

ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา



บุษบากร สมหวังศิริ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สิงหาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา



บุษบากร สมหวังศิริ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สิงหาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

อาจารย์ที่ปรึกษา และคณบดีคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์
ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข
ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา” เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยพะเยา

.....
(ดร.บุญญาภุช ชีวาเกียรติยิ่งยง)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ นพรัก)

ผู้รักษาการแทนคณบดีคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์

สิงหาคม 2559



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ดร.บุญญานุช ชีวาเกียรติยิ่งยง อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอบคุณ ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัข ฟาร์ม Lucky Love Chi ฟาร์มพิทบูลบ้านต้า และฟาร์มพะเยาต้ออกเคนเนล ที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ต่อการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

คุณค่า และประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาครั้งนี้ ขอมอบแด่บุพการี และผู้มีพระคุณทุกท่าน

บุษบากร สมหวังศิริ



เรื่อง: ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

ผู้วิจัย: บุษบากร สมหวังศิริ, การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง: บธ.ม, มหาวิทยาลัยพะเยา, 2559

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.บุญญานุช สีวาเกียรติยิ่งยง

คำสำคัญ: ธุรกิจฟาร์มสุนัข, ความเป็นไปได้

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบธุรกิจฟาร์มสุนัข ในจังหวัดพะเยา ที่จดทะเบียนกับสมาคมผู้เลี้ยงสุนัข จำนวน 25 ฟาร์ม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัข จำนวน 3 ฟาร์ม โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด ด้านปฏิบัติการ ด้านการจัดการ โดยการจำแนก และจัดข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุป ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ วิเคราะห์ข้อมูลด้านการเงิน โดยการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value วิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) วิเคราะห์อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio: B/C Ratio) และวิเคราะห์งวดเวลาคืนทุน (Payback Period)

ผลการวิจัย มีดังนี้ 1) การวิเคราะห์ด้านการตลาด พบว่า ธุรกิจฟาร์มสุนัขใน อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ปัจจุบันมีที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน เป็นฟาร์มระบบปิดเพื่อป้องกันปัญหาโรคติดต่อ และมีบริการหลังการขายที่ดี ในระยะแรกของการเริ่มทำธุรกิจ มีค่าใช้จ่ายสูงในการประชาสัมพันธ์ฟาร์ม เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ คือ มีคู่แข่งจำนวนมาก อีกทั้งเนื่องจากในจังหวัดพะเยา ไม่มีสนามบิน และไม่มีสถานีรถไฟ ทำให้การจัดส่งสุนัขมีค่าใช้จ่ายสูง 2) การวิเคราะห์ด้านปฏิบัติการ พบว่า สุนัขที่จำหน่าย ควรมีลักษณะตรงตามสายพันธุ์ มีสุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ได้รับวัคซีน และถ่ายพยาธิโดยสัตวแพทย์ เนื้อที่ของฟาร์ม ควรมีขนาด ไม่ต่ำกว่า 300 ตารางวา และควรอยู่ห่างจากชุมชน ในระยะไม่เกิน 15 กิโลเมตร และมีระบบสาธารณสุขโรคครบครัน เพื่อให้ลูกค้าเดินทางสะดวก มีการจัดทำโรงเรือนระบบปิด แยกเป็นสัดส่วน เพื่อป้องกันโรค และมีอากาศถ่ายเทสะดวก อุปกรณ์ที่ใช้ในโรงเรือน ควรได้มาตรฐาน 3) การวิเคราะห์ด้านการจัดการ พบว่า การลงทุนในธุรกิจฟาร์มสุนัขในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา สามารถดำเนินการในรูปแบบเจ้าของคนเดียวได้ ทรัพยากรบุคคลที่ควรมีอยู่เพื่อการปฏิบัติงาน จำนวนไม่น้อยกว่า 3 คน 4) การวิเคราะห์ด้านการเงิน พบว่า ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2 ปี 2 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 3,922,887 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน เท่ากับ 35.10 เปอร์เซ็นต์ และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.58 เท่า แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีความเป็นไปได้ และคุ้มค่าในการลงทุน เป็นไปตามสมมติฐานงานวิจัย

Title: A FEASIBILITY STUDY OF INVESTMENT ON DOG-BREEDING FARM IN MUANG DISTRICT, PHAYAO PROVINCE.

Author: Budsabakorn Somwangsiri, Independent Study: M.B.A., University of Phayao, 2016

Advisor: Dr.Boonyanuch Cheewakiatyingyong

Keywords: Dog farm Business, Feasibility

ABSTRACT

This research was aimed to study feasibility in dog farm business investment in Mueang District, Phayao Province. The populations in this study included 25 entrepreneurs who operated dog farm business in Phayao Province registered with dog breeder association. The subjects in this research were 3 dog farm entrepreneurs and the cluster was specifically selected. The instruments used to accumulate data was interview with the structure to analyze data pertaining to marketing, operation and management by categorizing and grouping the data and analyzing them to find the conclusion consistent in accordance with objectives of this research. Besides, financial data were analyzed in terms of Net Present Value, internal rate of return, benefit –cost Ratio: B/C Ratio and Payback Period.

The result was found that 1) in term of marketing analysis, dog farms in Mueang District, Phayao Province were currently located nearby community and they were close system to prevent contagious diseases and to provide good after–sale service. Initially, this business required high expenditure to publicize the farms to be well known among target customers and the obstacles of business operation were numerous competitors. Furthermore, as there was no airport and train station in Phayao, dog delivery required high expenses. 2) In term of operational analysis, it was found that the dogs to be distributed should have direct breeds with strong health and they have had taken vaccination and vermicide by the veterinarian. The farm space should not be lower than 300 square Wah and far from the community about 15 kilometers equipped with public utility system. Besides, the farm should provide close–system building proportionately to prevent diseases and to perfectly ventilate air. The equipment used in the building should meet the standard. 3) For management analysis, it was found that investment on dog farms in Mueang District, Phayao Province could be operated by an owner and there should be at least 3 human resources to operate works. 4) For financial analysis, payback period was 2 years and 2 months, net present value was 3,922,887.– Baht, internal rate of return was 35.10% and benefit–cost ratio was 1.58 times. This indicated that dog farm business in Mueang District, Phayao Province was feasible and worthy in investment according to the hypothesis of this research.

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
สมมติฐานของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
การวิเคราะห์ด้านการตลาด (Marketing Analysis)	6
การวิเคราะห์ด้านการปฏิบัติการ (Operations Analysis)	10
การวิเคราะห์ด้านการจัดการ (Management Analysis)	11
การวิเคราะห์ด้านการเงิน (Financial Analysis)	13
การวิเคราะห์ด้วย Business Model Canvas	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
3 วิธีดำเนินการวิจัย	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	25
การเก็บรวบรวมข้อมูล	25
การวิเคราะห์ข้อมูล	25

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	27
ผลการวิเคราะห์ด้านการตลาด	27
ผลการวิเคราะห์ด้านการปฏิบัติการ	28
ผลการวิเคราะห์ด้านการจัดการ.....	29
ผลการวิเคราะห์ด้านการเงิน	29
ผลการวิเคราะห์โครงการความเป็นไปได้ของธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ตามรูปแบบของ Business Model Canvas	38
5 บทสรุป	42
สรุปผลการวิจัย	42
อภิปรายผลการวิจัย.....	44
ข้อเสนอแนะ	45
บรรณานุกรม	46
ภาคผนวก	48
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	49
ภาคผนวก ข ลักษณะสุนัขสายพันธุ์ที่ศึกษา	52
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า	59

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงประมาณการต้นทุนในการลงทุน	30
2 แสดงจำนวนสุนัขในแต่ละปีที่ลงทุน	31
3 แสดงต้นทุนในการลงทุนเริ่มต้น	31
4 แสดงต้นทุนค่าอาหารสำหรับพ่อพันธุ์ แม่พันธุ์	32
5 แสดงต้นทุนค่าอาหารสำหรับลูกสุนัข	32
6 แสดงค่าวัคซีนสำหรับพ่อพันธุ์ แม่พันธุ์	32
7 แสดงค่าวัคซีนสำหรับลูกสุนัข	33
8 แสดงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	33
9 แสดงประมาณการรายรับ	34
10 แสดงการพยากรณ์รายรับจากการจำหน่ายลูกสุนัขของโครงการต่อปี	35
11 แสดงประมาณการกระแสเงินสดสุทธิคิดลดสะสม	35
12 แสดงประมาณการมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดสุทธิ	36
13 แสดงสรุปผลตามเกณฑ์การวัดความคุ้มค่าในการลงทุน	37
14 แสดงคุณสมบัติของสุนัข	58

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย	6
2 แสดง Business Model Canvas	17
3 แสดงผลการวิเคราะห์ธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ตามรูปแบบ ของ Business Model Canvas.....	38
4 แสดงสุนัขพันธุ์ชิว่าว่า.....	52
5 แสดงสุนัขพันธุ์อเมริกันพิตบูล.....	53
6 แสดงสุนัขพันธุ์ อลาสกัน มาลามิวท์	56



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสถิติของสมาคมอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงไทย (TPIA) ในปี พ.ศ. 2555 พบว่า อัตราการเติบโตของตลาดสัตว์เลี้ยงในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา มีการเติบโต 3-30% โดยในปี พ.ศ. 2538 มีมูลค่าตลาด เท่ากับ 2,000 ล้านบาท ต่อมาในปี พ.ศ. 2553 มีมูลค่าตลาด เท่ากับ 7,000 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2555 มีมูลค่าตลาด เท่ากับ 12,000 ล้านบาท (อสิศรา ธรรมสิทธิ์, 2557, หน้า 1)

จากความนิยมในการเลี้ยงสุนัข ทำให้การซื้อขายลูกสุนัข มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผู้เพาะเลี้ยงสุนัขส่วนใหญ่ มีการจัดทำเป็นฟาร์มเพาะเลี้ยงสุนัขเป็นอาชีพหลัก อาจกล่าวได้ว่า สุนัขเป็นสินค้ามีชีวิตที่ตลาดต้องการ ด้วยความนิยมในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้สุนัขเป็นต้นกำเนิดทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (ชวภา วรรณะประทีป, 2558, สื่อออนไลน์) ปัจจุบัน พบว่า จังหวัดพะเยามีผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัข จำนวน 25 ฟาร์ม โดยสายพันธุ์ที่คนนิยมส่วนใหญ่ ได้แก่ สุนัขพันธุ์ชิว่าว่า สุนัขพันธุ์อเมริกันพิตบูล และสุนัขพันธุ์อลาสกัน มาลามิวท์ ซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง (กระปุกดอทคอม, 2559, สื่อออนไลน์) ซึ่งการวางแผนการลงทุนในธุรกิจนั้น ผู้ลงทุนควรศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติการ ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ประกอบการตัดสินใจในการลงทุน เนื่องจากการทำธุรกิจเกี่ยวกับฟาร์มสุนัข ใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง ซึ่งต้นทุนประกอบด้วย ต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปร ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการซื้อพ่อพันธุ์ แม่พันธุ์สุนัข ค่าสถานที่ ค่าอุปกรณ์ ค่าอาหาร ค่ายารักษาโรค ค่าดูแลรักษา เป็นต้น

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในจังหวัดพะเยา เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้สนใจประกอบการธุรกิจ มีความมั่นใจในการลงทุน และพัฒนาขยายตลาดสุนัข โดยวิเคราะห์ปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติการ ด้านการจัดการ และด้านการเงิน เพื่อเป็นข้อมูลในการประเมินความเป็นไปได้และความคุ้มค่า ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในจังหวัดพะเยา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนสำหรับผู้ที่มีความประสงค์จะประกอบธุรกิจฟาร์มสุนัข ในจังหวัดพะเยา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติการ ด้านการจัดการ และด้านการเงิน

สมมติฐานของการวิจัย

การลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีความเป็นไปได้ และคุ้มค่า โดยมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 9.25 ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการลงทุน ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (ธนาคารกรุงไทย, 2559) มีระยะเวลาคืนทุน ภายในระยะเวลา 5 ปี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

เขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจฟาร์มสุนัข ในจังหวัดพะเยา ที่จดทะเบียนกับสมาคมผู้เลี้ยงสุนัข

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ในการศึกษาความเป็นไปได้ในธุรกิจฟาร์มสุนัขในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัข 3 สายพันธุ์ คือ สุนัขพันธุ์ชิวว่า อเมริกัน พิทบูล และสุนัขพันธุ์อลาสกัน มาลามิวท์

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาความเป็นไปได้ โครงการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จะศึกษาทั้งด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติการ ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยมีวิธีการศึกษาในแต่ละด้าน ดังนี้

3.1 การศึกษาด้านการตลาด มีวิธีการศึกษา ดังนี้

3.1.1 ศึกษาสภาพเศรษฐกิจ และสังคมทั่วไป ตลอดจนนโยบาย และการส่งเสริมของภาครัฐ ที่มีผลต่อธุรกิจฟาร์มสุนัข ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

3.1.2 สัมภาษณ์ และวิเคราะห์ โอกาส อุปสรรค ของธุรกิจจำหน่ายสุนัข ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

3.2 การศึกษาด้านการปฏิบัติการ มีวิธีการศึกษา ดังนี้

3.2.1 ประเมินการสินทรัพย์ที่จำเป็นต้องใช้ของโครงการ

3.2.2 การเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม

3.2.3 การวางผังกิจการ

3.2.4 การจัดซื้อ และการควบคุมสินค้าคงเหลือ

3.3 การศึกษาด้านการจัดการ มีวิธีการศึกษา ดังนี้

ศึกษาข้อมูลด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ แล้วนำมาวิเคราะห์กำหนดรูปแบบของค์การ รูปแบบการดำเนินธุรกิจ นโยบายการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ และการจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม สำหรับธุรกิจจำหน่ายสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

3.4 การศึกษาด้านการเงิน มีวิธีการศึกษา ดังนี้

3.4.1 ทำการประมาณรายได้ และรายจ่ายล่วงหน้าของโครงการ

3.4.2 ทำการวิเคราะห์ และประเมินผลโครงการ โดยมีหลักเกณฑ์ และวิธีการที่ใช้ คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Rate of Return หรือ IRR) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) และงวดเวลาคืนทุน (Payback Period หรือ PP)

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ในเดือนพฤษภาคม 2559

นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้น ในการดำเนินงานตามโครงการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยพิจารณาจาก การศึกษาวิเคราะห์โครงการ ใน 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติการ ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ทั้งนี้ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุน (ชัยยศ สันติวงษ์, 2539 อ้างอิงใน สุพัฒน์ ชัตติยะวงศ์, 2552)

ธุรกิจฟาร์มสุนัข หมายถึง ธุรกิจที่ทำการเพาะสุนัขไว้เพื่อการจำหน่าย

สุนัข หมายถึง สุนัขพันธุ์ชื่อว่า อเมริกัน พิทบูล และสุนัขพันธุ์ อลาสกัน มาลามิวท์

แม่พันธุ์ หมายถึง แม่พันธุ์สุนัขพันธุ์ชื่อว่า อเมริกัน พิทบูล และพันธุ์อัลลาสกัน มาลามิวท์ ที่ซื้อมาเพื่อให้ออกลูก เพื่อการจำหน่ายลูกสุนัข

พ่อพันธุ์ หมายถึง พ่อพันธุ์สุนัขพันธุ์ชื่อว่า อเมริกัน พิทบูล และพันธุ์อัลลาสกัน มาลามิวท์ ที่ซื้อมาผสมพันธุ์กับแม่พันธุ์ เพื่อให้ได้ลูกสุนัข

โครงการ หมายถึง โครงการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำนวน 3 สายพันธุ์ คือ สุนัขพันธุ์ชิว่าว่า อเมริกัน พิทบูล และสุนัขพันธุ์ อลาสกัน มาลามิวท์

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

1. ผลการศึกษาที่ได้รับ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจลงทุน เพื่อดำเนินธุรกิจฟาร์มสุนัข ในจังหวัดพะเยา ได้อย่างเหมาะสม
2. ผลการศึกษาที่ได้รับ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ ของโครงการลงทุน ที่มีลักษณะเดียวกันในจังหวัดอื่น



บทที่ 2

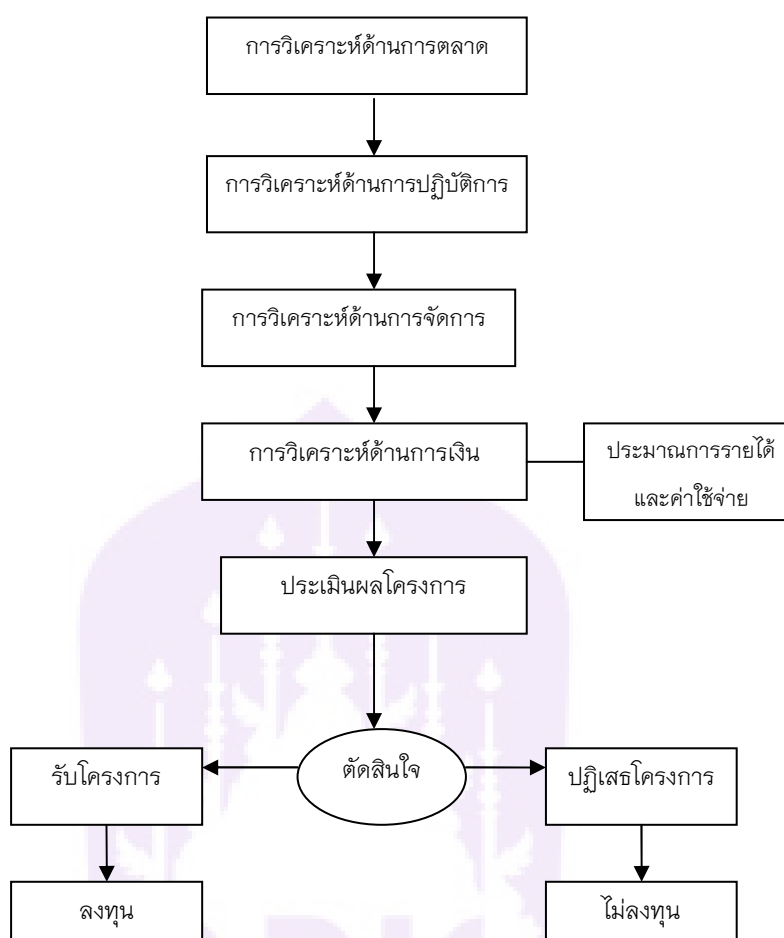
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดเป็นแนวทางการศึกษา ดังนี้

1. การวิเคราะห์ด้านการตลาด (Marketing Analysis)
2. การวิเคราะห์ด้านการปฏิบัติการ (Operations Analysis)
3. การวิเคราะห์ด้านการจัดการ (Management Analysis)
4. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน (Financial Analysis)
5. การวิเคราะห์ด้วย Business Model Canvas
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน จะประกอบด้วย การวิเคราะห์ 4 ด้าน คือ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการปฏิบัติการ การวิเคราะห์ด้านการจัดการ และการวิเคราะห์ด้านการเงิน โดยผลการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติการ และด้านการจัดการ จะใช้เป็นข้อมูลที่สำคัญในการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า ซึ่งผู้ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน เพื่อนำมาประเมินผล และตัดสินใจลงทุนในโครงการ โดยใช้อัตราผลตอบแทนการลงทุน เป็นเกณฑ์วัดในการตัดสินใจ โดยใช้แนวทางในการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติการ ด้านการจัดการ และด้านการเงิน (ชัยยศ สันติวงษ์, 2539 อ้างอิงใน สุพัฒน์ ชัตติยะวงศ์, 2552) โดยผู้วิจัยใช้ประเด็นหลัก Business Model Canvas เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ทั้ง 4 ด้าน ข้างต้น

แนวทางในการศึกษาความเป็นไปได้ ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา สรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

การวิเคราะห์ด้านการตลาด (Marketing Analysis)

ในกระบวนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ จะต้องศึกษา และสำรวจคุณลักษณะ สภาวะ และขนาดของตลาด เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์ และแผนการตลาด ตลอดจน การพยากรณ์รายรับ ต้นทุนด้านการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การวิเคราะห์ด้านการตลาด ประกอบด้วย

1. บรรยายภาวะตลาดโดยสรุป รวมถึงขอบเขตของตลาด ศักยภาพของคู่แข่งชั้น วิธีการขนส่ง ช่องทางระบบการจัดจำหน่าย และวิธีปฏิบัติในทางการค้าโดยทั่วไป
2. วิเคราะห์อุปสงค์ ทั้งในอดีต และปัจจุบัน ทั้งในด้านปริมาณ และมูลค่า
3. วิเคราะห์ช่องทางระบบการจัดจำหน่ายสินค้า ทั้งอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เก็บรวบรวมข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแข่งขันของผลิตภัณฑ์ เช่น ราคาขาย คุณภาพ กลยุทธ์ทางการตลาดของคู่แข่ง

4. คาดคะเนอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ในอนาคต

5. คาดคะเนส่วนแบ่งตลาดของโครงการนั้น โดยคำนึงถึงอุปสงค์ การจัดจำหน่าย สภาพการณ์การแข่งขัน และกลยุทธ์ทางตลาด ของโครงการ

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์การ หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหา จุดแข็ง จุดอ่อน จุดด้อย หรือสิ่งทีอาจเป็นปัญหาสำคัญ ในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต

SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมาย ดังนี้

Strengths-จุดแข็ง หรือข้อได้เปรียบ

Weaknesses-จุดอ่อน หรือข้อเสียเปรียบ

Opportunities-โอกาสที่จะดำเนินการได้

Threats-อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์การ

หลักการสำคัญของ SWOT ก็คือ การวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายใน และสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้น การวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จัก สภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอก และภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กร ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งทีได้เกิดขึ้นแล้ว และแนวโน้ม การเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้ง ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถ ด้านต่าง ๆ ทีองค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ อย่างมาก ต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กร ทีเหมาะสมต่อไป

ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายนอก และภายในองค์กร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ จะช่วยให้เข้าใจได้ว่า มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน ขององค์กรอย่างไร จุดแข็งขององค์กร จะเป็นความสามารถภายในทีถูกใช้ประโยชน์ เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนขององค์กร จะเป็นคุณลักษณะภายในทีอาจทำลาย ผลการดำเนินงาน โอกาสทางสภาพแวดล้อม จะเป็นสถานการณ์ทีทำให้บรรลุเป้าหมายองค์กร ทั้งนี้ ในทางกลับกัน อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม จะเป็นสถานการณ์ทีขัดขวางการบรรลุเป้าหมาย ขององค์กร ผลจากการวิเคราะห์ SWOT จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาไปในทิศทางทีเหมาะสม ขั้นตอนการวิเคราะห์ SWOT Analysis

จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้าง กล่าวคือ การระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กร ทำให้มีข้อมูลในการกำหนดทิศทาง หรือเป้าหมาย ที่จะถูกสร้างขึ้นมาบนจุดแข็งขององค์กร และแสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อม หรือลดจุดอ่อนขององค์กรให้มึน้อยที่สุดได้ ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้น จะต้องดำเนินการวิเคราะห์ ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

1. การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร จะเป็นการดำเนินการเกี่ยวกับการวิเคราะห์ทรัพยากร และความสามารถภายในขององค์กร ในทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็ง และจุดอ่อนขององค์กร แหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลที่น่ามา เพื่อประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือ ระบบข้อมูลเพื่อการบริหารที่ครอบคลุมทุกด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้าง ระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงาน และทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึง การพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กร เพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์ และผลกลยุทธ์ที่ผ่านมา

1.1 จุดแข็งขององค์กร (S-Strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในองค์กรนั่นเองว่า ปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบ หรือจุดเด่นขององค์กร ที่องค์กรควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร

1.2 จุดอ่อนขององค์กร (W-Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในองค์กรนั้น ๆ เองว่า ปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กร ที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือขจัดให้หมดไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

2. การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อค้นหาโอกาส และอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์กร ที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งใน และระหว่างประเทศ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบาย การเงิน งบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ระดับการศึกษา และอัตราหนังสือของประชาชน การตั้งถิ่นฐาน และการอพยพของประชาชน ลักษณะชุมชนชนบทธรรมนิยมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ และวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึง กรรมวิธีใหม่ๆ และพัฒนาการทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และให้บริการ

2.1 โอกาส (O-Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อประโยชน์ ทั้งทางตรง และทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กร องค์กรสามารถฉกฉวยข้อดีเหล่านี้มา เพื่อเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้

2.2 อุปสรรค (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อที่จะก่อให้เกิดความเสียหาย ทั้งทางตรง และทางอ้อมแก่องค์กร ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องหลีกเลี่ยง หรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่ง พร้อมที่จะเผชิญแรงกระทบดังกล่าวได้

3. ระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อม เมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกแล้ว ให้นำจุดแข็ง จุดอ่อน จากภายใน มาเปรียบเทียบกับโอกาส อุปสรรค จากภายนอก เพื่อดูว่า องค์กรกำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใด และภายใต้สถานการณ์เช่นนั้น องค์กรควรจะทำอย่างไร โดยทั่วไปแล้ว ในการวิเคราะห์ SWOT ดังกล่าวนี้ องค์กรจะอยู่ในสถานการณ์ 4 รูปแบบ คือ สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง-โอกาส) สถานการณ์นี้ เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนาที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารขององค์กร ควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive-Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่ มาเสริมสร้าง และปรับใช้ เพื่อฉกฉวยโอกาสต่าง ๆ มาใช้ให้ประโยชน์ต่อองค์กรอย่างเต็มที่ สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน-อุปสรรค) เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรค จากภายนอก และมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้น ทางเลือกที่ดีที่สุด คือ การกำหนดกลยุทธ์เพื่อตั้งรับ หรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลด หรือหลบหลีกภัยอุปสรรค ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนจรรยาบรรณการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน-โอกาส) องค์กรมีโอกาเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน อยู่หลายประการ แต่มีปัญหา อุปสรรค ที่เป็นจุดอ่อนอยู่ ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์เพื่อพลิกตัว (Turnaround-oriented Strategy) หรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะฉกฉวยโอกาส ต่าง ๆ ที่เปิดให้ สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง-อุปสรรค) เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานขององค์กร แต่องค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ ดังนั้น องค์กรสามารถเลือกกลยุทธ์การแตกตัว หรือขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มี สร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่น ๆ แทน

การวิเคราะห์ด้านการตลาดนี้ จะใช้ทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการค้าปลีกมาประกอบ ในการวิเคราะห์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด โดยทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด คือ 5 P's ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) และลักษณะเฉพาะขององค์กร (Personality) โดยส่วนประสม

ทางการตลาด จะเป็นเครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด รายละเอียดแต่ละประการ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ คือ สินค้าที่ขายในร้าน โดยคำนึงถึงตราสินค้า ขนาด สี จำนวน และรวมถึง การบริการต่าง ๆ เช่น การบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน การแลกคืนสินค้า การตกแต่งร้านค้า ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ถือได้ว่า เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สุด ในส่วนประสมทางการตลาด ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ที่จะจำหน่าย ต้องมีคุณสมบัติ และคุณภาพ ตรงตามความต้องการของตลาด

2. ราคา คือ สิ่งกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ระดับราคามีผลต่อตลาด เป้าหมาย ในหลายด้าน เช่น ผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพของสินค้า เปรียบเทียบกับราคาในอดีตสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้ค้าปลีกควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ และภาวะการแข่งขันจากคู่แข่งชั้น วิธีการตั้งราคาสามารถกระทำได้หลายลักษณะ เช่น การตั้งราคาตามราคาตลาด การตั้งราคาแบบเลขคู่ การตั้งราคาสำหรับการขายแบบให้เครดิต เป็นต้น

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การนำสินค้าไปสู่ตลาดเป้าหมาย สำหรับปัจจัยที่กิจการ ค้าปลีก ต้องคำนึงเป็นพิเศษ คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และการจัดวางผังกิจการ

4. การส่งเสริมการตลาด คือ การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย เพื่อให้เกิด ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย ประกอบด้วย 4 กิจกรรมหลัก คือ การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) โดยกิจการต้องเลือก และกำหนด รูปแบบการใช้ให้เหมาะสม กับกลยุทธ์การตลาดของกิจการ และลักษณะของตลาดเป้าหมาย

5. ลักษณะเฉพาะขององค์การ คือ เป็นการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นในใจของลูกค้า อันเนื่องมาจากการประสมประสานของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การขาย จนทำให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ขององค์การ ซึ่งหากกล่าวถึงองค์การแล้ว ลูกค้าจะระลึกถึง ลักษณะเฉพาะตัวขององค์การขึ้นได้ทันที

การวิเคราะห์ด้านการปฏิบัติการ (Operations Analysis)

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค จะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางด้านการปฏิบัติการของโครงการ ทำให้ทราบข้อมูลต่าง ๆ ทางด้านการปฏิบัติการที่จำเป็นในการดำเนินกิจการ ได้แก่ การเลือก ทำเลที่ตั้ง การวางผังกิจการ การลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน และสินทรัพย์ถาวร ตลอดจน การจัดซื้อ และควบคุมสินค้าคงเหลือ จากข้อมูลทางการปฏิบัติการนี้ กิจการจะใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการ เพื่อเตรียมจัดหาแหล่งเงินทุนต่อไป

การวิเคราะห์ด้านการปฏิบัติการ ควรพิจารณาหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมถึงรายละเอียดคุณสมบัติทางด้านกายภาพ
2. กระบวนการคัดเลือก การจัดซื้อจัดหาผลิตภัณฑ์ ต้นทุนในปัจจุบัน และอนาคต รูปแบบการชำระเงิน ทำเลที่ตั้งของผู้จัดจำหน่าย และความสม่ำเสมอในการจัดส่งของให้
3. การกำหนดขนาดของร้าน การคาดคะเนปริมาณการจัดจำหน่าย การพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเริ่มดำเนินงาน และปัจจัยต่าง ๆ ทางปฏิบัติการ
4. การเลือกอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ รูปแบบการชำระเงิน และการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ ถึงทางเลือกอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ในแง่ของต้นทุน ความน่าเชื่อถือ ประสิทธิภาพ และการบำรุงรักษา
5. การกำหนดทำเล สถานที่ตั้ง พร้อมทั้งประเมินความเหมาะสมของทำเลสถานที่ตั้ง
6. การออกแบบผังกระบวนการผลิต การคาดคะเนต้นทุน เปรียบเทียบระหว่างการก่อสร้างกับการเช่าร้าน
7. การกำหนดปริมาณ และต้นทุน ของส่วนสูญเสีย ตลอดจนแนวทางในการบริหารส่วนสูญเสีย
8. การคาดคะเนต้นทุนสินค้าขาย

การวิเคราะห์ด้านการจัดการ (Management Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการจัดการ ทำให้ทราบข้อมูลในการคาดคะเนค่าใช้จ่ายในการบริหาร ซึ่งผลการคาดคะเน จะเป็นข้อมูลในการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า เพื่อใช้ประโยชน์ในการประเมินผล และตัดสินใจลงทุน

การวิเคราะห์ด้านการจัดการ จะพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. กำหนดรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสม

โดยส่วนใหญ่แล้ว รูปแบบของการดำเนินการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ที่ผู้ประกอบการนิยมใช้ มี 3 รูปแบบ คือ

 - 1.1 ประกอบการโดยเจ้าของคนเดียว (Single Proprietors)
 - 1.2 ห้างหุ้นส่วน (Partnerships)
 - 1.3 บริษัทจำกัด (Corporations)

ส่วนการประเมินว่า รูปแบบใดที่ดีที่สุดที่สุคนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ ที่ผู้ประกอบการดำเนินงาน นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยบางประการที่ต้องนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจเลือกรูปแบบด้วย คือ

- 1.1 ปัญหาในการจัดตั้งธุรกิจ
- 1.2 จำนวนเงินทุนที่ต้องการในการดำเนินธุรกิจ
- 1.3 จำนวนกำไรที่ธุรกิจจะนำไปจัดสรร
- 1.4 ความสัมพันธ์ด้านอำนาจหน้าที่ในการดำเนินธุรกิจ
- 1.5 อายุการดำเนินธุรกิจ และความต้องการให้ธุรกิจดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
- 1.6 ขอบเขตความรับผิดชอบในหนี้สินของผู้ประกอบการ
- 1.7 ข้อจำกัดด้านกฎหมายตามรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ
- 1.8 ภาษีที่ต้องเสีย

2. กำหนดรูปแบบองค์การที่เหมาะสม

การพิจารณารูปแบบองค์การที่เหมาะสม สำหรับธุรกิจแต่ละประเภทนั้น มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 2.1 บรรยายสรุปงานด้านการจัดการของธุรกิจเพื่อดูว่า ประกอบด้วยงานทั้งสิ้นกี่งาน และมีงานอะไรบ้าง
- 2.2 จัดกลุ่มงานที่มีลักษณะการทำงานเหมือนกัน และ/หรือต้องการทักษะของแรงงานเหมือนกัน
- 2.3 กำหนดขนาดแรงงาน คุณสมบัติของแรงงานที่แต่ละกลุ่มงานต้องการ
- 2.4 พิจารณาความสัมพันธ์ของงานในแต่ละกลุ่ม แล้วกำหนดสายการบังคับบัญชา หรือสายการประสานงาน ซึ่งจะทำให้เกิดรูปแบบองค์การที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจ

3. กำหนดแผนงานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

- 3.1 การคาดคะเนอัตรากำลังแรงงานที่ต้องการ ทั้งในปัจจุบัน และในอนาคต
- 3.2 การกำหนดคุณสมบัติของแรงงานที่ต้องการ
- 3.3 การรับสมัคร และคัดเลือก
- 3.4 การกำหนดอัตราเงินเดือน และค่าตอบแทน
- 3.5 การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ
- 3.6 การฝึกอบรม และพัฒนา
- 3.7 การประเมินผล
- 3.8 แรงงานสัมพันธ์

4. การจัดการความเสี่ยง

ความเสี่ยง คือ ความไม่แน่นอนที่ทำให้เกิดความเสียหาย เกิดจากเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ ทรัพย์สินมักเกิดความเสียหาย เช่น ไฟไหม้ น้ำท่วม โจรกรรม ฯลฯ

4.1 ความเสี่ยงภัยทางธุรกิจ

การประกอบธุรกิจมีความเสี่ยงภัยหลายประการ ซึ่งมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ โดยความเสี่ยงที่สำคัญ และส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรง คือ ความเสี่ยงภัยทางทรัพย์สิน อันได้แก่ อาคาร หรือทรัพย์สินถูกไฟไหม้ ทรัพย์สินถูกโจรกรรม น้ำท่วม ฯลฯ

4.2 การจัดการความเสี่ยง

การจัดการความเสี่ยง เป็นการวางแผนป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น

5. ประเมินการค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

คือ การประมาณค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่โครงการ จะต้องจ่ายลงทุนในช่วงก่อนที่กิจการ จะเริ่มเปิดดำเนินการ เช่น ค่าจดทะเบียนการค้า ค่าใช้จ่ายในการติดต่อกาน เงินเดือนของพนักงาน และค่าสาธารณูปโภค ในช่วงก่อนเปิดดำเนินงาน

การวิเคราะห์ด้านการเงิน (Financial Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการเงิน เน้นหนักการเตรียมงบการเงินล่วงหน้า เพื่อนำมา ประเมินโครงการ ในเชิงเศรษฐกิจ และการกำหนดขนาดเงินลงทุนที่ต้องการ การจัดทำงบการเงิน ล่วงหน้า จะนำเอกสารข้อมูลการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติการ และด้านการจัดการ มาประกอบการคาดคะเนรายรับ และต้นทุน เพื่อการตัดสินใจ พร้อมทั้งมีการวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) ด้วย เพื่อให้การประเมินโครงการเป็นไปอย่างถูกต้อง รอบคอบ และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ลงทุน

การวิเคราะห์ด้านการเงินประกอบด้วย

1. การเตรียมงบการเงินที่แสดงต้นทุนรวมของโครงการ เงินลงทุนเริ่มแรก และกระแสเงินสด ที่สัมพันธ์กับตารางการดำเนินโครงการนั้น
2. การจัดทำตารางการดำเนินงาน เพื่อช่วยในการวางแผนด้านการเงินการกำหนด
3. การจัดทำงบการเงินล่วงหน้า ได้แก่ งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า งบกระแสเงินสดล่วงหน้า และงบดุลล่วงหน้า
4. การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ปริมาณการขาย ณ จุดคุ้มทุน
5. การวิเคราะห์ความไว เพื่อให้ทราบถึงรายการ หรือปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อ ความสามารถในการทำกำไร

หลักเกณฑ์ และวิธีการวิเคราะห์ด้านการเงิน เพื่อประเมินโครงการลงทุน

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินโครงการ มีหลายวิธี เช่น วิธีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method) วิธีอัตราส่วนลดกระแสเงินสด (Discount Cash Flow Method) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR) การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis Method) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Breakeven Point Analysis) การจำลองสถานการณ์ (Simulation) เป็นต้น ในการวิจัยนี้ใช้เพียง 4 วิธี คือ

1. วิธีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method) หมายถึง ระยะเวลาที่ผู้ลงทุนจะได้รับเงินที่ลงทุนกลับคืนมา โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

1.1 กรณีเงินสดรับในแต่ละปีเท่ากัน

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินลงทุนเริ่มต้น}}{\text{เงินสดรับต่อปี}}$$

1.2 กรณีเงินสดรับแต่ละปีไม่เท่ากัน

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{จำนวนปีก่อนได้รับการชดเชยเต็มจำนวน} + \text{ต้นทุนที่ยังชำระไม่ครบต้นปี}}{\text{กระแสเงินสดระหว่างปี}}$$

วิธีนี้เหมาะสำหรับกิจการที่ต้องการสภาพคล่อง เป็นการลงทุนที่มีการแข่งขันและความเสี่ยงสูง การตัดสินใจโดยวิธีนี้ บริษัทต้องกำหนดระยะเวลาการคืนทุนที่ต้องการไว้ ถ้าระยะเวลาคืนทุนของโครงการที่ถูกพิจารณาเร็วกว่าระยะเวลาคืนทุนที่กำหนด ก็ควรตัดสินใจลงทุน

ข้อดีของวิธีนี้ คือ สะดวกในการคำนวณ และเป็นที่ยอมรับง่าย ส่วนข้อเสีย คือ ไม่ให้ความสำคัญต่อกระแสเงินสดที่ได้รับหลังจากคืนทุนแล้ว และไม่ได้พิจารณาเงินที่แตกต่างกันระหว่างกระแสเงินสดที่ได้รับในขณะนี้ กับกระแสเงินสดที่ได้รับในอนาคต

2. วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV)

หมายถึง การคำนวณหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ แล้วนำมาหักด้วยเงินลงทุนเริ่มต้นของโครงการ อัตราส่วนลดที่นำมาคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธินั้น กำหนดไว้เท่ากับอัตราผลตอบแทนต่ำสุดที่ต้องการ

$$N. P. V. = \sum_{i=1}^n CF_n \times \frac{1}{(1+i)^n} - i$$

กำหนดให้ N. P. V. = ค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)

CF_n = จำนวนเงินรับในอนาคต (Cash inflow)

i = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ (Rate of Return)

n = อายุโครงการ

I = เงินลงทุนเริ่มต้น (Investment)

การประเมินโครงการด้วยวิธีค่าปัจจุบันสุทธิ หากคำนวณค่าปัจจุบันสุทธิได้ค่าเป็นบวก ควรลงทุนในโครงการนั้น และควรปฏิเสธโครงการการลงทุนถ้ามีค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ

วิธีการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ เป็นวิธีที่นิยมมากที่สุด เพราะคำนวณได้ง่าย และยังแสดงให้เห็นจำนวนเงินที่คาดว่าจะ ได้รับตลอดอายุโครงการ

3. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR)

คือ การคำนวณหาอัตราผลตอบแทน ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ ที่ได้จากโครงการ เท่ากับกระแสเงินสดจ่าย มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\text{อัตราผลตอบแทนของโครงการ} = \frac{\text{เงินจ่ายสุทธิเมื่อเริ่มโครงการ}}{\text{เงินสดรับสุทธิรายปี}}$$

กำหนดให้ I = เงินลงทุนเริ่มต้น

CF_n = กระแสเงินสดรับของโครงการแต่ละปี

N = อายุของโครงการ

i = อัตราผลตอบแทนของโครงการ

แล้วนำค่าที่คำนวณได้ไปเปิดตาราง PVIFA หาค่าที่คำนวณได้อยู่ที่ (i) เท่ากับเท่าใด การประเมินโครงการด้วยวิธีอัตราผลตอบแทนของโครงการ หากอัตราผลตอบแทนของโครงการ สูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ หรือต้นทุนเงินทุน ก็ควรลงทุน แต่ถ้าได้น้อยกว่า ก็ควรปฏิเสธโครงการลงทุน

วิธีหาอัตราผลตอบแทนของโครงการ เป็นวิธีที่ง่ายต่อการนำไปพิจารณาตัดสินใจ เพราะผลลัพธ์ที่ได้เป็นร้อยละที่ได้จากโครงการว่า มีจำนวนมาก หรือน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ หรือต้นทุนเงินทุน ซึ่งแสดงเป็นร้อยละเช่นเดียวกัน

4. วิธีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio)

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio: B/C ratio) หมายถึง อัตราส่วนเปรียบเทียบ ระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทน กับมูลค่าปัจจุบันของกระแสต้นทุนตลอดอายุของโครงการ ภายใต้อัตราคิดลด (Discount rate) ที่พิจารณา

มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$B/C \text{ ratio} = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+i)^t} + C_0}{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+i)^t}}$$

โดย $B_t =$ ผลตอบแทนในปีที่ t ($t=1,2,3,\dots,n$)

$C_t =$ ต้นทุนในปีที่ t ($t=1,2,3,\dots,n$)

C_0 ต้นทุนปีเริ่มแรก

$i =$ อัตราดอกเบี้ย หรืออัตราส่วนคิดลด (Discount rate)

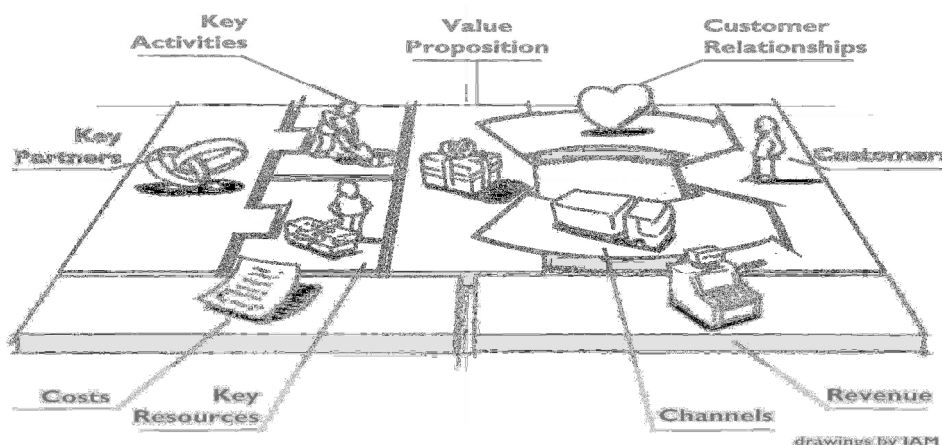
การประเมินโครงการด้วยวิธีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน หากค่าที่ได้มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่า ยอมรับโครงการ แต่หากมีค่าน้อยกว่า 1 จะปฏิเสธโครงการ

วิธีนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจ กรณีที่โครงการมีความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอนเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยถ้าโครงการเสี่ยงมาก ผู้วิเคราะห์สามารถปรับค่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ หรือต้นทุนเงินทุนให้เพิ่มขึ้นได้

การวิเคราะห์ด้วย Business Model Canvas

Business Model Canvas เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวางแผนธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพ (visualizing) ได้อย่างครบถ้วนทุกมุม ซึ่งช่วยในการกำหนดยุทธศาสตร์ประเมินความสำเร็จของแผนงาน และเลือกรูปแบบธุรกิจ (business model) ที่มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับธุรกิจ (สำนักประสานด้านการต่างประเทศ, 2557, สื่อบอนไลน์)

Business Model Canvas แบ่งโครงสร้างในการวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ออกเป็น 9 ก่อร่าง (building block) ซึ่งทั้ง 9 ก่อร่างนี้ มีความเกี่ยวข้องต่อเนื่องกัน และช่วยให้ธุรกิจเห็นภาพได้อย่างครบถ้วน ชัดเจน The Business Model Canvas ประกอบด้วยส่วนหลัก ๆ คือ ลูกค้าสินค้า/บริการของธุรกิจ โครงสร้างของธุรกิจ และความอ่อนไหวทางการเงิน The Business Model Canvas เปรียบเสมือนพิมพ์เขียวของยุทธวิธีดำเนินการ ผ่านโครงสร้างองค์กร กระบวนการ และระบบ ซึ่งจะช่วยในการวางแผนธุรกิจอย่างรอบด้าน (สำนักประสานด้านการต่างประเทศ, 2557, สื่อบอนไลน์)



ภาพ 2 แสดง Business Model Canvas

ที่มา: สำนักประสานด้านการต่างประเทศ, 2557, สื่อออนไลน์

1. Customer Segments

กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึง การระบุกลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้องเป็นหัวใจสำคัญของการทำ business model กลุ่มเป้าหมาย ต้องเป็นกลุ่มที่ทำเงินให้ธุรกิจ การระบุกลุ่มเป้าหมายสามารถระบุได้จาก ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรม และคุณลักษณะอื่น ๆ กลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ทำให้ธุรกิจสามารถนำเสนอสินค้าและบริการ ได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า (สำนักประสานด้านการต่างประเทศ, 2557, สื่อออนไลน์)

2. Value Proposition (คุณค่าของสินค้า/บริการ)

ระบุว่า สินค้า/บริการของธุรกิจสร้างคุณค่าอย่างไรสำหรับลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่ลูกค้าเลือกสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ของเรา แทนที่จะเลือกของคู่แข่ง คุณค่าของสินค้า/บริการ อาจเป็นนวัตกรรม หรือการนำเสนอสิ่งใหม่ หรือมีการเพิ่มคุณสมบัติพิเศษ ที่ทำให้คุณค่าเพิ่มขึ้น ตัวอย่างสิ่งที่เป็นคุณค่ากับลูกค้า ได้แก่ ความแปลกใหม่ คุณภาพของสินค้า/บริการ การออกแบบสินค้า/บริการ ได้ตามความต้องการเฉพาะลูกค้าแต่ละราย ภาพลักษณ์ของ Brand กลยุทธ์ด้านราคา การลดต้นทุน การลดความเสี่ยง ความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า/บริการ ง่ายต่อการใช้งาน เป็นต้น (สำนักประสานด้านการต่างประเทศ, 2557, สื่อออนไลน์)

3. Channels

หมายถึง ช่องทางในการสื่อสาร ช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการขาย ช่องทางการตลาด ที่บริษัทใช้ในการสื่อสาร และติดต่อกับลูกค้า ช่องทางเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในการ

- 3.1 สร้างความตระหนักรู้ในสินค้า/บริการของบริษัท
- 3.2 ลูกค้าสามารถประเมินคุณค่าของสินค้า/บริการของบริษัท
- 3.3 เปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถระบุความต้องการที่เฉพาะเจาะจง
- 3.4 บริษัทสามารถถ่ายทอดคุณค่าของสินค้า/บริการผ่านช่องทางเหล่านี้
- 3.5 ช่วยให้บริษัทสามารถให้บริการหลังการขายกับลูกค้า

ดังนั้น การเลือกส่วนผสมของช่องทางที่ลงตัว และเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย จึงมีความสำคัญ และเป็นประโยชน์อย่างมากต่อธุรกิจ (สำนักประสานงานการต่างประเทศ, 2557, สื่อออนไลน์)

4. Customer Relationships

ธุรกิจควรระบุรูปแบบของสัมพันธภาพ ที่ต้องการมีกับลูกค้า ซึ่งมีระดับที่แตกต่างกัน ตั้งแต่การใช้เครื่องตอบรับ หรือเครื่องทำงานอัตโนมัติ ไปจนถึงการใช้บุคลากรที่มีความละเอียดอ่อน และให้ความสำคัญกับลูกค้า ตัวอย่างของระดับสัมพันธภาพ เช่น

- 4.1 การใช้เครื่องทำงานอัตโนมัติ
- 4.2 การบริการตนเอง
- 4.3 การให้บริการโดยบุคลากร
- 4.4 การบริการแบบเลขาส่วนตัว

5. Revenue Streams

หมายถึง เงินสดที่ธุรกิจจะได้รับ หลังหักค่าใช้จ่ายแล้ว แผนธุรกิจลูกค้าเปรียบเสมือนหัวใจ กระแสรายรับก็คือเส้นเลือดที่หล่อเลี้ยงหัวใจ ธุรกิจต้องถามตัวเองว่า คุณค่าอะไรที่ลูกค้ายินดีจ่ายเงิน คำตอบที่ถูกต้องจะสามารถช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ในการดึงเงินจากลูกค้า กระแสรายรับ อาจเป็นการที่ลูกค้าซื้อสินค้า/บริการเพียงครั้งเดียว หรือเกิดจากการซื้อซ้ำ หรือการซื้อบริการต่อเนื่อง หรือการซื้อบริการหลังการขาย

6. Key Resources

ทรัพยากรที่สำคัญของบริษัท มีความสำคัญต่อการทำให้แผนธุรกิจสัมฤทธิ์ผล ทรัพยากรต่าง ๆ ได้แก่ ทรัพยากรทางกายภาพ ได้แก่ อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เป็นรูปธรรม เช่น เครื่องจักร ทรัพยากรการเงิน ทรัพยากรสินทางปัญญา และทรัพยากรบุคคล เป็นต้น

7. Key Activities

ระบุกิจกรรมสำคัญ ๆ ที่ธุรกิจต้องดำเนินการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ กิจกรรมหลัก ได้แก่ การผลิต การให้บริการ สินค้า/บริการที่แก้ปัญหาให้ลูกค้า การสร้างเวทีของธุรกิจ การสร้างเครือข่าย เป็นต้น

8. Key Partnerships

การสร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ และจำเป็น ข้อดีของการมีหุ้นส่วนทางธุรกิจ คือ เพื่อประโยชน์สูงสุดของธุรกิจ เพื่อลดความเสี่ยง และเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรในทางธุรกิจ ประเภทของหุ้นส่วนทางธุรกิจ ได้แก่

8.1 พันธมิตรทางธุรกิจ

8.2 การร่วมหุ้นเพื่อพัฒนาธุรกิจใหม่

8.3 พันธมิตรคู่ค้า ได้แก่ Buyer-supplier

9. Cost Structure

โครงสร้างด้านต้นทุน หมายถึง ต้นทุนทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการดำเนินการ ตามรูปแบบธุรกิจที่บริษัทกำหนด เช่น ต้นทุนในการสร้างคุณค่าสินค้า/บริการ ต้นทุนในการรักษา ลูกค้า ต้นทุนด้านทรัพยากร ต้นทุนในการให้บริการ เป็นต้น การคำนวณต้นทุน สามารถคำนวณได้ตาม key resource, key activities และ key partnership (สำนักประสานงานด้านการต่างประเทศ, 2557, สืบออนไลน์)

ผู้วิจัยได้นำประเด็นทั้ง 9 ใน Business Model Canvas มาเป็นข้อคำถาม ในการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการธุรกิจสุนัขในการวิจัยนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อริศรา ธรรมสิทธิ์ (2557) ได้วิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทน ในการเพาะเลี้ยงสุนัขพันธุ์ไซบีเรียนฮัสกี้ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินถึงความเป็นไปได้ โดยอาศัยเทคนิควิเคราะห์ต้นทุน และหาผลตอบแทน ในการลงทุนในโครงการเลี้ยงสุนัขพันธุ์ไซบีเรียนฮัสกี้ ในจังหวัดเชียงใหม่ และ 2) วิเคราะห์ความไหวตัวของความเปลี่ยนแปลงของโครงการ โดยดูผลกระทบของโครงการเมื่อต้นทุน หรือผลตอบแทนของโครงการ มีการเปลี่ยนแปลงไปที่มีต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) และระยะเวลาคืนทุน (PB) ผลการศึกษา พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 157,007.70 บาท ในขณะที่อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าประมาณร้อยละ 8.26 ส่วนอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) มีค่าประมาณ 1.03

และระยะเวลาคืนทุน (PB) มีระยะเวลาประมาณ 7 ปี 7 เดือนหรือ 91 เดือน เมื่อวิเคราะห์ความไหวตัวความเปลี่ยนแปลงของโครงการ เมื่อรายได้ และต้นทุนมีการเปลี่ยนแปลง พบว่าเมื่อต้นทุนสูงขึ้น หรือรายได้ลดลง ร้อยละ 5 และร้อยละ 10 มีความเป็นไปได้น้อยมาก ที่จะทำให้โครงการนี้นำลงทุน ดังนั้นโครงการนี้จึงไม่เหมาะสมที่จะลงทุน

สุพัฒน์ ชัตติยะวงศ์ (2552) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัขพันธุ์ขนาดเล็ก ในตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัขพันธุ์ขนาดเล็ก ในตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี และประเมินความเสี่ยงทางด้านการเงินของการลงทุน ประกอบกิจการธุรกิจฟาร์มสุนัขพันธุ์ขนาดเล็ก เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุน หรือการลดลงของกำไรจากการลงทุน ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสิ่งปลูกสร้าง และเจ้าของฟาร์มสุนัข ผลการศึกษา พบว่า ด้านตลาดยังมีความต้องการลูกสุนัขพันธุ์ขนาดเล็กอยู่มาก โดยที่ตั้งของโครงการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัขพันธุ์ขนาดเล็ก ในตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี ทำเลที่ตั้งโครงการฯ มีเนื้อที่ประมาณ 600 ตารางเมตร มีการดำเนินในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัขพันธุ์ขนาดเล็ก ผลการวิเคราะห์ของความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน ในศึกษานี้ เมื่อคิดมูลค่าปัจจุบัน ในอัตราคิดลดร้อยละ 10.5 ตลอดอายุโครงการ 10 ปี ได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 1,237,966 บาท อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน 1.23 เท่า อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการเท่ากับ ร้อยละ 26.44 ต่อปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่า โครงการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัขพันธุ์ขนาดเล็กนี้ มีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน มีการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนเพื่อประเมินความเสี่ยงทางการเงินในการลงทุน ผลการศึกษาแสดงว่า การลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัขพันธุ์ขนาดเล็ก ยังคงมีความเสี่ยงความเป็นไปได้ทางด้านการเงินอยู่ เมื่อราคาต้นทุนในการลงทุนสูงขึ้นมากกว่าร้อยละ 22.65 ต่อปี หรือผลประโยชน์ในการลงทุนลดลง มากกว่าร้อยละ 18.46 ต่อปี

ศิริรัฐ เอี่ยมบุญ (2552) ได้ศึกษาวงการอุตสาหกรรมสุนัขอเมริกันพิทบูลเทอร์เรีย (แบบบูลลี่) เป็นการศึกษาเพื่อมุ่งทำความเข้าใจในคุณลักษณะ องค์ประกอบ และค้นหาประเด็นปัญหาที่สำคัญจากประสบการณ์ตรงของผู้เกี่ยวข้องในวงการค้า โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) ผลการศึกษา พบว่า

1. ทิศทาง และแนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงสุนัขพันธุ์อเมริกันพิทบูลเทอร์เรียแบบบูลลี่ สไตล์ หรืออเมริกันบูลลี่ ในประเทศไทย พบว่า เกิดกระแสความนิยมสูงสุด ในประเทศไทย และขึ้นสู่อันดับ 1 ของทวีปเอเชียอาคเนย์ และเป็นที 2 รองจากประเทศอเมริกา ที่ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของ American Bully ทั้งนี้ ผู้ประกอบการนอกจากจะจำหน่ายในประเทศแล้ว ยังจำหน่ายไปยัง

ต่างประเทศ เช่น มาเลเซีย เวียดนาม จีน อินเดีย ฟิลิปปินส์ และฝรั่งเศส นอกจากความหลากหลายในตัวของผู้บริโภคแล้ว การเน้นการผลิตที่มีคุณภาพ ไม่เน้นปริมาณทำให้คาดว่า จะไม่เกิดภาวะล้นตลาด และจุดอิ่มตัวของผู้บริโภคในประเทศ ภายใน 5 ปี ข้างหน้าแน่นอน

2. การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมผู้ขายอเมริกันพิกบูลเทอร์เรียแนวบูลลี่ สไตล์ในประเทศไทย พบว่า จากอดีตการเพาะพันธุ์สุนัข คือ การเพาะพันธุ์สุนัขเพื่อให้ได้ตรงกับมาตรฐาน โดยต้องมีความสวยงามสมส่วน และการประกวดชนะได้รับรางวัลหลายสนามการแข่งขัน ซึ่งเป็นการการันตีถึงคุณภาพสุนัข เพราะความนิยมในยุคนั้น นิยมเล่นสุนัขสายประกวด ในยุคต่อมาการประกวดเริ่มน้อยลง จึงได้มีการบริดสุนัขอเมริกันพิกบูลเทอร์เรีย ขึ้นมาเป็นสายเลือด Razors Style ซึ่งมีความแตกต่างจากสุนัขสายพันธุ์อื่น มีลักษณะเฉพาะตัว จึงกลายเป็นจุดเด่นทำให้ผู้บริโภคสนใจ

3. องค์ประกอบที่มีส่วนผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจอุตสาหกรรม การเพาะเลี้ยงสุนัขพันธุ์อเมริกันพิกบูลเทอร์เรียแนวบูลลี่ สไตล์

จาร์ส วรณวิไลย (2548) ได้ทำการศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนทางการเงิน ในการเพาะเลี้ยงสุนัขไทยพันธุ์บางแก้ว ของค่ายสฤชดีเสนา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ คือ การประเมินถึงความเป็นไปได้ โดยอาศัยเทคนิควิเคราะห์ต้นทุน และหาผลตอบแทนทางการเงิน ในการลงทุนในโครงการเลี้ยงสุนัขไทยพันธุ์บางแก้ว ของค่ายสฤชดีเสนา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก และวิเคราะห์ความไหวตัวของความเปลี่ยนแปลงของโครงการ โดยดูผลกระทบของโครงการ เมื่อต้นทุน หรือผลตอบแทนของโครงการ มีการเปลี่ยนแปลงไป ที่มีค่าต่อระยะเวลาคืนทุน (PB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) ผลการศึกษา พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 350,150.02 บาท ในขณะที่อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าประมาณ ร้อยละ 44.12 ส่วนระยะเวลาคืนทุน (PB) มีระยะเวลาประมาณ 3 ปี 3 เดือน หรือ 39 เดือน และอัตราผลอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) มีค่าประมาณ 2.73 เมื่อวิเคราะห์ความไหวตัวความเปลี่ยนแปลงของโครงการ เมื่อรายได้ และต้นทุน มีการเปลี่ยนแปลง พบว่า รายได้จะต้องลดลงถึงร้อยละ 66 หรือต้นทุนสูงขึ้นถึงร้อยละ 192 หรืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ จะต้องสูงถึงร้อยละ 44 จึงจะทำให้โครงการไม่น่าลงทุน ซึ่งมีความเป็นไปได้น้อยมาก ประกอบกับ ในห้วงระยะเวลาที่ผ่านมา อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของสถาบันการเงินที่สูงที่สุดของประเทศไทย มีค่าประมาณร้อยละ 21 ดังนั้น โครงการนี้จึงน่าลงทุน

วชิระ กิตติศรี (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสุนัข ในอำเภอมแม่สาย จังหวัดเชียงราย รายการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสุนัข ในอำเภอมแม่สาย จังหวัดเชียงราย

มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสุนัข กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 324 ราย ซึ่งเป็นผู้ที่สนใจซื้อสุนัข ส่วนใหญ่ซื้อสุนัข จำนวน 1 ตัว ราคาประมาณ 1,001–2,000 บาท และซื้อสุนัขเพื่อเป็นเพื่อนเล่น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถาม ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ ค่าสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสุนัข ในอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีทั้งหมด 6 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยสถานที่จัดจำหน่าย ปัจจัยการรับรู้ข้อมูล ปัจจัยความเชื่อ ปัจจัยครอบครัว ปัจจัยลักษณะของสุนัข และปัจจัยการบริการ โดยปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อสุนัข ในอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มากที่สุด คือ ปัจจัยลักษณะของสุนัข ปัจจัยการรับรู้ข้อมูล ปัจจัยครอบครัว และปัจจัยการบริการ

ดังนั้น เพื่อพัฒนาธุรกิจจำหน่ายสุนัข ในอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ให้ดีขึ้น ฟาร์มสุนัข และร้านจำหน่ายสุนัข ควรทำการปรับปรุงปัจจัยลักษณะของสุนัข ปัจจัยการรับรู้ข้อมูล ปัจจัยครอบครัว และปัจจัยการบริการให้ดีขึ้น โดยการพัฒนาจากฟาร์ม เพื่อให้สุนัขมีความสมบูรณ์ แข็งแรง การฉีดวัคซีนสุนัขให้ครบตามกำหนดก่อนจำหน่าย และมีการอบรมพนักงาน ให้มีการบริการที่ดีแก่ลูกค้า อย่างต่อเนื่อง

กฤษฎา สุทธคำ (2556) ได้ศึกษาช่องทางที่เหมาะสมในการจัดจำหน่ายสุนัขของฟาร์ม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อ ศึกษาช่องทางที่เหมาะสม ในการจัดจำหน่ายสุนัข รวมทั้งศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการ ผลการศึกษา พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยผ่านการพิจารณาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 5 ด้าน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ บุคลากร และด้านสถานที่ มีความสำคัญต่อธุรกิจการจัดจำหน่ายสุนัข ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.11, 3.98 และ 3.74 ตามลำดับ) ในขณะที่ปัจจัยด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญต่อธุรกิจดังกล่าว ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.28 และ 3.23) และโดยภาพรวมปัจจัยทั้ง 5 ด้าน มีความสำคัญต่อช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.67) ผลการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม ได้พบว่า การจัดจำหน่ายโดยผ่านคนกลาง ทำให้ประหยัดเวลา จัดจำหน่ายทางเว็บไซต์ ทำให้ประหยัดต้นทุน การจำหน่ายหน้าร้านขายอาหารสัตว์ ทำให้ลูกค้าได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารได้มาก และจากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 5 ด้าน ได้พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมที่สุด คือ การจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ข้อเสนอแนะของผู้เพาะเลี้ยงสุนัขเพื่อจำหน่าย คือ ในด้านการใช้เงินทุนเพื่อดำเนินงาน ส่วนใหญ่เห็นว่า ควรใช้ทุนของครอบครัว และควรกำหนดโซนที่เป็นสถานที่ที่ผู้เลี้ยง หรือลูกค้า สะดวกที่จะพบเห็น และเดินทางไปหาซื้อ ในด้านการพัฒนาการทำธุรกิจนี้ ส่วนใหญ่เห็นว่า นอกเหนือจากการเรียนรู้ด้วยตนเองแล้ว ควรหาข้อมูลจากผู้ชอบ และรักสุนัข เพื่อเป็นแนวทาง ในการเลือกสายพันธุ์ ที่ตรงกับความต้องการของตลาดให้มากที่สุด นอกเหนือจาก การให้ความสำคัญกับเรื่องราคา และการดูแลรักษาแล้ว ในส่วนความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ธุรกิจด้านนี้ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการกำหนดราคาขาย ส่วนแบ่งการตลาด ตลอดจนการทำกิจกรรม ร่วมกัน ควรมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องเข้ามาจับตาดู มีส่วนร่วม เช่น ให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือ สนับสนุนในด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ในธุรกิจ

วรรษทยา พวงจิต (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสุนัข ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า

1. พฤติกรรมการซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อสุนัขมาเลี้ยงเพื่อเป็นเพื่อนเล่น โดยซื้อสุนัขพันธุ์เล็ก ซึ่งส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อพันธุ์สุนัข เพราะชอบลักษณะรูปร่างของสุนัข โดยซื้อสุนัขในราคามากกว่า 5,000 บาท ทั้งนี้ มีคนในครอบครัวร่วมกันตัดสินใจในการซื้อสุนัข นอกจากนี้ยังพบว่า ส่วนใหญ่จะซื้อสุนัขเมื่ออยากได้เพื่อนให้กับสุนัขตัวที่เลี้ยงอยู่ โดยซื้อสุนัข ในจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่าซื้อสุนัขนอกจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ซื้อจากร้านขายสุนัข ในจังหวัดเชียงใหม่ และซื้อสุนัขมาจากผู้ขายตามบ้านที่มีลูกสุนัข เพราะมีสุนัขพันธุ์ที่ต้องการ การหาข้อมูลก่อนการซื้อสุนัข พบว่า หาข้อมูลทางสื่อมากที่สุด โดยหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อสุนัขทันทีเมื่อตัดสินใจ โดยชำระเงินสดครั้งเดียว ส่วนใหญ่พอใจมากที่สุด กับสุนัขที่ซื้อ โดยจะแนะนำให้บุคคลอื่นซื้อสุนัขจากแหล่งที่ซื้อ และแนะนำให้บุคคลอื่นซื้อพันธุ์สุนัข ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อสุนัข พบว่า ปัจจัยที่ให้ความสำคัญ ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านสถานที่จัดจำหน่าย ตามลำดับ

ภัทรศรี ธัญโชติกุล (2553) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาด ของธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง ประเภทสุนัข และแมว: กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษา พบว่า

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจดูแล สัตว์เลี้ยงประเภทสุนัข และแมว (7P's) กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต คือ ปัจจัยด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงประเภทสุนัข และแมว (7P's) มากที่สุด

รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ

2. แนวทางในการวางแผน และพัฒนาการให้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงประเภทสุนัข และแมว กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต พบว่า ด้านผลผลิตภัณฑ์ ต้องมีสินค้า และบริการหลากหลายรูปแบบ เพื่อสร้างความหลากหลาย และเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้น ด้านราคา ควรปรับปรุงราคา ให้เหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และความจำเป็นถึงการตีป้ายราคาสินค้า และบริการไว้อย่างชัดเจน ช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทาง และการเปิดให้บริการทุกวัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องทำการส่งเสริมการขาย เช่น การแลกซื้อสินค้าใหม่ในราคาพิเศษ การจัดทำบัตรสมาชิก ด้านบุคลากร ต้องคำนึงถึงความเพียงพอของจำนวนพนักงาน หรือผู้ให้บริการ และควรคำนึงถึงทักษะความรู้ และประสบการณ์ในการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านกระบวนการ ควรให้ความสำคัญกับความคาดหวังของลูกค้า ในด้านบริการ ความปลอดภัย รวมถึงการให้บริการที่รวดเร็ว ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ควรให้ความสำคัญกับความทันสมัย และสะอาดของเครื่องมือเครื่องใช้ในการให้บริการ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบธุรกิจฟาร์มสุนัข ในจังหวัดพะเยา ที่จดทะเบียนกับสมาคมผู้เลี้ยงสุนัข จำนวน 25 ฟาร์ม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบเฉพาะเจาะจง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัข จำนวน 3 ฟาร์ม ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่จำหน่ายสุนัขพันธุ์ชิว่าว่า สุนัขพันธุ์อเมริกัน พิทบูล และสุนัขพันธุ์ลาสกัน มาลามิวท์ เท่านั้น ประกอบด้วย ฟาร์ม Lucky Love Chi ฟาร์มพิทบูลบ้านต้า และฟาร์มพะเยาต็อกเคนเนล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีโครงสร้างในประเด็นหลัก 4 ประเด็น คือ ด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติการ ด้านการจัดการ และด้านการเงิน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นัดหมาย และขอสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัข เป็นรายบุคคลเชิงลึก จำนวน 3 ฟาร์ม ประกอบด้วย ฟาร์ม Lucky Love Chi ฟาร์มพิทบูลบ้านต้า และฟาร์มพะเยาต็อกเคนเนล ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่จำหน่ายสุนัขพันธุ์ชิว่าว่า สุนัขพันธุ์อเมริกัน พิทบูล และสุนัขพันธุ์ลาสกัน มาลามิวท์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ โดยการถอดเทป และจากแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง แล้วเรียบเรียงสรุปเนื้อหาในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ข้อมูลด้านการตลาด ประกอบด้วย การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
2. ข้อมูลด้านการปฏิบัติการ ประกอบด้วย คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ การกำหนดขนาดของฟาร์ม การเลือกอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ การกำหนดทำเลที่ตั้ง
3. ข้อมูลด้านการจัดการ ประกอบด้วย รูปแบบการดำเนินธุรกิจ รูปแบบองค์การ การบริหารทรัพยากรมนุษย์
4. ข้อมูลด้านการเงิน เป็นการประมาณการงบการเงินล่วงหน้า ระยะเวลา 5 ปี แล้วนำมาวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน โดยใช้เกณฑ์การวัดความคุ้มค่าในการลงทุน ดังนี้
 - 4.1 ระยะเวลาคืนทุน (PB) ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ต้องมีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ 0
 - 4.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ต้องมีค่ามากกว่า 0
 - 4.3 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ต้องมีค่าสูงเกินกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ หรือสูงกว่าต้นทุนของเงินทุน เช่น อัตราเงินกู้ดอกเบี้ยปัจจุบัน อีกทั้งค่าระดับของอัตราส่วนลด ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของโครงการ มีค่าเท่ากับ 0
 - 4.4 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) ต้องมีค่ามากกว่า 1

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติการ ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ด้านการตลาด
2. ผลการวิเคราะห์ด้านการปฏิบัติการ
3. ผลการวิเคราะห์ด้านการจัดการ
4. ผลการวิเคราะห์ด้านการเงิน

โดยมีการวิเคราะห์ธุรกิจด้วย Business Model Canvas ซึ่งเป็นการแสดงภาพรวมในการประกอบธุรกิจฟาร์มสุนัข โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลจาก Business Model Canvas เป็นประเด็นหลักในการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้ง 4 ด้าน ข้างต้น

ผลการวิเคราะห์ด้านการตลาด

จุดแข็ง

1. สถานที่ตั้งของฟาร์ม มีความสะดวกในการเข้าถึง อยู่ไม่ไกลจากชุมชน
2. ฟาร์มเป็นระบบปิด ทำให้ไม่มีปัญหาในเรื่องของโรคติดต่อ
3. มีบริการหลังการขายที่ดี
4. การไปร่วมงานสุนัขต่าง ๆ ทำให้ฟาร์มเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น
5. สุนัขที่จำหน่ายมีลักษณะตรงตามสายพันธุ์ และมีสุขภาพแข็งแรง
6. มีใบเพ็ดติกรี หรือใบรับรองพันธุ์ประวัติ (Certificate Pedigree)

จุดอ่อน

1. มีค่าใช้จ่ายสูงในการประชาสัมพันธ์ฟาร์ม
2. ผู้ปฏิบัติงานขาดประสบการณ์ ในเรื่องของการทำคลอดสุนัข
3. การผลิตลูกสุนัขไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า
4. ผู้ปฏิบัติงานขาดความชำนาญในเรื่องการผสมเทียม

โอกาส

1. ความนิยมในการเลี้ยงสุนัขยังมีอยู่อย่างต่อเนื่อง

2. ลูกค้ำที่เคยซื้อสุนัขจากฟาร์ม และบุคคลที่รู้จัก แนะนำฟาร์มให้แก่ผู้ที่ต้องการซื้อสุนัข
3. การแชร์ข้อมูลทางสื่อออนไลน์ ทำให้ฟาร์มเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว
4. การจัดงานสุนัขของกลุ่มผู้ประกอบการเลี้ยงสุนัข ทำให้ฟาร์มเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
5. การเปิดการค้า AEC หรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้ธุรกิจฟาร์มสุนัขขยายตลาดได้อีกมาก

อุปสรรค

1. สุนัขพันธุ์อเมริกัน พิทบูล เป็นสุนัขควบคุมพิเศษ
 2. มีคู่แข่งจำนวนมาก เนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งผลิตใหญ่ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดเชียงราย
 3. จังหวัดพะเยาไม่มีสนามบิน และสถานีรถไฟ จึงทำให้การส่งมอบสุนัขต้องใช้เวลาและต้นทุนสูง
 4. ต้องระมัดระวังโรคติดต่อทางพันธุกรรม และโรคพิษสุนัขบ้า
 5. การผลิตลูกสุนัขที่ไม่ตรงตามลักษณะสายพันธุ์ และมีราคาจำหน่ายต่ำกว่าสายพันธุ์แท้ ทำให้ลูกค้ำมีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น
 6. สภาพอากาศของประเทศไทย ทำให้สุนัขปรับตัวเข้ากับสภาพอากาศได้ยาก
- ผลการวิเคราะห์ด้านการตลาด มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากความต้องการซื้อสุนัขภายในประเทศ และต่างประเทศ มีโอกาสขยายตัวเพิ่มมากขึ้น จากการเปิดการค้า AEC หรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้การโฆษณาทางด้านการตลาด และการติดต่อ ซื้อ-ขายสุนัข มีความสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงกลุ่มลูกค้ำเป้าหมายได้สะดวก มีการขยายตัวของฐานลูกค้ำ และเป็นการกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ

ผลการวิเคราะห์ด้านการปฏิบัติการ

สุนัขที่จำหน่าย ต้องมีลักษณะตรงตามสายพันธุ์ มีสุขภาพแข็งแรง สมบูรณ์ ได้รับวัคซีน และถ่ายพยาธิโดยสัตวแพทย์ ซึ่งภายในฟาร์มมีพ่อพันธุ์ รวมจำนวน 3 ตัว และมีแม่พันธุ์ รวมจำนวน 15 ตัว โดยเลือกพ่อพันธุ์ และแม่พันธุ์ที่มีลักษณะตรงตามสายพันธุ์ และมีใบรับรองพันธุ์ประวัติ (Certificate Pedigree) เพื่อป้องกันการผสมเลือดชิด การดูแล และการให้อาหาร ต้องให้เหมาะสมกับแต่ละสายพันธุ์ และเน้นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ที่ตั้งของฟาร์ม ห่างจากชุมชนในระยะไม่เกิน 15 กิโลเมตร และมีระบบสาธารณสุขปลอดภัย เพื่อให้ลูกค้ำเดินทางสะดวก และปลอดภัย ขนาดของพื้นที่ที่เหมาะสม ควรมีขนาดไม่น้อยกว่า 300 ตารางวา มีการจัดทำโรงเรือนระบบปิด แยกเป็นสัดส่วน เพื่อป้องกันโรค และมีอากาศถ่ายเทสะดวก

อุปกรณ์ที่ใช้ในโรงเรือนต้องได้มาตรฐาน และมีความแข็งแรง และทุก 2-3 เดือนต้องทำความสะอาดโรงเรือน และอุปกรณ์ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรค

ผลการวิเคราะห์ด้านปฏิบัติการ มีความเป็นไปได้ในการลงทุนเนื่องจาก สามารถจัดหาที่ตั้งของฟาร์ม ซึ่งอยู่ห่างจากชุมชนในระยะไม่เกิน 15 กิโลเมตร และมีสาธารณูปโภคครบครัน ทำให้ลูกค้าเดินทางสะดวก และปลอดภัย การทำโรงเรือนระบบปิดแยกเป็นสัดส่วนในการเพาะเลี้ยงสุนัข เป็นการช่วยป้องกันสุนัขจากเชื้อโรค และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการเพาะพันธุ์สุนัข ให้มีสุขภาพแข็งแรงตั้งแต่แรกคลอด การเลือกพ่อพันธุ์ และแม่พันธุ์ที่มีลักษณะตรงตามสายพันธุ์ และมีใบรับรองพันธุ์ประวัติ (Certificate Pedigree) ทำให้ได้ลูกสุนัขที่มีลักษณะตรงตามสายพันธุ์ และมีความสวยงาม เป็นที่ต้องการของผู้ซื้อ

ผลการวิเคราะห์ด้านการจัดการ

ในการดำเนินโครงการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา สามารถดำเนินการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว เพื่อความสะดวกต่อการบริหารจัดการ และทรัพยากรบุคคล ที่ควรมีอยู่เพื่อการปฏิบัติงาน จำนวนไม่น้อยกว่า 3 คน โดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้ 1) เจ้าของกิจการ มีหน้าที่ในการควบคุมดูแลกิจการทั้งหมด 2) พนักงาน มีหน้าที่ปฏิบัติงานในฟาร์มสุนัข ผลการวิเคราะห์ด้านการจัดการ มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากสามารถทำธุรกิจฟาร์มสุนัข โดยดำเนินการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว ทำให้สะดวกต่อการบริหารจัดการ และใช้ความสามารถที่มีอยู่ของเจ้าของกิจการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ทรัพยากรบุคคลที่ใช้ในการปฏิบัติงานมีจำนวนไม่มาก

ผลการวิเคราะห์ด้านการเงิน

การเงินสำหรับการดำเนินธุรกิจ ย่อมมีทั้งด้านรายรับ รายจ่าย จากการดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ได้ข้อมูลประมาณการด้านการเงิน แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงประมาณการต้นทุนในการลงทุน

รายการ/ปีที่	0	1	2	3	4	5
1. ต้นทุนในการลงทุนเริ่มต้น						
1.1 ค่าที่ดิน	900,000					
1.2 ค่าก่อสร้างโรงเรียน	700,000					
1.3 ค่าเฟอร์นิเจอร์แม่พิมพ์สุนัข	1,440,000					
1.4 ค่าอุปกรณ์ทำฟาร์ม	90,000					
รวมต้นทุนในการลงทุน	3,130,000					
2. ต้นทุนในการดำเนินงาน						
2.1 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0	720,38	724,721	729,105	733,533	738,005
		0				
รวมต้นทุนโครงการ	3,130,000	720,38	724,721	729,105	733,533	738,005
		0				

ตาราง 1 แสดงประมาณการต้นทุนในการลงทุน ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนในการลงทุนเริ่มต้น จำนวน 3,130,000.-บาท ประกอบด้วย ค่าที่ดิน จำนวน 900,000.-บาท ค่าก่อสร้างโรงเรียน จำนวน 700,000.- บาท ค่าเฟอร์นิเจอร์แม่พิมพ์สุนัข จำนวน 1,440,000.- บาท และค่าอุปกรณ์ทำฟาร์ม 90,000.- บาท รวมเป็นต้นทุนเริ่มต้น 3,130,000.- บาท และต้นทุนในการดำเนินการ เช่น ค่าอาหาร ค่าวัคซีน และค่าใช้จ่ายอื่น เป็นจำนวนเงินต่อปี ในช่วง 5 ปี ตามลำดับ ดังนี้ 720,380.- บาท 724,721.-บาท 729,105.-บาท 733,533.-บาท และ 738,005.-บาท

ตาราง 2 แสดงประมาณการจำนวนสุนัขในแต่ละปีที่ลงทุน

ปีที่	พ่อพันธุ์ (ตัว)	แม่พันธุ์ (ตัว)	ลูกสุนัข	ขายลูกสุนัข (ตัว)	รวม (ตัว)
1	3	15	0	0	0
2	3	15	80	80	98
3	3	15	80	80	98
4	3	15	80	80	98
5	3	15	80	80	98

ตาราง 3 แสดงประมาณการต้นทุนในการลงทุนเริ่มต้น

รายการ	ประมาณการค่าใช้จ่าย (บาท)
1. ค่าซื้อที่ดิน	900,000
2. ค่าก่อสร้างโรงเรือน	700,000
3. ค่าพ่อพันธุ์	
3.1 พันธุ์ชิวาวา 1 ตัว ๆ ละ 60,000 บาท	60,000
3.2 พันธุ์อเมริกันพิตบูล 1 ตัว ๆ ละ 60,000 บาท	60,000
3.3 พันธุ์ลาสกัน มาลามิวท์ 1 ตัว ๆ ละ 120,000 บาท	120,000
4. ค่าแม่พันธุ์	
4.1 พันธุ์ชิวาวา 5 ตัว ๆ ละ 60,000 บาท	300,000
4.2 พันธุ์อเมริกันพิตบูล 5 ตัว ๆ ละ 60,000 บาท	300,000
4.3 พันธุ์ลาสกัน มาลามิวท์ 5 ตัว ๆ ละ 120,000 บาท	600,000
5. ค่าอุปกรณ์ทำฟาร์ม	
5.1 เครื่องปรับอากาศ เครื่องละ 25,000 บาท	25,000
5.2 พัดลม 4 ตัว ๆ ละ 2,500 บาท	10,000
5.3 ตู้แช่อาหาร ตู้ละ 15,000 บาท	15,000
5.4 กรงสำหรับสุนัข และลูกสุนัข	30,000
5.5 อุปกรณ์อื่น ๆ เช่น หวี แปรงขัด ไม้กวาด สายยาง ฯลฯ	10,000
รวม	3,130,000

ตาราง 4 แสดงประมาณการต้นทุนค่าอาหารสำหรับพ่อพันธุ์ แม่พันธุ์

รายการ	ปริมาณการกิน (กก./เดือน)	ราคาอาหาร (บาท/กก.)	จำนวน สุนัข	ค่าใช้จ่าย/ ปี (บาท)
1. พันธุ์ชิววา	2	80	6	11,520
2. พันธุ์อเมริกันพิตบูล	24	70	6	120,960
3. พันธุ์ลาสกัน มาลามิวท์	45	70	6	226,800
รวม	71.0	220	18	359,280

ตาราง 5 แสดงประมาณการต้นทุนค่าอาหารสำหรับลูกสุนัข

รายการ	ปริมาณการกิน (กก./เดือน)	ราคาอาหาร (บาท/กก.)	จำนวน สุนัข	ค่าใช้จ่าย/ ปี (บาท)
1. พันธุ์ชิววา	1	120	20	4,800
2. พันธุ์อเมริกันพิตบูล	5	100	35	35,000
3. พันธุ์ลาสกัน มาลามิวท์	7	100	25	35,000
รวม	13	320	80	74,800

ตาราง 6 แสดงประมาณการค่าวัคซีนสำหรับพ่อพันธุ์ แม่พันธุ์

รายการ	วัคซีนรวม (บาท/ตัว)	ยาถ่าย พยาธิ (บาท/ตัว)	ยาป้องกัน พยาธิ หนอนหัวใจ (บาท/ตัว)	วัคซีน พิษสุนัขบ้า (บาท/ตัว)	จำนวนสุนัข (ตัว)	รวม ค่าใช้จ่าย/ ปี (บาท)
1. พันธุ์ ชิววา	200	50	50	200	6	3,300
2. พันธุ์ อเมริกันพิตบูล	200	50	50	200	6	3,300
3. พันธุ์ลาสกัน มาลามิวท์	200	50	50	200	6	3,300
รวม						9,900

ตาราง 7 แสดงประมาณการค่าวัคซีนสำหรับลูกสุนัข

รายการ	วัคซีนรวม (บาท/ตัว)	ยาถ่าย พยาธิ (บาท/ตัว)	ยาป้องกัน พยาธิ หนอนหัวใจ (บาท/ตัว)	วัคซีน พิษสุนัขบ้า (บาท/ตัว)	จำนวนสุนัข (ตัว)	รวม ค่าใช้จ่าย/ ปี (บาท)
1. พันธุ์ ชีวาว่า	200	-	-	-	20	4,000
2. พันธุ์ อเมริกันพิตบูล	200	-	-	-	35	7,000
3. พันธุ์ลาสกัน มาลามิวท์	200	-	-	-	25	5,000
รวม						16,000

ตาราง 8 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

รายการ	ประมาณการค่าใช้จ่าย (บาท)	
1. ค่าสาธารณูปโภค(1 เดือน x 20,000 บาท x 12 เดือน)	240,000	
2. ภาษีท้องถิ่นปีละ	4,500	
3. เบี้ยประกัน	3,400	
4. ค่าสมาชิกสมาคมผู้เลี้ยงสุนัขปีละ	500	
5. ค่าขึ้นทะเบียนประวัติสุนัขตัวละ 150 บาท x 80 ตัว	12,000	
รวม		260,400

ตาราง 9 แสดงประมาณการรายรับ

รายการ/ปีที่	1	2	3	4	5
รายได้จากการขายลูกสุนัข	2,150,000	2,150,000	2,150,000	2,150,000	2,150,000
รวมผลตอบแทนโครงการ	2,150,000	2,150,000	2,150,000	2,150,000	2,150,000
รวมรายได้ทั้งหมด 10,750,000					

ตาราง 9 แสดงประมาณการรายรับ ซึ่งมีรายรับประเภทเดียว คือ รายรับจากการจำหน่ายลูกสุนัข โดยเฉลี่ยปีละ 2,150,000 บาท มีรายละเอียดดังตาราง 10

ตาราง 10 แสดงประมาณการรายรับจากการจำหน่ายลูกสุนัขของโครงการต่อปี

สายพันธุ์	ราคาต่อตัว (บาท)	จำนวนต่อปี (ตัว)	ราคา (บาท)
ชีวาว่า	10,000	20	200,000
อเมริกันพิตบูล	20,000	35	700,000
ฮลาสกัน มาลามิวท์	50,000	25	1,250,000
รวม		80	2,150,000

ตาราง 11 แสดงประมาณการกระแสเงินสดสุทธิคิดลดสะสม

ปีที่	กระแสเงินสดรับ	กระแสเงินสดจ่าย	กระแสเงินสดรับสุทธิ	อัตราคิดลด (9.25%)	กระแสเงินสดรับ สุทธิคิดลด	กระแสเงินสดสุทธิ คิดลดสะสม
1	2,150,000	720,380	1,429,620	0.9075	1,416,646.19	1,416,646.19
2	2,150,000	724,721	1,425,279	0.8150	1,413,663	2,830,309.19
3	2,150,000	729,105	1,420,895	0.7225	1,410,629	4,240,938.19
4	2,150,000	733,533	1,416,467	0.6300	1,407,543	5,648,481.19
5	2,150,000	738,005	1,411,995	0.5375	1,404,406	7,052,887.19
รวม	10,750,000	3,645,744	7,104,256		7,052,887.19	21,189,261.95

ตาราง 11 แสดงประมาณการกระแสเงินสดสุทธิคิดลดสะสม โดยคิดอัตราคิดลดร้อยละ 9.25 ซึ่งเป็นไปตามดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารกรุงไทย โดยมีกระแสเงินสดรับ เท่ากับ 10,750,000.- บาท กระแสเงินสดจ่าย เท่ากับ 3,654,744.- บาท และมีกระแสเงินสดรับสุทธิคิดลด เท่ากับ 7,052,887.19 บาท จากตารางนี้ ทำให้ทราบระยะเวลาคืนทุน โดยพิจารณาจากช่องกระแสเงินสดสุทธิคิดลดสะสมว่า อยู่ในช่วงปีใดที่จะมีค่าเท่ากับ 3,130,000.- บาท ซึ่งเป็นมูลค่าเงินลงทุนเริ่มต้น

ตาราง 12 แสดงประมาณการมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดสุทธิ

ปีที่	กระแสเงินสด รับ	กระแสเงินสดจ่าย	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลด (9.25%)	มูลค่าปัจจุบันของ กระแสเงินสดรับ	มูลค่าปัจจุบันของ กระแสเงินสดจ่าย	มูลค่าปัจจุบันของ กระแสเงินสดสุทธิ
0	0	3,130,000	-3,130,000	1.00	-	3,130,000	-3,130,000
1	2,150,000	720,380	1,429,620	0.9075	2,130,488.75	713,842.55	1,416,646.20
2	2,150,000	724,721	1,425,279	0.8150	2,132,477.50	718,814.52	1,413,662.98
3	2,150,000	729,105	1,420,895	0.7225	2,134,466.25	723,837.22	1,410,629.03
4	2,150,000	733,533	1,416,467	0.6300	2,136,455.00	728,911.74	1,407,543.26
5	2,150,000	738,005	1,411,995	0.5375	2,138,443.75	734,038.22	1,404,405.53
รวม	10,750,000	3,645,744	7,104,256		10,672,331.25	6,749,444.25	3,922,887.00

ตาราง 12 แสดงประมาณการมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดสุทธิ โดยมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ ในระยะเวลา 5 ปี เท่ากับ 3,922,887.- บาท

ตาราง 13 แสดงสรุปผลตามเกณฑ์การวัดความคุ้มค่าในการลงทุน

เกณฑ์การประเมิน	ผลการศึกษา	เกณฑ์การตัดสินใจ	ผลการตัดสินใจ
PB	2 ปี 2 เดือน	ระยะเวลาสั้น	คุ้มค่าน่าลงทุน
NPV	3,922,887	มีค่ามากกว่า 0	คุ้มค่าน่าลงทุน
IRR	35.10%	มีค่ามากกว่า ค่าเสียโอกาส	คุ้มค่าน่าลงทุน
BCR	1.58	มีค่ามากกว่า 1	คุ้มค่าน่าลงทุน

ตาราง 13 แสดงสรุปผลตามเกณฑ์การวัดความคุ้มค่าในการลงทุน ประกอบด้วย

- 1) ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2 ปี 2 เดือน ซึ่งเทียบกับเกณฑ์การวัดความคุ้มค่าในการลงทุน พบว่า เป็นการคืนทุนโดยใช้ระยะเวลาน้อยกว่า 5 ปี
- 2) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 3,922,887.- บาท ซึ่งเทียบกับเกณฑ์การวัดความคุ้มค่าในการลงทุน พบว่า มีค่าเป็นบวก และมีค่ามากกว่าศูนย์ ในระยะเวลา 5 ปี
- 3) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) พบว่า อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ ร้อยละ 35.10 ซึ่งเทียบกับเกณฑ์การวัดความคุ้มค่าในการลงทุน พบว่า มีค่ามากกว่าค่าเสียโอกาส คือ มีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้
- 4) อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (BCR) พบว่า อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (BCR) เท่ากับ 1.58 เท่า ซึ่งเทียบกับเกณฑ์การวัดความคุ้มค่าในการลงทุน มีค่ามากกว่า 1

ผลการวิเคราะห์ธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ตามรูปแบบของ Business Model Canvas

<p>พันธมิตร (Key Partners)</p> <ul style="list-style-type: none"> -คลินิกสัตวศาสตร์ -ฟาร์มที่เป็นพันธมิตร -ร้านจำหน่ายอาหารและอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง 	<p>กิจกรรมหลัก (Key Activities)</p> <ul style="list-style-type: none"> -เพาะพันธุ์สุนัข -ผสมพันธุ์สุนัข -วางแผนการผสมพันธุ์สุนัข -ดูแลและให้อาหารสุนัข -จำหน่ายสุนัข -ให้คำแนะนำลูกค้า -ให้วัคซีนสุนัข 	<p>คุณค่าสินค้า/บริการ (Value Propositions)</p> <ul style="list-style-type: none"> -สุนัขมีลักษณะตรงตามสายพันธุ์ -สุนัขมีสุขภาพแข็งแรง สมบูรณ์ -ให้วัคซีนและถ่ายพยาธิสุนัขโดยสัตวแพทย์ -มีใบประวัติการทำวัคซีน -มีใบรับรองพันธุ์ประวัติ 	<p>ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)</p> <ul style="list-style-type: none"> -ให้คำแนะนำหลังการขาย -ไปเยี่ยมลูกค้าที่เคยซื้อสุนัขจากฟาร์ม 	<p>กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)</p> <p>ประชาชนทั้งในและต่างประเทศ ผู้ที่ต้องการซื้อสุนัขพันธุ์ชิวาว่า -สุนัขพันธุ์อเมริกันพิตบูล -สุนัขพันธุ์อลาสกันมาลามิวล์</p>
<p>โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)</p> <ul style="list-style-type: none"> -ค่าที่ดิน -ค่าก่อสร้างโรงเรือน -ค่าดำเนินการต่าง ๆ -เงินเดือนพนักงาน -ค่าติดต่อและค่าเดินทาง -ค่าอาหารสุนัข -ค่าอุปกรณ์ต่าง ๆ 	<p>ทรัพยากรหลัก (Key Resources)</p> <ul style="list-style-type: none"> -พ่อพันธุ์สุนัข -แม่พันธุ์สุนัข -เงิน -โรงเรือน -พนักงานดูแลและให้อาหารสุนัข -อุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในฟาร์ม 	<p>ประวัติ</p> <ul style="list-style-type: none"> -มีบริการก่อนและหลังการขาย -มีบริการจัดส่งสุนัข -รับประกันหลังการขาย 	<p>ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channels)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Line -Facebook -โทรศัพท์ -คนรู้จัก -หน้าร้าน -หนังสือนิตยสาร 	<p>รายได้หลัก (Revenue Streams)</p> <ul style="list-style-type: none"> -จำหน่ายสุนัขพันธุ์ ชิวาว่า -จำหน่ายสุนัขพันธุ์ อเมริกัน พิตบูล -จำหน่ายสุนัขพันธุ์ อลาสกัน มาลามิวล์

ภาพ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ตามรูปแบบของ Business Model Canvas

กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)

กลุ่มลูกค้าของฟาร์ม ได้แก่ ผู้ที่ต้องการซื้อสุนัขพันธุ์ชิว่าว่า สุนัขพันธุ์อเมริกัน พิทบูล และสุนัขพันธุ์ออสกัน มาลามิวล์

คุณค่าสินค้า/บริการ (Value Propositions)

สุนัขของฟาร์มที่ผลิตออกมา ต้องมีลักษณะตรงตามสายพันธุ์ และมีสุขภาพแข็งแรง สมบูรณ์ เพราะส่วนใหญ่ลูกค้าจะให้ความสำคัญในเรื่องนี้เป็นอย่างมาก ส่วนการทำวัคซีน และถ่ายพยาธิ จะต้องทำอย่างน้อย 1 ครั้ง ก่อนที่จะส่งมอบให้ลูกค้า และต้องทำโดยสัตวแพทย์ เท่านั้น โดยมีสมุดประวัติการทำวัคซีนให้ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าตรวจสอบได้ว่า ฟาร์มได้ทำวัคซีน และถ่ายพยาธิไปทั้งหมดกี่ครั้ง มีลายเซ็นของสัตวแพทย์กำกับ ในการทำวัคซีนทุกครั้ง เนื่องจากบางฟาร์มมีการทำวัคซีนด้วยตนเอง เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุน แต่มีผลเสีย คือ วัคซีนที่ฉีดไปนั้น อาจจะทำงานได้ไม่มีประสิทธิภาพ เหมือนกับที่สัตวแพทย์ทำ และอาจทำให้ ภูมิคุ้มกันของสุนัขไม่ดี ติดโรคได้ง่าย เมื่อส่งมอบให้ลูกค้าก็จะเกิดปัญหาสุนัขป่วยตามมา ทำให้เสียชื่อเสียงของฟาร์ม ฉะนั้น จึงควรทำวัคซีน และถ่ายพยาธิโดยสัตวแพทย์ เท่านั้น พร้อมทั้งมีใบรับรองพันธุ์ประวัติให้ลูกค้าตรวจสอบได้ว่า เป็นสุนัขสายพันธุ์แท้ และเป็นใบรับรองที่ปกป้องถึงบรรพบุรุษ (พ่อ แม่ ปู่ ย่า ตา ยาย) ของลูกสุนัข และการถ่ายทอดพันธุกรรม ลักษณะเด่น ลักษณะด้อย คุณภาพของลูกสุนัข และสามารถนำมาเป็นข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผน การผสมพันธุ์สุนัขได้ ฟาร์มมียังมีบริการจัดส่งสุนัขให้แก่ลูกค้า ทั้งทางเครื่องบิน และทางรถยนต์ ซึ่งหลังจากสุนัขถึงมือลูกค้าเรียบร้อยแล้ว ฟาร์มยังรับประกันในส่วนของคุณภาพของสุนัขว่า แข็งแรง ไม่ป่วย หรือเป็นโรคติดต่อ หากสุนัขป่วยเป็นโรคลำไส้อักเสบชนิดรุนแรง (พาโวไวรัส) โรคไข้หัด โรคหัด หรือโรคปอดบวม หลังจากได้รับสุนัขไปแล้วภายใน 7 วัน ทางฟาร์มยินดีคืนเงิน ให้ลูกค้า 60% ของราคาซื้อขาย และฟาร์มยังมีบริการให้แก่ลูกค้าทั้งก่อน และหลังการขาย คือ ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสุนัขต่าง ๆ ได้ ทั้งทางโทรศัพท์ และช่องทางสื่อออนไลน์ ได้ตลอด

ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)

มีการให้คำแนะนำหลังการขายให้แก่ลูกค้าทุกกรณีเกี่ยวกับสุนัข เช่น วิธีการเลี้ยง การทำวัคซีน การดูแล ฯลฯ ซึ่งลูกค้าสามารถโทรศัพท์ หรือช่องทางสื่อออนไลน์ เพื่อสอบถาม ได้ตลอด และฟาร์มยังมีการติดตามสุนัขที่ลูกค้าซื้อไป โดยมีการแวะไปเยี่ยมลูกค้า และเยี่ยมชมสุนัข ที่ลูกค้าซื้อกับทางฟาร์มไป เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ และติดตามว่า สุนัขของฟาร์มที่ลูกค้าซื้อไป เมื่อโตขึ้นจะมีลักษณะสวยงามตามพันธุกรรมหรือไม่

ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channels)

ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า ส่วนใหญ่จะเป็นการติดต่อสื่อสารทางสื่อออนไลน์ เช่น ทาง Facebook และทาง Line หรือทางโทรศัพท์ ในการติดต่อสอบถามข้อมูลต่าง ๆ ของสุนัข ในการซื้อ-ขาย ส่วนหนังสือนิตยสาร เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ใช้ในการโฆษณาเพื่อเข้าถึงลูกค้า อีกทาง นอกเหนือจากช่องทางที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว มีลูกค้าบางส่วนที่ได้รับคำแนะนำจากคนรู้จัก และเข้ามาติดต่อเองที่ฟาร์ม เพื่อการติดต่อซื้อ-ขายสุนัขด้วย

รายได้หลัก (Revenue Streams)

รายได้หลักของฟาร์มจะเป็นการจำหน่ายสุนัขพันธุ์พันธุ์ชื่อว่า สุนัขพันธุ์อเมริกัน พิทบูล และสุนัขพันธุ์อลาสกัน มาลามิวส์

พันธมิตร (Key Partners)

คลินิกสัตวแพทย์ ร้านจำหน่ายอาหาร อุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา และฟาร์มที่เป็นพันธมิตร ทั้งในจังหวัดพะเยา และต่างจังหวัด เป็นพันธมิตรที่แนะนำลูกค้ามาให้ ซึ่งกันและกัน

กิจกรรมหลัก (Key Activities)

กิจกรรมหลักที่ฟาร์มทำอันดับแรก คือ วางแผนในการผสมพันธุ์สุนัข โดยศึกษาจากใบรับรองพันธุ์ประวัติของพ่อ-แม่พันธุ์ ที่จะทำการผสม เพื่อป้องกันการผสมเลือดชิด และเพื่อให้ได้ลูกสุนัขที่มีคุณภาพ เมื่อวางแผนในการผสมพันธุ์แล้ว แม่พันธุ์ที่ต้องการผสม อยู่ในระยะตกไข่ พร้อมที่จะผสมพันธุ์ ก็จะทำกรผสมพันธุ์โดยการผสมเทียม เพื่อเป็นการป้องกันโรคติดต่อ เช่น โรคแท้งติดต่อในสุนัข โรคมดลูกอักเสบ เมื่อแม่พันธุ์ท้อง และครบกำหนด 2 เดือน ก็จะคลอดลูกออกมา จากนั้น ฟาร์มจะทำการดูแล และอนุบาลลูกสุนัข และในขณะเดียวกัน ก็ดูแล และบำรุงแม่พันธุ์ให้สมบูรณ์แข็งแรง เมื่อลูกสุนัข อายุ 30 วัน ฟาร์มจะเริ่มเปิดให้ลูกค้าจอง โดยวางเงินมัดจำ และจะจัดส่งสุนัข เมื่ออายุ 45-60 วัน ขึ้นไป โดยก่อนจะส่ง ฟาร์มจะทำวัคซีน และถ่ายพยาธิให้แก่สุนัข ตามโปรแกรมการทำวัคซีนของสัตวแพทย์ และลูกค้าต้องจ่ายเงินส่วนที่เหลือให้ครบก่อนที่จะส่งสุนัขไปให้ ตลอดจนการซื้อ-ขาย ลูกค้าจะได้รับคำแนะนำจากฟาร์มในทุกเรื่อง ที่สงสัยเกี่ยวกับสุนัข

ทรัพยากรหลัก (Key Resources)

ทรัพยากรของฟาร์ม พ่อพันธุ์ และแม่พันธุ์ของฟาร์ม จะคัดเลือกจากสายพันธุ์แท้ และมีใบรับรองพันธุ์ประวัติเท่านั้น และต้องมีลักษณะตามสายพันธุ์ สุขภาพแข็งแรง สมบูรณ์ โดยการดูแลสุนัขของฟาร์ม จะมีพนักงานดูแลเป็นอย่างดี คอยให้อาหารสุนัขเป็นเวลา และทำความสะอาดโรงเรือนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ถูกสุขลักษณะ ไม่เป็นแหล่งเพาะเชื้อโรค

ซึ่งพนักงานจะคัดเลือกจากบุคคลที่รักสัตว์ มีความอดทนสูง ชยัน และใส่ใจรายละเอียด สามารถทำงานได้ ตั้งแต่เวลา 8.00-17.00 น. โรงเรือน และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ภายในฟาร์ม จะใช้วัสดุที่มีความแข็งแรง ทนทาน ใช้งานได้นาน และทรัพยากรตัวสุดท้ายที่ขาดไม่ได้เลย คือ เงินทุน เพราะทุกอย่างเราต้องจ่ายเงินในการซื้อ และลงทุนทั้งหมด

โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

ประกอบด้วย ค่าที่ดิน ค่าก่อสร้างโรงเรือน ค่าอุปกรณ์ ค่าดำเนินการต่าง ๆ ค่าอาหาร สุนัข เงินเดือนพนักงาน ค่าติดต่อสื่อสาร ค่าเดินทาง และค่าดำเนินการต่าง ๆ ภายในฟาร์ม



บทที่ 5

บทสรุป

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านการปฏิบัติการ ด้านการจัดการ และด้านการเงิน สรุปผลการวิจัย ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา สรุปผลการศึกษา ดังนี้

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการธุรกิจฟาร์มสุนัขในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

1. ด้านการตลาด พบว่า

1.1 จุดแข็ง

- 1.1.1 สถานที่ตั้งของฟาร์ม มีความสะดวกในการเข้าถึง อยู่ไม่ไกลจากชุมชน
- 1.1.2 ฟาร์มเป็นระบบปิด ทำให้ไม่มีปัญหาในเรื่องของโรคติดต่อ
- 1.1.3 มีบริการหลังการขายที่ดี
- 1.1.4 การไปร่วมงานสุนัขต่าง ๆ ทำให้ฟาร์มเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น
- 1.1.5 สุนัขที่จำหน่ายมีลักษณะตรงตามสายพันธุ์ และมีสุขภาพแข็งแรง
- 1.1.6 มีใบเพ็ดดิกรี หรือใบรับรองพันธุ์ประวัติ (Certificate Pedigree)

1.2 จุดอ่อน

- 1.2.1 มีค่าใช้จ่ายสูงในการประชาสัมพันธ์ฟาร์ม
- 1.2.2 ผู้ปฏิบัติงานขาดประสบการณ์ ในเรื่องของการทำคลอดสุนัข
- 1.2.3 การผลิตลูกสุนัขไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า
- 1.2.4 ผู้ปฏิบัติงานขาดความชำนาญในเรื่องการผสมเทียม

1.3 โอกาส

- 1.3.1 ความนิยมในการเลี้ยงสุนัขยังมีอยู่อย่างต่อเนื่อง
- 1.3.2 ลูกค้าที่เคยซื้อสุนัขจากฟาร์ม และบุคคลที่รู้จัก แนะนำฟาร์มให้แก่

ผู้ที่ต้องการซื้อสุนัข

1.3.3 การแชร์ข้อมูลทางสื่อออนไลน์ ทำให้ฟาร์มเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว

1.3.4 การจัดงานสุนัขของกลุ่มผู้ประกอบการเลี้ยงสุนัข ทำให้ฟาร์มเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

1.3.5 การเปิดการค้า AEC หรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้ธุรกิจฟาร์มสุนัขขยายตลาดได้อีกมาก

1.4 อุปสรรค

1.4.1 สุนัขพันธุ์อเมริกัน พิทบูล เป็นสุนัขควบคุมพิเศษ

1.4.2 มีคู่แข่งจำนวนมาก เนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งผลิตใหญ่ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดเชียงราย

1.4.3 จังหวัดพะเยาไม่มีสนามบิน และสถานีรถไฟ จึงทำให้การส่งมอบสุนัขต้องใช้เวลา และต้นทุนสูง

1.4.4 ต้องระมัดระวังโรคติดต่อทางพันธุกรรม และโรคพิษสุนัขบ้า

1.4.5 การผลิตลูกสุนัขที่ไม่ตรงตามลักษณะสายพันธุ์ และมีราคาจำหน่ายต่ำกว่าสายพันธุ์แท้ ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น

1.4.6 สภาพอากาศของประเทศไทย ทำให้สุนัขปรับตัวเข้ากับสภาพอากาศได้ยาก ผลการวิเคราะห์ด้านการตลาด มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากความต้องการซื้อสุนัขภายในประเทศ และต่างประเทศ มีโอกาสขยายตัวเพิ่มมากขึ้น จากการเปิดการค้า AEC หรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้การโฆษณาทางด้านการตลาด และการติดต่อ ซื้อ-ขายสุนัข มีความสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้สะดวก มีการขยายตัวของฐานลูกค้า และเป็นการกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ

2. ด้านปฏิบัติการ

พบว่า สุนัขที่จำหน่ายต้องมีลักษณะตรงตามสายพันธุ์ มีสุขภาพแข็งแรง สมบูรณ์ ได้รับวัคซีน และถ่ายพยาธิโดยสัตวแพทย์ การคัดเลือกพ่อพันธุ์ และแม่พันธุ์ ของฟาร์ม ต้องมีลักษณะตรงตามสายพันธุ์ และมีใบรับรองพันธุ์ประวัติ (Certificate Pedigree) เพื่อป้องกันการผสมเลือดชิด การดูแล และการให้อาหาร ต้องให้เหมาะสมกับแต่ละสายพันธุ์ ที่ตั้งของฟาร์มห่างจากชุมชน และมีระบบสาธารณสุขปลอดภัยครบครัน เพื่อให้ลูกค้าเดินทางสะดวก และปลอดภัย ขนาดของพื้นที่ที่เหมาะสม ควรมีขนาดไม่น้อยกว่า 300 ตารางวา มีการจัดทำโรงเรือนระบบปิด แยกเป็นสัดส่วน เพื่อป้องกันโรค และมีอากาศถ่ายเทสะดวก อุปกรณ์ที่ใช้ในโรงเรือนต้องได้มาตรฐาน มีความแข็งแรง และต้องมีการทำความสะอาดโรงเรือนเพื่อฆ่าเชื้อโรคอย่างสม่ำเสมอ ในภาพรวมการวิเคราะห์ด้านปฏิบัติแล้ว มีความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจ เนื่องจากที่ตั้งของฟาร์ม

อยู่ห่างจากชุมชน ในระยะไม่เกิน 15 กิโลเมตร และมีสาธารณูปโภคครบครัน ทำให้ลูกค้าเดินทางสะดวก และปลอดภัย การทำโรงเรือนระบบปิด แยกเป็นสัดส่วน ในการเพาะเลี้ยงสุนัข เป็นการช่วยป้องกันสุนัขจากเชื้อโรค และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการเพาะพันธุ์สุนัข ให้มีสุขภาพแข็งแรงตั้งแต่แรกคลอด การเลือกพ่อพันธุ์ และแม่พันธุ์ ที่มีลักษณะตรงตามสายพันธุ์ และมีใบรับรองพันธุ์ประวัติ (Certificate Pedigree) ทำให้ได้ลูกสุนัขที่มีลักษณะตรงตามสายพันธุ์ และมีความสวยงามเป็นที่ต้องการของผู้ซื้อ

3. ด้านการจัดการ

พบว่า การดำเนินธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ดำเนินการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว เพื่อสะดวกต่อการบริหารจัดการ ทรัพยากรบุคคลที่ควรมีอยู่เพื่อการปฏิบัติงาน จำนวนไม่น้อยกว่า 3 คน โดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้ 1) เจ้าของกิจการ มีหน้าที่ในการควบคุมดูแลกิจการทั้งหมด 2) พนักงาน มีหน้าที่ในการปฏิบัติงานในฟาร์มสุนัข ในภาพรวม การวิเคราะห์ด้านการจัดการแล้ว มีความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจ เนื่องจากการทำธุรกิจ ฟาร์มสุนัข โดยดำเนินการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว ทำให้สะดวกต่อการบริหารจัดการ ทรัพยากรบุคคลที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ควรมีไม่น้อยกว่า 3 คน

4. ด้านการเงิน

ใช้เกณฑ์การวัดความคุ้มค่าในการลงทุน ระยะเวลา 5 ปี ประกอบด้วย ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน ผลการวิเคราะห์ ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข พบว่า ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2 ปี 2 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 3,922,887 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก และมีค่ามากกว่าศูนย์ อัตราผลตอบแทน ภายใน เท่ากับ ร้อยละ 35.10 ซึ่งมีอัตราสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และอัตราผลตอบแทน ต่อต้นทุน เท่ากับ 1.58 เท่า มีค่ามากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีความคุ้มค่าในการลงทุน ในภาพรวมการวิเคราะห์ด้านการเงินแล้ว มีความเป็นไปได้ ในการลงทุนในธุรกิจ เนื่องจากมีระยะเวลาคืนทุนสั้น และมีอัตราผลตอบแทนที่น่าพอใจ

อธิปราชผลการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ทั้งด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านปฏิบัติการ และด้านการเงิน ประกอบด้วย ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจฟาร์มสุนัข พบว่า ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2 ปี 2 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 3,922,887 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก และมีค่ามากกว่าศูนย์ อัตราผลตอบแทน

ภายใน เท่ากับ ร้อยละ 35.10 ซึ่งมีอัตราสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เท่ากับ 1.58 เท่า มีค่ามากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีความคุ้มค่าในการลงทุน เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุพัฒน์ ชัตติยะวงศ์ (2552) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัขพันธุ์ขนาดเล็ก ในตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดราชบุรี พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ เท่ากับ 1,237,966 บาท อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน 1.23 เท่า อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ เท่ากับร้อยละ 26.44 ต่อปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่า โครงการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัขพันธุ์ขนาดเล็กนี้ มีความเป็นไปได้ทางการเงิน ซึ่งเป็นเป้าหมายของการทำธุรกิจ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อริศรา ธรรมสิทธิ์ (2557) ได้วิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทนในการเพาะเลี้ยงสุนัขพันธุ์ไซบีเรียนฮัสกี้ ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 157,007.70 บาท ในขณะที่อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าประมาณ ร้อยละ 8.26 ส่วนอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) มีค่าประมาณ 1.03 และระยะเวลาคืนทุน (PB) มีระยะเวลาประมาณ 7 ปี 7 เดือน หรือ 91 เดือน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผู้ศึกษาขอเสนอแนะแนวทาง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนลงทุนในธุรกิจ ดังต่อไปนี้

1. งานวิจัยนี้ใช้ตัวอย่างจำนวนน้อยราย จึงอาจจะไม่สามารถอ้างอิงสู่ประชากรได้ ผู้ใช้ข้อมูลควรพิจารณาทำวิจัยซ้ำ ก่อนนำข้อมูลไปใช้
2. ผู้ที่สนใจลงทุนธุรกิจลงทุนฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ควรศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายสุนัข เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาด
3. ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มสุนัข ควรมีการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นระยะ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการซื้อสุนัข เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษา ณ จุดหนึ่งของเวลา (Cross-sectional study) ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรเก็บข้อมูลระยะยาว (Longitudinal Study)
2. ควรทำการศึกษาถึงความเป็นไปได้ ในกรณีที่เป็นธุรกิจจำหน่ายสุนัขหลากหลายสายพันธุ์



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กฤษฎา สุทธคำ. (2556). **ช่องทางที่เหมาะสมในการจัดจำหน่ายสุนัขของฟาร์ม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระ วท.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ศิรีรัฐ เอี่ยมบุญ. (2552). **การศึกษาวางแผนการตลาดกรรมสุนัขอเมริกันพิทบูลเทอร์เรีย (แบบบูลลี่)**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- จำรัส วรรณวิไลย. (2548). **การวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนทางการเงินในการเพาะเลี้ยง สุนัขไทยพันธุ์บางแก้ว ของค่ายสุฤกษ์ดีเสนา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก**. การค้นคว้าแบบอิสระ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ชูชีพ พิพัฒน์คดี. (2544). **เศรษฐศาสตร์การวิเคราะห์โครงการ (พิมพ์ครั้งที่ 4)**. กรุงเทพฯ: บริษัท เท็กซ์ แอนด์เจอร์นัลส์ จำกัด.
- ภัทรศรี ธัญโชติกุล. (2553). **แนวทางการพัฒนาตลาดของธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงประเภทสุนัข และแมว: กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, ภูเก็ต.
- วชิระ กิตติศรี. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสุนัขในอำเภอแม่สายจังหวัดเชียงราย**. การศึกษาโดยอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, เชียงราย.
- วรรษยา พวงจิต. (2552). **พฤติกรรมการซื้อสุนัขในอำเภอเมืองเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สุพัฒน์ ชัตติยะวงศ์. (2552). **ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัขพันธุ์ขนาดเล็ก ในตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี**. การค้นคว้าอิสระ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สำนักประสานด้านการต่างประเทศ. (2557). **การกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจด้วย The Business Model Canvas**. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2559, จาก <http://www.sme.go.th/th/images/data/IA/download/BusinessModelCanvas.pdf>
- อลิศรา ธรรมสิทธิ์. (2557). **วิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทนในการเพาะเลี้ยงสุนัขพันธุ์ไซบีเรียนฮัสกี้ ในจังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

1. จุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรค และโอกาส ของการทำธุรกิจฟาร์ม สุนัขพันธุ์ชิวว่า อเมริกัน พิทบูล และสุนัขพันธุ์อลาสกัน มาลามิวท์ ในจังหวัดพะเยา

.....

.....

.....

2. ลักษณะที่ตั้งของฟาร์ม เป็นแบบไหน

.....

.....

.....

3. ขนาดของฟาร์มสุนัขพันธุ์ชิวว่า อเมริกัน พิทบูล และสุนัขพันธุ์อลาสกัน มาลามิวท์ ที่เหมาะสมกับการเติบโตของจังหวัดพะเยา

.....

.....

.....

4. อัตราการเติบโตของสุนัขพันธุ์ชิวว่า อเมริกัน พิทบูล และสุนัขพันธุ์อลาสกัน มาลามิวท์ ในจังหวัดพะเยา หรือเขตภาคเหนือ เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

5. รูปแบบการดำเนินการที่เหมาะสมในการทำธุรกิจฟาร์มสุนัข สุนัขพันธุ์ชิวว่า อเมริกัน พิทบูล และสุนัขพันธุ์อลาสกัน มาลามิวท์ ในจังหวัดพะเยา ควรเป็นแบบไหน (คนเดียว ครอบครัวยุติ ห้างหุ้นส่วน บริษัท) มีข้อดี ข้อเสีย อย่างไร

.....

.....

.....

6. ลักษณะการบริหารงาน (โครงสร้างการบริหาร การแบ่งหน้าที่)

.....

.....

.....

7. โครงสร้างต้นทุนโดยประมาณ ตลอดเวลา 5 ปี ในการทำธุรกิจฟาร์มพันธุ์ชีววา อเมริกัน พิทบูล และสุนัขพันธุ์อลาสกัน มาลามิวท์ (เช่น ค่าซื้อที่ดิน ค่าก่อสร้างฟาร์ม ค่าอุปกรณ์ในฟาร์ม ค่าพ่อแม่พันธุ์ ค่าดำเนินการ)

.....

.....

.....

8. รายรับที่คาดว่าจะได้ในแต่ละเดือน แต่ละปี ตลอดเวลา 5 ปี

.....

.....

.....

9. กลุ่มลูกค้าเป็นใคร

.....

.....

.....

10. พันธมิตรทางธุรกิจมีใครบ้าง

.....

.....

.....

11. ช่องทางใดที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้บ้าง

.....

.....

.....

12. ธุรกิจจะสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างไร

.....

.....

.....

13. ทรัพยากรหลักของธุรกิจมีอะไรบ้าง

.....

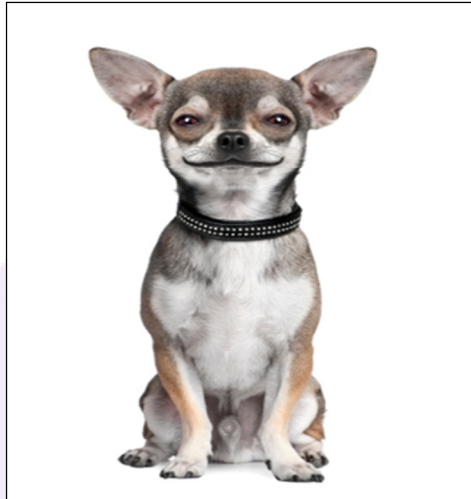
.....

.....



ภาคผนวก ข ลักษณะสุนัขสายพันธุ์ที่ศึกษา

สุนัขพันธุ์ชิวาว่า (น้องหมาตัวจิ๋ว ขนาดกะทัดรัด ฉลาดและร่าเริง)



ภาพ 4 แสดงสุนัขพันธุ์ชิวาว่า

ลักษณะทั่วไป

ชิวาว่า เป็นสุนัขขนาดเล็ก ถือว่าตัวเล็กที่สุดในโลกที่มีขนาดใหญ่ ดวงตากลมโต เหมาะที่จะใช้เลี้ยงเป็นเพื่อน ชอบออกไปเดินเล่นกับเจ้าของ เห่าเสียงดัง ค่อนข้างติดเจ้าของ และไม่ทำลายข้าวของ

ความเป็นมา

ชิวาว่า หรือเจ้าชิวาว่า มีต้นกำเนิดที่ประเทศเม็กซิโก ชาวพื้นเมืองนิยมเลี้ยงเพราะมีความเชื่อในเรื่องโชคลางต่าง ๆ จนถึงขั้นมีการนำชิวาว่าไปใช้ในพิธีบูชายันต์

ลักษณะนิสัย

ชิวาว่า เป็นสุนัขมีความฉลาด และจงรักภักดีต่อเจ้าของมาก เมื่อเทียบกับสุนัขพันธุ์อื่น ๆ โดยปกติมักเป็นสุนัขที่เงียบสงบ ไม่ค่อยเห่าส่งเสียงรบกวน เว้นแต่จะถูกรบกวน หรือทำตกใจ จึงจะเห่าเพื่อรักษาที่อยู่อาศัยของตัวเอง นอกจากนี้ ยังมีนิสัยกลัวความสูง มักจะยืนหยัดต่อสู้กับสุนัขตัวอื่น ๆ ไม่ว่าจะใหญ่ หรือเล็กกว่า แต่ก็มีความกล้าหาญที่ดีกับสุนัขตัวอื่น หรือสัตว์เลี้ยงชนิดอื่น ๆ

การดูแล

ช่วงอายุที่ต้องการเอาใจใส่มากที่สุด ในการเลี้ยงชีวาว่า เพราะสุนัขจะตายมากที่สุด คือ ช่วงอายุระหว่าง 2-3 เดือน เนื่องจากวัยนี้เป็นช่วงที่สุนัขเพิ่งเริ่มอดนมใหม่ ๆ ซึ่งหากลูกสุนัขกินอาหารอะไรที่ผิดไปเพียงนิดเดียว ก็จะส่งผลให้สุนัขต้องเสียชีวิต โดยถ้าสุนัขตัวไหนไม่มีภูมิคุ้มกันทาน ได้รับเชื้อก็อาจจะถึงตายได้เหมือนกัน แต่หลังจากช่วงอายุ 2-3 เดือน ไปแล้ว ก็สามารถที่จะเอาใจใส่น้อยลงได้

วิธีสังเกตง่าย ๆ ว่า สุนัขมีอาการผิดปกตินั้น ให้สังเกตจากการที่สุนัขไม่ค่อยกินข้าว หรือกินข้าวให้น้อยลง ก็ขอให้สงสัยไว้ก่อนว่า สุนัขกำลังจะไม่สบาย และส่วนการให้อาหารนั้น ผู้เลี้ยงสามารถเลือกซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป ที่มีจำหน่ายอยู่ตามท้องตลาด มาให้กับสุนัขกินได้ เพียงแต่เลือกให้เหมาะสมกับสุนัข เท่านั้น

ในเรื่องของการออกกำลังกาย ผู้เลี้ยงสามารถปล่อยให้ชีวาว่า ไปออกกำลังกายได้เอง ภายในสวน หรือพื้นที่จำกัด แต่ชีวาว่าชอบที่จะออกไปเล่นกับเจ้าของมากกว่า

ส่วนเรื่องสุขภาพนั้น โรคที่จะเกิดขึ้นกับชีวาว่าก็จะเหมือนกับสุนัขพันธุ์อื่นทั่ว ๆ ไป ซึ่งโรคที่พบบ่อย คือ โรคลำไส้อักเสบ และไข้หัด สาเหตุของโรคทั้งสองเป็นโรคติดต่อ ซึ่งหากสุนัขตัวไหนไม่มีการฉีดวัคซีน แล้วไปถูกเชื้อเข้า ก็จะติดต่อก็ได้

สุนัขพันธุ์อเมริกันพิทบูล



ภาพ 5 แสดงสุนัขพันธุ์อเมริกันพิทบูล

ประวัติของสุนัขพันธุ์อเมริกันพิตบูล

ในช่วงศตวรรษที่ 19 ผู้ที่นิยมสุนัขในประเทศอังกฤษ ไอร์แลนด์ และสกอตแลนด์ ได้เริ่มที่จะผสมข้ามสายพันธุ์ ระหว่างบูลด็อกตัวที่เหนียวที่สุด กับสุนัขเทอร์เรีย ตัวที่กล้าหาญที่สุด และดีที่สุดใน เข้าด้วยกัน ผลจากการผสมข้ามสายนี้ในไม่ช้าก็รู้กันว่า พวกมันคือ สุนัข บูลแอนด์เทอร์เรีย (Bull-and-Terrier) หรือพวกมันก็คือ อเมริกันพิตบูล นั่นเอง เพื่อต้องการที่จะได้สุนัขที่มีลักษณะของการล่าเหยื่อ (เกมล์) ของสุนัขพันธุ์เทอร์เรีย กับความแข็งแกร่ง และความปราดเปรียวที่เหมือนกับสุนัขพันธุ์บูลด็อก ผลที่ออกมานั้นก็คือ สุนัขที่ประกอบไปด้วยความเป็นนักสู้ผู้ยิ่งใหญ่ แข็งแรง ทรหด อุดทน และอ่อนโยนกับคนที่มันรัก ผลของการอพยพปรากฏว่ามีคนได้นำสุนัขบูลแอนด์เทอร์เรีย นี้ ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ผู้คนที่เป็นเกษตรกร และเจ้าของฟาร์มปศุสัตว์ ได้มองเห็นความสามารถของสุนัขพันธุ์อเมริกันพิตบูล และได้ใช้มันในการปกป้องทรัพย์สิน เป็นสุนัขที่ใช้สำหรับการไล่ล่า ต้อนฝูงปศุสัตว์ (วัว หมู) รวมทั้งเลี้ยงเอาไว้เป็นเพื่อนสมาชิกในครอบครัว ปัจจุบันนี้ สุนัขพันธุ์อเมริกันพิตบูล แสดงความสามารถได้ในหลากหลายด้านด้วยกัน อย่างเช่น การฝึกให้เชื่อฟังคำสั่ง ความสามารถในการสะกดรอย การแข่งขันเรื่องของความเร็ว (Agility) เป็นสุนัขอารักขา ความเฉลียวฉลาดในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับสายพันธุ์นี้โดยเฉพาะ เช่น การลากน้ำหนัก

ยูโนเต็ด เคนนัล คลับ (ยูเคซี) เป็นผู้ขึ้นทะเบียนสุนัขพันธุ์อเมริกันพิตบูล เป็นรายแรก โดยที่ ซี แซทเบ็นเน็ทท์ เป็นผู้ก่อตั้งยูโนเต็ด เคนนัล คลับ (ยูเคซี) เขาได้มอบหมายให้ ยูเคซี เป็นผู้จดทะเบียนเป็นรายแรก โดยการนำพิตบูลของตนเอง มากำหนดเป็นมาตรฐาน ภายใต้อชื่อเป็นเน็ทท์ริง ในปี 1898

รูปร่างลักษณะทั่วไป

สุนัขพันธุ์อเมริกันพิตบูล มีขนาดรูปร่างปานกลาง มีสัดส่วนที่พอดี ขนสั้นเรียบเป็นมันเงางาม และมีกล้ามเนื้อที่เด่นชัดมาก สุนัขสายพันธุ์นี้เต็มไปด้วยพลังกำลัง และมีความปราดเปรียวเป็นอย่างมาก และมีรูปร่างที่ค่อนข้างยาวกว่าส่วนสูง แต่ตัวเมียอาจมีรูปร่างที่ยาวกว่าตัวผู้ ความยาวของขาหน้า (วัดจากข้อศอกถึงพื้น) ประมาณครึ่งหนึ่งของความสูงของสุนัขทั่วไป หัวมีความยาวปานกลาง กว้าง ส่วนกะโหลกนั้นจะแบนเรียบ และค่อนข้างจะกว้าง ประกอบด้วย ขากรรไกรที่แข็งแรง และกว้างใหญ่ หูจะมีขนาดที่เล็กจนถึงปานกลาง หูตั้งและบางทีก็อาจจะมีลักษณะที่เป็นธรรมชาติ (ไม่ได้ตัดหู) หรืออาจจะตัดหู หรือไม่ตัดหูก็ได้ หางสั้นชี้ลง โคนหางใหญ่ และเรียวเล็กลงไปถึงปลายหาง อเมริกันพิตบูล มีทุกสี และมีทุกสายพันธุ์นี้ จะต้องปรากฏให้เห็นถึงความแข็งแกร่ง กระฉับกระเฉง สง่างาม และไม่ควรร

ที่จะทะเยอทะยานมากเกินไป จนกล้ำกลืนเนื้อทั้งหลายขัดขวางต่อการเคลื่อนไหวของร่างกาย ความสมดุลนั้น ควรจะมีสัดส่วนที่เหมาะสมต่อกันและกัน สุนัขพันธุ์นี้ไม่ควรที่จะพอมจนเห็นกระดูก

บุคลิกลักษณะ

ลักษณะเฉพาะของสุนัขพันธุ์อเมริกันพิตบูล ก็คือ ความแข็งแรง มีความเชื่อมั่นในตัวของมันเอง และมีชีวิตที่กระหายใคร่รู้ต่อทุกสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัวมัน สุนัขพันธุ์นี้ชอบให้คนดูแลเอาใจใส่ และมีความกระตือรือร้นมาก สุนัขพันธุ์อเมริกันพิตบูล เป็นเพื่อนกับทุกคนที่อยู่ในครอบครัวได้เป็นอย่างดี และมีความรักเด็ก เนื่องจากสุนัขพันธุ์นี้ ส่วนใหญ่มักจะแสดงความก้าวร้าวกับสุนัขทั่วไป และด้วยความแข็งแรง ที่แสดงให้เห็นถึงการมีพลังกำลังในรูปร่างของพวกมัน ดังนั้น สุนัขสายพันธุ์นี้ จึงต้องการเจ้าของที่สามารถอบรม หรือฝึกให้เชื่อฟังคำสั่งได้ ธรรมชาติของสุนัขพันธุ์นี้ มีความปราดเปรียว กระฉับกระเฉง โดยธรรมชาติ ความว่องไวของสุนัขพันธุ์นี้ ทำให้พวกมันเป็นหนึ่งในสุนัขที่มีความสามารถ ในการปีนข้ามรั้ว อเมริกันพิตบูล ไม่เหมาะที่จะเลือกไว้เป็นสุนัขอารักขา (Guard dog) เนื่องจากพวกมันค่อนข้างมีอัธยาศัยที่ดีกับคนแปลกหน้า นิยมติดต่อกับคน ไม่ใช่บุคลิกลักษณะของพวกมัน สุนัขพันธุ์นี้มีความสามารถในหลากหลายด้าน เพราะมีความฉลาดมากเป็นพิเศษ รวมทั้ง ความกระตือรือร้นในการที่จะทำงาน สุนัขพันธุ์อเมริกันพิตบูล มีความสามารถในการทำสิ่งต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี หากแต่ว่า ข้อบกพร่องของสุนัขสายพันธุ์นี้ ได้ตัดคะแนนความนิยม และความสามารถของมัน

ความสูง และน้ำหนัก (Height and Weight)

อเมริกันพิตบูล ควรมีความแข็งแรง และความว่องไว ดังนั้น น้ำหนัก และส่วนสูง ไม่ค่อยจะมีความสำคัญสักเท่าไร สัดส่วนที่พอดีของน้ำหนัก และส่วนสูง นั้น น้ำหนักสำหรับสุนัขตัวผู้ (ที่โตเต็มที่แล้ว) อยู่ระหว่าง 35-60 ปอนด์ น้ำหนักสำหรับตัวเมีย (ที่โตเต็มที่แล้ว) จะอยู่ระหว่าง 30-50 ปอนด์ หากสุนัขที่มีน้ำหนักไม่อยู่ในเกณฑ์นี้ก็ไม่เป็นไร แต่ว่าจะต้องไม่พอมจนเกินไป หรือมีสัดส่วนน้ำหนัก และส่วนสูง ที่มากเกินไป

ท่าทางการเดิน และการวิ่ง (Gait)

อเมริกันพิตบูล เคลื่อนไหวด้วยความว่องไว มั่นใจ แสดงให้เห็นถึงความคาดหวังที่จะพบกับสิ่งใหม่ ๆ และน่าตื่นเต้น เวลาเดินเหยาะ ๆ ท่าเดินจะเรียบ และมั่นคง เมื่อเคลื่อนไหว เส้นหลังคงระดับความโค้งเล็กน้อย แสดงถึงความอ่อนโยน เมื่อมองจากทุกด้าน ขามีการประสานกันเป็นอย่างดี เมื่อเร่งความเร็วขึ้น ขาจะเบนเข้าหากันที่จุดศูนย์กลางอย่างสมบูรณ์

ข้อบกพร่อง

ขาเคลื่อนไหวไม่สัมพันธ์กัน ย่างก้าวของขามากเกินไป ขาพันกันไปมา ขาหลังเคลื่อนไหว ไกล หรือเกือบเตะขาหน้า การวิ่ง หรือเดินที่เอียงข้าง

สุนัขพันธุ์อลาสกัน มาลามิวท์



ภาพ 6 แสดงสุนัขพันธุ์อลาสกัน มาลามิวท์

ลักษณะทั่วไป

อลาสกัน มาลามิวท์ เป็นสุนัขพันธุ์เก่าแก่ที่สุดพันธุ์หนึ่ง ที่ใช้สำหรับลากเลื่อนในเขตอาร์คติก มีลักษณะออกลึก กล้ามเนื้อแข็งแรงมาก เมื่อยืนตรงมีความสง่างาม หัวเชิดสูง สายตาแสดงความตื่นตัว อยากรู้อยากเห็น และเป็นมิตร กะโหลกศีรษะกว้าง หูตั้งเป็นรูปสามเหลี่ยม กระบอกปากเรียวเล็กน้อย ไม่แหลม ไม่ยาว แต่ก็ไม่สั้น ขนชั้นนอกหยาบหนา ขนชั้นในอ่อนนุ่ม มาลามิวท์ มีหลายสี มาร์กกิ้งบนหน้ามีลักษณะเฉพาะ สีบนหัวลักษณะเหมือนสวมหมวก หน้าอาจสีขาวทั้งหมด หรือลักษณะเหมือนสวมหมวก และ/หรือมีแถบสี หางเป็นพวงพอดี โค้งไปบนหลัง มีกระดูกใหญ่ ขาแข็งแรง เท้าเหยียบมั่นคง ออกลึก ไหล่มีพลัง มีลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมกับการลากเลื่อน การวิ่งอย่างก้าวได้มั่นคง สมดุล เหมือนไม่รู้จักเหนื่อย แต่ไม่เหมาะสมกับการลากเลื่อน เพื่อแข่งขันด้านความเร็ว แม้จะแข็งแรงอดทน

ความเป็นมา

อลาสกัน มาลามิวท์ เป็นสุนัขลากเลื่อน (Sled) แถบอาร์คติกที่เก่าแก่ที่สุดพันธุ์หนึ่ง ได้ตั้งชื่อตามชาวเผ่าพื้นเมืองอินนูยท์ (Innuits) ที่มีชื่อว่า มาลามิว (Mahlamuts) ผู้ซึ่งตั้งบ้านเรือน

อยู่แถบชายฝั่งโค เซบูเซาต์ (Kot-zebue sound) ในทางตะวันตกตอนบนของอลาสก้า ระยะเวลา ก่อนหน้า ที่อลาสก้าจะตกมาอยู่ภายใต้การครอบครองของสหรัฐอเมริกา

ลักษณะนิสัย

อลาสกัน มาลามิวท์ เป็นสุนัขที่มีอุปนิสัยขี้ฉ้อ เป็นมิตร ซื่อสัตย์ จงรักภักดี รักสันโดษ และอาจดื้อบ้างในบางครั้ง โดยพวกเขาที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง จึงอาจไม่ฟังคำสั่งได้ตามแต่กาลโอกาส เว้นเสียแต่ได้รับของรางวัล หรือสิ่งตอบแทนมาล่อใจ พวกเขาเป็นมิตร และมักอารมณ์ดี เมื่อได้อยู่ร่วมกับมนุษย์ ทว่าเจ้าของจำเป็นต้องฝึกให้เข้าสังคมมากพอ เพื่อให้พวกเขาสามารถอยู่ร่วมกับสุนัขตัวอื่น โดยปกติสุข

สำหรับคนที่คิดว่า น้องหมาอลาสกัน มาลามิวท์ ตัวใหญ่ จะต้องดุร้าย ก้าวร้าว เหมาะกับเป็นน้องหมาอารักขา เลี้ยงไว้สำหรับเฝ้าบ้าน ป้องกันขโมย อาจจะต้องคิดใหม่ เพราะเห็นพวกเขาตัวใหญ่อย่างนี้ กลับเป็นน้องหมาที่ต้องการความรัก การดูแลเอาใจใส่สูง เป็นมิตรแม้แต่คนแปลกหน้า ไม่ค่อยเห่าพรา้พริ้อ ออกจะเคลื่อนไหวเชื่องช้า ชอบนอนอยู่กับเจ้าของ เอาอกเอาใจเจ้าของ แม้จะมีความเป็นตัวของตัวเองสูง เช่นเดียวกับไซบีเรียนฮัสกี้ ก็ตาม แต่ทว่า พวกเขาไม่ใช่เปอร์ ทำลายบ้านเรือน ทะเลาะตึงตัง แสบสันเท่ากับไซบีเรียนฮัสกี้

การดูแล

อลาสกัน มาลามิวท์ เป็นสุนัขที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ เนื่องจากพวกเขามีขนดก และหนา โดยการแปรงขนให้วันละ 5 นาที ถือว่าเหมาะที่สุด ทั้งนี้ อลาสกัน มาลามิวท์ เพศผู้ จะผลัดขน ปีละหนึ่งครั้ง ส่วนในเพศเมีย ปีละ 2 ครั้ง ทำให้ผู้เลี้ยงอาจประสบปัญหาบ้าง ในช่วงเวลาดังกล่าว อย่างไรก็ตาม พวกเขาเป็นสุนัขที่ไม่มีกลิ่นตัว จึงไม่จำเป็นต้องอาบน้ำให้บ่อย จนเกินไป

ด้านการออกกำลังกาย อลาสกัน มาลามิวท์ เป็นสุนัขที่มีพลังกำลังมาก ทำให้เขาต้องการ การออกกำลังกายสูง เพื่อเผาผลาญพลังงานส่วนเกินทิ้งไป ผู้เลี้ยงจำเป็นต้องพาเขาไป ออกกำลังกาย อย่างน้อยวันละ 60-80 นาที โดยอาจเป็นการวิ่ง หรือการเล่นอื่นใด ที่ทำให้ ได้ใช้พลังงานอย่างเต็มที่

สำหรับเรื่องโภชนาการ ก็เช่นเดียวกับสุนัขพันธุ์อื่น ผู้เลี้ยงควรให้อาหารเม็ดสำเร็จรูป มากกว่าอาหารปรุงเอง เนื่องจากมีคุณค่าทางโภชนาการที่เหมาะสม และครบถ้วนมากกว่า ทั้งนี้ ในช่วงอายุ 5 เดือน ขึ้นไป อลาสกัน มาลามิวท์ จะโตเร็วกว่าสุนัขพันธุ์อื่น ๆ ทำให้น้ำหนักตัว อาจเพิ่มอย่างรวดเร็ว จึงอาจมีปัญหในการรับน้ำหนัก อันเนื่องมาจากกระดูกที่โตช้ากว่านั่นเอง

ตาราง 14 แสดงคุณสมบัติของสุนัข

สุนัขพันธุ์	ขนาดตัว	การดูแลรักษาความสะอาด	ความยาวขน	การออกกำลังกาย	พลังกำลังความแข็งแรง	เป็นมิตรกับเด็ก	ทนต่ออากาศร้อน	ทนต่ออากาศหนาว	พื้นที่ในการเลี้ยง
ชิว่าว่า	เล็ก	1 ครั้ง/ 2 สัปดาห์	สั้น/ยาว	2-3 ครั้ง/ สัปดาห์	น้อย	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย	น้อย
อเมริกันพิตบูล	กลาง	1 ครั้ง/ 2 สัปดาห์	สั้น	2-3 ครั้ง/ สัปดาห์	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย	ปานกลาง	ปานกลาง
อลาสกันมาลามิวท์	ใหญ่	1 ครั้ง/ 2 สัปดาห์	ปานกลาง	ทุกวัน	มาก	ปานกลาง	น้อย	มาก	มาก

ที่มา: <http://www.dogilike.com/breeds/9/%7Bcontent-url%7D>



ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า



ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ นามสกุล บุษบากร สมหวังศิริ
วัน เดือน ปี เกิด 4 กันยายน 2527
ที่อยู่ปัจจุบัน 257/1 หมู่11 ถนนพหลโยธิน ตำบลบ้านต๋อม อำเภอเมือง
จังหวัดพะเยา
ที่ทำงานปัจจุบัน ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย จังหวัดพะเยา
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่อาวุโส 1 บริการลูกค้า

ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2554-2559 เจ้าหน้าที่อาวุโส 1 ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย
จังหวัดพะเยา
พ.ศ. 2552-2554 เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จังหวัดพะเยา
พ.ศ. 2551-2552 โปรแกรมเมอร์ บริษัท ทรี-อาร์ดี จำกัด
จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2551 วท.บ. (วิทยาการคอมพิวเตอร์), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าพระนครเหนือ, จังหวัดกรุงเทพมหานคร.

ผลงานตีพิมพ์

ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
บุษบากร สมหวังศิริ (ผู้บรรยาย) (11 มิถุนายน 2559). ความเป็นไปได้ในการลงทุน
ธุรกิจฟาร์มสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. ใน การประชุมวิชาการ
บัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 2 (หน้า 583-594). พะเยา:
กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา.
ผลงานตีพิมพ์อื่น ๆ -