

## การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านขายวัสดุก่อสร้าง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

### THE FEASIBILITY STUDY TO INVESTMENT OF CONSTRUCTION MATERIALS AND SUPPLIES BUSINESS IN MUANG DISTRICT, KHON KAEN PROVINCE

เกียรติศักดิ์ หยุยลือ<sup>1</sup>

อนงค์นุช เทียนทอง<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านขายวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผลการศึกษา พบว่า ด้านการตลาดมีความเป็นไปได้เนื่องจากร้านขายทั้งฮาร์ดแวร์และวัสดุก่อสร้าง และมีผู้ต้องการใช้บริการร้อยละ 70.25 ด้านเทคนิคมีความเป็นไปได้ จากทำเลที่ตั้งร้านมีความเหมาะสมตั้งอยู่ใกล้กับกลุ่มเป้าหมาย และมีโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่กำลังจะสร้าง ด้านการจัดการมีความเป็นไปได้ เนื่องจากจำนวนพนักงานเพียงพอและคัดเลือกพนักงานที่มีความตั้งใจในการทำงาน มีการจูงใจพนักงานด้วยค่าตอบแทนและสวัสดิการตามกฎหมาย และด้านการเงินมีความเป็นไปได้ ร้านใช้เงินลงทุน 6,200,000 บาท ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 10 เดือน 15 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 2,453,961 บาท และอัตราผลตอบแทนโครงการร้อยละ 27.57 จึงสรุปได้ว่า การลงทุนเปิดร้านขายวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอเมืองขอนแก่นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

**คำสำคัญ:** ความเป็นไปได้ในการลงทุน ร้านขายวัสดุก่อสร้าง

#### Abstract

This research aimed at studying feasibility of investment on construction materials and supplies business in Muang District, Khon Kaen Province in terms of marketing, technique, management and finance by collecting data from 400 of samples. The result showed that it was feasible in terms of marketing because the shop would sell both materials and supplies and 70.25% of respondents wanted to come to the shop. Regarding to technique, it was feasible, the shop located near target customers and there were housing projects in construction. It was also feasible in a view of management as of adequate staffs, selection of staffs that take works seriously, employee motivation including remuneration and welfare in accordance with laws were in place. Finally, in terms of finance, it was feasible since the shop required an investment of 6,200,000 Baht, payback period was 2 years, 10 months and 15 days, NPV was 2,453,961 baht, and IRR was 27.57%. In the conclusion, this project was feasible.

**Keywords:** Feasibility, Construction Materials and Supplies Business

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000  
E-mail: kiatisakk@hotmail.com

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000

## บทนำ

การขยายตัวของเมืองและชุมชน เนื่องจากความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคม ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมที่ได้รับจากชาติตะวันตก ส่งผลให้สังคมไทยในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตที่เป็นครอบครัวขนาดใหญ่มาเป็นครอบครัวเดี่ยวขนาดเล็กเนื่องจากต้องการความเป็นส่วนตัว จึงเป็นเหตุให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น [1] จึงทำให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง อุตสาหกรรมก่อสร้างมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมโดยนอกจะก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้จากตัวอุตสาหกรรมโดยตรงแล้ว ยังเป็นปัจจัยพื้นฐานทางกายภาพที่สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในประเทศ อีกทั้งยังเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมและภาคธุรกิจอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก เช่น อุตสาหกรรมการผลิต (เช่น วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องจักรกล) การขนส่ง พลังงาน และภาคการเงินการธนาคาร เป็นต้น จึงเป็นผลในทางอ้อมต่อรายได้และการจ้างงานของอุตสาหกรรมและภาคธุรกิจที่เชื่อมโยงเหล่านั้น [2, 3]

อุตสาหกรรมก่อสร้าง คือ กลุ่มผู้ประกอบการหรือธุรกิจที่ให้บริการในด้านงานก่อสร้างอาคาร งานวิศวกรรมโยธา และกิจกรรมพิเศษด้านการก่อสร้าง โดยประกอบด้วยกลุ่มประกอบการ 5 กลุ่ม คือ 1) นักพัฒนา 2) ผู้ให้บริการวิชาชีพด้านการก่อสร้าง 3) ผู้รับเหมาหลัก 4) ผู้รับเหมาย่อย และ 5) ผู้จัดหาวัสดุ-สิ่งของ [3] ซึ่งผู้ประกอบการกลุ่มสุดท้ายนี้ คือ ร้านขายวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง เป็นร้านที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง หรือจำหน่ายทุกอย่างที่เกี่ยวกับงานก่อสร้างอันเป็นวัสดุและอุปกรณ์ เช่น สิ้นค้าเกี่ยวกับโครงสร้าง ได้แก่ อิฐ หิน ปูน ทราย เหล็ก ไม้อัด เครื่องมืออุปกรณ์ช่าง และสิ้นค้าอันเกี่ยวกับระบบไฟฟ้า ประปา สี เป็นต้น ซึ่งการก่อสร้างอาคารต่างๆ ย่อมต้องใช้วัสดุและอุปกรณ์ในการก่อสร้าง

จังหวัดขอนแก่นมีที่ตั้งเป็นศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและเป็นจังหวัดหลักในกลุ่มจังหวัดอีสานตอนกลาง เป็นที่ตั้งของสถาบันการเงินการธนาคาร ธนาคารแห่งประเทศไทย ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ศูนย์กลางการค้า การลงทุน การบริการและการท่องเที่ยว ศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง สถาบันการศึกษาและโรงพยาบาลที่สำคัญหลายแห่ง มีโรงงานอุตสาหกรรม คลังสินค้า และศูนย์กระจายสินค้าระดับภูมิภาค จึงทำให้มีการเดินทางเข้ามาอยู่ในตัวจังหวัดขอนแก่นเป็นจำนวนมาก จังหวัดขอนแก่นมีประชากรจำนวน 1.8 ล้านคน [4] ส่งผลให้มีการขยายตัวของเมืองและชุมชนเพิ่มมากขึ้น มีโครงการก่อสร้างบ้านจัดสรรและที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น มีการพัฒนาที่ดินและการสร้างอาคารต่างๆ เพิ่มขึ้น รวมทั้งโครงการก่อสร้างสาธารณูปโภคต่างๆ ที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐ ส่งผลให้มีความต้องการใช้วัสดุและอุปกรณ์การก่อสร้างเพิ่มมากขึ้น

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาและการขยายตัวของเมืองและชุมชนที่เพิ่มมากขึ้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะลงทุนเปิดร้านขายวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น การจัดทำโครงการเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้นั้นจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ต่างๆ ของโครงการ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน

## วัตถุประสงค์

เพื่อทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านขายวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน

## วิธีดำเนินงาน

### 1. การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

1.1 การศึกษาพฤติกรรมในการซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้แบบสอบถามในรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

1.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย อิทธิพลทางการเมือง อิทธิพลทางเศรษฐกิจ อิทธิพลทางเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรม [5]

1.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน โดยใช้ทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ ประกอบด้วย คู่แข่งขัน อำนาจต่อรองของลูกค้า อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ สินค้าทดแทน และคู่แข่งรายใหม่ [6]

1.4 ทำการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ตามหลักการวิเคราะห์ STP Analysis [7]

1.5 การวางแผนด้านการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

1.6 การประมาณการยอดขายทำการพยากรณ์ของขายโดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถาม และแนวโน้มแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมก่อสร้าง

## 2. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

ทำการศึกษาดังการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม การออกแบบรูปแบบอาคาร การจัดพื้นที่สำหรับการวางจำหน่ายสินค้าและการเก็บสินค้า การจัดพื้นที่สำหรับสถานที่จอดรถ และการจัดพื้นที่สำนักงาน [6]

## 3. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

ทำการศึกษารูปแบบการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ โครงสร้างองค์กร คุณลักษณะเฉพาะตำแหน่ง เงินเดือน และสวัสดิการที่ได้รับ [8]

## 4. การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

การวิเคราะห์งบ ได้แก่ งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบดุล การประเมินค่าโครงการลงทุน ประกอบด้วย 1) การคำนวณหาระยะเวลาคืนทุน 2) การคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด และ 3) อัตราผลตอบแทน [9]

## ผลการวิจัย

### 1. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

1.1 ผลการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 59.00) อายุ 25 – 45 ปี (ร้อยละ 32.25) มีอาชีพข้าราชการ (ร้อยละ 25.00) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 59.00) มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 – 25,000 บาท (ร้อยละ 50.75) ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง พบว่า ส่วนใหญ่มีเหตุผลความจำเป็นที่จะต้องซื้อวัสดุก่อสร้างเพราะต้องการซ่อมแซมที่อยู่อาศัย (ร้อยละ 69.50) ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีการใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ (ร้อยละ 65.00) มีร้านที่เคยซื้อวัสดุก่อสร้างเป็นร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ เช่น HomePro ไทวัสดุ Global House โชคอนันต์ Lotus บ้านแอนด์บียอนด์ DoHome ไพรัช โฮมฮับ สิ้นสิริ เป็นต้น (ร้อยละ 78.75) เหตุผลที่ซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านที่เลือกเพราะมีสินค้าหลากหลายให้เลือก (ร้อยละ 73.75) อยู่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน (ร้อยละ 55.25) มีบริการขนส่งสินค้า (ร้อยละ 54.00) โดยทำการเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้านก่อนตัดสินใจซื้อ (ร้อยละ 86.50) ช่องทางที่ทำให้รู้จักร้านขายวัสดุก่อสร้างที่ซื้อจากการรู้จักเอง / ขับรถผ่าน (ร้อยละ 67.00) จากสื่อต่างๆ (ร้อยละ 57.00) ซึ่งสื่อที่ทำให้ทราบร้านขายวัสดุ

ก่อสร้างที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นป้ายโฆษณา (ร้อยละ 33.25) ประเภทวัสดุก่อสร้างที่นิยมซื้อ คือ สุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำ (ร้อยละ 50.00) กระเบื้องปูพื้น (ร้อยละ 49.00) ก๊อกน้ำ (ร้อยละ 42.75) โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อวัสดุก่อสร้างแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยระหว่าง 1,000 – 50,000 บาท (ร้อยละ 41.00) ความถี่ไม่แน่นอนซื้อตามความจำเป็นที่ต้องใช้งาน (ร้อยละ 78.75)

ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุก่อสร้างในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดทุกหัวข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยด้านช่องทางการจำหน่าย ( $\bar{X} = 4.42$ ) มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.40$ ) ด้านราคา ( $\bar{X} = 4.37$ ) และด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 4.29$ ) ตามลำดับ

1.2 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ พบว่า อิทธิพลทางการเมือง อิทธิพลทางเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลด้านบวกต่อธุรกิจ ส่วนอิทธิพลทางเศรษฐกิจ ส่งผลด้านลบ

1.3 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน พบว่า คู่แข่งขันในอุตสาหกรรม อำนาจต่อรองของลูกค้า และอำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ อยู่ในระดับสูง ส่วนสินค้าทดแทน และคู่แข่งรายใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง

1.4 การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

ทำการแบ่งส่วนตลาด โดยใช้ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ตำบลบ้านเป็ด ตำบลบ้านทุ่ม และตำบลศิลา อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น

กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนในเขตตำบลบ้านเป็ด ตำบลบ้านทุ่ม และตำบลศิลา อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ คือ กำหนดให้ขายสินค้าคุณภาพดี และราคาเหมาะสม

1.5 การวางแผนด้านการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้าภายในร้านความหลากหลายครบถ้วน ขายทั้งฮาร์ดแวร์และวัสดุก่อสร้าง ได้แก่ อิฐ หิน ปูน ทราย ท่อประปา เหล็ก เป็นต้น

ด้านราคา มีการกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน และมีการติดป้ายราคาที่ชัดเจน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่ และมีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานอย่างรวดเร็ว

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการเดินตลาด ประชาสัมพันธ์ในช่วงเปิดร้าน และมีการติดต่อกับโครงการบ้านจัดสรร และผู้รับเหมาในพื้นที่

1.6 การประมาณการยอดขายทำการพยากรณ์ของขาย จากข้อมูลแบบสอบถามที่มีผู้ต้องการใช้บริการร้อยละ 70.25 พบว่า จากการดำเนินงาน 5 ปี โครงการมีรายได้ ปีที่ 1 -5 รวมเป็นเงิน 15,145,745 บาท โดยวางแผนให้แต่ละปียอดขายเพิ่มขึ้นปีละ 15%

## 2. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

โครงการเลือกเช่าอาคารบริเวณถนนเลี่ยงเมืองฝั่งบ้านโนนตุน ทางไปจังหวัดอุดรธานี ซึ่งทำเลที่ตั้งร้านมีความเหมาะสมตั้งอยู่ใกล้กับกลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนในเขตตำบลบ้านเป็ด ตำบลบ้านทุ่ม และตำบลศิลา อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น และบริเวณที่ตั้งร้านมีโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่กำลังจะสร้างในอนาคต ร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่

### 3. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

โครงการมีพนักงานทั้งหมด จำนวน 6 คน ได้แก่ ผู้จัดการร้าน 1 คน เสมียน 1 คน พนักงานขับเบ็คโฮ 1 คน พนักงานขับรถบรรทุก 1 คน พนักงานขับรถกระบะ 1 คน และพนักงานส่งของ 1 คน ซึ่งจำนวนพนักงานเพียงพอ โครงการคัดเลือกพนักงานที่มีความตั้งใจในการทำงาน และมีการจูงใจพนักงานด้วยค่าตอบแทนและสวัสดิการตามกฎหมาย

### 4. การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

จากการวิเคราะห์ทั้งกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบดุล การประเมินค่าโครงการลงทุน พบว่าโครงการใช้เงินลงทุน 6,200,000 บาท ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 10 เดือน 15 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 2,453,961 บาท และอัตราผลตอบแทนโครงการร้อยละ 27.57

### สรุป

จากผลการศึกษา พบว่า มีความเป็นไปได้ด้านการตลาดมีความเป็นไปได้เนื่องจากร้านขายทั้งฮาร์ดแวร์และวัสดุก่อสร้าง และมีผู้ต้องการใช้บริการร้อยละ 70.25 ด้านเทคนิคมีความเป็นไปได้ จากทำเลที่ตั้งร้านมีความเหมาะสมตั้งอยู่ใกล้กับกลุ่มเป้าหมาย และมีโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่กำลังจะสร้าง ด้านการจัดการมีความเป็นไปได้เนื่องจากจำนวนพนักงานเพียงพอและคัดเลือกพนักงานที่มีความตั้งใจในการทำงาน มีการจูงใจพนักงานด้วยค่าตอบแทนและสวัสดิการตามกฎหมาย และด้านการเงินมีความเป็นไปได้ ร้านใช้เงินลงทุน 6,200,000 บาท ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 10 เดือน 15 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 2,453,961 บาท และอัตราผลตอบแทนโครงการร้อยละ 27.57 จึงสรุปได้ว่า การลงทุนเปิดร้านขายวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอเมืองขอนแก่นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

### เอกสารอ้างอิง

- [1] พินิจ ม้าทอง. (2552). ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและความสามารถของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างแบบสมัยใหม่และแบบดั้งเดิม. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- [2] สมาคมอุตสาหกรรมก่อสร้างไทยในพระราชมณเฑียร. (2552). สรุปภาพรวมเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทยปี 2558 และแนวโน้มปี 2559. INDUSTRY FOCUS, 4(52), 4-8.
- [3] วัชรพงศ์ ติวังษ์ และณรงค์ เหลืองบุตรนาค. (2556). การเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมก่อสร้างไทยเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. ค้นเมื่อ 15 เมษายน 2559, จาก <http://www.academia.edu/4279905>
- [4] เข็มชาติ สมใจวงษ์. (2555). นักรูรกิจขอนแก่นเลี้ยงขยายความร่วมมือ. ค้นเมื่อ 15 เมษายน 2559, จาก <http://www.manager.co.th/Local/ViewNews.aspx?NewsID=9570000094747>
- [5] จินตนา บุญบงการ. (2556). สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- [6] ชนงกรณ์ กุณทลบุตร. (2557). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางธุรกิจ = Feasibility study. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [7] ภาวิณี กาญจนภา. (2554). หลักการตลาด = Principles of marketing. กรุงเทพฯ : ท้อป.
- [8] อมรรวรรณ รังกุล. (2558). เอกสารประกอบการสอนรายวิชา 910715 การบริหารทรัพยากรมนุษย์

(Human Resource Management). ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- [9] ฐานานา ฉิ่นไพศาลและอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ.(2553). การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้ = Project Management and Feasibility Study. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

ตารางที่ 1 สรุปความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านขายวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ความเป็นไปได้	ผลการศึกษา	เหตุผล
ด้านการตลาด	มีความเป็นไปได้	1. ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 70.25 ต้องการใช้บริการกับโครงการ 2. ร้านขายทั้งฮาร์ดแวร์และวัสดุก่อสร้าง 3. ร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่
ด้านเทคนิค	มีความเป็นไปได้	1. ทำเลที่ตั้งร้านมีความเหมาะสมตั้งอยู่ใกล้กับกลุ่มเป้าหมาย 2. มีโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่กำลังจะสร้าง 3. ร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่
ด้านการจัดการ	มีความเป็นไปได้	1. รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจเป็นแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด 2. มีพนักงานทั้งหมด 6 คน จำนวนพนักงานเพียงพอและคัดเลือกพนักงานที่มีความตั้งใจในการทำงาน 3. มีการจูงใจพนักงานด้วยค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม
ด้านการเงิน	มีความเป็นไปได้	1. โครงการใช้เงินลงทุน 6,200,000 บาท 2. ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 10 เดือน 15 วัน 3. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 2,453,961 บาท 4. อัตราผลตอบแทนโครงการร้อยละ 27.57