

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในการผลิตขนมสุนัขสุนัขในไก่อบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่  
FEASIBILITY STUDY ON INVESTMENT IN CHICKEN JERKY DOG TREAT PRODUCTION  
IN CHIANG MAI PROVINCE.

จตุติณัฐ รวีพรศิริ\* และชัยวุฒิ ตั้งสมชัย\*\*

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในการผลิตขนมสุนัขสุนัขในไก่อบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจผลิตขนมสุนัขสุนัขในไก่อบแห้ง จำนวน 3 ราย ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจงและเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มผู้บริโภคและกลุ่มผู้ค้าปลีกในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 384 ราย และ 300 ราย ตามลำดับ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกโดยวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ และสรุปผลในรูปแบบสถิติพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาด้านสภาพแวดล้อม พบว่า พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปทำให้คนนิยมเลี้ยงสัตว์เหมือนลูกในด้านสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมตลาดขนมสุนัขสุนัขในไก่อบแห้งมีสถานะแข่งขันสูงและต้องใช้เงินทุนสูงเพื่อให้การผลิตได้มาตรฐานและถูกต้องตามกฎหมาย ด้านการตลาดพบว่าพฤติกรรมของคนในสังคมที่เลี้ยงสุนัขเหมือนลูกพร้อมจะจ่ายเพื่อซื้อสินค้าที่มีคุณค่าและมีประโยชน์ โดยกลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมสุนัขสุนัขในไก่อบแห้งบรรจุซอง ขนาด 300 กรัม มีราคาขายปลีก 199 บาทต่อซองและราคาขายส่ง 160 -165 บาทต่อซอง (ขึ้นอยู่กับปริมาณการสั่งซื้อ) จัดจำหน่ายช่องทางออนไลน์และช่องทางออฟไลน์ผ่านผู้ค้าปลีกและส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม เช่น ส่วนลดการค้า โปรโมชัน 1 แถม 1 อีกทั้งด้านเทคนิคพบว่า การผลิตจะประกอบไปด้วยทั้งสิ้น 13 ขั้นตอนที่มีการควบคุมประสิทธิภาพและมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ รวมทั้งด้านการจัดการพบว่าทางโครงการมีบุคลากรรวมทั้งสิ้น 9 คน แบ่งออกเป็น 4 แผนก คือ แผนกผลิต แผนกประกันคุณภาพ แผนกบัญชี แผนกขายและการตลาด โดยมุ่งเน้นบุคลากรที่มีคุณภาพความรับผิดชอบและปฏิบัติตามกฎขององค์กรอย่างเคร่งครัดและด้านการเงินพบว่า เงินทุนเริ่มต้นคือ 8,000,000 บาท เป็นเงินส่วนตัวของเจ้าของทั้งหมดกำหนดระยะเวลาโครงการ 10 ปี มีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 4 เดือน 3 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 17,558,836 บาท โดยใช้อัตราลดค่าร้อยละ 15.3 อัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 49.96 ดัชนีกำไร 2.19 เท่า จึงสามารถสรุปได้ว่าโครงการผลิตขนมสุนัขสุนัขในไก่อบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

### ABSTRACT

This study aimed to assess the feasibility study on investment in chicken jerky dog treat production in Chiang Mai province, The study covered all five areas: environment, marketing, technical, management, and financial. The study was based on in-depth interviews with three business operators producing chicken jerky dog treat, selected through a purposive selection method. Data were collected through questionnaires from consumers and retailers in Chiang Mai province, totaling of 384 and 300, respectively. The collected

\* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

data were analyzed comprehensively, and the results were summarized using descriptive statistics, including frequencies, percentages, and averages.

The study's results on the environment showed that changing behaviors of consumers had led people to treat pets more like children. Concerning the industry competition, the study revealed that the dog treat market was highly competitive, requiring a substantial investment to ensure standardized and legitimate. On the marketing aspect, the study identified a consumer trend where individuals were willing to pay for high value and good pet products. The marketing strategy involved packaging of the product in a 300-gram bag with a retail price of 199 baht per packet and a wholesale price of 160 to 165 baht per packet, depending on the order quantity. Distribution would occur through both online and offline channels, including retailers. Marketing efforts would be enhanced through activities, discounts, exchanges, and giveaways, such as trade discounts and buy-get-one-free promotions. On the technical aspect, the study determined that the production process involved 13 steps with efficiency controls and adherence to GMP standards. On the management aspect, the study showed that the project had a total of 9 personal distributed across four departments: production, quality insurance, accounting, and sales & marketing. The emphasis was on hiring quality personnel who would take responsibility and adhere strictly to the organization's regulations. The financial feasibility study concluded the project's starting capital was 8,000,000 baht, entirely from owner's equity. The project was set for ten years, with a payback period of two years, four months, three days, a NPV of 17,558,836 baht with discount rate of 15.3 percent, an IRR of 49.96 percent, and profitability index of 2.19 times. Based on the study's assumptions, it was feasible to invest chicken jerky dog treat production in Chiang Mai province.

## บทนำ

ในปัจจุบันพฤติกรรมและทัศนคติของคนยุคใหม่เปลี่ยนไป คือ แต่งงานช้าลงคู่รักที่ไม่ต้องการมีบุตร ประกอบกับปี 2562 ที่ผ่านมามีเกิดการระบาดของโควิด-19 ต้องกักตัวอยู่ที่บ้านปรับตัวด้านการทำงานบ้างจึงเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งให้คนส่วนใหญ่หันมาสนใจเลี้ยงสัตว์เลี้ยงแบบสมาชิกในครอบครัวหรือลูกมากขึ้น (Brand Buffet, 2565) ส่งผลให้มูลค่าตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงมีการเติบโตที่สูงขึ้นโดยปี 2564 มีมูลค่าตลาดสัตว์เลี้ยงอยู่ที่ 41,800 ล้านบาท เติบโตจากปี 2563 ประมาณ 7 % ที่มูลค่า 39,000 ล้านบาท (Marketeer Online, 2565) และในปี 2564 พบว่าประเทศไทยมีจำนวนประชากรสุนัขที่มีเจ้าของประมาณ 6,146 ล้านตัว เพิ่มขึ้นจากปี 2563 ที่มีจำนวนประชากรสุนัขประมาณ 5,941 ล้านตัว โดยแสดงให้เห็นว่าสุนัขยังคงเป็นสัตว์เลี้ยงยอดนิยมของคนไทยมาจนถึงปัจจุบันและในด้านอาหารสัตว์เลี้ยงในไทยซึ่งประกอบไปด้วย อาหารแห้ง อาหารเปียก และขนมหรืออาหารว่าง โดยตลาดขนมสุนัขในประเทศไทยในปี 2564 มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 8,606.25 ล้านบาท เติบโตจากปี 2563 ที่มีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 7,792.5 ล้านบาทประมาณ 10% และจากข้อมูลของกองควบคุมอาหารและยาสัตว์ กรมปศุสัตว์พบว่า ผู้ประกอบการที่ขอใบอนุญาตผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงประเภทขนมคบเคี้ยว ยังมีจำนวนน้อยรายมากในจังหวัดเชียงใหม่ (Canada.ca, 2566)

ดังนั้นผู้ศึกษาได้เห็นโอกาสและช่องว่างทางการตลาดจึงทำให้มีความสนใจที่จะศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในการผลิตขนมสุนัขสันในไก่อบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนผลิตขนมสุนัขสันในไก่อบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่

## แนวคิดและทฤษฎี

### แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทั้ง 5 ด้าน

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม โดยสภาพแวดล้อมทั่วไปโดยใช้ PESTEL Analysis ได้แก่ ปัจจัยด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สภาพแวดล้อมและกฎหมายและใช้ทฤษฎี Five Force Model ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมอุตสาหกรรม ได้แก่ การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดิม การต่อรองซัพพลายเออร์ การต่อรองของลูกค้า การเข้ามาของธุรกิจรายใหม่และภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนและใช้ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์กิจการ ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (เฉลิมขวัญ คุรุบุญยงค์, 2564)

2) การวิเคราะห์ด้านการตลาด โดยใช้ทฤษฎี STP Marketing ในการวิเคราะห์การตลาดเป้าหมาย ซึ่งประกอบไปด้วย การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ประกอบกับวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคด้วย (Marketing Mix: 4P) ซึ่งประกอบด้วย ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการเสนอขายสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาดและวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดของผู้ค้าปลีกด้วย (Marketing Mix: 4P) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการเสนอขายสินค้าและด้านการส่งเสริมการขายกับคนกลาง (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2558)

3) การวิเคราะห์ด้านเทคนิค คือ การพิจารณาด้านการผลิตและเทคนิคที่ได้สานต่อจากข้อมูลทางการตลาดที่ได้รับมา เช่น ยอดขายที่ประมาณการไว้และวิเคราะห์ถึงปัจจัยด้านการผลิต เช่น เครื่องจักร วัตถุดิบ แรงงานการผลิต การหาที่ตั้งของธุรกิจที่เหมาะสมในการนำเสนอสินค้าให้ถึงมือลูกค้าอย่างรวดเร็วและนำข้อมูลเหล่านี้มาคาดการณ์ขนาดการลงทุนของโครงการต่อไป (เฉลิมขวัญ คุรุบุญยงค์, 2564)

4) การวิเคราะห์ด้านการจัดการ คือ การวางแผนอย่างเป็นระบบขององค์กร ได้แก่ การวางโครงสร้างองค์กรและรูปแบบองค์กรในการดำเนินงาน การดำเนินการด้านกฎหมาย การวางแผนด้านกำลังคนและกำหนดความรับผิดชอบเพื่อให้โครงการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด (รวี ลงกานี, 2563)

5) การวิเคราะห์ด้านการเงิน ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ด้านต้นทุนเงินทุนเริ่มต้นโครงการ (Initial Investment) กระแสเงินสดระหว่างการดำเนินกิจการ (Cash Flow) ต้นทุนเมื่อสิ้นสุดโครงการ (Terminal Investment) และเมื่อสิ้นสุดโครงการจะนำข้อมูลไปวิเคราะห์ตัวแปรทางการเงินเพื่อสรุปผลถึงความเป็นไปได้ ซึ่งประกอบไปด้วย 1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) 2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) 3. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR) 4. ดัชนีผลกำไร (Profitability Index: PI) และการวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) (เฉลิมขวัญ คุรุบุญยงค์, 2564)

## วิธีการดำเนินวิจัย

### 1. ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาการลงทุนผลิตขนมสุนัขสันในโกบอบแห่งในจังหวัดเชียงใหม่ได้ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม การตลาด ด้านเทคนิค การจัดการและด้านการเงิน

### 2. ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มผู้ประกอบการผลิตขนมสุนัขสันในโกบอบแห่งจำนวน 3 ราย 2. กลุ่มผู้บริโภคที่เลี้ยงสุนัขในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 384 ราย 3. กลุ่มผู้ค้าปลีกในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 300 ราย

### 3. วิธีการศึกษา

การศึกษานี้ได้สัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับผู้ประกอบการผลิตขนมสุนัขสันในโก๋อบแห้งเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้านต้นทุน ค่าใช้จ่าย การผลิต การจัดการ ข้อจำกัดหรือกฎเกณฑ์ต่าง ๆ และเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างทั้งผู้บริโภครและผู้ค้าปลีกเพื่อนำมาวิเคราะห์ด้านการตลาด กำลังผลิตและด้านการเงินและรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน บทความ เพื่อนำมาวิเคราะห์ด้านสิ่งแวดล้อม การตลาด การเงิน เป็นต้น

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ประกอบการผลิตขนมสุนัขสันในโก๋อบแห้งโดยใช้การบันทึกภาพนิ่งจากกล้องถ่ายภาพเพื่อเก็บข้อมูลทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการขออนุญาตผู้ประกอบการในการเผยแพร่รูปภาพในการเขียนรายงานเพื่อเผยแพร่ในการศึกษานี้ และการใช้แบบสอบถามแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางช่องทางออนไลน์ (Google form) และชุดตอบแบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครและผู้ค้าปลีก

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ประกอบการจะนำมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาที่ประกอบไปด้วยค่าพื้นฐานทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย

### ผลการศึกษา

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามของผู้บริโภคร

จากการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภครขนมสุนัขสันในโก๋อบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมีช่วงอายุ 25-35 ปี มีรายได้เฉลี่ย 15,001 – 25,000 บาทต่อเดือนและมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อขนมสุนัขสันในโก๋อบแห้งที่มีขนาด 151 – 300 กรัม มากที่สุด โดยราคาที่เหมาะสมกับขนมสุนัขสันในโก๋อบแห้งขนาด 300 กรัมคือ 171 – 250 บาทต่อซอง อีกทั้งมีพฤติกรรมการซื้อแต่ละครั้งเฉลี่ย 1 ซอง ที่ความถี่ในการซื้อ คือ 1 - 2 ครั้ง ต่อเดือน โดยอิทธิพลในการเลือกซื้อด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ ด้านราคาให้ความสำคัญเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านการนำเสนอสินค้าให้ความสำคัญเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการหาซื้อสินค้า และด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ จัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม

#### ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามของผู้ค้าปลีก

จากการตอบแบบสอบถามของผู้ค้าปลีกขนมสุนัขสันในโก๋อบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นร้านขายอาหารสัตว์เลี้ยง ประกอบกิจการคนเดียวดำเนินงานประมาณ 5 – 10 ปี โดยมียอดขายเฉลี่ย 1 – 1.5 ล้านบาทต่อเดือนและมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อขนมสุนัขสันในโก๋อบแห้งที่มีขนาด 151 – 300 กรัม มากที่สุด มีปริมาณในการซื้อแต่ละครั้งเฉลี่ย 1 - 12 ซอง ที่ความถี่ในการซื้อ คือ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งประมาณ 1,001 – 5,000 บาท โดยอิทธิพลในการเลือกซื้อด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ มีการรับรองมาตรฐาน ด้านราคาให้ความสำคัญเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ เงื่อนไขของการชำระเงินหลายรูปแบบ(เงินสด/เงินเชื่อ) ด้านการนำเสนอสินค้าให้ความสำคัญเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ มีบริการขนส่งสินค้าจากผู้ผลิตและด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ จัดกิจกรรมลด แลก แจก แถม

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ประกอบการผลิตขนมสุนัขสุนัขในโก๋อบแห้ง

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตขนมสุนัขสุนัขในโก๋อบแห้งทั้ง 3 ราย พบว่า ผู้ประกอบการได้ดำเนินธุรกิจรูปแบบนิติบุคคลซึ่งจดทะเบียนเป็นบริษัท จำกัด ทั้ง 3 ราย โดยใช้เงินทุนเป็นส่วนของผู้ถือหุ้น 100% ซึ่งระยะเวลาในการดำเนินงานมีตั้งแต่ 4 ปี จวบจนไปถึง มากกว่า 20 ปี ทำเลที่ตั้งส่วนใหญ่อยู่ใกล้เคียงกับแหล่งวัตถุดิบ ชุมชน และถนนเส้นหลักในการเคลื่อนย้ายสินค้าได้อย่างสะดวกและมีเทคนิคในการผลิตสินค้าทั้งหมด 13 ขั้นตอนตั้งแต่ รับประทานจัดส่งสินค้า และมีพนักงานตั้งแต่ 5 - 30 คน แบ่งเป็น 5 แผนก ได้แก่ แผนกผลิต แผนก Q&A แผนกบัญชี แผนก Sale & Marketing แผนกขนส่งสินค้า โดยยอดขายสินค้าเฉลี่ยทั้ง 3 ราย เท่ากับ 13 ล้านบาทต่อปี มีสัดส่วนขายส่งต่อขายปลีกเท่ากับ 80 : 20 และมีผลตอบแทนที่คาดหวังเฉลี่ยที่ 15.3%

### ส่วนที่ 4 ปัจจัยจากการศึกษาความเป็นไปได้ทั้ง 5 ด้าน

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม พบว่า วิถีชีวิตของผู้คนในสังคมเปลี่ยนไปจึงทำให้เกิดกระแส Pet Parent ที่เลี้ยงสัตว์เลี้ยงเหมือนลูก อีกทั้งยังมีนวัตกรรมการอบลมร้อนที่ทำให้สามารถผลิตสินค้าให้มีอายุยืนยาวได้สูงถึง 12 - 18 เดือน ประกอบกับเศรษฐกิจไทยกำลังฟื้นตัวและในด้านอุตสาหกรรม พบว่า ในเชียงใหม่ยังมีผู้ประกอบการผลิตขนมสุนัขสุนัขในโก๋อบแห้งน้อยรายอีกทั้งการเข้ามาของคู่แข่งอยู่ในระดับที่ต่ำเนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนสูงเพื่อให้ดำเนินการได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ดังนั้น จึงทำให้ด้านสภาพแวดล้อมส่งผลดีต่อโครงการ

2) การวิเคราะห์การตลาด พบว่า กลุ่มเป้าหมายหลักคือ กลุ่ม Pet Parent จากการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงอายุ 25 - 35 ปี รายได้ 15,001 - 25,000 บาทต่อเดือนและเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพโภชนาการสูงและราคาเหมาะสมกับคุณภาพซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ CMMU ที่พบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 24 -41 ปี เป็นกลุ่มที่เลี้ยงสัตว์เลี้ยง (Pet Parent) กับ 49% ที่พร้อมจะปรนเปรอสินค้าและบริการให้กับสัตว์เลี้ยงและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคคือ ใช้วัตถุดิบระดับคนทาน (Human Grade) ที่มีการรับรองมาตรฐานการผลิต GMP และกรมปศุสัตว์ ที่ขนาด 300 กรัม ในราคา 199 บาทต่อซอง และนำเสนอขายสินค้าทั้งช่องทางออฟไลน์ ได้แก่ ร้านขายอาหารสัตว์เลี้ยงและร้านค้าต่าง ๆ และช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Facebook IG Shopee Lazada และมีการจัดโปรโมชั่น Double Day ให้ส่วนลดการค้า และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ค้าปลีก คือ ใช้วัตถุดิบระดับคนทาน (Human Grade) ที่มีการรับรองมาตรฐานการผลิต GMP และกรมปศุสัตว์ ที่ขนาด 300 กรัม ในราคา 160 -165 บาทต่อซอง (ขึ้นอยู่กับปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด) อีกทั้งให้เครดิตการค้าสูงถึง 30 วันสำหรับผู้ค้าปลีกที่มีประวัติการซื้อขายที่ดีในการจัดจำหน่ายจะเน้นกลุ่มร้านอาหารสัตว์เลี้ยงเป็นเป้าหมายหลักอีกทั้งยังกำหนดให้สามารถปรับเปลี่ยน - คืน สินค้าได้ หากมีปัญหาหรือใกล้หมดอายุ ก็สามารถจัดทำโปรโมชั่น ลดราคา 1 แกรม 1 และจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานขาย เป็นต้น

3) การวิเคราะห์ด้านเทคนิค พบว่า การลงทุนผลิตขนมสุนัขสุนัขในโก๋อบแห้งที่มีตั้งโครงการใกล้กับแหล่งวัตถุดิบและใกล้เคียงกับถนนสายหลักเพื่อกระจายสินค้าได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งยังมีการผลิตทั้งหมด 13 ขั้นตอน ตั้งแต่รับประทาน จัดเก็บวัตถุดิบ เตรียมวัตถุดิบ หมักวัตถุดิบ เรียงวัตถุดิบ อบแห้ง ตรวจสอบคุณภาพหลังผ่านการอบแห้ง ตัดผลากบรรจุใส่ซองพลาสติก ซิลปิดปากของพลาสติก ตรวจสอบโลหะ จัดเก็บสินค้าและจำหน่ายสินค้า เป็นต้น

4) การวิเคราะห์ด้านการจัดการ พบว่า การจัดการได้แบ่งเป็น 2 ระยะ คือ 1. ระยะเวลาก่อนการดำเนินงาน เพื่อประเมินแผนการจัดเตรียมเอกสารและประมาณค่าใช้จ่ายหรือค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ก่อนการดำเนินงานและก่อสร้าง 2. ระยะการบริหารในระยะดำเนินงาน ทางโครงการเลือกรูปแบบบริษัทจำกัด ได้มีผู้ร่วมจดทะเบียนบริษัททั้งหมด 3 คน เป็นมูลค่า 8,000,000 บาท และมีบุคลากรทั้งสิ้น 9 คน แบ่งเป็น ฝ่ายผลิต ฝ่าย Q&A ฝ่ายบัญชี ฝ่าย Sale & Marketing รวมทั้งสิ้น 4 แผนก

5) การวิเคราะห์ด้านการเงิน พบว่า การลงทุนผลิตขนมสุนัขสันในไก่อบแห้งได้ใช้เงินทุนทั้งสิ้น 8,00,000 บาท ซึ่งเงินทุนเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 100 % โดยการลงทุนมีความเป็นไปได้ที่ยอดขายมีการเติบโต 10% ต่อปี ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 4 เดือน 3 วัน ซึ่งน้อยกว่า 10 ปี ที่กำหนดไว้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 17,558,836 บาท ที่อัตราผลตอบแทนการลงทุนร้อยละ 49.96 ซึ่งมากกว่าผลตอบแทนที่คาดหวังไว้คือร้อยละ 15.3 และดัชนีผลกำไรเท่ากับ 2.19 เท่า รวมทั้งการวิเคราะห์ความไวของการเปลี่ยนแปลงปัจจัยต่าง ๆ คือไม่ควรมียอดขายลดจ้อยละ 23.5 และไม่ควรมีต้นทุนที่เพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 14 ซึ่งจะทำให้ได้รับผลตอบแทนการลงทุนที่ต่ำกว่าผลตอบแทนที่คาดหวังไว้ทำให้ไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน

## อภิปรายผลการศึกษา

1. ด้านสภาพแวดล้อมทั่วไปมีความสอดคล้องกับคุณวิมลภา หิรัญประดิษฐ์ (2562) ที่ศึกษาการทำแผนธุรกิจจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงประเภทอาหารเสริมสำหรับสุนัขยี่ห้อ FunfeD พบว่า ผู้คนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลี้ยงสุนัขแตกต่างจากสมัยก่อน โดยเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเหมือนลูกและด้านสภาพแวดล้อมอุตสาหกรรมมีความสอดคล้องกับคุณณิชา สมรรคเสวี (2558) ศึกษาการทำแผนธุรกิจขนมสุนัขเพื่อสุขภาพ The Happy Treats พบว่า อีกทั้งการรับรองของผู้ขายวัตถุดิบและคู่แข่งรายใหม่อยู่ในระดับที่ต่ำเนื่องจากผู้ขายวัตถุดิบมีให้เลือกเยอะและการก่อตั้งโรงงานใหม่ให้ถูกต้องตามกฎหมายใช้เงินที่สูง

2. ด้านการตลาดมีความสอดคล้องกับคุณเมธินี โรจนพันธ์ (2566) ศึกษาแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนมแพะสำหรับสัตว์เลี้ยงยี่ห้อ FARM TO FURFRIEND ได้เลือกตลาดเป้าหมายเป็นกลุ่ม Pet Parent และจำหน่ายสินค้าทั้ง 2 กลุ่มคือกลุ่ม B2C และ B2B และด้านอิทธิต่อการซื้อสำหรับผู้บริโภคมีความสอดคล้องกับคุณตะวันนา เหล่าจุมพล (2558) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวสุนัขของผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 20 – 30 ปี รายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือนโดยให้ความสำคัญราคาที่เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพซื้อสินค้าที่ร้านขายอาหารสัตว์เลี้ยงและสินค้าที่มีส่วนลดมีของแถมและด้านอิทธิพลต่อการซื้อสำหรับผู้ค้าปลีกไม่สอดคล้องกับคุณหทัยภัทร อินทร์คำ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของพ่อค้าคนกลางในตลาดโรงเกลือจังหวัดสระแก้วพบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 31 – 40 ปี เป็นพ่อค้าคนกลางมาประมาณ 4 – 6 ปี ซึ่งไม่สอดคล้องกันเนื่องจากธุรกิจที่แตกต่างกันแต่มีปัจจัยบางอย่างที่สอดคล้องกันคือผู้ค้าปลีกให้ความสำคัญกับ สินค้าที่มีมาตรฐานรับรอง สามารถต่อรองราคาได้ การจัดกิจกรรม ลด แลก แจกแถม

3. ด้านเทคนิคมีความสอดคล้องกับคุณณิชา สมรรคเสวี (2558) ที่ศึกษาการทำแผนธุรกิจขนมสุนัขเพื่อสุขภาพ The Happy Treats. ซึ่งมีทั้งหมด 8 ขั้นตอน อีกทั้งยังมีที่ตั้งใกล้เคียงกับแหล่งวัตถุดิบและแหล่งกระจายสินค้าได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

4. ด้านการจัดการมีความสอดคล้องกับคุณเมธินี โรจนพันธ์ (2566) ที่ศึกษาแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนมแพะสำหรับสัตว์เลี้ยง ยี่ห้อ FARM TO FURFRIEND ซึ่งมีการจัดการก่อนการดำเนินการ คือ การจดทะเบียน การขออนุญาตต่าง ๆ รวมทั้งการกำหนดรูปแบบธุรกิจและกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบแต่ละแผนกในองค์กร

5. ด้านการเงินไม่สอดคล้องกับคุณคุณเมธินี โรจนพันธ์ (2566) ที่ศึกษาแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนมแพะสำหรับสัตว์เลี้ยงยี่ห้อ FARM TO FURFRIEND พบว่า ใช้เงินทุน 1,800,00 ระยะเวลาคืนทุน 3 ปี NPV เท่ากับ 2.07 ล้านบาท IRR เท่ากับ 69% เนื่องจากวัตถุดิบหลักที่ต่างกันทำให้ต้นทุนในการผลิตต่างกันประกอบกับโครงการอาหารเสริมนมแพะลงทุนผลิตในรูปแบบจ้าง OEM จึงทำให้ผลตอบแทนไม่สอดคล้องกัน

## ข้อเสนอแนะ

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในการผลิตขนมสุนัขสุนัขในไก่อบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะด้านสภาพแวดล้อมพบว่าในจังหวัดเชียงใหม่ผู้ผลิตยังน้อยรายอยู่จำเป็นต้องศึกษาว่าผู้ผลิต ณ ช่วงเวลานั้น ๆ เพิ่มมากขึ้นหรือไม่เนื่องจากจะทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาได้ ด้านการตลาดพบว่าตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงมีการแข่งขันกันที่ค่อนข้างรุนแรงจึงควรหาช่องว่างทางการตลาดและความต้องการของผู้บริโภค ณ ช่วงเวลานั้น ๆ อีกทั้งช่องทางการสื่อสารทางด้านออนไลน์มีการพัฒนาแพลตฟอร์มอยู่ตลอดเวลาจึงควรศึกษาช่องทางออนไลน์ใหม่ ๆ เพื่อสื่อสารผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถรับรู้และเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ ด้านเทคนิคพบว่าควรศึกษาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการอบลมร้อน ณ ช่วงเวลานั้น ๆ เนื่องจากในกระบวนการผลิตขั้นตอนที่ใช้เวลานานที่สุดคือ การอบลมร้อนที่ใช้เวลาสูงถึง 15 ชั่วโมงหากมีนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ช่วยลดระยะเวลาในการผลิตได้ จะทำให้สามารถลดต้นทุนในการผลิตลงได้ ด้านการเงินพบว่าจากการวิเคราะห์ความไวหากรายได้ลดลงหรือรายจ่ายเพิ่มมากขึ้น เช่น ค่าแรง ค่าวัตถุดิบ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้โครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิติดลบได้หรืออัตราผลตอบแทนการลงทุนต่ำกว่าอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังไว้ได้เนื่องจากเศรษฐกิจในปัจจุบันผันผวนอยู่ตลอดเวลาและควรพิจารณาว่าจะยกเลิกโครงการหรือไม่อีกทั้งในการผลิตขนมสุนัขสุนัขในไก่อบแห้งมีวัตถุดิบหลักคือเนื้อสุนัขในไก่ซึ่งในกระบวนการผลิตจะมีการปล่อยน้ำเสียและอาจส่งกลิ่นรบกวนให้กับชุมชนใกล้เคียงถึงแม้ว่าโครงการจะมีกระบวนการบำบัดน้ำเสียและการควบคุมกลิ่นรบกวนแล้วอาจไม่เพียงพอ ผู้ประกอบการควรส่งเสริมชุมชน พัฒนาสิ่งแวดล้อมชุมชนใกล้เคียง สร้างงานและอาชีพให้กับคนในชุมชน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนและองค์กรซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน

## บรรณานุกรม

- เฉลิมขวัญ คุรุทบุญยงค์. (2564). *การวิเคราะห์โครงการลงทุน*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีอีดี ยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ณิชา สมรรถเสวี. (2558). *แผนธุรกิจขนมสุนัขเพื่อสุขภาพ Business Plan for Healthy Dogs Treats* (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ตะวันนา เหล่าจุมพล. (2558). *การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวสุนัขของผู้บริโภค* (สารนิพนธ์วิทยาลัยการจัดการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เมธินี โรจนพรพันธุ์. (2566). *แผนธุรกิจ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนมแพะสำหรับสัตว์เลี้ยง ยี่ห้อ Farm to Furfriend Nutritional Supplements Premium Fresh Goat Milk Brand Farm to Furfriend* (สารนิพนธ์วิทยาลัยการจัดการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รวี ลงกานี. (2563). *การประเมินความเป็นไปได้ด้านการเงินของโครงการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิสทวัส รุ่งเรืองผล. (2558). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- หทัยภัทร อินทร์คำ. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของพ่อค้าคนกลางในตลาด โรงเกลือจังหวัดสระแก้ว* (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Brand Buffet. (2565). *พลังทาสแมว-ทาสน้องหมา ดันตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงโลกโตยาว 5 ปี “ไอ-เทล” ขนทัพนวัตกรรม-ระดมทุนรับเมกะเทรนด์*. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2022/07/pet-food-i-tail-humanization/>

Canada.ca. (2566). *Sector Trend Analysis-Pet food trends in Thailand*. สืบค้นจาก

<https://agriculture.canada.ca/en/international-trade/market-intelligence/reports/sector-trend-analysis-pet-food-trends-thailand#a>

Marketeer Online. (2565). *เหมียวमारเกิดตลาดที่ไม่ควรมองข้ามในธุรกิจสัตว์เลี้ยง*. สืบค้นจาก

<https://marketeeronline.co/archives/274603>