

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งในจังหวัดเชียงใหม่
A Feasibility Study of an Investment in Premium Fruits with Delivery in
Chiang Mai Province

กนกวรรณ รักพงศ์ *

บทคัดย่อ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ การศึกษาสภาพแวดล้อมของโครงการ การศึกษาด้านการตลาด การศึกษาด้านเทคนิค การศึกษาด้านการจัดการ และ การศึกษาด้านการเงิน โดยนำทฤษฎีต่าง ๆ มาเป็นแนวทางในการศึกษา จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งจำนวน 3 ราย และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 200 ราย ภายใต้สมมุติฐานระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังอย่างน้อยร้อยละ 20 จากการศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมของโครงการปัจจัยทางสังคมและเทคโนโลยีเป็นปัจจัยหลักมีผลต่อการดำเนินกิจการมากที่สุด การศึกษาด้านการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและด้านกระบวนการมากที่สุด และจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจการเลือกใช้บริการธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งในจังหวัดเชียงใหม่ถึง 83.5% การศึกษาด้านเทคนิค พบว่าโครงการให้ความสำคัญในการคัดเลือกผลไม้คุณภาพสูงและการคัดเลือกผู้ส่งมอบ (Supplier) การศึกษาด้านการจัดการ พบว่าโครงการให้ความสำคัญกับการคัดเลือกพนักงานในการจัดเตรียมสินค้าและบริการส่ง (Delivery) เพื่อให้ตอบสนองความต้องการและสร้างความประทับใจแก่ลูกค้ามากที่สุด ทั้งนี้โครงการดำเนินรูปแบบธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด แหล่งเงินทุนมาจากส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด โดยจากการศึกษาพบว่า โครงการมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 1 ปี 10 เดือน 6 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 937,857.90 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน 56 % ซึ่งสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง และเนื่องจากผลไม้คุณภาพสูงเป็นสินค้าที่มีความผันผวนของราคาอยู่ตลอดเวลา และจากการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง 2 กรณีประกอบด้วย กรณีที่กำหนดให้ยอดขายมีการเปลี่ยนแปลง 10% แต่ค่าใช้จ่ายไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก และกรณีที่ต้นทุนผลไม้คุณภาพสูงมีการเปลี่ยนแปลง 10% แต่ยอดขายคงที่ ทั้ง 2 กรณี พบว่า กรณีที่ยอดขายเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ที่แย่มากที่สุดโครงการไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากผลตอบแทนภายในการลงทุนมูลค่าปัจจุบันสุทธิติดลบและอัตราผลตอบแทนต่ำกว่าผลตอบแทนที่คาดหวังร้อยละ 20 แต่ในกรณีที่ต้นทุนผลไม้คุณภาพสูงเปลี่ยนแปลงพบว่า โครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุนทั้งสถานการณ์ที่ดีที่สุดและสถานการณ์ที่แย่มากที่สุด จึงสรุปได้ว่าโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุนและยอดขายเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจมากกว่าต้นทุนของผลไม้คุณภาพสูง

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

This study has an objective to study and analyze the Feasibility of Investment in Premium Fruits with Delivery in Chiang Mai Province. The study is done in 5 perspectives which consist of project environment study, marketing study, technical study, management study, and financial study. Theories are used as a guideline of the study. Data collection is done by In-Depth Interview of 3 premium fruits with delivery entrepreneurs and questionnaires. The number of samples is 200. The study is done under the assumption that the operation period is 5 years and the expected rate of return is 20%. From the study, the project environment in social and technology factors play the most important role in the operation. From the marketing study, samples most prioritize price and process factors. From questionnaires, most of them interest in using premium fruits with delivery service in Chiang Mai Province up to 83.5%. From the technical study, the project prioritizes the premium fruit selection and supplier selection. From the management study, the project prioritizes the selection of staff for product preparation and delivery to meet the requirement and satisfy consumers. The project is operated as a limited partnership. The project is completely funded by the stockholders. From the study, the payback period is 1 year 10 months 6 days. Net present value (NPV) is 937,857.90 THB. Internal rate of return (IRR) is 56 % which higher than the expected rate of return. Moreover, premium fruits' price is always fluctuation. From the sensitivity of 2 cases which consist of ¹ the sales change 10% but the cost is constant and ² the cost of premium fruit changes 10% but the sales are constant. For both cases, in case that the sales change to the worst-case scenario, the project is not feasible because IRR and NPV are negative and rate of return is lower than the expected rate of return of 20%. However, in case that the cost of premium fruits changes, the project is still feasible in both the best and the worst-case scenario. Therefore, it can be concluded that the project is feasible and the sales play a more important role than the cost of premium fruits.

บทนำ

ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากผู้บริโภคกลุ่มผู้สูงอายุอันเนื่องมาจากโครงสร้างประชากรไทยได้เริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ รวมไปถึงกลุ่มคนวัยทำงานและกลุ่มวัยรุ่น ที่มีความตื่นตัวต่อการใส่ใจสุขภาพมากขึ้น การบริโภคผลไม้ที่มีคุณภาพซึ่งมีคุณประโยชน์ต่อร่างกายจึงเป็นทางเลือกสำคัญที่ผู้บริโภคถึง สอดคล้องกับภาพรวมตลาดผลไม้นำเข้าในประเทศไทยช่วง 3 - 5 ปี ที่ผ่านมาค่อนข้างเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากกระแสรักสุขภาพและค่านิยมการซื้อสินค้าคุณภาพดี จึงทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการผลไม้ที่มีคุณภาพสูงขึ้นจากสินค้ามาตรฐานปกติในท้องตลาดทั่วไป (วิภาวี วัชรารกร, 2560) และปัจจุบันผู้ประกอบการหลายธุรกิจหลายกลุ่มสินค้าต่างเริ่มปรับตัวสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่นิยมเดินทางมาจับจ่ายใช้สอยหรือรับประทานอาหารนอกบ้านแต่ผู้บริโภคยุคปัจจุบันกลับหันมาใช้บริการส่ง (Delivery) มากขึ้น เพราะข้อจำกัดเรื่องเวลา ความเหนื่อยล้า การจราจรติดขัดและราคาน้ำมันที่แพงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ปัจจัยดังกล่าวเป็นช่องว่างทำให้เกิดบริการรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า บริการส่ง (Delivery) ได้มีโอกาสแจ้งเกิดในยุคนี้ ผู้ประกอบการจึงต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย รวมถึงการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้

ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้สะดวกมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตที่เร่งรีบในยุคปัจจุบัน (ภาศินี คณาเดิม, 2558, 35-37) จากสถานการณ์ดังกล่าวผู้ศึกษาเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจ จึงทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อทราบถึงความเป็นไปได้ในการตัดสินใจลงทุน รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นที่ต้องการศึกษาและลงทุนต่อไป

แนวคิดและทฤษฎี

การตัดคุณภาพผลไม้เมืองร้อนเพื่อการส่งออก (เบญจมาศ รัตนชินกร, 2549) มีข้อกำหนดที่สำคัญในมาตรฐานคุณภาพของผลไม้ที่เกษตรกรและผู้ประกอบการควรรู้และนำไปใช้ประโยชน์ เป็นต้นว่าข้อกำหนดเรื่องอายุการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม โรคแมลงที่ประเทศผู้นำเข้าไม่ยอมรับ ชนิดและขนาดของตำหนิหรือความบกพร่องที่ต้องตัดสินว่าผลิตผลควรถูกคัดออกหรือจัดอยู่ในชั้นคุณภาพใด ตลอดจนขนาดของผลิตผลที่ตลาดหรือผู้บริโภคเป็นต้น ซึ่งหลังเก็บเกี่ยวโดยเฉพาะการคัดผลิตผลให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาดอันจะก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการซื้อขาย ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรและผู้ประกอบการสามารถขายผลิตผลได้มากขึ้น

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (ชัยยศ สันติวงษ์, 2553, 37) คือการศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมดทั้งในขอบเขตกว้างที่เรียกว่า มหาภาค และขอบเขตที่ลึกลงไปเรียกว่า จุลภาค ซึ่งโครงการอุตสาหกรรมโดยทั่วไปจะมีกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม คือ กิจกรรมด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และ ด้านการเงิน เพื่อนามาประกอบการตัดสินใจในการลงทุนว่า โครงการสามารถประสบความสำเร็จและได้รับผลตอบแทนคุ้มค่างบการเงินลงทุน เนื่องจากการแข่งขันทางธุรกิจที่สูง เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การสื่อสารทางโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง ตลอดจนความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีผลกระทบต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของโครงการ โครงการธุรกิจจะมีลักษณะรูปแบบตลอดจนเงินลงทุนแตกต่างกันไป ผลของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะสรุปให้เห็นในรูปของงบการเงินล่วงหน้า (Performa Financial Statement) ซึ่งจะนำมาประเมินผลและตัดสินใจว่าจะลงทุนในโครงการหรือไม่

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งในจังหวัดเชียงใหม่ จะทำการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโครงการ โดยทำการวิเคราะห์ทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ การศึกษาสภาวะแวดล้อมของโครงการ การศึกษาด้านการตลาด การศึกษาด้านเทคนิค การศึกษาด้านการจัดการ และการศึกษาด้านการเงิน

ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งจำนวน 3 ราย และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 200 ราย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ทำการเก็บข้อมูลจากการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งจำนวน 3 ราย เพื่อใช้เป็นข้อมูลด้านการตลาดด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 200 ราย เพื่อใช้เป็นข้อมูลด้านการตลาดเพื่อให้สามารถทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์และความต้องการในการเลือกซื้อผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่ง และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการสืบค้นจากหนังสือ เอกสาร บทความที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลบนสื่อออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลด้านการตลาดและด้านเทคนิค

ผลการศึกษา

1. การศึกษาสภาพแวดล้อมของโครงการ

จากการศึกษาด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ พบว่าจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่ครัวเรือนมีขนาดเล็กลง การก้าวเข้าสู่สังคมเมือง การเติบโตของสังคมผู้สูงอายุ รายได้ของประชากรที่เพิ่มสูงขึ้น การหันมาใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุ ส่งผลให้พฤติกรรมและวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเปลี่ยนไปต้องการความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น สะท้อนได้จากพฤติกรรมการซื้อที่ผู้บริโภคเปลี่ยนไปซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นและใช้บริการธุรกิจจัดส่งอาหารไปยังแหล่งที่พักอย่างแพร่หลาย ประกอบกับการเข้ามาของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่มีบทบาทต่อการดำรงชีวิต อย่างเช่น การเข้ามาของแอปพลิเคชันการจัดส่งอาหาร ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีแนวคิดในการตอบสนองวิถีคนเมืองที่นิยมความรวดเร็วสะดวกสบาย มีเวลาจำกัด แต่ยังคงต้องการสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพสำหรับการบริโภค ซึ่งเป็นโอกาสของโครงการที่จะนำเสนอธุรกิจที่สามารถตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้การยกระดับผลไม้ไทยจากโครงการยุทธศาสตร์ผลไม้ของรัฐบาล ผลักดันให้ผลไม้ไทยเป็นผลไม้คุณภาพสูง (Premium) ที่มีคุณภาพและมาตรฐานระดับสูง นอกจากเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลไม้ไทยแล้ว ยังทำให้ผลไม้ไทยคุณภาพสูงเข้าถึงได้ไม่ยาก เมื่อมีรัฐบาลมาเป็นตัวกลางช่วยยกระดับมาตรฐานผลไม้คุณภาพสูงและช่วยประกันราคากลาง ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่ง มีต้นทุนสินค้าที่เหมาะสมเนื่องจากไม่ต้องจัดซื้อผลไม้คุณภาพสูงเฉพาะแหล่งนายทุนส่งออกผลไม้เท่านั้น

2. การศึกษาด้านการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ยังไม่มีผู้ประกอบการรายใดเข้ามาตีตลาดธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งในจังหวัดเชียงใหม่อย่างเต็มรูปแบบ มีเพียงคู่แข่งทางอ้อมเช่น ร้านขายผลไม้ทั่วไปและซูเปอร์มาร์เก็ต ทำให้การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมของธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งในจังหวัดเชียงใหม่ยังอยู่ในระดับปานกลาง ทำให้โครงการมีแนวโน้มเติบโต ในส่วนแบ่งการตลาดของผลไม้คุณภาพสูงในจังหวัดเชียงใหม่ มีกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการคือกลุ่มผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยจะเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าระดับกลางจนถึงบนที่มีกำลังซื้อ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าวัยทำงานและกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจในเทรนสุขภาพ ซึ่งโครงการมีการวางแผนกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการของโครงการมากที่สุด โดยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการ และการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคสามารถนำข้อมูลที่ได้มาวางกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดดังนี้ **กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์** คัดเลือกผลไม้ไทยเกรดส่งออกและผลไม้นำเข้าที่ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน Q มาจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่ง เลือกเฉพาะผลไม้ที่มีคุณภาพเป็นผลไม้ที่คัดเกรด ทั้งความสด รสชาติ เนื้อ

สัมพันธ์และลักษณะรูปร่าง กลยุทธ์ราคา กำหนดราคาของสินค้าให้เหมาะสมกับคุณภาพ โดยใช้กลยุทธ์ตั้งราคาตามระดับราคา และคุณภาพ (Price-quality Pricing Strategy) เนื่องจากสินค้าของโครงการเป็นผลไม้คุณภาพสูง จึงต้องกำหนดราคาให้สูง สอดคล้องกับระดับของสินค้า กลยุทธ์การจัดจำหน่าย จัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางออนไลน์ มีเพียงที่ตั้งโครงการเพื่อจัดเก็บและ จัดเตรียมสินค้าเพื่อบริการส่ง (Delivery) โครงการจึงให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็วของช่องทางการติดต่อ ผ่านทาง ไลน์ออฟฟิเชียลแอคเคานต์ (Line official Account) เพชบุ๊กแมสเซนเจอร์ Facebook Massager) และ เว็บไซต์ (Website) เนื่องจากช่องทางออนไลน์ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และแบบออฟไลน์โดยการติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ โครงการมี วิธีการกระจายสินค้าโดยรถจักรยานยนต์ติดตั้งกล่องเก็บอุณหภูมิในการจัดส่งเพื่อความสะดวกรวดเร็ว กลยุทธ์การส่งเสริม การตลาด สร้างการรับรู้และการสื่อสารระหว่างโครงการกับลูกค้าผ่านทางออนไลน์ เช่น การแจ้งรายละเอียดโปรโมชั่น ส่งเสริมการขายและหลังการขาย กลยุทธ์ด้านบุคลากร คัดเลือกพนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์กับผู้บริโภค ยิ้มแย้มแจ่มใส มีจิตใจรักในการบริการ มีความรู้เรื่องผลไม้คุณภาพสูง สามารถแนะนำคุณประโยชน์ของผลไม้คุณภาพสูงและสามารถใช้ เทคโนโลยีสมัยใหม่รวมถึงสื่อออนไลน์ได้ดี กลยุทธ์ด้านการกระบวนการ ให้ความสำคัญกับกระบวนการที่ถูกต้องและรวดเร็ว เช่น การส่งมอบสินค้าได้ครบถ้วนถูกต้องตามคำสั่งซื้อและส่งมอบสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด การให้บริการการติดต่อสื่อสาร ถูกต้องและรวดเร็ว ง่ายต่อการเข้าถึง และมีการชำระเงินที่เป็นระบบและปลอดภัยเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากที่สุด กลยุทธ์ด้านทางกายภาพ จัดทำ Official Account เช่น เพชบุ๊ก (Facebook) ไลน์ออฟฟิเชียลแอคเคานต์ (Line official Account) เว็บไซต์ (Website) และ อินสตาแกรม (Instagram) ให้มีความสวยงามมีเอกลักษณ์ แสดงรายละเอียดสินค้า ครบถ้วน จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้สะดวกต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค

3. การศึกษาด้านเทคนิค

เทคนิคในการคัดเลือกผลไม้คุณภาพสูงเพื่อนำมาจำหน่าย โครงการเลือกซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการนำเข้าส่งออก ผลไม้คุณภาพสูงที่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานต่าง ๆ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่นำเข้าส่งออกจากประเทศญี่ปุ่นได้ ย่อมมีมาตรฐานสินค้าที่น่าเชื่อถือ ซึ่งจะเป็นการลดขั้นตอนการคัดเลือกในขั้นแรกๆของโครงการ และจัดซื้อสินค้ากับ ผู้ประกอบการที่ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน Q ประกอบกับการคัดเลือกขั้นสุดท้ายก่อนส่งมอบด้วยพนักงานที่มีความ เชี่ยวชาญของโครงการก่อนถึงมือผู้บริโภค และการบริการจัดส่งโดยรถขนส่งของโครงการที่ผู้ซื้อมีการอบรมเบื้องต้นใน การส่งสินค้า ทำให้สามารถรักษาคุณภาพระหว่างการจัดส่งถึงมือผู้บริโภคได้

4. การวิเคราะห์ด้านการจัดการ

โครงการธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งในจังหวัดเชียงใหม่มีการดำเนินธุรกิจในรูปแบบนิติบุคคล โดยจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ผู้ถือหุ้นเป็นผู้มีอำนาจบริหารและการตัดสินใจ มีพนักงานในองค์กรจำนวน 5 คน โครงการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสินค้าและการให้บริการเป็นหลัก โดยจะเน้นผลไม้คุณภาพสูงที่มีความสดใหม่อยู่ เสมอ จึงไม่ทำการสต็อกสินค้าจำนวนมากเกินไป รวมถึงการมีแผนสำรองฉุกเฉินกรณีเกิดการผิดพลาดในปัจจัยต่าง ๆ เพื่อรองรับการแก้ปัญหาได้ทันเวลาที่ โครงการให้บริการลูกค้าที่น่าประทับใจทุกครั้ง โดยยึดหลักความซื่อสัตย์ จริจใจ และใส่ใจ ในการบริการ

5. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

โครงการมีการลงทุนเริ่มแรกทั้งหมดเป็นเงินจากส่วนของเจ้าของ โดยแบ่งเป็นหุ้นส่วนที่ 1 มูลค่า 500,000 บาท และ หุ้นส่วนที่ 2 มูลค่า 500,000 บาท รวมเป็นเงินลงทุนเริ่มแรก 1,000,000 บาท ซึ่งกำหนดระยะเวลาดำเนินงานของโครงการ ทั้งหมด 5 ปี ผลตอบแทนคาดหวังร้อยละ 20 โดยโครงการมีการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินโดยใช้เครื่องมือ ระยะเวลาคืนทุน

(PB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) และการวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) โดยจากการศึกษาพบว่า โครงการมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 1 ปี 10 เดือน 6 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 937,857.90 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน 56 % ซึ่งสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง เนื่องจากผลไม้คุณภาพสูงเป็นสินค้าที่มีความผันผวนของราคาอยู่ตลอดเวลา โครงการจึงวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง (Sensitivity Analysis) แบ่งเป็น 2 กรณี คือ กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย 10% พบว่ากรณีที่ยอดขายเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ที่แย่ที่สุด โครงการไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากผลตอบแทนภายในการลงทุนมูลค่าปัจจุบันสุทธิติดลบและอัตราผลตอบแทนต่ำกว่าผลตอบแทนที่คาดหวังร้อยละ 20 และกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนผลไม้คุณภาพสูง 10% แต่ยอดขายไม่เปลี่ยนแปลง พบว่ากรณีโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุนทั้งสถานการณ์ที่ดีที่สุดและสถานการณ์ที่แย่ที่สุด

การอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ พบว่าผู้บริโภคยุคปัจจุบันกลับหันมาใช้บริการส่ง (Delivery) มากขึ้น เพราะข้อจำกัดเรื่องเวลา ความเหนื่อยล้า การจราจรติดขัดและราคาน้ำมันที่แพงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ปัจจัยดังกล่าวเป็นช่องว่างทำให้เกิดบริการรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า บริการส่ง (Delivery) ได้มีโอกาสแจ้งเกิดในยุคนี้ ผู้ประกอบการจึงต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอย่างหลากหลาย รวมถึงกระแสสุขภาพและค่านิยมการซื้อสินค้าคุณภาพดี จึงทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการผลไม้ที่มีคุณภาพสูงขึ้นจากสินค้ามาตรฐานปกติในท้องตลาดทั่วไป โครงการจึงมีแนวโน้มในการเติบโตได้ดีจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

จากการศึกษาด้านการตลาดพบว่า จุดแข็งของโครงการคือผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่ง จุดอ่อนได้แก่เป็นธุรกิจใหม่จึงยังไม่เป็นที่รู้จัก โอกาสคือพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปหันมาใช้ช่องทางออนไลน์ในการซื้อสินค้าและชอบความสะดวกสบายมากขึ้นรวมถึงเทรนสุขภาพที่มาแรงในปัจจุบัน และอุปสรรคคือ รูปแบบธุรกิจไม่ซับซ้อนทำให้เกิดคู่แข่งได้ง่ายและจำนวนมาก จากปัจจัยการแข่งขันทางการตลาดที่สูงของธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่ง โครงการจึงต้องสร้างเอกลักษณ์โดยเน้นที่คุณภาพสูงของผลไม้ ทั้งความสด รสชาติ และการบริการส่งที่รวดเร็วและตรงต่อเวลา และพัฒนาธุรกิจอยู่เสมอเพื่อตามสนองความต้องการของลูกค้า

จากการศึกษาด้านเทคนิคและการจัดการ พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งในจังหวัดเชียงใหม่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจได้ประกอบไปด้วย คุณภาพของสินค้านั้นก็คือผลไม้คุณภาพสูง ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมากเพราะเป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าได้รับรู้ได้ว่า ต้องมีคุณภาพดีจริง มีความสดใหม่ และรสชาติดี ซึ่งโครงการต้องควบคุมคุณภาพตั้งแต่ขั้นตอนการเลือกซื้อ การจัดเก็บที่เหมาะสม การบรรจุที่เหมาะสม รวมถึงการบริการส่งที่ต้องบริหารจัดการให้รวดเร็วและตรงเวลา สถานที่ตั้งของโครงการต้องสะอาด มีทำเลที่เหมาะสมต่อการขนส่งได้สะดวก และเทคนิคการบริหารจัดการคนที่ดี คือการจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจ สามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ การรักษามาตรฐานการบริการที่ดี ซึ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ต้องผ่านการอบรมอยู่เสมอ

จากการศึกษาด้านการเงิน การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการพบว่า ธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งในจังหวัดเชียงใหม่ มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากมูลค่าสุทธิของโครงการ (NPV) มีค่าเท่ากับ 937,857.90 บาท ซึ่งมีค่ามากกว่าศูนย์ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าร้อยละ 56 ซึ่งมีค่ามากกว่าอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังที่ร้อยละ 20 และมีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 10 เดือน 6 วัน และจากการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง 2 กรณี ประกอบด้วย กรณีที่กำหนดให้ยอดขายมีการเปลี่ยนแปลง 10% แต่ค่าใช้จ่ายไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก และกรณีที่ต้นทุนผลไม้คุณภาพสูงมีการเปลี่ยนแปลง 10% แต่ยอดขายคงที่ ทั้ง 2 กรณี พบว่า กรณีที่ยอดขายเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ที่แย่ที่สุด โครงการไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากผลตอบแทนภายในการลงทุนมูลค่าปัจจุบันสุทธิติดลบและอัตราผลตอบแทน

ต่ำกว่าผลตอบแทนที่คาดหวังร้อยละ 20 แต่ในกรณีที่ต้นทุนผลไม้คุณภาพสูงเปลี่ยนแปลงพบว่า โครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุนทั้งสถานการณ์ที่ดีที่สุดและสถานการณ์ที่แย่ที่สุด จึงสรุปได้ว่า ยอดขายเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจมากกว่าต้นทุนของผลไม้คุณภาพสูง โครงการจึงต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นยอดขายอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโครงการด้านปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด จากองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด ประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้บริโภคในประเด็นคำถามที่ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งในจังหวัดเชียงใหม่ และการศึกษารูปแบบธุรกิจผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในประเด็นคำถามที่ว่า กลยุทธ์ที่เป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจคืออะไร โครงการจึงต้องทำให้มีปัจจัยสำคัญเหล่านี้เพื่อสร้างธุรกิจให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันและเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า กล่าวคือ คุณภาพของผลไม้ที่นำมาจำหน่ายเป็นผลไม้คุณภาพสูง (Premium) ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานทางการเกษตร Q จากสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) เป็นทั้งผลไม้ที่มีความสด รสชาติ สะอาด ไร้ตำหนิ ซึ่งเป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ต้องมีการควบคุมคุณภาพของผลไม้คุณภาพสูง ในเรื่องความสด และรสชาติ รวมถึงการบริการจัดส่งที่ถูกต้องและรวดเร็วจะเป็นจุดขายที่สำคัญของโครงการ และทำให้ลูกค้าที่เคยใช้บริการเกิดการกลับมาซื้อซ้ำ และเกิดการบอกต่อได้ ทั้งนี้โครงการมีการขายผ่านช่องทางออนไลน์มีความต่อเนื่องของการดำเนินกิจกรรมบนออนไลน์อยู่เสมอจะทำให้ร้านมีความน่าเชื่อถือในมุมมองของลูกค้า ต้องมีความซื่อสัตย์และจริงใจในการให้บริการ ในการให้คำแนะนำ และการคัดเลือกผลไม้คุณภาพสูงอย่างตรงไปตรงมา และศึกษาความต้องการของลูกค้า ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่าง ๆ และการปรับตัวให้ทันตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่ง (Premium Fruits Delivery) มีข้อเสนอแนะว่า การทำธุรกิจออนไลน์ควรมีการทดลองความเป็นไปได้ของตลาด ก่อนการลงทุนจริง เพื่อดูความต้องการของตลาดเชียงใหม่ว่ามีกำลังซื้อเพียงพอหรือไม่สำหรับการซื้อผลไม้คุณภาพสูงและมีการคิดค่าบริการขนส่งร่วม ด้วยผู้ศึกษาควรมีการทดลองตลาด เพื่อที่จะได้เห็นทิศทางแนวโน้มของธุรกิจ ก่อนการลงทุนสินทรัพย์ถาวรในโครงการ

จากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการธุรกิจจำหน่ายผลไม้คุณภาพสูงพร้อมบริการส่งในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมุ่งประเด็นไปที่ค่าจัดส่งซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ ดังนั้นโครงการจึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับค่าบริการส่ง อาทิเช่นการส่งฟรีภายในเขตอำเภอเมืองหรือส่งฟรีทุกสถานที่ในเชียงใหม่ เป็นต้น รวมถึงการจัดการเรื่องช่องทางการชำระเงิน เช่น การชำระเงินปลายทางทั้งผ่านเงินสด บัตรเครดิต หรือการชำระผ่านอินเทอร์เน็ต แบนด์กิ้ง โครงการควรมีวิธีการชำระเงินที่ง่าย สะดวก และมีความปลอดภัยสูงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นเพราะเป็นการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ และเสนอให้ผลไม้คุณภาพสูงเพิ่มทางเลือกที่เป็นรูปแบบปลอดสารพิษมาจำหน่ายจะเป็นการใส่ใจต่อสุขภาพของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

- ชัยยศ สันติวงษ์. (2553). *การศึกษาความเป็นไปได้โครงการ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชจำกัด.
- เบญจมาศ รัตนชินกร. (2549). *การคัดคุณภาพผลไม้เมืองร้อนเพื่อการส่งออก*. กรุงเทพฯ. กรมวิชาการเกษตร.
- ภาสินี คณาเดิม. (2558). ธุรกิจเคสิเวอรี่ส่งตรงถึงบ้านเทรนใหม่ยึดเมืองไทย. *อุตสาหกรรมสาร*, 35 -37
- วานิชหนูม. (2562). *ตลาดผลไม้พรีเมียมยังเติบโต*. สืบค้นจาก www.thairath.com
- วิภาวี วัชราร. (2560). *ตลาดผลไม้นำเข้าครึ่งปีหลัง คึกคัก รับอานิสงส์กระแสรักสุขภาพ*. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/1158122>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). *Food Delivery Application ดันธุรกิจ Food Delivery โตต่อเนื่อง*. สืบค้นจาก <https://kasikornresearch.com/th>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). *อุตสาหกรรมการแข่งขันของแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ดันธุรกิจ Food Delivery เติบโตต่อเนื่อง คาดมีมูลค่าสูงถึง 33,000 – 35,000 ล้านบาท ในปี 2562*. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/e>