

ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจของกาแฟกระป๋อง
ลดความอ้วน เนเจอร์คอฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร
A Feasibility Study on Business of Diet Canned Coffee in Bangkok



ของ
นายธงชัย นพคุณ
นายสุทธิสิทธิ์ วังศิริไพศาล
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

(รองศาสตราจารย์ ดร. วิรัช กระแสร์ฉัตร)

27/กพ./52

กรรมการปัญหาพิเศษ

(อาจารย์ปรเมศร์ อิศวเรืองพิภพ)

27/กพ./52

หัวหน้าภาควิชาฯ

(รองศาสตราจารย์ เสาวรีย์ ตะโพนทอง)

13/มี.ค.-52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

ความเป็นไปได้ทางธุรกิจของกาแฟกระป๋อง

ลดความอ้วน เนเจอร์กีฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร

A Feasibility Study on Business of Diet Canned Coffee in Bangkok



เลขหมู่.....

เลขทะเบียน 102823

วัน,เดือน,ปี...2.๐.ค.ค. 2552

เสนอ

b. 1 0 2 8 2 3
i.

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตรสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

พ.ศ. 2551

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจของกาแฟกระป๋อง

ลดความอ้วน เนเจอร์กิฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย: นายธงไชย นพคุณ

นายสุทธิสิทธิ์ วังศิริไพศาล

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ:

(ฉวีพร กระแสร์ฉัตร)

กาแฟนับเป็นสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและยังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ทำให้การแข่งขันในตลาดของกาแฟมีความรุนแรง ผู้ผลิตรายใหญ่สามารถออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ประกอบกับการโฆษณาทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟรายใหญ่สามารถแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดได้มาก ผู้ประกอบการรายเล็กต้องสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากผู้ค้ารายใหญ่ บริษัท ดีเค เฮล โปรดัก จำกัด (มหาชน) จึงได้ออกกาแฟผงสำเร็จรูปภายใต้แบรนด์ เนเจอร์กิฟ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทกาแฟผงสำเร็จรูปที่ดีต่อสุขภาพช่วยลดน้ำหนักเหมาะกับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก แต่ยังไม่มียุติภัณฑ์ในรูปแบบกาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม และการลงทุนนั้นมีค่าใช้จ่ายที่สูงและมีความเสี่ยงในการลงทุนดังนั้น จึงเห็นควรศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่มเพื่อตอบสนองของความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เทคนิคและการเงิน ของธุรกิจกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่ามูลค่าตลาดของกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีมูลค่า 1,146,860 บาทต่อเดือน และจะสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดได้ถึงร้อยละ 10 รวมถึงจะมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องที่ประมาณร้อยละ 10 ต่อปีของตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กาแพ จึงสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ทางการตลาดในการจัดตั้งธุรกิจกาแพระป้อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร

การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค พบว่า ธุรกิจกาแพระป้องลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ มีความพร้อมทั้งทางด้านปัจจัยนำเข้า คือ มีการผลิตกาแพผงสำเร็จรูปที่เป็นวัตถุดิบในการผลิตกาแพระป้องลดความอ้วนอย่างมีคุณภาพและสม่ำเสมอ แหล่งที่มาของเงินทุนได้เลือกธนาคารออมสินซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำที่สุด คือ ร้อยละ 6.50 ต่อปี และตั้งอยู่ในบริเวณโรงงานของเนเจอร์กิฟซึ่งผลิตวัตถุดิบมีการคมนาคมที่สะดวกในการกระจายสินค้า ในส่วนของกระบวนการผลิต และมีขั้นตอนการผลิตที่ง่ายและสามารถควบคุมคุณภาพได้ง่ายทำให้ผลิตที่ออกมามีคุณภาพ จึงสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน พบว่ามีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 6 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 11,083,564 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 42 และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 2.93 เท่า ซึ่งพบว่า โครงการกาแพระป้อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ มีความเป็นไปได้ทางการเงิน จึงสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ทั้งทางการตลาด เทคนิค การเงิน จึงควรพิจารณาจัดตั้งธุรกิจกาแพระป้อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม แต่อย่างไรก็ตามเป็นเพียงกรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

รายงานปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือของ รองศาสตราจารย์ ดร. วิรัช กระแสร์ฉัตร ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษารายงานวิชาปัญหาพิเศษ รวมไปถึงอาจารย์ ประเมศร์ อัสวเรืองพิภพ กรรมการวิชาปัญหาพิเศษ ที่คอยให้คำปรึกษา และคำแนะนำต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ ในการจัดทำรายงานวิชาปัญหาพิเศษ ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องของเนื้อหา รายงาน และปรับปรุงรายงานปัญหาพิเศษฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทางผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ณ โอกาสนี้ด้วย

นอกจากนี้ ทางผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ นักศึกษา พนักงานสำนักงาน ตลอดจนประชาชน ทุกคนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนเจ้าหน้าที่ห้อง บริการคอมพิวเตอร์ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่าน เพื่อนๆ พี่ๆ และผู้เกี่ยวข้องกับรายงาน ปัญหาพิเศษ ฉบับนี้ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดมาและรายงานฉบับนี้สำเร็จลุล่วง ไปด้วยดี

นายธงไชย นพคุณ

นายสุทธิสิทธิ์ วังศิริไพศาล

กุมภาพันธ์ 2552

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหา	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 โครงร่างทฤษฎี	4
แนวคิดและทฤษฎีในการวิเคราะห์ ความเป็นไปได้ของโครงการ	4
การวิเคราะห์ด้านการตลาด	5
การวิเคราะห์ด้านเทคนิค	9
การวิเคราะห์ด้านการเงิน	11
การตรวจเอกสาร	15
กรอบแนวความคิด	17
สมมติฐาน	18
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	20
การเก็บรวบรวมข้อมูล	20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	21
บทที่ 4 ผลการศึกษา	24
ความเป็นไปได้ทางการตลาด	24
ขนาดตลาดกาแฟ	24
การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมตลาดกาแฟเพื่อลดความอ่อนพร้อมดื่ม	26
การวิเคราะห์แรงผลักดัน	27
การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	28
การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้บริโภค	
ที่มีต่อกาแฟเพื่อลดความอ่อนพร้อมดื่ม	30
ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อกาแฟเพื่อลดความอ่อนพร้อมดื่ม	31
สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง	32
ส่วนแบ่งการตลาด	32
แนวโน้มตลาด	33
การวิเคราะห์อุปสงค์	34
ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค	35
ระบบการผลิต	35
การจัดหาวัตถุดิบ	37
กำลังการผลิต	37
ทำเลที่ตั้ง	37
ความเป็นไปได้ทางการเงิน	38
แหล่งที่มาของการลงทุน	38
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	39
อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ	39

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
อายุโครงการ	40
การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ	40
ค่าเสื่อมราคา	43
งบต้นทุนการผลิต	44
งบกำไรขาดทุน	44
งบกระแสเงินสดสุทธิ	45
ประมาณการผลตอบแทนของโครงการ	49
ผลการวิเคราะห์ด้านการเงิน	49
บทที่ 5 สรุป และข้อเสนอแนะ	52
สรุป	52
ข้อเสนอแนะ	54
เอกสารอ้างอิง	55
ภาคผนวก	58
แบบสอบถาม	59
การคำนวณด้านการเงิน	61

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าผลิตภัณฑ์กาแฟแยกตามประเภท	26
2	จำนวนและร้อยละของผู้บริโภค	28
3	จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟ	30
4	การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม	31
5	ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม	31
6	การเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยเงินกู้	39
7	การชำระเงินกู้ของโครงการ ระยะเวลา 1 ปี	39
8	เงินทุนโครงการทั้งหมด	41
9	ค่าจ้างพนักงาน	42
10	ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค	43
11	ค่าเสื่อมราคาสินปลูกสร้าง	44
12	ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร และอุปกรณ์	44
13	ประมาณการต้นทุนการผลิตของโครงการ	46
14	ประมาณการงบกำไรขาดทุนของโครงการ	47
15	ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ	48
16	ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน	50

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	Michael Porter's "Five Forces" model	8
2	กรอบแนวความคิด	19
3	ขั้นตอนการผลิตกาแฟกระป๋อง	36



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหา

กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากในสังคมไทย เนื่องมาจากวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของคนไทยที่เร่งรีบและมีความเครียดมากขึ้น จึงหันมาบริโภคกาแฟเพื่อผ่อนคลายและเพิ่มความสดชื่น รวมถึงการรับวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟจากต่างประเทศ ก่อให้เกิดวัฒนธรรมการดื่มกาแฟมากขึ้นจนกลายเป็นความนิยมในผู้บริโภคทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นนักธุรกิจ พนักงาน คนเดินทาง ผู้ใช้แรงงาน หรือแม้แต่นักศึกษา (บทมา, 2545)

ในปี พ.ศ. 2551 มีกระแสการรักษาสภาพกันเพิ่มมากขึ้นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องมาจากมีการรณรงค์ให้ดูแลรักษาสภาพจากรัฐบาลกระทรวงสาธารณสุข จึงทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาดูแลสุขภาพกันเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในหมู่ผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิง ที่มีการรักษาสภาพและรูปร่างสัดส่วนกัน สามารถเห็นได้จากพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดของผู้บริโภคในเพศหญิงที่มีลดน้อยลง ซึ่งผู้บริโภคจะเลือกรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น (ไทยโพสต์, 2547)

ทางบริษัท ดีเค เอ็ม โปรดัก จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้สังเกตเห็นกระแสการบริโภคอาหารเพื่อรักษาสภาพของผู้บริโภคนี้ จึงได้นำผลิตภัณฑ์กาแฟเพื่อลดน้ำหนักในตราสินค้า ที่ชื่อว่า เนเจอร์กิฟ ขึ้นมา ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทกาแฟที่ดีต่อสุขภาพ ในปี พ.ศ. 2551 ตลาดผลิตภัณฑ์กาแฟมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง มูลค่าผลิตภัณฑ์กาแฟในปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 25,600 ล้านบาท เมื่อเทียบกับในปี พ.ศ. 2549 ผ่านมามีอัตราการขยายตัวร้อยละ 6.7 โดยแยกเป็นกาแฟผงสำเร็จรูป 12,000 ล้านบาท (แยกเป็นกาแฟผงสำเร็จรูปบรรจุขวดหรือซอง 5,800 ล้านบาท และกาแฟปรุงสำเร็จรูปชนิดผงหรือกาแฟที่อื่นวัน 6,200 ล้านบาท) กาแฟกระป๋อง 8,500 ล้านบาท และร้านกาแฟพรีเมียม (ซึ่งนำเมล็ดกาแฟมาคั่วบดและชงจำหน่าย) 5,100 ล้านบาท โอกาสของตลาดผลิตภัณฑ์กาแฟยังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากกระแสความนิยมดื่มกาแฟมากขึ้นของคนไทยและการกระตุ้นตลาดของบรรดาผู้ประกอบการ โดยการระดมกลยุทธ์การตลาดที่หลากหลายเพื่อให้คนไทยหันมาดื่มกาแฟกันมากขึ้น (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด, 2550) โดยธุรกิจที่ทำการจำหน่ายกาแฟกระป๋องในตลาดกาแฟนั้น มีผู้นำตลาดกาแฟประเภทกระป๋องนั้นคือ เบอร์ดี้ซึ่งเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้นำตลาดร้อยละ 60 รองลงมาคือ เนสกาแฟ ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดเท่ากับร้อยละ 30 และอันดับที่สาม คือ กาแฟกระป๋องดี เซเว่น มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1-2 (ข่าวสด, 2550)

จากข้อมูลข้างต้น กาแฟลดความอ้วน เนเจอร์กิฟ ที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาดนั้น เป็นกาแฟที่อยู่ในรูปแบบของกาแฟผงสำเร็จรูป ซึ่งจากวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่มีการรักษาสุขภาพกันเพิ่มขึ้นประกอบกับความเร่งรีบในการใช้ชีวิต ทำให้ผู้ศึกษาเล็งเห็นที่จะเพิ่มความสะดวกสบายในการบริโภคและการเพิ่มอรรถประโยชน์ให้แก่ผู้บริโภค จึงเป็นโอกาสในการลงทุนทำธุรกิจกาแฟลดความอ้วนในรูปแบบกระป๋อง เนเจอร์กิฟ แต่เนื่องด้วยธุรกิจมีความเสี่ยงในการลงทุน ทางกลุ่มผู้วิจัยจึงมีแนวความคิด ว่าทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ของกาแฟลดความอ้วนในรูปแบบกระป๋อง เนเจอร์กิฟ เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในด้านการลงทุนผลิตกาแฟลดความอ้วนในรูปแบบกระป๋อง และเพื่อให้ผู้ที่สนใจในการลงทุนใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจลงทุนจัดตั้งธุรกิจกาแฟลดความอ้วนในรูปแบบกระป๋องต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดของกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม “เนเจอร์กิฟ”
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม “เนเจอร์กิฟ”
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม “เนเจอร์กิฟ”

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ทราบความเป็นไปได้ของกาแฟกระป๋องลดความอ้วน พร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ ทั้งยังใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อประกอบ การตัดสินใจในการลงทุน รวมทั้งความคุ้มค่าในการลงทุนผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม ที่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพ และต้องการบริโภคกาแฟเพื่อสุขภาพที่มีความสะดวกสบาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตการศึกษา

1. ศึกษาเฉพาะพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นแหล่งธุรกิจ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ อยู่ในวัยทำงาน จึงมีความหนาแน่นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของตลาดกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่มอยู่จำนวนมาก (ปีทมา, 2545)

2. ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน โดยมีประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ที่อยู่อาศัยและผู้ที่ทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก ข้อจำกัดทางด้านงบประมาณและระยะเวลาในการศึกษา โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญและสำรวจไว้เพื่อผิดพลาดอีกร้อยละ 4 (ศิริวรรณและคณะ, 2541) จำนวน 400 ตัวอย่าง

3. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2551 ถึงเดือน มกราคม พ.ศ. 2552 โดยทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิคและด้านการเงิน จากการรวบรวม ศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิจากการออกแบบสำรวจเพื่อศึกษาพฤติกรรม และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

นิยามศัพท์

การศึกษาค่าความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาเพื่อให้ทราบถึงผลที่จะตามมาจากการดำเนินการตามโครงการนั้นโดยพิจารณาจากการศึกษาทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงินของโครงการ ตลอดจนการตัดสินใจในการลงทุนในโครงการ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดผลตอบแทนการลงทุนที่สูงที่สุด (ฐาปนา, 2544)

กาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม หมายถึง เครื่องดื่มที่บรรจุในภาชนะฝาปิดมิดชิดสนิท ซึ่งสามารถดื่มได้ที่ทันที (สุรัชดา, 2543)

กาแฟสำเร็จรูป หมายถึง เครื่องดื่มที่บรรจุในภาชนะฝาปิดสนิท ซึ่งต้องผ่านขั้นตอนในการเจือจางก่อนบริโภค เช่น ผสมน้ำแข็ง ผสมน้ำ เป็นต้น (บริษัท ออกแบบไร่นา (ประเทศไทย) จำกัด, 2546)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

โครงร่างทฤษฎี

ในบทนี้จะกล่าวถึงการตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา โดยรวบรวมจากรายงาน การศึกษา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สมมติฐานของการศึกษาที่ผู้ศึกษาได้กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อ เป็นแนวทางในการศึกษา และแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ประกอบในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ

แนวคิดขั้นพื้นฐานความเป็นไปได้ของโครงการในสภาพปัจจุบันเป็นการดำเนินกิจกรรม ทางเศรษฐกิจของประเทศต้องประสบปัญหามากมาย ได้แก่ การขาดแคลนทรัพยากรการผลิตที่มี อยู่อย่างจำกัดรวมทั้งในสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงขึ้นมาก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีการผลิต ตลอดจนความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตาม สภาวะเศรษฐกิจ และสังคม เป็นต้น ปัจจัยต่างๆเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อความสำเร็จและความ ล้มเหลวของการลงทุนประกอบธุรกิจทั้งด้าน ดั้งนั้นในการประกอบธุรกิจใดๆก็ตาม สิ่งที่ผู้ลงทุนต้องการคือ ผลกำไรจากการลงทุนนั้นๆ ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ผู้ลงทุนจะต้องการ ผลตอบแทนจากการลงทุนสูงที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ หรืออย่างน้อยที่สุดต้องได้รับผลตอบแทนตาม อัตราดอกเบี้ยปัจจุบัน นอกจากนี้การลงทุนต่างๆต้องใช้งบประมาณมาก เงินลงทุนนี้อาจได้มาจาก เงินทุนของตนเองและ/หรือจากการกู้ยืมโดยเอาทรัพย์สินของตนเป็นประกัน ดังนั้นผู้จะลงทุน โครงการใดๆก็ตามจะต้องมีการวางแผนโครงการ และการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการโดย รอบคอบทั้งนี้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวหรืออย่างน้อยที่สุดก็เพื่อลดโอกาสความเสี่ยงต่อ ความล้มเหลว (ประสิทธิ์, 2542)

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เป็นการศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้น จากการดำเนินงานตามโครงการนั้น โดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิคและ ด้านการเงิน เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจในการลงทุนผลิตกาแพะป้องกัน ลดความอ้วนพร้อมดื่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาดังกล่าว จะต้องบอกรายละเอียด และวิเคราะห์สิ่งที่เกี่ยวข้อง และจำเป็นในการจัดตั้ง นอกจากนี้จะต้องระบุที่ตั้งของโครงการ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนและวิธี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนมากที่สุด ด้วยแนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจ (ฐาปนา และคณะ, 2542)

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เป็นขั้นตอนในระยะก่อนการลงทุนของวงจรพัฒนาโครงการ ซึ่งเป็นวงจรที่บอกขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ในการบริหารโครงการเป็นลำดับขั้นตอน ตั้งแต่ความคิดที่จะมีโครงการจนกระทั่งระยะเริ่มดำเนินการจัดตั้ง โดยขั้นตอนต่าง ๆ ในวงจรพัฒนาโครงการ แบ่งออกได้เป็นดังนี้

1. ระยะก่อนการลงทุน (pre-investment phase) ได้แก่ การศึกษาสถานการณ์ทั่ว ๆ ไป เพื่อ ดูว่าโครงการใดควรลงทุน เมื่อเลือกโครงการได้แล้วจึงศึกษาความเป็นไปได้

2. ระยะลงทุน (investment phase) ได้แก่ การออกแบบทางด้านวิศวกรรมต่าง ๆ การติดต่อทำสัญญาด้านกฎหมาย การก่อสร้าง การรับสมัครแรงงาน เป็นต้น

3. ระยะดำเนินการ (operational phase) เป็นระยะสุดท้ายหลังจากที่ผู้ริเริ่มโครงการได้ลงทุนไปแล้วในโครงการแล้ว หลังจากนั้นผู้ริเริ่มโครงการมีหน้าที่ดำเนินการให้เป็นไปตามแผนและติดตามผลงานเป็นระยะ ๆ จนกว่าจะสิ้นสุดโครงการ

การศึกษาลู่ทางเป็นไปได้อย่างของโครงการสำหรับผู้ริเริ่มโครงการ จะมุ่งถึงการทำการกำไรในเชิงเศรษฐกิจ กล่าวคือ เป็นการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และการเงิน นอกจากนี้ยังต้องมีการศึกษาในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้ประกอบด้วย คือ ในด้านเศรษฐกิจ ด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ และด้านการบริหาร ซึ่งการวิเคราะห์ในแต่ละขั้นตอนมีขอบเขตที่ควรพิจารณา ดังนี้

การวิเคราะห์ด้านการตลาด

การศึกษาด้านการตลาด ของการศึกษาลู่ทางความเป็นไปได้ของธุรกิจกาแพะป้องกัน อดความอ่อนพร้อมดื่ม เนเจอร์ทิฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร นั้นเป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการลงทุนธุรกิจ เนื่องจากการศึกษาด้านการตลาด เป็นการศึกษาที่ลงลึกถึงรายละเอียดที่จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้อง และสามารถนำไปประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และเชื่อถือได้ นอกจากนั้นการศึกษาลู่ทางความเป็นไปได้ทางการตลาดยังสร้างความมั่นใจแก่ผู้ประกอบการ ว่าโครงการดังกล่าวจะสามารถทำกำไรในระยะยาว และสามารถทำกำไรได้คุ้มค่ากับเงินลงทุนที่ได้ลงทุนไป

การศึกษาลู่ทางความเป็นไปได้ทางการตลาดของโครงการนั้นๆเป็นการศึกษาความสามารถในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้ตามราคาที่กำหนดและในปริมาณที่คาดหมายไว้เพื่อช่วยลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการตัดสินใจในการลงทุนในโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ การศึกษาเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการตลาดจะช่วยให้ผู้ประกอบการมั่นใจได้ในระดับหนึ่งว่าโครงการที่จะลงทุนนั้นมีความเป็นไปได้ทางการตลาด (อัจฉลา, 2538) ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดจะครอบคลุมประเด็นใหญ่ๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด สิ่งแวดล้อมทางการตลาดประกอบด้วย 2 ส่วน คือ สิ่งแวดล้อมจากปัจจัยภายนอกบริษัท (external factors) และสิ่งแวดล้อมจากปัจจัยภายในบริษัท (internal factors) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการบริหารทางการตลาด ซึ่งสิ่งแวดล้อมจากปัจจัยภายนอกบริษัท (external factors) เป็นปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดโอกาสทางการตลาดหรือข้อได้เปรียบแก่ธุรกิจ (opportunity) หรือสร้างข้อจำกัดหรือปัญหาให้แก่ธุรกิจ (threat) ส่วนสิ่งแวดล้อมจากปัจจัยภายในบริษัท (internal factors) เป็นปัจจัยที่สามารถบ่งบอกถึงจุดแข็ง (strength) และข้อด้อยหรือจุดอ่อน (weakness) ของธุรกิจ (อดุลย์, 2545)

เครื่องมือที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด คือ SWOT Analysis เพื่อประเมินศักยภาพของธุรกิจเพื่อเข้าสู่ตลาด และวิเคราะห์สภาพแรงผลักดันในด้านการแข่งขันโดยอาศัย Five Force Model เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ (นงนุช, 2550)

1.1 SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ ซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กร

S มาจาก Strengths หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในบริษัท เช่น จุดแข็งด้านส่วนประสม จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านการผลิต จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล บริษัทจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนด กลยุทธ์การตลาด

W มาจาก Weaknesses หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่างๆ ของบริษัท ซึ่งบริษัทจะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหาเหล่านั้น

O มาจาก Opportunities หมายถึง โอกาส ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกเป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายใน นักการตลาดที่ดีจะต้องเสาะแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ และใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

T มาจาก Threat หมายถึง อุปสรรค ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกเป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและพยายามขจัดอุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้น

1.2 Five Force Model ได้ถูกนำเสนอ โดย Michael E. Porter ซึ่งได้กล่าวว่า สภาพะการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจจะขึ้นอยู่กับสภาพะการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่องค์กรธุรกิจนั้นอยู่ ซึ่งขึ้นกับความเข้มแข็งของปัจจัยทั้ง 5 ประการ จะเป็นตัวบ่งบอกถึงโอกาสในการได้กำไรของธุรกิจภายในอุตสาหกรรมนั้นๆ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงส่วนประกอบย่อยๆ ของแต่ละปัจจัยอย่างละเอียดเพื่อให้สามารถวิเคราะห์ถึงโอกาสและความเสี่ยงของอุตสาหกรรมนั้นๆได้ (เมตตา, 2550)

Force ตัวที่ 1 new entrants คือ การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ ในธุรกิจที่เราอยู่ ผู้แข่งขันรายใหม่เข้ามาง่ายหรือยาก เช่น เทคโนโลยีการผลิตยากหรือง่าย การจัดวัตถุดิบยากหรือง่าย ตลาดมีความดึงดูดใจมากหรือไม่ ถ้าทุกอย่างง่ายไปหมด คู่แข่งขันรายใหม่จะเข้ามาได้ง่าย เราจะมีจำนวนคู่แข่งมากขึ้น

Force ตัวที่ 2 suppliers of key input คือ อำนาจต่อรองของผู้ขาย คุณมีผู้ขาย (supplier) อยู่ในมือกี่ราย คุณมีอำนาจในการต่อรองเขามากน้อยแค่ไหน ความสัมพันธ์กับเขาดีมากน้อยแค่ไหนธุรกิจที่ต้องมีการกู้เงินก็จำเป็นต้องดูเรื่องนี้ด้วย

Force ตัวที่ 3 substitute products คือ การเข้ามาของสินค้าทดแทน เช่น อายุของผลิตภัณฑ์ life style ของลูกค้าที่เปลี่ยนไปจากเดิม ธุรกิจของคุณมีแนวโน้มที่จะถูกสินค้าชนิดอื่นมาแทนที่หรือไม่ หรือสินค้าของคุณมีแนวโน้มที่จะแทนที่สินค้าชนิดอื่นหรือไม่

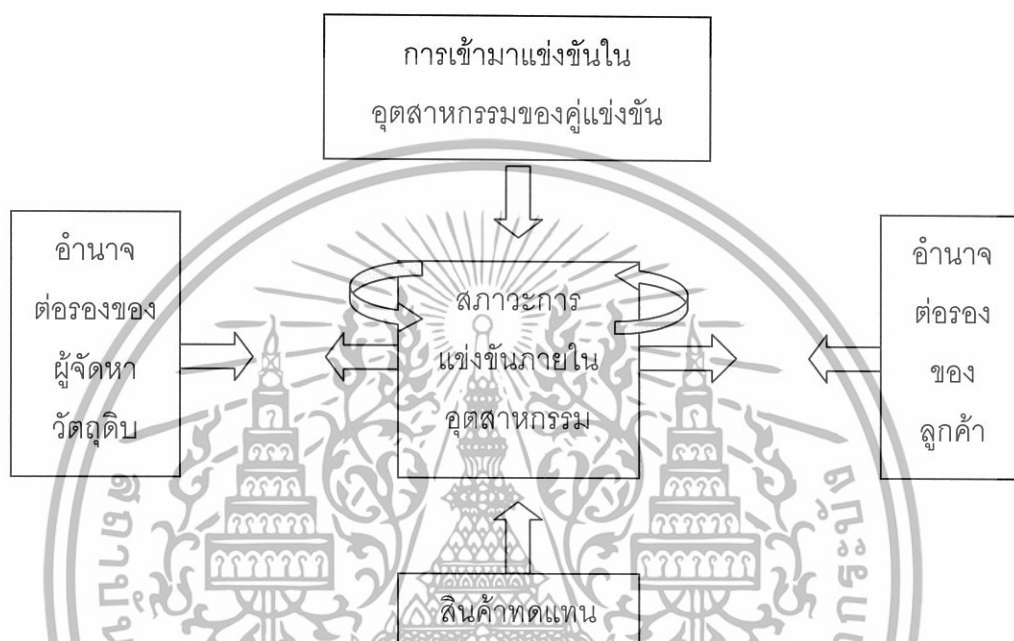
Force ตัวที่ 4 buyers คือ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ในธุรกิจของคุณเป็นผู้ครองตลาดหรือไม่ หรือคุณเป็นรายเล็ก ลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองกับคุณมากน้อยแค่ไหน

Force ตัวที่ 5 rivalry among competing seller คือ สภาพะการแข่งขันในกลุ่มที่มีผลิตภัณฑ์และตลาดเดียวกับเรา มีกิจกรรมการแข่งขันทางการตลาดหมุนวนเวียนไปเรื่อยๆ ไม่มีวันหยุด ขอให้ตรวจสอบดูว่า คู่แข่งของเรามีกลยุทธ์อะไรบ้างที่มากกว่าขององค์กรของเรา

ผลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่ได้ปัจจัยเป็นโอกาสและอุปสรรค ส่วนสภาพแวดล้อมภายในได้ปัจจัยเป็นจุดแข็งและจุดอ่อน พิจารณานำเฉพาะปัจจัยโอกาสและอุปสรรคที่มีผลต่อบริษัท ทั้งที่สามารถนำมาใช้ได้กับจุดแข็งและจุดอ่อนที่บริษัทมีแล้วทำการพัฒนาหรือใช้กลยุทธ์ให้เหมาะสม เมื่อพิจารณาปัจจัยโอกาสพบว่า จุดแข็งและจุดอ่อนของบริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถช่วงชิงโอกาสและลดหรือขจัดจุดอ่อนโดยสร้างกลยุทธ์เช่นเดียวกับปัจจัยอุปสรรคพบว่าจุดแข็งและจุดอ่อนของบริษัทสามารถใช้ในการหลีกเลี่ยงหรือขจัดอุปสรรคได้



ภาพที่ 1 Michael Porter's "Five Forces" model

ที่มา: (สกลและคณะ, 2546)

2. การศึกษาขนาดและแนวโน้มของตลาด (size and trend of market) เป็นการศึกษาถึงขนาดตลาดในภาพกว้างเพื่อให้ทราบว่าตลาดที่เราจะทำการศึกษามีขนาดเล็กหรือใหญ่เพียงใด และมีทิศทางการเติบโตมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไป (ประสิทธิ์, 2542) หากตลาดมีขนาดใหญ่คือมีมูลค่าสูงและมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเพิ่มขึ้นในอัตราที่มากกว่าการเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวมจะถือว่าตลาดน่าจะมีความเป็นไปได้ของขนาดและแนวโน้มทางการตลาด

3. ศึกษาส่วนแบ่งตลาด (market share) เป็นการศึกษาความสามารถของธุรกิจในการที่ได้ส่วนหนึ่งของตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวม มาทำการวิเคราะห์ให้ผู้ประกอบการกับข้อมูลจากงานเอกสารต่างๆ และแบบสอบถาม จากนั้นจึงเปรียบเทียบในรูปแบบร้อยละกับจำนวนคนที่ตอบแบบสอบถามในความต้องการของผลิตภัณฑ์กาแฟกระป๋อง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เพื่อหาความสามารถของโครงการที่จะได้ส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์จากตลาดรวมทั้งหมด

4. การประมาณการยอดขายของกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เป็นการประมาณรายได้จากยอดขายในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นหลัก สามารถคำนวณได้จาก สมการ ดังนี้

รายได้ = อัตราราคาผลิตภัณฑ์ x จำนวนผลิตภัณฑ์ x อัตราการบริโภคใน 1 ปี x 365

อย่างไรก็ตามในการคาดคะเนยอดขายของโครงการ ยังควรพิจารณาถึงสถานะเศรษฐกิจ การแข่งขัน และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย

5. การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการศึกษาด้านการตลาดที่จะให้คำตอบว่า โครงการควรทำการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านอื่น ๆ ต่อไปหรือไม่ (ประสิทธิ์, 2542) ถ้าอุปสงค์หรือความต้องการทางด้านการตลาดในโครงการมีมากพอ และสถานะตลาดเอื้ออำนวยต่อโอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้ ก็ควรทำการศึกษาทางด้านเทคนิคต่อไป

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค จะทำให้ทราบถึงความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง การบริหาร การบริการ ความเหมาะสมของสิ่งปลูกสร้าง และคุณภาพแรงงานที่ต้องการ ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ในด้านเทคนิค เพื่อพิจารณาว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ นอกจากนี้ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิคยังเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุน คาดคะเนผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเลือกด้านเทคนิคต่างๆ เช่น ในแง่ของการว่าจ้างงาน อิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อมวลมนุษยชาติ ปัญหาต่างๆ และอุปสรรคของโครงการอยู่ที่ปัจจัยใด ตลอดจนวิธีแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในโครงการซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคนั้นมีแนวทางในการพิจารณา และมีเกณฑ์การตัดสินใจในการลงทุนดังนี้ (ฐาปนา, 2544)

1. ทำเลที่ตั้ง เป็นแหล่งที่ทำให้ธุรกิจสามารถประกอบกิจกรรมได้โดยในการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการดังกล่าว ต้องทำการพิจารณาถึง 2 ปัจจัยใหญ่ ๆ ดังต่อไปนี้

1.1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการผลิตซึ่งได้แก่

1.1.1 ที่ดิน ลักษณะและราคาของที่ดิน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกทำเลที่ตั้ง ตรงกับความต้องการหรือไม่

1.1.2 แรงงาน การพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการ

1.1.3 วัตถุดิบ คือ กำลังคน กาแฟผงสำเร็จรูป เนเจอร์กัฟ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1.4 ตลาด โรงงานผลิตควรอยู่ใกล้กับแหล่งกระจายสินค้า ทำให้ช่วยลดต้นทุนด้านการขนส่งจากโรงงานสู่แหล่งกระจายสินค้าและทำให้การกระจายสินค้ามาความรวดเร็ว

1.1.5 การขนส่ง นับเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง ในการเลือกทำเลที่ตั้ง เพราะทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ คน เครื่องจักรหรือวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ล้วนจำเป็นต้องใช้การขนส่งทั้งสิ้น หากทำเลที่ตั้งไม่สะดวกในการเดินทางจะทำให้เป็นอุปสรรคอย่างมาก อีกทั้งยังเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอีก

1.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม ซึ่งจะไม่มีความกระทบด้านต้นทุนการผลิตโดยตรง ปัจจัยประเภทนี้ได้แก่

1.2.1 กฎหมายและภาษี การเลือกทำเลที่ตั้งต้องคำนึงถึงกฎหมายของแต่ละท้องถิ่นด้วย เช่น กฎหมายแรงงาน โดยต้องคำนึงถึงจำนวนชั่วโมงที่อนุญาตให้แรงงานทำในแต่ละวัน อายุขั้นต่ำ ค่าแรงขั้นต่ำ เป็นต้น กฎหมายเกี่ยวกับการประกันภัยให้แรงงาน กฎหมายเกี่ยวกับลิขสิทธิ์

1.2.2 ภูมิอากาศ ฤดูกาลใดที่มีผลต่อวัตถุดิบที่ต้องใช้ในขั้นตอนการผลิต

1.2.3 การเมืองและกฎหมาย เนื่องจากรัฐบาลอาจออกกฎหมายให้ความคุ้มครองธุรกิจบางประเภท หรือให้ความช่วยเหลือกับธุรกิจ

2. กำลังการผลิต (capacity) คือ อัตราสูงสุดของผลผลิตหรือบริการที่ระบบการผลิตสามารถผลิตได้ในช่วงเวลาหนึ่งของการดำเนินงาน โดยวัดเป็นหน่วยการผลิตต่อหน่วยของเวลา โดยพิจารณาว่าสามารถผลิตได้เพียงพอต่ออุปสงค์หรือไม่

3. ระบบการผลิต ประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ คือ

3.1 ปัจจัยนำเข้า เป็นปัจจัยที่ใช้พื้นฐานจึงจะทำให้โครงการเกิดผลผลิตขึ้นมาได้ คือ กำลังคน ว่ามีเพียงพอและตรงกับความต้องการหรือไม่

3.2 กระบวนการผลิต เป็นกรรมวิธีในการแปรสภาพปัจจัยนำเข้าให้เป็นสินค้าหรือบริการ ซึ่งในที่นี้ คือ สถานที่ตั้ง มีความเหมาะสมต่อการจัดตั้งโครงการหรือไม่

3.3 ปัจจัยนำออก เป็นผลผลิตขั้นสุดท้ายของกระบวนการออกมาในรูปของสินค้าหรือบริการ ในที่นี้ คือ ผลิตภัณฑ์กาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม ซึ่งจะต้องตรงต่อความต้องการของตลาดปัจจัยทางเทคนิคจะเป็นเครื่องบ่งชี้ขนาดของงบประมาณ ใช้สำหรับการลงทุนสำหรับการลงทุนและการดำเนินการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ด้านการเงิน เป็นการศึกษาศักยภาพของโครงการในการคืนทุนให้กับผู้ลงทุนในระดับที่ต้องการ โดยการวิเคราะห์ทางด้านการเงินนั้นจำเป็นต้องนำข้อมูลจากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด และความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค มาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจ และคาดคะเนรายรับ ต่ ลอดจนพิจารณาต้นทุนที่จะเกิดขึ้นว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน และมีผู้ทางในการลงทุนเพียงใด โดยการนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์ และประเมินค่าโครงการลงทุน เพื่อพิจารณาว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ ซึ่งการวิเคราะห์ด้านการเงินสามารถแบ่งออกได้ดังนี้ (ฐาปนาและคณะ, 2544)

1. การประมาณเงินลงทุนโครงการ เพื่อดูว่าต้องใช้เงินในด้านใดบ้าง เป็นจำนวนเท่าใด และจะหาแหล่งเงินทุนได้จากแหล่งใด เงินลงทุนในโครงการจะประกอบไปด้วย

1.1 เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร หรือต้นทุนคงที่ (fixed cost) คือเงินลงทุนในสินทรัพย์ที่มีอายุการใช้งานมากกว่า 1 ปี และโครงการต้องใช้ในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายประเภทนี้จะไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต หรือเปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมต่างๆ ในระหว่างกระบวนการผลิต สามารถแบ่งต้นทุนคงที่ได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

1.1.1. ต้นทุนคงที่ที่เป็นตัวเงิน และได้ทำการจ่ายจริงด้วยเงินสดหรือเงินเชื่อก็ตาม ซึ่งโครงการจัดตั้งธุรกิจการผลิตกาแก่ระบอง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม ประกอบด้วย ค่าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ค่าอุปกรณ์ และเครื่องจักรต่างๆ เป็นต้น (ดวงมณี, 2548)

1.1.2 ต้นทุนคงที่ที่ไม่เป็นตัวเงิน เป็นเพียงค่าใช้จ่ายจากการประเมินเท่านั้น ไม่สามารถนำมาคิดคำนวณรวมในการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการ อาทิ ค่าเสื่อมราคาของร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ตลอดจนเครื่องจักร และอุปกรณ์ โดยใช้มูลค่าซากของอุปกรณ์เท่ากับศูนย์ และมูลค่าซากของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่อัตราร้อยละ 5 (ดวงมณี, 2548)

1.2 เงินทุนหมุนเวียน คือ ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ระหว่างการดำเนินโครงการ จะเปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิต และเปลี่ยนแปลงตามการเปลี่ยนแปลงของระดับกิจกรรมต่างๆ โดยผู้ลงทุนโครงการต้องเตรียมเงินทุนหมุนเวียนไว้นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายลงทุนประเภทอื่น เพื่อก่อให้เกิดความราบรื่นในขณะดำเนินงานในการประกอบกิจกรรมต่างๆ จะได้รับคืนเมื่อหมดอายุโครงการ (ดวงมณี, 2548)

2. การประมาณยอดขายของโครงการ แบ่งออกเป็น

2.1 ประมาณผลตอบแทนโครงการ โดยสามารถพิจารณาดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1 ผลตอบแทนที่มีตัวตน (tangible benefit) ในที่นี้คือ รายรับจากการขายผลิตภัณฑ์กาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม

2.1.2 ผลตอบแทนที่ไม่มีตัวตน หรือผลตอบแทนที่ไม่สามารถตีค่าเป็นตัวเงินได้ เช่น เป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่ยอมรับโรคกาแฟที่มีปัญหาเกี่ยวกับน้ำหนักตัว ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรที่ปลูกกาแฟ

3. ประเมินค่าโครงการลงทุน เพื่อพิจารณาว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินลงทุนหรือไม่ หรือผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไป ซึ่งการประเมินค่าโครงการลงทุนนั้นสามารถแบ่งเป็น 2 วิธี ได้แก่

3.1 การประเมินค่าโครงการลงทุนที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา ซึ่งประกอบด้วย 2 วิธี คือ

3.1.1 ระยะเวลาคืนทุน (payback period) คือระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุนของโครงการ หรือระยะเวลาที่ผลตอบแทนจากการดำเนินโครงการเท่ากับเงินลงทุนของโครงการ โดยวิธีนี้เป็นวิธีที่นิยมใช้ในธุรกิจ และโครงการต่างๆ โดยการใช้วิธีการวัดระยะเวลาคืนทุนนั้น จะเป็นการวัดว่าโครงการจะได้รับเงินทุนกลับมาเร็วมากน้อยเพียงใด

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินสดจ่ายลงทุน}}{\text{กระแสเงินสดรับสุทธิ}}$$

การใช้วิธีการประเมินในรูปแบบนี้มีข้อดีคือ เป็นการใช้กระแสเงินสดในการตัดสินใจ ง่ายต่อการคำนวณ และง่ายต่อการทำความเข้าใจ แต่ก็มีข้อเสียบางประการ อาทิ การประเมินด้วยวิธีนี้ไม่ได้คำนึงถึงมูลค่าของเงินตามกาลเวลา และไม่ได้สนใจว่ากระแสเงินสดที่ได้รับหลังจากคืนทุนแล้วจะเป็นเช่นไร นำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาด และอาจเกิดผลเสียกับโครงการในภายหลังได้

3.2 การประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา ซึ่งเป็นวิธีที่มีแนวคิดว่าเงินในแต่ละปีที่ได้รับมีมูลค่าไม่เท่ากัน นั่นคือเงินมีมูลค่าเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามกาลเวลา แม้จะได้รับเป็นจำนวนเดียวกันก็ตาม โดยมูลค่าของเงินนั้นจะขึ้นกับอัตราดอกเบี้ย และเศรษฐกิจในเวลานั้นๆ โดยวิธีการประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลานี้ สามารถจำแนกได้ 3 วิธี คือ

3.2.1 วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value: NPV) หมายถึง ผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุของโครงการ กับเงินสดจ่ายลงทุน เพื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นการศึกษาว่าการลงทุนในโครงการนี้จะมีกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ โดยสามารถคำนวณหาได้จากสูตรในการหาค่า NPV ในกรณีการพิจารณาการลงทุนต่อเนื่องหลายปี จะใช้กับโครงการขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ที่โครงการมีอายุโครงการมากกว่า 1 ปี ขึ้นไป โดยจะเกิดผลตอบแทนหลายจำนวน

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+k)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+k)^t}$$

กำหนดให้ NPV	=	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
B_t	=	กระแสเงินสดรับแต่ละปี ตลอดอายุโครงการ
k	=	อัตราการคิดลด (หน่วยร้อยละ)
C_t	=	เงินสดจ่ายลงทุน
N	=	อายุของโครงการ (ปี)

จากการประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา โดยวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value : NPV) สามารถพิจารณาจากค่า NPV ที่เกิดขึ้น จากการคำนวณ ถ้า ค่า NPV เป็นลบ หมายถึงอัตราผลตอบแทนที่ได้ของโครงการมีค่าน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ หรือผลตอบแทนที่ได้น้อยกว่าค่า k ที่ตั้งไว้นั่นเอง ในทางกลับกันถ้าคำนวณได้ค่า NPV เป็นบวก แสดงว่าอัตราผลตอบแทนที่ได้ของโครงการมีค่ามากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ และถ้าค่า NPV ที่เกิดขึ้น มีค่าเป็น 0 แสดงว่าอัตราผลตอบแทนที่ได้ของโครงการมีค่าเท่ากับอัตราผลตอบแทนที่ต้องการนั่นเองซึ่งการใช้วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธินี้ มีข้อดีหลายประการอาทิ เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงเวลาที่แท้จริงของผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการลงทุน เนื่องจากการใช้กระแสเงินสดในการวัดมากกว่าการใช้กำไรทางการบัญชี นอกจากนั้นยังสามารถเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทนจากการลงทุนกับเงินลงทุนโครงการได้ตามกาลเวลา และการที่จะเลือกลงทุนโครงการที่มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกนั้นจะสร้างความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น และสร้างความมั่นใจในการชำระหนี้ตามเวลาให้กับแหล่งเงินทุนต่างๆ ที่ทางโครงการได้กู้ยืมไว้ นั่นเอง

3.2.2 วิธีอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (internal rate of return: IRR) เป็นการคำนวณหาอัตราส่วนลด (k) หรืออัตราดอกเบี้ยที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิตลอดอายุโครงการกับเงินสดจ่ายลงทุน ซึ่งสามารถคำนวณหาได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$IRR = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1 + IRR)^t} = 0$$

ค่าอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (k) นั้นสามารถหาได้จากวิธีการทดลอง (trial and error) โดยการเปิดตารางปัจจัยดอกเบี้ยมูลค่าปัจจุบัน PVIF แล้วนำค่าที่ได้ไปแทนในสูตร โดยลองไปเรื่อยๆ จนกว่าจะได้ผลลัพธ์ของกระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับเงินสดจ่ายพอดี

จากสูตรคำนวณหาค่า IRR สามารถทำให้เกิดเหตุการณ์ต่างๆ ได้ 3 เหตุการณ์ กล่าวคือ ถ้าค่าของ r ใดๆ มาแทนในสูตรแล้วทำให้อัตราผลตอบแทนของโครงการมากกว่าค่าของทุน แสดงว่าโครงการนั้นมีกำไรสมควรลงทุน และในทางกลับกันถ้าค่าของ r ใดๆ มาแทนในสูตรแล้วทำให้อัตราผลตอบแทนของโครงการน้อยกว่าค่าของทุน แสดงว่าโครงการนั้นขาดทุน หากเกิดเหตุการณ์เช่นนี้ขึ้น ทางผู้จัดการโครงการควรศึกษาว่าปัจจัยใดที่ทำให้โครงการนั้นไม่ได้กำไร และนำมาปรับปรุงกระบวนการต่างๆ เพื่อให้โครงการนั้นสามารถสร้างกำไรได้ และถ้าค่าของ r ใดๆ มาแทนในสูตรแล้วทำให้อัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับค่าของทุน แสดงว่าโครงการมีค่าเสมอตัว

3.2.3 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (benefit-cost ratio: BCR) หมายถึง การพิจารณาอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายไป ในการดำเนินโครงการ ซึ่งในทางธุรกิจเรียกวิธีการประเมินค่าโครงการแบบนี้ว่า ดัชนีการทำกำไร

$$BCR = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+k)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+k)^t}}$$

โดยที่	B_t	=	กระแสเงินสดรับของโครงการปีที่ t
	C_t	=	กระแสเงินสดจ่ายของโครงการปีที่ t
	t	=	ปีการดำเนินโครงการมีค่า 0 ถึง n
	k	=	อัตราคิดลด
	N	=	อายุของโครงการ

ซึ่งจากการคำนวณสามารถทำให้เกิดเหตุการณ์ได้ 3 เหตุการณ์ดังนี้ ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนมีค่าเท่ากับ 1 คือมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนมีค่าเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุน หรือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดคุ้มทุนนั่นเอง คือโครงการดังกล่าวไม่ได้มีกำไร แต่ก็ไม่ขาดทุน ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนมีค่ามากกว่า 1 หมายถึงมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนมีค่ามากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุน คือโครงการดังกล่าวน่าลงทุน และถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนมีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนมีค่าน้อยกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุน แสดงว่า โครงการดังกล่าวขาดทุนนั่นเอง โดยโครงการทั่วไปจะตัดสินใจพิจารณาโครงการลงทุนเมื่อมีค่าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนมีค่าเท่ากับ 1 เป็นอย่างน้อย

ตรวจสอบเอกสาร

ปัญญาภัทร (2539) ได้สำรวจถึงปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟเป็น สิ่งที่มีแรงกระตุ้นทำให้เกิดความพึงพอใจหรือให้การตอบสนองต่อความต้องการสำหรับผู้บริโภคในการดื่มกาแฟ ได้แก่ ความโดดเด่นในตัวผลิตภัณฑ์ในเรื่องของรสชาติที่เข้มข้น กลมกล่อม กลิ่นกาแฟที่มีความหอมกรุ่น ความหลากหลายในรสชาติ เมื่อผู้บริโภคได้สัมผัสหรือได้รับจะทำให้เกิดความนิยมหรือความชอบในรสชาติและกลิ่นนั้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตกาแฟ ประกอบกัน คือ ความสดใหม่ของเมล็ดกาแฟ ชนิดของเมล็ดกาแฟ การคั่วบดกาแฟที่ได้ตามมาตรฐานการชงกาแฟ และการใส่ส่วนผสมที่เข้ากันอย่างเหมาะสมพอดี รูปลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เป็นการสร้างคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มขึ้นต่อผู้บริโภคเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนเงินที่ ผู้บริโภคจ่ายไป รวมถึงความสะดวกสบายในการบริโภคสำหรับเรื่องของการจัดจำหน่ายให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมาก โดยการเลือกทำเลที่ตั้งในการจัดจำหน่ายที่มีความเหมาะสมเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคและไม่เสียเวลานาน เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าในสถานบริการน้ำมัน โรงพยาบาล สถานีขนส่งรถไฟฟ้่า สถานศึกษา สวนสาธารณะ ตู้จำหน่ายอัตโนมัติ และร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ เป็นต้น หรือแม้แต่การสั่งซื้อทางโทรศัพท์ หรืออินเทอร์เน็ตที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เป็นต้น การได้รับข่าวสารการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อทัศนคติความรู้สึกของผู้บริโภคเป็นไปในทางบวก เพื่อเป็นการชักนำให้เกิดความอยากลองใน รสชาติของกาแฟ ความเข้าใจในแง่ของประโยชน์หรือโทษในการบริโภคเครื่องดื่มชนิดนี้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นคนรุ่นใหม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคกาแฟต่อไปในอนาคต

สุรัชดา (2543) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 26-35 ปี ระดับการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สูงสุดปริญญาตรี อาชีพพนักงาน ลูกจ้างเอกชน รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท เหตุผลส่วนใหญ่ที่ ผู้บริโภคดื่มกาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่มครั้งแรกเพราะเห็นโฆษณา ส่วนเหตุผลในการดื่มครั้งต่อไปเพราะต้องการความสะดวก ปริมาณการดื่มโดยเฉลี่ย 1 กระป๋องต่อวัน ส่วนใหญ่จะดื่มในช่วงเวลาเช้าขณะที่อยู่ในที่ทำงาน สำหรับตราที่นิยมมากที่สุด คือ เนสกาแฟ เนื่องจากปรุงรสชาติดี ส่วน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ชื่อมากที่สุด คือ ตู้แช่อัตโนมัติ เนื่องจากหาซื้อได้ง่ายและสะดวก ผลการสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่มพบว่าส่วนใหญ่มีทัศนคติในเรื่องของ รสชาติ คือ มีรสชาติดี สถานที่จำหน่ายที่มีอยู่ทั่วไปเพียงพอกับความต้องการหรือหาซื้อได้ง่าย มีการ ส่งเสริมการขาย การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรม และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่มแตกต่างกัน

ปัทมา (2545) ได้สำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการบริโภคกาแฟ พบว่า คนที่อยู่ในเขตเมืองมักมีความเครียดมากขึ้น มีความเร่งรีบ ต้องการความสะดวกสบาย ทำให้มีจำนวน ผู้นิยมดื่มกาแฟเพื่อผ่อนคลายความเครียดมากขึ้น ประกอบกับการที่กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่มีรสชาติเฉพาะตัว มีความเข้มข้น และมีความหอมกรุ่น ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของหลายคนจึงเกิดความนิยมในการบริโภคกาแฟอย่างแพร่หลาย โดยแต่ละกลุ่มของผู้บริโภคมีกระบวนการเลือกสรรในการบริโภคกาแฟประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกาแฟสำเร็จรูป กาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่ม และกาแฟคั่วบดที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค เช่น ระดับชนชั้นของ ผู้บริโภค ในแต่ละระดับชนชั้นของผู้บริโภคจะมีลักษณะพฤติกรรมการบริโภคกาแฟที่เฉพาะแตกต่างกันไปตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ จำนวนรายได้ และสถานภาพทางสังคม

อัจฉราพร และปริยาภรณ์ (2543) การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งร้านศึกษารักษ์เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกค้า ภายในสถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าพระนครเหนือ ปราชินบุรี ปริญญาโท เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งร้านศึกษารักษ์เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกค้าภายในสถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าพระนครเหนือ ปราชินบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจของนักลงทุนให้วิเคราะห์ผลตอบแทน จากการลงทุนและความเสี่ยงจากการดำเนินงานของร้านศึกษารักษ์ ในการศึกษครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ตัวอย่างนักศึกษาและใช้การตรวจ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้า ที่จำหน่ายสินค้าและบริการทางการศึกษา จากนั้นจึงรวบรวมข้อมูลทั้งหมดนำมาวิเคราะห์โดยอาศัยแนวคิดทางด้านการตลาด การเงิน วิศวกรรม และการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ จากผลการศึกษาพบว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งร้านศึกษารักษ์ค่อนข้างมาก เนื่องจากมีโอกาสและช่องทางด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาดสูง มีคู่แข่งน้อยราย อีกทั้งนักศึกษายังคงมีความต้องการอยู่ในระดับสูง ทางด้านการเงิน ให้ผลตอบแทนจากการลงทุนอยู่ในอัตราค่อนข้างมาก มีความเสี่ยงจากการดำเนินงานน้อย มีความพร้อมทางด้านวิศวกรรมและการจัดสรรพื้นที่ทำเลที่ตั้งร้านอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการเจรจาต่อรอง ทางธุรกิจกับทางสถาบันให้การสนับสนุนและมีการเปิดโอกาสให้นักลงทุนภายนอกสามารถเข้ามาเสนอโครงการได้

โกสินทร์ (2548) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านเบเกอรี่ภายในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังพบว่า มีความเป็นไปได้ในด้านการตลาด เมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากรภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง การเข้าใช้ของกลุ่มตัวอย่างในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต นอกจากนี้ ยังมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เมื่อพิจารณาทำเลที่ตั้งของโครงการ ความพร้อมของสาธารณูปโภคด้านต่างๆ และความสะดวกในการเข้าใช้บริการส่วนการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการพบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 1,257,987 บาท ณ อัตราคิดร้อยละ 12 ส่วนอัตราผลตอบแทนของโครงการนั้นมีค่าเท่ากับร้อยละ 37 และโครงการนี้มีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนหรือดัชนีการทำกำไรของโครงการนี้เท่ากับ 2.72 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า โครงการจัดตั้งร้านเบเกอรี่ในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน จึงสรุปได้ว่าการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านเบเกอรี่ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังนั้นมีความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน

จากการตรวจสอบเอกสารข้างต้น ทำให้ทราบถึงแนวทางการศึกษาความเป็นไปได้ ทางด้านการตลาด ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ความเป็นไปได้ทางการเงิน รวมถึงภาวะการบริโภคกาแฟที่เพิ่มขึ้นและขยายตัวอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 10 ต่อปี กลุ่มลูกค้าที่บริโภคกาแฟ ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค ประกอบกับปัญหาโรคอ้วนในคนไทยซึ่งเป็นสาเหตุของโรคต่างๆที่ตามมาจนนำไปสู่การเสียชีวิต และสภาพสังคมที่มีแต่ความเร่งรีบทุกคนต้องการความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิตประจำวัน จึงเห็นสมควรศึกษาศึกษาการความเป็นไปได้การจัดตั้งธุรกิจของกาแฟกระป๋องลดความอ้วน เพื่อลดความเสี่ยงในธุรกิจการผลิตกาแฟกระป๋องลดความอ้วน

กรอบแนวความคิด

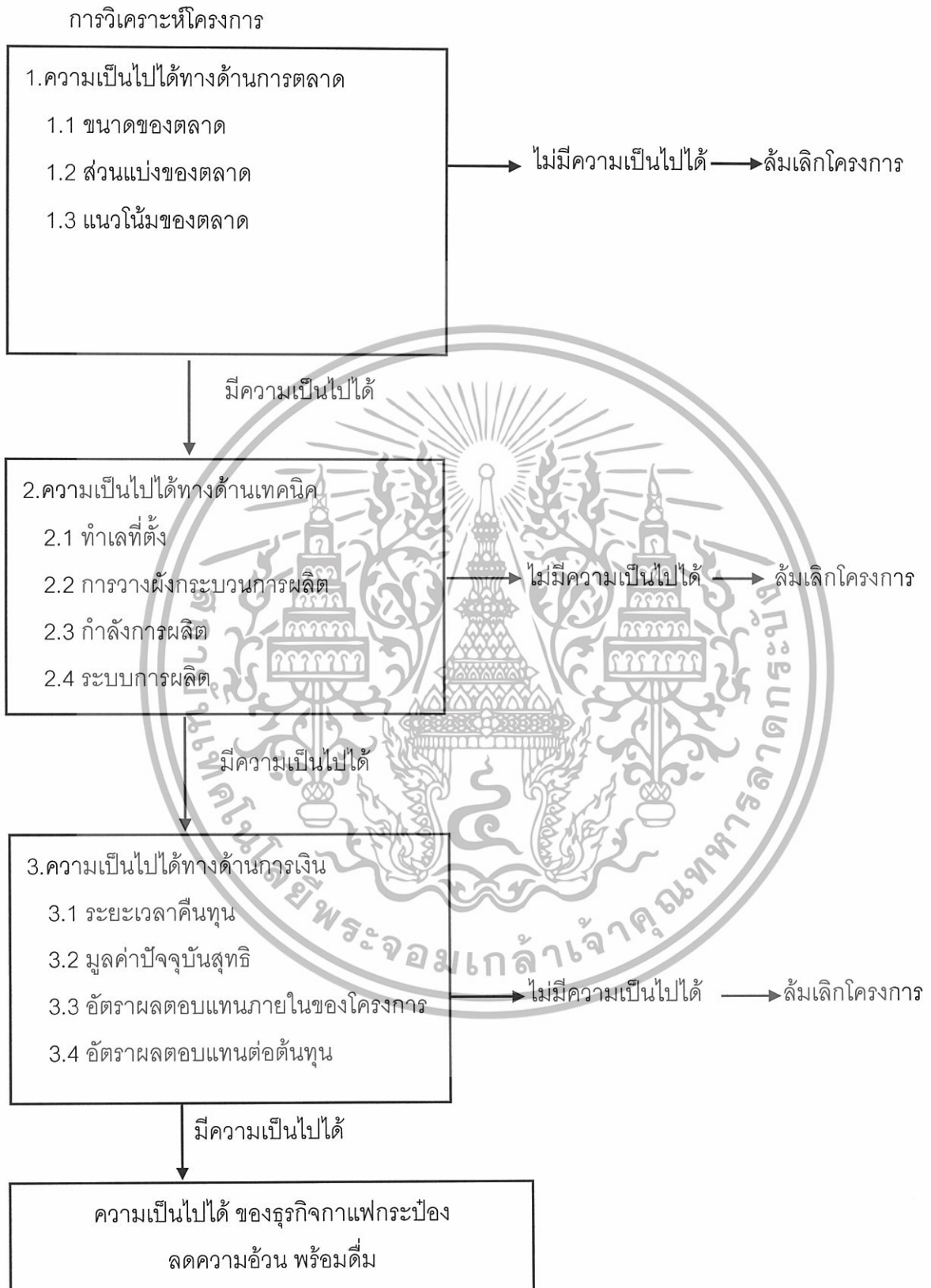
การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม จะศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดโดยศึกษาขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มของตลาด โดยศึกษาจากข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการตรวจสอบงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งถ้าเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลของการศึกษามีความเป็นไปได้ทางด้านตลาด กล่าวคือ มีขนาดตลาดที่ใหญ่เพียงพอ รวมไปถึงมีแนวโน้มของตลาดที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จะทำให้มีความเป็นไปได้ในด้านการตลาดของธุรกิจกาแพะป้องกันลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ สำหรับทางด้านเทคนิคโดยการศึกษาคำศัพท์ที่ง่ายต่อการจัดหาวัตถุดิบ ปัจจัยในการผลิตรวมถึงการขนส่งสินค้าไปยังมือผู้บริโภค การวางแผนกระบวนการผลิต การติดตั้งเครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิต ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในการผลิต กำลังการผลิต ตลอดจน ปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิตและปัจจัยนำออก สามารถผลิตได้มีความพอเพียงต่อความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ และจะเป็นเครื่องบ่งชี้ขนาดของงบประมาณที่ต้องใช้สำหรับการลงทุน และสำหรับการดำเนินการผลิต เพื่อนำไปเป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ด้านการเงิน ด้านการเงินใช้ผลจากการวิเคราะห์ที่ได้จากการตลาด และเทคนิคประกอบกัน เพื่อให้ทราบถึงจำนวนเงินทั้งสิ้นในการดำเนินการตามโครงการ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนแต่ละด้าน เช่น ค่าก่อสร้างโรงงาน ค่าเครื่องจักรอุปกรณ์การผลิต ระยะเวลาคืนทุนเมื่อตั้งโรงงานไปแล้ว ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปี และผลตอบแทนการลงทุนตลอดอายุของโครงการ เมื่อมีความเป็นไปได้ทางด้านตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ก็จะส่งผลให้มีความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจกาแพะป้องกัน ลดความอ้วนพร้อมดื่ม

สมมติฐาน

1. ธุรกิจกาแพะป้องกัน ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ ไม่มีความเป็นไปได้ในด้านการตลาด
2. ธุรกิจกาแพะป้องกัน ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ ไม่มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค
3. ธุรกิจกาแพะป้องกัน ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ ไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 กรอบแนวความคิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึง การเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิเพื่อใช้ในการอธิบายการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจกาแพะป้องกันความอ่อนพร้อมดื่ม ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษาประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ โดยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ซึ่งสามารถแบ่งตามลักษณะข้อมูลที่รวบรวมดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) โดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภคเครื่องดื่มประเภทกาแพะ โดยใช้แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์กาแพะป้องกัน ความอ่อนพร้อมดื่ม โดยผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลจากประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการกรอกข้อมูลต่างๆ ด้วยตนเอง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) การกำหนดขนาดตัวอย่าง เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ดังนี้ (ศิริวรรณและคณะ, 2541)

โดย $n =$ จำนวนตัวอย่าง

$p =$ ค่าประมาณร้อยละที่คาดหวัง (ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดค่าประมาณร้อยละที่คาดหวังร้อยละ 50)

$q = 100 - p$

$Z =$ ระดับความเชื่อมั่น (ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ระดับร้อยละ 95 ค่า Z จากการเปิดตารางมีค่าเท่ากับ 1.96)

$D =$ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แทนค่าสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2 (50 * 50)}{5^2}$$

$$= 384.16 \text{ ตัวอย่าง}$$

จากการคำนวณแทนค่าในสูตร ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง และสำรวจไว้เพื่อความผิดพลาดอีกร้อยละ 4 เท่ากับ $(384.16 * 4) / 100$ เท่ากับ 15 ตัวอย่าง ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะเลือกใช้ 400 ตัวอย่าง

ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการรวบรวมเอกสาร รายงาน บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ และอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจประเภทกาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้รูปแบบการวิเคราะห์แบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยนำเอาข้อมูลที่ได้จากการเก็บทั้งรูปแบบปฐมภูมิ และทุติยภูมิมาทำการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด เพื่อศึกษาถึงขนาดของตลาด ส่วนแบ่งตลาด แนวโน้มตลาด ศึกษาศักยภาพแวดล้อมทางการตลาด และความต้องการทางการตลาดของผู้บริโภค โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ศึกษาขนาดของตลาด (market size) เพื่อให้ทราบว่าตลาดที่เราจะทำการศึกษามีขนาดเล็กหรือใหญ่เพียงใด ซึ่งในที่นี้ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลในเรื่องของขนาดของตลาดกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มในปี พ.ศ. 2550 ว่ามีมูลค่าเท่าไร มาใช้ในการวิเคราะห์ขนาด ของตลาดเพื่อหาความเป็นไปได้ของโครงการ

1.2 ศึกษาส่วนแบ่งตลาด (market share) เป็นการศึกษาความสามารถของธุรกิจในการที่ได้ส่วนหนึ่งของตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวม มาทำการวิเคราะห์ให้ผู้ประกอบการกับข้อมูลจากงานเอกสารต่างๆ และแบบสอบถาม จากนั้นจึงเปรียบเทียบในรูปแบบร้อยละกับจำนวนคนที่ตอบแบบสอบถามในความต้องการของผลิตภัณฑ์กาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม เพื่อหาความสามารถของโครงการที่จะได้ส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์จากตลาดรวมทั้งหมด

1.3 ศึกษาแนวโน้มของตลาด (market trend) เป็นการศึกษาแนวโน้มของตลาดว่ามีทิศทางของตลาดเป็นอย่างไร แนวโน้มการเติบโตของตลาดกาแฟกระป๋องสำเร็จรูปพร้อมดื่มเมื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เทียบกับการเติบโตของภาพรวมของตลาดกาแฟ ว่ามีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องหรือมีความเป็นไปได้มากน้อยแค่ไหน โดยนำเครื่องชี้วัดภาวะทางเศรษฐกิจมาทำการวิเคราะห์

1.4 ศึกษาสภาพแวดล้อมทางการตลาด และสภาพแรงผลักดันของธุรกิจกาแฟ กระทบลดความอ่อนพร้อมดื่ม จากข้อมูลทุติยภูมิ โดยอาศัยเครื่องมือคือ SWOT analysis และ five force model

1.5 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจกาแฟกระทบลดความอ่อนพร้อมดื่ม โดยจะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภค โดยจะมีทั้งข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคและมูลค่าความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจกาแฟกระทบลดความอ่อนพร้อมดื่ม แล้วนำเสนอในรูปแบบของค่าคะแนนความถี่ ร้อยละ นอกจากนี้ยังมีการประมาณการอุปสงค์ที่มีต่อธุรกิจกาแฟกระทบลดความอ่อนพร้อมดื่ม เพื่อใช้ในการประมาณยอดขายและใช้ในการคำนวณต้นทุนการผลิต

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านเทคนิคที่ได้จากการศึกษา และเก็บรวบรวมนำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) โดยอธิบายถึง ท่าเลที่ตั้ง ขบวนการผลิต เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ ดังนี้

2.1 ศึกษาท่าเลที่ตั้งของโครงการ เป็นแหล่งที่ทำให้ธุรกิจสามารถประกอบกิจการได้ ในการเลือกท่าเลที่ตั้งต้องทำการพิจารณาถึงที่ดิน แรงงาน วัสดุดิบ ตลาด การขนส่ง สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยวิเคราะห์ถึงสาเหตุของการเลือกท่าเลที่ตั้งของโครงการ

2.2 การวางแผนการผลิต เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดในการผลิตกาแฟกระทบลดความอ่อนพร้อมดื่ม

2.3 ศึกษากำลังการผลิต เป็นการศึกษาถึงกำลังการผลิตสูงสุดของระบบการผลิตที่สามารถผลิตได้ในช่วงเวลาหนึ่งของการดำเนินงาน

2.4 กระบวนการผลิต ศึกษาถึงกระบวนการผลิตกาแฟกระทบลดความอ่อนพร้อมดื่ม ได้แก่ เทคโนโลยี การผลิต เครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิตต่าง ๆ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน จะใช้การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน เพื่อดูว่าให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ มีความเสี่ยงมากน้อยเพียงใด ในการวิเคราะห์ จะจัดทำเป็นการประมาณรายรับ และรายจ่ายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟลดความอ่อนพร้อมดื่ม ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุโครงการ โดยใช้หลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์ทางการเงินดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 ระยะเวลาคืนทุน (payback-period) คือ ระยะเวลาที่ลงทุนทำธุรกิจให้กำไรสุทธิ จากการดำเนินงานคุ้มค่าการลงทุนครั้งแรก หรือระยะเวลาที่ผลรวมสะสมของรายได้เท่ากับสะสมผลรวมของรายจ่าย

3.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value: NPV) คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ คือผลรวมของผลตอบแทนสุทธิที่ได้ปรับค่าแล้วของการลงทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟลดความอ้วนสำเร็จรูปพร้อมดื่ม ซึ่งมุ่งเพื่อวัดว่า การลงทุนจัดตั้งธุรกิจที่กำลังพิจารณาอยู่นั้น จะให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าหรือไม่

3.3 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (benefit-cost ratio: BCR) เป็นเกณฑ์ที่แสดงถึงอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน กับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุของการจัดตั้งธุรกิจในส่วนของการใช้จ่ายนั้น คือ ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นที่ไม่มีการแบ่งแยกว่าเป็นค่าใช้จ่ายประเภทใด

3.4 อัตราผลตอบแทนภายในของการจัดตั้งธุรกิจ (internal rate of return: IRR) คือ อัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของรายได้เท่ากับมูลค่าปัจจุบันของรายจ่ายของการจัดตั้งธุรกิจ หรืออัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับศูนย์ ซึ่งอัตราผลตอบแทนที่ทำให้การจัดตั้งธุรกิจนั้นคุ้มทุน จะต้องเป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจ คืออัตราผลตอบแทนภายในของการผลิตกาแฟลดความอ้วนสำเร็จรูปพร้อมดื่มสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยของเงินลงทุน (cost of fund) จึงจะยอมรับการความเป็นไปได้ของการลงทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟลดความอ้วนสำเร็จรูปพร้อมดื่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในธุรกิจกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ และ ข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากหนังสืออ้างอิง วารสาร และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม และนำไปวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม จากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ความเป็นไปได้ทางการตลาด

ขนาดตลาดกาแฟ

ตลาดผลิตภัณฑ์กาแฟมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา จนปี พ.ศ. 2550 มีมูลค่าตลาดมากถึง 25,600 ล้านบาท จึงมีผู้ประกอบการหลายรายเข้ามาลงทุนในธุรกิจกาแฟ พร้อมกับทุ่มงบประมาณเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมในการบริโภคของชาวไทยที่ได้หันมาบริโภค เครื่องดื่มกาแฟเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้บริโภคสมัยใหม่ จึงทำให้ประเทศไทยได้รับความสนใจจากนัก ลงทุนชาวต่างชาติหลายรายในการเข้ามาประกอบธุรกิจร้านกาแฟในประเทศ รวมทั้งบริษัทผู้ผลิตภายในประเทศไทย เองที่มีกิจการเกี่ยวข้องกับกาแฟ ธุรกิจร้านอาหาร ตลอดจนผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME) ซึ่งเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การบริโภคกาแฟของคนไทยในขณะนี้ ยังถือว่ามีปริมาณน้อย โดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 0.5 กก./คน/ปี เท่านั้น เมื่อเทียบกับชาวต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกาที่ดื่มกาแฟเฉลี่ยประมาณ 2.0 และ 4.5 กก./คน/ปี ตามลำดับ ดังนั้นโอกาสในการขยายตัวเติบโตของธุรกิจกาแฟในประเทศไทยยังมีได้อีกมาก (สยามธุรกิจ, 2550)

ผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่ม เป็นกาแฟพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องหรือกล่อง UHT ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีช่องทาง การจำหน่ายกว้างกว่าผลิตภัณฑ์กาแฟประเภทอื่นๆ และยังทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกและประหยัดเวลา ในปี พ.ศ. 2550 มีมูลค่าตลาดประมาณ 8,000 ล้านบาท โดยในปีนี้คาดว่าตลาดกาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่มจะมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 7 ซึ่งเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกิดจากผู้บริโภคในกลุ่มผู้ใช้ แรงงานหันมาบริโภคกาแฟกระป๋องแทนเครื่องดื่มชูกำลังมากขึ้น โดยมีแบรนด์ผู้นำตลาดคือ เบอรัตี้ ครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดถึงร้อยละ 40 ของมูลค่าทั้งหมดในตลาดผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่ม รองลงมาคือ เนสกาแฟ ร้อยละ 25 และส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 35 เป็นแบรนด์อื่นๆ (สยามธุรกิจ, 2550)

ในปี พ.ศ. 2550 ผลิตภัณฑ์กาแฟ 3 in 1 มีมูลค่าตลาดประมาณ 7,600 ล้านบาท และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มเติบโตสูง เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผู้ผลิตกาแฟผลิตออกมาจำหน่ายเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคและเหมาะกับไลฟ์สไตล์ของ ผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ตลาดกาแฟ 3 in 1 มีการเติบโตมากกว่าตลาดผลิตภัณฑ์กาแฟชนิดอื่นๆ โดยมี เนสกาแฟ เป็นผู้นำตลาด ซึ่งครอง ส่วนแบ่งตลาดสูงสุดถึงร้อยละ 55 ของมูลค่าตลาดกาแฟ 3 in 1 ทั้งหมด รองลงมาคือ ซูเปอร์มิกซ์ ร้อยละ 17 มอคโคน่า และเบอรัตี้ ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากัน คือที่ประมาณร้อยละ 13 ส่วนที่เหลือ เป็นแบรนด์อื่นๆ ประมาณร้อยละ 2 (สยามธุรกิจ, 2550)

ผลิตภัณฑ์กาแฟผงสำเร็จรูปในปี พ.ศ. 2550 มีมูลค่าตลาด 5,700 ล้านบาท ถือเป็นธุรกิจแรกเริ่ม และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคนิยมมากเช่นกัน จึงเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขันในตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยแต่ละแบรนด์ได้พยายามสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภค จดจำได้ เช่น การนำเสนอกาแฟผงสำเร็จ รูปชนิดพรีเมียม ซึ่งคาดว่าจะช่วยกระตุ้นมูลค่าตลาดกาแฟผงสำเร็จรูปให้เติบโตประมาณร้อยละ 5 จากมูลค่าตลาด ในปี พ.ศ.2549 (สยามธุรกิจ, 2550)

ธุรกิจร้านกาแฟพรีเมียมในปี พ.ศ. 2550 มีมูลค่าตลาดประมาณ 4,300 ล้านบาทหรือมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 4 จากปี พ.ศ. 2549 โดยเติบโตชะลอลงจากร้อยละ 10 ในช่วง 2-3 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลมาจาก ผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้ามาแข่งขันในตลาดมีจำนวนลดลง และจากการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจ ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่มีการทบทวนแผนการลงทุนอีกครั้ง เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ ขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่ในตลาดซึ่งมีตราสินค้าเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคอยู่แล้ว ได้มีการทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาสถานะลูกค้าของตนอย่างไรก็ตามยังมีผู้ประกอบการรายใหม่ที่ เข้ามาแข่งขันในตลาด คือ ร้านกาแฟ กาแฟโรดิ ซาเนติ เอสเพรสโซ ของกลุ่มเซ็นทรัล และร้านแมคคาเฟ่ ของบริษัท แมคไทย จำกัด

ผลิตภัณฑ์กาแฟกระป๋องลดความอ้วนถือได้ว่าเป็นกาแฟกระป๋องประเภทหนึ่ง ในประเทศไทยเรานั้นก็มีประชากรจำนวนมากซึ่งประชากรจำนวนหนึ่งในนั้นก็คือเป้าหมายทางการตลาดของกาแฟกระป๋องยี่ห้อต่างๆ มูลค่ารวมของตลาดกาแฟโดยรวมประมาณ 25,600 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2550 ซึ่งถือว่าเป็นขนาดตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ (สยามธุรกิจ, 2550) ส่งผลให้ธุรกิจกาแฟกระป๋อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลดความอ่อนพร้อมดื่มมีความน่าสนใจในการลงทุน โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับขนาดตลาดกาแฟ ดังนี้ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 มูลค่าผลิตภัณฑ์กาแฟแยกตามประเภท

ปี	กาแฟสำเร็จรูป	กาแฟกระป๋อง	ร้านกาแฟพรีเมียม	รวม(ล้านบาท)
2545	5,600	6,000	3,000	10,000
2546	7,800	6,300	3,500	17,600
2547	8,500	6,600	4,000	19,100
2548	9,300	7,000	4,700	21,000

ที่มา: (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย จำกัด, 2551)

ตีพิมพ์การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของกาแฟกระป๋องลดความอ่อนพร้อม

จากข้อมูลภาพรวมของธุรกิจกาแฟสามารถวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทางการตลาด โดยอาศัยเครื่องมือ SWOT analysis และ five force model ได้ดังนี้

การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strengths)

1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ไขปัญหาเรื่องน้ำหนัก เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก สอดคล้องกับกระแสการใส่ใจสุขภาพ
2. มีรสชาติที่ดี เพราะผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ
3. สามารถดื่มได้ทันที สะดวก รวดเร็ว

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. ผู้บริโภคบางกลุ่มยังยึดติดกับความเชื่อที่ว่ากาแฟบริโภคราคาแฟมีแต่โทษ
2. เกิดโทษเมื่อบริโภคเป็นจำนวนมากต่อวัน เช่น นอนไม่หลับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โอกาส (Opportunities)

1. มูลค่าของตลาดสูงและมีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี
2. ประชาชนหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพ รูปร่าง เพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ยังไม่มีผู้ผลิตรายใดผลิตกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม

อุปสรรค (Threat)

1. ธุรกิจกาแฟมีการแข่งขันที่รุนแรง
2. สภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน

การวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการ

1. ธุรกิจกาแฟต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากผู้ประกอบการในธุรกิจกาแฟมีหลายราย และการลงทุนโฆษณาจากผู้ประกอบการรายใหญ่ และยังมีสินค้าทดแทน พวกเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพชนิดอื่น เช่น ชาลดความอ้วน โกโก้ลดความอ้วน อาหารเสริมควบคุมน้ำหนักต่างๆ
2. การเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งใหม่เนื่องจากการผลิตกาแฟพร้อมดื่มต้องลงทุนค่อนข้างสูง ต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิต จึงทำให้มีคู่แข่งจำนวนไม่มากที่จะเข้ามาในธุรกิจ
3. ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน สินค้าทดแทนของกาแฟกระป๋องสำเร็จรูปมีมากรวมไปถึงตัวผลิตภัณฑ์กาแฟเองในรูปแบบอื่นๆ สามารถเป็นสินค้าทดแทนกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่มได้ เช่น กาแฟพรีเมียม กาแฟผงสำเร็จรูป กาแฟ 3 in 1 อาหารเสริมลดความอ้วน
4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ เนื่องจากธุรกิจกาแฟกระป๋องมีผู้ประกอบการอยู่หลายรายมีสินค้าทดแทนมากทำให้ผู้ซื้อมีทางเลือกมาก และต้นทุนในการที่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคจะหันไปซื้อจากผู้ประกอบการรายอื่น ต่ำมากหรือไม่มีเลย ดังนั้นผู้ซื้อจึงมีอำนาจต่อรองค่อนข้างสูง แต่ผู้ประกอบการก็สามารถสร้างอำนาจในการต่อรองของตนให้สูงขึ้นได้ ด้วยการพัฒนารสชาติรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม จะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความจงรักภักดีต่อตัวสินค้าได้
5. อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ เนื่องจากเมล็ดกาแฟที่ผลิตกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม เป็นกาแฟอราบิก้า ที่ผลิตได้ในประเทศและมีผู้ค้าหลายราย รวมถึงการนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีอำนาจต่อรองสูงกว่าผู้ขายวัตถุดิบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลจากแบบสอบถามที่สำรวจจากกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 400 คน ในเขตพื้นที่การศึกษา ข้อมูลในส่วนนี้เป็นการศึกษาถึงข้อมูลส่วนบุคคลในด้านต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อครั้งของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม โดยจะนำเสนอในรูปแบบความถี่และร้อยละ (ตารางที่ 2)

จากผลการศึกษาเป็นการสำรวจประชากรกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 และเป็นเพศชาย 129 คนคิดเป็นร้อยละ 32.25 โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20-35 ปี มีจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 และช่วงอายุ 36-50 ปี มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 ส่วนข้อมูลทางด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพเป็นข้าราชการและรัฐวิสาหกิจมีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมาเป็นพนักงานหน่วยงานธุรกิจมีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 เป็นคนงาน/ลูกจ้าง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้านจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และในส่วนของข้อมูลรายได้เฉลี่ย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟต่อครั้งน้อยกว่า 40 บาท มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 ค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟในช่วง 41-80 บาท มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 ค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟในช่วง 81-120 บาท มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และมากกว่า 120 บาท มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อวัน และค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	271	67.75
ชาย	129	32.25
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ	20-35 ปี	268	67.00
	36-50 ปี	132	33.00
รวม		400	100.00
อาชีพ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	143	35.75
	พนักงานหน่วยงานธุรกิจ	113	28.25
	คนงาน/ลูกจ้าง	64	16.00
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	36	9.00
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	44	11.00
รวม		400	100.00
ข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 5,000 บาท	48	12.00
	5,001 – 10,000 บาท	124	31.00
	10,001 – 15,000 บาท	94	23.50
	15,001 – 20,000 บาท	118	29.50
	มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป	16	4.00
รวม		400	100.00
ค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟต่อครั้ง	น้อยกว่า 40 บาท	167	41.75
	41-80 บาท	125	31.25
	81-120 บาท	65	16.25
	มากกว่า 120 บาท	43	10.75
รวม		400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม

จากการออกแบบสอบถามผู้บริโภค 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน เคยมีประสบการณ์ในการบริโภคกาแฟ คิดเป็น ร้อยละ 100 ประเภทของกาแฟที่นิยมบริโภค ได้แก่ กาแฟผงกึ่งสำเร็จรูป มีจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 ผู้ที่บริโภคกาแฟกระป๋องมีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 และร้านกาแฟฟรีเมียม มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ส่วนสถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อกาแฟมากที่สุด ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น-อีเลฟเว่น, แฟมิลี่ มาร์ท มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือร้านในห้างสรรพสินค้า มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ร้านตามบริเวณทางเดิน มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 รายละเอียดดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมกาแฟบริโภคกาแฟ

พฤติกรรมกาแฟบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเภทของกาแฟที่บริโภคเป็นประจำ		
กาแฟผงกึ่งสำเร็จรูป	181	45.25
กาแฟกระป๋อง	137	34.25
ร้านกาแฟฟรีเมียม	82	20.50
รวม	400	100.00
สถานที่ที่ซื้อกาแฟ		
ร้านตามบริเวณทางเดิน (รถเข็น, หาบเร่หรือแผงลอย)	67	16.75
ร้านสะดวกซื้อ (เช่น 7-11, Family Mart)	145	36.25
ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (เช่น Big C, Lotus)	52	13.00
ร้านในปั้มน้ำมัน	40	10.00
ร้านในห้างสรรพสินค้า	96	24.00
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อกาแพกป้องลดความอ้วนพร้อมดื่ม

ความตั้งใจซื้อโดยตรงของผู้บริโภคต่อกาแพกป้องลดความอ้วนพร้อมดื่ม ผลสำรวจการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อกาแพกป้องลดความอ้วนพร้อมดื่ม 400 คน พบว่า มีผู้บริโภคที่รู้จัก มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 และไม่รู้จัก จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.25 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อกาแพกป้องลดความอ้วนพร้อมดื่ม

ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การรับรู้		
รู้จัก	91	22.75
ไม่รู้จัก	309	77.25
รวม	400	100.00

ผลสำรวจความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อกาแพกป้องลดความอ้วนพร้อมดื่ม 400 คน พบว่า มีผู้บริโภคที่ซื้อแน่นอน มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อาจจะมีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 และไม่ซื้อ มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 (ตารางที่ 5) และราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้มากที่สุดเฉลี่ยประมาณ 13 บาทต่อกระป๋อง

ตารางที่ 5 ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อกาแพกป้องลดความอ้วนพร้อมดื่ม

ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	40	10.00
อาจจะซื้อ	220	55.00
ไม่ซื้อ	140	35.00
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคที่ได้จากแบบสอบถาม พบว่าโดยปกติแล้วผู้บริโภคมีการเติมกาแฟอยู่แล้ว ประเภทกาแฟที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ กาแฟผงสำเร็จรูป ความถี่เฉลี่ยในการบริโภคกาแฟอยู่ที่ 4 กระจบต่อสัปดาห์ โดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 40 บาท (ตารางที่ 2)

ในส่วนของผู้บริโภคกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่มในเขตกรุงเทพมหานครที่ผู้ศึกษาสนใจทำการศึกษา พบว่า มีความต้องการซื้อถึง 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คนที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร และธุรกิจกาแฟกระป๋องสำเร็จรูปยังมีมูลค่าตลาดทั้งประเทศประมาณ 8,000 ล้านบาท เมื่อเทียบกับมูลค่าของกาแฟชนิดอื่น ถือว่า เป็นมูลค่าที่สูงเป็นอันดับสองรองจากกาแฟผงสำเร็จรูป ซึ่งถือว่ามีมูลค่าสูงและน่าสนใจลงทุนในธุรกิจกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม

ส่วนแบ่งการตลาด

ในด้านส่วนแบ่งทางการตลาดนั้น ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาดมี 2 ประการ (ฐาปนา, 2542) ซึ่งประกอบด้วยความเข้มข้นของการแข่งขัน และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จากการศึกษาจากเอกสาร ในตลาดกาแฟถือได้ว่าการแข่งขันที่รุนแรง เพราะตลาดกาแฟนับว่าเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูงถึง 8,500 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีคู่แข่งจำนวนมากหลายรายและแต่ละรายก็ใช้กลยุทธ์ใหม่ๆ ที่จะทำให้สินค้าเหล่านั้นน่าสนใจ (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด, 2550) โดยมีแบรนด์ผู้นำตลาดคือ เบอร์ดี้ครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดถึงร้อยละ 40 ของมูลค่าทั้งหมดในตลาดผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่ม รองลงมาคือ เนสกาแฟ ร้อยละ 25 และส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 35 เป็นแบรนด์อื่นๆ แต่จากการออกแบบสอบถามสำรวจจากประชากรตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง พบว่าประชากรตัวอย่างเลือกที่จะบริโภค กาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์ทิฟ 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 เกินกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ครองตลาด จึงชี้ให้เห็นว่าถ้าเกิดธุรกิจขึ้นจะส่งผลให้มีความเป็นไปได้

ในส่วนแบ่งการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวโน้มตลาด

การศึกษาแนวโน้มของตลาด เป็นการศึกษาถึงทิศทางความต้องการของตลาดต่อผู้บริโภคว่าจะมีมากขึ้นหรือน้อยเมื่อเวลาเปลี่ยนไป พบว่า สำหรับแนวโน้มตลาดของกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม นั้นมีโอกาสสูงที่จะมีความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของมูลค่าของตลาดกาแฟมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น การเติบโตในอัตราที่ใกล้เคียง กับปีที่ผ่านๆ มา คือ ที่ประมาณร้อยละ 10 เป็นผลจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมา บริโภคเครื่องดื่มกาแฟมากขึ้น (สยามธุรกิจ, 2550) ในช่วงปีที่ผ่านมา ตลาดกาแฟยังมีอัตราการเติบโตที่อยู่ที่ร้อยละ 10 โดยมีมูลค่าตลาดทั้งสิ้น 25,600 ล้านบาท ซึ่งแตกต่างจากตลาดอื่นๆ ที่มีการเติบโตที่ลดลง อุตสาหกรรมธุรกิจกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มของประเทศไทยในปัจจุบันนั้นมีมูลค่ารวมสูงถึง 8,500 ล้านบาท จากตลาดกาแฟในประเทศทั้งหมดกว่า 25,600 ล้านบาท (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย จำกัด, 2550) ความต้องการผลิตภัณฑ์กาแฟกระป๋องพร้อมดื่มเริ่มมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมีความเร่งรีบในการดำเนินชีวิตมากขึ้น ถึงแม้ว่าจะมีสินค้าทดแทนได้ไม่ว่าจะเป็นกาแฟในรูปแบบต่างๆก็ตาม แต่คุณภาพและรสชาติตลอดจนราคาที่แตกต่างกัน และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยน ทำให้ความต้องการกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มมีแนวโน้มที่ดีขึ้น (ประชาชาติธุรกิจ, 2550)

จากรายงานของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้รายงานอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ไตรมาสที่ 3/2551 อยู่ที่ร้อยละ 4.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า (Year-on-Year) ชะลอลงจากร้อยละ 5.3 ในไตรมาสที่ 2/2551 ต่ำกว่าที่หลายฝ่ายคาด การชะลอตัวดังกล่าวส่วนสำคัญเป็นผลมาจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในช่วงเดือนกันยายน ที่ส่งผลให้มีการชะลอการตัดสินใจลงทุนและการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของชาวต่างชาติ นอกจากนี้ สศช. ได้ปรับลดประมาณการอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในปี 2551 เป็นร้อยละ 4.5 จากประมาณการเมื่อครั้งก่อนหน้าอยู่ที่ร้อยละ 5.2-5.7 ขณะที่คาดการณ์แนวโน้มอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจในปี 2552 อยู่ระหว่างร้อยละ 3.0-4.0 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552)

จากสภาพโดยรวมของธุรกิจกาแฟที่มีมูลค่าสูงถึง 25,600 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นกาแฟกระป๋องสำเร็จรูปพร้อมดื่ม 8,500 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 10 คือ ประมาณปีละ 850 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศไทย (GDP) อยู่ที่ร้อยละ 3.0-4.0 ต่อปี จะเห็นได้ว่าอัตราการเติบโตของธุรกิจกาแฟเติบโตสูงกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมใน

ประเทศไทย (GDP) อยู่เกือบเท่าตัว ดังนั้นถือได้ว่ามีความเป็นไปได้ด้านแนวโน้มของตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์อุปสงค์

1. จำนวนจากผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์กาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่มในเขตกรุงเทพมหานครต่อสัปดาห์ จากการสุ่มสำรวจประชากรตัวอย่าง 400 ตัวอย่างในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร แล้วจากนั้นนำมาคำนวณดังนี้

จำนวนของผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์กาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม = จำนวนลูกค้าเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานคร (ศูนย์บริการข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2552) \times ร้อยละของผู้สนใจผลิตภัณฑ์กาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร

แทนค่า

$$\text{จำนวนผู้ที่สนใจ} = 551,374 \times 0.1 \quad \text{คน}$$

$$\text{จำนวนผู้ที่สนใจ} = 55,138 \quad \text{คน}$$

2. จำนวนปริมาณการซื้อทั้งหมด (กระป๋องต่อสัปดาห์) ของผู้สนใจผลิตภัณฑ์กาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร (จากแบบสอบถาม)

ปริมาณการซื้อ = จำนวนผู้ที่สนใจ \times จำนวนกระป๋องที่ต่อสัปดาห์ (จากแบบสอบถาม)

แทนค่า

$$\text{ปริมาณการซื้อ} = 55,138 \times 0.4 \quad \text{กระป๋องต่อสัปดาห์}$$

$$\text{ปริมาณการซื้อ} = 22,055 \quad \text{กระป๋องต่อสัปดาห์}$$

3. คำนวณยอดขายเฉลี่ยต่อสัปดาห์ โดยคำนวณจากจำนวนยอดขายดังนี้

ยอดขายเฉลี่ย = จำนวนกระป๋องที่ซื้อต่อสัปดาห์ \times ราคาเฉลี่ย (จากแบบสอบถาม)

$$\text{ยอดขายเฉลี่ย} = 22,055 \times 13 \quad \text{บาทต่อสัปดาห์}$$

$$\text{ยอดขายเฉลี่ย} = 286,715 \quad \text{บาทต่อสัปดาห์}$$

$$\begin{aligned} \text{ยอดขายเฉลี่ย(ต่อเดือน)} &= \text{ยอดขายเฉลี่ยต่อสัปดาห์} \times \text{จำนวนสัปดาห์ใน 1 เดือน} \\ &= 1,146,860 \quad \text{บาทต่อเดือน} \end{aligned}$$

$$\text{ยอดขายเฉลี่ย(ต่อปี)} = \text{ยอดขายเฉลี่ยต่อสัปดาห์} \times \text{จำนวนสัปดาห์ใน 1 ปี}$$

$$= 13,762,320 \quad \text{บาทต่อปี}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการประมาณการอุปสงค์ของกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่มในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า จะมียอดขายต่อสัปดาห์เท่ากับ 286,715 บาท ดังนั้นจะมียอดขายต่อเดือนเท่ากับ 1,146,860 บาทและจะมียอดขายในปีแรกเท่ากับ 13,762,320 บาท และจะมียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี อ้างอิงจากแนวโน้มของตลาดที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประมาณร้อยละ 10 ต่อปี

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดจากการเก็บแบบสอบถามของผู้ศึกษา พบว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ประกอบด้วยขนาดตลาดมีขนาดถึงร้อยละ 10.00 ของกลุ่มเป้าหมายและมีความสามารถในการที่จะแย่งส่วนแบ่งตลาดมาจากคู่แข่งรายอื่น ๆ ได้ด้วย รวมไปถึง ตลาดรวมของกาแฟจะเติบโตขึ้นประมาณ ร้อยละ 10 ซึ่งจะมีผลให้แนวโน้มของผู้บริโภคมีจำนวนที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจากการศึกษารายละเอียดทางการตลาดแล้ว พบว่ามีความน่าสนใจในการที่จะลงทุนในโครงการ จึงสรุปผลการศึกษาทางด้านการตลาดว่ามีความเป็นไปได้

ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

ในส่วนของการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคจะกล่าวถึงระบบการจัดตั้ง ทำเลที่ตั้ง ตลอดจนความเหมาะสมในการจัดตั้งในด้านต่าง ๆ และสรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค โดยมีรายละเอียดดังนี้

ระบบการผลิต

ระบบการผลิตศึกษาถึงปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยนำเข้า ปัจจัยนำเข้าที่ใช้ในการผลิตกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมาก เพื่อการผลิต ผลิตภัณฑ์ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ
 - 1.1 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตนั้นคือ กาแฟผงสำเร็จรูป เนเจอร์กิฟ
 - 1.2 น้ำ ใช้ในการผสมหรือเติมเป็นส่วนประกอบของการผลิต โดยน้ำที่ใช้จำเป็นต้องคำนึงถึงความสะอาด ซึ่งที่มาของน้ำได้จากการประปาและผ่านเครื่องกรองของโรงงานก่อนนำมาใช้ในการผลิต
 - 1.3 ไฟฟ้า ในการผลิตนั้นจำเป็นต้องใช้เครื่องจักรทั้งในการบรรจุ และกิจกรรมต่างๆ ที่ใช้ในการผลิต ตลอดการผลิต

2. กระบวนการผลิตจะมีอุปกรณ์และวิธีการ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.วัตถุดิบ

2.1.1 กาแฟผงสำเร็จรูป เนเจอร์กิฟ

2.1.2 น้ำ

2.1.3 กระจก

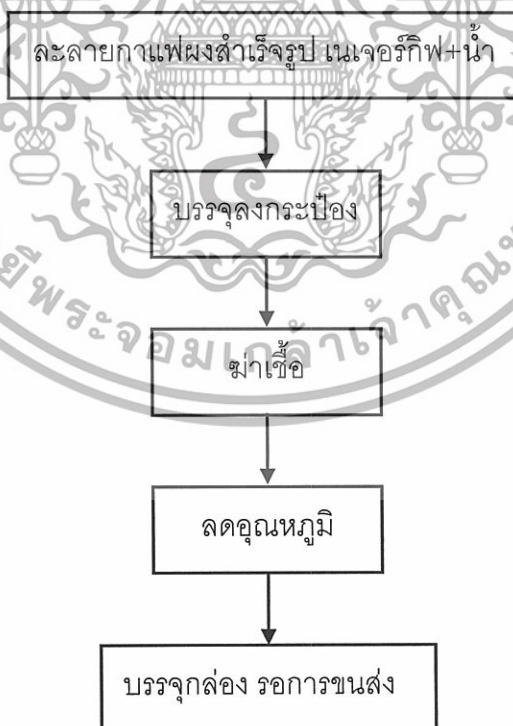
2.2 อุปกรณ์

2.2.1 แท็งค์สำหรับผสมกาแฟผงสำเร็จรูปกับน้ำ

2.2.2 เครื่องบรรจุกาแฟผง

2.2.3 เครื่องอบฆ่าเชื้อ

2.3 ขั้นตอนในการผลิตกาแฟผง ลดความชื้นพร้อมดื่ม กระบวนการผลิตกาแฟผงจะใช้กาแฟสำเร็จรูป เนเจอร์กิฟมาละลายน้ำ เนื่องจากควบคุมมาตรฐานของรสชาติได้ง่าย (รสชาติเหมือนเดิมทุกครั้ง) โดยละลายส่วนผสมในแท็งค์ แล้วดูดไปตามระบบท่อ บรรจุลงกระป๋องโดยเข้ารางใช้เครื่องบรรจุที่มีระบบดูดอากาศออก แล้วนำไปฆ่าเชื้อใน Retort ตามอุณหภูมิและเวลาที่กำหนดไว้ นำกาแฟผงที่ฆ่าเชื้อแล้วมาลดอุณหภูมิลงอย่างรวดเร็ว ตั้งทิ้งไว้ให้กระป๋องแห้ง แล้วก็เรียงใส่บรรจุภัณฑ์รอขนส่ง ตามภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการผลิตกาแฟผง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ปัจจัยนำออก คือ ผลิตภัณฑ์กาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ ขนาดกระป๋องละ 180 ลูกบาศก์เซนติเมตร ช่วยลดน้ำหนักโดยไม่มีผลกระทบต่อสุขภาพ และยังเป็นกาแฟเพื่อสุขภาพเพราะมีแคลอรีต่ำ

การจัดหาวัตถุดิบ

เนื่องจากการผลิตกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ ใช้วัตถุดิบหลักเป็นกาแฟผงสำเร็จรูป ซึ่งทางบริษัทเนเจอร์กิฟเป็นผู้ผลิตเองและการผลิตกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนสำเร็จรูปอยู่ภายใต้แบรนด์ของบริษัทเนเจอร์กิฟ จึงต้องใช่วัตถุดิบจากบริษัทเนเจอร์กิฟ ที่มีการผลิตที่มีคุณภาพ

กำลังการผลิต

อัตราการผลิตกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่มจะอยู่ที่ประมาณ 30 กระป๋องต่อนาที เมื่อทำงานวันละ 5 ชั่วโมงจะผลิตได้ 9,000 กระป๋องต่อวัน โดยจะทำการผลิตสัปดาห์ละ 5 วัน จะผลิตได้ 45,000 กระป๋องต่อสัปดาห์ ดังนั้นกำลังการผลิตสูงสุดจะอยู่ที่ประมาณ 2,340,000 กระป๋องต่อปี

ทำเลที่ตั้ง

1. ที่ดิน สิ่งที่ใช้เป็นปัจจัยในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ระยะทางจากแหล่งวัตถุดิบและความสะดวกในการดำเนินการ เนื่องจากโรงงานผลิตกาแฟผงสำเร็จรูปเนเจอร์กิฟและสำนักงานตั้งอยู่ที่ ตำบลไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และมีพื้นที่ว่างพอที่จะจัดตั้งธุรกิจกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม ซึ่งมีระบบน้ำและไฟฟ้าที่จะอำนวยความสะดวกในการผลิต และมีการคมนาคมที่สะดวกในการจัดส่งผลิตภัณฑ์กาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่มออกสู่ตลาดได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และเนื่องจากอยู่ในบริเวณโรงงานเนเจอร์กิฟ ที่ผลิตกาแฟผงสำเร็จรูปซึ่งเป็นวัตถุดิบของโรงงานกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม ทำให้สามารถลดต้นทุนในส่วนของการขนส่งวัตถุดิบ

2. แรงงาน แรงงานที่ใช้ในการบริการภายในชุมชนหาได้ง่าย เนื่องจากภายในจังหวัดนครปฐม มีสถานศึกษาหลายแห่ง เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม มหาวิทยาลัยเกษตรวิทยา เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เขตกำแพงแสน มหาวิทยาลัยศิลปากร รวมถึงมีแรงงานที่ไม่มีทักษะ จำนวนมาก เนื่องจากมีประชากรจำนวนมากภายในพื้นที่ ซึ่งทั้งโครงการประกอบด้วยแรงงานทั้งหมด 10 คน ดังนี้

2.1 ผู้จัดการโครงการ 1 คน ทำหน้าที่จัดการโครงการโดยทั่วไปและงานบริหารต่าง ๆ

2.2 พนักงานควบคุมกระบวนการผลิตจำนวน 1 คน

2.4 พนักงานในกระบวนการบรรจุกล่องจำนวน 5 คน

2.5 พนักงานส่งสินค้า 3 คน

3. การคมนาคม จะใช้เส้นทางถนนพุทธมณฑลสาย 5 เป็นหลักซึ่งห่างจากกรุงเทพมหานครที่เป็นตลาดเป้าหมายประมาณ 35 กิโลเมตร ทำให้มีความสะดวกรวดเร็วในการส่งผลิตภัณฑ์กำแพงระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม ถึงลูกค้าเป้าหมาย

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จะต้องทำก่อนที่โครงการจะเกิดขึ้นจริง ดังนั้นจึงต้องมีการประมาณด้านการเงินของโครงการ ได้แก่ การประมาณค่าใช้จ่าย และผลตอบแทนที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการ ซึ่งช่วยในการตัดสินใจว่าโครงการสมควรที่จะลงทุนหรือไม่ ซึ่งการวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการจัดตั้งธุรกิจกำแพงระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ จะมุ่งเน้นวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของโครงการจัดตั้งธุรกิจกำแพงระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นหลัก

แหล่งที่มาของการลงทุน

1. ส่วนของเจ้าของ จำนวน 3,000,000 บาท
2. แหล่งเงินทุนภายนอก ใช้บริการสินเชื่อเพื่อธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ประเภทเงินกู้ที่มีระยะเวลาไม่เกิน 10 ปี (MLR: minimum lending rate) จากธนาคารออมสิน เนื่องจากมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่นๆ (ตารางที่ 6) จำนวน 3,000,000 บาทรวมทั้งสิ้น 6,000,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารที่อยู่ในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

ธนาคาร	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้
ออมสิน	6.50
ไทยพาณิชย์	7.00
กสิกรไทย	7.75
กรุงไทย	7.00
กรุงเทพ	7.50
กรุงศรีอยุธยา	7.25
ธนชาติ	6.75

ที่มา: (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2552)

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ร้อยละ 6.50 (ธนาคารออมสิน, 2552) ซึ่งค่าดอกเบี้ยเงินกู้นั้นถูกนำไปคิดในบต้นทุนในส่วนของค่าใช้จ่ายอื่นๆ สามารถคำนวณ ค่าดอกเบี้ยเงินกู้ได้ดังนี้ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 การชำระเงินกู้ของโครงการ ระยะเวลา 1 ปี (บาท)

ปีที่	เงินต้น	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละ)	ค่าดอกเบี้ยเงินกู้	จำนวนเงินที่ต้องชำระ	เงินที่ชำระ
1	3,000,000	6.5	195,000	3,195,000	3,195,000

ที่มา : (จากการคำนวณ)

อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

ในปัจจุบันค่าอัตราคิดลดซึ่งสำนักงานสถิติแห่งชาติกำหนดไว้ของประเทศกำลังพัฒนา จะมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ 8 ถึงร้อยละ 12 ซึ่งโครงการจัดตั้งธุรกิจกาแพกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ เลือกลงใช้อัตราคิดลดที่ร้อยละ 12 (รัตนพล, 2549)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุโครงการ

กำหนดอายุโครงการเท่ากับ 10 ปี เนื่องจากอายุของเครื่องจักรและวัฏจักรธุรกิจผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงทุกๆ 10 ปี ตามนโยบายหลักของการส่งเสริมธุรกิจของประเทศไทยเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด ซึ่งอาจจะส่งผลให้ความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ลดลง

ดังนั้นโครงการจัดตั้งธุรกิจกาแพกแพคเกจ ลดความอ้วนพร้อมดื่ม แบ่งการดำเนินงานออกเป็นระยะก่อนดำเนินงาน 1 ปี คือปี พ.ศ. 2552 และระยะในการดำเนินงาน 9 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 – 2561 รวมระยะเวลา โครงการ 10 ปี

การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ

การประมาณการค่าใช้จ่ายของโครงการ เป็นการวิเคราะห์ที่สำคัญทางการเงิน ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจของผู้ลงทุนว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางการเงินหรือไม่ มีรายละเอียดค่าใช้จ่ายประเภทต่างๆ ดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายในการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ประกอบไปด้วย

1.1 ค่าวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง ค่าก่อสร้าง และค่าติดตั้งระบบสาธารณูปโภค

ประกอบด้วย

1.1.1 โรงงานผลิตกาแพกแพคเกจ ใช้หลักเป็นวัสดุหลักในการก่อสร้าง จำนวน 1 หลัง รวม 500,000 บาท

1.1.2 คลังเก็บสินค้าออกขนส่ง ใช้หลักวัสดุหลักในการก่อสร้าง รวม 350,000 บาท

1.1.3 ค่าวางระบบประปา ทั้งโครงการ รวมทั้งสิ้น 7,000 บาท

1.1.4 ค่าติดตั้งหม้อไฟฟ้า ทั้งโครงการรวมทั้งสิ้น 30,000 บาท

1.2 ค่าอุปกรณ์ต่างๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงงาน

ประกอบด้วย

1.2.1 ค่าเครื่องบรรจุแพคเกจ 400,000 บาท (บริษัท Delmax

Machinery)

1.2.2 ค่าเครื่องอบฆ่าเชื้อ 250,000 บาท (บริษัท Delmax Machinery)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2.3 รถกระบะโตโยต้า รุ่นไฮลักซ์ วีโก้ โนแคป จำนวน 3 คัน มูลค่า 1,260,000 บาท (บริษัท โตโยต้า สาขานครปฐม, 2551)

1.3 เงินทุนหมุนเวียน จำนวน 300,000 บาท โดยผู้ลงทุนจะเตรียมเงินทุนหมุนเวียนไว้ นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายลงทุนประเภทอื่นๆ เพื่อความราบรื่นในการดำเนินงาน ซึ่งจะได้รับคืนเมื่อหมดอายุโครงการ

รวมการประมาณเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 เงินทุนโครงการทั้งหมด (บาท)

รายการ	จำนวน	หน่วยละ (บาท)	รวม (บาท)
ค่าวัสดุ ค่าก่อสร้าง			
โรงงาน	1	2,000,000	2,000,000
คลังสินค้า	1	1,500,000	1,500,000
ระบบประปา	1	7,000	7,000
ติดตั้งหม้อไฟฟ้า	1	30,000	30,000
ค่าอุปกรณ์			
เครื่องบรรจุกระป๋อง	1	400,000	400,000
เครื่องอบฆ่าเชื้อ	1	250,000	250,000
รถกระบะโตโยต้า	3	420,000	1,260,000
เงินทุนหมุนเวียน			300,000
รวม			5,747,000

ที่มา: (จากการคำนวณ)

จากตารางที่ 8 พบว่ามีเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ 5,747,000 บาท ซึ่งเงินลงทุนโครงการส่วนใหญ่เป็นเงินลงทุนในปีปัจจุบัน (ปีที่ 0) หรือเรียกอีกอย่างได้ว่า เงินลงทุนเริ่มแรก

2. ต้นทุนในการดำเนินงาน เริ่มโครงการจนถึงวันสิ้นสุดโครงการ ประกอบด้วย

2.1 ค่าเช่าที่ดินจำนวน 1.5 ไร่ หรือ 600 ตารางวา โดยเช่าที่ดินจากบริษัท เนเจอร์ กิฟ เจ้าของพื้นที่บริเวณ หมู่ 12 ตำบลไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม จำนวน 360,000 บาทต่อปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ค่าวัตถุดิบ ใช้กาแฟผงสำเร็จรูปจาก บริษัท เนเจอร์กิฟ จากการสำรวจ บริษัท เนเจอร์กิฟจะส่งกาแฟผงสำเร็จรูปให้ในราคา กิโลกรัมละ 110 บาท ในหนึ่งวันต้องใช้กาแฟผง 135 กิโลกรัม เพื่อผลิตกาแฟกระป๋องให้ได้ 9,000 กระป๋อง (กระป๋องละ 15 กรัม) คิดเป็นเงิน 14,850 บาทต่อวัน

2.2.1 ค่ากระป๋องที่นำมาบรรจุกาแฟ กระป๋องละ 0.50 บาท ผลิต 9,000 กระป๋อง เป็นเงิน 4,500 บาทต่อวัน

2.3 ค่าจ้างแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต

2.3.1 ค่าจ้างผู้จัดการโครงการ 1 คน อัตราจ้างเดือนละ 35,000 บาท

2.3.2 ค่าจ้างพนักงานควบคุมฝ่ายผลิต 1 คน อัตราจ้างเดือนละ 18,000 บาท

2.3.3 ค่าจ้างพนักงานบรรจุกาแฟกระป๋อง 5 คน วันละ 203 บาทต่อคน (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครปฐม, 2551)

2.3.4 ค่าจ้างพนักงานขนส่งสินค้า 3 คน อัตราจ้างเดือนละ 8000 บาทต่อคน

รวมต้นทุนแรงงาน 107,450 บาท ต่อเดือน (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ค่าจ้างพนักงานต่อเดือน (บาท)

รายการ	จำนวน(คน)	อัตราจ้าง	เป็นเงิน
ผู้จัดการโครงการ	1	35,000	35,000
พนักงานควบคุมการผลิต	1	18,000	18,000
พนักงานในการบรรจุ	5	203 (ต่อวัน)	30,450 (ต่อเดือน)
พนักงานขนส่งสินค้า	3	8,000	24,000
รวม ค่าจ้าง แรงงาน ทางตรง			107,450

ที่มา: (จากการคำนวณ)

2.4 ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค (ตารางที่ 10) ประกอบด้วย

2.4.1 ค่าน้ำประปา จากการประเมินของการประปานครหลวง

2.4.2 ค่าไฟฟ้า จากการประเมินของการไฟฟ้านครหลวง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3 ค่าน้ำมัน ใช้แก่ธรรมชาติสำหรับรถกระบะ ในการขนส่งสินค้า
ประมาณปีละ 40,000 บาท

ตารางที่ 10 ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค ต่อปี (บาท)

รายการ	เป็นเงิน (บาทต่อปี)
ค่าน้ำ	360,000
ค่าไฟฟ้า	240,000
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	40,000
รวมค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค	640,000

ที่มา: (จากการคำนวณ)

2.5 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ค่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เท่ากับร้อยละ 6.50

2.6 ค่าภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คิดอัตราร้อยละ 30 (กรมสรรพากร, 2551)

ค่าเสื่อมราคา

ในความเป็นจริงธุรกิจต่างๆ ต้องนำค่าเสื่อมราคาของสิ่งปลูกสร้าง เครื่องจักร และอุปกรณ์
มาคิดด้วย ซึ่งโครงการธุรกิจกาแพะป้องกัน ลดความอ่อนพร้อมดื่ม ใช้การคิดค่าเสื่อมราคาแบบ
เส้นตรง เนื่องจากสิ่งปลูกสร้าง เครื่องจักรและอุปกรณ์ของโครงการมีอัตราการใช้งานสม่ำเสมอ
ตลอดอายุการใช้งาน แบ่งออกเป็น

1. ค่าเสื่อมราคาสิ่งปลูกสร้างที่อยู่โครงการ 10 ปี สามารถคำนวณ ได้ดังนี้ (ตารางที่ 11)
- $$\begin{aligned} \text{ราคาทุนแท้จริงสิ่งปลูกสร้าง} &= \text{โรงงาน} + \text{คลังสินค้า} \\ &= 2,000,000 + 1,500,000 \\ &= 3,500,000 \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 ค่าเสื่อมราคาสิ่งปลูกสร้าง (บาท)

รายการ	ทุน(บาท)	อายุโครงการ(ปี)	ค่าเสื่อมราคา
ราคาทุนแท้จริงสิ่งปลูกสร้าง	3,500,000	10	350,000

ที่มา: (จากการคำนวณ)

2. ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ต่างๆ คิดราคามูลค่าซากที่ร้อยละ 10 ต่อปี สามารถคำนวณค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร และอุปกรณ์ได้ดังนี้ (ตารางที่ 12)

$$\begin{aligned} \text{ทุนอุปกรณ์อายุใช้งาน 10 ปี} &= \text{เครื่องบรรจุกาแฟกระป๋อง} + \text{เครื่องอบฆ่าเชื้อ} + \text{รถกะบะ} \\ &= 400,000 + 250,000 + 1,260,000 \\ &= 1,910,000 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ตารางที่ 12 ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร และอุปกรณ์ (บาท)

รายการ	ทุน(บาท)	อายุโครงการ(ปี)	ค่าเสื่อมราคา
ทุนอุปกรณ์อายุใช้งาน 10 ปี	1,910,000	10	191,000

ที่มา: (จากการคำนวณ)

งบต้นทุนการผลิต

คำนวณได้จากการนำต้นทุนในการดำเนินงานทั้งหมดมารวมกัน ประกอบด้วย วัตถุดิบ ในการผลิตกาแฟกระป๋อง ลดความอ่อนพร้อมดื่ม ซึ่งราคาวัตถุดิบจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และร้อยละ 10 ต่อปี ตามลำดับ (กรมการค้าภายใน, 2550) ค่าแรงงาน ค่าสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายอื่นๆ โดยค่าใช้จ่ายต่างๆ เหล่านี้จะเท่ากันทุกปี เนื่องจากจำนวนผู้บริโภค ในแต่ละปีมีปริมาณใกล้เคียงกัน (ตารางที่ 13)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งบกำไรขาดทุน

คำนวณได้โดยนำค่าที่ได้จากการการขายผลิตภัณฑ์หักด้วยต้นทุนผลิต ไม่รวมค่าเสื่อมราคา (ตารางที่ 13) หักภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา แล้วจะทำให้ทราบถึงสถานะด้านการเงินของโครงการธุรกิจกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่มเนเจอร์กิฟ (ตารางที่ 14)

งบกระแสเงินสดสุทธิ

คำนวณได้จากการนำรายได้จากการขาย หักด้วยต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ไม่รวมค่าเสื่อมราคา (ตารางที่ 13) หักด้วยภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กระแสเงินสดรับสุทธิจะนำไปใช้วิเคราะห์ด้านการเงิน ดังนี้ (ตารางที่ 15)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 ประมาณการต้นทุนการผลิตของโครงการ

รายการปีที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ค่าเช่าที่ดิน	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
ค่าวัตถุดิบ	3,861,000	3,861,000	3,861,000	3,861,000	3,861,000	3,861,000	3,861,000	3,861,000	3,861,000	3,861,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหารงาน และ แรงงาน	1,289,400	1,289,400	1,289,400	1,289,400	1,289,400	1,289,400	1,289,400	1,289,400	1,289,400	1,289,400
ค่าสาธารณูปโภค	640,000	640,000	640,000	640,000	640,000	640,000	640,000	640,000	640,000	640,000
รวมต้นทุนแปรผัน(ไม่รวมค่าเสื่อม)	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400
ค่าเสื่อมราคาสั่งปลูกสร้าง	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร	191,000	191,000	191,000	191,000	191,000	191,000	191,000	191,000	191,000	191,000
รวมค่าเสื่อมราคา	541,000	541,000	541,000	541,000	541,000	541,000	541,000	541,000	541,000	541,000
ต้นทุนรวมการผลิต	6,691,400	6,691,400	6,691,400	6,691,400	6,691,400	6,691,400	6,691,400	6,691,400	6,691,400	6,691,400

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 ประมาณการงบกำไรขาดทุนของโครงการ

รายการ/ปี	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
รายรับจากการขาย	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320
หักต้นทุนการผลิต(ไม่รวมค่า เสื่อม)	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400
กำไรเริ่มต้น	7,611,920	7,611,920	7,611,920	7,611,920	7,611,920	7,611,920	7,611,920	7,611,920	7,611,920	7,611,920
หักดอกเบี้ยจ่าย	195,000									
กำไรก่อนหักภาษี	7,416,920	7,416,920	7,416,920	7,416,920	7,416,920	7,416,920	7,416,920	7,416,920	7,416,920	7,416,920
หักภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา(ร้อยละ30)	4,128,696	4,128,696	4,128,696	4,128,696	4,128,696	4,128,696	4,128,696	4,128,696	4,128,696	4,128,696
กำไรสุทธิ	3,288,224	3,288,224	3,288,224	3,288,224	3,288,224	3,288,224	3,288,224	3,288,224	3,288,224	3,288,224
กำไรสะสม	3,288,224	6,771,448	10,254,672	13,737,896	17,221,120	20,704,344	24,187,568	27,670,792	31,154,016	34,637,240

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ

รายการปีที่	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
กระแสเงินสดรับ											
รายได้จากการขายสินค้า	0	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320
รวมกระแสเงินสดรับ	0	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320	13,762,320
กระแสเงินสดจ่าย											
เงินลงทุนสินทรัพย์ถาวร	5,747,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ต้นทุนการผลิต (ไม่รวมค่าเสื่อม)	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400	6,150,400
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ร้อยละ 30)	4,128,696	4,128,696	4,128,696	4,128,696	4,128,696	4,128,696	4,128,696	4,128,696	4,128,696	4,128,696	4,128,696
เงินชำระคืนธนาคาร	3,195,000										
รวมกระแสเงินสดจ่าย	13,474,096	10,279,096	10,279,096	10,279,096	10,279,096	10,279,096	10,279,096	10,279,096	10,279,096	10,279,096	10,279,096
กระแสเงินสดสุทธิ	288,224	3,483,224	3,483,224	3,483,224	3,483,224	3,483,224	3,483,224	3,483,224	3,483,224	3,483,224	3,483,224

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประมาณการผลตอบแทนของโครงการ

ผลตอบแทนจากโครงการธุรกิจกาแพะป้องกัน ลดความอ่อนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้

1. ผลตอบแทนที่มีตัวตน ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1.1 ผลตอบแทนทางตรง ได้แก่ รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์กาแพะป้องกัน ลดความอ่อนพร้อมดื่ม ซึ่งมีราคากระป๋องละ 13 บาท โดยในระยะเวลา 1 ปีทางบริษัทผู้ผลิตผลิตภัณฑ์กาแพะป้องกัน ลดความอ่อนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ จะมีผลตอบแทน (พยากรณ์จากกำลังการผลิตของบริษัท) เท่ากับ 13,762,320 บาท

2. ผลตอบแทนที่ไม่มีตัวตน หรือ ผลตอบแทนที่ไม่สามารถตีค่าเป็นตัวเลขได้ คือ สามารถลดปัญหาการว่างงานของชุมชนในอำเภอสามพราน และอำเภอใกล้เคียงได้ ช่วยเพิ่มการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ของอำเภอสามพราน

ผลการวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการธุรกิจกาแพะป้องกัน ลดความอ่อนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ นั้น มุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินที่จะได้รับในอนาคต ตลอดจนสามารถวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของโครงการ ช่วยในการวางแผนทางการเงินของผู้ลงทุน และเพื่อให้เกิดความมั่นใจ ประกอบกับโครงการสามารถดำเนินต่อไปโดยไม่เกิดปัญหาใดๆ ด้วยการประเมินค่าการลงทุนเพื่อพิจารณาว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่

โครงการธุรกิจกาแพะป้องกัน ลดความอ่อนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ ใช้การประเมินจากโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา ซึ่งสามารถจำแนกได้ 3 ประเภท คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนโครงการ และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน และการประเมินแบบไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน ได้ผลดังนี้ (ตารางที่ 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน

วิธีการประเมินการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	11,083,564
อัตราผลตอบแทนภายใน (ร้อยละ)	42
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (เท่า)	2.93
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 6 เดือน

ที่มา: (จากการคำนวณ)

จากตารางที่ 16 สามารถอธิบายผลการประเมินค่าการลงทุน ได้ดังนี้

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value: NPV) คือ ผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิในแต่ละปีตลอดอายุของโครงการกับเงินสดจ่ายลงทุนเกณฑ์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน พิจารณาจากค่าของมูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้ ซึ่งถ้ามีค่ามูลค่าปัจจุบันเท่ากับศูนย์แล้ว แสดงว่าผลตอบแทนโครงการนั้นไม่มีกำไรและไม่ขาดทุน ถ้าค่าของมูลค่าปัจจุบันมากกว่าศูนย์แล้ว แสดงว่าผลตอบแทนโครงการนั้นมีกำไร และในกรณีค่ามูลค่าปัจจุบันน้อยกว่าศูนย์แล้ว แสดงว่าผลตอบแทนโครงการนั้นขาดทุน

เมื่อทำการพิจารณาค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการจัดตั้งธุรกิจกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วน ที่อัตราผลตอบแทนที่ต้องการคือ ร้อยละ 12 ได้ค่าเท่ากับ 11,083,564 บาท ซึ่งมีความมากกว่าศูนย์ แสดงว่าโครงการธุรกิจกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนสำเร็จรูปพร้อมดื่ม ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือมีความเป็นไปได้ทางการเงินในการจัดตั้งโครงการ

2. อัตราผลตอบแทนโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) เป็นการคำนวณหาอัตราคิดลดหรืออัตราดอกเบี้ยที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการตลอดอายุของโครงการมีค่าเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุนโครงการ

ซึ่งอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการจัดตั้งธุรกิจกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วน เท่ากับร้อยละ 42 ซึ่งมีความมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการคือ ร้อยละ 12 ดังนั้นโครงการธุรกิจกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์ลิฟ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR) คือ อัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันผลตอบแทนโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่ายลงทุน ซึ่งในทางธุรกิจเรียกอัตราส่วนนี้ว่า ดัชนีการทำกำไร

เกณฑ์ความเป็นไปได้ทางการเงิน พิจารณาจากค่าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน ถ้าค่าที่ได้จากการคำนวณนั้นมีความมากกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนของโครงการมากกว่าเงินลงทุนหรือโครงการดังกล่าวมีกำไร ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนที่ได้จากการคำนวณนั้นน้อยกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนของโครงการน้อยกว่าเงินลงทุน คือ โครงการดังกล่าวประสบปัญหาขาดทุน และถ้าค่าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนที่ได้จากการคำนวณนั้นเท่ากับหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนของโครงการเท่ากับเงินลงทุน คือ โครงการดังกล่าวไม่มีกำไร และก็ไม่ขาดทุนจากการคำนวณค่าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการธุรกิจกาแพกกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ มีค่าเท่ากับ 2.93 เท่า ซึ่งมากกว่า 1 แสดงว่าโครงการธุรกิจกาแพกกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ มีความเป็นไปได้ทางการเงิน และไม่ปฏิบัติตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อทำการพิจารณาผลการประเมินค่าการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาทั้ง 3 ด้าน แล้วพบว่าโครงการกาแพกกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือโครงการกาแพกกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

4. ระยะเวลาคืนทุน คือ ระยะเวลาที่โครงการจะได้รับเงินที่จ่ายลงทุนคืนมาจากกระแสเงินสดสุทธิ ภายหลังจากหักค่าใช้จ่าย จากการคำนวณได้ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 6 เดือน ซึ่งไม่เกินอายุโครงการที่กำหนดไว้

สรุปเครื่องมือด้านการเงินที่ใช้ในการวิเคราะห์โครงการว่ามีความคุ้มค่าในการลงทุนหรือไม่ ซึ่งประกอบด้วย เครื่องชี้วัดทางการเงินที่ไม่ได้คำนึงถึงมูลค่าของเงินกับเวลา ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุนซึ่งได้เท่ากับ 2 ปี 6 เดือน ซึ่งใช้ระยะเวลาในการคืนทุนน้อยกว่าที่ตั้งไว้คือ 10 ปี และใช้เครื่องชี้วัดทางการเงินที่คำนึงถึงมูลค่าของเงินกับเวลา ประกอบด้วย มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 11,083,564 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 42 และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 2.93 เท่า ซึ่งพบว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือโครงการกาแพกกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์กิฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

กาแฟนับเป็นสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและยังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย จากพฤติกรรมของคนไทยที่หันมาบริโภคกาแฟเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีผู้สนใจมาลงทุนทำธุรกิจด้านกาแฟเพิ่มมากขึ้น ทำให้การแข่งขันในตลาดของกาแฟมีความรุนแรง ผู้ผลิตรายใหญ่สามารถออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ประกอบกับการโฆษณา ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟรายใหญ่สามารถแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดได้มาก ผู้ประกอบการรายเล็กต้องสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากผู้ค้ารายใหญ่ ทางบริษัท ดีเค เฮล โปรดัก จำกัด (มหาชน) ได้ออกกาแฟผงสำเร็จรูป ภายใต้แบรนด์ เนเจอร์คิฟ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทกาแฟผงสำเร็จรูปที่ดีต่อสุขภาพช่วยลดน้ำหนักเหมาะกับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก และมีแนวโน้มตลาดเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องด้วยสังคมมีความเร่งรีบต้องการความสะดวกสบาย ทางบริษัท ดีเค เฮล โปรดัก จำกัด (มหาชน) ยังไม่มีการผลิตออกมาในรูปแบบกาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม แต่ในการลงทุนนั้นมีความเสี่ยงสูงและมีความเสี่ยงในการลงทุน ดังนั้น จึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาการลงทุนในการผลิตกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มที่สูงขึ้น

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ของการผลิตกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเสนอเป็นแนวทางสำหรับประกอบการตัดสินใจให้แก่ผู้สนใจในการลงทุนผลิตกาแฟกระป๋องลดความอ้วนพร้อมดื่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยในส่วนของการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านตลาดนั้นใช้ข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับขนาดตลาด แนวโน้มตลาด และส่วนแบ่งของตลาด

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของผู้ศึกษาพบว่ามีความเป็นไปได้ทางการตลาด ประกอบด้วยขนาดตลาดมีขนาดถึงร้อยละ 10 ของกลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานคร และมีความสามารถในการที่จะแย่งส่วนแบ่งตลาดมาจากคู่แข่งรายอื่นๆ ได้ด้วยรวมไปถึง มูลค่าตลาดรวมของกาแฟเติบโตขึ้นประมาณร้อยละ 10 ทุกปี ทำให้แนวโน้มของตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กาแฟมีความเป็นไปได้ โดยจากการศึกษารายละเอียดทางด้านการตลาดแล้ว พบว่ามีความน่าสนใจในการที่จะลงทุนในการผลิต

ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค พบว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคในระบบการผลิตมีปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ คือปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิต และปัจจัยนำออก ปัจจัยนำเข้าประกอบไปด้วยวัตถุดิบที่ใช้การผลิตกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม ที่ใช้กาแฟผงสำเร็จรูป ของบริษัทเนเจอร์ทิฟ และน้ำเป็นวัตถุดิบหลัก กระบวนการผลิตประกอบด้วยความชำนาญในการผลิตและขั้นตอนในการผลิตอย่างมีคุณภาพ ส่วนปัจจัยนำออกคือผลิตภัณฑ์กาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์ทิฟ ในส่วนของทำเลที่ตั้งเนื่องจากใช้วัตถุดิบจากโรงงานเนเจอร์ทิฟ ที่ตั้งอยู่ที่จังหวัดนครปฐม การคมนาคมสะดวก ทำให้ลดต้นทุนในการขนส่งวัตถุดิบ และมีสาธารณูปโภคครบครัน มีแรงงานทั้งที่มีทักษะ และไม่มีทักษะ

ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน ผลการวิเคราะห์พบว่าการลงทุนจัดตั้งธุรกิจกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม เนเจอร์ทิฟ เป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง แบ่งค่าใช้จ่ายของโครงการเป็น 2 ส่วนได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ได้แก่ สิ่งปลูกสร้าง อาคารที่ดิน โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เป็นการลงทุนในปีที่ 0 ของโครงการ และส่วนของต้นทุนในการดำเนินงานในแต่ละปีซึ่งประกอบด้วย ค่าวัตถุดิบในการผลิต ค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน ค่าสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายอื่นๆ รวมถึงค่าเสื่อมราคาของโครงการ จากการคำนวณด้วยตัวชี้วัดทั้ง 4 คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน และระยะเวลาคืนทุน พบว่ามีมูลค่าปัจจุบันเมื่อหักด้วยเงินลงทุนเท่ากับ 11,083,564 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการมีค่าเท่ากับร้อยละ 42 และโครงการนี้มีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 2.93 เท่า และมีระยะเวลาในการคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 6 เดือน สรุปได้ว่าโครงการจัดตั้งธุรกิจกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้คือมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ทั้งทางด้านการตลาด เทคนิค และด้านการเงิน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่กล่าวไว้ข้างต้นคือมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน จึงควรพิจารณาจัดตั้งธุรกิจกาแฟกระป๋อง ลดความอ้วนพร้อมดื่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร แต่อย่างไรก็ตามเป็นเพียงกรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ประกอบกับธุรกิจกาแฟกระป๋องมีการแข่งขันที่รุนแรง ให้ผลกำไรสูงทำให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาแข่งขันมากขึ้น ควรศึกษาเพิ่มเติมให้ครอบคลุมมากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กรมการค้าภายใน. 2550. **แนวโน้มราคาวัตถุดิบสินค้าเกษตร**. [Online]. Available: <http://www.dit.go.th/contentdetail.asp?TypeID=10&catid=136&id=1617>. 10 มกราคม 2552.

กรมสรรพากร. 2551. **“อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา”** [Online]. Available: <http://www.rd.go.th/publish/1780.0.html>. 29 ธันวาคม 2551.

โกสินทร์ ศรีดอม. 2548. **ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านเบเกอรี่ภายในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง**. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ข่าวสด.2550. **ส่วนแบ่งการตลาด**. [Online]. Available: http://news.sanook.com/economic/economic_228956.php. 25 สิงหาคม 2551.

นिरนาม. 2543. **“ธุรกิจรับลมร้อน กองทัพสินค้าค้ำหน้าปรับกลยุทธ์การขาย”**. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. (28 เมษายน 2543): น. 11.

นนุช อังยุริกุล. 2550. **เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ**. กรุงเทพมหานคร: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ฐาปนา ฉินไพศาล และ อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2544. **การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้**. กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

ดวงมณี โกมารทัต. 2548. **การบัญชีบริหาร**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พิสิทส์เซ็นเตอร์.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2552. **“อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในปี พ.ศ. 2552”** [Online]. Available:

<http://www.bot.or.th/BOTHomepage/index/index.asp>. 5 มกราคม 2552

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธนาคารออมสิน. 2552. "อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในปี พ.ศ. 2552" [Online]. Available:
<http://www.gsb.or.th/interest/loan.php>. 21 มกราคม 2552

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย จำกัด. 2551. **มองเศรษฐกิจ**. [Online]. Available:
<http://www.scb.co.th/LIB/th/article/mong/2548/m1643.html>. 29 สิงหาคม 2551.

บริษัท ออกแบบไร่นา (ประเทศไทย) จำกัด. 2545. **ข้อมูลเกี่ยวกับบ้านไร่กาแฟ. (อัดสำเนา)**

ประสิทธิ์ อัครมานนท์. 2542. **การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด.**
 กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์บัณฑิต จำกัด.

ปัญญาภัทร ธาระวานิช. 2539. "สภาวะการตลาดกาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่ม". **มองเศรษฐกิจ.**
 (24 พฤศจิกายน 2539): น. 67-68.

ปัญญาภัทร ธาระวานิช. 2541. "ตลาดกาแฟกระป๋อง". **มองเศรษฐกิจ.** (12 มิถุนายน 2541):
 น.23-24.

ปัทมา เข้มปัญญา. 2545. **การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสด ใน**
เขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

มติชน.2551."โรคอ้วนทำคนไทยตาย10คนต่อชั่วโมง" [Online]. Available:
<http://www.food-resources.org/news/view.php?id=643>. 25 สิงหาคม 2551.

ยุทธศักดิ์ ฅณาสวัสดิ์. 2546. "กลยุทธ์ของผู้ผลิตกาแฟ". **วารสารส่งเสริมการลงทุน.**
 14(4): น. 34.

ไทยโพสต์. 2547."สุขภาพสังคมไทย" [Online]. Available:
http://www.thaipost.net/index.asp-bk=xcite&post_date=23-Dec-2547&news_id=99890&cat_id=200100.htm. 25 สิงหาคม 2551.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รัตนพล แดงใสว. 2550. การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการอพาร์ทเมนต์ให้
เช่า ในเขตมีนบุรีกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง”.

ศูนย์บริการข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2552 [Online]. Available:

<http://www.bma.go.th>. 10 มกราคม 2552.

สกล อุดมชนม์และคณะ. 2546. การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
กรณีศึกษาบ้านไร่กาแฟ. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี. สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สยามธุรกิจ. 2550 “ตลาดแนวโน้มธุรกิจกาแฟในไทย” [Online]. Available:

http://www.siamturakij.com/home/news/display_news.php?news_id=8651. 29

สิงหาคม 2551.

สุรัชดา นวลน่วม. 2543. พฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร.
กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2552. [Online]. Available:

<http://www.nesdb.go.th>. 20 มกราคม 2552.

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครปฐม. 2551. ค่าจ้างขั้นต่ำ. [Online]. Available:

http://pcoc.moc.go.th/pcocsys/view_news.aspx?data_id=1142&control_id=8&pv=73&view=1. 10 มกราคม 2552.

อโณทัย แก้วสำอางค์. 2550. การศึกษาความเป็นไปได้ในธุรกิจเบเกอรี่เพื่อสุขภาพในเขต
กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2545. **กลยุทธ์การตลาด**. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัจฉราพร โสตาคำและ ปรียาภรณ์ สุทธิพงศ์พันธ์. 2543. **การศึกษาความเป็นไปได้ในการ
ลงทุนจัดตั้งร้านศึกษภัณฑ์เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกค้า ภายในสถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าพระนครเหนือ ปราจันบุรี.ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต. บัณฑิต
วิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือวิทยาเขตปราจันบุรี.**



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

สำรวจการบริโภคกาแฟในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : จงทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 เพศ ชาย หญิง

1.2 อายุ _____ (ปี)

1.3 อาชีพ

ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

พนักงานหน่วยงานธุรกิจ

คนงาน/ลูกจ้าง

พ่อบ้าน/แม่บ้าน

อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่า 5,000 บาท

5,001 – 10,000 บาท

10,001 – 15,000 บาท

15,001 – 20,000 บาท

มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป

1.5 รู้จักกาแฟยี่ห้อต่างๆจากสื่อชนิดใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

วิทยุ

โทรทัศน์

หนังสือพิมพ์

ป้ายโฆษณา

ชั้นวางสินค้าตามร้านสะดวกซื้อหรือห้างสรรพสินค้า

อื่นๆ(โปรดระบุ) _____

ส่วนที่ 2 : การบริโภคกาแฟ

2.1 ท่านเคยซื้อกาแฟดื่มหรือไม่

เคย

ไม่เคย(ถ้าไม่เคยให้ข้ามไปตอบข้อ 2.7)

2.2 ปริมาณที่ท่านซื้อกาแฟ _____ กระป๋องต่อสัปดาห์

2.3 ค่าใช้จ่ายที่ซื้อกาแฟประมาณ _____ บาท/ครั้ง

2.4 กาแฟที่บริโภคเป็นประจำคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กาแฟผงกึ่งสำเร็จรูป
- กาแฟกระป๋อง
- ร้านกาแฟฟรีเมล็ด
- อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

2.5 ปกติท่านซื้อกาแฟจากสถานที่ใดบ่อยที่สุด (ตอบได้ 1 ข้อ)

- ร้านตามบริเวณทางเดิน (รถเข็น, หาบเร่หรือแผงลอย)
- ร้านสะดวกซื้อ (เช่น 7-11, Family Mart)
- ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (เช่น Big C, Lotus)
- ร้านในปั้มน้ำมัน
- ร้านในห้างสรรพสินค้า
- อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

2.6 ท่านรู้จักกาแฟกระป๋องลดความอ้วนหรือไม่

- รู้จัก
- ไม่รู้จัก

2.7 ถ้ามีกาแฟกระป๋องลดความอ้วนวางจำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานครในอนาคต ท่านจะซื้อหรือไม่

- ซื้อแน่นอน
- อาจจะซื้อ
- ไม่ซื้อ

2.8 ราคาที่ท่านยอมรับได้ _____ (บาท/กระป๋อง)

2.9 ผลิตภัณฑ์กาแฟกระป๋องยี่ห้อใดที่ท่านเลือกบริโภค

- เนสกาแฟ
- เบอรัตี้
- กาแฟกระป๋องลดความอ้วน เนเจอร์ทิฟ(สินค้าใหม่)
- ดี เซเว่น
- อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

การคำนวณด้านการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

กำหนดอัตราผลตอบแทนที่ต้องการร้อยละ 12

$$\begin{aligned} \text{NPV} &= [(288,224 \times 0.893) + (3,483,224 \times 0.797) + (3,483,224 \times 0.712) + \\ &\quad (3,483,224 \times 0.636) + (3,483,224 \times 0.567) + (3,483,224 \times 0.507) + \\ &\quad (3,483,224 \times 0.452) + (3,483,224 \times 0.404) + (3,483,224 \times 0.361) + \\ &\quad (3,483,224 \times 0.322)] - 5,747,000 \\ &= 11,083,564 \text{ บาท} \end{aligned}$$



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้