



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

การศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตและจำหน่ายเสารั้วอัดแรง
หจก.ทวีวัฒน์ วัสดุก่อสร้าง อำเภอนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์
Feasibility Study of Produce and Sell Prestressed Concrete Fence Posts
A Case Study of Thaweewat Watsadukorsang Nongki District Buriram Province

เกวลิน พรหมเขียว

Email: Kewalin.pr@kkumail.com

ภิเชก ชัยนิรันดร์

Email: cpisek@kku.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาคั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายเสารั้วอัดแรง หจก.ทวีวัฒน์ วัสดุก่อสร้าง (2) เพื่อนำผลของการศึกษาไปตัดสินใจว่าจะผลิตและจำหน่ายเสารั้วอัดแรงหรือไม่ การศึกษาคั้งนี้จะศึกษาความเป็นไปได้ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ในการศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เสารั้วอัดแรง ที่อยู่รอบอำเภอนองกี่และภายในอำเภอนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า โครงการมีความเป็นไปได้ด้านการตลาด เนื่องจากปัจจัยภายในมีจุดแข็งมากกว่าจุดอ่อน และปัจจัยภายนอกมีโอกาสมากกว่าอุปสรรค ด้านเทคนิค พบว่า ตำแหน่งที่ตั้งของโครงการตั้งอยู่ที่ ถนนสี่สิ่งหา ตำบลทุ่งกระตาดพัฒนา อำเภอนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ มีพื้นที่โครงการ 3 ไร่ ด้านการจัดการ พบว่า มีการจัดการโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน มีการระบุนำที่ความรับผิดชอบตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกพนักงาน และด้านการเงิน พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) สำหรับระยะเวลาโครงการ 5 ปี เท่ากับ 2,463,343.88 บาท มีค่าเป็นบวก ผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) 43% และระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 2 ปี 3 เดือน 16 วัน จึงสรุปได้ว่าโครงการผลิตและจำหน่ายเสารั้วอัดแรง ของ หจก.ทวีวัฒน์ วัสดุก่อสร้าง อำเภอนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

คำสำคัญ: การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ, เสารั้วอัดแรง

Abstract

The objectives of this study are: (1) to assess the feasibility of the business in producing and selling prestressed concrete fence posts for Thaweewat Watsadukorsang Limited Partnership; (2) to use the findings to decide whether to proceed with the production and sale of these fence posts. This study examines the feasibility from four perspectives: marketing, technical, management, and financial. It employs a quantitative research approach, with a



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

sample group consisting of 400 buyers of prestressed concrete fence posts in and around Nongki District, Buriram Province. The sample was selected using convenience sampling. Data collection was carried out using questionnaires, and data analysis was performed using statistical software to calculate mean values, percentages, and standard deviations. The results indicate that the project to produce and sell prestressed concrete fence posts by Thaveewat Watsadukorsang Limited Partnership in Nongki District, Buriram Province, is feasible for investment.

Keywords: Feasibility Study, Prestressed Concrete Fence Posts

บทนำ

ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง เป็นธุรกิจต้นน้ำที่สำคัญของธุรกิจหลายประเภท เช่น ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจภาคการก่อสร้าง ภาพรวมธุรกิจวัสดุก่อสร้างมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี ในปี 2565 อุตสาหกรรมก่อสร้างมีการขยายตัวอยู่ที่ 4% จากไตรมาสเดียวกันในปี 2564 มีมูลค่า 1.42 ล้านล้านบาท โดยมีปัจจัยหนุนจากการฟื้นตัวของภาคการก่อสร้างที่อยู่อาศัยตามแนวราบ และการก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

ในปัจจุบันธุรกิจวัสดุก่อสร้าง แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ กลุ่มผู้ค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบตั้งแต่หน้าร้านจนถึงหลังร้าน จำหน่ายวัสดุก่อสร้างหลากหลายประเภทส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่ ซึ่งมีความได้เปรียบจากฐานะการเงินที่แข็งแกร่งและต้นทุนบริหารจัดการที่ดี ผู้ประกอบการมีการขยายสาขาในต่างจังหวัดมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงบริการได้ง่าย และกลุ่มผู้ค้าแบบดั้งเดิม (Traditional trade) ได้แก่ ร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั่วไป ส่วนใหญ่มีการบริหารจัดการแบบดั้งเดิม จำหน่ายสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างพื้นฐาน อาทิ ปูน ทราย หิน โดยเน้นกลุ่มลูกค้าภายในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงร้านค้า (ศูนย์วิจัยกรุงศรี, 2566)

ในสถานการณ์ปัจจุบัน หจก.ทวีวัฒน์ วัสดุก่อสร้าง เป็นธุรกิจแบบดั้งเดิม มียอดขาย 30 ล้านบาทต่อปี แบ่งเป็นสินค้าหมวดโครงสร้างอยู่ที่ 67% อุปกรณ์ตกแต่ง 16% อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา 9% เครื่องมือช่าง 3% และสินค้าเบ็ดเตล็ด 5% สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทซื้อมาขายไป ยอดขายของร้านที่เพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากการจำหน่ายเสาเข็มอัดแรง จัดอยู่ในหมวดโครงสร้าง สามารถขายได้ปีละ 10,000 - 20,000 ต้นต่อปี คิดเป็นเงิน 3 ล้านบาทต่อปี ต้นทุนที่รับมาอยู่ที่ ต้นละ 105 บาท จากความต้องการของผู้บริโภคที่มากขึ้นในทุก ๆ ปี อีกทั้งการจำหน่ายเสาเข็มอัดแรงในแต่ละครั้งมีการสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก

จากข้อมูลข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมองเห็นโอกาสที่จะขยายกิจการโดยการเพิ่มเครื่องจักรผลิตเสาเข็มอัดแรงภายใต้แบรนด์ของตัวเอง พัฒนาธุรกิจให้สามารถแข่งขันกับกลุ่มผู้ค้าสมัยใหม่ได้ในอนาคต และช่วยเพิ่มยอดขายของร้านโดยนำสินค้าส่งออกสินค้าไปยังร้านอื่น ๆ เนื่องจากในอำเภอหนองกี่และอำเภอใกล้เคียงยังไม่มีร้านที่ผลิตเสาเข็มอัดแรง ดังนั้นจึงได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตและจำหน่ายเสาเข็มอัดแรง ทั้ง 4 ด้าน



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน เพื่อเพื่อนำผลของการศึกษาไปตัดสินใจว่าจะผลิตและจำหน่ายเสารั้วอัดแรงหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายเสารั้วอัดแรง หจก. ทวีวัฒน์ วัสดุก่อสร้าง
2. เพื่อนำผลของการศึกษาไปตัดสินใจว่าจะผลิตและจำหน่ายเสารั้วอัดแรงหรือไม่

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เสารั้วอัดแรงที่อยู่รอบอำเภอหนองกี่ และภายในอำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
การศึกษาความเป็นไปได้โดยการวิเคราะห์ด้านตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (PESTEL Analysis) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Five Force Model) การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรค (SWOT) การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสารั้วอัดแรงการศึกษา
การศึกษาความเป็นไปได้โดยการวิเคราะห์ด้านเทคนิค วิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้ง รูปแบบผังโครงการ และขั้นตอนการให้บริการ
การศึกษาความเป็นไปได้โดยการวิเคราะห์ด้านการจัดการ วิเคราะห์โครงสร้างองค์กร วิเคราะห์ระบบการบริหารและควบคุมโครงการ และแบบจำลองธุรกิจ BMC
การศึกษาความเป็นไปได้โดยการวิเคราะห์ด้านการเงิน เพื่อกำหนดแหล่งเงินทุนในการใช้เงินทุนเริ่มต้น การจัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ การประมาณค่าใช้จ่าย การประมาณรายได้ เพื่อจัดทำกระแสเงินสด เพื่อใช้ในการตัดสินใจว่าจะลงทุนหรือไม่ลงทุนในโครงการผลิตและจำหน่ายเสารั้วอัดแรงหรือไม่ โดยใช้เครื่องมือทางการเงิน ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทน (Internal Rate of Return: IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) และวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ
3. ขอบเขตเวลา
การศึกษานี้จะใช้ระยะเวลาในการศึกษาเวลา 4 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2567

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนผลิตและจำหน่ายเสารั้วอัดแรง เป็นการศึกษาเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผู้ศึกษาใช้วิธีการแจกแบบสอบถามแบบสะดวก (Convenience sampling) โดยจะศึกษาข้อมูล 2 แบบได้แก่

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เสารั่วอัดแรง เพื่อหาความเป็นไปได้ด้านการตลาด ที่ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาด

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษา บทความวารสาร ข้อมูลภายในร้านที่พัฒนวัสดุก่อสร้าง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค การจัดการ และการเงิน

2. ขั้นตอนการวิจัย

จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง : ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวนทั้งสิ้น 49,472 คน (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2565) กลุ่มตัวอย่างอ้างอิงจากสมการของ (Yamane,1973) ได้เท่ากับ 396.79 เพื่อป้องกันการเกิดความผิดพลาด และสะดวกต่อการวิเคราะห์ข้อมูลดังนั้นผู้ศึกษาจะทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา : แบบสอบถาม (Questionnaire)

ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ : โดยส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม พบว่าข้อคำถามทุกข้อ มีค่า IOC 0.5 ขึ้น ทุกข้อส่งผลให้แบบสอบถามนี้มีความเที่ยงตรงและนำแบบสอบถามทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient: α) ผลพบว่าค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.976 สามารถแยกเป็นด้านต่างๆได้ดังตารางที่ 1 ผลจากการหาค่าความเชื่อมั่น

ตารางที่ 1 ผลจากการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	จำนวนข้อ	สัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	6	0.884
ปัจจัยด้านราคา	6	0.871
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4	0.770
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	6	0.858
ปัจจัยด้านบุคลากร	6	0.843
ปัจจัยด้านกระบวนการ	6	0.868
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	6	0.819
รวมทั้งฉบับ	40	0.976



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ในเขตอำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ซึ่งผ่านการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามแบบ Cronbach's Alpha ไปทำการสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบสอบถามชนิดที่ให้กลุ่มเป้าหมายกรอกคำตอบด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับ และทำการบันทึกคำตอบในแบบสอบถาม เพื่อประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

- 1) วิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ สำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าแจกแจงความถี่ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- 2) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป PESTEL Analysis การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Five Force Model) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) และการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด 7 ด้าน

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค โดยทำการศึกษาจากข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้อง เว็บไซต์ และหนังสือ จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์ ด้านความเหมาะสมในการลงทุนโครงการและเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากปัจจัยดังนี้ การตั้งเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม จะพิจารณาถึงความสะดวกในการเข้าถึงและสะดวกต่อการผลิตสารวัตรแรง การออกแบบพื้นที่ที่ใช้ในการผลิตและบริการลูกค้า และการออกแบบขั้นตอนการให้บริการ

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

ผู้ศึกษาจะวิเคราะห์ความเป็นไปได้ภายในองค์กร การจัดการโครงสร้างองค์กร การกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบ รวมไปถึงการสรรหาบุคลากรที่ใช้ในการปฏิบัติงาน และใช้การสร้างแบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas เพื่อให้เจ้าของธุรกิจได้เข้าใจในธุรกิจที่จะดำเนินการที่ดีขึ้น ใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทั้ง 3 ด้าน เพื่อระบุแผนภาพแบบจำลองของธุรกิจ

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การวิเคราะห์การลงทุนทั้งด้านการเงินประกอบด้วย

- (1) การวิเคราะห์ทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายเริ่มต้นโครงการ, ผู้ศึกษาจะกำหนดสมมติฐานทางการเงินของโครงการโดยสมมติฐานค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการดำเนินการ ค่าใช้จ่ายประจำเดือนงบประมาณการเงินต่าง ๆ รวมถึงประมาณการรายรับที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินธุรกิจ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

(2) การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ

ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost Capital : WACC), มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value: NPV), ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB), อัตราผลตอบแทน (Internal Rate of Return: IRR) และวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ผลการศึกษาจากส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 45 – 54 ปี ระดับการศึกษา อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ประกอบธุรกิจอื่น ๆ เช่น รับจ้างทั่วไป วิทยุเกษียณ เกษตรกร ฯลฯ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 – 30,000 บาท

สรุปแบบสอบถามส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกใช้เสารั้วอัดแรง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะใช้ผลิตภัณฑ์เสารั้วอัดแรงภายในระยะเวลา 2 – 5 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 ส่วนใหญ่เคยใช้ผลิตภัณฑ์เสารั้วอัดแรงจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 ซึ่งมีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เสารั้วอัดแรงจากผู้รับเหมาก่อสร้างอิสระจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 55.94 วัตถุประสงค์หลักในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสารั้วอัดแรง คือเพื่อใช้เป็นการแบ่งกันเขตแดนจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 โดยแหล่งข้อมูลที่จะใช้ในการสืบหาข้อมูลคือสอบถามจากบุคคลที่เคยว่าจ้างจำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสารั้วอัดแรงคือความคงทนแข็งแรง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ช่องทางการติดต่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสารั้วอัดแรงสั่งซื้อเสารั้วอัดแรงผ่านทางบุคคลที่เคยว่าจ้างจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51 ปัจจัยที่ผู้บริโภคคาดหวังต่อการเลือกซื้อคือคุณภาพของสินค้าจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 ราคาที่เหมาะสมต่อการเลือกซื้อ ส่วนใหญ่เลือกราคาเหมา 50 ต้นขึ้นไปต้นละ 100 บาท จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50

สรุปแบบสอบถามส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสารั้วอัดแรง พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.27 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับวัสดุที่ใช้มีมาตรฐาน มีคุณภาพมากที่สุด ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.04 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ราคาเหมาะสมกับวัสดุที่นำมาผลิตมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.15 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกต่อการเดินทางมาสั่งซื้อมากที่สุด ด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ย 4.13 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการจัดรายการโปรโมชั่นตามเทศกาล เช่น โปรจัดส่งฟรีมากที่สุด ด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ย 4.26 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเต็มใจในการให้บริการมากที่สุด ด้านกระบวนการค่าเฉลี่ย 4.18 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับสินค้ามีมาตรฐานแข็งแรงทนทานมากที่สุด และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับที่ตั้งของร้านสังเกตเห็นง่าย มีที่จอดรถเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment : PESTEL Analysis) พบว่า ปัจจัยทางด้านการเมือง Political ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเนื่องจาก สถานการณ์ปัจจุบันของรัฐบาลนายเศรษฐา ทวีสิน กำลังเผชิญกับความไม่มั่นคง เนื่องจากวุฒิสภาได้รวบรวมรายชื่อเพื่อยื่นเรื่องการแต่งตั้งรัฐมนตรีที่ไม่ถูกต้อง



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

ตามรัฐธรรมนูญให้ศาลรัฐธรรมนูญตัดสิน จากการไม่สามารถดำเนินนโยบายสำคัญได้ ทำให้เกิดความไม่แน่นอนทางการเงินและการลงทุน ส่งผลให้ธุรกิจวัสดุก่อสร้างต้องระมัดระวังในการลงทุนและการจัดซื้อวัตถุดิบใหม่ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ Economic ปัญหาหนี้ครัวเรือนของไทยสูงถึง 90.9% ของ GDP ในไตรมาส 3 ปี 2566 อยู่ที่ 16.2 ล้านล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่ช้าและรายได้ที่เติบโตช้า เนื่องจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่ช้า ทำให้การลงทุนในโครงการก่อสร้างใหม่ลดลง ส่งผลให้ความต้องการวัสดุก่อสร้างลดลงตามไปด้วย ปัจจัยด้านสังคม Social การเพิ่มขึ้นของประชากรประเทศไทยสร้างโอกาสให้กับธุรกิจในอนาคตก่อสร้างได้เติบโตและพัฒนา ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี Technological เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยมีเทคโนโลยีหลายประเภทที่ช่วยให้กระบวนการก่อสร้างเป็นไปอย่างรวดเร็ว ลดต้นทุนและเพิ่มความปลอดภัยรวมถึงส่งเสริมความยั่งยืนในอุตสาหกรรม ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม Environmental การเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกและการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางอากาศ ส่งผลให้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการออกแบบและก่อสร้างเพื่อให้สามารถรับมือกับอากาศที่รุนแรงขึ้น ปัจจัยทางด้านกฎหมาย Legal รัฐบาลได้ตัดสินใจเลื่อนการจ่ายภาษีที่ดินออกไปอีก 2 เดือน เพื่อช่วยลดภาระทางการเงินของประชาชนและธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจ SME ผลการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) พบว่า จุดแข็งคือ หจก. ทวีวัฒน์วัสดุก่อสร้าง ประกอบไปด้วยผู้บริหารที่มีประสบการณ์ จากการเป็นวิศวกรมากกว่า 20 ปี ช่วยให้คำที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้าได้ จุดอ่อน คือ ในปัจจุบันมีการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตซึ่งทางร้านยังไม่มีมีการปรับใช้ โอกาส คือ รัฐบาลส่งเสริมธุรกิจ SME เพราะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ อุปสรรค คือ มีคู่แข่งที่เป็นกลุ่มธุรกิจสมัยใหม่

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

ตำแหน่งที่ตั้งโครงการตั้งอยู่ที่ถนนสี่สิงหา ตำบลทุ่งกระตาดพัฒนา อำเภอนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นพื้นที่ของร้านอยู่แล้ว สามารถผลิตและสต็อกสินค้าได้กว่า 500 ตัน รถบรรทุกสามารถเข้าได้ พื้นที่โดยรอบติดกับสถานที่สำคัญในอำเภอ เช่น วัด โรงเรียน โรงพยาบาล ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ง่ายเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้า มีการจัดผังรูปแบบที่เหมาะสม และกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานจากการมีผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

โครงสร้างองค์กรประกอบไปด้วย เจ้าของร้าน ฝ่ายบริการ ฝ่ายจัดส่งสินค้า และฝ่ายผลิต ในการดำเนินโครงการครั้งนี้จะต้องสรรหาพนักงานฝ่ายผลิตเท่านั้น เนื่องจากฝ่ายอื่นๆเป็นทรัพยากรของร้านที่มีอยู่แล้ว ในกระบวนการสรรหาจะมีการระบุถึงคุณสมบัติและลักษณะงานชัดเจน เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความสามารถตรงกับตำแหน่ง รวมไปถึงผู้ศึกษาได้เตรียมแนวทางรับมือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต อาทิ เช่น การขาดงาน การลาออก



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

โครงการมีเงินลงทุนเริ่มต้น 1,640,000 บาท เป็นส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด ระยะเวลาโครงการ 5 ปี ในการประมาณการรายได้ในปีแรกเท่ากับ 2,400,000 บาท สมมติฐานจำนวนการสั่งซื้อเสาร์ว้อดแรงเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ในปีถัดไป มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 2,463,343.88 บาท ผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 43 และมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 2 ปี 3 เดือน 16 วัน หากในอนาคตเศรษฐกิจเกิดความไม่แน่นอนส่งผลกระทบต่อธุรกิจยอดขายลดลงและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 โครงการก็ยังคงมีความเป็นไปได้ในการลงทุนทุกกรณี

อภิปรายผล

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนผลิตและจำหน่ายเสาร์ว้อดแรง หจก.ทวิวัฒน์ วัสดุก่อสร้าง มีความเป็นไปได้ในการลงทุนทุก ๆ ด้าน ด้านการตลาดพบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่มีความสนใจที่จะใช้เสาร์ว้อดแรงภายใน 2 – 5 ปี มีการสั่งซื้อผ่านผู้รับเหมาก่อสร้างอิสระ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นการแบ่งกันเขตแดน หลักเกณฑ์ในการเลือกคือความคงทนแข็งแรง ราคาที่เหมาะสมคือราคาเหมา 50 ตัน 100 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ด้านลักษณะทางกายภาพที่ตั้งของร้านมองเห็นได้ง่าย มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ สภาพแวดล้อมทั่วไปที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านกฎหมาย สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันจัดอยู่ในความรุนแรงระดับต่ำ ปัจจัยภายในมีจุดแข็งมากกว่าจุดอ่อนและปัจจัยภายนอกมีโอกาสมากกว่าอุปสรรค จึงสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ด้านการตลาด สอดคล้องกับ น้ำทิพย์ ภาสทรัพย์เจริญ (2557) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายสาขาของห้างหุ้นส่วนจำกัด วัชรพล คาร์เซนต์เตอร์ ด้านเทคนิค ที่ตั้งของร้านมีความเหมาะสมมองเห็นได้ง่าย มีพื้นที่ในการให้บริการเพียงพอ รถบรรทุกสามารถเข้าถึงได้ พื้นที่โดยรอบใกล้เคียงกับส่วนราชการที่สำคัญภายในอำเภอ สรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ด้านเทคนิค สอดคล้องกับ นิรชา ถาวรและคณะ (2566) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านซูชิไทย ด้านการจัดการ มีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน ระบุหน้าที่ความรับผิดชอบและลักษณะงานตั้งแต่กระบวนการคัดเลือก และมีการควบคุมในกรณีที่ขาดพนักงาน สรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ด้านการจัดการ สอดคล้องกับ วุฒิวัฒน์ วศินสมบัติ (2558) และด้านการเงิน ผู้ลงทุนควรลงทุนในโครงการนี้ เนื่องจากมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 2,463,343.88 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน 43% ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 3 เดือน 16 วัน สอดคล้องกับ สินมพันธ์ สุขจิตต์ (2560) ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน ในการลงทุนบ้านจัดสรร ประเภทบ้านเดี่ยว ถนนโรงพยาบาล อำเภอท่าสาย จังหวัดเพชรบุรี

ข้อเสนอแนะ

1. ในงานวิจัยครั้งถัดไป ควรทำการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคให้ละเอียดมากขึ้น การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติมจะช่วยให้เข้าใจตลาดได้ชัดเจนและสามารถพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพได้ดีขึ้น ดำเนินการสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสาร์ว้อดแรง เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) หรือการจัดกลุ่มสนทนา (Focus Groups) เพื่อเก็บข้อมูลที่ละเอียดและเชิงลึก



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7
วันที่ 1 สิงหาคม 2567

2. ควรพัฒนากิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ มีการจัดรายการโปรโมชันการส่งเสริมการขายตามเทศกาล เช่น โปรจัดส่งฟรี มีบริการลูกค้าหลังการขายสามารถเคลมหรือคืนสินค้าได้ มีการโฆษณาทางเว็บไซต์อินเทอร์เน็ต Facebook Line มีการแจกของแถมสมนาคุณเช่น เสื้อ เมื่อสั่งของตามราคาที่เราที่กำหนด เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. (2566). **ข้อมูลพื้นฐาน จังหวัดบุรีรัมย์**. ค้นเมื่อ 29 มกราคม 2567, จาก <http://www.buriram.go.th/>
- ศูนย์วิจัยกรุงศรี. (2566) **แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2566-2568: ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง** ค้นเมื่อ 29 มกราคม 2567, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/construction-construction-materials/construction-materials/io/construction-materials-2023-2025>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). **มูลค่าอุตสาหกรรมก่อสร้าง**. ค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://shorturl.asia/mEg8P>
- พรรณญา ชูนิมิต. (2563). **การเงินธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการเงิน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Aguilar, F.J. (1967). **Scanning the business environment**. New York: Macmillan
- McCarthy, E. & Perreault, W. D, Jr. (1990). **Basic Marketing**. Illinois: Ridchard D. Irwin, Inc
- Likert, R. (1976). **New Patterns of Management**. New York: McGraw - Hill.
- Best, J.W. (1981). **Research in Education**. Englewood cliffs, New Jersey : Prentice Hall Inc.