

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการตลาดนัด
ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่

A FEASIBILITY STUDY ON THE INVESTMENT IN FLEA MARKET PROJECT ON
NIMMANHAEMIN ROAD, CHIANG MAI PROVINCE

รัชพล สรณถาวรกุล* และตุลยา ตูลาติลก**

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการตลาดนัด บริเวณถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคและศึกษาแผนการดำเนินงานรวมถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภค จำนวน 200 คน และใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการตลาดนัด จำนวน 2 คน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศ อายุ 19-24 ปี ประกอบอาชีพนักเรียน-นักศึกษา ชอบมาเดินตลาดนัดในวันศุกร์ และประเภทของสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุดคือประเภทอาหาร-เครื่องดื่ม จากการศึกษายังพบว่า กลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ทั้งคุณภาพ ราคา ความหลากหลาย รวมถึงสินค้ามีมาตรฐาน อีกทั้งจากการวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกของโครงการ มีข้อได้เปรียบในเรื่องทำเลที่ตั้ง ติดแหล่งท่องเที่ยวถนนนิมมานเหมินท์ และอยู่ใกล้กับสถานศึกษา ทั้งโรงเรียนและมหาวิทยาลัย ดังนั้นทางโครงการจึงมีการจัดสรรพื้นที่ภายในตลาดโดยมีการแบ่งโซนสินค้าอย่างชัดเจนและมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค เช่น โต๊ะ-เก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทานอาหาร ห้องน้ำ เป็นต้น

การวิเคราะห์ทางการเงินและใช้เงินลงทุน 1,000,000 บาท โดยเป็นเงินทุนที่เป็นส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด จากการวิเคราะห์และจัดทำงบการเงินพบว่า โครงการมีรายได้ต่อปีอยู่ที่ 850,080 บาท แต่มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ติดลบและมีระยะเวลาในการคืนทุน 4 ปี 9 เดือน เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและการตลาดจำนวนมาก ดังนั้นโครงการ “กาดนัด@ประเสริฐแลนด์” จึงเป็นธุรกิจที่ไม่แนะนำให้ลงทุน แต่สามารถนำข้อมูลไปทำการวิจัยเพื่อต่อยอดในอนาคตได้

ABSTRACT

This research is to study “A Feasibility Study of Investment Project Flea Market in Nimmanhaemin Road area, Chiang Mai Province”. The objective is to study the consumer behavior, the action plan and the problem happening in the future by using the questionnaire as a tool to gather the data from the group of 200 customers and in-depth interview with 2 entrepreneurs.

The results of research show that the majority of customers, which have age between 19 – 24 years old and occupation as students in school and university, chooses to go to the flea market on Friday, and food and beverages are the most commonly purchased products. Furthermore, the research also shows

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

that the customers pay attention to the product factors such as quality, price, variety and standard. Analyzing the both internal and external factors of the flea market project, there is the advantage of location, which is near Nimmanhaemin Road and the education zone as school and university. Moreover, the project has allocated the space in the market by explicitly dividing the product zone and providing facilities for the customers such as tables, chairs, and toilets.

In terms of financial analysis, 1,000,000 baht was invested by using all of owner's capital. With the analysis and preparing financial statements, the project received the income 850,080 baht per year. However, Net present value (NPV) and internal rate of return (IRR) are negative, and the duration for payback is 4.9 years since there are high expenses in the action and the marketing. Thus, Kad Nat @ Prasert Land business does not be recommended for investing, but these data could be used for studying in the future.

บทนำ

ปัจจุบันเจ้าของที่ดินส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ นิยมนำที่ดินไปสร้างเป็นอาคาร บ้าน คอนโดมิเนียม ซึ่งจำเป็นต้องใช้เงินทุนในการสร้างเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ มีทางเลือกของการลงทุนที่สามารถสร้างประโยชน์แก่ที่ดินเปล่า คือการทำ "ตลาดนัด" เนื่องจากใช้เงินลงทุนที่น้อยกว่าการทำอาคารต่าง ๆ และมีความเสี่ยงที่ต่ำ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ตลาดนัดยังเป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้าหรือช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถสร้างรายได้ให้กับพ่อค้าแม่ค้า หรือผู้ประกอบการ และสามารถสร้างรายได้ให้กับเจ้าของที่ดินได้เช่นกัน บทความวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการตลาดนัดในรูปแบบตลาดนัดกลางแจ้ง อีกทั้งอนาคตสามารถขยายตัวและเติบโตไปได้ไกลอย่างแน่นอน

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดที่ผู้ศึกษาใช้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการ เป็นการศึกษา รวบรวมและวิเคราะห์ เพื่อประเมินข้อดี ข้อเสีย และผลตอบแทนของโครงการ ว่าคุ้มค่าที่จะทำหรือไม่ โดยทำการศึกษาความเป็นไปได้ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านตลาด ด้านเทคนิค ด้านการบริหารจัดการ และด้านการเงิน (อิสรา ธีระวัฒน์สกุล, 2546) โดยมีรายละเอียดในการวิเคราะห์ดังนี้

การวิเคราะห์ด้านสิ่งแวดล้อมโครงการ จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้เครื่องมือ PESTEL Analysis (Bright hup PM project management, 2554) ประกอบด้วย 1) ด้านการเมือง (Political: P) 2) ด้านเศรษฐกิจ (Economics: E) 3) ด้านสังคม (Social: S) 4) ด้านเทคโนโลยี (Technology: T) 5) ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก (Environment: E) และ 6) ด้านกฎหมาย (Legal: L)

การวิเคราะห์ด้านการตลาด เป็นการวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก โดยเครื่องมือที่ใช้ คือ STP Model (ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555) มีการแบ่งการทำงานเป็น 3 ขั้นตอน เริ่มจากบางส่วนตลาด กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และทำการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งผู้วิจัยยังได้ศึกษาทฤษฎีการใช้ส่วนประสมทางการตลาด สำหรับธุรกิจแบบบริการ ประกอบด้วยปัจจัย 7 อย่าง (7Ps) คือ 1) ผลิตภัณฑ์และบริการ 2) ราคา 3) การจัดจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาด 5) บุคคลและพนักงาน 6) กระบวนการและ 7) สิ่งแวดล้อมหรือลักษณะทางกายภาพ

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค เพื่อวางแผนกระบวนการทำงานที่ให้ความสอดคล้องกับโครงการ ซึ่งจะกำหนดเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ วัสดุ และวัตถุดิบต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในกระบวนการทำงานโดยใช้ต้นทุนการผลิตที่ต่ำและใช้ทรัพยากรที่มีให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยจะนำข้อมูลที่นำมาประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของโครงการ

การวิเคราะห์ด้านการบริหารจัดการ เพื่อเลือกรูปแบบในการดำเนินงาน ตำแหน่งหน้าที่ และจำนวนบุคลากร ภายในโครงการ รวมถึงการประมาณการต้นทุนด้านการบริหารจัดการ และการบริหารเงินทุนหมุนเวียนภายในโครงการให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดในการทำงาน

ด้านการเงิน เพื่อประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนของโครงการโดยจะเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทนหรือรายได้ที่เกิดจากโครงการกับต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของโครงการ และประเมินผลตอบแทนจากการลงทุนในโครงการด้วยการนำข้อมูลทางการเงินไปวิเคราะห์ ระยะเวลาคืนทุน (Payback period: PB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) และการวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis)

วิธีการดำเนินการวิจัย

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้านี้ จัดทำเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการลงทุนโครงการตลาดนัดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโดยการวิเคราะห์ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการบริหารจัดการ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการเงิน เพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงในการลงทุน ซึ่งปัจจัยแต่ละด้าน ส่งผลต่อการดำเนินงานในโครงการ ดังนี้

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้านี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการตลาดนัด ในบริเวณอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน
2. ผู้ประกอบการตลาดนัดในบริเวณอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ขนาดตัวอย่างและวิธีคัดเลือกตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ คือ

1. ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการตลาดนัดบริเวณอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน การศึกษานี้ ได้นำตารางสำเร็จรูปของ Seymour Sudman (1976, อ้างถึงใน กุณฑล รื่นรัมย์, 2555) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีขนาด 200 ราย ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

2. ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการทำตลาดนัด ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยในการศึกษาค้นคว้านี้ ผู้ศึกษาจะใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลทั้ง 5 ด้าน ด้านได้แก่ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการบริหารจัดการ ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการเงิน โดยสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทำตลาดนัดจำนวน 2 ราย

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลได้รวบรวมจากแหล่งข้อมูลสำคัญ 2 ส่วนได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มคนที่มาเดินตลาดนัดในบริเวณ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งสิ้นจำนวน 200 รายและข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับตลาดนัด จำนวน 2 ราย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บข้อมูลเอกสาร สิ่งพิมพ์ บทความเชิงวิชาการ วารสาร หนังสือ ข้อมูลเชิงสถิติต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ตลาดนัดจำนวน 2 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามความคิดเห็นและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการตลาดนัด นำมาวิเคราะห์โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยายและประเมินความเป็นไปได้ในการลงทุนทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการบริหารจัดการและด้านการเงิน โดยวิธีประเมินจะใช้เครื่องมือทางการเงินได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน และการวิเคราะห์ความอ่อนไหว

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน 5 ด้าน ได้แก่ การวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการบริหารจัดการ และด้านการเงิน พบว่า ไม้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เพราะ จำนวนที่ให้บริการตลาดนัดน้อยเกินไป ประกอบกับมีต้นทุนในการทำตลาดที่สูง จึงทำให้ขาดสภาพคล่องทางการเงินและมูลค่าของโครงการลดลงทุกปี

จากการศึกษา ข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างที่มาเดินตลาดนัดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 คน และการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการตลาดนัดจำนวน 2 ราย สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนมากพบ กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 19 - 24 คิดเป็นร้อยละ 28.5 ส่วนมาก มีสถานภาพ โสด ร้อยละ 70.5 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 49 และมีรายได้ 5,001-10,000 บาท
2. จากการศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการตลาดนัดของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ามีความถี่ในการเดินตลาดนัดมากที่สุด 2-4 ครั้งต่อสัปดาห์ วันที่ชอบมาเดินตลาดนัดคือวันศุกร์ ช่วงเวลาที่มักมาเดินตลาดนัดคือ 14.01-18.00 น. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้า/บริการที่ตลาดนัด คือ 101-300 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการมาใช้บริการตลาดนัดอันดับคือแรกคือ ราคา สินค้ามีความเหมาะสม ไม่แพง รองลงมาคือ สินค้ามีความหลากหลาย ประเภทของสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อมากที่สุดคือ สินค้าประเภท อาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาเป็นสินค้าประเภทเบ็ดเตล็ดและสินค้าแฟชั่น แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาดนัดมากที่สุด คือ สื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Tiktok เป็นต้น
3. จากการศึกษาระดับความสำคัญในด้านปัจจัยของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจเลือกเดินตลาดนัดของผู้บริโภค พบว่า ส่วนมากให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ สินค้าหรือบริการ มีมาตรฐาน ด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ ราคาของสินค้ามีความเหมาะสม ด้านสถานที่ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ การจัดโซนร้านค้าเหมาะสม เดินสะดวก ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ มีการจัดงาน Event ที่น่าสนใจ ด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ ผู้ขายมีอัธยาศัยดี ด้านกระบวนการ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ การบริการมีคุณภาพ ได้มาตรฐานและด้านกายภาพ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง ร้านค้ามีการตกแต่ง สวยงาม

การศึกษาและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการตลาดนัดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ

จากการวิเคราะห์แรงผลักดันทั้ง 5 ประการ (Five Forces Model) พบว่า การศึกษาการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมตลาดนัด ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่ มีอัตราการเข้ามาของผู้ประกอบการใหม่สูง เนื่องจากการระบาดของโรคโควิด 19 เริ่มน้อยลง ทำให้ผู้บริโภคกลับมาเดินตลาดนัดมากขึ้น ในด้านของสินค้าทดแทนเนื่องจากผู้บริโภคบางกลุ่มชื่นชอบใช้บริการห้างสรรพสินค้า เพราะความหลากหลายของสินค้าและความสะดวกสบายที่มีมากกว่าตลาดนัดทำให้อำนาจการต่อรองของลูกค้ามีมากขึ้น แม้การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมของตลาดนัดจะสูงแต่อำนาจต่อรองจากผู้ประกอบการกลับน้อย จากข้อมูลบทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการตลาดนัดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่า จำนวนพ่อค้า แม่ค้า มีจำนวนมากขึ้นกว่าเมื่อก่อนในช่วงหลายเดือนที่ผ่านมาทำให้เวลาที่มีพื้นที่ว่างก็จะมีพ่อค้าแม่ค้า ติดต่อเข้ามาจองพื้นที่ ผู้วิจัยจึงเห็นโอกาสและช่องทางการทำกำไรได้ในอนาคต

2. ด้านการตลาด

จากการศึกษาทางการตลาด พบว่าโครงการ กาดนัด@ประเสริฐแลนด์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อได้เปรียบในเรื่องของทำเลที่ตั้ง ติดกับสถานศึกษา และย่านแหล่งท่องเที่ยวหลายที่ อีกทั้งยังรายล้อมไปด้วยที่พักทั้งโรงแรม, โฮสเทล, เกสต์ เฮาส์และอพาร์ทเมนท์มากมาย จึงได้วางแผนทำโครงการ กาดนัด@ประเสริฐแลนด์ ขึ้น สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการ ทางโครงการมีแบ่งโซนของประเภทสินค้าอย่างชัดเจน จะเป็น 3 โซนคือโซนอาหาร-เครื่องดื่ม คือวงกลมนอกสุด มีทั้งหมด 36 ล้อค โซนสินค้าแฟชั่นและสินค้าประเภทอื่น ๆ มี 20 ล้อค จะอยู่ตรงกลาง ทำให้สามารถเห็นได้ทั่วถึง และโซนกิจกรรมซึ่งจะมีจัดกิจกรรมทุกอาทิตย์เพื่อเน้นให้ผู้บริโภค และร้านค้าได้มีส่วนร่วมทางโครงการมากที่สุด นอกจากนี้ทางโครงการยังเน้น ความหลากหลายของเมนู ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน รวมถึงใส่ใจความปลอดภัยและของผู้บริโภคเป็นหลัก

2.2 ด้านราคา ทางโครงการ กาดนัด@ประเสริฐแลนด์ มีการวางตำแหน่งทางการตลาดไว้เป็นตลาดที่มีคุณภาพสูง แต่ราคาเช่าที่ไม่แพงมาก คิดราคา 300 ต่อวัน เท่ากันทุกล้อค ทำให้ร้านค้าสามารถเลือกทำเลที่ตัวเองชอบได้

2.3 ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ที่ตั้งโครงการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน สามารถเดินทางได้สะดวก ง่ายต่อการเข้าถึง ประกอบกับมีสถานที่จอดรถยนต์ จักรยานยนต์ จักรยานที่สะดวก มีความปลอดภัย โดยทางโครงการจะมีผู้รักษาความปลอดภัยตรวจสอบ ดูแลอยู่เสมอ

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด โครงการมีการวางแผนส่งเสริมการขายหลายอย่าง ทั้งการมาขายฟรีในเดือนแรก และมีการจัดกิจกรรมภายในโครงการ เพื่อส่งเสริมการขายและเน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคและร้านค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อกระตุ้น รักษายอดขาย รวมถึงการประชาสัมพันธ์โครงการให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

2.5 ด้านบุคลากร ทางโครงการมุ่งเน้นการคัดเลือกบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและพร้อมพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ทำให้เกิดความเชี่ยวชาญในหน้าที่ อธิยาศัยดี รักในงานบริการ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังคำนึงถึงค่าจ้างและสวัสดิการให้กับบุคลากรภายในองค์กรอย่างเหมาะสม

2.6 ด้านกระบวนการ กระบวนการให้บริการต้องมีความชัดเจนและถูกต้อง มีมาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ นอกจากนี้ทางโครงการยังมีการจัดฝึกอบรมพนักงานเดือนละครั้งเพื่อให้พนักงานได้มีการพัฒนาตัวเอง มีความรู้ ความสามารถที่มากขึ้น

2.7 ด้านกายภาพ ทางโครงการจะมีจัดกิจกรรมในทุกเดือน โดยจะตกแต่งและปรับทัศนียภาพให้เข้ากับกิจกรรมเพื่อสร้างบรรยากาศภายในโครงการให้ดูทันสมัยอยู่เสมอ อีกทั้งยังมุ่งเน้นความสะอาด เรียบร้อยของพื้นที่ เน้นความปลอดภัยโปร่ง ทางเดินสะดวก กว้างขวางทั้งพื้นที่ภายใน และภายนอกโครงการ

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเดินตลาดนัดของผู้บริโภค

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลความหมาย	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.43	0.51	มากที่สุด	1
ด้านราคา	4.34	1.59	มากที่สุด	2
ด้านสถานที่	4.01	0.81	มาก	5
ด้านการส่งเสริมการขาย	4.02	0.82	มาก	6
ด้านบุคลากร	4.01	0.83	มาก	5
ด้านกระบวนการ	4.10	0.86	มาก	4
ด้านกายภาพ	4.12	0.79	มาก	3
รวม	4.15	0.74	มาก	

3. ด้านเทคนิค

โครงการกาดนัด@ประเสริฐแลนด์ตั้งอยู่ในโครงการประเสริฐแลนด์ ซึ่งใกล้กับแหล่งชุมชน เดินทางสะดวก รูปแบบพื้นที่เปิดโล่ง โดยแบ่งพื้นที่ภายในตลาดเป็น 3 โซน คือโซนร้านอาหาร- เครื่องดื่ม โซนแฟชั่นและสินค้าอื่น ๆ และโซนกิจกรรม อีกทั้งยังมีการอำนวยความสะดวกให้แก่ร้านค้าและผู้บริโภค โดยมีพนักงานทำความสะอาดและพนักงานรักษาความปลอดภัย

4. ด้านการบริหารจัดการ

โครงการกาดนัด@ประเสริฐแลนด์ เปิดทำการทุกวันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 15.00 น.- 22.00 น. ดำเนินการ โดยจดทะเบียนแบบนิติบุคคล เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด บุคลากรภายในโครงการรวมทั้งหมด 4 คน การประมาณการรายได้ของโครงการเฉลี่ยอยู่ที่ 850,080 บาทต่อปีและประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ ประมาณ 986,291.60 บาท ในปีแรกและลดลงจนเกือบคงที่ในปีถัด

5. ด้านการเงิน

โครงการกาดนัด@ประเสริฐแลนด์ มีการลงทุนแรกเริ่มโครงการทั้งหมด 1,000,000 บาท เป็นค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงานจำนวน 285,000 บาท และค่าใช้จ่ายในสินทรัพย์ถาวรจำนวน 471,500 บาท กำหนดระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการเป็นเวลา 5 ปี ผลตอบแทนที่คาดหวังร้อยละ 12 ผลการวิเคราะห์ทางการเงินแยกเป็น 4 ข้อ ดังนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 9 เดือน หมายความว่า จำนวนปีที่คืนทุนมาก ไม่คุ้มค่ากับเงินลงทุน
2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ติดลบ 50,846.14 บาท หมายความว่า การดำเนินโครงการทำให้ขาดทุน จึงไม่เหมาะกับการลงทุน
3. อัตราผลตอบแทนภายใน มีค่าร้อยละ 2.65 หมายความว่า โครงการมีอัตราผลตอบแทนภายในต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ย จึงไม่คุ้มค่ากับการลงทุน
4. การวิเคราะห์ความไว พบว่ากรณีที่ดียี่สิบที่สุดมีความเป็นไปได้ในการลงทุน แต่กรณีปกติและกรณีที่แย่ที่สุดไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน 5 ด้าน สามารถสรุปได้ว่า ไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ในการทำตลาดนัด ต้องทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทั้ง 5 ด้านได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านบริหารจัดการและด้านการเงิน ให้มีความเป็นไปได้ในการลงทุนทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ขวัญตา ทองทิพย์เจริญ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจตลาดสินค้าเกษตร พื้นบ้านในตำบลห้วยใหญ่ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการ กาดนัด@ประเสริฐแลนด์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมตลาดนัดมีเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่สนใจเข้ามาลงทุน เนื่องจากสามารถเข้าสู่อุตสาหกรรมได้ง่าย ใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก ดังนั้นผู้ประกอบการภายในอุตสาหกรรมจำเป็นต้องปรับนำเสนอรูปแบบหรือบริการที่แตกต่างออกไป เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตลาดที่ทำให้ผู้บริโภคจดจำ นอกจากนี้ยังต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ผู้ประกอบการตลาดนัดให้ความสำคัญลำดับแรกในการทำตลาดนัด คือ การเลือกทำเลที่ตั้งตลาด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทรงสิริ วิจิตรานนท์ และ ทรงชัย ทองปาน (2552) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพัฒนาการและการดำรงอยู่ของตลาดนัด พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ตลาดนัดสามารถเปิดมาได้ยาวนาน คือ การมีลูกค้าประจำและที่ตั้งตลาดมีทำเลดี ใกล้สถานที่ต่าง ๆ ทั้งสถานศึกษา สถานที่ราชการ หอพัก ประกอบกับมีปัจจัยรองคือมีสินค้าหลากหลายและราคาถูก นอกจากนี้สินค้ายังมีคุณภาพ สด สะอาดและผู้ค้าบริการดีอีกด้วย

นอกจากนี้ความสำคัญปัจจัยของผู้บริโภคที่เลือกเข้ารับบริการตลาดนัด ในจังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7 Ps) ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ กัญจนนภทีป ชลสินธนากุลย์ (2559) ที่ได้ทำการศึกษาได้ทำการศึกษาแผนธุรกิจตลาดนัด Gen Y Community โดยศึกษาถึงปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า และสอดคล้องกับการศึกษาของ ทศนา หงษ์มา (2556) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อในตลาดนัด พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคเลือกในการเข้ารับบริการตลาดนัด คือ รับประทานอาหาร เป็นเพราะตลาดนัด เป็นแหล่งรวมร้านอาหารมากมาย ทั้งอาหารคาว ของหวาน หรือเครื่องดื่ม ที่มีให้เลือกหลากหลาย นอกจากร้านอาหารแล้วยังมีร้านค้าที่ขายของแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า กางเกง รวมไปถึงอุปกรณ์เสริมความงาม และยังมีร้านอีกหลากหลายประเภทให้เดินจับจ่ายใช้สอยด้วยบรรยากาศของตลาดนัดที่เปิดโล่ง พื้นที่กว้างขวาง ทำให้เป็นอีกหนึ่งสถานที่ในการนัดพบปะ สังสรรค์ หรือมาเดินเล่นได้

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษพบว่า ในเขตพื้นที่มีตลาดนัดเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปบริโภคอาหาร-เครื่องดื่มข้างนอกบ้านมากขึ้น ทำให้มีผู้สนใจเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมสูงขึ้น เพราะยังเป็นอุตสาหกรรมที่ยังสามารถทำกำไรให้กับผู้ประกอบการได้ และเงินลงทุนไม่สูงมากนัก ดังนั้นผู้ประกอบการที่สนใจการลงทุนในอุตสาหกรรมตลาดนัดจำเป็นต้องสร้างความแตกต่าง โดยทางโครงการได้จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดขึ้น เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างพ่อค้าแม่ค้าและผู้บริโภค และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังคงจำเป็นต้องรักษามาตรฐาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการบริการ

2. นอกจากการศึกษความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการ ควรศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคบริเวณที่ตั้งของตลาดด้วย เพื่อที่จะได้ทำแผนการตลาด และกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน

3. จากผลการศึกษาด้านการเงินพบว่า การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงินภายใต้สมมติฐานที่กำหนดกรณีที่ดีที่สุด (Best Case) มีความเป็นไปได้ในการลงทุนในขณะที่กรณีปกติ (Base Case) และกรณีที่แย่ที่สุด (Worst Case) ไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน ดังนั้นในการลงทุนในโครงการย่อมมีความเสี่ยงในการลงทุนเสมอ เนื่องจากเงินลงทุนทั้งหมดเป็นส่วนของผู้ถือหุ้น ทำให้ผู้ประกอบการไม่มีภาระหนี้สิน จากการศึกษาพบว่า โครงการมีผลตอบแทนที่สูงกว่าต้นทุนแต่มีความเสี่ยงที่ทำให้ขาดทุนในระยะยาว ดังนั้นผู้ลงทุนควรตัดสินใจในการลงทุนภายในโครงการ

4. จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการทั้ง 5 ด้านพบว่า ปัญหาของโครงการอยู่ที่ด้านการเงินทำให้ไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากมีต้นทุนของโครงการและค่าใช้จ่ายจำนวนมาก อีกทั้งตลาดนัดเปิดทุกวันศุกร์แต่ค่าเช่าจ่ายเหมารายเดือน ทำให้มีรายไม่มากพอที่จะดำเนินกิจการ ดังนั้นควรนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานำไปต่อยอด เช่น เพิ่มวันในการจัดตลาดนัด หรือ ปรับเปลี่ยนเป็นคอมมูนิตี้ มอลล์ น่าจะมีความเป็นไปได้ในการลงทุนมากกว่า

5. ถ้าทางโครงการมีแผนที่จะสร้างที่อยู่อาศัย หรือศูนย์การค้าเช่น หอพัก โรงแรมหรือคอมมูนิตี้ มอลล์ การทำตลาดนัดก็เป็นหนึ่งในตัวเลือกที่จะสามารถดึงให้คนเข้ามารู้จักบริเวณรอบ ๆ พื้นที่ แม้ว่าในการทำตลาดนัดจะทำให้ขาดทุน แต่ถ้ามองภาพรวมในอนาคต ที่ทำให้สามารถต่อยอดเป็นโครงการอื่น ๆ ได้ในอนาคต ดังนั้นการทำตลาดนัดจึงมีความคุ้มค่าในการลงทุน

บรรณานุกรม

- กัญจนนภที่ป๋ ชลสินธนากุลย์. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดนัดของผู้บริโภคบริเวณชุมชนรังสิต* (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กฤษณ์ รื่นรัมย์. (2555). *การวิจัยการตลาด Marketing Research*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญตา ทองทิพย์เจริญ. (2556). *การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจตลาดสินค้าเกษตรพื้นบ้านในตำบลห้วยใหญ่ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทรงสิริ วิจิรานนท์ และทรงชัย ทองปาน. (2552). *พัฒนาการและการดำรงอยู่ของตลาดนัด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ทัศนาศ หงส์มา. (2555). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อในตลาดนัด: กรณีศึกษาตลาดนัดในกระทรวงสาธารณสุขจังหวัดนนทบุรี*. นนทบุรี: วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ท็อป.
- อิสรา ธีระวัฒน์สกุล. (2546). *การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Project Feasibility Study)*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Francis, J. A. (1967). *Bright hup PM project management*. NJ: prentice – Hall.