

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำในกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความเป็นไปได้ในการลงทุน โดยแนวคิดทฤษฎีการศึกษาความเป็นไปได้ ใช้วิธีการศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด ทั้งในขอบเขตกว้างที่เรียกว่า มหภาค และขอบเขตที่ลึกลงไปที่เรียกว่า จุลภาค โดยทั่วไปจะประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม คือ กิจกรรมด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยข้อมูลที่ได้จะนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจของผู้ลงทุน

ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังนี้ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) จากผู้ประกอบการจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำในกรุงเทพมหานคร จำนวน 2 ราย และการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เป็นบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างสระว่ายน้ำ/ติดตั้ง และผู้ประกอบการด้านที่พักอาศัย (หมู่บ้านจัดสรร อาคารชุด โรงแรม) จำนวน 361 ราย ในส่วนของข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวม ค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร เอกสาร เว็บไซต์ที่เผยแพร่จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การหาข้อมูลมูลค่าตลาดสระว่ายน้ำในประเทศไทย ข้อมูลการสำรวจตลาดเพื่อหาราคาขายของราคาสินค้าในตลาด และข้อมูลด้านการตลาดอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ความต้องการของตลาด ความสามารถในการตอบสนองของผู้จำหน่ายอุปกรณ์สระว่ายน้ำในปัจจุบัน คู่แข่งขัน และการประมาณการยอดขายของโครงการล่วงหน้า โดยรวบรวมข้อมูลทั้งหมดไปวิเคราะห์การศึกษาความเป็นไปได้ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน

ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

เมื่อพิจารณาจากแนวโน้มและโอกาสด้านการตลาดในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภค (ผู้รับเหมาก่อสร้างและติดตั้งสระว่ายน้ำ/ผู้ประกอบการด้านที่พักอาศัย) ยังมีความต้องการอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับสระว่ายน้ำในอัตราที่สูง เนื่องจากกรุงเทพมหานคร มีการก่อสร้างหมู่บ้านจัดสรร คอนโดมิเนียม โรงแรม และรีสอร์ทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเมื่อพิจารณาจากจำนวนผู้ประกอบการด้านจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำในกรุงเทพมหานคร ในปัจจุบันแล้ว ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นนี้ได้ อีกทั้งแนวโน้มการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศไทย เริ่มมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้

ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์มีการลงทุนด้านที่พักอาศัยเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจเกี่ยวกับ
 สระว่ายน้ำ ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีการขยายตัวเพิ่มตามไป
 ด้วย ดังนั้น เพื่อรองรับอุปสงค์ดังกล่าว การตัดสินใจลงทุนในธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ
 ในกรุงเทพมหานคร จึงนับเป็น โอกาสที่เหมาะสม ประกอบกับมีปัจจัยอื่นๆ ที่ช่วยสนับสนุนการ
 ลงทุนดังนี้

- ภาครัฐมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งนโยบายลดค่าธรรมเนียมนจดทะเบียนอสังหาริมทรัพย์ และมาตรการดอกเบี้ย 0% เพื่อซื้อบ้านหลังแรก
- อัตราเงินเฟ้อมีแนวโน้มชะลอตัว สอดคล้องกับทิศทางเศรษฐกิจที่เข้าสู่ภาวะปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อที่มากขึ้น
- การลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์ของภาคเอกชนมีการปรับตัวที่ดีขึ้น โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากรายได้และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น
- ภาคการท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการก่อสร้างที่พัก และโรงแรมหลากหลายรูปแบบ เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว
- สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำในกรุงเทพมหานครยังมีผู้ประกอบการน้อยราย เนื่องจากผู้ประกอบการต้องมีความรู้ความสามารถเฉพาะตัว ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ประกอบการด้านรับเหมาก่อสร้าง/ติดตั้งสระว่ายน้ำ และต้องใช้งบประมาณในการลงทุนสูง

จากผลการสอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อร้านจำหน่ายอุปกรณ์
 สระว่ายน้ำ ในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 –
 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และประกอบอาชีพด้านที่พักอาศัย
 (หมู่บ้านจัดสรร อาคารชุด)

ความจำเป็นในการซื้ออุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ เพื่อซ่อมแซม หรือบำรุงรักษาสระว่ายน้ำ
 มากที่สุด รองลงมาคือ ทดแทนอุปกรณ์เดิม มีงบประมาณในการซื้อ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 40,000
 บาทต่อปี ประเภทอุปกรณ์ที่ซื้อคือ อุปกรณ์ภายในห้องเครื่อง (ปั้มน้ำ ถังกรอง เครื่องผลิตคลอรีน
 เครื่องโอโซน) มากที่สุด สำหรับเหตุผลที่เลือกซื้อจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์สระว่ายน้ำในปัจจุบัน
 คือ สินค้าได้มาตรฐานมากที่สุด รองลงมาคือ มีบริการขนส่งสินค้า ส่วนใหญ่ลูกค้ารู้จักจากร้านจำหน่าย
 อุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำจากการค้นหาใน Google มากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อน/คนรู้จัก และการ
 โฆษณาตามอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

จากความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำเปิดใหม่
 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเปิดใหม่ โดยมีเหตุผลคือ ต้องการ

ทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพและราคามากที่สุด รองลงมาคือ ร้านเปิดใหม่ มีบริการขนส่งสินค้าถึงที่ เมื่อสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่พบเจอจากการซื้อสินค้าในร้านปัจจุบัน พบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ มีสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ รองลงมาได้แก่ ไม่พอใจบริการหลังการขาย ไม่มีการรับประกันสินค้า หรืออะไหล่มีราคาแพง และพนักงานขายไม่สามารถให้คำแนะนำสินค้าแก่ลูกค้าได้ ตามลำดับ

ลูกค้าเป้าหมาย สามารถกำหนดได้เป็น 2 กลุ่มคือ

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท ที่มีความต้องการซื้ออุปกรณ์สำหรับการซ่อมบำรุงรักษาสระว่ายน้ำเดิมที่มีอยู่แล้ว ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 3,846 ราย
2. กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มลูกค้าผู้รับเหมาก่อสร้าง/ติดตั้ง ที่มีความต้องการซื้ออุปกรณ์เพื่อติดตั้งในสระว่ายน้ำก่อสร้าง ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 11 ราย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix : 4Ps)

เมื่อพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ ซึ่งประกอบด้วย 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และ 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา โดยมีความสำคัญต่อบริการย่อยในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นต่อบริการย่อยเรียงตามลำดับ 3 อันดับแรกคือ ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา การให้บริการด้านรายละเอียดข้อมูลของสินค้า และคุณภาพของสินค้า
2. ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความคิดเห็นต่อบริการย่อยเรียงตามลำดับ 3 อันดับแรกคือ ราคามีความเป็นมาตรฐาน มีราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า การต่อรองราคาและการให้ระยะเวลาเครดิตในการชำระเงิน
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นต่อบริการย่อยเรียงตามลำดับ 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ และความสะดวกในการเลือกซื้อ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นต่อบริการย่อยเรียงตามลำดับ 3 อันดับแรกคือ ลักษณะการให้บริการและ

พูดคุยด้วยอัยยาศัยไมตรีที่ดีของผู้ขาย การขายโดยมีพนักงานขายให้คำแนะนำสินค้า และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามโอกาส สม่ำเสมอและต่อเนื่อง

จากความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โครงการจึงได้กำหนดส่วนประสมทางการตลาด (4 Ps) สำหรับตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product)

เป็นธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำโดยเฉพาะ โดยมีประเภทของผลิตภัณฑ์สำหรับสระว่ายน้ำ ประกอบด้วย

- ประเภทอุปกรณ์ในห้องเครื่อง เช่น ปั๊มน้ำ และถังกรอง เครื่องผลิตคลอรีนจากเกลือ เครื่องไอโซน เป็นต้น
- ประเภทอุปกรณ์ภายในสระว่ายน้ำ เช่น หัวจ่ายน้ำ เมนเดรน ไฟใต้น้ำ เป็นต้น
- ประเภทอะไหล่ของอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ
- ประเภทอุปกรณ์ทำความสะอาดสระว่ายน้ำ
- ประเภทอุปกรณ์วาล์วต่างๆ ภายในห้องเครื่อง เช่น บอลวาล์ว ฟุตวาล์ว เป็นต้น

นโยบายด้านผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่

- มีสินค้าครบถ้วน ครบทุกประเภทที่ลูกค้าต้องการ
- สินค้าที่เลือกนำมาจำหน่าย จะต้องเป็นยี่ห้อที่มีความน่าเชื่อถือ และมีคุณภาพดี
- สต็อกสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า
- ติดตามเทคโนโลยี และปรับสินค้าให้ทันสมัยอยู่เสมอ
- ให้ความสำคัญกับการให้บริการหลังการขายและมีความรับผิดชอบต่อนักค้าที่มีปัญหา โดยให้การรับประกันสินค้าประเภทอุปกรณ์ภายในห้องเครื่อง เป็นระยะเวลา 1 ปี และในสินค้าประเภทอื่นๆ หากพบอาการชำรุดหลังจากส่งมอบสินค้าภายใน 1-7 วัน ทางโครงการยินดีเปลี่ยนสินค้าชิ้นใหม่ให้แก่ลูกค้า
- พนักงานขายจะต้องสามารถให้บริการด้านรายละเอียดและข้อมูลของสินค้าได้เป็นอย่างดี

ราคา (Price)

โครงการมีนโยบายขายเป็นเงินสดร้อยละ 60 ของรายได้และขายเงินเชื่อร้อยละ 40 ของรายได้ โดยมีนโยบายการตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า สามารถแข่งขันในตลาดได้

โดยไม่ตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่ง และตั้งราคาขายโดยใช้วิธีคิดส่วนเพิ่มของราคาขาย (Mark Up on Selling Price) โดยต้องการกำไรขั้นต้นร้อยละ 45 ซึ่งการตั้งราคาขายนี้จะพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ประกอบด้วย เช่น แนวโน้มราคาตลาด และข้อเสนอของคู่แข่ง

ช่องทางจัดจำหน่าย (Place)

โครงการเลือกที่ตั้งของสำนักงานขายที่มีพื้นที่เพียงพอที่จะสามารถจัดแสดงสินค้าให้ลูกค้าได้เลือกซื้อ มีเส้นทางการคมนาคมที่สะดวก โดยเลือกที่จะเช่าอาคาร เลขที่ 1 ซอยเอกชัย 50 แขวง บางบอน เขตบางบอน กรุงเทพฯ

ช่องทางการจัดจำหน่าย ในช่วงแรกจะใช้วิธีการติดต่อตรงไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อแนะนำสินค้าของร้านค้า โดยลูกค้าสามารถติดต่อกับร้านค้าผ่านทางโทรศัพท์ หรือเดินทางมายังสำนักงานขายเพื่อเข้ามาชมสินค้าภายในร้านค้า ซึ่งจะมีการแสดงตัวอย่างสินค้าในแต่ละประเภทให้ลูกค้าได้เลือกซื้ออย่างสะดวก พร้อมมีพนักงานขายที่ผ่านการอบรม คอยให้คำแนะนำรายละเอียดของสินค้าแก่ลูกค้า และมีการใช้ช่องทางระบบอินเทอร์เน็ต โดยเปิดเว็บไซต์ให้ลูกค้าสามารถเลือกชมและสั่งซื้อสินค้าได้

การขนส่งสินค้า เมื่อลูกค้าเลือกซื้อสินค้าที่โชว์รูมของร้านค้า หากซื้อในปริมาณมาก หรือสินค้ามีขนาดใหญ่ จะมีบริการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง ส่วนลูกค้าเลือกชมสินค้าจากทางเว็บไซต์ และมีความต้องการสั่งซื้อสินค้า สามารถโทรศัพท์เพื่อสั่งซื้อ โดยมีบริการจัดส่งทางไปรษณีย์สำหรับสินค้าขนาดเล็ก และจัดส่งโดยรถขนส่งของร้านค้า หากสินค้ามีขนาดใหญ่

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

โครงการได้กำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ ได้แก่

การโฆษณา (Advertising)

- มีป้ายโฆษณา แผ่นพับ และโบปลิว เพื่อประชาสัมพันธ์แนะนำร้านค้าเปิดใหม่
- มีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต โดยใช้ Google
- การโฆษณาผ่านวิทยุ

การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

- การให้ส่วนลด
- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามโอกาส สม่่าเสมอ และต่อเนื่อง

การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)

- จัดหาและอบรมพนักงานขายให้มีลักษณะการให้บริการ และพูดคุยด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อลูกค้า
- พนักงานขายได้รับการอบรมให้มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าทุกชนิดที่มีขาย รวมทั้งรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ ของตัวสินค้าเป็นอย่างดี เพื่อให้สามารถแนะนำสินค้าแก่ลูกค้าที่เข้ามาที่โชว์รูม หรือติดต่อเข้ามาทางโทรศัพท์ได้

การส่งเสริมการขายสำหรับลูกค้าธุรกิจแบบขายเงินสด และขายเงินเชื่อ โครงการจะดำเนินการ ดังนี้

1. กรณีขายเงินสด ทางโครงการจะทำการขายในราคาขายปลีก และให้ส่วนลดเงินสดร้อยละ 10
2. กรณีขายเงินเชื่อ สำหรับลูกค้าที่สมัครเป็นสมาชิก และมีการวางแบงก์การันตีกับทางร้านค้า ทางโครงการจะทำการขายในราคาขายปลีก และให้ส่วนลดร้อยละ 5 ใ้ระยะเวลาเครดิต ๓/30 หากชำระเงินหลังเวลาที่กำหนด จะไม่ได้รับส่วนลดดังกล่าว

ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

โครงการได้นำข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำมาเพื่อประกอบการพิจารณาจัดหาสถานที่ตั้ง ประกอบด้วย ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ ความสะดวกในการเลือกซื้อ สามารถเลือกดูสินค้าและรายละเอียดของสินค้าผ่านเว็บไซต์ การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน เป็นต้น

ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โครงการจึงเลือกที่ตั้งสำนักงาน ณ เลขที่ 1 ซอยเอกชัย 50 แขวงบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นอาคารที่สามารถจัดแสดงสินค้าให้ลูกค้าเลือกชมสินค้าได้ มีเส้นทางคมนาคมสะดวก ลูกค้าสามารถมาติดต่อที่ร้านเพื่อเลือกซื้อสินค้าได้โดยตรง หรือสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ และทางเว็บไซต์ได้ โดยมีรายละเอียดการวางผังอาคาร คือ

- อาคารตั้งอยู่บนที่ดิน ขนาดหน้ากว้าง 24 เมตร ลึก 18 เมตร มีพื้นที่ขนาด 432 ตารางเมตร อาคาร 2 ชั้น มีลิฟต์ขนส่งของ พื้นที่อาคาร หน้ากว้าง 19 เมตร ลึก 12 เมตร สูง 4 เมตร มีรั้วกันโดยรอบ
- ส่วนของสำนักงาน มีขนาด 5 x 7 เมตร ใช้เพื่อการทำงานของแต่ละแผนก การติดต่อประสานงาน รวมถึงการจัดเก็บเอกสาร ภายในประกอบด้วยอุปกรณ์ และเครื่องใช้

สำนักงานทั่วไป มีพื้นที่อยู่ติดกับส่วนของโชว์รูม และมีประตูเล็กสำหรับเชื่อมต่อกับโชว์รูมได้

- ส่วนของโชว์รูม มีขนาด 14 x 12 เมตร ประกอบด้วย แท่นโชว์สินค้า และชั้นโชว์สินค้าสำหรับจัดแสดงสินค้าอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ และส่วนของชุดรับแขกสำหรับการรับรองลูกค้า
- ส่วนของคลังสินค้า มีขนาด 10 x 10 เมตร ใช้พื้นที่บริเวณชั้น 2 ของอาคารสำหรับเก็บสินค้าทุกประเภท การขนส่งสินค้าขึ้น-ลง ระหว่างชั้น 1 และ ชั้น 2 ของอาคาร จะใช้ลิฟต์ขนของช่วยผ่อนแรง ภายในคลังสินค้า ประกอบด้วยชั้นสำหรับวางสินค้าขนาดเล็ก และพาหระดสำหรับใช้จัดวางสินค้าขนาดใหญ่

นโยบายการซื้อ/ขายสินค้า

กระบวนการจัดซื้อสินค้า โครงการจัดทำขั้นตอนการสั่งซื้อ โดย 1. ตรวจสอบเช็คจำนวนสินค้าคงคลัง 2. สั่งซื้อสินค้าเมื่อถึงจุดการสั่งซื้อใหม่ 3. เช็ครายละเอียดสินค้าจากซัพพลายเออร์ทั้งจากเจ้าประจำ และอีก 2-3 แห่ง สั่งซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์ที่มีสินค้า และข้อเสนอที่ตรงตามความต้องการ 4. ตรวจสอบสินค้าที่มาส่งทั้งชนิด ปริมาณการสั่งซื้อ และคุณภาพสินค้า 5. รับสินค้าจากซัพพลายเออร์ และ 6. รับวางบิล เพื่อดำเนินการชำระค่าสินค้าให้แก่ซัพพลายเออร์

นโยบายการจัดซื้อสินค้า

1. ซัพพลายเออร์ในประเทศ

- นโยบายในการจัดซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์ เป็นการซื้อเงินเชื่อ
- สัดส่วนในการจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 60 ของปริมาณการซื้อในแต่ละปี
- ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ ๓/30

2. ซัพพลายเออร์ต่างประเทศ

- นโยบายในการจัดซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์ เป็นการซื้อเงินสด
- สัดส่วนในการจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 40 ของปริมาณการซื้อในแต่ละปี

กระบวนการขายสินค้า โครงการกำหนดขั้นตอนในการขายสินค้า โดย 1. รับทราบความต้องการของลูกค้า 2. ชี้แจงรายละเอียดแนะนำ/นำเสนอสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ 3. ทำความตกลงการสั่งซื้อสินค้า และตกลงเงื่อนไข ด้านราคา การชำระเงิน และการจัดส่งสินค้า 4. ตรวจสอบสินค้าเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า 5. ส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า 6. รับชำระค่าสินค้าจากลูกค้า และ 7. จัดส่งสินค้า (กรณีที่ลูกค้าต้องการให้ส่งสินค้าถึงที่)

นโยบายการขายสินค้า

กำหนดวิธีการขายสินค้าเป็น 2 ชนิดคือ ขายสด และขายเชื่อ มีนโยบายดังนี้

1. การขายสดคิดเป็นร้อยละ 60 ของการประมาณการรายได้ในแต่ละปี
2. การขายเชื่อคิดเป็นร้อยละ 40 ของการประมาณการรายได้ในแต่ละปี
3. ส่วนลดในการขายเงินสด ร้อยละ 10 จากราคาขายปลีก และส่วนลดในการขายเงินเชื่อ ร้อยละ 5 จากราคาขายปลีก ระยะเวลาในการรับชำระหนี้ $n/30$

การสต็อกสินค้า โครงการได้กำหนดนโยบายในการสต็อกสินค้าไว้ในปริมาณไม่มาก เพื่อลดต้นทุนในการจัดเก็บสินค้า และป้องกันสินค้าเสื่อมคุณภาพ แต่ต้องมีปริมาณที่เพียงพอเพื่อเป็นทั้งสินค้าตัวอย่างและรองรับต่อปริมาณความต้องการของลูกค้าได้ ดังนั้นจึงมีนโยบายในการสต็อกสินค้าแต่ละประเภทดังนี้

ประเภทอุปกรณ์ภายในห้องเครื่อง ได้แก่ สินค้าประเภทปั๊มน้ำและถังกรอง เนื่องจากสินค้าประเภทนี้ สามารถสั่งซื้อจากผู้นำเข้าภายในประเทศได้ โดยมีรอบการสั่งซื้อเพียง 1-2 วัน และโดยปกติ ระบายน้ำส่วนใหญ่ จะใช้สินค้าเพียง 1-2 เครื่องต่อสระ ดังนั้นเพื่อลดต้นทุนในการจัดเก็บสินค้า จึงสต็อกสินค้าเพียง 1 เครื่อง เพื่อเป็นตัวอย่าง และจำหน่ายหน้าร้าน โดยกำหนดจุดสั่งซื้อเมื่อสต็อกเป็นศูนย์

ประเภทอุปกรณ์ภายในสระว่ายน้ำ ได้แก่ ไฟใต้น้ำ หัวจ่ายน้ำ เมนเดรน และตะแกรงรางน้ำล้น (Grating) การติดตั้งไฟใต้น้ำในสระว่ายน้ำ 1 สระ โดยส่วนใหญ่จะใช้ไฟใต้น้ำ 3-10 ดวง เมนเดรน 1-3 ชั้น หัวจ่ายน้ำ 3-5 ชั้นและใช้ตะแกรงรางน้ำล้น 10-50 เมตร ดังนั้น กำหนดสต็อกสินค้าไฟใต้น้ำและสินค้าที่เกี่ยวข้อง ชนิดละ 10 ชั้น กำหนดจุดสั่งซื้อที่ 5 ชั้น กำหนดสต็อกสินค้าหัวจ่ายน้ำและเมนเดรน ชนิดละ 20 ชั้น กำหนดจุดสั่งซื้อที่ 10 ชั้น และกำหนดสต็อกสินค้าตะแกรงรางน้ำล้น (Grating) ชนิดละ 50 เมตร กำหนดจุดสั่งซื้อที่ 20 เมตร

ประเภทอุปกรณ์ทำความสะอาดสระว่ายน้ำ ได้แก่ สายดูดตะกอน ล้อดูดตะกอน แปรงกระซอน และชุดวัดค่าน้ำ กำหนดสต็อกสินค้าสายดูดตะกอนชนิดต่างๆ ชนิดละ 10 ชั้น กำหนดจุดสั่งซื้อที่ 5 ชั้น กำหนดสต็อกสินค้าล้อดูดตะกอน แปรงชนิดต่างๆ กระซอนชนิดต่างๆ และชุดวัดค่าน้ำ ชนิดละ 20 ชั้น กำหนดจุดสั่งซื้อที่ 10 ชั้น

ประเภทอะไหล่ของอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ ได้แก่ อะไหล่สำหรับปั๊มน้ำชนิดต่างๆ และอะไหล่สำหรับถังกรองชนิดต่างๆ กำหนดสต็อกสินค้าชนิดละ 20 ชั้น กำหนดจุดสั่งซื้อที่ 10 ชั้น

การคัดเลือกซัพพลายเออร์ ใช้เกณฑ์ในการพิจารณา ได้แก่ ราคาของสินค้าหรือบริการ คุณภาพของสินค้า ความเหมาะสมของราคาและคุณภาพของสินค้า เงื่อนไขการชำระเงิน อัตราแลกเปลี่ยน ส่วนลดหรือโปรโมชันของสินค้า กรณีสั่งซื้อจำนวนมาก ระยะเวลาในการสั่งซื้อและ

จัดส่งสินค้า ปริมาณการสั่งซื้อขั้นต่ำ รูปแบบ ลักษณะ และค่าใช้จ่ายการจัดส่งสินค้า และความน่าเชื่อถือของซัพพลายเออร์

เนื่องจากผู้ประกอบการมีซัพพลายเออร์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การจะเลือกซัพพลายเออร์จากแหล่งใดนั้น จะใช้วิธีพิจารณาต้นทุนสินค้า เปรียบเทียบระหว่างการสั่งซื้อจากต่างประเทศและในประเทศ โดยคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการนำเข้าสินค้า อัตราแลกเปลี่ยน และระยะเวลาขนส่งเป็นหลัก

ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

การดำเนินโครงการจะจัดตั้งโดยการจัดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด เนื่องจาก

1. การจัดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด จะมีสภาพเป็นนิติบุคคล
2. การจัดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด สามารถทำได้ง่ายกว่าการจัดเป็นบริษัทจำกัด และสามารถจัดทำบัญชีได้ง่ายกว่าบริษัทจำกัด
3. การจัดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจมากกว่าบุคคลธรรมดา

โดยโครงสร้างองค์กร แบ่งออกเป็น 2 ฝ่าย คือ

1. **ฝ่ายบริหาร** ประกอบด้วย ผู้จัดการ ทำหน้าที่ วางแผนการดำเนินธุรกิจ ควบคุมการดำเนินงานของกิจการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ควบคุมดูแลคุณภาพการให้บริการ การสั่งซื้อสินค้า บริหารด้านบัญชีและการเงิน และการส่งมอบสินค้าให้เป็นไปตามกำหนด พนักงานบัญชี ทำหน้าที่รวบรวมจัดทำรายการทางบัญชีต่างๆ ควบคุมการจ่าย และรับชำระหนี้ให้เป็นไปตามกำหนด พนักงานคลังสินค้า ทำหน้าที่จัดการควบคุมดูแลสินค้าทั้งหมดให้เพียงพอต่อการขาย และส่งมอบให้ลูกค้า จัดเตรียมสินค้าตามคำสั่งขายให้พนักงานขนส่ง และแม่บ้านทำหน้าที่ดูแลความสะดวก ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสำนักงาน

2. **ฝ่ายขาย** ประกอบด้วย พนักงานขาย ทำหน้าที่ให้คำแนะนำ และเสนอสินค้าแก่ลูกค้ารวมถึงดูแลให้บริการ สร้างความพึงพอใจ ให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และพนักงานขนส่ง ทำหน้าที่จัดส่งสินค้าตามคำสั่งขายสินค้าของพนักงานขาย และมีหน้าที่ช่วยเหลือพนักงานคลังสินค้าในการจัดเก็บสินค้าให้เป็นระเบียบ

การจ่ายผลตอบแทน โครงการได้กำหนดจากมาตรฐานค่าแรง ความสามารถ ประสบการณ์ และอายุการทำงาน ส่วนการปรับขึ้นเงินเดือนของพนักงาน กำหนดปรับขึ้นปีละ 5% และมีการจ่ายโบนัสให้กับพนักงานปีละ 1 เดือน

เวลาดำเนินการ ตั้งแต่ 8.30 - 17.30 น. ของทุกวัน โดยหยุดทุกวันอาทิตย์

ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ ทั้งสิ้นจำนวน 4,497,204 บาท ประกอบด้วย ส่วนของเจ้าของ ร้อยละ 75 คิดเป็นจำนวน 3,377,204 บาท และกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ร้อยละ 25 คิดเป็นจำนวน 1,120,000 บาท ระยะเวลาผ่อนชำระ 5 ปี โดยมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR + 3.25% เท่ากับ ร้อยละ 10.38 และมีต้นทุนเงินทุนในส่วนของเจ้าของ ร้อยละ 21.0 คิดเป็นต้นทุนเงินทุนเฉลี่ยเท่ากับ ร้อยละ 17.57

การดำเนินโครงการสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 11 เดือน 20 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเมื่อสิ้นสุดปีที่ 5 เท่ากับ 9,750,112 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการ เท่ากับ 72.19% ซึ่งผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเห็นว่าสามารถยอมรับโครงการได้ เนื่องจากสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ยอมรับโครงการเมื่ออัตราผลตอบแทนในการลงทุน มากกว่าต้นทุนของเงินทุน หรือร้อยละ 17.57 และมูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวก

การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) โครงการได้วิเคราะห์ความไว ต่อรายได้ ต้นทุน และค่าใช้จ่าย ที่ไม่เป็นไปตามคาดการณ์ พบว่า

กรณีที่ 1 รายได้เพิ่มขึ้น 10% สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 10 เดือน 6 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้เท่ากับ 11,762,387 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการ เท่ากับ 86.32% สามารถยอมรับโครงการได้

กรณีที่ 2 รายได้ลดลง 10% สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 1 ปี 2 เดือน 20 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้เท่ากับ 7,737,839 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการ เท่ากับ 57.99% สามารถยอมรับโครงการได้

กรณีที่ 3 ต้นทุนเพิ่มขึ้น 10% สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 2 ปี 2 เดือน 24 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้เท่ากับ 3,282,466 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการ เท่ากับ 26.91% สามารถยอมรับโครงการได้

กรณีที่ 4 ต้นทุนลดลง 10% สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 8 เดือน 10 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้เท่ากับ 16,217,759 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการ เท่ากับ 114.62% สามารถยอมรับโครงการได้

กรณีที่ 5 ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 10% สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 1 ปี 1 เดือน 27 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้เท่ากับ 8,075,371 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการ เท่ากับ 60.61% สามารถยอมรับโครงการได้

กรณีที่ 6 ค่าใช้จ่ายลดลง 10% สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 10 เดือน 15 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้เท่ากับ 11,424,855 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการเท่ากับ 83.67% สามารถยอมรับโครงการได้

นอกจากนี้ โครงการได้ทำการวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis) โดยได้กำหนดสถานการณ์ที่ไม่เป็นไปตามเหตุการณ์ที่คาดหวัง เพื่อหาความผันผวนของผลตอบแทนที่ได้รับพบว่า

กรณีเปรียบเทียบเหตุการณ์ที่ดีที่สุดคือ รายได้เพิ่มขึ้น 10% ต้นทุนสินค้าลดลง 10% และค่าใช้จ่ายต่างๆ ลดลง 10% กับเหตุการณ์ที่คาดหวัง พบว่า โครงการสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 6 เดือน 25 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้เท่ากับ 20,657,737 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการเท่ากับ 144.70% สามารถยอมรับโครงการได้ และ

กรณีเปรียบเทียบเหตุการณ์ที่แย่ที่สุดคือ รายได้ลดลง 10% ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้น 10% และค่าใช้จ่ายต่างๆ เพิ่มขึ้น 10% กับเหตุการณ์ที่คาดหวัง พบว่า โครงการสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 4 ปี 23 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้เท่ากับ 348,412 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการเท่ากับ 3.08% ในสถานการณ์นี้ไม่สามารถยอมรับโครงการได้

จากการวิเคราะห์ความไว และการวิเคราะห์สถานการณ์ พบว่า โครงการมีความไวต่อการเปลี่ยนแปลง ทั้งรายได้ ต้นทุน และค่าใช้จ่าย โดยปัจจัยด้านต้นทุนจะมีผลต่อระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนมากที่สุด และโครงการจะได้รับผลกระทบมากขึ้นเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงจากทั้งปัจจัยในส่วนรายได้ ต้นทุน และค่าใช้จ่ายพร้อมกัน ดังนั้นในการพิจารณาโครงการจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ จังหวัดกรุงเทพมหานคร โครงการควรนำปัจจัยทั้งรายได้ ต้นทุน และค่าใช้จ่ายต่างๆ มาพิจารณาควบคู่กัน

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน สามารถสรุปได้ว่า มีความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคในด้านอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำยังอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นผลมาจากแนวโน้มของเศรษฐกิจที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับที่พักอาศัย และ โรงแรม มีการลงทุนก่อสร้างเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ประกอบกับผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ ในกรุงเทพมหานครยังมีจำนวนไม่

มากนักเพียง 5 ราย จึงนับเป็นโอกาสและช่องทางในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และส่งผลถึงความสำเร็จตามเป้าหมายของการลงทุนในธุรกิจ

การศึกษาด้านการตลาด

โครงการได้กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าบริษัทและผู้รับเหมาก่อสร้างสระว่ายน้ำ/ติดตั้ง และกลุ่มลูกค้าที่พักอาศัย (หมู่บ้านจัดสรร อาคารชุด) และโรงแรม รีสอร์ท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของนพดล ยศทวี (2539) ที่ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนตั้งศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดสุโขทัย ที่พบว่าการกำหนดลูกค้าเป้าหมายเป็น 2 กลุ่มเช่นกัน คือ กลุ่มลูกค้าที่ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง และกลุ่มลูกค้าที่เป็นประชาชนทั่วไป อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของพรทิพย์ มนตรีปราโมทย์ (2553) ที่ทำการศึกษความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายเหล็กในจังหวัดสุโขทัย ที่พบว่าการกำหนดลูกค้าเป้าหมายเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มธุรกิจ

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัญชีในระดับมาก 3 ปัจจัย เรียงตามลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกฤตย์ เชียงประทุม (2549) ที่ทำการศึกษปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้า กรณีศึกษา: บริษัท ตั้งเป็งเฮงสตีล จำกัด ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัญชีทั้ง 4 ด้านในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ อีกทั้งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของพรทิพย์ มนตรีปราโมทย์ (2553) ที่ทำการศึกษความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายเหล็กในจังหวัดสุโขทัย ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยทั้ง 4 ด้านในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยสาเหตุที่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกันในส่วนของปัจจัยด้านราคาดังนั้น น่าจะเกิดจาก ตัวผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายแตกต่างกัน

การศึกษาด้านเทคนิค

โครงการได้วิเคราะห์ความเหมาะสมในการเลือกทำเลที่ตั้ง กำหนดนโยบายการซื้อขายสินค้า การจัดเก็บสินค้า เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยผลการศึกษาปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำเปิดใหม่ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ตารางที่ 4.22) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการมีทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพและราคามากที่สุด รองลงมาคือ ร้านเปิดใหม่มีบริการขนส่งสินค้า

ถึงที่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของนพดล ยศทวี (2539) ที่ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนตั้งศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดสุโขทัย ที่พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในการเลือกทำเล เพื่อความสะดวกในการซื้อสินค้าและด้านคมนาคมมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของพรทิพย์ มนตรีปราโมทย์ (2553) ที่ทำการศึกษความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายเหล็กในจังหวัดสุโขทัย ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านความสะดวก และทำเลที่ตั้งมากที่สุด

การศึกษาด้านการจัดการ

โครงการได้ศึกษารูปแบบของการดำเนินงาน การวางแผนการจัดการองค์การ การจัดบุคลากรเข้าทำงานตามตำแหน่งงานต่างๆ จากผลการศึกษา พบว่า โครงการใช้วิธีการดำเนินการในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด เพื่อให้มีสภาพเป็นนิติบุคคล ซึ่งกิจการจะมีความน่าเชื่อถือมากกว่าการดำเนินธุรกิจในรูปแบบบุคคลธรรมดาหรือเจ้าของคนเดียว การจัดโครงสร้างองค์กร โครงการกำหนดรูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของนพดล ยศทวี (2539) ที่ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนตั้งศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดสุโขทัย โดยมีการดำเนินการจัดตั้งในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด และมีการจัดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ เช่นเดียวกัน แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของพรทิพย์ มนตรีปราโมทย์ (2553) ที่ทำการศึกษความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายเหล็กในจังหวัดสุโขทัย ที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบเจ้าของคนเดียว และมีการจัดโครงสร้างองค์กรอย่างง่ายตามหน้าที่

การศึกษาด้านการเงิน

โครงการ ได้ทำการประเมินถึงความเป็นไปได้ของการลงทุนโดยใช้การวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนที่มีการปรับลด (Discount Payback Period : DPB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Rate of Return : IRR) และการวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) พบว่า การดำเนินงานตามโครงการจะให้ผลตอบแทนด้านการลงทุนที่น่าพอใจ โดยโครงการมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 23 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ของโครงการเท่ากับ 8,794,785 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าเท่ากับ 65.18% ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนพดล ยศทวี (2539) ที่ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนตั้งศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดสุโขทัย ที่พบว่า โครงการจะมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 10 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 286,335.15 บาท และให้อัตราผลตอบแทนลดค่าเท่ากับร้อยละ 26 ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือโครงการต้องให้ผลตอบแทนจากการลงทุนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 19.5 รวมทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของพรทิพย์ มนตรีปราโมทย์ (2553) ที่ทำการศึกษความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายเหล็กในจังหวัดสุโขทัย ที่พบว่า การดำเนินงานตามโครงการแสดงให้เห็นถึง

ผลตอบแทนทางด้านการลงทุนที่น่าพอใจ โดยโครงการมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 3 เดือน 10 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 9,219,779 บาท และอัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการเท่ากับ 34.68%

ข้อค้นพบ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ ในกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยลูกค้าต้องการความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหาจากผู้ขาย การให้บริการด้านรายละเอียดข้อมูลของสินค้า คุณภาพสินค้า ความเพียงพอของจำนวนสินค้า ความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้า ความหลากหลายของสินค้าแต่ละประเภท และความทันสมัยของสินค้า
2. เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำจากร้านเปิดใหม่ เนื่องจากต้องการทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพและราคามากที่สุด ส่วนเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำจากร้านปัจจุบัน เนื่องจากสินค้าได้มาตรฐานมากที่สุด
3. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการคิดว่าการเลือกทำเลที่ตั้งสถานประกอบการธุรกิจ มีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งร้าน เช่น การคมนาคมสะดวก หาได้ง่าย สะดวกในการติดต่อ มีเนื้อที่เพียงพอสำหรับการเก็บสต็อกสินค้า และมีสถานที่จอดรถ
6. จากการศึกษาวิเคราะห์ความไว พบว่าโครงการมีความไวต่อการเปลี่ยนแปลง ทั้งรายได้ ต้นทุน และค่าใช้จ่าย โดยปัจจัยด้านต้นทุนจะมีผลต่อระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนมากที่สุด
7. การศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ พบว่าโครงการจะได้รับผลกระทบมากขึ้นเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงจากทั้งปัจจัยในสวนรายได้ ต้นทุน และค่าใช้จ่ายพร้อมกัน ทำให้ไม่สามารถยอมรับโครงการนี้ได้หากเกิดสถานการณ์ที่แย่ที่สุดขึ้น

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ ในกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

1. เนื่องจากธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ เป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับสินค้าเฉพาะด้าน มีมาตรฐานสูง อีกทั้งส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้น เจ้าของโครงการจะต้องมีความรู้พื้นฐานด้านเทคนิค ด้านการก่อสร้าง และด้านวิศวกรรมที่เกี่ยวกับตัวสระว่ายน้ำ เพื่อที่จะสามารถแนะนำรายละเอียดสินค้าซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับสระว่ายน้ำให้แก่ลูกค้าได้ รวมถึงต้องรู้จักแหล่งจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงจะทำให้ธุรกิจสามารถเลือกสินค้าที่มีคุณภาพ มีความหลากหลาย ตรงกับความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้การเข้าสู่ธุรกิจนี้สามารถแข่งขันได้และเติบโตอย่างยั่งยืน
2. จากปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบเจอจากการซื้อสินค้าจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำในปัจจุบัน คือมีสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ ดังนั้นเจ้าของโครงการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ ในกรุงเทพมหานคร จะต้องจัดเตรียมสินค้าคงคลังไว้ให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า วางระบบการสั่งซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์ให้เหมาะสม เพื่อรักษาระดับของสินค้าคงคลังในจำนวนที่สามารถจำหน่ายให้แก่ลูกค้าได้อย่างทันทั่วถึง
3. จากเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำจากร้านเปิดใหม่ เนื่องจากต้องการทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพและราคามากที่สุด แต่เหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำจากร้านเดิมในปัจจุบัน เนื่องจากสินค้าได้มาตรฐานมากที่สุด แสดงว่าผู้ใช้บริการรู้จัก คำนึงและทราบถึงคุณภาพสินค้าของร้านค้าเดิมเป็นอย่างดี แต่ที่เลือกใช้บริการร้านค้าเปิดใหม่ เพื่อนำข้อมูลด้านคุณภาพและราคา มาเปรียบเทียบกับร้านที่เคยซื้ออยู่ ดังนั้นธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำเปิดใหม่จึงควรเน้นการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดี มีมาตรฐาน มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และต้องกำหนดราคาขายให้ต่ำกว่าหรือเท่ากับร้านค้าที่อยู่ในตลาดเดิมด้วย
4. จากผลการวิเคราะห์ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อบริการและพูดคุยด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีของผู้ขายมากที่สุด ดังนั้น เจ้าของธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ ควรให้ความสำคัญต่อพนักงานขาย ส่งเสริมให้พนักงานได้รับการอบรมเพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่จำหน่าย สามารถแนะนำและแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้แก่ลูกค้าได้ รวมถึงมีการสร้างเสริมบุคลิกภาพที่ดีให้แก่พนักงานทุกคน เพื่อสร้างความประทับใจและพึงพอใจแก่ลูกค้า

5. จากการวิเคราะห์ความไว พบว่าปัจจัยด้านต้นทุนจะมีผลต่อระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนของธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำมากที่สุด ดังนั้นเจ้าของธุรกิจควรติดตามข้อมูลข่าวสาร หรือสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของสินค้า เช่น แนวโน้มสภาพเศรษฐกิจในประเทศ อัตราแลกเปลี่ยน ราคาน้ำมัน สภาพตลาดธุรกิจของกลุ่ม เพื่อกำหนดแผนการรองรับการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนที่จะเกิดขึ้นได้ทันทั่วทั้งที่

6. โครงการควรจัดทำเว็บไซต์สำหรับการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ โดยมีรายละเอียดสินค้า ราคา การจัดส่ง วิธีการชำระเงิน ฯลฯ ที่จำเป็นเพื่อความสะดวกในการสั่งซื้อและค้นหาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำ รวมถึงการให้บริการจัดส่งสินค้า (Delivery) แก่ลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ หรือทางเว็บไซต์ เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจนี้ได้

7. โครงการควรต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับซัพพลายเออร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ธุรกิจทันต่อสถานการณ์ของสินค้า ป้องกันการขาดแคลนสินค้า และสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทันและเพียงพอต่อความต้องการ โดยที่โครงการไม่จำเป็นต้องสต็อกสินค้าจำนวนมาก

8. โครงการควรพิจารณาบริการเสริมอื่นๆ ที่สามารถดำเนินการควบคู่กับการจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำได้ เช่น การให้บริการดูแลสระว่ายน้ำแก่ลูกค้า การให้คำแนะนำและติดตั้งอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับสระว่ายน้ำ เช่น อุปกรณ์สื่อสารควบคุมการเปิด-ปิดไฟหรือควบคุมสระว่ายน้ำในลักษณะที่เป็นอัตโนมัติ เป็นต้น

9. โครงการควรติดตามศึกษาข้อมูลด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสระว่ายน้ำอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เช่น ความก้าวหน้าของการก่อสร้าง การใช้วัสดุอุปกรณ์สำหรับสระน้ำรูปแบบใหม่ๆ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ร่วมกับสระว่ายน้ำ และแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต พร้อมกับเตรียมความพร้อมในการนำเข้าสู่ชุด อุปกรณ์รุ่นใหม่ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และรองรับความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันทั่วทั้งที่

10. โครงการควรมีการจัดทำแผนฉุกเฉิน (Contingency Plan) ในกรณีที่การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปตามคาดการณ์ เพื่อเตรียมความพร้อมในการทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสามารถรองรับกับสถานการณ์ที่ไม่เป็นไปตามโครงการศึกษาความเป็นไปได้ที่ได้กำหนดไว้ เพื่อลดความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นให้น้อยที่สุด