

โครงการวิจัย

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟ“คาเฟ่เมซอน”ภายในบริเวณ
ธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน)

สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

A Feasibility Study of Investment on Café Amazon Shop around Siam Commercial
Bank Pl. King Mongkut's Institute of Technology Lat Krabang Branch, Bangkok



โครงการวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการจัดการ

คณะกรรมการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ใบรับโครงการวิจัย

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการจัดการ คณะการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟ“คาเฟ่แอมซอน”ภายในบริเวณธนาคารไทย
พาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

A Feasibility Study of Investment on Café Amazon Shop around Siam Commercial Bank Pcl.
King Mongkut's Institute of Technology Latkrabang Branch, Bangkok

โดย

นายกิตติพงศ์	ธนวัฒน์ บึงสกุล	55100011
นายโชติมันัส	เปรมแสง	55100028
นายชนกร	สมสมัย	55100034

รายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาโครงการวิจัย หลักสูตร วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 21 มีนาคม พ.ศ.2559

ประธานกรรมการ โครงการวิจัย.....21/มีนาคม/2559

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โอปอล์ สุวรรณเมฆ)

ประธานหลักสูตร21/มีนาคม/2559

(รองศาสตราจารย์อมรรศรี ต้นพิพัฒน์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ
ปีการศึกษา 2558

ชื่อเรื่อง(ภาษาไทย) การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟ “คาเฟ่เมซอน” บริเวณ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ชื่อเรื่อง(ภาษาอังกฤษ) A Feasibility Study of Investment on Café Amazon Shop around Siam Commercial Bank Pcl. King Mongkut's Institute of Technology LatKrabang Branch, Bangkok

ชื่อ-สกุล นายกิตติพงษ์ ชนวัฒน์ปิงสกุล
นายโชติมนัส เปรมแสง
นายชนกร สมสมัย

หลักสูตร บริหารธุรกิจเกษตร สาขาวิชา บริหารธุรกิจและการจัดการ
คณะ การบริหารและการจัดการ

ประธานกรรมการโครงการวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โอปอล์ สุวรรณเมฆ 21 มีนาคม 2559

บทคัดย่อ

ผู้คนในสังคมปัจจุบันได้ให้ความสำคัญต่อกาแฟเป็นอย่างมากสังเกตได้จากไม่ว่าจะเดินไปไหนก็จะพบเห็นร้านกาแฟอยู่เป็นระยะๆ ไม่ว่าจะเป็นกาแฟโบราณหรือกาแฟสดก็ตามจากในอดีตมาจนถึงปัจจุบันจากกระแสความนิยมดื่มกาแฟในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกาแฟสดหรือกาแฟแก้วบดที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในชุมชนเมือง ดังจะเห็นได้จากจำนวนร้านกาแฟสดทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่รวมถึงร้านกาแฟพรีเมียมทั้งที่เป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศและในประเทศเพิ่มขึ้นมากในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาธุรกิจร้านกาแฟนับเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยมดังนั้นจึงควรศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านกาแฟ “คาเฟ่เมซอน” บริเวณ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ลงทุนเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

การศึกษานี้ศึกษาโดยการออกแบบสอบถามจำนวน 200 ชุดเพื่อสอบถามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ.2558 และสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับร้านกาแฟและเครื่องดื่มในพื้นที่ศึกษาเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด เทคนิค และการเงินผลการศึกษาพบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการศึกษาทางการตลาดพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในธุรกิจร้านกาแฟ “คาเฟ่เมซอน” ซึ่งสังเกตพบว่ามีผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อและซื้อแน่นอนคิดเป็นร้อยละ 67.5 รวมถึงการวิเคราะห์คู่แข่งซึ่งมีการแข่งขันที่มีความรุนแรงปานกลางแต่ยังมีโอกาสที่จะได้ส่วนแบ่งมาเป็นของธุรกิจดังนั้นจึงสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟ “คาเฟ่เมซอน” บริเวณ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทางด้านเทคนิคจากที่ได้ศึกษาถึงระบบการผลิตทำให้ทราบว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางเทคนิคเนื่องจากกำลังการผลิตที่สามารถผลิตได้ต่อวันเพียงพอที่จะรองรับต่อความต้องการของลูกค้ากระบวนการผลิตไม่ซับซ้อนมากนักอีกทั้งเงินลงทุนเริ่มแรกซึ่งเป็นเงินลงทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมดต้นทุนทางการเงินจึงไม่สูงรวมถึงทำเลที่ตั้งที่มีการคมนาคมสะดวกอยู่ใกล้กับแหล่งลูกค้าเป้าหมายดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคในด้านการเงินจากการประมาณการยอดขายและรายได้จากการจำหน่ายสินค้ารวมถึงการคำนวณต้นทุนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดทำให้สามารถสรุปความเป็นไปได้ด้านการเงินในการศึกษาโครงการธุรกิจร้านกาแฟ “คาเฟ่เมซอน” บริเวณ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้ดังนี้ในการดำเนินงานปกติโครงการสามารถทำกำไรตลอดระยะเวลา 6 ปีและไม่มีปัญหาเงินสดขาดแคลนตลอดอายุโครงการโดยมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 3 เดือน 22 วัน อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.24 เท่า โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 2,220,753 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 10 และมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 39.36 สรุปได้ว่าสามารถยอมรับโครงการธุรกิจร้านกาแฟ “คาเฟ่เมซอน” บริเวณ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังได้ ในการศึกษา svt พบว่าค่าความเปลี่ยนแปลงทางด้านต้นทุนอยู่ที่ร้อยละ 24.31 และค่าความเปลี่ยนแปลงทางด้านรายรับอยู่ที่ร้อยละ 19.56

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจร้านกาแฟ “คาเฟ่เมซอน” บริเวณ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังสรุปว่ามีความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาดเทคนิคและการเงิน จึงเห็นควรดำเนินการธุรกิจนี้

คำนิยม

โครงการวิจัยฉบับนี้ จัดทำขึ้นจนสำเร็จเรียบร้อยเป็นอย่างดี ด้วยความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอปอล์ สุวรรณเมฆ ประธานกรรมการโครงการวิจัย และ อาจารย์ ดร.ปรเมศร์ อัสวเรืองพิภพ กรรมการสอบโครงการวิจัย ที่กรุณาให้คำปรึกษาชี้แนะ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ โดยละเอียด จนทำให้ได้รายงานที่สมบูรณ์ สร้างความภูมิใจแก่คณะผู้จัดทำอย่างมาก ที่กรุณาให้คำแนะนำในส่วนของการสอบโครงการวิจัย และอาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจเกษตรที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และประสิทธิประสาทวิชาความรู้ตลอดหลักสูตรการศึกษา คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ นอกจากนี้คณะผู้จัดทำขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม รวมทั้งเจ้าหน้าที่ควบคุมห้องคอมพิวเตอร์ คณะการบริหารและจัดการทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีสุดท้ายนี้คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ที่รักและเคารพอย่างสูง รวมถึงขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่เป็นกำลังใจ ให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือในทุกเรื่อง

กิตติพงษ์ ธนวัฒน์ปingsกุล

โชติมนัส เปรมแสง

ชนกร สมสมัย

มีนาคม 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
สารบัญ.....	I
สารบัญตาราง.....	III
สารบัญภาพ.....	V
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและประเด็นปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	5
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.1 ขอบเขตการศึกษา.....	6
1.1 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 การศึกษาความเป็นไปได้สำหรับโครงการ.....	7
2.1.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด.....	8
2.1.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค.....	16
2.1.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน.....	19
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
2.3 กรอบแนวความคิด.....	31
2.4 สมมติฐานของการศึกษา.....	32
บทที่ 3 วิธีการศึกษา.....	33
3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	35

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	45
4.1 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด.....	45
4.1.1 การวิเคราะห์สถานะตลาด.....	54
4.1.1.1 การวิเคราะห์สถานะตลาด.....	54
4.1.1.2 แนวโน้มของตลาด.....	55
4.1.1.3 ส่วนแบ่งทางการตลาด.....	56
4.1.2 พยากรณ์ความต้องการของตลาด.....	59
4.1.3 การประมาณการยอดขาย.....	60
4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค.....	62
4.2.1 แหล่งที่มาของเงินทุน.....	62
4.2.2 การเลือกทำเลที่ตั้งและลักษณะการออกแบบร้าน.....	62
4.2.3 การวางแผนกิจการ.....	63
4.2.4 การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ.....	64
4.2.5 การจัดหาวัสดุ.....	67
4.2.6 รูปแบบการดำเนินงานและการจัดโครงสร้างองค์กร.....	67
4.2.7 การจัดการด้านบุคลากร.....	69
4.3 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน.....	73
4.3.1 รายละเอียดของโครงการ.....	73
4.3.2 การวิเคราะห์ด้านการเงิน.....	77
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	80
เอกสารอ้างอิง.....	83
ภาคผนวก.....	86

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่

	หน้า
1.1 อัตราการบริโภคราคาแฟต่อหัว.....	3
2.1 การประมาณการยอดขายสินค้าของโครงการ.....	15
2.2 รายการงบกำไรขาดทุน.....	21
2.3 รายการงบกระแสเงินสด.....	21
2.4 รวมกระแสเงินสด	22
2.5 การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ	23
2.6 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV).....	25
2.7 การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ(IRR)	26
2.8 การคำนวณอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน(BCR).....	37
3.1 สรุปเกณฑ์การตัดสินใจการลงทุน โครงการ	44
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา.....	46
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของเครื่องดื่มที่บริโภค	47
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาในการบริโภค.....	48
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาเหตุการบริโภค.....	48
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภค	49
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่ม	49
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแนวโน้มในอนาคตของการบริโภค...	50
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอิทธิพลในการตัดสินใจ.....	50
4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการผ่านบริเวณ ธนาคารไทยพาณิชย์.....	51
4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการรับรู้ถึงตราคาเฟ่เมซอน	51
4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแนวโน้มการบริโภค ของกลุ่มตัวอย่าง	52
4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อต่อสัปดาห์	52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

	หน้า
4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเงินต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง ...	53
4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่องทางในการเข้าถึง.....	53
4.15 พยากรณ์ปริมาณความต้องการของตลาด.....	59
4.16 การประมาณการยอดขายร้านค้าเพื่อเมซอน	61
4.17 งบประมาณการลงทุนเครื่องมือ และอุปกรณ์เริ่มต้นของโครงการ	65
4.18 งบประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ	65
4.19 โครงสร้างเงินเดือนของพนักงานตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ.....	69
4.20 งบประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์.....	70
4.21 งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	71
4.22 การประมาณต้นทุนการผลิตของโครงการ	72
4.23 การประมาณยอดขายตามอายุโครงการ	74
4.24 งบประมาณกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ	75
4.25 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ.....	76
4.26 ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงินของโครงการ	77
4.27 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของต้นทุนและผลตอบแทน	78

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 มูลค่าตลาดกาแฟในประเทศไทย	2
2.1 ขั้นตอนการวิเคราะห์โครงการตลาดตลาด	9
2.2 แรงผลักดัน 5 ประการในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม	13
2.3 กรอบแนวความคิด.....	31
4.1 ทำเลที่ตั้งร้านกาแฟคาเฟ่เมซอน.....	63
4.2 แสดงแผนผังของร้าน.....	63



บทที่ 1

บทนำ

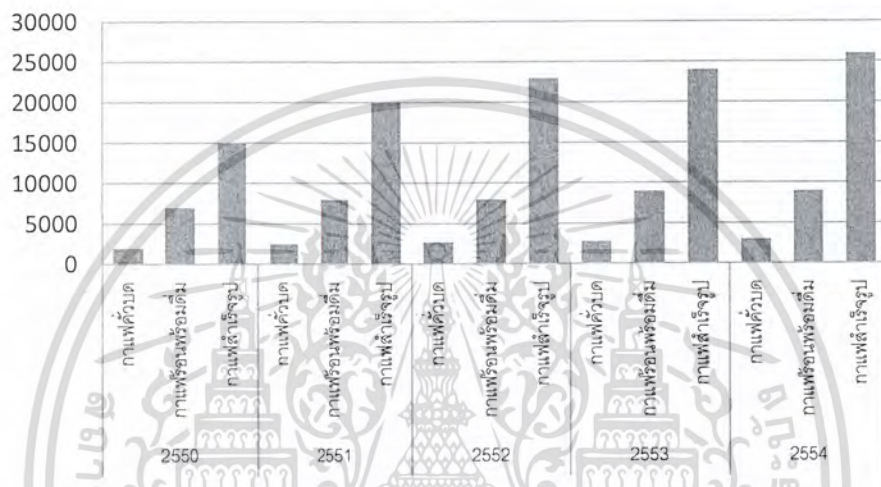
1.1 ที่มาและความสำคัญ

กาแฟกลายเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในชีวิตประจำวันของคนเมืองไม่ว่าจะเป็นกาแฟโบราณหรือกาแฟสดก็ตามและสิ่งที่พบได้บ่อยในทุกเช้าคือ ภาพที่ผู้คนมักจะมีแก้วกาแฟถืออยู่ในมือก่อนที่จะเริ่มต้นการทำงานในวันใหม่อย่างสดใส(สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร,2555)

ตลาดกาแฟในประเทศไทยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ กาแฟสำเร็จรูปซึ่งครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในปี 2554 ร้อยละ 70 ของมูลค่าตลาดทั้งหมดหรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 26,700 ล้านบาท รองลงมา คือกาแฟพร้อมดื่มและกาแฟคั่วบดมูลค่าตลาด 8,900 และ 2,300 ล้านบาทตามลำดับ กาแฟคั่วบดมักทำมาจากกาแฟพันธุ์อาราบิก้าเป็นส่วนประกอบหลัก เนื่องจากมีความหอมชวนดื่มกว่าสายพันธุ์อื่น ขณะเดียวกันมีการใช้กาแฟพันธุ์ โรบัสต้ามาเป็นส่วนผสมในสัดส่วนที่แตกต่างกันตามสูตรของตนเอง ตลาดกาแฟคั่วบดจัดเป็นตลาดขนาดเล็กมูลค่าเพียง 2,300 ล้านบาทความนิยมกาแฟคั่วบดในประเทศไทยยังไม่แพร่หลายเหมือนอย่างต่างประเทศ เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านราคาและความสะดวกโดยเฉพาะเครื่องชงกาแฟที่มีราคาแพงผู้บริโภคจึงไม่นิยมซื้อเครื่องชงกาแฟไว้ประจำบ้านและสำนักงาน อย่างไรก็ตามความต้องการของผู้บริโภคกาแฟคั่วบดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ภาพที่ 1.1) ดังจะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์กาแฟชนิดอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นกาแฟปรุงสำเร็จรูป และกาแฟพร้อมดื่ม ล้วนมี ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกาแฟคั่วบดเพิ่มเข้ามาในกลุ่มของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ธุรกิจร้านกาแฟเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เติบโตมาควบคู่กับตลาดกาแฟคั่วบด และเป็นช่องทางจำหน่ายหลักที่ขับเคลื่อนให้ตลาดกาแฟคั่วบดในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตสูงเพราะกาแฟกลายเป็นกระแสนิยมของสังคม ด้วยแนวคิดที่ว่ากาแฟไม่ได้เป็นเพียงแค่เครื่องดื่มหากแต่กลายเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคเลือกที่จะซื้อเพราะต้องการประสบการณ์การดื่มกาแฟที่หลากหลายอันเป็นไลฟ์สไตล์ของคนยุคปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของร้านกาแฟทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ในช่วง

3-4 ปี ที่ผ่านมา แนวโน้มธุรกิจร้านกาแฟสดเติบโตได้อีกมาก โดยเฉพาะในรูปแบบร้านกาแฟขนาดกลางที่มีพื้นที่ขนาด 50 ตารางเมตรขึ้นไป ตั้งอยู่ในอาคารอิสระ ห้องเช่า ห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงานใหญ่ และรูปแบบมุกกาแฟ หรือภายในอาคารศูนย์การค้าหรือพลาซ่าอาจจะมิตั้งเล็กน้อยและมีพื้นที่ประมาณ 6 ตารางเมตร (ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร,2555: <http://fic.nfi.or.th>)



ภาพที่ 1.1 มูลค่าตลาดกาแฟในประเทศไทย แยกตามผลิตภัณฑ์

ที่มา: Euromonitor International, April 2011

จากกระแสความนิยมดื่มกาแฟในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกาแฟสดหรือกาแฟดำที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในชุมชนเมือง ดังจะเห็นได้จากจำนวนร้านกาแฟสดทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่รวมถึงร้านกาแฟพรีเมียมทั้งที่เป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศและในประเทศเพิ่มขึ้นมากในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาสำหรับผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปและกาแฟกระป๋อง ผู้ประกอบการมีการนำนวัตกรรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองกับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน ได้อย่างลงตัว เช่น กาแฟเพื่อสุขภาพและความงาม ที่ตอบสนองกลุ่มผู้รักสุขภาพ กาแฟพร้อมดื่มที่มีความเป็นพรีเมียม มีรสชาติที่หลากหลาย กาแฟผสมสำเร็จรูป (ทรีอินวัน) ที่มีรสชาติของกาแฟสด และมุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่เร่งรีบและต้องการความสะดวกสบาย เป็นต้น ควบคู่กับการปรับรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและสะดวกสบายมากขึ้นแม้ว่าผู้บริโภคชาวไทยจะนิยมดื่มกาแฟมากขึ้นแต่ความนิยมดังกล่าวจะจุกตัวอยู่ในชุมชนเมืองเท่านั้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คงจะเห็นได้จากอัตราการบริโภคกาแฟของคนไทยอยู่ในระดับต่ำเพียง 0.5 กิโลกรัมต่อคนต่อปี หรือสัปดาห์ละ 3 ถ้วยเท่านั้น เมื่อเทียบกับประเทศฟินแลนด์ที่มีอัตราการดื่มกาแฟสูงที่สุดในโลก มีอัตราการบริโภคกาแฟเฉลี่ย 12 กิโลกรัมต่อคนต่อปี บราซิลซึ่งเป็นประเทศที่ผลิตกาแฟมากที่สุดในโลกบริโภคกาแฟเฉลี่ย 5.6 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ส่วนประเทศอื่นเช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และ ออสเตรเลีย อัตราการบริโภคกาแฟเฉลี่ย 4.2 3.3 และ 3.0 กิโลกรัมต่อคนต่อปี(ตารางที่ 1.1) ตามลำดับแนวโน้มการบริโภคกาแฟของคนไทยยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเหตุนี้ทำให้นักลงทุนจำนวนมากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟ อีกทั้งคนในปัจจุบันต้องเร่งรีบ ทำงานแข่งกับเวลา การใช้ชีวิตประจำวันก็จะเป็นแบบคนในเมือง สิ่งที่ต้องการไม่ใช่แค่การบริโภคเพื่ออิมท้องเท่านั้น แต่อาจเป็นการบริโภคเพื่อเพิ่มความพึงพอใจเป็นการแสดงถึงสถานะของตนเองซึ่งเป็นการบริโภคแบบภายใต้ทุนนิยม อย่างไรก็ตาม อัตราการบริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาแฟในประเทศไทยคาดว่าจะเติบโตขึ้นประมาณร้อยละ 20-30 ต่อปี (ศูนย์วิจัยชะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร,2555: <http://fic.nfi.or.th>)

ตารางที่ 1.1 อัตราการบริโภคกาแฟต่อหัว ปี 2551

มากกว่า 7 กก./ปี	4-6 กก./ปี		1-3 กก./ปี		น้อยกว่า 1 กก./ปี		
ฟินแลนด์	12.62	เยอรมนี	6.97	ฮอนดูรัส	3.77	อินโดนีเซีย	0.88
สวีตเซอร์แลนด์	9.15	อิตาลี	5.98	เบลเยียม	3.68	ฟิลิปปินส์	0.72
นอร์เวย์	8.99	แคนาดา	5.80	ญี่ปุ่น	3.33	เวียดนาม	0.70
สวีเดน	8.29	บราซิล	5.60	ออสเตรเลีย	3.26	ไทย	0.50

ที่มา: Coffee Market Report, June 2009

Café Amazon ถือกำเนิดขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ชื่อ Café Amazon มีที่มาจาก แหล่งกาแฟที่มีชื่อเสียงของโลก คือประเทศบราซิลซึ่งเป็นต้นตำรับแห่งกาแฟ Café Amazon มีแนวคิดที่อยากให้เป็นร้านกาแฟที่สามารถนั่งพักผ่อนระหว่างการเดินทาง หรือเป็นแหล่งนัดพบของกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ที่นิยมดื่มกาแฟที่มีรสชาติอร่อยเข้มข้น พร้อมบรรยากาศเย็นสบายด้วยร่มไม้ล้อมรอบ ปี 2545 - 2547 เริ่มสร้างการรับรู้ของแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยในระยะแรกมีการขยายสาขาไปยังสถานบริการต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมทั้งเส้นทางหลักที่จะมุ่งไปสู่จังหวัดในภาคต่างๆ และต่อมาได้ขยายไปสู่ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ ซึ่งในช่วงระยะเวลา 3 ปีแรกนี้ Café Amazon มีสาขามากกว่า 100 สาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ ต่อมาในปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2547 – 2550 เป็นยุคที่ Café Amazon สามารถขยายและเพิ่มจำนวนสาขาไปกับสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ที่ได้มีการปรับปรุงภาพลักษณ์ให้มีความทันสมัย Café Amazon ภายในสถานีบริการ ปตท. และในปี 2550 Café Amazon เป็นร้านกาแฟมีสาขาจำนวนมากที่สุดในประเทศไทยถึง 230 สาขา ต่อมา Café Amazon เห็นว่า ฐานลูกค้าไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มคนเดินทางอีกต่อไป ดังนั้น ปตท. จึงเริ่มขยายธุรกิจออกสู่ภายนอกสถานีบริการภายใต้ระบบ Franchise เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง(ทีมการตลาดคาเฟ่เมซอน, 2558)

สำหรับในพื้นที่สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังสถานที่ตั้งธนาคาร ไทยพาณิชย์ เป็นแหล่ง ของคนจำนวนมาก อาทิ นักศึกษา คนที่เดินทางมาขึ้นรถ หรือรอรถ ประจำ ทางแถวนั้น และคนที่มาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารไทยพาณิชย์ สถานที่ตรงนี้มีผู้คนจำนวนมากในการสัญจรไปมาอีกทั้งยังมีท่ารถโดยสาร ป้ายรถเมล์ ผู้คนส่วนใหญ่ที่เดินทางมาขึ้นรถหรือ รอรถตรงนี้ก็จะมีกรหิวหรือกระหายน้ำ ทำให้เล็งเห็นว่าพื้นที่บริเวณนั้นยังขาดพื้นที่พักผ่อนพร้อม กับการลิ้มรสชาติกาแฟควบคู่คุณภาพดีและบริเวณนั้นเคยมีร้านกาแฟมาก่อนแต่ร้านกาแฟตรงนั้น ได้ปิดไปซึ่งตรงนี้เองจึงเป็นประเด็นที่ทำให้เราเข้ามาศึกษาว่าการที่ร้านเก่านั้นได้ปิดตัวลงไปนั้น อาจเป็นผลมาจากการที่ไม่ได้ทำการศึกษาดูความเป็นไปได้ก่อนเปิดร้าน การศึกษานี้จึงมีความ จำเป็นต่อการเริ่มต้นธุรกิจร้านกาแฟคาเฟ่เมซอน

จากเหตุผลดังกล่าวเป็น โอกาสที่ดีและน่าสนใจในการลงทุนทำธุรกิจร้านกาแฟคาเฟ่เมซอน เป็นอย่างยิ่งแต่ในการลงทุนมีความเสี่ยงและไม่แน่นอนในการทำธุรกิจ เช่น ความไม่แน่นอนของ ผลประโยชน์ที่ได้รับในอนาคตดังนั้นจึงจำเป็นมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้าน กาแฟคาเฟ่เมซอนเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงและการลงทุน โดยได้ทำการศึกษาที่ตั้งข้างต้นร้าน กาแฟคาเฟ่เมซอนบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์สาขาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในทางด้านการตลาดของการลงทุนร้านกาแฟคาเฟ่เมซอนบริเวณ
ธนาคารไทยพาณิชย์สาขาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในทางด้านเทคนิคของการลงทุนร้านกาแฟคาเฟ่เมซอนบริเวณ
ธนาคารไทยพาณิชย์สาขาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในทางด้านการเงินของการลงทุนร้านกาแฟคาเฟ่เมซอนบริเวณ
ธนาคารไทยพาณิชย์สาขาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ที่สนใจในการทำ
ธุรกิจร้านกาแฟคาเฟ่เมซอน ในสาขาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังบริเวณ
ธนาคารไทยพาณิชย์สาขาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยสามารถนำ
ความรู้และข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน นี้ไปใช้หรือ
ให้แก่ผู้ที่สนใจจะลงทุนเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการลงทุนจะเปิดร้านกาแฟได้
เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจทั่วไป สามารถนำรูปแบบการวิเคราะห์ไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจอื่นๆ ได้
ยังสามารถเป็นส่วนประกอบในการเขียนแผนธุรกิจ และเป็นทางเลือกใหม่ให้แก่ผู้บริโภคที่นิยมดื่ม
กาแฟในแบรนด์คาเฟ่เมซอน

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาคือความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟ“คาเฟ่เอมซอน”ภายในบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาคือนักศึกษาของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังและประชาชนทั่วไปที่สัญจรผ่านไปมาเนื่องจากโครงการเปิดให้บริการในทุกวัน จันทร์ถึง อาทิตย์ ซึ่งครอบคลุมกับช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมายมาใช้บริการใช้ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2558 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ.2559 อัตราคิดลด 12% อายุโครงการ 6 ปี

1.5 นิยามศัพท์

Café Amazon หมายถึง เป็นร้านที่ขายกาแฟ ที่มีบรรยากาศที่ร่มรื่นและเป็นธรรมชาติที่หน้านั่งพักผ่อนที่ สร้างขึ้นจากบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)

การศึกษาคือความเป็นไปได้ในการลงทุน หมายถึง การวิเคราะห์ให้เห็นในความเป็นไปได้ของแผนดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็น แผนการตลาด แผนการจัดการ แผนคน แผนผลิต แผนการเงิน แผนดำเนินการ รวมทั้งแผนฉุกเฉินด้วย เพราะความเป็นไปได้สำหรับแผนย่อยๆ แต่ละแผน อาศัยหลักการประเมินความเป็นไปได้ที่แตกต่างกันออกไป ในที่ได้กำหนดกรอบการศึกษาด้านตลาด เทคนิค และ การเงิน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ในเรื่องของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน โดยทำการรวบรวมผลงานการศึกษางานวิจัยและเอกสารอื่นๆ รวมถึงการตั้งสมมติฐานของการศึกษาได้ กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

2.1 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การวิเคราะห์โครงการ(Project Analysis) การจัดทำโครงการเมื่อถึงขั้นตอน การออกแบบและการประมาณต้นทุนในรายละเอียดเมื่อนำไปปฏิบัติโดยแสดงออกมาในรูปของการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิค วิชาการ การเงิน เศรษฐกิจ สังคม สถาบัน และสิ่งแวดล้อม เหตุผลที่จำเป็นในการตัดสินใจว่าจะรับหรือปฏิเสธ โครงการเพื่อการลงทุน(สุทธิพ พิพัฒน์ศิริ, 2544)

โดยการศึกษาความเป็นไปได้อาจเริ่มต้นจากการคิดโครงการที่จะทำ แล้วจึงทำการตั้งวัตถุประสงค์ จากนั้นทำการศึกษาด้านสถานที่ตั้งเพื่อการดำเนินงาน โดยต้องระบุให้แน่ชัดว่าจะตั้งอยู่ที่ใดที่จะเหมาะสมกับโครงการ มีการกำหนดระยะเวลาการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการวางแผนโครงการ หลังจากนั้นจะเป็นขั้นตอนในการวิเคราะห์โครงการทางด้านต่างๆ ดังนี้

การศึกษาด้านการตลาด เป็นการศึกษารายละเอียดของข้อมูลที่นำไปใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และศึกษาสภาวะของตลาดซึ่งประกอบด้วย ขนาดตลาด แนวโน้มตลาด และส่วนแบ่งตลาด มีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ขนาดตลาด เพื่อทราบถึงขนาดตลาดของธุรกิจที่จะทำการลงทุน และแนวโน้มความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภค
2. การวิเคราะห์แนวโน้มตลาด เพื่อศึกษาว่าแนวโน้มของธุรกิจที่โครงการจะศึกษานั้นมีแนวโน้มเป็นอย่างไร
3. การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด เพื่อให้ทราบถึงส่วนแบ่งตลาดที่ธุรกิจจะได้หากมีการลงทุนเกิดขึ้นธุรกิจสามารถที่แข่งกับผู้ประกอบการรายอื่นได้หรือไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาด้านเทคนิคกล่าวถึงความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ซึ่งเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการ และยังช่วยอำนวยความสะดวกในการพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากทางเลือกทางด้านเทคนิคต่างๆ

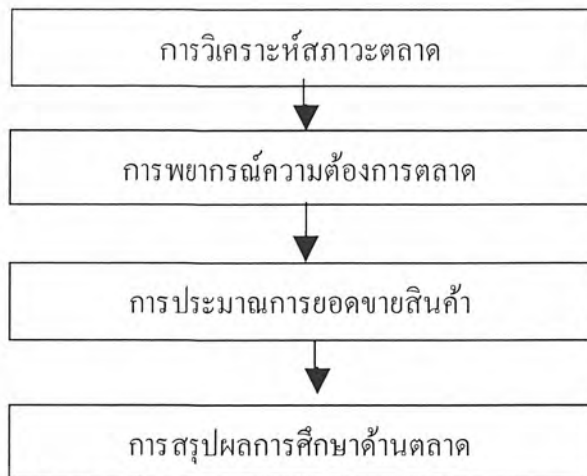
การศึกษาด้านการเงิน เน้นที่การเตรียมงบการเงินล่วงหน้า ที่ได้จากการนำข้อมูลจากการศึกษาด้านตลาด และด้านเทคนิคมาประกอบการคาดคะเนรายรับและต้นทุนเพื่อการตัดสินใจในการลงทุน การศึกษาความเป็นไปได้ในการประเมินความคุ้มค่าของโครงการ โดยโครงการจะมีความคุ้มค่าก็ต่อเมื่อผลตอบแทนมีค่าสูงกว่าต้นทุน ปัญหาการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะอยู่ที่การกำหนดแนวทางเพื่อบรรลุผลผลิตหรือนโยบายตามที่ต้องการ โดยประหยัดที่สุดหรือเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด โครงการที่มีความเป็นไปได้จึงได้แก่ โครงการที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ด้วยต้นทุนต่ำสุด(ชัยยศ สันตวิทย์. 2539)

2.1.1 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาซึ่งจะมีผลทำให้ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ดังนั้นผู้ที่ทำการลงทุนในโครงการต่างๆ ไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่จึงควรต้องทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดเสียก่อน ทั้งนี้เพราะการศึกษาด้านการตลาดจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแน่ใจได้ในระดับหนึ่งว่า โครงการจะสามารถให้ผลตอบแทนคุ้มกับเงินที่ลงทุนไปหรือไม่ อีกนัยหนึ่งคือสามารถอยู่รอดและทำกำไรได้ในระยะยาว(ฐาปนา ฉินไพศาล. 2542)

การศึกษาทางการตลาดของโครงการจะเป็นสภาวะตลาด ประกอบไปด้วยการศึกษาถึงขนาดของตลาด แนวโน้มตลาด และส่วนแบ่งตลาด นอกจากนี้ ยังศึกษาถึงลักษณะของอุปสงค์ตลาด ขอบเขตของตลาด และลักษณะลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนสถานการณ์การแข่งขันในตลาดทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการเจาะตลาด ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเมื่อได้ตัดสินใจดำเนินโครงการอีกครั้งด้วยกระบวนการในการศึกษาทางการตลาด อาจแบ่งขั้นตอนใหญ่ๆ ได้ 4 ขั้นตอน(ภาพที่ 2.1) ตามลำดับดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.1 ขั้นตอนการวิเคราะห์โครงการทางการตลาด(อัจฉราพรรณ ตั้งจาศูร โสภณ. 2556)

กระบวนการในการศึกษาทางด้านตลาดประกอบไปด้วย การวิเคราะห์สภาวะตลาด การพยากรณ์ความต้องการตลาด การประมาณการยอดขายสินค้า และการสรุปผลการศึกษาด้านตลาด (ภาพที่ 2.1) ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอนตามลำดับด้วยมีรายละเอียดดังนี้(อัจฉราพรรณ ตั้งจาศูร โสภณ. 2556)

2.1.1.1 การวิเคราะห์สภาวะตลาด

เพื่อศึกษาถึงขนาดของตลาด แนวโน้มของตลาด และส่วนแบ่งตลาด โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้ วิธีการวัดขนาดของศักยภาพรวมของตลาด หมายถึง ยอดขายสูงสุด ของอุตสาหกรรมที่อาจเกิดขึ้น ในคาบเวลาที่กำหนด ภายใต้การใช้ความพยายามทางการตลาด ตามแผนอย่างเต็มที่ ผู้ประกอบการ ทุก ๆ รายในอุตสาหกรรมนั้น อยู่ภายใต้สภาวะแวดล้อม เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ในแผนการตลาดดังสมการ

$$Q = n \times q \times p \quad (2.1)$$

โดย Q แทน จำนวนความต้องการของตลาดทั้งหมด
 n แทน จำนวนผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในตลาดที่จะทำการวัด
 q แทน ปริมาณการซื้อโดยเฉลี่ยต่อผู้ซื้อ 1 คน
 p แทน ราคาผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อหน่วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1.1.1 ศึกษาขนาดของตลาด

ในภาพกว้าง ขนาดของตลาด คือจำนวนประชากรที่มีอยู่ในตลาดหนึ่งๆ เช่น ประเทศจีน เป็นตลาดขนาดใหญ่ เนื่องจากมีประชากรมากถึง 1.2 พันล้านคน ขณะที่นิวซีแลนด์เป็นตลาดขนาดเล็ก เพราะมีประชากรเพียง 3 ล้านคนเท่านั้น อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยอื่นที่เป็นตัวกำหนดขนาดของตลาดอีก เช่น

1. อำนาจการซื้อซึ่งก็คือรายได้ของผู้คนในตลาดนั้นๆ โดยดูจากรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีเช่น ในกรณีนิวซีแลนด์ แม้จะมีประชากรน้อย แต่ก็เป็กลุ่มประชากรที่มีอำนาจซื้อสูง เป็นต้น
2. อัตราการบริโภค ซึ่งหมายถึง ความถี่ในการบริโภคสินค้านั้นๆ นิยมวัดเป็นปริมาตร หรือหน่วยน้ำหนัก เช่น วัดเป็นลิตรต่อปี หรือกิโลกรัมต่อปี ตัวอย่างเช่น คนไทยดื่มไวน์คิดเป็น 0.50 ลิตร/หัว/ปี เป็นต้น

เมื่อศึกษาภาพกว้างแล้ว ถ้าทำได้ควรศึกษาขอบข่ายตลาดที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น กล่าวคือศึกษาถึงการแบ่งส่วนตลาดที่ผลิตภัณฑ์ของ โครงการมุ่งเข้าตอบสนอง ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงขนาดของตลาดที่ถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น หากโครงการมุ่งเสนอผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางที่มีคุณภาพดี ราคาแพง ตลาดส่วนนี้ก็จะเป็นคนละส่วนกับตลาดเครื่องสำอางเกรดต่ำราคาถูก เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคเป็นคนละกลุ่มกัน และมีขนาดของตลาดที่แตกต่างกัน

2.1.1.1.2 แนวโน้มตลาด

ไปในทิศทางที่ดีขึ้นทรงตัวหรือเลวลง แนวโน้มของตลาดคือ ทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หนึ่งๆว่าจะมีมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไป นิยมวัดเป็นอัตราขยายตัวต่อหน่วยเป็นเปอร์เซ็นต์ เช่น อัตราการขยายตัวของธุรกิจประกันภัยในประเทศไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี เรียกว่าธุรกิจประกันภัยมีแนวโน้มตลาดเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากคนไทยมีระดับการศึกษาโดยเฉลี่ยเพิ่มมากขึ้นทุกปี ทำให้ความเข้าใจถึงความจำเป็นของการประกันภัยมากขึ้นแนวโน้มตลาดอาจตั้งข้อสมมติต่างๆ เช่น อัตราการขยายตัวของตลาดขึ้นกับอัตราการเพิ่มของประชากร กลุ่มที่เป็นเป้าหมาย ตลาดวัสดุก่อสร้างขึ้นกับการเพิ่มของโครงการอสังหาริมทรัพย์ หรือ อัตราความต้องการซื้อประกันวินาศภัย และประกันชีวิต มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการเพิ่มขึ้นของระดับการศึกษาของประชาชนในประเทศไทย เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1.1.3 ส่วนแบ่งตลาด

เพื่อต้องการทราบว่าโครงการจะได้จากตลาดนั้นมากน้อยเพียงใดจึงมีการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดเกิดขึ้น ซึ่งส่วนแบ่งตลาด หมายถึง ความสามารถของธุรกิจหรือโครงการในอันที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนได้ เช่น ตลาดรวมในปีแรกมีอยู่ 100 ล้านบาท โครงการคาดว่าจะได้ส่วนแบ่งร้อยละ 10 หมายถึง โครงการจะมีรายได้คาดคะเนในปีแรก 10 ล้านบาท เป็นต้น

2.1.1.1.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

เป็นสภาพแวดล้อมที่มีขอบเขตกว้างขวาง จึงต้องแบ่งรายละเอียดการศึกษาออกเป็นส่วนๆ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจและเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องตระหนัก เนื่องจากสภาพแวดล้อมภายนอกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน ประการสำคัญเป็นการยากที่ธุรกิจจะสามารถควบคุมเพื่อกำหนดทิศทางของการเปลี่ยนแปลงนั้นได้ ดังนั้นการทราบและเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นจะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถวางแผนโครงการได้อย่างเหมาะสม จึงต้องศึกษาข้อมูลของสภาพแวดล้อมอย่างรอบคอบ ซึ่งสามารถจำแนกขั้นตอนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกออกเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้(ฐาปนา ฉันทไพศาล, 2542)

กฎหมายการเมือง

องค์การธุรกิจต้องติดตามการดำเนินงานทางการเมือง เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ เช่น เสถียรภาพของรัฐบาล พัฒนาการทางการเมือง นโยบายของประเทศ และนโยบายของรัฐที่มีต่ออุตสาหกรรม เป็นต้น ผู้บริหารจะต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อน เพื่อพิจารณาถึง โอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้น โดยผู้บริหารควรทำการตรวจสอบสภาพแวดล้อมอยู่เสมอ ทั้งในสภาพเหตุการณ์ปกติและไม่ปกติ เนื่องจากสภาพแวดล้อมจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อช่วยให้ผู้บริหารสามารถกำหนดทิศทางขององค์การในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

เศรษฐกิจ

ปัจจัยทางเศรษฐกิจจะเป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นปริมาณการจัดสรรและการใช้ทรัพยากร ปัจจัยทางเศรษฐกิจมีแรงผลักดันที่สำคัญต่อการดำเนินงานขององค์การธุรกิจ เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจจะครอบคลุมหลายประเด็น เช่น รายได้ประชาชาติ อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย อัตราการจ้างงาน ดุลการชำระเงิน ดุลบัญชีเดินสะพัด อัตราภาษี และผลิตภาพ เป็นต้น โดยผู้บริหารต้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถนำข้อมูลทางเศรษฐกิจมาใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อก่อให้เกิดโอกาสสูงสุดและลดอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์กร

สังคมและวัฒนธรรม

ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกัน ทำให้องค์กรต้องทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรมท้องถิ่น วัฒนธรรมย่อย และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิต อัตราการเพิ่มหรือลดลงของจำนวนประชากร อายุเฉลี่ยของประชากร การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบครอบครัว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งในด้านความต้องการ คุณภาพ และคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว โดยเฉพาะองค์กรที่อยู่ในภาคธุรกิจบริการ เช่น โรงแรม โรงพยาบาล ธนาคาร และสถาบันการศึกษา เป็นต้น ที่ต้องพยายามตอบสนองความต้องการและให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่มีสำนึกในสิทธิส่วนตัว การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทางเลือก และอำนาจต่อรองมากกว่าในอดีต ซึ่งผู้บริหารจะต้องพิจารณาปัจจัยเหล่านี้ เพื่อประกอบการประเมินสภาพแวดล้อมและใช้ประกอบในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม

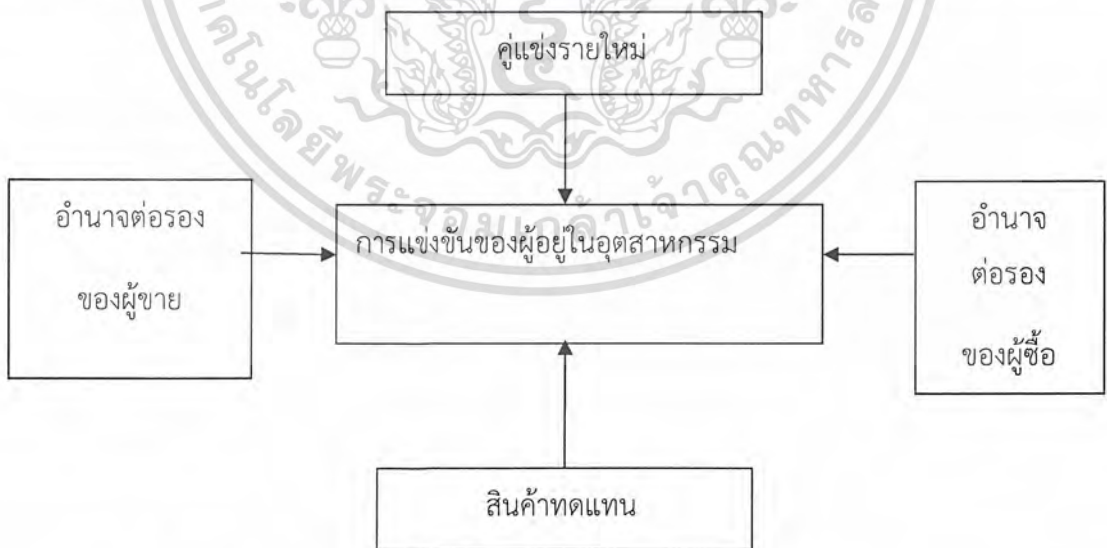
ประชากร

การเปลี่ยนแปลงทางประชากรจะกระทบต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงกลุ่มอายุ เพศ การเคลื่อนย้ายของประชากรจากต่างจังหวัดไปสู่ตัวเมืองใหญ่ และความหนาแน่นของประชากร เป็นต้น การลดลงของจำนวนประชากรที่เกิดใหม่อันเนื่องมาจากนโยบายของการคุมกำเนิดที่ได้ผล และการมีจำนวนประชากรที่สูงอายุเพิ่มขึ้นอาจจะถูกพิจารณาได้ว่าเป็นทั้งอุปสรรค หรือ โอกาสของธุรกิจบางประเภทได้

2.1.1.1.5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรมได้นำการวิเคราะห์แรงผลักดันของปัจจัยทั้ง 5 ประการ(รูปที่2.2) มาทำการวัดความเข้มข้นของการแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกันที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อวิเคราะห์ความรุนแรงของปัจจัยแต่ละประการที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ การวิเคราะห์ปัจจัยหรือสภาพการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมจะทำให้ทราบถึงที่มาของความรุนแรงในการแข่งขันและอิทธิพลอันเกิดจากสภาวะการแข่งขันเหล่านี้ ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรม 5 ประการ เป็นแนวคิดที่มีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์อย่างมากในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม รวมทั้งความรุนแรงของปัจจัยแต่ละประการตามแนวคิดนี้ อุตสาหกรรมคือกลุ่มขององค์กรธุรกิจที่ทำการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเหมือนหรือคล้ายกัน หรือสินค้าและบริการที่สามารถทดแทนกันได้ ในลักษณะการทดแทนความต้องการของลูกค้า เช่น เหล็กและพลาสติกที่ใช้ในการประกอบรถยนต์สามารถทดแทนซึ่งกันและกันได้ ถึงแม้ว่าจะใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่แตกต่างกัน แต่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เหมือนกัน การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมจะช่วยให้การบ่งชี้ถึงโอกาสและข้อจำกัดที่องค์กรธุรกิจจะต้องเผชิญ สภาวะการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจขึ้นอยู่กับสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่องค์กรธุรกิจนั้นอยู่ และสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมใด อุตสาหกรรมหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 5 ประการ ความเข้มแข็งของปัจจัยทั้ง 5 ประการนี้บ่งบอกถึงโอกาสในการได้กำไรของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมนั้นๆ ยิ่งปัจจัยเหล่านี้มีความเข้มแข็งมากเพียงใดย่อมส่งผลเสียต่อการขึ้นราคาซึ่งนำไปสู่การได้กำไรของธุรกิจ ในอุตสาหกรรม ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดของธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันถ้าปัจจัยต่างๆ มีความอ่อนแอย่อมเป็นโอกาสอันดีต่อธุรกิจในอุตสาหกรรม เนื่องจากธุรกิจสามารถได้กำไรมากขึ้น แต่เนื่องจากสภาวะอุตสาหกรรมมีการพัฒนาอยู่เสมอ ดังนั้นความเข้มแข็งหรือผลของปัจจัยทั้ง 5 ประการนี้สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ปัจจัยสำคัญที่ธุรกิจจะต้องทำเพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูงสุด ได้แก่ การหาตำแหน่งในอุตสาหกรรมที่จะสามารถมีอิทธิพลเหนือปัจจัยทั้ง 5 ประการ (พัคตร์ผงง วัฒนสินธุ์.2542)



รูปที่ 2.2 แรงผลักดัน 5 ประการในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทราบถึงขนาดของตลาด แนวโน้มตลาด และส่วนครองตลาดที่จะแย่งมาได้ จะช่วยให้โครงการหรือธุรกิจ สามารถประมาณการยอดขายในแต่ละปี ซึ่งจะนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการทำงานกำหนดขนาดทุนที่คาดคะเน (performa income statement) อันเป็นงบการเงินที่มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริหารว่าจะตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจนั้นหรือไม่

2.1.1.2 การพยากรณ์ความต้องการของตลาด

การพยากรณ์ความต้องการของตลาด หมายถึงการพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดในรูปของจำนวนเงินหรือจำนวนหน่วยสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง ของกลุ่มผู้บริโภคภายในขอบเขตพื้นที่หนึ่ง ระยะเวลาที่กำหนดให้ ภายใต้โปรแกรมการตลาดและสภาวะแวดล้อมทางการตลาดที่กำหนดขึ้น สำหรับวิธีการประมาณความต้องการของตลาด อาจทำได้โดยใช้ความต้องการตลาดในอดีตมาคาดการณ์ความต้องการในอนาคต สำหรับกรณีผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วในตลาด แต่สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่ใช่ข้อมูลทางสถิติในอดีตมาก่อน การประมาณการความต้องการของตลาดจะทำได้ยากและมีโอกาสคาดเคลื่อนมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วในตลาด อย่างไรก็ตามก็สามารถพยากรณ์ความต้องการตลาดได้ โดยใช้เทคนิคการพยากรณ์ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. เทคนิคการพยากรณ์เชิงคุณภาพ เป็นวิธีการพยากรณ์ที่ใช้วิจารณญาณหรือประสบการณ์ในอดีตของผู้ประกอบการเป็นหลัก การประมาณการเชิงคุณภาพอาจทำได้โดยใช้วิธีการดังนี้

การพยากรณ์โดยใช้เลขดัชนีเป็นการนำค่าดัชนีที่เกี่ยวข้อง เช่น ดัชนีราคาผู้บริโภคหรือดัชนีอื่นๆ ที่หน่วยงานของรัฐบาลหรือเอกชนเป็นผู้จัดทำขึ้นมาประกอบการพยากรณ์ความต้องการตลาดของผลิตภัณฑ์

2. เทคนิคเชิงปริมาณ เป็นวิธีการพยากรณ์ที่อาศัยข้อมูลซึ่งเป็นตัวเลขในอดีตโดยอาจจะใช้หรือไม่ใช้หลักการทางสถิติมาประกอบการพยากรณ์ ส่วนวิธีที่ไม่ใช่ ได้แก่ เทคนิคการพยากรณ์เชิงเปรียบเทียบ เทคนิคการพยากรณ์โดยการวิเคราะห์อนุกรมเวลาส่วนวิธีที่ใช้หลักการทางสถิติ ได้แก่ เทคนิคการพยากรณ์โดยวิธีวิเคราะห์การถดถอย (พัชราภรณ์, 2558)

เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณมักใช้ได้ดีกับข้อมูลที่มีขนาดใหญ่และมีความซับซ้อนอย่างไรก็ตาม การพยากรณ์แบบนี้มีจุดอ่อนที่สำคัญที่ควรทราบคือ ธรรมชาติของวิธีการพยากรณ์จะเป็นแบบ “ประมาณการออกไปจากกลุ่มข้อมูลที่มีอยู่เดิม” กล่าวคือ ค่าพยากรณ์ได้จะถูกตั้งก็ต่อเมื่อรูปแบบและความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลของเรื่องที่ยพยากรณ์ยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลงเท่านั้น ซึ่งในสถานการณ์ที่เป็นจริงสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจมีความผันผวนสูง ดังนั้นในการพยากรณ์จึง

ควรใช้ดุลพินิจร่วมด้วยจะช่วยให้ค่าพยากรณ์ที่ได้ใกล้เคียงกับที่ควรจะเป็นมากขึ้น ทั้งนี้เพราะเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการพยากรณ์เชิงคุณภาพ โดยใช้ดุลพินิจสามารถปรับค่าพยากรณ์ตามความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น
ได้รวดเร็วกว่าวิธีเชิงปริมาณ นั่นเอง

2.1.1.3 การประมาณการยอดขายสินค้า

วิธีพื้นฐานที่นิยมใช้ในการพยากรณ์ยอดขาย คือ การคาดคะเนส่วนแบ่งตลาดที่โครงการนั้นจะ
ได้รับว่าเป็นร้อยละเท่าใดของตลาดรวมดังกล่าว อย่างไรก็ตามในการคาดคะเนยอดขายของ
โครงการยังควรพิจารณาถึงสถานะเศรษฐกิจ การแข่งขัน ระดับของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ และ
ปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย จากนั้นเมื่อได้ยอดขายโดยการประมาณการแล้วก็จะนำมาจัดทำเป็นแผน
ยอดขาย หรือที่เรียกว่าการประมาณการยอดขายสินค้า ซึ่งจะแสดงถึงจำนวนเงินที่ได้รับจากการขาย
สินค้าในช่วงระยะเวลาที่กำหนดโดยหาได้จากอัตราจำนวนผู้บริโภครต่อปีที่คาดคะเนคูณด้วย
ราคาขายต่อหน่วยได้ดังสมการ

$$\text{ยอดขาย} = \text{อัตราผู้บริโภครต่อปี} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย} \quad (2.2)$$

และเมื่อได้ยอดขายที่ประมาณในแต่ละปีก็นำมาใส่ในตารางประมาณการยอดขายสินค้าของ
โครงการ(ตารางที่2)

ตารางที่2.1 ตัวอย่างการประมาณการยอดขายสินค้าของโครงการ

ผลิตภัณฑ์	ปีที่ 1		ปีที่ 2		...	n	
	หน่วย	บาท	หน่วย	บาท		หน่วย	บาท
สินค้า ก.	xx	xx	xx	xx	...	xx	xx
สินค้า ข.	xx	xx	xx	xx	...	xx	xx
...							
...							
รวม	xx	xx	xx	xx	...	xx	xx

ที่มา: รูปนา ฉินไพศาล., 2544

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1.4 การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด

ในขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการศึกษาด้านการตลาด คือการสรุปผลการศึกษาที่ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากด้านต่างๆมาแล้วว่าโครงการจะพบปัญหาและอุปสรรคใดบ้างและจะมีความเป็นไปได้ของโครงการเกิดขึ้นหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจทางด้านการตลาดเป็นหลัก โดยดูจากข้อมูลที่ทำการวิเคราะห์ไว้ตามหัวข้อต่างๆที่ได้กล่าวมาแล้วไม่ว่าจะเป็นทางด้านขนาดตลาดที่ศึกษาว่าขนาดตลาดบริเวณ โครงการใหญ่หรือเล็กและการที่จะเข้าไปตั้งส่วนแบ่งตลาดมาเป็นของโครงการมีมากน้อยเพียงใด แนวโน้มในการเจริญเติบโตของธุรกิจที่ทำการศึกษานั้นเป็นในทางบวกหรือลบเพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งคำตอบที่ว่าโครงการดังกล่าวควรทำการศึกษาคือความเป็นไปได้ด้านอื่นๆต่อไปหรือไม่กล่าวคือถ้าผลการศึกษาด้านการตลาดออกมาน่าพอใจคือมีอุปสงค์หรือความต้องการตลาดในผลิตภัณฑ์ของโครงการมีมากพอ เมื่อนำไปเทียบกับคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาดแล้วสามารถได้ส่วนครองตลาดมาจำนวนหนึ่ง รวมถึงการประมาณการยอดขายที่ได้ต้องไม่ต่ำหรือสูงจนเกินไปการพยากรณ์การตลาดที่ควรมีแนวโน้มของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ตลาดกว้างมากยิ่งขึ้นและสถานะตลาดที่เอื้ออำนวยต่อโอกาสที่จะทำให้โครงการประสบความสำเร็จได้ถ้าหากการศึกษาด้านการตลาดมีคุณสมบัติครบถ้วนและตลาดที่เลือกนั้นเหมาะแก่การลงทุนในการทำธุรกิจโครงการก็ควรทำการศึกษาด้านอื่นๆ เป็นลำดับต่อไป

2.1.2 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การศึกษาคือความเป็นไปได้ด้านเทคนิค จะทำให้ทราบถึงกระบวนการผลิต ขั้นตอนการผลิต คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ การกำหนดขนาดพื้นที่ของโครงการ การเลือกเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ที่จำเป็นต่อโครงการ กำลังการผลิตที่โครงการสามารถทำได้ ทำเลที่ตั้งของโครงการเพื่อที่จะดูว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร และมีหนทางที่จะแก้ไขปัญหายังไง การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคจะบอกถึงความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค นอกจากนั้นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคยังเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุน คาดคะเนผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเลือกด้านเทคนิคต่างๆ เช่น ในแง่ของการว่าจ้างงาน อิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อมวลมนุษย์ ปัญหาต่างๆ และอุปสรรคของโครงการอยู่ที่ปัจจัยใดตลอดจนวิธีแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นในโครงการซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคนั้นมีแนวทางในการพิจารณา และมีเกณฑ์การตัดสินใจในการลงทุนซึ่งการวิเคราะห์ด้านเทคนิคมีแนวทางในการพิจารณาดังต่อไปนี้ (ฐาปนา ฉันทไพศาล., 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.1 ระบบการผลิต

โครงการแต่ละโครงการจะมีระบบการผลิตที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะทำการผลิตถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงในการผลิตจะมีระบบการผลิตที่มีความยุ่งยากซับซ้อน ในทางตรงกันข้ามถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีน้อยระบบการผลิตก็จะเป็นแบบง่ายไม่มีความยุ่งยาก ซึ่งระบบการผลิตจะประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานด้วยกัน 3 ประการคือ

2.1.2.1.1 ปัจจัยนำเข้า คือปัจจัยที่ใช้เป็นพื้นฐานจึงจะทำให้โครงการเกิดผลผลิตขึ้นมา ได้แก่ วัตถุดิบ แรงงาน เงินทุน

2.1.2.1.2 กระบวนการผลิต คือกรรมวิธีในการแปรสภาพปัจจัยนำเข้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือบริการ ในที่นี้หมายถึง เทคโนโลยีในการผลิต เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตและสถานที่ตั้งของโครงการมีรายละเอียดได้แก่

1. กระบวนการผลิต ในการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งนั้นอาจใช้กระบวนการผลิตกระบวนการ หรือบางผลิตภัณฑ์ใช้กระบวนการเดียวกันก็ได้ ซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคนั้นจะต้องมีความเข้าใจในเรื่องของกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อเลือกใช้การผลิตให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สามารถจำแนกกระบวนการผลิตออกเป็น 5 ประเภท คือ กระบวนการผลิตโครงการกระบวนการผลิตตามคำสั่งซื้อ กระบวนการผลิตช่วงตอน กระบวนการผลิตตามสายงานและกระบวนการผลิตต่อเนื่อง

2. การวางแผนผังกระบวนการผลิต คืองานหรือแผนงานในการติดตั้งเครื่องจักร เครื่องมือและวัสดุต่างๆ รวมทั้งสภาพแวดล้อมในการทำงานที่จำเป็นในกระบวนการผลิตภายใต้ข้อจำกัดของโครงสร้างอาคารที่มีอยู่รวมทั้งการออกแบบอาคาร เครื่องจักรและเครื่องมือต่างๆ เพื่อให้การผลิตมีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพสูงสุด

3. กำลังการผลิต คืออัตราสูงสุดของผลผลิตหรือบริการที่ระบบการผลิตสามารถผลิตได้ในช่วงเวลาหนึ่งของการดำเนินงาน โดยวัดเป็นหน่วยผลผลิตต่อหน่วยของเวลา การกำหนดกำลังการผลิตก็คือการที่กิจการสามารถผลิตสินค้าภายใต้สถานการณ์ปกติและระบบการผลิตที่กำหนดไว้ กำลังการผลิตที่สูงที่สุดคือ กำลังการผลิตที่สามารถผลิตสินค้าให้ได้มากที่สุด และสามารถใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด การกำหนดกำลังการผลิตของกิจการจะขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการคือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการกำหนดปัจจัยการผลิต ได้แก่ กฎหมาย แรงงาน และความสามารถในการป้อนวัตถุดิบของผู้จำหน่าย ส่วนปัจจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภายในที่มีผลกระทบต่อข้อกำหนดกำลังการผลิต ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ บุคลากรและงาน การออกแบบโครงการและกระบวนการผลิต สมรรถนะของอุปกรณ์และการบำรุงรักษา การควบคุมวัตถุดิบ ระบบการควบคุมคุณภาพและความสามารถของผู้บริหาร

2.1.2.1.3 ปัจจัยนำออก คือผลผลิตขั้นสุดท้ายของกระบวนการผลิตของแต่ละโครงการ ซึ่งจะออกมาในรูปของสินค้าหรือบริการ ผลิตภัณฑ์และคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ถือเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยนำออก ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่น่าสนใจในการลงทุนนั้นมักจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จำหน่ายในประเทศอุตสาหกรรม หรือประเทศที่พัฒนาแล้วทั้งสิ้น อีกทั้งรูปร่างลักษณะและข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ มักจะเลียนแบบจากประเทศอุตสาหกรรม ในการกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตจะต้องสอบถามความต้องการตลาดว่าต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทใด

2.1.2.2 ทำเลที่ตั้ง

การพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากในการตัดสินใจทางธุรกิจ เพราะทำเลที่ตั้งจะมีผลต่อต้นทุนและรายได้ในระยะยาวที่จะมีผลกระทบต่อการค้าดำเนินงาน ซึ่งการที่จะพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งจะต้องมีต้นทุนรวมในการเลือกทำเลที่ตั้งที่ต่ำที่สุด เนื่องจากทำเลที่ตั้งเป็นแหล่งที่จะทำให้อุตสาหกรรมประกอบกิจการได้สะดวกที่สุด โดยคำนึงถึงกำไรและค่าใช้จ่าย ความสามารถในการขนส่งและการจัดจำหน่าย การจัดหาวัตถุดิบ และสภาพแวดล้อมอื่นๆ ตลอดระยะเวลาที่ธุรกิจประกอบกิจการ ซึ่งในการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการจะมีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงเพราะจะมีผลกระทบต่อตัดสินใจทางธุรกิจ ปัจจัยที่ธุรกิจต้องนำมาพิจารณาสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1.2.2.1 ปัจจัยที่เกี่ยวกับการผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการผลิต ได้แก่ ที่ดิน แร่งงาน วัตถุดิบ ตลาด การขนส่ง สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

2.1.2.2.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตโดยตรง ได้แก่ กฎหมาย ภาษี ทัศนคติของชุมชน และการเมือง

2.1.2.3 การสรุปผลการศึกษาด้านเทคนิค

ขั้นตอนสุดท้ายในการศึกษาด้านเทคนิคคือการสรุปผลการศึกษาที่จะให้ทราบคำตอบว่า โครงการควรทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินต่อไปหรือไม่ กล่าวคือถ้าผลการศึกษาด้านเทคนิคที่ได้จากการวิเคราะห์มีความน่าสนใจในการลงทุนทั้งทางด้านทำเลที่ตั้งว่าสถานที่ที่โครงการเลือกนั้นตั้งอยู่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ รวมถึงระบบสาธารณูปโภคว่ามีความพร้อมเพียงใด การผลิตที่มีการวางแผนกำลังการผลิตที่สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงสุดท้ายคือปัจจัยนำออกที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีความคุณภาพ ตรงตามความต้องการของลูกค้าหากมีคุณสมบัติครบถ้วนก็จะทำการศึกษาด้านทางการเงินเป็นลำดับต่อไป(ชัยยศ สันติวณิช. 2539)

2.1.3 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน เป็นการวิเคราะห์ที่จะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไร รวมถึงการวางแผนทางการเงินและการวางแผนกำไรเพื่อทำให้ผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆ เกิดขึ้นกับโครงการ การศึกษาด้านการเงินของโครงการจึงเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการลงทุนว่า จะต้องใช้จ่ายในด้านใดบ้างเป็นจำนวนเท่าใด จะหาแหล่งเงินทุนได้จากแหล่งใด โครงการนี้จะให้ผลตอบแทนการลงทุนสูงต่ำอย่างไร นอกจากนี้ยังจะต้องมีการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ เพื่อดูว่าอัตราผลตอบแทนของการลงทุนจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรหากมีการเปลี่ยนแปลงในราคาวัตถุดิบ ปริมาณการผลิต หรือราคาขาย ฯลฯ ในอนาคต ทั้งนี้เพื่อทดสอบถึงความเป็นไปได้ของโครงการในสภาพการณ์ต่างๆ ที่คิดไปจากที่ได้คาดคะเนเอาไว้แต่เดิม โดยการวิเคราะห์ทางการเงินนั้นจำเป็นต้องนำข้อมูลจากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดและความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค มาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจ และคาดคะเนารับตลอดจนพิจารณาต้นทุนที่จะเกิดขึ้นว่ามีความเป็นไปได้ทางการเงิน และมีลู่ทางในการลงทุนเพียงใด โดยการนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์ และการประเมินค่าโครงการลงทุน เพื่อพิจารณาว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ ซึ่งการวิเคราะห์ด้านการเงินสามารถแบ่งออกได้ดังนี้ (ดวงมณี โกมารทัต.2548)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3.1 การประมาณเงินลงทุน โครงการ

เพื่อดูว่าต้องใช้เงินในด้านใดบ้าง เป็นจำนวนเท่าใดและจะหาแหล่งเงินทุนได้จากแหล่งใด เงินลงทุนในโครงการจะประกอบไปด้วย

2.1.3.1.1 เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร หรือต้นทุนคงที่ (fixed cost) คือ เงินลงทุนในสินทรัพย์ที่มีอายุการใช้งานมากกว่า 1 ปี และโครงการต้องใช้ในการดำเนินงานค่าใช้จ่ายประเภทนี้จะไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต หรือเปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมต่างๆ ในระหว่างกระบวนการผลิต (ดวงมณี โกมารทัต.2548)

2.1.3.1.2 เงินลงทุนหมุนเวียนคือค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ระหว่างการดำเนินโครงการจะเปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิต และเปลี่ยนแปลงตามการเปลี่ยนแปลงของระดับกิจกรรมต่างๆ โดยผู้ลงทุนโครงการต้องเตรียมเงินทุนหมุนเวียนไว้ นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายลงทุนประเภทอื่นเพื่อก่อให้เกิดความราบรื่นในขณะดำเนินงานในการประกอบกิจกรรมต่างๆจะได้รับคืนเมื่อหมดอายุโครงการ (ดวงมณี โกมารทัต.2548)

2.1.3.2 การประมาณยอดขายของโครงการ แบ่งออกเป็น

2.1.3.2.1 ผลตอบแทนที่มีตัวตน ในที่นี้คือรายรับจากการขายสินค้า

2.1.3.2.2 ผลตอบแทนที่ไม่มีตัวตนหรือผลตอบแทนที่ไม่สามารถตีค่าเป็นตัวเงินได้ เช่น ช่วยกระจายสินค้าให้แก่ผู้ผลิตรายใหญ่

เพื่อดูว่าโครงการให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ จึงจำเป็นที่จะต้องใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากงบกำไรขาดทุน(ตารางที่2.2) งบกระแสเงินสด(ตารางที่2.3และ2.4) และข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่(อภิชนาท่าน้ำเที่ยง. 2551)

ตารางที่ 2.2 งบกำไรขาดทุน

รายการ	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4	ปี 5	ปี 6
ยอดขาย	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
หัก ค่าวัสดุคิบ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กำไรขั้นต้น	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
หักค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กำไรขาดทุนก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
ดอกเบี้ยจ่าย	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กำไรขาดทุนก่อนหักภาษีเงินได้	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กำไรสุทธิ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กำไรสะสม	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

ที่มา: (นิชาบูล อินทรพุดติ, 2554)

ตารางที่ 2.3 งบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5	ปีที่ 6
กระแสเงินสดรับ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
เงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
เงินทุนจากการกู้ยืม	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
รายได้จากการขาย	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
รวมงบกระแสเงินสดรับ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กระแสเงินสดจ่าย	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
เงินลงทุนของ โครงการ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
เงินลงทุนหมุนเวียน	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3(ต่อ)

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
เงินต้นและดอกเบี้ยจ่าย	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
รวมกระแสเงินสดจ่าย	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กระแสเงินสดสุทธิ*	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กระแสเงินสดสะสม*	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

ตารางที่ 2.4รวมงบกระแสเงินสด

รายการ	งบการเงิน						
	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
กระแสเงินสดรับ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กระแสเงินสดจ่าย	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กระแสเงินสดสุทธิ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

ที่มา: (อนุรัักษ์ ทองสุโขวงศ์, 2555)

2.1.3.3 วิเคราะห์ผลตอบแทนของการลงทุน

เพื่อพิจารณาว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินลงทุนหรือไม่ หรือผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไป ซึ่งการจะวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของโครงการว่ามีความคุ้มค่าแก่การลงทุนหรือไม่นั้น จำเป็นจะต้องอาศัยเกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุน 2 ประเภท ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3.3.1 เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา

ระยะเวลาคืนทุน (payback period) คือ ระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินงานมีค่าเท่ากับ ค่าลงทุนของโครงการ (ตารางที่ 2.5) วิธีการนี้พิจารณาถึงจำนวนปีที่จะได้รับผลตอบแทนคุ้มกับเงินลงทุนและใช้กันมากในวงธุรกิจ โดยเฉพาะในกรณีที่มีอัตราความเสี่ยงภัยสูง เช่น กรณีของผลผลิตที่คิดได้ใหม่ หรือวิธีการใหม่ๆที่ไม่มีการคุ้มครองจากกฎหมาย สิ่งที่เกิดใหม่จึงอาจถูกขโมยความคิดหรือการลอกเลียนแบบจากคู่แข่งขึ้นภายในระยะเวลาอันสั้นได้ หลักจากที่ผลผลิตใหม่ออกสู่ตลาด หรือในกรณีที่ภาวะการณ์ทางการเมืองมีความไม่แน่นอน ฉะนั้นเพื่อความแน่นอนของการลงทุน นักลงทุนจึงต้องพิจารณาเลือกโครงการที่ให้ผลตอบแทนคืนเร็วในระยะสั้นระหว่าง 3 ถึง 5 ปี

ตารางที่ 2.5 การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ*	กระแสเงินสดสะสม*
0	xxx	xxx
1	xxx	xxx
2	xxx	xxx
3	xxx	xxx
4	xxx	xxx
5	xxx	xxx
6	xxx	xxx
รวม	xxx	xxx

*หมายเหตุ ตารางที่ 2.3 งบกระแสเงินสด

ที่มา: จินดา ชันทอง.2544

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{กระแสเงินสดจ่ายในการลงทุนธุรกิจ CafeAmazon}}{\text{กระแสเงินสดรับสุทธิจากธุรกิจ CafeAmazon}} \quad (2.3)$$

การใช้วิธีการประเมินในรูปแบบนี้มีข้อดีคือ เป็นการใช้กระแสเงินสดในการตัดสินใจ ง่ายต่อการคำนวณและง่ายต่อการทำความเข้าใจ แต่ก็มีข้อเสียบางประการ อาทิ การประเมินด้วยวิธีนี้ไม่ได้คำนึงถึงมูลค่าของเงินตามกาลเวลา และไม่ได้สนใจว่ากระแสเงินสดที่ได้รับหลังจากคืนทุนแล้วจะเป็นเช่นไร นำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาด และอาจจะเกิดผลเสียกับโครงการในภายหลังได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3.3.2 เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนที่คำนึงค่าของเงินกับเวลา

เป็นกระบวนการซึ่งมูลค่าที่คิดเป็นเงินของต้นทุน ผลประโยชน์ และผลประโยชน์สุทธิของโครงการที่เกิดขึ้นในระยะเวลาต่างๆ กันในอนาคตถูกปรับให้มาอยู่ในปัจจุบันหรือในเวลาที่เป็นศูนย์มูลค่าของเงินที่เกิดขึ้นในอนาคตซึ่งถูกปรับมาเป็นปัจจุบันนั้น เรียกว่า มูลค่าปัจจุบัน (present value: PV) กระบวนการปรับค่าของเวลาดังกล่าว จะกระทำโดยการหักลด มูลค่าของเงินที่เกิดขึ้นในอนาคตด้วยอัตราส่วนลด (discount rate) ซึ่งเป็นวิธีที่มีแนวคิดที่ว่าเงินในแต่ละปีที่ได้รับมีมูลค่าไม่เท่ากัน นั่นคือเงินมีมูลค่าเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามกาลเวลาแม้จะได้รับเป็นจำนวนเดียวกันก็ตาม โดยมูลค่าของเงินนั้นจะขึ้นกับอัตราดอกเบี้ยและเศรษฐกิจในเวลานั้นๆ โดยเกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลานี้ สามารถจำแนกได้ 3 วิธีคือ

1. วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value: NPV) หมายถึง ผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุโครงการกับเงินสดจ่ายลงทุน เพื่อเป็นการศึกษาว่าการลงทุนในโครงการนี้จะมีกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ ในกรณีการพิจารณาการลงทุนต่อเนื่องหลายปีจะใช้กับโครงการขนาดกลาง และขนาดใหญ่ที่โครงการมีอายุโครงการมากกว่า 1 ปีขึ้นไป โดยจะเกิดผลตอบแทนหลายจำนวน จากการประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาสามารถพิจารณาจากค่า NPV ที่เกิดขึ้นจากการคำนวณ โดยที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการนั้น ได้มาจากการนำค่ากระแสเงินสดสุทธิของแต่ละปี (ตลอดอายุโครงการ) มาเทียบให้เป็นมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิโดยใช้อัตราส่วนลดที่กำหนดขึ้น กระแสเงินสดสุทธิที่จะนำมาเทียบกับมูลค่าปัจจุบันซึ่งคำนวณตั้งแต่ปีที่คาดว่าจะเริ่มดำเนินการ โดยที่อัตราส่วนลดควรมีค่าเท่ากับดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวหรือเท่ากับดอกเบี้ยที่ได้จากการให้กู้ยืม เกณฑ์การตัดสินใจนี้จะพิจารณา จากค่า NPV ที่คำนวณได้ ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับศูนย์หรือมากกว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดจ่าย จะยอมรับโครงการลงทุน แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบแสดงว่าโครงการนั้นไม่คุ้มค่ากับการลงทุน จะเห็นได้ว่าการวิเคราะห์โครงการ โดยพิจารณาจากค่า NPV (ตารางที่ 2.6) นั้นจะสามารถบอกได้เพียงว่าโครงการนี้จะทำกำไรให้โครงการหรือไม่ โดยการกำหนดอัตราส่วนลดลงไป ซึ่งถ้าวิเคราะห์แบบนี้ไม่สามารถบอกได้ว่าโครงการนี้จะคืนทุนให้แก่โครงการในอัตราเท่าไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ*	อัตราคิดลดที่ 12%**	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
0	xxx	xxx	xxx
1	xxx	xxx	xxx
2	xxx	xxx	xxx
3	xxx	xxx	xxx
4	xxx	xxx	xx
5	xxx	xxx	xxx
6	xxx	xxx	xxx
รวม	xxx	xxx	xxx

หมายเหตุ *ตารางที่ 2.3 งบกระแสเงินสด

**กำหนดอัตราคิดลดที่ 12%

ที่มา: ชัยยศ สันติวงษ์, 2539

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t} - \left(\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t} \right) \quad (2.4)$$

กำหนดให้

B_t = ผลตอบแทนในปีที่ t

C_t = กระแสเงินสด

C_0 = ต้นทุนปีเริ่มแรก

r = อัตราส่วนคิดลด

n = ระยะเวลา

2. วิธีอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal rate of return: IRR) เป็นการคำนวณหาอัตราดอกเบี้ยหรืออัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของรายรับจากโครงการเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของการลงทุน (ตารางที่ 2.7) ดังนั้นมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) จึงเท่ากับศูนย์

ค่าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) นั้นสามารถหาได้จากวิธีการแบบทดลองหาไปเรื่อยๆ

คือเป็นแบบ Trial and error โดยเปิดตารางปัจจัยดอกเบี้ยมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Present value interest เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

factor) แล้วนำค่าที่ได้ไปแทนในสูตร โดยทดลองไปจนกว่าจะได้ผลลัพธ์ของกระแสเงินสดรับสุทธิ เท่ากับเงินสดจ่ายพอดี เกณฑ์การตัดสินใจของ IRR สามารถพิจารณาได้จากอัตราดอกเบี้ยที่คำนวณได้ นำไปเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยที่โครงการกำหนดได้ ซึ่งได้มาจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว หรืออัตราดอกเบี้ยที่ได้จากการให้กู้ยืม ซึ่งถ้าอัตราดอกเบี้ยที่คำนวณได้สูงกว่า ถือว่าโครงการมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน แต่ถ้าค่า IRR ที่ได้ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยที่โครงการกำหนดไว้ จะเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า คือผลตอบแทนที่ได้นั้นไม่คุ้มค่าเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยที่จะได้จากการลงทุนโครงการอื่น ที่ไม่ใช่โครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั่นเอง

ตารางที่ 2.7 การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ(IRR)

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ*	อัตราคิดลดที่ 12%**	NPV	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลดที่ 15%**	NPV
0	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
1	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
2	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
3	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
4	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
5	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
6	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
รวม	xxx		xxx	xxx		xxx

ที่มา: ชัยยศ สันตวัฒน์.2539

หมายเหตุ *ตารางที่ 2.3 งบกระแสเงินสด

IRR = อัตราส่วนลดตัวค่า+ผลต่างระหว่างอัตราส่วนลดทั้งสอง

$$x \left[\frac{NPV \text{ ของอัตราส่วนลดตัวค่า}}{\text{ผลต่างของ } NPV \text{ ตามอัตราส่วนลดทั้งสอง}} \right] \quad (2.5)$$

3.อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit cost ratio หรือ B/C) เกณฑ์นี้แสดงถึงอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุโครงการ ค่าใช้จ่ายในที่นี้คือค่าใช้จ่ายทั้งทางด้านลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและบำรุงรักษา คือค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นที่ไม่มีการแบ่งแยกกว่าเป็นค่าใช้จ่ายประเภทใด(ตารางที่ 2.8) เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลือกโครงการที่มีค่า B/C เกินกว่า 1 เพราะเมื่อค่า B/C เกินกว่า 1 แล้ว หมายความว่าถึงผลตอบแทนที่ได้จากโครงการจะมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไปในการนั้น (ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ.2540)

ตารางที่ 2.8 การคำนวณอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR)

ปีที่	ค่าใช้จ่าย รวม	อัตราคิด ลดที่ 12%	NPV	ผลตอบแทน รวม	อัตราคิด ลดที่ 12%	NPV
0	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
1	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
2	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
3	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
4	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
5	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
6	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
รวม	xxx		xxx	xxx	xxx	xxx

$$B/C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}} \quad (2.6)$$

โดยที่

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

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

r = อัตราคิดลดร้อยละ 12

n = อายุของโครงการ 6 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3.4 การวิเคราะห์ค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value)

เป็นการวิเคราะห์ความไวอีกรูปแบบหนึ่งเพื่อดูว่าผลตอบแทนลดลงได้มากที่สุดเท่าใดหรือต้นทุนเพิ่มขึ้นได้มากที่สุดเพียงใดโดยใช้สูตรในการคำนวณดังนี้

การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (SVT) แยกได้ 2 กรณีได้แก่

1. การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านต้นทุน (SVTC) หมายความว่าต้นทุนโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละเท่าไรก่อนที่จะทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์
สูตรการคำนวณ

$$SVTC = [(PVB - PVC) \times 100] / PVC \quad (2.7)$$

กำหนดให้

SVTC = Switching Value Test

NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

PVC = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทน

2. การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านผลตอบแทน (SVTB) หมายความว่า
ผลตอบแทน

โครงการสามารถลดลงได้ร้อยละเท่าไรก่อนที่จะทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์

สูตรการคำนวณ

$$SVTB = [(PVB - PVC) \times 100] / PVB \quad (2.8)$$

กำหนดให้

SVTB = Switching Value Test

NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

PVB = มูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทนรวมของโครงการ

ถ้า SVTC หรือ SVTB ที่คำนวณได้มีค่าสูงหมายความว่าความเสี่ยงภัยในโครงการอยู่ในระดับต่ำ

(ฐาปนา ฉินไพศาล, 2554)

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อภิษฐา ทำน้ำเที่ยง (2551) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดร้านกาแฟรูปแบบ Drive in ในเขตอำเภอเมืองจังหวัด อุตรธานี เนื่องจากปัจจุบันได้มีร้านกาแฟเติบโตมากขึ้น จึงทำให้ได้มีการทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งขึ้น โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักเรียน และนักศึกษา จึงได้มีการออกแบบสอบถามสำรวจจากนั้นได้มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก จุดอ่อนจุดแข็ง โดยใช้ SWOT และนำมาใช้ในการวางแผนด้านการตลาด ด้านการจัดการและจึงนำมาทำการประเมินโครงการ โดยการวิเคราะห์ทางการเงิน ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า กิจการต้องลงทุนเงิน 2,007,030 บาท โครงการนี้ให้ผลตอบแทนที่ร้อยละ 24.61 มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 1,167,440.38บาท ระยะเวลาคืนทุน 3ปี3เดือน22วัน ดังนั้นสรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้สูงและเป็นโครงการที่น่าลงทุน

ทัศนียาภรณ์ ชูคำ(2552) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดร้านกาแฟสด บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งลักษณะร้านกาแฟที่จะจัดตั้งขึ้นจะเป็นแบบฟรีเมียม โดยคำนึงถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่มีทั้งกลุ่มนักเรียนอายุ 18-22ปี และกลุ่มวัยทำงาน 23-27ปี ผู้จัดทำได้มีการสำรวจออกแบบสอบถามจากนั้นได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในเพื่อให้ทราบจุดอ่อน และจุดแข็งของกิจการและนำมาใช้ในการวางแผนทางการตลาด ด้านเทคนิคการผลิต และการจัดการ จึงทำการประเมินโครงการวิเคราะห์ทางการเงิน ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า กิจการต้องลงทุนเงิน 520,000บาท มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 737,747บาท มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของการจัดตั้งร้านนี้เป็นร้อยละ23.1% มีระยะเวลาคืนทุน 2ปี3เดือน21วัน จึงสรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้สูงและเป็นโครงการหนึ่งที่น่าลงทุน

วรพินท์ อิจูรัตน์ (2554) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดร้านกาแฟ coffee break ในเขตเทศบาล อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น โดยใช้เงินลงทุน 350,000บาท ซึ่งมีวัตถุประสงค์ศึกษาความเป็นไปได้ ทางด้านการตลาด ด้านการจัดการและเทคนิค และด้านการเงิน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อประโยชน์การลงทุน ผลจากแบบสอบถามพบว่ามีผู้ที่ให้ความสนใจเข้าบริการถึง97.50% สำหรับด้านการบริหารจัดการและการดำเนินงานในด้านต่างๆมีความเป็นไปได้ส่วนในด้านการเงินจากการประเมิน โครงการลงทุนพบว่าในระยะเวลา2ปีกิจการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 406,884บาทระยะเวลาคืนทุน10เดือน11วันและอัตราผลตอบแทนโครงการเท่ากับร้อยละ 90.42%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดงว่ามีความเป็นไปได้ด้านการเงิน สรุปผลได้ว่า ร้านกาแฟ coffee break ในเขตเทศบาล อำเภอ บ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น มีความเป็นไปได้และมีความน่าสนใจในการลงทุน

กานต์ สิริวัฒน์(2554) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจกาแฟสดสำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ กรณีศึกษา สวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและตรวจสอบความเป็นไปได้ทางธุรกิจ โดยการเปิดร้านกาแฟดังกล่าวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่เป็นลูกค้ากลุ่มทัวร์เป็นหลัก พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวไต้หวัน และเกาหลีตามลำดับและชื่นชอบกาแฟของไทย เนื่องจากมีกลิ่นหอมรสชาติดีและราคาถูก โดยราคาที่ลูกค้ายอมรับได้อยู่ที่ 30-45บาท จากการศึกษาใช้เงินลงทุนเริ่มแรกที่ 572,960บาท มีระยะเวลาในการคืนทุน 3 ปี4 เดือน มีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ คือ ร้อยละ19.61 สำหรับข้อเสนอแนะในการลงทุนหากผู้ที่จะทำการศึกษาคือข้อมูลเพิ่มเติมกรณีนักท่องเที่ยวในบางเดือนอาจมียอดขายที่ต่ำ เนื่องจากไม่ใช่ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ดังนั้นธุรกิจจำเป็นต้องมีเงินหมุนเวียนในธุรกิจมากและมีการยืดหยุ่นในการบริหารจัดการที่ค่อนข้างสูงและจัดว่ามีความเสี่ยงที่สูงในการลงทุนเพราะรายได้จากยอดขายจะขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

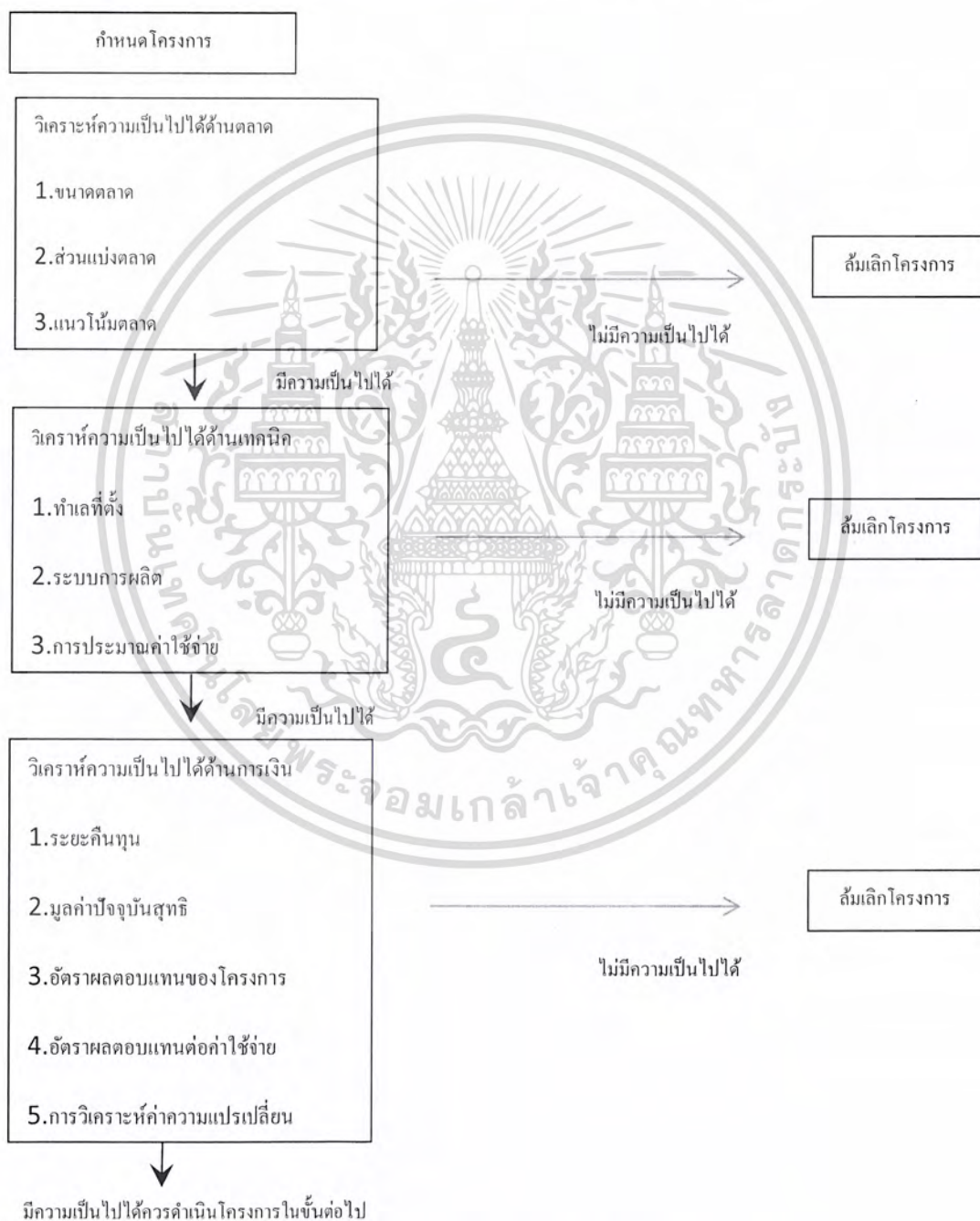
ศุภลักษณ์ พงษ์อนันต์(2556) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟในสถานีบริการน้ำมันในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากลูกค้า กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธี ใควตา ตามบริษัทสถานีบริการน้ำมันจำนวน300ราย และใช้แบบสอบถามผู้ประกอบการร้านกาแฟที่ขายดีที่สุดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน3แห่ง ผลการศึกษาในด้านตลาดพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญรสชาติกาแฟ สำหรับผลการศึกษาด้านการจัดการพบว่า โครงการธุรกิจกาแฟที่ทำการศึกษจะเป็นในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียวมีการบริหารงานที่ชัดเจนระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ7.00-20.00น สำหรับด้านการเป็นไปได้ในระยะเวลาการลงทุน การดำเนินโครงการ5ปี จะมีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยมีเงินลงทุนเริ่มแรก 321,880บาท มีระยะเวลา3ปี11เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิหลังสิ้นสุดโครงการ 5ปีเท่ากับ 225,307.14บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ คือร้อยละ27.51

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 กรอบแนวคิด

จากการตรวจสอบแนวคิดและทฤษฎีในการวิเคราะห์ตลอดจนเอกสารงานวิจัยต่างๆพบว่าการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งร้านกาแฟเพื่อเมซอนบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ทำให้กรอบแนวคิดมี 3 ด้าน คือ ด้านตลาด เทคนิค การเงิน ดังภาพ



รูปที่ 2.3 กรอบแนวคิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 สมมุติฐานการศึกษา

1. การจัดตั้งร้าน Café Amazon บริเวณหน้าธนาคารไทยพาณิชย์สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด
2. การจัดตั้งร้าน Café Amazon บริเวณหน้าธนาคารไทยพาณิชย์สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค
3. การจัดตั้งร้าน Café Amazon บริเวณหน้าธนาคารไทยพาณิชย์สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีความเป็นไปได้ทางการเงิน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการเก็บรวบรวมการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนร้านCafé Amazon จะเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างประชากรจากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูลประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้คือนักศึกษาและประชาชนทั่วไปที่สัญจรผ่านไป โดยมีวิธีการกำหนดขนาด ดังนี้

3.1.1.1 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาใน รั้งนี้คือกลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจเข้าใช้บริการร้านCafé Amazon ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของ ประชากร ผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการคำนวณจากสูตร ในกรณีไม่ทราบ จำนวนประชากรที่แน่นอน (ศิริวรรณเสวีรัตน์.2548) ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$n = \frac{z^2}{4e^2} \quad (3.1)$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

z = ระดับความเชื่อมั่น (ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 90 และค่า z ที่เปิดจากตารางมีค่าเท่ากับ 1.65)

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (ในการศึกษาครั้งนี้กำหนด ความคลาดเคลื่อนไว้ที่ร้อยละ 7)

แทนค่าสูตร

$$n = \frac{(1.82)^2}{4(0.07)^2} \quad (3.2)$$

$$n = 169 \text{ ตัวอย่าง}$$

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณ คือ 169 ตัวอย่างและสำรองไว้เพื่อความผิดพลาดอีกร้อยละ 18 เท่ากับ $(169 * 18 / 100)$ เท่ากับ 31 ตัวอย่าง ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาครั้งนี้จะเท่ากับ 200 ตัวอย่าง

3.1.1.2 วิธีการสุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non-probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเลือกทำการศึกษา นักศึกษาและบุคคลทั่วไป เจาะจงไปที่บริเวณหน้าธนาคารไทยพาณิชย์สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง การแจกแบบสอบถามจะเน้นไปที่นักศึกษาและประชาชนทั่วไปบริเวณโครงการ จากนั้นจะรอเก็บแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่างทันที

3.1.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยการศึกษาค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ด้วยกัน คือ

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้ ต่อเดือน และระดับการศึกษา โดยเป็นคำถามหลายตัวเลือก(Multiple choices question) เป็นคำถามปลายปิด

ส่วนที่ 2 สอบถามข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟซึ่งในส่วนนี้มีทั้งคำถามที่สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ คำถามที่เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว และแบบเติมคำตอบลงไป

ส่วนที่ 3 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตั้งร้านกาแฟร้านCafé Amazon บริเวณหน้าธนาคารไทยพาณิชย์สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งในส่วนนี้จะสอบถามเกี่ยวกับความสนใจในผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆของโครงการรวมถึงความถี่ที่คาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์ของโครงการ และจำนวนเงินที่ยอมจ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่งานวิทยานิพนธ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจกาแฟและงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ และเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ต ดังต่อไปนี้

- 1 Food Intelligence Center. 2557. ตลาดกาแฟในประเทศไทย.
2. Euromonitor International. 2553. Coffee Market in Thailand by product
3. เว็บไซต์ cafe-amazon
- 4..เอกสารการจัดการโครงการลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.2.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงตลาดของธุรกิจร้านCafé Amazonหน้าธนาคารไทยพาณิชย์ สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้ จึงนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง มาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ซึ่งข้อมูลที่ได้อธิบายลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการร้านในรูปแบบที่ดี ร้อยละและค่าเฉลี่ยโดยใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและผลรวมจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เบื้องต้นมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ต่อทางด้านตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนร้านCafé Amazon การวิเคราะห์สถานะตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณการยอดขายของโครงการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1.1 การวิเคราะห์สถานะตลาด

จะทำการศึกษาว่าตลาดธุรกิจเครื่องดื่มเป็นอย่างไรแนวโน้มของตลาดในอนาคตมีโอกาสที่จะเติบโตหรือหดตัวลงหรือไม่ และหากมีการจัดตั้งโครงการขึ้นมาจะได้ส่วนแบ่งทางการตลาดเท่าใด ทั้งนี้การศึกษาสภาวะตลาดจะทำให้ทราบว่าโครงการควรมีขนาดเท่าไรเพื่อที่จะสามารถรองรับความต้องการของผู้บริโภคให้ได้ โดยหาได้จาก

ผลการสำรวจผู้สำรวจไปมาบริเวณสถานที่ตั้งของโครงการในวันที่เปิดจำหน่ายต่อวัน x ราคาเฉลี่ย
ของเครื่องดื่มทุกประเภทที่ผู้บริโภคยอมจ่ายต่อครั้ง

ประกอบด้วยการศึกษา 3 ด้านดังนี้

3.2.1.1.1 ศึกษาขนาดของตลาด

เพื่อให้ทราบว่ ตลาดของกาแฟที่จะทำกรศึกษานั้นมีตลาดที่เล็กหรือขนาดตลาดที่ใหญ่ เหมาะแก่การทำธุรกิจร้านกาแฟเพียงใด โดยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างบริเวณหน้าธนาคารไทยพาณิชย์สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการวิเคราะห์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจำเป็นต้องกำหนดหาจำนวนผู้ซื้อที่แท้จริงจากผู้ซื้อทั้งหมด ประกอบกับการพิจารณาจาก

3.2.1.1.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากร รายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อวัน จำนวนผู้บริโภคกาแฟต่อวัน ปริมาณในการซื้อกาแฟ ความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภค จำเป็นจะต้องทราบว่ามีจำนวนผู้ซื้อผลิตภัณฑ์และบริโภคต่อวันเป็นจำนวนเท่าใด เพื่อนำมาใช้ประกอบการหามูลค่าตลาดของร้าน Café Amazon

3.2.1.1.1.2 การวัดอัตราการซื้อของผู้บริโภค โดยวัดจากความถี่ในการซื้อสินค้าต่อสัปดาห์ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นตัววัดอัตราการซื้อของผู้บริโภค

3.2.1.1.1.3 อำนาจการซื้อ อธิบายรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถาม ที่เคยตอบว่าเคยซื้อกาแฟรับประทานว่ามีกำลังซื้อและค่าใช้จ่ายที่ผู้บริโภคยอมจ่ายให้แก่ผลิตภัณฑ์ในการซื้อกาแฟเพื่อนำข้อมูลไปประกอบการกำหนดหามูลค่าตลาด

$$Q = n \times q \times p \quad (3.3)$$

โดย Q แทน จำนวนความต้องการของตลาดทั้งหมด

n แทน จำนวนผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในตลาดที่จะทำการวัด

q แทน ปริมาณการซื้อโดยเฉลี่ยต่อผู้ซื้อ 1 คน

p แทน ราคาผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อหน่วย

3.2.1.1.2 การศึกษาแนวโน้มของตลาด

เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดว่ามีทิศทางของตลาดเป็นอย่างไร โดยนำข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของร้านกาแฟ แนวโน้มการบริโภคกาแฟที่ได้จากการค้นคว้ามาวิเคราะห์ จากสำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

3.2.1.1.3 ส่วนแบ่งตลาด

เพื่อให้ทราบถึงความสามารถของธุรกิจที่ได้ส่วนแบ่งตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก การเมือง ทางด้านเศรษฐกิจ ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม และทางด้านประชากรศาสตร์ รวมถึงการวิเคราะห์เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟในบริเวณพื้นที่โครงการ โดยใช้หลักการวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการ มาใช้ร่วมในการวิเคราะห์ทั้งสองด้านว่าสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในตัวใดที่มีผลกระทบต่อการลงทุนร้านกาแฟ รวมถึงการนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อหาส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจกาแฟเมซอน

3.2.1.2 การพยากรณ์ความต้องการของตลาด

เพื่อใช้ในการพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดในรูปของจำนวนเงิน พิจารณาจากแบบสอบถามโดยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามว่ากลุ่มผู้บริโภคมีความต้องการซื้อกาแฟมากขึ้นเพียงใด โดยศึกษาในเขตพื้นที่โครงการ บริเวณหน้าธนาคารไทยพาณิชย์สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีระยะเวลาในการดำเนินโครงการ 6 ปี ตามข้อผูกมัดของสัญญาระหว่าง Café Amazon ของ ปตท ในการคำนวณการพยากรณ์ความต้องการของตลาดมีดังนี้

พยากรณ์ความต้องการตลาด = ความต้องการของตลาดในปีก่อนที่พยากรณ์ได้ x อัตราการเพิ่มขึ้นของการบริโภคกาแฟ + กับความต้องการตลาดในปีก่อนที่พยากรณ์ได้

3.2.1.3 การประมาณการยอดขายของโครงการ

จำนวนเงินเฉลี่ยที่ผู้บริโภคซื้อต่อปีต่อคนคูณจำนวนประชากรที่ใช้บริการ Café Amazon เป็นการประมาณรายได้จากการจำหน่ายกาแฟเป็นหลักตามระยะเวลาโครงการ โดยการศึกษาครั้งนี้มีอายุโครงการเท่ากับ 6 ปี โดยพิจารณาตามข้อผูกมัดของสัญญาระหว่าง Café Amazon ของ ปตท. ที่สามารถคำนวณหาได้จากสมการการหาจำนวนประชากรที่คาดว่าจะมาใช้บริการ

ยอดขาย = จำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณหน้าธนาคารไทยพาณิชย์สาขาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง x อัตราร้อยละของประชากรที่เข้าร้านเพื่อซื้อกาแฟ x อัตราร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร้านและตัดสินใจที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของโครงการอย่างแน่นอน (จากการสำรวจ) x ความถี่ในการซื้อกาแฟสัปดาห์คูณจำนวนสัปดาห์ในปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.1.4 การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาดถ้าหากอุปสงค์หรือความต้องการตลาดมีมากพอ และโอกาสในการขยายตัวของตลาดมีมากขึ้นก็ควรทำการศึกษาในด้านอื่นๆต่อไป

3.2.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

เป็นกระบวนการศึกษาเกี่ยวกับ ต้นทุนในการทำโครงการ ทำเลที่ตั้ง การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการเพื่อที่จะรู้ว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร และมีวิธีแก้ไขปัญหายังไรวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ และการวิเคราะห์เชิงพรรณนาซึ่งอธิบายถึงสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการลงทุนร้านค้าเฟอเมซอน

เพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมของความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโครงการในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิคจะทำการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การวางแผนกระบวนการผลิต เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต และกิจกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการผลิต

3.2.2.1 ระบบการผลิต

ศึกษาเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตว่ามีลักษณะเป็นอย่างไรมีความซับซ้อนรวมถึงการศึกษาการวางแผนโครงการให้มีความเหมาะสมเพื่อที่จะทำให้กระบวนการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ในการวิเคราะห์ระบบการผลิตจะวิเคราะห์ผล 3 ด้านใหญ่ๆที่เป็นปัจจัยสำคัญในระบบการผลิตคือ ปัจจัยการนำเข้ากระบวนการผลิต และปัจจัยนำออกโดยที่โครงการจะทำการวิเคราะห์ตามลำดับขั้นดังนี้

3.2.2.1.1วิเคราะห์ปัจจัยการนำเข้า ได้แก่ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของโครงการการจัดหาวัตถุดิบแหล่งที่มาของวัตถุดิบ เงินทุนและแรงงานโดยพิจารณาว่าบริเวณสถานที่ตั้งของร้านค้าเฟอเมซอน จะมีผลต่อปัจจัยนำเข้าเหล่านี้มากน้อยเพียงใด

3.2.2.1.2วิเคราะห์กระบวนการผลิต กล่าวถึงรายละเอียดของโครงการคาเฟอเมซอน ได้แก่ การตกแต่งร้าน การบริหารงานภายในร้าน รูปแบบของร้าน กำลังการผลิต แผนผังร้าน เป็นการวิเคราะห์ความสามารถของโครงการประกอบกับสถานที่ตั้งของโครงการว่าร้านค้าเฟอเมซอนนั้นสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

3.2.2.1.3วิเคราะห์ปัจจัยนำออก กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายของร้านค้าเฟอเมซอน มีความสามารถในการตอบสนองความต้องการผู้บริโภคอย่างไร

3.2.2.2 ทำเลที่ตั้ง

ศึกษาว่าทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมในด้านต่างๆหรือไม่ เช่นมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือไม่ความสะดวกด้านสาธารณูปโภคฯลฯซึ่งทำเลที่ตั้งจะมีผลต่อต้นทุนและรายได้ในระยะยาว

3.2.2.3 ต้นทุนในการทำโครงการจะทำการนำข้อมูลทุกข้อมูมิที่เก็บรวบรวมได้มาทำการประมาณค่าใช้จ่ายต่างๆที่ต้องใช้ในการลงทุนด้าน

-ค่าเงินลงทุนเริ่มแรก 2,827,000 บาท รายละเอียด ประกอบด้วย

- ค่าก่อสร้างร้านและตกแต่ง
- ค่าออกแบบ (ร้อยละ 8 ของค่าก่อสร้างและตกแต่ง)
- ค่าเฟอร์นิเจอร์อุปกรณ์และเครื่องPOS
- ค่าประกันแบรนค์ (ตราสินค้า)
- ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ
- ค่าดำเนินการก่อนเปิดร้าน

-ค่าธรรมเนียมและค่าสิทธิ

- ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ (Franchise Fee) 150,000 บาท
- ค่าสิทธิ (Royalty Fee) ร้อยละ 3 ของยอดขาย/เดือน
- ค่าทางการตลาด (Marketing Fee) ร้อยละ 3 ของยอดขาย/เดือน

3.2.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

เป็นการประมาณค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่อาจจะเกิดขึ้นจริงเมื่อมีการเปิดทำการ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากงบกระแสเงินสดและข้อมูลปฐมภูมิ(हत्य.2543)ผู้สมัครจะต้องมีสัญญา 6 ปีในการลงทุนร้านกาแฟเนื่องจากทางแฟรนไชส์ค่าเฟอเมซอนได้กำหนดมีอายุการทำสัญญาร้าน6ปี

3.2.3.1 ระยะเวลาคืนทุน (payback period : PB) คือระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินการมีค่าเท่ากับเงินลงทุนของโครงการเริ่มแรก โดยพิจารณาถึงจำนวนปีที่จะได้รับผลตอบแทนจะคุ้มกับเงินลงทุนจะใช้ระยะเวลาเท่าไร หากระยะเวลาที่คำนวณได้นั้นมีค่ามากกว่าระยะเวลาของโครงการซึ่งกำหนดไว้ 6 ปีนั้น จะถือว่าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ และเนื่องจากกระแสเงินสดของโครงการที่ได้รับจากการลงทุนแต่ละปีไม่เท่ากัน ดังนั้นการคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนจะใช้วิธีบวกกระแสเงินสดรับจากจากลงทุนในแต่ละปีจนกระทั่งมียอดรวมเท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการพอดี แต่ถ้าในปีที่บวกกระแสเงินสดรับและมีจำนวนรวมมากกว่าเงินสดจ่ายลงทุนเริ่มแรก ในปีนั้นจะเป็นช่วงเวลาที่ไม่สามารถคิดเวลาได้เต็มปี จึงต้องคำนวณหาเศษส่วนเวลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่เหลือโดยคำนวณได้จากจำนวนปีที่สามารถคำนวณทบมูลค่ากระแสเงินสดรับได้ทั้งจำนวน บวกกับเศษส่วนเวลาที่ไม่สามารถนับได้เต็มปี

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{กระแสเงินสดจ่ายในการลงทุนโครงการคาเฟอเมซอน}}{\text{กระแสเงินสดรับสุทธิในการลงทุนโครงการคาเฟอเมซอน}} \quad (3.4)$$

3.2.3.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value หรือ NPV) มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการคือ ผลรวมของผลตอบแทนสุทธิที่ได้ปรับค่าของเวลาแล้ว ซึ่งมุ่งหวังว่าโครงการจะให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าหรือมีกำไร ถ้าค่าของ NPV ที่ได้ออกมามีค่ามากกว่าศูนย์หรือเป็นบวกจะถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า แต่ถ้า NPV ที่ได้ออกมาเป็นลบหรือต่ำกว่าศูนย์แสดงว่าการลงทุนตามโครงการนั้นไม่คุ้มค่าและจะถือว่าโครงการนั้นขาดทุนหรือไม่มีความเป็นไปได้ จำนวนได้จากนำกระแสเงินสดสุทธิของโครงการในแต่ละปี (ตลอดอายุโครงการ) คูณกับค่าที่เปิดตารางค่าปัจจุบันหรือ PVIF ของแต่ละปีตลอดอายุโครงการที่จะได้จากอัตราดอกเบี้ยที่โครงการกำหนด ในที่นี้ใช้อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 10. * โดยอ้างอิงจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร(สหพัฒน์2557) จากนั้นนำค่ารวมของกระแสเงินสดสุทธิที่ปรับค่าแล้วนำมาลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ แล้วจึงนำผลลัพธ์ที่ได้มาทำการวิเคราะห์ว่าโครงการมีความคุ้มค่าหรือไม่

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+r)^t} \quad (3.5)$$

หลักการตัดสินใจเพื่อลงทุนในโครงการ

NPV	>	0	คุ้มค่าแก่การลงทุนโครงการคาเฟอเมซอน
NPV	<	0	ไม่สมควรลงทุนโครงการคาเฟอเมซอน
NPV	=	0	เท่าทุน

3.2.3.3 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (internal rate of return: IRR) เกณฑ์อัตราผลตอบแทนของโครงการหรือ IRR มีลักษณะที่คล้ายกับการหา NPV แต่จะแตกต่างกันก็ตรงที่เปลี่ยนจากอัตราดอกเบี้ยที่กำหนดใน NPV มาเป็นอัตราดอกเบี้ยที่ทำการทดลองหาไปเรื่อยๆ ใน IRR การคำนวณหา IRR เริ่มจากการหาอัตราดอกเบี้ยที่จะทำให้ผลรวมของมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (ซึ่งปรากฏออกมาเป็นลบหรือบวก) รวมกันแล้วมีค่าเป็นศูนย์

เพื่อช่วยในการตัดสินใจ เมื่อได้ IRR มาแล้ว ให้นำไปเปรียบเทียบกับค่าเสียโอกาสของทุน หรือเทียบกับอัตราดอกเบี้ยที่กำหนดไว้แล้วในการหา NPV ซึ่งอัตราดอกเบี้ยของ IRR ที่คำนวณมา ได้สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยที่โครงการกำหนด จะถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า แต่ถ้า IRR ที่ได้ ต่ำกว่า อัตราดอกเบี้ยที่กำหนดแล้วนั้น จะเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่าและจะถือว่าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ สามารถคำนวณได้จาก

$$\text{IRR คือ } r \text{ ที่ทำให้ } NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} = 0 \quad (3.6)$$

หลักในการตัดสินใจลงทุนมีดังนี้

IRR > r คุ้มค่าแก่การลงทุนและยอมรับข้อเสนอโครงการคาเฟอเมซอน

IRR < r ไม่คุ้มค่าแก่การลงทุนและไม่ยอมรับข้อเสนอโครงการคาเฟอเมซอน

IRR = r เสมอตัวและไม่ยอมรับข้อเสนอโครงการคาเฟอเมซอน

3.2.3.4 อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน (benefit cost ratio หรือ B/C) เป็นการหา อัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุโครงการ ค่าใช้จ่ายในที่นี้คือ ค่าใช้จ่ายทั้งทางด้านทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและบำรุงรักษา คือ ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นที่ไม่มีการแบ่งแยกว่าเป็นค่าใช้จ่ายประเภทใด มีสูตรที่ใช้ในการคำนวณดังนี้ (จอม ประสาน. 2543) เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจก็คือ โครงการจะต้องมีค่า B/C มากกว่าหนึ่งเพราะเมื่อ ค่า B/C มากกว่าหนึ่งหมายถึง ผลตอบแทนที่ได้จากโครงการมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนที่ เสียไป

$$\text{BCR} = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{B_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}} \quad (3.7)$$

โดยที่

B_t = กระแสเงินสดรับโครงการคาเฟอเมซอนในปีที่ 0 - 6
 C_t = กระแสเงินสดจ่ายโครงการคาเฟอเมซอนในปีที่ 0 - 6
 t = ปีดำเนินการปีที่ 0 - 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

r	=	อัตราคิดลดร้อยละ 12
n	=	อายุของโครงการ6ปีเนื่องจากอายุสัญญาของแฟรนไชส์

หลักการตัดสินใจลงทุน โดยใช้ BCR มีอยู่ว่า ณ ระดับอัตราส่วนลด : r ที่กำหนดให้

BCR	>	1	ยอมรับข้อเสนอโครงการคาเฟ่เมซอน
BCR	<	1	ปฏิเสธข้อเสนอโครงการคาเฟ่เมซอน
BCR	=	1	ปฏิเสธข้อเสนอโครงการคาเฟ่เมซอน

3.2.3.5 Switching Value เป็นการวิเคราะห์ความไวอีกรูปแบบหนึ่งเพื่อดูว่าผลตอบแทนลดลงได้มากที่สุดเท่าใดหรือต้นทุนเพิ่มขึ้นได้มากที่สุด(ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ, 2540)

การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (SVT) แยกได้ 2 กรณีได้แก่

1.การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน (SVTC) หมายความว่าร้อยละของต้นทุนโครงการที่สามารถเพิ่มขึ้นได้ก่อนที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นศูนย์มีสูตรดังนี้

$$SVTC = \frac{[(PVB - PVC) \times 100]}{PVC} \quad (3.8)$$

โดยที่

SVTC = การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน โครงการร้านคาเฟ่เมซอน

NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการร้านคาเฟ่เมซอน

PVC = มูลค่าปัจจุบันของกระแสต้นทุนรวมของโครงการร้านคาเฟ่เมซอน

PVB = มูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทนรวมของโครงการร้านคาเฟ่เมซอน

2.การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลประโยชน์ (SVTB) หมายความว่าร้อยละของผลประโยชน์โครงการที่สามารถลดลงได้ก่อนที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นศูนย์ มีสูตรดังนี้

$$SVTB = \frac{[(PVB - PVC) \times 100]}{PVB} \quad (3.9)$$

โดยที่

SVTB= การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลตอบแทนของโครงการร้านคาเฟ่เมซอน

NPV = มูลค่าปัจจุบันผลตอบแทนสุทธิของโครงการร้านคาเฟ่เมซอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PVC = มูลค่าปัจจุบันของกระแสต้นทุนรวมของโครงการร้านค้าเฟอเมซอน

PVB = มูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทนรวมของโครงการร้านค้าเฟอเมซอน

ถ้า SVTC หรือ SVTB ที่คำนวณได้มีค่าสูงแสดงว่า ความเสี่ยงของโครงการอยู่ในระดับที่ต่ำ นั่นคือ โครงการยังมีความคุ้มค่าอยู่แม้ว่าจะมีต้นทุนที่สูงขึ้นมาก หรือเมื่อผลประโยชน์ของโครงการลดลงจำนวนมาก โครงการยังมีความคุ้มค่าต่อการลงทุนเนื่องจากโครงการมี SVTC และ SVTB สูงนั่นเอง และในทำนองเดียวกัน ถ้า SVTC และ SVTB มีค่าต่ำแสดงว่า ความเสี่ยงของโครงการมาก เพราะเพียงแคต้นทุนของโครงการเพิ่มขึ้นหรือผลประโยชน์ของโครงการลดลงเพียงเล็กน้อยก็อาจมีผลให้โครงการไม่มีความคุ้มค่าในการลงทุนได้

ตารางที่ 3.1 สรุปเกณฑ์การตัดสินใจการลงทุนโครงการ

เกณฑ์การตัดสินใจการลงทุนโครงการ	ควรลงทุน	ไม่ควรลงทุน
Payback Period	PB ที่คำนวณได้ \leq PB ที่เป็นเป้าหมาย	PB ที่คำนวณได้ $>$ PB ที่เป็นเป้าหมาย
NPV	≥ 0	< 0
BC Ratio	> 1	≤ 1
IRR	$> r$	$\leq r$
SVT	SVTC หรือ SVTB ที่คำนวณได้มีค่าสูง	SVTC หรือ SVTB ที่คำนวณได้มีค่าต่ำ

ที่มา: การเงินธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษาคือความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านค้ากาแฟ“คาเฟ่เมซอน”ภายในบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยการศึกษาแบ่งเป็น 3 ด้าน คือการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ซึ่งจะพิจารณาเกี่ยวกับสถานะตลาด คือ ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งตลาด และ แนวโน้มตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด เป็นการพยากรณ์อุปสงค์ของตลาดภายใต้ปัจจัยต่างๆ การประมาณยอดขายของโครงการ การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคจะพิจารณาเกี่ยวกับระบบการผลิต ทำเลที่ตั้ง การบริหารจัดการ วัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการจัดตั้งโครงการ และการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินจะพิจารณาประเมินค่าของการลงทุนใช้วิธีการศึกษา คือการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ระยะเวลาคืนทุน และการวิเคราะห์ความอ่อนไหว โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดนี้ เป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยง และความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนของโครงการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะจะศึกษาถึงรายละเอียดที่จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาดประกอบด้วย ขนาดของตลาด แนวโน้มของตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณยอดขาย

ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งร้านแฟรนไชส์คาเฟ่เมซอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาแบ่งเป็นเพศหญิงจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 และเพศชายจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 มีช่วงอายุ ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 67 ส่วนใหญ่การศึกษาระดับปริญญาตรี/ปวส คิดเป็นร้อยละ 76.5 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 59.5 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.0

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	107	53.5
หญิง	93	46.5
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	30	15
20-30 ปี	134	67
31-40 ปี	15	7.5
41-50 ปี	13	6.5
51-60 ปี	6	3.0
60 ปีขึ้นไป	2	1.0
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3	1.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	6	3.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช	14	7.0
ปริญญาตรี / ปวส	153	76.5
สูงกว่าปริญญาตรี	24	12.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1ต่อ

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน /นักศึกษา	119	59.5
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	37	18.5
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	33	16.5
อื่นๆ	1	0.5
รายได้		
น้อยกว่า 10,000	114	57
10,001 – 20,000	39	19.5
20,001 – 30,000	23	11.5
30,001 – 40,000	16	8.0
40,001 – 50,000	6	3.0
มากกว่า 50,001	2	1.0
รวม	200	100.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มคาเฟอีนของ กลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของเครื่องดื่มที่บริโภค คาปูชิโน่ ลาเต้ และเอสเพรสโซ่ คิดเป็นร้อยละ 33.0, 29.0 และ 28.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของเครื่องดื่มที่บริโภค

ประเภทเครื่องดื่มที่บริโภค	จำนวน(คน)	ร้อยละ
คาปูชิโน่	66	33.0
ลาเต้	58	29.0
เอสเพรสโซ่	56	28.0
อื่นๆ	20	10.0
รวม	200	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระหว่างเวลา 8.00-10.00น. มีการบริโภค ร้อยละ 22.5 รองลงมาคือ 10.01-12.00น. ร้อยละ 25.0 เวลา 12.01-14.00น. ร้อยละ 19.0 เวลา 14.01-16.00น. ร้อยละ 17.0 เวลา 16.01-18.00น. ร้อยละ 9.5 และเวลา 18.01น. เป็นต้นไป ร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาในการบริโภค

ข้อมูลเวลาในการใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
8.00-10.00น.	45	22.5
10.01-12.00น.	50	25.0
12.01-14.00น.	38	19.0
14.01-16.00น.	34	17.0
16.01-18.00น.	19	9.5
18.01น. เป็นต้นไป	14	7.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุการบริโภค คัดเพื่อสุขภาพ มีรสนิยมน ชื่นชอบในรสชาติ คิดเป็นร้อยละ 36.5, 15.0 และ 13.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาเหตุการบริโภค

ข้อมูลสาเหตุของการบริโภค	จำนวน(คน)	ร้อยละ
คัดเพื่อสุขภาพ	73	36.5
มีรสนิยมน	30	15.
ชื่นชอบในรสชาติ	27	13.5
คล้ายร้อน	24	12.0
ชอบในคุณภาพและความสดใหม่	23	11.5
ราคาเหมาะสม	16	8.0
ความรวดเร็วในการบริการ	7	3.5
รวม	200	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนใหญ่ซื้อกลับบ้าน และนั่งรับประทานที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 62.5 คิดเป็นร้อยละ 37.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมผู้บริโภค

ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ซื้อกลับบ้าน	125	62.5
นั่งรับประทานที่ร้าน	75	37.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่ม เลือกจากร้านที่ใกล้และเดินทางสะดวก เลือกซื้อร้านที่ซื้อประจำ ร้านใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 36.0 30.5 และ 19.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่ม

พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่ม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เลือกจากร้านที่ใกล้และเดินทางสะดวก	72	36.0
เลือกซื้อร้านที่ซื้อประจำ	61	30.5
ร้านใดก็ได้	38	19.0
เลือกซื้อร้านที่มีชื่อเสียง	29	14.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแนวโน้มในอนาคตของการบริโภค บริโภคปกติ บริโภคมากขึ้น ไม่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 44.0 , 37.0 และ 9.0 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแนวโน้มในอนาคตของการบริโภค

แนวโน้มในอนาคตของการ บริโภค	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บริโภคปกติ	88	44.0
บริโภคมากขึ้น	74	37.0
ไม่แน่ใจ	18	9.0
ไม่บริโภค	11	5.5
บริโภคน้อยลง	9	4.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอิทธิพลในการตัดสินใจ คือตัดสินใจด้วยตัวเอง เพื่อนและครอบครัวและญาติ คิดเป็นร้อยละ 78.5 , 13.5 และ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอิทธิพลในการตัดสินใจ

อิทธิพลในการตัดสินใจ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	157	78.5
เพื่อน	27	13.5
ครอบครัวและญาติ	16	8.0
รวม	200	100.0

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งร้านเฟรนไชส์กาแฟ อเมซอน บริเวณธนาคารไทยพาณิชย์

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการผ่านบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ 2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ และ 3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 15.5, 32.0 และ 15.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการผ่านบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์

ความถี่ในการผ่านบริเวณ ธนาคารไทยพาณิชย์ต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	31	15.5
2	64	32.0
3	31	15.5
4	14	7.0
5	43	21.5
6	11	5.5
7	6	3.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้ถึงตราค่าเฟอเมซอน รู้จัก จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 94 ไม่รู้จัก จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้ถึงตราค่าเฟอเมซอน

การรับรู้ถึงตราค่าเฟอเมซอน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รู้จัก	188	94.0
ไม่รู้จัก	12	6.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแนวโน้มการบริโภคของผลิตภัณฑ์ แนวโน้มซื้อแน่นอน ซื้อ และไม่แน่ใจ คิดร้อยละ 21.0, 46.5 และ 28.5 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแนวโน้มการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

แนวโน้มการบริโภค	จำนวนคน	ร้อยละ
ซื้ออย่างแน่นอน	42	21.0
ซื้อ	93	46.5
ไม่แน่ใจ	57	28.5
ไม่ซื้อ	3	1.5
ไม่ซื้ออย่างแน่นอน	5	2.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการซื้อต่อสัปดาห์ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ 2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ และ 3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 23.0, 36.0 และ 23.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อต่อสัปดาห์ของกลุ่มตัวอย่าง

ความถี่ในการซื้อต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	46	23.0
2	72	36.0
3	47	23.5
4	16	8.0
5	12	6.0
6	6	3.0
7	1	0.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนเงินต่อครั้ง น้อยกว่า 50 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56 จำนวนเงิน 51-100 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และจำนวนเงิน 101 บาทขึ้นไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเงินต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนเงินต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 50 บาท	112	56.0
51-100	64	32.0
101 ขึ้นไป	24	12.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางในการเข้าถึงและสนใจในคาเฟ่เมซอน ทางอินเทอร์เน็ต ป้ายโฆษณา และเพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 57.0, 17.5 และ 14.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่องทางในการเข้าถึงและสนใจในคาเฟ่เมซอนของกลุ่มตัวอย่าง

ช่องทางในการเข้าถึง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	114	57.0
ป้ายโฆษณา	35	17.5
เพื่อน/คนรู้จัก	29	14.5
ใบปลิว	16	8.0
นิตยสาร/วารสาร	5	2.5
อื่นๆ ได้แก่ วิทยุ	1	0.5
รวม	200	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด ประกอบด้วย

4.1.1 การวิเคราะห์สถานะตลาด

4.1.1.1 ขนาดของตลาด

การศึกษาครั้งนี้ได้นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ซึ่งอยู่ภายในบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด เพื่อนำข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มมาประกอบการวิเคราะห์หาขนาดของตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรทั้งหมดที่คาดว่าจะจะเป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการ จากการสังเกตบริเวณภายใน บริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีการสุ่มนับจำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณจุดตั้งร้าน ณ วันที่ 7-13 เดือน ธันวาคม 2558 (เวลาเปิดเทอม) เป็นเวลา 1 สัปดาห์ ตั้งแต่เวลา 06.00-18.00น. ในช่วงเปิดเทอมพบว่า มีจำนวนประชากรที่เดินผ่านบริเวณจุดตั้งร้านประมาณ 714 คน และ ณ วันที่ 12-18 เดือนมกราคม 2559 (เวลาเปิดเทอม) เป็นเวลา 1 สัปดาห์ ตั้งแต่เวลา 06.00-18.00น. พบว่ามีจำนวนประชากรที่เดินผ่านบริเวณจุดตั้งร้านประมาณ 1714 คน และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าที่มี ลักษณะใกล้เคียงกับธุรกิจคาเฟ่เมซอนประมาณ 2 ร้านซึ่งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับสถานที่ตั้งร้าน พบว่ามีลูกค้าที่เข้ามาในร้าน ประมาณ 565 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 33 ของประชากรที่เดินผ่าน บริเวณจุดตั้งร้านในช่วงเปิดเทอม และ ประมาณ 178 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 25ประชากรที่เดินผ่าน บริเวณจุดตั้งร้านในช่วงปิดเทอม

2. อัตราการซื้อของผู้บริโภค จากการสัมภาษณ์พบว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ผู้บริโภคยอมจ่ายให้กาแฟ คาเฟ่เมซอน โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 66 บาทต่อครั้งในช่วงเปิดเทอมและยอมจ่ายให้กาแฟคาเฟ่เมซอน โดยเฉลี่ย 80บาทต่อครั้งในช่วงปิดเทอม และความถี่ในการซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่เมซอนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.48 วันต่อสัปดาห์ในช่วงเปิดเทอมและความถี่ในการซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่เมซอนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.66 วันต่อสัปดาห์ในช่วงปิดเทอม

3. อำนาจในการซื้อ การซื้อเครื่องดื่มของกลุ่มเป้าหมายนั้นถือได้ว่ามีกำลังการซื้อปานกลาง เนื่องจากราคาของเครื่องดื่มกาแฟในตลาดไม่แพงมากนักอยู่ระหว่าง 35-45บาท จากข้อมูลของกลุ่ม ตัวอย่างที่ได้จากการแจกแบบสอบถาม 200 ชุด ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ส่วนใหญ่ของซื้อ กาแฟจากร้านคาเฟ่เมซอน โดยมีรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างประมาณ น้อยกว่า 10,000 บาทต่อ เดือนและส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยประมาณ 20-30 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. haulค่าทางการตลาด จากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน ในบริเวณพื้นที่ตั้งโครงการ คือ ภายในบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อกาแฟเพื่อเมซอนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละครั้ง เท่ากับ 66 บาทต่อครั้ง ในช่วงเปิดเทอมและ80บาทในช่วงปิดเทอม ความถี่ในการซื้อกาแฟเพื่อเมซอนเฉลี่ย 2.66 ครั้งต่อสัปดาห์ในช่วงเปิดเทอม และ2.48ครั้งในช่วงปิดเทอม สามารถคำนวณ haulค่าทางการตลาดเครื่องดื่มภายในบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์

ช่วงเปิดเทอม

มูลค่าทางการตลาดเครื่องดื่มบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ = จำนวนประชากรที่สัญจรไปมาผ่านบริเวณจุดผ่านหน้าร้าน × ร้อยละของผู้ที่มีการซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ปกติ × ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละครั้ง × ความถี่ในการบริโภคเฉลี่ยต่อสัปดาห์ × จำนวนสัปดาห์เปิดเทอมในหนึ่งปี

$$= 1714 \times 33\% \times 66 \times 2.48 \times 32$$

$$= 2,962,581 \text{ บาทต่อเปิดเทอม}$$

ช่วงปิดเทอม

มูลค่าทางการตลาดเครื่องดื่มบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ = จำนวนประชากรที่สัญจรไปมาผ่านบริเวณจุดผ่านหน้าร้าน × ร้อยละของผู้ที่มีการซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ปกติ × ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละครั้ง × ความถี่ในการบริโภคเฉลี่ยต่อสัปดาห์ × จำนวนสัปดาห์ปิดเทอมในหนึ่งปี

$$= 714 \times 25\% \times 80 \times 2.66 \times 20$$

$$= 759,696 \text{ บาทต่อปิดเทอม}$$

ดังนั้นขนาดตลาดเครื่องดื่มภายในบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 3,722,277 บาทต่อปี ซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ ส่งผลให้โครงการมีความน่าสนใจในการลงทุนทั้งด้านปัจจัยทางด้านมูลค่าเงิน และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.1.1.2 แนวโน้มของตลาด

แนวโน้มของตลาดเป็นการศึกษาถึงทิศทางความต้องการของตลาดว่าจะดำเนินไปในทิศทางใด จะมากขึ้นหรือน้อยลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป ในประเทศไทยธุรกิจร้านกาแฟ เป็นธุรกิจที่น่าจับตามองเป็นอย่างยิ่ง ตลาดผลิตภัณฑ์กาแฟมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา จนปัจจุบันมีมูลค่าตลาดมากถึง 29,000 ล้านบาท จึงมีผู้ประกอบการหลายรายเข้ามาลงทุนในธุรกิจกาแฟ พร้อมกับทุ่มงบประมาณเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมในการบริโภคของชาวไทยที่ได้หันมาบริโภค เครื่องดื่มกาแฟเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้บริโภคสมัยใหม่ จึงทำให้ประเทศไทยได้รับความสนใจจากนัก ลงทุนชาวต่างชาติหลายรายในการเข้ามาประกอบธุรกิจร้านกาแฟในประเทศ รวมทั้งบริษัทผู้ผลิตภายในประเทศไทย เองที่มีกิจการเกี่ยวข้องกับกาแฟ ธุรกิจร้านอาหาร ตลอดจนผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME) ซึ่งเข้ามาเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลงทุนในธุรกิจนี้เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การบริโภคกาแฟของคนไทยในขณะนี้ยังถือว่า มีปริมาณน้อย โดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 0.5 กก./คน/ปี เท่านั้น เมื่อเทียบกับชาวต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ที่ดื่มกาแฟเฉลี่ยประมาณ 2.0 และ 4.5 กก./คน/ปี ตามลำดับ ดังนั้น โอกาสในการขยายตัวเติบโตของธุรกิจกาแฟในประเทศไทยยังมีได้อีกมาก

4.1.1.3 ส่วนแบ่งทางการตลาด

ส่วนแบ่งทางการตลาด เป็นความสามารถของธุรกิจหรือโครงการ ที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่ง จากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาดที่พิจารณาคือ การแข่งขัน ซึ่งพิจารณาจากจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายบริเวณบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ร้านขายกาแฟและเครื่องดื่มอยู่บริเวณอาคารเรียนรวมสมเด็จพระเทพฯ พบว่ามีจำนวน 2 ร้าน คณะวิศวกรรมศาสตร์จำนวน 1 ร้าน และในโรงอาหารคณะวิทยาศาสตร์ อีก 2 ร้าน รวมเป็นจำนวน 5 ร้าน จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและการวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการ ทำให้ธุรกิจเห็นโอกาสการตลาด ดังนี้

1. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (external environment analysis)

- ทางด้านการเมืองและกฎหมาย (political and legal)

ปัจจุบันรัฐบาลมีการสนับสนุนให้ประชาชนเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น ยังพยายามกระตุ้นภาคเอกชนให้ลงทุนเพิ่มขึ้นด้วย โดยนโยบายของรัฐบาลได้มีการสนับสนุนโครงการใหม่ๆ ทำให้สามารถหาแหล่งเงินทุนได้ง่าย มีการส่งเสริมในการลงทุนถึงแม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงของรัฐบาลบ่อยครั้งก็ตาม และนโยบายสนับสนุนการกู้ยืมเงินของประชาชน เพื่อกระตุ้นให้เกิดธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น นอกจากนี้รัฐบาลยังได้มีการจัดตั้งกองทุนต่างๆ ซึ่งเป็นแหล่งสนับสนุนสินเชื่อในหลายรูปแบบทั้งกองทุนหมู่บ้าน ธนาคารประชาชน และยังมีสินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อบัตรเงินสดและบัตรเครดิตอีกด้วย เป็นการกระตุ้นให้ประชาชนออกมาจับจ่ายใช้สอยกับมากขึ้นทั้งด้านอุปโภคบริโภค ส่งผลดีต่อภาวะเศรษฐกิจเพราะเมื่อมีการลงทุนมากขึ้น การจ้างงานก็เพิ่มขึ้นด้วย นอกจากนี้ภายในสถาบันยังมีกฎระเบียบที่สนับสนุนการจัดตั้งโครงการ เช่น มีสวัสดิการช่วยเหลือร้านค้า และจำกัดจำนวนประเภทของร้านค้าให้มีความเหมาะสม

จากการวิเคราะห์ทางด้านการเมืองและกฎหมาย จะเห็นได้ว่าส่งผลดีต่อการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟ เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจที่ชัดเจน ทั้งนี้ นโยบายในการสนับสนุนการลงทุนสินเชื่อต่างๆ ที่ช่วยเปิดโอกาสให้กับธุรกิจในการเริ่มดำเนินงานหรือขยายกิจการต่อไปและกฎระเบียบของสถาบันยังเอื้ออำนวยต่อการจัดตั้งร้านกาแฟอีกด้วย

- ทางด้านเศรษฐกิจ (economic)

ในปัจจุบันเศรษฐกิจมีแนวโน้มอัตราการเจริญเติบโตน้อยลง อันเนื่องมาจากสถานการณ์เมือง ทำให้มีการอุปโภคบริโภคน้อยลง แต่เนื่องจากกาแฟนั้นเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของคนรุ่นใหม่ ทำให้ไม่มีผลกระทบต่อนักศึกษาและคนวัยทำงานซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ปานกลางจากการวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐกิจจะเห็นได้ว่า ไม่ว่าเศรษฐกิจจะมีกาเปลี่ยนแปลงในทิศทางใดก็ตาม ก็ไม่มีผลกระทบต่อการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟเนื่องจากกาแฟจะมีกลุ่มเป้าหมายที่นิยมบริโภคกาแฟเป็นประจำอยู่แล้ว

- ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (social culture)

ในปัจจุบันวัยรุ่นและคนทำงานได้หันมาให้ความสำคัญกับการดื่มกาแฟมากขึ้น อันเนื่องมาจากการดื่มกาแฟเพื่อสนิมทางสังคม จึงพยายามหาสิ่งที่จะช่วยให้ตัวเองดูมีไลฟ์สไตล์ และรักษาสุขภาพการผ่อนคลายความเครียด หรือการเลือกดื่มกาแฟที่ตัวเองชื่นชอบ จึงส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวกับเรื่องร้านกาแฟเข้ามามีบทบาทอย่างมากในปัจจุบัน

จากการวิเคราะห์ทางด้านสังคมและวัฒนธรรมในประเด็นต่างๆ เห็นได้ว่าส่งผลดีต่อธุรกิจร้านกาแฟ เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคของวัยรุ่นในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัยรุ่นมีรสนิยมที่เปลี่ยนไป มีการหันมาดื่มกาแฟเพื่อบอกถึงไลฟ์สไตล์กันมากขึ้น

- ทางด้านประชากรศาสตร์ (demographic)

อัตราการเพิ่มของจำนวนนักศึกษาในสถาบันมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ตลาดมีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากการวิเคราะห์ทางด้านประชากรศาสตร์นั้น ส่งผลดีต่อธุรกิจคือ เนื่องจากอัตราการการบริโภคนั้นสูงขึ้น ซึ่งธุรกิจนี้สามารถตอบสนองได้

2. การวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการ (five force analysis) การวิเคราะห์ถึงความเข้มข้นของการแข่งขัน ดังนี้

- ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน เนื่องจากพื้นที่บริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีร้านจำหน่ายร้านกาแฟอยู่พอสมควร แต่จะเป็นร้านจำหน่ายน้ำปั่นผลไม้บางประเภท ที่อยู่ในโรงอาหารคณะวิทยาศาสตร์ แต่ถ้าเป็นในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังหรือรวมถึงคณะต่างๆ ก็จะมีคู่แข่งที่เป็นร้านกาแฟโดยตรงที่มีแบรนด์ชื่อดังคือทรูคอฟฟี่อยู่ด้วยกันทั้งสิ้น 2 ร้านแสดงว่าธุรกิจร้านกาแฟในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังกำลังมีอัตราการเจริญเติบโตของร้านกาแฟที่ค่อนข้างดีเราจึงเห็นโอกาสที่ดีในการเข้ามาทำธุรกิจร้านกาแฟให้สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจ ในบริเวณนี้จึงค่อนข้างมีรุนแรงน้อย

- ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น ในการจัดตั้งธุรกิจร้านกาแฟมีคู่แข่งรายใหม่ที่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย เนื่องจากมีอุปสรรคในการเข้าสู่ธุรกิจต่ำ คือเงินลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟทั่วไปที่ไม่มีชื่อเสียง ใช้เงินลงทุนที่ไม่สูงมากนัก การลอกเลียนแบบกันโดยผลิตภัณฑ์และรูปแบบของธุรกิจทำได้ง่าย ไม่ค่อยมีความแตกต่างกันมากนัก ผู้ประกอบการส่วนเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใหญ่จึงหันมาสร้างความแตกต่างทางด้านบริการ บรรลุภัณฑ์ และรสชาติ รวมทั้งการส่งเสริมทางการตลาด เพื่อเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนั้นหากผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจร้านกาแฟไม่ประสบความสำเร็จ ก็สามารถถอนตัวออกจากอุตสาหกรรมได้ไม่ยาก แต่ถ้าเป็นร้านที่มีชื่อเสียงอาจจะมีเงินลงทุนที่ค่อนข้างสูงในบริเวณบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีพื้นที่จำกัดในการจัดตั้งร้านและในโรงอาหารคณะวิทยาศาสตร์ก็จำกัดแต่จะมีคู่แข่งรายเก่าที่ขายร้านน้ำผลไม้ปั่นอยู่มาก่อนแล้ว ดังนั้นการเข้าสู่ธุรกิจ ในบริเวณนี้จึงไม่ยากแต่มีการแข่งขันกันอยู่แล้วจึงมีความรุนแรงปานกลาง

- ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน สินค้าทดแทนของร้านกาแฟ ซึ่งในบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีสถานที่ที่จำหน่ายร้านน้ำทั่วไป คือ โรงอาหารบริเวณอาคารคณะวิทยาศาสตร์ มีร้านน้ำหลายประเภททั้งที่เป็นน้ำปั่นผลไม้ เน้นบริการที่รวดเร็ว สะดวก เป็นต้น ดังนั้นจึงถือได้ว่าภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนของอุตสาหกรรมนี้มีสูง แต่จากกระแสการใส่ใจในเรื่องเครื่องดื่มกาแฟไม่ใช่แค่รสชาติแต่บอกถึงรสนิยมนด้วย ทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจและใส่ใจในการเลือกดื่มกาแฟรวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการที่มากขึ้น จึงเป็นโอกาสของการลงทุนร้านกาแฟ โดยมีผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค เห็นได้ว่าสินค้าทดแทนสำหรับกาแฟที่หลากหลาย ทำให้ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนนี้มีมาก ผู้บริโภคสามารถเลือกดื่มอื่นได้ อีกทั้งผลิตภัณฑ์ทดแทนต่าง ๆ นั้นหาซื้อได้สะดวก เมื่อไม่สามารถบริโภคในสิ่งที่ต้องการได้ก็สามารถบริโภคสินค้าอื่นทดแทนได้ แต่หากพิจารณาคุณภาพของกาแฟแล้ว ยังมีผู้ขายเพียงรายเดียวคือ True coffee บริเวณข้างตึกพระเทพฯเพียงอย่างเดียว ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจ ในบริเวณนี้จึงมีความรุนแรงปานกลาง

- ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ธุรกิจร้านกาแฟที่มีอยู่ในบริเวณสถานที่จัดตั้งโครงการคือ พื้นที่บริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังไม่มีร้านจำหน่ายกาแฟอย่างเต็มตัว หรือที่มีส่วนใหญ่มักจะอยู่ในคณะวิทยาศาสตร์ในโรงอาหารในบริเวณนั้น ทำให้เสียเวลาในการเข้าไปซื้อหรือใช้บริการร้านกาแฟมีบริการที่เน้นความสะดวกรวดเร็ว ร้านในลักษณะนี้อยู่ในบริเวณบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังฉะนั้นผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการธนาคารหรือรถจึงมีอำนาจต่อรองไม่มาก ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจ ในบริเวณนี้จึงมีความรุนแรงระดับปานกลาง

- ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบ ในการลงทุนร้านกาแฟ จะเป็นการรับวัตถุดิบมาจากคาเฟ่เมซอน ส่วนใหญ่จะมีแหล่งผลิตมาจากแหล่งเดียวจากทางยี่ห้อ ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจ ในบริเวณอาคารบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังจึงมีความรุนแรงระดับต่ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการแข่งขันของภายในอุตสาหกรรม ทั้ง 5 ประการนี้พบว่าโดยรวมถือว่าธุรกิจการลงทุนร้านค้ากาแฟ ยังมีความรุนแรงจากสภาพแวดล้อมหลายๆด้าน แต่ไม่ส่งผลกระทบกับการลงทุนมากนัก และมีบางกรณีที่เป็นการสนับสนุน โครงการให้ยังมีความน่าสนใจที่จะทำการลงทุนอยู่ ถึงแม้จะมีระดับความรุนแรงอยู่บางประการก็ตาม เนื่องจากปัจจัยบางประการ ยังคงแสดงให้เห็นถึงความต้องการที่อาจถูกตอบสนองไม่ตรงตามความต้องการเท่าที่ควร ซึ่งปัจจัยบางอย่างอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต จึงสรุปได้ว่าหากโครงการมีการจัดทำผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ทุกประการ มีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความสด สะอาด แปลกใหม่ ดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่เสมอ และสร้างความแตกต่างในการทำธุรกิจให้แปลกใหม่กว่าธุรกิจอื่นๆ ที่อาจแย่งกลุ่มลูกค้าไปได้ ก็จะทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจการลงทุนร้านค้ากาแฟมากยิ่งขึ้น ซึ่งธุรกิจของโครงการยังถือเป็นธุรกิจที่ยังไม่มีคู่แข่งร้านค้ากาแฟโดยตรงในบริเวณสถานที่ตั้งของโครงการ ทำให้โครงการยังคงมีข้อได้เปรียบในหลายๆด้านความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมโดยรวมแล้วถือว่าไม่มีความรุนแรงจนส่งผลกระทบต่อธุรกิจการลงทุนร้านค้ากาแฟ จึงเหมาะแก่การลงทุน

4.1.2 พยากรณ์ความต้องการของตลาด

จากโน้มน้ำมการเติบโตของตลาดกาแฟมีมูลค่า 31,000 ล้านบาท ในปี 2557 และมีอัตราการเติบโตต่อเนื่องทุกปีโดยเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.59 ต่อปีจากการสำรวจของนิตยสาร marketeer ในปี 2558 ดังนั้นจึงกำหนดสมมุติฐานให้มีการเติบโต ของยอดขาย โดยรายละเอียดประมาณการดังกล่าวได้แสดงไว้ใน ตารางที่ 4.15 ซึ่งกำหนดให้การเติบโตของรายได้เป็นแบบคงที่ โดยจะโตเท่ากันต่อเนื่องทุกปี

(Marketeer Magazine.2558: <http://marketeer.co.th>)

ตารางที่ 4.15 พยากรณ์ปริมาณความต้องการของตลาดตั้งแต่ปี 2 - 5

ปีที่	อัตราการเจริญเติบโต	ผลการพยากรณ์
1	-	3,722,277
2	0.035	3,852,557
3	0.035	3,987,396
4	0.035	4,126,955
5	0.035	4,271,398
6	0.035	4,420,897

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.3 การประมาณการยอดขาย

การประมาณการยอดขายของร้านคาเฟ่เมฆน ตลอดระยะเวลาในการดำเนินการของโครงการ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ถึงปี พ.ศ. 2565 สามารถคำนวณหาได้จากสมการการหาจำนวนประชากรที่คาดว่าจะซื้อเครื่องดื่มจากร้านคาเฟ่เมฆน ซึ่งได้จากการนำจำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่ได้จากการชຸ່มนับจำนวนทั้งหมด โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

- การคำนวณหาประชากรที่คาดว่าจะซื้อเครื่องดื่มจากร้านคาเฟ่เมฆนในช่วงเปิดเทอม
 = จำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณจุดตั้งร้าน × ร้อยละของประชากรที่เข้าร้านเพื่อซื้อเครื่องดื่ม
 × ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร้าน และตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มของโครงการร้อยละ × ความถี่ในการซื้อเครื่องดื่ม ต่อสัปดาห์ × จำนวนสัปดาห์ที่เปิดเทอมในหนึ่งปี
 = $1,714 \times 33\% \times 67\% \times 2.48 \times 32$ เท่ากับ 30,074.69 คนต่อเปิดเทอม หรือประมาณ 30,074 คนต่อเปิดเทอม

- การคำนวณหาประชากรที่คาดว่าจะซื้อเครื่องดื่มจากร้านคาเฟ่เมฆนในช่วงปิดเทอม
 = จำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณจุดตั้งร้าน × ร้อยละของประชากรที่เข้าร้านเพื่อซื้อเครื่องดื่ม × ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร้าน และตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มของโครงการร้อยละ × ความถี่ในการซื้อเครื่องดื่ม ต่อสัปดาห์ × จำนวนสัปดาห์ที่ปิดเทอมในหนึ่งปี
 = $714 \times 25\% \times 67\% \times 2.66 \times 20$ เท่ากับ 6,362.45 คนต่อปิดเทอม หรือประมาณ 6,362 คนต่อปิดเทอม

จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคพบว่า มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อเครื่องดื่มที่ 66 บาทต่อครั้งสำหรับช่วงเวลาเปิดเทอมและ 80 บาทสำหรับช่วงเวลาปิดเทอม ส่วนจำนวนประชากรที่คาดว่าจะซื้อเครื่องดื่ม ของโครงการปีที่ 2-5 จะพิจารณาจากอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรร้อยละ 2 ของทุกปี จากข้อมูลสามารถคำนวณหารายได้จากการขายเครื่องดื่มได้ จำนวนประชากรที่คาดว่าจะซื้อเครื่องดื่ม (คนต่อปี) คุณค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อเครื่องดื่ม สามารถแสดงการคำนวณหาจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น (คนต่อปี) และการประมาณการยอดขายตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ถึงปี พ.ศ. 2565 ได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 การประมาณการยอดขายร้านค้าเฟอร์นิเจอร์

ปี	การประมาณการยอดขาย ร้านค้าเฟอร์นิเจอร์ช่วงเปิดเทอม*			การประมาณการยอดขาย ร้านค้าเฟอร์นิเจอร์ช่วงปิดเทอม**			รวม
	จำนวน ผู้บริโภค	ค่าใช้จ่าย เฉลี่ย	รายได้จาก การ ประมาณ การ	จำนวน ผู้บริโภค	ค่าใช้จ่าย เฉลี่ย	รายได้จาก การ ประมาณ การ	
1	30,074	66	1,984,884	6,362	80	508,960	2,493,844
2	30,675	66	2,024,550	6,489	80	519,120	2,543,670
3	31,288	66	2,065,008	6,619	80	529,520	2,594,528
4	31,914	66	2,106,324	6,751	80	540,080	2,646,404
5	32,552	66	2,148,432	6,886	80	550,880	2,699,312
6	33,102	66	2,184,732	7,023	80	561,840	2,746,572

หมายเหตุ *32 สัปดาห์ (8เดือน)

**20 สัปดาห์ (5เดือน)

สรุปผลการศึกษาคือความเป็นไปได้ทางการตลาด

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์กาแฟและเครื่องดื่ม ของร้านค้าเฟอร์นิเจอร์ คิดเป็นร้อยละ 94 ขนาดมูลค่าตลาดภายในบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังเท่ากับ 3,722,277 บาทต่อปีและรายได้จากการประมาณการยอดขายในปีแรกเท่ากับ 2,493,844 บาท ซึ่งเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ค่อนข้างสูงและ แนวโน้มตลาดของกาแฟและเครื่องดื่มดับกระหายมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 3.5 และจากการสำรวจคู่แข่งภายในบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พบว่ามีคู่แข่งที่มีการเปิดอยู่ก่อนหน้าแล้วอยู่ไม่มากนักหากเทียบกับมูลค่าของตลาดกาแฟและเครื่องดื่ม และแนวโน้มของตลาดยังมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ความต้องการในการซื้อเครื่องดื่มเพื่อดับกระหายยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ในการตลาดจึงปฏิเสธสมมุติฐานที่ว่าการลงทุนจัดตั้งร้าน“คาเฟ่เฟอร์นิเจอร์”ภายในบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังไม่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เพื่อให้ทราบถึงการที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นมาจำหน่ายมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร ซึ่งศึกษาทางด้านเทคนิคนั้น จะกล่าวถึง ทำเลที่ตั้งและปัจจัยต่างๆ ที่ใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้ง รวมถึงระบบการผลิตที่มีปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิต และปัจจัยนำออกเป็นตัวอธิบายถึงระบบการผลิตภายในโครงการ

4.2.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด

4.2.2 การเลือกทำเลที่ตั้งและลักษณะการออกแบบร้าน

หลังจากได้พิจารณาสภาพแวดล้อมของพื้นที่และจำนวนลูกค้าเป้าหมายที่ประมาณไว้ กำหนดให้ มีลักษณะของร้านจะเป็นชั้นเดียวขนาด 100 ตารางเมตร จำนวน 30 ที่นั่ง สถานที่ตั้งของโครงการร้านกาแฟเพื่อเมซอนตั้งอยู่บริเวณสถานที่ด้านหน้าธนาคารไทยพาณิชย์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สถานที่ตั้งของโครงการอยู่ในส่วนที่มีการคมนาคมเดินทางได้สะดวก หลายเส้นทางเป็นแหล่งที่มีผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมาก การเดินทางของผู้จัดส่งวัตถุดิบและผู้บริโภคมาที่สถานที่ตั้งของโครงการง่ายสะดวก

โดยพื้นที่ดังกล่าว โดยการเจรจาการใช้พื้นที่ ขนาด 100 ตารางเมตร ทางฝ่ายอาคารสถานที่ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้คิดค่าเช่าเดือนละ 10,000 บาท หรือ 120,000 บาท ต่อปี คิดอัตราคงที่ ทำสัญญาในระยะเวลา 6 ปี

การตกแต่งบรรยากาศร้าน ตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์ตามสมัยนิยม ที่สื่อถึงความรู้สึกรักของบรรยากาศในป่าดงดิบ มีภาพวาดนั้นรูปถ่ายของการปลูกกาแฟ การผลิตพืชผลทางการเกษตรบนที่สูง เพื่อสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของ กาแฟเพื่อเมซอน

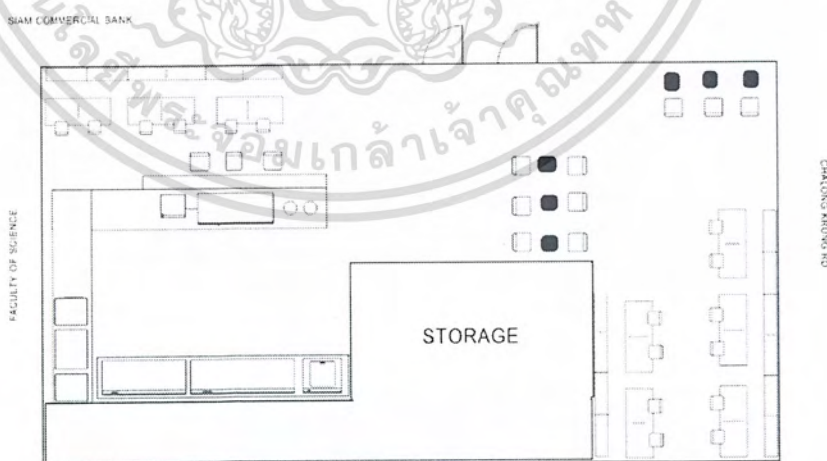
ภาพทำเลที่ตั้ง



ภาพที่ 4.1 ทำเลที่ตั้งคาเพื่อเมซอน

4.2.3 การวางผังกิจการ

ในการจัดผังกิจการที่ดี จะทำให้สะดวกในการปฏิบัติงาน และทำให้ร้านค้าเพิ่มบรรยากาศที่เหมาะสม ต่อการดื่ม อีกครั้งเพื่อความสะดวกในการจัดอุปกรณ์ เครื่องใช้ต่าง ๆ และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 4.2 แสดงแผนผังของร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจัดการพื้นที่กิจการ

เคาน์เตอร์ ให้บริการได้แก่

1. การจัดการอุปกรณ์เครื่องชงกาแฟ เน้นเรื่องความสะดวกสะอาดของอุปกรณ์และเคาน์เตอร์ มีการตรวจสอบสภาพให้ใช้งานที่สม่ำเสมอ ตรวจสอบเมื่อสถานการณ์ขงอย่างสม่ำเสมอตามมาตรฐานคาเฟ่เมซอน

พื้นที่ให้บริการภายในร้าน

1. ชุดตะเกาอี้ด้านหน้าเป็น โซฟา และบาร์นั่งติดกระจกด้านติดถนนลสองกรุง
2. การควบคุมอุณหภูมิภายในร้านที่ 26 องศาเซลเซียส
3. มีมุมหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

4.2.4 การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ

โดยการนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ และข้อมูลทุกขณภูมิที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนในการจัดตั้งโครงการมาทำการประมาณการค่าใช้จ่ายของโครงการ มีรายละเอียดในการประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการดังนี้

1. การประมาณเงินลงทุนของโครงการ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาทำการพิจารณาข้อมูลเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ โดยกำหนดให้เงินลงทุนในโครงการอยู่ในปัจจุบัน (ปีที่ 0) หรืออาจกล่าวได้อีกอย่างคือเงินลงทุนเริ่มแรกค่าเงินลงทุนเริ่มแรก 2,329,000รายละเอียดประกอบด้วย

- ค่าก่อสร้างร้านและตกแต่ง
- ค่าออกแบบ (8% ของค่าก่อสร้างและตกแต่ง)
- ค่าเฟอร์นิเจอร์อุปกรณ์และเครื่องPOS
- ค่าประกันแบรนด์ (ตราสินค้า)
- ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ
- ค่าดำเนินการก่อนเปิดร้าน

ค่าธรรมเนียมและค่าสิทธิ

- ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ (Franchise Fee) 150,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 งบประมาณการลงทุนเครื่องมือ และอุปกรณ์เริ่มต้นของโครงการ

รายการ	จำนวน	ค่าใช้จ่าย (บาท)	อายุการ ใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมต่อปี* (บาท)
ค่าก่อสร้างร้านและตกแต่ง	-	1,000,000	6	166,667
ค่าออกแบบ (8% ของค่าก่อสร้าง และตกแต่ง)**	-	80,000	-	-
ค่าเฟอร์นิเจอร์และเครื่อง POS	-	879,000	6	146,500
ค่าประกันแบรนด์ (ตราสินค้า)	-	100,000	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	-	40,000	-	-
ค่าดำเนินการก่อนเปิดร้าน	-	80,000	-	-
ค่าธรรมเนียมเฟรนไชส์	-	150,000	-	-
รวม		2,329,000	6	313,167

หมายเหตุ: *ค่าเสื่อมราคาเส้นตรง 6ปี ไม่มีมูลค่าซาก **ค่าออกแบบในสัญญาจะต้องมีการตกแต่งร้านทุกปีจากสัญญากับบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4.18 งบประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	1,000,000
เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงาน	879,000
ค่าธรรมเนียมเฟรนไชส์	150,000
ค่าประกันแบรนด์ (ตราสินค้า)	100,000
เงินทุนหมุนเวียน	100,000
ค่าดำเนินการก่อนเปิดร้าน	80,000
ออกแบบตกแต่งร้าน	80,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	40,000
รวม	2,429,000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การประมาณค่าใช้จ่ายโครงการ เป็นการประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน มีรายละเอียดดังนี้

ค่าวัตถุดิบและเงินทุนหมุนเวียน

จากการสำรวจต้นทุนเฉลี่ยของเครื่องดื่มหมาเพื่อเมซอนต่อแก้วอยู่ที่ 14 บาท และราคาขายเฉลี่ยของเครื่องดื่มหมาเพื่อเมซอนอยู่ที่ 53 บาท จึงทำให้ต้นทุนวัตถุดิบอยู่ที่ร้อยละ

26

จากข้อมูลต้นทุนในการผลิตเครื่องดื่ม ของร้านคาเฟ่เมซอน สามารถสรุปเป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายต่อปีเท่ากับ 648,399 บาท

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ได้มาจากการสัมภาษณ์ร้านค้าบริเวณอาคารเรียนรวมพระเทพและโรงอาหารคณะวิทยาศาสตร์ประกอบด้วย

2.1 ค่าไฟฟ้า ประมาณ 600 ยูนิท, น้ำประปา ประมาณ 35 หน่วย, โทรศัพท์ คิดอัตราคงที่เดือนละ 5,000 บาท

2.2 ค่าแรงงานพนักงาน 1 ตำแหน่งเดือนละ 9,000 บาท

2.3 ค่าแรงงานหัวหน้าร้าน 1 ตำแหน่งเดือนละ 13,000 บาท

2.4 ค่าเช่าสถานที่เดือนละ 10,000 บาท

2.5 ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 3 จากยอดขาย

2.6 ค่า Royalty Fee คิดเป็นร้อยละ 3 จากยอดขาย

2.7 ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ เช่น ค่าขนส่งสินค้า ค่าสินค้าคงคลัง วัตถุดิบเพิ่มเติม ฯลฯ คิดร้อยละ 1 จากยอดขาย

3. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประกอบด้วย ผลรวมของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านเครื่องดื่มบริเวณอาคารเรียนรวมสมเด็จพระเทพฯ และคณะวิทยาศาสตร์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังรวมถึงลักษณะรูปแบบโดยทั่วไปของธุรกิจ เป็นการศึกษาเพื่อดูศักยภาพทางการตลาดและค้นหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจตลอดจนการกำหนดสมมติฐานเพื่อการวิเคราะห์ในส่วนของงบประมาณในการลงทุนเบื้องต้นประมาณการยอดขายประมาณการต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนงานการตลาดที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.5 การจัดหาวัตถุดิบ

การจัดการด้านวัตถุดิบหลักของโครงการเป็นเมล็ดกาแฟอาราบิก้าคั่วของบริษัทคาเฟ่เมซอน โดยกาแฟ 1 ถ้วย สามารถชงกาแฟร้อนได้ 40 ถึง 45 แก้ว กาแฟเย็น 20 ถึง 25 แก้วตามมาตรฐานการชงและคู่มือการฝึกอบรมของคาเฟ่เมซอน

โครงการจะทำการสำรองเมล็ดกาแฟให้เพียงพอต่อการจำหน่าย โดยในแต่ละสัปดาห์จะสั่งซื้อและรับสินค้า และวัตถุดิบต่างๆ ในช่วงเช้า ของวันอาทิตย์ แต่ละสัปดาห์ เนื่องจากเป็นช่วงที่มีการใช้บริการของลูกค้าไม่มากนัก เนื่องจากเป็นวันหยุดของ สถาบันฯและพนักงานส่วนใหญ่

สำหรับ ค่าวัตถุดิบหลักภายในโครงการร้านคาเฟ่เมซอนได้แก่ค่าเมล็ดกาแฟ โครงการจะสำรองเมล็ดกาแฟสำหรับการชงจำหน่ายภายในร้าน ให้เพียงพอต่อการจำหน่ายในแต่ละสัปดาห์ โดยคำนวณจากประมาณการยอดขาย ซึ่งจากการประมาณยอดขายทั้งโครงการ ตามรายละเอียดตารางที่ 4.16 ประมาณการไว้ในปีที่หนึ่ง 758 แก้ว ต่อ สัปดาห์ในช่วงเวลาเปิดภาคการศึกษาและ 359 แก้ว ต่อ สัปดาห์ในช่วงเวลาปิดภาคการศึกษาและเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ของทุกปีเพราะเนื่องจากการขยายตัวของจำนวนนักศึกษาของสถาบันฯ

4.2.6 รูปแบบการดำเนินงานและการจัดโครงสร้างองค์กร

การจัดโครงสร้างองค์กรภายในร้าน คาเฟ่คาเฟ่เมซอน เป็นการจัดโครงสร้างไม่ซับซ้อนเหมาะสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก ที่มีพนักงานไม่มากนัก โดยการทำงานนั้นใช้พนักงานประจำสองคน เงินเดือนเหมาจ่ายตามวุฒิการศึกษา ร่วมกับอัตราแรงงนล่วงเวลา โดยทำงานวันละ 9 ชั่วโมงวันหยุดสลับกันหยุดกันระหว่างพนักงานภายในสัปดาห์ โดยให้หยุด 1 วันต่อสัปดาห์ ส่วนวันหยุดประจำปีและวันลาใช้กฎ ระบบเดียวกับพนักงานร้านคาเฟ่เมซอน

ส่วน โครงสร้างองค์กร การบริหารจัดการเป็นหน้าที่ของหัวหน้าร้าน 1 ตำแหน่งกับพนักงานร้าน ตำแหน่ง โดยหัวหน้าร้านในที่นี่จะเป็นผู้ที่ได้รับสิทธิ์เฟรนไชส์จากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่

1 เวลาปฏิบัติงาน

วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ เวลา 7.00น.- 18.00น. โดยพนักงานเข้าและออกงานเป็นเวลา

2.การปฏิบัติงาน

พนักงานในร้านคาเฟ่เมซอนมีจำนวน 2 คน แบ่งเป็นหัวหน้าร้านและพนักงานขาย 1 คน

หน้าที่ที่รับผิดชอบของหัวหน้าร้าน

1. การจัดการภายในร้าน รับผิดชอบเกี่ยวกับการทำงานภายในร้านทั้งหมด ประกอบด้วย

1 ตรวจนับวัตถุดิบคงเหลือ

2 ตรวจสอบยอดขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3 ดูแลการจัดสินค้าภายในร้านกาแฟ คาเฟ่เมซอน

4 ทำการประเมินผลงานได้สรุปยอดขายรายวันและรายสัปดาห์

2. การจัดการสินค้าและบริการ

1. รับผิดชอบการยอดขายให้เป็นไปตามเป้าหมาย

2 ปฏิบัติตามระบบการทำงาน ของคาเฟ่เมซอน

3 จัดระดับสินค้าคงคลังวัตถุดิบให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

4 รักษามาตรฐานการบริการ

3 การบริหาร

1 รับผิดชอบด้านเอกสารและการเงินทั้งหมด

2 รับผิดชอบต่อการประเมินข้อมูลภายในร้าน

4. การบริการลูกค้า

1. บริหารความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า 100%

2. สามารถอธิบายและให้รายละเอียดสินค้ากับลูกค้า

5. การควบคุมค่าใช้จ่ายของร้าน

1. การควบคุมค่าใช้จ่ายอื่นๆภายในร้าน

2. ควบคุมความสูญเสียของสินค้าและการเสียหายของสินค้าคงคลัง

หน้าที่ที่รับผิดชอบของพนักงานขาย

1. ดูแลรักษาและตรวจสอบอุปกรณ์การชงกาแฟให้สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดีและมีคุณภาพ

2. เตรียมเครื่องดื่มให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

3. ดูแลการจัดวางสินค้าและตรวจนับสินค้าคงเหลือรวมถึงควบคุมต้นทุนวัตถุดิบ

4. ดูแลความเรียบร้อยและความสะอาดของร้านกาแฟ

5. ปฏิบัติงานตามการสั่งงานของหัวหน้าร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.7 การจัดการด้านบุคลากร

การจัดการด้านบุคลากรภายในร้านโดยแบ่งเป็นหัวหน้าร้านและพนักงานรวม 1 คน โดยพนักงานจะต้องมีความรู้และความเข้าใจ ในตัวสินค้าของคาเฟ่เมซอน มีความสามารถในการชงกาแฟและเครื่องดื่ม หรือผ่านการอบรมการชงกาแฟและ สามารถให้ข้อมูลกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน โดยอัตราจ้างมีรายละเอียดดังนี้

หัวหน้าร้าน 1 ตำแหน่ง

อัตราค่าจ้าง เดือนละ 13,000 บาท

พนักงานร้าน 1 ตำแหน่ง

อัตราค่าจ้าง เดือนละ 9,000 บาท

รวม 22,000 บาท

หรือต่อปี 264,000 บาท

ตารางที่ 4.19 แสดงโครงสร้างเงินเดือนของพนักงานตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

(บาท)

ปี	1	2	3	4	5	6
เงินเดือนพนักงาน						
หัวหน้าร้าน	156,000	160,680	165,500	170,465	175,578	180,845
พนักงาน 1 ตำแหน่ง	108,000	111,240	114,577	118,014	121,554	125,200
เงินเดือนรวม	264,000	271,920	280,077	288,479	297,132	306,045
ประกันสังคม	13,200	13,596	14,004	14,424	14,857	15,302
ค่าจ้างรายปี	277,200	285,516	294,081	302,903	311,989	321,347

หมายเหตุ : ปีที่ 2 – 5 อัตราเงินเดือนเพิ่มขึ้นทุกปี ปีละเท่าๆกัน โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี

ประกันสังคมคิดเป็นร้อยละ 5 ของเงินเดือน (ถ้าพนักงานประกันสังคม 2558)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

จากการวิเคราะห์ด้านเทคนิค โครงการมีเงินลงทุนเริ่มต้นทั้งหมด 2,337,000 บาท ซึ่งมาจาก ส่วนของเจ้าของทำให้ไม่มีปัญหาในด้านการลงทุน พบว่าทำเลที่ตั้งของโครงการอยู่ในสถานศึกษา ที่มีผู้คนสัญจรผ่านไปมาจำนวนมาก ซึ่งบริเวณด้านหน้าธนาคารไทยพาณิชย์สาขาสถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังเป็นบริเวณที่มีกลุ่มเป้าหมายของโครงการ การเดินทางคมนาคมเป็นไปได้อย่างสะดวก มีการขนส่งหลากหลายรูปแบบ สถานที่ตั้งโครงการอยู่ใน จุดที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ง่าย การให้ความสะดวกด้านสาธารณูปโภคทางสถานที่ตั้งมีการ จัดเตรียมไว้ให้พร้อม การจัดหาวัตถุดิบก็ทำได้สะดวกเนื่องจากสถานที่ติดกับถนนหลัก ทำให้การ อำนวยความสะดวกในด้านการจัดส่งวัตถุดิบเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สรุปได้ว่า โครงการมีความ พร้อมทั้งด้านระบบการผลิต การจัดการผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการจัดการและขนส่งปัจจัยนำเข้าที่มี มาตรฐานในการดำเนินโครงการ โดยการรับวัตถุดิบจะขึ้นอยู่กับการวางแผนการผลิต และจำหน่าย ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามยอดจำหน่ายของแต่ละวัน ซึ่งปริมาณวัตถุดิบที่มีอยู่สามารถตอบสนอง ต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างต่อเพียงพอ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า การลงทุนร้าน คาเฟ่เมซอน บริเวณด้านหน้าธนาคารไทยพาณิชย์สาขาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ ทหารลาดกระบังมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

ตารางที่ 4.20 ประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

รายการ	ค่าใช้จ่ายคิดเป็นร้อยละจากยอดขาย (บาท)					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
ยอดขาย	2,493,844	2,543,670	2,594,528	2,646,404	2,699,312	2,746,572
วัตถุดิบ	648,399	661,354	674,577	688,065	701,821	714,108
รวม	648,399	661,354	674,577	688,065	701,821	714,108

หมายเหตุ: ต้นทุนผลิตภัณฑ์อยู่ที่ร้อยละ 26 ของยอดขาย

ที่มา : (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.21 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

(บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
รวม	648,399	661,354	674,577	688,065	701,821	714,108
ค่าใช้จ่ายในการขาย	277,200	285,516	294,081	302,903	311,989	321,347
ค่าแรงงานพนักงาน	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าสาธารณูปโภค	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	74,815	76,310	77,836	79,392	80,979	82,397
ค่าเช่าสถานที่	74,815	76,310	77,836	79,392	80,979	82,397
ค่า Royalty Fee	24,938	25,437	25,945	26,464	26,993	27,466
ค่า Marketing Fee						
ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ						
รวม	1,280,167	1,304,927	1,330,275	1,356,216	1,382,761	1,407,715

ตารางที่ 4.22 การประมาณต้นทุนการผลิตของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
ค่าวัสดุดิบ ¹	648,399	661,354	674,577	688,065	701,821	714,108
ค่าใช้จ่ายในการขาย ²	337,200	345,516	354,081	362,903	371,989	381,347
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	294,568	298,057	301,617	305,248	308,951	312,260
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ³ (ปีรวมก่อนเสื่อมราคา)	1,280,167	1,304,927	1,330,275	1,356,216	1,382,761	1,407,715
ค่าเสื่อมราคาสถุและอุปกรณ์ ⁴	313,167	313,167	313,167	313,167	313,167	313,167
ต้นทุนการผลิตรวม	1,593,334	1,618,094	1,643,442	1,669,383	1,695,928	1,720,882

หมายเหตุ: จากตารางที่ 4.20

² จากตารางที่ 4.21

³ จากตารางที่ 4.21

⁴ ค่าเสื่อมราคาเส้นตรง 6 ปี ไม่มีมูลค่าซาก (มูลค่าสินทรัพย์ - ราคาซาก (ถ้ามี))
อายุการใช้งาน

4.3 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินจะเป็นการวิเคราะห์โครงการด้านการลงทุนตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงสิ้นสุดโครงการ โดยที่การวิเคราะห์จะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไรของโครงการ รวมถึงการวางแผนทางการเงินและวางแผนกำไรเพื่อทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางด้านการเงินใดๆ เกิดขึ้นกับโครงการ มีรายละเอียดดังนี้

4.3.1 รายละเอียดของโครงการ

แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมดทำให้ไม่เกิดปัญหาในด้านการลงทุน

อายุโครงการ

กำหนดอายุโครงการ 6 ปีโดยกำหนดจากสัญญาเช่าสถานที่ และในระหว่างโครงการมีการลงทุนเพิ่มในปีที่ 3

อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

อัตราคิดลด (discount rate) ในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการนี้ กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 10 จากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ณ ปี พ.ศ. 2557 ที่อัตราร้อยละ 7.90 จากอัตราเงินกู้ดอกเบี้ยอ้างอิงธนาคารซีไอเอ็ม-บีไทย 26 กุมภาพันธ์ 2559 บวกอัตราความเสี่ยงประมาณร้อยละ 2.1

การประมาณการด้านการเงินของโครงการ

การประมาณการด้านการเงินของโครงการ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงิน ประกอบด้วยรายละเอียด ดังต่อไปนี้

เงินลงทุนของโครงการ

การประมาณเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการนี้มีมูลค่า 2,429,000 บาท (ตารางที่ 4.23) ซึ่งประกอบด้วย เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 2,329,000 บาท และเงินทุนหมุนเวียน 100,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประมาณรายได้ต่อปีของโครงการ

ตารางที่ 4.23 การประมาณยอดขายตามอายุโครงการ 6 ปี

ปีที่	ยอดขายที่ประมาณการ (บาท)
1	2,493,844
2	2,543,670
3	2,594,528
4	2,646,404
5	2,699,312
6	2,746,572

ที่มา: (จากตารางที่ 4.16)

งบกำไรขาดทุน

คำนวณได้โดยนำค่าที่ได้จากการขายบริการหักด้วยค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน รวมค่าเสื่อมราคา (ตารางที่ 4.27) หักภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จะทำให้ทราบถึงสถานะทางการเงินของโครงการ (ตารางที่ 4.29)

งบกระแสเงินสดสุทธิ

จากการประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้าน (ตารางที่ 4.25) การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร (ตารางที่ 4.26) และการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ตารางที่ 4.27) ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานของโครงการ สามารถประมาณงบกระแสเงินสดสุทธิรายปี โดยมีเงินลงทุนจ่ายสุทธิ เท่ากับ 2,429,000 บาท เป็นระยะเวลา 6 ปี (ตารางที่ 4.28)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประมาณขงกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ

ตารางที่ 4.24 ประมาณการกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
ยอดขาย ¹	2,493,844	2,543,670	2,594,528	2,646,404	2,699,312	2,746,572
หักต้นทุนวัตถุดิบ ¹	648,399	661,354	674,577	688,065	701,821	714,108
กำไรขั้นต้น	1,845,445	1,882,316	1,919,951	1,958,339	1,997,491	2,032,464
ค่าใช้จ่าย						
ค่าใช้จ่ยในกาขายและบริหาร ²	631,768	643,573	655,698	668,151	680,940	693,607
ค่าใช้จ่ยในกาปรับปรุง			80,000	-	-	-
ค่าเสื่อมราคา	313,167	313,167	313,167	313,167	313,167	313,167
รวมค่าใช้จ่าย	944,935	956,740	1,048,865	981,318	994,107	1,006,774
กำไร (ขาดทุน) ก่อนหักภาษี	900,510	925,576	871,086	977,021	1,003,384	1,025,690
หักภาษีเงินได้ ³ (ร้อยละ 20.25)	180,102	185,115	174,217	195,404	250,846	256,423
กำไรสุทธิ	720,408	740,461	696,869	781,617	752,538	769,267
กำไรสะสม	720,408	1,460,869	2,157,738	2,939,355	3,691,893	4,461,160

¹หมายเหตุ: จากตารางที่ 4.20

²จากตารางที่ 4.21

³ภาคผนวก ข

ที่มา: (จากการคำนวณ)

(บาท)

ตารางที่ 4.25 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
กระแสเงินสดรับ							
รายได้จากการขาย		2,493,844	2,543,670	2,594,528	2,646,404	2,699,312	2,746,572
กระแสเงินสดจ่าย							
เงินลงทุนของโครงการ	2,329,000	0	0	80,000			0
เงินทุนหมุนเวียน	100,000	0	0	0			0
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อมราคา)		1,280,167	1,304,927	1,330,275	1,356,216	1,382,761	1,407,715
ภาษีเงินได้ (ร้อยละ 20.25)		180,102	185,115	174,217	195,404	250,846	256,423
กระแสเงินสดจ่าย	(2,429,000)	1,460,269	1,490,042	1,504,492	1,551,620	1,633,607	1,664,138
กระแสเงินสดสุทธิ		1,033,575	1,053,628	1,090,036	1,094,784	1,065,705	1,082,434
รวมกระแสเงินสดสุทธิ	(2,429,000)	(1,395,425)	(341,797)	748,239	1,843,023	2,908,728	3,991,162

ที่มา : จากการศึกษา

4.3.2 การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์ที่มุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงิน หรือความสามารถในการทำกำไร เพื่อให้ผู้ลงทุนเกิดความมั่นใจในการลงทุนว่าถ้ามีการลงทุนในโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆกับโครงการ และเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าควรลงทุนในกิจการหรือไม่ โดยใช้วิธีการประเมินที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลา คือ ระยะเวลาการคืนทุน และวิธีการประเมินที่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลา คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน โดยผลของการประเมินค่าการลงทุนทั้ง 4 ด้านนั้นสามารถพิจารณาตามตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงินของโครงการ

รายการ	ผลที่ได้จากการคำนวณ
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 3 เดือน 22 วัน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	2,220,753
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (ร้อยละ)	39.36
อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (เท่า)	1.24

หมายเหตุ: เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 10
 ที่มา: (จากการคำนวณในภาคผนวก ก)

สามารถอธิบายผลการประเมินค่าการลงทุนที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาและการประเมินค่าการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาจากการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน คำนวณจากจำนวนปีที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายของโครงการ ซึ่งโครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 3 เดือน 22 วัน
2. มูลค่าปัจจุบัน เป็นการศึกษผลต่างระหว่างมูลค่ารวมของกระแสเงินสดสุทธิกับเงินสดลงทุน ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ ในการศึกษามุ่งหวังจะให้โครงการได้รับผลตอบแทนที่มีความคุ้มค่าหรือมีกำไร โดยที่ค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการจะต้องมีค่าเป็นบวกหรือมากกว่าศูนย์แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับศูนย์แสดงว่า ผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน โครงการไม่มีกำไร แต่ก็ได้ขาดทุน และในกรณีที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นลบ หรือมีค่าน้อยกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุน โครงการนั้นถือว่าขาดทุน ซึ่งเมื่อพิจารณามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการนั้นมีค่าเท่ากับ 2,220,753 บาทแสดงว่าผลตอบแทนที่ได้นั้นมีค่ามากกว่าต้นทุนหรือโครงการมีความคุ้มค่าหรือได้กำไรจากการลงทุน

3. อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เพื่อศึกษาหาผลตอบแทนสุทธิของการลงทุนว่ามีค่า

ร้อยละเท่าไร โดยคำนวณหาอัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการตลอดอายุของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการมีค่าเท่ากับเงินสดที่จ่ายลงทุน ซึ่งโครงการนี้มีผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 39.36 ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนหรือโครงการมีกำไร

4. อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เพื่อศึกษาอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายไปในการดำเนินโครงการ ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่าเท่ากับหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน คือ โครงการไม่มีกำไรและไม่ขาดทุน ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่ามากกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนโครงการมีกำไร และถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่าน้อยกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุน โครงการขาดทุน ซึ่งอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการนี้มีค่าเท่ากับ 1.24 เท่า แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนหรือโครงการมีกำไร

4.3.3 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test)

จากตารางที่ 4.27 เป็นการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของต้นทุนและผลตอบแทนมากกว่าค่าความแปรเปลี่ยน

ตารางที่ 4.27 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของต้นทุนและผลตอบแทน

ปีที่	กระแสเงินสดจ่าย	กระแสเงินสดรับ	อัตราคิดลดที่ 10%	มูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่าย (PVC)	มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน (PVB)
0	(2,429,000)	0	1	-2,429,000	0
1	1,460,269	2,493,844	0.9091	1,327,530.548	2,267,154
2	1,490,042	2,543,670	0.8264	1,231,370.709	2,102,089
3	1,504,492	2,594,528	0.7513	1,130,324.84	1,949,269
4	1,551,620	2,646,404	0.6830	1,059,756.46	1,807,494
5	1,633,607	2,699,312	0.6209	1,014,306.586	1,676,003
6	1,664,138	2,746,572	0.5645	939,405.901	1,550,440
รวม				9,131,695	11,352,448

ที่มา : จากการคำนวณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณีที่ 1 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านต้นทุน (SVTC)

$$\begin{aligned} \text{SVTC} &= [(\text{PVB} - \text{PVC}) \times 100] / \text{PVC} \\ &= 2,220,753 \times 100 / 9,131,695 \\ &= 24.31 \end{aligned}$$

ดังนั้นสรุปได้ว่าต้นทุนโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้สูงสุดร้อยละ 24.31 จึงจะไม่ทำให้โครงการขาดทุน สามารถดำเนินโครงการต่อไปได้

กรณีที่ 2 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านผลตอบแทน (SVTB)

$$\begin{aligned} \text{SVTB} &= [(\text{PVB} - \text{PVC}) \times 100] / \text{PVB} \\ &= 2,220,753 \times 100 / 11,352,448 \\ &= 19.56 \end{aligned}$$

ดังนั้นสรุปได้ว่าผลตอบแทนโครงการสามารถลดลงได้ร้อยละ 19.56 จึงจะไม่ทำให้โครงการขาดทุน สามารถดำเนินโครงการต่อไปได้

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนร้านเฟรนไชส์คาเฟ่เมซอนภายในบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พบว่ามีโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 3 เดือน 22 วัน อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.24 เท่า โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกและค่าเท่ากับ 2,220,753 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 10 และมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 39.36 จากการวิเคราะห์การเงินทุกกรณี ทำให้ทราบว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุนคือโครงการมีกำไรในการลงทุนร้านคาเฟ่เมซอน โครงการจึงมีความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจเฟรนไชส์ร้านคาเฟ่เมซอนภายในบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟ“คาเฟ่เมซอน”ภายในบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังพบว่า เป็นพื้นที่ที่นักศึกษาให้ความสนใจและมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสัญจรผ่านไปมาเป็นจำนวนมากเนื่องจากตลาดในบริเวณดังกล่าวมีการเติบโตสูงอีกทั้งในบริเวณสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีเพียงแบรนด์ทรูคอฟฟี่ และคอฟฟี่ทูเดเท่านั้นที่เป็นแบรนด์ระดับชาติจึงเป็น โอกาสดีที่จะนำเอาแบรนด์คาเฟ่เมซอนมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างไรก็ตามควรมีการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการทางด้านการตลาดด้านเทคนิค และด้านการเงินเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจให้เกิดความมั่นใจก่อนการลงทุนและเป็นการลดความเสี่ยงของการลงทุน โครงการ

วัตถุประสงค์ครั้งนี้เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดครอบคลุมความต้องการในปัจจุบัน และอนาคตแนวโน้มตลาดส่วนแบ่งตลาดและการประมาณยอดขายของ โครงการจากนั้นจะทำการศึกษาทางด้านเทคนิคโดยที่จะศึกษาทำเลที่ตั้งของ โครงการพิจารณาถึงระบบการผลิต ประมาณการต้นทุนเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ทางด้านการเงินต่อไปสำหรับการวิเคราะห์ทางการเงินจะเริ่มจากการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนการหาต้นทุนปัจจุบันสุทธิการหาอัตราผลตอบแทนภายในโครงการและการหาอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายสุดท้ายการวิเคราะห์ความอ่อนไหวเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจลงทุน

วิธีการศึกษาในครั้งนี้โครงการได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกทำการศึกษาจากนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังและผู้คนที่สัญจรผ่านไปมา ส่วนข้อมูลสถิติภูมิ ได้จากการสืบค้นจากเอกสารตำราบทความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากนั้นนำข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมารวบรวมวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านการตลาดด้านเทคนิคและด้านการเงิน

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด พบว่ามีมูลค่าทางการตลาดของเครื่องดื่มกาแฟบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ เท่ากับ 3,722,277 บาทต่อปี เป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักศึกษา จากการสำรวจตลาดพบว่า หากมีการดำเนินโครงการคาดว่าจะมีผู้มาใช้บริการร้อยละ 67.5 ของกลุ่มตัวอย่าง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ผู้บริโภคยอมจ่ายให้กาแฟเพื่อเมซอน โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 66 บาทต่อครั้งในช่วงเปิดเทอมและโดยเฉลี่ย 80 บาทต่อครั้งในช่วงปิดเทอมความถี่ในการซื้อกาแฟจากร้านกาแฟเพื่อเมซอนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.48 วันต่อสัปดาห์ในช่วงเปิดเทอมและ 2.66 วันต่อสัปดาห์ในช่วงปิดเทอมแสดงว่าในพื้นที่ที่มีความต้องการใช้บริการในระดับหนึ่ง จึงสรุปผลการศึกษาด้านการตลาดว่ามีความเป็นไปได้

จากการวิเคราะห์ด้านเทคนิค พบว่ามีความพร้อมด้านระบบการผลิตขั้นตอนการจัดการและขนส่งปัจจัยนำเข้าได้สะดวก อีกทั้งทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ ใกล้กับสถานศึกษาและป้ายรถประจำทาง ประกอบกับในพื้นที่โครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคมขนส่ง มีสาธารณูปโภคต่างๆที่ครบครัน จึงสรุปผลการศึกษาด้านการเทคนิคว่ามีความเป็นไปได้ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟ“คาเฟ่เพื่อเมซอน”ภายในบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พบว่ามีโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 3 เดือน 22 วัน อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.24 เท่า โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกและค่าเท่ากับ 2,220,753 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 10 มีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 39.36 ค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านต้นทุนอยู่ที่ร้อยละ 24.31 และค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านรายรับอยู่ที่ร้อยละ 19.56 จากการวิเคราะห์การเงินทุกกรณี ทำให้ทราบว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุนคือโครงการมีกำไรในการลงทุนร้านกาแฟเพื่อเมซอน จึงสรุปผลการศึกษาด้านการเงินว่ามีความเป็นไปได้ ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟ“คาเฟ่เพื่อเมซอน”ภายในบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน จึงควรดำเนินโครงการดังกล่าวต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

1.ด้านการตลาด

จากแบบสอบถามผู้ศึกษาจำเป็นจะต้องเจาะกลุ่มเป้าหมายของกลุ่มนักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการหากกระตุ้นความถี่ในการซื้อได้โอกาสของการซื้อมากขึ้นก็จะมีผลต่อรายรับของกิจการ โดยเฉพาะในช่วงเวลาปิดเทอม

2.ด้านเทคนิค

สิ่งที่สำคัญทางด้านเทคนิคคือการให้ความสำคัญกับการทำสัญญาในส่วนของการเช่าสถานที่ที่ต้องตรวจสอบถึงข้อจำกัดและข้อห้ามของทางสถาบันรวมถึงการทำสัญญาแฟรนไชส์กับบริษัท ปตท จำกัด

ต้องจัดตารางงานให้เหมาะสมกับเวลาการเข้าใช้ของผู้บริโภคจากแบบสอบถามเวลาที่ผู้บริโภคนิยมเข้าใช้บริการอยู่ที่เวลา 10.01-12.00 น.

3.ด้านการเงิน

ในด้านการเงินและการลงทุนนั้นจำเป็นจะต้องควบคุมค่าใช้จ่ายให้เกิดประโยชน์สูงสุดและหากในอนาคตสภาวะเศรษฐกิจมีความผันผวนทำให้ต้นทุนเกิน 24.31%จะทำให้โครงการขาดทุนและไม่ควรดำเนินโครงการต่อและกิจการควรให้ความสำคัญกับเงินทุนหมุนเวียนภายในโครงการ

เอกสารอ้างอิง

- กานต์สิริวัฒน์.2554. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจกาแฟสดสำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ กรณีศึกษา สวนสัตว์ชาฟารีเวิลด์ กรุงเทพมหานคร.เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จินดา ชันทอง. 2544. การวิเคราะห์งบการเงิน. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ชัยยศ สันตวงษ์.2539. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ. 2540. เศรษฐศาสตร์การวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ฉินบุญอินทรพุดิ. "ความเป็นไปได้ในการลงทุนปลูกมะขามหวานในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเพชรบูรณ์."การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2554
- ฐาปนา ฉิ้นไพศาล.2544.การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้.
กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ดวงมณี โกมารทัต.2548.การบัญชีต้นทุน
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงมณี เลาวกุล. และคณะ. 2551. โครงการวิจัยเรื่อง :นโยบายและมาตรการการคลังเพื่อความเป็นธรรมในการกระจายรายได้.กรุงเทพฯ:ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ทัศนียาภรณ์ชูคำ.2552.การศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดร้านกาแฟสดบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีซึ่งลักษณะร้านกาแฟที่จะจัดตั้งขึ้นจะเป็นแบบฟรีเมียม.รายงานการศึกษาอิสระ ปริญญา บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟจากร้านสตาร์บัคส์ ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. [ออนไลน์]
แหล่งที่มา: <http://library.cmu.ac.th> วันที่สืบค้น17 ต.ค. 2558.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พัคตร์ผอง วัฒนสินธุ์.2542. การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ

กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรพินท์ อิจูรัตน์. 2554. การศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดร้านกาแฟ coffee break ในเขตเทศบาล
อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น.รายงานการศึกษาอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

วรศักดิ์ ทูมมานนท์. 2545. การจัดทำงบกระแสเงินสด งบกระแสเงินรวม. กรุงเทพฯ :

ธรรมนิติ เพรส

วรศักดิ์ ทูมมานนท์.2542.งบกระแสเงินสด งบการเงินรวม

กรุงเทพฯ : ไอ โอนิค อินเตอร์เทรด ริชอสเซส.

เวง มอ ให้สัมภาษณ์. 15 มกราคม 2559. กิตติพงษ์ ชนวัฒน์ บึงสกุล ผู้สัมภาษณ์. ยอดขายของแต่ละ
วัน.โรงอาหารคณะวิทยาศาสตร์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ศูนย์วิจัยริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. "ตลาดกาแฟในประเทศไทย." [ออนไลน์].แหล่งที่มา:

<http://fic.nfi.or.th>. วันที่สืบค้น 3 ต.ค. 2558

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.2548.การวิจัยการตลาด ฉบับมาตรฐาน

กรุงเทพฯ : ไคมอน อิน บิสซิเนสเวิร์ล.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2548. ทฤษฎีองค์การฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร.

ศุภลักษณ์ พงษ์อนันต์. 2556. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟในสถานี
บริการน้ำมันในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขา
เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.2555.รายงานประจำปี 2555.[ออนไลน์]. แหล่งที่มา

www2.oac.go.th/zone9/Year_Report/reportyear55.docวันที่สืบค้น 25ตุลาคม 2558

อัจฉราพรรณ ตั้งจาดูร โสภณ.2556. การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า.
นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

อนุรักษ์ ทองสุขโขวงส์. 2555. "ต้นทุนผันแปรและการวิเคราะห์ ต้นทุน-ปริมาณ-กำไร." [ออนไลน์].

แหล่งที่มา http://home.kku.ac.th/anuton/3526301/Doc_02.pdfวันที่สืบค้น 25ตุลาคม 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อภิชา ทาน้ำเที่ยง. 2551. การศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดร้านกาแฟรูปแบบ Drive in ในเขต
อำเภอเมืองจังหวัดอุดรธานี.รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อภิชาติ พงศ์สุพัฒน์. 2545. การเงินธุรกิจ.กรุงเทพฯ :Informing.

Euromonitor International. 2553. Coffee Market in Thailand by product. [Online]. Available:

<http://www.euromonitor.com> 5ก.ย. 2558

Marketeer Magazine.2258.ตลาดกาแฟคั่วบด.[Online].Available:

<http://marketeer.co.th/2015/08/coffee-market-all> 5ก.ย. 2558



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งแฟรนไชส์คาเฟ่เมซอนบริเวณธนาคารไทยพาณิชย์

สาขาเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษา และงานวิจัยของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร ซึ่งการให้คำตอบที่สมบูรณ์และตรงตามความจริงของท่านจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ทำการวิจัย

คำแนะนำ : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ท่านต้องการ และเติมข้อความหรือตัวเลขในช่องว่างที่กำหนด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
2. อายุ () 1. ต่ำกว่า 20 ปี () 4. 41 – 50 ปี
() 2. 20 – 30 ปี () 5. 51 – 60 ปี
() 3. 31 – 40 ปี () 6. 60 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา () 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น () 4. ปริญญาตรี / ปวส
() 2. มัธยมศึกษาตอนต้น () 5. สูงกว่าปริญญาตรี
() 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช
4. อาชีพ () 1. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ () 4. นักเรียน/นักศึกษา
() 2. พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน () 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....
() 3. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
5. รายได้เฉลี่ยเดือน () 1. น้อยกว่า 10,000 บาท () 6. 30,001 – 40,000 บาท
() 2. 10,000 - 20,000 บาท () 7. 40,001 – 50,000 บาท
() 3. 20,001 - 30,000 บาท () 8. 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ

6. ท่านมักจะบริโภคคิมคาแฟประเภทใดบ้าง

- () 1. ลาเต้
- () 2. คาปูชิโน่
- () 3. เอสเพรสโซ่
- () 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ท่านมักจะดื่มกาแฟในช่วงเวลาใด

- () 1. 8.00 - 10.00 น. () 4. 14.01 - 16.00 น.
 () 2. 10.01 - 12.00 น. () 5. 16.01 - 18.00 น.
 () 3. 12.01 - 14.00 น. () 6. 18.01 น. เป็นต้นไป

8. ท่านเลือกซื้อกาแฟเพราะสาเหตุใด

- () 1. กลายร้อน () 5. ชอบในคุณภาพและความสดใหม่
 () 2. ชอบในรสชาติ () 6. ความรวดเร็วในบริการ
 () 3. รสนิยม () 7. ดื่มเพื่อสุขภาพ
 () 4. ราคาเหมาะสม

9. ท่านเลือกซื้อกาแฟจากสถานที่ใด

- () 1. ร้านกาแฟที่มีชื่อเสียง
 () 2. ร้านกาแฟทั่วไป
 () 3. อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. ท่านมักจะรับประทานกาแฟโดย

- () 1. นั่งรับประทานที่ร้าน
 () 2. ซื้อกลับบ้าน
 () 3. อื่นๆ โปรดระบุ.....

11. พฤติกรรมการเลือกซื้อกาแฟเพื่อรับประทานของท่านเป็นแบบใด

- () 1. เลือกซื้อจากร้านที่มีชื่อเสียง
 () 2. เลือกซื้อจากร้านที่ซื้อประจำ
 () 3. เลือกจากร้านที่ใกล้และเดินทางสะดวก
 () 4. ร้านใดก็ได้
 () 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

12. ท่านคิดว่าแนวโน้มในอนาคตในการบริโภคกาแฟของท่านจะเป็นอย่างไร

- () 1. ไม่แน่ใจ () 2. บริโภคปกติ () 3. บริโภคมากขึ้น
 () 4. บริโภคน้อยลง () 5. ไม่บริโภค

13. สิ่งใดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟ

- () 1. ตัดสินใจด้วยตัวเอง () 3. เพื่อน
 () 2. ครอบครัวและญาติ () 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งร้านแฟรนไชส์ คาเฟ่ อเมซอน บริเวณ ชนาคารไทยพาณิชย์

สาขา เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

14. ท่านมาใช้บริการธนาคาร/วินรด์ตู้/ป้ายรูดเมล็ดบริเวณนี้บ่อยแค่ไหน.....ครั้ง/สัปดาห์

15. ท่านรู้จักร้านค้ากาแฟเพื่อเมซอนมาก่อนหรือไม่

() 1. รู้จัก

() 2. ไม่รู้จัก

15. ถ้ามีร้านค้ากาแฟเพื่อเมซอนมาตั้งที่ ธนาคารไทยพาณิชย์สาขาเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยที่คุณภาพของกาแฟดีกว่า แต่ราคาไม่แตกต่างจากร้านกาแฟทั่วไป ท่านคิดว่าจะซื้อหรือไม่

() 1. ซื้อแน่นอน () 2. ซื้อ () 3. อาจจะซื้อ () 4. ไม่แน่ใจ () 5. ไม่ซื้อ

16. ท่านคิดว่าจะซื้อกาแฟจากร้านกาแฟ เพื่อเมซอน ประมาณครั้ง/สัปดาห์

17. ท่านคิดว่าจะซื้อกาแฟจากร้านกาแฟ เพื่อเมซอน เป็นจำนวนบาท/ครั้ง

18. ช่องทางใดที่ช่วยให้ท่านรู้จัก เข้าถึง และสนใจกาแฟเพื่อเมซอนได้มากที่สุด (เลือกเพียง 1 คำตอบ)

() 1. ป้ายโฆษณา

() 4. อินเทอร์เน็ต

() 2. ใบปลิว

() 5. นิตยสาร / วารสาร

() 3. เพื่อน / คนรู้จัก

() 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านค้ากาแฟเพื่อเมซอนเมื่อเทียบกับร้านค้าเพื่ห้อื่นๆ

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
19.รสชาติอร่อย					
20.รูปแบบบรรจุภัณฑ์สวยงาม					
21.ชื่อเสียงของตราสินค้า					
22.คุณภาพของสินค้า					
23.ปริมาณสินค้าเหมาะสม					
ด้านราคา	5	4	3	2	1
24.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
25.ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
26.ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับ ยี่ห้ออื่น					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านช่องทางการจำหน่าย	5	4	3	2	1
27.หาซื้อได้ง่ายและสะดวก					
28.แหล่งจำหน่ายเชื่อถือได้					
29.การจัดวางสินค้าอยู่ในตำแหน่งที่พบเห็นง่าย					
ด้านการส่งเสริมการขาย	5	4	3	2	1
30.การโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ ป้ายโฆษณา					
31.การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย					
32.การลด แลก แจก แถม					
33.การเพิ่มปริมาณสินค้า					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ ภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไป หรือจากหน่วยภาษีที่มีลักษณะพิเศษ ตามที่กฎหมายกำหนดและมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยปกติจัดเก็บเป็นรายปี รายได้ที่เกิดขึ้นในปีใดๆ ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องนำไปแสดงรายการตนเองตามแบบแสดงรายการภาษีที่กำหนดภายในเดือนมกราคมถึงมีนาคมของปีถัดไป สำหรับผู้มีเงินได้บางกรณี กฎหมายยังกำหนดให้ยื่นแบบฯ เสียภาษีต่อครั้งปี สำหรับรายได้ ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรก เพื่อเป็นการบรรเทาภาระภาษีที่ต้องชำระและเงินได้บางกรณี กฎหมายกำหนดให้ ผู้จ่ายทำหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่ายจากเงินได้ที่จ่ายบางส่วน เพื่อให้มีการทยอยชำระภาษีขณะที่มีเงินได้เกิดขึ้นอีก

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ได้แก่ ผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีที่ผ่านมา โดยมีสถานะ อย่างหนึ่งอย่างใด ดังนี้

- 1) บุคคลธรรมดา
- 2) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มิใช่นิติบุคคล
- 3) ผู้ถึงแก่ความตายระหว่างปีภาษี
- 4) กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง
- 5) วิสาหกิจชุมชน ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เฉพาะที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มิใช่นิติบุคคลตามกฎหมาย เงินได้ที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เรียกว่า "เงินได้พึงประเมิน" หมายถึง เงินได้ของบุคคลใดๆ หรือหน่วยภาษีใดข้างต้นที่เกิดขึ้นระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคมของปีใดๆ หรือเงินได้ ที่เกิดขึ้นในปีภาษี "ได้แก่"

- เงิน
- ทรัพย์สินซึ่งอาจคิดคำนวณได้เป็นเงิน ที่ได้รับจริงที่ได้รับจริง
- ประโยชน์ซึ่งอาจคิดคำนวณได้เป็นเงิน (เกณฑ์เงินสด)
- เงินค่าภาษีอากรที่ผู้จ่ายเงินหรือผู้อื่นออกแทนให้
- เครดิตภาษีตามที่กฎหมายกำหนด

ผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีภาษีจะมีหน้าที่ต้องยื่นแบบฯ ก็ต่อเมื่อมีเงิน ได้ถึงเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนด ไม่ว่าจะเมื่อคำนวณภาษีแล้วจะมีภาษีต้องชำระเพิ่มเติมหรือไม่ก็ตาม ดังนี้

1. ผู้มีเงินได้จากการจ้างแรงงานประเภทเงินเดือนค่าจ้างที่ได้รับในปีภาษีนั้น (ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม)
 - กรณีไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินเกิน 50,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กรณีที่มีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียวหรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกันเกิน 100,000 บาท
2. ผู้มีเงินได้จากการทำธุรกิจการค้าทั่วไปที่มีโช้เกิดจากการจ้างแรงงานที่ได้รับในปีภานี้ นั้น (ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม)
 - กรณีไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินเกิน 30,000 บาท
 - กรณีมีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียวหรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกันเกิน 60,000 บาท
 3. กองมรดกของผู้ตายที่ยังไม่แบ่งเกิน 30,000 บาท
 4. ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีโช้นิติบุคคลเกิน 30,000 บาท

ตารางภาคผนวก 1 อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาใหม่ ปีพ.ศ. 2557-2558

	รายได้สุทธิตั้งแต่(บาท)		อัตราภาษี
			แบบใหม่ (ปี2557-2558)
	0 ถึง 150,000		ยกเว้น
เกิน	150,000 ถึง 300,000		5%
เกิน	300,000 ถึง 500,000		10%
เกิน	500,000 ถึง 750,000		15%
เกิน	750,000 ถึง 1,000,000		20%
เกิน	1,000,000 ถึง 2,000,000		25%
เกิน	2,000,000 ถึง 4,000,000		30%
	เกิน 4,000,000 บาทขึ้นไป		35%

ที่มา: (กรมสรรพากร , 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก
การคำนวณทางการเงิน

การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

ตารางผนวกที่ 2 การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

ปี	กระแสเงินสดสุทธิ	กระแสเงินสดสะสม
0	-2,429,000	-2,429,000
1	1,033,575	-1,395,425
2	1,053,628	-341,797
3	1,090,036	748,239
4	1,094,784	1,843,023
5	1,065,705	2,908,728
6	1,082,434	3,991,162

จากตาราง พบว่าระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ระหว่างปีที่ 2 และปีที่ 3 สามารถคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนได้จากสูตร ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ = จำนวนปีก่อนคืนทุน + (กระแสเงินสดส่วนที่เหลือ/กระแสเงินสดทั้งปี) จากการคำนวณพบว่าระยะเวลาคืนทุนของโครงการนี้เท่ากับ 2 ปี 3 เดือน 22 วัน

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV)

ตารางผนวกที่ 3 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลดที่ 10%	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
0	-2,429,000	1	-2,429,000.0
1	1,033,575	0.9091	939,623
2	1,053,628	0.8264	870,718
3	1,090,036	0.7513	818,944
4	1,094,784	0.6830	747,737
5	1,065,705	0.6209	661,696
6	1,082,434	0.5645	611,034
รวม			2,220,753

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางผนวกที่ 3 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 2,220,753 มูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้เป็นบวกแสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราคิดลด ซึ่งอัตราที่ใช้คืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารพาณิชย์บวกค่าความเสี่ยงที่ร้อยละ 10 จึงสรุปได้ว่าเมื่อประเมินผลโครงการด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิแล้ว โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ(IRR)

ตารางผนวกที่ 4 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลดที่		NPV	อัตราคิดลดที่		NPV
		36%			37%		
0	-2,429,000	1		-2,429,000.00	1		-2,429,000.00
1	1,033,575	0.73		754,509.80	0.72		744,174.00
2	1,053,628	0.54		568,959.10	0.53		558,422.80
3	1,090,036	0.39		425,114.00	0.38		414,213.70
4	1,094,784	0.29		317,487.40	0.28		306,539.50
5	1,065,705	0.21		223,798.10	0.2		213,141.00
6	1,082,434	0.15		162,365.10	0.15		162,365.10
รวม				23,233.42			-30,143.90

จากตาราง 21 พบว่าอัตราคิดลดที่แท้จริงอยู่ระหว่างอัตราคิดลดที่ร้อยละ 36 กับ ร้อยละ 37 ซึ่งคำนวณได้ดังนี้

$$IRR = 36 + (37-36) \times \left[\frac{23,233.42}{30,143.9 - 23,233.42} \right] = 39.36$$

ดังนั้นอัตราผลตอบแทนภายในโครงการที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 39.36%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การคำนวณอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (B/C) ไม่รวมค่าเสื่อม

ตารางผนวกที่ 5 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน

ปีที่	ต้นทุน	DF 10%	PV ต้นทุน	ผลตอบแทน	DF 10%	PV ผลตอบแทน
0	2,429,000	1	2,429,000	0	1	0
1	1,460,269	0.9091	1,327,531	2,493,844	0.9091	2,267,154
2	1,490,042	0.8264	1,231,371	2,543,670	0.8264	2,102,089
3	1,504,492	0.7513	1,130,325	2,594,528	0.7513	1,949,269
4	1,551,620	0.6830	1,059,756	2,646,404	0.6830	1,807,494
5	1,633,607	0.6209	1,014,307	2,699,312	0.6209	1,676,003
6	1,664,138	0.5645	939,405	2,746,572	0.5645	1,550,440
รวม			9,131,695			11,352,448

$$B/C = \frac{11,352,448}{9,131,695}$$

$$1.24 = \text{เท่า}$$

ดังนั้นอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนของโครงการที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 1.24 เท่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้