



ชุมชนตลาดเก่าปรางบุรี 200 ปี...
เศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและ
การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ อำเภอปรางบุรี
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

โดย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

สนับสนุนงบประมาณโดย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ประจำปีงบประมาณ 2557

Community Culture of 200 years Ancient Pranburi
Market...A case of the Feasibility Study of ability and
Creation for Economic added value Pranburi District,
Prachuapkhiriklan



by

Weerawan Pinchumpholsang

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Granted by

Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Fiscal year 2014

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ ได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากรองอธิการบดีวิทยาเขตวังไกลกังวล ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภาพร นาคทิม รองคณบดีประจำพื้นที่คณะบริหารธุรกิจ วิทยาเขตวังไกลกังวล ดร.อติสิทธิ์ นุชเนตร และหัวหน้าสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม ผู้ช่วยศาสตราจารย์กาญจนา พันธุ์เอี่ยม ที่ให้การสนับสนุนในการทำวิจัย และเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้แสดงความสามารถทางการวิจัยในเชิงเศรษฐศาสตร์เพื่อการพัฒนาทางการศึกษา และแนวคิดทางด้านธุรกิจเพื่อการพัฒนาธุรกิจในกลุ่มชนใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้เป็นแนวทางในการพัฒนาภาพรวมของเศรษฐกิจของชุมชนให้พัฒนาต่อเนื่องต่อไป ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการสำเร็จของงานวิจัยฉบับนี้ ทั้งผู้นำชุมชนที่ให้ข้อมูลศึกษาชุมชนตลาดเก่าปรานบุรี 200 ปี...เศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจอำเภอปรานบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้นำชุมชนอำเภอปรานบุรีและผู้ที่เกี่ยวข้องที่ทำให้การสัมภาษณ์ได้ข้อมูลสมบูรณ์บรรลุวัตถุประสงค์ของการทำงานวิจัยในฉบับนี้ รวมถึง ครู อาจารย์ หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม ที่ให้ความอนุเคราะห์ทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นอย่างอื่นเกี่ยวกับงานวิจัย และเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย

และขอขอบพระคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ที่ให้ความอนุเคราะห์งบประมาณในการทำงานวิจัยในครั้งนี้ รวมถึงรองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการพิจารณางบประมาณในการทำวิจัยได้ให้โอกาส ให้กำลังใจ และช่วยเหลือสนับสนุน และให้ข้อเสนอแนะ ความเห็นต่างๆ ในการทำงานวิจัย รวมทั้งขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ และน้องๆ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้คำแนะนำและกำลังใจเสมอมา ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอรำลึกถึงพระคุณของคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้

วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง

สิงหาคม 2557

All rights reserved

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : Social009/2557

ชื่อโครงการ : ชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี...เศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทาง
เศรษฐกิจ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ชื่อนักวิจัย : วีรวลัย ปิ่นชุมพลแสง

การศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของอุตสาหกรรมขนาดเล็กและขนาดย่อม ชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี...เศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการประกอบกิจการธุรกิจ ต้นทุนและผลตอบแทนของการประกอบกิจการธุรกิจ ความเป็นไปได้ในการเลือกแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ความพึงพอใจต่อตลาดเก่าปราณบุรีเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดแก่ชุมชน กลุ่มประชากรได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขา ได้แก่ ธุรกิจเครื่องหนัง เครื่องประดับสตรี เสื้อผ้าสตรี อาหาร ขนม เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องดื่ม จำนวนร้านค้าทั้งหมด 120 ร้าน โดยสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง 74 คน โดยสัมภาษณ์เชิงปริมาณต่อการลงทุนในกิจการ

ผลการศึกษาพฤติกรรมการประกอบกิจการธุรกิจ ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจประเภทเสื้อผ้า รองลงมาธุรกิจประเภทอาหาร จบมัธยมศึกษาตอนต้น สมาชิกตั้งแต่ 1-3 คน ประสบการณ์ทางธุรกิจส่วนใหญ่ 1-5 ปี ต้นทุนและผลตอบแทนพบว่า งบลงทุนครั้งแรกของการประกอบธุรกิจสูงสุดคือ ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป 564,370 บาทต่อปี ทำรายได้สูงสุด เท่ากับ 960,000 บาทต่อปี ต้นทุนการประกอบกิจการ เท่ากับ 570,040 บาทต่อปี และมีกำไรสูงสุดเท่ากับ 389,960 บาทต่อปี สรุปความเป็นไปได้ของธุรกิจทั้ง 7 สาขาได้ว่า ธุรกิจเครื่องดื่ม ได้รับจุดคุ้มทุนก่อนธุรกิจอื่นๆ ด้านระยะเวลาคืนทุน ระยะเวลาสั้นที่สุด คือ ธุรกิจขนม คืนทุน 10 เดือนเมื่อเปรียบเทียบกับงบลงทุน ด้านอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) มีการคำนวณการเปรียบเทียบกำไรต่องบลงทุน อัตราสูงสุดคือ ธุรกิจขนม อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน เท่ากับ ร้อยละ 125.57 ด้านอัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) อัตราสูงสุดคือ ธุรกิจเครื่องประดับสตรี อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย เท่ากับ ร้อยละ 47.19 มูลค่าปัจจุบันสูงสุดคือ ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป เท่ากับ 44,911.30 บาท ธุรกิจที่มีดัชนีกำไรสูงสุด คือ ธุรกิจเครื่องดื่ม ดัชนีกำไรเท่ากับ 1.11 เท่า ธุรกิจที่ได้รับผลตอบแทนสุทธิสูงสุด คือ ธุรกิจเครื่องประดับสตรี เท่ากับ ร้อยละ 44.79 ความพึงพอใจของผู้ประกอบธุรกิจระดับความเหมาะสมกับด้านความสะดวกต่อการเข้ามาประกอบกิจการธุรกิจในตลาด 200 ปีปราณบุรี สูงที่สุด

E-mail Address: veerawanp@rmutr.ac.th , veerawanp75@gmail.com

ระยะเวลาโครงการ : ตุลาคม พ.ศ.2556 – กันยายน พ.ศ.2557

ABSTRACT

Code of project: Social009/2557

Project name : Community Culture of 200 years Ancient Pranburi Market...

A case of the Feasibility Study of ability and Creation for Economic added value Pranburi District, Prachuapkhiriklan.

Researcher : Weerawan Pinchumpholsang

This research objectives were educating for behavior of entrepreneurs, cost and benefit businesses, feasibility in businesses and attitude into ancient market at Pranburi. The population was 120 shops and 7 types of businesses such as garment, food, sweet, ornament, tools and equipments, beverage and leather business. The stratified sampling was 74 shops to survey research and analyzes relevant quantitative research.

The result of the most of amount entrepreneurs were garment shops and secondary was food shops. The most of budget to initial investment was garment shop as 564,370 baht per year. The most of revenue per year was 960,000 baht per year. The most of cost was 570,040 baht per year. The most of profit per year was 389,960 baht per year. The methodology research is quantitative methodology to analyze feasibility in business analysis. The study found that beverage shops were the shortest for payback period of 10 months. The sweet shops were the highest for rate of investment as 125.57%. The ornament shops were the highest for rate of return of sales as 47.19 %. The garment shops were the highest for the net present value at as 44,911.30 baht. The beverage shops were the highest of profitability index per net investment as 1.11 time of net investment. The ornament shops were the highest of interest rate of return to break-even point of present value of net profit as 44.79%. It is more than the rate of loan to invest in business at ancient market at Pranburi.

E-mail Address : veerawans@rmutr.ac.th, veerawanp@hotmail.com

Period of project : October, 2013–September, 2014

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
บทที่	
1. บทนำ.....	1
หลักการและเหตุผล.....	1
วัตถุประสงค์วิจัย.....	3
ขอบเขตของโครงการวิจัย.....	3
แผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
นิยามศัพท์.....	6
2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุน.....	7
ทฤษฎีเกี่ยวกับผลตอบแทนของการลงทุน.....	10
หนังสือและเอกสาร.....	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
3. ระเบียบวิธีการวิจัย.....	46
ประชากรและตัวอย่าง.....	46
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	47
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	48

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ.....	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
การอภิปรายข้อมูล.....	54
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขา.....	57
ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุน ผลตอบแทนและความเป็นไปได้ของธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขาธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี อำเภอปราณบุรี จังหวัด.....	
ประจวบคีรีขันธ์.....	60
ทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขาต่อตลาดเก่า 200 ปี.....	
ปราณบุรี.....	107
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	115
บรรณานุกรม.....	123
ภาคผนวก ก.....	124
ประวัติผู้วิจัย	134

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ตารางแผนดำเนินงาน.....	5
2 การแข่งขันด้านราคาของธุรกิจเครื่องดื่มในปัจจุบันตลาด 200 ปี ปราณบุรี..... ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	39
3 เปรียบเทียบลักษณะของคุณภาพผลิตภัณฑ์.....	39
4 แสดงจำนวนการสู่มั่วอย่างจากจำนวนประชากร.....	47
5 แสดงการแปลค่าระดับความพึงพอใจและความสำคัญ.....	54
6 แสดงค่าเฉลี่ย จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของธุรกิจประเภทต่างๆ.....	57
7 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการขนมแห้ง (ขนมหมี่กรอบ).....	60
8 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการขนมเปียก (ขนมข้าวเกรียบปากหม้อ).....	61
9 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในธุรกิจขนม (IRR).....	65
10 แสดงรายการต้นทุนของธุรกิจเครื่องประดับสตรี.....	66
11 แสดงสมมติฐานประกอบการสินค้าธุรกิจเครื่องประดับสตรีที่ขายได้.....	68
12 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ธุรกิจเครื่องประดับสตรี.....	70
13 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้.....	71
14 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้.....	75
15 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการของธุรกิจเครื่องดื่มร้านกาแฟ.....	76
16 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการของธุรกิจเครื่องดื่มร้านน้ำสมุนไพร.....	77
17 แสดงต้นทุนของร้านกาแฟ.....	78
18 แสดงต้นทุนของร้านน้ำสมุนไพร.....	79
19 สรุปยอดการจำหน่ายร้านกาแฟต่อเดือน.....	79
20 สรุปยอดการจำหน่ายร้านน้ำสมุนไพรต่อ.....	80
21 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ธุรกิจเครื่องดื่ม.....	82
22 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจอาหาร.....	83
23 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ธุรกิจอาหาร.....	87
24 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการของธุรกิจเครื่องหนังแท้.....	88
25 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการของธุรกิจเครื่องหนังเทียม.....	89
26 แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิตเครื่องหนังแท้.....	92
27 แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิตเครื่องหนังเทียม.....	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
28 แสดงต้นทุนของเครื่องหนังแท้.....	93
29 แสดงต้นทุนของเครื่องหนังเทียม.....	94
30 สรุปยอดการจำหน่ายเครื่องหนังแท้ต่อเดือน.....	95
31 สรุปยอดการจำหน่ายเครื่องหนังเทียมต่อเดือน.....	96
32 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ธุรกิจเครื่องหนัง.....	99
33 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจขายเสื้อผ้า.....	100
34 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป.....	104
35 สรุปความเป็นไปได้ของธุรกิจ 7 สาขาในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี.....	105
36 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นทางด้านคุณภาพของตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี.....	108
37 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นทางด้านราคาในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี.....	109
38 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นทางด้านความสะดวกในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี.....	110
39 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นทางด้านบรรยากาศในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี.....	111
40 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นทางด้านบริการในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี.....	113
41 แสดงผลตอบแทนต่อปี 7 สาขาธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี.....	116

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

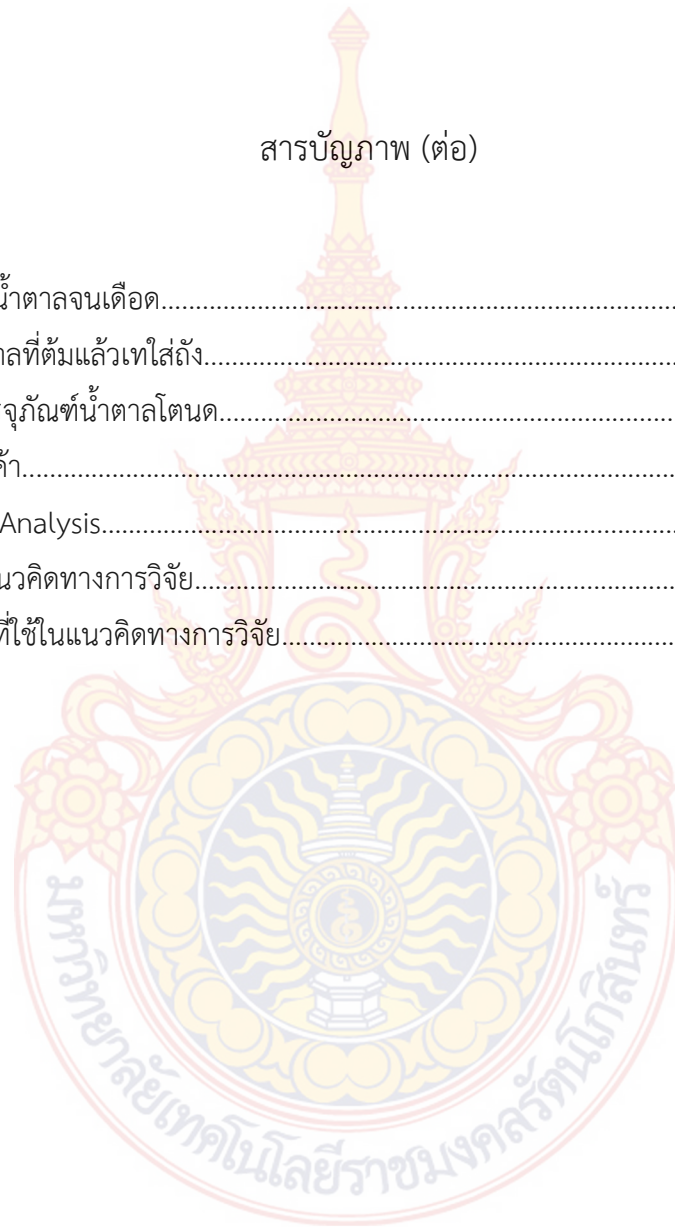
All rights reserved

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แสดงรูปแบบเป้าหมายในการดำเนินการวิจัย.....	4
2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนรวม ต้นทุนผันแปรรวม และต้นทุนคงที่.....	10
3 บรรยากาศบริเวณถนนคนเดินของตลาดเก่าปราณบุรี.....	13
4 อาคารเรือนไม้ยุคดั้งเดิม เสน่ห์ดึงดูดแห่งถนนคนเดินเมืองปราณ.....	14
5 โปรตปราณ ร้านอันเป็นที่โปรดปรานของนักท่องเที่ยว.....	15
6 ร้านบ้านอาม่ากับข้าวของตกแต่งย้อนยุค.....	16
7 ลีลาซาชัก.....	16
8 สัมตำโบราณสูตรพื้นบ้านกับคนขายร่วมสมัย.....	17
9 พักนวดเท้าคลายเมื่อย.....	18
10 ตัดแผ่นหนังออกเป็นชิ้น แล้วเย็บประกอบในระนาบแบนก่อน.....	19
11 เย็บด้วยจักรอุตสาหกรรม.....	19
12 ประกอบกับชิ้นข้าง เพื่อให้กลายเป็นรูปทรงสามมิติ และตัว lock ด้านหน้า.....	20
13 ประกอบกับชิ้นข้าง เพื่อให้กลายเป็นรูปทรงสามมิติและตัวlockด้านหน้าที่สำเร็จแล้ว..	20
14 แสดงรูปการประกอบเครื่องประดับสตรีในตลาดเก่าสองร้อยปีปราณบุรี.....	23
15 แสดงการจัดตั้งสินค้า.....	23
16 การจัดร้านเสื้อผ้า พ่อค้าแม่ค้าเริ่มทำการจัดร้านโดยการจัดเรียงเสื้อผ้า.....	24
17 การจัดวางเสื้อผ้า รูปแบบร้านเมื่อพ่อค้าแม่ค้าจัดเสร็จ.....	24
18 การจัดวางเสื้อผ้ารูปแบบร้านเมื่อจัดเสร็จสมบูรณ์.....	25
19 อาหารไทย.....	27
20 ปัญหาทางโภชนาการของกลุ่มคน.....	27
21 ขนมข้าวเกรียบปากหม้อ.....	29
22 ขนมหมี่กรอบ.....	30
23 ประเภทขนมเปียก(ขนมข้าวเกรียบปากหม้อ)และประเภทขนมแห้งขนมหมี่กรอบ.....	32
24 แสดงการขึ้นต้นตาล.....	33
25 แสดงการเก็บกระบอกตาล.....	33
26 การกรองน้ำตาลสด.....	34
27 เตาต้มน้ำตาล.....	34

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
28 การต้มน้ำตาลจนเดือด.....	35
29 นำน้ำตาลที่ต้มแล้วเทใส่ถัง.....	35
30 การบรรจุภัณฑ์น้ำตาลโตนด.....	35
31 ตราสินค้า.....	38
32 SWOT Analysis.....	41
33 กรอบแนวคิดทางการวิจัย.....	45
34 ตัวแปรที่ใช้ในแนวคิดทางการวิจัย.....	47



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

บทที่ 1

บทนำ

ชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี...เศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษา โอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเขตพื้นที่ทางธุรกิจเก่าแก่ที่ได้รับการปรับปรุง รื้อฟื้นเขตแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พร้อมสร้างเศรษฐกิจในชุมชนให้เข้มแข็ง โดยผู้นำชุมชนเป็นผู้ริเริ่มดำเนินการก่อตั้งธุรกิจเพื่อเพิ่มมูลค่าของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ชุมชนบ้านเกิดให้มีความสามารถทางการแข่งขัน โดยวัตถุประสงค์เพื่อให้คนในชุมชนมีธุรกิจส่วนตัว มีสินค้าในท้องถิ่นได้ประชาสัมพันธ์ทำการตลาดเปิดตัวสินค้าที่เกิดขึ้นในชุมชน เพื่อเพิ่มรายได้ตามนโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียงแก่ชุมชนซึ่งภาครัฐให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริม ทำให้บทบาทของชุมชนที่รวมตัวกันภายใต้การสนับสนุนของภาครัฐมีการพัฒนาตนเองให้สามารถประกอบธุรกิจในถิ่นบ้านเกิดของตน ลดการเสี่ยงต่อการพลัดถิ่นและล้มเหลวในการประกอบธุรกิจ ใช้พื้นที่แหล่งทำมาหากินของชุมชนเป็นสถานที่เปิดขายสินค้าโดยให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ถิ่นฐานของตน ความพยายามปรับภูมิทัศน์ให้คงรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดเก่าปราณบุรีไว้ เพื่อการพัฒนาระดับชุมชนเพื่อการสร้างรายได้ในระดับชุมชนให้ ความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างอำนาจการต่อรองในราคาสินค้าเกษตรให้มากขึ้นจากการผลิตได้จากชุมชนท้องถิ่นปราณบุรี สามารถดำรงชีวิตในอาชีพทางการเกษตรและเสริมรายได้จากการแปรรูปสินค้าเกษตรสามารถลดการพึ่งพาภาครัฐในอนาคต เปิดโอกาสให้เกิดตลาดในชุมชนท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั้งไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้เห็นสภาพความเป็นอยู่แบบโบราณของประชาชนชาวปราณบุรี ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้จะสามารถอธิบายตามหัวข้อเพื่ออธิบายโอกาสและความเป็นไปได้ในการเพิ่มมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี...เศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1. หลักการและเหตุผล

การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยการเพิ่มศักยภาพ และบทบาทชุมชนที่นำไปผสมผสานและพัฒนาทักษะ ภูมิปัญญา ความรู้ของชุมชนให้มีประสิทธิภาพเชิงพัฒนา เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างรายได้ โดยการร่วมกันระหว่างชุมชนและนักวิจัย ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมกระบวนการพัฒนา โดยการนำวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในชุมชน โดยผ่านกระบวนการใช้ทักษะฝีมือของคนในชุมชนมาสร้างอาชีพเสริมให้กับคนในชุมชนเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการนำผลิตภัณฑ์มาวางจำหน่ายที่คานึงถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นหลัก วัฒนธรรมนับเป็นวิถีชีวิตที่เป็นคุณลักษณะของมนุษย์และกลุ่มชน ซึ่งเป็นความสุข ความสงบของบุคคลและชุมชน รูปแบบวัฒนธรรมเป็นปรากฏการณ์ที่

แสดงออกมาให้เห็น และมีความเชื่อ คุณค่าทางวัฒนธรรมเป็นแก่นแท้ที่ซ่อนเหตุและผลอยู่ภายใน ดังนั้น สังคมอยู่ได้เพราะมีวัฒนธรรม ที่ถ่ายทอดจากสังคมชนรุ่นหนึ่งไปสู่ชนรุ่นหนึ่ง จึงกล่าวได้ว่า วัฒนธรรมเป็นผลรวมของลักษณะอันเด่นชัดทางจิตใจ วัตถุ ปัญญาและอารมณ์ (ก่อ สวัสดิพานิช, 2529) ซึ่งวัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมมีองค์ประกอบเด่น คือ ความเชื่อทางวัฒนธรรม รูปแบบทางวัฒนธรรม และคุณค่าทางวัฒนธรรม ดังนั้น วัฒนธรรมชุมชน คือ แบบแผนการดำรงชีวิตที่ยึดถือปฏิบัติ ร่วมกันของคนในชุมชนที่มีวัตถุประสงค์อันมาใช้ในการเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด โดยคำนึงถึงคุณค่าที่ไม่สามารถวัดเป็นตัวรายได้

ตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี เป็นเมืองเก่าเมืองหนึ่งทางภาคใต้ของอาณาจักรไทยมาแต่สมัยโบราณ เป็นเมืองที่เกิดขึ้นสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี แต่ไม่ปรากฏหลักฐานแน่ชัดว่าตั้งขึ้นเมื่อใด เพิ่งปรากฏในกฎหมายตรา 3 ดวง ซึ่งพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้โปรดเกล้าให้ชำระขึ้น มีความว่า สมัยพระบรมไตรโลกนาถเป็นพระเจ้าแผ่นดิน สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี มีพระบรมราชโองการสั่งว่า บรรดาข้าราชการอยู่ ณ หัวเมืองปักษ์ใต้ฝ่ายเหนือทั้งปวง ให้ถือศักดินาตามพระราชบัญญัติศักดินา หัวเมืองบัญญัติไว้ว่า พระปราณบุรี เจ้าเมืองปราณได้ถือศักดินา 3,000 เป็นเมืองจัตวา ศุภมัศดุ 1298 (พ.ศ.1919) เมืองปราณบุรี นับว่าเป็นเมืองสำคัญเมืองหนึ่ง เพราะเคยใช้เป็นชื่อเมืองประจวบคีรีขันธ์ มาครั้งหนึ่งและเมืองปราณบุรีก็มีมาก่อนเมืองประจวบคีรีขันธ์ ที่ทำการเมืองปราณบุรีแต่เดิมศาลากลางเมือง ตั้งอยู่ที่บ้านเมืองเก่า คือ ตำบลปราณบุรีในปัจจุบัน ต่อมาในปี พ.ศ. 2449 ได้ย้ายที่ทำการไปตั้งที่อาคารตึกตำบลปากคลองปราณ(ตึกและที่ดินริมน้ำ โดยเฉพาะตัวตึกตั้งอยู่ริมน้ำ ขณะนี้ตัวตึกถูกกระแสน้ำกัดเป็นคลองไปแล้วยังคงอยู่แต่ที่ดิน ซึ่งปัจจุบันตกเป็นที่ราชพัสดุ จากนั้นเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน พ.ศ.2459 ได้ย้ายมาตั้งอยู่ที่สถานีรถไฟปราณบุรี ด้านตะวันออกริมแม่น้ำ ในตำบลเมืองเก่า และปัจจุบันที่ว่าการอำเภอปราณบุรีได้ย้ายมาอยู่ที่พื้นที่ หมู่ที่ 3 ตำบลเขาน้อย ริมถนนเพชรเกษม ตั้งแต่วันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2521 ด้วยความเก่าแก่มิมีন্দขลัง ชุมชนชาวตลาดเก่าปราณบุรี ตั้งใจที่จะบอก เล่าเรื่องราวความเป็นมา วิถีชีวิต ในบรรยากาศเก่าๆ ที่หลงเหลืออยู่ และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่งเสริมรายได้แก่คนในชุมชน ด้วยการเปิด “ตลาดปราณบุรี 200 ปี” เป็นถนนคนเดิน นอกจากจะได้ชมกับภาพบรรยากาศเก่าๆ แล้ว ยังได้จับจ่ายใช้สอยสินค้าและอาหารย้อนยุคมากมาย ซึ่งเปิดตลาดและประชาสัมพันธ์ครั้งแรก วันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2553 เป็นต้นมา คำขวัญปราณบุรี...ปราณบุรีเมืองเก่า เส้าหลักเมืองคู่บ้าน สืบประรดหวานชื่นชื่อ เลื่องลือทะเลงาม อุทยานสวยล้ำ แม่น้ำปราณคือชีวิต (<http://www.tambonpranburi.go.th>) ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะมีความสนใจที่จะศึกษา ชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี...เศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นพื้นที่ชุมชนมีสภาพชุมชน ประวัติชุมชน วิถีชีวิต ความเก่าของชุมชน ที่สามารถสร้างกิจการทางธุรกิจตามถนนคนเดินตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป โดยนำร้านค้าที่ช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์ของชุมชนมาเพิ่ม

บรรยากาศตลาดเก่ากลับฟื้นคืนสู่ชุมชน เพื่อดำเนินการสร้างอาชีพเสริมให้กับคนในชุมชน ทำให้มีรายได้ มีชื่อเสียง และความพึงพอใจในตนเองที่เกิดขึ้นในชุมชน เพื่อทำให้เกิดรายได้ ซึ่งจะส่งผลดีต่อชุมชนใน ท้องถิ่น และจังหวัดได้รับการพัฒนาโดยรวมต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี...เศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสร้อยั่งยืน มีการกำหนด วัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตามความสำคัญและที่มาของปัญหา ดังนี้

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมประกอบการประกอบกิจการธุรกิจชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี
- 2.2 เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการประกอบกิจการธุรกิจในชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี
- 2.3 เพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการเลือกแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ แก่ ประชาชนผู้ประกอบการธุรกิจในชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี
- 2.4 เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อตลาดเก่าปราณบุรีเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดแก่ชุมชน

3. ขอบเขตของโครงการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี...เศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสร้อยั่งยืน มีการกำหนด ขอบเขตของการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับการวิจัย ดังนี้

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการกำหนดขอบเขตของเนื้อหาจะมุ่งเน้นในด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ผลของอาชีพใน การสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี ศึกษาขอบเขตของผู้ประกอบการ ทางธุรกิจที่ช่วยส่งเสริมสร้างสรรค์ การสร้างอัตลักษณ์ให้ชุมชนมีความโดดเด่นทางการตลาดเพื่อพัฒนา ชุมชนให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการกำหนดขอบเขตของพื้นที่จะมุ่งให้ความสำคัญต่อพื้นที่ที่ได้ทำการสำรวจข้อมูลเพื่อ ค้นหาหลักฐานและปรากฏการณ์ที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้ซึ่งประกอบด้วย พื้นที่สำรวจ ข้อมูลจากตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี ร้านประกอบการทั้งหมดในถนนคนเดินเพื่อศึกษาต้นทุน รายรับที่ ได้จากการประกอบการในชุมชน โดยนำมาพิจารณาในการศึกษาความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจของชุมชน ข้อมูลที่นำมาจะต้องพิจารณาจากจำนวนผู้ประกอบการหลักๆ ที่นำไปวิเคราะห์ทางสถิติได้

3.3 ขอบเขตเวลา

ในการกำหนดขอบเขตเวลาของการดำเนินการวิจัยกำหนดเวลา 12 เดือน โดยมีแนวทางการดำเนินงานดังนี้

ระยะเริ่มต้นจัดเก็บข้อมูลเบื้องต้นทุกตอนตั้งแต่วันที่ ตุลาคม – ธันวาคม 2556

ระยะการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับ มกราคม- มิถุนายน 2557

ระยะการจัดทำผลการค้นคว้าและรายงานผลการศึกษา กรกฎาคม-กันยายน 2557

3.4 ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการดำเนินวิจัยเรื่องนี้จะเป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ กลุ่มประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เข้ามาดำเนินกิจการในชุมชน ทั้งที่เป็นคนในชุมชน และประชาชนนอกชุมชนที่เข้ามาเปิดร้านค้าในตลาดถนนคนเดิน ตลาดเก่า 200 ปี ปรานบุรี ผู้ประกอบการทั้งหมดอยู่ระหว่าง 120 ร้าน แบ่งประเภทร้านค้าออกเป็น 7 สาขา คือธุรกิจอาหาร ขนม เครื่องดื่ม เครื่องประดับสตรี เครื่องหนัง เครื่องมือเครื่องใช้และเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดประชากร(Population) ที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้ประกอบการที่เข้ามาดำเนินกิจการในชุมชน โดยงานวิจัยในครั้งนี้จะสำรวจและสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อทราบถึงต้นทุนและผลตอบแทนจากการดำเนินกิจการด้านบริการร้านค้าในชุมชนถนนคนเดิน ตลาดเก่า 200 ปี ปรานบุรี ตามช่วงเวลาที่ทำกรสำรวจในช่วงเปิดทำการ คือ ทุกวันเสาร์ของสัปดาห์เพื่อทำการสำรวจการผลิตสินค้าเพื่อการขายในตลาดเก่าปรานบุรี

ในการดำเนินการวิจัยเรื่องนี้มีการอธิบายถึงวิธีการดำเนินการวิจัยโดยเขียนเป็นรูปแบบแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงรูปแบบเป้าหมายในการดำเนินการวิจัย

4. แผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย

ระยะเวลาและขั้นตอนการดำเนินโครงการวิจัยตลอดโครงการระหว่างวันที่ 1 ต.ค.2556 -30 ก.ย. 2557 โดยมีแผนการดำเนินงานดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแผนการดำเนินงาน

แผนงาน	เดือน												
	ต.ค. 56	พ.ย. 56	ธ.ค. 56	ม.ค. 57	ก.พ. 57	มี.ค. 57	เม.ย. 57	พ.ค. 57	มิ.ย. 57	ก.ค. 57	ส.ค. 57	ก.ย. 57	
1. ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี / งานวิจัย	←	→											
2. สร้างแบบสอบถาม				←	→								
3. หาประสิทธิภาพของแบบสอบถาม						←	→						
4. เก็บรวบรวมข้อมูล								←	→				
5. วิเคราะห์ข้อมูล											←	→	
6. สรุปและรายงานผลวิจัย												←	→

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และหน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการลงทุนของระบบการผลิตและตลาดที่มีศักยภาพ

5.1 เพื่อศึกษาต้นทุนของธุรกิจประกอบการของตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

5.2 เพื่อศึกษาผลตอบแทนของธุรกิจประกอบการของตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

5.3 เพื่อศึกษาผลกำไรของธุรกิจประกอบการของตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการลงทุนของระบบการผลิตและตลาดที่มีศักยภาพ

5.4 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการในตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี เพื่อพัฒนาศักยภาพตลาดให้ดึงดูดนักท่องเที่ยว

6. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับและหน่วยงานที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลสำเร็จจากการทำวิจัยครั้งนี้จะส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ตัดสินใจมาจำหน่ายสินค้าที่ตลาดเก่า 200 ปี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มากขึ้น รวมทั้งช่วยส่งเสริมและอนุรักษ์การท่องเที่ยว แบบยั่งยืน ผลตอบแทนของตลาดที่ได้จะเป็นการส่งเสริมวิธีการเพิ่มรายได้และช่องทางใน

การกระจายสินค้าของชุมชนแบบใหม่ๆไปสู่ผู้บริโภคมากขึ้น อันนำไปสู่การส่งเสริมรายได้ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นและเพิ่มผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด

7. คำสำคัญ (Keywords) ของแผนงานวิจัย

7.1 ร้านขนมไทย มีเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประจำชาติไทยคือ มีความละเอียดอ่อนประณีตในการเลือกสรรวัตถุดิบ วิธีการทำ ที่พิถีพิถันรสชาติอร่อยหอมหวาน สีสันสวยงาม รูปลักษณ์ชวนรับประทาน ตลอดจนกรรมวิธีที่ประณีตบรรจง ร้านขนมไทยในตลาดเก่าปรางค์บุรีคงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดโดยเน้นขนมไทยภาคกลาง ได้แก่ ขนมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมกล้วย ขนมเผือก ลูกชุบ หม้อข้าวหม้อแกง ข้าวเกรียบปากหม้อ สาคุ เป็นต้น

7.2 การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึงการเปรียบเทียบโครงการประกอบธุรกิจเพื่อศึกษาการประกอบธุรกิจจะสามารถดำเนินกิจการประสบความสำเร็จ หรือไม่ โดยพิจารณาจากผลกำไร ผลตอบแทนในการลงทุน ผลตอบแทนจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิที่เราสามารถหาผลตอบแทนสุทธิ รวมถึงระยะเวลาคืนทุน ซึ่งในกรณีของธุรกิจขนาดเล็กและขนาดย่อม เราจะพิจารณาการศึกษาความเป็นไปได้ที่สามารถคืนทุน ได้ ภายในระยะเวลา 5 ปี

7.3 การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสภาพของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ให้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นในด้านเศรษฐกิจ กรณีของสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงสภาพที่ทำให้ขายได้ราคาสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนสภาพสินค้าโดยการเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ การเปลี่ยนคุณภาพของสินค้า การเปลี่ยนแปลงส่งเสริมการขายเพื่อขยายการขายให้มากยิ่งขึ้น

7.4 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึงกระบวนการที่จะทำให้ประชาชนมีรายได้สูงขึ้น และทำให้เกิดศักยภาพทางเศรษฐกิจในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเสริมสร้างให้ชุมชนในระดับอำเภอ จังหวัดและประเทศสามารถมีรายได้เพิ่มอย่างต่อเนื่อง เพื่อการสร้างเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

7.5 ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินการต่างๆ เพื่อเพิ่มคุณภาพของการดำเนินการอย่างถาวรและยั่งยืนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของการดำเนินการในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการ ในกรณีทำงานวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจที่ดำเนินกิจการในตลาดเก่าปรางค์บุรีจะสามารถเพิ่มความสามารถของการดำเนินธุรกิจให้สามารถประกอบอาชีพได้อย่างยั่งยืนและถาวรต่อกิจการในพื้นที่นี้

7.6 ร้านอาหารไทย ของตลาดเก่าปรางค์บุรี คงความเอกลักษณ์ของตลาด โดยเน้นอาหารพื้นเมืองของชุมชน ได้แก่ ข้าวแกง ขนมจีน ก๋วยเตี๋ยว ผัดไทย หอยทอด หมูย่าง ไก่ทอด รวมถึงอาหารดัดแปลงมาจากอาหารต่างชาติโดยใช้วัตถุดิบจากชุมชน เช่น สเต็กเนื้อต่างๆ ข้าวปั้น เป็นต้น

7.7 ร้านเครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องหนัง เครื่องประดับสตรีของตลาดเก่าปรางค์บุรี ให้ความสำคัญต่อความจำเป็นในการดำรงชีวิตของชาวบ้านและชุมชน ได้แก่ เครื่องครัว เครื่องใช้ภายในบ้าน และกระเป๋าเครื่องหนัง เครื่องประดับสตรีต่างๆ ที่นำวัตถุดิบมาจากชุมชน ได้แก่ หนังวัว หนังแกะ หรือเครื่องเงิน เครื่องประดับประเภทนาฬิกา เป็นต้น

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาธุรกิจร้านค้าด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นคว้ารวบรวมเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อศึกษาต้นทุนผลตอบแทนของธุรกิจที่เกิดขึ้นตามร้านค้าต่างๆ ในตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อแสวงหาความเป็นไปได้ของการดำเนินอุตสาหกรรมธุรกิจร้านค้าขนาดเล็กและขนาดย่อม ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้มากยิ่งขึ้น การศึกษาในครั้งนี้ ได้ประมวลแนวคิดทางด้านต้นทุน ด้านผลตอบแทนของการบริหารธุรกิจการแปรรูปสินค้าประเภทต่างๆ ที่ทำการประกอบธุรกิจทั้งที่เป็นสินค้าอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของตลาดเก่าเอง และสินค้าที่ทำการค้าขายเพื่อการประกอบธุรกิจในตลาดให้เกิดความหลากหลายในสินค้าต่างๆ มีการศึกษางานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้องที่มีสาระเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยในครั้งนี้ อันจะทำให้สามารถพิจารณาประเด็นที่ทำการศึกษาได้อย่างชัดเจน ซึ่งจะครอบคลุมเนื้อหา ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับต้นทุน

1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับผลตอบแทนของการลงทุน

1.3 หนังสือและเอกสาร

ตอนที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับต้นทุน

ในการศึกษาครั้งนี้แนวคิดที่ผู้ศึกษาใช้ในการศึกษาประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน ได้แก่ ความหมายของต้นทุน การจำแนกต้นทุนตามความสัมพันธ์กับระดับของกิจกรรม และวิเคราะห์ผลตอบแทนโดยใช้เครื่องมือทางการเงิน 4 วิธี คือ วิธีระยะเวลาคืนทุน วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิและวิธีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ซึ่งแนวคิดดังกล่าวถือเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานการควบคุม และการตัดสินใจโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน

การบัญชีต้นทุน (Cost Accounting) เป็นการบัญชีที่บันทึกและจัดทำรายงานการวัดค่าของต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการขอบเขตของการบัญชีสินค้าและต้นทุนจึงได้แก่การรวบรวม

ข้อมูลด้านต้นทุน บันทึกรายการประเภท แบ่งสรรหรือปันส่วนสะสมและการจัดทำรายงานเกี่ยวกับต้นทุน ในลักษณะต่าง ๆ ตามความประสงค์

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธุ์ (2552) ได้กล่าวถึงต้นทุนและการจำแนกต้นทุนตามความสัมพันธ์กับ ระดับของกิจกรรม และการจำแนกต้นทุนตามลักษณะของการวิเคราะห์ปัญหาเพื่อตัดสินใจไว้ดังนี้

ต้นทุน (Cost) หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่สูญเสียไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ โดยมูลค่า นั้นจะต้องสามารถวัดได้เป็นหน่วยเงินตรา ซึ่งเป็นลักษณะของการลดลงในสินทรัพย์หรือเพิ่มขึ้นในหนี้สิน ต้นทุนที่เกิดขึ้นอาจจะให้ประโยชน์ในปัจจุบันหรือในอนาคตก็ได้ เมื่อต้นทุนใดที่เกิดขึ้นแล้วและ กิจกรรมได้ใช้ประโยชน์ไปทั้งสิ้นแล้ว ต้นทุนนั้นก็จะเป็น “ค่าใช้จ่าย” (Expenses) ดังนั้น ค่าใช้จ่ายจึง หมายถึงต้นทุนที่ได้ให้ประโยชน์และกิจการได้ใช้ประโยชน์ทั้งหมดไปแล้วในขณะนั้นและสำหรับต้นทุนที่ กิจการสูญเสียไป แต่จะให้ประโยชน์แก่กิจการในอนาคตเรียกว่า “สินทรัพย์” (Assets)

1.2 การจำแนกต้นทุนตามลักษณะของการวิเคราะห์ปัญหาเพื่อตัดสินใจ ในการตัดสินใจ เรื่องต่าง ๆ นั้นจำเป็นเข้าใจในเรื่อง

1) ต้นทุนส่วนที่แตกต่าง (Differential Cost) หมายถึง ต้นทุนที่เกิดการเปลี่ยนแปลงไป จากการตัดสินใจเลือกกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจจะเปลี่ยนแปลงในทางที่เพิ่มขึ้นหรือทางที่ลดลง (Incremental Cost or Decremental Cost) โดยปกติต้นทุนประเภทนี้จะเกิดขึ้นต่อเมื่อมีการ เปลี่ยนแปลงวิธีการปฏิบัติแบบเดิมมาเป็นวิธีการปฏิบัติแบบใหม่

2) ต้นทุนส่วนเพิ่มต่อหน่วย (Marginal Cost) หมายถึง ต้นทุนที่จะเพิ่มขึ้นจากการผลิต เพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับต้นทุนส่วนเพิ่ม แต่ต้นทุนส่วนเพิ่มต่อหน่วยเป็นการพิจารณา ส่วนที่เพิ่มจากการเพิ่มของการผลิตเพียงหนึ่งหน่วย

1.3 การจำแนกต้นทุนตามความสัมพันธ์กับระดับของกิจกรรม บางครั้งเราก็เรียกว่า การ จำแนกต้นทุนตามพฤติกรรมของต้นทุน (Cost Behavior) ซึ่งมีลักษณะที่สำคัญคือ เป็นการวิเคราะห์ จำนวนของต้นทุนที่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามการผลิต หรือระดับของกิจกรรมที่เป็นตัวผลักดันให้เกิด ต้นทุน (Cost Driver) การจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรมของต้นทุนนั้นสามารถจำแนกต้นทุนได้ 2 ประเภท คือ ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs) และต้นทุนผันแปร (Variable Costs)

ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs) คือ ต้นทุนที่มีพฤติกรรมคงที่หรือต้นทุนรวมที่มีได้เปลี่ยนแปลงไป ตามระดับของการผลิตในช่วงของการผลิตระดับหนึ่ง แต่ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยก็จะเปลี่ยนแปลงในทาง ลดลงถ้าปริมาณการผลิตเพิ่มมากขึ้น และถ้าไม่ดำเนินการผลิตก็ต้องเสียต้นทุนนี้ สำหรับต้นทุนการปลูก ษณาวที่เป็นต้นทุนคงที่ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย

1. เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ลงทุน
2. ค่าเช่าที่ดิน

3. ค่าภาษีที่ดิน เป็นค่าใช้จ่ายคงที่และเป็นเงินสด เพราะเกษตรกรเจ้าของที่ดินได้ชำระค่าภาษีที่ดินให้แก่รัฐเป็นเงินสด (ค่าภาษีที่ดินเช่าไร่ละ 40 บาทต่อปี ไม่ว่าจะเป็นการเช่าซื้อ หรือเช่าส่วนกรณีที่เกษตรกรมีที่ดินเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองจะเสียค่าภาษีที่ดินไร่ละ 5 บาทต่อปี)

4. ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือและอุปกรณ์

ต้นทุนผันแปร (Variable Costs) หมายถึง ต้นทุนที่จะมีต้นทุนรวมเปลี่ยนแปลงไปตามสัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงในระดับกิจกรรมหรือปริมาณการผลิตในขณะที่ต้นทุนต่อหน่วยจะคงที่เท่ากันทุก ๆ หน่วย โดยทั่วไปแล้วต้นทุนผันแปรนี้จะสามารถควบคุมได้โดยแผนกหรือหน่วยงานที่ทำให้เกิดต้นทุนผันแปรนั้น ประกอบด้วย

1. ค่าแรงงาน เป็นค่าแรงที่เกิดจากการใช้หรือค่าจ้างแรงงานคนอย่างเดี่ยวหรือในกรณีใช้แรงงานคนควบคุมกับสัตว์ หรือใช้แรงงานคนควบคุมกับเครื่องจักร หรือใช้เครื่องจักรอย่างเดี่ยวที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต แต่มีข้อควรระวังในการคิดคำนวณต้นทุนผันแปรที่เกี่ยวกับแรงงานคน โดยเฉพาะแรงงานจริงหรือเช่าจะต้องเป็นแรงงานที่จ้างหรือเช่าแบบชั่วคราว ไม่รวมถึงแรงงานจ้างหรือเช่าที่มีการตกลงสัญญาจ้างหรือเช่าประจำเป็นรายเดือนหรือรายปี

2. ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง

3. ค่าไฟฟ้า

4. ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือ

1.4 ต้นทุนทั้งหมด (Total cost : TC) หมายถึง ต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตหนึ่งซึ่งในระยะสั้นจะประกอบด้วยต้นทุนคงที่ทั้งหมดและต้นทุนผันแปรทั้งหมดคิดเฉลี่ยต่อพื้นที่เพาะปลูก โดยกำหนดให้ความสัมพันธ์ของต้นทุนเป็นดังนี้

$$\text{ต้นทุนทั้งหมด} = \text{ต้นทุนคงที่ทั้งหมด} + \text{ต้นทุนผันแปรทั้งหมด}$$

$$\text{จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{ราคา-ต้นทุนผันแปรเฉลี่ยต่อหน่วย}}$$

ราคา-ต้นทุนผันแปรเฉลี่ยต่อหน่วย

1.5 ผลตอบแทน (Revenue) คือ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากผลผลิตที่ทำการผลิต การพิจารณาผลตอบแทนการผลิตจะมากหรือน้อยเพียงใด สามารถวิเคราะห์จากรายได้ทั้งหมด รายได้สุทธิ และกำไรสุทธิ ดังนี้

$$\text{รายได้ทั้งหมด} = \text{ราคาผลผลิต} \times \text{จำนวนผลผลิต}$$

$$\text{รายได้สุทธิ} = \text{รายได้ทั้งหมด} - \text{ต้นทุนผันแปร}$$

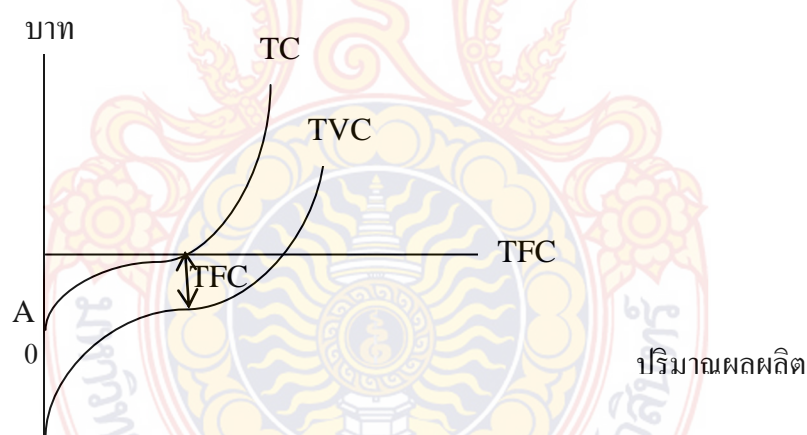
$$\text{กำไรสุทธิ} = \text{รายได้ทั้งหมด} - \text{ต้นทุนทั้งหมด}$$

1.6 ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนการผลิต

ต้นทุนรวม (Total Cost) หมายถึง ต้นทุนที่ประกอบด้วยต้นทุนคงที่รวม (Total Fixed Cost: TFC) และต้นทุนผันแปรรวม (Total Variable Cost: TVC)

$$TC = TVC + TFC$$

โดยที่ TC = ต้นทุนรวม (Total Costs)
 TVC = ต้นทุนผันแปรรวม (Total Variable Costs)
 TFC = ต้นทุนคงที่รวม (Total Fixed Costs)



ภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนรวม ต้นทุนผันแปรรวม และต้นทุนคงที่

จากภาพที่ 2 เส้นต้นทุนคงที่รวม (TFC) จะขนานกับแกนนอน แสดงให้เห็นว่า ต้นทุนคงที่จะไม่ขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิต หรือไม่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิต ถ้าไม่มีการผลิต เลยก็ต้องเสียต้นทุนคงที่ เท่ากับ A บาท ส่วนต้นทุนผันแปรรวม (TVC) จะเป็นเส้นที่ลากออกจาก จุดกำเนิดซึ่งแสดงให้เห็นว่า ถ้าไม่มีการผลิตเลยก็ไม่ต้องเสีย แต่ถ้ามีการผลิตเพิ่มขึ้นก็ต้องเสียต้นทุน ชนิดนี้มากขึ้น สำหรับเส้นต้นทุนรวมทั้งหมด (TC) จะมีลักษณะคล้ายกับเส้น TVC โดยระยะห่าง ระหว่างเส้น TC กับ TVC จะเท่ากับ TFC

รายรับจากการผลิต (Production Revenue) รายรับจากการผลิตคือ รายได้ที่ผู้ผลิตได้รับจากการขายผลผลิตตามราคาตลาด (TR) ซึ่งคำนวณได้จากราคาต่อหน่วย (P) คูณด้วยปริมาณขาย (Q) ดังสมการ $TR = P \times Q$

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับผลตอบแทนของการลงทุน

การศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทน โดยใช้วิธีวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน ซึ่งเป็นวิธีวิเคราะห์ที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความจริง กล่าวคือเป็นพิจารณาแนวความคิดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนของโครงการ การพิจารณาตัดสินใจจ่ายเงินลงทุน จำเป็นต้องมีการประเมินโครงการลงทุนก่อน เพื่อให้ทราบว่าควรลงทุนในโครงการนั้น ๆ หรือไม่ เพราะ

เหตุใด หรือในกรณีที่มีโครงการลงทุนหลายโครงการอาจไม่สามารถจ่ายลงทุนในโครงการต่าง ๆ ทุกโครงการเนื่องจากมีเงินทุนจำกัดระยะเวลาของการลงทุนนาน จึงต้องประเมินโครงการเหล่านี้เพื่อเลือกลงทุนโครงการที่ดีที่สุด การประเมินการลงทุนมีหลายวิธี ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ผลตอบแทนทั้งหมด 4 วิธี โดยแต่ละวิธีมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) ระยะเวลาคืนทุน หมายถึง ระยะเวลาที่จะได้เงินลงทุนทั้งหมดคืนมา โดยการนำกระแสเงินสดเข้ารายปีที่ได้รับสะสมไปเรื่อยๆ ตั้งแต่ปีแรกจนถึงปีที่มีเงินเข้าสะสมเท่ากับเงินลงทุนพอดีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจควรเลือกโครงการที่มีระยะเวลาคืนทุนเร็วที่สุดเพราะจะทำให้ได้รับความเสี่ยงน้อยที่สุดด้วย

ระยะเวลาคืนทุนแบ่งออกเป็น 2 วิธีดังนี้

- กรณีกระแสเงินสดสุทธิในแต่ละปีมีมูลค่าเท่ากันทุกปี สามารถคำนวณได้โดย

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน(PB)} = \frac{\text{จำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับต่อปี}}$$

- กรณีมีกระแสเงินสดสุทธิในแต่ละปีมีมูลค่าไม่เท่ากัน ระยะเวลาในการคืนทุนจะพิจารณาจากกระแสเงินสดสุทธิในแต่ละปีสะสมรวมกัน เรียกว่า กระแสเงินสดสุทธิสะสมเท่ากับจำนวนเงินลงทุนเริ่มแรกในโครงการ

2.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) เป็นการวิเคราะห์โครงการลงทุนโดยการเปรียบเทียบเงินสดลงทุนเริ่มแรกกับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ มูลค่าปัจจุบันสุทธิบางครั้งเรียกว่า วิธีคิดลดกระแสเงินสด (Discounted cash flow method) คือ จำนวนผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับตลอดระยะเวลาของโครงการ ซึ่งอาจมีค่าเป็นลบ เป็นศูนย์ หรือเป็นบวกก็ได้ ขึ้นอยู่กับขนาดของมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์รวม (Present Value Benefit: PVB) หักออกด้วยมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม (Present Value Cost: PVC) ของโครงการนั้น ซึ่งเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$NPV = \sum \frac{(B_t - C_t)}{(1+r)^t}$$

All rights reserved

$$NPV = PVB - PVC$$

$$NPV = \text{มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน} - \text{มูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่าย}$$

โดยที่ BT = ผลประโยชน์ของโครงการที่เกิดขึ้นในแต่ละปี

Ct = ต้นทุนของโครงการปีที่ t

r = อัตราคิดลดหรืออัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม

t = ระยะเวลาของโครงการ (0, n)

หลักการตัดสินใจ คือ เมื่อ NPV มากกว่าศูนย์หรือมีค่าเป็นบวก แสดงว่าโครงการนั้นมีความเหมาะสมที่จะลงทุนได้ กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์รวมมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม ($PVB > PVC$)

ข้อจำกัดการใช้มูลค่าปัจจุบัน (NPV) คือ ค่า NPV ทำให้ทราบว่าโครงการสามารถให้ผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนหรือไม่เล็กน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับอัตราดอกเบี้ย กล่าวคือ ถ้าใช้อัตราคิดลดสูง ค่าของ NPV จะต่ำและถ้าใช้อัตราคิดลดต่ำ ค่าของ NPV จะสูง แต่ NPV ไม่สามารถบอกได้ว่าโครงการที่กำลังพิจารณานั้นจะคืนทุนในอัตราเท่าใด

2.3 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment) ในกรณีที่ต้องตัดสินใจว่าโครงการลงทุนใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นวิธีหนึ่งที่ใช้มากที่สุดวิธีหนึ่ง ซึ่งอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นการวัดอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ โดยคำนวณกำไรที่ได้รับเทียบกับจำนวนเงินที่ลงทุนไปสามารถคำนวณได้ตามสูตรดังนี้

$$\text{อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)} = \frac{\text{กำไรจากการดำเนินงาน}}{\text{สินทรัพย์ที่นำมาลงทุน}}$$

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) สามารถใช้เพื่อเปรียบเทียบการทำงานของกิจการ ถ้าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ยิ่งสูง แสดงว่ามีการใช้สินทรัพย์ก่อให้เกิดรายได้

2.4 ดัชนีกำไร (PI)

$$= \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ}}{\text{งบลงทุน}}$$

2.5 อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS)

$$= \frac{\text{กำไรเฉลี่ย}}{\text{ยอดขาย}} \times 100$$

2.6 อัตราผลตอบแทน (IRR) โครงการที่เป็นที่ยอมรับได้ตามหลักเกณฑ์นี้คือ โครงการที่มีมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์มากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุน นั่นคือจะยอมรับโครงการเมื่อ B/C Ratio มีค่ามากกว่า 1 B/C Ratio มีคุณสมบัติเหมือน NPV คือค่าของ B/C Ratio จะแปรผันโดยผกผันกับอัตราส่วนลดที่เลือกใช้ ถ้าเลือกอัตราส่วนลดที่ต่ำลงค่าของ B/C Ratio ก็สูงขึ้นในทางตรงกันข้ามเลือกอัตราส่วนลดที่สูงค่า B/C Ratio ต่ำลง

3. หนังสือและเอกสาร

ในการวิจัยเรื่อง การประยุกต์เศรษฐกิจประเภทเครื่องหนังตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ให้ความสำคัญด้านส่งเสริมและอนุรักษ์งานเครื่องหนังให้คงอยู่และสืบทอดต่อไป ในบทนี้ได้รวบรวมข้อมูล อันได้แก่ บทความ แนวคิดงานวิจัย และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มาใช้ประกอบการวิเคราะห์งานวิจัย ดังนี้

1. ประวัติของตลาดเก่าปราณบุรี
2. ลักษณะของธุรกิจในตลาดเก่าปราณบุรี
3. การส่งเสริมการตลาด และการส่งเสริมการขาย
4. swot ของธุรกิจในตลาดเก่าปราณบุรี

1. ประวัติของตลาดเก่าปราณบุรี

อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ก่อนที่จะกลายมาเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลชื่อดังในปัจจุบัน เมืองนี้เป็นเมืองโบราณปรากฏชื่อเมืองชัดเจนมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา



ภาพที่ 3 บรรยากาศบริเวณถนนคนเดินของตลาดเก่าปราณบุรี

ปราณิต์ สุธรานันท์ ผู้สนใจในประวัติศาสตร์เมืองปราณบุรี ให้ข้อมูลว่า มองซิเออร์ เซเบเรต์ ราชทูตชาวฝรั่งเศส ที่เดินทางมาเข้ามาเมืองไทยในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ได้มีบันทึกถึงเมืองปราณว่า “ปราณ (Pran)” เป็นเมืองที่สร้างขนานไปกับปากแม่น้ำปราณ ตัวเมืองเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีกำแพงเมืองทำด้วยไม้ไผ่ มีป้อมปราการทรงสี่เหลี่ยมสร้างด้วยอิฐ

เมืองปราณบุรีมีความเจริญรุ่งเรืองเรื่อยมา ในฐานะเมืองจัตวาทางตอนใต้ของเมืองหลวงและเมืองท่าแห่งอ่าวไทยตอนกลาง



ภาพที่ 4 อาคารเรือนไม้ยุคดั้งเดิม เสน่ห์ดึงดูดแห่งถนนคนเดินเมืองปราณบุรีที่รุ่งโรจน์

ครั้นมาถึงในยุคกรุงรัตนโกสินทร์ สมัยรัชกาลที่ 5 ในปี พ.ศ. 2449 ได้มีการตัดทางรถไฟผ่านเมืองปราณบุรีพร้อมกับตั้งสถานีรถไฟขึ้นที่ชุมชนบ้านเมืองเก่า(ภายหลังเปลี่ยนชื่อมาเป็น ต.ปราณบุรี) ส่งผลให้ชุมชนแห่งนี้เจริญรุ่งเรืองอย่างมาก กลายเป็นศูนย์กลางของอำเภอ ทั้งด้านการเมือง การปกครอง การคมนาคมขนส่ง และศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจที่มี “ตลาดเมืองปราณ” (ตลาดเก่าเมืองปราณบุรี)เป็นย่านค้าขายสำคัญในระหว่างพื้นที่ภาคกลางตอนล่างและภาคใต้ตอนบน

ป่าบุญปลูก กลิ่นแพथย์กิจ ประธานสภาวัฒนธรรมอำเภอปราณบุรี เล่าว่า ตลาดปราณต่างจากตลาดทั่วไป เป็นตลาดที่นัด (ตลาดนัด) ขายของกันทุกวันโกน (ขึ้นและแรม 7,14 ค่ำ) แล้วขายข้ามวันไปจนถึงสิ้นวันพระ (8 ค่ำ,15 ค่ำ)

“สมัยนั้นถนนหนทางลำบากไม่มีรถราวิ่งรับส่งสินค้า แต่ตลาดที่นี่ก็คึกคักมาก มีข้าวของขายยาวเป็นกิโลไปตลอด 2 ข้างทางรถไฟ พ่อค้าแม่ค้ามีทั้งคนที่นี่และคนต่างถิ่น มีทั้งล่องเรือมา หรือบรรทุกข้าวของใส่เกวียนมาทางบก บางคนมาไกลจากประจวบ เพชรบุรี ราชบุรีก็มี” ป่าบุญปลูกรำลึกความหลัง



ภาพที่ 5 โปรดปราน ร้านอันเป็นที่โปรดปรานของนักท่องเที่ยว

ความเปลี่ยนแปลง ในช่วงราวๆก่อนปี พ.ศ. 2500 ได้เกิดความเปลี่ยนแปลงขึ้นเมื่อมีการตัดถนนเพชรเกษมผ่าน อำเภอปราณบุรี ทำให้ชาวบ้านส่วนหนึ่งในชุมชนบ้านเมืองเก่าทยอยย้ายไปตั้งบ้านเรือนอยู่ที่ ริมนถนนใหญ่บริเวณ 4 แยกปราณ ต.เขาน้อย เกิดเป็นเมืองปราณใหม่ขึ้นมาอำเภอปราณบุรีในยุคนั้น จึงมีเมืองหลักๆที่เป็นศูนย์กลาง อยู่ 2 เมืองด้วย คือเมืองใหม่ที่ 4 แยกปราณ ต.เขาน้อย ที่กำลังโต วันโตคืน กับเมืองเก่าที่ ต.ปราณบุรีที่แม้ไม่โตแต่ก็ไม่ตาย เพราะเมืองเก่าปราณยังคงมีส่วนราชการหลักๆอยู่ เป็นสิ่งดึงดูดให้เกิดการเดินทางเข้า-ออก สร้างความเคลื่อนไหวให้ชุมชน ในปี พ.ศ. 2520 เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ เมื่อทางการได้มีนโยบายย้ายส่วนราชการในชุมชนเมืองเก่าปราณบุรีออกไปอยู่ริมถนนใหญ่ ด้วยเหตุผลสะดวกต่อการติดต่อสัญจรและเพื่อความโอโง่งใหญ่โตของสถานที่



ภาพที่ 6 ร้านบ้านอาม่ากับข้าวของตงแตงย้อนยุค

เมื่อส่วนราชการย้ายไป ชาวบ้านส่วนใหญ่ที่ทำธุรกิจการค้าก็ย้ายไปอยู่ริมถนนใหญ่ตาม ส่งผลให้เมืองเก่าปราณบุรีที่เคยรุ่งเรืองหดตัวเล็กกลง กลายเป็นเมืองอันเงียบเหงา ซบเซา อีกทั้งยังทำให้ตลาดเมืองปราณที่เคยรุ่งเรืองหมดความสำคัญลง นับเป็นเวลากว่า 30 ปีจนถึงปัจจุบัน

นั่นจึงทำให้ อ.วิลาศ แดงเกตุ อดีตผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านนาห้วย ผู้มีความทรงจำอันดีงาม และยังไม่ลืมอดีตอันรุ่งโรจน์ของตลาด(เก่า)เมืองปราณ เห็นว่าต้องทำอะไรสักอย่าง ก่อนที่เมืองปราณบุรีจะถูกทิ้งร้างและถูกลืม เหลือเพียงตำนาน เขาจึงเป็นตัวตั้งตัวตีรวบรวมสมัครพรรคพวกผู้มีแนวคิดตรงกัน ร่วมรื้อฟื้นบรรยากาศอันรุ่งโรจน์ของเมืองเก่าปราณบุรีในรูปแบบ“ตลาดนัดถนนคนเดิน” ขึ้นมา โดยมีการเปิดกิจกรรม“ถนนคนเดินตลาดเก่าเมืองปราณบุรี” (หรือที่บางคนเรียกว่าตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี) ครั้งปฐมฤกษ์ขึ้นในวันที่ 14 ส.ค. 53และหลังจากนั้นก็จัดต่อเนื่องเรื่อยมาในทุกๆเย็นวันเสาร์



ภาพที่ 7 ลีลาชาชัก

สำหรับบรรยากาศของตลาดนัดถนนคนเดินที่เน้นขายสินค้าอาหารในราคาประหยัด ไม่แพง มีทั้งส่วนที่เป็นร้านค้า ร้านอาหาร และแผงสินค้าที่ชาวบ้านนำมาตั้งวางริมถนน

โดยในบริเวณลานกว้างหน้าสถานีรถไฟ(ใต้ต้นจามจุรีใหญ่) จะมากไปด้วยอาหารการกิน หลากหลาย อาทิ ก๋วยจั๊บ ก๋วยเตี๋ยว ลูกชิ้นปิ้ง ขนมหวาน น้ำสมุนไพร ห่อหมก ข้าวห่อใบบัว และ “ส้มตำโบราณ” ที่ปัจจุบันหากินค่อนข้างยาก เป็นหมึกย่าง(ดั้งเดิมเป็นหอยเสียบ)กินกับเครื่องเคียง มะละกอและน้ำจิ้ม 3 รส

ขณะที่บนถนนปีกกาถัดเข้ามาทางทิศตะวันออกและทิศเหนือ บรรยากาศจะเป็นอาคาร เก่า เรือนไม้ 2 ชั้น ประตูบานเฟี้ยม มีระเบียงบนชั้นสอง หลังคาสังกะสี แซมด้วยห้องแถวปูนที่สร้างขึ้นใหม่ มีจุดน่าสนใจ นำโดยร้านของเก่า(ศูนย์ประสานงาน)ตรงหันมุมถนนที่นอกจากจะมีของเก่า หลากหลายให้ชมแล้ว ที่นี่ยังเป็นศูนย์ประสานงาน เป็นจุดร้องคาราโอเกะเพลงเก่าที่เรียกความคึกคัก และรอยยิ้มจากผู้ผ่านไปผ่านมาได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 8 สัมตำโบราณสูตรพื้นบ้านกับคนขายร่วมสมัย

มีร้านกาแฟ “โปรดปราน” กับร้าน “บ้านอามา” สองร้านใกล้เคียงกันที่เป็นทั้งจุดถ่ายรูปสำคัญของนักท่องเที่ยว เพราะทั้ง 2 ร้านสามารถนำเรือนเก่ามาตกแต่งจัดแสดงข้าวของเครื่องใช้ผสมผสานระหว่างความเก่ากับใหม่ได้อย่างน่าชม

นอกจากนี้บนถนนคนเดินแห่งนี้ยังมีเวทีจัดแสดงความสามารถของเด็กๆ ในชุมชน มีร้านก๋วยจั๊บเจ้าอร่อย (เจ้าเก่า) มีแผงชาชัก มีมุมถ่ายรูป มีร้านขายของที่ระลึก แผงขายงานศิลปะ มีจุด นวดเท้า คลายเมื่อย แผงขายสินค้าต่างๆ และอื่นๆ อีกหลากหลาย นับเป็นการฟื้นฟูเมืองเก่าปราณบุรีให้กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง

การกลับมาที่เป็นมากกว่าตลาด

แม้ในหนึ่งสัปดาห์จะมีเพียงวันเสาร์วันเดียวเท่านั้นที่ความคึกคักกลับคืนมาเยือนเมืองเก่าปราณบุรีในรูปแบบของตลาดนัดถนนคนเดิน แต่มันได้ส่งผลทางอ้อมที่เป็นคุณต่อชุมชนในหลายประการด้วยกัน

อภิรักษ์ เดชศรี ผู้เกิดทันยุคตลาดเก่าเมืองปราณจากร้านบ้านอามา เล่าว่า เมื่อมีถนนคนเดิน มันทำให้คนเก่าๆ หลากๆ คนที่เคยย้ายออกไปอยู่ริมถนนใหญ่ ต่างหวนคืนกลับมาเยี่ยมเยียนถิ่นเก่าอยู่เสมอ นอกจากนี้ยังทำให้คนในชุมชนเห็นถึงคุณค่าของอาคารเก่า (เรือนไม้) ซึ่งเมื่อเราปรับปรุงตกแต่งทำให้ดูดีขึ้น มันกลายเป็นสิ่งมีค่า มีคนสนใจมาเที่ยวชม

All rights reserved



ภาพที่ 9 พักนวดเท้าคลายเมื่อย

ด้านวรพล บริบูรณ์ทรัพย์ หนุ่มน้าเจ้าของร้านโปรดปราน กล่าวว่า ถนนคนเดินถือเป็นการสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน ทำให้คนที่ออกไปอยู่ต่างถิ่น(กรุงเทพฯ)เช่นดั่งเขา กลับมาบ้านทุกๆวันเสาร์-อาทิตย์ เพราะมีกิจกรรมให้ทำ

ส่วน บุษยมาศ แซ่โจ้ว นักเรียนชั้น ม.4 และ ปกรณ์ บริบูรณ์ ทรัพย์ นักเรียนชั้น ม.6 จากโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการปราณบุรี ที่มาเข้าร่วมทำกิจกรรมบนถนนแห่งนี้ เปิดเผยว่า ถนนคนเดินถือเป็นการเรียนรู้นอกห้องเรียนอย่างหนึ่ง ทำให้เด็กๆมีพื้นที่แสดงออก ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ได้สัมผัสกับวิถีชุมชนบางอย่างเคยเลือนหายไป และยังได้ค่าขนมจากการออกร้านขายของ โดยไม่ต้องแบมือขอเงินจากผู้ใหญ่อีกด้วย

ในขณะที่ อ.วิลาศ สรุปลั่นๆว่า “ถนนคนเดินสำหรับผมมันเป็นการช่วยฟื้นชีวิตเรียกความครึกครื้นกลับคืนสู่เมืองเก่าปราณบุรีอีกครั้ง”

2. ลักษณะของธุรกิจในตลาดเก่าปราณบุรี

2.1 ธุรกิจเครื่องหนังชั้นตอนการทำคือ

All rights reserved

ขั้นตอนการทำกระเป๋าหนัง



ภาพที่ 10 ตัดแผ่นหนังออกเป็นชิ้น แล้วเย็บประกอบในระนาบแบนก่อน



ภาพที่ 11 เย็บด้วยจักรอุตสาหกรรม



ภาพที่ 12 ประกอบกับชิ้นข้าง เพื่อให้กลายเป็นรูปทรงสามมิติ และตัว lock ด้านหน้า



ภาพที่ 13 ประกอบกับชิ้นข้าง เพื่อให้กลายเป็นรูปทรงสามมิติ และตัว lock ด้านหน้าที่สำเร็จแล้ว

ลักษณะของเครื่องหนังทั้ง 2 ประเภทในตลาดเก่าปราณบุรี

หนังแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. หนังแท้
2. หนังเทียมหรือหนังสังเคราะห์

1. หนังแท้ หมายถึง หนังที่ได้จากสัตว์ต่างๆ เช่น หนังวัว หนังจระเข้ หนังหมู หนังปลา กระเบน หรือจากสัตว์ป่าอื่นๆอีกมากมาย การนำหนังมาใช้ประโยชน์ แบ่งออกเป็น 2 พวก ได้แก่

1.1 หนังดิบ ได้จากหนังสัตว์ที่ตายแล้ว นำมาใช้ประโยชน์โดยตรง เช่น ทำหนังกล่อง หนังตะลุง เป็นต้น

1.2 หนังฟอก เป็นหนังดิบที่ผ่านการฟอกแบบต่างๆ เพื่อไม่ให้หนังเน่าเปื่อย อ่อนนุ่ม เรียบ สม่่าเสมอ สีเส้นสวยงาม มีความหนาตามต้องการ กรรมวิธีการฟอกจะแตกต่างกันตามชนิดของ สัตว์แต่ละชนิด

1.2.1 หนังสัตว์ที่มีลวดลายสวยงาม เช่น หนังจระเข้ งู เสือ ม้าลาย

1.2.2 หนังสัตว์ที่มีขนสวยงาม หมี่ สุนัขจิ้งจอก

1.2.3 หนังสัตว์ทั่วไป เช่น หนังวัว สิวไม่สวยงาม ต้องนำมาตกแต่งและย้อมสี

หนังแท้มีลักษณะพื้นฐานที่สังเกตได้ง่าย เช่น มีกลิ่นหนัง ผิวมีรูขน ด้านหลังเป็นขน สึกหลาด ซึมซับน้ำ หากอากาศเย็นเมื่อสัมผัสจะรู้สึกอุ่น ขณะที่อากาศร้อนเมื่อสัมผัสจะรู้สึกเย็น ดูแลทำความสะอาด ลายบนผิวเป็นธรรมชาติ ไม่มีรอยต่อลาย (Emboss repeat) การพัฒนาด้านต่างๆในอุตสาหกรรมฟอกหนังและการตกแต่ง (Finishing) เป็นปัจจัยที่ทำให้ลักษณะพื้นฐานเปลี่ยนไปจนไม่อาจจะใช้เป็นตัวพิจารณา บ่งบอกความเป็นหนังแท้ได้อีกต่อไป ซึ่งการฟอกย้อมในปัจจุบันมีความพยายามที่จะลดกลิ่นหรือให้เจือจางที่สุด ดังนั้น หนังแท้ที่ดีจึงมักไม่มีกลิ่น มีการใช้ Water Repel lance เพื่อป้องกันไม่ให้น้ำเกาะ หนังที่มีฉนวนและถ่ายเทอากาศได้นั้นเป็นเฉพาะหนังประเภท Full grain หรือ Corrected grain ที่ผ่านการ Top coating หรือ Finishing บางๆเท่านั้น หนังแท้ส่วนใหญ่ ผิวลาย หรือ รอยย่นของผิว (Grain Break) โดยปกติจะมีลักษณะเป็นธรรมชาติเหมือนผิวหนังของคน แต่หนังแท้บางชนิดที่เนื้อแน่นหรือแข็งที่เป็นหนังคุณภาพดีก็ไม่มีรอยย่น ของผิว หนังแท้จะมีขนาด (Shape/Size) แต่ละชิ้นไม่แน่นอนเพราะเป็นของธรรมชาติ และหนังแท้จะไม่ติดไฟหรือถ้าติดก็จะดับได้เอง เราสามารถแบ่งประเภทของหนังแท้ออกเป็น 4 ประเภท ได้ดังนี้

1.1 Full grain เป็นหนังชั้นแรกที่มีลวดลายของหนังสัตว์ธรรมชาติอยู่ หลังจากผ่านกระบวนการฟอกหนังแล้ว จะมาทำการแต่งโดยการพ่นเงาเน้นลวดลายของตัวหนังเองขึ้นมา หนังประเภทนี้เหมาะสำหรับนำไปผลิตเป็นหนังหน้าของผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง

1.2 Split เป็นหนังที่อยู่ชั้นกลางซึ่งโครงสร้างของเนื้อหนังยังคงมีโครงสร้างที่ดี จึงนำไปผลิตเป็นหนัง Nubuk หรือ Suede และยังสามารนำไปโค้ตฟียูเพื่อสร้างลวดลายเทียมขึ้นได้ หนังประเภทนี้เหมาะสำหรับนำไปใช้เป็นหนังหน้าในการผลิตเครื่องหนัง

1.3 lining เป็นหนังชั้นสุดท้าย ซึ่งมีโครงสร้างไม่เหมาะสำหรับนำไปทำหนังหน้า ส่วนใหญ่จะถูกนำไปทำซับในในผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง

1.4 bonded leather เป็นเศษหนังที่ถูกกักไว้ในขั้นตอนการตัดหนัง Full grain, Split และ Lining นำไปผสมกับกาวและนำมาทำเป็นม้วนหรือแผ่น หลังจากนั้นก็ผ่านการโค้ดด้วยพียูหนังประเภทนี้สามารถนำไปใช้ในทุกลักษณะของผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง

2. หนังเทียม สารสังเคราะห์ที่ถูกนำมาทำให้มีลักษณะคล้ายหนังแท้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ

2.1 หนังเทียมประเภทเลียนแบบหนังแท้ หมายถึงหนังเทียม ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อใช้ในลักษณะงานเช่นเดียวกับหนังแท้ ซึ่งส่วนมากจะพบในผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น กระเป๋า เข็มขัด ฯลฯ ถ้าเป็นหนังแท้จะมีราคาแพงมาก จึงจำเป็นต้องทำด้วยหนังเทียมเพื่อให้มีราคาถูกกว่า

2.2 หนังเทียมประเภททดแทนหนังแท้ หมายถึงหนังเทียม ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อใช้กับงานซึ่งถ้าใช้หนังแท้จะต้องสิ้นเปลืองมาก หรือปริมาณของหนังแท้ไม่เพียงพอกับความต้องการของท้องตลาด

ข้อดีของหนังเทียม

1. มีราคาถูกกว่าหนังแท้
2. ทนแดด และความชื้นมากกว่าหนังแท้
3. มีพื้นผิวสม่ำเสมอ ไม่เสียเศษ ไม่ต้องเลือกตำแหน่งที่จะตัดใช้งาน
4. ดูแลรักษาง่าย

ข้อเสียของหนังเทียม

1. รับน้ำหนักได้ไม่เท่าหนังแท้
2. ฉีกขาดง่ายกว่าหนังแท้
3. มีความยืดหยุ่นน้อยกว่าหนังแท้

2.2 ธุรกิจเครื่องประดับสตรีในตลาดเก่าปราณบุรี ลักษณะของเครื่องประดับสตรีทั้ง 7 ประเภทในตลาดเก่าปราณบุรี ได้แก่ ประเภทเครื่องประดับ

สร้อยคอ คือวัตถุเครื่องประดับที่ใช้สวมใส่รอบลำคอ มักจะเป็นผลิตมาจากโลหะ และมักจะติดอยู่กับจี้หรือวัตถุห้อยระย้า สร้อยคออาจผลิตจากผ้า หรือในอาจผลิตได้จากหิน (โดยเฉพาะหินอัญมณี)

เศษไม้ และ/หรือเปลือกหอยรูปแบบและขนาดต่าง ๆ

สร้อยข้อมือ คือ เครื่องประดับ มีไว้สำหรับรัดข้อมือ มีลักษณะเป็นวงกลม ทำมาจากวัสดุโลหะ ลูกปัด หรือ หินอัญมณี ต่างๆ

แหวน คือเครื่องประดับที่ปกติใส่ไว้รอบนิ้ว หรืออาจมีชนิดอื่นๆที่นำไปใส่ในอวัยวะอื่นๆ หัวแหวนอาจทำมาจากเพชร พลอย ไม้ แก้ว หรือ พลาสติกการใส่แหวนยังเป็นสัญลักษณ์บางอย่างทางสังคม เช่น ฐานะ สถานะการหมั้น การเป็นแชมป์กีฬา เป็นต้น

ต่างหู คือ เครื่องประดับหู มีหลายแบบทำจากวัสดุต่างๆ กัน เช่น เงิน ทอง พลาสติก

ก๊ีบ คือ ที่หนีบผมทำด้วยโลหะหรือพลาสติกเป็นต้น สำหรับบังคับผมให้อยู่ในลักษณะที่ต้องการหรือเพื่อประดับตกแต่ง

นาฬิกา คือ เครื่องมือสำหรับใช้บอกเวลา โดยมากจะมีรอบเวลา 12 ชั่วโมง หรือ 24 ชั่วโมงสำหรับนาฬิกาทั่วไป มีเครื่องหมายบอกชั่วโมง นาที หรือวินาที

แว่นตา คือ เลนส์ที่สวมอยู่ในกรอบ สำหรับใส่ข้างหน้าตา ปกติเพื่อปรับแก้การมองเห็น ป้องกันตา หรือเพื่อป้องกันรังสีเหนือม่วง แว่นสมัยใหม่โดยทั่วไปทำจากโลหะหรือพลาสติก



ภาพที่ 14 แสดงรูปการประกอบการเครื่องประดับสตรีในตลาดเก่าสองร้อยปีปราณบุรี

2.3 ธุรกิจร้านค้าประเภทเสื้อผ้า การศึกษาศักยภาพทางธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับเสื้อผ้า สุภาพบุรุษและสุภาพสตรี ในตลาด 200 ปี ปราณบุรี ซึ่งปัจจุบันได้ช่วยให้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นคนไทยและชาวต่างชาติและเป็นการฟื้นฟูให้ถนนคนเดินกลับมาคึกคักอีกครั้งและยังทำให้ชาวบ้านแถวปราณบุรีมีอาชีพเสริมในช่วงเย็นได้เป็นอย่างดี

2.3.1 วิธีการการเลือกเสื้อผ้า

- ควรเลือกเสื้อผ้าที่ตามเทรนราคาไม่สูงมากนัก
- ควรเลือกเสื้อผ้าที่มีความนิยมในยุคนี้
- ควรเลือกคุณภาพของเนื้อผ้าที่จะมาจำหน่ายให้กับลูกค้า



ภาพที่ 15 แสดงการจัดตั้งสินค้า

เวลา 15.00 น. แม่ค้าพ่อค้าเริ่มทำการจัดตั้งร้านเสื้อผ้าของตนเองเพื่อให้ทันเวลาที่ลูกค้าจะเที่ยวแวะชมตลาด 200 ปี



ภาพที่ 16 การจัดร้านเสื้อผ้า พ่อค้าแม่ค้าเริ่มทำการจัดร้านโดยการจัดเรียงเสื้อผ้า



ภาพที่ 17 การจัดวางเสื้อผ้า รูปแบบร้านเมื่อพ่อค้าแม่ค้าจัดเสร็จ



ภาพที่ 18 การจัดวางเสื้อผ้ารูปแบบร้านเมื่อจัดเสร็จสมบูรณ์

2.3.2 ความสะดวกในการเก็บรักษาสินค้า

เสื้อผ้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีการเก็บรักษาและการดูแลให้มีความใหม่อยู่เสมอ เพื่อที่เวลานำเสื้อผ้าออกมาขาย จะได้มีความใหม่อยู่ตลอด ในการเก็บรักษาเสื้อผ้าที่ยังไม่ได้นำมาจำหน่ายและการเก็บรักษาเสื้อผ้าที่ไม่ให้มีรอยพับหรือรอยยับ โดยการพับเก็บหรือรวบใส่ลังที่บรรจุให้เป็นในทางเดียวกัน

สำหรับการเก็บรักษาของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ คือการดูแลและการทำความสะอาดเสื้อผ้าถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้เสื้อผ้าสะอาดมอดดูใหม่อยู่เสมอ และสามารถใช้งานได้ยาวนาน โดยใช้น้ำและสารซักฟอกเพื่อขจัดเหงื่อไคล ฝุ่นละอองหรือคราบอื่นๆที่เปื้อนเสื้อผ้า นอกจากนี้ การจัดเก็บเสื้อผ้าอย่างเป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่ จะช่วยให้เกิดความสะดวกเมื่อต้องการสวมใส่ เสื้อผ้าที่สะอาดมีส่วนช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพให้แก่ผู้สวมใส่ ดังนั้น จึงควรศึกษาและปฏิบัติให้ถูกวิธี เช่น การซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าชนิดต่าง ๆ ควรจะซักอย่างไร เป็นต้น

2.3.3 คุณภาพเสื้อผ้าที่สวมใส่ ใน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี

ในการทำวิจัยประเภทเสื้อผ้าที่ ตลาด 200 ปี ปราณบุรี ในเรื่องของคุณภาพเสื้อผ้าที่แม่ค้าในตลาดนำมาจำหน่ายนั้นมีความหลากหลายของเสื้อผ้าเพราะบางร้านรับมาจากต่างที่กันซึ่งจากการที่ได้ไปทดลองดูเนื้อผ้าส่วนมากจะเป็นเนื้อผ้าที่มีคุณภาพดีและส่วนมากจะเป็นเสื้อผ้าที่สวมใส่แล้วสบาย ซึ่งคุณภาพของเสื้อผ้าจะอยู่ทนหรือไม่ทนก็ขึ้นอยู่กับลูกค้าด้วยว่าจะดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ได้ดีแค่ไหน แต่สำหรับคุณภาพในการผลิตหรือการรับมาขายนั้น จะเป็นแหล่งที่เชื่อถือได้เพราะเป็นแหล่งที่แม่ค้าส่วนใหญ่นำไปรับมาขาย แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ขึ้นอยู่กับ การดูแลรักษาของผู้บริโภคสินค้าด้วย

2.3.4 การวิจัยสอบถามเกี่ยวกับธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น ที่ ตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี

เสื้อผ้าเป็นที่จำเป็นที่เราต้องสวมใส่ในการดำรงชีวิตประจำวันทุกวัน ปัจจุบันเสื้อผ้านำมาผลิตและขายตามห้างสรรพสินค้าและตามท้องตลาดทั่วไปมักจะเน้นรูปแบบและรูปลักษณ์ที่ทันสมัยและเป็นที่

ต้องการของคนในยุคปัจจุบันเสื้อผ้าแฟชั่นในยุคปัจจุบัน การเลือกซื้อเสื้อผ้าจะต้องคำนึงถึงการใช้งานของเสื้อผ้านั้นๆว่าเราจะสวมใส่เนื่องในโอกาสใดบ้างตามสถานการณ์ งานวิจัยเสื้อผ้าเกี่ยวกับเสื้อผ้าที่ตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี ได้มีการสำรวจและลงพื้นที่เพื่อที่จะมาทำการศึกษาและหาผลของการวิเคราะห์และตอบแบบสอบถามของพ่อค้าแม่ค้าที่ตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี ถึงการทำกิจการขายเสื้อผ้าโดยการไปสอบถามและและมีแบบประเมินสำหรับพ่อค้าแม่ค้าว่ามีค่าลงทุนและการใช้แรงงานทุนในการทำกิจการเท่าไร และขั้นตอนการดำเนินการตั้งแต่เริ่มต้นอย่างไร คือตั้งแต่ทุนครั้งแรกจนกระทั่งค่าตอบแทนและกำไรที่ได้รับจากการขายเสื้อผ้าแฟชั่น ซึ่งเสื้อผ้าที่นิยมขายและจำหน่ายก็คือเสื้อผ้าแฟชั่นตามสมัยนิยมตามลำดับ ธุรกิจการขายเสื้อผ้านับเป็นที่นิยมกันมากในปัจจุบัน และสมัยนี้ก็มักจะเกิดการขายเสื้อผ้าอีกรูปแบบหนึ่งคือการขายเสื้อผ้าผ่านทางออนไลน์หรือผ่านทางอินเทอร์เน็ตซึ่งกำลังเป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน แต่ทั้งนี้เสื้อผ้าที่ขายตามสถานที่ท่องเที่ยวเช่น ตลาด 200 ปี ปราณบุรีก็เป็นที่นิยมไม่แพ้กันแต่ถึงอย่างไรก็ตามเสื้อผ้าที่สวมใส่เสื้อผ้าก็ควรที่จะเลือกที่เป็นที่เหมาะสมและถูกกาลเทศะในแต่ละสถานที่ เพราะถ้าเราใส่ไม่ถูกกาลเทศะก็อาจจะเกิดปัญหาที่ตามมาได้เช่นกัน การวิจัยเสื้อผ้าก็เป็นการวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้ซื้อและและยังสะท้อนถึงปัญหาของผู้ขายในตลาด 200 ปี ปราณบุรี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการใช้พื้นที่ การร่วมมือกันของพ่อค้าแม่ค้า อีกทั้งรายได้ที่จะมาทำประโยชน์ให้กับชุมชนของตนเองอีกด้วย จากการสำรวจร้านเสื้อผ้าวัยรุ่นของตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี แล้วผู้วิจัยมีความสนใจในประเด็นการกำหนดวิธีการศึกษาราคาของเสื้อผ้าสำเร็จรูป ว่าเนื้อผ้ามีลักษณะต่างกันจะมีราคาเท่าไร ต่างกับร้านอื่นหรือไม่ การบริการลูกค้าแตกต่างกันอย่างไร มีวิธีการใดที่ทำให้ลูกค้าพอใจในบริการนั้น และมีกลยุทธ์ในการขายสินค้าว่ามีการลด แลก แจก โปรโมชันอะไรบ้างที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าให้มาอุดหนุนสินค้าของเราและกลับมาอุดหนุนอีกครั้ง

2.4 ธุรกิจอาหารที่เกี่ยวข้องกับพิจารณากิจการในตลาดเก่าปราณบุรี

ประวัติความเป็นมาอาหารไทย มาตรฐานอาหารไทย ปัจจุบันยังไม่มี แต่ได้มีความพยายามในการเพื่อดำเนินการให้เกิดมาตรฐานวัตถุดิบ (มาตรฐานคุณภาพของวัตถุดิบ) กรรมวิธีการผลิต คุณลักษณะของอาหารไทย คุณค่าทางโภชนาการและสุขภาพความปลอดภัยการยอมรับทั้งสี่ กลิ่น รส เผ็ด เค็ม เปรี้ยว หวาน ลักษณะโดยรวม พัฒนาตำรับอาหารไทย วิเคราะห์กำไรและผลตอบแทนที่จะได้รับการทดสอบการยอมรับอาหารไทยและผลิตภัณฑ์ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ



ภาพที่ 19 อาหารไทย

2.4.1 ปัญหาทางโภชนาการของกลุ่มคน นับว่าปัญหาโภชนาการเป็นปัญหาสำคัญที่ควรพิจารณาเป็นอย่างยิ่งเพราะเกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในทุกวัยเนื่องจากอาหารเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อมนุษย์ ในการเจริญเติบโตและพัฒนาทางด้านร่างกาย สติปัญญา จิตใจ อารมณ์ สังคม ตลอดจนส่งเสริมสุขภาพอนามัยของมนุษย์ให้แข็งแรงและสมบูรณ์ นับตั้งแต่เริ่มปฏิสนธิในครรภ์มารดาจนคลอดออกเป็นทารก เจริญเติบโตเป็นผู้ใหญ่ถึงวัยชรา ร่างกายที่จำเป็นต้องได้รับอาหารประจำวัน การบริโภคอาหารอย่างถูกหลักโภชนาการ จะทำให้ร่างกายเจริญเติบโตอย่างเหมาะสมเป็นไปตามศักยภาพที่ควรจะเป็น มีสุขภาพดีทั้งทางร่างกายและจิตใจนำไปสู่รากฐานของการมีสุขภาพชีวิตที่ดี



ภาพที่ 20 ปัญหาทางโภชนาการของกลุ่มคน

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าอาหารและการบริโภคอาหารที่ถูกต้องจะนำไปสู่การพัฒนาสติ ปัญญาและร่างกายให้แข็งแรง นั้นเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับมนุษย์ ทุกคน ทุกวัย โดยเฉพาะ ใน

กลุ่มนักศึกษาซึ่งเป็นวัยรุ่นตอนกลางที่กำลังมีการเจริญเติบโตอย่างเต็มที่ และโดยธรรมชาติของวัยรุ่นจะจัดอยู่ในกลุ่มเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาโภชนาการ เนื่องจากในวัยรุ่นมีการเปลี่ยนแปลงทั้งร่างกายและจิตใจ กล่าวคือวัยรุ่นเป็นวัยที่ร่างกายพัฒนาเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วร่างกายจึงต้องการสารอาหารไปใช้ใน การเสริมสร้างการทำงานของ เซลเนื้อเยื่อ กระดูก ตับ และอวัยวะอื่นๆอีกทั้งมีการเพิ่มน้ำหนักตัวส่วนสูง ต่อมต่างๆ ทำงานมากขึ้นและ ฮอร์โมนถูกขับออกมาเพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งมีความต้องการพลังงานและสารอาหารค่อนข้างสูงโดยเฉพาะการเจริญเติบโต ของสมองให้มีการเจริญและพัฒนาไปตามวัย ส่งผลให้มีสติปัญญาดี มีความพร้อมในการเรียน รู้ดังที่กล่าว สุขภาพเป็นสิ่งที่ควบคู่กับการศึกษา การศึกษาทำให้เกิดการพัฒนาโดยที่คุณภาพของนักเรียนขึ้นอยู่กับภาวะโภชนาการถ้าได้รับสารอาหารไม่เพียงพอก็จะเกิดผลเสียต่อร่างกาย ซึ่งสอดคล้องกับไกรสิทธิ์ ตันติศิริพันธ์ กล่าวไว้ว่า ถ้าผู้ที่อยู่ในวัยเรียนไม่ได้รับสารอาหารที่ถูกต้องและเพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย ผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างเห็นได้ชัด คือ เด็กจะมีร่างกายเติบโตไม่สมส่วน เตี้ยแคระ สุขภาพอ่อนแอ เจ็บป่วยง่ายขาดเรียนบ่อยเป็นอุปสรรคในการเรียน ส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและพัฒนาการทางด้านอื่นๆ

2.4.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหาร

1) ความหมายพฤติกรรมการบริโภคอาหาร สุกัลยา แก้วมณี (2540) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหาร หมายถึงการกระทำที่เกี่ยวกับการรับประทานอาหาร และน้ำ ที่ได้ประพฤติปฏิบัติอยู่เป็นประจำ เป็นความเคยชินการประพฤติปฏิบัติในการรับประทานอาหารเช่น ชนิด ปริมาณ ที่รับประทานจำนวนมื้อที่รับประทานพฤติกรรมเสี่ยงต่างๆเกี่ยวกับการรับประทานอาหารซึ่ง มีปัจจัยหลายประการที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค โภชนิสัยได้แก่ เพศ ความรู้ ศาสนาลักษณะการอยู่อาศัย โดยที่ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลในการกำหนด ให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างไร ในการเลือกบริโภคอาหาร และน้ำ การบริโภคที่ถูก ต้องและเหมาะสม สม ย่อมทำให้บุคคลมีภาวะโภชนาการที่ดีอันจะมีผลทำให้มีภาวะสุขภาพที่ดีตามมา และลดปัจจัย เสี่ยงของความเจ็บป่วยที่อาจเกิดจาก การมีนิสัยที่ไม่เหมาะสม เช่น โรคที่เกิดจากขาดสารอาหาร หรือโรคที่เกิดจากการมีภาวะโภชนาการเกิน

2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทย โภชนาการซึ่งเป็นตัวบ่งชี้สุขภาพคนที่รับประทานอาหารมากเกินไปจะเกิดภาวะโภชนาการเกิน เป็นสาเหตุของโรคอ้วนและโรคเรื้อรังที่เกิดจากความเสื่อมต่างๆ หากรับประทานอาหารไม่เพียงพอก็ทำให้เป็นโรคขาดสารอาหาร ส่งผลถึงประสิทธิภาพของร่างกายได้ อาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะมีการปนเปื้อนของเชื้อโรคต่างๆ หรือโลหะหนักของเชื้อโรคต่างๆ ล้วนส่งผลถึงความไม่ปลอดภัยและเป็นอันตรายต่อสุขภาพของเรา ปัญหาเรื่องโภชนาการอย่างมาก ส่วนปัญหาการขาดสารอาหารแม้จะลดความรุนแรงลงแล้วก็ตาม แต่ก็ยังคงมีอยู่สำหรับปัญหาความปลอดภัยของอาหารก็ ยังพบเห็นได้ไม่น้อยในปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้นักวิชาการด้านโภชนาการและผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบจึงได้พยายามดำเนินการต่างๆ ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว วิธีหนึ่งที่ได้ดำเนินการเพื่อหาข้อมูลในการแก้ไขปัญหาคือการสำรวจการบริโภคอาหารของไทย

2.5 ลักษณะของขนม ทั้ง 2 ประเภท ในตลาดเก่าปรางค์บุรี

ประเภทขนมเปียก ขนมข้าวเกรียบปากหม้อ



ภาพที่ 21 ขนมข้าวเกรียบปากหม้อ

สูตรขนมข้าวเกรียบปากหม้อ เวลาในการทำ 40 นาที ส่วนผสมสำหรับ 15-20 ชิ้น

วัตถุดิบ

ตัวแป้ง

1. แป้งข้าวเจ้า 100 ก.
2. แป้งมัน 40 ก.
3. น้ำเปล่า 220 มล.

ไส้

4. หมูสับ 50 ก.
5. ไชโป้วเค็มสับละเอียด 50 ก.
6. ถั่วลิสงคั่วบดหยาบ 70 ก.
7. พริกไทยเม็ด 2 ชช.
8. กระเทียมปอกเปลือก 1 เม็ด
9. รากผักชี 1 ราก
10. หอมแดงสับละเอียด 2 ชต.
11. น้ำปลา ½ ชต.
12. น้ำตาลปี๊ป 2 ชต.

ผักแกล้ม

13. ผักกาดหอม
14. ผักชี
15. พริกชี้หนู

16. กระเทียมเจียว 2 ช้อนโต๊ะ
17. น้ำมันกระเทียมเจียว 3 ช้อนโต๊ะ
18. น้ำมันถั่วเหลือง 3 ช้อนโต๊ะ

วิธีทำ

1. โขลกกระเทียม รากผักชี พริกไทยเม็ดจนละเอียด จากนั้นนำไปผัดกับน้ำมันถั่วเหลืองตามด้วยหอมแดงสับละเอียด ผัดจนเริ่มหอม

2. เติมหมูสับลงผัดให้สุก ตามด้วยไข่ป่น น้ำตาลปี๊ป น้ำปลา ผัดต่อไปด้วยไฟอ่อน ประมาณ 10 นาที จนไข่เริ่มแห้งค่อยเติมถั่วลิสงลงผัดให้เข้ากัน พักไว้ให้เย็น

3. นำหม้อทรงสูงปากกว้างซึ่งด้วยผ้าขาวบางให้ตั้ง เปิดริมหวด้านหนึ่งประมาณ 2 ซม. ให้อิอน้ำพุ่งขึ้นมาได้ เติมน้ำเปล่าลงไป 1/3 ของหม้อ และต้มให้เดือด

4. ผสมแป้งข้าวเจ้า แป้งมัน น้ำเปล่า นวดให้เข้ากัน ตักแป้งครึ่งทัพพีเทลงบนผ้าขาวบาง ใช้ทัพพีเกลี่ยแป้งให้เป็นแผ่นบาง ปิดฝาไว้ 20 วินาที จนแป้งสุก ตักใส่ 1 ช้อน วางกลางแผ่นแป้งใช้พายปาดแผ่นแป้งหุ้มให้ทั่วใส่ ตักขึ้นพักไว้ในถาดที่มีน้ำมันกระเทียมเจียว

5. เสิร์ฟพร้อมผักแกล้ม โรยหน้าด้วยกระเทียมเจียว

ประเภทขนมแห้ง ขนมหมี่กรอบ



ภาพที่ 22 ขนมหมี่กรอบ

เครื่องปรุง

1. เส้นหมี่แห้ง 1 ห่อ (ควรเลี้ยงยี่ห่อไว้ เพราะทอดแล้วจะนิ่ม) 100 กรัม
2. เต้าหู้เหลืองหั่นฝอย ตากแดด 1 แดด (ครึ่งวัน)
3. น้ำมันพืชครึ่งขวด
4. หอมแดง 2 หัว
5. กระเทียม 5 กลีบ
6. ไข่เป็ด 2 ใบ

7. น้ำตาลปีบ 2 ช้อนโต๊ะ
8. น้ำปลา 1 ช.ต.
9. ส้มมะขาม 2 ฝักคั้นเอาแต่น้ำ
10. น้ำตาลทรายครึ่งถ้วย
11. เต้าเจี้ยวขวด 2 ช้อนโต๊ะ
12. พริกชี้ฟ้าสีแดงหั่นฝอย

วิธีทำ

1. เจียวหอม กระเทียม ทูบแล้วสับ ๆ ให้น้ำมันหอม เอาขึ้น
2. ตีไข่เปิดโรยในตะแกรง วนลงไปให้ฟูเหลืองกรอบเป็นฝอยกลับเอาขึ้น เก็บไว้ให้กรอบ
3. เอาน้ำมันทอดเต้าหู้เหลืองที่ตากเอาไว้
4. ทอดหมี่ในน้ำมันทีละน้อยในน้ำมันร้อนปานกลางพอฟูแล้วเอาตะแกรงซ้อนขึ้นมาให้สะเด็ดน้ำมัน ปนกับหอมกระเทียมที่ทอดไว้
5. เอาน้ำมันที่ทอดไว้เหลือครึ่งหนึ่งเคี่ยวน้ำตาลปีบ 2 ช้อนโต๊ะ ในน้ำมันนั้น ใส่น้ำปลา น้ำตาลทราย ส้มมะขาม อย่าให้เปรี้ยวมาก (ใส่มะนาวหน่อยหนึ่งก็ได้) ใส่เต้าเจี้ยวขวด ถ้าหยดลงไปในน้ำจะปั่นเป็นก้อนได้ ถ้าใส่เปลือกส้มซ่าจะทำให้หอม
6. เสร็จแล้วเอาเครื่องใส่รวม คลุกให้เข้ากัน
7. เอาไข่ฝอยใส่โรยหน้า เอาพริกชี้ฟ้าหั่นฝอยโรย ใส่ถุงอยู่ได้ 2 - 3 วัน ถ้าใส่ตู้เย็นอยู่ได้เป็นอาทิตย์
8. (ปรุงรสออกเค็ม ๆ หวาน ๆ เปรี้ยวน้อย ๆ)

2.5.1 การส่งเสริมการตลาด และการส่งเสริมการขายของธุรกิจขนม

1. ลูกคามีส่วนร่วมในการออกแบบสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้า
2. มีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอบราณบุรี
3. การจัดร้านเหมาะสมกับสถานที่จำหน่ายสินค้า
4. การตัดป้ายราคาสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคที่สนใจได้สอบถามข้อมูล
5. มีที่นั่งสำหรับลูกค้าเลือกสินค้าและจัดสินค้าให้หยิบได้สะดวก
6. มีความรู้เพิ่มเติมให้ข้อมูลสำหรับคนที่สนใจเกี่ยวกับธุรกิจประเภทเครื่องหนึ่ง

All rights reserved



ภาพที่ 23 ประเภทขนมเปียก(ขนมข้าวเกรียบปากหม้อ) และประเภทขนมแห้ง (ขนมหมี่กรอบ)

2.6 ธุรกิจเครื่องดื่มน้ำแปรรูปเศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ดังต่อไปนี้

1. การผลิตเครื่องดื่ม น้ำตาลสด 100 % ธุรกิจ “น้ำตาลสด 100 %” เป็นธุรกิจที่ผลิตและจัดจำหน่ายน้ำตาลสด โดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาผลิต คือ น้ำตาลสด มาผลิตเป็นน้ำตาลสด 100 % รูปแบบการผลิตจะเป็นการต้มน้ำตาลในกระทะใบใหญ่ เมื่อน้ำตาลเดือดก็ปล่อยให้เย็นนำมาบรรจุเพื่อเตรียมจัดจำหน่าย เป็นน้ำตาลสด สด คือ น้ำน้ำตาลสด ที่เกิดจากงวงตาลที่พร้อมให้น้ำตาลหวานได้ ซึ่งผ่านการต้มเคี่ยวจนเป็นน้ำตาลสด ซึ่งนำไปเป็นประโยชน์ ต่อการสร้างพลังงาน คนธรรมดาที่ไม่ทำงานหนัก จะต้องการพลังงานความร้อน ประมาณ 2,500 แคลอรี /24 ชั่วโมง น้ำตาล 1 กรัม เมื่อถูกเผาผลาญ จะให้ความร้อน 4 แคลอรี น้ำตาลจึงเป็นอาหารที่ให้คุณค่าแก่มนุษย์ที่ต้องการพลังงาน ทั้งทางสมองและพลังงานมากกว่าอาหารประเภทอื่น หากร่างกายขาดน้ำตาลหรือได้น้ำตาลมากเกินไป ความจำเป็น สุขภาพของมนุษย์ก็จะได้รับความกระทบกระเทือนมากเหมือนกัน

วิธีการทำน้ำตาลสด

- ควรเลือกต้นตาลตัวเมียที่มีงวงตาลหรือช่อดาลน้ำหวานมากแล้วใช้มีดปากตาล ใช้กระบอกรูดาลให้น้ำหวานออก

- ใช้ขันไคที่ทำจากไม้ไผ่ป่าซึ่งหาได้ในพื้นที่มาทำเป็นขันไคไคขันขันไคเรียกว่า พะองตาล

- เลือกงวงตาล การเลือกงวงตาลตัวผู้จะมีเกสรที่เริ่มบานและร่วง แสดงว่าเป็นงวงตาลที่พร้อมจะทำน้ำตาล ให้เลือกงวงตาลสัก 2-3 งวง สำหรับตาลตัวเมียจะมีดอกหรือทะลายที่มีลูกตาลโตมีขนาดเท่ากำมือเด็ก และควรเลือกทะลายที่มีความสมบูรณ์มากที่สุด



ภาพที่ 24 แสดงการขึ้นต้นตาล

วัสดุและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำตาลโหนด

1. ต้นตาล (ตัวผู้)
2. มีดปาดตาล
3. กระบอกลำไย สำหรับรองน้ำตาล
4. กระทะขนาดใหญ่
5. ไม้กระหนวน, ไม้กระแทก
6. ไม้พายอม
7. ไม้ค้ำบ

วิธีการผลิต

1. ทำการเก็บกระบอกลำไยที่ร่อนน้ำตาลจนไหลจากวงออกมาหมด



ภาพที่ 25 แสดงการเก็บกระบอกลำไย

2. นำน้ำตาลที่เก็บมาจากต้นตาลมาเทกรองเอาแต่น้ำตาลใส่ปิ๊บไว้ ใช้ตะแกรงพลาสติก ใช้สำหรับกรองเศษผงที่อาจติดมากับน้ำตาลสด สำหรับกรองเศษแก่นตะเคียนและเศษผงอื่นๆก่อนนำไปต้มในกระทะใบบัว



ภาพที่ 26 การกรองน้ำตาลสด

3. เตาต้มน้ำตาล เชื้อเพลิง และกระทะใบบัว เตาต้มน้ำตาล เป็นเตาที่ปั้นด้วยปูนซึ่งชาวบ้านคิดและทำขึ้นมาเอง และมีความทนทานกว่าเตาดินมาก ในขณะที่มีความปลอดภัยของผู้เคี้ยวน้ำตาล เนื่องจากมีการทำปล่องควันเพื่อระบายควันออกสู่ด้านบนของหลังคา อีกทั้งเชื้อที่ใช้จะใช้เปลือกตาลที่แห้งแล้วมาเป็นเชื้อเพลิงข้างใน และเติมแกลบลงบนเชื้อเพลิงอีกครั้งหนึ่ง และยังอำนวยความสะดวกให้อีกด้วยการมีระบบการเติมแกลบอัตโนมัติลงบนด้านข้างของเตาเคี้ยวตาล โดยเตาเคี้ยวตาลสามารถรองรับกระทะใบบัวใหญ่



ภาพที่ 27 เตาต้มน้ำตาล

4. น้ำตาลสด ที่เดือดได้ที่ (ต้มนาน 30 นาที พร้อมที่จะยกลงจากเตา)



ภาพที่ 28 การต้มน้ำตาลจนเดือด

5. น้ำตาลสด ที่ต้มเรียบร้อยแล้ว พักทิ้งไว้ให้เย็น และเตรียมกรอกใส่ขวด เพื่อเก็บไว้บริโภคและขายให้กับผู้เดินทางผ่าน



ภาพที่ 29 นำน้ำตาลที่ต้มแล้วเทใส่ถัง

6. ทำการบรรจุลงใส่ขวด



ภาพที่ 30 การบรรจุภัณฑ์น้ำตาลโตนด

ภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำน้ำมันตาลสดต้องทำการลวกน้ำร้อนเพื่อฆ่า เชื้อทุกชิ้น
 ***น้ำตาลสดที่ทำจากตาลโหนดที่วางขายให้เลือกที่ขวดมีสีขุ่นอ่อนเพราะทำมาจากตาลโหนด 100% ***

(ปริมาณการผลิตน้ำตาลโหนด ปริมาณการผลิต 30 ขวด/วัน)

ประโยชน์ของน้ำตาลสด

ตาลโหนดเป็นพืชสารพัดประโยชน์อีกชนิดหนึ่ง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าทุกส่วนของตาลโหนดล้วนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทั้งสิ้น อย่างแรกที่เราคุ้นกันดีที่สุด คือ ตาลโหนดเป็นพืชให้น้ำหวานที่เรียกตามชื่อว่า “น้ำตาล” นั่นเอง น่าสังเกตว่าคนไทยเรียก “น้ำตาล” ไม่เฉพาะน้ำหวานที่ได้จากต้นตาลโหนดเท่านั้น หากแต่ใช้เรียกน้ำหวานจากพืชอื่นๆด้วย ไม่ว่าจะจากอ้อย จากมะพร้าวก็ตาม แสดงว่าแต่เดิมคนไทยรู้จักน้ำตาลจากต้นตาลโหนดก่อนพืชชนิดอื่น หรืออีกอย่างคือน้ำตาลสด เป็นน้ำตาลที่คนไทยนิยมมากที่สุดใช้เป็นอาหาร ดอกอ่อน กินได้ทั้งดอกตัวผู้และตัวเมีย ใช้แกง จั่นให้น้ำตาลทำน้ำตาลปึก และน้ำตาลปี๊บคุณค่าทาง โภชนาการ ลูกตาลอ่อน ธาตุฟอสฟอรัส แคลเซียม วิตามินซีเล็กน้อย และอื่น ๆ จาวตาล มี ธาตุฟอสฟอรัสสูง วิตามินซี และอื่น ๆ งวงตาลทำน้ำตาลโหนดประกอบด้วย น้ำตาลหลายชนิดใช้เป็นยา รากแก้ร้อนใน ระบายน้ำ แก้ไข้ แก้ทอน ซินอักเสบ แก้ซางเด็ก ชูกำลัง ขับพยาธิ ใบ แก้อาการกระสับกระส่ายหลังคลอด คั่วให้เหลืองแล้วบดเป็นผง ใช้สูบหรือ เป่าลดความดันโลหิต งวงแก้ พิษตาน ชาง ขับพยาธิ ทำให้สดชื่น กาบหรือ ก้านใบสดอังไฟแล้วบดเอาแต่น้ำ แก้ท้อง ร่วง ท้องเสีย อม แก้ปากเปื่อย

วิธีรับประทานน้ำตาลสด

วิธีรับประทานน้ำตาลสด ที่ดีที่สุดคือใช้น้ำตาลสด ผสมกับน้ำแข็งและเทน้ำตาลสดใส่ลงไปกิน ตอนเวลาเย็นๆจะอร่อยและชื่นใจหรือแช่น้ำตาลสด ไว้ในตู้เย็น หรือจะชา โดยเฉลี่ยแบ่งรับประทานทีละน้อยจนครบจำนวนในแต่ละวัน หรือจะผสมในเครื่องดื่มร้อนๆเช่นโกโก้ร้อนหรือน้ำผลไม้อุ่นๆก็ได้

คุณภาพของน้ำตาลสด

คุณภาพของน้ำตาลสด เบื้องต้นดูได้จาก สี กลิ่น รสชาติ ปราศจากสารปนเปื้อน มีกลิ่นรสชาติ หอม หวาน ไม่แต่งสี ไม่แต่งกลิ่น และไม่มีสิ่งเจือปนเมื่อรับประทานแล้วทำให้รู้สึกสดชื่น

1. สี น้ำตาลสด ที่มีความขุ่นแต่มีคุณค่าทางอาหารจะช่วยเพิ่มพลังงานให้กับผู้ดื่มในปริมาณที่พอดี แต่อาจเปรียบเทียบคุณภาพความขุ่นที่แตกต่างกันในแต่ละการทำน้ำตาลสด ได้ไม่ชัดเจน เนื่องจากไม่ได้อยู่ในหมวดลักษณะเดียวกัน สีของพลาสติกหรือแก้ว อาจทำให้มีอิทธิพลกับสีได้บ้าง

2. กลิ่น และกลิ่นรส ความหอมน้ำตาลสด ต้องหอมอ่อนๆ นำชวนกินทำให้ความรู้สึกว่าสูตร กลิ่นแล้วมีความรู้สึกอยากดื่ม ถึงแม้ว่าจะเปิดกินแล้วกลิ่นต้องไม่เปลี่ยนแปลง แต่ยังมีผู้ผลิตบางราย ตัดแปลงกลิ่น โดยใช้น้ำตาลปึกที่ทำมาจากน้ำตาลอื่นๆ มาผสมจะทำให้มีกลิ่นที่หอมหวานหรือผสม กลิ่นดอกไม้ที่กินได้มาผสมกับน้ำตาลสด หรือ วิธีนี้จะทำให้มีกลิ่นหอมมากในตอนเปิดขวดหรือเปิดใช้

หลังจากนั้นความหอมจะจางลง และเปลี่ยนเป็นเหม็นเปรี้ยว และทำให้อายุของน้ำตาลสด ให้ อยู่ได้ไม่นาน

3. รสชาติ น้ำตาลสด คุณภาพดี จะมีหวานหอม เวลารับประทานจะผ่านลำคอได้ง่ายและเร็ว มีความรู้สึกเหมือนละลายในปาก ในขณะที่กลืนลงคอไม่มีกลิ่นรุนแรง ไม่เปลี่ยน

SHELFLIFE ของน้ำตาลสด SHELFLIFE ที่ดีจะมี SHELF LIFE (อายุของผลิตภัณฑ์) น้อยมากมาก น้ำตาลสด ที่บรรจุในกระปุกและเปิดฝาทิ้งไว้ มี SHELF LIFE ประมาณ 7 วัน แต่ถ้าน้ำตาลสด มีกลิ่นเหม็นเปรี้ยว ไม่ควรรับประทาน เพราะกลิ่นที่เปลี่ยนไปนี้เกิดจากมีความชื้นเข้าไปรวมตัวกับน้ำตาลสด ที่สำคัญที่สุดของน้ำตาลสด คือความชื้น ขั้นตอนการ DRY OIL คือการกำจัดความชื้นออกจากน้ำตาลสด เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดขั้นตอนหนึ่ง ดังนั้นเมื่อต้องการน้ำตาลสดที่ดี การดมกลิ่นจึงสามารถใช้เป็นมาตรฐานการเลือกซื้อเบื้องต้นได้ และหลังจากเปิดดื่มแล้วควรเก็บไว้ในตู้เย็น 1. กลุ่มคนในชุมชนบางกลุ่มผลิตน้ำตาลสด เพื่อผลิตและแปรรูปโดนด ซึ่งน้ำตาลสด ซึ่งมีในประจวบคีรีขันธ์ในท้องถิ่น ผลิตง่าย และมีไม่มากนักเป็นเฉพาะกลุ่มบ้านที่ทำ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จึงได้เล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจที่จะคิดเพิ่มเติมค่าให้ผลิตภัณฑ์โดนด โดยมีแนวคิดจากการตกต่ำของราคาโดนดและกระแสการรักสุขภาพซึ่งผู้บริโภคในปัจจุบันใส่ใจและดูแลรักษาสุขภาพมากยิ่งขึ้นและประกอบกับกลุ่มกลุ่มชุมชนบางกลุ่มผลิตน้ำตาลสด มีการจัดการระบบการผลิตที่ปลอดภัยปราศจากสารเคมีรวมถึงวิธีการแบบบ้านๆ โดยวิธีธรรมชาติ ที่ให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาด และรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Package) ร่วมสมัยรูปแบบที่ทันสมัย น้ำตาลสด ที่เป็นผลิตภัณฑ์ จากธรรมชาติในการและยังมีประโยชน์กลับร่างกายอีกด้วย โดยมุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบและการสร้างงานในท้องถิ่น ปราศจากสารเคมีเหมาะสำหรับรับกลุ่มรักสุขภาพและนักท่องเที่ยวมาเป็นของฝากที่ระลึก

ผลิตภัณฑ์ (PRODUCT)

น้ำตาลสด เป็นเครื่องดื่มจากธรรมชาติ ดื่มแล้วรู้สึกสดชื่น โดยมุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบและการสร้างงานในท้องถิ่น เหมาะสำหรับรับกลุ่มรักสุขภาพและเครื่องดื่มที่ให้ความอร่อยและมีประโยชน์กับร่างกาย และนักท่องเที่ยวมาเป็นของฝากที่ระลึก รวมถึงวิธีการทำโดยวิถึชาวบ้านโดยวิธีธรรมชาติ ที่ให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาด



ภาพที่ 31 ตราสินค้า

LOGO น้ำตาลโตนด

เป็นสัญลักษณ์ความเป็นไทย แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นต้นโตนดในรูปแบบต่างๆ เมื่อมองเห็นจะทราบได้ทันทีว่าต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจนกลายเป็นน้ำตาลโตนด ที่มีการจัดการระบบการผลิตที่ซื่อสัตย์ที่ปลอดภัยปราศจากสารเคมี รวมถึงวิธีการทำโดยวิถีธรรมชาติ ที่ให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาด และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าเป้าหมายหลัก ผู้บริโภคที่ดูแลสุขภาพและใส่ใจในกระบวนการผลิตที่ปราศจากสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม **ลูกค้าเป้าหมายรอง** นักท่องเที่ยวที่ต้องการของฝากจากตลาด 200 ปี ปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีคุณค่าและประโยชน์หลากหลาย และมีเอกลักษณ์ร่วมสมัย

ราคา (PRICE)

การตั้งราคาสินค้าในระดับปานกลาง ถ้าเทียบกับคุณภาพและความโดดเด่นของสินค้า โดย จัดจำหน่ายมาใน 2 รูปแบบ คือ (1) น้ำตาลสด ในวงตาล ขนาด 320 ml ราคาขายขวดละ 20 บาท ขนาด 100 ml ราคาขวดละ 40 บาท

สถานที่จำหน่าย (PLACE)

- จำหน่ายในตลาด 200 ปี ปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- ขายตรงที่หน้าบ้านในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

หมายเหตุ สถานที่จำหน่ายอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

การส่งเสริมการตลาด (PROMOTION)

- เข้าร่วมงานโดยเป็นตัวแทนออกร้านในงานของจังหวัดหรือโอกาสพิเศษต่างๆ
- จัดทำโปรচার์ เพื่อเผยแพร่คุณค่าประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

- เว็บไซต์ www.noblesense.com

การแข่งขัน และคู่แข่ง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตและแปรรูปน้ำตาลสด โดยทั่วไป น้ำตาลสด เป็นวัตถุดิบพื้นฐานในท้องถิ่นที่ผลิตง่าย ราคาถูก และมีอยู่ไม่มากนักมากมายในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จึงได้ทำการวิเคราะห์ถึงคู่แข่งที่มีขาย ธุรกิจเครื่องดื่มที่เป็นน้ำ ดังตารางต่อไปนี้คือ

ตารางที่ 2 การแข่งขันด้านราคาของธุรกิจเครื่องดื่มในปัจจุบันตลาด 200 ปี ปราณบุรี ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตรายี่ห้อ	น้ำหนัก(ml)	ราคาต่อขวด (บาท)	ราคาต่อ (100ml)
- ร้านน้ำสมุนไพร	100	20 / แก้ว	22.0
- ร้านน้ำตาลสด	100	25	25.0
- ร้านโปรดปราน	125 cc	25 / แก้ว	25.0
- ร้านน้ำอ้อย	100	10	10.0

จากข้อมูลของผลิตภัณฑ์ทางด้านคุณภาพและราคาสามารถสรุปตำแหน่งของแต่ละตรายี่ห้อ ดังนี้

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบลักษณะของคุณภาพผลิตภัณฑ์

สูง	ร้านในตลาดเก่าปราณบุรี	ร้านค้าในย่านใกล้เคียง	
ปานกลาง	ร้านน้ำสมุนไพร	ร้านน้ำตาลโตนด	
	ร้านโปรดปราน	ร้านน้ำอ้อย	
ต่ำ			
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ

จากลักษณะของผลิตภัณฑ์จะเห็นได้ว่า กลุ่มผลิตน้ำตาลสด เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและตั้งราคาตามคุณภาพที่ผู้บริโภคยอมรับผลิตภัณฑ์ผลิตน้ำตาลสด ซึ่งมีคุณภาพดีราคาสูงกว่าคู่แข่งแต่

ใส่ใจในรายละเอียดของเพิ่มบรรจุกุณฺฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จึงเป็นโอกาสทางการตลาดที่สามารถแข่งขัน

3. การส่งเสริมการตลาด และการส่งเสริมการขาย (PROMOTION)

ลูกค้าเป้าหมาย ลูกค้าเป้าหมายหลัก นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ตลาดเก่า 200 ปี ปรานบุรี
ลูกค้าเป้าหมายรอง คนในชุมชนที่อยู่ภายในบริเวณตลาด 200 ปี ปรานบุรี ลักษณะการส่งเสริมการขายในแต่ละประเภทธุรกิจและภาพรวมสามารถสรุปการส่งเสริมการขายได้ ดังต่อไปนี้

- สำหรับธุรกิจประเภทเสื้อผ้าจะจัดโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าคือ มีบัตรสะสมจำนวนการซื้อสินค้าของลูกค้าแล้วเมื่อครบจำนวนที่ร้านกำหนดสามารถแลกฟรีได้อีก 1 ตัว
- ลูกค้ามีส่วนร่วมในการออกแบบสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้า
- มีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปรานบุรี
- การจัดร้านเหมาะสมกับสถานที่จำหน่ายสินค้า
- การติดป้ายราคาสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคที่สนใจได้สอบถามข้อมูล
- มีที่นั่งสำหรับลูกค้าเลือกสินค้าและจัดสินค้าให้หยิบได้สะดวก
- มีความรู้เพิ่มเติมให้ข้อมูลสำหรับคนที่สนใจเกี่ยวกับธุรกิจ ในตลาดเก่าปรานบุรี

การแข่งขัน และคู่แข่ง

การแข่งขันทางการขายสินค้าในตลาดมีสูงมาก โดยคู่แข่งในทางการค้ามักจะเน้นการจัดรูปแบบร้านให้เป็นที่น่าสนใจของผู้คนที่มาท่องเที่ยว หรือความทันสมัยของเสื้อผ้าที่นำมาขาย โดยเฉพาะรูปแบบของการจัดร้านให้มีความหลากหลายน่าสนใจ และการเรียกลูกค้าโดยการติดป้ายราคาที่ไม่แพงจนเกินไปก็เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งสร้างความสนใจให้กับลูกค้าได้

4. ราคา (PRICE)

การตั้งราคาสินค้าในระดับปานกลาง ถ้าเทียบกับคุณภาพและความโดดเด่นของสินค้า โดย จัดจำหน่ายตามรูปแบบของเนื้อผ้าและความสวยงาม ขึ้นตำที่จำหน่ายในตลาด คือ 50 บาทจะเป็นเสื้อผ้ามือสองที่มีคุณภาพที่ดีอยู่ และราคาที่แพงจะจำหน่ายอยู่ที่ราคา 300 บาทจะเป็นเสื้อผ้ามือหนึ่งที่มีคุณภาพดีและเป็นที่ยอมรับ ประเภทเครื่องดื่มน้ำ อยู่อัตราราคาตั้งแต่ 25-35 บาท ธุรกิจประเภทขนม อยู่ ในอัตราราคาตั้งแต่ 35-40 บาท ธุรกิจประเภทเครื่องหนัง ระดับราคาเครื่องหนังแท้ จะราคาสูงตกประมาณ 300-2,000 บาท ขึ้นอยู่กับประเภทกระเป๋า ขนาดและแบบดีไซน์ ธุรกิจประเภทเครื่องประดับสตรี ราคาประมาณ 20-300 บาท ขึ้นอยู่กับประเภทเครื่องประดับทำด้วยผ้า โลหะ ขนาดและแบบดีไซน์ ธุรกิจประเภทอาหาร อัตราราคาอยู่ประมาณ 30-40 บาท และธุรกิจประเภทเครื่องมือ เครื่องใช้ อัตราราคาอยู่ที่ 30-200 บาท ขึ้นอยู่กับประเภทอุปกรณ์ที่ใช้และขนาด จะเห็นมาตลาดเก่าปรานบุรีจะค้าขายธุรกิจในระดับราคาไม่สูงมากนักให้เหมาะสมกับอำนาจการซื้อของคนในชุมชนและแสดงจุดเด่น

ในด้านราคาไม่สูง เหมาะกับการใช้สอยระดับชุมชน และโดดเด่นในราคาเยอเยา วัตถุดิบที่ใช้อยู่ในชุมชน

5. SWOT ของธุรกิจในตลาดเก่าปรางณบุรี SWOT ของธุรกิจต่างๆในตลาดเก่าปรางณบุรี



ภาพที่ 32 SWOT Analysis

เป็นการวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรมหรือหน่วยงานในปัจจุบันเพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน คำว่า SWOT ย่อมาจากประเด็นที่ต้องมีการวิเคราะห์ ได้แก่

S-Strength (จุดแข็ง)

W-Weakness(จุดอ่อน)

O-Opportunity (โอกาส)

T-Threat(อุปสรรค)

ทฤษฎีนี้คิดค้นขึ้นโดย อัลเบิร์ต ฮัมฟรี (AlbertHumphrey) ได้นำเทคนิคนี้มาแสดงในงานสัมมนาที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ในช่วงทศวรรษที่ 1960 - 1970หลักการสำคัญของ SWOT Analysis คือ การวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือสภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก เพื่อให้รู้จักตนเองและรู้จักสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจ ในการวิเคราะห์นี้จะช่วยให้ผู้บริหารในอุตสาหกรรมนั้นๆ ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งที่เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อธุรกิจของตน ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และแผนการดำเนินการต่างๆ ที่เหมาะสมต่อไปสำหรับความหมายและคำจำกัดความของการวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นมีดังต่อไปนี้

SWOT ANALYSIS

จากการศึกษาธุรกิจประเภทเครื่องหนัง ของตลาดเก่า 200 ปี ปรานบุรี สามารถนำมาสู่การวิเคราะห์จุดแข็ง,จุดอ่อน,โอกาส และอุปสรรค ได้ดังนี้

จุดแข็ง (S)

1. เป็นสินค้าประเภททำมือที่ไม่เหมือนใคร โดยใช้วัตถุดิบจากชุมชนตลาดเก่าปรานบุรี
2. สามารถทำสินค้าตามความต้องการของลูกค้าได้ และราคาย่อมเยา
3. ธุรกิจประเภทต่างๆ ในตลาดเก่าปรานบุรี 200 ปี มีผู้ผลิตน้อย ผู้จัดการขายแผงร้านต้องการความเป็นไทยอนุรักษ์จึงเลือกร้านค้าเข้าดำเนินกิจการเฉพาะเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน
4. สินค้ามีคุณภาพสูง

จุดอ่อน (W)

1. เป็นธุรกิจที่มีราคาสินค้าค่อนข้างต่ำ การได้กำไรของเจ้าของกิจการร้านค้าจะน้อยตามนโยบายผู้จัด
2. เป็นสินค้าที่มีความต้องการเฉพาะกลุ่ม
3. ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้ามีจำกัด
4. เนื่องจากตลาดเก่า 200 ปีปรานบุรี เพิ่งเปิดมาได้ไม่นานมากนัก การประชาสัมพันธ์ตลาดยังไม่ทั่วถึง จึงยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร

โอกาส (O)

1. มีการสร้างรายได้จากการขายสินค้าผ่านลูกค้า
2. เป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับสินค้าประเภทต่างๆในตลาดเก่าปรานบุรี
3. การที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนหันมาสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวแบบประหยัด จึงทำให้ผู้บริโภคสนใจในการท่องเที่ยวและตัวผลิตภัณฑ์ของทางตลาดมากขึ้น
4. กระแสการท่องเที่ยวตลาดเชิงย้อนยุค มีความเป็นธรรมชาติผสมผสานกัน เหมาะกับการเดินเที่ยวและถ่ายรูปเป็นที่ระลึกกำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นจากผู้บริโภค

ความเสี่ยง หรือ อุปสรรค (T)

1. มีการขยายธุรกิจค่อนข้างช้า
2. สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการผลิต
3. มีคู่แข่งชั้นเยอะ สินค้าหาซื้อง่ายตามท้องตลาด

ตอนที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยพบว่าข้อมูลที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยพบว่าข้อมูลที่เกี่ยวข้องการศึกษาธุรกิจร้านค้าด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตลาดเก่าปรานบุรี 200 ปี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นคว้ารวบรวมเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อศึกษาต้นทุนผลตอบแทนของธุรกิจที่เกิดขึ้นตามร้านค้าต่างๆ ในตลาดเก่าปรานบุรี 200 ปี อำเภอปรานบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทำให้เข้าใจและอธิบายถึงกรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้

ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจที่ทำการรวบรวมข้อมูล ซึ่งสามารถสรุปประมวลลักษณะวรรณกรรม หรืองานวิจัยเพื่อมาเปรียบเทียบกับกรณีศึกษาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีดังต่อไปนี้

1. มนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2556) เรื่อง แนวทางการพัฒนาถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรานบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชนถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรานบุรี อำเภอปรานบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรานบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพพร้อมกับการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ระดับลึก แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผู้วิจัยจะสัมภาษณ์ไปเรื่อย ๆ เมื่อผู้ให้ข้อมูลหลักตอบซ้ำกันผู้วิจัยจึงหยุดการสัมภาษณ์ ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามแบบปลายปิดและปลายเปิด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรเป้าหมาย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปจากการศึกษา ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ แบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลัก มี 4 กลุ่ม คือ 1) นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 384 คน 2) ผู้นำในชุมชนและคณะกรรมการบริหารจัดการถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรานบุรี จำนวน 7 คน 3) ผู้ประกอบการบริเวณถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรานบุรี จำนวน 9 คน และ 4) ชาวบ้านในชุมชนถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรานบุรี จำนวน 7 คน ผลการศึกษา พบว่า ถนนคนเดินตลาด 200 ปี ปรานบุรี มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน เนื่องจากมีความพร้อมในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ยังมีข้อจำกัดในหลาย ๆ ด้าน ที่ต้องพัฒนา อาทิ ป้ายบอกทาง ห้องสุขา ที่จอดรถ เป็นต้น แนวทางการพัฒนาถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรานบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า ควรมีการพัฒนา 6 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึง ด้านการจัดการร้านค้า ด้านบุคลากร และด้านการบริหารจัดการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

2. วนิตา สุวรรณประภา (2548) เรื่อง การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนผลิตเห็ดหอม อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป ของการผลิต ลักษณะเศรษฐกิจและปัญหาการผลิต วิเคราะห์ ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงิน และความเสี่ยงของการลงทุนฟาร์มเห็ดหอม โดยเลือกศึกษาฟาร์มขนาดเล็ก 24 ราย ฟาร์มขนาดใหญ่ 6 ราย ผลการวิเคราะห์พบว่า ฟาร์มขนาดเล็กและใหญ่มีต้นทุน 75,840 บาท และ 236,895 บาทต่อฟาร์ม มีรายได้สุทธิเท่ากับ 3,995 บาทและ233,720 บาทต่อปี ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์งบการเงินของการผลิตเห็ดหอม พบว่า ฟาร์มขนาดเล็กไม่คุ้มค่าต่อการลงทุนโดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) -50,578 บาท ส่วนฟาร์มขนาดใหญ่มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 1,167,568 บาท และอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (IRR) เท่ากับร้อยละ 130 จากการศึกษา

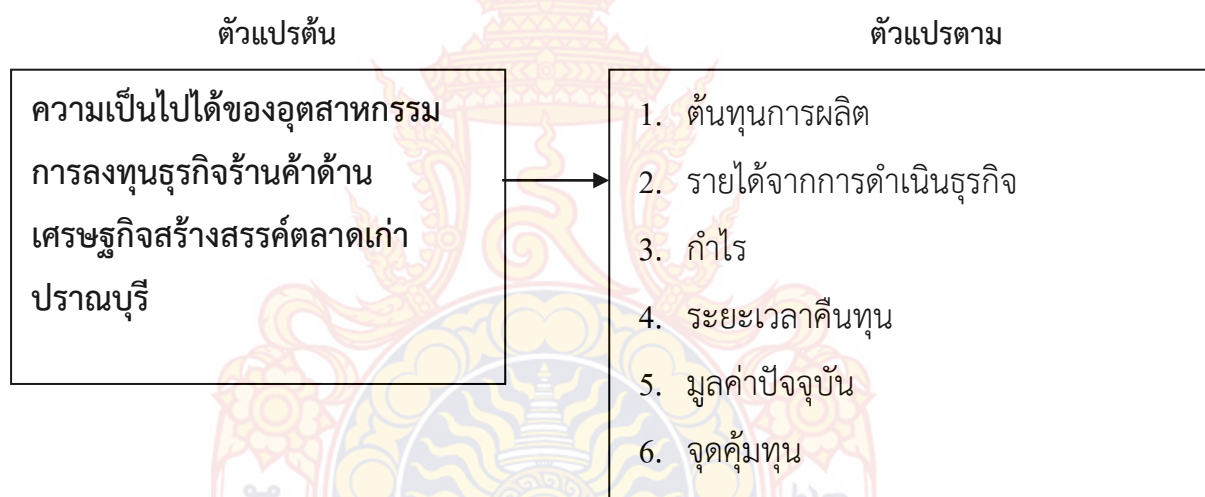
ครั้งนี้ทำให้ทราบว่าเกษตรกรขาดการฝึกอบรมก่อนการลงทุนผลิตเห็ดหอมปัญหาในการผลิต ดังนั้นเกษตรกรควรศึกษาหาความรู้ในการผลิตตลอดจนช่องทางการตลาดก่อนตัดสินใจลงทุน

3. ฐิติกาญจน์ ศรชนะรัตน์ (2550) เรื่อง การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการทำสวนกาแฟอาราบิก้า อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจ ต้นทุน รายได้ และกำไรต่อปี ในการลงทุนทำสวนกาแฟอาราบิก้าในแต่ละปี โดยการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟอาราบิก้า จำนวน 30 ราย ผลการศึกษาพบว่า กำไรสะสมทั้ง 10 ปี จะพบว่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่ามีรายได้มากกว่า รายจ่ายที่เป็นเงินสดทั้งหมด ต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ยต่อไร่ในการทำสวนกาแฟอาราบิก้าตั้งแต่อายุปีที่ 1 ถึง 10 มีความแตกต่างกันมาก ทั้งนี้เนื่องจาก พฤติกรรมของเกษตรกรในการปลูกกาแฟอาราบิก้ามีความหลากหลายในการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การให้น้ำ เก็บเกี่ยว ค่าเสื่อมของอุปกรณ์การเกษตร ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในการซื้ออุปกรณ์ และค่าดอกเบี้ย รวมถึงจำนวนเกษตรกรตัวอย่างที่นำมาศึกษาในแต่ละอายุกาแฟมีจำนวนน้อย

4. วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง (2554) เรื่อง น้ำมันมะพร้าว...พืชแปรรูปเศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปในศักยภาพการและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปในศักยภาพการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มจากน้ำมันมะพร้าวในฐานะเป็นการแปรรูปจากพืชเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อมีจุดประสงค์เพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการเลือกแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ แก่ประชาชนผู้ปลูกมะพร้าวที่จะส่งผลให้มีทางเลือกหลากหลายในการสร้างรายได้จากการประกอบอาชีพทางมะพร้าว ผลการศึกษาพบว่าจากการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนน้ำมันมะพร้าว อภิปรายผลได้ว่า วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์สามารถดำเนินกิจการได้ผ่านระยะการคืนทุนภายใน 5 ปี คือ 3 ปี 4 เดือน อัตราผลตอบแทนการลงทุนมากกว่า 1 คือ ร้อยละ 41 อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย มากกว่า 1 คือ ร้อยละ 22 มูลค่าปัจจุบัน ณ อัตราผลตอบแทนร้อยละ 20 ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกำไรสุทธิเท่ากับ 561,914 บาท ภายในระยะเวลา 5 ปี ในการประเมินธุรกิจวิสาหกิจขนาดย่อม ดัชนีกำไรอยู่ที่ 1.2 เท่าของการลงทุน และอัตราผลตอบแทนเมื่อภาวะการเท่าทุนของกิจการวิสาหกิจชุมชนอัตราผลตอบแทนอยู่ที่ ร้อยละ 25.7 ที่มากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่จะนำมาลงทุน ทำให้ผลประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีความเป็นไปได้ในการประกอบกิจการสร้างงาน สร้างอาชีพในจังหวัดเพื่อชุมชนที่เข้มแข็งและสร้างสรรค์สินค้าแปรรูปน้ำมันมะพร้าวสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนอย่างยั่งยืนได้

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องต่างๆ แล้วผู้วิจัยมีความสนใจในประเด็นการกำหนดวิธีการศึกษาต้นทุน ผลตอบแทนของการลงทุนธุรกิจร้านค้าด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สำหรับกรอบแนวคิดทางการวิจัยจะให้ความสำคัญต่อการกำหนดตัวแปรต้น

คือ การประเมินความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจร้านค้าด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตลาดเก่าปรางบุรี มีผลต่อตัวแปรตามโดยมีตัวแปรที่เป็นปัจจัยต่อความเป็นไปได้ของอุตสาหกรรม ได้แก่ ต้นทุนการผลิต รายได้จากการดำเนินธุรกิจ กำไร ระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และมูลค่าปัจจุบัน ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 33 กรอบแนวคิดทางการวิจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาการศึกษาธุรกิจร้านค้าด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตลาดเก่า
ปราณบุรี 200 ปี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการ
สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ในครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนของการ
ประกอบธุรกิจในชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี โดยมีการแบ่งกลุ่มธุรกิจต่างๆ ในตลาดเก่าปราณบุรีที่มีการ
ประกอบธุรกิจในช่วงปีพ.ศ. 2557 เพื่อให้ได้รับข้อมูลครอบคลุมเนื้อหาทุกส่วน ทั้งนี้ได้นำเสนอระเบียบ
วิธีการวิจัยไว้ ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและตัวอย่าง
2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. การอภิปรายผล

1. ประชากรและตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ศึกษา

กลุ่มประชากรได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขา ได้แก่ ธุรกิจเครื่องหนัง
ประเภทเครื่องหนังแท้ และเครื่องหนังเทียม ธุรกิจเครื่องประดับสตรี ธุรกิจเสื้อผ้าสตรี ธุรกิจอาหาร
ธุรกิจขนม ธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้ ธุรกิจเครื่องดื่ม ในตลาดเก่าสองร้อยปี ปราณบุรี อำเภอปราณบุรี
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวนร้านค้าทั้งหมด 120 ร้าน โดยสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified
Sampling) กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามธุรกิจที่ดำเนินงานใน 7 สาขา ซึ่งได้จากการคำนวณขนาด
กลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan. Educational and
Psychological Measurement. 2513: 608-609) ได้กลุ่มตัวอย่าง 74 คน ซึ่งจะใช้ในการตอบ
แบบสอบถาม (Questionnaire) อย่างไรก็ตาม การสอบถามแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจะเลือก
เฉพาะการสอบถามกับกลุ่มผู้ประกอบการ 7 สาขาธุรกิจเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ประกอบการ 7
สาขาธุรกิจในตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยผู้วิจัยได้ใช้สูตรของ Taro
Yamane ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยคิดจากค่าความคลาดเคลื่อนที่ 7% จะเหลือความเชื่อมั่นที่

93% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 74 ตัวอย่าง ในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ที่ทราบค่าประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{120}{1 + (120 \times (0.07)^2)} = 74$$

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง

N = จำนวนยานพาหนะที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 120 คันจาก 7 สาขาธุรกิจ

e = ความผิดพลาดที่ยอมรับได้(ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้มีค่าความคลาดเคลื่อน =0.07)

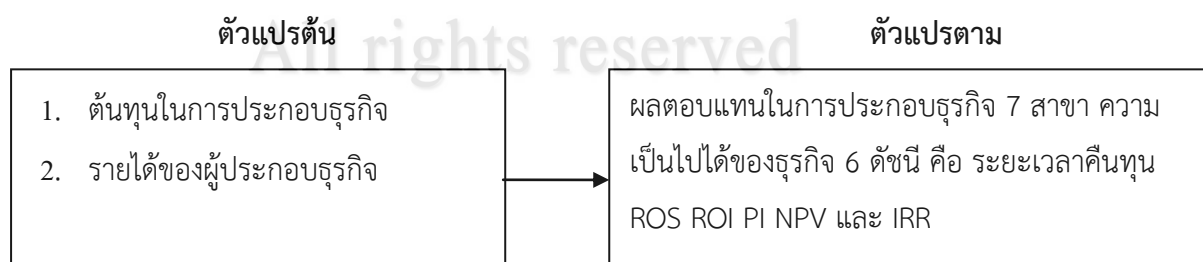
จากการคำนวณสามารถกำหนดการสุ่มตัวอย่าง 7 สาขาธุรกิจได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนการสุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร

รายการสาขาธุรกิจ	N: จำนวนประชากร	n : กลุ่มตัวอย่าง
ธุรกิจเครื่องหนัง	5	2
ธุรกิจระดับสตรี	10	5
ธุรกิจเสื้อผ้า	50	30
ธุรกิจอาหาร	20	20
ธุรกิจขนม	15	10
ธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้	10	5
ธุรกิจเครื่องดื่ม	10	2
รวม	120	74

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีจากเอกสาร สามารถสังเคราะห์เป็นแนวคิดในการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 34 ตัวแปรที่ใช้ในแนวคิดทางการวิจัย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม(Questionnaire) ที่มีคำถามแบบปลายปิด (Close -ended question) และแบบปลายเปิด (Open-ended question) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามนั้นในหนึ่งชุดแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขา

เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขาประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขา ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตประเภทธุรกิจ 7 สาขา จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ทำธุรกิจ 7 สาขา ซึ่งคำถามเหล่านี้ จะให้ผู้ตอบเลือกได้เพียง 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขา

เป็นข้อมูลค่าใช้จ่ายในการลงทุนผลิตประเภทธุรกิจ 7 สาขา เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ผลิตประเภทธุรกิจ 7 สาขา และต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร รวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการผลิตประเภทธุรกิจ 7 สาขา โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยของแต่ละร้านค้าธุรกิจ โดยแบ่งออกเป็น 7 สาขาธุรกิจ

ส่วนที่ 3 ทักษะของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขาต่อตลาดเก่า 200 ปี ปรามบุรี

เป็นข้อมูลเกี่ยวกับด้านทักษะของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดเก่า สองร้อยปี ปรามบุรี เรื่องผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ โปรโมชัน และด้านการบริการ

4. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

แบบสอบถามที่ใช้จะมีเค้าโครงทางการศึกษาทางทฤษฎีทางธุรกิจครอบคลุมประเภทธุรกิจ 7 สาขา เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในพื้นที่ตลาดเก่าสองร้อยปี ปรามบุรี อำเภอปรามบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนและทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขาที่มีต่อตลาดเก่าสองร้อยปี ปรามบุรี โดยผู้วิจัยได้จัดทำตารางนัดหมายและไปสัมภาษณ์ จำนวน 74 ชุด ณ ตลาดเก่าสองร้อยปี ปรามบุรี ในอำเภอปรามบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเจาะจงไปที่ด้านต้นทุนและผลตอบแทนของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดเก่าสองร้อยปี ปรามบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนและผลตอบแทนรวมถึงด้านทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทเครื่องหนังที่มีต่อตลาดเก่าสองร้อยปี ปรามบุรี ในพื้นที่อำเภอปรามบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการด้านต้นทุนผลตอบแทน และทัศนคติของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดเก่าสองร้อยปี ปรามบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ครอบคลุมเนื้อหาตามนิยามศัพท์โดยเฉพาะ โดยขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

2. ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่านตรวจสอบในฐานะผู้เชี่ยวชาญสาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์และผู้มีความรู้เรื่องตลาดเก่าสองร้อยปีปราณบุรี โดยใช้สูตรในการคำนวณดัชนีค่าความ สอดคล้อง ดังต่อไปนี้ ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อความกับสิ่งที่ต้องการวัด (บุญเชิด ภิญโญนนต พงษ์. 2545: 95.)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC = ดัชนีค่าความสอดคล้อง
R = ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

ถ้าแน่ใจว่าข้อสอบวัดจุดประสงค์ให้ค่า +1

ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อสอบวัดจุดประสงค์ให้ค่า 0

ถ้าแน่ใจว่าข้อสอบไม่วัดจุดประสงค์ให้ค่า -1

$\sum R$ = ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยค่าดัชนีความสอดคล้องสามารถสรุปค่าจากการคำนวณตามระดับของผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่

2.1 รองศาสตราจารย์ทัศนีย์ สิ่งแจริญ ตำแหน่งปัจจุบันคือ อาจารย์ประจำสาขา สาขาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์ วิทยา เขตวังไกลกังวล ค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่าเท่ากับ 0.88

2.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์กาญจนา พันธุ์เอี่ยม ตำแหน่งปัจจุบันคือ อาจารย์ประจำ สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล ค่าดัชนี ความสอดคล้องมีค่าเท่ากับ 0.76

2.3 อาจารย์สมใจ ศรีเนตร ตำแหน่งปัจจุบันอาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล ค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่า เท่ากับ 0.84

2.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. โสรรัตน์ มงคลมะไฟ ตำแหน่งปัจจุบันคือ อาจารย์ประจำสาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรมมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล ค่าดัชนี ความสอดคล้องเท่ากับ 1

2.5 อาจารย์สุภาพร เพชรรัตน์กุล ตำแหน่งปัจจุบัน คืออาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล ค่าดัชนีความ สอดคล้องมีค่าเท่ากับ 0.84

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้รับการพัฒนาตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดย

สำรวจในพื้นที่ทำการวิจัยในตลาดเก่าปราณบุรีที่ไม่ได้ถูกสำรวจในการกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้จำนวน 30 คน นำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ประกอบธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach) โดยมีสูตรการคำนวณ ดังต่อไปนี้ ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ แอลฟา (บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์. 2545: 131.)

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ	α	=	ความเที่ยงตรงของเครื่องมือวัด
	K	=	จำนวนส่วนย่อยหรือจำนวนข้อคำถามของเครื่องมือวัด
	S_i^2	=	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละส่วนย่อยหรือแต่ละข้อ
	S_t^2	=	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับของเครื่องมือวัด

ในด้านทัศนคติของตลาดเก่าปราณบุรีในพื้นที่อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยสรุปผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นรายหัวข้อ ดังต่อไปนี้ ด้านคุณภาพในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.70 ด้านราคาสินค้าในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ด้านความสะดวกในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.50 ด้านบรรยากาศในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.72 และด้านการบริการในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.80 สำหรับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.74 ซึ่งถือว่าเป็นแบบสอบถามที่สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อทดสอบผลงานวิจัยในพื้นที่ที่นักวิจัยกำหนดไว้ได้

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

5.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเอกสารและรายงานต่าง ๆ จากหนังสือเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเครื่องหนังของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ (2553) หนังสือข่าวเศรษฐกิจการค้า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2552) ของสำนักงานจังหวัด สถิติจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2553) นอกจากนี้ได้ค้นคว้าจากห้องสมุดอินเทอร์เน็ต ทั้งแหล่งสถาบันการศึกษาต่างๆ รวมทั้งบทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสารสำคัญที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนและผลตอบแทน ได้เก็บรวบรวมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2556)

5.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้ด้วยการใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์กลุ่มประชากร ซึ่งได้แก่ ผู้ประกอบอาชีพเกี่ยวกับธุรกิจประเภทธุรกิจเครื่องหนัง ประเภทเครื่องหนังแท้ และเครื่องหนังเทียม

ธุรกิจเครื่องประดับสตรี ธุรกิจเสื้อผ้าสตรี ธุรกิจอาหาร ธุรกิจขนม ธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้ ธุรกิจเครื่องดื่ม ในตลาดเก่าสองร้อยปี ปรามบุรี อำเภอปรามบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

โดยกำหนดให้มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องออกเป็น 3 ตอนคือ

- 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขา
- 2) ข้อมูลด้านต้นทุนและผลตอบแทนของผู้ประกอบธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขา
- 3) ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดเก่าสองร้อยปีปรามบุรี

ซึ่งคาดว่าจะใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2556 ถึง เดือนกันยายน 2557

5.3 การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์ผลทางการวิจัยการศึกษาต้นและผลตอบแทนของธุรกิจประเภทเครื่องหนังในตลาดเก่าสองร้อยปี ปรามบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาต้นทุนผลตอบแทนและความเป็นไปได้ของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดเก่าสองร้อยปี

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในการศึกษานี้ได้นำข้อมูลจากการสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการวิเคราะห์ โดยรวบรวมข้อมูลจากธุรกิจประเภทเครื่องหนังเพื่อทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การดูแลการบำรุงรักษา ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการผลิตประเภทธุรกิจ 7 สาขาในตลาดเก่าสองร้อยปี ปรามบุรีอำเภอปรามบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์คำนวณหาความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจแบบสอบถาม นำมาถอดรหัส จัดหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์ และวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจข้อมูลตามทฤษฎีทางด้านเศรษฐศาสตร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science: SPSS) สำหรับสถิติที่ใช้วิเคราะห์ในงานวิจัยในครั้งนี้ จะใช้สถิติวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ประเภทธุรกิจ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ประสบการณ์การทำงาน โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทน จะใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นการวิเคราะห์ โดยนำข้อมูลปฐมภูมิรวบรวมได้จากการใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ผู้ประกอบธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขา มาประมวลผลข้อมูลเพื่อศึกษาการวิเคราะห์เปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนผลตอบแทน จากการลงทุนผลิตประเภทธุรกิจ 7 สาขาโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ทางการเงิน

ของโครงการลงทุน (Financial analysis of investment project) เพื่อพิจารณาว่ามีความเหมาะสมในการลงทุนผลิตธุรกิจ 7 สาขาหรือไม่ โดยอาศัยเกณฑ์การตัดสินใจในการประเมินโครงการลงทุน 7 ประการ คือ

6.2.1 การหาระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) ระยะเวลาของกระแสเงินสดว่า จะได้รับในอนาคต เท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการพอดี สามารถคำนวณจากสูตรดังนี้

กรณีกระแสเงินสดสุทธิในแต่ละปีมีมูลค่าเท่ากันทุกปี สามารถคำนวณได้โดย

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน(PB)} = \frac{\text{จำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับต่อปี}}$$

กรณีมีกระแสเงินสดสุทธิในแต่ละปีมีมูลค่าไม่เท่ากัน ระยะเวลาในการคืนทุนจะพิจารณาจากกระแสเงินสดสุทธิในแต่ละปีสะสมรวมกัน เรียกว่า กระแสเงินสดสุทธิสะสมเท่ากับจำนวนเงินลงทุนเริ่มแรกในโครงการ

6.2.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เป็นการวิเคราะห์โครงการลงทุนโดยการเปรียบเทียบเงินสดลงทุนเริ่มแรกกับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ มูลค่าปัจจุบันสุทธิบางครั้งเรียกว่า วิธีคิดลดกระแสเงินสด (Discounted cash flow method) สามารถคำนวณโดย

$$\text{NPV} = \text{มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน} - \text{มูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่าย}$$

$$\text{NPV} = \text{PVB} - \text{PVC}$$

หลักการตัดสินใจ ยอมรับการลงทุนในโครงการ คือ NPV มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0

6.2.3 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) การตัดสินใจว่าโครงการลงทุนใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด สามารถคำนวณได้ตามสูตรดังนี้

$$\text{อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)} = \frac{\text{กำไรจากการดำเนินงาน}}{\text{สินทรัพย์ที่นำมาลงทุน}}$$

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) สามารถใช้เพื่อเปรียบเทียบการทำงานของกิจการ ถ้าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ยิ่งสูง แสดงว่ามีการใช้สินทรัพย์ก่อให้เกิดรายได้ได้มากกว่า

6.2.4 ดัชนีกำไร (Profitability Index : PI)

$$= \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ}}{\text{งบลงทุน}}$$

6.2.5 อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (Return on Sales : ROS)

$$= \frac{\text{กำไรเฉลี่ย}}{\text{ยอดขาย}} \times 100$$

6.2.6 อัตราผลตอบแทน (Interest Rate : IRR) อัตราผลตอบแทนที่จะทำให้โครงการธุรกิจมีความเป็นไปได้ในการประกอบกิจการจะต้องมีการเปรียบเทียบมูลค่าปัจจุบันที่เข้าใกล้ศูนย์เมื่อระดับกำไรสุทธิ ณ ระดับมูลค่าปัจจุบันที่หักกับงบลงทุนแล้วจะเข้าใกล้ศูนย์เปรียบเทียบกับมูลค่าปัจจุบันที่เข้าเป็นลบเมื่อระดับกำไรสุทธิ ณ ระดับมูลค่าปัจจุบันที่หักกับงบลงทุนแล้วจะทำให้มูลค่าปัจจุบันไม่มีกำไร เพื่อศึกษามูลค่าปัจจุบันเป็นศูนย์นั้น จะสามารถหารระดับผลตอบแทนที่มีอัตราสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยที่จะกู้ยืมเพื่อประกอบธุรกิจ โดยใช้วิธี Interpolate คือการเปรียบเทียบบัญชีอัตราดอกเบี้ย เพื่อหาอัตราผลตอบแทนระหว่างที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกำไรสุทธิหักกับงบลงทุนแล้วทำให้เป็นศูนย์ ถ้าโครงการประกอบธุรกิจจะสามารถดำเนินการได้จะต้องมากกว่าอัตราดอกเบี้ย ซึ่งปัจจุบันจะอยู่ประมาณ ร้อยละ 5 ถึง ร้อยละ 8

6.2.7 จุดคุ้มทุน (Breakeven point) มีสูตรในการคำนวณดังต่อไปนี้

$$\text{ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}}$$

3. ข้อมูลทัศนคติของตลาดเก่าปราณบุรีในพื้นที่อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านความสะดวก ด้านบรรยากาศของตลาดเก่าและด้านการให้บริการ โดยพิจารณาความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการเปิดการประกอบธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี ได้เสนอการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต การหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ใช้อธิบายข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจทางด้านต่างๆ ของตลาดเก่าปราณบุรี โดยใช้ Likert Scale แบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีน้ำหนักเท่ากับ 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ จากเกณฑ์ดังกล่าวผู้วิจัยสามารถแปลความหมายของระดับความคิดเห็น โดยแบ่งเป็นช่วง 5 ช่วง ดังนี้

$$\text{พิสัย} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนขั้นที่แบ่ง}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยระดับการแปลความพึงพอใจและความสำคัญในระยะเวลาที่เท่ากัน คือ 0.79 ในแต่ละช่วงระดับการวัดระดับความพึงพอใจและความสำคัญ มีดังนี้

ข้อมูลด้านทัศนคติจะใช้วิธีการวัดแบบแบ่งขั้น โดยกำหนดค่าความสำคัญ คือ

5	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
4	หมายถึง	สำคัญมาก
3	หมายถึง	สำคัญปานกลาง

2	หมายถึง	สำคัญน้อย
1	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 5 แสดงการแปลค่าระดับความพึงพอใจและความสำคัญ

ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจและความสำคัญ
4.20 - 5.00	มากที่สุด
3.40 - 4.19	มาก
2.60 - 3.39	ปานกลาง
1.80 - 2.59	น้อย
1.00 - 1.79	น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS: Statistical Package for the Social Science) ซึ่งใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การคำนวณค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ใช้อธิบายข้อมูลแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 โดยมีสูตรคำนวณค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อศึกษาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามสูตร ดังต่อไปนี้ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานใช้สูตร (บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์. 2521: 36.)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N\sum fx^2 - (\sum fx)^2}{N(N-1)}}$$

โดยให้ S.D. = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum fx$ = ผลรวมของความถี่เฉลี่ย

N = จำนวนข้อมูลหรือประชากร

X = ระดับคะแนน

F = ความถี่

7. การอภิปรายข้อมูล

หลังจากได้วิเคราะห์ผลการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามแล้ว จะเป็นการอภิปรายผลตามกรอบแนวคิดของการศึกษา โดยอธิบายถึง สถานการณ์ปัจจุบันด้านการตลาดของธุรกิจประเภท 7 สาขา ในตลาดเก่าสองร้อยปี ปราณบุรีในพื้นที่อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากนั้นวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคประเภท 7 สาขา ในพื้นที่ตลาดเก่าสองร้อยปีอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่นิยมใช้สินค้าประเภทธุรกิจ 7 สาขาและการศึกษาทัศนคติทางการตลาดของอุปสงค์ของผู้ประกอบการในพื้นที่อำเภอปราณบุรี อำเภอใกล้เคียง เพื่อนำมาพัฒนาสนับสนุนการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าเพิ่มทางการตลาดของประเภท 7 สาขาทราบถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น

จากการจำหน่าย รวมไปถึงคู่แข่งทางการตลาด และการรณรงค์เรื่องการใช้วัสดุเหลือใช้นำมาสร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เพื่อตระหนักถึงการประหยัดค่าใช้จ่ายซึ่งปัจจุบันการดำรงชีพมีค่าครองชีพสูง การอภิปรายผลการศึกษาครั้งนี้ จะครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ 4 ประการ ดังนี้คือ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อทราบพฤติกรรมการประกอบกิจการธุรกิจในกลุ่มชนตลาดเก่าปทุมบุรี

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ทราบศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการประกอบกิจการธุรกิจในชุมชนตลาดเก่า 200 ปี ปทุมบุรี

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการเลือกแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ แก่ผู้ประกอบการจำหน่ายประเภทธุรกิจ 7 สาขาที่จะส่งผลให้มีทางเลือกหลากหลายในการสร้างรายได้จากการประกอบอาชีพค้าขาย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อทราบความพึงพอใจต่อตลาดเก่าปทุมบุรีเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดแก่ชุมชน ระดับคุณภาพของการใช้บริการตลาดเก่า 200 ปีปทุมบุรี ค้นหาศักยภาพและทิศทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการจำหน่ายประเภทธุรกิจ 7 สาขา ให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดเก่าสองร้อยปี ปทุมบุรีและหน่วยงานที่สนับสนุนการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับธุรกิจรวมทั้งผู้ได้รับประโยชน์จากการประกอบธุรกิจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การวิจัยเป็นตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยข้อมูลจากการตอบสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี...เศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในครั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจทำให้นักวิจัยสามารถแบ่งการสัมภาษณ์ในระดับธุรกิจเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการประกอบการธุรกิจในกลุ่มชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ประกอบการชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี แบ่งออกเป็นการวิเคราะห์ด้านการประกอบการได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขา ประกอบด้วย ด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ประเภทธุรกิจ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ประสบการณ์การทำงาน โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขา โดยนำข้อมูลปฐมภูมิรวบรวมได้จากการใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขา มาประมวลผลข้อมูลเพื่อศึกษาการวิเคราะห์เปรียบเทียบต้นทุน และผลตอบแทนผลตอบแทน จากการลงทุนผลิตประเภทธุรกิจ 7 สาขาโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการลงทุน (Financial analysis of investment project)

ตอนที่ 3 ทศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขาต่อตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี ประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านความสะดวก ด้านบรรยากาศของตลาดเก่า และด้านการให้บริการ โดยพิจารณาความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการเปิดการประกอบการธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี ได้เสนอการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต การหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D)

ในบทนี้จะเสนอข้อมูลที่ได้จากการสำรวจผลการวิจัยข้อมูลจากการตอบสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี...เศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในการสำรวจหาข้อมูลในครั้งนี้จะเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการธุรกิจเพื่อการธุรกิจในกลุ่มชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี พร้อมการศึกษากระบวนการผลิต การศึกษาหาต้นทุน รายได้ ผลตอบแทนจากการลงทุนเพื่อวางแผนปรับปรุงให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจของธุรกิจในสาขาธุรกิจต่างๆ ในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี เพื่อแสวงหารายได้เพิ่มขึ้นในอนาคตต่อไป

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของการวิเคราะห์เปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจประเภทต่างๆ ที่ตลาดเก่า 200 ปี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปี พ.ศ. 2556 จำนวน 74 ร้าน โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย จำนวนและร้อยละในการประเมินผล ดังรายละเอียดในตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของธุรกิจประเภทต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ อายุของเจ้าของธุรกิจ ระดับการศึกษาสูงสุด จำนวนสมาชิกทั้งหมดในครัวเรือน ท่านมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจประเภทอาหาร สาเหตุที่ท่านเลือกทำอาชีพนี้ ปัจจุบันท่านประกอบกิจการโดยใช้เงินทุนมาจากที่ใด

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของธุรกิจประเภทต่างๆ

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	37	50.00
หญิง	37	50.00
รวม	74	100
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	30	40.50
31 – 45 ปี	26	35.10
46 – 60 ปี	10	13.50
60 ปีขึ้นไป	8	10.80
รวม	74	100
ประถมศึกษา/ต่ำกว่า	10	13.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	22	29.70
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	15	20.30
อนุปริญญา / ปวส.	13	17.60
ปริญญาตรี	14	18.90
รวม	74	100
จำนวนสมาชิกทั้งหมดในครัวเรือน	จำนวน	ร้อยละ
1-3 คน	51	68.90
4-6 คน	11	14.90
7-9 คน	10	13.50
มากกว่า 10 คนขึ้นไป	2	2.70

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของธุรกิจประเภทต่างๆ (ตารางต่อ)

รวม	74	100
ท่านมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจประเภทต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ปี	45	60.80
6-10 ปี	15	20.30
11-15 ปี	10	13.50
มากกว่า 16 ปี	4	5.40
ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจขนม	10	13.50
ธุรกิจอาหาร	20	27.00
ธุรกิจเครื่องดื่ม	2	2.70
ธุรกิจเครื่องประดับสตรี	5	6.80
ธุรกิจเครื่องมือและเครื่องใช้	5	6.80
ธุรกิจเสื้อผ้า	30	40.50
ธุรกิจเครื่องหนัง	2	2.70
รวม	74	100
สาเหตุที่ท่านเลือกทำอาชีพนี้	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนแนะนำ	4	5.41
ตลาดมีความต้องการสูง	15	20.27
เป็นอาชีพดั้งเดิมที่ทำกันมานาน	45	60.81
ผลตอบแทนสูง	10	13.51
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	74	100
เงินลงทุนของตัวเอง	74	100.00
เงินลงทุนที่กู้จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์	0	0.00
เงินลงทุนที่กู้มาจากธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ	0	0.00
รวม	74	100
นอกจากท่านประกอบธุรกิจแล้ว ท่านทำอาชีพอื่นอีกหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ไม่	74	100.00
ทำ	0	0.00
รวม	74	100

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 6 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่า ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง 37 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเพศชาย 37 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาอายุ 31 – 45 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 35.10 อายุ 46-60 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 ตามลำดับ ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 29.70 รองลงมาผู้ที่จบมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ หรือปวช. จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 ผู้ที่จบระดับปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 18.90 ผู้ที่จบอนุปริญญา หรือประกาศนียบัตรชั้นสูงหรือปวส. จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 17.60 และผู้ที่จบระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ ผู้ประกอบการมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน โดยส่วนใหญ่ที่สมาชิกตั้งแต่ 1-3 คน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 68.90 รองลงมาผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 4-6 คน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 14.90 ผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 7-9 คน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และ ผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 ตามลำดับ ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจมีประสบการณ์ทางธุรกิจส่วนใหญ่ 1-5 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 รองลงมามีประสบการณ์ธุรกิจ ตั้งแต่ 6-10 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 มีประสบการณ์ธุรกิจ ตั้งแต่ 11-15 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และมีประสบการณ์ธุรกิจ ตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.40 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ประกอบการธุรกิจประเภทต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจประเภทเสื้อผ้า จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาธุรกิจประเภทอาหาร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ธุรกิจประเภทขนม จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ธุรกิจประเภทเครื่องมือและเครื่องใช้ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 ธุรกิจประเภทเครื่องประดับสตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 ธุรกิจประเภทเครื่องหนัง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 และธุรกิจประเภทเครื่องตีมี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 ตามลำดับ สำหรับสาเหตุของการเข้าประกอบธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่า เป็นอาชีพดั้งเดิมที่ทำกันมานาน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 60.81 รองลงมาตอบว่า ตลาดมีความต้องการสูง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 20.27 ได้รับผลตอบแทนสูง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 เพื่อนแนะนำ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.41 ตามลำดับ ปัจจุบันผู้ประกอบการในตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่า เลือกประกอบอาชีพโดยใช้เงินส่วนตัว และผู้ประกอบการไม่คิดจะเปลี่ยนอาชีพที่ทำอยู่ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 100

จากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่ามีความต้องการและความสนใจที่จะประกอบอาชีพในตลาดแห่งนี้ ถึงแม้ว่าจะเพิ่งเริ่ม

เปิดตลาดเก่ามาไม่นาน แต่ผู้ประกอบการมีความเต็มใจและพร้อมจะสร้างงานและสร้างอาชีพให้กับตนเองให้เกิดความมั่นคงในการประกอบอาชีพในตลาดเก่าแห่งนี้ โดยสังเกตได้จากการไม่คิดเปลี่ยนแปลงอาชีพและต้องการลงทุนโดยทุนส่วนตัวเพื่อประกอบอาชีพ มีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพและพร้อมจะดำเนินธุรกิจจากประสบการณ์ที่มี และอาชีพดั้งเดิมที่ทำกันมานาน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุน ผลตอบแทนและความเป็นไปได้ของธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขา ธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.1 ธุรกิจขนม จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทขนม มีลักษณะการดำเนินการคล้ายกันจำนวน 10 ร้าน จึงเลือกร้านที่มีรายได้ในการประกอบธุรกิจสูงสุด เฉลี่ยจากรายการที่เป็นต้นทุนในการเริ่มต้นกิจการพร้อมกับการลงทุนดำเนินการในช่วงเริ่มต้น ที่มีงบลงทุน 71,950 บาทดังมีรายการถัวเฉลี่ย ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการขนมแห้ง (ขนมหมี่กรอบ)

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ราคา/หน่วย	ราคารวม(บาท)
1	เงินสด			3,000
2	ยานพาหนะ	1		50,000
3	โทรศัพท์มือถือ	1		800
4	อุปกรณ์			
	โต๊ะ	1	1,200	1,200
	เก้าอี้	1	200	200
	กระทะ	2	350	700
	กล่องใส่ขนม	2	50	100
	ค่าเช่าแผง	1	40	40
	ตะหลิว	2	150	300
	รวมค่าอุปกรณ์ทั้งสิ้น			2,540
5	วัตถุดิบ			
	เส้นหมี่แห้ง	5	70	350
	เต้าหู้เหลือง	10	10	100
	น้ำมันพืช	4	45	180
	ไข่เป็ด	1	100	110
	รวมค่าวัตถุดิบทั้งสิ้น			740
	รวมทั้งสิ้น			57,080

เงินทุนหมุนเวียน	14,870
------------------	--------

ที่มา : จากการสัมภาษณ์และคำนวณ

หมายเหตุ: เงินทุนหมุนเวียนคิดจากค่าใช้จ่ายวัตถุดิบต่อปี รวมกับค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

ตารางที่ 8 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการขนมเปียก (ขนมข้าวเกรียบปากหม้อ)

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ราคา/หน่วย	ราคารวม(บาท)
1	เงินสด			2,000
2	ยานพาหนะ	1		6,000
3	โทรศัพท์มือถือ	1		1,200
4	อุปกรณ์			
	โต๊ะ	2	800	1,600
	เก้าอี้	2	150	300
	หม้อ	2	150	300
	กล่องใส่ขนม	1	60	60
	เตา	2	1,200	2,400
	ไม้พาย	2	65	130
	ถาด	1	150	150
	ค่าเช่าแผง	1	50	50
	รวมค่าอุปกรณ์ทั้งสิ้น			4,990
5	วัตถุดิบ			
	แป้ง	5	27	135
	หัวผักกาด	5	45	225
	ถั่วลิสง	3	60	180
	ผักสด	2	70	140
	รวมค่าวัตถุดิบทั้งสิ้น			680
รวมทั้งสิ้น				14,870

ที่มา : จากการสัมภาษณ์และคำนวณ

หมายเหตุ: เงินทุนหมุนเวียนคิดจากค่าใช้จ่ายวัตถุดิบต่อปี รวมกับค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

คำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ 1 ปี (อัตรา 20 %)

ร้านขนมแห้ง (ขนมหมี่กรอบ)

ยานพาหนะ	4,000
โต๊ะ	576
เก้าอี้	96
ตะหลิว	144
กระทะ	336
โทรศัพท์มือถือ	<u>384</u>
ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร	<u>5,536</u>

ร้านขนมเปียก (ขนมข้าวเกรียบปากหม้อ)

ยานพาหนะ	2,400
โต๊ะ	768
เก้าอี้	144
หม้อ	144
เตา	1,152
ไม้พาย	62
ถาด	72
โทรศัพท์มือถือ	<u>576</u>
ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร	<u>5,318</u>

รวมค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวรเฉลี่ย 5,427

คำนวณหาต้นทุน

ขนมหมี่กรอบ ยอดขาย 1,400 บาทต่อวัน ต้นทุนผันแปร 740 รวมค่าแรง ค่าเสื่อมราคาและค่า
สาธารณูปโภค รวม 1,000 บาท ต่อวัน

จุดคุ้มทุน

ธุรกิจขนมมีการจำหน่าย 1 ครั้ง/สัปดาห์ทำการผลิต 1 ครั้ง/สัปดาห์

ประเภทขนมแห้ง (ขนมหมี่กรอบ)

$$\begin{aligned} \text{ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}} \\ &= \frac{56,340}{1,400 - 1,000} = 140.85 \text{ หน่วย} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน} &= (\text{ราคาขายต่อหน่วย})(\text{ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน}) \\ &= (140.85)(1,400) \end{aligned}$$

$$= 197,190 \text{ บาท}$$

ขนมข้าวเกรียบปากหม้อ ยอดขาย 1,500 บาทต่อวัน ต้นทุนผันแปร 680 รวมค่าแรง ค่าเสื่อมราคา และค่าสาธารณูปโภค รวม 700 บาท ต่อวัน

จุดคุ้มทุน

ประเภทขนมเปียก (ขนมข้าวเกรียบปากหม้อ)

$$= \frac{14,190}{1,500 - 700} = 17.74 \text{ หน่วย}$$

ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน = (ราคาขายต่อหน่วย)(ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน)

$$= (17.74)(1,500) = 26,610 \text{ บาท}$$

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

กลุ่มธุรกิจประเภทขนม

สิ้นสุด ณ 31 ธันวาคม 2557

หน่วย : บาท

	สินค้าที่ขายได้	249,600
<u>หัก</u>	ต้นทุนสินค้า	57,600
	กำไรที่ขายได้	192,000
<u>หัก</u>	ค่าเสื่อมราคา	5,427
	ค่าสาธารณูปโภค	64,080
	ค่าแรงงาน	14,400
	ค่าเชื้อเพลิง	17,747
กำไรสุทธิ		<u>90,346</u>

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางธุรกิจของผู้ประกอบการขนม

1. ระยะเวลาคืนทุน (PB)

$$= \frac{\text{จำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับต่อปี}}$$

$$= \frac{71,950}{90,346}$$

$$= 0.796 \text{ ปี ประมาณ 10 เดือน}$$

2. อัตราผลตอบแทนต่อลงทุน (ROI)

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{กำไรสุทธิถัวเฉลี่ย} \times 100}{\text{งบลงทุน}} \\
 &= \frac{90,346 \times 100}{71,950} \\
 &= 125.57\% \\
 &= \text{ผลตอบแทนต่อการลงทุน มากกว่า 1 คือ 125.57\%}
 \end{aligned}$$

3. อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS)

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{กำไรเฉลี่ย} \times 100}{\text{ยอดขาย}} \\
 &= \frac{90,346 \times 100}{249,600} \\
 &= 36.19\% \\
 &= \text{อัตราผลตอบแทนของยอดขาย 36.19\%}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 4. \text{มูลค่าปัจจุบัน (NPV)} &= \text{NPV สะสมสุทธิ ณ PVIF 20\%} = 0.8333 - \text{งบลงทุน} \\
 &= (90,346 \times 0.8333) - 71,950 \\
 &= 3,335.32 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

5. การคำนวณดัชนีกำไร (PI)

$$\text{ดัชนีกำไร} = \frac{\text{NPV กระแสสุทธิ}}{\text{งบลงทุน}}$$

$$= \frac{75,285.32}{71,950}$$

$$= 1.05$$

สรุปดัชนีกำไรมากกว่า 1 ลงทุนได้

6. การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน(IRR)

ตารางที่ 9 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในธุรกิจขนม (IRR)

หน่วย : บาท

ปีที่	กระแสเงินสด	PVIF(K=20%)	NPV	PVIF(K= 36 %)	NPV
1	90,346	0.8333	75,285.3218	0.7353	66,431.4138
รวม			75,285.3218		66,431.4138

ผลต่างของค่า NPV สะสมสุทธิ 20 % กับ 36 %

$$= 75,285.3218 - 66,431.4138$$

$$= 8,854.95$$

งลงทุน 71,950 ลบทั้ง 2 ค่า

$$75,285.3218 - 71,950 = 3,335.32$$

$$66,431.4138 - 71,950 = -5,518.58$$

เข้าเทียบบัญญัติไตรยางศ์ (20 %)

ผลตอบแทนต่างกัน **8,854.95** อัตราลดต่างกัน 16

ผลตอบแทนต่างกัน 3,335.32 อัตราลดต่างกัน = $\frac{16 \times 3,335.32}{8,854.95}$

$$= 6.03 \%$$

$$\text{IRR} = 20 + 6.03$$

$$= 26.03 \%$$

อีกวิธีหนึ่งจะได้ค่า IRR เท่ากัน (36 %)

ผลตอบแทนต่างกัน **8,854.95** อัตราลดต่างกัน 16

ผลตอบแทนต่างกัน -5,518.58 อัตราลดต่างกัน = $\frac{16 \times -5,518.58}{8,854.95}$

$$= 9.97 \%$$

$$= 26.03 \%$$

$$\text{IRR} = 36 - 9.97$$

$$= 26.03 \%$$

All rights reserved

2.2 ธุรกิจเครื่องประดับสตรี

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับสตรี มีลักษณะการดำเนินการคล้ายคลึงกัน จำนวน 5 ร้าน จึงเลือกร้านที่มีรายได้ในการประกอบธุรกิจสูงที่สุด เฉลี่ยจากรายการที่เป็นต้นทุนในการเริ่มต้นกิจการพร้อมกับการลงทุนดำเนินการในช่วงเริ่มต้น ที่มีงบลงทุน 28,780 บาท ดังมีรายการถัวเฉลี่ย ดังต่อไปนี้

แสดงการลงทุนกิจการ สมมุติฐานทางการเงิน 1 ปี หน่วย/บาท

ค่าใช้จ่ายในการผลิตและบริหารจัดการ

ค่าสาธารณูปโภค	
- ค่าน้ำมันรถ	9,600
- ค่าเช่าแผง	<u>2,400</u>
รวม	<u>12,000</u>
ค่าวัสดุอุปกรณ์	
- แผงร้าน	400
- ผ้าปู	80
- กล่องใส่อุปกรณ์	25
- กระจก	<u>50</u>
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหาร	<u>555</u>

ตารางที่ 10 แสดงรายการต้นทุนของธุรกิจเครื่องประดับสตรี

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ราคา/หน่วย	ราคารวม(บาท)
1	เงินทุนหมุนเวียน			3,000
2	ยานพาหนะขนส่ง	1	20,000	20,000
3	อุปกรณ์			
	แผงร้าน	1	400	400
	ผ้าปู	1	80	80
	กล่องใส่อุปกรณ์	1	250	250
	กระจก	1	50	50
4	อุปกรณ์ทางการบริหาร			
	โทรศัพท์มือถือ	1	5,000	5,000
รวมเงินลงทุนทั้งหมด				28,780

อุปกรณ์

โทรศัพท์มือถือ 5,000

คำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ 1 ปี (อัตรา 20 %และ 100% เมื่อพิจารณาอุปกรณ์ใช้ 1 ปี)

รถมอเตอร์ไซด์พ่วงข้าง 4,000

แผงร้าน 400

ผ้าปู 80

กล่องใส่อุปกรณ์ 25

กระจก 50

โทรศัพท์มือถือ 1,000

ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร 5,555

คำนวณหาต้นทุน

ต้นทุนคงที่

ยานพาหนะขนส่ง 20,000

วัสดุอุปกรณ์

- แผงร้าน 400

- ผ้าปู 80

- กล่องใส่อุปกรณ์ 25

- กระจก 50

อุปกรณ์

- โทรศัพท์มือถือ 5,000

รวมต้นทุนคงที่ทั้งหมด 25,555

ต้นทุนผันแปร(1 ปี)

ค่าเช่าแผง 2,400

ค่าสาธารณูปโภค

- ค่าน้ำมันรถ 9,600

รวมต้นทุนผันแปรทั้งหมด 12,000

ตารางที่ 11 แสดงสมมติฐานประกอบการสินค้าธุรกิจเครื่องประดับสตรีที่ขายได้

ประเภทสินค้า	ราคาต้นทุนสินค้า (บาท/ชิ้น)	ราคาขาย (บาท/ชิ้น)	จำนวนสินค้าที่ขาย (ชิ้น/วัน)	จำนวนสินค้าที่ขาย (บาท/วัน)	ราคาต้นทุนสินค้าที่ขาย (บาท/วัน)	ผลตอบแทนที่ได้รับ
ต่างหู	2	20	25	500	50	450
กิ๊บ						
เล็ก	5	29	12	348	60	288
ใหญ่	15	39	5	195	75	120
รวม	22	88	42	1,043	185	858

ธุรกิจเครื่องประดับสตรีมีการจำหน่าย 1 ครั้ง/สัปดาห์

จุดคุ้มทุน

ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน

= $\frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{ราคาขายต่อหน่วย}-\text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}}$

= $\frac{25,555}{88-22}$

= $\frac{25,555}{66}$

= 387.20 หน่วย

= 387.20 หน่วย

ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน

= (ราคาขายต่อหน่วย)(ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน)

= (387.20)(88) = 34,073.6 บาท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

กลุ่มธุรกิจเครื่องประดับสตรี

สิ้นสุด ณ 31 ธันวาคม 2556

หน่วย : บาท

สินค้าที่ขายได้ 50,064

หัก ต้นทุนสินค้า 8,880

กำไรที่ขายได้ 41,184

หัก ต้นทุนบริหาร 12,000

ค่าเสื่อมราคา 5,555

17,550

กำไรสุทธิ 23,629

การวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นไปได้ของการประกอบการเครื่องประดับสตรี

1. ระยะเวลาคืนทุน(PB)

$$= \frac{\text{จำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับต่อปี}}$$

$$= \frac{28,780}{23,629}$$

$$= 1.21 \quad \text{ปี}$$

ระยะคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 2 เดือน

2. อัตราผลตอบแทนต่อลงทุน (ROI)

$$= \frac{\text{กำไรสุทธิถัวเฉลี่ย} \times 100}{\text{งบลงทุน}}$$

$$= \frac{23,629 \times 100}{28,780}$$

$$= 82.10\%$$

$$= \text{ผลตอบแทนต่อการลงทุน มากกว่า 1 คือ } 82.10\%$$

3. อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS)

$$= \frac{\text{กำไรเฉลี่ย} \times 100}{\text{ยอดขาย}}$$

$$= \frac{23,629 \times 100}{50,064}$$

$$= 47.19\%$$

$$= \text{อัตราผลตอบแทนของยอดขาย } 47.19\%$$

4. มูลค่าปัจจุบัน (NPV) = NPV สะสมสุทธิ ณ PVIF 40% = 0.7143 ปีที่ 1 +

$$\text{NPV สะสมสุทธิ ณ PVIF 40%} = 0.5102 \text{ ปีที่ } 2 - \text{ งบลงทุน}$$

$$= (23,629 \times 0.7143) + (25,991.90 \times 0.5102) - 28,780$$

$$= 1,359.03 \quad \text{บาท}$$

5. การคำนวณดัชนีกำไร (PI)

$$\text{ดัชนีกำไร} = \frac{\text{NPV กระแสสุทธิ}}{\text{งบลงทุน}}$$

$$= \frac{30,139.02}{28,780}$$

$$= 1.04$$

สรุปดัชนีกำไรมากกว่า 1 ลงทุนได้

6. การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน(IRR)

ตารางที่ 12 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ธุรกิจเครื่องประดับสตรี หน่วย : บาท

ปีที่	กระแสเงินสด	PVIF(K=40%)	NPV	PVIF(K= 50 %)	NPV
1	23,629	0.7143	16,877.8571	0.6667	15,752.6667
2	25,991.90	0.5102	13,261.1735	0.4444	11,551.9556
รวม			30,139.0306		27,304.3778

ผลต่างของค่า NPV สะสมสุทธิ 40 % กับ 50 %

$$= 30,139.0306 - 27,304.3778$$

$$= 2,834.4085$$

งบลงทุน 28,780 ลบทั้ง 2 ค่า

$$30,139.0306 - 28,780 = 1,359.0306$$

$$27,304.3778 - 28,780 = -1,475.3778$$

เข้าเทียบบัญญัติไตรยางศ์ (40 %)

ผลตอบแทนต่างกัน 2,834.4085 อัตราผลตอบแทนต่างกัน 10

ผลตอบแทนต่างกัน 1,359.0306 อัตราผลตอบแทน = $\frac{10 \times 1,359.0306}{2,834.4085}$

$$= 4.79 \%$$

$$IRR = 40 + 4.79$$

$$= 44.79 \%$$

อีกวิธีหนึ่งจะได้ค่า IRR เท่ากัน (50 %)

ผลตอบแทนต่างกัน 2,834.4085 อัตราผลตอบแทนต่างกัน 10

ผลตอบแทนต่างกัน -1,475.3778 อัตราผลตอบแทน = $\frac{10 \times -1,475.3778}{2,834.4085}$

$$= -5.20 \%$$

$$IRR = 50 - 5.20$$

$$= 44.79 \%$$

All rights reserved

2.3 ธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้ มีลักษณะการดำเนินการคล้ายคลึงกัน จำนวน 5 ร้าน จึงเลือกร้านที่มีรายได้ในการประกอบธุรกิจสูงที่สุด เฉลี่ยจากรายการที่เป็นต้นทุนในการเริ่มต้นกิจการพร้อมกับการลงทุนดำเนินการในช่วงเริ่มต้น ที่มีงบลงทุน 204,600 บาท ธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้ส่วนใหญ่มีขนาดธุรกิจใกล้เคียงกัน และให้ความสำคัญต่อเครื่องมือเครื่องใช้ต่อการดำรงชีวิตประจำวันและระดับราคาสินค้ามีความแตกต่างหลากหลายราคา ตามคุณภาพสินค้าที่นำเสนอขาย ดังนั้นการประเมินต้นทุน ผลตอบแทนจะประเมินตามค่าเฉลี่ยรายวันและนำมาประมาณค่าธุรกิจ ดังมีรายการถัวเฉลี่ย การแสดงค่าเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการของธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 13 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการ

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ราคา/หน่วย	ราคารวม (บาท)
1	เงินทุนหมุนเวียน			50,000
2	ยานพาหนะขนส่ง	1	150,000	150,000
3	อุปกรณ์ตกแต่งร้าน			
	เสื่อ	1	150	150
	โต๊ะ-เก้าอี้	2	300	300
	ราวแขวน	1	150	150
4	อุปกรณ์			
	โทรศัพท์มือถือ	1	4,000	4,000
รวมเงินลงทุนทั้งหมด				204,600

ที่มา : จากการสัมภาษณ์และคำนวณ

หมายเหตุ: เงินทุนหมุนเวียนคิดจากค่าใช้จ่ายวัตถุดิบต่อปี รวมกับค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

สมมุติฐานทางการเงิน 1 ปี

หน่วย/บาท

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าสาธารณูปโภค

- ค่าน้ำมันรถ	24,000
- ค่าเช่าห้อง	8,400
- ค่าเช่าแผง	<u>480</u>

รวม	<u>32,880</u>
ค่าวัสดุอุปกรณ์	
- เสื่อ	150
- โต๊ะ-เก้าอี้	300
- ราวแขวน	<u>150</u>
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหาร	<u>600</u>
อุปกรณ์	
โทรศัพท์มือถือ	4,000
ยานพาหนะ	
รถกระบะ	150,000
รวม	<u>199,360</u>
คำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ 1 ปี (อัตรา 20 %และ 100% อุปกรณ์ที่ใช้ 1 ปี)	
รถกระบะ	20,000
เสื่อ	150
โต๊ะ-เก้าอี้	300
ราวแขวน	150
โทรศัพท์มือถือ	4,000
ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร	<u>21,400</u>
คำนวณหาต้นทุน	
ต้นทุนคงที่	
ยานพาหนะขนส่ง	150,000
อุปกรณ์ตกแต่งร้าน	
- เสื่อ	150
- โต๊ะ-เก้าอี้	300
- ราวแขวน	150
อุปกรณ์	
- โทรศัพท์มือถือ	<u>4,000</u>
รวมต้นทุนคงที่ทั้งหมด	<u>154,600</u>
ต้นทุนผันแปร(1 ปี)	
ค่าเช่าแผง	480
ค่าสาธารณูปโภค	

- ค่าน้ำมันรถ	24,000
- ค่าเช่าห้อง	8,400
รวมต้นทุนผันแปรทั้งหมด	<u>32,880</u>

จุดคุ้มทุน

ธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้มีการจำหน่าย 1 ครั้ง/สัปดาห์ทำการผลิต 1 ครั้ง/สัปดาห์

$$\begin{aligned} \text{ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{ราคาขายต่อหน่วย}-\text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}} \\ &= \frac{154,600}{6,472-2,780} \\ &= 41.87 \text{ หน่วย} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน} &= (\text{ราคาขายต่อหน่วย})(\text{ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน}) \\ &= (41.87)(6,472) \\ &= 270,982.64 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ประมาณการงบกำไรขาดทุน
กลุ่มธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้
สิ้นสุด ณ 31 ธันวาคม 2556

หน่วย : บาท

สินค้าที่ขายได้	310,656	
<u>หัก</u> ต้นทุนสินค้า	133,440	
กำไรที่ขายได้		177,216
<u>หัก</u> ต้นทุนบริหาร	32,880	
ค่าเสื่อมราคา	21,400	
กำไรสุทธิ		<u>122,936</u>

การวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นไปได้ของการประกอบการเครื่องมือเครื่องใช้

1. ระยะเวลาในการคืนทุน

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{จำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับต่อปี}} \\ &= \frac{204,600}{122,936} \\ &= 1.66 \text{ ปี} \\ \text{ระยะเวลาในการคืนทุน} &= 1 \text{ ปี } 8 \text{ เดือน} \end{aligned}$$

2. อัตราผลตอบแทนต่อลงทุน (ROI)

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{กำไรสุทธิถัวเฉลี่ย} \times 100}{\text{งบลงทุน}} \\
 &= \frac{122,936 \times 100}{204,600} \\
 &= 60.09\% \\
 &= \text{ผลตอบแทนต่อการลงทุน มากกว่า 1 คือ 60.09\%}
 \end{aligned}$$

3. อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS)

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{กำไรเฉลี่ย} \times 100}{\text{ยอดขาย}} \\
 &= \frac{122,936 \times 100}{310,656} \\
 &= 39.57\% \\
 &= \text{อัตราผลตอบแทนของยอดขาย 39.57\%}
 \end{aligned}$$

4. มูลค่าปัจจุบัน (NPV)

$$\begin{aligned}
 &= \text{NPV สะสมสุทธิ ณ PVIF 36\%} = 0.7353 \text{ ปีที่ 1} + \\
 &\quad \text{NPV สะสมสุทธิ ณ PVIF 36\%} = 0.5407 \text{ ปีที่ 2} + \\
 &\quad \text{NPV สะสมสุทธิ ณ PVIF 36\%} = 0.3975 \text{ ปีที่ 3} - \text{งบลงทุน} \\
 &= (122,936 \times 0.7353) + (129,082.80 \times 0.5407) + \\
 &\quad (135,536.94 \times 0.3975) - 204,600 \\
 &= 9,465.8444 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

5. การคำนวณดัชนีกำไร (PI)

$$\text{ดัชนีกำไร} = \frac{\text{NPV กระแสสุทธิ}}{\text{งบลงทุน}}$$

$$= \frac{214,065.8444}{204,600}$$

$$= 1.05$$

สรุปดัชนีกำไรมากกว่า 1 ลงทุนได้

6. การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน(IRR)

ตารางที่ 14 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้ หน่วย : บาท

ปีที่	กระแสเงินสด	PVIF(K=36%)	NPV	PVIF(K= 40 %)	NPV
1	122,936	0.7353	90,394.8408	0.7143	87,811.4286
2	129,082.80	0.5407	69,795.0700	0.5102	65,858.5714
3	135,536.94	0.3975	53,875.9337	0.3644	49,393.9286
รวม			214,065.8444		203,063.9286

ผลต่างของค่า NPV สะสมสุทธิ 36 % กับ 40 %

$$= 214,065.8444 - 203,063.9286$$

$$= 11,001.9158$$

งบลงทุน 204,600 ลบทั้ง 2 ค่า

$$214,065.8444 - 204,600 = 9,465.8444$$

$$203,063.9286 - 204,600 = -1,536.0714$$

เข้าเทียบบัญญัติไตรยางศ์ (36 %)

ผลตอบแทนต่างกัน 11,001.9158 อัตราต่างกัน 4

ผลตอบแทนต่างกัน 9,465.84446 อัตราต่างกัน = $\frac{4 \times 9,465.8444}{11,001.9158}$

$$= 3.44 \%$$

$$IRR = 36 + 4.79$$

$$= 39.44 \%$$

อีกวิธีหนึ่งจะได้ค่า IRR เท่ากัน (50 %)

ผลตอบแทนต่างกัน 11,001.9158 อัตราต่างกัน 4

ผลตอบแทนต่างกัน -1,536.0714 อัตราต่างกัน = $\frac{4 \times -1,536.0714}{11,001.9158}$

$$= -0.56 \%$$

$$IRR = 40 - 0.56$$

$$= 39.44 \%$$

2.4 ธุรกิจเครื่องดื่ม

จากการสำรวจโดยวิธีการทำแบบสอบถามข้อมูลของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่ม ในตลาดเก่า 200 ปี ปรานบุรี อำเภอปรานบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้จัดทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ทั้ง 2 ร้าน คือ ร้านกาแฟ ร้านน้ำสมุนไพร รายละเอียดของเงินลงทุนเริ่มต้น จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มทั้ง 2 ธุรกิจ มีลักษณะการดำเนินการคล้ายคลึงกันจึงใช้ถัวเฉลี่ยจากรายการที่เป็นต้นทุนในการเริ่มต้นกิจการพร้อมกับการลงทุนและการดำเนินงาน ดังมีรายการถัวเฉลี่ยดังต่อไปนี้

ตารางที่ 15 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการของธุรกิจเครื่องดื่มร้านกาแฟ

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ราคา/หน่วย	ราคารวม (บาท)
1	เงินสด			120,000
2	อุปกรณ์			
	เครื่องปั่น	2	750	1,500
	เครื่องคั้นกาแฟ	1	20,859	20,859
	เครื่องบดกาแฟ	1	1,700	1,700
	เครื่องชงกาแฟ	1	7,089	7,089
	ถังน้ำร้อน	1	2,700	2,700
	โต๊ะ เก้าอี้	4	800	3,200
	เคาเตอร์	1	12,000	12,000
	เครื่องคิดเลข	2	250	500
	พัดลม	2	1,200	2,400
	ถังใส่น้ำแข็ง	1	4,500	4,500
	น้ำแข็ง	4	100	400
	น้ำแข็ง	5	450	2,250
	เมล็ดกาแฟ	10	180	1,800
	หลอดพลาสติก			
	รวมทั้งสิ้น	35	52,578	180,898

ที่มา : จากการสัมภาษณ์และคำนวณ

ตารางที่ 16 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการของธุรกิจเครื่องดื่มร้านน้ำสมุนไพร

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ราคา/หน่วย	ราคารวม (บาท)
1	เงินสด			20,000
2	อุปกรณ์			
	แก้ว	4	50	200
	หลอด	2	180	360
	น้ำแข็ง	1	100	100
	ถังน้ำแข็ง	1	2,500	2,500
	ค่าเช่าแผง	1	50	50
3	รถเข็น	1	7,500	7,500
	รวมทั้งสิ้น	10	10,380	30,710

ที่มา : จากการสัมภาษณ์และคำนวณ

หมายเหตุ: เงินทุนหมุนเวียนนำมาจากเจ้าของธุรกิจนำเงินสดมาลงทุน

จากตารางแสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการทั้งสองธุรกิจมีค่าเฉลี่ย ดังต่อไปนี้

ธุรกิจเครื่องดื่มร้านกาแฟ มีเงินลงทุนเริ่มกิจการ = 180,898 บาท

ธุรกิจเครื่องดื่มร้านน้ำสมุนไพร มีเงินลงทุนเริ่มกิจการ = 30,710 บาท

ดังนั้น $180,898 + 30,710 = 211,608 / 2 = 105,804$ บาท

ค่าเฉลี่ยเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการทั้งสองธุรกิจ = 105,804 บาท

คำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ 1 ปี (ธุรกิจเครื่องดื่มร้านกาแฟ) (อัตรา 5%)

เครื่องปั่น 37.5

เครื่องคั้นกาแฟ 1,042.9

เครื่องบดกาแฟ 85

เครื่องชงกาแฟ 354.4

ถังน้ำร้อน 135

โต๊ะ แก้ว 40

เคาเตอร์ 600

เครื่องคิดเลข 12.5

พัดลม 60

ถังใส่น้ำแข็ง 225

ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร 2,592.3

คำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ 1 ปี (ธุรกิจร้านน้ำสมุนไพร) (อัตรา 5 %)

รถเข็น 375

ถังน้ำแข็ง 125

ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร 500

รวมค่าเสื่อมราคาทั้งหมดของธุรกิจเครื่องดื่มทั้งสองประเภท มีค่าเฉลี่ยดังนี้

ธุรกิจร้านกาแฟ ค่าเสื่อมราคาทั้งหมด = 2,592.3 บาท

ธุรกิจร้านน้ำสมุนไพร ค่าเสื่อมราคาทั้งหมด = 500 บาท

ดังนั้น $2,592.3 + 500 = 3,092.3/2 = 1,546.15$ บาท

รวมค่าเสื่อมราคาทั้งหมดของธุรกิจเครื่องดื่มทั้งสองประเภท มีค่าเฉลี่ย = 1,546.15 บาท

ค่าใช้จ่ายในการบริหารเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยดังนี้

ธุรกิจร้านกาแฟ ต้นทุนผันแปร = 2,400 บาท

ธุรกิจร้านน้ำสมุนไพร ต้นทุนผันแปร = 1,000 บาท

ดังนั้น $2,400 + 1,000 = 3,400/2 = 1,700$ บาท

รวมต้นทุนผันแปรด้านบริหารของธุรกิจเครื่องดื่มทั้งสองประเภท มีค่าเฉลี่ย = 1,700 บาท

ตารางที่ 17 แสดงต้นทุนของร้านกาแฟ

รายการ	ต้นทุนต่อหน่วย (บาท)	ราคาขายต่อหน่วย (บาท)	กำไรต่อหน่วย (บาท)
1. กาแฟโบราณ			
ขนาดใหญ่	35	บาท 60	บาท 25
ขนาดกลาง	25	บาท 50	บาท 25
ขนาดเล็ก	15	บาท 35	บาท 20
2. กาแฟเนส			
ขนาดใหญ่	35	บาท 60	บาท 25
ขนาดกลาง	25	บาท 50	บาท 25
ขนาดเล็ก	15	บาท 35	บาท 20

ตารางที่ 18 แสดงต้นทุนของร้านน้ำสมุนไพร

รายการ	ต้นทุนต่อหน่วย (บาท)		ราคาขายต่อหน่วย (บาท)		กำไรต่อหน่วย (บาท)	
1. น้ำกระเจียว						
ขนาดเล็ก	4.50	บาท	15	บาท	10.5	บาท
2. น้ำเก๊กฮวย						
ขนาดเล็ก	4.50	บาท	15	บาท	10.5	บาท
3. น้ำตระไคร้						
ขนาดเล็ก	4.50	บาท	15	บาท	10.5	บาท
4. น้ำขิง						
ขนาดเล็ก	4.50	บาท	15	บาท	10.5	บาท

ตารางที่ 19 สรุปยอดการจำหน่ายร้านกาแฟต่อเดือน

รายการ	ราคาขายต่อหน่วย/ชิ้น (บาท)	ยอดขายรวม/เดือน (บาท)	
1. กาแฟโบราณ			
ขนาด ใหญ่	60 × 80	4,800	บาท
ขนาดกลาง	50 × 120	6,000	บาท
ขนาดเล็ก	35 × 250	8,750	บาท
2. กาแฟเนส			
ขนาด ใหญ่	60 × 75	4,500	บาท
ขนาดกลาง	50 × 150	6,000	บาท
ขนาดเล็ก	35 × 200	7,000	บาท

$$37,050/4 = 9,262.5 \text{ บาทต่อครั้ง}$$

All rights reserved

ตารางที่ 20 สรุปยอดการจำหน่ายร้านน้ำสมุนไพรต่อเดือน

รายการ	ราคาขายต่อหน่วย/ชิ้น (บาท)	ยอดขายรวม/เดือน (บาท)	
1. น้ำกระเจียว			
ขนาด เล็ก	15x 60	900	บาท
2. น้ำเก๊กฮวย			
ขนาดเล็ก	15 x50	750	บาท
3. น้ำตะไคร้			
ขนาด เล็ก	15 x 60	900	บาท
4. น้ำขิง			
ขนาดเล็ก	15 x 45	675	บาท

9,300/4=2,325 บาทต่อครั้ง

จุดคุ้มทุนธุรกิจเครื่องดื่มกาแฟ

ธุรกิจเครื่องดื่มมีการจำหน่าย 1 ครั้ง/สัปดาห์ทำการผลิต 1 ครั้ง/สัปดาห์

ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่รวม
 ราคาขายต่อหน่วย-ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

= 60,898
 9,262.5 - 4,731.25

= 13.43 หน่วย

ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน = (ราคาขายต่อหน่วย)(ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน)
 = (13.43)(9,262.5)
 = 124,395.37 บาท

จุดคุ้มทุนธุรกิจเครื่องดื่มน้ำสมุนไพร

ธุรกิจเครื่องดื่มมีการจำหน่าย 1 ครั้ง/สัปดาห์ทำการผลิต 1 ครั้ง/สัปดาห์

ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่รวม
 ราคาขายต่อหน่วย-ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

= 10,710
 2,325 - 241.87

= 5.14 หน่วย

ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน = (ราคาขายต่อหน่วย)(ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน)
 = (5.14)(2,325)

$$= 11,950.5 \text{ บาท}$$

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

กลุ่มธุรกิจเครื่องดื่ม

สิ้นสุด ณ 31 ธันวาคม 2556

หน่วย : บาท

	สินค้าที่ขายได้	278,100	
<u>หัก</u>	ต้นทุนสินค้า	119,354.88	
	กำไรที่ขายได้		158,745.12
<u>หัก</u>	ต้นทุนบริหาร	81,600	
	ค่าเสื่อมราคา	1,546.15	
	กำไรสุทธิ		<u>75,598.97</u>

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะผู้ประกอบการเครื่องดื่ม

1. ระยะเวลาในการคืนทุน

$$= \frac{\text{จำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับต่อปี}}$$

$$= \frac{105,804}{75,598.97}$$

$$= 1.39 \text{ ปี}$$

ระยะเวลาในการคืนทุน = 1 ปี 1 เดือน

2. อัตราผลตอบแทนต่อลงทุน (ROI)

$$= \frac{\text{กำไรสุทธิถัวเฉลี่ย} \times 100}{\text{งบลงทุน}}$$

$$= \frac{75,598.97 \times 100}{105,804}$$

$$= 71.45\%$$

$$= 71.45\%$$

$$= 71.45\%$$

ผลตอบแทนต่อการลงทุน มากกว่า 1 คือ 71.45%

3. อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS)

$$= \frac{\text{กำไรเฉลี่ย} \times 100}{\text{ยอดขาย}}$$

ยอดขาย

$$= \frac{75,598.97 \times 100}{278,100}$$

$$= 27.18\%$$

$$= \text{อัตราผลตอบแทนของยอดขาย } 27.18\%$$

4. มูลค่าปัจจุบัน (NPV) = NPV สะสมสุทธิ ณ PVIF 20% = 0.8333 ปีที่ 1 +
NPV สะสมสุทธิ ณ PVIF 36% = 0.6944 ปีที่ 2 - งบลงทุน

$$= (75,599 \times 0.8333) + (79,378.92 \times 0.6944) - 105,804$$

$$= 12,313.3427 \text{ บาท}$$

5. การคำนวณดัชนีกำไร (PI)

$$\text{ดัชนีกำไร} = \frac{\text{NPV กระแสสุทธิ}}{\text{งบลงทุน}}$$

$$= \frac{118,117.3427}{105,804}$$

$$= 1.11$$

สรุปดัชนีกำไรมากกว่า 1 ลงทุนได้

6. การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน(IRR)

ตารางที่ 21 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ธุรกิจเครื่องดื่ม

หน่วย : บาท

ปีที่	กระแสเงินสด	PVIF(K=20%)	NPV	PVIF(K=36%)	NPV
1	75,599	0.8333	90,394.8408	0.7353	87,811.4286
2	79,378.92	0.6944	69,795.0700	0.5407	65,858.5714
รวม			118,117.3427		98,508.1039

ผลต่างของค่า NPV สะสมสุทธิ 20 % กับ 36 %

$$= 118,117.3427 - 98,508.1039$$

$$= 19,609.2388$$

งบลงทุน 105,804 ลบทั้ง 2 ค่า

$$118,117.3427 - 105,804 = 12,313.3427$$

$$98,508.1039 - 105,804 = -7,295.8961$$

เข้าเทียบบัญญัติไตรยางศ์ (20 %)

ผลตอบแทนต่างกัน 19,609.2388 อัตราผลตอบแทนต่างกัน 16

$$\begin{aligned} \text{ผลตอบแทนต่างกัน } 12,313.3427 \quad \text{อัตราดอกเบี้ย} &= \frac{16 \times 12,313.3427}{19,609.2388} \\ &= 10.05 \% \\ \text{IRR} &= 20 + 10.05 \\ &= 30.05 \% \end{aligned}$$

อีกวิธีหนึ่งจะได้ค่า IRR เท่ากัน (36 %)

$$\begin{aligned} \text{ผลตอบแทนต่างกัน } 19,609.2388 \quad \text{อัตราดอกเบี้ย} &= 16 \\ \text{ผลตอบแทนต่างกัน } -7,295.8961 \quad \text{อัตราดอกเบี้ย} &= \frac{16 \times -7,295.8961}{19,609.2388} \\ &= -5.95 \% \\ \text{IRR} &= 36 - 5.95 \\ &= 30.05 \% \end{aligned}$$

2.5 ธุรกิจอาหาร

รายละเอียดของเงินลงทุนเริ่มต้น จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการใช้ต่อตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีลักษณะการดำเนินการคล้ายคลึงกันจึงใช้ตัวเลขจากจำนวนผู้ประกอบการประเภทธุรกิจอาหาร จากรายการที่เป็นต้นทุนในการเริ่มตั้นกิจการพร้อมกับการลงทุนและการดำเนินงาน ดังมีรายการตัวเลขดังต่อไปนี้

ตารางที่ 22 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจอาหาร

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ราคา/ หน่วย	ราคารวม (บาท)
1	เงินสด			30,000
2	อุปกรณ์			
	กระทะ	2	500	1,000
	เตาแก๊ส	2	190	1,000
	หม้อ	1	1,000	1,000
	ซออส้อม	2	500	1,000
	ถ้วย ชาม	2	490	980
	โต๊ะ เก้าอี้	1	800	800
	ของตกแต่งร้าน	1	300	300
	รวมทั้งสิ้น	11	7,755	11,090

ที่มา : จากการสัมภาษณ์และคำนวณ

คำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ 1 ปีของธุรกิจอาหาร (อัตรา 5 %)

ยานพาหนะ	4,300
เตาแก๊ส	120
เสื่อน้ำมัน	50
ถ้วย ชาม	450
เครื่องครัว	250
โต๊ะ เก้าอี้	100
เหล็กตั้งร้าน	<u>400</u>
รวม	<u>5,670</u>

คำนวณหาต้นทุนคงที่(ปี)

ยานพาหนะ	450,000
อุปกรณ์	
เตาแก๊ส	1,000
กระทะ	1,000
ยานพาหนะ (ค่าน้ำมัน)	1,000
หม้อ และเครื่องครัว	1,000
ถ้วย ชาม	980
โต๊ะ เก้าอี้	800
เสื่อน้ำมัน	300
ของตกแต่งร้าน	1,200
เครื่องรีดผ้า	2,000
ซ็อน ส้อม	500
ถาดใส่อาหาร	150
เหล็กตั้งร้าน	1,160
	<u>11,090</u>

รวมต้นทุนคงที่ทั้งหมด 461,090

ต้นทุนผันแปร(ปี)

ค่าเช่าพื้นที่	2,000
ค่าแรงลูกจ้าง	12,000
ค่าบริการโภชนาการ	<u>2,880</u>

รวม 16,880

รวมต้นทุนทั้งหมดของธุรกิจอาหารดังนี้

ต้นทุนคงที่+ต้นทุนผันแปร

ดังนั้น $461,090 + 16,880 = 477,970$

รวมต้นทุนทั้งหมดในการเปิดร้าน 477,970 บาท

ผลต่างของค่า NPV สะสมสุทธิ 20 % กับ 36 %จุดคุ้มทุนธุรกิจอาหาร

ธุรกิจอาหารมีการจำหน่าย 1 ครั้ง/สัปดาห์ทำการผลิต 1 ครั้ง/สัปดาห์

ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่รวม

ราคาขายต่อหน่วย-ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

= 461,090

20 - 7

= 35,468 หน่วย

ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน = (ราคาขายต่อหน่วย)(ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน)

= (20)(35,468)

= 709,370 บาท

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

กลุ่มธุรกิจอาหาร

สิ้นสุด ณ 31 ธันวาคม 2556

หน่วย : บาท

สินค้าที่ขายได้ 816,000

หัก ต้นทุนสินค้า 340,000

กำไรที่ขายได้

หัก ต้นทุนบริหาร 16,880

ค่าเสื่อมราคา 5,670

กำไรสุทธิ 317,450

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะผู้ประกอบการอาหาร

1. การหาระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB)

$$= \frac{\text{จำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับต่อปี}}$$

$$= \frac{477,970}{317,450} = 1.51 \text{ ปี}$$

ระยะเวลาในการคืนทุน = 1 ปี 6 เดือน

2. อัตราผลตอบแทนต่อลงทุน (ROI)

$$= \frac{\text{กำไรสุทธิถัวเฉลี่ย} \times 100}{\text{งบลงทุน}}$$

$$= \frac{317,450 \times 100}{477,970}$$

$$= 66.42\%$$

= ผลตอบแทนต่อการลงทุน มากกว่า 1 คือ 66.42%

3. อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS)

$$= \frac{\text{กำไรเฉลี่ย} \times 100}{\text{ยอดขาย}}$$

$$= \frac{317,450 \times 100}{816,000}$$

$$= 38.90\%$$

= อัตราผลตอบแทนของยอดขาย 38.90%

4. มูลค่าปัจจุบัน (NPV)

$$= \text{NPV สะสมสุทธิ ณ PVIF 20\%} = 0.8333 \text{ ปีที่ 1} +$$

$$\text{NPV สะสมสุทธิ ณ PVIF 36\%} = 0.6944 \text{ ปีที่ 2} - \text{งบลงทุน}$$

$$= (317,450 \times 0.8333) + (333,322.50 \times 0.6944) - 477,970$$

$$= 18,020.2290 \text{ บาท}$$

5. การคำนวณดัชนีกำไร (PI)

$$\text{ดัชนีกำไร} = \frac{\text{NPV กระแสสุทธิ}}{\text{งบลงทุน}}$$

$$= \frac{495,990.2290}{477,970}$$

$$= 1.04$$

สรุปดัชนีกำไรมากกว่า 1 ลงทุนได้

6. การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน(IRR)

ตารางที่ 23 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ธุรกิจอาหาร

หน่วย : บาท

ปีที่	กระแสเงินสด	PVIF(K=20%)	NPV	PVIF(K=36%)	NPV
1	317,450	0.8333	264,531.0850	0.7353	233,420.9850
2	333,322.50	0.6944	231,459.1440	0.5407	180,,227.4758
รวม			495,990.2290		413,648.5608

$$= 495,990.2290 - 413,648.5608$$

$$= 82,341.7683$$

งบลงทุน 477,970 ลบทั้ง 2 ค่า

$$495,990.2290 - 477,970 = 18,020.2290$$

$$413,648.5608 - 477,970 = -64,321.5393$$

เข้าเทียบบัญชีได้ร้อยละ (20 %)

ผลตอบแทนต่างกัน 82,341.7683 อัตราผลตอบแทนต่างกัน 16

$$\text{ผลตอบแทนต่างกัน } 18,020.2290 \text{ อัตราผลตอบแทนต่างกัน } = \frac{16 \times 18,020.2290}{82,341.7683}$$

$$= 12.50 \%$$

$$= 12.50 \%$$

$$\text{IRR} = 20 + 12.50$$

$$= 32.50 \%$$

อีกวิธีหนึ่งจะได้ค่า IRR เท่ากัน (36 %)

ผลตอบแทนต่างกัน 82,341.7683 อัตราผลตอบแทนต่างกัน 16

$$\text{ผลตอบแทนต่างกัน } -64,321.5393 \text{ อัตราผลตอบแทนต่างกัน } = \frac{16 \times -64,321.5393}{82,341.7683}$$

$$= -3.50 \%$$

$$= -3.50 \%$$

$$\text{IRR} = 36 - 3.50$$

$$= 32.50 \%$$

All rights reserved

2.6 ธุรกิจเครื่องหนัง

รายละเอียดของเงินลงทุนเริ่มต้น จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องหนังทั้งสองธุรกิจ มีลักษณะการดำเนินการคล้ายคลึงกันจึงใช้ตัวเลขเฉลี่ยจากรายการที่เป็นต้นทุนในการเริ่มต้นกิจการพร้อมกับการลงทุนและการดำเนินงาน ดังมีรายการถัวเฉลี่ย ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 24 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการของธุรกิจเครื่องหนังแท้

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ราคา/หน่วย	ราคารวม (บาท)
1	เงินสด			30,000
2	อุปกรณ์			
	เชือกเทียน	3	70	210
	ด้าย, เข็ม	5	50	250
	ขี้เอน, ตะปู	2	150	300
	เครื่องหนัง	1	5,000	5,000
	กรรไกร	2	500	1,000
	กล่องใส่อุปกรณ์	2	450	900
	แผงร้าน	1	1,500	1,500
	ของตกแต่งร้าน	1	500	500
	ซีป	5	120	600
	กระดาษ	3	40	120
	กระดุม	1	55	55
	กาว	1	150	150
	มีด	1	1,200	1,200
	แท่นสลักชื่อ	1	800	800
	เครื่องเจาะหนัง			
3	ยานพาหนะ	1	450,000	450,000
รวมทั้งสิ้น				492,585

ที่มา : จากการสัมภาษณ์และคำนวณ

ตารางที่ 25 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการของธุรกิจเครื่องหนังเทียม

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ราคา/หน่วย	ราคารวม (บาท)
1	เงินสด			5,000
2	อุปกรณ์			
	ด้าย, เข็ม	2	50	250
	ผ้า, ตะปู	2	150	300
	เครื่องหนัง	2	1	2,500
	กรรไกร	1	500	500
	กล่องใส่อุปกรณ์	2	450	900
	แผงร้าน	1	500	500
	ของตกแต่งร้าน	1	300	300
	ซีป	3	120	360
	กระดุม	3	40	120
	กรวย	1	55	55
	กาว	1	150	150
	มีด	1	1,200	1,200
	แท่นสลักชื่อ			
3	ยานพาหนะ	1	400,000	400,000
รวมทั้งสิ้น				416,635

ที่มา : จากการสัมภาษณ์และคำนวณ

จากตารางแสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการทั้งสองธุรกิจมีค่าเฉลี่ย ดังต่อไปนี้

ธุรกิจเครื่องหนังแท้ มีเงินลงทุนเริ่มกิจการ = 492,585 บาท

ธุรกิจเครื่องเทียมมีเงินลงทุนเริ่มกิจการ = 416,635 บาท

ดังนั้น $492,585 + 416,635 = 909,220 / 2 = 454,610$ บาท

ค่าเฉลี่ยเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการทั้งสองธุรกิจ = 454,610 บาท

คำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ 1 ปี (ธุรกิจเครื่องหนังแท้) (อัตรา 5 %)

กล่องใส่อุปกรณ์	45
แผงร้าน	75
ของตกแต่งร้าน	25
แท่นสลักชื่อ	60
เครื่องเจาะผนัง	40

ยานพาหนะ 22,500

ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร 22,745

คำนวณหาต้นทุน

ต้นทุนคงที่

ยานพาหนะ 450,000

อุปกรณ์	
เชือกเทียน	210
ด้าย, เข็ม	250
ผ้า, ตะปู	300
เครื่องหนัง	5,000
กรรไกร	1,000
กล่องใส่อุปกรณ์	900
แผงร้าน	1,500
ของตกแต่งร้าน	500
ซีป	600
กระดุม	120
กาว	55
มีด	150

แท่นสลักชื่อ 1,200

เครื่องเจาะผนัง 800

13,085

รวมต้นทุนคงที่ทั้งหมด 463,085

คำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ 1 ปี (ธุรกิจเครื่องหนังเทียม) (อัตรา 5 %)

กล่องใส่อุปกรณ์	45
แผงร้าน	25
ของตกแต่งร้าน	15

แท่นสลักชื่อ	60
ยานพาหนะ	<u>20,000</u>
ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร	<u>20,145</u>

คำนวณหาต้นทุน

ต้นทุนคงที่

ยานพาหนะ	400,000
อุปกรณ์	
ด้าย, เข็ม	250
ขี้อน, ตะปู	300
เครื่องหนัง	2,500
กรรไกร	500
กล่องใส่อุปกรณ์	900
แผงรีান	500
ของตกแต่งร้าน	300
ซีป	360
กระดุม	120
กาว	55
มีด	150
แท่นสลักชื่อ	1,200

7,135

รวมต้นทุนคงที่ทั้งหมด 407,135

รวมต้นทุนคงที่ทั้งหมดของธุรกิจเครื่องหนังทั้งสองประเภท มีค่าเฉลี่ยดังนี้

ธุรกิจเครื่องหนังแท้ ต้นทุนคงที่ทั้งหมด = 463,085 บาท

ธุรกิจเครื่องหนังเทียม ต้นทุนคงที่ทั้งหมด = 407,135 บาท

ดังนั้น $463,085 + 407,135 = 870,220/2 = 435,110$

รวมต้นทุนคงที่ทั้งหมดของธุรกิจเครื่องหนังทั้งสองประเภท มีค่าเฉลี่ย = 435,110

ต้นทุนผันแปร

ค่าใช้จ่ายในการผลิตเครื่องหนัง

ตารางที่ 26 แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิตเครื่องหนังแท้

ธุรกิจเครื่องหนังแท้ (1เดือน)					
รายการ	หน่วย	ราคา/หน่วย		ราคารวม	
1. เครื่องหนัง	1	5,000	บาท	5,000	บาท
2. อุปกรณ์	1	500	บาท	500	บาท
3. ค่าแรง	2	200	บาท	1,600	บาท
4. ค่าเช่าแผงร้าน	1	50	บาท	200	บาท
5. ค่าน้ำมันรถ				400	บาท
				7,700	บาท

ที่มา : จากการสัมภาษณ์และคำนวณ

ตารางที่ 27 แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิตเครื่องหนังเทียม

ธุรกิจเครื่องหนังเทียม (1 เดือน)					
รายการ	หน่วย	ราคา/หน่วย		ราคารวม	
1. เครื่องหนัง	1	2,500	บาท	2,500	บาท
2. อุปกรณ์	1	300	บาท	300	บาท
1. ค่าแรง	2	150	บาท	1,200	บาท
2. ค่าเช่าแผงร้าน	1	50	บาท	200	บาท
3. ค่าน้ำมันรถ				500	บาท
				4,700	บาท

ที่มา : จากการสัมภาษณ์และคำนวณ

ต้นทุนผันแปรของธุรกิจเครื่องหนังแท้และเครื่องหนังเทียม

จากตารางแสดงค่าใช้จ่ายในการผลิตเครื่องหนังทั้งสองประเภท มีค่าเฉลี่ยดังนี้

ธุรกิจเครื่องหนังแท้ ต้นทุนผันแปร = 7,700 บาท

ธุรกิจเครื่องหนังเทียม ต้นทุนผันแปร = 4,700 บาท

ดังนั้น $7,700 + 4,700 = 12,400/2 = 6,200$ บาท

รวมต้นทุนผันแปรของธุรกิจเครื่องหนังทั้งสองประเภท มีค่าเฉลี่ย = 6,200 บาท

ตารางที่ 28 แสดงต้นทุนของเครื่องหนังแท้

รายการ	ต้นทุนต่อหน่วย		ราคาขายต่อหน่วย		กำไรต่อหน่วย	
	(บาท)		(บาท)		(บาท)	
1. กระเป๋าตังค์						
ขนาด ใหญ่	200	บาท	500	บาท	300	บาท
ขนาดกลาง	100	บาท	300	บาท	200	บาท
ขนาดเล็ก	15	บาท	49	บาท	34	บาท
2. กระเป๋าสะพาย						
ขนาด ใหญ่	350	บาท	1,500	บาท	1,150	บาท
ขนาดกลาง	200	บาท	450	บาท	250	บาท
ขนาดเล็ก	100	บาท	250	บาท	150	บาท
3. สายคล้องคอ						
ขนาด ใหญ่	25	บาท	99	บาท	74	บาท
ขนาดกลาง	15	บาท	79	บาท	64	บาท
ขนาดเล็ก	5	บาท	59	บาท	54	บาท
4. กำไรข้อมือ						
ขนาด ใหญ่	30	บาท	89	บาท	59	บาท
ขนาดกลาง	25	บาท	69	บาท	59	บาท
ขนาดเล็ก	15	บาท	59	บาท	44	บาท
5. พวงกุญแจ						
ขนาด ใหญ่	100	บาท	390	บาท	290	บาท
ขนาดกลาง	55	บาท	235	บาท	180	บาท
ขนาดเล็ก	30	บาท	89	บาท	59	บาท

ที่มา : จากการสัมภาษณ์และคำนวณ

All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงต้นทุนของเครื่องหนังเทียม

รายการ	ต้นทุนต่อหน่วย (บาท)		ราคาขายต่อหน่วย (บาท)		กำไรต่อหน่วย (บาท)	
1. กระเป๋าตังค์						
ขนาดใหญ่	100	บาท	250	บาท	150	บาท
ขนาดกลาง	50	บาท	150	บาท	100	บาท
ขนาดเล็ก	9	บาท	49	บาท	30	บาท
2. กระเป๋าสะพาย						
ขนาดใหญ่	110	บาท	250	บาท	140	บาท
ขนาดกลาง	70	บาท	150	บาท	80	บาท
ขนาดเล็ก	50	บาท	89	บาท	39	บาท
3. สายคล้องคอ						
ขนาดใหญ่	25	บาท	59	บาท	34	บาท
ขนาดกลาง	13	บาท	49	บาท	36	บาท
ขนาดเล็ก	10	บาท	39	บาท	29	บาท
4. กำไรข้อมือ						
ขนาดใหญ่	20	บาท	59	บาท	29	บาท
ขนาดกลาง	15	บาท	49	บาท	39	บาท
ขนาดเล็ก	10	บาท	39	บาท	34	บาท
5. พวงกุญแจ						
ขนาดใหญ่	40	บาท	99	บาท	59	บาท
ขนาดกลาง	30	บาท	89	บาท	59	บาท
ขนาดเล็ก	15	บาท	49	บาท	34	บาท

ที่มา : จากการสัมภาษณ์และคำนวณ

ด้านการจำหน่ายเครื่องหนัง 1 เดือน

ธุรกิจเครื่องหนังแท้

มีต้นทุนต่อหน่วย/ชิ้นทั้งหมด 1 เดือน = 10,955 บาท

ราคาขายต่อหน่วย/ชิ้นทั้งหมด 1 เดือน = 36,160 บาท

มีกำไรรวมทั้งหมด 1 เดือน = 25,205 บาท

กำไรต่อ 1 สัปดาห์ = $25,205/4 = 6,302$ บาท

All rights reserved

ตารางที่ 30 สรุปยอดการจำหน่ายเครื่องหนังแท้ต่อเดือน

รายการ	ต้นทุนต่อหน่วย/ชิ้น (บาท)	ราคาขายต่อหน่วย/ ชิ้น(บาท)	กำไร/เดือน (บาท)
1. กระเป๋าตังค์			
ขนาด ใหญ่	$200 \times 4 = 800$	$500 \times 4 = 2,000$	1,200
ขนาดกลาง	$100 \times 6 = 600$	$300 \times 6 = 1,800$	1,200
ขนาดเล็ก	$15 \times 10 = 150$	$49 \times 10 = 490$	340
รวม	1,550	4,290	2,740
2. กระเป๋าสะพาย			
ขนาด ใหญ่	$350 \times 8 = 2,800$	$1,500 \times 8 = 12,000$	9,200
ขนาดกลาง	$200 \times 10 = 2,000$	$450 \times 10 = 4,500$	2,500
ขนาดเล็ก	$100 \times 15 = 1,500$	$250 \times 15 = 3,750$	2,250
รวม	6,300	20,250	13,950
3. สายคล้องคอ			
ขนาด ใหญ่	$25 \times 12 = 300$	$99 \times 12 = 1,188$	888
ขนาดกลาง	$15 \times 10 = 150$	$79 \times 10 = 790$	640
ขนาดเล็ก	$5 \times 15 = 75$	$59 \times 15 = 885$	810
รวม	525	2,863	2,338
4. กำไรข้อมือ			
ขนาด ใหญ่	$30 \times 15 = 450$	$89 \times 15 = 1,335$	885
ขนาดกลาง	$25 \times 10 = 250$	$69 \times 10 = 690$	440
ขนาดเล็ก	$15 \times 8 = 120$	$59 \times 8 = 472$	352
รวม	820	2,497	1,677
5. พวงกุญแจ			
ขนาด ใหญ่	$100 \times 8 = 800$	$290 \times 8 = 2,320$	1,520
ขนาดกลาง	$55 \times 12 = 660$	$180 \times 12 = 2,160$	1,500
ขนาดเล็ก	$30 \times 20 = 600$	$89 \times 20 = 1,780$	1,180
รวม	2,060	6,260	4,200
รวมทั้งสิ้น	10,955	36,160	25,205

ตารางที่ 31 สรุปยอดการจำหน่ายเครื่องหนังเทียมต่อเดือน

รายการ	ต้นทุนต่อหน่วย (บาท)	ราคาขายต่อหน่วย/ชิ้น (บาท)	กำไรรวม/เดือน (บาท)
1. กระเป๋าตังค์			
ขนาด ใหญ่	$100 \times 12 = 1,200$	$250 \times 12 = 3,000$	1,800
ขนาดกลาง	$50 \times 15 = 750$	$150 \times 15 = 2,250$	1,500
ขนาดเล็ก	$9 \times 18 = 162$	$49 \times 18 = 882$	750
รวม	2,112	6,132	4,020
2. กระเป๋าสะพาย			
ขนาด ใหญ่	$110 \times 10 = 1,100$	$250 \times 10 = 2,500$	1,400
ขนาดกลาง	$70 \times 21 = 1,470$	$150 \times 21 = 3,150$	1,680
ขนาดเล็ก	$50 \times 17 = 850$	$89 \times 17 = 1,513$	663
รวม	3,420	7,163	3,743
3. สายคล้องคอ			
ขนาด ใหญ่	$25 \times 9 = 225$	$59 \times 9 = 531$	306
ขนาดกลาง	$13 \times 16 = 208$	$49 \times 16 = 784$	576
ขนาดเล็ก	$10 \times 16 = 160$	$39 \times 16 = 624$	464
รวม	593	1,939	1,346
4. กำไรข้อมือ			
ขนาด ใหญ่	$20 \times 15 = 300$	$59 \times 15 = 885$	585
ขนาดกลาง	$15 \times 22 = 330$	$49 \times 22 = 1,078$	748
ขนาดเล็ก	$10 \times 11 = 110$	$39 \times 11 = 429$	319
รวม	740	2,392	1,652
5. พวงกุญแจ			
ขนาด ใหญ่	$40 \times 18 = 720$	$99 \times 18 = 1,782$	1,062
ขนาดกลาง	$30 \times 24 = 720$	$89 \times 24 = 2,136$	1,416
ขนาดเล็ก	$15 \times 30 = 450$	$49 \times 30 = 1,470$	1,020
รวม	1,890	5,380	3,498
รวมทั้งสิ้น	8,755	23,006	14,251

ธุรกิจเครื่องหนังเทียม

มีต้นทุนต่อหน่วย/ชิ้นทั้งหมด 1 เดือน = 8,755 บาท

ราคาขายต่อหน่วย/ชิ้นทั้งหมด 1 เดือน = 23,006 บาท

มีกำไรรวมทั้งหมด 1 เดือน = 14,251 บาท

กำไรต่อ 1 สัปดาห์ = $14,251/4 = 3,563$ บาท

จุดคุ้มทุนธุรกิจเครื่องหนัง

ธุรกิจเครื่องหนังเทียมมีการจำหน่าย 1 ครั้ง/สัปดาห์ทำการผลิต 1 ครั้ง/สัปดาห์

$$\begin{aligned} \text{ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน} &= \text{ต้นทุนคงที่รวม} \\ &= \text{ราคาขายต่อหน่วย-ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} \\ &= \frac{463,085}{36,160 - 7,700} \\ &= 16.27 \text{ หน่วย} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน} &= (\text{ราคาขายต่อหน่วย})(\text{ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน}) \\ &= (16)(36,160) \\ &= 578,560 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ธุรกิจเครื่องหนังเทียมมีการจำหน่าย 1 ครั้ง/สัปดาห์ทำการผลิต 1 ครั้ง/สัปดาห์ ประเมินราคาเป็นเดือน

$$\begin{aligned} \text{ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน} &= \text{ต้นทุนคงที่รวม} \\ &= \text{ราคาขายต่อหน่วย-ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} \\ &= \frac{407,135}{23,006 - 4,700} \\ &= 22.24 \text{ หน่วย} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน} &= (\text{ราคาขายต่อหน่วย})(\text{ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน}) \\ &= (22)(23,006) \\ &= 506,132 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

กลุ่มธุรกิจเครื่องหนัง

สิ้นสุด ณ 31 ธันวาคม 2556

หน่วย : บาท

สินค้าที่ขายได้	354,996
หัก ต้นทุนสินค้า	118,260

	กำไรที่ขายได้	
<u>หัก</u>	ต้นทุนบริหาร	74,400
	ค่าเสื่อมราคา	21,445
	กำไรสุทธิ	<u>140,891</u>

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ประกอบการเครื่องหนังโดยเฉลี่ย

1. การหาระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB)

$$= \frac{\text{จำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับต่อปี}}$$

$$= \frac{454,610}{140,891}$$

$$= 3.23 \text{ ปี}$$

ระยะเวลาในการคืนทุน = 3 ปี 1 เดือน

2. อัตราผลตอบแทนต่องบลงทุน (ROI)

$$= \frac{\text{กำไรสุทธิถัวเฉลี่ย} \times 100}{\text{งบลงทุน}}$$

$$= \frac{140,891 \times 100}{454,610}$$

$$= 30.99\%$$

= ผลตอบแทนต่อการลงทุน มากกว่า 1 คือ 30.99%

3. อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS)

$$= \frac{\text{กำไรเฉลี่ย} \times 100}{\text{ยอดขาย}}$$

$$= \frac{140,891 \times 100}{354,996}$$

$$= 39.69\%$$

= อัตราผลตอบแทนของยอดขาย 39.69%

4. มูลค่าปัจจุบัน (NPV)

$$= \text{NPV สะสมสุทธิ ณ PVIF 20\%} = 0.8333 \text{ ปีที่ } 1 + \dots$$

$$\text{NPV สะสมสุทธิ ณ PVIF 36\%} = 0.6944 \text{ ปีที่ } 5 - \text{ งบลงทุน}$$

$$= (140,891 \times 0.8333) + (147,935.55 \times 0.6944) +$$

$$(155,332.3275 \times 0.5787) + (163,098.9439 \times 0.4823) +$$

$$(171,253.8911 \times 0.4019) - 454,610$$

$$= 2,901.2936 \text{ บาท}$$

5. การคำนวณดัชนีกำไร (PI)

$$\begin{aligned} \text{ดัชนีกำไร} &= \frac{\text{NPV กระแสสุทธิ}}{\text{งบลงทุน}} \\ &= \frac{457,511.2936}{454,610} \\ &= 1.006 \end{aligned}$$

สรุปดัชนีกำไรมากกว่า 1 ลงทุนได้

6. การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน(IRR)

ตารางที่ 32 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ธุรกิจเครื่องหนัง

หน่วย : บาท

ปีที่	กระแสเงินสด	PVIF(K=20%)	NPV	PVIF(K=36%)	NPV
1	140,891	0.8333	117,404.4703	0.7353	103,597.1523
2	147,935.5500	0.6944	102,726.4459	0.5407	79,988.7519
3	155,332.3275	0.5787	89,890.8179	0.3975	61,744.6002
4	163,098.9439	0.4823	78,662.6206	0.2923	47,673.8213
5	171,253.8911	0.4019	68,826.9388	0.2149	36,802.4612
รวม			457,511.2936		329,806.7869

$$= 457,511.2936 - 329,806.7869$$

$$= 127,704.5067$$

งบลงทุน 454,610 ลบทั้ง 2 ค่า

$$\begin{aligned} 457,511.2936 - 454,610 &= 2,901.2936 \\ 329,806.7869 - 454,610 &= -124,803.2131 \end{aligned}$$

เข้าเทียบบัญชีไตรมาส (20 %)

ผลตอบแทนต่างกัน 127,704.5067 อัตราลดต่างกัน 16

ผลตอบแทนต่างกัน 2,901.2936 อัตราลดต่างกัน = $\frac{16 \times 2,901.2936}{127,704.5067}$

$$= 0.3635 \%$$

$$= 20 + 0.3635$$

IRR

$$= 20 + 0.3635$$

$$= 20.3635 \%$$

อีกวิธีหนึ่งจะได้ค่า IRR เท่ากัน (36 %)

ผลตอบแทนต่างกัน 127,704.5067 อัตราลดต่างกัน 16

$$\begin{aligned} \text{ผลตอบแทนต่างกัน } -124,803.2131 \text{ อัตราผลตอบแทนต่างกัน} &= \frac{16 \times -124,803.2131}{127,704.5067} \\ &= -15.6365 \% \\ \text{IRR} &= 36 - 15.6365 \\ &= 20.3635 \% \end{aligned}$$

2.7 ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป

รายละเอียดของเงินลงทุนเริ่มต้น จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปตลาดเก่า 200 ปี ปรานบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีลักษณะการดำเนินการคล้ายคลึงกันจึงใช้ตัวเลขจากรายการที่เป็นต้นทุนในการเริ่มต้นกิจการพร้อมกับการลงทุนและการดำเนินงาน ดังมีรายการถัวเฉลี่ยดังต่อไปนี้

ตารางที่ 33 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจขายเสื้อผ้า

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ราคา/หน่วย	ราคารวม(บาท)
1	เงินสด			30,000
2	อุปกรณ์			
	ราวแขวนผ้า	2	500	1,000
	ไม้แขวนเสื้อ	40	25	1,000
	ยานพาหนะ(ค่าน้ำมัน)	1	1,000	1,000
	กล่องบรรจุผ้า	2	500	1,000
	แผงแขวนผ้า	2	490	980
	ผ้าเต็นท์คลุมร้าน	1	800	800
	เสื่อน้ำมัน	1	300	300
	หุ้บไซวี	1	1,200	1,200
	เครื่องรีดผ้า	1	2,000	2,000
	โต๊ะ	1	500	500
	โตะ	1	150	150
	เก้าอี้	4	290	1,160
	เหล็กตั้งร้าน			
รวมทั้งสิ้น		57	7,755	39,930

ที่มา : จากการสัมภาษณ์และคำนวณ

คำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ 1 ปีของธุรกิจเสื้อผ้า (อัตรา 5 %)

ยานพาหนะ	4,300
ผ้าเต็นท์คลุมร้าน	120
เสื่อน้ำมัน	50
หุ่นโชว์	450
เครื่องรีดผ้า	250
โต๊ะ	100
เหล็กตั้งร้าน	<u>400</u>
รวม	<u>5,670</u>

คำนวณหาต้นทุนคงที่(ปี)

ยานพาหนะ	450,000
อุปกรณ์	
ราวแขวนผ้า	1,000
ไม้แขวนเสื้อ	1,000
ยานพาหนะ (ค่าน้ำมัน)	1,000
กล่องบรรจุผ้า	1,000
แผงแขวนผ้า	980
ผ้าเต็นท์คลุมร้าน	800
เสื่อน้ำมัน	300
หุ่นโชว์	1,200
เครื่องรีดผ้า	2,000
โต๊ะ	500
เก้าอี้	150

เหล็กตั้งร้าน	1,160	<u>11,090</u>
รวมต้นทุนคงที่ทั้งหมด		<u>461,090</u>

ต้นทุนผันแปร(ปี)

ค่าเดินทาง	36,000	
ค่าโทรศัพท์	14,400	
ค่าเช่าพื้นที่	2,000	
ค่าแรงลูกจ้าง	12,000	
ค่าบริโภคอาหาร	<u>2,880</u>	<u>103,280</u>

All rights reserved

รวมต้นทุนทั้งหมดของธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป ดังนี้

ต้นทุนคงที่+ต้นทุนผันแปร

ดังนั้น $461,090 + 103,280 = 564,370$

รวมต้นทุนทั้งหมดในการเปิดร้าน 564,370 บาท

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ประกอบการเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ย

$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุน} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{ราคา-ต้นทุนผันแปรเฉลี่ยต่อหน่วย}} \\ &= \frac{461,090}{200 - 70} \\ &= 3,546.84 \\ \text{ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน} &= (\text{ราคาขายต่อหน่วย})(\text{ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน}) \\ &= (3,546)(200) \\ &= 709,200 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

กลุ่มธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป

สิ้นสุด ณ 31 ธันวาคม 2556

หน่วย : บาท

	สินค้าที่ขายได้	960,000	
<u>หัก</u>	ต้นทุนสินค้า	461,090	
	กำไรที่ขายได้		498,910
<u>หัก</u>	ต้นทุนบริหาร	103,280	
	ค่าเสื่อมราคา	5,670	

กำไรสุทธิ 389,960

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ประกอบการเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ย

1. การหาระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB)

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{จำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับต่อปี}} \\ &= \frac{564,370}{389,960} \\ &= 1.44 \text{ ปี} \end{aligned}$$

ระยะเวลาในการคืนทุน = 1 ปี 5 เดือน

2. อัตราผลตอบแทนต่อลงทุน (ROI)

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{กำไรสุทธิถัวเฉลี่ย} \times 100}{\text{งบลงทุน}} \\
 &= \frac{389,960 \times 100}{564,370} \\
 &= 69.09\% \\
 &= \text{ผลตอบแทนต่อการลงทุน มากกว่า 1 คือ 69.09\%}
 \end{aligned}$$

3. อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS)

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{กำไรเฉลี่ย} \times 100}{\text{ยอดขาย}} \\
 &= \frac{389,960 \times 100}{960,000} \\
 &= 40.62\% \\
 &= \text{อัตราผลตอบแทนของยอดขาย 40.62\%}
 \end{aligned}$$

4. มูลค่าปัจจุบัน (NPV)

$$\begin{aligned}
 &= \text{NPV สะสมสุทธิ ณ PVIF 20\%} = 0.8333 \text{ ปีที่ 1} + \\
 &\quad \text{NPV สะสมสุทธิ ณ PVIF 36\%} = 0.6944 \text{ ปีที่ 2} - \text{งบลงทุน} \\
 &= (389,960 \times 0.8333) + (409,458 \times 0.6944) - 564,370 \\
 &= 44,911.3032 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

5. การคำนวณดัชนีกำไร (PI)

$$\text{ดัชนีกำไร} = \frac{\text{NPV กระแสสุทธิ}}{\text{งบลงทุน}}$$

$$= \frac{609,281.3032}{564,370}$$

$$= 1.07$$

สรุปดัชนีกำไรมากกว่า 1 ลงทุนได้

6. การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)

ตารางที่ 34 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ธุรกิจเสื้อผ้า

หน่วย : บาท

ปีที่	กระแสเงินสด	PVIF(K=20%)	NPV	PVIF(K=36%)	NPV
1	389,960	0.8333	324,953.6680	0.7353	286,737.5880
2	409,458.0000	0.6944	284,327.6352	0.5407	221,393.9406
รวม			609,281.3032		508,131.5286

$$= 609,281.3032 - 508,131.5286$$

$$= 101,149.7746$$

งบลงทุน 564,370 ลบทั้ง 2 ค่า

$$609,281.3032 - 564,370 = 44,911.3032$$

$$508,131.5286 - 564,370 = -56,238.4714$$

เข้าเทียบบัญชีไตรยางศ์ (20 %)

ผลตอบแทนต่างกัน 101,149.7746 อัตราผลตอบแทนต่างกัน 16

ผลตอบแทนต่างกัน 44,911.3032 อัตราผลตอบแทนต่างกัน = $\frac{16 \times 44,911.3032}{101,149.7746}$

$$= 7.1041 \%$$

$$= 7.1041 \%$$

$$\text{IRR} = 20 + 7.1041$$

$$= 27.1041 \%$$

อีกวิธีหนึ่งจะได้ค่า IRR เท่ากัน (36 %)

ผลตอบแทนต่างกัน 101,149.7746 อัตราผลตอบแทนต่างกัน 16

ผลตอบแทนต่างกัน -56,238.4714 อัตราผลตอบแทนต่างกัน = $\frac{16 \times -56,238.4714}{101,149.7746}$

$$= -8.8959 \%$$

$$= -8.8959 \%$$

$$\text{IRR} = 36 - 8.8959$$

$$= 27.1041 \%$$

จากการประมาณค่าความเป็นไปได้ของธุรกิจต่างๆ ในตลาดเก่า 200 ปี ปรามบุรีทั้งหมด 7

ธุรกิจจากการสัมภาษณ์และทำการคำนวณหาต้นทุน ผลตอบแทน จุดคุ้มทุน และการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจโดยใช้ทฤษฎีดัชนีชี้วัดความเป็นไปได้ของธุรกิจ คำนวณผลออกมาในแต่ละธุรกิจ 6 ดัชนีความเป็นไปได้ของธุรกิจ คือ ระยะเวลาคืนทุน อัตราผลตอบแทนต้องงบลงทุน (ROI) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) มูลค่าปัจจุบันต่ำสุดที่เกิดจุดคุ้มทุน (NPV) ดัชนีกำไร และอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (IRR) สามารถสรุป 7 ธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปรามบุรีได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 35 สรุปความเป็นไปได้ของธุรกิจ 7 สาขาในตลาดเก่า 200 ปี ปรามบุรี

ประเภทธุรกิจ	จุดคุ้มทุน (บาท)	ระยะเวลา คืนทุน	ROI	ROS	NPV	PI	IRR
1. ธุรกิจขนม	26,610	10 เดือน	125.57%	36.19%	3,335.32	1.05	26.03%
2. ธุรกิจ เครื่องประดับสตรี	34,073.60	1 ปี 2 เดือน	82.10%	47.19%	1,359.03	1.04	44.79%
3. ธุรกิจเครื่องมือ เครื่องใช้	270,982.64	1 ปี 8 เดือน	60.09%	39.57%	9,465.84	1.05	39.44%
4. ธุรกิจเครื่องดื่ม	11,950.50	1 ปี 1 เดือน	71.45%	27.18%	12,313.34	1.11	30.05%
5. ธุรกิจอาหาร	709,370	1 ปี 6 เดือน	66.42%	38.90%	18,020.22	1.04	23.50%
6. ธุรกิจเครื่องหนัง	506,132	3 ปี 1 เดือน	30.99%	39.69%	2,901.29	1.01	20.36%
7. ธุรกิจเสื้อผ้า สำเร็จรูป	709,200	1 ปี 5 เดือน	69.09%	40.62%	44,911.30	1.07	27.10%

ที่มา : จากการคำนวณธุรกิจทั้ง 7 สาขาธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปรามบุรี

จากตารางที่ 35 สรุปความเป็นไปได้ของธุรกิจทั้ง 7 สาขาธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปรามบุรี ประเมินค่าได้ว่า ธุรกิจเครื่องดื่ม ได้รับจุดคุ้มทุนก่อนธุรกิจอื่นๆ เท่ากับ 11,950.50 รองลงมาคือ ธุรกิจขนม จุดคุ้มทุน เท่ากับ 26,610 บาท ธุรกิจเครื่องประดับสตรี จุดคุ้มทุนเท่ากับ 34,073.60 บาท ธุรกิจเครื่องหนัง จุดคุ้มทุนเท่ากับ 506,132 บาท ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป จุดคุ้มทุนเท่ากับ 709,200 บาท และ ธุรกิจอาหาร จุดคุ้มทุน เท่ากับ 709,370 บาท ตามลำดับ การคำนวณระยะเวลาคืนทุน ระยะเวลาด้านที่ สุด คือ ธุรกิจขนม คืนทุน 10 เดือนเมื่อเปรียบเทียบกับงบลงทุน รองลงมา คือ ธุรกิจเครื่องดื่ม คืนทุน ภายใน 1 ปี 1 เดือน ธุรกิจเครื่องประดับสตรี คืนทุนภายใน 1 ปี 2 เดือน ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป คืนทุน ภายใน 1 ปี 5 เดือน ธุรกิจอาหาร คืนทุนภายใน 1 ปี 6 เดือน ธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้ คืนทุนภายใน 1 ปี 8 เดือน และธุรกิจเครื่องหนัง คืนทุนภายใน 3 ปี 1 เดือน ตามลำดับ

อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) มีการคำนวณการเปรียบเทียบกำไรต่อลงทุน อัตรา สูงสุดคือ ธุรกิจขนม อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน เท่ากับ ร้อยละ 125.57 รองลงมาคือ ธุรกิจ เครื่องประดับสตรี อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน เท่ากับ ร้อยละ 82.10 ธุรกิจเครื่องดื่ม อัตรา ผลตอบแทนต่อการลงทุน เท่ากับ ร้อยละ 71.45 ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน เท่ากับ ร้อยละ 69.09 ธุรกิจอาหาร อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน เท่ากับ ร้อยละ 66.42 ธุรกิจ เครื่องมือเครื่องใช้ อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน เท่ากับ ร้อยละ 60.09 และธุรกิจเครื่องหนัง อัตรา ผลตอบแทนต่อการลงทุน เท่ากับ ร้อยละ 30.99 ตามลำดับ

อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) มีการคำนวณการเปรียบเทียบกำไรต่อยอดขาย อัตราสูงสุดคือ ธุรกิจเครื่องประดับสตรี อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย เท่ากับ ร้อยละ 47.19 รองลงมาคือ ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย เท่ากับ ร้อยละ 40.62 ธุรกิจเครื่องหนัง อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย เท่ากับ ร้อยละ 39.69 ธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้ อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย เท่ากับ ร้อยละ 39.57 ธุรกิจอาหาร อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย เท่ากับ ร้อยละ 38.90 ธุรกิจขนม อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย เท่ากับ ร้อยละ 36.19 และธุรกิจเครื่องดื่ม อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย เท่ากับ ร้อยละ 27.18 ตามลำดับ

มูลค่าปัจจุบันของกำไรเมื่อเปรียบเทียบกับงบลงทุน ในการเปรียบเทียบกำไรในอนาคตมาเป็นปี ปัจจุบัน จากการคำนวณธุรกิจที่มีมูลค่าสูงสุดคือ ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป มูลค่าปัจจุบันเท่ากับ 44,911.30 บาท รองลงมาคือ ธุรกิจอาหาร มูลค่าปัจจุบันเท่ากับ 18,020.22 บาท ธุรกิจเครื่องดื่ม มูลค่าปัจจุบันเท่ากับ 12,313.34 บาท ธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้ มูลค่าปัจจุบันเท่ากับ 9,465.84 บาท ธุรกิจขนม มูลค่าปัจจุบัน เท่ากับ 3,335.32 บาท ธุรกิจเครื่องหนัง มูลค่าปัจจุบัน เท่ากับ 2,901.29 บาท และธุรกิจเครื่องประดับสตรี มูลค่าปัจจุบันเท่ากับ 1,359.03 บาท ตามลำดับ

การคำนวณดัชนีกำไร เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าปัจจุบันของกำไรสะสมกับงบลงทุน ธุรกิจที่มีดัชนีกำไรสูงสุด คือ ธุรกิจเครื่องดื่ม ดัชนีกำไรเท่ากับ 1.11 เท่าของงบลงทุน รองลงมา คือ ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป ดัชนีกำไรเท่ากับ 1.07 เท่าของงบลงทุน ธุรกิจขนม และธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้ ดัชนีกำไร เท่ากัน 1.05 เท่าของงบลงทุน ธุรกิจอาหาร และธุรกิจเครื่องประดับสตรี ดัชนีกำไรเท่ากับ 1.04 เท่าของงบลงทุน และธุรกิจเครื่องหนัง ดัชนีกำไรเท่ากับ 1.01 เท่าของงบลงทุน ตามลำดับ

การประเมินผลตอบแทนสุทธิ ณ จุดคุ้มทุน หรืออัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนเมื่อเปรียบเทียบกระแสเงินสดสุทธิ ณ ปีปัจจุบันของผลตอบแทนที่ได้รับ (Interest rate: IRR) จากประเมิน ทั้ง 7 สาขาธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี ธุรกิจที่ได้รับผลตอบแทนสุทธิสูงสุด คือ ธุรกิจเครื่องประดับสตรี อัตราผลตอบแทนสุทธิ เท่ากับ ร้อยละ 44.79 รองลงมาคือ ธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้ อัตราผลตอบแทนสุทธิ เท่ากับ ร้อยละ 39.44 ธุรกิจเครื่องดื่ม อัตราผลตอบแทนสุทธิ เท่ากับ ร้อยละ 30.05 ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป อัตราผลตอบแทนสุทธิ เท่ากับ ร้อยละ 27.10 ธุรกิจขนม อัตราผลตอบแทนสุทธิ เท่ากับ ร้อยละ 26.03 ธุรกิจอาหาร อัตราผลตอบแทนสุทธิ เท่ากับ ร้อยละ 23.50 ธุรกิจเครื่องหนัง อัตราผลตอบแทนสุทธิ เท่ากับ ร้อยละ 20.36 ตามลำดับ

All rights reserved

ตอนที่ 3 ทศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขาต่อตลาดเก่า 200 ปี ปรามบุรี

ข้อมูลด้านทศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขาต่อตลาดเก่า 200 ปี ปรามบุรีในพื้นที่อำเภอปรามบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในอนาคตต่อไป โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และร้อยละเพื่อการประเมินผล ซึ่งเป็นผลการสำรวจในระดับค่าเฉลี่ยของแต่ละด้าน ได้แก่ ปัจจัยทางด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านความสะดวก ด้านบรรยากาศของตลาดเก่า และด้านการให้บริการ โดยพิจารณาความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการเปิดการประกอบธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปรามบุรี ได้เสนอการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D) เพื่อพิจารณาปัจจัยที่จะช่วยในการปรับตัวทางการตลาดของผู้ประกอบการในตลาดเก่า 200 ปี ปรามบุรี และการปรับกฎระเบียบของตลาดเก่าให้สอดคล้องกับการประกอบธุรกิจในสาขาต่างๆ ในตลาดเก่า ซึ่งตามทฤษฎีทางการตลาดทางด้านบริการจะแบ่งออกเป็น ปัจจัยทางด้านราคา (Price) ปัจจัยทางด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยทางด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ในรูปของการให้บริการและบรรยากาศของสถานที่ตลาดเก่า และด้านส่งเสริมการขาย (Promotion) ในรูปแบบของบรรยากาศตลาดเก่า การให้บริการในสถานที่ เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาใช้บริการในตลาดเก่า ซึ่งวิธีการศึกษาทศนคติด้านการให้บริการที่มีผลต่อตลาดเก่า 200 ปี ปรามบุรีในพื้นที่อำเภอปรามบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในแง่แนวคิดของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทธุรกิจ 7 สาขา ผลการวิเคราะห์โดยการใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลเป็นแบบสรุปตามรายละเอียด ดังนี้

1) ทศนคติด้านคุณภาพต่อตลาดเก่า 200 ปี ปรามบุรี

ผลการวิเคราะห์ทางด้านปัจจัยด้านคุณภาพต่อตลาดเก่า 200 ปี ปรามบุรี ซึ่งสามารถแสดงความคิดเห็นทางด้านคุณภาพจากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมทั้งระดับความเหมาะสมของการจัดลำดับความคิดเห็น ดังตารางต่อไปนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นทางด้านคุณภาพของตลาดเก่า 200 ปี ปรานบุรี

ปัจจัยด้านคุณภาพของตลาดเก่า 200 ปีปรานบุรี	Mean	S.D	ระดับความเหมาะสม
ท่านเห็นว่าตลาดเก่า 200 ปีปรานบุรีแห่งนี้ มีความเหมาะสมกับสินค้าประเภทธุรกิจในตลาดฯ	4.00	0.88	มาก
ท่านพบพื้นที่ท่านสนใจและชื่นชอบอยู่ในตลาดเก่า 200 ปีปรานบุรีแห่งนี้	3.74	0.89	มาก
ท่านมีความมั่นใจในตลาดเก่า 200 ปีปรานบุรี	3.69	0.70	มาก
ท่านพบว่าอาคารสถานที่ในตลาดเก่า 200ปีปรานบุรีแห่งนี้ มีการพัฒนาและอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างดี	3.64	0.54	มาก
ท่านพบว่าอาคารสถานที่ในตลาดเก่า 200ปีปรานบุรีแห่งนี้มี เสน่ห์แห่งประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมชุมชนต่อธุรกิจประเภทธุรกิจในตลาดฯ	3.91	0.78	มาก
ท่านพบว่าอาคารสถานที่ในถนนคนเดินตลาดเก่า 200ปีปรานบุรีแห่งนี้มี อาคารบ้านเรือนที่มีศิลปะ สถาปัตยกรรมชุมชนต่อธุรกิจประเภทธุรกิจในตลาดฯ	3.96	0.69	มาก
ท่านพบว่าอาคารสถานที่ในตลาดเก่า 200ปีปรานบุรีแห่งนี้มี ความเป็นตลาดเก่าโบราณต้องตามรูปแบบการจัดร้านค้าต่อธุรกิจประเภทธุรกิจในตลาดฯ	3.91	0.76	มาก
ปัจจัยรวมทางด้านคุณภาพ	3.83	0.44	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 36 พบว่าการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยในเรื่องทัศนคติทางด้านคุณภาพ การสอบถามจะพิจารณาปัจจัยทางด้านคุณภาพรวมของการใช้บริการตลาดเก่า 200 ปีปรานบุรี ซึ่งระดับคุณภาพของการใช้บริการตลาดเก่า 200 ปีปรานบุรีส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับเหมาะสมในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 ซึ่งปัจจัยทางการตลาดด้านคุณภาพของการใช้บริการตลาดเก่า 200 ปีปรานบุรีตามรายการย่อย พบว่าส่วนใหญ่ท่านเห็นว่าตลาดเก่า 200 ปีปรานบุรีแห่งนี้ มีความเหมาะสมกับสินค้าประเภทธุรกิจในตลาดฯ ระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมาคือ ท่านพบว่าอาคารสถานที่ในถนนคนเดินตลาดเก่า 200ปีปรานบุรีแห่งนี้มีอาคารบ้านเรือนที่มีศิลปะ สถาปัตยกรรมชุมชนต่อธุรกิจประเภทธุรกิจในตลาดฯ มีความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ท่านพบว่าอาคารสถานที่ในถนนคนเดินตลาดเก่า 200ปีปรานบุรีแห่งนี้มีอาคารบ้านเรือนที่มีศิลปะ สถาปัตยกรรมชุมชนต่อธุรกิจประเภทธุรกิจในตลาดฯ และหัวข้อท่านพบว่าอาคารสถานที่ในตลาดเก่า 200ปีปรานบุรีแห่งนี้มีความเป็นตลาดเก่าโบราณต้องตามรูปแบบการจัดร้านค้าต่อธุรกิจประเภทธุรกิจในตลาดฯ อยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ท่านพบพื้นที่ท่านสนใจและชื่นชอบอยู่ในตลาดเก่า 200 ปีปรานบุรีแห่งนี้ ระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ท่านมี

ความมั่นใจในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี อยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และท่านพบว่าอาคารสถานที่ในตลาดเก่า 200ปีปราณบุรีแห่งนี้ มีการพัฒนาและอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างดี อยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ตามลำดับ ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ว่า ปัจจัยทางด้านคุณภาพเป็นปัจจัยที่มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ที่มีผลต่อใช้บริการตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ในพื้นที่อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2) ทศนคติทางการตลาดด้านราคาในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมทั้งระดับความเหมาะสมของการจัดลำดับความคิดเห็น ในทัศนคติทางการตลาดด้านราคาสินค้าประเภทต่างๆ โดยภาพรวมในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ในพื้นที่อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถแสดงผลการประเมินได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นทางด้านราคาในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี

ปัจจัยทางการตลาดด้านราคาในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี	Mean	S.D	ระดับความเหมาะสม
สินค้าของท่านมีราคาที่เหมาะสมในการจำหน่ายที่ตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี	3.88	0.83	มาก
สินค้าที่ท่านวางขายในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี มียอดขายการจำหน่ายสินค้าตามเป้าหมายของท่าน	3.82	0.75	มาก
สินค้าที่ท่านวางขายในตลาดเก่า 200ปี ปราณบุรี มีราคาที่คุ้มค่างับการใช้เวลาผลิต	3.89	0.75	มาก
ราคาสินค้าที่ท่านวางขายในตลาดเก่า 200ปี ปราณบุรี มีการแสดงราคาหรือป้ายบอกไว้อย่างชัดเจน	3.69	0.74	มาก
ปัจจัยรวมทางด้านราคาในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี	3.82	0.36	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 37 พบว่าผลการวิเคราะห์ภาพรวมทัศนคติทางด้านราคาสินค้าประเภทต่างๆ โดยภาพรวมในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีอยู่ในระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ซึ่งมีทัศนคติเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านทัศนคติทางการตลาดด้านราคาสินค้าประเภทต่างๆ โดยภาพรวมในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ตามรายการย่อย ส่วนใหญ่พบว่า ทัศนคติทางการตลาดด้านราคาสินค้าประเภทต่างๆ โดยภาพรวมในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีด้านสินค้าที่ท่านวางขายในตลาดเก่า 200ปี ปราณบุรี มีราคาที่คุ้มค่างับการใช้เวลาผลิต มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 รองลงมาคือ ด้านสินค้าของท่านมีราคาที่เหมาะสมในการจำหน่ายที่ตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี อยู่ในระดับความเหมาะสมในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ด้านสินค้าที่ท่านวางขายในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี มีการแสดงราคาหรือป้ายบอกไว้อย่างชัดเจน มีระดับความเหมาะสมอยู่ใน

เกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ตามลำดับ ซึ่งสรุปได้ว่าทัศนคติทางด้านราคาสินค้าประเภทต่างๆ โดยภาพรวมในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มาก

3) ทัศนคติทางการตลาดด้านความสะดวกในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมทั้งระดับความเหมาะสมของการจัดลำดับความคิดเห็น ในทัศนคติทางการตลาดด้านความสะดวกในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ในพื้นที่อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถแสดงผลการประเมินได้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นทางด้านความสะดวกในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี

ปัจจัยด้านความสะดวกในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี	Mean	S.D	ระดับความเหมาะสม
ท่านได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางมาประกอบธุรกิจที่ตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีแห่งนี้ (ห้องน้ำ,ที่ทิ้งขยะ)	3.93	0.75	มาก
การเดินทางมาตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีมีความสะดวกสบาย	3.99	0.65	มาก
สถานที่จอดรถบริเวณตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีมีความสะดวกเหมาะสมและเพียงพอ	3.89	0.63	มาก
ท่านได้รับความสะดวกในการวางจำหน่ายสินค้าในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีแห่งนี้	4.32	0.81	มากที่สุด
สถานที่ประกอบธุรกิจต่างๆ ของท่านมีที่พักผ่อนมีเพียงพอเหมาะสม	4.32	0.86	มากที่สุด
สถานที่ประกอบธุรกิจต่างๆ ของท่านมีที่นั่งพัก โต๊ะรับประทาน นั่งรับบรรยากาศของตลาดเก่า	4.16	0.79	มาก
ปัจจัยรวมทางด้านสะดวกในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี	4.10	0.32	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 38 พบว่าทัศนคติทางด้านความสะดวกในภาพรวมเพื่อแสดงถึงการให้บริการตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ในพื้นที่อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ซึ่งกรณีที่เปรียบเทียบทัศนคติด้านความสะดวกในการใช้บริการในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีรายย่อย สังเกตได้จากกรณีแยกตามหัวข้อต่างๆ ด้านปัจจัยความสะดวกส่วนใหญ่พบว่า ด้านท่านได้รับความสะดวกในการวางจำหน่ายสินค้าในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีแห่งนี้ และหัวข้อด้านสถานที่ประกอบธุรกิจต่างๆ ของท่านมีที่พักผ่อนมีเพียงพอเหมาะสม มีทัศนคติระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ ด้านสถานที่ประกอบธุรกิจต่างๆ ของท่านมีที่นั่งพัก โต๊ะรับประทาน นั่งรับบรรยากาศของตลาดเก่า มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ด้านการเดินทางมาตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีมีความสะดวกสบาย มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ด้านท่านได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางมาประกอบธุรกิจที่ตลาดเก่า มีทัศนคติอย่างเหมาะสมในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และด้าน

สถานที่จอดรถบริเวณตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีมีความสะดวกเหมาะสมและเพียงพอ มีทัศนคติอย่างเหมาะสมในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ตามลำดับ ซึ่งโดยสรุปได้ว่า ด้านความสะดวกของการใช้บริการตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีของผู้ประกอบการร้านค้าประเภทธุรกิจต่างๆ ที่จะมีความสะดวกในการเข้ามาประกอบธุรกิจในตลาดเก่าซึ่งมีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก

4) ทัศนคติทางการตลาดด้านการบรรยากาศในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี

ด้านบรรยากาศและทัศนียภาพของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี มีรูปแบบการจัดสถานที่ผสมผสานระหว่างความเก่าแก่ตามอาคารบ้านเรือนที่ได้รับการปรับปรุงตามยุคตามสมัยที่ผ่านมา ความเก่าแก่ในชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมประเพณีความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ตลาดเก่าปราณบุรี ทำให้บรรยากาศของตลาดเป็นการเรียนรู้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนปราณบุรี ที่ดำเนินชีวิตใกล้สถานีรถไฟปราณบุรี และติดแม่น้ำปราณบุรี เป็นการผสมผสานระหว่างชีวิตคนเมืองในย่านเมืองที่ใกล้สถานีรถไฟ และชีวิตวิถีชาวบ้านริมฝั่งแม่น้ำ เพื่อศึกษาความเป็นอยู่ของบ้านเรือนริมฝั่งแม่น้ำ อาหารและธุรกิจต่างๆ จะดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เริ่มขยายตัวอย่างต่อเนื่องภายใต้การดูแลของผู้นำชุมชน ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว การศึกษาทัศนคติด้านบรรยากาศ อาจจะใช้รูปแบบการสอบถามตามความพึงพอใจของผู้ประกอบการในแง่มุมที่สร้างบรรยากาศของสถานที่ให้ผู้ประกอบการเห็นการขยายธุรกิจของตนเองให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น สร้างงานสร้างอาชีพให้กับชุมชนของตนเอง จึงสามารถสรุปเป็นค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการจัดระดับความเหมาะสม ดังแสดงตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 39 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นทางด้านบรรยากาศในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี

ปัจจัยด้านบรรยากาศในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี	Mean	S.D	ระดับความเหมาะสม
อาคารบ้านเรือนภายในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ยังคงความเป็นตลาดเก่าปราณบุรีได้อย่างสมบูรณ์เหมาะสมกับธุรกิจประเภทต่างๆ	3.55	0.50	มาก
บรรยากาศของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประเภทเครื่องหนังต่อตลาดแห่งนี้มีความน่าสนใจ	3.81	0.66	มาก
ลักษณะการจัดพื้นที่ภายในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรีมีความสะอาด โปร่ง โล่ง สบาย	4.26	0.78	มากที่สุด
บรรยากาศของร้านค้าท่านภายในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี สามารถจูงใจให้ลูกค้าสนใจสินค้า	3.99	0.87	มาก
ท่านชื่นชอบบรรยากาศความเก่าแก่ของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี	3.92	0.75	มาก
ปัจจัยรวมทางด้านบรรยากาศในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี	3.91	0.40	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์ภาพรวมทางด้านบรรยากาศของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี พบว่าระดับความพึงพอใจในด้านบรรยากาศของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี มีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 โดยแยกหัวข้อตามด้านบรรยากาศของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ดังต่อไปนี้ ส่วนใหญ่พบว่า ด้านลักษณะการจัดพื้นที่ภายในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรีมีความสะอาด โปร่ง โล่ง สบาย มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด โดยเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือ ด้านบรรยากาศของร้านค้าภายในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี สามารถจูงใจให้ลูกค้าสนใจสินค้า มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก โดยเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ด้านท่านขึ้นชอบบรรยากาศความเก่าแก่ของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี อยู่ระดับความเหมาะสมในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ด้านบรรยากาศของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประเภทเครื่องหนังต่อตลาดแห่งนี้มีความน่าสนใจ ระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และด้านอาคารบ้านเรือนภายในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ยังคงความเป็นตลาดเก่าปราณบุรีได้อย่างสมบูรณ์เหมาะสมกับธุรกิจประเภทต่างๆ อยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ตามลำดับ สรุปได้ว่าทางด้านบรรยากาศของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อการประกอบธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรีในด้านบรรยากาศของตลาดเก่า จะสามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการสามารถประกอบธุรกิจให้เกิดรายได้เพิ่มมากขึ้น สร้างงานสร้างอาชีพของผู้ประกอบการได้อย่างมากภายใต้บรรยากาศการท่องเที่ยวที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการได้มากขึ้น ในขณะที่เดียวกันอาจเกิดการสร้างการแข่งขันทางธุรกิจของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ซึ่งเมื่อแหล่งท่องเที่ยวได้รับความนิยมมากขึ้น อาจเกิดการเข้ามาแข่งขันของผู้ประกอบการรายใหม่ให้เกิดการแข่งขันในการเข้ามาประกอบกิจการได้มากขึ้น

5) ทศนคติทางการตลาดด้านการบริการในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี

ด้านการบริการในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายภาพรวมของการบริการในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี และการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี การสร้างฐานลูกค้าให้นิยมใช้บริการในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี โดยจัดรูปแบบการส่งเสริมการขายในรูปของการประชาสัมพันธ์การศึกษาทัศนคติด้านการส่งเสริมการขายจึงสามารถสรุปเป็นค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการจัดระดับความเหมาะสม ดังแสดงตามตารางต่อไปนี้

All rights reserved

ตารางที่ 40 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นทางด้านบริการในตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี

ปัจจัยด้านบริการในตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี	Mean	S.D	ระดับความเหมาะสม
ลูกค้ามีความพอใจต่อบริการธุรกิจของท่านในตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี	3.96	0.67	มาก
ธุรกิจของท่านเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าในตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี	3.73	0.76	มาก
ท่านมีการให้ข้อมูลการเก็บรักษาสินค้าธุรกิจประเภทธุรกิจต่างๆให้กับลูกค้าในตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี	4.04	0.69	มาก
ปัจจัยรวมทางด้านบริการในตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี	3.91	0.37	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 40 ผลการวิเคราะห์ภาพรวมทางด้านบริการของตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี พบว่า ระดับความพึงพอใจในด้านบริการของตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี มีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 โดยแยกหัวข้อตามด้านบริการของตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี ดังต่อไปนี้ ส่วนใหญ่พบว่า ด้านท่านมีการให้ข้อมูลการเก็บรักษาสินค้าธุรกิจประเภทธุรกิจต่างๆให้กับลูกค้าในตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก โดยเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมาคือด้านลูกค้ามีความพอใจต่อบริการธุรกิจของท่านในตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก โดยเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และด้านธุรกิจของท่านเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าในตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก โดยเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ตามลำดับ

การสรุปภาพรวมของปัจจัยต่างๆ ทั้ง 5 ด้าน เกี่ยวกับทัศนคติต่อการเข้ามาประกอบกิจการธุรกิจในตลาด 200 ปีปรามบุรี ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพของตลาด 200 ปีปรามบุรี ด้านราคาสินค้าและบริการต่างๆ ในตลาด 200 ปีปรามบุรี ด้านความสะดวกต่อการเข้ามาใช้บริการตลาด 200 ปีปรามบุรี ด้านบรรยากาศของสถานที่ภายในตลาด 200 ปีปรามบุรี และด้านบริการต่างๆ ในตลาด 200 ปีปรามบุรี สรุปได้ว่าทั้ง 5 ด้านปัจจัย เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ประกอบธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี พบว่ามีระดับความเหมาะสมต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการธุรกิจในตลาด 200 ปีปรามบุรี ให้ระดับความเหมาะสมกับด้านความสะดวกต่อการเข้ามาประกอบกิจการธุรกิจในตลาด 200 ปีปรามบุรี สูงที่สุด เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการมีความสนใจที่จะมาประกอบธุรกิจร้านค้าในตลาด 200 ปีปรามบุรี ถึงแม้ว่าจะยินยอมเสียค่าใช้จ่ายเช่าสถานที่เพื่อประกอบกิจการในตลาด แต่ก็ไม่มากนักเนื่องจากผู้จัดสถานที่มีความต้องการให้ร้านค้าต่างๆ สามารถขายกิจการสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวในตลาด 200 ปีปรามบุรี มากขึ้น รองลงมาคือ ด้านบรรยากาศและด้านบริการของการใช้บริการในตลาด 200 ปีปรามบุรี มีระดับความพึงพอใจเท่ากัน เนื่องจากเป็นการสอบถามสภาพแวดล้อมของตลาด และการจัดให้บริการต่างๆ ของผู้จัดสถานที่ให้เข้าร้านค้าของ

ตลาดเป็นสิ่งดึงดูดใจให้ผู้ประกอบการสนใจเปิดกิจการร้านค้าในตลาด 200 ปีปราณบุรี ลำดับต่อมาคือด้านคุณภาพของตลาด 200 ปีปราณบุรี เป็นระดับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้เกิดการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เห็นถึงรูปแบบของตลาดและสภาพตลาดที่จะเกิดการสร้างงานสร้างอาชีพในท้องที่ปราณบุรีอีกแห่งหนึ่งได้ ส่วนระดับความพึงพอใจต่ำที่สุดของปัจจัยของผู้ประกอบการร้านค้าพบว่า ด้านราคาสินค้าที่บริการในตลาด 200 ปีปราณบุรี ให้ความสำคัญน้อยที่สุด แสดงว่า ราคาสินค้าและบริการที่เปิดให้บริการในสายตานักท่องเที่ยวมีราคาถูกเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ส่วนในสายตาของผู้ประกอบการได้รับการรณรงค์จากผู้จัดสถานที่ให้กำหนดราคาสินค้าและบริการในตลาด 200 ปีปราณบุรี ไม่สูงมากเพื่อจูงใจลูกค้าเข้าใช้บริการตลาด แต่ไม่เป็นที่พึงพอใจของผู้ประกอบการที่จะต้องลงทุนและต้องการได้กำไรจากการขายมาก แต่ถูกกำหนดราคาไม่สูง การทำกำไรในตลาดได้น้อยอาจทำให้ผู้ประกอบการในตลาดให้ระดับความพึงพอใจต่อระดับราคาสินค้าและบริการในตลาด 200 ปีปราณบุรี มีระดับต่ำที่สุด อย่างไรก็ตาม ระดับความพึงพอใจยังอยู่ในระดับมาก แสดงว่าผู้ประกอบการยังคงยอมรับระดับราคาสินค้าและบริการของตลาด 200 ปีปราณบุรี ได้ เป็นสาเหตุของการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวและลูกค้ามาใช้บริการในตลาด 200 ปีปราณบุรีมากขึ้น คาดหวังในอนาคตข้างหน้าจะสามารถทำกำไรจากการขายได้มากขึ้นจากการให้ความสำคัญต่อการปริมาณยอดขายให้สูงขึ้น นั่นเอง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาผู้ประกอบการชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี...เศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินการประกอบธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 74 ราย ที่ดำเนินธุรกิจในกิจการธุรกิจต่างๆ ในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี โดยแบ่งออกเป็นสาขาธุรกิจ 7 สาขา ได้แก่ ธุรกิจขนม ธุรกิจเครื่องประดับสตรี ธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้ ธุรกิจอาหาร ธุรกิจเครื่องดื่ม ธุรกิจเครื่องหนัง และธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งแต่ละสาขาธุรกิจมีจำนวนการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันจึงมีการสุ่มแบบชั้นภูมิ ตามสัดส่วนเล็กน้อย เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดนำมาใช้รายงานผลและวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ในรูปของการสัมภาษณ์ในเชิงลึก ซึ่งผลการวิจัยที่ตรงกับหัวข้องานวิจัยคือการศึกษาด้านทุน ผลตอบแทนในการลงทุน และความเป็นไปได้ของธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี เพื่อความยั่งยืนในการประกอบธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาตอนที่ 1 ภาพรวมข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการในสาขา 7 สาขาธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี พอสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง 37 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเพศชาย 37 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 30 คนคิดเป็นร้อยละ 40.50 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 29.70 ผู้ประกอบการมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน โดยส่วนใหญ่ที่สมาชิกตั้งแต่ 1-3 คน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 68.90 ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจมีประสบการณ์ทางธุรกิจส่วนใหญ่ 1-5 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ประกอบธุรกิจประเภทต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจประเภทเสื้อผ้า จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาธุรกิจประเภทอาหาร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ธุรกิจประเภทขนม จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ธุรกิจประเภทเครื่องมือและเครื่องใช้ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 ธุรกิจประเภทเครื่องประดับสตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 ธุรกิจประเภทเครื่องหนัง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 และธุรกิจประเภทเครื่องดื่ม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 ตามลำดับ สำหรับสาเหตุของการเข้าประกอบธุรกิจในตลาดเก่า 200

ปี ปราณบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่า เป็นอาชีพดั้งเดิมที่ทำกันมานาน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 60.81

ผลการศึกษาตอนที่ 2 แสดงต้นทุน ผลตอบแทน และศึกษาความเป็นไปได้ของผู้ประกอบการในสาขาธุรกิจ 7 สาขาธุรกิจที่ดำเนินกิจการในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี โดยการคำนวณผลกำไรที่เกิดขึ้นจากการประกอบกิจการเป็นรายปีได้ดังนี้

ตารางที่ 41 แสดงผลตอบแทนต่อปี 7 สาขาธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี

ประเภทธุรกิจ	งบลงทุน	รายได้ต่อปี	ต้นทุนต่อปี	กำไรต่อปี
1. ธุรกิจขนม	71,950	249,600	159,254	<u>90,346</u>
2. ธุรกิจเครื่องประดับสตรี	28,780	50,064	26,435	<u>23,629</u>
3. ธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้	204,600	310,656	187,720	<u>122,936</u>
4. ธุรกิจเครื่องดื่ม	105,804	278,100	202,501	<u>75,599</u>
5. ธุรกิจอาหาร	477,970	816,000	498,550	<u>317,450</u>
6. ธุรกิจเครื่องหนัง	454,610	354,996	214,105	<u>140,891</u>
7. ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป	564,370	960,000	570,040	<u>389,960</u>

ที่มา: จากการคำนวณและประมาณค่าเฉลี่ย

จากการสัมภาษณ์และการประเมินค่าของธุรกิจ งบลงทุนครั้งแรกของการประกอบธุรกิจสูงสุดคือ ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป มีงบลงทุน เท่ากับ 564,370 บาทต่อปี ทำรายได้สูงสุด เท่ากับ 960,000 บาทต่อปี ต้นทุนการประกอบกิจการ เท่ากับ 570,040 บาทต่อปี และมีกำไรสูงสุดเท่ากับ 389,960 บาทต่อปี

การศึกษาความเป็นไปได้ของการประกอบธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี โดยมีการใช้ดัชนีชี้วัดความเป็นไปได้ของการลงทุนในกิจการอุตสาหกรรมหรือการประกอบธุรกิจ ทั้งหมด 6 ดัชนี ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน อัตราผลตอบแทนต่องบลงทุน (ROI) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) มูลค่าปัจจุบันต่ำสุดที่เกิดจุดคุ้มทุน (NPV) ดัชนีกำไร และอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (IRR) สามารถสรุป 7 ธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรีได้ดังต่อไปนี้ สรุปความเป็นไปได้ของธุรกิจทั้ง 7 สาขาธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี ประเมินค่าได้ว่า ธุรกิจเครื่องดื่ม ได้รับจุดคุ้มทุนก่อนธุรกิจอื่นๆ เท่ากับ 11,950.50 การคำนวณระยะเวลาคืนทุน ระยะเวลาสั้นที่สุด คือ ธุรกิจขนม คืนทุน 10 เดือนเมื่อเปรียบเทียบกับงบลงทุน อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) มีการคำนวณการเปรียบเทียบกำไรต่องบลงทุน อัตราสูงสุดคือ ธุรกิจขนม อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน เท่ากับ ร้อยละ 125.57 อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) มีการคำนวณการเปรียบเทียบกำไรต่อยอดขาย อัตราสูงสุดคือ ธุรกิจเครื่องประดับสตรี อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย เท่ากับ ร้อยละ 47.19 มูลค่าปัจจุบันของกำไรเมื่อ

เปรียบเทียบกับงบลงทุน ในการเปรียบเทียบกำไรในอนาคตมาเป็นปัจจุบัน จากการคำนวณธุรกิจที่มีมูลค่าสูงสุดคือ ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป มูลค่าปัจจุบันเท่ากับ 44,911.30 บาท การคำนวณดัชนีกำไร เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าปัจจุบันของกำไรสะสมกับงบลงทุน ธุรกิจที่มีดัชนีกำไรสูงสุด คือ ธุรกิจเครื่องดื่ม ดัชนีกำไรเท่ากับ 1.11 เท่าของงบลงทุน การประเมินผลตอบแทนสุทธิ ณ จุดคุ้มทุน หรืออัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนเมื่อเปรียบเทียบกระแสเงินสดสุทธิ ณ ปัจจุบันของผลตอบแทนที่ได้รับ (Interest rate: IRR) จากประเมินทั้ง 7 สาขาธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่า ธุรกิจที่ได้รับผลตอบแทนสุทธิสูงสุดคือ ธุรกิจเครื่องประดับสตรี อัตราผลตอบแทนสุทธิ เท่ากับ ร้อยละ 44.79

ผลการศึกษาตอนที่ 3 แสดงทัศนคติของผู้ประกอบการที่มีต่อการประกอบธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่า พบว่าการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยในเรื่องทัศนคติทางด้านคุณภาพ การสอบถามจะพิจารณาปัจจัยทางด้านคุณภาพรวมของการใช้บริการตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่า ซึ่งระดับคุณภาพของการใช้บริการตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่าส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับเหมาะสมในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 ซึ่งปัจจัยทางการตลาดด้านคุณภาพของการใช้บริการตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่าตามรายการย่อยพบว่าส่วนใหญ่ท่านเห็นว่าตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่าแห่งนี้ มีความเหมาะสมกับสินค้าประเภทธุรกิจในตลาดฯ ระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ผลการวิเคราะห์ภาพรวมทัศนคติทางด้านราคาสินค้าประเภทต่างๆ โดยภาพรวมในตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่าอยู่ในระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ซึ่งมีทัศนคติเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านทัศนคติทางการตลาดด้านราคาสินค้าประเภทต่างๆ โดยภาพรวมในตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่า ตามรายการย่อย ส่วนใหญ่พบว่า ทัศนคติทางการตลาดด้านราคาสินค้าประเภทต่างๆ โดยภาพรวมในตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่าด้านสินค้าที่ท่านวางขายในตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่า มีราคาที่เหมาะสมกับการใช้เวลาผลิต มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ทัศนคติทางด้านความสะดวกในภาพรวมเพื่อแสดงถึงการให้บริการตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่า ในพื้นที่อำเภอปรานบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ซึ่งกรณีที่เปรียบเทียบทัศนคติด้านความสะดวกในการใช้บริการในตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่ารายย่อย สังเกตได้จากกรณีแยกตามหัวข้อต่างๆ ด้านปัจจัยความสะดวก ส่วนใหญ่พบว่า ด้านท่านได้รับความสะดวกในการวางจำหน่ายสินค้าในตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่าแห่งนี้ และหัวข้อด้านสถานที่ประกอบธุรกิจต่างๆ ของท่านมีที่พักผ่อนมีเพียงพอเหมาะสม มีทัศนคติระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ผลการวิเคราะห์ภาพรวมทางด้านบรรยากาศของตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่า พบว่าระดับความพึงพอใจในด้านบรรยากาศของตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 โดยแยกหัวข้อตามด้านบรรยากาศของตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่า ดังต่อไปนี้ ส่วนใหญ่พบว่า ด้านลักษณะการจัดพื้นที่ภายในตลาดเก่า 200 ปี ปรากฏว่ามีความสะอาด โปร่ง โล่ง สบาย มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด โดยเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ผลการวิเคราะห์ภาพรวมทางด้านบริการของ

ตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี พบว่า ระดับความพึงพอใจในด้านบริการของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี มีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 โดยแยกหัวข้อตามด้านบริการของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ดังต่อไปนี้ ส่วนใหญ่พบว่า ด้านท่านมีการให้ข้อมูลการเก็บรักษาสินค้าธุรกิจประเภทธุรกิจต่างๆให้กับลูกค้าในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก โดยเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

สรุปได้ว่าทั้ง 5 ด้านปัจจัย เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ประกอบธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี พบว่ามีระดับความเหมาะสมต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการธุรกิจในตลาด 200 ปีปราณบุรี ให้ระดับความเหมาะสมกับด้านความสะดวกต่อการเข้ามาประกอบกิจการธุรกิจในตลาด 200 ปีปราณบุรี สูงที่สุด เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการมีความสนใจที่จะมาประกอบธุรกิจร้านค้าในตลาด 200 ปีปราณบุรี ถึงแม้ว่าจะยินยอมเสียค่าใช้จ่ายเช่าสถานที่เพื่อประกอบกิจการในตลาด แต่ก็ไม่มากนักเนื่องจากผู้จัดสถานที่มีความต้องการให้ร้านค้าต่างๆ สามารถขายกิจการสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวในตลาด 200 ปีปราณบุรี มากขึ้น

2. อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในงานวิจัยสามารถพบผลการศึกษาที่ทำการศึกษา ในครั้งนี้ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 ทราบพฤติกรรมกรรมการประกอบกิจการธุรกิจในชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจ 7 สาขาธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี มีทั้งผู้ประกอบการเพศหญิงและเพศชายสัดส่วนเท่ากัน ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบมัธยมศึกษาตอนต้น ผู้ประกอบการมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน โดยส่วนใหญ่ที่สมาชิกตั้งแต่ 1-3 คน ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจมีประสบการณ์ทางธุรกิจส่วนใหญ่ 1-5 ปี ผู้ประกอบการเป็นผู้ประกอบธุรกิจประเภทต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจประเภทเสื้อผ้า รองลงมาธุรกิจประเภทอาหาร ธุรกิจประเภทขนม ธุรกิจประเภทเครื่องมือและเครื่องใช้ ธุรกิจประเภทเครื่องประดับสตรี ธุรกิจประเภทเครื่องหนัง และธุรกิจประเภทเครื่องดื่ม ตามลำดับ ทำให้ธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี มีการเจริญเติบโตเพิ่มจำนวนสาขาธุรกิจมากขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างเศรษฐกิจของชุมชนแบบขยาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ สำหรับสาเหตุของการเข้าประกอบธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่า เป็นอาชีพดั้งเดิมที่ทำกันมานาน และส่วนใหญ่ใช้ทุนส่วนตัวดำเนินกิจการ เพื่อสร้างความมั่นคงของกิจการโดยพยายามรักษาระดับเศรษฐกิจของตนเองและใช้เงินทุนหมุนเวียนที่ได้รับในแต่ละครั้งที่ประกอบกิจการนำมาหมุนเวียนเพื่อใช้จ่าย

2.2 ทราบศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการประกอบกิจการธุรกิจในชุมชนตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี งบลงทุนครั้งแรกของการประกอบธุรกิจสูงสุดคือ ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป มีงบลงทุนในการดำเนินกิจการสูงสุด เนื่องจากความจำเป็นในการต้องสะสมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในแต่ละครั้งของการขายเพื่อ

รองรับการเปลี่ยนแปลงความนิยมของเสื้อผ้าแต่ละช่วงเวลา ทำให้การลงทุนมีงบเงินทุนหมุนเวียนในการสต็อกเสื้อผ้ามูลค่าสูงเพื่อให้ทางเลือกแก่ลูกค้าในการเลือกซื้อเสื้อผ้าได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น ส่วนระดับรายได้สูงสุดในการขายของกิจการด้วยปริมาณยอดขาย ประกอบกับระดับราคาขายเหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจ ต้นทุนการประกอบกิจการ สูงสุดและมีกำไรผลตอบแทนสูงสุด จากการศึกษาทำให้กิจการเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีการแข่งขันกันสูงมากขึ้น รองลงมากิจการธุรกิจอาหารที่มีงบลงทุน รายได้ ต้นทุนและผลตอบแทนสูงเช่นเดียวกัน เนื่องจากกิจการอาหารนับเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างความนิยมในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี การสร้างชื่อเสียงและความนิยมของอาหารให้เป็นที่ยอมรับทำให้การแข่งขันการสร้างฐานลูกค้าให้ย้อนกลับมาใช้บริการในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรีอีกครั้ง ทำให้กิจการเกิดการแข่งขันกันมากขึ้น รองลงมาคือ กิจการธุรกิจเครื่องหนัง ธุรกิจเครื่องมือเครื่องใช้ ธุรกิจขนม ธุรกิจเครื่องดื่ม และธุรกิจเครื่องประดับสตรี ตามลำดับ อย่างไรก็ตามทุกธุรกิจมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้ตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรีเป็นที่ยอมรับและความนิยมโดยมีธุรกิจต่างๆ ช่วยกันสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ

2.3 ทราบการประเมินความเป็นไปได้ในการเลือกแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแก่ประชาชนผู้ประกอบการธุรกิจในชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี โดยมีการใช้ดัชนีชี้วัดความเป็นไปได้ของการลงทุนในกิจการอุตสาหกรรมหรือการประกอบธุรกิจ ทั้งหมด 6 ดัชนี ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน อัตราผลตอบแทนต่อลงทุน (ROI) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) มูลค่าปัจจุบันต่ำสุดที่เกิดจุดคุ้มทุน (NPV) ดัชนีกำไร และอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (IRR) สามารถสรุป 7 ธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรีได้ดังต่อไปนี้ สรุปความเป็นไปได้ของธุรกิจทั้ง 7 สาขาธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี ประเมินค่าได้ว่า ธุรกิจเครื่องดื่ม ได้รับจุดคุ้มทุนก่อนธุรกิจอื่นๆ เนื่องจากกำไรจากการขาย และมีต้นทุนคงที่ลงทุนมูลค่าน้อยประกอบกัน ด้านระยะเวลาคืนทุน ระยะเวลาสั้นที่สุด คือ ธุรกิจขนม คืนทุน 10 เดือนเมื่อเปรียบเทียบกับงบลงทุน ถึงแม้ว่ากิจการธุรกิจขนม มีกำไรจากการขายได้มากประกอบกับการลงทุนเริ่มต้นไม่ต้องใช้งบลงทุนมากนัก ทำให้สามารถคืนทุนได้เร็ว ด้านอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) มีการคำนวณการเปรียบเทียบกำไรต่อลงทุน อัตราสูงสุดคือ ธุรกิจขนม อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน เท่ากับ ร้อยละ 125.57 เปรียบเทียบว่างบลงทุนเป็น ร้อยละ 100 ได้ผลตอบแทนมากกว่าบที่ลงทุน คือร้อยละ 125.57 สามารถเป็นการประเมินการคืนทุนเร็วได้ ด้านอัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) มีการคำนวณการเปรียบเทียบกำไรต่อยอดขาย อัตราสูงสุดคือ ธุรกิจเครื่องประดับสตรี อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย เท่ากับ ร้อยละ 47.19 การรับมาขายไปของกิจการทำให้ได้รับผลตอบแทนต่อยอดขายสูงกว่ากิจการอื่นๆ ด้านมูลค่าปัจจุบันของกำไรเมื่อเปรียบเทียบกับงบลงทุน ในการเปรียบเทียบกำไรในอนาคตมาเป็นปีปัจจุบัน จากการคำนวณธุรกิจที่มีมูลค่าสูงสุดคือ ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป มูลค่าปัจจุบันเท่ากับ 44,911.30 บาท เมื่อหักงบลงทุน ณ ปีปัจจุบัน การได้กำไรจากกิจการทำให้สามารถได้รับมูลค่าผลตอบแทนจากเงินกำไรที่คาดว่าจะได้ในอนาคต มาเป็นมูลค่าผลตอบแทนใน

ปีปัจจุบันตามอัตราผลตอบแทนที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยกู้ยืมเพื่อสร้างกิจการในปัจจุบัน ซึ่งคิดอัตราอยู่ร้อยละ 8 ถึงร้อยละ 10 ด้านการคำนวณดัชนีกำไร เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าปัจจุบันของกำไรสะสมกับงบลงทุน ธุรกิจที่มีดัชนีกำไรสูงสุด คือ ธุรกิจเครื่องดื่ม ดัชนีกำไรเท่ากับ 1.11 เท่าของงบลงทุน การประเมินผลตอบแทนสุทธิ ณ จุดคุ้มทุน หรืออัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนเมื่อเปรียบเทียบกระแสเงินสดสุทธิ ณ ปีปัจจุบันของผลตอบแทนที่ได้รับ (Interest rate: IRR) จากประเมินทั้ง 7 สาขาธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี ธุรกิจที่ได้รับผลตอบแทนสุทธิสูงสุด คือ ธุรกิจเครื่องประดับสตรี อัตราผลตอบแทนสุทธิ เท่ากับ ร้อยละ 44.79 โดยสรุปการรายงานผลการศึกษาของแต่ละธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีนั้น ไม่ได้เปรียบเทียบว่าธุรกิจใดได้ผลตอบแทนมากกว่าธุรกิจอื่นๆ แต่ให้พิจารณาถึงธุรกิจต่างๆ ในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ว่าทุกธุรกิจมีความเป็นไปได้ในการดำเนินกิจการ และยังสามารถเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการรายใหม่ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการเลือกประกอบกิจการธุรกิจทั้ง 7 สาขาธุรกิจ ตามความชำนาญ ความชอบ ประสบการณ์และปัจจัยที่จะเป็นแนวทางในการเลือกประกอบกิจการในตลาดแห่งนี้ได้อย่างไม่ต้องมีความเสี่ยงต่อการขาดทุน ถ้าได้เริ่มต้นกิจการในตลาดแห่งนี้

2.4 ทราบความพึงพอใจต่อตลาดเก่าปราณบุรีเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดแก่ชุมชน ระดับคุณภาพของการใช้บริการตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับเหมาะสมในเกณฑ์มาก ซึ่งปัจจัยทางการตลาดด้านคุณภาพของการใช้บริการตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีตามรายการย่อย พบว่าส่วนใหญ่ท่านเห็นว่าตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีแห่งนี้ มีความเหมาะสมกับสินค้าประเภทธุรกิจในตลาดฯ ระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ผลการวิเคราะห์ภาพรวมทัศนคติทางด้านราคาสินค้าประเภทต่างๆ โดยภาพรวมในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีอยู่ในระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ซึ่งมีทัศนคติเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านทัศนคติทางด้านการตลาดด้านราคาสินค้าประเภทต่างๆ โดยภาพรวมในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ตามรายการย่อย ส่วนใหญ่พบว่า ทัศนคติทางด้านการตลาดด้านราคาสินค้าประเภทต่างๆ โดยภาพรวมในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีด้านสินค้าที่ท่านวางขายในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี มีราคาที่คุ้มค่ากับการใช้เวลาผลิต มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ทัศนคติทางด้านความสะดวกในภาพรวมเพื่อแสดงถึงการให้บริการตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ในพื้นที่อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ซึ่งกรณีที่เปรียบเทียบทัศนคติด้านความสะดวกในการใช้บริการในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีรายย่อย สังเกตได้จากกรณีแยกตามหัวข้อต่างๆ ด้านปัจจัยความสะดวก ส่วนใหญ่พบว่า ด้านท่านได้รับความสะดวกในการวางจำหน่ายสินค้าในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีแห่งนี้ และหัวข้อด้านสถานที่ประกอบธุรกิจต่างๆ ของท่านมีที่พักผ่อนมีเพียงพอเหมาะสม มีทัศนคติระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก ผลการวิเคราะห์ภาพรวมทางด้านบรรยากาศของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี พบว่าระดับความพึงพอใจในด้านบรรยากาศของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี มีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มาก โดยแยกหัวข้อตามด้านบรรยากาศของตลาดเก่า 200 ปี

ปราณบุรี ดังต่อไปนี้ ส่วนใหญ่พบว่า ด้านลักษณะการจัดพื้นที่ภายในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรีมีความสะอาด โปร่ง โล่ง สบาย มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ผลการวิเคราะห์ภาพรวมทางด้านบริการของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี พบว่า ระดับความพึงพอใจในด้านบริการของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี มีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มาก โดยแยกหัวข้อตามด้านบริการของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ดังต่อไปนี้ ส่วนใหญ่พบว่า ด้านท่านมีการให้ข้อมูลการเก็บรักษาสินค้าธุรกิจประเภทธุรกิจต่างๆให้กับลูกค้าในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี มีระดับความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาก สรุปได้ว่า ทั้ง 5 ด้านปัจจัย เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ประกอบการธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี พบว่า มีระดับความเหมาะสมต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการธุรกิจในตลาด 200 ปีปราณบุรี ให้ระดับความเหมาะสมกับด้านความสะดวกต่อการเข้ามาประกอบกิจการธุรกิจในตลาด 200 ปีปราณบุรี สูงที่สุด เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีความสนใจที่จะมาประกอบธุรกิจร้านค้าในตลาด 200 ปีปราณบุรี

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะทางการวิจัยในเรื่องการศึกษาผู้ประกอบการชุมชนตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี...เศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นกรณีศึกษาเฉพาะพื้นที่จำกัด เพียงชุมชนตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จึงได้ผลสรุปในระดับลึกเพื่อหาแนวทางปรับกลยุทธ์ในระดับชุมชน ในงานวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณากรณีศึกษาขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อหาภาพรวมของการแข่งขันในระดับการเปรียบเทียบตลาดต่างๆ ที่จะวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการประกอบธุรกิจที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในระดับตลาดให้ขยายตัวมากยิ่งขึ้น

3.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดแนวทางการปรับกลยุทธ์ต่อการแข่งขันกับธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรีในปัจจุบัน การแสวงหาวิธีการลดต้นทุนแต่ยังคงรักษาคุณภาพของสินค้าในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี ส่วนการแสวงหาการปรับกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาดทั้งด้านราคาสินค้า ด้านสินค้า ด้านการบริหารจัดการ ล้วนแล้วแต่เป็นแนวทางกลยุทธ์ต่างๆ ที่ผู้วิจัยพยายามหาคำตอบเพื่อเป็นแนวทางในการช่วยเหลือผู้ประกอบการให้นำไปเป็นแนวทางในการปรับภาพการณ์แข่งขันต่อธุรกิจตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี ในปัจจุบันให้สามารถแข่งขันกับตลาดต่างๆ ในชุมชนจังหวัดอื่นให้ได้มากขึ้น เพื่อป้องกันการถูกแย่งส่วนแบ่งตลาดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งมักจะทำการตลาดในลักษณะของตลาดพื้นที่ที่มีอัตลักษณ์ของชุมชนที่ใกล้เคียงกับศิลปวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อสร้างเป็นจุดขายให้กับตลาดในจังหวัด ซึ่งคาดหวังว่างานวิจัยในครั้งนี้เป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อให้ตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี สามารถแข่งขันกับตลาดสร้างอัตลักษณ์ในพื้นที่อื่นๆ ในปัจจุบันและในอนาคตได้มากขึ้นนั่นเอง

นอกจากนี้ ในบทสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการในตลาดเก่า 200 ปี ปรานบุรี จะเข้าไปในเชิงของการศึกษาต้นทุนความเป็นไปได้ของโครงการประกอบธุรกิจในรูปแบบของสร้างเศรษฐกิจให้เกิดกับสาขาธุรกิจต่างๆ 7 สาขาที่เกิดขึ้นโดยทั่วไปในพื้นที่อื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจที่ทำการศึกษากับพื้นที่อื่นๆ ได้ทำการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับผู้สนใจ ในงานวิจัยครั้งต่อไปอาจจะต้องเพิ่มสาขาธุรกิจให้มากขึ้นเพื่อสามารถศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจเพื่อสามารถดำเนินธุรกิจที่ทำการศึกษาได้อย่างที่จะทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการขาดทุนของกิจการ สำหรับผู้สนใจที่จะเข้ามาทำธุรกิจในสาขาที่งานวิจัยฉบับนี้ได้นำเสนอมาก

ในงานวิจัยครั้งนี้ อาจจะพิจารณาข้อคำถามน้อยเกินไปในส่วนของการบริหารจัดการ และไม่ครอบคลุมกับการตอบคำถามของปัญหาทางการบริหารจัดการของผู้ประกอบการในตลาดเก่า 200 ปี ปรานบุรี เพื่อตอบคำถามในรูปแบบของหลักการตลาด หลักการจัดการให้มากนัก ซึ่งผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะสามารถให้แนวทางต่องานวิจัยต่อไปให้สามารถได้ข้อมูลที่ครอบคลุมในการพิจารณาด้านการตลาดด้านการจัดการของธุรกิจต่างๆ ได้มากขึ้น ซึ่งถือว่ากิจการธุรกิจที่ทำการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ สามารถตอบคำถามความเป็นไปได้ของกิจการในเชิงการเงิน และการลงทุนได้ไม่มากนักน้อย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

บรรณานุกรม

กลุ่มวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ สำนักบริการข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 3 มีนาคม 2552.

ข้อมูลสถิติร้านค้าปลีก. <http://www.dbd.go.th>.

ฐิติกาญจน์ ศรชนะรัตน์. 2550. การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการทำสวนกาแฟอาราบิก้า
อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่.

รุ่งไพลิน อ้อดผล. 2554. การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนผลิตมะนาวในฤดูกับนอก
ฤดูในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร.

เรืองฤทธิ์ ดั่งดิลี. 2550. “ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลตอบแทนทางการเงินของเงิน
ลงทุนระหว่างการปลูกยางพาราและการปลูกข้าวใน อำเภอศรีสงคราม จังหวัด
นครพนม”

ปราณี ฐิติธากุล. 2551. “ได้ศึกษาเรื่องการตลาดผลมะนาวสด: ศึกษาเฉพาะกรณีเกษตรกร อำเภอ
ท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี”

วนิดา สุวรรณประภา. 2548. การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนผลิตเห็ดหอม อำเภอ
แม่ทะ จังหวัดลำปาง.

วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง. 2555. การศึกษาน้ำมันมะพร้าว... พี่ชแปรรูปเศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่ม
ทางเศรษฐกิจ. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขต
วังไกลกังวล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.

สมใจ พิมล. 2544. การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนผลิตทุเรียนและลองกองใน
พื้นที่ลุ่มน้ำสาขาแม่น้ำปัตตานีตอนบน.

สุพาดา สิริกุต. 2548 .การบัญชีเพื่อการจัดการ.กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด

สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2553. การเงินธุรกิจ.

พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์และดวงมณี โกมารทัต. 2552. การบัญชีต้นทุน 2.

กรุงเทพฯ : แมคกอก-ฮิลอินเตอร์เนชั่นแนล เอ็นเตอร์ไพรส์,อิงค์.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง การวิเคราะห์เปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนเกี่ยวกับธุรกิจ

ตลาดเก่าสองร้อยปี ปราณบุรี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา การค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ จึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านโปรดให้ข้อมูลในแบบสอบถามนี้ซึ่งจะนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาและนำเสนอในรูปแบบทสรุปรต่อสาธารณชนเท่านั้น จึงใคร่ขอความกรุณาให้ข้อมูลตามความเป็นจริง เพื่อเป็นประโยชน์ดังกล่าว พร้อมนี้ขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 3 ส่วน กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้ครบทุกข้อ และโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หน้าคำตอบที่ท่านเลือกและให้รายละเอียดเพิ่มเติมในแต่ละหัวข้อดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี

1. เพศ ชาย หญิง

2. อายุของเจ้าของธุรกิจ

- ต่ำกว่า 30 ปี 31 – 45 ปี
 46 – 60 ปี 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- ประถมศึกษา/ต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนต้น
 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ ปวส.
 ปริญญาตรี อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. ท่านมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ

- 1 - 5 ปี 6- 10 ปี
 11- 15 ปี มากกว่า 15 ปี

5. ประเภทที่ท่านนำมาผลิตในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี

- ธุรกิจขนม ธุรกิจอาหาร
 ธุรกิจเสื้อผ้า ธุรกิจเครื่องประดับสตรี
 ธุรกิจเครื่องมือและเครื่องใช้ ธุรกิจเครื่องดื่ม
 ธุรกิจเครื่องหนัง
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. ปัจจุบันท่านผลิตธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปริมาณบุรีจำนวน.....ชิ้น/วัน
 แบ่งเป็นประเภท.....จำนวน.....ชิ้น/วัน
 แบ่งเป็นประเภท..... จำนวน.....ชิ้น/วัน
 แบ่งเป็นประเภท..... จำนวน.....ชิ้น/วัน
 แบ่งเป็นประเภท..... จำนวน.....ชิ้น/วัน
 แบ่งเป็นประเภท..... จำนวน.....ชิ้น/วัน

7. สาเหตุที่ท่านเลือกทำธุรกิจ

- เพื่อนแนะนำ ตลาดมีความต้องการสูง
 เป็นอาชีพดั้งเดิมที่ทำมานาน ผลตอบแทนสูง
 ผลิตและดูแลง่าย อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. ปัจจุบันท่านผลิตธุรกิจในตลาดโดยใช้เงินทุนมาจากที่ใด

- เงินลงทุนของตัวเอง
 เงินลงทุนที่กู้จากรธนาคาร
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

กรณีกู้ ท่านกู้เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น.....บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ.....ต่อปี
 ปี พ.ศ. ที่เริ่มกู้..... อายุเงินกู้.....ปี จำนวนเงินที่กู้คงเหลือ.....บาท

9. นอกจากประกอบธุรกิจในตลาดเก่า 200 ปี ปริมาณบุรีท่านประกอบธุรกิจอื่นหรือไม่

- ไม่ประกอบธุรกิจ ประกอบธุรกิจ ประเภท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจ

ต้นทุนคงที่

เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตสินค้าในธุรกิจในตลาด

รายการ	จำนวน	ราคา/หน่วย	รวมเป็นเงิน	อายุใช้งาน	ค่าซ่อมแซม/ปี
	(หน่วย)	(บาท)	(บาท)	(ปี)	(บาท)
อุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในร้าน					
อุปกรณ์การผลิต					
อุปกรณ์เพื่อการบรรจุหีบห่อ					

ส่วนที่ 3

ทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทธุรกิจต่างๆ ต่อตลาดเก่า 200 ปี ปรามบุรี
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ภาพลักษณ์ผู้ประกอบการต่อ ตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง (1)
<u>ด้านคุณภาพในตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี</u>					
ท่านเห็นว่าตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรีแห่งนี้ มี ความเหมาะสมกับสินค้าประเภทธุรกิจในตลาดฯ					
ท่านพบพื้นที่ที่ท่านสนใจและชื่นชอบอยู่ในตลาด เก่า 200 ปีปรามบุรีแห่งนี้					
ท่านมีความมั่นใจในตลาดเก่า 200 ปีปรามบุรี					
ท่านพบว่าอาคารสถานที่ในตลาดเก่า 200ปี ปรามบุรีแห่งนี้ มีการพัฒนาและอนุรักษ์ไว้เป็น อย่างดี					
ท่านพบว่าอาคารสถานที่ในตลาดเก่า 200ปี ปรามบุรีแห่งนี้มี <u>เสน่ห์แห่งประวัติศาสตร์ และ</u> <u>วัฒนธรรมชุมชนต่อธุรกิจประเภทธุรกิจในตลาด</u> <u>ฯ</u>					
ท่านพบว่าอาคารสถานที่ในถนนคนเดินตลาดเก่า 200ปีปรามบุรีแห่งนี้มี <u>อาคารบ้านเรือนที่มีศิลปะ</u> <u>สถาปัตยกรรมชุมชนต่อธุรกิจประเภทธุรกิจใน</u> <u>ตลาดฯ</u>					
ท่านพบว่าอาคารสถานที่ในตลาดเก่า 200ปี ปรามบุรีแห่งนี้มี <u>ความเป็นตลาดเก่าโบราณต้อง</u> <u>ตามรูปแบบการจัดร้านค้าต่อธุรกิจประเภท</u> <u>ธุรกิจในตลาดฯ</u>					

ภาพลักษณ์ผู้ประกอบการต่อ ตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง (1)
ด้านราคาสินค้าในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี					
สินค้าของท่านมีราคาที่เหมาะสมในการจำหน่าย ที่ตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี					
สินค้าที่ท่านวางขายในตลาดเก่า 200 ปี ปราณ บุรี มียอดขายการจำหน่ายสินค้าตามเป้าหมาย ของท่าน					
สินค้าที่ท่านวางขายในตลาดเก่า 200ปี ปราณบุรี มีราคาที่คุ้มค่ากับการใช้เวลาผลิต					
ราคาสินค้าที่ท่านวางขายในตลาดเก่า 200ปี ปราณบุรี มีการแสดงราคาหรือป้ายบอกไว้อย่าง ชัดเจน					
ด้านความสะดวกในตลาดเก่า 200 ปี ปราณ บุรี					
ท่านได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางมา ประกอบธุรกิจที่ตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีแห่งนี้ (ห้องน้ำ, ที่ทิ้งขยะ)					
การเดินทางมาตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีมีความ สะดวกสบาย					
สถานที่จอดรถบริเวณตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี มีความสะดวกเหมาะสมและเพียงพอ					
ท่านได้รับความสะดวกในการวางจำหน่ายสินค้า ในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีแห่งนี้					
สถานที่ประกอบธุรกิจต่างๆ ของท่านมีที่พักผ่อน มีเพียงพอเหมาะสม					
สถานที่ประกอบธุรกิจต่างๆ ของท่านมีที่นั่งพัก ไ้ได้รับประทาน น้กินบรรยากาศของตลาด					

ภาพลักษณ์ผู้ประกอบการต่อ ตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่ แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (1)
ด้านบรรยากาศในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี					
อาคารบ้านเรือนภายในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี ยังคงความเป็นตลาดเก่าปราณบุรีได้อย่างสมบูรณ์ เหมาะสมกับธุรกิจประเภทเครื่องหนัง					
บรรยากาศของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรีเป็นส่วน หนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประเภทเครื่องหนังต่อตลาดแห่งนี้ มีความน่าสนใจ					
ลักษณะการจัดพื้นที่ภายในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรีมีความสะอาด โปร่ง โล่ง สบาย					
บรรยากาศของร้านค้าภายในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี สามารถจูงใจให้ลูกค้าสนใจสินค้า					
ท่านชื่นชอบบรรยากาศความเก่าแก่ของตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี					
ด้านการบริการในตลาดเก่า 200 ปี ปราณบุรี					
ลูกค้ามีความพอใจต่อธุรกิจของท่านในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี					
ธุรกิจของท่านเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการ ผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าในตลาดเก่า 200 ปีปราณบุรี					
ท่านมีการให้ข้อมูลการเก็บรักษาสินค้าธุรกิจ ประเภทต่างๆให้กับลูกค้าในตลาดเก่า 200 ปีปราณ บุรี					

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับธุรกิจประเภทต่างๆและตลาดเก่า 200 ปี ปรานบุรี
และข้อคิดเห็นอื่น ๆ(ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

****ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้****

วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง

ผู้ออกแบบแบบสอบถาม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ (ภาษาไทย) นางวีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง
(ภาษาอังกฤษ) Mrs. Veerawan Pinchompholsang
2. ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 7
3. หน่วยงานที่อยู่ติดต่อได้พร้อมโทรศัพท์และโทรสาร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล
ช.หัวหิน 88 ถ. เพชรเกษม ต.เขาพิทักษ์ อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77110
โทรศัพท์ 0 3251 2052 ต่อ 3802 โทรสาร 0 3253 6299
4. ประวัติการศึกษา
 - พ.ศ. 2542 จบการศึกษาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 - พ.ศ. 2536 จบการศึกษาศิลปศาสตรบัณฑิต วิชาเอกประวัติศาสตร์เศรษฐกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
 - พ.ศ. 2543 จบการศึกษาเศรษฐศาสตรบัณฑิต วิชาเอกเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
5. สาขาวิชาที่มีความชำนาญพิเศษ ระบุสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศโดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการ หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย เป็นต้น
 - 6.1 หัวหน้าโครงการวิจัย :
 - ศึกษาพฤติกรรมการใช้น้ำมันไบโอดีเซลในพื้นที่อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในปี 2545
 - ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของร้านขายของชำที่มีต่อการเปิดร้านมินิมาร์มและห้างสรรพสินค้าในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในปี 2553
 - ศึกษาอุปสงค์ของพลังงานทดแทนในยานพาหนะในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในปี 2554
 - การศึกษาน้ำมันมะพร้าว... พืชแปรรูปเศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ในปี 2555

- หัวใจโป้ว... พืชแปรรูปเศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดราชบุรี กรณีศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ในปี 2556



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved