังกาย ศูนย์ธรรมชาติบำบัด เช่น สปา ในประเทศไทย มีการเติบโตสูงถึงประมาณร้อยละ 40 ต่อปี ตลาดผลิตภัณฑ์ด้านสมุนไพร เติบโตมากกว่าร้อยละ 30 ต่อปี ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 10 – 15 (อุษณี กมลศิริพิชัยพร, 2546: ออนไลน์) นอกจากนี้พื้นที่การเพาะปลูกแบบเกษตรอินทรีย์มีปริมาณพื้นที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจากปี 2545 พื้นที่เกษตรอินทรีย์มีประมาณ 24,956 ไร่ เพิ่มขึ้นจากปี 2544 กว่าหนึ่งหมื่นไร่ เป็นอันดับการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ที่ 9 จาก 20 ประเทศของเอเชีย (สหกรณ์เมล็ดมอนฟาร์ม พัฒนาจำกัด, 2546)

จากอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพที่มีอย่างรวดเร็วขึ้น ยิ่งก่อให้เกิดโอกาสสำหรับนักลงทุนเข้ามาในธุรกิจดังกล่าว ทำให้การแข่งขันยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น

อย่างไรก็ตามจากการสำรวจ ในอำเภอเมือง (เขตเทศบาล) ของจังหวัดลำปาง มีร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพเพียง 1 ร้าน(เป็นแฟรนไชส์) ที่มีรูปแบบเฉพาะเปลี่ยนแปลงยาก สินค้าที่นำมาจำหน่ายยังมีจำนวนและความหลากหลายของสินค้าไม่มาก เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกหาได้ตามที่ต้องการ จะเห็นว่า ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ยังไม่มีร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มุ่งดำเนินการเพื่อตอบสนองผู้บริโภครักสุขภาพทุกวัย ตลอดจนรองรับสินค้าเกษตรที่มาจากชุมชนและส่งเสริมให้เกษตรกรหรือชุมชนได้ผลิตอาหารหรือผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปที่ปลอดภัยจากสารเคมี และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าเพิ่มมากขึ้น จากรูปแบบของร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพที่กล่าวมา จะแตกต่างจากร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีในจังหวัดลำปาง

### 3. สินค้าทดแทน

ในธุรกิจร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ สินค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพทุกหมวดมีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมาก เช่น การเลือกซื้อผัก ความรู้และความเข้าใจเรื่องผักของผู้บริโภคยังไม่สามารถแยกแยะได้ว่า ผักชนิดใด เป็นผักอนามัย ผักปลอดสารพิษ ผักเกษตรอินทรีย์ หรือ ผักที่ปลูกโดยใช้สารเคมี แต่ผู้บริโภคทราบว่าผักมีประโยชน์ เมื่อบริโภคก็ให้คุณค่าของสารอาหารที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นยังมียุติกรอีกจำนวนไม่น้อยที่ยังไม่เข้าใจถึงคุณค่าของอาหารที่ปราศจากสารพิษอย่างลึกซึ้ง หรือเห็นคุณค่าของอาหารเป็นยา อย่างไรก็ตาม แม้ว่าธุรกิจสุขภาพจะมีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการจึงพยายามสร้างความได้เปรียบโดยการสร้างความแตกต่าง และความหลากหลายของสินค้าในรูปแบบที่แตกต่างกันไป

### 4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อสูงมาก เนื่องจากผู้บริโภคมีทางเลือกหลายทางในการบริโภคสินค้า ในขณะที่ตัวกันต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้า (Switching Cost) ต่ำ ก็ยิ่งทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจง่ายขึ้น

### 5. อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ

ผู้ขายวัตถุดิบ คือ กลุ่มชุมชนจากหลายแหล่งซึ่งต้องการให้สินค้าของชุมชนของตนมีตลาด และกลุ่มชุมชนโดยส่วนใหญ่จะมีลักษณะว่า พื้นที่ที่ใกล้เคียงกันจะมีทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมของภูมิปัญญาชาวบ้านที่ใกล้เคียงกัน จึงมักผลิตสินค้าออกมาในรูปแบบที่ใกล้เคียงกัน จึงทำให้อำนาจการต่อรองของ Supplier ไม่สูง

## การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

จากการศึกษาข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม นโยบายการส่งเสริมของรัฐบาล ตลอดจนการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน สามารถวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ได้ดังนี้

### 1. โอกาส

#### 1.1 โอกาสด้านสภาพเศรษฐกิจ

1. เศรษฐกิจของจังหวัดลำปางมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งวัดจากการขยายตัวของผลิตภัณฑ์จังหวัด มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจเป็นลำดับที่ 3 ของจังหวัดภาคเหนือตอนบน และจัดอยู่ในกลุ่มศูนย์กลางความเจริญของภาค นอกจากนี้การใช้จ่ายภาคเอกชนมีการขยายตัว ทั้งภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และ ภาคบริการ ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ

2. อัตราดอกเบี้ยในตลาดที่ปรับตัวลดลง โดยอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ลดลง ส่งผลดีต่อการลงทุน

#### 1.2 โอกาสด้านสังคม

1. สถานศึกษาในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ที่เปิดสอนระดับในปริญญาตรี มีทั้งหมดจำนวน 4 แห่ง ซึ่งจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่สามารถรับข้อมูลของสุขภาพได้เร็ว และตื่นตัวกับกระแสดังกล่าวได้

2. ดัชนีคุณภาพชีวิตของจังหวัดลำปางเป็นอันดับ 4 ของภาคเหนือ และอันดับที่ 29 ของประเทศ แสดงให้เห็นถึงความเป็นอยู่ที่ดีและศักยภาพในการพัฒนาตนเองของประชากร

3. สถานะสุขภาพของประชาชนในจังหวัดลำปาง มีแนวโน้มการเจ็บป่วยเพิ่มขึ้น ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าสถานะสุขภาพของประชาชนยังมีปัญหา

#### 1.3 โอกาสจากนโยบายส่งเสริมของภาครัฐ

1. ร่างพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ หากผ่านการพิจารณาจากฝ่ายนิติบัญญัติแล้ว สามารถประกาศใช้เป็นรัฐธรรมนูญที่คุ้มครองสุขภาพคนไทย ทำให้คนเห็นความสำคัญและหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้น

2. ในปี 2547 รัฐบาลได้กำหนดให้เป็นปีแห่งสุขภาพอนามัย จะทำให้ประชาชนยิ่งตื่นตัวกับกระแสการดูแลสุขภาพมากขึ้น

3. ภาคจังหวัดยังสนองนโยบายรัฐบาล ตามโครงการอาหารปลอดภัย โดยทำการตรวจสอบอาหารตามท้องตลาดให้มีมาตรฐาน จะทำให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าสิ่งที่บริโภคเข้าไปไม่เป็นอันตราย

#### 1.4 โอกาสจากภาพรวมของธุรกิจ

1. จำนวนร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพในจังหวัดลำปางมีอยู่น้อย และยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ทั้งหมด เนื่องจากมีสินค้าไม่หลากหลาย ประกอบกับที่จอดรถไม่สะดวก ทำให้การแข่งขันไม่รุนแรง ส่งผลต่อต้นทุนในการเข้าสู่อุตสาหกรรมไม่สูงนัก

2. กระแสการดูแลสุขภาพโดยใช้วิถีทางธรรมชาติบำบัด มีผู้สนใจมากกว่าร้อยละ 48 ทำให้ธุรกิจสุขภาพมีอัตราการเติบโตร้อยละ 10 – 15 สำหรับตลาดอาหารสุขภาพ

3. เป็นโอกาสที่ดีสำหรับการสร้างเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพต่าง ๆ ชุมชน และ ผู้บริโภค

### 2. อุปสรรค

#### 2.1 อุปสรรคด้านสภาพเศรษฐกิจ

1. แม้การใช้จ่ายภาคเอกชนขยายตัว แต่ในช่วง 2 – 3 ปี ที่ผ่านมามาประเทศไทยประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ทำให้ประชาชนยังมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย

2. รายได้ประชากรเฉลี่ยของจังหวัดลำปาง จัดเป็นอันดับ 5 ของภาคเหนือ แต่สินค้าเพื่อสุขภาพมีต้นทุนที่สูง ทำให้คนที่มียรายได้น้อยไม่สามารถเข้าถึง

#### 2.2 อุปสรรคด้านสังคม

1. พฤติกรรมการบริโภคปรับเปลี่ยนจากเดิม โดยเมื่อมีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ประเภท Discount Store เช่น BIG C ดำเนินการโดย บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์มาร์เก็ต จำกัด และ LOTUS ดำเนินการโดย บริษัท เอกชัย ดิสทริบิวชั่น จำกัด มาเปิดให้บริการคนนิยมไปซื้อสินค้าที่ดังกล่าว เนื่องจากมีที่จอดรถและมีสินค้าครบครันให้เลือกสรร ค่านิยมในการซื้อสินค้าเพื่อบริโภคที่ร้านค้าปลีกเหล่านี้ทำให้คู่กันสมัยมากกว่า

2. การรับรู้ข้อมูลสุขภาพของประชาชนมีในระดับที่เข้าใจอย่างผิวเผิน ยังไม่เห็นความสำคัญของการบริโภคอาหารสุขภาพ

#### 2.3 อุปสรรคจากนโยบายส่งเสริมของภาครัฐ

ประชาชนหันมาใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น เนื่องจากกระแสการส่งเสริมสุขภาพของรัฐบาล ทำให้อัตราการเติบโตในธุรกิจสุขภาพอยู่ในเกณฑ์สูง ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจดังกล่าว อาจทำเพียงฉาบฉวย โดยไม่ได้ค้นคว้าหรือศึกษาข้อมูลสุขภาพอย่างจริงจัง ก่อให้เกิดความสับสนต่อผู้บริโภคได้



## 2.4 อุปสรรคจากภาพรวมของธุรกิจ

1. สินค้าทดแทนสำหรับสินค้าสุขภาพ มีอยู่ทุกประเภท
2. ราคาของสินค้าสุขภาพโดยทั่วไป ราคาสูงมากกว่า สินค้าประเภทเดียวกัน แต่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรม ทำให้ผู้บริโภคอาจเลือกสินค้าอื่นแทน
3. สินค้าสุขภาพส่วนใหญ่มีข้อจำกัด เรื่องอายุของสินค้า ประกอบกับสินค้าส่วนใหญ่จะจัดหาจากชุมชน โดยเป็นงาน HOME MADE – HAND MADE สินค้าส่วนใหญ่จึงเป็นต้นทุนผันแปร แม้ทำการผลิตมากไม่ได้ช่วยให้ลดต้นทุนการผลิตสินค้าได้เหมือนการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรม ดังนั้นต้นทุนของการผลิตสินค้าสูง

### การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

จากการศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสาร และ เว็บไซต์ รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าสุขภาพ พบว่า

#### 1. ด้านผลิตภัณฑ์

สินค้าสุขภาพที่นำมาจัดจำหน่ายในร้าน ส่วนใหญ่ จะเป็นสินค้าจากชุมชน โดยแต่ละร้านจะมีเกณฑ์การคัดเลือกสินค้าที่คล้ายคลึงกัน นั่นคือ จะคำนึงถึงคุณค่าของสินค้าเป็นอันดับแรก โดยเฉพาะในแง่ของประโยชน์ที่จะได้รับ และสินค้าปราศจากสารดังต่อไปนี้ สารเร่งเนื้อแดง บอแรกซ์ ฟอรัมาลิน สารกันรา สารฟอกขาว ผงชูรส วัตถุกันเสีย GMOs สำหรับอาคารของร้านนั้น จะจัดจำหน่ายให้ร้านที่ตกแต่งเป็นห้องกระจกติดแอร์ ทั้งนี้เพื่อให้ความรู้สึกเย็นสบายเวลาเข้ามาเลือกสินค้า นอกจากนี้ยังเน้นเรื่องความสะอาดของสินค้าและบริเวณภายในร้านด้วย โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มครอบครัวที่รักและใส่ใจต่อสุขภาพ และเป็นผู้ที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน มากกว่า 12,000 บาทต่อเดือน

#### 2. ด้านราคา

ราคาของสินค้าสุขภาพโดยทั่วไปเมื่อเทียบกับสินค้าอื่นที่เป็นหมวดสินค้าเดียวกันนั้น จะอยู่ในระดับสูงกว่าเล็กน้อย เพราะส่วนใหญ่เป็นสินค้ามาจากภูมิปัญญาของชุมชน อาศัยการผลิตจากกำลังแรงงาน และความสามารถของบุคคล ทำให้ต้นทุนของสินค้าจะสูงกว่าสินค้าทั่วไป ต้นทุนของสินค้าจะอยู่ที่ร้อยละ 60 ของราคาขาย ทั้งนี้จะคำนึงถึงราคาของสินค้าทดแทนมาพิจารณาประกอบการตั้งราคาด้วย

#### 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ร้านจะเป็นลักษณะร้านเดี่ยว (Stand Alone) ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของร้าน ไม่ไกลจากชุมชน โรงเรียน สถานพยาบาล และเป็นเส้นทางที่มีการคมนาคมสัญจรไปมา โดยเฉพาะสถานที่จอดรถที่สะดวก ส่วนการวางผังของร้านจะแสดงสินค้าแบ่งเป็นหมวดหมู่ชัดเจน สามารถหาสินค้าได้ง่าย ไม่นิยม Stock สินค้า เนื่องจากจะทำให้ต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนสูงเกินไป

#### 4. ด้านการส่งเสริมการขาย

ร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพส่วนใหญ่จะแตกต่างด้วยการบริการทำให้ลูกค้าประทับใจ และ ประชาสัมพันธ์โดยการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ คุณค่าของสินค้าสุขภาพ ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ อย่างต่อเนื่อง และจัดกิจกรรมให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมกับทางร้าน เช่น กิจกรรมโยคะ เป็นต้น เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริโภคและร้าน สำหรับการลดราคาสินค้าจะทำการลดใน บางช่วง แต่จะเน้นการจัดหาสินค้าที่มีคุณค่าในสายต่อผู้บริโภคมานำเสนอมากกว่า เช่น ใน เทศกาลปีใหม่ มีการจัดทำกระเช้าสุขภาพ หรือ น้ำดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งรายได้จากการส่งเสริม การขายคิดเป็นร้อยละ 5 ของรายได้ที่มาจากสินค้าหมวดปกติของร้าน (ดูรายละเอียดที่ภาคผนวก)

จากผลการสัมภาษณ์ ทำให้ได้ข้อมูลมาจัดทำนโยบายการจัดส่วนประสมทางการตลาดของ ร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ดังนี้

##### 1. ด้านผลิตภัณฑ์

ร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ส่งเสริมสุขภาพ ที่ใช้หลัก “อาหารเป็นยา” โดยจะพัฒนา อาหารธรรมชาติ ที่ส่งเสริมสุขภาพ เพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค เพิ่มภูมิชีวิต ป้องกันความเจ็บป่วย และสนับสนุนชุมชนผู้ผลิต สำหรับหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกสินค้าเพื่อวางจำหน่ายภายในร้าน ดังนี้

1. คัดเลือกอาหารและพืชผักเกษตรอินทรีย์(Organic) เป็นอันดับแรก ส่วนพืชผักจะ พิจารณาในระดับปลอดสารพิษ และ อนามัย ตามลำดับ
2. คัดเลือกอาหารที่คงคุณค่าตามธรรมชาติ ปรุงแต่งน้อย แบบ Home Made
3. อาหารแปรรูปต้องมีตามมาตรฐานขององค์การอาหารและยา (อย.) บนฉลากผลิต ภัณฑ์
4. จำหน่ายในราคาเหมาะสมคุ้มค่ากับสุขภาพของผู้บริโภค และครอบครัวผู้ผลิต สามารถอยู่ได้
5. เกณฑ์การคัดเลือกพิเศษ สำหรับสินค้าต้องปลอดสารปนเปื้อน 6 ชนิด ได้แก่ สาร เร่งเนื้อแดง บอแรกซ์ โพร์มาลิน สารกันรา สารฟอกขาว และสำหรับสารที่ต้องหลีกเลี่ยง ได้แก่ ผงชูรส วัตถุกันเสีย GMOs

สินค้าสุขภาพภายในร้านจะได้รับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างคุณค่า ให้แก่ผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น สามารถแบ่งเป็นหมวดหมู่ได้ดังนี้

- หมวดผักและผลไม้ ได้แก่ ผัก ผลไม้ระดับเกษตรอินทรีย์ ปลอดสารพิษ และ อนามัย
- หมวดขนม ได้แก่ กุ้งก้ามกราม พืช ผักและผลไม้กรอบ เป็นต้น

- หมวดอาหารรัฐพืช ได้แก่ อาหารเสริมที่ทำจากข้าวกล้อง และรัฐพืชต่าง ๆ เช่น งาดำ โจ๊กข้าวกล้อง เป็นต้น
- หมวดเครื่องดื่ม ได้แก่ ชา สมุนไพรไทย หลากชนิด
- หมวดเครื่องปรุง ได้แก่ น้ำปลา เต้าเจี้ยว กะปิ เป็นต้น เน้นขั้นตอนการผลิตที่เป็นธรรมชาติ ไม่มีสารกันบูด วัตถุกันเสีย และไม่พอกสี
- หมวดยาสามัญประจำบ้าน ที่เป็นสมุนไพรไทย
- หมวดเครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น ยาตีฟัน สบู่ยาสระผม ผงล้างผัก เป็นต้น
- หมวดข้าว ได้แก่ ข้าวกล้องหอมมะลิ ข้าวแดงหอมมะลิ
- หมวดอาหารว่างเพื่อสุขภาพ เช่น ก๋วยเตี๋ยวหลอด ปอเปี๊ยะ สลัดผักผลไม้ น้ำสมุนไพร ชา กาแฟ ที่ปลอดคาเฟอีน น้ำผักและผลไม้สด เบเกอรี่เพื่อสุขภาพ เป็นต้น

สำหรับบริเวณร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพจะคำนึงถึงความสะดวกในเรื่องที่จอดรถ และบริเวณภายในร้านจะได้รับการตกแต่งด้วยบรรยากาศที่มีร่มไม้สร้างความร่มรื่น มีมุมนั่งเล่นสำหรับรับประทานของว่างเพื่อสุขภาพได้ หลักการตกแต่งร้านลักษณะนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ร้านเป็นจุดนัดพบของผู้รักสุขภาพ และแลกเปลี่ยนข้อมูลสุขภาพแก่กัน สิ่งสำคัญที่สุดเรื่องการบริการเพราะได้เน้นการให้บริการที่ให้ความรู้ที่อบอุ่นและความเป็นกันเอง โดยพนักงานจะได้รับการอบรมบุคลิกภาพและส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องสุขภาพเป็นอย่างดี รวมถึงการดูแลความสะอาดภายในและภายนอกร้านด้วย

## 2. ด้านราคา

ราคาของสินค้าสุขภาพโดยทั่วไปเมื่อเทียบกับสินค้าอื่นที่เป็นหมวดสินค้าเดียวกันนั้นอยู่ในระดับสูงกว่าเล็กน้อย เพราะส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสินค้าที่ใช้เครื่องจักรในการผลิต แต่เป็นสินค้าที่มาจากภูมิปัญญาของชุมชนแต่ละแห่งมากกว่า เป็นสินค้าที่เรียกว่า Homemade - Handmade สำหรับกลยุทธ์ที่ใช้ในการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์สุขภาพ คือ กำหนดราคาตามตลาด โดยไม่เสนอราคาที่สูงหรือต่ำกว่าคู่แข่งมากนัก การกำหนดราคาขายขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์นั้นว่ามีคุณค่าอย่างไร มีต้นทุนสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือไม่ และมีต้นทุนการดำเนินงานเป็นอย่างไร การที่กำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ของสุขภาพไม่แตกต่างจากร้านค้าอื่น เพราะธุรกิจสุขภาพเป็นธุรกิจที่ต้องการเครือข่าย เป็นการสร้างพันธมิตรทางการค้าและจะทำให้ผู้รักสุขภาพมีสุขภาพที่ดีทั้งกายและใจมากกว่า แต่จุดที่สามารถสร้างความได้เปรียบอยู่ที่ความสะดวก ความครบครัน และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบริการที่ดีสามารถให้ข้อมูลของการดูแลสุขภาพแก่ผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและเชื่อถือได้

สำหรับร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพนี้ เป็นร้านค้าใหม่ที่เกิดในจังหวัดลำปาง จึงต้องการส่วนครองตลาด ดังนั้นกลยุทธ์ราคาที่ใช้จึงเป็นการตั้งราคาเท่ากับราคาตลาด และวิธีการตั้งราคาแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. การตั้งราคาแบบบวกเพิ่มต้นทุน (Cost – Plus Pricing) สำหรับสินค้าหมวดสินค้าปกติ โดยจะตั้งราคาร้อยละ 40 จากราคาทุน
2. การตั้งราคาตามคุณค่าในสายตาของลูกค้า (Perceived – Value Pricing) สำหรับหมวดสินค้าที่นำเสนอในโอกาสพิเศษ

### 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านจะเป็นลักษณะร้านเดี่ยว (Stand Alone) ทำเลที่ตั้งของร้าน ไม่ไกลจากชุมชน โรงเรียน สถานพยาบาล และเป็นเส้นทางที่มีการคมนาคมสัญจรไปมา สถานที่จอดรถสะดวก เพราะการเลือกซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพ บางครั้งต้องสอบถามรายละเอียดของสินค้า และใช้เวลาสำหรับการศึกษาและเลือกผลิตภัณฑ์ ส่วนการวางผังของร้าน ทำให้ค้นหาสินค้าได้ง่าย ส่วนการจัดแสดงสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ ทำให้สามารถหาสินค้าได้ง่าย

### 4. ด้านการส่งเสริมการขาย

เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ร้านเป็นที่รู้จัก และได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในระยะยาวต่อไปนั้น จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการ โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ดังนี้

#### 1. สื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภครู้ว่า มีร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพทางเลือกใหม่

- แผ่นป้ายโฆษณาตามแยกที่มีการจราจรคับคั่งในระยะเริ่มแรก ช่วงเปิดร้าน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้ว่ามีร้านค้าใหม่ เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับการตัดสินใจ

- แผ่นพับโฆษณา แสดงที่ตั้งร้านค้า บอกถึงสินค้าที่น่าสนใจ โดยแจกตามศูนย์ราชการ องค์กรรัฐวิสาหกิจ ธนาคารพาณิชย์ สถาบันการศึกษา โรงพยาบาล โดยสื่อสารถึงประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อเข้ามาในร้าน

#### 2. สื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ

- แผ่นพับโฆษณาที่ให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารสุขภาพที่ถูกต้อง โดยเป็นแผ่นพับที่มีการนำเสนอหลากหลายรูปแบบ เช่น อันตรายจากการบริโภคอาหารที่ประกอบอาหารแบบไม่ถูกสุขลักษณะ การออกกำลังกายที่ถูกต้อง เป็นต้น

- ภายในร้านจัดให้มีสื่อที่แสดงถึงคุณค่าของสินค้า หรือ เรื่องราวของสินค้าที่มาจากชุมชนแต่ละชุมชน โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และ ไม่น่าเบื่อ

- จัดทำวารสารประชาสัมพันธ์ร้านอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง โดยจะจัดทำในช่วงปลายปี เพื่อขอบคุณลูกค้าของร้าน โดยวารสารดังกล่าวเป็นวารสารที่รวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพ นอกจากนี้ เนื้อหาในวารสารยังได้ให้ลูกค้าทราบถึงความเป็นมา และ ผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาแก่ลูกค้า รวมถึง การแนะนำสินค้าใหม่ เป็นต้น

#### 3. สื่อสารเพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

- จัดให้มีกิจกรรมสาระประโยชน์ ในการส่งเสริมสุขภาพกาย และสุขภาพใจ จากกิจกรรม โยคะ ไทเก๊ก ซี่ง รำตะบอง เป็นต้น และกิจกรรมที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ของครอบครัว

เช่น ทิวทัศน์ชุมชน ทิวทัศน์วัฒนธรรม เป็นต้น แต่ละกิจกรรมจะเป็นประโยชน์ต่อการดูแลสุขภาพในแนวทางที่ถูกต้อง

- จัดหาสินค้าพิเศษจากชุมชน เช่น งานผ้า ที่ทำมาจากสตรีธรรมชาติ เป็นงานหัตถกรรม โดยสินค้าจะนำมาจัดแสดงบอกเล่าเรื่องราวภูมิปัญญาท้องถิ่น และจัดมาจำหน่ายในราคาพิเศษ ตามเทศกาลต่าง ๆ เช่น ของขวัญคุณแม่ เป็นต้น

- สามารถฝากคำถามเกี่ยวกับสุขภาพและการบริโภค โดยจะไปสอบถามผู้รู้ในทุกวงการของสุขภาพ และมารับคำตอบได้เมื่อมาร้านในครั้งต่อมา (ใช้ระยะเวลา 1 วัน สำหรับการหาคำตอบ) (อุษณี กมลพิชัยศิริพร, 2546: ออนไลน์)

- จัดช่วงเวลาสำหรับสินค้าราคาพิเศษในบางครั้ง เช่น การลดราคาสำหรับหมวดเครื่องปรุง หรือ อาหารเสริม เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม สำหรับการประชาสัมพันธ์ที่ดีของธุรกิจร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ คือ การที่ผู้รักสุขภาพไว้วางใจในสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มาก จนมีการบอกต่อถึงคุณภาพของสินค้า สิ่งที่ร้านค้าปลีก รวมถึงร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพต้องคำนึงถึงนั่นคือ การบริการแก่ลูกค้าให้เกิดความประทับใจมากที่สุด ตามหลักว่า ลูกค้าคือคนที่สำคัญที่สุด (Customer is the King) (สุวรรณ หลั่งน้ำสังข์, 2546: สัมภาษณ์)

การประมาณมูลค่ารวมของตลาด การพยากรณ์ยอดขาย และการประเมินค่าใช้จ่ายทางการตลาด

#### กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ครอบครัวที่สนใจสุขภาพในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลำปาง โดยเฉพาะครอบครัวที่มีรายได้เฉลี่ยของครัวเรือนตั้งแต่ 12,000 บาทต่อเดือน ขึ้นไป ซึ่งจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังการซื้อและสอดคล้องกับความสนใจต่อการดูแลสุขภาพ

#### การวิเคราะห์มูลค่ารวมของตลาด

จากสมุดรายงานสถิติจังหวัด ของจังหวัดลำปาง พ.ศ. 2546 มีจำนวนครัวเรือนในอำเภอเมือง จังหวัดลำปางทั้งสิ้น 80,171 ครัวเรือน ประกอบด้วยครัวเรือนในเขตเทศบาลจำนวน 58,079 ครัวเรือน และนอกเขตเทศบาล จำนวน 22,092 ครัวเรือน ในการศึกษาครั้งนี้ ในช่วงแรกของการดำเนินงานจึงมุ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวนครัวเรือนในเขตเทศบาล เพราะทำการประชาสัมพันธ์ได้ง่ายกว่า นอกจากนี้กลุ่มครัวเรือนที่มีอาชีพเป็นลูกจ้าง ผู้ปฏิบัติงานวิชาชีพ วิชาการ นักบริหาร เสมียนพนักงาน โดยกลุ่มดังกล่าวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เท่ากับ 17,816 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15.82 ของครัวเรือนทั้งหมด และ กลุ่มครัวเรือนที่ดำเนินธุรกิจเป็นของตนเองที่ไม่ใช่การเกษตร โดยกลุ่มดังกล่าวมีรายได้เฉลี่ยของครัวเรือนเท่ากับ 13,417 บาท ต่อเดือน คิดเป็นกลุ่มครัวเรือน ร้อยละ 19.4 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมด สำหรับโครงการมีกลุ่มประชากรเป้าหมายเป็นจำนวนครัวเรือนใน

เขตเทศบาล ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 12,000 บาท ขึ้นไป ดังนั้นจึงสามารถคำนวณจำนวนครัวเรือนเป้าหมายได้เท่ากับ 20,455 ครัวเรือน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2546) (ดูรายละเอียดการคำนวณที่ภาคผนวก)

ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า ผู้บริโภคปัจจุบันมากกว่าร้อยละ 48 หันมาใช้วิถีทางธรรมชาติในการบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วยแทนการพบแพทย์ (อุษณี กมลศิริพิชัยพร, 2546: ออนไลน์)

จำนวนครัวเรือนที่หันมาใช้ในสุขภาพของตนเอง เท่ากับ  $(20,455 \times 48\%) = 9,819$  ครัวเรือน

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเมื่อ 3 - 5 ตุลาคม 2546 พบว่า ลูกค้าของร้านมีความถี่ในการซื้อสินค้า อย่างน้อยเดือนละ 2 ครั้ง และ ปริมาณการซื้อสินค้าใน 1 ครั้ง โดยเฉลี่ยเท่ากับ 120 บาท (ราคาของร้านค้าของที่เกิดจากการรวมกลุ่มของสหกรณ์ในจังหวัดลำปาง) (ดูรายละเอียดที่ภาคผนวก)

ดังนั้น สามารถคำนวณมูลค่ารวมของตลาด ได้เท่ากับ  $9,819 \times 2 \times 120 = 2,356,560$  บาท ต่อเดือน

มูลค่ารวมของตลาดต่อปี เท่ากับ  $2,356,560 \times 12 = 28,278,720$  บาท

#### การพยากรณ์ยอดขาย

จากการประมาณการมูลค่ารวมของตลาด มีเป้าหมายที่ต้องการส่วนแบ่งทางการตลาด เท่ากับ ร้อยละ 10 จึงสามารถประมาณการยอดขายของโครงการ ดังนี้

ในการประมาณการรายได้ แบ่งรายได้เป็น 2 ส่วน ตามวิธีการตั้งราคาสินค้า ส่วนแรก เป็นรายได้จากการขายสินค้ารายการตามหมวดปกติ ซึ่งในการตั้งราคาสินค้าจะใช้วิธีบวกเพิ่มต้นทุน (Cost - Plus Pricing)

ยอดขาย =  $28,278,720 \times 10\%$   
= 2,827,872 บาท ต่อปี

ส่วนที่สอง จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้า เมื่อ 3 - 5 ตุลาคม 2546 รายได้อื่น ๆ ที่มาจากการจัดขายสินค้าพิเศษในช่วงเทศกาลสำคัญ หรือ การจัดกิจกรรมที่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เป็นการตั้งราคาตามคุณค่าในสายตาของลูกค้า (Perceived - Value Pricing) รายได้ในส่วนนี้ จะประมาณการคิดเป็น ร้อยละ 5 ของรายได้หลัก (ดูรายละเอียดในภาคผนวก) ดังนั้น ในปีแรก กิจการมีรายได้อื่น ๆ เท่ากับ  $2,827,872 \times 5\% = 141,393.6$  บาท หรือ 141,394 บาท (ปัดเศษ)

รายได้รวมทั้งหมด สำหรับปีแรก เท่ากับ  $2,827,872 + 141,394 = 2,969,266$  บาท

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจมีอัตราการเจริญเติบโตของตลาดอาหารสุขภาพร้อยละ 10 (วารสาร สิริปิตุภูมิ, 2546: ออนไลน์) ดังนั้นในการประมาณการยอดขายของโครงการ จึงมี

มีกำหนดให้ยอดขายเพิ่มขึ้นตามอัตราการเจริญเติบโตมาคำนวณ สำหรับประมาณการยอดขายที่คำนวณได้ตลอดอายุโครงการ จึงเท่ากันทุกปี ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประมาณการยอดขายปีที่ 1 - 5

ปีที่ดำเนินการ	ยอดขายต่อปี (บาท)		
	รายได้ส่วนที่ 1	รายได้ส่วนที่ 2	รวมรายได้
1	2,827,872	141,394	2,969,266
2	3,110,659	155,533	3,266,192
3	3,421,725	171,086	3,592,811
4	3,763,898	188,195	3,952,093
5	4,140,288	207,014	4,347,302

#### การประมาณค่าใช้จ่ายทางการตลาด

การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขาย เช่น การจัดทำป้ายและแผ่นพับโฆษณา การประชาสัมพันธ์ภายในร้าน การจัดทำวารสารของร้าน เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้รวม การฝึกอบรมด้านการขายแก่พนักงานด้วย การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ นี้ ได้แสดงรายละเอียดทางการตลาด ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 รายละเอียดกิจกรรมทางการตลาด ปีที่ 1

กิจกรรม	รายละเอียด
1. แผ่นป้ายโฆษณา	แสดงรายละเอียดของที่ตั้งร้าน และสินค้าที่นำมาจัดจำหน่าย ดังตามแยกที่มีการจราจรคับคั่งดำเนินการติดช่วงแรกของการเปิดร้าน และติดตั้งเป็นประจำ โดยดำเนินการปีละ 2 ครั้ง
2. แผ่นพับโฆษณา (แจกตามองค์กรต่าง ๆ)	แสดงที่ตั้งร้านและสินค้าที่นำมาจัดจำหน่าย ดำเนินการปีละ 2 ครั้ง
3. แผ่นพับ (แจกในร้าน)	นำเสนอข้อมูลสุขภาพ และ สินค้าแนะนำ จัดทำทุกเดือน
4. สื่อภายในร้าน (Display)	นำเสนอข้อมูลสุขภาพ และ สินค้าแนะนำ จัดทำทุกเดือน
5. จัดทำวารสารของร้าน	รวบรวมข้อมูลของร้านทำปีละ 2 ครั้ง เพื่อขอบคุณลูกค้า
6. อบรมพนักงาน	ส่งไปอบรมเรื่องสุขภาพ และ บุคลิกภาพ
7. สำรอง	กรณีออกงานของจังหวัดหรือสื่อวิทยุหรือสื่อสิ่งพิมพ์

โครงการได้ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด เท่ากับร้อยละ 5 ของยอดขายรวม (ดูรายละเอียดที่ภาคผนวก) ดังนั้นข้อมูลประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาดปีที่ 1 - 5 รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาดปีที่ 1 – 5

ปีที่ดำเนินการ	ยอดขายรวม (บาท)	ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด (บาท)
1	2,969,266	148,463
2	3,266,192	163,310
3	3,592,811	179,641
4	3,952,093	197,605
5	4,347,302	217,365

### การวิเคราะห์ด้านเทคนิค

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค จะทำให้ทราบข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการดำเนินกิจการ โดยจะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการต่อไป โดยจะทำการศึกษาดังนี้

1. การเลือกทำเลที่ตั้ง
2. การวางผังของกิจการ และการจัดวางสินค้า
3. ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการลงทุนตามช่วงระยะเวลาของการลงทุน ได้แก่
  - 3.1 ระยะเวลาก่อนการดำเนินงาน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน
  - 3.2 ระยะเวลาช่วงการลงทุน ได้แก่ การลงทุนในสิ่งปลูกสร้าง ยานพาหนะ สิ้นทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการดำเนินงาน เงินทุนหมุนเวียน ค่าเสื่อมราคา เป็นต้น
  - 3.3 ระยะเวลาการดำเนินงาน ได้แก่ ต้นทุนสินค้า ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร รวมเงินเดือน เป็นต้น
4. การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ ได้แก่ สินค้าคงคลัง เงินสด
5. การจัดซื้อและควบคุมสินค้าคงเหลือ

#### 1. การเลือกทำเลที่ตั้ง

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ สรุปได้ว่า การเลือกทำเลที่ตั้งเป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รูปแบบของร้านที่เป็นลักษณะร้านเดี่ยว (Stand Alone) เพราะร้านจัดเป็นร้านที่จำหน่ายสินค้าและบริการแก่ลูกค้า ประกอบกับการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว จึงต้องให้ความสนใจแก่ลูกค้ามากที่สุด ดังนั้น การเลือกทำเลที่ตั้ง จึงมีปัจจัยที่ควรคำนึงถึง ดังต่อไปนี้

##### 1. ที่จอดรถ

ร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ เป็นร้านที่จำหน่ายสินค้าที่ได้รับการสื่อสารให้เข้าใจ จึงเป็นสินค้าที่ต้องใช้เวลาสำหรับการเลือก ดังนั้น ลูกค้าควรได้รับความสะดวกในการจอดรถ ที่ตั้งของโครงการจึงควรมีพื้นที่มากพอที่จะให้ลูกค้าจอดรถได้



## 2. การคมนาคม

เส้นทางสัญจรของที่ตั้งโครงการ ควรมีการจราจรอย่างสม่ำเสมอ เส้นทางนั้นจะต้องมีถนนที่ดี และทิศทางที่ตั้งควรอยู่บนฝั่งถนนที่คนใช้เป็นเส้นทางกลับบ้าน เพราะการเลือกเส้นทางที่การคมนาคมสะดวก และมีผู้ใช้เส้นทางพอควร จะทำให้โอกาสที่ลูกค้าจะสนใจเข้ามาในร้านมีสูง

## 3. สภาพแวดล้อมบริเวณใกล้เคียง

ร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ ควรคำนึงถึงสภาพแวดล้อมบริเวณนั้น โดยพิจารณาสถานที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ สถานศึกษา โรงพยาบาล ชุมชน ธนาคาร ศูนย์ราชการ เป็นต้น ทั้งนี้เพราะจะทำให้ลูกค้าเดินทางมาโดยไม่เสียเวลามาก

## 4. ที่ดินและอาคาร

การเลือกตำแหน่งของร้านค้านั้น ควรพิจารณาถึงความเหมาะสมของที่ดิน เช่น ที่ดินและอาคารเพียงพอสำหรับการเช่า หรือ ซื้อ เพื่อประกอบการหรือไม่ นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งโครงการควรมีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่ดี

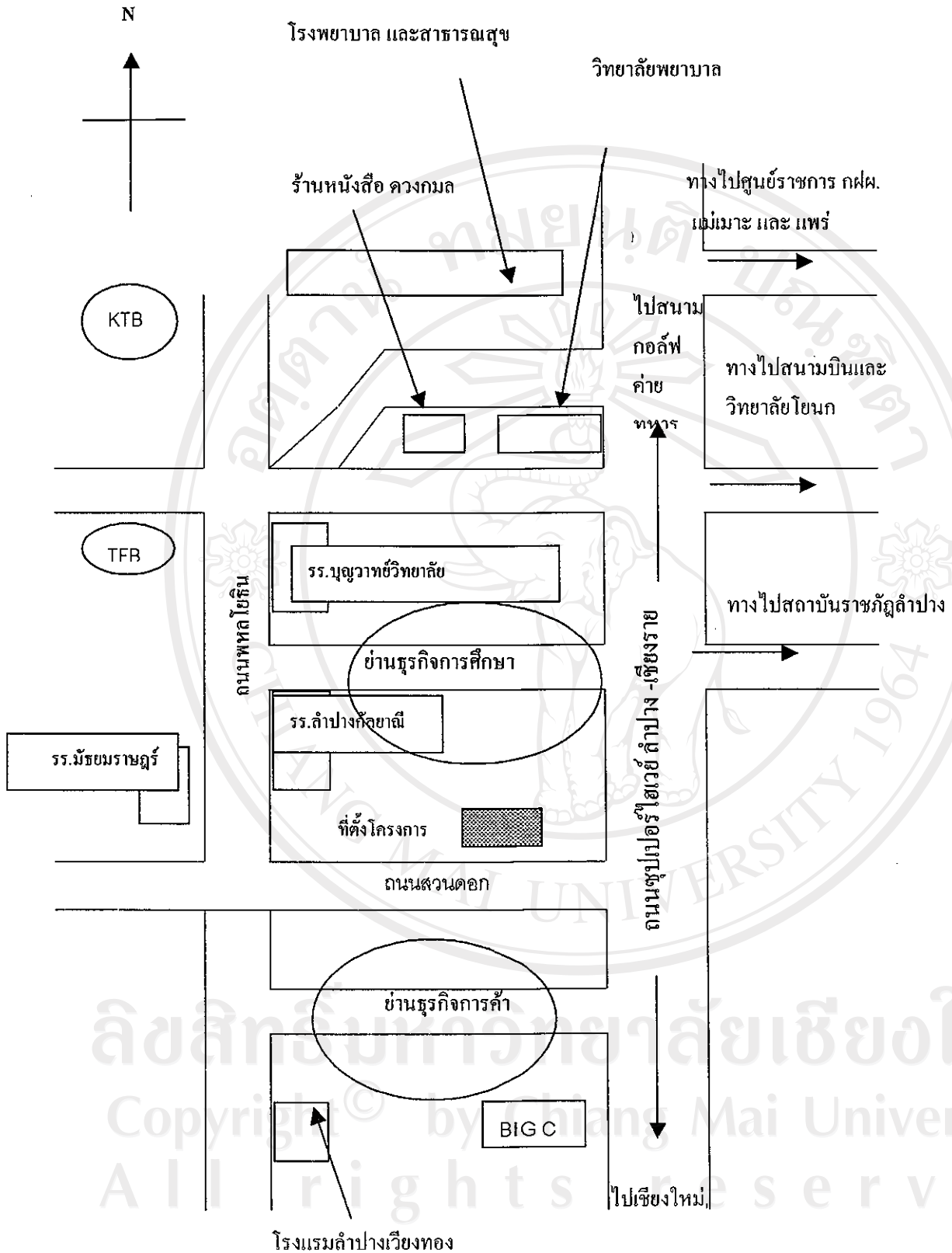
จากการพิจารณาปัจจัยที่ควรคำนึงถึง สำหรับการเลือกทำเลที่ตั้งดังกล่าว พบว่า ที่ดินในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง บริเวณที่ตั้งอยู่บนถนน สวนดอก ตัดผ่านหมู่บ้านเขलगค์นิเวศน์ ซึ่งปัจจุบันเป็นเส้นทางที่ได้รับความนิยมจากประชาชนสำหรับใช้เดินทาง มีความเหมาะสมอยู่ (แผนที่ที่ตั้งโครงการแสดงไว้ในภาพที่ 3) เนื่องจาก

1. ทำเลที่ตั้งติดถนนของหมู่บ้านเขलगค์นิเวศน์ ขนาดถนนกว้าง 9 เมตร และ ช่องจราจรกว้าง 6 เมตร ไหล่ถนนสามารถจอดรถได้สะดวก ไม่เป็นอันตราย และไม่กีดขวางการจราจร นอกจากนี้ บริเวณด้านหลังของที่ดินที่ตั้งโครงการ มีที่ว่างอยู่ สามารถจอดรถได้อีก หากเกิดกรณีที่จอดรถไม่เพียงพอ สามารถติดต่อเช่าที่ดินบริเวณด้านหลังได้ แต่ที่ตั้งโครงการปัจจุบันสามารถจอดรถบริเวณไหล่ถนนได้อย่างไม่เป็นอันตราย

2. ถนนด้านหน้าที่ตั้งโครงการ ปัจจุบันเป็นเส้นทางที่มีผู้คนสัญจรไปมาเป็นจำนวนมาก เนื่องจาก การจราจรไม่ติดขัด เดินทาง 2 ทาง และ สภาพถนนดี ไม่เกิดน้ำท่วม

3. ทำเลดังกล่าวอยู่ไม่ไกลจากสถาบันการศึกษา โรงพยาบาล สถานข้าราชการ แหล่งชุมชน และไม่ไกลจากสถาบันการเงิน ดังนั้น ลูกค้าจึงไม่เสียเวลาในการเดินทาง และ ทางร้านมีความสะดวกในการทำธุรกรรม รวมถึง การประชาสัมพันธ์โดยแจกแผ่นพับโฆษณา ที่เต็มไปด้วยเนื้อหาเรื่องการดูแลสุขภาพ แก่ลูกค้าเป้าหมายได้ง่าย

4. ทำเลดังกล่าว เป็นที่ดินส่วนบุคคล ประกอบด้วยพื้นที่ 90 ตารางวา มีสิ่งปลูกสร้างเป็นบ้านครึ่งตึกครึ่งไม้ 2 ชั้น เป็นส่วนพื้นที่ของบ้าน ประมาณ 50 ตารางวา ที่เหลือเป็นสนาม มีต้นไม้ใหญ่ให้ความร่มรื่น นอกจากนี้ยังมีสาธารณูปโภคครบครัน บ้านหลังดังกล่าวเคยเปิดเป็นร้านอาหารมังสวิรัตมาก่อน แต่ปัจจุบันเจ้าของย้ายไปอยู่กรุงเทพ จึงมีความประสงค์ที่จะขาย หรือ ให้เช่า สำหรับบ้านหลังดังกล่าว ราคาเช่าไม่สูงมากจนเกินไป



ภาพที่ 3 แสดงทำเลที่ตั้งโครงการของร้านธุรกิจร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

## 2. การวางผังของร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ และ การจัดวางสินค้า

### 2.1 การวางผังของร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ

เนื่องจากทำเลที่ตั้งที่เลือก มีสิ่งปลูกสร้างเป็นบ้าน 2 ชั้น ดังนั้น การใช้พื้นที่สำหรับดำเนินกิจการ จะแบ่งเป็น 4 ประเภท ตามลักษณะการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ ดังนี้

#### 1. พื้นที่สำหรับการจัดแสดงสินค้า โดยแบ่งตามหมวดหมู่ ดังนี้

1.1 หมวดผักและผลไม้ ได้แก่ ผัก ผลไม้ระดับเกษตรอินทรีย์ ปลอดสารพิษ และ อนามัย

1.2 หมวดขนม ได้แก่ คุกกี้ธัญพืช ขนมปังโฮลวีท ผักและผลไม้กรอบ ขนมสมุนไพรเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

1.3 หมวดอาหารธัญพืช ได้แก่ อาหารเสริมที่ทำจากข้าวกล้อง และธัญพืชต่าง ๆ เช่น งาดำ โจ๊กข้าวกล้อง เป็นต้น

1.4 หมวดเครื่องดื่ม ได้แก่ ชา สมุนไพรไทย หลากชนิด

1.5 หมวดเครื่องปรุง ได้แก่ น้ำปลา เต้าเจี้ยว กะปิ เป็นต้น เน้นขั้นตอนการผลิตที่เป็นธรรมชาติ ไม่มีสารกันบูด วัตถุกันเสีย และไม่ฟอกสี

1.6 หมวดยาสามัญประจำบ้าน ที่เป็นสมุนไพรไทย

1.7 หมวดเครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น ยาตีพื้น สบู่ ยาสระผม น้ำยาล้างจาน ผงล้างผัก เป็นต้น

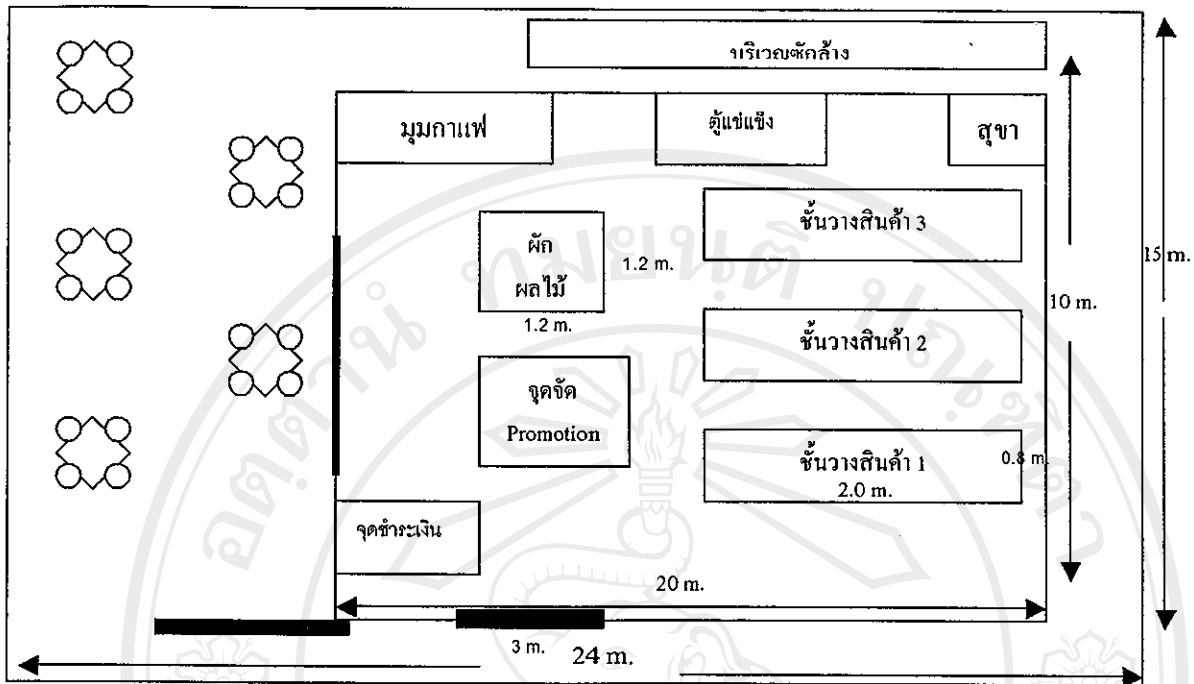
1.8 หมวดข้าว ได้แก่ ข้าวกล้องหอมมะลิ ข้าวแดงหอมมะลิ

1.9 หมวดอาหารว่างเพื่อสุขภาพ (อาหารสด) เช่น ถั่วยัดเย็ดหลอด ปอเปี๊ยะ สลัดผักผลไม้ น้ำสมุนไพร ชา กาแฟที่ปลอดคาเฟอีน น้ำผักและผลไม้สด เป็นต้น

2. พื้นที่สำหรับการให้บริการลูกค้า ได้แก่ บริเวณจุดชำระเงิน บริเวณจัดแสดงสินค้าที่ได้รับความนิยม หรือ สินค้าที่จัดโปรโมชัน เป็นต้น

3. พื้นที่สำหรับการนั่งรับประทานอาหารเช้าในร้าน (Tea Corner) โดยจะจัดโต๊ะสำหรับลูกค้านั่งในบริเวณด้านนอกร้าน และมีจุดวางสินค้าอาหารเช้าภายในร้าน นอกจากนี้ทางร้านยังได้จัดหนังสือ นิตยสารสำหรับลูกค้าสามารถอ่านได้

4. พื้นที่สำหรับสำนักงาน ชั้นบนของอาคาร มี 2 ห้อง โดยจะใช้ห้องหนึ่งเป็นสำนักงาน ส่วนอีกห้องหนึ่ง สำหรับการจัดกิจกรรมเมื่อจำเป็น เช่น กิจกรรมโยคะ เป็นต้น



ภาพที่ 4 ภาพแสดงการใช้พื้นที่ภายใน ที่จัดแสดงสินค้า

## 2.2 การจัดวางสินค้า

จากภาพที่ 4 สามารถอธิบายเพิ่มเติมของการจัดวางสินค้าได้ดังนี้

1. ชั้นวางสินค้า 1, 2, 3 เป็นชั้นโครงเหล็ก ส่วนที่วางสินค้าทำจากไม้ยางพารา ขนาดกว้างและยาว เท่ากับ 0.8 และ 2.0 เมตรตามลำดับ สามารถปรับระดับได้ เพื่อให้พอดีกับความสูงของสินค้า โดยแบ่งเป็นชั้นวางสินค้า 5 ชั้น ส่วนด้านหัวและด้านท้ายของชั้นวางสามารถจัดแสดงสินค้าได้ แต่เพื่อไม่ให้เกิดการสั่งซื้อสินค้ามากเกินไป ด้านท้ายของชั้นวาง จะจัดกระดานรูปภาพให้แก่ลูกค้า สำหรับถาม - ตอบ ปัญหาสุขภาพ และเผยแพร่ความรู้สุขภาพให้ทันตามกระแสและวิทยาการ ดังนั้นจึงทำการจัดวางสินค้าแบ่งตามหมวดของสินค้าดังนี้

- ชั้นวางสินค้า 1 ด้านติดถนน หมวดสินค้าที่นำมาจัดวางได้แก่ หมวดเครื่องใช้ในครัวเรือน ประเภท สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม ส่วนด้านติดกับชั้นวางสินค้า 2 จัดวางสินค้าหมวดเครื่องปรุง ไร่ที่ชั้น 1-3 (จากชั้นบนสุด) หมวดข้าว จัดวางที่ชั้น 4-5 ด้านหัวของชั้นวางสินค้า 1 นำยาสามัญประจำบ้าน ที่ทำมาจากสมุนไพร

- ชั้นวางสินค้า 2 ด้านติดกับชั้นวางสินค้า 1 จัดวางอาหารธัญพืช ส่วนด้านที่ติดกับชั้นวางสินค้า 3 จัดวางสินค้าหมวดเครื่องดื่มน้ำประเภทสำเร็จรูป เช่น ชา สมุนไพร

น้ำผึ้ง นำสินค้าขายแนะนำของร้าน ด้านหัวของชั้นวาง นำสินค้าที่แนะนำของช่วงเดือนวางจำหน่าย

- ชั้นวางสินค้า 3 ด้านติดกับชั้นวางสินค้า 2 จัดวางสินค้าหมวดขนม โดยเป็นขนมประเภทผัก/ผลไม้แปรรูป สาหร่าย ด้านติดกับตู้แช่ เป็นขนมประเภท Home Made เช่น คุกกี้สมุนไพร์ เป็นต้น ด้านหัวนำสินค้าประเภทขนมปังรสต่าง ๆ เช่น ผักโขม สาหร่าย ข้าวโอ๊ต ฟักทองมาจัดวาง

2. ตู้แช่แข็ง เป็นตู้ทำความเย็นที่ด้านหน้าสามารถหยิบสินค้าได้เลย จะนำสินค้าประเภทเครื่องดื่ม นม โยเกิร์ต ชาเขียว น้ำเปล่า และแบ่งพื้นที่บางส่วนสำหรับเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ เช่น เค้กแครอท เค้กมะตูม เป็นต้น และยังมีผักและผลไม้บางประเภทที่ต้องวางไว้ในที่เย็น เช่น ผักสด ที่ซั่วง่าย เป็นต้น

3. กะบะผักและผลไม้ ทำมาจากไม้ ขนาด 1.2 x 1.2 เมตร สามารถจัดวางสินค้าประเภทผักและผลไม้ได้หลายประเภท เป็นสินค้าที่ไม่ต้องแช่เย็น เช่น ลูกแก้วมังกร แดงโม เป็นต้น

4. จุดจัดแสดงสินค้าราคาพิเศษ เป็นพื้นที่สำหรับจัด Display สินค้าที่ต้องการแนะนำเป็นพิเศษ เช่น ช่วงเทศกาลวันแม่ อาจนำของขวัญให้แม่ มาให้ลูกค้าได้เลือกหากัน (แต่ถ้าช่วงใดไม่มีการจัดสินค้าพิเศษ พื้นที่ดังกล่าวจะเป็นพื้นที่วางเปล่า ไม่มีการใช้งาน)

5. จุดรับชำระเงิน เพื่อชำระค่าสินค้า

6. มุมกาแฟ เป็นมุมที่บริการสินค้าประเภทอาหารสด เช่น น้ำผัก และ ผลไม้ แยกจาก โจ๊ก ซุปธัญพืช และ ก๋วยเตี๋ยวหลอด ถ้าเป็นอาหารร้อน จะทำการอุ่นได้

7. มุมสำหรับลูกค้านั่งพักผ่อน หรือ รับประทานอาหารว่าง จะมีโต๊ะจัดให้ลูกค้านั่งได้ประมาณ 5-8 โต๊ะ

### 3. ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการลงทุนตามช่วงระยะเวลาของการลงทุน

#### 3.1 ระยะเวลาก่อนการดำเนินงาน

##### ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

ก่อนการดำเนินงานธุรกิจ กิจการต้องมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น สำหรับการเตรียมการเปิดธุรกิจ ตามโครงการมีค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน จำนวน 200,000 บาท ดังแสดงดังตารางที่ 4 สำหรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานนั้น กิจการจะนำไปตัดบัญชีตามอายุโครงการ คือ 5 ปี ดังนั้นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตัดจ่ายแต่ละปี จึงเท่ากับ 40,000 บาท สำหรับรายละเอียดของค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ดังจะแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 รายละเอียดค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

รายการ	ประมาณการค่าใช้จ่าย(บาท)
1.ค่าใช้จ่ายการจดจำนอง	10,000
2.ค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อและขายที่ดิน	16,000
3.ค่าตกแต่งร้าน (ตารางที่ 5)	160,000
4.ค่าธรรมเนียมการให้กู้ (1% ของวงเงินจำนอง)	10,000
5.ค่าประเมินหลักทรัพย์	4,000
<b>รวม</b>	<b>200,000</b>

ค่าตกแต่ง

ประมาณการค่าใช้จ่ายค่าตกแต่ง ในการปรับปรุงสิ่งปลูกสร้างเพื่อกำหนดเปิดร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ มีรายละเอียดดังแสดงไว้ในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ประมาณการค่าใช้จ่ายสำหรับปรับปรุงตกแต่งร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ

รายการ	ประมาณการค่าใช้จ่าย (บาท)
1. ค่าปรับปรุงประตูใหม่ ให้มีขนาดกว้างกว่าเดิม โดยประตูใหม่เป็นกระจก ด้านหน้าทางเข้า และ ด้านข้างสำหรับเดินออกด้านข้าง (เหมาจ่าย)	30,000
2. ค่าปูพื้นกระเบื้องยาง 200 ตร.ม. (50 ตร.วา x 4) @ 300 บาท	60,000
3. ค่าจัดทำป้ายชื่อร้านพร้อมติดตั้ง	5,000
4. ค่าทาสีสิ่งปลูกสร้าง และ รั้ว (เหมาจ่าย)	20,000
5. ระบบไฟฟ้าพร้อมค่าติดตั้ง	20,000
6. ค่าปูพื้นบล็อกจากคอนกรีต (เหมาจ่าย)	15,000
7. อื่น ๆ	10,000
<b>รวม</b>	<b>160,000</b>

### 3.2 ระยะเวลาการลงทุน ได้แก่

#### ที่ดินและพร้อมสิ่งปลูกสร้าง

การลงทุนในที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในระยะเริ่มแรกจะใช้เงินลงทุนสูง หากกิจการทำการเช่า โดยทำสัญญาเป็นระยะนั้น อาจเกิดผลเสียได้ในระยะยาว เมื่อเจ้าของที่ดินต้องการที่ดินคืนหรือมีผู้ต้องการซื้อที่ดินดังกล่าว เป็นความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ประกอบกับอัตราค่าเช่ามีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้น และการปรับปรุง ตกแต่งเพิ่มเติมต้องขออนุญาตจากเจ้าของเสียก่อน ดังนั้นจึงควรลงทุนในที่ดินและสิ่งปลูกสร้างโดยเป็นเจ้าของเอง เพื่อป้องกันปัญหาดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นในระยะยาว

ทำเลที่ตั้งของโครงการที่ได้เลือกไว้แล้วนั้น มีพื้นที่ 90 ตารางวา เป็นพื้นที่ของสิ่งปลูกสร้างประมาณ 50 ตารางวา ราคาเสนอขายที่เจ้าของกิจการต้องการขายรวมกับสิ่งปลูกสร้างเท่ากับ 1,500,000 บาท (เป็นราคาที่ต้องการเสนอขายด่วน)

ต้นทุนสำหรับการลงทุนในสิ่งปลูกสร้าง เท่ากับ 1,500,000 บาท

#### การลงทุนในสินทรัพย์ถาวรอื่น ๆ

สินทรัพย์ถาวรอื่น ๆ ที่กิจการจำเป็นต้องใช้ มีรายการดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 รายการของสินทรัพย์ถาวรอื่น ๆ

สินทรัพย์ที่มีความจำเป็นต้องใช้	ประมาณการค่าใช้จ่าย(บาท)
1. ชั้นวางสินค้า 3 ชุด @ 8,000 บาท	24,000
2. เคาเตอร์มุม tea corner	7,000
3. เครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ใช้ในมุม tea corner เช่น ไมโครเวฟ หม้ออุ่นอาหาร เครื่องแยกกาก เป็นต้น	15,000
4. ตู้แช่แข็งแบบเปิด	30,000
5. โต๊ะสำหรับจัด Display	3,000
6. ชุดโต๊ะนั่งรับประทานอาหาร 5 ชุด @ 500 บาท	2,500
7. ที่วีขนาด 21 นิ้ว 1 เครื่อง (สำหรับจัดกิจกรรม)	8,000
8. เครื่องเสียง 1 ชุด	10,000
9. ชุดอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ต่อพ่วงได้แก่เครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง เครื่องรับเงินสด โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับใช้งาน พร้อมค่าใช้จ่ายในการจัดหาและติดตั้ง	50,000
10. ชุดโต๊ะชำระเงิน	4,000
10. โทรศัพท์/โทรสาร	10,000

11.เครื่องPrinter 1 เครื่อง	5,000
12. โต๊ะทำงาน 2 ชุด @ 1,500 บาท	3,000
13.เบ็ดเตล็ด	8,500
<b>รวม</b>	<b>180,000</b>

#### ยานพาหนะ

ตามโครงการได้ลงทุนในยานพาหนะ เป็นรถกระบะใช้แล้ว สภาพดี ไว้สำหรับใช้งานของร้าน หรือบรรทุกของ เป็นจำนวนเงิน 350,000 บาท คิดค่าเสื่อมราคา 5 ปี โดยจะแสดงรายละเอียดการตัดค่าเสื่อมราคา ในตารางที่ 7

#### เงินทุนหมุนเวียน

เงินทุนหมุนเวียนเริ่มต้นสำหรับ โครงการเริ่มต้นเท่ากับ 200,000 บาท เป็นเงินลงทุนที่ในสินค้าที่นำมาจะนำมาจัดจำหน่ายก่อนเริ่มเปิดดำเนินการ

#### การคำนวณค่าเสื่อมราคา

เนื่องจากเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรของกิจการ ประกอบด้วย ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง สินทรัพย์ถาวรอื่น และยานพาหนะ อายุโครงการเท่ากับ 5 ปี ดังนั้นจึงตัดค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ถาวรที่ลงทุน เท่ากับอายุของกิจการ (อัตราค่าเสื่อมราคาเท่ากับร้อยละ 20) จึงสามารถคำนวณค่าเสื่อมราคาได้ดังตารางที่ 7 และค่าเสื่อมราคาที่จะนำไปแสดงการคำนวณรวมกับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ในตารางที่ 9

#### ตารางที่ 7 แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคา

หน่วย:บาท

รายการ	อัตราค่าเสื่อมราคา	มูลทรัพย์สินค้า	ค่าเสื่อมราคาต่อปี
สิ่งปลูกสร้าง	5	1,500,000	300,000
สินทรัพย์ถาวรอื่น (ตารางที่ 4)	5	180,000	36,000
ยานพาหนะ	5	350,000	70,000
<b>รวมค่าเสื่อมทั้งหมด</b>		<b>2,030,000</b>	<b>406,000</b>

#### สรุปต้นทุนของโครงการระหว่างการลงทุน

1.ต้นทุนของสิ่งปลูกสร้าง	1,500,000	บาท
2.สินทรัพย์ถาวรอื่น (ตารางที่ 6)	180,000	บาท
3.ยานพาหนะ	350,000	บาท
4.เงินทุนหมุนเวียน	200,000	บาท
<b>รวม</b>	<b>2,230,000</b>	<b>บาท</b>



### 3.3 ระยะเวลาระหว่างการดำเนินงาน ประกอบด้วย

#### ต้นทุนสินค้าขาย

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เมื่อ 3 – 5 ตุลาคม 2546 พบว่า ต้นทุนของสินค้าส่วนใหญ่อยู่ที่ร้อยละ 60 ของราคาขาย (ดูรายละเอียดที่ภาคผนวก) ทั้งนี้ เนื่องจากสินค้าดังกล่าวไม่ใช่สินค้าอุตสาหกรรม ในกระบวนการผลิตจึงเป็นงานฝีมือแทบทั้งสิ้น และผู้ขายสินค้าแต่ละรายไม่ได้ผลิตแต่เฉพาะในภาคเหนือเท่านั้น ยังมีผู้ผลิตในภาคอื่น ๆ บางรายการ ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการจัดหาสินค้า และ ต้นทุนสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต้นทุนที่กล่าวมาเป็นต้นทุนของการดำเนินงาน ที่กิจการต้องรับภาระ ดังนั้น เมื่อสินค้าหายาก และอายุของสินค้าแต่ละประเภทค่อนข้างสั้น เนื่องจาก ไม่ไต่วัฏฏกันเสีย ทำให้สินค้าประเภทสุขภาพจึงมีราคาสูงกว่าสินค้าที่ผลิตจากอุตสาหกรรมโดยทั่วไป ดังนั้นในการคำนวณต้นทุนของสินค้าขายครั้งนี้ จึงกำหนดต้นทุนการขายของสินค้าเท่ากับร้อยละ 60 ของยอดขาย ตามที่ได้ทำการสัมภาษณ์มา ในการประมาณการยอดขายครั้งนี้ ไม่กำหนดให้ยอดขายเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีปัจจัยเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างดำเนินธุรกิจ ดังนั้น ต้นทุนของสินค้าในครั้งนี้ที่คำนวณได้ จึงเท่ากันทุกปีตลอดอายุโครงการเช่นกัน โดยแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงการคาดคะเนต้นทุนของสินค้า

หน่วย:บาท

ปีที่	ยอดขายรวม	ต้นทุนของสินค้า
1	2,969,266	1,781,559
2	3,266,192	1,959,715
3	3,592,811	2,155,687
4	3,952,093	2,371,256
5	4,347,302	2,608,381

#### ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

นอกจากการคำนวณต้นทุนสินค้าขายแล้ว ในการดำเนินงานของร้าน จะมีค่าใช้จ่ายสำหรับการขายและบริหารงาน ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังแสดงในตารางที่ 9

## ตารางที่ 9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปีที่ 1-5

หน่วย:พันบาท

	% ยอด ขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1.เงินเดือน (ตารางที่ 11)		176,400	185,220	194,481	204,205	215,415
2.ค่าไฟฟ้าและปะปา	3.00	89,078	97,986	107,784	118,563	130,419
3.ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	0.70	20,785	22,863	25,150	27,665	30,431
4.ค่าโทรศัพท์และค่าติดต่อสื่อสาร	0.87	25,833	28,416	31,257	34,383	37,822
5.ค่าน้ำมัน	0.55	16,331	17,964	19,760	21,737	23,910
7.ค่ารักษาพยาบาล	0.20	5,939	6,532	7,186	7,904	8,695
8.ค่าซ่อมแซม	0.50	14,846	16,331	17,964	19,760	21,737
9.ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ตารางที่ 3)	5.00	148,463	163,310	179,641	197,605	217,365
10.ค่าเสื่อมราคาสั่งปลูกสร้าง		300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
12.ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวรอื่น		36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
11.ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ		70,000	70,000	70,000	70,000	70,000
13.ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานตัดจ่าย		40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
14.ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	0.50	14,846	16,331	17,964	19,760	21,737
<b>รวม</b>		<b>958,521</b>	<b>1,000,953</b>	<b>1,047,187</b>	<b>1,097,582</b>	<b>1,152,530</b>

หมายเหตุ 1.เงินเดือนพนักงาน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี  
2.รายการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่แสดงอัตราส่วนการคำนวณค่าใช้จ่าย  
ตัวเลขดังกล่าวได้มาจากการอัตราค่าใช้จ่ายการขายและบริหารเฉลี่ยของปีที่ 2544 และ ปี 2545 จาก  
รายงานการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2545 ของ สหกรณ์เลมอนฟาร์มพัฒนา จำกัด (ดูรายละเอียด  
ที่ภาคผนวก)

## เงินเดือนพนักงาน

ตามโครงการ ร้านจะเปิดดำเนินการ ตั้งแต่เวลา 09.00 - 19.00 น. และมี

พนักงานดูแลร้าน ทั้งหมด 3 คน โดยมีตำแหน่งดังนี้

1. พนักงานร้าน จำนวน 2 คน แบ่งทำงานเป็น 2 ช่วง

ช่วงที่ 1 เช้า 08.30 - 14.30 น.

ช่วงที่ 2 บ่าย 13.30 - 19.30 น.

โดยจะได้รับเงินเดือน เท่ากับ 3,600 บาท สำหรับคุณสมบัติของพนักงาน

ร้าน มีดังนี้

- วุฒิกการศึกษา ระดับ ปวช. หรือ เทียบเท่า ม. 6
- อายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี
- มีมนุษยสัมพันธ์ มีจิตใจรักบริการ และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

2. ผู้จัดการร้าน จำนวน 1 คน มีหน้าที่คอยดูแลร้าน ตรวจสอบคุณภาพสินค้า พร้อมทำหน้าที่แคชเชียร์ โดยได้รับเงินเดือน เดือนละ 7,000 บาท รวมเงินพิเศษประจำเดือนแล้ว จะได้รับเงินเดือนเท่ากับ 7,500 บาท สำหรับคุณสมบัติของผู้จัดการร้านนั้น วุฒิกการศึกษา ระดับปริญญาตรี อายุไม่ต่ำกว่า 25 ปี มีความซื่อสัตย์ ขยัน กระตือรือร้น และ มีจิตใจรักการบริการ

ตารางที่ 10 ประมาณการค่าใช้จ่ายสำหรับค่าแรงและเงินเดือนของพนักงานร้าน หน่วย:บาท

ตำแหน่ง	รายได้ ต่อเดือน	จำนวน พนักงาน	รวมค่าใช้จ่ายเงินเดือน ต่อเดือน	รวมค่าใช้จ่ายเงินเดือน ต่อปี
พนักงานร้าน	3,600	2	7,200	86,400
ผู้จัดการร้าน	7,500	1	7,500	90,000
รวม		3	14,700	176,400

สำหรับพนักงานที่อยู่ระยะยาว ทางร้านมีการปรับเงินเดือนขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

ตารางที่ 11 ประมาณการค่าใช้จ่ายสำหรับค่าแรงและเงินเดือนรวม ปีที่ 1 – 5 หน่วย:บาท

ตำแหน่ง	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
พนักงานร้าน	86,400	90,720	95,256	100,019	105,019
ผู้จัดการร้าน	90,000	94,500	99,225	104,186	109,396
รวม	176,400	185,220	194,481	204,205	214,415

#### การคำนวณภาษีเงินได้

เนื่องจากกิจการไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล แต่ดำเนินการในรูปแบบของบุคคลธรรมดา ดังนั้นการคำนวณจากเงินได้พึงประเมินประเภทที่ 8 มาตรา 40 (8) ตามตารางแสดงการหักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมา ข้อ(25) ว่าด้วยการขายของนอกเหนือจากที่ระบุไว้ในข้ออื่น ซึ่งผู้ขายมิได้เป็นผู้ผลิต โดยจะหักด้วยค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาในอัตรา 80% และหักลดหย่อนส่วนตัว 30,000 บาท (กลุ่มนักวิชาการภาษีอากร, 2546: 34) สำหรับการคำนวณค่าภาษีเงินได้สำหรับโครงการ แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ประมาณการการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

หน่วย:บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย (ตารางที่ 1)	2,969,266	3,266,192	3,592,811	3,592,093	4,347,302
หัก ค่าใช้จ่ายเหมาจ่าย 80%	<u>2,375,413</u>	<u>2,612,954</u>	<u>2,874,249</u>	<u>3,161,674</u>	<u>3,477,842</u>
เงินได้หลังหักค่าใช้จ่าย	593,853	653,238	718,562	790,419	869,460
หัก ลดหย่อนส่วนตัว	<u>30,000</u>	<u>30,000</u>	<u>30,000</u>	<u>30,000</u>	<u>30,000</u>
เงินได้สุทธิ (นำไปคำนวณภาษี)	563,853	623,238	688,562	760,419	839,460
เงินได้สุทธิ 80,000 แรก เสียภาษี ร้อยละ 0	-	-	-	-	-
เงินได้สุทธิ 80,000 – 100,000 ร้อยละ 5	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
เงินได้สุทธิ 100,001 – 500,000 ร้อยละ 10	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
เงินได้สุทธิ 500,001 – 1,000,000 ร้อยละ 20	12,771	24,648	37,712	52,084	87,892
เงินได้สุทธิ 1,000,001 – 4,000,000 ร้อยละ 30	-	-	-	-	-
เงินได้สุทธิ 4,000,001 ขึ้นไป ร้อยละ 37	-	-	-	-	-
รวมภาษีเงินได้ที่ต้องชำระ	53,771	65,648	78,712	93,084	128,892

ตารางที่ 13 สรุปต้นทุนของโครงการระหว่างการค้าเงินงาน

หน่วย:บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. ต้นทุนสินค้าขาย	1,781,559	1,959,715	2,155,687	2,371,256	2,608,381
2. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	958,521	1,000,953	1,047,187	1,097,582	1,152,530
3. ภาษี	53,771	65,648	78,712	93,084	128,892

#### 4. การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ

เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ (Net Working Capital) คือ สินทรัพย์หมุนเวียน ลบด้วยหนี้สินหมุนเวียน เป็นเงินทุนที่ใช้หมุนเวียนเพื่อให้การค้าเงินงานเป็นไปตามแผน สำหรับโครงการจ่ายชำระหนี้ค่าสินค้าเป็นเงินสด ดังนั้น การคาดคะเนความต้องการเงินทุนหมุนเวียนสุทธิของโครงการ มีรายละเอียดดังนี้

##### 4.1 สินค้าคงคลัง

โครงการไม่มีการสต็อกสินค้า ดังนั้นสินค้าคงเหลือของกิจการคือสินค้าที่วางอยู่บนชั้นสินค้า โดยมีสมมติฐานว่า สามารถขายสินค้าสินค้าได้ภายในระยะเวลา 45 วัน หรือ 1.5 เดือน จึงสามารถคำนวณหาระดับสินค้าคงคลังโดยเฉลี่ย ดังนี้

ระดับสินค้าคงคลังโดยเฉลี่ย = 1.5 เดือนของต้นทุนสินค้าขายต่อเดือน

$$\begin{aligned} \text{ระดับสินค้าคงคลังโดยเฉลี่ยในปีที่ 1} &= \frac{1.5 \times \text{ต้นทุนสินค้าขายในปีที่ 1}}{12} \\ &= \frac{1.5 \times 1,781,559}{12} \\ &= 222,695 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ตารางที่ 14 ตารางแสดงการคาดคะเนสินค้าคงคลังโดยเฉลี่ย หน่วย:บาท

รายการ	ปี						
	0	1	2	3	4	5	6
ต้นทุนขาย (ตารางที่ 8)		1,781,559	1,959,715	2,155,687	2,371,256	2,608,381	
สินค้าคงคลัง โดยเฉลี่ย	200,000	222,695	244,964	269,461	296,407	326,048	
สินค้าคงคลัง เพิ่ม(ลด)	200,000	22,695	22,269	24,497	26,946	29,641	(326,048)

#### 4.2 เงินสด

การคาดคะเนความต้องการเงินสดของโครงการ จะคำนวณจากค่าใช้จ่ายที่จ่ายเป็นเงินสดโดยเฉลี่ยในหนึ่งเดือน สามารถคำนวณหาเงินสดในมือโดยเฉลี่ยได้ดังนี้

$$\text{เงินสดที่ถือในมือโดยเฉลี่ย} = \frac{\text{ค่าใช้จ่ายที่จ่ายเป็นเงินสดโดยเฉลี่ย 1 ปี}}{12}$$

ค่าใช้จ่ายที่จ่ายเป็นเงินสด ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ไม่รวมค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานตัดบัญชี และ ค่าเสื่อมราคา)

$$\begin{aligned} \text{เงินสดที่ถือในมือโดยเฉลี่ยของปีที่ 1} &= \frac{958,521 - 446,000}{12} \\ &= \frac{512,521}{12} \\ &= 42,710 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ตารางที่ 15 ตารางแสดงการคาดคะเนเงินสดในมือโดยเฉลี่ย

หน่วย:บาท

รายการ	ปีที่					
	0	1	2	3	4	5
ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร		958,521	1,000,953	1,047,187	1,097,582	1,152,530
หัก ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัด						
จ่ายก่อนการดำเนินงาน		<u>446,000</u>	<u>446,000</u>	<u>446,000</u>	<u>446,000</u>	<u>446,000</u>
ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร (เป็นตัวเงิน)		512,521	554,953	601,187	651,582	706,530
เงินสดในมือโดยเฉลี่ย	0	42,710	46,246	50,099	54,299	58,878

ตารางที่ 16 ตารางแสดงความต้องการเงินทุนหมุนเวียน

หน่วย:บาท

รายการ	ปีที่						
	0	1	2	3	4	5	6
สินค้าคงคลัง	200,000	222,695	244,964	269,461	296,407	326,048	
เงินสด	0	42,710	46,246	50,099	54,299	58,878	
รวม	200,000	265,405	291,210	319,560	350,706	384,926	
เงินทุนหมุน เวียนเพิ่ม(ลด)	200,000	65,405	68,515	74,596	81,245	88,519	(326,048)

## 5. การจัดซื้อและควบคุมสินค้าคงเหลือ

### 5.1 การจัดซื้อสินค้า

โดยทั่วไปการจัดซื้อสินค้าสุขภาพ สามารถทำได้โดย

1. ทางร้านจัดหาสินค้าเองโดยจะทำการเจรจาต่อรองราคากับผู้ผลิตเองโดยตรง
2. ผู้ผลิตนำสินค้ามาเสนอ

อย่างไรก็ตามในการจัดซื้อสินค้านั้น สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือเรื่องของคุณภาพสินค้าเป็นอันดับแรก ดังนั้นสินค้าที่จะนำเข้ามาวางจำหน่ายต้องผ่านหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกสินค้าเพื่อวางจำหน่ายภายในร้าน ดังนี้

- คัดเลือกอาหารและพืชผักเกษตรอินทรีย์(Organic) เป็นอันดับแรก ส่วนพืชผักจะพิจารณาในระดับปลอดภัย และ อนามัย ตามลำดับ
- คัดเลือกอาหารที่คงคุณค่าตามธรรมชาติ ปรุงแต่งน้อย
- อาหารแปรรูปต้องมี อย. บนฉลากผลิตภัณฑ์
- ราคาเหมาะสม

- ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกพิเศษ สำหรับสินค้าต้องปลอดสารปนเปื้อน 6 ชนิด ได้แก่ สารเร่งเนื้อแดง บอแรกซ์ ฟอรัมาลิน สารกันรา สารฟอกขาว และสำหรับสารที่ต้องหลีกเลี่ยง ได้แก่ ผงชูรส วัตถุกันเสีย GMOs

สำหรับระยะเวลาการตั้งสินค้าขึ้นกับประเภทสินค้า หากเป็นอาหารสด 1 วัน แต่หากเป็นอาหารสำเร็จรูป 2 วัน และโครงการจ่ายชำระค่าสินค้าเป็นเงินสด

## 5.2 การควบคุมสินค้าคงเหลือ

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ไม่นิยมสต็อกสินค้าไว้ เนื่องจากเพราะจะยิ่งทำให้ใช้เงินทุนหมุนเวียนสูง ดังนั้น จะไม่นิยม Stock สินค้า แต่หากสินค้าบนชั้นวางสินค้า เหลือน้อยกว่า ร้อยละ 5 ของสินค้าบนชั้นวางนั้น จะทำการสั่งซื้อทันที

### สรุปต้นทุนโครงการทางด้านเทคนิค

1.ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน (ตารางที่ 4)	200,000	บาท
2.ค่าใช้จ่ายในการลงทุน		
ต้นทุนของสิ่งปลูกสร้าง	1,500,000	บาท
สินทรัพย์ถาวรอื่น ๆ (ตารางที่ 6)	180,000	บาท
ยานพาหนะ	350,000	บาท
เงินทุนหมุนเวียน	<u>200,000</u>	บาท
รวม	<u>2,230,000</u>	บาท
3.ค่าใช้จ่ายระหว่างการดำเนินงาน ประกอบด้วย		
ต้นทุนสินค้าขาย ร้อยละ 60 ของยอดขายรวม (ตารางที่ 8)		
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ตารางที่ 9)		
ภาษีเงินได้ (ตารางที่ 12)		

### 4. เงินทุนหมุนเวียน (ตารางที่ 16)

### การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ด้านการเงิน จะทำการศึกษาโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. เงินลงทุนในโครงการและแหล่งที่มาของเงินลงทุน
2. การประมาณผลการดำเนินงาน จาก
  - ประมาณการงบแสดงแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุน
  - ประมาณการงบกำไรขาดทุน
  - ประมาณการงบดุล
3. การวิเคราะห์และประเมินผลของโครงการ จากเครื่องมือ ดังนี้
  - มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value or NPV)
  - อัตราผลตอบแทนลดค่า (IRR)
  - ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)
4. การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) เนื่องจากโครงการเป็นกิจการใหม่ จึงการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของตัวแปร อันได้แก่ ส่วนแบ่งทางการตลาด

### สมมติฐานในการวิเคราะห์ด้านการเงิน

1. ด้านการขายสินค้าเป็นเงินสดเท่านั้น
2. ยอดขายเพิ่มขึ้นตามอัตราการเจริญเติบโตของตลาดอาหารสุขภาพ ร้อยละ 10 ต่อปี
3. ด้านการจัดซื้อสินค้าชำระค่าสินค้าเป็นเงินสด
4. ระยะเวลาการสั่งซื้อสินค้า (Lead Time) 2 วัน
5. กิจการไม่มีโกดังเก็บสินค้า แต่สินค้าที่อยู่บนชั้นวางจะสามารถจำหน่ายได้ในเวลาเฉลี่ย 45 วัน หรือ 1.5 เดือน
6. โครงการจะคืนส่วนแบ่งกำไรให้แก่ผู้ประกอบการ ร้อยละ 70 ของกำไรสุทธิ
7. การชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จะชำระถัดจากปีภาษี
8. ปีที่ 6 ที่แสดงในการวิเคราะห์ทางการเงิน เป็นปีที่แสดงให้เห็นถึงการปิดโครงการ

### 1. เงินลงทุนในโครงการและแหล่งที่มาของเงินลงทุน

การลงทุนในธุรกิจร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีเงินลงทุนในโครงการรวมทั้งสิ้น 2,430,000 บาท โดยมีสัดส่วนของการลงทุน 2 ส่วน ส่วนแรก เป็นที่ส่วนที่ผู้เป็นเจ้าของออกเอง และ ส่วนที่สอง ได้ทำการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ดังแสดงรายละเอียดของเงินลงทุนในโครงการ ในตารางที่ 17



## ตารางที่ 17 แสดงเงินลงทุนในโครงการ

หน่วย:บาท

รายการ	ส่วนของผู้เจ้าของ	กู้จากสถาบันการเงิน	รวม
1.สิ่งปลูกสร้าง	500,000	1,000,000	1,500,000
2.สินทรัพย์ถาวรอื่น	180,000	0	180,000
3.ยานพาหนะ	350,000	0	350,000
4.ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	200,000	0	200,000
5.เงินทุนหมุนเวียน	200,000	0	200,000
<b>รวม</b>	<b>1,430,000</b>	<b>1,000,000</b>	<b>2,430,000</b>
<b>สัดส่วนการลงทุน(%)</b>	<b>59</b>	<b>41</b>	<b>100</b>

หมายเหตุ

- ที่ตั้งโครงการ ตั้งอยู่บนถนนสวนดอก อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีต้นทุนสำหรับการลงทุนในสิ่งปลูกสร้าง เท่ากับ 1,500,000 บาท
- สินทรัพย์ถาวรอื่น มูลค่ารวม 180,000 บาท รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 6
- ยานพาหนะ เป็นรถกระบะ สำหรับบรรทุกของ และ เดินทาง มูลค่า 350,000 บาท
- ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน 200,000 บาท มีรายละเอียดดังตารางที่ 4
- เงินทุนหมุนเวียนเริ่มต้นสำหรับการดำเนินงานจำนวน 200,000 บาท เป็นเงินลงทุนสำหรับสินค้ำคงเหลือ

จากตารางที่ 17 เงินลงทุนในโครงการทั้งสิ้น 2,430,000 บาท ส่วนแรก เป็นส่วนออกเอง เท่ากับ 1,430,000 บาท เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของเงินลงทุน ในสิ่งปลูกสร้าง สินทรัพย์ถาวรอื่น ยานพาหนะ ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน และเงินทุนหมุนเวียน (ลงทุนในสินค้ำ) ส่วนที่ 2 กู้ยืมจากสถาบันการเงิน เท่ากับ 1,000,000 บาท โดยเป็นเงินกู้ระยะยาวทั้งจำนวน เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งสำหรับเงินลงทุนในสิ่งปลูกสร้าง โดยมีอายุโครงการเท่ากับ 5 ปี อัตราดอกเบี้ย เท่ากับ  $MRR+0\%$  (Minimum Retail Rate) อัตราดอกเบี้ย ณ วันที่ 15 ตุลาคม 2546 MRR เท่ากับร้อยละ 5.75 สำหรับเงินกู้ระยะยาว ธนาคาร ได้มีกำหนดให้ชำระเป็นงวด งวดละ 20,000 บาท (เจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2546: สัมภาษณ์.) จึงได้แสดงรายละเอียดของระยะเวลาชำระดอกเบี้ยและต้นเงินดังแสดงไว้ในตารางที่ 18

All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงรายละเอียดการชำระคืนต้นเงินและดอกเบี้ยเงินกู้

หน่วย:บาท

อัตราดอกเบี้ย MRR = 5.75%	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินกู้ระยะยาว 1,000,000 บาท					
- ต้นเงิน	187,000	198,000	210,000	223,000	182,000
- ดอกเบี้ย	53,000	42,000	30,000	17,000	5,000
รวมเงินที่จ่ายชำระ	240,000	240,000	240,000	240,000	187,000

## 2. การประมาณการผลการดำเนินงาน

### 2.1 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

จากข้อมูลการพยากรณ์ยอดขาย และ ประมาณการค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ได้นำมาจัดแสดงไว้ในรูปงบกำไรขาดทุน ดังปรากฏในตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

หน่วย:บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	2,969,266	3,266,192	3,592,811	3,952,093	4,347,302
ต้นทุนสินค้าขาย	<u>1,781,559</u>	<u>1,959,715</u>	<u>2,155,687</u>	<u>2,371,256</u>	<u>2,608,381</u>
กำไรขั้นต้น	1,187,707	1,306,477	1,437,124	1,580,837	1,738,921
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	<u>958,521</u>	<u>1,000,953</u>	<u>1,047,187</u>	<u>1,097,582</u>	<u>1,152,530</u>
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	229,186	305,524	389,937	483,255	586,391
หัก ดอกเบี้ย	<u>53,000</u>	<u>42,000</u>	<u>30,000</u>	<u>17,000</u>	<u>5,000</u>
กำไรก่อนหักภาษี	176,186	263,524	359,937	466,255	581,391
หัก ภาษี	<u>53,771</u>	<u>65,648</u>	<u>78,712</u>	<u>93,084</u>	<u>128,892</u>
กำไรสุทธิ	<u>122,415</u>	<u>197,876</u>	<u>281,225</u>	<u>373,171</u>	<u>452,499</u>
กำไรสุทธิต่อรายได้	4.12%	6.06%	7.83%	9.44%	10.41%
กำไรสุทธิสะสม	122,415	320,291	601,516	974,687	1,427,186

### 2.2 ประมาณการงบกระแสเงินสด

การจัดทำงบกระแสเงินสด เป็นการประมาณกระแสเงินสดเข้าและออกของโครงการ ในการประมาณการงบกระแสเงินสดสำหรับโครงการร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่า กิจการมีกระแสเงินสดเพิ่มขึ้นทุกปี รายละเอียดการคำนวณแสดงไว้ในตารางที่ 20

## ตารางที่ 20 ประมาณการงบกระแสเงินสด

หน่วย:บาท

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
<b>กระแสเงินสดรับ</b>							
รายได้		2,969,266	3,266,192	3,592,811	3,952,093	4,347,302	
ส่วนของเจ้า ของ	1,430,000						
เงินกู้ระยะยาว	1,000,000						
<b>รวมกระแส เงินสดรับ</b>	<b>2,430,000</b>	<b>2,969,266</b>	<b>3,266,192</b>	<b>3,592,811</b>	<b>3,952,093</b>	<b>4,347,302</b>	
<b>กระแสเงินสดจ่าย</b>							
สิ่งปลูกสร้าง	1,500,000						
ยานพาหนะ	350,000						
สินทรัพย์ ถาวรอื่น	180,000						
ค่าใช้จ่ายก่อน การดำเนินงาน	200,000						
การเปลี่ยน แปลงสินค้า	200,000	22,695	22,269	24,497	26,946	29,641	(326,048)
ต้นทุนสินค้า		1,781,559	1,959,715	2,155,687	2,371,256	2,608,381	
ค่าใช้จ่ายใน การขายและ บริหาร		512,521	554,953	601,187	651,582	706,530	
ภาษี			53,771	65,648	78,712	93,084	128,892
<b>รวมกระแส เงินสดจ่าย</b>	<b>2,430,000</b>	<b>2,316,775</b>	<b>2,590,708</b>	<b>2,847,019</b>	<b>3,128,496</b>	<b>3,437,636</b>	<b>(197,156)</b>
<b>กระแสเงินสด จากการ ดำเนินงาน</b>							
ดำเนินงาน	0	652,491	675,484	745,792	823,597	909,666	197,156
เงินกู้ระยะยาว		187,000	198,000	210,000	223,000	182,000	
ดอกเบี้ย		53,000	42,000	30,000	17,000	5,000	
ส่วนคืนกำไรให้เจ้าของ 70%		85,691	138,513	196,858	261,220	316,749	
<b>รวม</b>	<b>0</b>	<b>325,691</b>	<b>378,513</b>	<b>436,858</b>	<b>501,220</b>	<b>503,749</b>	<b>0</b>

เลขหมู่.....  
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

๐/พพ  
๑๑๒.๖  
๐/๑๑๓๑  
๑.๒

กระแส							
เงินสดสุทธิ	0	326,800	296,971	308,934	322,377	405,917	197,156
เงินสดต้นงวด	0	0	326,800	623,771	932,705	1,255,082	1,660,999
กระแสเงินสด							
ปลายงวด	0	326,800	623,771	932,705	1,255,082	1,660,999	1,858,155

หมายเหตุ โครงการมีกำหนดคืนกำไรให้ผู้ลงทุนร้อยละ 70 ของกำไรสุทธิ กำหนดให้ปีที่ 6 เป็นปีที่ปิดบัญชีของกิจการ จึงทำการขายสินค้าทั้งหมด

### 2.3 ประมาณการงบดุล

งบดุล เป็นงบแสดงฐานะทางการเงินของกิจการ รายละเอียดของประมาณการงบดุล แสดงในตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ประมาณการงบดุล

หน่วย:บาท

	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
<b>สินทรัพย์</b>							
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>							
เงินสด	0	326,800	623,771	932,705	1,255,082	1,660,999	1,858,155
สินค้าคงคลัง	200,000	222,695	244,964	269,461	296,407	326,048	
รวม สินทรัพย์หมุนเวียน	200,000	549,495	868,735	1,202,166	1,551,489	1,987,047	1,858,155
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>							
สิ่งปลูกสร้าง	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	
ยานพาหนะ	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	
สินทรัพย์ถาวรอื่น	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000	
รวม สินทรัพย์ถาวร	2,030,000	2,030,000	2,030,000	2,030,000	2,030,000	2,030,000	
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	0	406,000	812,000	1,218,000	1,624,000	2,030,000	
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	2,030,000	1,624,000	1,218,000	812,000	406,000	0	
<b>สินทรัพย์อื่นๆ</b>							
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	200,000	160,000	120,000	80,000	40,000	0	
รวมสินทรัพย์	2,430,000	2,333,495	2,206,735	2,094,166	1,997,489	1,987,047	1,858,155

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นหนี้สินหมุนเวียน

ภาษีค้างจ่าย	53,771	65,648	78,712	93,084	128,892		
--------------	--------	--------	--------	--------	---------	--	--

## เงินกู้ระยะยาวที่ครบ

กำหนดใน 1 ปี	187,000	198,000	210,000	223,000	182,000	0	
--------------	---------	---------	---------	---------	---------	---	--

รวม หนี้สินหมุนเวียน	187,000	251,771	275,648	301,712	275,084	128,892	
----------------------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	--

หนี้สินระยะยาว

เงินกู้ระยะยาว	813,000	615,000	405,000	182,000	0	0	
----------------	---------	---------	---------	---------	---	---	--

รวม หนี้สินระยะยาว	813,000	615,000	405,000	182,000	0	0	
--------------------	---------	---------	---------	---------	---	---	--

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,430,000	1,430,000	1,430,000	1,430,000	1,430,000	1,430,000	1,430,0
-------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	---------

กำไรสุทธิ	0	122,415	197,876	281,225	373,171	452,499	
-----------	---	---------	---------	---------	---------	---------	--

กำไรสะสมต้นงวด	0	0	36,724	96,087	180,454	292,405	428,1
----------------	---	---	--------	--------	---------	---------	-------

หัก ส่วนคืนกำไร	0	85,691	138,513	196,858	261,220	316,749	
-----------------	---	--------	---------	---------	---------	---------	--

กำไรสะสมปลายงวด	0	36,724	96,087	180,454	292,405	428,155	428,1
-----------------	---	--------	--------	---------	---------	---------	-------

รวม ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,430,000	1,466,724	1,526,087	1,610,454	1,722,405	1,858,155	1,858,1
-----------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	---------

รวม หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น	2,430,000	2,333,495	2,206,735	2,094,166	1,997,489	1,987,047	1,858,1
----------------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	---------

## 3. การวิเคราะห์และประเมินผลของโครงการ

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง อาศัยเครื่องมือเพื่อช่วยประเมินและตัดสินใจในการลงทุน คือ

## 3.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV)

คือ ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิ กับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ โดยคำนวณได้จากสูตร

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ} = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+k)^t} - C_0$$

โดย  $B_t$  = กระแสเงินสดรับสุทธิรายปี ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่  $n$   
 $C_0$  = เงินจ่ายลงทุนในโครงการ  
 $n$   
 $\sum_{t=1}^n$  = ผลบวกของโครงการตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่  $n$   
 $k$  = อัตราลดค่า

จากสมมติฐานของโครงการ จะยอมรับโครงการเมื่ออัตราผลตอบแทนลดค่ามากกว่าร้อยละ 10.74 ซึ่งเป็นอัตราลดค่าที่ได้จากการคำนวณ (WACC) (รายละเอียดการคำนวณในภาคผนวก) สำหรับการคำนวณเท่ากับ ร้อยละ 10.74 ส่วนค่า  $n$  ของโครงการ เท่ากับ 6 เนื่องจาก ในปีที่ 6 กิจการมีการขายสินค้านำเพื่อปิดโครงการ ดังนั้นเมื่อนำข้อมูลจากกระแสเงินสดรับ มาแทนค่าในสมการ จะสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+k)^t} - C_0$$

$$NPV = \sum_{t=1}^5 \frac{B_t}{(1+0.1074)^t} - 2,430,000$$

$$= \left[ \frac{652,491}{(1+0.1074)^1} + \frac{675,484}{(1+0.1074)^2} + \frac{745,792}{(1+0.1074)^3} + \frac{823,597}{(1+0.1074)^4} + \frac{909,666}{(1+0.1074)^5} + \frac{197,156}{(1+0.1074)^6} \right] - 2,430,000$$

$$= 2,889,945 - 2,430,000$$

$$= 459,945$$

จากการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ เท่ากับ 459,945 บาท ซึ่งเป็นค่าบวก ดังนั้น สามารถประเมินได้ว่า โครงการมีความเป็นไปได้ของการลงทุน

**อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Rate of Return หรือ IRR)**

อัตราลดค่าที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับเท่ากับมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดจ่ายคำนวณได้โดยการหาปัจจัยลดค่าโดยประมาณจากสูตร แล้วนำไปเปิดตารางมูลค่าปัจจุบันแบบสะสม

$$Co = \sum_{t=1}^n \frac{Bt}{(1+IRR)^t}$$

โดย  $Bt$  = กระแสเงินสดสุทธิรายปีตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่  $n$

$Co$  = เงินจ่ายลงทุนในโครงการ

$\sum_{t=1}^n$  = ผลบวกของโครงการตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่  $n$

$IRR$  = อัตราผลตอบแทนลดค่า

เมื่อนำข้อมูลกระแสเงินสดสุทธิรายปี เงินจ่ายลงทุนในโครงการ แทนค่าในสมการ สามารถคำนวณหาอัตราผลตอบแทนลดค่า ได้ดังนี้

$$2,430,000 = \left[ \frac{652,491}{(1+r)^1} + \frac{675,484}{(1+r)^2} + \frac{745,792}{(1+r)^3} + \frac{823,597}{(1+r)^4} + \frac{909,666}{(1+r)^5} + \frac{197,156}{(1+r)^6} \right]$$

$$r = 17.29 \%$$

จากการคำนวณได้อัตราผลตอบแทนของโครงการได้เท่ากับ 17.29% ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนลดค่าที่ตั้งสมมติฐานไว้ ซึ่งเท่ากับ 10.74% จึงกล่าวได้ว่า การคำนวณโดยใช้วิธีหาอัตราผลตอบแทนการลดค่า พบว่า โครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

**ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period หรือ PB)**

เป็นวิธีการนำกระแสเงินสดรับจากโครงการในแต่ละปีมาเปรียบเทียบกับเงินลงทุนเมื่อเริ่มโครงการว่าจะใช้ระยะเวลานานเท่าใดจึงจะคุ้มกับเงินลงทุนตอนเริ่มโครงการ การคำนวณหาระยะเวลาคืนทุน แสดงไว้ในตารางที่ 22

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงระยะเวลาคืนทุนในโครงการ

หน่วย:บาท

ปีที่	กระแสเงินสดรับสุทธิ	ผลสะสม
1	652,491	652,491
2	675,484	1,327,975
3	745,792	2,073,767
4	823,597	2,897,365
5	909,666	3,807,030
6	197,156	4,004,186

เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการเท่ากับ 2,430,000 บาท

เมื่อพิจารณาจากยอดสะสมของกระแสเงินสดรับสุทธิ จากตารางที่ 22 พบว่า ระยะเวลาคืนทุนจะอยู่ระหว่างปีที่ 3 และ ปีที่ 4 คำนวณโดย

ในปีที่ 4 กระแสเงินสดรับสุทธิ 823,597 บาท เท่ากับระยะเวลา 365 วัน

ในปีที่ 4 กระแสเงินสดรับสุทธิ 356,233 บาท เท่ากับระยะเวลา  $365 \times 356,233$

$(2,430,000 - 2,073,767)$  823,597

ระยะเวลาที่คำนวณได้เท่ากับ 157.87 วัน หรือ 158 วัน (ปัดเศษ)

ดังนั้น ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 3 ปี 158 วัน

สรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ

ตารางที่ 23 แสดงผลสรุปการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

เครื่องมือ	หลักเกณฑ์	ผลการคำนวณ	
1.NPV	$NPV > 0$	459,945 บาท	ยอมรับโครงการ
2.IRR	$IRR > 10.74\%$	17.29%	ยอมรับโครงการ
3.PB	$PB < 5$ ปี	3 ปี 158 วัน	ยอมรับโครงการ

จากตารางที่ 19 สามารถสรุปการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ ว่า โครงการร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

All rights reserved



#### 4. การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis)

สำหรับโครงการการลงทุนร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จะเพิ่มวิเคราะห์ความไวด้วยการจำลองสถานการณ์ (Simulation Model) โดยจะพิจารณาการเปลี่ยนแปลงตัวแปร ที่จะผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) และ ระยะเวลาการคืนทุนของโครงการ อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) และ ระยะเวลาการคืนทุนของกรณีฐาน (กำหนดให้ต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) และ ระยะเวลาการคืนทุนของโครงการ ที่ปรากฏในตารางที่ 23 เป็นกรณีฐาน) ตัวแปรที่จะทำการพิจารณาคือ ส่วนแบ่งทางการตลาด เนื่องจากเป็นตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อโครงการมากกว่า ในการศึกษานี้จะสมมติให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งทางการตลาด เท่ากับ ร้อยละ 5 และ ร้อยละ 15

ตารางที่ 24 แสดงผลสรุปการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ เมื่อส่วนแบ่งทางการตลาด เท่ากับ ร้อยละ 5

เครื่องมือ	หลักเกณฑ์	ผลการคำนวณ	
1.NPV	$NPV > 0$	-1,118,604 บาท	ไม่ยอมรับโครงการ
2.IRR	$IRR > 10.74\%$	-7.09%	ไม่ยอมรับโครงการ
3.PB	$PB < 5$ ปี	มากกว่า 5 ปี	ไม่ยอมรับโครงการ

ตารางที่ 25 แสดงผลสรุปการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ เมื่อส่วนแบ่งทางการตลาด เท่ากับ ร้อยละ 15

เครื่องมือ	หลักเกณฑ์	ผลการคำนวณ	
1.NPV	$NPV > 0$	3,755,372 บาท	ยอมรับโครงการ
2.IRR	$IRR > 10.74\%$	56.29%	ยอมรับโครงการ
3.PB	$PB < 5$ ปี	1 ปี 268 วัน	ยอมรับโครงการ

จากตารางข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า หากโครงการลดส่วนแบ่งทางการตลาดลงเหลือเพียง ร้อยละ 5 ของมูลค่ารวมของตลาด มีผลทำให้กิจการไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน แต่ผลการศึกษาส่วนแบ่งทางการตลาดที่ร้อยละ 15 มีความเป็นไปได้ในการลงทุนมากกว่า ดังนั้น โครงการซึ่งเป็นกิจการใหม่ที่เข้าสู่ธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จึงต้องทำส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้ตั้งแต่ ร้อยละ 10 จึงจะทำให้โครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน