



การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดสงขลา
Feasibility Study in Setting – up Teak Furniture Manufacturing in Songkhla

สิทธิโชค สิทธิโชคพงศ์
Sittichok Sittichotpong

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Engineering in Industrial Management
Prince of Songkla University

2553

ชื่อสารนิพนธ์ การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก
ในจังหวัดสงขลา
ผู้เขียน นายสิทธิโชค สิทธิโชคพิงศ์
สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรม

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สมชาย ชูโถม)

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชเนศ รัตนวิไล)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณ สังข์พงศ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สมชาย ชูโถม)

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณ สังข์พงศ์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม

ชื่อสารนิพนธ์ การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก
ในจังหวัดสงขลา
ผู้เขียน นายสิทธิโชค สิทธิโชคพิงศ์
สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรม
ปีการศึกษา 2552

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในพื้นที่จังหวัดสงขลา โดยกำหนดอายุโครงการเป็นระยะเวลา 10 ปี ซึ่งทำการศึกษา 3 ด้านหลัก ๆ คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิคและวิศวกรรม และด้านการเงิน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากบุคคลทั่วไปที่สนใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้หรือผู้ที่มีศักยภาพทางการเงินจำนวน 400 ตัวอย่าง และสำรวจข้อมูลและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้จำนวน 19 ร้าน ผลการศึกษาด้านการตลาดพบว่า โครงการมีการส่งเสริมการตลาดในช่วงเริ่มต้น ลูกค้านักค้าของโครงการคือผู้ประกอบการและลูกค้าทั่วไป ความต้องการของเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในพื้นที่จังหวัดสงขลาประมาณ 514 ชุดต่อปี ในส่วนของราคาขายเฉลี่ยแยกเป็นเฟอร์นิเจอร์ชุดใหญ่ ชุดกลาง และชุดเล็กเท่ากับ 21,000 10,500 และ 3,500 บาท ตามลำดับ ผลการศึกษาด้านเทคนิคพบว่า โรงงานมีความเหมาะสมที่จะตั้งอยู่ในเขตตำบลน้ำน้อย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ใช้พื้นที่ 1.5 ไร่ มีอาคารโรงงาน อาคารคลังสินค้า อาคารสำนักงานและบ้านพักคนงาน กระบวนการผลิตเป็นเทคโนโลยีที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ใช้แรงงานที่มีฝีมือ วัตถุดิบหลักคือไม้สักซึ่งจัดหาได้จากแหล่งต่าง ๆ ทางภาคเหนือ ผลการศึกษาด้านการเงินโดยกำหนดให้อัตราคิดลดร้อยละ 12 พบว่าโครงการจัดตั้งโรงงานขึ้นรูปเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า โครงการจัดตั้งโรงงานประกอบเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก มีเงินลงทุนก่อนการดำเนินงานของโครงการ เท่ากับ 7,196,450 บาท มีระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 3 เดือน มี NPV 6,276,965 บาท และ IRR 29.74 % จากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการในกรณีที่มูลค่าใช้จ่าย เพิ่มขึ้น 5%, 10% และรายได้ลดลง 5%, 10% พบว่าโครงการนี้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ จึงมีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้สำหรับการลงทุน

สิทธิโชค สิทธิโชคพิงศ์

| | |
|---------------------------|---|
| Minor Thesis Title | Feasibility Study in Setting - up Teak Furniture Manufacturing in Songkhla |
| Author | Mr. Sittichok Sittichotpong |
| Major Program | Industrial Management |
| Academic Year | 2009 |

ABSTRACT

The main objective of this research is to feasibility study of investment on teak wood furniture production project with 10 years duration in Songkhla province. There are 3 key areas focused in this research comprising the marketing, technical & engineering and financing by data gathering method through the comprehensive survey has been taken from 400 general buyers who are interested in wood furniture shopping or those with financial capability and also the data collected from 19 shops selling wood furniture products. From the marketing study, the promotional activities will be started at the beginning of the project. Their main customers are distributors and general buyers. In Songkhla province, the average demand on wood furniture consumption is about 514 sets per year and the average selling prices normally varied by the size of product are THB 21,000, THB 10,500 and THB 3,500 for large, medium and small sets, respectively. Looking at the technical & engineering study, the factory covering 1.5 Rai of area suitably located in Tambol Naamnoi, Amphur Hadyai of Songkhla province. In the same area, it is large enough to be divided into facilities for warehousing, sales office and the residential zone for their workers. The machinery and equipment used in the production system are uncomplicated technology. The workers are skillful. The raw material like teak woods has the source of supply in the northern area of Thailand. Coming to the financial study, when 12% discount rate determined, the return on investment in setting up the completed factory is greater than setting only the assembly factory having capital valued THB 7,196,450 the Payback Period on investment coming in 3 years 3 months, THB 6,276,965 for NPV and IRR 29.74%. For sensitivity analysis, it was found that if the increase of cost goes by 5%, 10% and income decreases by 5%, 10%, this project can accommodate such changes. It is appropriate and feasible investments.

Sittichok Sittichotpong

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเพราะได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ สมชาย ชูโฉม ประธานกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชเนศ รัตนวิไล ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณ สังข์พงศ์ กรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ คำปรึกษาและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง จนสารนิพนธ์นี้สำเร็จด้วยดี จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์และเจ้าหน้าที่สาขาการจัดการอุตสาหกรรมทุกท่านที่ได้ให้วิชาความรู้และคำแนะนำช่วยเหลือเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณครอบครัว ที่ได้ให้การสนับสนุน และให้กำลังใจมาโดยตลอด จนถึงทุกวันนี้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ และน้องๆ ทุกคนที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และให้กำลังใจมาโดยตลอด คุณค่าและประโยชน์อันใดที่พึงจะเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็น กตัญญูตาแก่บิดา มารดา ตลอดจนบูรพาจารย์ของผู้วิจัยและผู้มีพระคุณทุกท่าน

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อ | (3) |
| Abstract | (4) |
| กิตติกรรมประกาศ | (5) |
| สารบัญ | (6) |
| รายการตาราง | (8) |
| รายการภาพประกอบ | (10) |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย | 1 |
| 1.2 การสำรวจเอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง | 2 |
| 1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย | 11 |
| 1.4 ขอบเขตของงานวิจัย | 11 |
| 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 11 |
| 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ | 12 |
| บทที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นและวิธีดำเนินการวิจัย | 13 |
| 2.1 ข้อมูลเบื้องต้น | 13 |
| 2.2 วิธีดำเนินการวิจัย | 15 |
| 2.2.1 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด | 15 |
| 2.2.2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านวิศวกรรม | 19 |
| 2.2.3 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน | 19 |
| บทที่ 3 ผลการวิจัย | 21 |
| 3.1 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด | 21 |
| 3.2 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและวิศวกรรม | 47 |
| 3.3 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน | 61 |
| บทที่ 4 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ | 84 |
| 4.1 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด | 84 |
| 4.2 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและวิศวกรรม | 86 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| 4.3 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน | 87 |
| 4.4 ข้อเสนอแนะ | 87 |
| บรรณานุกรม | 88 |
| ภาคผนวก | 90 |
| ภาคผนวก ก | 91 |
| แบบสอบถามชุดที่ 1 | 92 |
| แบบสอบถามชุดที่ 2 | 96 |
| ภาคผนวก ข | 102 |
| ตารางแสดงต้นทุนในการผลิตต่อปี โครงการที่ 1 | 103 |
| ตารางแสดงต้นทุนในการผลิตต่อปี โครงการที่ 2 | 103 |
| ภาคผนวก ค | 104 |
| ตัวอย่างภาพถ่ายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก | 105 |
| ประวัติผู้เขียน | 107 |

รายการตาราง

| | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 2.1 จำนวนครัวเรือนในเขตเทศบาลเมืองและเทศบาลนคร จังหวัดสงขลา | 15 |
| ตารางที่ 3.1 จำนวนโรงงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ในจังหวัดสงขลา | 22 |
| ตารางที่ 3.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | 23 |
| ตารางที่ 3.3 พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ | 25 |
| ตารางที่ 3.4 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ | 31 |
| ตารางที่ 3.5 ปัญหาในการใช้บริการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์และข้อเสนอแนะ | 35 |
| ตารางที่ 3.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการร้านเฟอร์นิเจอร์ไม้ | 36 |
| ตารางที่ 3.7 รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจและการเลือกซื้อของลูกค้าในร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ | 37 |
| ตารางที่ 3.8 ผลการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) | 41 |
| ตารางที่ 3.9 สัดส่วนในการผลิตเฟอร์นิเจอร์แยกตามขนาด | 46 |
| ตารางที่ 3.10 การประเมินทำเลที่ตั้งของโครงการ | 49 |
| ตารางที่ 3.11 เงินลงทุนในที่ดิน อาคาร และ โรงงาน โครงการที่ 1 | 54 |
| ตารางที่ 3.12 เงินลงทุนในที่ดิน อาคาร และ โรงงาน โครงการที่ 2 | 54 |
| ตารางที่ 3.13 รายการเครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะของ โครงการที่ 1 | 55 |
| ตารางที่ 3.14 รายการเครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะของ โครงการที่ 2 | 56 |
| ตารางที่ 3.15 ต้นทุนเฉลี่ยต่อชุดในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักโครงการที่ 1 | 60 |
| ตารางที่ 3.16 ราคาขายและยอดขายของโครงการที่ 1 | 60 |
| ตารางที่ 3.17 ต้นทุนเฉลี่ยต่อชุดในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักโครงการที่ 2 | 61 |
| ตารางที่ 3.18 ราคาขายและยอดขายของโครงการที่ 2 | 61 |
| ตารางที่ 3.19 รายละเอียดของเงินทุนของโครงการที่ 1 | 64 |
| ตารางที่ 3.20 รายละเอียดประมาณการกระแสเงินสดของโครงการที่ 1 | 66 |
| ตารางที่ 3.21 การคำนวณกำไรสุทธิของโครงการที่ 1 | 69 |

รายการตาราง (ต่อ)

| | หน้า | |
|---------------|---|----|
| ตารางที่ 3.22 | กระแสเงินสดสุทธิสะสมของโครงการที่ 1 | 70 |
| ตารางที่ 3.23 | รายละเอียดของเงินทุนของโครงการที่ 2 | 73 |
| ตารางที่ 3.24 | รายละเอียดประมาณการกระแสเงินสดของโครงการที่ 2 | 76 |
| ตารางที่ 3.25 | การคำนวณกำไรสุทธิของโครงการที่ 2 | 79 |
| ตารางที่ 3.26 | กระแสเงินสดสุทธิสะสมของโครงการที่ 2 | 80 |
| ตารางที่ 3.27 | ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ | 82 |

รายการภาพประกอบ

| | หน้า |
|--|------|
| ภาพที่ 2.1 พระที่นั่งวิมานเมฆ | 14 |
| ภาพที่ 2.2 เสาชิงช้า | 14 |
| ภาพที่ 3.1 ที่ตั้งโครงการ | 50 |
| ภาพที่ 3.2 แผนที่โครงการ | 51 |
| ภาพที่ 3.3 แผนผังที่ตั้งสิ่งปลูกสร้างโครงการที่ 1 | 52 |
| ภาพที่ 3.4 แผนผังที่ตั้งสิ่งปลูกสร้างโครงการที่ 2 | 53 |
| ภาพที่ 3.5 กระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักโครงการที่ 1 | 58 |
| ภาพที่ 3.6 กระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักโครงการที่ 2 | 59 |

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

จากสถานะเศรษฐกิจที่ซบเซาในปี 2540-2542 ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ รวมทั้งภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น เฟอร์นิเจอร์ วัสดุก่อสร้าง ไฟฟ้า เหล็ก และอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากผลของภาวะเศรษฐกิจค่อนข้างมาก แต่หลังจากปี 2543 เป็นต้นมา เศรษฐกิจก็เริ่มฟื้นตัว การขยายตัวของเศรษฐกิจในต่างจังหวัดก็มีมากขึ้น ซึ่งรายได้ที่หล่อเลี้ยงระบบเศรษฐกิจส่วนหนึ่งเป็นรายได้จากการเกษตร ทำให้การฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจในต่างจังหวัดเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว สำหรับในเขตภาคใต้ ตั้งแต่ปี 2543 - 2549 รายได้ของประชากรเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 21.09 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2551) โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจการก่อสร้างมีอัตราการขยายสินเชื่อเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.33 ในช่วงปี 2546 - 2550 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2551)

จังหวัดสงขลาเป็นอีกจังหวัดหนึ่งซึ่งเป็นเมืองหลักของภาคใต้เป็นจังหวัดศูนย์กลางรวมการคมนาคมขนส่งของภูมิภาค มีเส้นทางรถยนต์ รถไฟ เชื่อมติดต่อไปยังประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ มีสนามบินพาณิชย์ที่มีเที่ยวบินภายในประเทศและระหว่างประเทศ และมีท่าเรือน้ำลึกสามารถจอดเรือขนถ่ายสินค้าขนาดใหญ่ได้สะดวก เป็นจังหวัดชายแดนติดต่อกับประเทศมาเลเซีย มีการค้าขายระหว่างกันบริเวณอำเภอสะเดา มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเดินทางมาซื้อสินค้าและใช้บริการเป็นจำนวนมาก

ปัจจุบันมีการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในอัตราที่น่าพอใจ มีการสนับสนุนจากภาครัฐและส่งเสริมการพัฒนาจังหวัด เพื่อเป็นแหล่งของการท่องเที่ยวและเป็นแหล่งทางการค้า นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งผลิตสินค้าวัตถุดิบการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ยางพารา ซึ่งเป็นผลดีกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องรวมถึงธุรกิจเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราและอื่นๆ เมื่อพิจารณาแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจังหวัดแล้ว จังหวัดสงขลายังสามารถรองรับการเพิ่มขึ้นของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ก็จะมีขยายตัวไปพร้อม ๆ กัน โดยเฉพาะในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่และเทศบาลนครสงขลามีการประกอบธุรกิจการค้าหลายประเภท เช่น โครงการบ้านจัดสรร กวดาคาร โรงแรม ร้านค้า

จากการที่ผู้วิจัยมีร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้สักรูปทรงโบราณในจังหวัดสงขลา กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะมีฐานะทางการเงินค่อนข้างสูง เพื่อต้องการขยายตลาดของกลุ่มลูกค้าระดับกลางหรือ

ระดับต่ำลงมา และเพื่อต้องการที่จะขายส่งสินค้าให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะลงทุนจัดตั้งโรงงานซึ่งจะทำให้ลูกค้าได้รับประโยชน์ในด้าน ราคาสินค้าที่ต่ำลง การบริการหลังการขาย ค่าขนส่ง และสินค้าที่จำหน่ายอยู่นั้นรับมาจากโรงงานของเครือข่ายที่อยู่ในภาคเหนือทำให้มีความพร้อมในด้านแรงงานที่มีฝีมือ รูปแบบของสินค้า แหล่งวัตถุดิบ เครื่องจักร ผังโรงงาน กระบวนการผลิต ประกอบกับโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีอยู่ในจังหวัดสงขลานั้นไม่นิยมผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก เพราะขาดแคลนทางด้านวัตถุดิบ และแรงงานที่มีฝีมือ (จากการสำรวจและสัมภาษณ์) เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลาและช่วยกระจายสินค้าไม้สักแปรรูปจากทางภาคเหนือและเป็นการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกไม้สักเพื่อจำหน่าย อีกทั้งยังช่วยลดภาวะโลกร้อนได้อีกทางหนึ่ง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิคและวิศวกรรม ด้านการเงินและเพื่อประกอบการพิจารณาในการตัดสินใจลงทุนในการดำเนินธุรกิจ

1.2 การสำรวจเอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในธุรกิจการลงทุนผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ผู้วิจัยเห็นว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องควรจะเป็นผลตอบจากการลงทุน สถานที่ตั้ง ราคาขาย ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อ ปริมาณความต้องการทางการตลาด ตลอดจนกลยุทธ์ต่างๆ ทางการตลาด ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ทัศนีย์ บุรณุปกรณ์ (2544) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของบริษัทเฟอร์นิเจอร์ไม้สักแห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาจากข้อมูลต้นทุนและผลตอบแทนในระหว่างปี พ.ศ. 2537-2543 ด้วยการวิเคราะห์ทางการเงินในภาพรวมของบริษัท กำหนดที่อัตราส่วนลดร้อยละ 10 การศึกษาพบว่า ผลการวิเคราะห์ทางการเงินในภาพรวมของบริษัท มีมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) เท่ากับ 135,416,919 บาท ผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 33.12 และอัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) มีค่าเท่ากับ 1.286 เท่า การวิเคราะห์ความไวต่อเหตุการณ์เปลี่ยนแปลง ภายใต้สถานการณ์สมมติ 4 กรณี คือ

กรณีแรก เมื่อสมมติอัตราส่วนลดเปลี่ยนแปลงลดลงเป็นร้อยละ 5.0 พบว่า NPV เท่ากับ 189,186,411 บาท IRR เท่ากับร้อยละ 33.12 และ B/C ratio เท่ากับ 1.355 ซึ่งเป็นไปตามหลักเกณฑ์การลงทุน บริษัทยังสามารถดำเนินการต่อไปได้

กรณีที่สอง เมื่อสมมติอัตราส่วนลดเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 15.0 พบว่า NPV เท่ากับ 93,510,908 บาท IRR เท่ากับร้อยละ 33.12 และ B/C ratio เท่ากับ 1.219 ซึ่งเป็นไปตามหลักเกณฑ์การลงทุน บริษัทยังสามารถดำเนินการต่อไปได้

กรณีที่สาม เมื่อสมมติต้นทุนเพิ่มขึ้นสูงสุดเป็นร้อยละ 28 ที่อัตราส่วนลดคงเดิม (ร้อยละ 10) รายได้คงเดิม พบว่า NPV เท่ากับ 3,118,153 บาท IRR เท่ากับร้อยละ 10.49 และ B/C ratio เท่ากับ 1.005 เป็นไปตามหลักเกณฑ์การลงทุน บริษัทก็ยังสามารถดำเนินการต่อไปได้

กรณีที่สี่ เมื่อสมมติรายได้ลดลงสูงสุดเป็นร้อยละ 22 ที่อัตราส่วนลดคงเดิม (ร้อยละ 10) ต้นทุนคงเดิม พบว่า NPV เท่ากับ 1,675,932 บาท IRR เท่ากับร้อยละ 10.34 และ B/C ratio เท่ากับ 1.004 เป็นไปตามหลักเกณฑ์การลงทุน บริษัทก็ยังสามารถดำเนินการต่อไปได้

ผกาพันธ์ แก้วชูชื่น (2549) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจร้านเสริมสวยแนวใหม่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ซึ่งทำการศึกษาความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาด แล้วนำข้อมูลที่ได้มาใช้ตัดสินใจในการลงทุน เพื่อกำหนดแผนการดำเนินงาน กลยุทธ์ทางการตลาด และศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ด้านการบริหารจัดการและด้านการเงิน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการออกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านเสริมสวยและผู้ประกอบการร้านเสริมสวยในพื้นที่ทำวิจัย พบว่าจากการวิจัยด้านการตลาดนั้น สามารถกำหนดรูปแบบของร้านเสริมสวยแนวใหม่ได้ว่าเป็นร้านเสริมสวยที่มีบริการหลากหลายครบวงจร โดยรวมบริการเสริมสวยตกแต่งทรงผมและบริการด้านสปาเข้าไว้ด้วยกันบนพื้นที่ให้บริการขนาด 60 ตารางเมตร ในบรรยากาศที่ตกแต่งให้เป็นธรรมชาติโล่งสบายตา พร้อมกับนำเทคโนโลยีการออกแบบทรงผมด้วยระบบคอมพิวเตอร์มาช่วยในการตัดสินใจของลูกค้าก่อนการรับบริการจริง อีกทั้งมีบริการอินเทอร์เน็ตในระหว่างรอรับบริการและมีห้องสมุดที่รวบรวมหนังสือหลากหลายชนิดให้ลูกค้าได้เลือกอ่านตามความชอบและสามารถยืมกลับบ้านได้ จากการวิเคราะห์ด้านการเงินพบว่า ต้องใช้เงินทุนทั้งสิ้น 2,229,000 บาท ที่อัตรากินลด 12 % มีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 11 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 3,206,668 บาท และผลตอบแทนโครงการ (IRR) เท่ากับ 37% และจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ ในกรณีที่มิใช่ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 5% 10% และรายได้ลดลง 5% 10% พบว่าโครงการนี้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ จึงมีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้สำหรับการลงทุน

อารี อุดมศิริธารง (2547) ได้ศึกษาโครงสร้างการผลิตและการตลาดของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ และได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของชาวต่างประเทศ ซึ่งได้ใช้แบบสอบถามกับเจ้าของกิจการ โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ และใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 257 คน

พบว่าโรงงานเฟอร์นิเจอร์ไม้แห่งนี้ใช้ไม้เนื้อแข็งประเภทไม้สัก และไม้ประดู่เป็นวัตถุดิบในการผลิต เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่จำหน่ายดีที่สุดใน 3 รายการคือ ตู้บาร์ 30 นิ้วลูกฟักตลอด ชุดสนาม “โต๊ะกลางพับได้” และชุดอาหารรูปไข่ ขาอีเก้า แต่ละรายมียอดขายคิดเป็นร้อยละ 33 12 และ 20 ของยอดขายทั้งปี ตามลำดับ ด้านต้นทุนการผลิต ประมาณ 1 ใน 3 เป็นค่าแรง ส่วนที่เหลือเป็นค่าวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์ สำหรับการตั้งราคาขายคิดจากต้นทุนบวกกำไรขั้นต้นร้อยละ 50 ดังนั้นราคาขายของผลิตภัณฑ์หลัก 3 รายการเท่ากับ 20,460 บาท 17,200 บาท และ 72,900 บาท ตามลำดับ โรงงานแห่งนี้มีการจ้างแรงงานปีละ 395 คน ลูกจ้างของโรงงานแห่งนี้เกือบทั้งหมดเป็นชาวต่างประเทศ โดยเป็นชาวยุโรป สหรัฐอเมริกา และแคนาดา มากที่สุด ผลการศึกษาทางด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้พบว่าปัจจัยด้านรสนิยม คือ ความสวยงามและการผลิตเหมาะสมกับราคาที่กำหนด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสองคือปัจจัยด้านการบริการ ได้แก่ ผู้ผลิตที่ช่วยดำเนินการส่งออกทุกขั้นตอน และอันดับสามคือปัจจัยด้านรายได้ ได้แก่ ผู้ซื้อที่มีรายได้เพียงพอที่จะซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้

อกินันท์ ทองด้วง (2551) ได้ศึกษาและสำรวจสถานะการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในจังหวัดสงขลา ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานะ และปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในจังหวัดสงขลา ตลอดจนแนวโน้มการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในจังหวัดสงขลา โดยทำการศึกษา และรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่มีผลต่อการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยรวมถึงการจัดทำแบบสอบถามประชากรเพื่อศึกษารูปแบบความต้องการที่อยู่อาศัย และผู้ประกอบการลงทุนเพื่อศึกษาสถานะการลงทุนตลอดจนนำข้อมูลที่ได้นำมาทำการศึกษาคำถามนำลงทุน และวิเคราะห์แนวโน้มการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในจังหวัดสงขลา เพื่อให้ผู้ประกอบการลงทุนสามารถใช้เป็นแนวทางในการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในจังหวัดสงขลาได้ จากการศึกษาพบว่า สถานะการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในจังหวัดสงขลา มีการชะลอตัวเนื่องจากได้รับผลกระทบจากปัจจัยลบในด้านต่างๆ แต่ประชากรยังคงมีความต้องการที่อยู่อาศัย โดยส่วนใหญ่ต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวที่มีขนาดที่ดินไม่เกิน 50 ตารางวา มีราคา 1,500,000 – 2,000,000 บาทต่อหลัง สำหรับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสถานะการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในจังหวัดสงขลา ได้แก่ ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง อัตราดอกเบี้ยที่สถาบันการเงินให้แก่ผู้ประกอบการลงทุนกู้ และยอดขายปูนซีเมนต์ในจังหวัดสงขลาที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สำหรับแนวโน้มการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในจังหวัดสงขลาในปี 2551 คาดว่าจะชะลอตัวต่อไปอีก อย่างไรก็ตามก็ตามจากการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน พบว่า ให้อัตราผลตอบแทนการลงทุนถึง 22.89 %

แสดงว่า ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในจังหวัดสงขลายังคงมีศักยภาพในการลงทุน แต่นักลงทุนควรพิจารณาปัจจัยต่างๆ อย่างรอบคอบเพื่อที่จะสามารถเลือกลงทุนได้อย่างถูกต้อง และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

กาญจนา โกสินทรานนท์ (2541) ได้ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหา ศึกษากลยุทธ์การตลาดในการดำเนินธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จำนวน 200 คน โดยเลือกสุ่มตัวอย่าง 4 ตำบล ตำบลละ 50 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Simple Random Sampling เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์และประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS/PC แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ผลการศึกษาพบว่า สิ่งที่พิจารณาเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจซื้อคือ ด้านราคา ซึ่งปัจจุบันยังมีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจ เฟอร์นิเจอร์ไม้ยังเป็นที่ยอมรับ เพราะมีความแข็งแรง คงทนถาวร โดยเฉพาะไม้สัก ไม้มะค่า โดยผู้บริโภคจะซื้อจากร้านที่รู้จัก การลดราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด สามารถเคลื่อนย้ายได้ มีรูปแบบทันสมัย แต่ยังคงนิยมลิทธิธรรมชาติดู มีขนาดเล็กกะทัดรัด เหมาะกับการใช้งาน สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการคือ สินค้ามีให้เลือกจำนวนมาก มีที่จอดรถ เฟอร์นิเจอร์ในห้องรับแขกเป็นที่นิยมมากที่สุด ซึ่งทำมาจากไม้มีรูปแบบสวยงาม คงทน ราคาต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่ซื้อในโอกาสที่จำเป็นมากกว่าการซื้อแบบเป็นชุด ๆ พร้อมกัน เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันผู้บริโภคต้องประหยัด และมีความจำเป็นต้องใช้จ่ายอย่างอื่นมากกว่า ผู้บริโภคจึงยังไม่มี ความสนใจในการซื้อเฟอร์นิเจอร์มากนัก เนื่องจากมีราคาสูง

จากการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยเห็นว่าเฟอร์นิเจอร์ไม้สักเป็นผลิตภัณฑ์ที่ให้ผลตอบแทนสูง เป็นเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ยังเป็นที่นิยม เพราะความมีสวยงาม แข็งแรง ทนทาน แต่ก็ยังมีราคาแพง และก็ยังไม่มีการศึกษาถึงกระบวนการผลิตต่าง ๆ ที่จะทำให้เฟอร์นิเจอร์ไม้สักมีราคาที่ต่ำลงเพื่อผู้บริโภคอย่างจริงจัง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความคิดที่จะวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนในโครงการต่าง ๆ เพื่อที่จะเปรียบเทียบและหาโครงการที่เหมาะสมและต้นทุนต่ำที่สุดเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าในราคาที่ต่ำลง

1.2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

ได้มีผู้ให้ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ในแง่มุมต่างๆ (ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ, 2545)

1. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการคือ การศึกษาที่ช่วยให้การกำหนดโครงการสามารถได้รับผลประโยชน์ตอบแทนสูงสุดจากการลงทุน
2. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการคือ การศึกษาที่ช่วยให้ทราบถึงโอกาสที่จะประสบความสำเร็จของโครงการลงทุน และเมื่อมีการดำเนินงานตามโครงการนั้นแล้ว จะทำให้ผู้ลงทุนได้รับผลประโยชน์ตอบแทนสูงสุด
3. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการคือ เอกสารที่พรรณนาอย่างชัดเจนและเป็นระบบของโครงการภายใต้การศึกษาเอกสารดังกล่าวจะระบุผลการวิเคราะห์ทางด้านต่างๆ ที่สำคัญของโครงการเพื่อให้ผู้ตัดสินใจสามารถทำการตัดสินใจได้

จากนิยามต่างๆ ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการคือ การศึกษาและการจัดทำเอกสารที่ประกอบไปด้วยข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็น แสดงถึงเหตุผลสนับสนุนความถูกต้องสมบูรณ์ของโครงการ เพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและเมื่อนำไปปฏิบัติแล้วจะให้ผลตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน

ในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จะเป็นการประเมินข้อดีและข้อเสียหรือผลตอบแทน และต้นทุนของโครงการ การศึกษาความเป็นไปได้จะเน้นการประเมินความคุ้มค่าของโครงการ โดยโครงการจะมีความคุ้มค่าก็ต่อเมื่อผลตอบแทนจากการลงทุนมีค่าสูงกว่าต้นทุน

การศึกษาลู่ทางเป็นไปได้ในการจัดตั้งโรงงานอุตสาหกรรมโดยทั่วไปนั้นการศึกษาจะครอบคลุมถึง 3 ประการหลักด้วยกัน (ชัยยศ สันติวงศ์, 2539) คือ กิจกรรมด้านการตลาด ด้านเทคนิคและวิศวกรรม และด้านการเงิน ผลของกิจกรรมดังกล่าวจะสรุป หรือสะท้อนออกมาให้เห็นในรูปของงบการเงินล่วงหน้า (Pro Forma Financial Statement) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่นำมาประเมินผลและตัดสินใจลงทุนในโครงการ โดยพิจารณาที่ผลตอบแทนจากการลงทุน และความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

การวิเคราะห์ด้านการตลาด

เป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ โอกาส และกลยุทธ์ทางการตลาด โดยพิจารณาถึง กลุ่มเป้าหมายหรือขนาดของตลาด และส่วนประสมทางการตลาด ตลอดจนสภาพแวดล้อมต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งปัจจัยอื่นที่อาจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ จุดมุ่งหมายเพื่อการวางแผน การตลาดในการจำหน่าย ตลอดจนคาดคะเนรายรับจากยอดขาย โดยผลที่ได้จะเป็นส่วนหนึ่งที่น่ามาใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อประโยชน์ในการประเมินผล และการตัดสินใจลงทุน

การศึกษาครั้งนี้ได้มีการนำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mixes) มาพิจารณาประกอบในการวิเคราะห์ อันประกอบไปด้วย

- ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับรูปแบบของสินค้า การสั่งซื้อสินค้า การหมุนเวียนของสินค้า และคลังสินค้า

- ราคา การกำหนดราคาของสินค้าให้เหมาะสม เพื่อช่วยให้สามารถจำหน่ายสินค้าไปสู่ที่มีความต้องการ

- ช่องทางการจัดจำหน่าย เกี่ยวข้องกับการจัดส่งสินค้าไปยังสถานที่ที่ถูกต้องในเวลาที่เหมาะสม โดยมีค่าใช้จ่ายที่ประหยัด รวมถึงการให้บริการลูกค้าที่ดีที่สุด

- การส่งเสริมการตลาด เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายของกิจการ โดยการแจ้งการบอกกล่าว และการขายความคิดความเข้าใจให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการว่ามีจำหน่ายในสถานที่ใด ณ ระดับราคาใด โดยปกติการส่งเสริมการขาย จะประกอบด้วยการขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) การขายโดยทั่วไป (Mass Selling) และการส่งเสริมการขาย (Sell Promotion) ซึ่งกิจการจะต้องพิจารณา วางแผนเลือกใช้วิธีการต่างๆ เหล่านี้ประกอบเข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้การส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด (บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2534)

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคและวิศวกรรม

เป็นการศึกษาเพื่อกำหนดความเหมาะสมด้านวิศวกรรม โดยพิจารณาสรรหาเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีนำสมัยที่ใช้ในการผลิตและกรรมวิธีในการผลิต การเลือกทำเลที่ตั้ง ขนาดกำลังผลิตให้เหมาะสมกับปริมาณผลผลิตและความต้องการของตลาด ผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อม กระบวนการผลิตและวัตถุดิบที่ใช้ และหลักเกณฑ์ในการถ่ายทอดเทคโนโลยี

ในช่วงการศึกษาด้านการตลาดจะต้องมีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในการประเมินหาความต้องการผลิตภัณฑ์ของตลาด ความต้องการของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนี้ นอกเหนือจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่นราคาแล้ว ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยทางเทคนิค เช่น คุณภาพ ขนาด หลังจากที่มีการคาดคะเนสภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตในแต่ละช่วงเวลา เป็นเดือน หรือปี

ควรกำหนดปริมาณการผลิตในแต่ละช่วงให้สอดคล้องกับปริมาณที่คาดคะเนว่าจะขายได้จากปริมาณการผลิตในแต่ละช่วงเวลาจะนำไปประเมินหากิจกรรมการผลิต เวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมการผลิตแต่ละชนิด จำนวนผลผลิตที่ควรจะได้ในแต่ละขั้นตอนการผลิตและสัดส่วนของวัตถุดิบต่อจากนั้นจะนำข้อมูลดังกล่าวไปประเมินหาปริมาณวัตถุดิบและแรงงานที่จำเป็นต้องใช้ในแต่ละขั้นตอนการผลิต นอกจากนั้นควรจะมีการศึกษาประเมินของเสียที่เกิดขึ้นจากการผลิตและปริมาณผลผลิตที่เสียหายระหว่างการผลิต ในระยะแรกของการผลิตอาจเป็นไปได้ในทางปฏิบัติที่จะมีปริมาณการผลิตที่เต็มกำลังการผลิต (Full Production) เนื่องจากความยุ่งยากทางด้านวิศวกรรม เช่น ต้องมีการปรับแต่งเครื่องจักรอุปกรณ์ และฝึกอบรมคนงานให้สามารถดำเนินงานเข้ากับเทคนิคการผลิต นอกจากนั้นแม้ว่าโรงงานจะสามารถผลิตได้เต็มกำลังการผลิต ก็อาจมีปัญหาด้านตลาดและการขาย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์นั้นเป็นยี่ห้อใหม่ซึ่งต้องอาศัยเวลาสำหรับการยอมรับของตลาด หรือบุคลากรทางด้านการขายยังต้องการเวลาสำหรับความคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์และการเข้าสู่ตลาด ในการกำหนดปริมาณการผลิตในระยะแรกของการผลิตว่าควรจะเป็นเท่าใดของปริมาณการผลิตที่เต็มกำลังการผลิต

การพิจารณาคัดเลือกเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตจะคำนึงถึงขนาดกำลังการผลิต เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตและผู้จำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์นั้นๆ รวมถึงอุปกรณ์สำคัญในการผลิตและอุปกรณ์ช่วยผลิตเช่น การลำเลียงวัสดุ การขนส่ง ลักษณะเฉพาะของเครื่องจักร โดยทั่วไปที่ควรพิจารณา ได้แก่ วัสดุที่เครื่องสามารถรับได้แล้วและเปลี่ยนเป็นผลผลิตที่ต้องการ ปริมาณและคุณภาพของผลผลิตจากเครื่อง เวลาที่ใช้ในการผลิต รูปแบบ ขนาด รูปร่าง วัสดุที่ใช้ทำเครื่องจักรกล ส่วนประกอบเพิ่มเติมของเครื่อง และการติดตั้งซึ่งรวมถึง การเดินท่อน้ำ การต่อสายไฟ การติดตั้งเครื่องวัดต่างๆ และแรงงานที่ต้องใช้ในการติดตั้ง การคัดเลือกผู้ผลิตเครื่องจักรจะพิจารณาจากคุณสมบัติของบริษัทผู้ผลิต รวมทั้งราคาของเครื่องจักรและเงื่อนไขการชำระเงิน

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพิจารณาสถานที่ตั้งโรงงาน ประกอบด้วยระยะทางจากโรงงานถึงแหล่งวัตถุดิบและตลาด การคมนาคมขนส่ง แรงงานที่อาจหามาได้ ค่าจ้างแรงงาน พลังงานที่อาจหามาได้และราคาของพลังงาน ภาษีบำรุงท้องที่ การยกเว้นภาษี ที่ดินที่อาจหามาได้ ลักษณะ ขนาดและราคาของที่ดิน

การออกแบบวางผังบริเวณโรงงานควรจัดให้อาคารและสิ่งก่อสร้างต่างๆ เช่น เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ต้องอยู่นอกอาคาร เช่น ถังน้ำมัน ถังน้ำหล่อเย็น เป็นต้น อาคารโรงงาน สำนักงาน และโกดังเก็บของ ถนนและที่จอดรถ อยู่ในลักษณะที่ช่วยในการหมุนเวียนของวัสดุและการบริการให้เป็นไปได้ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ส่วนการวางผังอาคารจะต้องคำนึงถึงประกอบคือ เครื่องจักรและ

อุปกรณ์ที่อยู่ภายในอาคาร บริเวณที่ทำงาน ทางสัญจรของคนและเครื่องจักร ระบบแสงสว่างและระบบการถ่ายเทอากาศ หลักการในการวางผังภายในโรงงานเช่นเดียวกับการวางผังบริเวณโรงงานคือ พยายามทำให้การหมุนเวียนของกิจกรรมต่างๆ ภายในโรงงานเป็นไปด้วยความสะดวกและรวดเร็วที่สุด เพื่อลดเวลาการผลิต เพิ่มความปลอดภัยในการทำงาน ลดอุบัติเหตุ และสะดวกในการบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ

การวิเคราะห์ด้านการเงิน

เป็นการศึกษาถึงเงินลงทุน การเงินและผลตอบแทนของโครงการเพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return; IRR) และ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value ; NPV)

การศึกษาความสามารถของโครงการในการคืนทุนให้กับผู้ลงทุนระดับที่ต้องการ จะศึกษาเกี่ยวกับเงินลงทุนคงที่ เงินลงทุนหมุนเวียนที่ต้องการ มูลค่าการขายทั้งสิ้น โครงสร้างด้านการลงทุน โครงสร้างต้นทุนและรายได้ กระแสเงินสด โดยใช้เครื่องมือทางการเงิน เช่น ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ผลตอบแทนการลงทุนและจุดคุ้มทุนในการวิเคราะห์ยอมรับได้ของโครงการเครื่องมือทางการเงินที่ใช้ในการศึกษาได้แก่

1. **มูลค่าปัจจุบันสุทธิ** คือ ผลรวมของผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนที่ได้รับกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายแต่ละปีของโครงการ เพื่อพิจารณาผลตอบแทนจากโครงการคุ้มค่าต่อการลงทุนหรือไม่ โดยมีสูตรในการวิเคราะห์ ดังนี้

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

โดย

NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

B_t = กระแสเงินสดรับสุทธิรายปีตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ n

C_0 = เงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ

k = อัตราคิดลด

$\sum_{t=1}^n$ = ผลบวกของ B ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ n

เกณฑ์การตัดสินใจ พิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับ จะต้องมากกว่าหรือเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่าย ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ แสดงว่าโครงการนั้นไม่คุ้มกับการลงทุน

2. อัตราผลตอบแทนภายใน คืออัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของต้นทุนเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนตลอดอายุโครงการ หรือเป็นอัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับศูนย์ โดยมีสูตรในการวิเคราะห์ ดังนี้

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

โดย B_t = กระแสเงินสดรับสุทธิรายปีตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ n
 C_0 = เงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ
 r = อัตราผลตอบแทนที่แท้จริง (สิ่งที่ต้องคำนวณหา)
 $\sum_{t=1}^n$ = ผลบวกของ B ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ n

เกณฑ์การตัดสินใจ ให้เปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนการลงทุนกับอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ธุรกิจจะยอมรับการลงทุนได้ หรืออัตราดอกเบี้ยของสถาบันการเงิน ถ้าอัตราผลตอบแทนการลงทุนที่คำนวณได้สูงกว่า ถือว่าเป็นโครงการที่คุ้มค่าต่อการลงทุน

3. ระยะเวลาคืนทุน หากการดำเนินงานได้รับผลตอบแทนคุ้มกับจำนวนเงินที่ลงทุนได้เร็วเท่าไร ก็จะเป็นการดีมากขึ้นเท่านั้น เนื่องจากโอกาสเสี่ยงต่อการขาดทุนในอนาคตมีน้อยลง และผู้ลงทุนสามารถนำเงินลงทุนที่ถอนคืนมาได้ไปลงทุนหาผลประโยชน์ในกิจการอื่นต่อไป การทราบระยะเวลาคืนทุนจะเป็นประโยชน์ในด้านการวิเคราะห์ความเสี่ยง

ระยะเวลาคืนทุน คือ จำนวนปีในการดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้มูลค่าการลงทุนสะสม (อย่างน้อยที่สุด) เท่ากับมูลค่าตอบแทนเงินสดสุทธิสะสม หรืออาจกล่าวได้ว่า ระยะเวลาคืนทุน คือ จำนวนปีในการดำเนินการ ซึ่งทำให้ผลกำไรที่ได้รับในแต่ละปีรวมกันแล้วมีค่าเท่ากับจำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก “ผลกำไร” ในที่นี้คือ กำไรสุทธิหลังหักภาษี + ดอกเบี้ย + ค่าเสื่อมราคา

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + \frac{\text{กระแสเงินสดส่วนที่เหลือ}}{\text{กระแสเงินสดทั้งปี}}$$

4. การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity analysis) เป็นการวิเคราะห์ดูว่าสถานะทางการเงินของโครงการจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อโครงการ ทำให้ผลตอบแทนการลงทุนและจุดคุ้มทุนของโครงการเปลี่ยนแปลงไป จึงต้องทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหวเพื่อแสดงว่า โครงการมีความคล่องตัวและสามารถทนต่อความเสี่ยงได้มากน้อยเพียงใด

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ด้านตลาด ด้านเทคนิคและวิศวกรรม และด้านการเงิน ในการลงทุนจัดตั้งโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อเปรียบเทียบการลงทุนจัดตั้งโรงงานขึ้นรูปเฟอร์นิเจอร์ไม้สักและโรงงานประกอบเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดสงขลาเพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ โดยจะมุ่งเน้นการศึกษาทางด้านเทคนิคและวิศวกรรม ด้านการตลาด และการวิเคราะห์ทางการเงินเพื่อคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ระยะเวลาคืนทุน และการวิเคราะห์ความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ กำหนดระยะเวลาในการศึกษาไว้ 10 ปี คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 ถึง พ.ศ. 2563

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงสถานการณ์ทางการตลาดและความเป็นไปได้ทางการตลาดของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก
2. ทราบถึงความเหมาะสมของโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักทั้งในด้านของขนาดและทำเลที่ตั้ง
3. ทราบถึงเงินลงทุน ค่าใช้จ่าย และผลตอบแทนของโครงการรวมทั้งความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ
4. เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจลงทุนจัดตั้งโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. โรงงานขึ้นรูปเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก หมายถึง โรงงานที่นำไม้แปรรูปมาผ่านขั้นตอนการผลิตตั้งแต่ต้นจนเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป
2. โรงงานประกอบเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก หมายถึง โรงงานที่นำไม้ที่ตัดและขึ้นรูปเป็นชิ้นส่วนของเฟอร์นิเจอร์แต่ละชิ้นเป็นที่สำเร็จสมบูรณ์มาแล้ว โรงงานจะเน้นเฉพาะกระบวนการประกอบและตกแต่งผิวสำเร็จเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเท่านั้น

บทที่ 2

ข้อมูลเบื้องต้นและวิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ข้อมูลเบื้องต้น

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์เป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่มีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องในแต่ละยุคสมัย โดยมีจุดเริ่มต้นจากอุตสาหกรรมการผลิตในครัวเรือนที่ผลิตเพื่อใช้และจำหน่ายภายในประเทศเป็นหลัก ต่อมา มีการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิต จากการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สำเร็จรูป (Finished Furniture) เป็นการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ถอดประกอบได้ (Knocked Down Furniture) โดยที่การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดถอดประกอบได้ ส่วนใหญ่เป็นการผลิต ในลักษณะโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ที่มุ่งเน้นการผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก และใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยจากต่างประเทศ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์จึงกลายเป็นสินค้าอุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญของประเทศอีกอุตสาหกรรมหนึ่ง และเริ่มมีบทบาทในตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ในช่วงที่ผ่านมา อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์กลายเป็นสินค้าสำคัญที่สร้างรายได้ในการส่งออกให้กับประเทศ โดยตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ซึ่งนำรายได้เข้าประเทศปีละกว่า 4 หมื่นล้านบาท ก่อให้เกิดการสร้างงานรวมทั้งหมด 300,000 คน และมีผู้ผลิตโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนาดเล็ก และขนาดกลางถึง 99% ของผู้ผลิตทั้งหมด (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2551)

ไม้สัก เป็นไม้ที่มีชื่อเสียงรู้จักกันแพร่หลายทั่วโลก อันเนื่องมาจากเนื้อไม้มีคุณภาพสูง มีความแข็งแรงทนทานและมีลวดลายธรรมชาติที่งดงาม และที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งก็คือ มีความต้านทานต่อปลวก มอด แมลง และเชื้อราต่างๆ ดังนั้นจึงมีการนำมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง เช่น นำมาสร้างบ้านเรือนและนำมาแปรรูปทำเป็นเครื่องใช้เฟอร์นิเจอร์ต่างๆ หรือนำมาแกะสลักเป็นแผ่นภาพให้สวยงาม เพื่อนำมาตกแต่งบ้าน นอกจากนี้ไม้สักทั้งทนทานต่อลมฟ้าอากาศที่จะทำลายเนื้อไม้ดังจะเห็นได้จากสภาพของโบสถ์ วิหาร ที่มีอายุหลายร้อยปีที่สร้างขึ้นด้วยไม้สักในจังหวัดต่างๆ รวมทั้งพระที่นั่งวิมานเมฆซึ่งเป็นสิ่งปลูกสร้างด้วยไม้สักทั้งหลังที่ใหญ่ที่สุดในโลก (วิกิพีเดีย, 2553) ดังภาพที่ 2.1 นอกจากนี้ไม้สักยังถือว่าเป็นไม้มงคล จึงได้มีการนำไม้สักไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับพิธีศาสนา สถานมงคลต่าง ๆ รวมทั้งเสาธงชาติของกรุงเทพมหานคร (วิกิพีเดีย, 2553) ดังภาพที่ 2.2 ดังนั้นงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากไม้สักจึงก่อให้เกิดเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญประเภทหนึ่งที่เป็นอาชีพและก่อให้เกิดรายได้ที่สำคัญอย่างหนึ่งของประเทศ



ภาพที่ 2.1 พระที่นั่งวิมานเมฆ



ภาพที่ 2.2 เสาชิงช้า

2.2 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ 3 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิคและวิศวกรรม และด้านการเงิน

2.2.1 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยได้ดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้
ประชากรการวิจัย ประชากรที่ศึกษา ได้แก่

1. ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้จำนวน 19 ร้านจากการสำรวจร้านเฟอร์นิเจอร์ไม้ทั้งหมดที่อยู่ในจังหวัดสงขลา
2. บุคคลทั่วไปที่สนใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้หรือบุคคลทั่วไปที่มีศักยภาพทางการเงินที่อยู่ในเขตเทศบาลนคร และเทศบาลเมือง จำนวน 142,135 ครัวเรือนดังรายละเอียดในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 จำนวนครัวเรือนในเขตเทศบาลเมืองและเทศบาลนคร จังหวัดสงขลา

| ชื่อการปกครองท้องถิ่น | ประชากรชาย | ประชากรหญิง | รวมประชากร | จำนวนครัวเรือน |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| เทศบาลเมืองสิงหนคร | 17,752 | 18,065 | 35,817 | 8,809 |
| เทศบาลเมืองควนลัง | 16,882 | 18,742 | 35,624 | 14,102 |
| เทศบาลนครสงขลา | 36,276 | 39,341 | 75,617 | 24,284 |
| เทศบาลเมืองคอหงส์ | 20,323 | 22,835 | 43,158 | 16,836 |
| เทศบาลเมืองปาดังเบซาร์ | 6,367 | 6,780 | 13,147 | 4,240 |
| เทศบาลนครหาดใหญ่ | 73,754 | 82,517 | 156,271 | 52,790 |
| เทศบาลเมืองบ้านพรุ | 9,145 | 9,562 | 18,707 | 6,131 |
| เทศบาลเมืองสะเดา | 8,913 | 9,039 | 17,952 | 6,031 |
| เทศบาลเมืองคลองแห | 11,605 | 12,555 | 24,160 | 8,912 |
| รวม | 201,017 | 219,436 | 420,453 | 142,135 |

ที่มา : ที่ทำการปกครองจังหวัดสงขลา(2551)

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

การหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) เพื่อเป็นตัวแทนของประชากร ได้แก่ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำนวน 19 ตัวอย่าง บุคคลทั่วไปที่สนใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้หรือบุคคลทั่วไปที่มีศักยภาพทางการเงินที่อยู่ในเขตเทศบาลนครและเทศบาลเมือง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของยามานะ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มธรรมดา (Simple Random Sampling)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนประชากร ได้มาจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร ทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1973) โดยให้มีความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับร้อยละ 5

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของประชากร
 e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{142135}{1 + 142135(0.05)^2} \\ &= 399.88 \end{aligned}$$

จากการคำนวณ จำนวนของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 399.88 ตัวอย่างซึ่งในการสำรวจแบบสอบถามครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ทำการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ซึ่งรวบรวมโดยการเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่างได้แก่ บุคคลทั่วไปที่สนใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์หรือบุคคลทั่วไปที่มีศักยภาพทางการเงินที่อยู่ในเขตเทศบาลนครและเทศบาลเมืองและสัมภาษณ์ / สอบถามผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ในพื้นที่จังหวัดสงขลา

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้ารวบรวมข้อมูล เอกสาร ตำรา วิชาการ บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ ผลการวิจัย ข้อมูลทางสถิติจากหน่วยงานของรัฐบาล เอกชนและอื่นๆ รวมทั้งค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 2 ชุด คือ ชุดที่ 1 สำหรับผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์และ ชุดที่ 2 บุคคลทั่วไปที่สนใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์หรือบุคคลทั่วไปที่มีศักยภาพทางการเงิน

แบบสอบถามชุดที่ 1 (แสดงรายละเอียดในภาคผนวก ก) ประกอบด้วยข้อมูล 3 ส่วนคือ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการของธุรกิจและการเลือกซื้อของลูกค้าในร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์
3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ท่านเห็นว่าสำคัญในการดำเนินธุรกิจ

แบบสอบถามชุดที่ 2 (แสดงรายละเอียดในภาคผนวก ก) ประกอบด้วยข้อมูล 4 ส่วนคือ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์
3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์
4. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ร่างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด และความมุ่งหมายในการศึกษาโดยศึกษาจากหนังสือ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง
3. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำและตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามอีกครั้ง โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน คือ

3.1 รศ.ดร.สุรัชัญญา ทองรักษ์ คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

3.2 ผศ.ศศิวิมล สุขบท หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

3.3 นายชาญวิทย์ อังสุวารี เจ้าของกิจการร้านเฟอร์นิเจอร์แห่งหนึ่ง

4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ถูกต้อง และจัดพิมพ์แบบสอบถามที่สมบูรณ์เพื่อนำไปใช้สำรวจข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. นำแบบสอบถามจำนวน 19 ชุดสำรวจผู้ประกอบการร้านเฟอร์นิเจอร์

2. นำแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด สำรวจด้วยตัวเองตามหมู่บ้านที่อยู่ในเขตพื้นที่ เทศบาล นคร เทศบาลเมือง ห้างสรรพสินค้า โฮมโปร และอีกส่วนหนึ่งได้ให้ไว้กับพนักงานในร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำนวน 19 ร้าน พร้อมทั้งชี้แจงให้พนักงานได้ทราบถึงขั้นตอนและรายละเอียดต่างๆ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 25 พฤศจิกายน 2551- 19 กุมภาพันธ์ 2552

4. นำแบบสอบถามทั้งหมดที่รวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมด มาลงรหัส และประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences) เพื่อวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติภาคบรรยาย (Descriptive Statistics) โดยการแจกแจงในรูปแบบของความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ด้านการตลาดจะใช้ ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งได้แก่

1. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมมหภาค อันได้แก่ สภาพเศรษฐกิจและนโยบายของรัฐ ที่จะมีผลต่อการลงทุน โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก

2. วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามบุคคลทั่วไปที่สนใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้หรือบุคคลทั่วไปที่มีศักยภาพทางการเงิน

4. วิเคราะห์ข้อมูลผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้

5. ส่วนประสมทางการตลาด

6. วิเคราะห์ SWOT

7. กลยุทธ์ทางการตลาด

8. วิเคราะห์ความต้องการทางการตลาดเพื่อพยากรณ์ยอดขาย

2.2.2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและวิศวกรรม

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะหมายรวมถึงการผลิต และการจัดการด้านบุคลากร ซึ่งได้แก่

1. วิเคราะห์ความต้องการวัตถุดิบที่ต้องใช้ในการผลิต เพื่อประมาณค่าใช้จ่ายวัตถุดิบ
2. วิเคราะห์หาทำเลสถานที่ตั้งโรงงาน เพื่อความสะดวกในด้าน การคมนาคมขนส่ง สาธารณูปโภค ที่ดินน้ำไม่ท่วม โดยใช้กฎการให้คะแนนเชิงเส้น (Linear Scoring Rule) ซึ่งเป็นการประเมินเชิงคุณภาพ
3. วิเคราะห์ผังโรงงานและขนาดพื้นที่ใช้สอย เพื่อคาดคะเนพื้นที่ใช้สอยให้เหมาะสมกับการดำเนินงาน
4. วิเคราะห์รายการการลงทุน เพื่อคาดคะเนเงินลงทุนในที่ดิน อาคาร โรงงาน เครื่องจักร และอุปกรณ์ และ การคิดค่าเสื่อมราคา
5. วิเคราะห์ด้านกระบวนการผลิต เพื่อลดต้นทุนในการผลิต คุณภาพของผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบคุณภาพ
6. วิเคราะห์ด้านกำลังการผลิตและบุคลากร เพื่อกำหนดความต้องการบุคลากร และแรงงาน ที่ต้องใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อพยากรณ์ค่าจ้างแรงงาน
7. วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการผลิตและดำเนินการ ที่จะทำให้เกิดความเหมาะสมในการดำเนินงาน

การศึกษาด้านเทคนิคและวิศวกรรมจะทำให้สามารถคาดคะเนต้นทุนจากการผลิตและการดำเนินการ เพื่อพิจารณาในด้านเงินลงทุนต่อไป

2.2.3 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

วิธีดำเนินการวิจัยด้านการเงิน เป็นการวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทนของธุรกิจ ความเป็นไปได้ในการลงทุนโดย

1. ประมาณการต้นทุน โครงการประกอบด้วย ต้นทุนสินทรัพย์ถาวร ต้นทุนก่อนการดำเนินงานและต้นทุนหมุนเวียน
2. ผลตอบแทนหรือรายได้จากการลงทุน ซึ่งได้มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม
3. วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน การวิเคราะห์ผลตอบแทนในการลงทุนของโครงการจะคำนวณโดยใช้อัตราดอกเบี้ยคิดลดที่ 12% โดยอ้างอิงจากอัตราดอกเบี้ย ประจำเดือน มิถุนายน 2552 ของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ซึ่งจะวิเคราะห์ตามลักษณะดังนี้

3.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV)

3.2 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return; IRR)

3.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period; PB)

4. การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity analysis) เนื่องจากผลการวิเคราะห์โครงการที่มีอายุ 10 ปี ทำให้มีความเสี่ยงภัยและความไม่แน่นอน เนื่องจากต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการอาจมีการเพิ่มขึ้นหรือลดลง และปัจจัยการผลิตต่างๆ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลง เช่น ราคาไม้สัก ราคาวัสดุอุปกรณ์ ความล่าช้าในการลงทุน อัตราดอกเบี้ย จึงเป็นสาเหตุสำคัญที่จะต้องวิเคราะห์ความอ่อนไหว เพื่อพิจารณาว่าโครงการสามารถรองรับความเปลี่ยนแปลงได้หรือไม่ โดยกำหนดให้

- ต้นทุนและรายได้ลดลง 5% และ 10%
- ต้นทุนและรายได้คงที่
- ต้นทุนและรายได้เพิ่มขึ้น 5% และ 10%

บทที่ 3

ผลการวิจัย

3.1 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

การศึกษาในด้านนี้เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาดว่าเป็นอย่างไร มีความต้องการสินค้าที่โครงการจะผลิตขึ้นมาอย่างน้อยเพียงใด การผลิตของโรงงานที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นอย่างไร ราคาเป็นอย่างไร เหล่านี้เป็นต้น การศึกษาด้านการตลาดนี้เป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง เพราะโรงงานอุตสาหกรรมที่จะลงทุนสร้างขึ้นมาจะดำเนินงานไปได้ด้วยดีเพียงไหนนั้นขึ้นกับตลาดเป็นสำคัญ โดยการศึกษาในด้านนี้เป็นสิ่งซึ่งถึงความสำเร็จ และความล้มเหลวของกิจการลงทุน การดำเนินการศึกษาเหมาะสมหรือดูทางเป็นไปได้อย่างโครงการลงทุน จึงมุ่งในด้านการตลาดก่อนเป็นเบื้องต้น หากผลชี้ชัดว่าโครงการดังกล่าวมีตลาดรองรับผลผลิตแล้ว จึงค่อยศึกษาความเหมาะสมของโครงการในลักษณะอื่น ๆ

การวิเคราะห์การตลาดนี้เป็นการวิเคราะห์ถึงอุปสงค์และลักษณะทางตลาดโดยใช้แบบสอบถาม และอาศัยเทคนิคการพยากรณ์มาประกอบ เพื่อกำหนดขอบเขตของตลาด ลูกค้านเป้าหมายและลักษณะของตลาด นอกจากนี้ยังช่วยให้ทราบถึงแนวทางการเจาะตลาด โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อคาดคะเนรายรับจากยอดขาย ต้นทุนระบบการจัดจำหน่าย และต้นทุนการผลิต ผลของการคาดคะเนบางส่วนจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อประเมินผลการตัดสินใจลงทุนต่อไป

1. สภาพปัจจุบัน

เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้าเป้าหมายที่ภาครัฐให้การสนับสนุนและเร่งพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน เนื่องจากเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในส่วนที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก และเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศในปีหนึ่งๆ เป็นมูลค่าหลายหมื่นล้านบาท จึงจัดเป็นอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นสำคัญ โดยมีสัดส่วนสูงถึง 65% ของการผลิตทั้งหมด ส่วนที่เหลือ 35% จะถูกวางจำหน่ายภายในประเทศ โดยเฉพาะจากการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ซึ่งมีมูลค่าส่งออกมากกว่า 45% ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมดของไทย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551)

ในปีพ.ศ. 2551 โรงงานที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยมีจำนวน 1,257 โรงงาน กระจายอยู่ทั่วประเทศ ประมาณครึ่งหนึ่งตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล อีกส่วนหนึ่งจะ กระจายตัวอยู่ตามภาคต่างๆ (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2551) ส่วนจังหวัดสงขลามีโรงงานผลิต เฟอร์นิเจอร์ไม้จำนวน 18 แห่งกระจายอยู่ตามอำเภอต่างๆ ดังตารางที่ 3.1 ส่วนใหญ่จะเป็น โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา ไม้อัด ไม้ประดู่และมีบ้างที่ผลิตไม้สัก ไม้มะค่าและไม้แดง ซึ่งผลิตส่งให้ร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ต่างๆ ไปตามจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้

ตารางที่ 3.1 จำนวน โรงงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ในจังหวัดสงขลา

| อำเภอ | จำนวน (โรงงาน) |
|------------|----------------|
| เมืองสงขลา | 1 |
| สะเดา | 2 |
| หาดใหญ่ | 11 |
| บางกล่ำ | 3 |
| สิงหนคร | 1 |
| รวม | 18 |

ที่มา: สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสงขลา (2552)

2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์แบ่งได้ 2 แบบ

- ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ มีกำลังการซื้อค่อนข้างสูงและมีความสามารถ ด้านเงินทุน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจเหล่านี้จะเน้นกลุ่มลูกค้าต่อเนื่องจากการติดต่อกับขายเดิม รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ๆ

- ผู้บริโภคทั่วไปที่ซื้อสินค้าไปใช้เอง มีกำลังการซื้อไม่มากนัก กลุ่มลูกค้าเป็นรายใหม่ๆ ตลอด ลูกค้าแบบนี้จะเน้นการขายเป็นเงินสดเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจึงได้แก่ บุคคลทั่วไป โรงแรม โครงการบ้านจัดสรร ภัตตาคาร ร้านค้า รีสอร์ท ร้านอาหาร ฯลฯ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม บุคคลทั่วไปที่สนใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้หรือ บุคคลทั่วไปที่มีศักยภาพทางการเงิน

3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อมูลทั่วไป | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| 1. เพศ | | |
| ชาย | 134 | 33.5 |
| หญิง | 226 | 66.5 |
| 2. อายุ | | |
| ไม่เกิน 30 ปี | 144 | 36.0 |
| 31 – 40 ปี | 164 | 41.0 |
| 41 ปี ขึ้นไป | 92 | 23.0 |
| (ค่าอยู่ระหว่าง 18 – 63 ปี, \bar{X} = 34.66 S.D. = 9.552) | | |
| 3. สถานภาพสมรส | | |
| โสด | 188 | 47.0 |
| สมรส | 200 | 50.0 |
| หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ | 12 | 3.0 |
| 4. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน | | |
| ไม่เกิน 3 คน | 129 | 32.2 |
| 4 – 5 คน | 212 | 53.0 |
| มากกว่า 5 คน | 59 | 14.8 |
| (ค่าอยู่ระหว่าง 1 – 10 คน, \bar{X} = 4.13 S.D. 1.62) | | |
| 5. ภูมิลำเนา | | |
| เมืองสงขลา | 47 | 11.8 |
| หาดใหญ่ | 219 | 54.8 |
| สิงหนคร | 17 | 4.2 |
| อำเภออื่นๆในจังหวัดสงขลา | 61 | 15.2 |
| จังหวัดปัตตานี | 14 | 3.5 |
| จังหวัด ยะลา | 8 | 2.0 |
| จังหวัด พัทลุง | 20 | 5.0 |
| จังหวัด นครศรีธรรมราช | 8 | 2.0 |
| ภาคอื่นๆ ที่มีใช้ภาคใต้ | 6 | 1.5 |

ตารางที่ 3.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| 6. ระดับการศึกษา | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 89 | 22.2 |
| ปริญญาตรี | 261 | 65.2 |
| ปริญญาโท | 39 | 9.8 |
| ปริญญาเอก | 11 | 2.8 |
| 7. อาชีพ | | |
| นักเรียน / นักศึกษา | 20 | 5.0 |
| รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ | 110 | 27.5 |
| พ่อบ้าน / แม่บ้าน | 24 | 6.0 |
| เจ้าของกิจการธุรกิจส่วนตัว | 41 | 10.2 |
| รับจ้าง | 29 | 7.3 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 155 | 38.8 |
| อื่นๆ | 21 | 5.2 |
| 8. รายได้ครัวเรือนต่อเดือน | | |
| ไม่เกิน 20,000 บาท | 103 | 25.7 |
| 20,000 – 40,000 บาท | 167 | 41.8 |
| มากกว่า 40,000 บาท | 130 | 32.5 |
| (ค่าอยู่ระหว่าง 5,000 – 200,000 บาท $\bar{X} = 37,755$ S.D. = 28,187.74) | | |

จากตารางที่ 3.2 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้

1. เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีถึงร้อยละ 66.5
2. อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีถึงร้อยละ 41.0 รองลงมาคืออายุไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 36.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 41 ปี ขึ้นไปมีเพียงร้อยละ 23.0
3. สถานภาพสมรส กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สมรสแล้วมีถึงร้อยละ 50.0 รองลงมาเป็นโสด ร้อยละ 47.0 และ หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่ ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

4. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4-5 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมามีสมาชิกในครัวเรือนไม่เกิน 3 คน ร้อยละ 32.2 และมากกว่า 5 คน ร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

5. ภูมิลำเนา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสงขลาโดยส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอหาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมามีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอเมือง ร้อยละ 11.8 และอำเภอสิงหนคร ร้อยละ 4.2 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอื่นๆ ในภาคใต้ ร้อยละ 12.5 โดยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดพัทลุง ร้อยละ 5.0 และภาคอื่นๆ ที่มีใช้ภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 1.5

6. ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 65.2 รองลงมาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 22.2 ระดับปริญญาโท ร้อยละ 9.8 และระดับปริญญาเอก ร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

7. อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนถึงร้อยละ 38.8 รองลงมามีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 27.5 เป็นเจ้าของกิจการธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 10.2 มีอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 7.3 เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 6.0 มีอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 5.2 และเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

8. รายได้ครัวเรือนต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.7 รองลงมามีรายได้อยู่ในช่วง 20,000-40,000 บาท ร้อยละ 41.8 และมีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ร้อยละ 32.5 ตามลำดับ

3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์

| พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| 1. วัสดุที่ใช้ทำเฟอร์นิเจอร์ที่อยู่ที่บ้าน | | |
| ไม้ | 304 | 76.0 |
| สังเคราะห์ | 100 | 25.0 |
| หนัง | 89 | 22.3 |
| หวาย | 59 | 14.7 |
| โลหะ | 36 | 9.0 |
| วัสดุรีไซเคิล | 7 | 1.8 |
| หินอ่อน | 2 | 0.5 |

ตารางที่ 3.3 พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ (ต่อ)

| พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| 2. ความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ในปัจจุบัน (1-2 ปี) | | |
| ต้องการ | 252 | 63.0 |
| ไม่ต้องการ | 148 | 37.0 |
| 3. นิยมชอบเฟอร์นิเจอร์ไม้อะไร | | |
| ไม้สัก | 320 | 80.0 |
| ไม้มะค่า | 179 | 44.8 |
| ไม้ยางพารา | 77 | 19.3 |
| ไม้แดง | 67 | 16.8 |
| ไม้ประดู่ | 54 | 13.5 |
| ไม้ฮัก | 35 | 8.8 |
| ไม้สะเดา | 4 | 1.0 |
| ไม้หลุมพอ | 8 | 2.0 |
| ไม้อะไรก็ได้ | 3 | 0.8 |
| 4. ประเภทของเฟอร์นิเจอร์ที่สนใจ | | |
| ตู้โชว์ | 192 | 48.0 |
| ชุดรับแขก | 177 | 44.2 |
| ตู้เสื้อผ้า | 165 | 41.2 |
| ชุดอาหาร | 158 | 39.5 |
| ชั้นวางทีวี | 158 | 39.5 |
| เตียงนอน | 134 | 33.5 |
| ชั้นวางหนังสือ | 121 | 30.2 |
| เก้าอี้ เก้าอี้โยก | 101 | 25.2 |
| โต๊ะบัญชี | 88 | 22.0 |
| โต๊ะเครื่องแป้ง | 86 | 21.5 |
| ตู้วางรองเท้า | 82 | 20.5 |
| หัวเตียง | 20 | 5.0 |
| ตู้ | 8 | 2.0 |
| ปลายเตียง | 3 | 0.7 |

ตารางที่ 3.3 พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ (ต่อ)

| พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| 5. สีของเฟอร์นิเจอร์ไม้ | | |
| เนื้อไม้ | 254 | 63.5 |
| โอ๊ก-ดำ | 204 | 51.0 |
| เสี้ยนดำ | 94 | 23.5 |
| เหลือง | 47 | 11.7 |
| ดำ | 46 | 11.5 |
| แดง | 42 | 10.5 |
| ขาว | 27 | 6.7 |
| เขียว | 3 | 0.6 |
| 6. สถานที่ในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ | | |
| ร้านจำหน่ายในเขตภาคใหญ่ | 211 | 52.9 |
| ร้านจำหน่ายในเขตเมืองสงขลา | 75 | 18.8 |
| ศูนย์การค้าในจังหวัดสงขลา | 36 | 9.0 |
| ร้านจำหน่ายในต่างจังหวัดในเขตภาคใต้ | 43 | 10.8 |
| งานแสดงสินค้า งานกาชาดในจังหวัดสงขลา | 62 | 15.5 |
| ภาคอื่นที่มีใช้ภาคใต้ | 30 | 7.5 |
| สั่งทำจากโรงงาน | 6 | 1.5 |
| 7. ยอดเงินในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละครั้ง | | |
| ไม่เกิน 10,000 บาท | 174 | 43.5 |
| 10,001 – 20,000 บาท | 83 | 20.6 |
| มากกว่า 20,000 บาท | 57 | 14.3 |
| (ค่าอยู่ระหว่าง 5,000 – 200,000 บาท $\bar{X} = 18,776$ S.D. =74151.55) | | |
| 8. พบเห็นสื่อโฆษณาจาก | | |
| โทรทัศน์ท้องถิ่น | 27 | 6.8 |
| วิทยุท้องถิ่น | 26 | 6.5 |
| หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น | 9 | 2.3 |

ตารางที่ 3.3 พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ (ต่อ)

| พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| นิตยสาร/วารสาร | 107 | 26.8 |
| ป้ายโฆษณา | 114 | 28.5 |
| เพื่อน/คนรู้จัก | 90 | 22.5 |
| โชว์รูม | 12 | 4.0 |
| ใบปลิว | 15 | 2.8 |
| 9. ปัญหาการใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้ | | |
| ไม่ทนต่อสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง | 109 | 27.3 |
| ไม้ที่นำมาผลิตอายุสั้นเกินไป | 71 | 17.8 |
| ถูกกัดจากแมลงหรือสัตว์เล็กได้ง่าย | 136 | 34.0 |
| ซ่อมแซมหรือดูแลให้สวยงามได้ยาก | 93 | 23.3 |
| มีน้ำหนักมากยากต่อการเคลื่อนย้าย | 244 | 61.0 |
| เกิดเชื้อราง่าย | 30 | 7.5 |
| ไม่เข้ากับบ้านสมัยใหม่ | 1 | 0.3 |
| เป็นการตัดไม้ทำลายป่า | 1 | 0.3 |
| 10. แนวโน้มในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สักทรงโบราณ แบบคลาสสิก | | |
| มีแนวโน้มเลือกซื้อ | 176 | 44 |
| ไม่มีแนวโน้มเลือกซื้อ | 37 | 9.3 |
| ยังไม่แน่ใจ | 181 | 45.3 |
| ต้องไปดูของจริงก่อน | 5 | 1.2 |
| เมื่อต้องการใช้จะเลือกซื้อ | 1 | 0.3 |
| 11. เหตุผลที่ไม่ต้องการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ | | |
| ต้องการเฟอร์นิเจอร์ประเภทอื่น | 9 | 2.3 |
| รูปแบบไม่ถูกใจ | 73 | 18.3 |
| เงินทุนไม่เพียงพอ | 37 | 9.3 |

ตารางที่ 3.3 พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ (ต่อ)

| พฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------------|------------|--------|
| ดูแลรักษายาก | 28 | 7.0 |
| สมาชิกในบ้านไม่ชอบ | 20 | 5.0 |
| ราคาแพง | 103 | 25.8 |
| ยังไม่มีเวลาจำเป็น | 103 | 25.8 |
| จู้จี้จุกจิก | 12 | 3.0 |
| ไม่มีความจำเป็นที่จะซื้อ | 3 | 0.8 |

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์สามารถสรุปจากข้อมูลในตารางที่ 3.3 ได้ดังนี้

1. วัสดุที่ใช้ทำเฟอร์นิเจอร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบทำจากไม้ โดยมีถึงร้อยละ 76.0 รองลงมาเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากวัสดุสังเคราะห์ ร้อยละ 25.0 วัสดุหนัง ร้อยละ 22.3 หวาย ร้อยละ 14.7 โลหะ ร้อยละ 9.0 วัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 1.8 และหินอ่อน ร้อยละ 0.5

2. ภายใน 1-2 ปีนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ คิดเป็นร้อยละ 63.0 และไม่ต้องการซื้อ ร้อยละ 37.0

3. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาเป็นไม้มะค่า ร้อยละ 44.8 ไม้ยางพารา ร้อยละ 19.3 ไม้แดง ร้อยละ 16.8 ไม้ประดู่ ร้อยละ 13.5 ไม้ฉัด ร้อยละ 8.8 ไม้ตะเคา ร้อยละ 1.0 ไม้หลุมพอง ร้อยละ 2.0 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่นิยมชอบไม้ใดเป็นพิเศษ ร้อยละ 0.8

4. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจที่จะซื้อตู้โซฟา ร้อยละ 48.0 รองลงมาเป็นสนใจชุดรับแขก คิดเป็นร้อยละ 44.2 ตู้เสื้อผ้าคิดเป็นร้อยละ 41.2 ชุดอาหาร ร้อยละ 39.5 ชั้นวางทีวี ร้อยละ 39.5 เตียงนอน ร้อยละ 33.5 ชั้นวางหนังสือ ร้อยละ 30.2 เก้าอี้ เก้าอี้โยก ร้อยละ 25.2 โต๊ะบัญชี ร้อยละ 22.0 โต๊ะเครื่องแป้ง ร้อยละ 21.5 ตู้วางรองเท้า ร้อยละ 20.5 หัวเตียง ร้อยละ 5.0 ตั่ง ร้อยละ 2.0 และปลายเตียง ร้อยละ 0.7

5. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบเฟอร์นิเจอร์สีของเนื้อไม้ คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ สีโอ๊ก-ดำ ร้อยละ 51.0 สีเสียนดำ ร้อยละ 23.5 สีเหลือง ร้อยละ 11.7 สีดำ ร้อยละ 11.5 สีแดง ร้อยละ 10.5 สีขาว ร้อยละ 6.7 และสีเขียว ร้อยละ 0.6

6. สถานที่ในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้จากร้านจำหน่ายในเขตภาคใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมาจากร้านจำหน่ายในเขตเมืองสงขลา ร้อย

ละ 18.8 จากงานแสดงสินค้า งานกาชาด ร้อยละ 15.5 จากต่างจังหวัดในเขตภาคใต้ ร้อยละ 10.8 จากศูนย์การค้าในจังหวัดสงขลา ร้อยละ 9.0 จากภาคอื่นที่ไม่ใช่ภาคใต้ ร้อยละ 7.5 และสั่งทำจากโรงงาน ร้อยละ 1.5

7. ยอดเงินในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม่แต่ละครั้ง กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.5 ระหว่าง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.6 และมากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 14.3

8. แหล่งที่พบเห็นสื่อโฆษณา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ พบเห็นสื่อโฆษณาจาก ป้ายโฆษณา ร้อยละ 28.5 รองลง จากนิตยสาร/วารสาร ร้อยละ 26.8 และ จากเพื่อน/คนรู้จัก ร้อยละ 22.5

9. ปัญหาการใช้เฟอร์นิเจอร์ไม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบปัญหาว่าเฟอร์นิเจอร์ไม่มีน้ำหนัก มากยากต่อการเคลื่อนย้าย คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาพบว่าเฟอร์นิเจอร์ไม่สามารถถูกกีดจากแมลงหรือสัตว์เล็กได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 34.0 ไม่ทนต่อสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง ร้อยละ 27.3 ซ่อมแซมหรือดูแลให้สวยงามได้ยาก ร้อยละ 23.3 ไม้ที่นำมาผลิตอายุสั้นเกินไป ร้อยละ 17.8 เกิดเชื้อราได้ง่าย ร้อยละ 7.5 ไม่เข้ากับบ้านสมัยใหม่ ร้อยละ 0.3 และกลุ่มตัวอย่างตอบว่าเป็นการตัดไม้ทำลายป่า ร้อยละ 0.3

10. มีแนวโน้มในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้สักทรงโบราณ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ยังไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมามีแนวโน้มเลือกซื้อ ร้อยละ 44.0 ยังไม่มีแนวโน้มเลือกซื้อ ร้อยละ 9.3 ต้องไปดูของจริงก่อน ร้อยละ 1.2 และกลุ่มตัวอย่างตอบว่าเมื่อต้องการใช้ก็จะไปเลือกซื้อ ร้อยละ 0.3

11. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่ไม่ต้องการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ คือ ราคาแพง ร้อยละ 25.8 ยังไม่มีความจำเป็น ร้อยละ 25.8 รูปแบบไม่ถูกใจ ร้อยละ 18.3 เงินทุนไม่เพียงพอ ร้อยละ 9.3 ดูแลรักษายาก ร้อยละ 7.0

3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้

ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้โดยใช้ส่วนประสมการตลาดซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และส่งเสริมการขายดังรายละเอียดในตารางที่ 3.4 โดยตัวเลขที่ไม่มีวงเล็บแสดงความถี่และตัวเลขภายในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

ตารางที่ 3.4 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์

| ปัจจัย | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|--|---------------|---------------|---------------|--------------|-------------|
| 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (product) | | | | | |
| 1.1 ราคาสินค้า | 37 (9.3) | 90 (22.5) | 179 (44.8) | 82 (20.5) | 12 (3.0) |
| 1.2 ความสวยงาม | 206 (51.5) | 159 (39.8) | 35 (8.8) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| 1.3 รูปแบบให้เลือกหลากหลาย | 145 (36.3) | 169 (42.3) | 73 (18.3) | 8 (2.0) | 5 (1.3) |
| 1.4 มีประเภทของเฟอร์นิเจอร์ที่หลากหลาย เช่น ชุดอาหาร โต๊ะทำงาน ตู้เสื้อผ้า ฯลฯ | 124 (31.0) | 167 (41.8) | 104 (26.0) | 5 (1.3) | 0 (0.0) |
| 1.5 มีเฟอร์นิเจอร์ให้เลือกหลายขนาด | 124 (31.0) | 167 (41.8) | 104 (26.0) | 5 (1.3) | 0 (0.0) |
| 1.6 รูปลักษณ์แปลกใหม่ | 159 (39.8) | 136 (34.0) | 97 (24.3) | 8 (2.0) | 0 (0.0) |
| 1.7 แข็งแรง ทนทาน | 227 (56.8) | 124 (31.0) | 40 (10.0) | 9 (2.3) | 0 (0.0) |
| 1.8 มีแคตตาล็อกและสิ่งทำ | 99 (24.8) | 129 (32.3) | 128 (32.0) | 37 (9.3) | 7 (1.8) |
| 1.9 การออกไปรับประกันจากร้านค้า | 128 (32.0) | 129 (32.3) | 113 (28.3) | 19 (4.8) | 11 (2.8) |
| 1.10 เคลื่อนย้ายได้ | 115 (28.8) | 160 (40.0) | 105 (26.3) | 20 (5.0) | 0 (0.0) |
| 1.11 ความประณีตของเฟอร์นิเจอร์ | 196 (49.0) | 130 (32.5) | 67 (16.8) | 5 (1.3) | 2 (0.5) |

ตารางที่ 3.4 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ (ต่อ)

| ปัจจัย | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|--|---------------|---------------|---------------|--------------|-------------|
| 2. ปัจจัยด้านราคา (Price) | | | | | |
| 2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ | 191 (47.8) | 155 (38.8) | 54 (13.5) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| 2.2 มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน | 133 (33.3) | 152 (38.0) | 99 (24.8) | 13 (3.30) | 3 (0.8) |
| 2.3 ชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้ | 55 (13.8) | 153 (38.3) | 135 (33.8) | 41 (10.3) | 16 (4.0) |
| 2.4 ชำระค่าสินค้าด้วยเงินผ่อนได้ | 78 (19.5) | 144 (36.0) | 131 (32.8) | 24 (6.0) | 23 (5.8) |
| 2.5 ต่อรองราคาได้ | 148 (37.0) | 130 (32.5) | 100 (25.0) | 16 (4.0) | 6 (1.5) |
| 3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) | | | | | |
| 3.1 ร้านที่จำหน่ายมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ | 83 (20.8) | 173 (43.3) | 119 (29.8) | 17 (4.3) | 8 (2.0) |
| 3.2 ร้านที่จำหน่ายอยู่ติดถนนมองเห็นง่าย | 109 (27.3) | 166 (41.5) | 110 (27.5) | 12 (3.0) | 3 (0.8) |
| 3.3 ร้านที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก | 125 (31.3) | 167 (41.8) | 93 (23.3) | 15 (3.8) | 0 (0.0) |
| 3.4 ร้านที่จำหน่ายมีหลายสาขา | 55 (13.8) | 141 (35.3) | 163 (40.8) | 29 (7.3) | 12 (3.0) |
| 3.5 ร้านที่จำหน่ายดำเนินกิจการมานาน | 57 (14.3) | 133 (33.3) | 158 (39.5) | 44 (11.0) | 8 (2.0) |
| 3.6 มีความสัมพันธ์กับร้านที่จำหน่าย | 38 (9.5) | 106 (26.5) | 189 (47.3) | 49 (12.3) | 18 (4.5) |

ตารางที่ 3.4 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ (ต่อ)

| ปัจจัย | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|
| 3.7ร้านที่อยู่ใกล้ศูนย์การค้า | 22 (5.5) | 59 (14.8) | 190 (47.5) | 106 (26.5) | 23 (5.8) |
| 3.8 การตกแต่งร้านที่ดูน่าสนใจ สวยงาม | 71 (17.8) | 150 (37.5) | 143 (35.8) | 28 (7.0) | 8 (2.0) |
| 3.9 การเป็นตัวแทนจำหน่าย โดยตรง | 59 (14.8) | 168 (42.0) | 147 (36.8) | 18 (4.5) | 8 (2.0) |
| 3.10 มีการบริการสั่งซื้อทาง อินเทอร์เน็ต | 27 (6.8) | 51 (12.8) | 194 (48.5) | 100 (25.0) | 28 (7.0) |
| 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการ ขาย (Promotion) | | | | | |
| 4.1 ส่วนลดเงินสด | 138 (34.5) | 123 (30.8) | 112 (28.0) | 21 (5.3) | 6 (1.5) |
| 4.2 การแจกหรือแถม | 112 (28.0) | 112 (28.0) | 131 (32.8) | 42 (10.5) | 3 (8.0) |
| 4.3 การจับฉลากชิงโชค | 54 (13.5) | 83 (20.8) | 164 (41.0) | 70 (17.5) | 29 (7.3) |
| 4.4 พนักงานขายมีความรู้ แนะนำสินค้าให้เหมาะสมกับที่ พักอาศัยของลูกค้าได้ | 143 (35.8) | 139 (34.8) | 102 (25.5) | 13 (3.3) | 3 (0.8) |
| 4.5 การโฆษณาทางโทรทัศน์ ท้องถิ่น | 24 (6.0) | 99 (24.8) | 193 (48.3) | 65 (16.3) | 19 (4.8) |
| 4.6 การโฆษณาทาง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น | 21 (5.3) | 86 (21.5) | 197 (49.3) | 74 (18.5) | 22 (5.5) |
| 4.7 การโฆษณาทางแผ่นป้าย โฆษณา | 47 (11.8) | 145 (36.3) | 159 (39.8) | 40 (10.0) | 9 (2.3) |
| 4.8 การโฆษณาทางวิทยุ | 31 (7.8) | 127 (31.8) | 173 (43.3) | 58 (14.5) | 11 (2.8) |

ตารางที่ 3.4 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ (ต่อ)

| ปัจจัย | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|--|---------------|---------------|---------------|--------------|-------------|
| 4.9 การโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ | 62 (15.5) | 130 (32.5) | 154 (38.5) | 42 (10.5) | 12 (3.0) |
| 4.10 การออกบูท นิทรรศการ แสดงสินค้า | 81 (20.3) | 168 (42.0) | 117 (29.3) | 31 (7.8) | 3 (0.8) |
| 4.11 มีส่วนลดตามฤดูกาล | 136 (34.0) | 132 (33.0) | 110 (27.5) | 16 (4.0) | 6 (1.5) |

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์สามารถสรุปจากข้อมูลในตารางที่ 3.4 ได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (product) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับความสวยงาม ร้อยละ 51.5 รูปลักษณ์แปลกใหม่ ร้อยละ 39.8 ความแข็งแรง ทนทาน ร้อยละ 56.8 และความประณีตของเฟอร์นิเจอร์ ร้อยละ 49.0 อยู่ในระดับมากที่สุด มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 42.3 มีประเภทของเฟอร์นิเจอร์ที่หลากหลาย ร้อยละ 41.8 มีเฟอร์นิเจอร์ให้เลือกหลายขนาด ร้อยละ 41.8 มีแคตตาล็อกและสิ่งทำได้ ร้อยละ 32.3 มีการออกไปรับประกันจากร้านค้า ร้อยละ 32.3 และสามารถเคลื่อนย้ายได้ ร้อยละ 40.0 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ส่วนตราสินค้า ร้อยละ 44.8 อยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านราคา (price) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ร้อยละ 47.8 และต่อรองราคาได้ ร้อยละ 37.0 อยู่ในระดับมากที่สุด มีป้ายบอกราคาชัดเจน ร้อยละ 38.0 ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้ ร้อยละ 38.3 และชำระสินค้าด้วยเงินผ่อนได้ ร้อยละ 36.0 อยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับร้านจำหน่ายที่มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ร้อยละ 43.3 ร้านที่จำหน่ายอยู่ติดถนนมองเห็นง่าย ร้อยละ 41.5 ร้านที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก ร้อยละ 41.8 การตกแต่งร้านที่ดูน่าสนใจ สวยงาม ร้อยละ 37.5 และการเป็นตัวแทนจำหน่ายโดยตรง ร้อยละ 42.0 อยู่ในระดับมาก ส่วนร้านที่จำหน่ายมีหลายสาขา ร้อยละ 40.8 ร้านที่จำหน่ายดำเนินกิจการมานาน ร้อยละ 39.5 มีความสัมพันธ์กับร้านที่จำหน่าย ร้อยละ 47.3 เป็นร้านที่อยู่ในศูนย์การค้า ร้อยละ 47.5 และมีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 48.5 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (promotion) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ส่วนลดเงินสด ร้อยละ 34.5 พนักงานขายมีความรู้แนะนำสินค้าให้เหมาะสมกับที่פקอาศัยของลูกค้า ได้ ร้อยละ 35.8 และมีส่วนลดตามฤดูกาล ร้อยละ 34.0 อยู่ในระดับมากที่สุด การออกกupon นิทรรศการแสดงสินค้า ร้อยละ 42.0 อยู่ในระดับมาก การแจกหรือแถม ร้อยละ 32.8 การจับฉลาก ชิงโชค ร้อยละ 41.0 การโฆษณาทางโทรทัศน์ท้องถิ่น ร้อยละ 48.3 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น ร้อยละ 49.3 การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณา ร้อยละ 39.8 การโฆษณาทางวิทยุ ร้อยละ 43.3 และการโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ ร้อยละ 38.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ใน ระดับปานกลาง

3.4 ปัญหาในการใช้บริการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้และข้อเสนอแนะ ดังรายละเอียด ในตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 ปัญหาในการใช้บริการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้และข้อเสนอแนะ

| ปัญหาในการใช้บริการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| 1.สินค้าชำรุดเสียหาย | 122 | 30.5 |
| 2.ความหลากหลายของสินค้าน้อย | 210 | 52.5 |
| 3.การเดินทางไปร้านค้าไม่สะดวก | 73 | 18.3 |
| 4.การจัดผังร้านไม่เหมาะสม | 62 | 15.5 |
| 5.ร้านไม่สะอาด | 147 | 36.8 |
| 6.พนักงานไม่มีความรู้ในตัวสินค้า | 148 | 37.0 |
| 7.การส่งสินค้ามีความล่าช้า | 66 | 16.5 |

ปัญหาในการใช้บริการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์สามารถสรุปจากข้อมูลในตารางที่ 3.5 ได้ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบปัญหาความหลากหลายของสินค้าน้อย ถึงร้อยละ 52.5 รองลงมา คือพนักงานไม่มีความรู้ในตัวสินค้า ร้อยละ 37.0 ร้านไม่สะอาด ร้อยละ 36.8 สินค้าชำรุดเสียหาย ร้อยละ 30.5 การเดินทางไปร้านค้าไม่สะดวก ร้อยละ 18.3 การส่งสินค้ามีความล่าช้า ร้อยละ 16.5 และการจัดผังร้านไม่เหมาะสม ร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์แบบสอบถามผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการร้านเฟอร์นิเจอร์ไม้ ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.6

ตารางที่ 3.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการร้านเฟอร์นิเจอร์ไม้

| ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|--------|
| 1. เพศ | | |
| ชาย | 6 | 31.6 |
| หญิง | 13 | 68.4 |
| 2. อายุ | | |
| ไม่เกิน 30 ปี | 4 | 21.1 |
| 31 – 40 ปี | 10 | 52.6 |
| 41 ปี ขึ้นไป | 5 | 26.3 |
| 3. ระดับการศึกษา | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3 | 15.8 |
| ปริญญาตรี | 15 | 78.9 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 1 | 5.3 |

จากตารางที่ 3.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์สามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้

1. เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีร้อยละ 68.4 และเพศชายร้อยละ 31.6
2. อายุ กลุ่มตัวอย่าง มีอายุไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 21.1 ปี ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีถึงร้อยละ 52.6 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 41 ปี ขึ้นไปร้อยละ 26.3
3. ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่จบปริญญาตรีมีมากถึงร้อยละ 78.9 ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 15.8 และสูงกว่าปริญญาตรีมีเพียงร้อยละ 5.3

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจและการเลือกซื้อของลูกค้า ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.7

ตารางที่ 3.7 รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจและการเลือกซื้อของลูกค้าในร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์

| ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการ | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| 1. ประเภทการจดทะเบียนกิจการ | | |
| กิจการเจ้าของคนเดียว | 12 | 63.2 |
| บริษัทจำกัด | 7 | 36.8 |
| 2. ทุนจดทะเบียน | | |
| น้อยกว่า 1,000,000 บาท | 13 | 68.4 |
| 1,000,000-5,000,000 บาท | 5 | 26.3 |
| ตั้งแต่ 5,000,001 บาทขึ้นไป | 1 | 5.3 |
| 3. ระยะเวลาของกิจการ | | |
| 1 – 5 ปี | 11 | 57.9 |
| 6 – 10 ปี | 6 | 31.6 |
| มากกว่า 10 ปี | 2 | 10.5 |
| 4. เฟอร์นิเจอร์ในร้านผลิตจากไม้ | | |
| ไม้อย่างพารา | 13 | 68.4 |
| ไม้สัก | 17 | 89.5 |
| ไม้มะค่า | 5 | 26.3 |
| ไม้แอ็ด | 10 | 52.6 |
| ไม้แดง | 8 | 42.1 |
| ไม้สะเดา | 3 | 15.8 |
| ไม้ประดู่ | 8 | 42.1 |
| 5. สินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ในร้านที่ลูกค้านิยมเลือกซื้อ | | |
| ตู้โซฟา | 19 | 100.0 |
| โต๊ะอาหาร | 10 | 52.6 |
| ชุดรับแขก | 19 | 100.0 |
| โต๊ะบัญชี | 3 | 15.8 |
| ชั้นวางทีวี | 11 | 57.9 |
| เตียงนอน | 17 | 89.5 |
| ตู้เสื้อผ้า | 2 | 10.5 |

ตารางที่ 3.7 รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจและการเลือกซื้อของลูกค้าในร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์
(ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการ | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| ผู้เก็บหนังสือ | 3 | 15.8 |
| หัวเตียง | 4 | 21.1 |
| เก้าอี้ปลายเตียง | 0 | 0.0 |
| 6. รูปแบบการจัดหาสินค้า | | |
| ผลิตเอง | 3 | 15.8 |
| ซื้อจากแหล่งอื่น เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ลำปาง | 19 | 100.0 |
| ตัวแทนจำหน่าย | 7 | 36.8 |
| 7. ลูกค้ามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อเฟอร์นิเจอร์แต่ละครั้ง | | |
| 5,000 – 10,000 บาท | 8 | 42.1 |
| 10,001 – 20,000 บาท | 6 | 31.6 |
| ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป | 5 | 26.3 |
| 8. ลูกค้านิยมชำระเงิน โดยวิธี | | |
| เงินสด | 19 | 100.0 |
| บัตรเครดิต | 5 | 26.3 |
| เงินผ่อน | 8 | 42.1 |
| 9. เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจ | | |
| ใกล้แหล่งชุมชน | 3 | 15.8 |
| สถานที่ตั้ง การจราจรไม่ติดขัดเดินทางสะดวก | 0 | 0 |
| ร้านเฟอร์นิเจอร์ประเภทเดียวกันน้อย | 0 | 0 |
| ร้านเฟอร์นิเจอร์ประเภทเดียวกันมาก | 1 | 5.3 |
| ร้านที่จำหน่ายอยู่ติดถนนมองเห็นง่าย | 13 | 68.4 |
| เป็นที่อยู่อาศัยของผู้ประกอบการเอง | 2 | 10.5 |

ตารางที่ 3.7 รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจและการเลือกซื้อของลูกค้าในร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์
(ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| 10. กลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้ามาเลือกซื้อสินค้าของร้าน | | |
| รูปทรงสวยงาม | 17 | 89.5 |
| รูปแบบที่หลากหลาย | 15 | 78.9 |
| ความแปลกใหม่ | 5 | 26.3 |
| ความประณีต | 7 | 36.8 |
| ราคาถูก | 10 | 52.6 |
| บริการเงินผ่อน | 8 | 42.1 |
| ความโดดเด่นของร้าน | 10 | 52.6 |
| มีที่จอดรถสะดวก | 8 | 42.1 |
| ลด แลก แจก แถม | 3 | 15.8 |
| การโฆษณาต่าง ๆ | 3 | 15.8 |
| 11. ความร่วมมือที่สามารถทำได้ถ้าหากมีโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดสงขลา | | |
| สั่งสินค้าจากโรงงาน | 18 | 94.7 |
| ไม่สั่งสินค้าจากโรงงาน | 0 | 0 |
| อื่น ๆ เนื่องจากยังไม่เห็นสินค้าจริง | 1 | 5.3 |
| 12. ในกรณีที่สั่งสินค้าจากโรงงาน ยอดจำนวนสินค้าที่สั่งซื้อต่อปี | | |
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 ชิ้น | 2 | 10.5 |
| 11 – 20 ชิ้น | 5 | 26.3 |
| 21 – 30 ชิ้น | 7 | 36.8 |
| มากกว่า 30 ชิ้น | 5 | 26.3 |

จากตารางที่ 3.7 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการของธุรกิจและการเลือกซื้อของลูกค้าในร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ประเภทการจดทะเบียน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดำเนินการแบบเป็นเจ้าของคนเดียวร้อยละ 63.2 และเป็นบริษัทจำกัดร้อยละ 36.8 ตามลำดับ
2. ทุนจดทะเบียน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 1,000,000 บาท ร้อยละ 68.4 รองลงมา 1,000,000-5,000,000 บาท ร้อยละ 26.3 และ มากกว่า 5,000,000 บาท ร้อยละ 5.3
3. ระยะเวลาของกิจการ พบว่าส่วนใหญ่ดำเนินการมาแล้ว 1-5 ปี ร้อยละ 57.9 รองลงมา 6-10 ปีร้อยละ 31.6 และ มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 10.5 ตามลำดับ
4. ชนิดของไม้ที่นำมาทำเฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่เป็น ไม้สัก คิดเป็นร้อยละ 89.5 ไม้ยางพารา ร้อยละ 68.4 ไม้โอ๊คร้อยละ 52.6 ไม้แดงและไม้ประดู่ร้อยละ 42.1 ไม้มะค่าร้อยละ 26.3 และ ไม้สะเดา ร้อยละ 15.8 ตามลำดับ
5. เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ลูกค้านิยมเลือกซื้อ พบว่าส่วนใหญ่นิยมซื้อตู้โซฟาและชุดรับแขกคิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาเป็นผู้เสื่อผ้าร้อยละ 89.5 ชั้นวางทีวีร้อยละ 57.9 โต๊ะอาหารร้อยละ 52.6
6. ร้านค้าเฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่จะซื้อสินค้ามาแหล่งอื่น เช่น เชียงใหม่ กรุงเทพฯ สุโขทัย แพร่ ลำพูน จิน คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนที่ผลิตเองคิดเป็นร้อยละ 15.8
7. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของลูกค้าในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้จากร้านจำหน่าย ส่วนใหญ่ซื้ออยู่ที่ระดับ 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมา 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 31.6 และ ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป 26.3 ตามลำดับ
8. ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมซื้อเป็นเงินสด ร้อยละ 100 รองลงมาเป็นเงินผ่อนร้อยละ 42.1 และ บัตรเครดิตร้อยละ 26.3
9. เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจของร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์พบว่า ส่วนใหญ่จะเลือกทำเลที่อยู่ติดถนนมองเห็นง่ายร้อยละ 68.4 รองลงมาใกล้แหล่งชุมชนร้อยละ 15.8 เป็นที่อยู่อาศัยของผู้ประกอบการเองร้อยละ 10.5 และมีร้านเฟอร์นิเจอร์ประเภทเดียวกันมากร้อยละ 5.3 ตามลำดับ
10. กลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้ามาเลือกซื้อสินค้าของร้านพบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 89.5 เลือกสินค้าที่มีรูปทรงสวยงามมาจำหน่าย รองลงมามีสินค้ามีรูปแบบให้เลือกที่หลากหลายร้อยละ 78.9 ราคาถูกและความโดดเด่นของร้านร้อยละ 52.6 ตามลำดับ
11. ความร่วมมือที่สามารถทำได้ถ้าหากมีโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดสงขลา พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 94.7 เลือกที่จะสั่งซื้อสินค้าจากโรงงาน ร้อยละ 5.3 บอกว่ายังไม่กล้าสั่งเพราะว่า ยังไม่เห็นสินค้าจริง

12. ในกรณีที่ต้องการสินค้า จำนวนที่สั่งซื้อต่อปี พบว่าส่วนใหญ่จะสั่งที่จำนวน 21 -30 ชิ้น ร้อยละ 36.8 รองลงมา 11 – 20 ชิ้น และ มากกว่า 30 ชิ้น ร้อยละ 26.3 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 ชิ้น ร้อยละ 10.5

5. วิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

ผู้วิจัยพบว่าจากสถานการณ์ปัจจุบันธุรกิจนี้มีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคดังแสดงในตารางที่ 3.8

ตารางที่ 3.8 ผลการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

| จุดแข็ง (Strengths) | จุดอ่อน (Weakness) |
|---|---|
| <p>1. ไม้สักที่โครงการนำมาผลิตนั้นเป็นไม้เก่าที่มีอายุ 20-70 ปี ไม่ค่อยมีในร้านจำหน่ายทั่วไปซึ่งส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 10 ปีดังนั้นจึงมีคุณสมบัติแข็งแรง มีลวดลายสวยงาม มีความทนทานมากกว่า</p> <p>2. รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่งเพราะเน้นรูปทรงโบราณ คลาสสิก</p> <p>3. มีช่างฝีมือที่มีความรู้ด้านการผลิตเป็นอย่างดี ซึ่งจะช่วยให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามและมีคุณภาพมากขึ้น</p> | <p>1. เนื่องจากโครงการเป็นโครงการใหม่ไม่เคยมีการทำการตลาดดังนั้นอาจต้องใช้เวลาในการแนะนำสินค้าให้เป็นที่รู้จักของตลาด</p> <p>2. สถานที่ผลิตสินค้าอยู่ไกลกับวัตถุประสงค์ทำให้เกิดต้นทุนการขนส่ง</p> <p>3. ศูนย์แสดงสินค้านี้น้อย ทำให้ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดีของสินค้า</p> <p>4. ต้นทุนในการก่อสร้างอาคารและตกแต่งค่อนข้างสูง</p> |

ตารางที่ 3.8 ผลการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) (ต่อ)

| โอกาส (Opportunities) | อุปสรรค (Threats) |
|---|--|
| <p>1. มาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยภาคอสังหาริมทรัพย์ของรัฐบาล ประกอบกับการขยายสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงิน โดยให้กู้ด้วยอัตราดอกเบี้ยต่ำ จูงใจให้มีการซื้อหรือสร้างที่อยู่อาศัยมากขึ้น ทำให้ความต้องการใช้สินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ภายในครัวเรือนขยายตัวตามไปด้วย</p> <p>2. มีหน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนการปลูกไม้สักสวนป่าส่งผลให้ไม่เกิดกรณีขาดแคลนวัตถุดิบ</p> <p>3. รัฐบาลมีนโยบายในการที่จะส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็อย่างจริงจัง ทำให้เป็นโอกาสในการขยายการผลิตรวมถึงโอกาสในการขยายตลาดตามโครงการต่างๆที่ภาครัฐให้การสนับสนุน</p> <p>4. โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักส่วนใหญ่อยู่ทางภาคเหนือซึ่งผู้ประกอบการหรือผู้บริโภคต้องรับผิดชอบค่าขนส่ง</p> <p>5. จังหวัดสงขลาเป็นเมืองหลักของภาคใต้เป็นจังหวัดศูนย์กลางธุรกิจการค้า และการคมนาคมขนส่งของภูมิภาคและเป็นจังหวัดชายแดนติดต่อกับประเทศมาเลเซียจึงถือเป็นโอกาสทางการตลาดที่ดีของธุรกิจ</p> <p>6. เฟอร์นิเจอร์ไม้สักที่มีอยู่ทั่วไปในจังหวัดสงขลาจะมีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ซ้ำ ๆ กัน</p> | <p>1. ปัญหาการแข่งขันทางด้านราคาของร้านจำหน่าย ราคาส่งส่วนใหญ่ไม่รู้จักคุณสมบัติของไม้สัก ส่งผลให้เกิดการเปรียบเทียบกับไม้ชนิดอื่นในด้านราคาเพียงอย่างเดียว</p> <p>2. ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่จะใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีราคาถูกกว่า เช่น ไม้ยางพารา ไม้อัด ฯลฯ</p> <p>3. วัตถุดิบหลักคือไม้สักมีราคาสูง</p> |

6. กลยุทธ์ทางการตลาด

6.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของโครงการจะมีลักษณะเป็นแบบเฟอร์นิเจอร์รูปทรงโบราณ คลาสสิก เน้นลวดลายที่สวยงามของเนื้อไม้ และเป็นชิ้นงานที่ทำด้วยฝีมืออย่างประณีต สามารถใช้ประโยชน์ได้ยาวนาน มีความแข็งแรงทนทาน โดยผลิตภัณฑ์ของการศึกษาความเป็นไปได้ในครั้งนี้ประกอบด้วย

- ตัวผลิตภัณฑ์ (Physical Product) ตัวผลิตภัณฑ์ เช่น ชุดรับแขก ชุดอาหาร โต๊ะบัญชี ชุดน้ำชา ตู้เสื้อผ้า เตียงนอน ตู้แต่ง ตู้โชว์ เก้าอี้ ชั้นวางหนังสือ ชั้นวางทีวี หัวเตียง ปลายเตียง โต๊ะเครื่องแป้ง ตู้วางรองเท้า และส่วนที่เป็น บานพับ กุญแจ มือจับ นั้นจะใช้ทองเหลืองทั้งหมด

- การรับประกันคุณภาพและบริการ (Warranties and Service) เฟอร์นิเจอร์ตามโครงการนี้จะมีใบรับประกันคุณภาพเพื่อยืนยันให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์สามารถใช้ให้เป็นประโยชน์ได้ตามวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ และช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้ามากขึ้นและยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการบริการเกี่ยวกับการซ่อมบำรุงรักษาหากสินค้าเกิดการชำรุดเสียหายเนื่องจากความผิดพลาดของผู้ผลิต และเสียหายจากการใช้งาน

6.2 การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์

ราคาของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา ราคาเป็นเครื่องมือหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ราคาสินค้าใดสินค้านั้นๆ เมื่อคูณกับปริมาณขายสินค้าชนิดนั้นๆ จะทำให้เกิดรายได้จากการขาย ราคาจึงเป็นตัวสร้างทำให้เกิดรายได้จากการขายแล้วนำไปสู่กำไร

ในการกำหนดราคาตามโครงการนี้จะใช้การตั้งราคาเพื่อให้ได้ผลตอบแทนในการทำกำไรในระดับที่พอใจ และต้องไม่สูงไปกว่าคู่แข่งจากแหล่งอื่นๆ ถึงแม้ว่าคุณภาพของไม้และผลิตภัณฑ์ที่โรงงานผลิตจะมีความแตกต่างกันในด้านที่ดีกว่าจากแหล่งอื่นๆ

ราคาของสินค้าตามการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการนี้ถือว่าเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะเอาชนะคู่แข่งซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในภาคอื่นๆ ดังนั้นราคาจึงควรมีลักษณะดังนี้

- ราคาต้องมีอิทธิพลให้ผู้บริโภคยอมรับหรือตระหนักในคุณค่าของสินค้า
- ราคาต้องจูงใจคนกลาง
- ราคาต้องเป็นตัวช่วยในการส่งเสริมการตลาด

จากแนวทางในการกำหนดราคาสินค้าดังกล่าว จะใช้ราคาที่ใกล้เคียงจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โรงงานเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก เนื่องจากเป็นราคาจำหน่ายหน้าโรงงานจริงในปัจจุบันโดยทางโครงการกำหนดให้ราคาขายต่อชิ้นเท่ากับ 2 เท่าของต้นทุนในการผลิตคือ

ชุดใหญ่จำหน่ายในราคาเฉลี่ย 21,000 บาท ชุดกลางจำหน่ายในราคาเฉลี่ย 10,500 บาท และชุดเล็กจำหน่ายในราคาเฉลี่ย 3,500 บาท ดังรายละเอียดในเรื่องกำลังการผลิตและต้นทุนเฉลี่ยต่อชิ้น

6.3 ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ วิธีการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ซึ่งตามการศึกษาความเป็นไปได้ในครั้งนี้จะแบ่งช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 2 ช่องทางคือ

1. จากผู้ผลิตผ่านพ่อค้าคนกลางแล้วนำไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา

2. จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคโดยตรง คือ จำหน่ายให้กับผู้บริโภคที่มาซื้อเฟอร์นิเจอร์ ณ โรงงานโดยตรง

สำหรับการเลือกพ่อค้าคนกลางเพื่อเข้าช่องทางการจัดจำหน่าย ทางโครงการจะเลือกพ่อค้าคนกลางที่มีคุณสมบัติเหมาะสม โดยคำนึงถึงโอกาสของพ่อค้าคนกลางที่จะสามารถสร้างกำไรให้กิจการได้ มีประสบการณ์การจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ มีความสามารถที่จะสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ มีความสามารถในการบริหารและการส่งเสริมทางการตลาดรวมทั้งฐานะทางการเงินที่มั่นคง

6.4 ลักษณะการส่งเสริมทางการตลาด

การวางแผนการส่งเสริมการขายจะใช้ทฤษฎีการประสานงานแบบ IMC (Integrated Marketing Communication) หรือ กลยุทธ์การตลาดแบบครบวงจร เนื่องจากองค์ประกอบหลายส่วน อาทิเช่น การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้บริการ และอื่น ๆ มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการขายให้เป็นที่ไปตามยอดขายที่คาดคะเนไว้ ในที่นี้จะนำหลักการของ IMC บางส่วนมาปรับใช้กับรูปแบบของโครงการและสินค้า ดังนี้

6.4.1 การโฆษณา (Advertising) มีเป้าหมายให้เกิดพฤติกรรมซื้อและใช้สินค้า ช่วงเริ่มแรกของการดำเนินงาน จำเป็นต้องมีการ โฆษณาเพื่อแนะนำสินค้าเข้าสู่ตลาด อาจเป็นการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ซึ่งจะเกิดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา

6.4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) มีเป้าหมายเพื่อกระตุ้นพฤติกรรมซื้อ โดยเสนอผลประโยชน์พิเศษ การส่งเสริมการขายนี้ ยังรวมไปถึงการขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) วิธีการส่งเสริมการขายมีหลายวิธี ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้กับสินค้าได้ทั้งสิ้น ตัวอย่างเช่น การรับประกันสินค้าแก่ลูกค้าในกรณีที่สินค้ามีความชำรุดเสียหายเกินกว่าที่ได้ตกลงไว้ในแต่ละกรณี เงื่อนไขการชำระเงินแตกต่างกันไปตามระยะเวลา การจัดส่งสินค้าถึงเป้าหมาย โดยไม่คิดค่าขนส่ง รวมถึงการจัดอบรมพนักงานเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อตัวสินค้า เป็นต้น

6.4.3 การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป้าหมายเน้นการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า หรือเรียกว่า การประชาสัมพันธ์การตลาด เพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นในสินค้า มองเห็นคุณภาพของสินค้า

เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีหลายชนิด เช่น การให้ข้อมูลข่าวสารแก่สื่อมวลชนสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสารจากการให้สัมภาษณ์หรือบทความ เครื่องมือทางการพัฒนาและสังคม ก็เป็นอีกชนิดหนึ่งที่สามารถสร้างภาพพจน์และประชาสัมพันธ์ที่ดีได้ ตัวอย่างเช่น การทำกิจกรรมสาธารณะ มีส่วนส่งเสริมด้านการศึกษา หรือการประชาสัมพันธ์ด้วยพนักงานจากการอบรมสร้างความเข้าใจและภาพพจน์ที่ดี ส่งผลให้มีการบอกต่อจากพนักงานไปยังบุคคลอื่น

6.4.4 การประทับสัญลักษณ์ตราหีบอบนสินค้า เป้าหมายเพื่อสร้างความมั่นใจและภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้า ตัวอย่างเช่น การประทับชื่อโรงงาน หรือเลขที่มาตรฐานอุตสาหกรรมที่ได้รับ

การประทับตราหีบอบนสินค้า นอกจากจะเป็นการสร้างความมั่นใจและภาพลักษณ์แล้ว ยังเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าไปสู่ตลาด ที่นอกเหนือจากกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย

7. การพยากรณ์ยอดขาย

การพยากรณ์ยอดขายของโครงการนั้น ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้จำนวน 19 ร้านในพื้นที่จังหวัดสงขลาโดยใช้แบบสอบถามสำรวจความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้สักทรงโบราณพร้อมแผ่นพับซึ่งมีรูปตัวอย่างสินค้าของโครงการ พบว่าความต้องการของเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในพื้นที่จังหวัดสงขลาเท่ากับ 514 ชุดต่อปี และเมื่อนำความต้องการของแต่ละผลิตภัณฑ์มาแจกแจงเป็นสัดส่วนตามขนาดของเฟอร์นิเจอร์เป็น ชุดใหญ่ ชุดกลาง และชุดเล็กเพื่อนำไปวางแผนในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ต่อไปดังแสดงในตารางที่ 3.9

ตารางที่ 3.9 สัดส่วนในการผลิตเฟอร์นิเจอร์แยกตามขนาด

| ผลิตภัณฑ์ | ขนาด | | | รวม (%) |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | เล็ก (%) | กลาง (%) | ใหญ่ (%) | |
| ชุดอาหาร | | 2.14 | 8.17 | 10.31 |
| โต๊ะบัญชี | 1.36 | 2.33 | 2.14 | 5.83 |
| ตู้เสื้อผ้า | | 2.53 | 8.56 | 11.09 |
| เตียงนอน | | 0.97 | 7.98 | 8.95 |
| ตู้โชว์ | 2.33 | 3.50 | 6.81 | 12.65 |
| เก้าอี้ เก้าอี้โยก | 1.17 | | | 1.17 |
| ตั้ง | 1.36 | | 3.70 | 5.05 |
| ชั้นวางหนังสือ | 0.78 | 1.17 | 5.06 | 7.00 |
| ปลายเตียง | 0.39 | | | 0.39 |
| หัวเตียง | 5.25 | | | 5.25 |
| โต๊ะเครื่องแป้ง | 3.70 | 1.17 | 0.77 | 5.64 |
| ชั้นวางทีวี | 3.50 | 3.89 | 2.92 | 10.31 |
| ชุดรับแขก | | 4.86 | 6.80 | 11.67 |
| ชั้นวางรองเท้า | 3.89 | | | 3.89 |
| อื่น ๆ | | | 0.78 | 0.78 |
| รวม | 23.73 | 22.57 | 53.70 | 100 |

ขนาดใหญ่ เช่น ตู้เสื้อผ้า 3-4 บาน ชั้นวางทีวี (60 x 200 x 80 ซม.) ชุดอาหาร 6-8 ที่นั่ง ตู้โชว์ (40 x 150 x 200 ซม.) เตียงนอน 5-6 ฟุต ชั้นวางหนังสือ (35 x 100 x 200 ซม.) ชั้นวางทีวี (60 x 200 x 60 ซม.) ชุดรับแขกขนาดใหญ่ ตั้ง 5-6 ฟุต โต๊ะเครื่องแป้ง (40 x 160 x 180)

ขนาดกลาง เช่น ตู้เสื้อผ้า 2 บาน ชั้นวางทีวี (60 x 145 x 60 ซม.) ชุดอาหาร 4 ที่นั่ง ตู้โชว์ (40 x 90 x 180 ซม.) เตียงนอน 3.5 ฟุต ชุดน้ำชา ชั้นวางหนังสือ (35 x 61 x 145 ซม.) โต๊ะเครื่องแป้ง (40 x 80 x 150) ชุดถักเบียร์ โต๊ะบัญชี ปลายเตียง ชุดรับแขก

ขนาดเล็ก เช่น หัวเตียง เก้าอี้ เก้าอี้โยก ตั้ง (48 x 48 x 40 ซม.) ชั้นวางหนังสือ (25 x 45 x 100 ซม.) โต๊ะเครื่องแป้ง (20 x 40 x 50) ชั้นวางทีวี (40 x 75 x 50 ซม.) ชั้นวางรองเท้า (25 x 45 x 100 ซม.)

3.2 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและวิศวกรรม

1. วัตถุดิบและแหล่งที่มาของวัตถุดิบ

ไม้สัก มีชื่อในภาษาอังกฤษว่า Teak และมีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Tectona grandis* อยู่ในวงศ์ *Verbenaceae* มีถิ่นกำเนิดอยู่ในตอนใต้ของประเทศอินเดีย พม่า อินโดนีเซีย และหมู่เกาะอินเดียตะวันออก สำหรับในประเทศไทยนั้น ขึ้นเป็นหมู่ไม้ป่าเบญจพรรณทางภาคเหนือ และบางส่วนของภาคกลางและตะวันตก คือ ในท้องที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน เชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย ลำปาง แพร่ น่าน ตาก กำแพงเพชร อุตรดิตถ์ พิษณุโลก สุโขทัย เพชรบูรณ์ และพิจิตร และมีบ้างเล็กน้อยในจังหวัด นครสวรรค์ อุทัยธานีและกาญจนบุรี คุณสมบัติพิเศษคือปลวกและมอดไม้ทำอันตราย เพราะในเนื้อไม้สักมีสารเคมีพิเศษอยู่ชนิดหนึ่ง ชื่อ O-cresyl methyl ether สารเคมีชนิดนี้ค้นพบโดยนักวิทยาศาสตร์ของกรมป่าไม้ มีคุณสมบัติ เมื่อทาหรืออบไม้แล้วไม้จะมีความคงทนต่อปลวก แมลง เห็ดราได้อย่างดียิ่ง

ขนาดของไม้แปรรูปเมื่ออยู่ในโรงเก็บไม้ก่อนนำไปใช้งาน จะมีขนาดที่ใหญ่กว่าเล็กน้อยกับที่ระบุไว้ เนื่องจากไม้จะมีการหดตัวเมื่อเวลาไสผิวหน้าไม้ ยกตัวอย่างเช่น ไม้ขนาด 2 นิ้ว x 4 นิ้ว ขนาดของไม้แปรรูปที่ใช้งานจริงจะมีขนาดเพียง 1 ½ นิ้ว x 3½ นิ้ว ส่วนความหนาของไม้ 1 นิ้ว ถ้าไส 2 หน้าแล้วจะเหลือเพียง 13/16 นิ้ว

การซื้อไม้สักแปรรูปจะขายในลักษณะเป็นลูกบาศก์ฟุต

หนา (นิ้ว) x กว้าง (นิ้ว) x ยาว (ฟุต)

ตัวอย่าง ไม้ขนาด กว้าง 2 นิ้ว ยาว 10 ฟุต หนา 1 นิ้ว คิดเป็นปริมาตรไม้เท่าไร

$$\text{ปริมาตรไม้} = 2 \times 0.08333 \times 10 \times 1 \times 0.8333$$

$$= 0.1389 \text{ ลูกบาศก์ฟุต}$$

ดังนั้นการซื้อขายไม้ในปัจจุบัน จะขายหน้าตัดเป็นนิ้ว ความยาวเป็นเมตรสำหรับไม้ท้าวๆไป และหน้าตัดเป็นนิ้ว ความยาวเป็นฟุตสำหรับไม้สัก

วิธีการสั่งไม้แปรรูปให้ได้ตามที่ต้องการ ควรปฏิบัติดังนี้

- จำนวนชิ้นงานที่ต้องการ
- ชั้นคุณภาพของไม้แปรรูป
- ขนาดของชิ้นงาน
- ผิวไม้ที่ต้องการ
- ชนิดของไม้ที่ต้องการ
- การตากแห้ง (โดยธรรมชาติหรือเข้าห้องอบพิเศษ)

วัตถุดิบ คือไม้สักแปรรูป สามารถสั่งซื้อจากหน่วยงาน บริษัทนำเข้า หรือโรงเลื่อยต่างๆ วัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ในโรงงานผลิตจะนำมาจากหลายแหล่งทั้งภายในประเทศและจากประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่

- 1) องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (ออป.)
- 2) บริษัทนำเข้า ประกอบด้วย
 - 2.1 บริษัทนัมเบอร์กรุ๊ป จำกัด ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร
 - 2.2 บริษัทไทยสวีตวู้ดอิมพอร์ต เอ็กซ์พอร์ต ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร
 - 2.3 บริษัท เอ็ม ดี ซินเนอรี่ จำกัด ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร
 - 2.4 บริษัทไทยยูเนี่ยนวู้ด จำกัด ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร
 - 2.5 โรงเลื่อยจักรแห่งหนึ่งในอำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่
 - 2.6 โรงเลื่อยจักรแห่งหนึ่งในจังหวัดลำปาง
 - 2.7 โรงเลื่อยจักรแห่งหนึ่งในจังหวัดตาก
 - 2.8 บุคคลอื่นๆที่มีไม้อยู่ในครอบครอง

2. สถานที่ตั้ง

การประเมินทำเลที่ตั้งสามารถทำได้โดยการให้น้ำหนักแต่ละพื้นที่ด้วยการให้ระดับคะแนนเพื่อหาผลสรุปว่าพื้นที่ใดเหมาะสมที่สุด เรียกว่ากฎการให้คะแนนเชิงเส้น (Linear Scoring Rule:LSR) ซึ่งเป็นการประเมินเชิงคุณภาพ (มนตรี จังชนสมบัติ, 2548) ทำได้โดย

1. แยกปัจจัยสำคัญที่เลือกไว้ว่าจะอะไรเป็นประเด็นในการพิจารณา จากความเรียบง่ายจนถึงความสมบูรณ์แบบซึ่งเราจะต้องชั่งน้ำหนักเลือกเอาระหว่างทำเลที่ตั้งต่างสถานที่กันเอาปัจจัยหลักๆในการพิจารณา

2. นำแต่ละปัจจัยที่จะพิจารณา ให้น้ำหนักคะแนนแต่รวมแล้วผลรวมคะแนนของทุกปัจจัยรวมกันแล้วได้ 1.0 หรือ 100%

3. ให้ระดับคะแนนแต่ละปัจจัยจาก 0 ถึง 10 (0 หมายถึงไม่เหมาะสม 10 หมายถึงสมบูรณ์แบบ)

4. รวมคะแนนแบบถ่วงน้ำหนักในแต่ละทำเลเพื่อสรุปผล

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจพื้นที่ภายในพื้นที่รอบ ๆ อำเภอหาดใหญ่ เพื่อหาสถานที่ที่จะนำมาวิเคราะห์เป็นที่ตั้งของโครงการ พบว่ามีพื้นที่ที่เหมาะสมอยู่ 3 แห่ง คือ พื้นที่ว่างบริเวณน้ำน้อยตรงข้ามวัดโคกสูง พื้นที่ว่างบนถนนเส้นลพบุรี-รามณรงค์และพื้นที่ว่างบริเวณห้างแมคโคร ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.10

ตารางที่ 3.10 การประเมินทำเลที่ตั้งของโครงการ

| ปัจจัยการประเมิน | น้ำหนักของปัจจัย | ทำเลที่เป็นทางเลือก | | |
|---|------------------|---------------------|------------|------------|
| | | A | B | C |
| 1. ร้านที่จำหน่ายอยู่ติดถนนมองเห็นง่าย | 0.15 | 10 | 9 | 8 |
| 2. ร้านที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก | 0.15 | 9 | 7 | 8 |
| 3. เป็นร้านที่อยู่ใกล้ศูนย์การค้า | 0.05 | 8 | 9 | 9 |
| 4. ลักษณะที่ตั้งทางกายภาพ | 0.20 | 9 | 7 | 7 |
| 5. สภาพแวดล้อมทางสังคม | 0.15 | 7 | 9 | 9 |
| 6. การกระจายสินค้า | 0.30 | 10 | 7 | 8 |
| ผลรวมค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก | 1.00 | 9.1 | 7.7 | 8.0 |

โดยกำหนดให้

ทำเล A คือ พื้นที่ว่างบริเวณน้ำน้อยตรงข้ามวัดโคกสูง

ทำเล B คือ พื้นที่ว่างบนถนนเส้นลพบุรี-รามศรีใกล้แยกบึกซี

ทำเล C คือ พื้นที่ว่างบริเวณแยกคลองหว่า

$$\begin{aligned} \text{ผลรวมค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก A} &= (0.15 \times 10) + (0.15 \times 9) + (0.05 \times 8) + (0.2 \times 9) + (0.15 \times 7) + (0.30 \times 10) \\ &= 9.1 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ผลรวมค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก B} &= (0.15 \times 9) + (0.15 \times 7) + (0.05 \times 9) + (0.2 \times 7) + (0.15 \times 9) + (0.30 \times 7) \\ &= 7.7 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ผลรวมค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก C} &= (0.15 \times 8) + (0.15 \times 8) + (0.05 \times 9) + (0.2 \times 7) + (0.15 \times 9) + (0.30 \times 8) \\ &= 8.0 \end{aligned}$$

จากตาราง 3.10 การประเมินทำเลที่ตั้งจะเห็นว่าทำเล A คือ พื้นที่ว่างบริเวณน้ำน้อยตรงข้ามวัดโคกสูง มีคะแนนมากกว่าทำเลที่ตั้ง B และ C คือ พื้นที่ว่างบนถนนเส้นลพบุรี-รามศรีใกล้แยกบึกซี และ พื้นที่ว่างบริเวณแยกคลองหว่า ตาลำดับ ดังนั้นพื้นที่ A จึงน่าจะเป็นทำเลที่ตั้งของโครงการมากกว่าทำเลที่ตั้ง B โดยมีเหตุผลในการให้คะแนนดังนี้คือ

1. ทำเลที่ตั้ง A ซึ่งเป็นพื้นที่ว่างอยู่ติดกับถนนสายหลักระหว่างอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมืองสงขลามองเห็นได้ชัดเจนและมีประชากรเดินทางผ่านไปมามากกว่าพื้นที่ B และ C จึงให้

คะแนนพื้นที่ A 10 คะแนน พื้นที่ B และ C อยู่ติดถนนและสังเกตได้ง่ายเช่นเดียวกันแต่มีประชากรที่ผ่านบริเวณนั้นมีจำนวนน้อยกว่าจึงให้คะแนน 9 และ 8 คะแนน ตามลำดับ

2. ทำเล A มีรถประจำทางหลักวิ่งผ่านและการคมนาคมสะดวกกว่าทำเล B และ C จึงให้คะแนน 9, 7, 8 ตามลำดับ

3. ทำเล A อยู่ไกลจากศูนย์การค้าซึ่งอยู่ในหาดใหญ่ ขณะที่ B อยู่ใกล้ศูนย์การค้าบีทีเอส และ C อยู่ใกล้ศูนย์การค้าแมคโคร จึงให้คะแนน 8, 9, 9 ตามลำดับ

4. ทำเล A เป็นพื้นที่สูงน้ำท่วมไม่ถึง ขณะที่ B และ C เป็นพื้นที่ที่น้ำท่วมถึง จึงให้คะแนน 9, 7, 7 ตามลำดับ

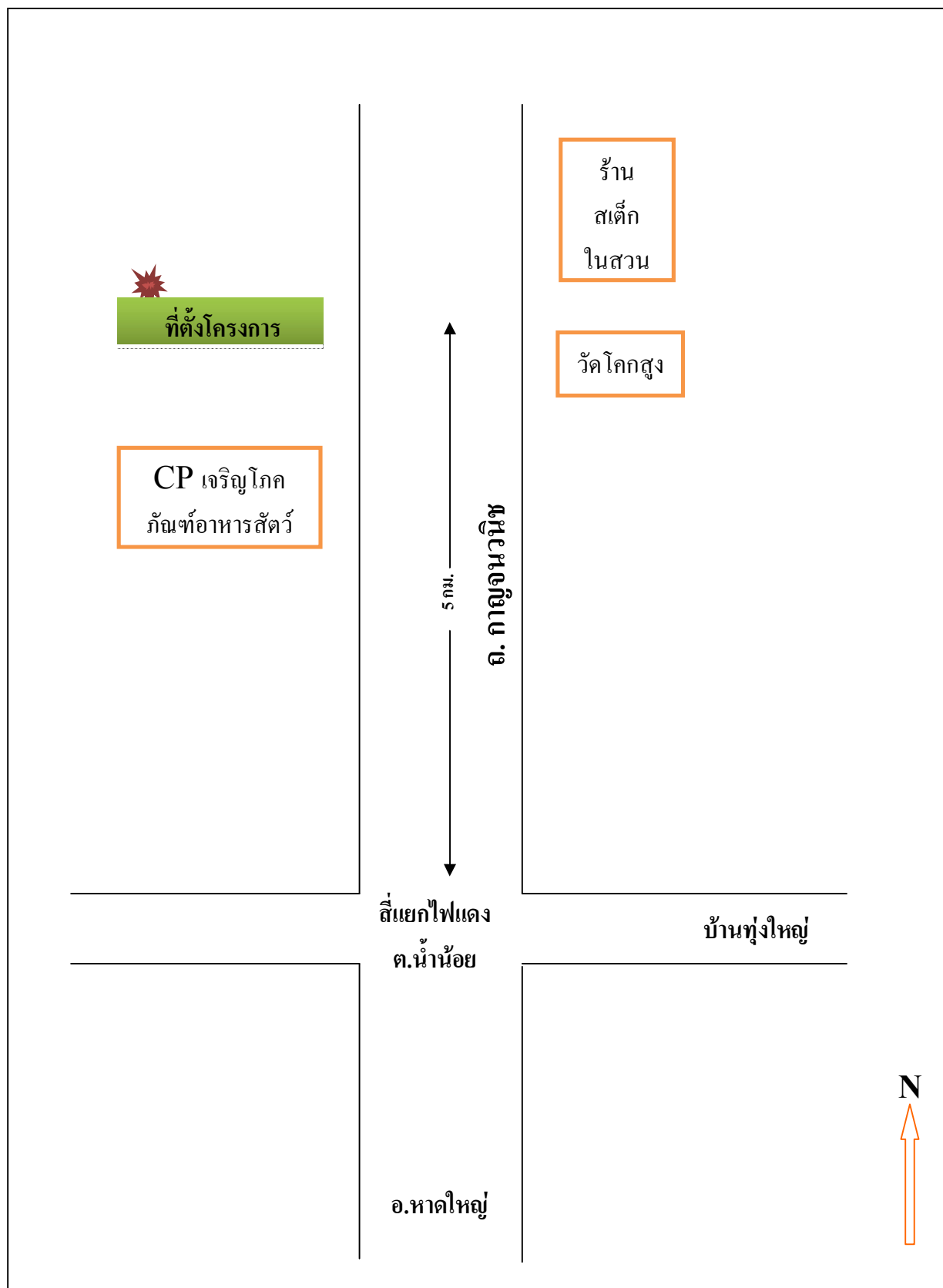
5. ทำเล A อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ขณะที่ B และ C อยู่ไกลจากแหล่งชุมชน จึงให้คะแนน 7, 9, 9 ตามลำดับ

6. ทำเล A เป็นศูนย์กลางระหว่างหาดใหญ่และสงขลา ขณะที่ B และ C อยู่ไกลจากตัวเมือง จึงให้คะแนน 10, 7, 8 ตามลำดับ

จากการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิต่างๆ ที่ตั้งโรงงานตามโครงการใช้เนื้อที่ประมาณ 1.5 ไร่ ทำเลที่ตั้งอยู่ที่ ต.น้ำน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา เนื่องจากเป็นที่ที่มีการคมนาคมสะดวก สาธารณูปโภคพร้อม อยู่ไม่ไกลจาก อ.หาดใหญ่มากนัก ดังภาพที่ 3.1 และแสดงแผนที่ดังภาพที่ 3.2

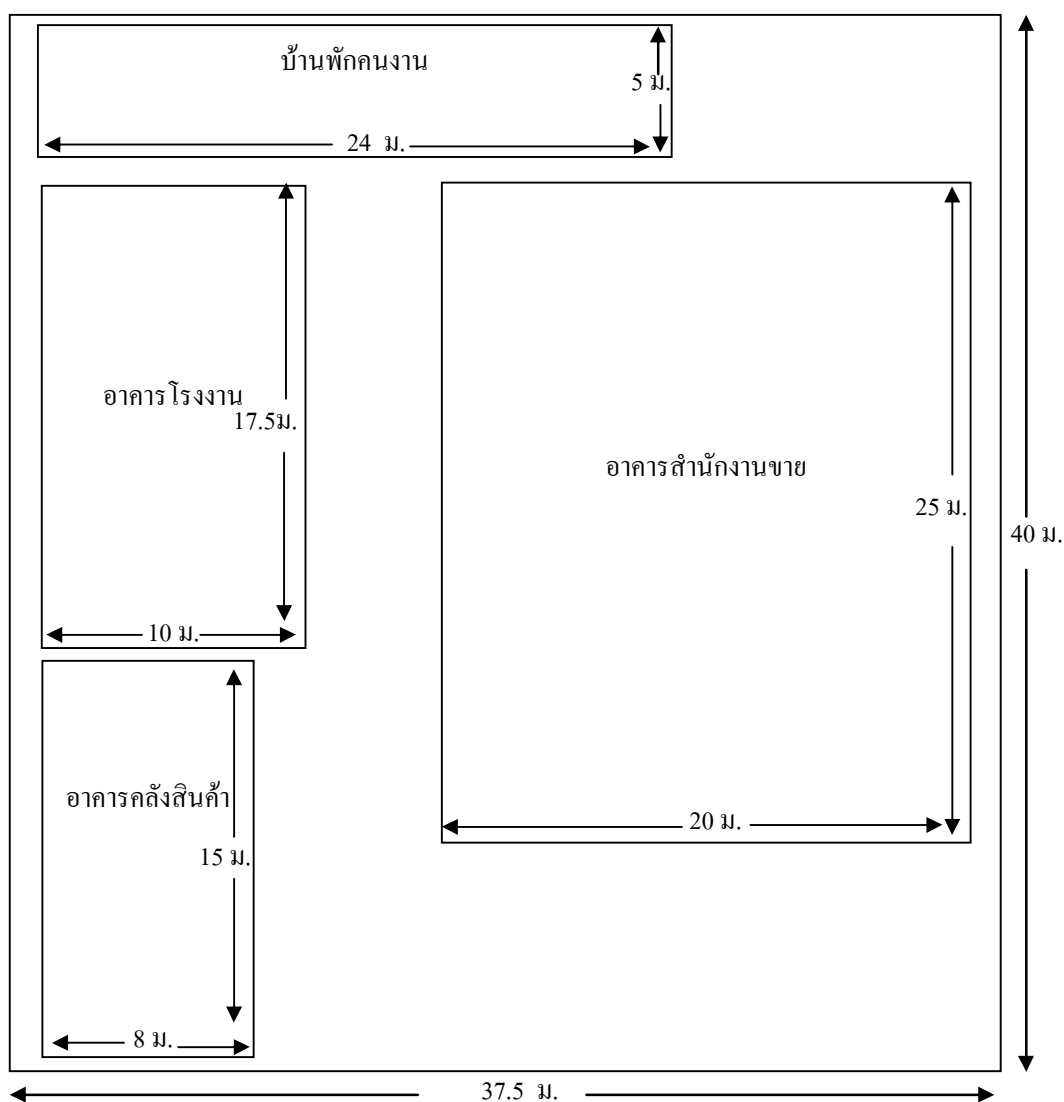


ภาพที่ 3.1 ที่ตั้งโครงการ



ภาพที่ 3.2 แผนที่โครงการ

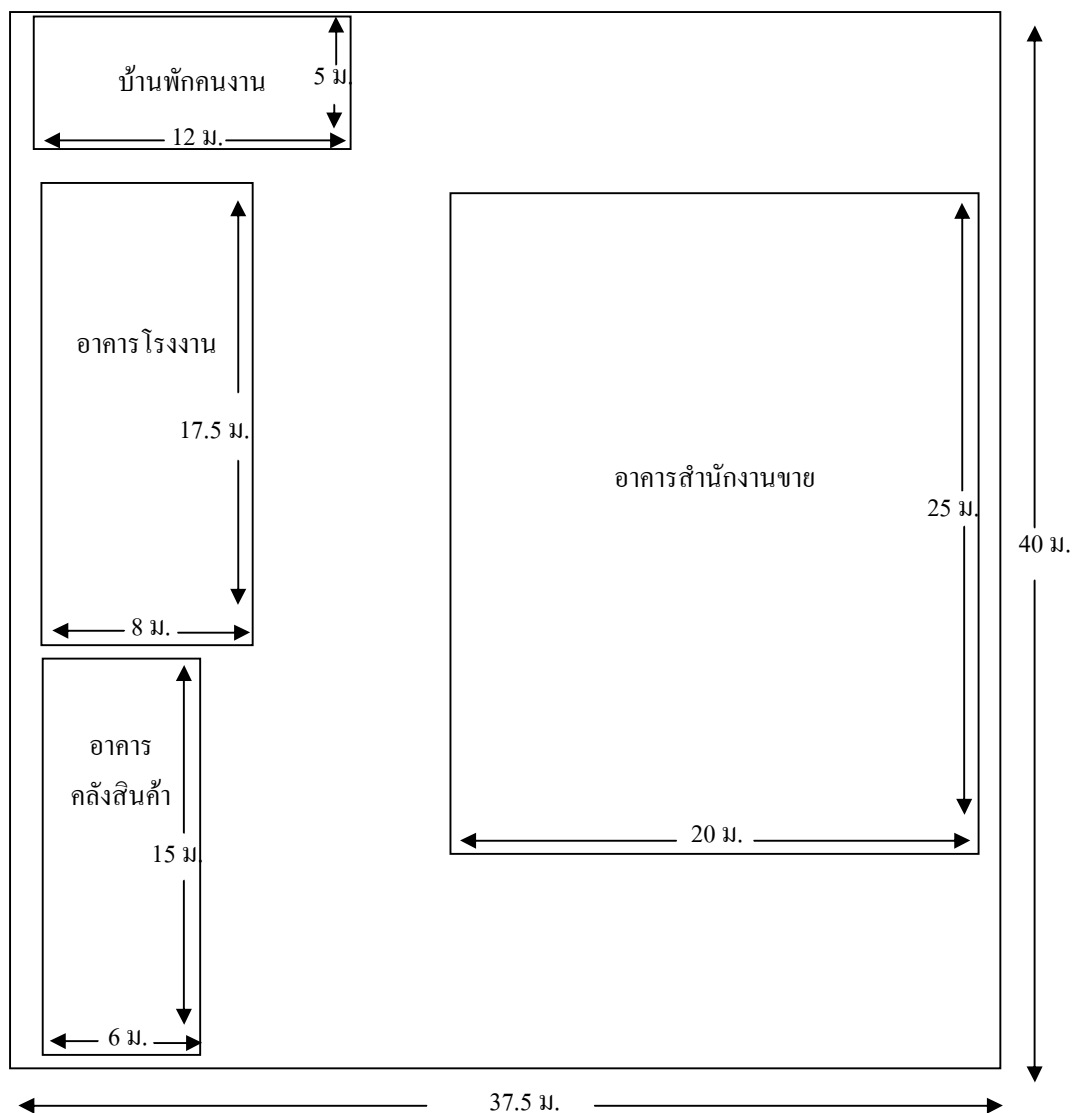
3. การออกแบบผังโรงงาน การคาดคะเนพื้นที่ใช้สอยจริงๆ ของโครงการจะช่วยให้การคาดคะเนเนื้อที่ที่ใช้ตั้งโครงการ และช่วยในการประมาณค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างอาคารต่างๆ ตลอดจนประมาณการในการติดตั้งระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานอีกด้วย โดยพิจารณาจากรูปแบบการทำงานของโรงงานซึ่งสามารถคาดคะเนสิ่งปลูกสร้างและขนาดของพื้นที่โครงการที่ 1 ได้ดังภาพที่ 3.3 และโครงการที่ 2 ดังภาพที่ 3.4



ภาพที่ 3.3 แผนผังที่ตั้งสิ่งปลูกสร้างโครงการที่ 1

จากแผนภาพที่ 3.3 สรุปได้ว่าโครงการที่ 1 มีขนาดพื้นที่ใช้สอย 1,500 ตารางเมตร ซึ่งมีสิ่งปลูกสร้างประกอบด้วยอาคารโรงงาน 175 ตารางเมตรซึ่งใช้วางเครื่องจักรและอุปกรณ์ คนงาน 16 คนและมีกำลังการผลิตเฉลี่ย 43 ชุดต่อเดือน อาคารสำนักงานขาย 500 ตารางเมตร สามารถแสดง

สินค้าได้ประมาณ 125 ชุด อาคารคลังสินค้า 120 ตารางเมตรใช้เก็บวัตถุดิบไม้และวัสดุอุปกรณ์ และ บ้านพักคนงาน 120 ตารางเมตรสำหรับคนงาน 16 คน



ภาพที่ 3.4 แผนผังที่ตั้งสิ่งปลูกสร้างโครงการที่ 2

จากแผนภาพที่ 3.4 สรุปได้ว่าโครงการที่ 2 มีขนาดพื้นที่ใช้สอย 1,500 ตารางเมตร ซึ่งมีสิ่งปลูกสร้างประกอบด้วยอาคารโรงงาน 140 ตารางเมตรซึ่งใช้วางเครื่องจักรและอุปกรณ์ คนงาน 8 คนและมีกำลังการผลิตเฉลี่ย 43 ชุดต่อเดือน อาคารสำนักงานชาย 500 ตารางเมตร สามารถแสดงสินค้าได้ประมาณ 125 ชุด อาคารคลังสินค้า 90 ตารางเมตรใช้เก็บวัตถุดิบไม้ที่ขึ้นรูปแล้วและวัสดุอุปกรณ์ และบ้านพักคนงาน 60 ตารางเมตรสำหรับคนงาน 8 คน

4. รายการลงทุนและการคิดค่าเสื่อมราคาเงินลงทุนในที่ดิน อาคาร โรงงาน ของโครงการที่ 1 และโครงการที่ 2 ดังแสดงในตารางที่ 3.11 และตารางที่ 3.12 ส่วนเครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะของโครงการที่ 1 และโครงการที่ 2 ดังแสดงในตารางที่ 3.13 และตารางที่ 3.14 โดยคิดค่าเสื่อมตามวิธีเส้นตรงระยะเวลา 10 ปี

ตารางที่ 3.11 เงินลงทุนในที่ดิน อาคาร และ โรงงาน โครงการที่ 1

| ลำดับที่ | รายการ | จำนวน (หน่วย) | ราคาต่อ หน่วย (บาท) | มูลค่ารวม (บาท) | ค่าเสื่อม ราคาต่อปี |
|------------|------------------|------------------|------------------------|--------------------|------------------------|
| 1 | อาคาร โรงงาน | 175 ตรม. | 3,500 | 612,500 | 61,250 |
| 2 | อาคารสำนักงานขาย | 500 ตรม. | 8,000 | 4,000,000 | 400,000 |
| 3 | อาคารคลังสินค้า | 120 ตรม. | 4,500 | 540,000 | 54,000 |
| 4 | บ้านพักคนงาน | 120 ตรม. | 4,500 | 540,000 | 54,000 |
| รวม | | | | 5,692,500 | 569,250 |

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ผู้รับเหมาในจังหวัดสงขลา (2552)

ตารางที่ 3.12 เงินลงทุนในที่ดิน อาคาร และ โรงงาน โครงการที่ 2

| ลำดับที่ | รายการ | จำนวน (หน่วย) | ราคาต่อ หน่วย (บาท) | มูลค่ารวม (บาท) | ค่าเสื่อมราคา ต่อปี |
|------------|------------------|------------------|------------------------|--------------------|------------------------|
| 1 | อาคาร โรงงาน | 140 ตรม. | 3,500 | 490,000 | 49,000 |
| 2 | อาคารสำนักงานขาย | 500 ตรม. | 8,000 | 4,000,000 | 400,000 |
| 3 | อาคารคลังสินค้า | 90 ตรม. | 4,500 | 405,000 | 40,500 |
| 4 | บ้านพักคนงาน | 60 ตรม. | 4,500 | 270,000 | 27,000 |
| รวม | | | | 5,165,000 | 516,500 |

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ผู้รับเหมาในจังหวัดสงขลา (2552)

ตารางที่ 3.13 รายการเครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะของโครงการที่ 1

| ลำดับที่ | รายการ | จำนวน (หน่วย) | ราคาต่อหน่วย (บาท) | มูลค่าเครื่องจักร (บาท) | ค่าเสื่อม ราคาต่อปี |
|----------|-----------------------------|------------------|-----------------------|----------------------------|------------------------|
| 1 | เครื่องเลื่อยสายพาน | 3 | 15,750 | 47,250 | 4,725 |
| 2 | เครื่องกบไฟฟ้า | 3 | 5,100 | 15,300 | 1,530 |
| 3 | เครื่องขุดกระดาศ ทราย | 5 | 5,500 | 27,500 | 2,750 |
| 4 | เครื่องเราเตอร์ (Router) | 3 | 45,000 | 135,000 | 13,500 |
| 5 | เครื่องปั๊มลม | 2 | 4,500 | 9,000 | 900 |
| 6 | สว่านไฟฟ้า | 5 | 2,000 | 10,000 | 1,000 |
| 7 | กาพ่นสี | 2 | 2,700 | 5,400 | 540 |
| 8 | ปืนลมยิงตะปู | 2 | 1,700 | 3,400 | 340 |
| 9 | วัสดุอุปกรณ์ | 5 | 5,000 | 25,000 | 2,500 |
| 10 | ยานพาหนะ | 2 | 399,000 | 798,000 | 79,800 |
| รวม | | | | 1,075,850 | 107,585 |

ที่มา : ตัวแทนจำหน่ายเครื่องจักรงานไม้ (2552)

ตารางที่ 3.14 รายการเครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะของโครงการที่ 2

| ลำดับที่ | รายการ | จำนวน (หน่วย) | ราคาต่อหน่วย (บาท) | มูลค่าเครื่องจักร (บาท) | ค่าเสื่อม ราคาต่อปี |
|------------|----------------------|------------------|-----------------------|----------------------------|------------------------|
| 1 | เครื่องเลื่อยสายพาน | 1 | 15,750 | 15,750 | 1,575 |
| 2 | เครื่องกบไฟฟ้า | 1 | 5,100 | 5,100 | 501 |
| 3 | เครื่องขุดกระดาษทราย | 5 | 5,500 | 27,500 | 2,750 |
| 4 | เครื่องปั๊มลม | 2 | 4,500 | 9,000 | 900 |
| 5 | สว่านไฟฟ้า | 5 | 2,000 | 10,000 | 1,000 |
| 6 | กาพ่นสี | 2 | 2,700 | 5,400 | 540 |
| 7 | ปืนลมยิงตะปู | 2 | 1,700 | 3,400 | 340 |
| 8 | วัสดุอุปกรณ์ | 5 | 5,000 | 25,000 | 2,500 |
| 9 | ยานพาหนะ | 2 | 399,000 | 798,000 | 79,800 |
| รวม | | | | 899,150 | 89,915 |

ที่มา : ตัวแทนจำหน่ายเครื่องจักรงานไม้ (2552)

5. กระบวนการผลิต

โรงงานขึ้นรูปเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก (โครงการที่ 1) จำเป็นต้องมีการจัดหาไม้ซึ่งแปรรูปมาแล้วมาผ่านกระบวนการผลิตแสดงดังภาพที่ 3.5 การเตรียมไม้ก่อนนำไปใช้สำหรับการผลิตเฟอร์นิเจอร์ จึงเป็นขั้นตอนเริ่มต้นที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะคุณภาพของเฟอร์นิเจอร์ไม้จะดีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับขั้นตอนเริ่มต้นของกระบวนการผลิต สำหรับรายละเอียดของกระบวนการผลิตมีดังนี้

1. ขั้นตอนการเลือกไม้เพื่อผลิตเฟอร์นิเจอร์

ในการจัดเตรียมไม้เพื่อผลิตเฟอร์นิเจอร์จะต้องมีช่างผู้ชำนาญในการควบคุมดูแลการจัดการตัด โดยจะต้องดูรายการไม้ หรือ ใบสั่งผลิต และจะนำไม้เศษมาใช้ก่อน แล้วจึงนำไม้ที่ชิ้นใหญ่มาทำภายหลัง เพื่อที่จะให้การใช้ไม้เป็นประโยชน์ คุ่มค่าที่สุด หรือสูญเสียเนื้อไม้ให้น้อยที่สุด ทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำที่สุด เพราะในปัจจุบันไม้แปรรูปมีราคาสูงขึ้นเรื่อยๆ การนำเศษไม้กลับมาใช้ประโยชน์ ซึ่งมีความยาวประมาณ 3-4 นิ้ว ส่วนใหญ่จะนำมาทำเป็นไม้ประสานต่อความยาวและนำกลับมาใช้เสริมโครงร่างภายในของเฟอร์นิเจอร์ สำหรับความทนทานของไม้ประสานที่ใช้เสริมเฟอร์นิเจอร์จะมีคุณภาพเหมือนกับการใช้ไม้ชิ้นเดียวทำ เพราะใช้กาวที่มีคุณภาพที่ดี ทนต่อความชื้น สำหรับขั้นตอนในการทำไม้ประสาน มีวิธีการคือ ใช้เครื่องมือ มาทำหัว หางไม้ก่อน หรือ

ที่เรียกว่าดีเดี่ย ทำการต่อตามความยาว เพื่อทำโครงภายในที่มองไม่เห็น ไม้เหล่านี้เมื่อต่อแล้วจึงไม่มีปัญหาในเรื่องความแข็งแรง กาวที่ใช้คือกาวลาเท็กซ์ แล้วใช้แรงอัดเพื่อให้เกิดความแน่น

2. ขั้นตอนขึ้นรูปเฟอร์นิเจอร์

ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของโรงงานต้นแบบนั้น จะมีช่างอยู่ 3 ส่วนด้วยกันคือ ช่างไม้ ช่างแกะ และช่างสี สำหรับช่างไม้นั้นจะมีหน้าที่เลือกไม้ ตัดไม้หรือขึ้นรูปไม้ให้ได้ขนาดตามที่ต้องการ จากนั้นก็จะนำไม้มาประกอบเป็นเฟอร์นิเจอร์เมื่องานเฟอร์นิเจอร์ผลิตเสร็จแล้วผู้ติดตามชิ้นงานจะต้องทำการตรวจสอบว่าจะต้องมีการแกะลายหรือไม่ ถ้ามีก็จะส่งงานให้ช่างแกะต่อไป โดยขั้นตอนสุดท้ายจะมีผู้ตรวจสอบงานที่เสร็จแล้วทุกชิ้นว่าได้ตรงตามมาตรฐานหรือไม่ เพราะถ้าไม่ผ่านจะต้องมีการทำการแก้ไขให้ได้มาตรฐานที่กำหนดไว้

3. ขั้นตอนการทำสี

เริ่มจากเมื่อได้รับเฟอร์นิเจอร์ที่ประกอบมาเรียบร้อยแล้ว มาทำการขัดให้เรียบ อดตามรอยต่อ และลงสีฝุ่นตามสีที่ต้องการ ลงเงาพื้นและขัดด้วยกระดาษทรายอีกครั้ง หลังจากนั้นก็จะแลกเกอร์อีกประมาณ 5 รอบ

ทางโรงงานต้นแบบมีสีที่ให้ลูกค้าเลือก 7 สี ประกอบด้วย สีเนื้อไม้ สีเงินดำ เหลือง ไอ๊ก-ดำ แดง ขาว ดำ หรือมีสีตั้งแต่การมีความคล้ายเนื้อไม้มากที่สุด จนถึงสีที่มีความเข้มมากที่สุด ในทุกขั้นตอนของการทำสี จะต้องระวังเรื่องอากาศด้วย เพราะถ้าเกิดมีฝนตกลงมาในระหว่างทำสี สีเฟอร์นิเจอร์ที่ได้จะมีลักษณะสีขาวขุ่นปนกับสีที่ต้องการ จึงต้องระวังเป็นพิเศษ

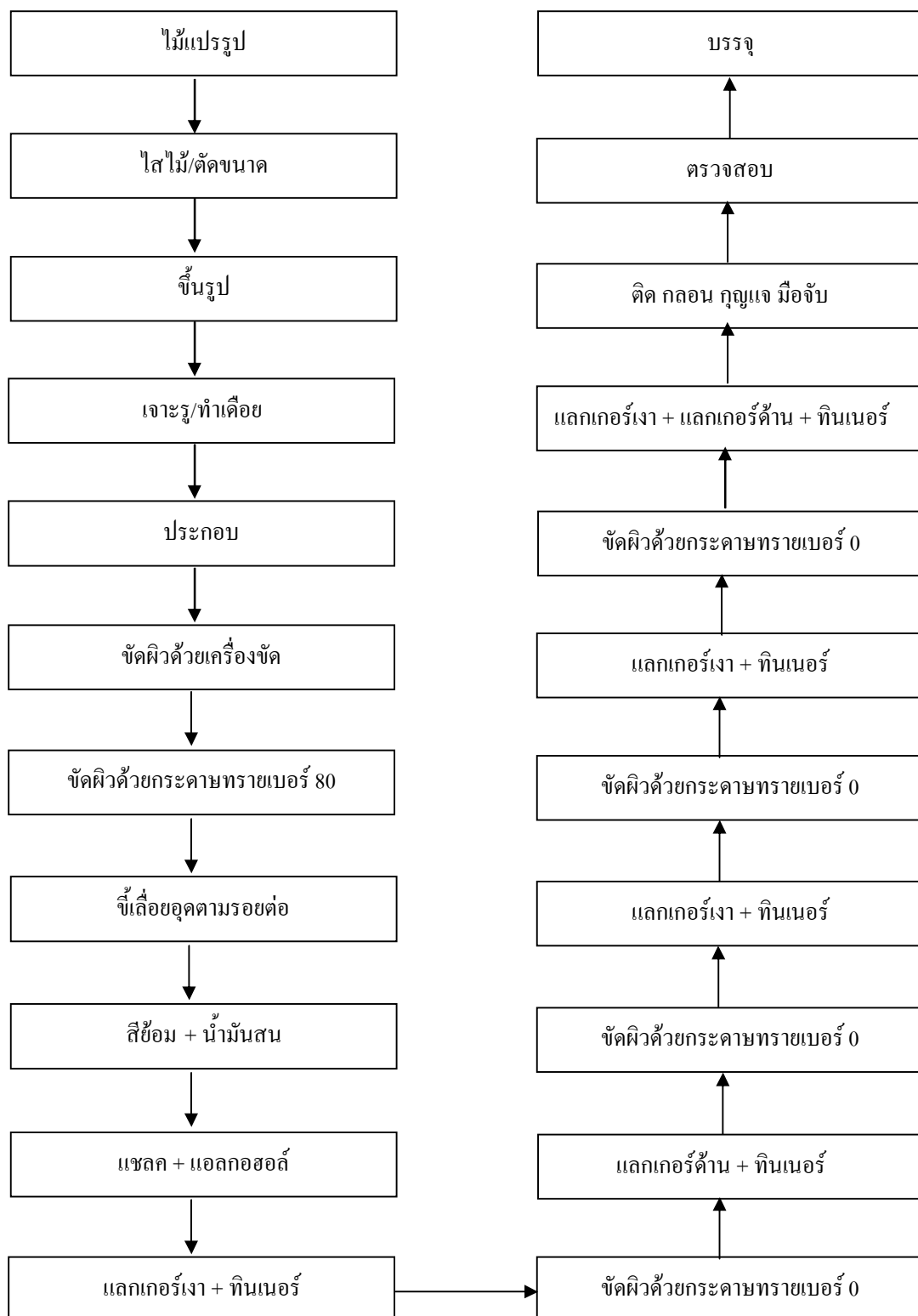
4. ขั้นตอนการติด กลอน กุญแจ มือจับ

ขั้นตอนนี้จะเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการผลิตเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งการติดกลอน กุญแจ มือจับนั้นจะเป็นทองเหลืองทั้งหมด ต้องตรวจสอบดูตำแหน่ง เหมาะสมหรือไม่ และที่สำคัญชนิดของกลอน กุญแจ มือจับนั้นถูกต้องตามใบสั่งหรือไม่ เพราะมีหลากหลายรูปแบบ และขนาดที่แตกต่างกัน

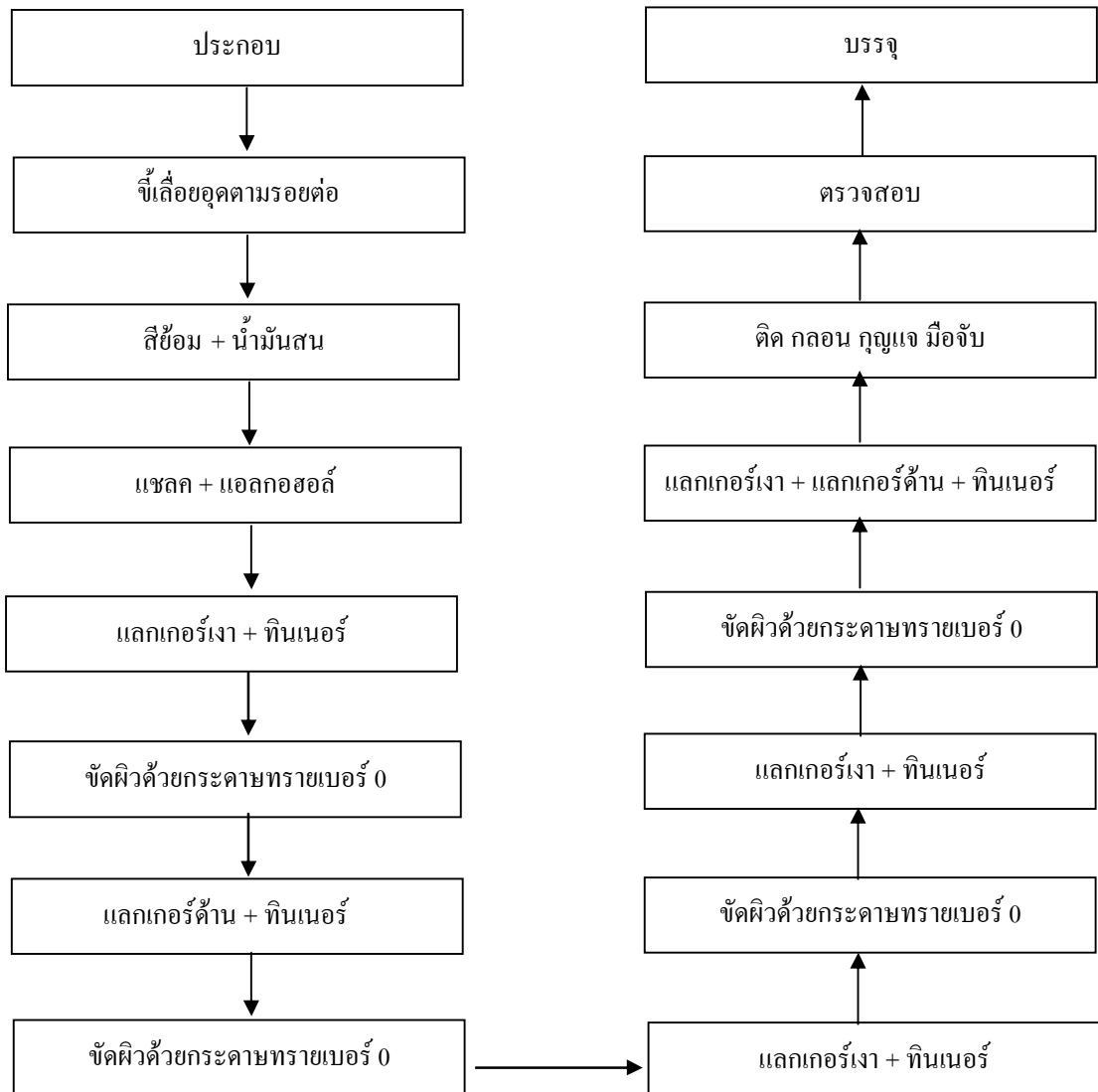
5. ขั้นตอนบรรจุหีบห่อ

พนักงานขายและผู้ตรวจสอบจะมาทำการตรวจสอบสินค้าก่อนที่จะบรรจุว่าถูกต้องตามใบสั่งหรือไม่ และต้องตรวจเช็คอุปกรณ์ทุกอย่าง ที่ต้องใส่ไปกับตัวสินค้าให้ครบ แล้วจึงส่งไปทำการบรรจุหีบห่อก่อนนำส่งให้ลูกค้า ซึ่งวัสดุอุปกรณ์ ประกอบด้วย กระดาษขาว กระดาษลัง พลาสติก ก็เพียงพอแล้ว เพราะลูกค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตจังหวัดสงขลา หรือจังหวัดใกล้เคียง ไม่จำเป็นต้องจัดทำลังไม้ซึ่งในกรณีนี้จะทำก็ต่อเมื่อขนส่งเป็นระยะทางไกลๆ ข้ามจังหวัด แล้วจัดทำเอกสารส่งถึงลูกค้าเพื่อนำใบดังกล่าวไปติดต่อกู้ลูกค้า

สำหรับโรงงานประกอบเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก (โครงการที่ 2) เริ่มจากการนำไม้ที่มีการขึ้นรูปเสร็จเรียบร้อยแล้ว แล้วนำมาประกอบเป็นเฟอร์นิเจอร์ ผ่านขั้นตอนการทำสี ขั้นตอนการติดกลอน กระจก มือจับ ขั้นตอนบรรจุหีบห่อ ดังภาพที่ 3.6



ภาพที่ 3.5 กระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก โครงการที่ 1



ภาพที่ 3.6 กระบวนการผลิตเฟอ์ริเจอร์ไม้สักโครงการที่ 2

6. กำลังการผลิตและต้นทุนเฉลี่ยต่อชุด

ในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการกำหนดให้ทั้ง 2 โครงการทำงานเท่ากับ 8 ชั่วโมงต่อวัน และใน 1 เดือนทำงาน 25 วัน ทั้งนี้ใน 1 ปีทำงานทั้งหมด 300 วัน มีกำลังการผลิตเฟอร์นิเจอร์รวมทั้ง 3 ขนาดเท่ากับ 514 ชุดต่อปีและมีรายละเอียดของจำนวนแรงงานดังนี้

โครงการที่ 1 คือ โรงงานขึ้นรูปเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก มีจำนวนแรงงานในการผลิต 16 คน ซึ่งประกอบด้วยหัวหน้าช่างไม้ 1 คน ช่างไม้ 6 คน ช่างแกะ 1 คน และ ช่างขัดกระดาษทราย 6 คน และช่างสี 2 คน

โครงการที่ 2 คือ โรงงานประกอบเฟอร์นิเจอร์ไม้สักและมีจำนวนแรงงานในการผลิต 8 คน ซึ่งประกอบด้วยหัวหน้าช่างไม้ 1 ช่างไม้ 2 คน ช่างสี 2 คน และช่างขัดกระดาษทราย 3 คน

รายละเอียดต้นทุนในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของโครงการที่ 1 และโครงการที่ 2 ซึ่งประกอบด้วย ไม้ วัสดุอุปกรณ์ และค่าแรง ดังแสดงในตารางที่ 3.15 และตารางที่ 3.17 ซึ่งรายละเอียดราคาขายและยอดขายของโครงการที่ 1 และโครงการที่ 2 กำหนดให้เท่ากันทั้ง 2 โครงการดังแสดงในตารางที่ 3.16 และตารางที่ 3.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 3.15 ต้นทุนเฉลี่ยต่อชุดในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักโครงการที่ 1

| รายการ | ชุดใหญ่ (บาท) | ชุดกลาง (บาท) | ชุดเล็ก (บาท) |
|--------------|---------------|---------------|---------------|
| ไม้ | 6,000 | 3,000 | 1,170 |
| วัสดุอุปกรณ์ | 1,000 | 500 | 170 |
| ค่าแรง | 3,500 | 1,750 | 580 |
| รวม | 10,500 | 5,250 | 1,750 |

ที่มา : จากการสัมภาษณ์เจ้าของโรงงานไม้สักแห่งหนึ่ง (2552)

ตารางที่ 3.16 ราคาขายและยอดขายของโครงการที่ 1

| เฟอร์นิเจอร์ | ต้นทุน (บาท) | ราคาขาย (บาท) | จำนวน (ชุด) | ยอดขาย (บาท) |
|--------------|--------------|---------------|-------------|------------------|
| ชุดใหญ่ | 10,500 | 21,000 | 276 | 5,796,000 |
| ชุดกลาง | 5,250 | 10,500 | 116 | 1,218,000 |
| ชุดเล็ก | 1,750 | 3,500 | 122 | 427,000 |
| รวม | | | | 7,441,000 |

ที่มา : จากการสัมภาษณ์เจ้าของโรงงานไม้สักแห่งหนึ่ง (2552)

ตารางที่ 3.17 ต้นทุนเฉลี่ยต่อชุดในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักโครงการที่ 2

| รายการ | ชุดใหญ่ (บาท) | ชุดกลาง (บาท) | ชุดเล็ก (บาท) |
|--------------|---------------|---------------|---------------|
| ไม้ | 10,200 | 5,100 | 1,700 |
| วัสดุอุปกรณ์ | 1,000 | 500 | 170 |
| ค่าแรง | 1,750 | 875 | 290 |
| รวม | 12,950 | 6,475 | 2,160 |

ที่มา : จากการสัมภาษณ์เจ้าของโรงงานไม้สักแห่งหนึ่ง (2552)

ตารางที่ 3.18 ราคาขายและยอดขายของโครงการที่ 2

| เฟอร์นิเจอร์ | ต้นทุน (บาท) | ราคาขาย (บาท) | จำนวน (ชุด) | ยอดขาย (บาท) |
|--------------|--------------|---------------|-------------|------------------|
| ชุดใหญ่ | 12,950 | 21,000 | 276 | 5,796,000 |
| ชุดกลาง | 6,475 | 10,500 | 116 | 1,218,000 |
| ชุดเล็ก | 2,160 | 3,500 | 122 | 427,000 |
| รวม | | | | 7,441,000 |

ที่มา : จากการสัมภาษณ์เจ้าของโรงงานไม้สักแห่งหนึ่ง (2552)

3.3 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

ผู้วิจัยได้ศึกษาเปรียบเทียบการลงทุน 2 โครงการคือ โรงงานขึ้นรูปเฟอร์นิเจอร์ไม้สักและโรงงานประกอบเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดสงขลา เพื่อตัดสินใจเลือกโครงการ โดยเงินลงทุนทั้ง 2 โครงการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

โครงการที่ 1 โรงงานขึ้นรูปเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก

1. การประมาณการเงินลงทุนของโครงการ

ค่าใช้จ่ายในการลงทุนจัดตั้งโรงงานแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1.1 ต้นทุนสินทรัพย์ถาวร

| | หน่วย(บาท) |
|-----------------------------------|------------------|
| 1. ค่าก่อสร้างอาคาร | 5,692,500 |
| 2. ค่าตกแต่งและติดตั้ง | 300,000 |
| 3. เครื่องจักรอุปกรณ์และ ยานพาหนะ | 1,075,850 |
| 4. อุปกรณ์สำนักงาน | 71,000 |
| รวม | 7,139,350 |

1.2 ต้นทุนค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

| | หน่วย(บาท) |
|---|---------------|
| 1. ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนการค้า ณ ที่ทำการองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยประมาณ | 100 |
| 2. ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนอุตสาหกรรม ณ สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัด โดยประมาณ | 7,000 |
| 3. ค่าศึกษาความเป็นไปได้โครงการ | 5,000 |
| 4. ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ | 15,000 |
| รวม | 27,100 |

1.3 เงินทุนหมุนเวียน คิดเงินทุนหมุนเวียนเป็นระยะเวลา 1 เดือน (25 วันทำงาน)

| | หน่วย (บาท) |
|---|----------------|
| 1. เงินเดือนพนักงาน มีรายละเอียดดังนี้ | |
| ผู้จัดการโรงงาน | 15,000 |
| พนักงานชาย 2 คน | 14,000 |
| พนักงานทำความสะอาด 180 ค่าตอบแทนวันละ 180 บาท | 4,500 |
| หัวหน้าช่างไม้ 1 คน ค่าตอบแทนวันละ 450 บาท | 11,250 |
| ช่างไม้ 6 คน ค่าตอบแทนวันละ 300 บาท | 45,000 |
| ช่างแกะ 1คน ค่าตอบแทนวันละ 300 บาท | 7,500 |
| ช่างสี 2 คน ค่าตอบแทนวันละ 250 บาท | 12,500 |
| ช่างขัดกระดาษทราย 6 คน ค่าตอบแทนวันละ 180 บาท | 27,000 |
| รวม | 136,750 |
| 2. สาธารณูปโภค | |
| ค่าไฟ | 12,000 |
| ค่าน้ำ | 2,000 |
| 3. ค่าวัสดุดิบไม้ | 177,000 |
| 4. ค่าวัสดุอุปกรณ์ | 29,500 |
| 5. ค่าขนส่ง | 17,500 |
| 6. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด | 10,000 |
| 7. ค่าเช่าที่ดิน | 5,000 |
| รวม | 389,750 |

รายละเอียดของเงินทุนของโรงงานขึ้นรูปเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก (โครงการที่ 1) ดังที่แสดงไว้ในตารางที่ 3.19

ตารางที่ 3.19 รายละเอียดของเงินทุนของโครงการที่ 1

| รายการ | จำนวนเงิน (บาท) |
|---|------------------|
| ค่าก่อสร้างอาคาร | 5,692,500 |
| ค่าตกแต่งและติดตั้ง | 300,000 |
| เครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะ | |
| เครื่องเลื่อยสายพาน 3 เครื่อง | 47,250 |
| เครื่องกบไฟฟ้า 3 เครื่อง | 15,300 |
| เครื่องขัดกระดาษทราย 5 เครื่อง | 27,500 |
| เครื่องเร้าเตอร์(Router) 3 เครื่อง | 135,000 |
| เครื่องปั๊มลม 2 เครื่อง | 9,000 |
| สว่านไฟฟ้า 5 เครื่อง | 10,000 |
| กาฬนสี 2 เครื่อง | 5,400 |
| ปืนลมยิงตะปู 2 เครื่อง | 3,400 |
| อุปกรณ์ช่างอื่นๆ ค้อน สว่าน ไขควง คีม 5 เครื่อง | 25,000 |
| ยานพาหนะ (รถกระบะตอนเดียว 2 คัน) | 798,000 |
| รวม | 1,075,850 |
| เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน | |
| ตู้เก็บเอกสาร 2 ตู้ | 10,000 |
| ตู้เก็บอุปกรณ์ – เครื่องมือช่าง 2 ตู้ | 10,000 |
| คอมพิวเตอร์ 2 เครื่อง | 30,000 |
| โต๊ะ-เก้าอี้วางคอมพิวเตอร์ 2 ชุด | 10,000 |
| โต๊ะ – เก้าอี้ ทำงาน 1 ชุด | 5,000 |
| เครื่องทำน้ำเย็น 2 เครื่อง | 6,000 |
| รวม | 71,000 |
| รวมทั้งหมด | 7,139,350 |

2. การจัดทำประมาณการกระแสเงินสดโครงการ

2.1 สมมติฐานการจัดทำประมาณการเงินสด

1. กำหนดระยะเวลาจัดทำประมาณการเงินสด 10 ปี โดยในปีที่ 0 เป็นช่วงของการก่อสร้างโครงการ ซึ่งใช้เวลาก่อสร้าง 6 เดือน ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2553 ถึง ธันวาคม 2553 และเปิดดำเนินการธุรกิจในเดือน มกราคม 2554

2. กำหนดให้ยอดจำนวนเฟอร์นิเจอร์ที่ขายคงที่ทุกปี
3. กำหนดให้เงินเดือนพนักงานเพิ่มขึ้น 3% ทุกปี
4. กำหนดให้อัตราการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายวัตถุดิบไม้และวัสดุอุปกรณ์เป็น 3% ต่อปี
5. กำหนดให้ค่าสาธารณูปโภคเพิ่มขึ้นปีละ 2%
6. กำหนดให้การเพิ่มขึ้นของค่าขนส่งเท่ากับ 2% ต่อปี

2.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

1. เงินเดือนพนักงานรวมทั้งสิ้น 1,641,000 บาทต่อปี
 2. ค่าไม้ในการผลิต 2,126,000 บาทต่อปี ดังรายละเอียดในภาคผนวก ข
 3. สาธารณูปโภคในการผลิตและขาย
 - 3.1 ค่าไฟฟ้าประมาณ 144,000 บาทต่อปี
 - 3.2 ค่าน้ำประปาประมาณ 24,000 บาทต่อปี
 4. ค่าเช่าที่ดิน 60,000 บาทต่อปี
 5. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 120,000 ต่อปี
 6. วัสดุอุปกรณ์ 354,740 บาทต่อปี ดังรายละเอียดในภาคผนวก ข
 7. ค่าขนส่ง 210,000 บาทต่อปีต่อ 6 เทียว
- รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งหมดเท่ากับ 4,679,740 บาท

2.3 ประมาณการจ่ายภาษีของธุรกิจ

เนื่องจากภาษีเงินได้ที่ธุรกิจต้องจ่ายชำระในแต่ละปีคิดเป็น 30% ของกำไรสุทธิ ซึ่งคำนวณจากกำไรสุทธิดังแสดงในตารางที่ 3.21 โดยมีสมมติฐานดังนี้

1. ค่าก่อสร้างอาคารและค่าตกแต่งรวมทั้งสิ้น 5,992,500 บาท พิจารณาอัตราค่าเสื่อมราคา 10% ต่อปี
2. ค่าเครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะรวมทั้งสิ้น 1,075,850 บาท พิจารณาอัตราค่าเสื่อมราคา 10% ต่อปี
3. ค่าอุปกรณ์สำนักงาน รวมทั้งสิ้น 71,000 บาท
4. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการอื่นๆ นำข้อมูลมาทำการประมาณการกระแสเงินสดโครงการที่ 1 ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.20

ตารางที่ 3.20 รายละเอียดประมาณการกระแสเงินสดของโครงการที่ 1

| รายการ | รวม | ปีที่ 0 | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 |
|--|------------|------------|-----------|-----------|
| เงินสดรับ | 85,302,725 | | 7,441,000 | 7,664,230 |
| เงินสดจ่าย | | | | |
| 1. ค่าก่อสร้างอาคาร | 5,692,500 | 5,692,500 | | |
| 2. ค่าตกแต่งและติดตั้ง | 300,000 | 300,000 | | |
| 3. เครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะ | 1,075,850 | 1,075,850 | | |
| 4. อุปกรณ์สำนักงาน | 71,000 | 71,000 | | |
| 5. ค่าดำเนินการ | | | | |
| 5.1 ค่าศึกษาความเป็นไปได้โครงการ | 5,000 | 5,000 | | |
| 5.2 ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนการค้า | 100 | 100 | | |
| 5.3 ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนอุตสาหกรรม | 7,000 | 7,000 | | |
| 5.4 ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ | 15,000 | 15,000 | | |
| 5.5 เงินเดือนพนักงาน | 18,812,226 | | 1,641,000 | 1,690,230 |
| 5.6 วัสดุดิบไม้ | 24,372,207 | | 2,126,000 | 2,189,780 |
| 5.7 วัสดุอุปกรณ์ | 4,066,697 | | 354,740 | 365,382 |
| 5.8 ค่าเช่าที่ดิน | 630,000 | 30,000 | 60,000 | 60,000 |
| 5.9 ค่าขนส่ง | 2,299,441 | | 210,000 | 214,200 |
| 5.10 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด | 1,200,000 | | 120,000 | 120,000 |
| 5.11 สาธารณูปโภค | 1,839,553 | | 168,000 | 171,360 |
| 5.12 ภาษีเงินได้ | 7,603,276 | | 625,328 | 652,933 |
| รวม | | 57,100 | 5,305,068 | 5,463,885 |
| รวมเงินสดจ่าย | 67,989,850 | 7,196,450 | 5,305,068 | 5,463,885 |
| กระแสเงินสดสุทธิ | 17,312,875 | -7,196,450 | 2,135,932 | 2,200,345 |
| เงินสดต้นงวด | | 200,000 | 3,003,550 | 5,139,482 |
| เงินสดเพิ่มขึ้น ลดลง | | -6,996,450 | 5,139,482 | 7,339,827 |
| เงินลงทุน | 10,000,000 | 10,000,000 | | |
| เงินสดปลายงวด | | 3,003,550 | 5,139,482 | 7,339,827 |

ตารางที่ 3.20 รายละเอียดประมาณการกระแสเงินสดของโครงการที่ 1 (ต่อ)

| รายการ | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 | ปีที่ 6 |
|--|-----------|------------|------------|------------|
| เงินสดรับ | 7,894,157 | 8,130,982 | 8,374,911 | 8,626,158 |
| เงินสดจ่าย | | | | |
| 1. ค่าก่อสร้างอาคาร | | | | |
| 2. ค่าตกแต่งและติดตั้ง | | | | |
| 3. เครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะ | | | | |
| 4. อุปกรณ์สำนักงาน | | | | |
| 5. ค่าดำเนินการ | | | | |
| 5.1 ค่าศึกษาความเป็นไปได้โครงการ | | | | |
| 5.2 ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนการค้า | | | | |
| 5.3 ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนอุตสาหกรรม | | | | |
| 5.4 ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ | | | | |
| 5.5 เงินเดือนพนักงาน | 1,740,937 | 1,793,165 | 1,846,960 | 1,902,369 |
| 5.6 วัสดุคิป์ไม้ | 2,255,473 | 2,323,138 | 2,392,832 | 2,464,617 |
| 5.7 วัสดุอุปกรณ์ | 376,344 | 387,634 | 399,263 | 411,241 |
| 5.8 ค่าเช่าที่ดิน | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 60,000 |
| 5.9 ค่าขนส่ง | 218,484 | 222,854 | 227,311 | 231,857 |
| 5.10 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด | 120,000 | 120,000 | 120,000 | 120,000 |
| 5.11 สารธารณูปโภค | 174,787 | 178,283 | 181,849 | 185,486 |
| 5.12 ภาษีเงินได้ | 681,389 | 710,722 | 740,959 | 772,126 |
| รวม | 5,627,414 | 5,795,795 | 5,969,173 | 6,147,695 |
| รวมเงินสดจ่าย | 5,627,414 | 5,795,795 | 5,969,173 | 6,147,695 |
| กระแสเงินสดสุทธิ | 2,266,743 | 2,335,187 | 2,405,738 | 2,478,463 |
| เงินสดต้นงวด | 7,339,827 | 9,606,570 | 11,941,756 | 14,347,494 |
| เงินสดเพิ่มขึ้น ลดลง | 9,606,570 | 11,941,756 | 14,347,494 | 16,825,958 |
| เงินลงทุน | | | | |
| เงินสดปลายงวด | 9,606,570 | 11,941,756 | 14,347,494 | 16,825,958 |

ตารางที่ 3.20 รายละเอียดประมาณการกระแสเงินสดของโครงการที่ 1 (ต่อ)

| รายการ | ปีที่ 7 | ปีที่ 8 | ปีที่ 9 | ปีที่ 10 |
|--|------------|------------|------------|------------|
| เงินสดรับ | 8,884,943 | 9,151,491 | 9,426,036 | 9,708,817 |
| เงินสดจ่าย | | | | |
| 1. ค่าก่อสร้างอาคาร | | | | |
| 2. ค่าตกแต่งและติดตั้ง | | | | |
| 3. เครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะ | | | | |
| 4. อุปกรณ์สำนักงาน | | | | |
| 5. ค่าดำเนินการ | | | | |
| 5.1 ค่าศึกษาความเป็นไปได้โครงการ | | | | |
| 5.2 ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนการค้า | | | | |
| 5.3 ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนอุตสาหกรรม | | | | |
| 5.4 ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ | | | | |
| 5.5 เงินเดือนพนักงาน | 1,959,440 | 2,018,223 | 2,078,770 | 2,141,133 |
| 5.6 วัสดุคิบบไม้ | 2,538,555 | 2,614,712 | 2,693,153 | 2,773,948 |
| 5.7 วัสดุอุปกรณ์ | 423,578 | 436,285 | 449,374 | 462,855 |
| 5.8 ค่าเช่าที่ดิน | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 60,000 |
| 5.9 ค่าขนส่ง | 236,494 | 241,224 | 246,048 | 250,969 |
| 5.10 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด | 120,000 | 120,000 | 120,000 | 120,000 |
| 5.11 สารานุกรมปก | 189,195 | 192,979 | 196,839 | 200,776 |
| 5.12 ภาษีเงินได้ | 804,254 | 837,370 | 871,505 | 906,690 |
| รวม | 6,331,517 | 6,520,793 | 6,715,689 | 6,916,371 |
| รวมเงินสดจ่าย | 6,331,517 | 6,520,793 | 6,715,689 | 6,916,371 |
| กระแสเงินสดสุทธิ | 2,553,426 | 2,630,698 | 2,710,347 | 2,792,446 |
| เงินสดต้นงวด | 16,825,958 | 19,379,384 | 22,010,082 | 24,720,428 |
| เงินสดเพิ่มขึ้น ลดลง | 19,379,384 | 22,010,082 | 24,720,428 | 27,512,875 |
| เงินลงทุน | | | | |
| เงินสดปลายงวด | 19,379,384 | 22,010,082 | 24,720,428 | 27,512,875 |

ตารางที่ 3.21 การคำนวณกำไรสุทธิของโครงการที่ 1

| รายการ | ปีที่ 0 | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 | ปีที่ 6 | ปีที่ 7 | ปีที่ 8 | ปีที่ 9 | ปีที่ 10 |
|------------------------|---------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| รายได้ | | 7,441,000 | 7,664,230 | 7,894,157 | 8,130,982 | 8,374,911 | 8,626,158 | 8,884,943 | 9,151,491 | 9,426,036 | 9,708,817 |
| หักค่าเสื่อมราคารวม | | 676,835 | 676,835 | 676,835 | 676,835 | 676,835 | 676,835 | 676,835 | 676,835 | 676,835 | 676,835 |
| หักค่าใช้จ่ายดำเนินการ | 57,100 | 4,679,740 | 4,810,952 | 4,946,025 | 5,085,073 | 5,228,214 | 5,375,569 | 5,527,263 | 5,683,423 | 5,844,184 | 6,009,681 |
| กำไรสุทธิก่อนภาษี | -57,100 | 2,084,425 | 2,176,443 | 2,271,297 | 2,369,074 | 2,469,862 | 2,573,754 | 2,680,845 | 2,791,233 | 2,905,017 | 3,022,301 |
| ภาษี | | 625,328 | 652,933 | 681,389 | 710,722 | 740,959 | 772,126 | 804,254 | 837,370 | 871,505 | 906,690 |
| กำไรสุทธิ | | 2,135,933 | 2,200,345 | 2,266,743 | 2,335,187 | 2,405,738 | 2,478,463 | 2,553,427 | 2,630,698 | 2,710,347 | 2,792,446 |

การวิเคราะห์ประมาณการงบลงทุน

ตารางที่ 3.22 กระแสเงินสดสุทธิสะสมของโครงการที่ 1

| ระยะเวลาโครงการ | กระแสเงินสดสุทธิ | กระแสเงินสดสุทธิสะสม |
|-----------------|------------------|----------------------|
| ปีที่ 0 | -7,196,450 | -7,196,450 |
| ปีที่ 1 | 2,135,933 | -5,060,517 |
| ปีที่ 2 | 2,200,345 | -2,860,172 |
| ปีที่ 3 | 2,266,743 | -593,429 |
| ปีที่ 4 | 2,335,187 | 1,741,758 |
| ปีที่ 5 | 2,405,738 | 4,147,496 |
| ปีที่ 6 | 2,478,463 | 6,625,959 |
| ปีที่ 7 | 2,553,427 | 9,179,386 |
| ปีที่ 8 | 2,630,698 | 11,810,084 |
| ปีที่ 9 | 2,710,347 | 14,520,431 |
| ปีที่ 10 | 2,792,446 | 17,312,877 |

1. ระยะเวลาในการคืนทุน

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + \frac{\text{กระแสเงินสดส่วนที่เหลือ}}{\text{กระแสเงินสดทั้งปี}}$$

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = 3 + \frac{593,429}{2,335,187}$$

$$= 3 + 0.25$$

$$= 3.25 \text{ ปี}$$

ระยะเวลาคืนทุนของโครงการคือ 3.25 ปี หรือ 3 ปี 3 เดือน

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) โดยกำหนดให้ $k = 12\%$

$$\begin{aligned} \text{NPV} &= \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+k)^t} - C_0 \\ &= 13,473,415 - 7,196,450 \\ &= 6,276,965 \text{ บาท} \end{aligned}$$

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 6,276,965 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก ดังนั้น จึงสามารถยอมรับโครงการลงทุนนี้ได้ ที่อัตราคิดลด 12 %

3. อัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการ (Internal Rate of Return ; IRR)

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

$$\text{โดย } r = \text{IRR} = 29.74\%$$

จากการคำนวณอัตราผลตอบแทนของโครงการมีค่า 29.74 % ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าเสียโอกาสของการไม่ลงทุน ดังนั้นจึงสามารถยอมรับโครงการนี้ได้

โครงการที่ 2 โรงงานประกอบเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก

1. การประมาณการเงินลงทุนของโครงการ

ค่าใช้จ่ายในการลงทุนจัดตั้งโรงงานแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1.1 ต้นทุนสินทรัพย์ถาวร

| | หน่วย (บาท) |
|-----------------------------------|------------------|
| 1. ค่าก่อสร้างอาคาร | 5,165,000 |
| 2. ค่าตกแต่งและติดตั้ง | 300,000 |
| 3. เครื่องจักรอุปกรณ์และ ยานพาหนะ | 899,150 |
| 4. อุปกรณ์สำนักงาน | 71,000 |
| รวม | 6,435,150 |

1.2 ต้นทุนค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

| | หน่วย (บาท) |
|--|---------------|
| 1. ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนการค้า ณ ที่ทำการองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยประมาณ | 100 |
| 2. ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนอุตสาหกรรม ณ สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดโดยประมาณ | 7,000 |
| 3. ค่าศึกษาความเป็นไปได้โครงการ | 5,000 |
| 4. ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ | 15,000 |
| รวม | 27,100 |

1.3 เงินทุนหมุนเวียน คิดเงินทุนหมุนเวียนเป็นระยะเวลา 1 เดือน (25 วันทำงาน)

| | หน่วย (บาท) |
|---|----------------|
| 1. เงินเดือนพนักงาน มีรายละเอียดดังนี้ | |
| ผู้จัดการโรงงาน | 15,000 |
| พนักงานชาย 2 คน | 14,000 |
| พนักงานทำความสะอาด 180 ค่าตอบแทนวันละ 180 | 4,500 |
| หัวหน้าช่างไม้ 1 คน ค่าตอบแทนวันละ 450 | 11,250 |
| ช่างไม้ 2 คน ค่าตอบแทนวันละ 300 | 15,000 |
| ช่างสี 2 คน ค่าตอบแทนวันละ 250 | 12,500 |
| ช่างขัดกระดาษทราย 3 คน ค่าตอบแทนวันละ 180 | 13,500 |
| รวม | 85,750 |
| 2. สาธารณูปโภค | |
| ค่าไฟ | 10,000 |
| ค่าน้ำ | 2,000 |
| 3. ค่าวัสดุคิบบไม้ | 301,200 |
| 4. ค่าวัสดุอุปกรณ์ | 26,580 |
| 5. ค่าขนส่ง | 17,500 |
| 6. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด | 10,000 |
| 7. ค่าเช่า | 5,000 |
| รวม | 460,950 |

สำหรับรายละเอียดของเงินทุนของโรงงานประกอบเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก (โครงการที่ 2) ได้แสดงไว้ในตารางที่ 3.23

ตารางที่ 3.23 รายละเอียดของเงินทุนของโครงการที่ 2

| รายการ | จำนวนเงิน(บาท) |
|---|------------------|
| ค่าก่อสร้างอาคาร | 5,165,000 |
| ค่าตกแต่งและติดตั้ง | 300,000 |
| เครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะ | |
| เครื่องเลื่อยสายพาน 1 เครื่อง | 15,750 |
| เครื่องกบไฟฟ้า 1 เครื่อง | 5,100 |
| เครื่องขัดกระดาษทราย 5 เครื่อง | 27,500 |
| เครื่องปี้ลม 2 เครื่อง | 9,000 |
| สว่านไฟฟ้า 5 เครื่อง | 10,000 |
| กาพ่นสี 2 เครื่อง | 5,400 |
| ปืนลมยิงตะปู 2 เครื่อง | 3,400 |
| อุปกรณ์ช่างอื่นๆ ค้อน สิว ไชควง คีม 5 เครื่อง | 25,000 |
| ยานพาหนะ (รถกระบะตอนเดียว 2 คัน) | 798,000 |
| รวม | 899,150 |
| เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน | |
| ตู้เก็บเอกสาร 2 ตู้ | 10,000 |
| ตู้เก็บอุปกรณ์ – เครื่องมือช่าง 2 ตู้ | 10,000 |
| คอมพิวเตอร์ 2 เครื่อง | 30,000 |
| โต๊ะ-เก้าอี้วางคอมพิวเตอร์ 2 ชุด | 10,000 |
| โต๊ะ – เก้าอี้ ทำงาน 1 ชุด | 5,000 |
| เครื่องทำน้ำเย็น 2 เครื่อง | 6,000 |
| รวม | 71,000 |
| รวมทั้งหมด | 6,435,150 |

2. การจัดทำประมาณการกระแสเงินสดโครงการ

2.1 สมมติฐานการจัดทำประมาณการเงินสด

1. กำหนดระยะเวลาจัดทำงบประมาณเงินสด 10 ปี โดยในปีที่ 0 เป็นช่วงของการก่อสร้างโครงการ ซึ่งใช้เวลาก่อสร้าง 6 เดือน ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2553 ถึง ธันวาคม 2553 และเปิดดำเนินการธุรกิจในเดือน มกราคม 2554

2. กำหนดให้ยอดขายจำนวนเฟอร์นิเจอร์ที่ขายคงที่ทุกปีเนื่องจากการแข่งขันของกลุ่มคู่แข่งที่เข้ามาใหม่

3. กำหนดให้เงินเดือนพนักงานเพิ่มขึ้น 3% ทุกปี

4. กำหนดให้อัตราการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายวัตถุดิบไม้และวัสดุอุปกรณ์เท่ากับ 3% ต่อปี

5. กำหนดให้ค่าสาธารณูปโภคเพิ่มขึ้นปีละ 2%

6. กำหนดให้การเพิ่มขึ้นของค่าขนส่งเท่ากับ 2% ต่อปี

2.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

1. เงินเดือนพนักงานรวมทั้งสิ้น 1,029,000 บาทต่อปี

2. ค่าไม้ในการผลิต 3,614,200 บาทต่อปี ดังรายละเอียดในภาคผนวก ข

3. สาธารณูปโภคในการผลิตและขาย

3.1 ค่าไฟฟ้าประมาณ 120,000 บาทต่อปี

3.2 ค่าน้ำประปาประมาณ 24,000 บาทต่อปี

4. ค่าเช่าที่ดิน 60,000 บาทต่อปี

5. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 120,000 บาทต่อปี

6. วัสดุอุปกรณ์ 318,900 บาทต่อปี ดังรายละเอียดในภาคผนวก ข

7. ค่าขนส่ง 105,000 บาทต่อปีต่อ 3 เทียว

รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งหมดเท่ากับ 5,391,100 บาท

2.3 ประมาณการจ่ายภาษีของธุรกิจ

เนื่องจากภาษีเงินได้ที่ธุรกิจต้องจ่ายชำระในแต่ละปีคิดเป็น 30% ของกำไรสุทธิ ซึ่งคำนวณจากกำไรสุทธิดังแสดงในตารางที่ 3.25 โดยมีสมมติฐานดังนี้

1. ค่าก่อสร้างอาคารและค่าตกแต่งรวมทั้งสิ้น 5,465,000 บาท พิจารณาอัตราค่าเสื่อมราคา 10% ต่อปี
2. ค่าเครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะรวมทั้งสิ้น 899,150 บาท พิจารณาอัตราค่าเสื่อมราคา 10% ต่อปี
3. ค่าอุปกรณ์สำนักงาน รวมทั้งสิ้น 71,000 บาท
4. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการอื่นๆ นำข้อมูลมาทำการประมาณการกระแสเงินสดโครงการที่ 2 ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.24

ตารางที่ 3.24 รายละเอียดประมาณการกระแสเงินสดของโครงการที่ 2

| รายการ | รวม | ปีที่ 0 | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 |
|--|------------|------------|-----------|-----------|
| เงินสดรับ | 85,302,725 | | 7,441,000 | 7,664,230 |
| เงินสดจ่าย | | | | |
| 1. ค่าก่อสร้างอาคาร | 5,165,000 | 5,165,000 | | |
| 2. ค่าตกแต่งและติดตั้ง | 300,000 | 300,000 | | |
| 3. เครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะ | 899,150 | 899,150 | | |
| 4. อุปกรณ์สำนักงาน | 71,000 | 71,000 | | |
| 5. ค่าดำเนินการ | | | | |
| 5.1 ค่าศึกษาความเป็นไปได้โครงการ | 5,000 | 5,000 | | |
| 5.2 ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนการค้า | 100 | 100 | | |
| 5.3 ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนอุตสาหกรรม | 7,000 | 7,000 | | |
| 5.4 ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ | 15,000 | 15,000 | | |
| 5.5 เงินเดือนพนักงาน | 11,796,332 | | 1,029,000 | 1,059,870 |
| 5.6 วัสดุคิป์ไม้ | 41,432,753 | | 3,614,200 | 3,722,626 |
| 5.7 วัสดุอุปกรณ์ | 3,655,831 | | 318,900 | 328,467 |
| 5.8 ค่าเช่าที่ดิน | 630,000 | 30,000 | 60,000 | 60,000 |
| 5.9 ค่าขนส่ง | 1,149,721 | | 105,000 | 107,100 |
| 5.10 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด | 1,200,000 | | 120,000 | 120,000 |
| 5.11 สาธารณูปโภค | 1,576,760 | | 144,000 | 146,880 |
| 5.12 ภาษีเงินได้ | 5,348,155 | | 433,046 | 453,862 |
| รวม | | 57,100 | 5,824,146 | 5,998,805 |
| รวมเงินสดจ่าย | 73,251,801 | 6,492,250 | 5,824,146 | 5,998,805 |
| กระแสเงินสดสุทธิ | 10,765,924 | -7,777,250 | 1,616,854 | 1,665,425 |
| เงินสดต้นงวด | | 200,000 | 2,422,750 | 4,039,604 |
| เงินสดเพิ่มขึ้น ลดลง | | -7,577,250 | 4,039,604 | 5,705,029 |
| เงินลงทุน | 10,000,000 | 10,000,000 | | |
| เงินสดปลายงวด | | 2,422,750 | 4,039,604 | 5,705,029 |

ตารางที่ 3.24 รายละเอียดประมาณการกระแสเงินสดของโครงการที่ 2 (ต่อ)

| รายการ | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 | ปีที่ 6 |
|--|-----------|-----------|------------|------------|
| เงินสดรับ | 7,894,157 | 8,130,982 | 8,374,911 | 8,626,158 |
| เงินสดจ่าย | | | | |
| 1. ค่าก่อสร้างอาคาร | | | | |
| 2. ค่าตกแต่งและติดตั้ง | | | | |
| 3. เครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะ | | | | |
| 4. อุปกรณ์สำนักงาน | | | | |
| 5. ค่าดำเนินการ | | | | |
| 5.1 ค่าศึกษาความเป็นไปได้โครงการ | | | | |
| 5.2 ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนการค้า | | | | |
| 5.3 ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนอุตสาหกรรม | | | | |
| 5.4 ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ | | | | |
| 5.5 เงินเดือนพนักงาน | 1,091,666 | 1,124,416 | 1,158,149 | 1,192,893 |
| 5.6 วัสดุคิบบไม้ | 3,834,305 | 3,949,334 | 4,067,814 | 4,189,848 |
| 5.7 วัสดุอุปกรณ์ | 338,321 | 348,471 | 358,925 | 369,693 |
| 5.8 ค่าเช่าที่ดิน | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 60,000 |
| 5.9 ค่าขนส่ง | 109,242 | 111,427 | 113,655 | 115,928 |
| 5.10 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด | 120,000 | 120,000 | 120,000 | 120,000 |
| 5.11 สาธารณูปโภค | 149,818 | 152,814 | 155,870 | 158,988 |
| 5.12 ภาษีเงินได้ | 475,317 | 497,432 | 520,225 | 543,718 |
| รวม | 6,178,668 | 6,363,893 | 6,554,638 | 6,751,068 |
| รวมเงินสดจ่าย | 6,178,668 | 6,363,893 | 6,554,638 | 6,751,068 |
| กระแสเงินสดสุทธิ | 1,715,489 | 1,767,089 | 1,820,273 | 1,875,090 |
| เงินสดต้นงวด | 5,705,029 | 7,420,518 | 9,187,606 | 11,007,879 |
| เงินสดเพิ่มขึ้น ลดลง | 7,420,518 | 9,187,606 | 11,007,879 | 12,882,969 |
| เงินลงทุน | | | | |
| เงินสดปลายงวด | 7,420,518 | 9,187,606 | 11,007,879 | 12,882,969 |

ตารางที่ 3.24 รายละเอียดประมาณการกระแสเงินสดของโครงการที่ 2 (ต่อ)

| รายการ | ปีที่ 7 | ปีที่ 8 | ปีที่ 9 | ปีที่ 10 |
|--|------------|------------|------------|------------|
| เงินสดรับ | 8,884,943 | 9,151,491 | 9,426,036 | 9,708,817 |
| เงินสดจ่าย | | | | |
| 1. ค่าก่อสร้างอาคาร | | | | |
| 2. ค่าตกแต่งและติดตั้ง | | | | |
| 3. เครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะ | | | | |
| 4. อุปกรณ์สำนักงาน | | | | |
| 5. ค่าดำเนินการ | | | | |
| 5.1 ค่าศึกษาความเป็นไปได้โครงการ | | | | |
| 5.2 ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนการค้า | | | | |
| 5.3 ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนอุตสาหกรรม | | | | |
| 5.4 ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ | | | | |
| 5.5 เงินเดือนพนักงาน | 1,228,680 | 1,265,540 | 1,303,506 | 1,342,612 |
| 5.6 วัสดุคิบบไม้ | 4,315,544 | 4,445,010 | 4,578,360 | 4,715,711 |
| 5.7 วัสดุอุปกรณ์ | 380,783 | 392,207 | 403,973 | 416,092 |
| 5.8 ค่าเช่าที่ดิน | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 60,000 |
| 5.9 ค่าขนส่ง | 118,247 | 120,612 | 123,024 | 125,485 |
| 5.10 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด | 120,000 | 120,000 | 120,000 | 120,000 |
| 5.11 สาธารณูปโภค | 162,167 | 165,411 | 168,719 | 172,093 |
| 5.12 ภาษีเงินได้ | 567,932 | 592,889 | 618,611 | 645,123 |
| รวม | 6,953,353 | 7,161,669 | 7,376,194 | 7,597,116 |
| รวมเงินสดจ่าย | 6,953,353 | 7,161,669 | 7,376,194 | 7,597,116 |
| กระแสเงินสดสุทธิ | 1,931,590 | 1,989,822 | 2,049,842 | 2,111,701 |
| เงินสดต้นงวด | 12,882,969 | 14,814,559 | 16,804,381 | 18,854,223 |
| เงินสดเพิ่มขึ้น ลดลง | 14,814,559 | 16,804,381 | 18,854,223 | 20,965,924 |
| เงินลงทุน | | | | |
| เงินสดปลายงวด | 14,814,559 | 16,804,381 | 18,854,223 | 20,965,924 |

ตารางที่ 3.25 การคำนวณกำไรสุทธิของโครงการที่ 2

| รายการ | ปีที่ 0 | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 | ปีที่ 6 | ปีที่ 7 | ปีที่ 8 | ปีที่ 9 | ปีที่ 10 |
|------------------------|---------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| รายได้ | | 7,441,000 | 7,664,230 | 7,894,157 | 8,130,982 | 8,374,911 | 8,626,158 | 8,884,943 | 9,151,491 | 9,426,036 | 9,708,817 |
| หักค่าเสื่อมราคารวม | | 606,415 | 606,415 | 606,415 | 606,415 | 606,415 | 606,415 | 606,415 | 606,415 | 606,415 | 606,415 |
| หักค่าใช้จ่ายดำเนินการ | 57,100 | 5,391,100 | 5,544,943 | 5,703,351 | 5,866,461 | 6,034,413 | 6,207,350 | 6,385,421 | 6,568,780 | 6,757,583 | 6,951,993 |
| กำไรสุทธิก่อนภาษี | -57,100 | 1,443,485 | 1,512,872 | 1,584,391 | 1,658,106 | 1,734,083 | 1,812,393 | 1,893,107 | 1,976,296 | 2,062,038 | 2,150,409 |
| ภาษี | | 433,046 | 453,862 | 475,317 | 497,432 | 520,225 | 543,718 | 567,932 | 592,889 | 618,611 | 645,123 |
| กำไรสุทธิ | | 1,616,855 | 1,665,425 | 1,715,488 | 1,767,089 | 1,820,273 | 1,875,090 | 1,931,590 | 1,989,822 | 2,049,842 | 2,111,701 |

การวิเคราะห์ประมาณการงบลงทุน

ตารางที่ 3.26 กระแสเงินสดสุทธิสะสมของโครงการที่ 2

| ระยะเวลาโครงการ | กระแสเงินสดสุทธิ | กระแสเงินสดสุทธิสะสม |
|-----------------|------------------|----------------------|
| ปีที่ 0 | -6,492,250 | -6,492,250 |
| ปีที่ 1 | 1,616,855 | -4,875,395 |
| ปีที่ 2 | 1,665,425 | - 3,209,970 |
| ปีที่ 3 | 1,715,488 | -1,494,482 |
| ปีที่ 4 | 1,767,089 | 272,607 |
| ปีที่ 5 | 1,820,273 | 2,092,880 |
| ปีที่ 6 | 1,875,090 | 3,967,970 |
| ปีที่ 7 | 1,931,590 | 5,899,560 |
| ปีที่ 8 | 1,989,822 | 7,889,382 |
| ปีที่ 9 | 2,049,842 | 9,939,224 |
| ปีที่ 10 | 2,111,701 | 12,050,925 |

1. ระยะเวลาในการคืนทุน

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + \frac{\text{กระแสเงินสดส่วนที่เหลือ}}{\text{กระแสเงินสดทั้งปี}}$$

$$\begin{aligned} \text{ระยะเวลาคืนทุน} &= 3 + \frac{1,494,482}{1,767,089} \\ &= 3 + 0.85 \\ &= 3.85 \text{ ปี} \end{aligned}$$

ระยะเวลาคืนทุนของโครงการคือ 3.85 ปี หรือ 3 ปี 10 เดือน

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) โดยกำหนดให้ $k = 12\%$

$$\begin{aligned} \text{NPV} &= \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+k)^t} - C_0 \\ &= 10,194,719 - 6,492,250 \\ &= 3,702,469 \text{ บาท} \end{aligned}$$

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 3,702,469 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก ดังนั้น จึงสามารถยอมรับโครงการลงทุนนี้ได้ ที่อัตราคิดลด 12 %

3. อัตราผลตอบแทนลดค่าของโครงการ (Internal Rate of Return ; IRR)

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

$$\begin{aligned} \text{โดย } r &= \text{IRR} = 29.74\% \\ \text{IRR} &= 24.02\% \end{aligned}$$

จากการคำนวณอัตราผลตอบแทนของโครงการมีค่า 24.02 % ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าเสียโอกาสของทุนจากการไม่ลงทุน ดังนั้นจึงสามารถยอมรับโครงการนี้ได้

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ

จากทั้ง 2 โครงการเมื่อพิจารณา ระยะเวลาคืนทุน NPV และ IRR ผู้วิจัยได้เลือกโครงการที่ 1 คือ โรงงานขึ้นรูปเฟอร์นิเจอร์ไม้สักเพราะให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า และในระหว่างการดำเนินโครงการ อาจจะต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนของสถานการณ์ต่างๆที่อาจจะเกิดขึ้นได้แก่

- กรณีต้นทุนลดลง โดยเกิดจากการพยายามลดต้นทุนด้วยการหาแหล่งปัจจัยการผลิตใหม่ที่มีราคาปัจจัยการผลิตถูกลง
- กรณีต้นทุนเพิ่มขึ้น เกิดจากความขาดแคลนของปัจจัยการผลิตเนื่องจากอุปทานของปัจจัยการผลิตลดลงหรือภายหลังการเกิดภัยธรรมชาติ รวมถึงการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการขนส่งและปัจจัยการผลิตต่างๆ
- กรณีรายได้ลดลง มีสาเหตุจากการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจทำให้ประชาชนลดการใช้จ่าย ยอดขายของโรงงานจึงลดลง

- กรณีรายได้เพิ่มขึ้น จากการที่เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้นส่งผลให้ประชาชนใช้จ่ายมากขึ้น ยอดขายของโรงงานจึงเพิ่มขึ้นด้วย

ซึ่งจากกรณีดังกล่าวอาจทำให้ค่าใช้จ่าย และผลตอบแทนของโครงการที่คาดการณ์ไว้เกิดความคลาดเคลื่อน จึงจำเป็นที่จะต้องทำการประเมินความไม่แน่นอนของการลงทุน ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความอ่อนไหว เพื่อทดสอบว่าค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนของการลงทุนที่เปลี่ยนแปลงไป จะมีผลกระทบต่อเกณฑ์ในการตัดสินใจอย่างไร ณ อัตราคิดลด 12 % ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.27

ตารางที่ 3.27 ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการที่

| ต้นทุน | | รายได้ | | | | |
|---------------|-----|-----------|-----------|-----------|--------------|---------------|
| | | ลดลง 5% | ลดลง 10% | คงที่ | เพิ่มขึ้น 5% | เพิ่มขึ้น 10% |
| ลดลง 5% | NPV | 5,660,656 | 4,019,163 | 7,302,251 | 8,943,844 | 10,585,439 |
| | IRR | 28.15% | 23.79% | 32.36% | 36.44% | 40.43% |
| ลดลง 10% | NPV | 6,685,945 | 5,044,383 | 8,327,538 | 9,969,131 | 11,610,726 |
| | IRR | 30.80% | 26.54% | 34.92% | 38.95% | 42.89% |
| คงที่ | NPV | 4,635,370 | 2,993,777 | 6,276,965 | 7,918,557 | 9,560,152 |
| | IRR | 25.45% | 20.96% | 29.74% | 33.90% | 37.94% |
| เพิ่มขึ้น 5% | NPV | 3,610,083 | 19,68,490 | 5,251,677 | 6,893,271 | 8,534,865 |
| | IRR | 22.67% | 18.02% | 27.07% | 31.31% | 35.42% |
| เพิ่มขึ้น 10% | NPV | 2,584,795 | 943,202 | 4,226,389 | 5,867,984 | 7,509,577 |
| | IRR | 19.80% | 14.96% | 24.34% | 28.68% | 32.86% |

จากตารางที่ 3.27 แบ่งพิจารณาในกรณีดังนี้

เมื่อต้นทุนลดลง 5% ในขณะที่รายได้ลดลง (5% และ 10%) คงที่ และเพิ่มขึ้น (5% และ 10%) มีผลทำให้ NPV มีค่าเป็นบวกและ IRR มีค่ามากกว่า 12% ทุกกรณี

เมื่อต้นทุนลดลง 10% ในขณะที่รายได้ลดลง (5% และ 10%) คงที่ และเพิ่มขึ้น (5% และ 10%) มีผลทำให้ NPV มีค่าเป็นบวกและ IRR มีค่ามากกว่า 12% ทุกกรณี

เมื่อต้นทุนคงที่ ในขณะที่รายได้ลดลง (5% และ 10%) คงที่ และเพิ่มขึ้น (5% และ 10%) มีผลทำให้ NPV มีค่าเป็นบวกและ IRR มีค่ามากกว่า 12% ทุกกรณี

เมื่อต้นทุนเพิ่มขึ้น 5% ในขณะที่รายได้ลดลง (5% และ 10%) คงที่ และเพิ่มขึ้น (5% และ 10%) มีผลทำให้ NPV มีค่าเป็นบวกและ IRR มีค่ามากกว่า 12% ทุกกรณี

เมื่อต้นทุนเพิ่มขึ้น 10% ในขณะที่รายได้ลดลง (5% และ 10%) คงที่ และเพิ่มขึ้น (5% และ 10%) มีผลทำให้ NPV มีค่าเป็นบวกและ IRR มีค่ามากกว่า 12% ทุกกรณี

ดังนั้นโครงการจึงมีความสามารถที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและรายได้ที่ลดลงพร้อมๆ กัน

บทที่ 4

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโรงงานเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดสงขลาซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาเปรียบเทียบการลงทุน 2 โครงการคือ โรงงานขึ้นรูปเฟอร์นิเจอร์ไม้สักและโรงงานประกอบเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก เพื่อตัดสินใจเลือกโครงการ และได้สำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ การเลือกซื้อของลูกค้า และข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ในจังหวัดสงขลา อีกทั้งยังได้สำรวจพฤติกรรมและปัจจัยที่ในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิคและวิศวกรรม และด้านการเงินเพื่อตัดสินใจเลือกโครงการ ซึ่งได้ผลสรุปดังนี้

4.1 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

4.1.1 สรุปข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ในจังหวัด

สงขลา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 31- 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี

2. ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการของธุรกิจและการเลือกซื้อของลูกค้าในร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์

ประเภทการจดทะเบียนส่วนใหญ่ดำเนินกิจการแบบเจ้าของคนเดียวทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 1,000,000 บาท ส่วนใหญ่ดำเนินกิจการมาแล้ว 1-5 ปี เฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่จะเป็นไม้สัก ส่วนเฟอร์นิเจอร์ที่ลูกค้านิยมเลือกซื้อคือ ตู้โชว์และชุดรับแขกรองลงมาคือตู้เสื้อผ้า สินค้าส่วนใหญ่จะไม่ผลิตเองแต่จะซื้อมาจากแหล่งอื่น เช่น เชียงใหม่ กรุงเทพฯ สุโขทัย แพร่ ลำพูน จีน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งของลูกค้าจะอยู่ที่ 5,000-10,000 บาท รองลงมา 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อเป็นเงินสด และเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกทำเลที่ตั้งของผู้ประกอบการคือ จะเลือกทำเลที่อยู่ติดถนนมองเห็นง่าย กลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้ามาเลือกซื้อสินค้าของร้านส่วนใหญ่จะเลือกสินค้าที่มีรูปทรงสวยงามมาจำหน่าย รองลงมาคือสินค้ามีรูปแบบให้เลือกที่หลากหลาย ราคาถูกและความโดดเด่นของร้าน ตามลำดับ

4.1.2 สรุปข้อมูลของบุคคลทั่วไปที่สนใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้หรือบุคคลทั่วไปที่มีศักยภาพทางการเงิน

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แต่งงานแล้ว มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวนสมาชิกในครอบครัวส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 4-5 คน มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใหญ่ รองลงมาอำเภอเมือง ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน ไม่เกิน 20,000 บาท รองลงมา 20,000-40,000 บาท

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้และมีความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ภายใน 1-2 ปีนี้ โดยเฉพาะไม้สัก ส่วนใหญ่มีความสนใจดูโชว์ รองลงมาเป็นชุดรับแขก ตู้เสื้อผ้า ชุดอาหารและชั้นวางทีวี ตามลำดับ สีของเฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่ชอบสีเนื้อไม้ รองลงมาสีโอ๊ก-ดำ สีเสียนดำ กลุ่มตัวอย่างนิยมเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ในเขตภาคใหญ่ และขอคเงินในการซื้อแต่ละครั้งจะไม่เกิน 10,000 บาท รองลงมา 10,000-20,000 บาท โดยพบเห็นจากป้ายโฆษณา ส่วนปัญหาการใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้พบว่าส่วนใหญ่ไม่ชอบที่มีน้ำหนักมากยากต่อการเคลื่อนย้าย รองลงมาคือไม้จะถูกแมลงหรือสัตว์เล็กกัดกิน แนวโน้มในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้จากโรงงานพบว่าส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจ รองลงมาคือมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อและยังไม่มีความต้องการ ตามลำดับ ส่วนเหตุผลที่ยังไม่ต้องการส่วนใหญ่บอกว่าเฟอร์นิเจอร์ไม้สักมีราคาแพงและยังไม่มีคามจำเป็น

3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์

ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับความสวยงาม รูปลักษณ์แปลกใหม่ ความแข็งแรงทนทานและความประณีตของเฟอร์นิเจอร์ในระดับมากที่สุด รองลงมา มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย มีประเภทเฟอร์นิเจอร์ให้เลือกหลากหลาย และมีหลายขนาด มีแคตตาล็อกและสิ่งทำได้ มีใบรับประกันและสามารถเคลื่อนย้ายได้ในระดับมาก ส่วนตราสินค้า กลุ่มตัวอย่างไม่ค่อยให้ความสำคัญซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับ คุณภาพ ต่อรองราคาได้ในระดับมากที่สุด ส่วนมีป้ายบอกราคาชัดเจน ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตและชำระสินค้าด้วยเงินผ่อนในระดับมาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับ ร้านจำหน่ายที่มีชื่อเสียง ร้านอยู่ติดถนนมองเห็นง่าย ทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวกการตกแต่งร้านที่ดูน่าสนใจ สวยงามและการเป็นตัวแทนจำหน่ายโดยตรงในระดับมาก รองลงมา ร้านจำหน่ายมีหลายสาขา

ดำเนินกิจการมานาน มีความสัมพันธ์กับร้านจำหน่าย ร้านที่อยู่ในศูนย์การค้า มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตในระดับปานกลาง

ด้านการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับส่วนลดเงินสด พนักงานขายมีความรู้แนะนำสินค้าได้ มีส่วนลดตามฤดูกาลในระดับมากที่สุด รองลงมา มีการออกบูทนิทรรศการแสดงสินค้าในระดับมาก ส่วนในระดับปานกลางมีการแจกหรือแถม การจับฉลากชิงโชค การโฆษณาทางโทรทัศน์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น แผ่นป้าย วิทยุ ใบบลิว แผ่นพับในระดับปานกลาง

4. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

กลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร้านที่จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ในจังหวัดสงขลา ว่า ส่วนใหญ่ต้องการให้มีความหลากหลายของสินค้ามากกว่านี้ รองลงมา พนักงานขายไม่ค่อยมีความรู้ในตัวสินค้า ร้านค้าส่วนใหญ่ไม่ค่อยสะอาด สินค้าชำรุดเสียหาย

4.1.3 การพยากรณ์ยอดขายของโครงการ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้จำนวน 19 ร้านในพื้นที่จังหวัดสงขลาพบว่าความต้องการทางการตลาดกับ 514 ชุด และราคาขายชุดใหญ่จำหน่ายในราคาเฉลี่ย 21,000 บาท ชุดกลางจำหน่ายในราคาเฉลี่ย 10,500 บาท และชุดเล็กจำหน่ายในราคาเฉลี่ย 3,500 บาท

4.2 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและวิศวกรรม

จากการศึกษาพบว่า พื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดสงขลา คือ พื้นที่ว่างบริเวณน้ำน้อยตรงข้ามวัด โศกสูง โดยมีระยะห่างจากตัวเมืองหาดใหญ่ 5 กิโลเมตร ขนาดพื้นที่ 1.5 ไร่ โดยแบ่งพื้นที่ตามลักษณะการใช้งานและมีกำลังการผลิตสูงสุด 514 ชุดต่อปี ซึ่งสามารถแยกเป็น 2 โครงการดังนี้

โครงการที่ 1 เงินลงทุนในที่ดิน อาคารและโรงงาน 5,692,500 บาท เครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะ 1,075,850 บาท มีจำนวนแรงงานในการผลิต 16 คน ซึ่งประกอบด้วยหัวหน้าช่างไม้ 1 คน ช่างไม้ 6 คน ช่างแกะ 1 คน และ ช่างขัดกระดาษทราย 6 คน และช่างสี 2 คน ต้นทุนเฉลี่ยต่อชุดเมื่อแยกเป็น ชุดใหญ่ ชุดกลางและชุดเล็กเท่ากับ 10,500, 5,250, 1,750 บาท ตามลำดับ

โครงการที่ 2 เงินลงทุนในที่ดิน อาคารและโรงงาน 5,165,000 บาท เครื่องจักรอุปกรณ์และยานพาหนะ 899,150 บาท มีจำนวนแรงงานในการผลิต 8 คน ซึ่งประกอบด้วยหัวหน้าช่างไม้ 1 ช่างไม้ 2 คน ช่างสี 2 คน และช่างขัดกระดาษทราย 3 คน ต้นทุนเฉลี่ยต่อชุดเมื่อแยกเป็น ชุดใหญ่ ชุดกลางและชุดเล็กเท่ากับ 12,950, 6,475, 2,160 บาท ตามลำดับ

4.3 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

จากการศึกษาการลงทุนในธุรกิจ ผู้วิจัยได้ทำการประมาณการเงินลงทุนของโครงการ 2 โครงการโดยรวบรวมต้นทุนสินทรัพย์ ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการและเงินลงทุนหมุนเวียนของโครงการเพื่อเปรียบเทียบว่าจะเลือกโครงการที่ 1 หรือโครงการที่ 2

โครงการที่ 1 มีเงินลงทุนก่อนการดำเนินงานของโครงการ เท่ากับ 7,196,450 บาท ซึ่งเมื่อนำมาพิจารณาเครื่องมือในการตัดสินใจลงทุนโดยใช้อัตราดอกเบี้ยคิดลดที่ 12 % พบว่าโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 3 เดือน มี NPV 6,276,965 บาท และ IRR 29.74 %

โครงการที่ 2 มีเงินลงทุนก่อนการดำเนินงานของโครงการเท่ากับ 6,492,250 บาท ซึ่งเมื่อนำมาพิจารณาเครื่องมือในการตัดสินใจลงทุนโดยใช้อัตราดอกเบี้ยคิดลดที่ 12 % พบว่าโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 10 เดือน มี NPV 3,702,469 บาท และ IRR 24.02 %

จากทั้ง 2 โครงการพบว่าโครงการที่ 1 ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าโครงการที่ 2 ซึ่งเมื่อนำมาวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ สรุปได้ว่าไม่ว่าต้นทุนและรายได้จะลดลงหรือเพิ่มขึ้นที่ระดับ 5% และ 10% หรือกรณีที่ โครงการมีความคล่องตัวและสามารถทนต่อความเสี่ยงได้

4.4 ข้อเสนอแนะ

1. ราคาขายที่ตั้งไว้นั้นเป็นราคาเดียวกับราคาที่ซื้อมาจากทางโรงงานซึ่งขายเฉพาะผู้ประกอบการส่วนราคาขายปลีกอาจจะตั้งราคาให้สูงกว่านี้ได้อีก
2. โรงงานเฟอร์นิเจอร์ควรให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักให้ผู้ซื้อรับทราบเกี่ยวกับกระบวนการผลิตที่ได้คุณภาพ และคุณภาพของเฟอร์นิเจอร์มีความเหมาะสมกับราคา เพื่อจูงใจให้ผู้ซื้อที่มีความสามารถในการซื้อแต่ไม่ตัดสินใจซื้อเพราะไม่มั่นใจเกี่ยวกับคุณภาพการผลิตและควรประชาสัมพันธ์ หรือให้ความรู้แก่ผู้ซื้อในการดูแลรักษาเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก เพื่อให้สามารถทนต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม หรือชี้แจงให้เข้าใจว่าเฟอร์นิเจอร์ที่ผ่านการผลิตได้มาตรฐานที่ดีแล้ว จะมีความคงทนต่อสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงรวมทั้งทนทานรอยขีดข่วน ต่อมอดและปลวกได้ดี

บรรณานุกรม

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. 2551. จำนวนโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ (ออนไลน์). สืบค้นจาก:<http://www.diw.go.th> [3 พฤษภาคม 2551]
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2551. ข้อมูลเบื้องต้นของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ (ออนไลน์). สืบค้นจาก:<http://www.dip.go.th> [5 ธันวาคม 2552]
- กาญจนา โกสินทรานนท์. 2541. การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.
- ชัยยศ สันติวงศ์ .2539. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทัศนีย์ บุรณุปกรณ์. 2544. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของบริษัทเฟอร์นิเจอร์ไม้สักแห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ที่ทำการปกครองจังหวัดสงขลา. 2551. จำนวนครัวเรือนในเขตเทศบาล จังหวัดสงขลา (ออนไลน์). สืบค้นจาก:<http://www.songkhladopa.go.th> [14 พฤษภาคม 2553]
- ธนาคารกรุงเทพ. 2552. ข้อมูลอัตราดอกเบี้ย (ออนไลน์) .สืบค้นจาก:<http://www.bangkokbank.com> [18 มิถุนายน 2552]
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2551. สินเชื่อของสาขาธนาคารพาณิชย์แยกตามวัตถุประสงค์ในภาคใต้ (ออนไลน์). สืบค้นจาก:<http://www.2bot.or.th> [21 กรกฎาคม 2551]
- บริษัทภาคพงศ์ จำกัด. 2552. ผู้รับเหมาก่อสร้างในจังหวัดสงขลา. [2 มิถุนายน 2552]
- บริษัทรุจิร จำกัด. 2552. ตัวแทนจำหน่ายเครื่องจักรงานไม้. ราคาเครื่องจักรงานไม้ (ออนไลน์). สืบค้นจาก:<http://www.rujirashpo.com> [2 มิถุนายน 2552]
- ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ .2545. การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพฯ. ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ผกาพันธ์ แก้วชูชื่น. 2549. การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจร้านเสริมสวยแนวใหม่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง. วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- มนตรี จังชนสมบัติ. 2548. หนังสือประกอบการสอนวิชา การจัดการดำเนินงาน. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2553. พระที่นั่งวิมานเมฆ (ออนไลน์) .สืบค้นจาก:<http://th.wikipedia.org> [6 พฤษภาคม 2553]

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2553. เสาชิงช้า (ออนไลน์) .สืบค้นจาก:<http://th.wikipedia.org> [6 พฤษภาคม 2553]
- สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2551. รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนของประชากรและการเปลี่ยนแปลงรายได้เฉลี่ยจำแนกตามภาคและพื้นที่ปี 2531-2549 (ออนไลน์). สืบค้นจาก:<http://www.nesdb.go.th> [2 สิงหาคม 2551]
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2551. สภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ (ออนไลน์). สืบค้นจาก:<http://cms.sme.go.th> [15 มีนาคม 2552]
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสงขลา. 2551. จำนวนโรงงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ในจังหวัดสงขลา (ออนไลน์). สืบค้นจาก:<http://www.industry.go.th> [2 สิงหาคม 2551]
- อภิรักษ์ ทองด้วง. 2551. การศึกษาและสำรวจสถานะการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในจังหวัดสงขลา. วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อารี อุดมศิริธารง. 2547. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของชาวต่างประเทศ ในจังหวัดเชียงใหม่. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

- แบบสอบถามชุดที่ 1** สำหรับผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์
- แบบสอบถามชุดที่ 2** สำหรับบุคคลทั่วไปที่กำลังสนใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์
และบุคคลทั่วไปที่มีศักยภาพทางการเงิน

แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยของ นายสิทธิโชค สิทธิโชคพิงศ์ นักศึกษาปริญญาโท คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ รุ่นที่ 3 2550 เรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดสงขลา ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ และบุคคลที่สนใจ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดสงขลา และเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับผู้บริโภคในสถานการณ์ปัจจุบัน

แบบสอบถามชุดนี้จึงได้จัดทำขึ้น ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการของธุรกิจและการเลือกซื้อของลูกค้าในร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์
3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ท่านเห็นว่าสำคัญในการดำเนิน

ธุรกิจ

ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้รับจากท่านไว้เป็นความลับ และจะนำข้อมูลไปสรุปผลการวิจัยในลักษณะภาพรวม โดยไม่มีผลเสียหายต่อท่าน ใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาให้กับการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นายสิทธิโชค สิทธิโชคพิงศ์
(นักศึกษาระดับปริญญาโท)

คำชี้แจง โปรดเลือกคำตอบ และ/หรือเติมคำตอบลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1) ชื่อของกิจการ/กิจการ.....
ที่ตั้ง.....
โทรศัพท์.....
- 2) ผู้ให้ข้อมูล..... ตำแหน่ง.....
- 3) เพศ
 1. ชาย
 2. หญิง
- 4) อายุ.....ปี
- 5) ระดับการศึกษา
 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
 2. ปริญญาตรี
 3. สูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการของธุรกิจและการเลือกซื้อของลูกค้าในร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์

- 1) ประเภทการจดทะเบียนกิจการ
 1. กิจการเจ้าของคนเดียว
 2. ห้างหุ้นส่วนสามัญ
 3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด
 4. บริษัทจำกัด
 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 2) ทุนจดทะเบียน.....บาท
- 3) ขนาดพื้นที่ร้านเฟอร์นิเจอร์ของท่านในปัจจุบันเป็นพื้นที่.....ตารางเมตร
- 4) ท่านเปิดร้านเฟอร์นิเจอร์มาแล้ว.....ปี
- 5) เฟอร์นิเจอร์ในร้านของท่านมีไม้ประเภทใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1. ไม้ยางพารา
 2. ไม้สัก
 3. ไม้มะค่า
 4. ไม้เฒ่า
 5. ไม้แดง
 6. ไม้สะเดา
 7. ไม้ประดู่
 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 6) สินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ในร้านที่ลูกค้านิยมเลือกซื้อ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1. ตู้โชว์
 2. โต๊ะอาหาร
 3. ชุดรับแขก
 4. โต๊ะบัญชี
 5. ชั้นวางทีวี
 6. เตียงนอน
 7. ตู้เสื้อผ้า
 8. ตู้เก็บหนังสือ
 9. หัวเตียง
 10. เก้าอี้
 11. ปลายเตียง
 12. อื่นๆ โปรดระบุ....

- 7) การจัดหาสินค้าของท่านเป็นรูปแบบใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ผลิตเอง
 2. ซื้อ โปรตระบุแหล่ง.....
 3. ตัวแทนจำหน่าย
 3. อื่นๆ โปรตระบุ.....
- 8) เงื่อนไขการซื้อเฟอร์นิเจอร์เข้าร้าน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. เงินสด
 2. เงินเชื่อ
 3. อื่นๆ โปรตระบุ.....
- 9) ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน.....บาท
- 10) โดยเฉลี่ยแล้วยอดจำหน่ายที่ผ่านมามีแนวโน้มเป็นอย่างไร
1. มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น.....% ต่อ ปี
 2. ยอดจำหน่ายคงที่
 3. ยอดจำหน่ายลดลง.....% ต่อ ปี
- 11) ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นประเภทใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. บุคคลทั่วไป
 2. ธุรกิจ/บริษัท/ห้างร้าน
 3. สถาบันการศึกษา
 3. โรงแรม/ร้านอาหาร/ภัตตาคาร
 4. หน่วยงานราชการ
- 12) สินค้าเฟอร์นิเจอร์ประเภทใดที่ลูกค้านิยมเลือกซื้อ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ตู้โชว์
 2. โต๊ะอาหาร
 3. ชุดรับแขก
 4. โต๊ะบัญชี
 5. ชั้นวางทีวี
 6. เตียงนอน
 7. ตู้เสื้อผ้า
 8. ตู้เก็บหนังสือ
 9. หัวเตียง
 10. เก้าอี้
 11. ปลายเตียง
 12. อื่นๆ โปรตระบุ.....
- 13) โดยเฉลี่ยแล้วลูกค้ามีค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ซื้อเฟอร์นิเจอร์เป็นจำนวนเงิน.....บาท
- 14) ลูกค้านิยมชำระเงินโดยวิธีใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. เงินสด
 2. บัตรเครดิต
 3. เงินผ่อน
- 15) เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจของท่าน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ใกล้แหล่งชุมชน
 2. สถานที่ตั้ง การจราจรไม่ติดขัด/เดินทางสะดวก
 3. ร้านเฟอร์นิเจอร์ประเภทเดียวกันน้อย
 4. ร้านเฟอร์นิเจอร์ประเภทเดียวกันมาก
 4. ร้านที่จำหน่ายอยู่ติดถนนมองเห็นง่าย
 5. เป็นที่อยู่อาศัยของผู้ประกอบการเอง
 6. อื่นๆ โปรตระบุ.....

แบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับบุคคลทั่วไปที่กำลังสนใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ และบุคคลทั่วไป ที่มีศักยภาพ ทางการเงิน

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยของ นายสิทธิโชค สิทธิโชคพิงศ์ นักศึกษาปริญญาโท คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ รุ่นที่ 3 2550 เรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดสงขลา ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ และบุคคลที่สนใจ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้สักในจังหวัดสงขลา และเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับผู้บริโภคในสถานการณ์ปัจจุบัน

แบบสอบถามชุดนี้จึงได้จัดทำขึ้น ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์
3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์
4. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้รับจากท่านไว้เป็นความลับ และจะนำข้อมูลไปสรุปผลการวิจัยในลักษณะภาพรวม โดยไม่มีผลเสียหายต่อท่าน ใครขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาให้กับการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นายสิทธิโชค สิทธิโชคพิงศ์
(นักศึกษาปริญญาโท)

- 2) ปัจจุบันท่านมีความต้องการที่จะเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้หรือไม่
1. ต้องการ
 2. ไม่ต้องการ
- 3) โดยมาก เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ท่านชอบเป็นไม้ชนิดใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ไม้ยางพารา
 2. ไม้สัก
 3. ไม้มะค่า
 4. ไม้แอ็ด
 5. ไม้แดง
 6. ไม้สะเดา
 7. ไม้ประดู่
 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 4) ประเภทของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ท่านสนใจซื้อ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ชุดอาหาร
 2. โต๊ะบัญชี
 3. ตู้เสื้อผ้า
 4. เตียงนอน
 5. ตู้โชว์
 6. เก้าอี้, เก้าอี้โยก
 7. ชั้นวางหนังสือ
 8. ปลายเตียง
 9. หัวเตียง
 10. โต๊ะเครื่องแป้ง
 11. ชั้นวางทีวี
 12. ชุดรับแขก
 13. ตู้วางรองเท้า
 14. อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 5) สีของเฟอร์นิเจอร์ไม้ตามแผ่นพับที่ท่านชื่นชอบ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. เนื้อไม้
 2. เลียนดำ
 3. เหลือง
 4. โอ๊ก-ดำ
 5. แดง
 6. ขาว
 7. ดำ
 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 6) ถ้าจะเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้โดยปกติแล้วท่านคิดว่าจะไปเลือกซื้อที่ไหน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ร้านจำหน่ายในภาคใหญ่
 2. ร้านจำหน่ายในเมืองสงขลา
 3. ศูนย์การค้า
 4. ร้านจำหน่ายในต่างจังหวัด
 5. ไม่มีแหล่งที่ชัดเจน
 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 7) ยอดเงินในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของท่านแต่ละครั้งประมาณ.....บาท
- 8) ท่านได้พบเห็นการโฆษณาสินค้าเฟอร์นิเจอร์จากสื่อใดมากที่สุด
1. โทรทัศน์ท้องถิ่น
 2. วิทยุท้องถิ่น
 3. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
 4. นิตยสาร/วารสาร
 5. ป้ายโฆษณา
 6. เพื่อน/คนรู้จัก
 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 9) ท่านคิดว่าปัญหาการใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้มีอะไรบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ความแข็งแรงต่อการใช้งาน
 2. ไม่ทนต่อสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง
 3. ไม้ที่นำมาผลิตอายุน้อยเกินไป
 4. ถูกกัดจากแมลงหรือสัตว์เล็กได้ง่าย
 5. ซ่อมแซมหรือดูแลให้สวยงามได้ยาก
 6. มีน้ำหนักมากยกต่อการเคลื่อนย้าย

| ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อ การเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|---|-----------|-----|---------|------|------------|
| ปัจจัยด้านราคา (Price) | | | | | |
| 1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ | | | | | |
| 2. มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน | | | | | |
| 3. ชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้ | | | | | |
| 4. ชำระค่าสินค้าด้วยเงินผ่อนได้ | | | | | |
| 5. ต่อรองราคาได้ | | | | | |
| 6. อื่นๆ..... | | | | | |
| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) | | | | | |
| 11. ร้านที่จำหน่ายมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ | | | | | |
| 1. ร้านที่จำหน่ายอยู่ติดถนนมองเห็นง่าย | | | | | |
| 2. ร้านที่จำหน่ายมีทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก | | | | | |
| 3. ร้านที่จำหน่ายมีหลายสาขา | | | | | |
| 4. ร้านที่จำหน่ายดำเนินกิจการมานาน | | | | | |
| 5. มีความสัมพันธ์กับร้านที่จำหน่าย | | | | | |
| 6. เป็นร้านที่อยู่ในศูนย์การค้า | | | | | |
| 7. การตกแต่งร้านที่ดูน่าสนใจ สวยงาม | | | | | |
| 8. การเป็นตัวแทนจำหน่ายโดยตรง | | | | | |
| 8. มีการบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต | | | | | |
| 9. อื่นๆ..... | | | | | |
| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) | | | | | |
| 1. ส่วนลดเงินสด | | | | | |
| 2. การแจกหรือแถม | | | | | |
| 3. การจับฉลากชิงโชค | | | | | |
| 4. พนักงานขายมีความรู้แนะนำสินค้า ให้เหมาะสมกับที่พักอาศัยของลูกค้าได้ | | | | | |
| 5. การโฆษณาทางโทรทัศน์ท้องถิ่น | | | | | |

ภาคผนวก ข

ตารางแสดงต้นทุนในการผลิตต่อปี โครงการที่ 1

ตารางที่แสดงต้นทุนในการผลิตต่อปี โครงการที่ 2

ตารางแสดงต้นทุนในการผลิตต่อปี โครงการที่ 1

| ขนาด | ไม้ | | แรง | | วัสดุอุปกรณ์ | |
|-----------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|----------------|
| | ต้นทุน (บาท) | รวม (บาท) | ต้นทุน (บาท) | รวม (บาท) | ต้นทุน (บาท) | รวม (บาท) |
| ชุดใหญ่ จำนวน 276 ชุด | 6,000 | 1,656,000 | 3,500 | 966,000 | 1,000 | 276,000 |
| ชุดกลาง จำนวน 116 ชุด | 3,000 | 348,000 | 1,750 | 203,000 | 500 | 58,000 |
| ชุดเล็ก จำนวน 122 ชุด | 1,000 | 122,000 | 580 | 70,760 | 170 | 20,740 |
| รวม | | 2,126,000 | | 1,239,760 | | 354,740 |

ที่มา : จากการสัมภาษณ์เจ้าของโรงงานไม้สักแห่งหนึ่ง

ตารางแสดงต้นทุนในการผลิตต่อปี โครงการที่ 2

| ขนาด | ไม้ | | แรง | | วัสดุอุปกรณ์ | |
|-----------------------|--------------|------------------|--------------|----------------|--------------|----------------|
| | ต้นทุน (บาท) | รวม (บาท) | ต้นทุน (บาท) | รวม (บาท) | ต้นทุน (บาท) | รวม (บาท) |
| ชุดใหญ่ จำนวน 276 ชุด | 10,200 | 2,815,200 | 1,750 | 483,000 | 900 | 248,400 |
| ชุดกลาง จำนวน 116 ชุด | 5,100 | 591,600 | 875 | 101,500 | 450 | 52,200 |
| ชุดเล็ก จำนวน 122 ชุด | 1,700 | 207,400 | 290 | 35,380 | 150 | 18,300 |
| รวม | | 3,614,200 | | 619,880 | | 318,900 |

ที่มา : จากการสัมภาษณ์เจ้าของโรงงานไม้สักแห่งหนึ่ง

ภาคผนวก ค**ตัวอย่างภาพถ่ายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก**



