

แผนธุรกิจจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร

Business Plan for Chumroon Auto Parts



แผนธุรกิจจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร

Business Plan for Chumroon Auto Parts



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2556



©2558

นันท์ชพร หอมระรื่น

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร

ผู้วิจัย นันทชัยพร หอมระรื่น

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรีณยพงศ์ เทียงธรรม)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 10 เดือน เมษายน พ.ศ. 2558

นันทพงษ์พร หอมระรื่น. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, เมษายน 2558, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร (74 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว

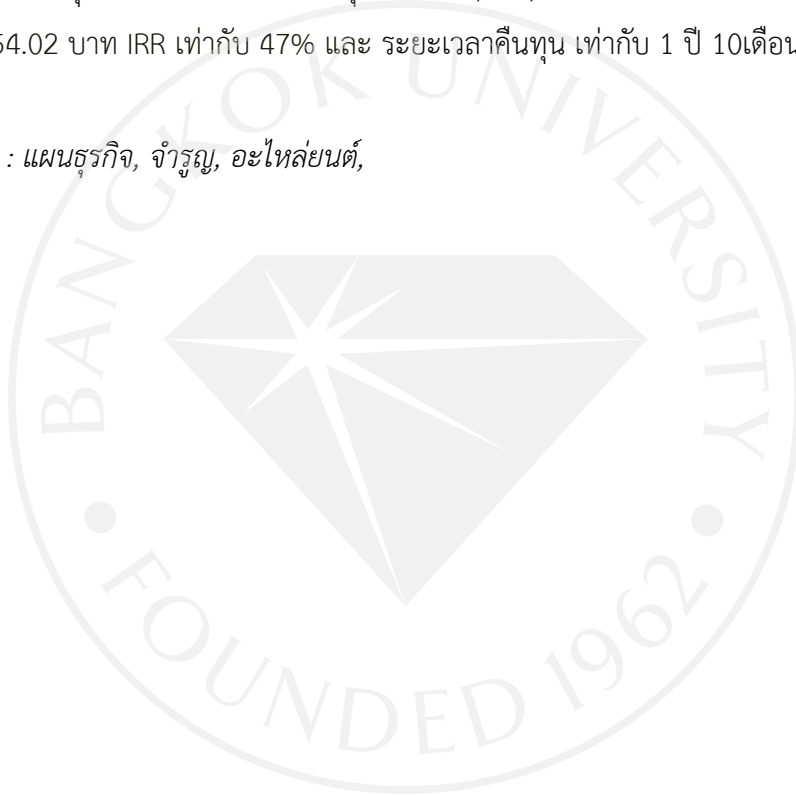
บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อให้โครงการมีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยอย่างน้อย 20% และ 2) เพื่อให้ร้านจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร เป็นที่รู้จักของผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว เกษตรกร ในจังหวัดอยุธยา และจังหวัดใกล้เคียง ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ มีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ รวมทั้ง การวิเคราะห์ความเสี่ยง ความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ ได้มีการทำการวิจัยตลาดโดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพใช้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้เครื่องจักรกลการเกษตร ได้แก่ ชาวนา ผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว และผู้ประกอบการร้านจำหน่ายวัสดุ อุปกรณ์ และอะไหล่การเกษตร จำนวน 5 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีแบบสัมภาษณ์ 3 ชุด สำหรับผู้ให้ข้อมูลที่ต่างกัน ได้แก่ แบบสัมภาษณ์สำหรับชาวนา แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว และแบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการร้านจำหน่ายวัสดุ อุปกรณ์ และอะไหล่การเกษตร

ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค พบว่า จุดแข็งของธุรกิจ ได้แก่ ทางร้านมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งเกษตรกรรม และใกล้กับที่อยู่อาศัยของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีการใช้บาร์โค้ดมาใช้งานในการควบคุมสินค้าคงคลัง และสั่งสินค้าผ่านมือถือได้ ในขณะที่จุดอ่อน ได้แก่ ลูกค้าเป้าหมายในพื้นที่ยังไม่รู้จักร้าน เพราะเป็นธุรกิจเปิดใหม่ และต้นทุนในการผลิตสินค้าบางชนิดไม่สามารถควบคุมได้ สำหรับโอกาส ได้แก่ พื้นที่ตั้งร้าน และพื้นที่ใกล้เคียงเป็นพื้นที่ปลูกข้าวที่มีคุณภาพของภาคกลาง และนโยบายของรัฐบาลให้ลดต้นทุนการผลิตเกี่ยวกับการทำเกษตรกรรม และอุปสรรค คือ ร้านคู่แข่งเปิดบริการมานานกว่า 10 ปี ทำให้มีฐานลูกค้าจำนวนมาก อย่างไรก็ตามความได้เปรียบในการแข่งขันของร้านจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และราคาในการจัดจำหน่ายมาตรฐานเท่ากับคู่แข่ง แต่มีพื้นที่ใกล้กับกลุ่มเป้าหมายมากกว่า สำหรับผลการวิจัยตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ กับปัจจัยด้านการเดินทางมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อะไหล่ เพราะโอกาสในการซื้อจะบ่อย และต้องใช้ทันทีทันใด ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น มีของสมนาคุณช่วงสิ้นปี และมีกิจกรรมสร้างสรรค์ต่อชุมชนในพื้นที่

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ธุรกิจได้กำหนดกลยุทธ์ สำหรับ การเปิดร้านจํารูญอะไหล่ยนต์ การเกษตร คือ กลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพการขาย ได้แก่ บริหารด้านทรัพยากรบุคคล ประชาสัมพันธ์ เวลาในการเปิดบริการ กลยุทธ์การออกแบบร้าน และการจัดวางสินค้า ได้แก่ สร้างอาคารใหม่โดยจัดวางพื้นที่สินค้าให้ง่ายต่อการเลือกซื้อ และกลยุทธ์การบริการลูกค้า ได้แก่ การใช้เครื่องสแกนบาร์โค้ด การใช้ Line ในการสื่อสารกับลูกค้า การฝึกอบรมพนักงานก่อนเริ่มงาน การส่งสินค้าฟรีถึงที่เฉพาะพื้นที่ การจัดทำระบบสมาชิก และให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าที่ใช้บริการเป็นประจำ เมื่อพิจารณาความเป็นได้ของการลงทุนในโครงการนี้ พบว่า การลงทุนเปิดร้านจํารูญอะไหล่ยนต์การเกษตรนี้มีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยใช้งบประมาณลงทุนเท่ากับ 2,082,500 บาท และมีค่า NPV เท่ากับ 1,589,654.02 บาท IRR เท่ากับ 47% และ ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 1 ปี 10เดือน

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, จํารูญ, อะไหล่ยนต์,



Homrarueng, N. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprise), April 2015, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Chumroon Auto Parts (74 pp.)

Advisor: Krairoek Pinkaeo, Ph.D.

ABSTRACT

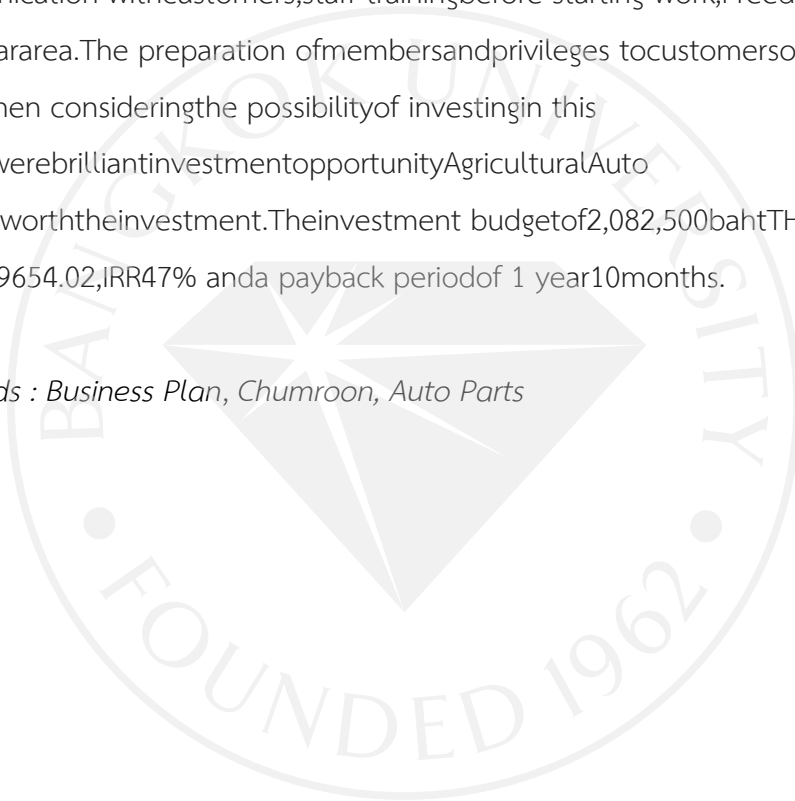
The purpose of this business plan is to study the feasibility of Agricultural Machinery Parts Selling. We need to establish the modern sell shop included with the necessary goods for the specific target customers and the secondary target customers. We have to use the barcode system for manage all goods of our stock. The Location is at LatBuaLuang District in the southern part of Ayutthaya Province and nearby LatLumKaeo District of Pathumthani Province. This area is the most important agriculture area of the central of Thailand. The market research is studied by In-depth Interview with the customer who needed to buy our goods. We also studied about SWOT, Five Force and Tows Matrix.

The result from SWOT analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats. The strengths of the restaurant business, including its location in the source countries and close to the homes of prospective customers with the use of barcode used in inventory control and order the phone. The weaknesses include Target store in the area is still unknown. It is a new business and the costs of production of certain products cannot be controlled area and set up shop for the occasion and neighborhood quality rice growing areas of the region and government policies to reduce production costs on agriculture and the barrier is open competitors for over 10 years with many customers. However, the competitive advantage of brilliant Parts includes the quality of agricultural products and the distribution of its standards. But there are areas close to target over. From market research results revealed that the most important interview because buying

opportunities are frequent and must be used immediately. The promotion as a reward at the end of the year and community activities in the area.

The results of the data analysis Business strategies for the opening of a brilliant Parts agriculture are to optimize the sales strategy, including human resources management. Advocate time to open Strategy, store design and product placement include new buildings by placing the product to be easy to choose and customer service strategies include the use of barcode scanners use the Line of communication with customers, staff training before starting work, Free delivery to that particular area. The preparation of members and privileges to customer on a regular basis. When considering the possibility of investing in this project were brilliant investment opportunity Agricultural Auto Parts are worth the investment. The investment budget of 2,082,500 baht THB, NPV 1589654.02, IRR 47% and a payback period of 1 year 10 months.

Keywords : Business Plan, Chumroon, Auto Parts



กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ ได้เนื่องมาจากความอนุเคราะห์จากท่าน อาจารย์ ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว ที่ได้ให้คำปรึกษาชี้แนะ และตรวจสอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้ลุล่วงไปด้วยดี ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ สำหรับความรู้ตลอดระยะเวลาที่ศึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน

ท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ดูแลเอาใจใส่จนกระทั่งสารนิพนธ์นี้สมบูรณ์ และขอขอบคุณมิตรภาพตลอดระยะเวลาการศึกษาในหลักสูตรนี้

นันทัชพร หอมระรื่น



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.2 วิธีการศึกษา	5
1.3 การดำเนินการวิจัย	11
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ	
2.1 SWOT Analysis ของ Albert Humphrey	17
2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	17
2.3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	18
2.4 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	21
2.5 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	23
บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน	
3.1 สภาพของการแข่งขัน และที่มาของการแข่งขัน	25
3.2 ที่มาของการแข่งขัน	26
3.3 คู่แข่งขันของธุรกิจ	26
3.4 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ	30
3.5 การวิเคราะห์ Five Force Model	31
3.6 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า	32
3.7 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	33
บทที่ 4 การจัดทำแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ	
4.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	34
4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ TOWS Matrix	36
4.3 แผนงานการใช้กลยุทธ์การขาย และบริการ	37
4.4 แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ	40

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) การจัดทำแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ	
4.5 แผนฉุกเฉิน กรณีที่ทุกอย่างไม่เป็นไปตามที่คิด	49
บรรณานุกรม	50
ภาคผนวก	52
ประวัติผู้เขียน	74
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	21
ตารางที่ 2.2 : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	23
ตารางที่ 3.1 : แสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า	32
ตารางที่ 4.1 : แสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix	36
ตารางที่ 4.2 : แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน	40
ตารางที่ 4.3 : แสดงรายละเอียดการคิดค่าเสื่อมราคา	41
ตารางที่ 4.4 : แสดงการประมาณการรายได้	42
ตารางที่ 4.5 : แสดงการประมาณการค่าใช้จ่าย	42
ตารางที่ 4.6 : แสดงงบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ	43
ตารางที่ 4.7 : แสดงกำไรสะสมประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	44
ตารางที่ 4.8 : แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	45
ตารางที่ 4.9 : แสดงงบฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	46
ตารางที่ 4.10 : แสดงกระแสเงินสดตลอดโครงการ	47
ตารางที่ 4.11 : แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	48

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : แสดงแผนที่ตั้งร้านของจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร	1
ภาพที่ 1.2 : แสดงตัวอย่างสินค้าของจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร	2
ภาพที่ 1.3 : แสดงโครงสร้างองค์กรของร้านจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร	4
ภาพที่ 3.1 : แสดงแผนที่สถานที่ตั้งของร้านส.ไพบูลย์	26
ภาพที่ 3.2 : แสดงแผนที่สถานที่ตั้งของร้านนิวอภิชาติ	27
ภาพที่ 3.3 : แสดงแผนที่สถานที่ตั้งของร้านโชคชัยนานาภัณฑ์	27
ภาพที่ 3.4 : แสดงสภาพแวดล้อมของร้านส.ไพบูลย์	28
ภาพที่ 3.5 : แสดงป้ายโฆษณาร้านนิวอภิชาติ	29
ภาพที่ 3.6 : แสดงสภาพแวดล้อมของร้านโชคชัยนานาภัณฑ์	29
ภาพที่ 3.7 : แสดงภาพวิเคราะห์ BCG Model ของจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร	30
ภาพที่ 4.1 : แสดงกรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	34
ภาพที่ 4.2 : แสดงผังภายในร้านจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร	38

บทที่ 1 บทนำ

จำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร เป็นกิจการเปิดใหม่ จำหน่ายอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถดีดดิน ทุกชนิดที่มีคุณภาพ ราคาสมเหตุผล เหมาะสำหรับผู้รับเหมารถเกี่ยวข้าว และผู้รับเหมาดีดดิน ทั้งนี้ เนื่องจากพื้นที่การตั้งร้าน ใกล้แหล่งเกษตรกรรมจำนวนมาก และในพื้นที่ยังไม่มีผู้จำหน่ายสินค้า ประเภทนี้มาก่อน ซึ่งสินค้าดังกล่าว จำเป็นต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งสิ้น โดยรายละเอียดของแผนธุรกิจดังกล่าวมีดังนี้

1.1 แนะนำธุรกิจ

1.1.1 สถานที่ตั้งร้านจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร

5 ม.1 ต.คลองพระยาบันลือ อ.ลาดบัวหลวง จ.อยุธยา 13230

ภาพที่ 1.1 : แสดงแผนที่ตั้งร้านของจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร



1.1.2.ประเภทของสินค้า / บริการ

ร้านจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร จะเริ่มดำเนินธุรกิจปี 2558 เป็นธุรกิจการค้าที่ซื้อมาขายไป ซึ่งสินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าประเภทอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถดีดดินทุกชนิด โดยแบ่งประเภทสินค้าออกตามวัตถุประสงค์การใช้งานได้ 3 ประเภท ดังนี้

1).ระบบช่วงล่าง เช่น แทรกยาง เฟืองขับเคลื่อนตะขาบ ล้อนำ เสื้อโรลเลอร์บนปัมไฮดรอลิก สายไฮดรอลิกเกียร์ กระบอกสูบ แผ่นเบรก เสื้อเกียร์ ลูกปืน ชุดเพลอาเบรก ไส้กรองอากาศลูกใน ลูกสูบ ชุดเทอร์โบ วาล์วไอดี วาล์วไอเสีย ชุดไฟส่องสว่าง สวิตซ์เซฟตี้ สวิตซ์สตาร์ท ไตสตาร์ท ซิลกัน น้ำมันกันน้ำ ซิลล่อน้ำ ซิลกันน้ำมันโรลเลอร์ เป็นต้น

2).ชุดนวดลำเลียงข้าว เช่น สายครีซหัวเกี่ยว เพื่องดกจอก เพลาขับนวด ตะแกรงนวด ตะแกรงคัดแยก เป็นต้น

3).ระบบเกี่ยวข้าว เช่น ใบมีดตัด เพื่องรอกตัวแรก โซ่ลำเลียงข้าวตัวเกี่ยว สกรูลำเลียง แนวนอน เป็นต้น

ภาพที่ 1.2 : แสดงตัวอย่างสินค้าของจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร



1.1.3.จุดเด่น

โครงการที่ทำเป็นกิจการใหม่ จึงยังขาดซื้อร้านในการดำเนินกิจการ ทางผู้บริหารจึงมีความคิดที่จะตั้งร้านที่ทำให้ผู้บริโภคง่าย และเข้าใจถึงจุดประสงค์ของสินค้าที่จำหน่าย ซึ่งร้านจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร มีจุดเด่นของร้าน ดังนี้

1).สินค้าจำพวกอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถตีดินทุกชนิด เป็นสินค้าที่มีความสำคัญต่ออาชีพเกษตรกรกรรมของไทยเป็นอย่างมาก เพราะปัจจุบันรถเกี่ยวข้าว และรถตีดิน เป็นเสมือนแขนขาของชาวนาในการเก็บเกี่ยวผลผลิต โดยทางร้านได้นำสินค้าที่มีคุณภาพดี ราคาสมเหตุสมผลมาจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่า สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่าตลอดอายุการใช้งาน

2).ร้านจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร ตั้งอยู่ในพื้นที่ติดถนนใกล้สี่แยกประตูน้ำสิงหนาท ถนนด้านขวามือ เป็นถนนเส้นตำบลบ้านแพน อำเภอเสนา จังหวัดอยุธยา ซ้ายมือเป็นถนนสายอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี เยื้องด้านหน้า เป็นถนนสายที่ว่าการอำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดอยุธยา (ซึ่งเชื่อมติดกับถนนสายจังหวัดสุพรรณบุรี) เยื้องด้านหลังร้านเป็นถนนตำบลไม้ตรา อำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดอยุธยา ซึ่งพื้นที่ที่กล่าวมาทั้งหมด ประชากรเกือบทุกครัวเรือนล้วนแล้วแต่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรมทั้งสิ้น

1.1.4.นวัตกรรม

ร้านจ่ารัฐอะไหล่ยนต์การเกษตร มีการใช้ APPLICATION (LINE) บนโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน เพื่อใช้ซื้อขายสินค้า สำหรับผู้บริโภคบางรายที่รับใช้สินค้า คือต้องการสั่งสินค้าล่วงหน้า และสามารถไปรับสินค้าได้ทันทีที่ไปถึงร้าน โดยไม่ต้องรอคอยการจัดหาสินค้า และผู้บริโภคยังสามารถดูสินค้าจากทางร้านได้ทางเว็บไซต์ของกิจการนอกจากนี้ทางร้านยังใช้ระบบบาร์โค้ดมาใช้งาน เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว รวมถึงความมีประสิทธิภาพทั้งในด้านการขายสินค้า การควบคุมสินค้าคงคลัง

1.1.5.วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในการจำหน่ายอะไหล่ยนต์ทางการเกษตร ที่มีบริการทุกรูปแบบ และมีสินค้าให้เลือกหลากหลายที่สุดในจังหวัดอุษุธรยา และจังหวัดใกล้เคียง

1.1.6.พันธกิจ

- 1) จำหน่ายอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถดีดดินทุกชนิดที่มีความหลากหลาย คุณภาพดี และราคาสมเหตุผล
- 2) จำหน่ายอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถดีดดินทุกชนิดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม

1.1.7.เป้าหมาย

พัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้า และได้รับบริการอะไหล่ยนต์ทางการเกษตรในร้านเดียวครบวงจร

1.1.8.วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1) เพื่อให้โครงการมีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR) อย่างน้อย 20%
- 2) เพื่อให้ร้านจ่ารัฐอะไหล่ยนต์การเกษตร เป็นที่รู้จัก ของผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว เกษตรกรในจังหวัดอุษุธรยา และจังหวัดใกล้เคียง

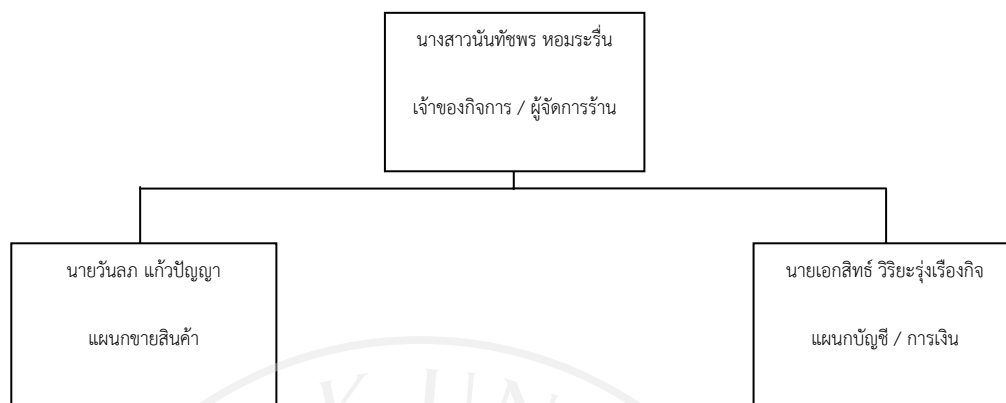
1.1.9.โครงสร้างการบริหารงานของธุรกิจ

ร้านจ่ารัฐอะไหล่ยนต์การเกษตร มีการจัดโครงสร้างองค์กร โดยมีรูปแบบการบริหารแบบธุรกิจครอบครัว

1.1.10.จำนวนพนักงาน

มีจำนวนพนักงานทั้งหมด 3 คน

ภาพที่ 1.3: แสดงโครงสร้างองค์กรของร้านจํารู้อะไหล่ยนต์การเกษตร



1.1.11. ส่วนงาน (แผนก)

จากภาพที่ 1.2 ร้านจํารู้อะไหล่ยนต์การเกษตร มีรายละเอียดของตำแหน่งบริหาร และภาระหน้าที่ของงานในแต่ละตำแหน่งดังนี้

- 1) เจ้าของกิจการ / ผู้จัดการร้าน คือ นางสาวนันทพร หอมระรื่น มีหน้าที่คอยดูแลทุกส่วน โดยภาพรวมให้การดำเนินงานของกิจการ เป็นไปตามเป้าหมาย และมีหน้าที่วางแผน ดูแลการดำเนินงานต่างๆ ของกิจการ และรับผิดชอบโครงการพัฒนาช่องทางการจำหน่าย รวมถึง ดูแลธุรกรรมทั่วไป วางแผนการตลาด กำหนดกิจกรรมโปรโมชั่นต่างๆ และดูแลระบบ E-commerce
- 2) แผนกบัญชี / การเงิน คือ นายเอกสิทธิ์ วิริยะรุ่งเรืองกิจ มีหน้าที่คอยดูแลควบคุมเกี่ยวกับบัญชี และการเงินของกิจการทั้งหมด รวมถึงหน้าที่ในการสั่งซื้อของจากคู่ค้าด้วย
- 3) แผนกขายสินค้า คือ นายวันลก แก้วปัญญา มีหน้าที่ขายสินค้าของร้านให้ตรงตามเป้าหมายของกิจการ

1.1.12. ที่มาของการจัดทำแผน

ทางผู้บริหารได้เคยทำงานเป็นพนักงานเอกชนแห่งหนึ่งมาก่อน รายรับต่อเดือนคงที่ จะมีรายรับเพิ่มก็ต่อเมื่อทำงานล่วงเวลา ซึ่งทางบริษัทเองมีนโยบายลดการทำงานล่วงเวลาทุกแผนก เพราะสืบเนื่องมาจาก สภาพเศรษฐกิจซบเซาส่งผลให้ผลประกอบการบริษัทน้อยลง มีการจ้างพนักงานออกจำนวนมาก ทำให้ผู้บริหารเล็งเห็นว่า การเป็นพนักงานบริษัทนั้น เสี่ยงต่อความมั่นคงของการดำรงชีวิต เพราะรายได้ขึ้นอยู่กับบริษัท จึงมีความคิดที่จะเปิดธุรกิจส่วนตัวขนาดเล็กถึงขนาดกลางขึ้น โดยมองหาทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อหาช่องทางการดำเนินธุรกิจที่มีความเป็นไปได้ โดยเสียต้นทุนน้อยที่สุด และสืบเนื่องจากปัจจุบันเกษตรกรรมก็ยังคงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งส่งผลที่ดีกับการประกอบอาชีพที่เกี่ยวกับเกษตรกรรมเช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็อาชีพทำนา ทำสวน ทำไร่ เลี้ยงสัตว์ หรืออาชีพรับจ้างเกี่ยวข้าว จากความสำคัญดังกล่าว ผู้บริหารจึงใช้พื้นที่หน้า

บ้านของตนเองที่เป็นแหล่งเกษตรกรรม เป็นจุดยุทธศาสตร์ในการกระจายสินค้าประเภทอะไหล่รถ เกี่ยวข้าว และรถไถดินทุกชนิด เพื่อส่งเสริมนโยบายการทำการเกษตรพอเพียงของทุกคนในชุมชน ดังนั้น ทางร้านจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนการลงทุน และการดำเนินงานเพื่อเปิดกิจการใหม่

1.1.13.ความสำคัญของการจัดทำแผน

ในการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ สามารถทำให้ผู้บริหารมีความคิด และการตัดสินใจในการลงทุน เป็นลำดับขั้นตอน ส่งผลให้ทราบเหตุการณ์ในอนาคต เพื่อที่จะได้จัดเตรียมทรัพยากรได้ถูกต้อง เช่น งบประมาณ บุคลากรและเทคโนโลยี รวมถึงการจัดวางกลยุทธ์ทางธุรกิจ และการตลาดไว้ล่วงหน้าอย่างมืออาชีพ

1.1.14.วัตถุประสงค์ของการทำแผน

- 1) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ
- 2) เพื่อกู้เงิน สำหรับใช้เงินทุนในการจัดตั้งดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด

ไว้

1.2. วิธีการศึกษา

1.2.1 การค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้มีการใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1).แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค พูดได้ว่าเป็นเรื่องที่สำคัญของการตลาด เพราะถ้าเราสามารถรู้ถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคได้ ก็จะสามารถทำนายการกระทำของผู้บริโภคล่วงหน้าได้

1.1 ทฤษฎีการวิเคราะห์สำหรับพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler & Keller, (2009) ได้ชี้แจง เกี่ยวกับขั้นตอนที่จะทำให้ผู้บริโภคประทับใจ มีดังนี้

- 1.ใครบ้างที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย
- 2.ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร
- 3.ทำไมผู้บริโภคต้องซื้อ
- 4.ใครบ้างที่มีส่วนร่วมในการที่จะซื้อ
- 5.ผู้บริโภคจะซื้อตอนไหน
- 6.ผู้บริโภคจะซื้อที่ไหน
- 7.ผู้บริโภคจะซื้ออย่างไร

1.2 ต้นแบบของพฤติกรรมผู้บริโภค ศึกษาเพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคตกลงซื้อสินค้า ดังนี้

- 1.สิ่งกระตุ้น ที่เกิดขึ้นได้ทั้งภายใน ภายนอกร่างกาย โดยสิ่งกระตุ้นภายนอกมี 2

ลักษณะ คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นด้านการตลาด สามารถควบคุมได้ เพื่อกระตุ้นให้เกี่ยวข้องกับ ส่วนประสมทางการตลาด แบ่งออกเป็น

1. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ ยกตัวอย่างเช่น ออกแบบสินค้าให้สะดุดตา ผู้บริโภค

2. สิ่งกระตุ้นด้านราคา ต้องให้สมเหตุสมผลกับสินค้า

3. สิ่งกระตุ้นช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องให้กระจายทั่วถึงผู้บริโภค

4. สิ่งกระตุ้นการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มี

โปรโมชั่นต่างๆ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ เป็นสิ่งที่ยังไม่สามารถควบคุมได้

2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค คือ ผู้ขายไม่สามารถรู้ได้ ต้องค้นหาโดยได้รับ อิทธิพลจากลักษณะ และกระบวนการตัดสินใจจากผู้บริโภค

2.1 ลักษณะผู้ซื้อ ต้องอาศัยปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม ส่วนตัวบุคคล และ จิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจ มีการรับรู้ ความต้องการ การหาข้อมูล ประเมิน ตัดสินใจซื้อ และการกระทำหลังจากที่ซื้อไปแล้ว

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ จะตัดสินใจโดยการเลือก ดังนี้

3.1 ชื่อสินค้า

3.2 ตราสินค้า

3.3 ผู้ขาย

3.4 เวลาในการซื้อ

3.5 ปริมาณการซื้อ

1.3 ปัจจัยภายนอก คือ ปัจจัยด้านสังคม และวัฒนธรรม ที่ต้องกระตุ้น การตลาดให้ถูกต้อง

1.4 ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่มีอำนาจต่อพฤติกรรมซื้อทั้งทางตรง และ ทางอ้อม ดังนี้

1. กลุ่มอ้างอิง คือ กลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกัน

2. กลุ่มสมาชิก เป็นกลุ่มที่มีอำนาจโดยตรงกับผู้บริโภค

3. กลุ่มปฐมภูมิ คือ ครอบครัว เพื่อน เป็นต้น

4. กลุ่มทุติยภูมิ คือ ศาสนา สถาบัน เป็นต้น

5. กลุ่มแฝง คือ กลุ่มที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกัน เช่น นักร้อง นักแสดง เป็นต้น

ต้น

6. กลุ่มไม่พึงประสงค์ คือ กลุ่มที่มีค่านิยมเป็นของตัวเอง

4. ครอบครัว เป็นกลุ่มที่มีอำนาจมากที่สุดต่อทัศนคติ เพราะผู้บริโภคเติบโตมาจากครอบครัวทั้งสิ้น ทำให้ผู้ผลิตสินค้าต้องพิจารณาเกี่ยวกับเรื่องครอบครัวมากๆ

5. บทบาท ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อสินค้าที่แสดงถึงบทบาทของตัวเองที่มีในสังคม

1.5 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ผู้ผลิตต้องศึกษาค่านิยมต่างๆ ที่ผู้บริโภคแต่ละวัฒนธรรม ดังนี้ (Kotler & Keller, 2009)

- 1). วัฒนธรรมพื้นฐาน เกิดจากการหล่อหลอมให้เป็นการกระทำของสังคม
- 2). วัฒนธรรมกลุ่มย่อย เป็นกลุ่มที่มีลักษณะที่เฉพาะเจาะจงไป คือ

2.1 กลุ่มเชื้อชาติ

2.2 กลุ่มศาสนา

2.3 กลุ่มสีผิว

- 1). พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ทำให้การดำรงชีวิตไม่เหมือนกัน และมีอิทธิพลต่อการบริโภคด้วย
- 2). กลุ่มอาชีพ เช่น กลุ่มพนักงานบริษัท
- 3). กลุ่มย่อยด้านอายุ เช่น ทารก เด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่ คนชรา
- 4). กลุ่มย่อยด้านเพศ คือ หญิง ชาย

3. ชั้นของสังคม ก็จะมีค่านิยม และการกระทำการบริโภคที่แตกต่างกัน แบ่งได้ 3 ประเภท คือ สูง กลาง และต่ำ

1.6 ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่มีอำนาจต่อพฤติกรรมการซื้อ ดังนี้ (Kotler & Keller, 2009)

1. การจูงใจ คือ ความอยากภายในตัวเอง
2. การรับรู้ เป็นกระบวนการที่แต่ละคนรู้สึก โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้า ซึ่งจะมีเงื่อนไขที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล

3. การเรียนรู้ เกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ของแต่ละคน

4. ความเชื่อ เป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

5. ทัศนคติ จะเกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับจากประสบการณ์ ค่านิยม ความเชื่อ ความนึกคิดของแต่ละคน องค์ประกอบที่ทำให้เกิดมี 3 แบบ คือ

5.1 ส่วนของความเข้าใจ จะมีความรู้ และความเชื่อกับบางสิ่ง

5.2 ส่วนของความรู้สึก คือ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ซึ่งอาจพอใจ หรือไม่พอใจก็ได้

5.3 ส่วนของพฤติกรรม คือ การกระทำที่เกิดจากทัศนคติ

6. บุคลิกภาพ คือ ลักษณะที่แตกต่างกันของคน

7. แนวคิดของตัวเอง เป็นความรู้สึกที่แต่ละคนมีต่อตัวเอง

2.แนวคิด และทฤษฎีร้านค้าปลีก

1. ความหมายของการค้าปลีก

วารุณี ต้นติววงศ์วานิช (2552) อาชีพอิสระที่ดำเนินธุรกิจในกิจกรรมต่างๆ ด้วยบทบาทผู้ค้าปลีก ซึ่งจะต้องเป็นคนกลางที่ช่วยจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่อบริโภคส่วนตัว

2. ส่วนประสมการค้าปลีก

ภัทรกร พลพนาธรรม (2551, หน้า 98-100) ส่วนประสมการค้าปลีก คือ ส่วนประสมการตลาดที่ใช้ในการบริหารธุรกิจค้าปลีก โดยผสมกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับการบริหารธุรกิจค้าปลีกหลายรูปแบบ

3. นโยบายร้านค้าปลีก

ภัทรกร พลพนาธรรม (2551, หน้า 173-176) การกำหนดนโยบายควรจะสอดคล้องกับสภาพลักษณะที่ร้านนั้นต้องการที่จะสร้างขึ้น แบ่งได้ 5 แบบ ดังนี้

1. นโยบายสินค้า

ต้องการขายสินค้าชนิดใด ร้านค้าปลีกต้องบอกนโยบายที่แน่ชัดว่าขายอะไร เพื่อให้รู้ว่าจะนำสินค้าอะไรมาขาย

1.1 คุณภาพของสินค้า ต้องมีนโยบายที่ชัดเจน ว่าคุณภาพของสินค้าที่ขายเป็นอย่างไร

1.2 ราคา ต้องใช้นโยบายหลายราคา เพื่อให้ลูกค้าสามารถต่อรองได้

2. นโยบายการส่งเสริมการตลาด

ร้านค้าปลีกต้องมีการส่งเสริมการขายทุกโอกาส หรือเข้าไปร่วมงานชุมชน ซึ่งจะทำได้ประโยชน์แก่ทุกฝ่าย

3. นโยบายเกี่ยวกับการบริการลูกค้า

4. นโยบายบุคคล

ร้านค้าปลีกควรมีการฝึกอบรมพนักงานก่อนเข้าทำงานทุกครั้ง มีการติดตาม และประเมินผล ให้สวัสดิการ มีการเลื่อนตำแหน่ง เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน

5. นโยบายทั่วไป

ร้านค้าปลีกควรกำหนดนโยบายไว้ให้แน่นอน เพราะเป็นเรื่องยากในการดูแลลูกค้า และคู่แข่ง

4. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ร้านค้าปลีกประสบความสำเร็จในการแข่งขันธุรกิจประเภทนี้
เจ้าของกิจการต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอก และภายใน

5. คุณสมบัติที่สำคัญของผู้ประกอบการค้าปลีก

1. คุณสมบัติผู้ค้าปลีก ดังนี้

1.1 เป็นผู้มีมุมมองกว้างไกล

1.2 เป็นคนที่เก่งในการวางแผน สามารถปฏิบัติตามแผนได้

- 1.3 เป็นผู้มีความสุขภาพจิตดี และร่างกายแข็งแรง
- 1.4 เป็นคนให้เวลาในการบริหารธุรกิจของตัวเอง
- 1.5 คุณสมบัติที่เป็นทักษะ โดยการปรับปรุงตัวอยู่เสมอ
- 1.6 การทำงานในรูปแบบทีม เพราะเจ้าของไม่สามารถทำงานคนเดียวได้
- 1.7 การใช้ความคิดสร้างสรรค์ คือ กำหนดรูปแบบร้านค้าที่น่าสนใจได้
- 1.8 มีทักษะในการนำเสนอสินค้า รู้วิธีการใช้งาน และสาธิตได้
- 1.9 การใช้เทคโนโลยี เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายของลูกค้าในแต่ละกลุ่มได้
- 1.10 การมีภาวะผู้นำ โดยใช้หลักจิตวิทยา มีความสามารถที่จะกระตุ้นให้พนักงาน

เกิดความรักในองค์กรได้

3.แนวคิด ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค

การที่ตัดสินใจของผู้ซื้อ คือการใช้หลักการ หรือสิ่งต่างๆ มาช่วยสำหรับการตัดสินใจ เพื่อที่จะให้ผู้ซื้อที่ตัดสินใจนั้นมีโอกาสผิดพลาดน้อยที่สุด

ทิพย์วัลย์ สีจันทร์ และคณะ (2546: 110) การตัดสินใจเป็นการเลือกทางเลือกมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา ซึ่งต้องมีหลายๆ ทางเลือกเกิดขึ้นก่อน แล้วนำมาเปรียบเทียบกันจนได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด มาเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่อไป

1. การตัดสินใจแบบสลับซับซ้อน เช่น การซื้อรถยนต์ ต้องมีความรอบคอบ มีการหาข้อมูลในการประเมินทางเลือกก่อนตัดสินใจ
2. ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า เกิดมาจากผู้บริโภคเคยเรียนรู้จากประสบการณ์ที่เคยมี ทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อสินค้าเร็วขึ้น
3. การตัดสินใจแบบมีเวลาจำกัด เป็นการตัดสินใจที่ผู้บริโภคไม่คุ้นเคยมากนัก จึงต้องใช้เวลาในการตัดสินใจอย่างรอบคอบ
4. การตัดสินใจแบบเฉื่อย เป็นกระบวนการตัดสินใจเริ่มต้นจากความเชื่อ ในตราสินค้านั้น เช่นผู้บริโภคซื้อน้ำตาลยี่ห้อเดิม ที่ซื้อเพราะไม่ใช่ภักดีต่อแบรนด์ แต่มาจากความเคยชินมากกว่า

1.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกรียงไกร ภักดียนต์เจริญ (2555) ศึกษา เรื่องความเป็นไปได้ของการลงทุนร้านอะไหล่การเกษตร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่าด้านการตลาด คนในพื้นที่ทำอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ด้านการปฏิบัติงาน มีทำเลที่ตั้งเหมาะสมกับการดำเนินกิจการ ด้านการเงิน สามารถคืนทุน 1 ปี 6 เดือน NPV เท่ากับ 755,010 และ IRR เท่ากับ 49.871%

การวิเคราะห์ด้านการตลาด

มีการขยายตัวด้านการเกษตรอย่างต่อเนื่อง ประชากรส่วนใหญ่ทำนา และปลูกข้าวโพด บวกกับนโยบายส่งเสริมของรัฐบาล จึงทำให้โครงการมีโอกาสที่จะลงทุน โดยได้ทำการสำรวจพื้นที่ พบว่า

จากกลุ่มตัวอย่าง 100 คน มีผู้ใช้เครื่องจักรกลการเกษตรอยู่จำนวนมาก แต่ร้านที่จำหน่ายอะไหล่การเกษตรไม่พอกับความต้องการของเกษตรกร

การวิเคราะห์ด้านการปฏิบัติงาน

ได้กำหนดให้โครงการเป็นร้านจำหน่ายอะไหล่การเกษตรขนาดกลาง เงินลงทุนประมาณ 2,158,477 บาท โดยใช้ตึกพาณิชย์ที่มีอยู่เดิม 2 คูหา ประมาณ 22 ตารางเมตร และมีต้นทุนขายประมาณ 60% ของราคาปกติ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการ

เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว มีพนักงานไม่เกิน 6 คน มียอดขายไม่เกิน 20 ล้านบาทต่อปี โดยลงทุนเริ่มต้น 1.8 ล้านบาท ทำให้มีอัตราการเสียภาษีน้อยกว่ารูปแบบอื่น

การวิเคราะห์ด้านกานเงิน

โครงการใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 2,000,000 บาท

ผลการศึกษา พบว่า ประชากรใน อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีความสนใจในการใช้เครื่องจักรกลการเกษตรมาช่วยในการทำงาน ซึ่งสามารถลดต้นทุนการเกษตรลงได้ แต่ยังขาดร้านจำหน่ายอะไหล่การเกษตรอีกมาก จึงยังมีช่องทางความเป็นไปได้ที่จะแข่งขันในธุรกิจนี้ จากการวิเคราะห์ทั้งสี่ด้านนั้นมีความเป็นไปได้ที่จะลงทุนทำโครงการนี้ เพราะผลการวิเคราะห์การเงินมีผลกระทบบแทนสูง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการณ์ซื้อวัสดุการเกษตรของเกษตรกรในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

พลอยสุดา อร่ามรส (2555) ศึกษา พฤติกรรมการณ์ซื้อวัสดุการเกษตรของเกษตรกรที่ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี โดยใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่าง 20 คน และการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 200 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อวัสดุการเกษตรทั้งสิ้น

สรุปผล

1. ลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อวัสดุการเกษตรของเกษตรกร

1). ระดับการศึกษา เกษตรกรที่จบชั้นประถมศึกษาส่วนใหญ่จะซื้อวัสดุการเกษตรจากร้านจำหน่ายวัสดุการเกษตรทั่วไป ส่วนเกษตรกรที่การศึกษาสูงกว่าประถมศึกษา จะเลือกซื้อจากบริษัทโดยตรง เนื่องจากได้รับข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุการเกษตรที่ต่างกัน

2). ลักษณะถือครองที่ดิน เกษตรกรที่ใช้ที่ดินของตนเองในการทำการเกษตรจะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ย 5,000-10,000 บาท แต่ถ้าเกษตรกรที่เช่าที่ดินทำการเกษตร จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท

- 3). ขนาดพื้นที่เพาะปลูกที่ใช้มีขนาดต่างกัน ส่งผลให้เลือกวัสดุการเกษตรแตกต่างกันด้วย
 - 4). ประเภทของพืชที่เพาะปลูก ก็มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อวัสดุการเกษตร
 - 5). รายได้เฉลี่ยต่อปี เพราะวัสดุการเกษตรแต่ละอย่างมีราคาไม่เท่ากัน แล้วแต่รายได้และกำลังการซื้อของแต่ละคน
2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของเกษตรกร
 - 1). ด้านผลิตภัณฑ์ คือ เกษตรกรจะเลือกซื้อวัสดุการเกษตรที่มีวิธีการใช้งาน คุณสมบัติในการเพิ่มผลผลิต และสามารถป้องกันการเกิดโรคของพืช
 - 2). ด้านราคา เกษตรกรจะเลือกวัสดุการเกษตร ที่ราคาเหมาะสมกับปริมาณที่บรรจุคุณภาพ และตราสินค้า ที่สำคัญคือทำให้เครดิตแก่เกษตรกรในการชำระเงิน
 - 3). ด้านสถานที่จัดจำหน่าย เกษตรกรจะเลือกร้านค้าปลีก ที่มีความสะดวกในการเดินทาง
 - 4). ด้านการส่งเสริมการตลาด เกษตรกรจะเลือกซื้อผ่านป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ข้างทาง เพราะเข้าใจง่าย และพบเห็นได้ทั่วไป
3. ปัจจัยภายนอก มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อวัสดุการเกษตร
 - 1). ด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากรายได้จากการทำการเกษตรขึ้นอยู่กับสถานะเศรษฐกิจ
 - 2). ด้านธรรมชาติ เกษตรกรจะคิดว่าปัญหาเรื่องโรคระบาดพืช และปัญหาศัตรูพืชมาจากปัจจัยทางธรรมชาติ และยังกังวลกับการเกิดอุทกภัยทางธรรมชาติด้วย
 - 3). ด้านนโยบายรัฐบาล จะช่วยลดปัญหาในเรื่องการชำระหนี้สินได้ คือมีการแบ่งเบาภาระทางการเงินให้แก่เกษตรกร

1.3 การดำเนินการวิจัย

1.3.1 วิธีการดำเนินการ

ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ได้มีการทำวิจัยการตลาดแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.3.2 ผู้ให้ข้อมูล (Key Informants)

สำหรับการวิจัยนี้ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ คือ

1.3.2.1 ชวนาในพื้นที่ อ.ลาดบัวหลวง จ.อยุธยา จำนวน 2 คน

1.3.2.2 ผู้รับเหมาเกี่ยวข้าวในพื้นที่ อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี และอ.ลาดบัวหลวง จ.อยุธยา เป็นผู้ที่มีความต้องการซื้ออะไหล่รถเกี่ยวข้าว จำนวน 2 คน

1.3.2.3 ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ และอะไหล่การเกษตร ที่สามารถซื้อสินค้าเหล่านี้ได้ในราคาขายส่ง ร้านค้าตั้งอยู่ที่ จ.นครปฐม จำนวน 1 คน

1.3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการสัมภาษณ์ ได้ใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลโดยมีแบบสัมภาษณ์ 3 ชุด สำหรับผู้ให้ข้อมูลที่ต่างกัน (ภาคผนวก ก) ดังนี้

ชุดที่ 1 สำหรับชาวนา ประกอบด้วย 2 ส่วน จำนวน 11 ข้อ คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่

- 1.ชื่อ - นามสกุล
- 2.การศึกษา
- 3.เริ่มทำเกษตรกรรมมาตั้งแต่เมื่อไหร่
- 4.จำนวนปีที่ทำอาชีพนี้การเพาะปลูกหลัก และอะไรให้ผลผลิตสูงสุด
- 5.รายได้ และรายจ่ายต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเกี่ยวข้าว จากผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว ได้แก่

- 1.ใช้บริการเกี่ยวข้าวจากผู้รับเหมาที่มีราย-และใช้บริการของใคร
- 2.ความถี่ในการใช้บริการเกี่ยวข้าว
- 3.การบริการของผู้รับเหมาเกี่ยวข้าวเป็นอย่างไร
- 4.ค่าจ้างในการจ่ายผู้รับเหมาเกี่ยวข้าวเท่าใด อย่างไร
- 5.การบริการจากผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว มีอุปสรรคในระหว่างการทำงาน

หรือไม่ อย่างไร

- 6.แนวโน้มการใช้บริการจ้างรับเหมาเกี่ยวข้าวเป็นอย่างไร

ชุดที่ 2 สำหรับผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว ประกอบด้วย 2 ส่วน จำนวน 11 ข้อ คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่

- 1.ชื่อ - นามสกุล
- 2.การศึกษา
- 3.เริ่มทำอาชีพรับเหมาเกี่ยวข้าวมาตั้งแต่เมื่อไหร่ จำนวนปีที่ทำอาชีพนี้
- 4.จุดเริ่มต้นการทำธุรกิจนี้ ใครคือลูกค้า

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้อะไหล่ ได้แก่

- 1.ประเภทของอะไหล่ที่ใช้ และอะไรที่ซื้อบ่อยที่สุด
- 2.รถเกี่ยวข้าวที่ใช้ยี่ห้ออะไร
- 3.อะไหล่ที่ใช้ยี่ห้ออะไร

4.เวลาที่มีการซื้ออะไหล่ รวมถึงความถี่ในการซื้อต่อเดือน ปริมาณการซื้อ

5.สถานที่ซื้ออะไหล่ การบริการที่ได้รับ แนวโน้มการซื้อ

6.ถ้ามีร้านอะไหล่รถเกี่ยวขั้วมาเปิดใหม่ คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าที่อยากให้มีขายในร้านอะไหล่รถเกี่ยวขั้ว

ชุดที่ 3 แบบสัมภาษณ์สำหรับ ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ และอะไหล่ การเกษตร ประกอบด้วย 2 ส่วน จำนวน 13 ข้อ ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่

1.ชื่อ - นามสกุล

2.การศึกษา

3.เริ่มทำร้านจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ และอะไหล่การเกษตรมาตั้งแต่เมื่อไหร่

4.จำนวนปีที่ทำธุรกิจนี้ จุดเริ่มต้นการทำธุรกิจนี้ ใครคือลูกค้าเป้าหมาย

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับ การประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ และอะไหล่ การเกษตร ดังนี้

1.อะไรเป็นแรงบันดาลใจที่ทำให้คุณตัดสินใจมาตั้งบริษัทเกี่ยวกับอุปกรณ์

การเกษตร

2.ในการกำหนดเป้าหมายขององค์กรไม่ทราบว่ามีปัจจุบันตั้งมากี่ปี ใครคือลูกค้า

แล้วแบ่งประเภทของลูกค้าอย่างไร

3.อะไรคืออุปสรรคที่ยากที่สุดเมื่อคุณเริ่มเปิดกิจการเกี่ยวกับการเกษตร

4.หลังจากเปิดกิจการแล้ว ความเสี่ยงของร้านมีอะไรบ้าง สามารถแก้ไขอย่างไร

5.อะไรคือจุดแข็งของร้าน หรือมีบริการอะไรบ้าง ที่คิดว่าลูกค้าต้องมาสั่งซื้อ

ของที่คุณ

6.สินค้ามีกี่ประเภท อะไรบ้าง สินค้าชนิดใดที่มีการซื้อบ่อยที่สุด แล้วการซื้อต่อ

ครั้ง จำนวนเท่าใด

7.มีวิธีการซื้อขาย หรือโปรโมชั่นกับลูกค้าที่ซื้อแล้วไปขายต่ออย่างไรบ้าง

8.อยากให้แนะนำเกี่ยวกับธุรกิจการซื้อขายสินค้าประเภทอุปกรณ์การเกษตร

สำหรับผู้สนใจต้องการซื้อของที่ร้านไปขายต่อ

1.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการ และความต้องการในบริการใหม่ของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.3.5 สรุปผลการวิจัย

1.3.5.1 ผลจากการสัมภาษณ์ (Indepth Interview) สำหรับชาวนา สามารถสรุปการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผู้ให้สัมภาษณ์คนแรกชื่อนายสุพล ภัคทีไพบุลย์ จบการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 6 ประกอบอาชีพทำ สวน และทำนา 40 ปี รายได้อยู่ที่ 60,000 บาทต่อ 4 เดือน รายจ่ายอยู่ที่ 10,000 บาทต่อเดือน และผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 ชื่อนายสงวน แอบบุญ จบการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 4 ประกอบอาชีพทำนา 45 ปี รายได้อยู่ที่ 60,000 บาทต่อ 4 เดือน รายจ่ายอยู่ที่ 10,000 บาทต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ผู้ให้สัมภาษณ์ ใช้บริการเกี่ยวข้าวจากผู้รับเหมาในพื้นที่ โดยความถี่ในการใช้บริการรถเกี่ยวข้าว 3 ครั้งต่อปี รถดีดิน 2 ครั้งต่อปี ส่วนการบริการของผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า บริการดี คือ เสร็จทันตามเวลาที่กำหนด สามารถถือคว้นที่ ที่ผู้จ้างต้องการเกี่ยวข้าวได้โดยค่าจ้างในการจ่ายผู้รับเหมาเกี่ยวข้าวคิดเป็นไร่ละ 300 บาท รถดีดินไร่ละ 130 บาท ส่วนน้ำมันรถผู้จ้างเป็นคนจ่ายเอง และจะจ่ายเงินค่าจ้างเมื่องานเสร็จเรียบร้อยแล้ว และในระหว่างการดำเนินงานของผู้รับเหมาเกี่ยวข้าวก็มีอุปสรรคเกิดขึ้นทุกครั้ง เช่น ฝนตก ดินหล่ม ส่งผลทำให้อะไหล่รถที่ใช้เกิดเสียหาย เสียเวลาเปลี่ยนสำหรับผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว แต่ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้จ้าง สุดท้ายผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวว่า สำหรับแนวโน้มการใช้บริการจ้างรับเหมาเกี่ยวข้าว นั้น จะใช้ไปตลอด จนกว่าจะไม่สามารถประกอบอาชีพทำนาได้

1.3.5.2 ผลจากการสัมภาษณ์ (Indepth Interview) สำหรับผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว สามารถสรุปการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผู้ให้สัมภาษณ์คนแรกชื่อนายคมสัน จันทร์แจ่ม จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เริ่มสนใจธุรกิจนี้ได้เพราะที่บ้านเป็นเกษตรกรอยู่แล้ว โดยเริ่มดำเนินธุรกิจมา 6 ปี ทำธุรกิจ 2 ประเภท คือ รถเกี่ยวข้าว และรถดีดิน ซึ่งเป็นรถที่ผลิตมาจากหมู่บ้านทั้งสิ้น คือ ผลิตจากอู่รพจน์การช่าง และรถดีดินที่ใช้ ผลิตจากอู่พ.เจริญพัฒนา โดยลูกค้าคือชาวนา และผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 ชื่อนายศักดิ์ อิมแก้ว จบการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 6 เริ่มต้นทำธุรกิจจากการเป็นเกษตรกรมาก่อน และเริ่มมีผู้ว่าจ้างรถเกี่ยวข้าวมากขึ้น จึงดำเนินธุรกิจขึ้น โดยทำธุรกิจมาแล้ว 20 ปี ประเภทเดียว คือ รถเกี่ยวข้าว ซึ่งเป็นรถที่ผลิตมาจากหมู่บ้านเช่นเดียวกัน คือ รถเกี่ยวข้าวที่ใช้ ผลิตจากอู่รพจน์การช่าง จำนวน 2 คัน โดยผู้ให้สัมภาษณ์มีลูกค้าชาวนาที่ใช้บริการประจำอยู่ 50 ครัวเรือน

ส่วนที่ 2 ผู้ให้สัมภาษณ์ทำธุรกิจ 2 ประเภท คือ รถเกี่ยวข้าว และรถดีดิน ซึ่งเป็นรถที่ผลิตมาจากหมู่บ้านทั้งสิ้น คือ รถเกี่ยวข้าวที่ใช้ ผลิตจากอู่รพจน์การช่าง และรถดีดินที่ใช้ ผลิตจากอู่พ.เจริญพัฒนา โดยผู้ให้สัมภาษณ์จะซื้ออะไหล่รถเกี่ยวข้าวประเภท สายพาน ยี่ห้อมิตชูบุชชี และอะไหล่จำพวกหมามใบมีด หัวจรวด ยี่ห้อมงปอง เป็นต้น ส่วนอะไหล่รถดีดินที่ใช้ คือ ใบมีด ยี่ห้อม

SMA อุปกรณ์ตัวเดิน (โซ่ เฟืองเดิน โรลเลอร์) ยี่ห้อ SK อะไหล่จำพวกนี้ถอดแตร็ก ยี่ห้อ โคมัตซี และ จำพวกน้ำมันเครื่อง น้ำมันเกียร์ น้ำมันไฮดรอลิกส์ ยี่ห้อเทรน ซึ่งอะไหล่ทั้งหมดนี้สามารถใช้ได้กับรถที่ ประกอบเองทุกคู่ สำหรับความถี่ในการซื้ออะไหล่ ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า จะคิดเป็นไร่ ไร่ ไร่ ครบอายุของรถ ทั้ง 2 รุ่น ประมาณ 1 ปี ใช้งานได้ประมาณ 1,000 ไร่ ก็จะเปลี่ยนอะไหล่ใหม่ทั้งชุด หรืออาจจะมีการ กระทบ เช่น ขณะที่รถทำงาน สายพานเกิดหย่อน ก็จะต้องเปลี่ยนสายพานทันที เพราะอันตราย สามารถเกิดอุบัติเหตุได้ โดยปกติผู้ให้สัมภาษณ์จะซื้ออะไหล่จากร้านส.ไพบูลย์ และร้านนิวอริชาติที่ อยู่ในตัว อ.ลาดบัวหลวง จ.อยุธยา ซึ่งต้องขับรถไปซื้อประมาณ 50 กม.จากบ้าน ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ให้ ความเห็นเกี่ยวกับข้อดี และข้อเสียของร้านทั้ง 2 ไร่ว่า ร้านส.ไพบูลย์ บริการดี คุณภาพสินค้าดี มี ความแม่นยำในการหยิบ มีของสมนาคุณตอนสิ้นปีให้ 1 ชิ้น และให้ข้อมูลสินค้า รวมถึงงานซ่อม ละเอียด แต่ราคาแพง และหยุดทุกวันอาทิตย์ ส่วนร้านนิวอริชาติ ราคาถูกกว่า เน้นงานเร็ว เปิด บริการทุกวัน แต่พนักงานในร้านไม่แม่นยำในการจดจำสินค้า ต้องนำเอาตัวอย่างมาเทียบทุกครั้ง และ งานซ่อมไม่ละเอียด ผู้ให้สัมภาษณ์ยังกล่าวอีกว่า เห็นด้วยที่จะมีการเปิดร้านอะไหล่เกี่ยวกับรถที่ใช้ใน การเกษตรมาเปิดบริการใกล้บ้าน เพราะประหยัดน้ำมันรถยนต์ที่ต้องเดินทางไปซื้อของ รวมถึง สามารถโทรสั่งของล่วงหน้าไว้ก่อน แล้วขับไปรับของมาใส่รถเกี่ยวกับที่กำลังซ่อมได้โดยไม่ขาดตอน ถือ เป็นการประหยัดเวลาได้ด้วย สำหรับสินค้าที่อยากให้มีขายในร้าน ผู้ให้สัมภาษณ์แนะนำว่า อยากให้มี อะไหล่เฉพาะทางของประเภทรถยนต์ที่ใช้ในการเกษตรต่างๆ โดยของต้องครบทุกชิ้น สามารถไปร้าน เดียวแล้วได้ของครบตามต้องการ ตัวอย่างเช่น อัดสายไฮดรอลิกส์ สามารถพัง หรือเสียได้ตลอดเวลา และลูกปืนในตัวเดิน เนื่องจากใช้ของแมคโครรุ่นเก่า อาจแตกได้ตลอดเวลา แต่ร้านทั่วไปไม่มีขาย จะ มีแต่ร้านขายอะไหล่ทางการเกษตรเท่านั้น รวมถึงเหล็กเส้น เพื่อไว้สำหรับงานซ่อมเองที่บ้าน และผู้ให้ สัมภาษณ์ยังกล่าวอีกว่า คนที่ทำธุรกิจเช่นนี้ ในเขตพื้นที่ยังมีอีกจำนวนมาก ถ้ามีร้านขายอะไหล่ จำพวกนี้มาเปิดขาย จะต้องมีคนมาใช้บริการแน่นอน

1.3.5.3 ผลจากการสัมภาษณ์ (Indepth Interview) สำหรับผู้ประกอบการร้านจำหน่ายวัสดุ อุปกรณ์ และอะไหล่การเกษตร สามารถสรุปการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผู้ให้สัมภาษณ์ชื่อนายฐิตินันท์ ตรีอริยสันต์ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำธุรกิจร้านจำหน่ายอะไหล่รถเกี่ยวข้าว ทำธุรกิจมา 5 ปี โดยเห็นช่องทางการทำธุรกิจจากการที่ สังเกตว่าปัจจุบันเกษตรกรไทยหันมาใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตรมาใช้ในงานเกษตรกรรมมากกว่า ใช้อุปกรณ์ดั้งเดิม ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวต่อว่า ที่ร้านมีลูกค้า 2 ประเภท คือ ผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว และอยู่ ประกอบรถเกี่ยวข้าว

ส่วนที่ 2 ผู้ให้สัมภาษณ์ทำธุรกิจร้านจำหน่ายอะไหล่รถเกี่ยวข้าว เห็นช่องทางการทำ ธุรกิจจากการที่สังเกตว่าปัจจุบันเกษตรกรไทยหันมาใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตรมาใช้ในงาน เกษตรกรรมมากกว่าใช้อุปกรณ์ดั้งเดิม ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวต่อว่า ที่ร้านมีลูกค้า 2 ประเภท คือ

ผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว และผู้ประกอบการเกี่ยวข้าว โดยทางร้านมักเจออุปสรรคเรื่องราคา คู่แข่งที่มี
ประสบการณ์มากกว่า และการชำระเงินของลูกค้า ซึ่งถือว่าเป็นความเสี่ยงที่สำคัญ ทางร้านจึงให้
เครดิตกับลูกค้า 30 วัน ในการชำระเงิน ผู้ให้สัมภาษณ์แจ้งว่า จุดแข็งของร้าน คือ มีบริการซ่อม
รับประกันสินค้า จัดส่งฟรีทั่วประเทศ รวมถึงสินค้าดีมีคุณภาพ โดยสินค้าที่ลูกค้าซื้อบ่อยครั้งที่สุด เช่น
ระบบไฮโดรลิกส์ อะไหล่ช่วงล่างรถเกี่ยวข้าว และจะซื้อเป็นประจำ แต่จะซื้อจำนวนมากช่วงเกี่ยวข้าว
สุดท้ายผู้ให้สัมภาษณ์ ได้ให้คำแนะนำผู้ที่สนใจซื้อไปขายต่อว่า ของที่ขายจะต้องมีคุณภาพ และ
สามารถรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้า ว่าต้องการสินค้าชนิดใด และยี่ห้ออะไรที่ลูกค้าจำเป็นต้องใช้



บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

บทนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน และการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจภายใต้แนวคิด และทฤษฎีเรื่อง SWOT Analysis ของ Albert Humphrey เพื่อนำมาสรุปเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการดำเนินงานของธุรกิจโดยแบ่งเป็นปัจจัยเสี่ยงภายใน และปัจจัยเสี่ยงภายนอก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 SWOT Analysis ของ Albert Humphrey

สำหรับหลักการสำคัญของ SWOT ก็คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง รู้จักสภาพแวดล้อม ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอก และภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้ว และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กร ธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่างๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน โดยใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของกิจการ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการตลาด จะเป็นการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการทำตลาดเพื่อให้รู้ว่าขายได้หรือไม่ ปัจจัยสำคัญในการวิเคราะห์ตลาด ได้แก่การกำหนดการแบ่งส่วนตลาด และส่วนประสมทางการตลาด

สถานการณ์ ร้านจ่าบุญอะไหล่ยนต์การเกษตร เป็นธุรกิจใหม่ จะเริ่มดำเนินการในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2558 มีการกำหนดการแบ่งส่วนตลาด โดยใช้หลักเกณฑ์ทางด้านภูมิศาสตร์ที่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม และลักษณะประชากรศาสตร์ที่เป็นเกษตรกรร้อยละ 90 ของพื้นที่ทั้งหมด โดยกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีศักยภาพสำหรับกรตลาด คือ ผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อมาก และทางร้านมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งทำเกษตรกรรม และใกล้กับที่อยู่อาศัยของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเมื่อเทียบกับคู่แข่งแล้วเราถือว่ามิซ้อได้เปรียบเรื่องทำเลที่ตั้งร้านที่ใกล้กว่า

ผลกระทบ คือ ลูกค้าเป้าหมายในพื้นที่ยังไม่รู้จักร้าน และไม่มีฐานลูกค้าเลย

2. ปัจจัยด้านเทคนิค เป็นการวิเคราะห์ถึงขีดความสามารถในการผลิตสินค้า หรือบริการ และขีดความสามารถในเชิงการจัดการองค์ธุรกิจ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง และสิ่งปลูกสร้าง เครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ต้องใช้ กำลังการผลิต และกรรมวิธีการผลิต ต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการผลิต รวมถึงการจัดโครงสร้างขององค์กร และการจัดการเกี่ยวกับทรัพยากรทางการบริหารต่างๆ

สถานการณ์ สินค้าประเภทอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถไถดินจำเป็นต้องมีการสต็อกของไว้จำนวนหนึ่ง เพราะเป็นสินค้าที่ต้องใช้เป็นประจำเกือบทุกวัน สำหรับการจัดโครงสร้างขององค์กรจะมีผู้บริหารที่เป็นเจ้าของธุรกิจ 1 คน ดูแลเรื่องการจัดซื้อ การตลาด และการจัดการสินค้าคงคลัง พนักงานดูแลการเงิน 1 คน และพนักงานขายอีก 1 คน โดยจะเปิดให้บริการตั้งแต่ 7.30–18.00 น.

ผลต่อธุรกิจ ถ้าบริหารสินค้าคงคลังผิดพลาด อาจส่งผลให้ต้องมีต้นทุนจมและขาดทุนได้

3. ปัจจัยด้านการขาย ถือเป็นหัวข้อสำคัญในการดำเนินธุรกิจประเภทนี้มาขายไป

สถานการณ์ เนื่องจากร้านจำหน่ายอะไหล่ยนต์การเกษตรเป็นกิจการเปิดใหม่ และไม่มีประสบการณ์ในการขายสินค้าประเภทนี้ จึงทำให้เป็นข้อเสียเปรียบกับคู่แข่ง

ผลต่อธุรกิจ ลูกค้าน่าจะไม่พึงพอใจ หรือเสียเวลาในการรอพนักงานของร้านจัดหาสินค้าตามที่ลูกค้าสั่งหรือการแนะนำสินค้าอาจไม่ชัดเจน เนื่องจากพนักงานมีประสบการณ์น้อยกว่าคู่แข่ง

4. ปัจจัยด้านการเงิน เป็นงานลำดับสุดท้ายก่อนที่จะตัดสินใจดำเนินการใดๆ ทางธุรกิจ เมื่อผลการวิเคราะห์ด้านการตลาดยืนยันว่าขายได้แน่ๆ และผลด้านเทคนิคสรุปได้ว่ามีขีดความสามารถที่จะทำได้อย่างแน่นอน การวิเคราะห์ทางการเงินจึงเกิดขึ้นเพื่อให้รู้ว่า การขายได้ และทำได้นั้นโครงการดังกล่าวนี้จะมีมูลค่าหรือไม่ โดยจะพิจารณาถึงต้นทุนต่างๆ ที่จะต้องจ่ายออกไป เปรียบเทียบกับผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับกลับคืนมา ว่ามันคุ้มกันหรือไม่

สถานการณ์ กิจการไม่มีผู้ร่วมทุน ทางผู้บริหารจึงต้องทำการกู้เงินจากธนาคารเพื่อมาเปิดกิจการครั้งนี้ เพราะไม่ต้องการให้เงินทุนจมไปกับการลงทุนทั้งหมด รวมถึงต้นทุนของสินค้านี้จำนวนมาก และราคาค่อนข้างแพง จำเป็นต้องใช้เงินทุนจำนวนมากพอสมควรในการสต็อก สินค้า

ผลต่อธุรกิจ อาจมีผลต่อสภาพคล่อง เกี่ยวกับเงินหมุนเวียนในการซื้อของเข้าร้าน

2.3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอกโดยมีประเภทของปัจจัย คือ

1. ปัจจัยด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต หรือวัตถุดิบ หมายถึง ผู้ที่เชื่อมโยงลูกค้าทั้งหมดของธุรกิจในระบบการส่งมอบคุณค่า โดยทำหน้าที่ในการจัดหาทรัพยากรที่ธุรกิจนำมาใช้ผลิตสินค้า และบริการ (ประวิทย์ พุ่มพา, 2552)

สถานการณ์ ทางกิจการต้องอาศัยคู่ค้าในการค้า เนื่องจากสินค้ามีต้นทุนสูง ไม่สามารถผลิตสินค้าเองได้ โดยมีการเลือกคู่ค้าไว้หลายราย ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงที่กรณีคู่ค้าเจ้าประจำ เกิดมีปัญหาทางร้าน เช่น ไม่สามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงตามกำหนด หรือสินค้าหมด จะได้ไปซื้อสินค้าอีกรายที่มีสำรองไว้ได้ โดยจำเป็นต้องคัดเลือกคู่ค้าที่ขายราคาส่งต่ำที่สุด

ผลต่อธุรกิจ กรณีที่ถ้าคู่ค้าเปลี่ยนไปทำธุรกิจเอง หรือเน้นขายคู่แข่ง โดยอาจมีการขึ้นราคา ก็ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการขายอย่างมาก

2. ปัจจัยด้านการเมือง และกฎหมาย เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผล กระทบต่อนโยบายประกอบธุรกิจของประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลแบบผสมพรรคบ่อยๆ นักลงทุนทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติจะอ่อนไหวกับปัจจัยทางการเมือง เพราะเกี่ยวข้องกับกฎหมาย และมาตรการต่างๆ เช่น มาตรการส่งเสริมการลงทุน กฎระเบียบที่ใช้สำหรับการค้าระหว่างประเทศ

สถานการณ์ รัฐบาลมีนโยบายแก้ไขปัญหาราคาเรื่องข้าวที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ คือต้องทำอะไรให้ราคาข้าวสูงขึ้น การปรับปรุงพันธุ์ข้าว การกำหนดพื้นที่ปลูกข้าว รวมถึงความต้องการของตลาดเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชาวนา ชาวไร่ให้ดีขึ้นตามลำดับ โดย พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีกล่าวว่า ศูนย์ดำรงธรรม ของกระทรวงมหาดไทย และศูนย์เกษตรกร ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ทั้งสองศูนย์นี้จะต้องขับเคลื่อนทุกอย่าง ทุกปัญหาให้ประชาชน และเกษตรกรทั้งหมด โดยจะเชื่อมโยงทั้งสองศูนย์เข้าด้วยกัน จะมีการกำหนดพื้นที่ในการเพาะปลูกพืชให้เหมาะสมกับพื้นที่ โดยจะให้เจ้าหน้าที่จากกรมวิชาการเกษตรเข้าไปช่วยเหลือด้านพันธุ์พืช ลดราคาต้นทุน รวมไปถึงการจัดหาช่องทางการตลาดอย่างครบวงจร ในระยะยาวจะต้องสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ โดยจะส่งเสริมให้เรียนหนังสือในระดับที่สูงให้เป็นตัวแทนเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้ ต้องมีการสำรวจพื้นที่เพาะปลูกว่าในเขตชลประทานเท่าไร นอกเขตชลประทานเท่าไร มีการปลูกพืชอะไรบ้าง มีข้าวชนิดใดบ้าง เพื่อกำหนดพื้นที่โซนนิ่งให้เหมาะสม ให้มีประสิทธิภาพ รวมไปถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ สอนวิธีการเพาะปลูก จนถึงวิธีการเก็บเกี่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างรายได้อีกทางหนึ่ง สำหรับประชาชนที่ไม่มีที่ทำกิน หรือมีรายได้น้อย จะมีการแต่งตั้งคณะกรรมการเข้ามาดูแล เพื่อพิจารณาจัดสรรที่ทำกินกับประชาชนกลุ่มนี้อย่างเหมาะสม ช่วยสร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

ผลต่อธุรกิจ นโยบายของรัฐบาลที่ให้ลดต้นทุนการผลิตนั้น อาจส่งผลกระทบต่อไม่มากสำหรับร้านอะไหล่เครื่องจักรกลการเกษตร เพราะเครื่องจักรกลการเกษตร เป็นสิ่งที่ช่วยในการลดต้นทุนการผลิตในการเก็บเกี่ยวผลผลิตอยู่แล้ว

3. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เศรษฐกิจเป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นปริมาณการจัดสรร และการใช้ทรัพยากร ปัจจัยทางเศรษฐกิจมีแรงผลักดันที่สำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ ซึ่งมีปัจจัยที่

จะต้องนำมาศึกษาหลายปัจจัย เช่น ค่าเงินบาท อัตราการว่างงาน ภาวะราคาน้ำมัน ราคาเหล็ก และ ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย เป็นต้น

สถานการณ์ นายอาทิตย์ ทองเจริญ ฝ่ายกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์การลงทุน บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย จำกัด คาดการณ์ว่า แม้แนวโน้มเศรษฐกิจโลกในภาพรวมปี 2558 จะสามารถขยายตัวได้ดีขึ้นกว่าปี 2557 แต่เศรษฐกิจของบางประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น หรือยุโรป ยังคงมีความเสี่ยง ขณะที่เศรษฐกิจจีน ซึ่งเป็นผู้บริโภคน้ำมันรายใหญ่ของโลก ก็คาดว่าจะชะลอตัวลงจากปี ปัจจุบัน ทำให้แนวโน้มความต้องการน้ำมัน ไม่น่าจะปรับขึ้นสูงมากนัก สอดคล้องกับการที่สำนักงานพลังงานสากล (IEA) ได้ปรับลดคาดการณ์การเติบโตของอุปสงค์น้ำมันดิบโลกลง 230,000 บาร์เรลต่อวัน หรือลดลงกว่า 20% ขณะที่ประเทศผู้ผลิตน้ำมันนอกกลุ่มโอเปค รวมถึงสหรัฐอเมริกาเอง ก็ สามารถผลิตน้ำมันได้มากขึ้น ดังนั้น หากกลุ่มโอเปคยังคงรักษากำลังการผลิตที่ระดับเดิม โดยไม่มีการหยุดซ่อมบำรุงใดๆ อาจส่งผลให้อุปทานส่วนเกินในโลกมีมากถึง 2 ล้านบาร์เรลต่อวัน และจะกดดันราคาน้ำมันให้ยังคงอยู่ในระดับต่ำอย่างต่อเนื่องในปี 2558

ผลต่อธุรกิจ ภาวะราคาน้ำมัน คือ ปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อธุรกิจโดยตรง คือ เนื่องจากเครื่องจักรกลทางการเกษตรจะสามารถทำงานได้นั้น ต้องใช้น้ำมันในการขับเคลื่อน รวมถึง ความผันผวนของราคาน้ำมันที่ผ่านมาเป็นที่ชัดเจนว่าไม่มีใครสามารถกำหนดราคาน้ำมันล่วงหน้าได้

4. ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมาก เนื่องจากโครงสร้างทางสังคมประกอบไปด้วย ครอบครัว ชุมชน ไปจนถึงระดับประเทศ ซึ่งในแต่ละสังคมก็จะมีทัศนคติทางสังคม ค่านิยม และวัฒนธรรม ที่แตกต่างกันออกไป โดยขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากร บทบาท หรือสถานภาพของบุคคล และระดับชนชั้นทางสังคม

สถานการณ์ บริเวณพื้นที่ตั้งของกิจการมีผู้ทำอาชีพทำนาร้อยละ 90 โดยเป็นเจ้าของพื้นที่เอง ซึ่งส่วนใหญ่ทำนาทั้งครอบครัว และทุกคนใช้บริการรถเกี่ยวข้าวจากผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว

ผลต่อธุรกิจ การตัดสินใจซื้อของ ของคนในพื้นที่มักขึ้นอยู่กับผู้ใหญ่ในบ้าน และมักจะซื้อของจากร้านที่ตนเคยซื้อ ซึ่งร้านจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร เป็นร้านที่กำลังจะเปิดใหม่ จึงยังไม่เคยมีฐานลูกค้า และความสัมพันธ์ทางการค้ากับลูกค้าคนใดมาก่อน

5. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจุบันเป็นยุคความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อ ทิศทาง และความก้าวหน้าขององค์กรธุรกิจ เช่น การใช้หุ่นยนต์เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การใช้ชุดคำสั่ง เพื่อช่วยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในการ จัดระบบบัญชีให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การนำเทคโนโลยี เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้แทนแรงงาน ของคน ส่งผลให้องค์กรต้องลดจำนวนพนักงานลง และต้องเพิ่มประสิทธิภาพพนักงานที่เหลือ มาตรการเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อไปถึงสถานที่ ห้องทำงาน ลักษณะงาน ค่าจ้าง และสวัสดิการต่างๆ

สถานการณ์ ปัจจุบันการทำงานใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตรเข้ามาช่วยในการทำงาน 100 เปอร์เซ็นต์ เพราะช่วยลดต้นทุน และแรงงานในการผลิต

ผลต่อธุรกิจ เป็นผลดีอย่างมาก เพราะทางร้านจำหน่ายอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถตีดินที่ใช้ทางการทำนาอยู่แล้ว

6. ปัจจัยด้านคู่แข่ง การวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ผู้ลงทุนจะวิเคราะห์ธุรกิจ เพื่อพิจารณาว่าธุรกิจตนเองนั้นมีความแข็งแกร่งทางการแข่งขันเพียงใด และสามารถนำมาพิจารณาศักยภาพในการทำกำไรในระยะยาวได้ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนต่อไป มีแนวโน้มที่ดีหรือไม่ โดยพิจารณาจากภาวะการแข่งขันในธุรกิจ และคาดการณ์เกี่ยวกับแนวโน้มของธุรกิจนั้นๆ ในอนาคตเพื่อประกอบการตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม

สถานการณ์ ร้านจรัญอะไหล่ยนต์การเกษตรนั้น เป็นธุรกิจใหม่ จะเริ่มดำเนินการในเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2558 จากการสำรวจธุรกิจค้าปลีกอะไหล่การเกษตรภายในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง มีธุรกิจค้าปลีกอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถตีดินอยู่ประมาณ 2 ร้าน ได้แก่ ร้านนิว อภิชาติ และร้านส.ไพบูลย์

ผลต่อธุรกิจ ร้านคู่แข่งที่เปิดมานานกว่า จะมีลูกค้าประจำอยู่แล้ว จึงทำให้ได้เปรียบกว่าร้านจรัญอะไหล่ยนต์การเกษตรทางด้านลูกค้าประจำ รวมถึงประสบการณ์ในการประกอบอาชีพ

2.4 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน โดยมีประเภทของปัจจัยเสี่ยง ดังนี้

ตารางที่ 2.1: แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
1. ปัจจัยด้านตลาด มีความเสี่ยงปานกลาง เนื่องจากลูกค้าเป้าหมายในพื้นที่ยังไม่รู้จักร้านและไม่มีฐานลูกค้าเลย จึงต้องเริ่มหาลูกค้าใหม่ให้ได้เร็วที่สุด			/			การใช้ความสนิทสนมเป็นการส่วนตัวในการติดต่อลูกค้าที่เคยใช้บริการร้านอื่นมาเป็นลูกค้าประจำของร้านให้ได้ โดยเริ่มต้นที่ลูกค้าในพื้นที่ก่อน เพราะข้อได้เปรียบของทางร้าน คือ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งทำเกษตรกรรม และใกล้กับที่อยู่อาศัยของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1(ต่อ) : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
2. ปัจจัยด้านเทคนิค ความเสี่ยง อยู่ระดับกลาง คือ สินค้าที่ขาย จะต้องครบถ้วนตามความต้องการ ของลูกค้าจริง ๆ ต้องมีความรู้ เฉพาะทางในเรื่องอะไหล่ เครื่องจักรกลการเกษตร เพื่อ สามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้ เพราะเป็นสิ่งสำคัญในการดึงลูกค้า ให้ลูกค้าประจำได้			/			ต้องนำระบบบาร์โค้ดมาใช้งาน เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว รวมถึงความมีประสิทธิภาพทั้งใน ด้านการขายสินค้า การควบคุม สินค้าคงคลัง
3. ปัจจัยด้านการขาย ความเสี่ยง อยู่ระดับกลางถึงสูง ลูกค้าอาจเสีย ความรู้สึก หรือเสียเวลาในการรอ พนักงานของร้านจัดหาสินค้าตามที่ ลูกค้าสั่งเนื่องจากมีประสบการณ์ น้อยกว่าคู่แข่ง			/			ลูกค้าสามารถสั่งสินค้าผ่าน แอปพลิเคชันไลน์กับทางร้าน ล่วงหน้าได้ และมีการอบรม พนักงานขายทุกปี
4. ปัจจัยด้านการเงิน ถือว่าเป็น ปัจจัยที่มีความเสี่ยงมากที่สุดเพราะ การลงทุนเริ่มต้นสูงมาก			/			หาแหล่งเงินทุนไม่ว่าจะเป็นสถาบัน การเงิน หรือ Capital Angel ใน การดำเนินธุรกิจเพื่อให้มีสภาพ คล่องในการซื้อสินค้ามาจำหน่าย หรือรับภาระจากการที่ลูกค้าของ เครดิตการชำระเงิน

2.5 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก โดยมีประเภทของปัจจัยเสี่ยง ดังนี้

ตารางที่ 2.2: แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
1.ปัจจัยด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต เป็นความเสี่ยงระดับกลางกรณีถ้าคู่ค้าเปลี่ยนไปทำธุรกิจเอง เน้นขายคู่แข่ง โดยอาจมีการขึ้นราคา ก็ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการขายอย่างมาก			/			จำเป็นต้องมีการคัดเลือกคู่ค้าไว้หลายราย เพื่อลดความเสี่ยงกรณีคู่ค้าเปลี่ยนไปทำธุรกิจเอง หรือเกิดปัญหาสินค้าหมดเพื่อให้มีอำนาจต่อรองสูงขึ้น รวมทั้งการให้เครดิตเพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีไว้
2.ปัจจัยด้าน การเมือง และกฎหมาย ถือว่าความเสี่ยงค่อนข้างมาก เพราะรายได้ของเกษตรกรขึ้นอยู่กับนโยบายการเมืองของรัฐบาลเป็นหลัก แต่รัฐบาลปัจจุบัน เน้นให้เกษตรกร ลดต้นทุนการผลิต ซึ่งอาจกระทบต่อธุรกิจน้อย เพราะการเกี่ยวข้าวจำเป็นต้องใช้เครื่องจักรกล การเกษตรเข้ามาช่วยงาน				/		ควรสต็อกสินค้าประเภทที่มีความต้องการของผู้บริโภคมากเท่านั้น เพราะเสี่ยงต่อต้นทุนจม กรณีเกิดเหตุการณ์เปลี่ยนนโยบายของรัฐบาล
3.ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ถือว่ามีความเสี่ยงสูง คือ ชวนาไม่มีเงินลงทุนทำนา ส่งผลให้ผู้รับเหมาเกี่ยวข้าวได้กำไรน้อยลง หรืออาจจะไม่คุ้มค่ากับอะไหล่ที่ต้องซ่อม					/	ควรสต็อกสินค้าประเภทที่มีความต้องการของผู้บริโภคมากเท่านั้น เพราะเสี่ยงต่อต้นทุนจม กรณีเกิดเหตุการณ์เปลี่ยนนโยบายของรัฐบาล

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ) : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
4.ปัจจัยด้านสังคม เป็นความเสี่ยงระดับกลาง เนื่องจากการตัดสินใจซื้อของ ของคนในพื้นที่มักขึ้นอยู่กับผู้ใหญ่ในบ้าน และมักจะซื้อของจากร้านที่ตนเคยซื้อ ซึ่งร้านจําริญญอะไหล่ยนต์การเกษตร เป็นร้านที่กำลังจะเปิดใหม่ จึงยังไม่เคยมีฐานลูกค้า และความสัมพันธ์ทางการค้ากับลูกค้าคนใดมาก่อน			/			ควรมีกิจกรรมสร้างสรรค์ต่อชุมชนในพื้นที่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกิจการกับลูกค้า เช่น จัดงานบุญ ระดมทรัพย์ทอดกระถิน จัดผ้าป่าสามัคคี เป็นต้น
5.ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ความเสี่ยงน้อยที่สุด เพราะสินค้าที่ทางร้านจำหน่ายใช้ควบคู่กับเทคโนโลยีในการเกี่ยวข้าวอยู่แล้วในปัจจุบัน	/					ติดตามข่าวสารของเครื่องจักรกลทางการเกษตรใหม่ๆ เสมอ และศึกษาพร้อมที่จะให้คำแนะนำต่อลูกค้าที่สนใจได้
6.ปัจจัยด้านคู่แข่ง มีความเสี่ยงค่อนข้างสูง เนื่องจากร้านคู่แข่งที่เปิดมานานกว่า จะมีลูกค้าประจำอยู่แล้ว จึงทำให้ได้เปรียบกว่าร้านจําริญญอะไหล่ยนต์การเกษตร ทางด้านลูกค้าประจำ รวมถึงประสบการณ์ในการประกอบอาชีพ						ทำการโฆษณาว่ากิจการขายอะไร เวลาทำการเมื่อไหร่บ้าง ตั้งอยู่พื้นที่ใด โดยประกาศให้บุคคลในพื้นที่ และชุมชนใกล้เคียงทราบ และการใช้ความสนิทสนมเป็นการส่วนตัว ในการติดต่อลูกค้าที่เคยใช้บริการร้านอื่น มาเป็นลูกค้าประจำของร้านเราให้ได้ เริ่มต้นที่ลูกค้าในพื้นที่ก่อน

บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน

บทนี้ครอบคลุมการวิเคราะห์การแข่งขันภายใต้ทฤษฎีเรื่อง Five Forces Model ของ Michael Porter ประกอบด้วยสภาพการแข่งขัน และที่มาของการแข่งขัน คู่แข่งขันของธุรกิจ การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า และการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 สภาพของการแข่งขัน และที่มาของการแข่งขัน

ระดับของการแข่งขัน

บริษัท จี แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) (2557) กล่าวว่า การดำเนินงานในปี 2557 ภาคการเกษตรน่าจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.) ประเมินว่า ภาคการเกษตรจะเติบโต ร้อยละ 3-4 ประกอบกับการขาดแคลนแรงงานภาคการเกษตร และค่าแรงขั้นต่ำที่ปรับตัวสูงขึ้น จึงมีความต้องการใช้เครื่องจักรกลการเกษตรในการทำงานทดแทน ส่งผลให้ธุรกิจร้านค้าปลีกอะไหล่ยนต์การเกษตร มีการขยายตัวตามไปด้วย อีกทั้งการปรับตัวของธุรกิจในท้องถิ่นที่มีการปรับตัวพัฒนาร้านค้าให้มีรูปแบบที่ทันสมัยมากขึ้น เพื่อให้ร้านค้ามีความโดดเด่น และดึงดูดให้นำเข้าไปใช้บริการซื้อสินค้า รวมถึงการพัฒนาระบบการให้บริการให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ จึงทำให้มีการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาดค้าปลีกอะไหล่ยนต์การเกษตร

จุดเด่น/ความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน

จุดเด่นของคู่แข่งที่ส่งผลให้มีความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้แก่ ร้านค้าที่มีการเปิดให้บริการบริเวณใกล้พื้นที่มายาวนาน จึงมีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ยาวนานด้วย เช่น ร้านส.ไพบุลย์ ได้เปิดดำเนินการมากกว่า 10 ปี สำหรับจุดเด่น/ความได้เปรียบที่นำมาแข่งขันของร้านจ่ารัฐอะไหล่ยนต์การเกษตร คือ มีพื้นที่ใกล้แหล่งเกษตรกรรม และใกล้แหล่งพื้นที่เป้าหมาย

ผู้ครองส่วนครองตลาด

ผู้ครองตลาดภายในพื้นที่บริเวณ สีแยก อ.ลาดบัวหลวง จ.อยุธยา โดยแยกประเภทตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. ประเภทอุปกรณ์การเกษตรทุกชนิด

ร้านอุปกรณ์การเกษตรประเภทนี้จะขายสินค้าครบทุกชนิด เช่น จอบ เสียม เมล็ดพันธ์พืช อุปกรณ์หว่านข้าว ปั่นน้ำ เป็นต้น โดยผู้ครองตลาดของอุปกรณ์การเกษตรประเภทนี้ ได้แก่ ร้านโชคชัยนานาภัณฑ์

2. ประเภทอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถดีดีนทุกชนิด

ร้านอุปกรณ์การเกษตรประเภทนี้จะขายสินค้าจำพวกอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถดีดีนทุกชนิด เช่น โซ่ เฟืองขับ น้ำมันไฮดรอลิกส์ ลูกปืน เป็นต้น โดยผู้ครองตลาดของร้านอุปกรณ์การเกษตรประเภทนี้ได้แก่ ร้านส.ไพบูลย์ และร้านนิวอภิชาติ

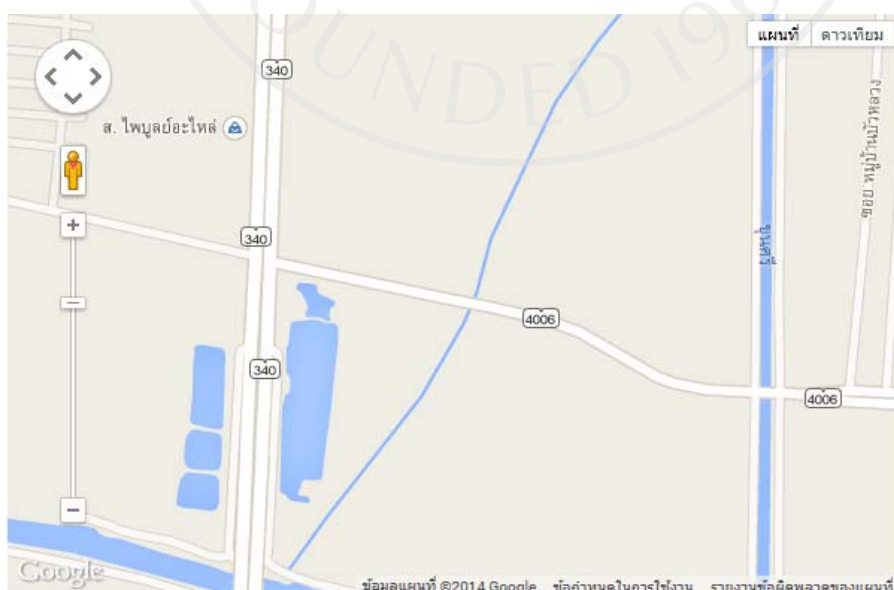
3.2 ที่มาของการแข่งขัน

ที่มาของการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าปลีกอะไหล่ยนต์การเกษตร ที่มีแนวโน้มการแข่งขันค่อนข้างสูง เจษฎา อุดมกิจมงคล (2554) กล่าวว่า ปัญหาการขาดแคลนแรงงานด้านการเกษตร ทำให้อัตรากำลังแรงงานภาคเกษตรค่อนข้างสูง ส่งผลให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนมาใช้บริการเครื่องจักรกลทางการเกษตรเพิ่มขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจที่จะปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาวะการแข่งขัน การขยายสาขา หรือเปิดกิจการธุรกิจร้านค้าปลีกอะไหล่ยนต์การเกษตรใหม่

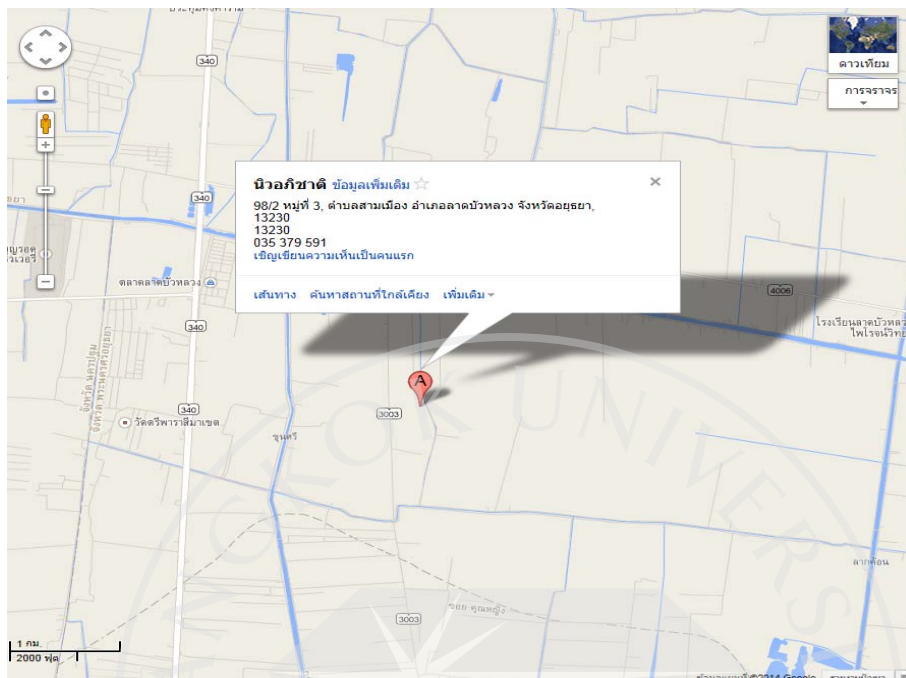
3.3 คู่แข่งขันของธุรกิจ

- 1) คู่แข่งขันหลักได้แก่ ร้านส.ไพบูลย์ และร้านนิวอภิชาติ
- 2) คู่แข่งรอง ได้แก่ ร้านโชคชัยนานาภัณฑ์

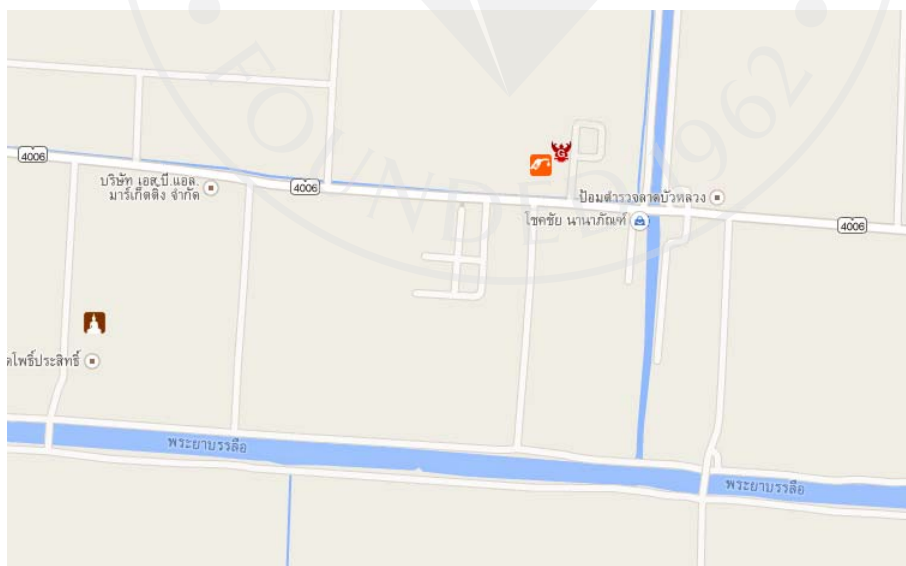
ภาพที่ 3.1: แสดงแผนที่สถานที่ตั้งของร้านส.ไพบูลย์



ภาพที่ 3.2: แสดงแผนที่สถานที่ตั้งของร้านนิวอภิชาติ



ภาพที่ 3.3: แสดงแผนที่สถานที่ตั้งของร้านโชคชัยนานาภัณฑ์



ร้านส.ไพบูลย์

ส.ไพบูลย์ เป็นร้านค้าอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถดีดดินทุกชนิดโดยเฉพาะ จัดเป็นคู่แข่งชั้นหลักของร้านจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร เพราะมีสินค้าจำหน่ายที่เหมือนกัน อีกทั้งมีการเปิดให้บริการมา

เป็นเวลานานกว่า ทำให้มีกลุ่มลูกค้าประจำอยู่แล้ว มีการบริการที่ดี คุณภาพสินค้าดี มีความแม่นยำในการหยิบสินค้า และสามารถให้ข้อมูลสินค้าได้ถูกต้องครบถ้วน จุดอ่อนของร้านส.ไพบูลย์ คือ อะไหล่มีราคาแพง และหยุดให้บริการทุกวันอาทิตย์ ทำให้ลูกค้าที่ทำงานวันอาทิตย์ไม่สามารถใช้บริการได้

ภาพที่ 3.4 : แสดงสภาพแวดล้อมของร้านส.ไพบูลย์



ร้านนิวอภิชาติ

ร้านนิวอภิชาติ เป็นร้านขายอะไหล่เครื่องจักรกลเกษตรทุกชนิด และอุปกรณ์การเกษตรครบวงจร จัดเป็นคู่แข่งชั้นหลัก ประเภทของสินค้าจะเน้นไปทางด้านอะไหล่รถเกี่ยวข้าว อะไหล่รถไถดิน และอะไหล่แบคโคทุกชนิด ที่ใช้ทางการเกษตร มีการเปิดให้บริการเป็นเวลานาน มีฐานลูกค้าประจำ มีพื้นที่ค่อนข้างกว้างขวาง ราคาถูกกว่า เน้นงานเร็ว เปิดให้บริการทุกวัน จุดอ่อนของร้านนิวอภิชาติ คือ พนักงานในร้านไม่แม่นยำในการจดจำสินค้า ต้องนำเอาตัวอย่างมาเทียบทุกครั้ง

ภาพที่ 3.5 : แสดงป้ายโฆษณา ร้านนิวอภิชาติ



ร้านโชคชัยนานาภัณฑ์

โชคชัยนานาภัณฑ์ เป็นศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างแบบครบวงจร จัดเป็นคู่แข่งชั้นรอง เพราะสินค้าที่จำหน่ายหลักต่างกัน อาจมีสินค้าบางชนิดที่มีขนาดเล็ก เช่น จำพวกน็อตขนาดต่างๆ เป็นต้น แต่ยังคงถือว่าเป็นคู่แข่งที่สามารถส่งผลกระทบต่อเราได้ เพราะมีสินค้าที่หลากหลาย และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางของคนในพื้นที่ แต่จุดอ่อนของร้านโชคชัยนานาภัณฑ์ คือ ไม่ค่อยบริการลูกค้า มักให้ลูกค้าหาสินค้าเอง จึงทำให้เสียเวลาในการเลือกซื้อสินค้า และมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้าไม่ค่อยดีนัก

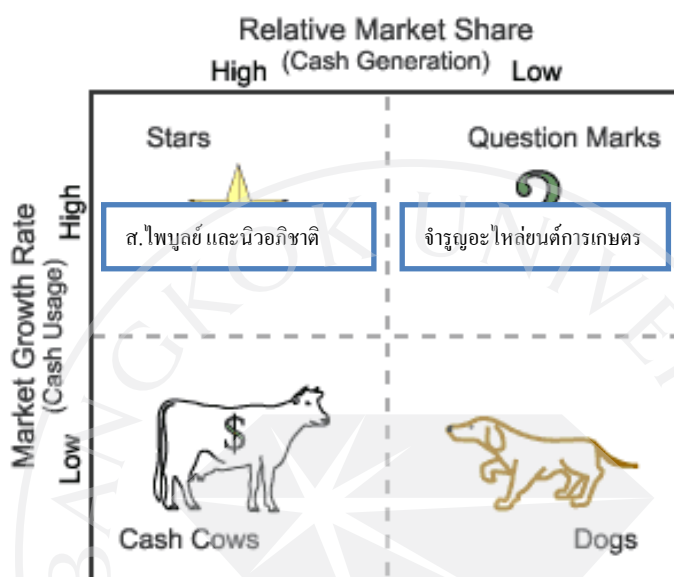
ภาพที่ 3.6: แสดงสภาพแวดล้อมของร้านโชคชัยนานาภัณฑ์



3.4 การวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ

1. การเขียนภาพวิเคราะห์ (BCG Model)

ภาพที่ 3.7: แสดงภาพวิเคราะห์ BCG Model ของจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร



ในการวิเคราะห์ BCG Model ของร้านจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตรนั้น ได้จัดอยู่ในกลุ่มของ QUESTION MARK เพราะเป็นร้านค้าในช่วงเริ่มเข้าสู่ตลาดใหม่ ซึ่งในบริเวณดังกล่าวจะมีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูง แต่ร้านจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร มีส่วนแบ่งการตลาดต่ำ เนื่องจากการที่จะเข้าไปเปิดธุรกิจในพื้นที่นั้นได้มีการวิเคราะห์ และสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาบ้างแล้วจึงรู้ความต้องการของลูกค้าว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายในพื้นที่นั้นต้องการให้ร้านจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตรมีรูปแบบในการบริหารจัดการ สินค้าที่จะนำมาวางขาย การขายสินค้า รวมถึงการบริการเป็นอย่างไร โดยจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตรมีการกำหนดการทำการตลาดอย่างชัดเจน เป็นขั้นตอนตามแบบแผนเพื่อที่จะให้การดำเนินธุรกิจนั้นเป็นไปตามการคาดการณ์ เพื่อต้องการให้การแบ่งส่วนการตลาดให้มากขึ้น โดยให้ไปอยู่ในกลุ่มของ STAR ได้ คือมีอัตราของยอดขายที่สูงและส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงด้วย

3.5 การวิเคราะห์ Five Force Model

1. Rivalry among Current Competitors (การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม)

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับปานกลาง เพราะจากการสำรวจธุรกิจค้าปลีกอะไหล่การเกษตรภายในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง มีธุรกิจค้าปลีกอะไหล่การเกษตรอยู่ประมาณ 2 ร้านซึ่งแต่ละร้านนั้นจะมีลูกค้าประจำอยู่แล้ว จึงทำให้ได้เปรียบกว่าทางร้านอยู่บ้าง แต่ทางร้านเองมีความได้เปรียบกว่า คือ มีพื้นที่ในการเปิดกิจการใกล้กับที่อยู่อาศัย และใกล้แหล่งเกษตรกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เนื่องจากปัจจัยการซื้อสินค้าชนิดนี้ ขึ้นอยู่กับขณะที่รถกำลังถูกใช้งานของลูกค้าเสมอ ทำให้เป็นทางเลือกที่ดีในการเลือกซื้อสินค้าให้ตรงกับความต้องการ และประหยัดเวลาได้มากที่สุด

2. Bargaining Power of Suppliers (อำนาจการต่อรองของคู่ค้า)

อำนาจการต่อรองกับคู่ค้านั้นอยู่ในระดับปานกลาง เพราะส่วนมากจะมีพนักงานขายเข้ามาเสนอขายสินค้าอยู่ตลอด อีกทั้งประเภทสินค้าที่มาเสนอขายจะเป็นประเภทเดียวกัน ต่างกันแค่แบรนด์ หรือยี่ห้อของสินค้า ซึ่งคุณภาพบางอย่างไม่แตกต่างกันมากนัก ทำให้เรามีอำนาจในการต่อรองซื้อสินค้ากับคู่ค้าค่อนข้างมาก รวมถึงคู่ค้าบางรายเคยเป็นอาจารย์ที่สอนตอนปริญญาตรีมาก่อน ทำให้การต่อรองราคาได้ง่ายขึ้น ซึ่งทำให้สามารถทำกำไรในสินค้านั้นโดยไม่ต้องเพิ่มราคาสินค้าหรือโปรโมชั่นอื่นๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า

3. Bargaining Power of Customer (อำนาจการต่อรองของลูกค้า)

อำนาจในการต่อรองของลูกค้าอยู่ในระดับต่ำ เพราะสินค้าประเภทนี้จำเป็นจะต้องใช้ ณ ตอนที่รถที่ใช้ในการเกษตรเสียหายทันที เนื่องจากทางผู้รับเหมาจะทำการกำหนดวันที่ทำงานแล้วเสร็จกับชาวนาไว้แล้ว กรณีที่เสียหายจะรีบไปซื้ออะไหล่ที่ใกล้กับแหล่งที่กำลังทำงานมาก่อนอย่างรวดเร็ว จึงไม่ค่อยมีอำนาจการต่อรองกับผู้ขายมากนัก

4. Threat of Substitute Products or Services (ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน)

ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากสินค้าทดแทน คือ อะไหล่ของรถจักรกลการเกษตร แบรนต์คูโบต้าซึ่งไม่เป็นที่นิยมสำหรับพื้นที่ภาคกลางที่เป็นดินหล่ม และมีขนาดพื้นที่ใหญ่ต่อเนื่องกัน และเพราะเป็นรถขนาดเล็ก จึงไม่สามารถลงไถในพื้นที่ที่เป็นหล่ม หรือเป็นดินเลนได้ อะไหล่สินค้าทดแทนแบรนต์นี้เหมาะกับพื้นที่เกษตรกรรมภาคอีสานมากกว่า ดังนั้นจึงถือว่าแทบจะไม่ถือว่าเป็นภัยคุกคามกับทางร้าน

5. Threat of New Entrants (ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่)

ธุรกิจค้าปลีกอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถดีดดินเป็นธุรกิจที่ค่อนข้างเข้ามาได้ยาก เนื่องจากจากการลงทุนที่ค่อนข้างสูงมาก ผู้แข่งขันหน้าใหม่จะต้องมีสินค้าครบตามที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงต้องสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าใหม่ซึ่งต้องใช้เวลาพอสมควร รวมถึงจะต้องมีประสบการณ์ ในการให้คำปรึกษา และสามารถแนะนำสินค้าให้กับลูกค้าได้ถูกต้อง แม่นยำอีกด้วย ผู้เข้ามาในตลาดใหม่จะต้องมีทำเลที่ดี

มีที่จอดรถเพียงพอ และมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดการการขาย การตลาด และระบบสารสนเทศเพื่อจะนำมาใช้ในการพัฒนายอดขาย และผลกำไร

3.6 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ตารางที่ 3.1: แสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่ง
ความหลากหลายของอะไหล่เครื่องจักรกลเกษตร	ร้านจำหน่ายอะไหล่ยนต์การเกษตรเป็นร้านจำหน่ายอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถดีดีนทุกชนิดที่มีความเฉพาะเจาะจงในสินค้า ซึ่งทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามที่ลูกค้าต้องการ	สินค้าของคู่แข่งที่นำมาจำหน่ายนั้นมีความหลากหลายมาก ส่วนมากจะเน้นเป็นประเภทสินค้าเคมีภัณฑ์ จำพวกปุ๋ย ยาฆ่าแมลง เป็นต้น จะไม่ค่อยเน้นอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถดีดีนทุกชนิด เหมาะกับลูกค้าที่ไม่ได้เน้นไปซื้ออะไหล่โดยเฉพาะ
ราคา	เนื่องจากในตลาดค้าอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถดีดีนทุกชนิด ในพื้นที่นั้นมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง การตั้งราคาของสินค้าของร้านจำหน่ายอะไหล่ยนต์การเกษตรจึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการตั้งราคาให้มีความใกล้เคียงกับคู่แข่ง และจะมีการใช้โปรโมชั่นต่างๆ มาช่วยในการดึงดูดลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้เข้ามาใช้บริการ	การตั้งราคาของคู่แข่งชั้นในตลาดนั้นมีการตั้งราคาที่ค่อนข้างแพง เพราะถือว่า มีร้านที่จำหน่ายอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถดีดีน มีจำนวนน้อยราย และสินค้าดังกล่าวก็มีความจำเป็นต่อลูกค้าเป็นอย่างมาก ทั้งๆ ที่สถานที่ตั้งอยู่ไกลจากบริเวณที่ลูกค้าอาศัย

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) : แสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่ง
เทคโนโลยี	ได้มีการนำเทคโนโลยีการบริหารจัดการขายสินค้าที่ใช้บาร์โค้ดมา เพื่อให้ในการขายสินค้าซึ่งจะช่วยทำให้ระบบบริหารจัดการนั้นมีประสิทธิภาพ และรวดเร็วขึ้น รวมถึงสามารถเช็คสต็อกของสินค้า และดูว่าสินค้าชนิดใดที่ขายดีซึ่งสามารถนำมาทำการวิเคราะห์ และวางแผนเพื่อทำการตลาดให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	การบริหารจัดการของคู่แข่งยังไม่มีมีการนำเทคโนโลยีมาในการขายสินค้า และการบริหารจัดการสต็อกสินค้า โดยส่วนใหญ่ใช้ความจำอย่างเดียว สินค้าตัวไหนจำไม่ได้จะเปิดดูในสมุดว่าในสต็อกมีของหรือไม่ ของมีกี่ชิ้น ราคาเท่าไร รวมถึงยังใช้ระบบการออกบิลเป็นแบบเขียนมือ

3.7 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

1. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง

ข้อได้เปรียบของทางร้าน คือ มีพื้นที่ในการเปิดกิจการใกล้กับที่อยู่อาศัย และใกล้แหล่งเกษตรกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเนื่องจากปัจจัยการซื้อสินค้าชนิดนี้ ขึ้นอยู่กับขณะที่รถกำลังถูกใช้งานของลูกค้าเสมอ ทำให้เป็นทางเลือกที่ดีในการเลือกซื้อสินค้าให้ตรงกับความต้องการ และประหยัดเวลาได้มากที่สุด

2. ปัจจัยด้านการบริหารงานขาย

โดยใช้เทคโนโลยีมาใช้ในระบบบริหารจัดการร้านจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร จะนำเอาระบบเทคโนโลยีการบริหารจัดการขายสินค้าแบบบาร์โค้ดมาใช้ เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว รวมถึงความมีประสิทธิภาพทั้งในด้านการขายสินค้า การควบคุมสินค้าคงคลังให้มีความถูกต้องมากที่สุด เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในเรื่องความรวดเร็วในด้านการบริการ และจำนวนของสินค้าให้มีความต้องการที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าซึ่งสามารถเช็คได้ทางระบบคอมพิวเตอร์ได้โดยทันที ซึ่งจะทำให้ร้านจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร ค่อนข้างมีความได้เปรียบกับคู่แข่งพอสมควร

บทที่ 4

การจัดทำแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

ผู้ศึกษาได้จัดทำกลยุทธ์ และแผนงานภายใต้แนวคิด และทฤษฎีเรื่อง (TOWS Matrix) ของ Wheelen & Hunger (2002, p. 115) โดยเนื้อหาประกอบด้วย ประเภทของกลยุทธ์แผนปฏิบัติการ การกำหนดตัวชี้วัดเพื่อการประเมินแผน งบประมาณ และแผนการรับรองธุรกิจในอนาคต โดยใช้วิธีการที่ทำให้ธุรกิจนำไปใช้ในการปรับปรุงการขาย และการบริการให้มีมาตรฐานสูง โดยเน้นการเพิ่มกำไร ความสะดวก และปลอดภัยของธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อรักษาฐานลูกค้าในระยะยาว ดังนี้

4.1 TOWS Matrix เป็นกรอบในการนำไปสู่กลยุทธ์

ภาพที่ 4.1: แสดงกรอบนำไปสู่กลยุทธ์ TOWS Matrix

สภาพแวดล้อม ภายใน	S-Strengths (จุดแข็ง)	W-Weaknesses (จุดอ่อน)
สภาพแวดล้อม ภายนอก	SO-Strategies (กลยุทธ์เชิงรุก)	WO-Strategies (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)
T-Threats (อุปสรรค)	ST-Strategies (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)	WT-Strategies (กลยุทธ์เชิงรับ)

TOWS Matrix เป็นเครื่องมือที่ใช้จับคู่ระหว่าง โอกาส อุปสรรคจากภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับ จุดแข็ง จุดอ่อนภายในองค์กร มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ 4 ทางเลือก เป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ดังนี้

- กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) คือ คือกลยุทธ์ที่องค์กรจะใช้ความเข้มแข็งภายในฉวยประโยชน์จากโอกาส ณ ภายนอกที่เปิดโอกาสให้ ซึ่งทุกองค์กรก็อยากจะได้ความเข้มแข็งภายในเพื่อที่จะฉวยประโยชน์
- กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) คือ ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อน และโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข
- กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) คือ ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็ง และข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน
- กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) คือ ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรเผชิญกับทั้งจุดอ่อน และข้อจำกัดภายนอกที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ และนำมากำหนดกลยุทธ์ระดับต่างๆดังนี้
 - (1) กลยุทธ์ระดับบริษัท จะบ่งบอกถึงทิศทางขององค์กรในอนาคต อุตสาหกรรมที่องค์กรจะแข่งขันใน แนวทางที่องค์กรจะยึดถือ และปฏิบัติต่อไป
 - (2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์เชิงแข่งขันมีพื้นฐานวิธีการที่ทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้
 - (3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่ เป็นกลยุทธ์ที่ระดับหน้าที่งานต่างๆ ในธุรกิจกำหนดขึ้น เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์ระดับธุรกิจ ถือเป็นพื้นฐานการลงปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจที่กำหนด

4.2.เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ TOWS Matrix

ตารางที่ 4.1 : แสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix

	<p>S – จุดแข็ง</p> <p>1.ทำเลที่ตั้งร้านที่ใกล้กลุ่มเป้าหมาย</p> <p>2.มีการใช้บาร์โค้ดมาใช้งานเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว รวมถึงความมีประสิทธิภาพทั้งในด้านการขายสินค้า การควบคุมสินค้าคงคลัง</p> <p>3.ลูกค้าสามารถไลน์สั่งสินค้ากับทางร้านล่วงหน้าได้</p>	<p>W - จุดอ่อน</p> <p>1.ลูกค้าเป้าหมายในพื้นที่ยังไม่รู้จักร้าน เพราะเป็นธุรกิจเปิดใหม่</p> <p>2.ต้นทุนในการผลิตสินค้าบางชนิดไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ราคาเหล็ก เป็นต้น</p>
<p>O – โอกาส</p> <p>1.อำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดอยุธยา และอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี เป็นพื้นที่ที่เพาะปลูกข้าวที่มีคุณภาพเป็นจำนวนมากของภาคกลาง</p> <p>2.นโยบายของรัฐบาลกรณีให้ลดต้นทุนการผลิตเกี่ยวกับการทำเกษตรกรรม จึงจำเป็นต้องใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตรมากขึ้น</p>	<p>SO STRATEGIES(จุดแข็ง-โอกาส)</p> <p>1.มีการเปิดร้านทุกวันไม่มีวันหยุด และเพิ่มเวลาในการทำการ เพราะร้านอยู่ใกล้แหล่งเกษตรกรรม</p> <p>2.จำหน่ายสินค้าผ่านระบบ e-commerce</p> <p>3.มีบริการอินเทอร์เน็ต และปลั๊กไฟบริการฟรี</p>	<p>WO STRATEGIES (จุดอ่อน-โอกาส)</p> <p>1.มีการส่งเสริมการตลาด โดยใช้วิธีปากต่อปาก ถ้าทำได้จะสามารถประชาสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็ว และลดต้นทุนด้านการส่งเสริมการตลาดได้</p> <p>2.มีตกแต่งร้าน และหน้าร้านให้ดูโดดเด่นกว่าร้านคู่แข่ง</p> <p>3.ผู้ประกอบการมีการฝึกอบรมพนักงานก่อนเริ่มงาน และต้องอบรมเป็นประจำทุกปี</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) : แสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix

<p>T – อุปสรรค</p> <p>1.ร้านของคู่แข่งเปิดบริการมานานกว่า 10 ปี ทำให้ลูกค้าบางกลุ่มยังติดกับการซื้อสินค้าจากคู่แข่งอยู่</p>	<p>ST STRATEGIES (จุดแข็ง-อุปสรรค)</p> <p>1.อาจมีสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรมาขายเพิ่มเติม</p> <p>2.มีการเพิ่ม และเปิดร้านให้เร็ว และนานขึ้นมากกว่าร้านอื่น</p> <p>3.เน้นการส่งสินค้าฟรีถึงที่เฉพาะที่มีการสั่งซื้อครั้งละมากๆ และอยู่ในบริเวณพื้นที่ร้านเท่านั้น</p>	<p>WT STRATEGIES(จุดอ่อน-อุปสรรค)</p> <p>1.บริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น</p> <p>2.จัดระบบสมาชิก และให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าที่ใช้บริการเป็นประจำ</p> <p>3.ฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างเป็นระบบ</p>
---	--	--

4.3.แผนงานการใช้กลยุทธ์การขายและบริการ

1.กลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพการขาย

มีการเปิดร้านทุกวันไม่มีวันหยุด และเพิ่มเวลาในการทำงาน เพราะร้านอยู่ใกล้แหล่งเกษตรกรรม จำหน่ายสินค้าผ่านทางระบบ E-commerce

วัตถุประสงค์

- 1.เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขายให้เป็นที่กำหนดไว้

งบประมาณ ไม่มีงบประมาณ

แผนปฏิบัติงาน

1.บริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลโดยให้พนักงานขายหลัก 1 คน และผู้จัดการร้านจะต้องทำหน้าที่แทนได้ กรณีที่พนักงานลางาน

2 สำหรับลูกค้าที่ใช้บริการช่วงการทำงานล่วงเวลา ทางผู้จัดการร้านจะทำหน้าที่แทนพนักงานขาย

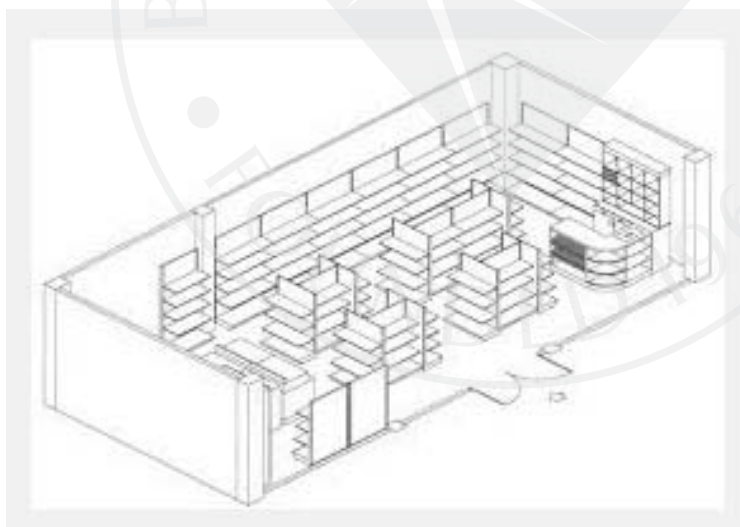
3.ประชาสัมพันธ์โดยทั่วพื้นที่เกี่ยวกับเวลาในการเปิดบริการ ตั้งแต่ 7.30 น. ถึง 18.00 น. และมีบริการซื้อขายผ่านระบบ E-commerce โดยผู้จัดการร้านเป็นผู้ดูแล

2.กลยุทธ์การออกแบบร้าน และการจัดวางสินค้า

เนื่องจากร้านจรัญอุโฆะไหลยนต์การเกษตรเป็นร้านที่จะเปิดทำการใหม่ช่วงเดือนพฤษภาคม ปี 2558 ทุกอย่างต้องเป็นการสร้างใหม่ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นตัวร้าน และสินค้าที่นำมาจำหน่าย โดยสร้างร้านค้าที่มีความเป็นมาตรฐาน และมีสินค้าที่จำหน่ายครบตามที่ลูกค้าต้องการ โดยสามารถเอื้ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ในการเลือกสินค้าได้เป็นอย่างดี โดยการใช้หลักการจัดสรรพื้นที่วางสินค้าภายในกิจการค้าปลีก หมายถึง การทำให้พื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดเกิดประโยชน์สูงสุดโดยพิจารณาจากยอดขาย และความสะดวกของลูกค้าเป็นหลัก หลักในการจัดทำผังร้านค้ามีดังต่อไปนี้

1. มีความสะดวก
2. ใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
3. หลีกเลียงรูปแบบผังร้านค้าที่มีมุมอับ
4. กำหนดทิศทางการเดินภายในร้านให้ชัดเจน
5. การจัดวางสินค้าควรให้เหมาะสมสัมพันธ์กัน
6. สามารถปรับปรุงแก้ไขเปลี่ยนแปลงภายในร้านได้ง่าย

ภาพที่ 4.2: แสดงผังภายในร้านจรัญอุโฆะไหลยนต์การเกษตร



วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมการขายสินค้า ให้มีความน่าสนใจในการเลือกซื้อของ

งบประมาณ 800,000 บาท

แผนปฏิบัติงาน

1 ภายนอกอาคาร จะสร้างเป็นอาคารอิฐบล็อกชั้นเดียวมีขนาด 4M x 10M จำนวนสองห้อง พื้นจะเทพูน และปูด้วยกระเบื้องยาง เพื่ออำนวยความสะดวก และจัดทำป้ายร้านขนาดใหญ่ให้มีความยาวเท่ากับความยาวร้าน คือ 10M โดยใช้โลโก้เป็นสัญลักษณ์รถเกี่ยวข้าว และมีคำว่าจำรูญอะไหล่ยนต์การเกษตร เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ว่าทางร้านเป็นร้านเปิดใหม่ที่ขายอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถดีดีน มาเปิดให้บริการในพื้นที่เป้าหมาย และจะหาสีเขียวอ่อนทั้งภายในและภายนอกอาคาร เพื่อความสบายตา และบ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการเกษตร โดยประตูด้านหน้าจะเป็นประตูม้วนทั้งสองบาน ด้านหน้าร้านจะเป็นพื้นที่โล่งที่มีลูกรังโรยอยู่ ไว้สำหรับให้ลูกค้าจอดรถได้

2 ภายในอาคาร จะมีชั้นวางของห้าชั้นวางติดกำแพงสองด้าน และมีชั้นวางของสี่ชั้นขนาดกลาง ประมาณสี่แถว วางเรียงกันโดยให้มีช่องทางเดินให้ลูกค้าเลือกของ และจัดเรียงลำดับสินค้าตามความต้องการที่ได้จากการสำรวจ โดยสินค้าที่มีความต้องการสูงไว้ด้านหน้าของร้าน ไปหาสินค้าที่มีความต้องการน้อยไว้ด้านหลังในของร้าน เพื่อความเป็นระเบียบ และหยิบซื้อง่าย เนื่องจากสินค้าจะอยู่ในระดับสายตา และตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงตกแต่งร้านโดยจัดให้มีที่นั่งรอสำหรับลูกค้าด้านซ้ายมือด้วย

3 สำหรับการจัดโครงสร้างขององค์กรจะมีผู้บริหารที่เป็นเจ้าของธุรกิจ 1 คน ดูแลเรื่องการจัดซื้อ การตลาด และการจัดการสินค้าคงคลัง พนักงานดูแลการเงิน 1 คน และพนักงานขายอีก 1 คน โดยจะเปิดให้บริการตั้งแต่ 7.30-18.00น.

3.กลยุทธ์การบริการลูกค้า

เนื่องจากทางร้านเป็นร้านค้าปลีกแบบใหม่ ที่ต้องการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด จึงนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการจำหน่ายสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อความสะดวกรสบาย และสามารถตรวจสอบสินค้าได้ทันที โดยไม่เสียโอกาสทางการค้า สามารถเพิ่มยอดขายให้กับองค์กรได้

งบประมาณ 50,000 บาท

แผนปฏิบัติงาน

1 มีการใช้เครื่องสแกนบาร์โค้ด มาใช้ในธุรกิจ เพื่อความสะดวกในการตรวจสอบสินค้าได้ทันที ไม่ต้องเปิดหาข้อมูลจากสมุดโน้ตเหมือนร้านค้าสมัยก่อน และยังสามารถตรวจสอบสต็อกสินค้าคงคลังได้อีกด้วย

2 มีการใช้ Line ในการสื่อสารกับลูกค้า กรณีที่ลูกค้าต้องการสอบถามสินค้าว่าทางร้านมีของที่สามารถไปซื้อได้เลยหรือไม่ หรือให้ทางร้านจัดเตรียมของให้ก่อน กรณีที่สั่งของจำนวนมาก

- 3.มีการฝึกอบรมพนักงานก่อนเริ่มงาน และต้องอบรมเป็นประจำทุกปี
- 4.เน้นการส่งสินค้าฟรีถึงที่ เฉพาะที่มีการสั่งซื้อครั้งละมากๆ และอยู่ในบริเวณพื้นที่ร้านเท่านั้น
- 5.จัดระบบสมาชิก และให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าที่ใช้บริการเป็นประจำ

4.4.แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ

แหล่งเงินทุน

กิจการมีแผนใช้แหล่งเงินทุนภายใน โดยสัดส่วนของแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการลงทุนนั้นเป็นเงินทุนในส่วนของเจ้าของ 76% และเงินทุนในส่วนของเงินกู้ยืม 24% ซึ่งจะมีข้อดีและข้อเสียดังนี้

ข้อดี

1. ไม่เสี่ยงต่อการลงทุน

ข้อเสีย

1. มีต้นทุนดอกเบี้ย
2. ไม่สามารถบริหารการลงทุนได้อย่างอิสระ

ตารางที่ 4.2 : แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
ที่ดิน อาคาร	725,000.00	725,000.00	-
อุปกรณ์เครื่องใช้ในร้าน	57,500.00	57,500.00	-
เงินลงทุนระยะยาวอื่น	500,000.00	-	500,000.00
	-	-	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,282,500.00		
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	300,000.00	300,000.00	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
เงินทุนหมุนเวียน	500,000.00	500,000.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	2,082,500.00	1,582,500.00	500,000.00
สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน(%)	100.00	76	24

ในการลงทุนของธุรกิจใหม่นี้ ประกอบไปด้วย

-ค่าที่ดิน พื้นที่ 60 ตารางวา ตารางวาละ 3,750 บาท

-ค่าอาคาร 500,000 บาท

-ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้ในร้าน มีการใช้ระบบบาร์โค้ดมาใช้งาน เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว รวมถึงควมมีประสิทธิภาพทั้งในด้านการขายสินค้า การควบคุมสินค้าคงคลัง

โดยรายละเอียดที่มาของราคาต้นทุนในแต่ละส่วนได้แจกแจงไว้ดังตาราง สินทรัพย์ข้างต้น เป็นสินทรัพย์ของธุรกิจ และจะนำมาใช้เมื่อมีการดำเนินธุรกิจ สินทรัพย์ หรืออุปกรณ์มีการใช้งานทำให้มูลค่าสินทรัพย์เหล่านี้จะลดลงเรื่อยๆ แต่ละปี จากสมรรถภาพของสินทรัพย์เหล่านี้ลดลง จึงต้องนำสินทรัพย์เหล่านี้ไปคิดค่าเสื่อมราคา เพื่อหามูลค่าที่แท้จริงในแต่ละปี ซึ่งอยู่ในส่วนของค่าเสื่อม

ดังนั้นรวมต้นทุนในการทำธุรกิจขายอะไหล่ยนต์การเกษตร เท่ากับ 2,082,500 บาท โดยสัดส่วนของแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการลงทุนนั้นเป็นเงินทุนในส่วนของเจ้าของ 76% และเงินทุนในส่วนของเงินกู้ยืม 24%

ตารางที่ 4.3: แสดงรายละเอียดการคิดค่าเสื่อมราคา

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ถาวร (ไม่รวมที่ดิน)	782,500				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	156,500	156,500	156,500	156,500	156,500
ค่าเสื่อมราคาสะสม	156,500	313,000	469,500	626,000	782,500

จากข้อมูลในตารางดังกล่าว คือ สินทรัพย์เมื่อใช้ไปเรื่อยๆ มูลค่าของสินทรัพย์นั้นๆ ลดลงด้วย จึงต้องหักค่าใช้จ่ายที่เรียกว่า ค่าเสื่อมราคา ซึ่งได้ประเมินว่า ช่วงเวลาในการทำธุรกิจคิดที่ 5 ปี ในเฟสแรกนั้น ตลอด 5 ปีนี้ มูลค่าของสินทรัพย์จะลดลงในแต่ละปี ซึ่งเมื่อหักค่าเสื่อมราคาในแต่ละปี จะได้มูลค่าสินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิในแต่ละปี ทั้งนี้ค่าเสื่อมราคาถือเป็น ค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงินโดยค่าเสื่อมราคาเท่ากับมูลค่าสินทรัพย์ถาวร 782,500 บาท (ไม่รวมค่าที่ดิน) / จำนวนปีที่ใช้งาน (5) ซึ่งในการใช้งานจริงอาจใช้มากกว่า 5 ปี เท่ากับ ปีละ 156,500 บาท ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานต้องตัดจ่าย 5 ปีเช่นกัน

ตารางที่ 4.4: แสดงการประมาณการรายได้

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนลูกค้าต่อวัน	9	10	10	10	10
ราคาเฉลี่ยต่อคน	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
รวมยอดขายต่อวัน	9,000	10,000	10,000	10,000	10,000
รวมยอดขายต่อเดือน	270,000	300,000	300,000	300,000	300,000
รวมยอดขายต่อไตรมาส	810,000	900,000	900,000	900,000	900,000
รวมยอดขายต่อปี	3,240,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000

การแจกแจงรายได้ในแต่ละปี คิดราคาเท่ากันทุกปี เพราะสินค้าอุตสาหกรรมประเภทนี้จะมี การขึ้นราคาไม่ต่างกันมากในแต่ละปี

จำนวนลูกค้าต่อวันมีข้อสมมติจากข้อมูลสถิติของคนประกอบอาชีพรับจ้างเกี่ยวข้าวในตำบล คลองพระยาบันลือ อำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ค่อนข้างน้อยเนื่องจากใช้เงินลงทุน ค่อนข้างสูง

ราคาเฉลี่ยต่อคน ประมาณการจากราคาสินค้าที่ทางร้านจัดจำหน่าย คือ มีราคาต่อชิ้น หรือต่อเซตไม่ต่ำกว่า 1000 บาท จึงมีข้อสมมติฐานว่าการที่ลูกค้า 1 คน เข้ามาซื้ออะไหล่ที่ร้าน จะซื้อ สินค้าไม่ต่ำกว่า 1 รายการ เพราะฉะนั้นเฉลี่ยต่อคนจะซื้อของราคาประมาณ 1000 บาท

ตารางที่ 4.5: แสดงการประมาณการค่าใช้จ่าย

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าสถานที่	-	-	-	-	-
ค่าโทรศัพท์ (เพิ่มขึ้น 3%)	8,000	8,240	8,487	8,742	9,004
ค่าขนส่ง (เพิ่มขึ้น 5%)	51,000	53,550	56,228	59,039	61,991
ค่าไฟฟ้า (เพิ่มขึ้น 5%)	19,200	20,160	21,168	22,226	23,338
ค่าเสื่อมราคา	256,500	256,500	256,500	256,500	256,500
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
เงินเดือน (เพิ่มขึ้น 5%)	94,000	98,700	103,635	108,817	114,258
รวมต้นทุนคงที่	488,700	497,150	506,018	515,324	525,090

(ตารางต่อไป)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ) : แสดงการประมาณการค่าใช้จ่าย

ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนขาย	324,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000
ค่าบรรจุภัณฑ์ 0.5%	1,200	18,000	18,000	18,000	18,000
ส่งเสริมการขาย	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 1%	8,100	36,000	36,000	36,000	36,000
รวมต้นทุนผันแปร	333,300	1,494,000	1,494,000	1,494,000	1,494,000

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	476,700	2,106,000	2,106,000	2,106,000	2,106,000
อัตรากำไรส่วนเกิน	59%	59%	59%	59%	59%
จุดคุ้มทุนต่อปี	830,390	849,829	864,988	880,895	897,590
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	69,199	70,819	72,082	73,408	74,799
จุดคุ้มทุนต่อวัน	2,307	2,361	2,403	2,447	2,493

กำไรส่วนเกิน คือ รายได้รวม หัก ต้นทุนผันแปร เป็นกำไรเบื้องต้นที่ได้รับ
 อัตรากำไรส่วนเกิน คือ กำไรส่วนเกินหาร รายได้รวม สัดส่วนของกำไรเบื้องต้นที่ได้รับ คือ 59%
 จุดคุ้มทุนต่อปีจะดูว่าความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนกับกำไรที่ได้คุ้มพอที่จะดำเนินธุรกิจต่อหรือไม่ เทียบกับ ต้นทุนคงที่หาร อัตรากำไรส่วนเกิน ข้อสมมติของต้นทุนขายมีการเพิ่มขึ้นทุกปี โดยจะไม่คงที่ตลอด 5 ปี เนื่องจากราคาสินค้าขึ้นอยู่กับราคากลางของเหล็ก

ตารางที่ 4.6: แสดงงบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	810,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000
หัก ต้นทุนผันแปร	333,300	1,494,000	1,494,000	1,494,000	1,494,000
กำไรส่วนเกิน	476,700	2,106,000	2,106,000	2,106,000	2,106,000
หัก ต้นทุนคงที่	488,700	497,150	506,018	515,324	525,090
กำไรก่อนการดำเนินงาน	-	12,000	1,608,850	1,599,982	1,590,676
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	75,000	60,000	45,000	30,000	15,000
กำไรก่อนหักภาษี	-	87,000	1,548,850	1,554,982	1,560,676
หัก ภาษี 30%	-	26,100	464,655	466,495	469,773
กำไรสุทธิ	-	60,900	1,084,195	1,088,488	1,096,137

กำไรสุทธิตลอด 5 ปี มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นมาก ในปีที่ 1 ขาดทุน 60,900 บาท หลังจากนั้นกำไรสุทธิเพิ่มสูงขึ้น จากปีที่ 2 จำนวน 1,084,195 เป็น 1,088,488 บาทในปีที่ 3 ในปีที่ 4 จำนวน 1,092,473 บาท และ 1,096,137 บาท ในปีที่ 5

ตารางที่ 4.7: แสดงกำไรสะสม ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

ยกยอดไปงบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นปี	-	60,900	969,085	2,003,148	3,040,998
บวก กำไรสุทธิ	60,900	1,084,195	1,088,488	1,092,473	1,096,137
หัก เงินปันผล	-	54,210	54,424	54,624	54,807
กำไรสะสมปลายงวด	60,900	969,085	2,003,148	3,040,998	4,082,328

ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ภาษีเงินได้	26,100	464,655	466,495	468,203	469,773
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	26,100	490,755	1,840	1,708	1,570

ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้าคงเหลือ	27,771	123,429	123,429	123,429	123,429
สินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	27,771	95,657	-	-	-

ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินปันผลจ่าย	-	54,210	54,424	54,624	54,807
เงินปันผลจ่ายที่เพิ่มขึ้น	-	54,210	215	199	183

กำไรสะสมปลายงวดตลอด 5 ปี มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นมาก ในปีที่ 1 ขาดทุน 60,900 บาท หลังจากนั้นกำไรสะสมเพิ่มสูงขึ้น จากปีที่ 2 จำนวน 969,085 เป็น 2,003,148 บาทในปีที่ 3 ในปีที่ 4 จำนวน 3,040,998 บาท และ 4,082,328 บาท ในปีที่ 5

ตารางที่ 4.8: แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	- 60,900	1,084,195	1,088,488	1,092,473	1,096,137
บวก ค่าเสื่อมราคา	256,500	256,500	256,500	256,500	256,500
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	75,000	60,000	45,000	30,000	15,000
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	- 26,100	490,755	1,840	1,708	1,570
บวก เจ้าหนี้ที่เพิ่มขึ้น	55,543	191,314	-	-	-
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	-	54,210	215	199	183
หัก สินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	- 27,771	- 95,657	-	-	-
หัก ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	- 69,429	- 239,143	-	-	-
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	262,843	1,862,174	1,452,042	1,440,881	1,429,390
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
รวมสินทรัพย์ถาวร	- 1,282,500	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	- 300,000	-	-	-	-
0	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	- 1,582,500	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	500,000	-	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	- 100,000	- 100,000	- 100,000	- 100,000	- 100,000
หัก ชำระดอกเบี้ยเงินกู้	- 75,000	- 60,000	- 45,000	- 30,000	- 15,000
หัก เงินปันผลจ่าย	-	- 54,210	- 54,424	- 54,624	- 54,807
ทุนหุ้นสามัญ	1,582,500	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา	1,907,500	- 214,210	- 199,424	- 184,624	- 169,807
เงินสดสุทธิ	587,843	1,647,964	1,252,618	1,256,257	1,259,583
บวก เงินสดต้นงวด	-	587,843	2,235,807	3,488,425	4,744,682
เงินสดปลายงวด	587,843	2,235,807	3,488,425	4,744,682	6,004,265

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน เงินที่ได้จากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเท่ากับกำไรสุทธิที่ได้จากการดำเนินงาน บวก ค่าเสื่อมราคา (เนื่องจากเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช้ตัวเงินจึงต้องบวกกลับไป) บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย (เนื่องจากเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช้ตัวเงินจึงต้องบวกกลับไป) บวก ภาษีจ่ายได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น (เนื่องจากในแต่ละปียังไม่ได้จ่ายภาษีเป็นเงินสดออกไปจึงต้องบวกเพิ่ม)

กระแสเงินสดของบริษัท ในช่วง 5 ปีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในปีที่ 1 มีเงินสดปลายงวด 587,843 บาท หลังจากนั้นเงินสดเพิ่มสูงขึ้น จากปีที่ 2 จำนวน 2,235,807 เป็น 3,488,425 บาทในปีที่ 3 ในปีที่ 4 จำนวน 4,744,682 บาท และ 6,004,265 บาท ในปีที่ 5

ตารางที่ 4.9: แสดงงบแสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	587,843	2,235,807	3,488,425	4,744,682	6,004,265
ลูกหนี้การค้า	69,429	308,571	308,571	308,571	308,571
สินค้าคงเหลือ	27,771	123,429	123,429	123,429	123,429
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	685,043	2,667,807	3,920,425	5,176,682	6,436,265
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	1,026,000	769,500	513,000	256,500	-
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	240,000	180,000	120,000	60,000	-
0	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,266,000	949,500	633,000	316,500	-
รวมสินทรัพย์	1,951,043	3,617,307	4,553,425	5,493,182	6,436,265
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
เจ้าหนี้การค้า	55,543	246,857	246,857	246,857	246,857
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	-	26,100	466,495	468,203	469,773
เงินปันผลค้างจ่าย	-	54,210	54,424	54,624	54,807
หนี้สินระยะสั้น	29,443	765,722	767,776	769,684	771,437
เงินกู้สถาบันการเงินสุทธิ	400,000	300,000	200,000	100,000	-
รวมหนี้สิน	429,443	1,065,722	967,776	869,684	771,437
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	1,582,500	1,582,500	1,582,500	1,582,500	1,582,500
กำไรสะสม	-	60,900	969,085	2,003,148	3,040,998
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,521,600	2,551,585	3,585,648	4,623,498	5,664,828
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,951,043	3,617,307	4,553,425	5,493,182	6,436,265

จากงบแสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ 5 ปีของกิจการ พบว่ามูลค่าของกิจการเพิ่มขึ้นเท่าๆ กัน ทุกปี ในปีที่ 1 จำนวน 1,951,043 บาท หลังจากนั้นเพิ่มสูงขึ้น จากปีที่ 2 จำนวน 3,617,307 บาท เป็น 4,553,425 บาทในปีที่ 3 ในปีที่ 4 จำนวน 5,493,182 บาท และ 6,436,265 บาท ในปีที่ 5

ตารางที่ 4.10: แสดงกระแสเงินรับตลอดโครงการ

ปีที่		
0	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	- 2,082,500.00
1	กระแสเงินสดรับ	587,842.86
2	กระแสเงินสดรับ	1,647,964.29
3	กระแสเงินสดรับ	1,252,617.55
4	กระแสเงินสดรับ	1,256,257.09
5	กระแสเงินสดรับ*	1,759,583.29
	การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยอัตราคิดลด	20.00%
	มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	฿3,672,154.02
	หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	- 2,082,500.00
	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	฿1,589,654.02
	อัตราผลตอบแทนของโครงการ	47%

*กระแสเงินสดรับในปีที่ 5 = เงินสดสุทธิจากงบกระแสเงินสด + เงินทุนหมุนเวียน + เงินมัดจำร้าน

จากตารางแสดงกระแสเงินรับตลอดโครงการ ได้ข้อสมมติฐานในการใช้อัตราส่วนลดที่ใช้ประเมินโครงการ 20% ก็คือ เป็นอัตราขั้นต่ำของธนาคาร อยู่ที่ 15% และเป็นอัตราความเสี่ยงที่ตัวเจ้าของธุรกิจรับรู้คือ 5% ทั้งนี้เพื่อสะท้อนถึงค่าเสียโอกาสที่สูญหายไป เมื่อนำทรัพยากรมาใช้ในโครงการ การที่ตัดสินใจจัดสรรเงินไปลงทุนในโครงการโดยอมแสดงว่า โครงการนั้นให้ผลประโยชน์มากกว่าเงินที่ลงทุน

ตารางที่ 4.11: แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน						
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	23.27	3.48	5.11	6.73	8.34	
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	22.32	3.58	5.32	7.07	8.81	
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน						
อัตรากรมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	11.67	11.67	11.67	11.67	11.67	
อัตรากรมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	12.00	12.10	12.10	12.10	12.10	
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	30.86	30.86	30.86	30.86	30.86	
ระยะเวลาดินค้าคงเหลือ (วัน)	30.00	29.74	29.74	29.74	29.74	
อัตรากรมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	0.79	4.68	7.02	14.04		
อัตรากรมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	0.42	1.00	0.79	0.66	0.56	
การวัดความสามารถในการชำระหนี้						
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.28	0.42	0.27	0.19	0.14	
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย(เท่า)	-	0.16	26.81	35.56	53.02	105.39
การวัดความสามารถในการบริหาร						
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	-	0.03	0.30	0.24	0.20	0.17
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	-	0.04	0.42	0.30	0.24	0.19
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	58.8518519	58.5	58.5	58.5	58.5	
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	-	1.48	44.69	44.44	44.19	43.91
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	-	7.52	30.12	30.24	30.35	30.45
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน						
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	฿1,589,654.02					
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	47%					
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	1.907					

หมายเหตุ : ตัวเลข คือการลึ้มค่ามาจาก ต้นทุนเริ่มแรก ค่าใช้จ่าย และรายได้ NPV: คำนวนมาจาก กระแสเงินสดในแต่ละปีตามตารางข้างต้น ซึ่งกระแสเงินสดมาจากในส่วนของงบกระแสเงินสดสุทธิ (เงินที่เหลือจากการหักค่าใช้จ่ายต่างๆ แล้วในแต่ละปี) นำมาคำนวณ ซึ่งถ้าเป็นบวก แสดงว่าเหมาะสมในการลงทุน

IRR: เป็นตัวชี้วัดทางการเงินว่า โครงการดังกล่าวเหมาะสมจะลงทุนหรือไม่ โดยเทียบกับ % ขึ้นต่ำที่เราอยากได้ รับ คือ ต้นทุนทั้งหมดที่เราลงทุนไป ถ้าหาก IRR >% ขึ้นต่ำที่เราอยากได้ รับ เราจะ

ลงทุน ซึ่งในธุรกิจนี้ IRR สูง เนื่องจาก Margin ในการดำเนินงานค่อนข้างสูง กำไรดี จึงทำให้ IRR สูง เหมาะแก่การลงทุน จะเห็นว่า NPV ของโครงการนี้ได้ = 1,589,654.02 บาท IRR ของโครงการนี้ได้ = 47% นั้นหมายถึงอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับของโครงการที่ค่อนข้างสูง ใช้ระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 10 เดือน สรุปจากค่า NPV มีค่าเป็นบวก แสดงว่าเหมาะสมในการลงทุน IRR มีค่ามากกว่าเปอร์เซ็นต์ขั้นต่ำที่ต้องการ เราจะลงทุน และ Pay back period ไม่เกิน 2 ปี เพราะฉะนั้นธุรกิจนี้ควรลงทุน

4.5 แผนฉุกเฉิน กรณีที่ทุกอย่างไม่เป็นไปตามที่คิด

1.กลยุทธ์การเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจใหม่

เนื่องจากธุรกิจที่ทำอาจเฉพาะเจาะจงกับลูกค้าบางกลุ่มมากเกินไป ทำให้ลูกค้ามีน้อย จึงคิดว่าจะนำสินค้าเกษตรชนิดอื่นมาจำหน่ายเพิ่ม ก็จะสามารถเพิ่มกลุ่มลูกค้าได้ เพราะพื้นที่ตั้งร้านเหมาะแก่การขายสินค้าทางการเกษตรมากที่สุด

วัตถุประสงค์

1.เพื่อช่วยกระตุ้นยอดขายให้กับองค์กร

งบประมาณ 200,000 บาท

แผนปฏิบัติงาน

นำสินค้าเกษตรเต็มรูปแบบมาจำหน่าย เช่น บัญ ยาม่าแมลง เมล็ดพันธุ์พืช วัสดุ

อุปกรณ์ทางการเกษตรต่างๆ ครบวงจร

บรรณานุกรม

- จรัสศรี ชินวัฒน์. (2552). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าในการเลือกใช้ บริการ
ร้านค้าปลีกในเขตอำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). *การตลาดบริหาร*. กรุงเทพฯ : ส.เอเชีย.
- ณัฐพันธ์ เขจรฉันทน์ และฉัตรยาพร เสมอใจ. (2547). *การจัดการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- นุกูล พิกุล. (มปป.). *การบริหารการค้าปลีก*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- นุชนาถ มีสมพีชน์. (2552). *พฤติกรรม การซื้อของลูกค้า และการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก
แบบดั้งเดิม ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ประวิทย์ พุ่มพา. (2552). *นโยบายและการวางแผนจัดจำหน่าย*. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี.
- พรพิมล กาบบัว. (2549). *หลักการตลาด*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- วิเชียร วงศ์ณิชากุล, ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว และโชติรส กมลสวัสดิ์. (2550). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2547). *การจัดการและพฤติกรรมองค์กร (พิมพ์ครั้งที่ 2.)* กรุงเทพฯ :
เอช.เอ็น.กรุ๊ป.
- ศราวุฑู สุวรรณเทพ. (2551). *การวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขต
เทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, อองอาจ ปทะวานิช, ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภกร เสรีรัตน์. (2541). *กลยุทธ์
การตลาด การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภกร เสรีรัตน์, อองอาจ ปทะวานิช. (2546). *การบริหาร
การตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: ท็อป.
- ศิวรัตน์ ณ ปทุม สุรกิจ เทวกุล และปริญ ลักษิตานนท์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภคชั้นสูง*. กรุงเทพฯ:
แบรนดเอดบุ๊ก.
- สิทธิ์ อีสรณ์. (2552). *การตลาด*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

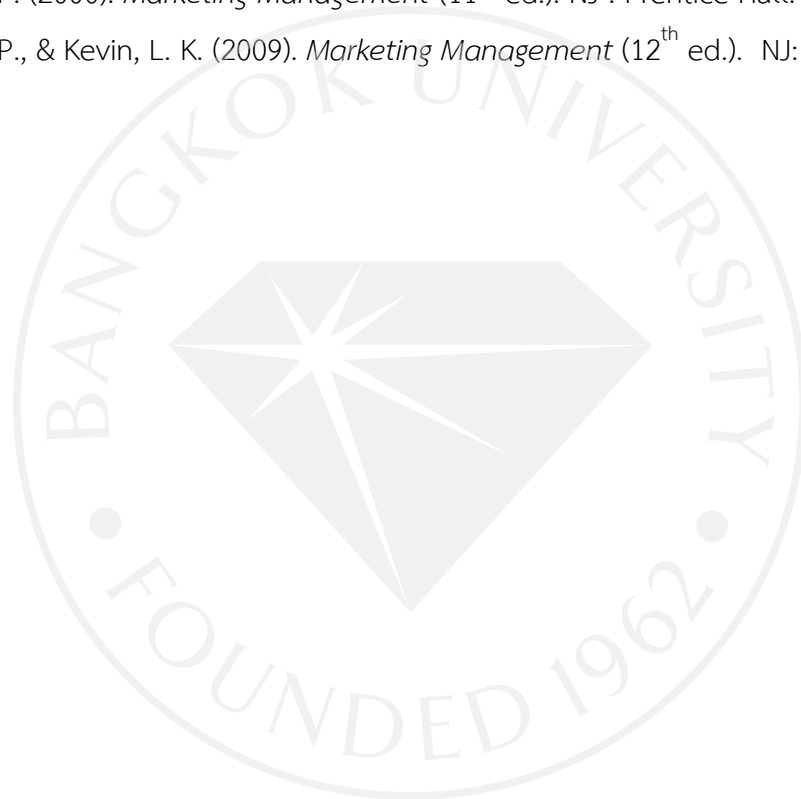
สุพล เจนจิรโฉมชิต. (2551). *กลยุทธ์การตลาดของร้านค้าปลีก : ศึกษากรณีร้านเสาวนีย์ จังหวัดมหาสารคาม*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). *การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Kotler, P. (1994). *Marketing management: Analysis planning implementation and control* (8th ed.). Englewood cliffs: Prentice Hall.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management* (11th ed.). NJ : Prentice-Hall.

Kotler, P., & Kevin, L. K. (2009). *Marketing Management* (12th ed.). NJ: Prentice Hall.





(ภาคผนวก ก)

แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็น

ร้านขายอะไหล่ยนต์การเกษตร

ต.คลองพระยาบันลือ อ.ลาดบัวหลวง จ.อยุธยา

1. ผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) สำหรับการวิจัยนี้ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ คือ

1.1. ชวนา อายุ 55 ปี และอายุ 50 ปี ทำงานในพื้นที่ อ.ลาดบัวหลวง จ.อยุธยา จำนวน 2 คน

1.2. ผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว อายุ 28 ปี และอายุ 50 ปี ทำงานในพื้นที่ อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี และ อ.ลาดบัวหลวง จ.อยุธยา เป็นผู้ที่มีความต้องการซื้ออะไหล่รถเกี่ยวข้าว จำนวน 2 คน

1.3. ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ และอะไหล่การเกษตร ที่สามารถซื้อสินค้าเหล่านี้ได้ในราคาขายส่ง ร้านค้าตั้งอยู่ที่ อ.ลาดบัวหลวง จ.อยุธยา จำนวน 1 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในการสัมภาษณ์ ได้ใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลโดยมีแบบสัมภาษณ์

3 ชุด สำหรับผู้ให้ข้อมูลที่ต่างกัน ดังนี้

ชุดที่ 1 สำหรับชวนา ประกอบด้วย 2 ส่วน จำนวน 11 ข้อ คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่

1. ชื่อ-นามสกุล

2. การศึกษา

3. เริ่มทำเกษตรกรรมมาตั้งแต่เมื่อไหร่

4. จำนวนปีที่ทำอาชีพนี้การเพาะปลูกหลัก และอะไรให้ผลผลิตสูงสุด

5. รายได้ และรายจ่ายต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเกี่ยวข้าว จากผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว ได้แก่

1. ใช้บริการเกี่ยวข้าวจากผู้รับเหมาไม่กี่เจ้า และใช้บริการของเจ้าใด

2. ความถี่ในการใช้บริการเกี่ยวข้าว

3. การบริการของผู้รับเหมาเกี่ยวข้าวเป็นอย่างไร

4. ค่าจ้างในการจ่ายผู้รับเหมาเกี่ยวข้าวเท่าใด อย่างไร

5. การบริการจากผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว มีอุปสรรคในระหว่างการทำงานหรือไม่ อย่างไร

6. แนวโน้มการใช้บริการจ้างรับเหมาเกี่ยวข้าวเป็นอย่างไร

ชุดที่ 2 สำหรับผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว ประกอบด้วย 2 ส่วน จำนวน 11 ข้อ คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่

1. ชื่อ-นามสกุล

2. การศึกษา

3. เริ่มทำอาชีพรับเหมาเกี่ยวข้าวมาตั้งแต่เมื่อไหร่ จำนวนปีที่ทำอาชีพนี้

4. จุดเริ่มต้นการทำธุรกิจนี้ ใครคือลูกค้า

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้ออะไหล่ ได้แก่

1. ประเภทของอะไหล่ที่ใช้ และอะไรที่ซื้อบ่อยที่สุด
2. รถเกี่ยวขาวที่ใช้ยี่ห้ออะไร
3. อะไหล่ที่ใช้ยี่ห้ออะไร
4. เวลาที่มีการซื้ออะไหล่ รวมถึงความถี่ในการซื้อต่อเดือน ปริมาณการซื้อ
5. สถานที่ซื้ออะไหล่ การบริการที่ได้รับ แนวโน้มการซื้อ
6. ถ้ามีร้านเครื่องยนต์ทางการเกษตร และอะไหล่รถเกี่ยวขาวมาเปิดใหม่ คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าที่อยากให้มีขายในร้านเครื่องยนต์ทางการเกษตร และอะไหล่รถเกี่ยวขาว

ชุดที่ 3 แบบสัมภาษณ์สำหรับ ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ และอะไหล่การเกษตร ประกอบด้วย 2 ส่วน จำนวน 13 ข้อ ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่

1. ชื่อ-นามสกุล
2. การศึกษา
3. เริ่มทำร้านจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ และอะไหล่การเกษตรมาตั้งแต่เมื่อไหร่
4. จำนวนปีที่ทำธุรกิจนี้ จุดเริ่มต้นการทำธุรกิจนี้ ใครคือลูกค้าเป้าหมาย

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับ การประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ และอะไหล่การเกษตร ดังนี้

1. อะไรเป็นแรงบันดาลใจที่ทำให้คุณตัดสินใจมาตั้งบริษัทเกี่ยวกับอุปกรณ์การเกษตร
2. ในการกำหนดเป้าหมายขององค์กรไม่ทราบว่าจะปัจจุบันตั้งมากี่ปี ใครคือลูกค้า แล้วแบ่งประเภทของลูกค้าอย่างไร
3. อะไรคืออุปสรรคที่ยากที่สุดเมื่อคุณเริ่มเปิดกิจการเกี่ยวกับการเกษตร
4. หลังจากเปิดกิจการแล้ว ความเสี่ยงของร้านมีอะไรบ้าง สามารถแก้ไขอย่างไร
5. อะไรคือจุดแข็งของร้าน หรือมีบริการอะไรบ้าง ที่คิดว่าลูกค้าต้องมาสั่งซื้อของที่คุณ
6. สินค้ามีกี่ประเภท อะไรบ้าง สินค้าชนิดใดที่มีการซื้อบ่อยที่สุด แล้วการซื้อต่อครั้ง จำนวนเท่าใด
7. มีวิธีการซื้อขาย หรือโปรโมชั่นกับลูกค้าที่ซื้อแล้วไปขายต่ออย่างไรบ้าง
8. อยากให้แนะนำเกี่ยวกับธุรกิจการซื้อขายสินค้าประเภทอุปกรณ์การเกษตร สำหรับผู้ที่สนใจต้องการซื้อของที่ร้านไปขายต่อ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

1. ผลจากการสัมภาษณ์ (In-depth Interview) สำหรับชวนา สามารถสรุปการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

ส่วนที่1 ผู้ให้สัมภาษณ์คนแรกชื่อนายสุพล ภัคดีไพบูลย์ จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ประกอบอาชีพทำ สวน และทำนา มา 40 ปี รายได้อยู่ที่ 60,000 บาทต่อ 4 เดือน รายจ่ายอยู่ที่ 10,000 บาทต่อเดือน

ส่วนที่2 ใช้บริการเกี่ยวข้าวจากผู้รับเหมาของร้านเตี้ยการช่าง สำหรับความถี่ในการใช้บริการเกี่ยวข้าว ใช้ 3 ครั้งต่อปี รถดีดิน 2 ครั้งต่อปี ส่วนค่าบริการของผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า บริการดี คือ เสร็จทันตามเวลาที่กำหนด และค่าจ้างในการจ่ายผู้รับเหมาเกี่ยวข้าวไร่ละ 300 บาท รถดีดินไร่ละ 130 บาท น้ำมันรถผู้จ้างเป็นคนจ่ายเอง โดยจ่ายเงินเมื่องานเสร็จเรียบร้อยแล้ว และในระหว่างการดำเนินงานของผู้รับเหมาเกี่ยวข้าวก็มีอุปสรรคเกิดขึ้นทุกครั้ง เช่น ฝนตก ดินหล่ม ส่งผลทำให้อะไหล่รถที่ใช้เกิดเสียหาย เสียเวลาเปลี่ยน แต่นั่นก็ไม่ใช่ปัญหาของผู้จ้าง สุดท้ายผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวว่า สำหรับแนวโน้มการใช้บริการจ้างรับเหมาเกี่ยวข้าว นั้น จะใช้ไปตลอด จนกว่าจะไม่สามารถประกอบอาชีพทำนาได้

ส่วนที่1 ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 ชื่อนายสงว แอบบุญ จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ประกอบอาชีพทำนา มา 45 ปี รายได้อยู่ที่ 60,000 บาทต่อ 4 เดือน รายจ่ายอยู่ที่ 10,000 บาทต่อเดือน

ส่วนที่2 ใช้บริการเกี่ยวข้าวจากผู้รับเหมาของร้านผู้ใหญ่บ้านคักดา สำหรับความถี่ในการใช้บริการเกี่ยวข้าว ใช้ 3 ครั้งต่อปี รถดีดิน 2 ครั้งต่อปี ส่วนค่าบริการของผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า บริการดี คือ สามารถลือควันที่ ที่ผู้จ้างต้องการเกี่ยวข้าวได้ และค่าจ้างในการจ่ายผู้รับเหมาเกี่ยวข้าวไร่ละ 300 บาท รถดีดินไร่ละ 130 บาท น้ำมันรถผู้จ้างเป็นคนจ่ายเอง โดยจ่ายเงินเมื่องานเสร็จเรียบร้อยแล้ว และในระหว่างการดำเนินงานของผู้รับเหมาเกี่ยวข้าวก็มีอุปสรรคเกิดขึ้นทุกครั้ง เช่น ฝนตก ดินหล่ม ส่งผลทำให้อะไหล่รถที่ใช้เกิดเสียหาย เสียเวลาเปลี่ยน แต่นั่นก็ไม่ใช่ปัญหาของผู้จ้างเช่นกัน สุดท้ายผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวว่า สำหรับแนวโน้มการใช้บริการจ้างรับเหมาเกี่ยวข้าว นั้น จะใช้ไปตลอด จนกว่าจะไม่สามารถประกอบอาชีพทำนาได้เหมือนผู้ให้สัมภาษณ์คนแรก

2.ผลจากการสัมภาษณ์ (In-depth Interview) สำหรับผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว สามารถสรุปการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

ส่วนที่1 ผู้ให้สัมภาษณ์คนแรกชื่อนายคมสัน จันทร์แจ่ม จบการศึกษาชั้นปริญญาตรี เริ่มสนใจธุรกิจนี้ได้เพราะที่บ้านเป็นเกษตรกรอยู่แล้ว โดยเริ่มดำเนินธุรกิจมา 6 ปี ทำธุรกิจ 2 ประเภท คือ รถเกี่ยวข้าว และรถดีดิน ซึ่งเป็นรถที่ผลิตมาจากหมู่บ้านทั้งสิ้น คือ รถเกี่ยวข้าวที่ใช้ ผลิตจากอู่รพจน์การช่าง และรถดีดินที่ใช้ ผลิตจากอู่พ.เจริญพัฒนา โดยลูกค้าคือชาวนา

ส่วนที่2 โดยผู้ให้สัมภาษณ์จะซื้ออะไหล่รถเกี่ยวข้าวประเภท สายพาน ยี่ห้อมิตชูบุชิ และอะไหล่จำพวกหมามไบมิต หัวจรวด ยี่ห้อมางป่อง เป็นต้น ส่วนอะไหล่รถดีดินที่ใช้ คือ ไบมิต ยี่ห้อม SMA อุปกรณ์ตัวเดิน (โซ่ เฟืองเดิน โรลเลอร์) ยี่ห้อม SK อะไหล่จำพวกน็อตแตร็ก ยี่ห้อม โคมัตซึ และจำพวกน้ำมันเครื่อง น้ำมันเกียร์ น้ำมันไฮดรอลิกส์ ยี่ห้อมเทรน ซึ่งอะไหล่ทั้งหมดนี้สามารถใช้ได้กับรถที่

ประกอบเองทุกคู่ สำหรับความถี่ในการซื้ออะไหล่ ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า จะคิดเป็นไร่ ไร่ ครบอายุของรถ ทั้ง 2 รุ่น ประมาณ 1 ปี ใช้งานได้ประมาณ 1,000 ไร่ ก็จะเปลี่ยนอะไหล่ใหม่ทั้งชุด หรืออาจจะมียางกรณี เช่น ขณะที่รถทำงาน สายพานเกิดหย่อน ก็จะต้องเปลี่ยนสายพานทันที เพราะอันตรายสามารถเกิดอุบัติเหตุได้ โดยปกติผู้ให้สัมภาษณ์จะซื้ออะไหล่จากร้าน ส.ไพบูลย์ และร้านอภิชาติที่อยู่ในตัวอ.ลาดบัวหลวง จ.อยุธยา ซึ่งต้องขับรถไปซื้อประมาณ 50 กม.จากบ้าน ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นเกี่ยวกับข้อดี และข้อเสียของร้านทั้ง 2 ไร่ว่า ร้านส.ไพบูลย์ บริการดี คุณภาพสินค้าดี มีความแม่นยำในการหยิบ และให้ข้อมูลสินค้า รวมถึงงานซ่อมละเอียด แต่ราคาแพง และหยุดทุกวันอาทิตย์ ส่วนร้านอภิชาติ ราคาถูกกว่า เน้นงานเร็ว เปิดบริการทุกวัน แต่พนักงานในร้านไม่แม่นยำในการจดจำสินค้า ต้องนำเอาตัวอย่างมาเทียบทุกครั้ง และงานซ่อมไม่ละเอียด ผู้ให้สัมภาษณ์ยังกล่าวอีกว่า เห็นด้วยที่จะมีการเปิดร้านอะไหล่เกี่ยวกับรถที่ใช้ในการเกษตรมาเปิดบริการใกล้บ้าน เพราะประหยัดน้ำมันรถยนต์ที่ต้องเดินทางไปซื้อของ รวมถึงสามารถโทรสั่งของล่วงหน้าไว้ก่อน แล้วขับไปรับของมาใส่รถเกี่ยวกับกำลังซ่อมได้โดยไม่ขาดตอน ถือเป็นบริการประหยัดเวลาได้ด้วย สำหรับสินค้าที่อยากให้มีขายในร้าน ผู้ให้สัมภาษณ์แนะนำว่า อยากให้มีอะไหล่เฉพาะทางของประเภทรถยนต์ที่ใช้ในการเกษตรต่าง ๆ โดยของต้องครบทุกชิ้น สามารถไปร้านเดียวแล้วได้ของครบตามต้องการ ตัวอย่างเช่น อัดสายไฮโดรลิกส์ สามารถพัง หรือเสียได้ตลอดเวลา และลูกปืนในตัวเดิน เนื่องจากใช้ของแมคโครรุ่นเก่า อาจแตกได้ตลอดเวลา แต่ร้านทั่วไปไม่มีขาย จะมีแต่ร้านขายอะไหล่ทางการเกษตรเท่านั้น และผู้ให้สัมภาษณ์ยังกล่าวอีกว่า คนที่ทำธุรกิจเช่นนี้ ในเขตพื้นที่ยังมีอีกจำนวนมาก ถ้ามีร้านขายอะไหล่จำพวกนี้มาเปิดขาย จะต้องมีคนมาใช้บริการแน่นอน

ส่วนที่1 ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 ชื่อนายศักดิ์ อิมแก้ว จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เริ่มต้นทำธุรกิจจากการเป็นเกษตรกรมาก่อน และเริ่มมีผู้ว่าจ้างรถเกี่ยวข้าวมากขึ้น จึงดำเนินธุรกิจขึ้น โดยทำธุรกิจมาแล้ว 20 ปี ประเภทเดียว คือ รถเกี่ยวข้าว ซึ่งเป็นรถที่ผลิตมาจากหมู่บ้านเช่นเดียวกัน คือ รถเกี่ยวข้าวที่ใช้ ผลิตจากอู่รพจน์การช่าง จำนวน 2 คัน โดยผู้ให้สัมภาษณ์มีลูกค้าชาวนาที่ใช้บริการประจำอยู่ 50 ครัวเรือน

ส่วนที่2 ผู้ให้สัมภาษณ์ซื้ออะไหล่รถเกี่ยวข้าวประเภท สายพาน ยี่ห้อมิตซูบิชิ และอะไหล่จำพวกหมามใบมีด หัวจรวด ยี่ห้อมงปอง อะไหล่จำพวกน็อตแตร็ก ยี่ห้อมิตซูบิชิ และจำพวกน้ำมันเครื่อง น้ำมันเกียร์ น้ำมันไฮโดรลิกส์ ยี่ห้อมิตซูบิชิ สำหรับความถี่ในการซื้ออะไหล่ ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า ปกติอะไหล่จำพวกใบมีดจะเสียเกือบทุกวัน จึงต้องซื้อเกือบทุกวันเช่นกัน และจะเปลี่ยนอีกครั้งเมื่อครบอายุของรถประมาณ 1 ปี ใช้งานได้ประมาณ 1,000 ไร่ ก็จะเปลี่ยนอะไหล่ใหม่ทั้งชุด โดยปกติผู้ให้สัมภาษณ์จะซื้ออะไหล่จากร้านส.ไพบูลย์ และร้านระเบียบการช่างที่อยู่ในตัวอ.ลาดบัวหลวง จ.อยุธยา ซึ่งต้องขับรถไปซื้อประมาณ 15 กม.จากบ้าน ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นเกี่ยวกับข้อดี และข้อเสียของร้านทั้ง 2 ไร่ว่า ร้านส.ไพบูลย์ บริการดี คุณภาพสินค้าดี มีความแม่นยำในการให้ข้อมูลสินค้า รวมถึงงาน

ซ่อมละเอียด แต่หยุดทุกวันอาทิตย์ ส่วนร้านระเบียบการช่าง บริการดี คุณภาพสินค้าดี มีความแม่นยำในการให้ข้อมูลสินค้า เปิดบริการทุกวัน มีของสมนาคุณตอนสิ้นปีให้ 1 ชิ้น แต่ราคาแพงกว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ยังกล่าวต่อว่า เห็นด้วยที่จะมีการเปิดร้านอะไหล่เกี่ยวกับรถที่ใช้ในการเกษตรมาเปิดบริการใกล้บ้าน เพราะประหยัดน้ำมันรถยนต์ที่ต้องเดินทางไปซื้อของ เป็นการประหยัดเวลาในการทำงาน สำหรับสินค้าที่อยากให้มีขายในร้าน ผู้ให้สัมภาษณ์แนะนำว่า อยากให้มีอะไหล่รถเกี่ยวข้าวครบทุกชิ้น สามารถไปร้านเดียวแล้วได้ของครบตามต้องการ รวมถึงเหล็กเส้น เพื่อไว้สำหรับงานซ่อมเองที่บ้าน และผู้ให้สัมภาษณ์ยังกล่าวอีกว่า คนที่ทำธุรกิจเช่นนี้ ในเขตพื้นที่ยังมีอีกจำนวนมาก ถ้ามีร้านขายอะไหล่จำพวกนี้มาเปิดขาย จะต้องมีคนที่ทำธุรกิจนี้ซึ่งมีอยู่ประมาณ 20 คัน มาใช้บริการแน่นอน

3.ผลจากการสัมภาษณ์ (In-depth Interview) สำหรับผู้ประกอบการร้านจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ และอะไหล่การเกษตร สามารถสรุปการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

ส่วนที่1 ผู้ให้สัมภาษณ์ชื่อนายฐิตินันท์ ตรีอริยสันต์ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำธุรกิจร้านจำหน่ายอะไหล่รถเกี่ยวข้าว ทำธุรกิจมา 5 ปี โดยเห็นช่องทางการทำธุรกิจจากการที่สังเกตว่าปัจจุบันเกษตรกรไทยหันมาใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตรมาใช้ในงานเกษตรกรรมมากกว่าใช้อุปกรณ์ดั้งเดิม ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวต่อว่า ที่ร้านมีลูกค้า 2 ประเภท คือ ผู้รับเหมาเกี่ยวข้าว และผู้ประกอบการเกี่ยวข้าว

ส่วนที่2 ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่าทางร้านมักเจออุปสรรคเรื่องราคา คู่แข่งที่มีประสบการณ์มากกว่า และการชำระเงินของลูกค้า ซึ่งถือว่าเป็นความเสี่ยงที่สำคัญ ทางร้านจึงให้เครดิตกับลูกค้า 30 วัน ในการชำระเงิน ผู้ให้สัมภาษณ์แจ้งว่า จุดแข็งของร้าน คือ มีบริการซ่อม รับประกันสินค้า สามารถเคลมได้จัดส่งฟรีทั่วประเทศ รวมถึงสินค้าดีมีคุณภาพ โดยสินค้าที่ลูกค้าซื้อบ่อยครั้งที่สุด เช่น ระบบไฮโดรลิกส์ อะไหล่ช่วงล่างรถเกี่ยวข้าว และจะซื้อเป็นประจำ แต่จะซื้อจำนวนมากช่วงเกี่ยวข้าว สุดท้ายผู้ให้สัมภาษณ์ ได้ให้คำแนะนำผู้ที่สนใจซื้อไปขายต่อว่า ของที่ขายจะต้องมีคุณภาพ และสามารถรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้า ว่าต้องการสินค้าชนิดใด และยี่ห้ออะไรที่ลูกค้าจำเป็นต้องใช้

(ภาคผนวก ข)

ประเภทของสินค้า / บริการ

ร้านขายอะไหล่ยนต์การเกษตร

ต.คลองพระยาบันลือ อ.ลาดบัวหลวง จ.อยุธยา

1.ประเภทของสินค้า/บริการ

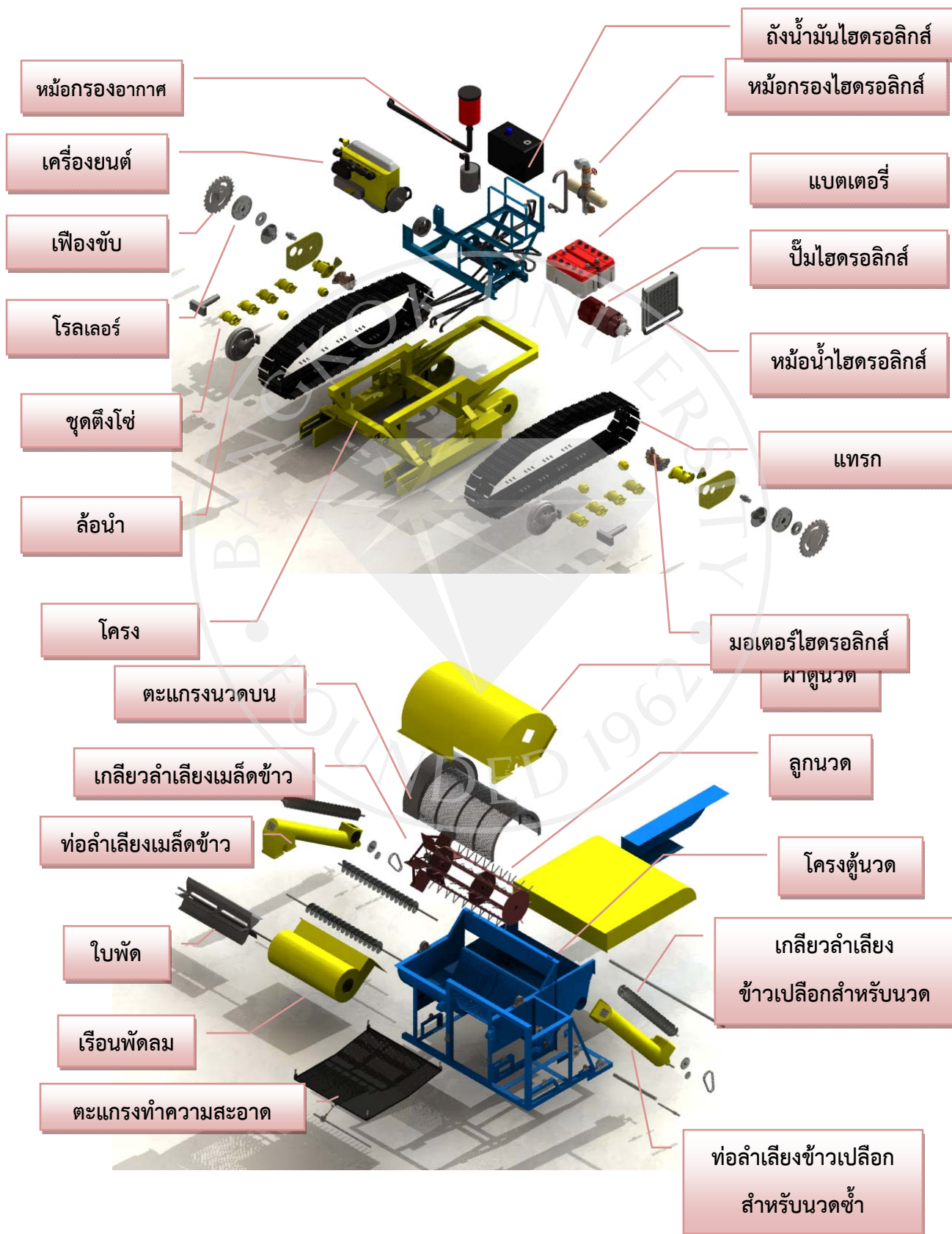
ร้านจำหน่ายอะไหล่ยนต์การเกษตร จะเริ่มดำเนินธุรกิจปี 2558 เป็นธุรกิจการค้าที่ซื้อมาขายไป ซึ่งสินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าประเภทอะไหล่รถเกี่ยวข้าว และรถตีดินทุกชนิด โดยแบ่งประเภทสินค้าออกตามวัตถุประสงค์การใช้งานได้ 3 ประเภท ดังนี้

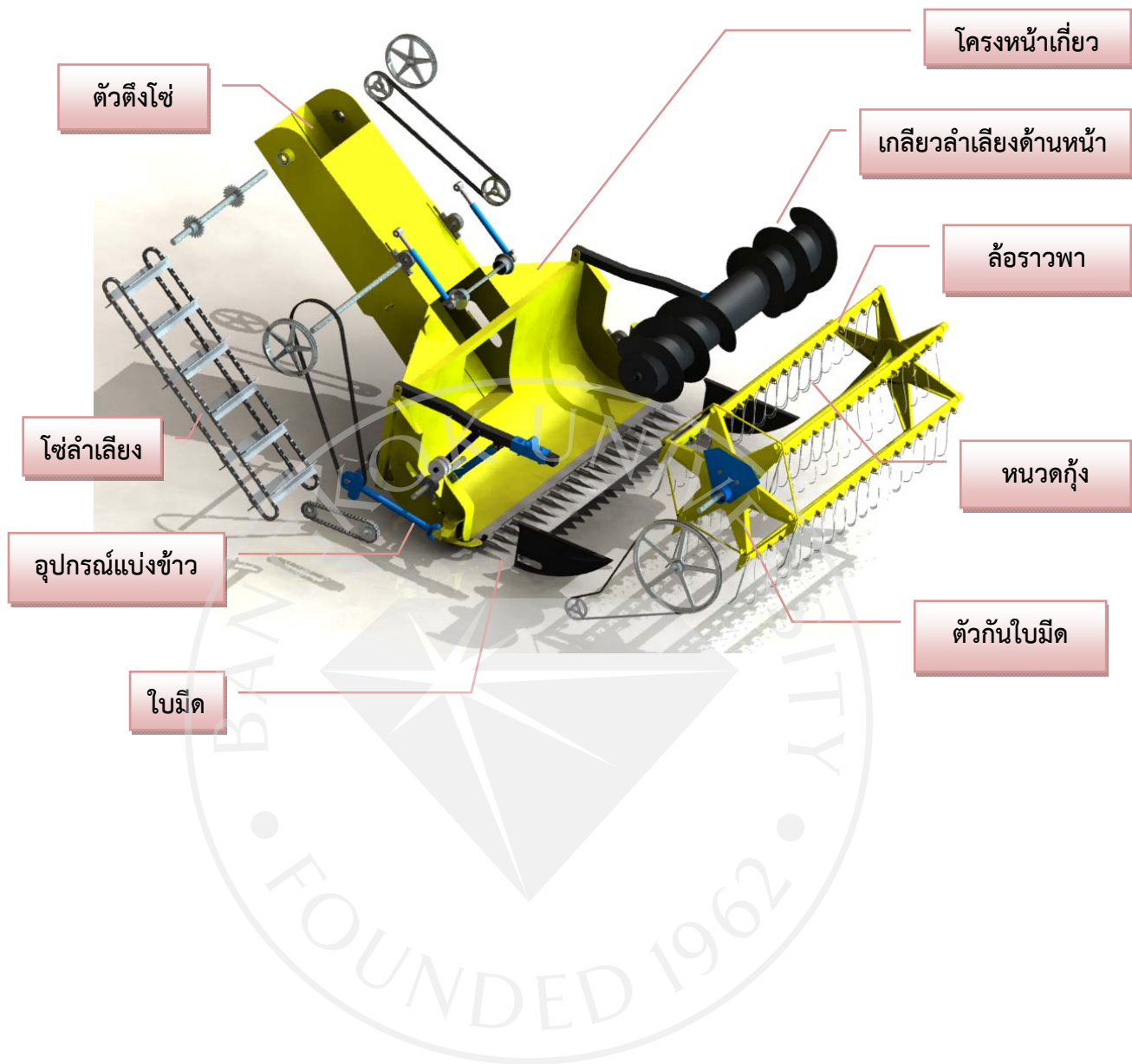
1 ชุดขับเคลื่อน

- 1.1 แทรก
- 1.2 ใบแทรก
- 1.3 น็อตใส่ใบแทรก
- 1.4 เฟืองขับเคลื่อนตะขบ
- 1.5 ล้อนำ
- 1.6 เสือโรลเลอร์บน
- 1.7 โช้แทรก
- 1.8 โครง
- 1.9 ปุ่มไฮดรอลิก
- 1.10 สายไฮดรอลิกเกียร์
- 1.11 กระบอก
- 1.12 น้ำมันไฮดรอลิกส์
- 1.13 หม้อกรองไฮดรอลิกส์
- 1.14 แผ่น
- 1.15 เสื่อ
- 1.16 ลูกปืน
- 1.17 ชุดเพลลาเบรก
- 1.18 ไส้กรองอากาศลูกใน
- 1.19 ลูกสูบ
- 1.20 ชุดเทอร์โบ
- 1.21 วาล์วไอดี
- 1.23 วาล์วไอเสีย

- 1.24 ชุดไฟส่องสว่าง
 - 1.25 สวิตช์เซฟตี้
 - 1.26 สวิตช์สตาร์ท
 - 1.27 ไคสตาร์ท
 - 1.28 ซีลกันน้ำมันกันน้ำ
 - 1.29 ซีลล่อน้ำ
 - 1.30 ซีลกันน้ำมันโรลเลอร์
 - 1.31 น้ำมันเกียร์
 - 1.32 น้ำมันเครื่อง
 - 1.33 แบตเตอรี่
 - 1.34 หม้อกรองไฮโดรลิกส์
- 2 ชุดนวดลำเลียงข้าว
- 2.1 เฟืองดอกจอกเพลลาขับเคลื่อน
 - 2.2 สกรูลำเลียง 2 แนวนอน
 - 2.3 เกลียวลำเลียงเมล็ดข้าวดี
 - 2.4 ลูกนวด
 - 2.5 เกลียวลำเลียงข้าวเปลือกสำหรับนวดซ้ำ
 - 2.6 ตะแกรงนวด
 - 2.7 ตะแกรงคัดแยก 2
- 3 ชุดเกี่ยวข้าว
- 3.1 สายครีซหัวเกี่ยว
 - 3.2 ใบมีดตัด
 - 3.3 โขลลำเลียงข้าวตัวเกี่ยว
 - 3.4 สายพานท้ายเครื่อง
 - 3.5 สายพานเพลาลอย
 - 1.3.6 เฟืองรอกตัวแรก

2. ส่วนประกอบต่าง ๆ ของรถเกี่ยวข้าว





(ภาคผนวก ค)
 แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ
 ร้านขายอะไหล่ยนต์การเกษตร
 ต.คลองพระยาบันลือ อ.ลาดบัวหลวง จ.อยุธยา

งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
ที่ดิน อาคาร	725,000.00	725,000.00	-
อุปกรณ์เครื่องใช้ในร้าน	57,500.00	57,500.00	-
เงินลงทุนระยะยาวอื่น	500,000.00	-	500,000.00
	-	-	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,282,500.00		
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	300,000.00	300,000.00	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
เงินทุนหมุนเวียน	500,000.00	500,000.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	2,082,500.00	1,582,500.00	500,000.00
สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน(%)	100.00	76	24

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ถาวร (ไม่รวมที่ดิน)	1,057,500				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	211,500	211,500	211,500	211,500	211,500
ค่าเสื่อมราคาสะสม	211,500	423,000	634,500	846,000	1,057,500
โอนไปงบดุล					
สินทรัพย์ถาวร	1,057,500	1,057,500	1,057,500	1,057,500	1,057,500
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	211,500	423,000	634,500	846,000	1,057,500
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	846,000	634,500	423,000	211,500	-
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	300,000				
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งตัดจ่าย	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ตัดจ่ายสะสม	60,000	120,000	180,000	240,000	300,000
โอนไปงบดุล					
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
หักตัดจ่ายสะสม	60,000	120,000	180,000	240,000	300,000
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	240,000	180,000	120,000	60,000	-

ตารางแสดงยอดขายของปีที่ 1 –ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1				
	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	รวม
จำนวนลูกค้า	1	2	3	3	9
ราคาเฉลี่ยต่อคน	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
รวมยอดขายต่อวัน	1,000	2,000	3,000	3,000	9,000
รวมยอดขายต่อเดือน	30,000	60,000	90,000	90,000	270,000
รวมยอดขายต่อไตรมาส	90,000	180,000	270,000	270,000	810,000

รายการ	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนลูกค้าต่อวัน	10	10	10	10
ราคาเฉลี่ยต่อคน	1,000	1,000	1,000	1,000
รวมยอดขายต่อวัน	10,000	10,000	10,000	10,000
รวมยอดขายต่อเดือน	300,000	300,000	300,000	300,000
รวมยอดขายต่อไตรมาส	900,000	900,000	900,000	900,000
รวมยอดขายต่อปี	3,600,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000

สรุปยอดขายต่อปี	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขายรวม	810,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000

สรุปการประมาณการยอดขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	810,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000
นโยบายการขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ					
ระยะเวลาที่ให้เครดิตแก่ลูกค้า	30	วัน			
การคำนวณหาลูกหนี้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขายรวม	810,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000
ยอดขายต่อวัน	2,314	10,286	10,286	10,286	10,286
ลูกหนี้ปลายงวด	69,429	308,571	308,571	308,571	308,571
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด					
ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
ลูกหนี้การค้า	69,429	308,571	308,571	308,571	308,571
ลูกหนี้ที่เพิ่มขึ้น	69,429	239,143	-	-	-
การส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลด					
ประมาณการผู้ได้รับคูปอง	0%	ของยอดขาย			
ประมาณการผู้นำคูปองมาใช้	0%	ของผู้ได้รับคูปอง			
ส่วนลด	0%				
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	810,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000
ยอดขายจะได้อุปอง	-	-	-	-	-
ผู้ได้อุปองจะใช้สิทธิ์เป็นสมาชิก	-	-	-	-	-
ส่วนลด 10 %	-	-	-	-	-

การประมาณการสินค้าคงเหลือ					
นโยบายคิดต้นทุนขาย	40%				
นโยบายสำรองสินค้า	30 วัน				
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขายรวม	810,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000
ต้นทุนขาย	324,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000
สินค้าคงเหลือต่อวัน	926	4,114	4,114	4,114	4,114
สินค้าคงเหลือปลายงวด	27,771	123,429	123,429	123,429	123,429
นโยบายการซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ					
ระยะเวลาที่ได้รับเครดิต	60 วัน				
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการซื้อสินค้า	324,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000
ยอดซื้อเฉลี่ยต่อวัน	925.71	4,114.29	4,114.29	4,114.29	4,114.29
เจ้าหนี้การค้า	55,542.86	246,857.14	246,857.14	246,857.14	246,857.14
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด					
เจ้าหนี้การค้า	55,543	246,857	246,857	246,857	246,857
เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	55,543	191,314	-	-	-

การประมาณการค่าใช้จ่าย					
ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าสถานที่	-	-	-	-	-
ค่าโทรศัพท์ (เพิ่มขึ้น 3%)	8,000	8,240	8,487	8,742	9,004
ค่าขนส่ง (เพิ่มขึ้น 5%)	51,000	53,550	56,228	59,039	61,991
ค่าไฟฟ้า (เพิ่มขึ้น 5%)	19,200	20,160	21,168	22,226	23,338
ค่าเสื่อมราคา	256,500	256,500	256,500	256,500	256,500
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
เงินเดือน (เพิ่มขึ้น 5%)	94,000	98,700	103,635	108,817	114,258
รวมต้นทุนคงที่	488,700	497,150	506,013	515,324	525,090
ยอดขาย	810,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000
นโยบายคิดต้นทุนขาย	40% ของยอดขาย				
ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนขาย	324,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000
ค่าบรรจุภัณฑ์ 0.5%	1,200	18,000	18,000	18,000	18,000
ส่งเสริมการขาย	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 1%	8,100	36,000	36,000	36,000	36,000
รวมต้นทุนผันแปร	333,300	1,494,000	1,494,000	1,494,000	1,494,000

การคำนวณจุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่ / อัตรากำไรส่วนเกิน					
กำไรส่วนเกิน = ยอดขาย - ต้นทุนผันแปร					
อัตรากำไรส่วนเกิน = กำไรส่วนเกิน / ยอดขาย					
การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	476,700	2,106,000	2,106,000	2,106,000	2,106,000
อัตรากำไรส่วนเกิน	59%	59%	59%	59%	59%
จุดคุ้มทุนต่อปี	830,390	849,829	864,988	880,895	897,590
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	69,199	70,819	72,082	73,408	74,799
จุดคุ้มทุนต่อวัน	2,307	2,361	2,403	2,447	2,493
การคิดดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราดอกเบี้ย		15%	ต่อปี		
ระยะเวลาชำระหนี้		5	ปี		
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินต้นที่คิดดอกเบี้ย	500,000	400,000	300,000	200,000	100,000
ชำระเงินต้น	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ดอกเบี้ยจ่าย	75,000	60,000	45,000	30,000	15,000
เงินกู้สุทธิ	400,000	300,000	200,000	100,000	-

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	810,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000	3,600,000
หัก ต้นทุนผันแปร	333,300	1,494,000	1,494,000	1,494,000	1,494,000
กำไรส่วนเกิน	476,700	2,106,000	2,106,000	2,106,000	2,106,000
หัก ต้นทุนคงที่	488,700	497,150	506,018	515,324	525,090
กำไรก่อนการดำเนินงาน	- 12,000	1,608,850	1,599,982	1,590,676	1,580,910
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	75,000	60,000	45,000	30,000	15,000
กำไรก่อนหักภาษี	- 87,000	1,548,850	1,554,982	1,560,676	1,565,910
หัก ภาษี 30%	- 26,100	464,655	466,495	468,203	469,773
กำไรสุทธิ	- 60,900	1,084,195	1,088,488	1,092,473	1,096,137
กำไรสะสม ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
ยกยอดไปจบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นปี	-	60,900	969,085	2,003,148	3,040,998
บวก กำไรสุทธิ	- 60,900	1,084,195	1,088,488	1,092,473	1,096,137
หัก เงินปันผล	-	54,210	54,424	54,624	54,807
กำไรสะสมปลายงวด	- 60,900	969,085	2,003,148	3,040,998	4,082,328
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด					
ภาษีเงินได้	- 26,100	464,655	466,495	468,203	469,773
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	- 26,100	490,755	1,840	1,708	1,570
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด					
สินค้าคงเหลือ	27,771	123,429	123,429	123,429	123,429
สินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	27,771	95,657	-	-	-
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด					
เงินปันผลจ่าย	-	54,210	54,424	54,624	54,807
เงินปันผลจ่ายที่เพิ่มขึ้น	-	54,210	215	199	183

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	- 60,900	1,084,195	1,088,488	1,092,473	1,096,137
บวก ค่าเสื่อมราคา	256,500	256,500	256,500	256,500	256,500
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	75,000	60,000	45,000	30,000	15,000
บวก กำไรเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	- 26,100	490,755	1,840	1,708	1,570
บวก เจ้าหนี้ที่เพิ่มขึ้น	55,543	191,314	-	-	-
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	-	54,210	215	199	183
หัก สิ้นค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	- 27,771	- 95,657	-	-	-
หัก ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	- 69,429	- 239,143	-	-	-
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	262,843	1,862,174	1,452,042	1,440,881	1,429,390
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
รวมสินทรัพย์ถาวร	- 1,282,500	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	- 300,000	-	-	-	-
0	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	- 1,582,500	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	500,000	-	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	- 100,000	- 100,000	- 100,000	- 100,000	- 100,000
หัก ชำระดอกเบี้ยเงินกู้	- 75,000	- 60,000	- 45,000	- 30,000	- 15,000
หัก เงินปันผลจ่าย	-	- 54,210	- 54,424	- 54,624	- 54,807
ทุนหุ้นสามัญ	1,582,500	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	1,907,500	- 214,210	- 199,424	- 184,624	- 169,807
เงินสดสุทธิ	587,843	1,647,964	1,252,618	1,256,257	1,259,583
บวก เงินสดต้นงวด	-	587,843	2,235,807	3,488,425	4,744,682
เงินสดปลายงวด	587,843	2,235,807	3,488,425	4,744,682	6,004,265

งบแสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	587,843	2,235,807	3,488,425	4,744,682	6,004,265
ลูกหนี้การค้า	69,429	308,571	308,571	308,571	308,571
สินค้าคงเหลือ	27,771	123,429	123,429	123,429	123,429
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	685,043	2,667,807	3,920,425	5,176,682	6,436,265
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	1,026,000	769,500	513,000	256,500	-
ค่าลดทอนและตกแต่งสุทธิ	240,000	180,000	120,000	60,000	-
0	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,266,000	949,500	633,000	316,500	-
รวมสินทรัพย์	1,951,043	3,617,307	4,553,425	5,493,182	6,436,265
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
เจ้าหนี้การค้า	55,543	246,857	246,857	246,857	246,857
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	-	26,100	464,655	468,203	469,773
เงินปันผลค้างจ่าย	-	54,210	54,424	54,624	54,807
หนี้สินระยะสั้น	29,443	765,722	767,776	769,684	771,437
เงินกู้สถาบันการเงินสุทธิ	400,000	300,000	200,000	100,000	-
รวมหนี้สิน	429,443	1,065,722	967,776	869,684	771,437
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	1,582,500	1,582,500	1,582,500	1,582,500	1,582,500
กำไรสะสม	-	60,900	2,003,148	3,040,998	4,082,328
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,521,600	2,551,585	3,585,648	4,623,498	5,664,828
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,951,043	3,617,307	4,553,425	5,493,182	6,436,265

กระแสเงินสดตลอดโครงการ	
ปีที่	
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	- 2,082,500.00
1 กระแสเงินสดรับ	587,842.86
2 กระแสเงินสดรับ	1,647,964.29
3 กระแสเงินสดรับ	1,252,617.55
4 กระแสเงินสดรับ	1,256,257.09
5 กระแสเงินสดรับ*	1,759,583.29
การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยอัตราคิดลด	20.00%
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	B3,672,154.02
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	- 2,082,500.00
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	B1,589,654.02
อัตราผลตอบแทนของโครงการ	47%

*กระแสเงินสดรับในปีที่ 5 = เงินสดสุทธิจากงบกระแสเงินสด + เงินทุนหมุนเวียน + เงินมัดจำร้าน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน					
รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	23.27	3.48	5.11	6.73	8.34
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	22.32	3.58	5.32	7.07	8.81
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตรการหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	11.67	11.67	11.67	11.67	11.67
อัตรการหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	12.00	12.10	12.10	12.10	12.10
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	30.86	30.86	30.86	30.86	30.86
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	30.00	29.74	29.74	29.74	29.74
อัตรการหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	0.79	4.68	7.02	14.04	
อัตรการหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	0.42	1.00	0.79	0.66	0.56
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.28	0.42	0.27	0.19	0.14
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย(เท่า)	- 0.16	26.81	35.56	53.02	105.39
การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	- 0.03	0.30	0.24	0.20	0.17
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	- 0.04	0.42	0.30	0.24	0.19
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	58.8518519	58.5	58.5	58.5	58.5
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	- 1.48	44.69	44.44	44.19	43.91
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	- 7.52	30.12	30.24	30.35	30.45
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Vaule)	฿1,589,654.02				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	47%				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	1.907				

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล นางสาวนันท์ชพร หอมระรื่น
อีเมล wan-d-day@outlook.com
ประวัติการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี
วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมศาสตร์เครื่องจักรกลเกษตร, 2551
ประสบการณ์การทำงาน 2551-2552 วิศวกรขาย บริษัท แซททีสไฟ ออล จำกัด
2553-2555 วิศวกรควบคุมคุณภาพ บริษัท อาร์มสตรอง แมคคัลดีคัล
จำกัด
สถานที่ทำงาน บริษัท ชันเด็น(ประเทศไทย) จำกัด
ตำแหน่งปัจจุบัน วิศวกรควบคุมคุณภาพ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 19 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2558

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ฉันทสิทธิ์ หอประวีร์ อยู่บ้านเลขที่ 5 หมู่ 1

ซอย ถนน ตำบล/แขวง คลองพระยาบันลือ

อำเภอ/เขต คลองหลวง จังหวัด พระนครศรีอยุธยา รหัสไปรษณีย์ 13230

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7-56-02-0022-7

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิชาศึกษานานาชาติและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ แผนธุรกิจและแผนการตลาด

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ.

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นายเกียรติพร ทอสมะรีช)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมลาลัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร