



การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านกาแฟ “บ้านกาแฟสด หลังมอ 24 ชม.”

ฝั่งยูพลาซ่า มหาวิทยาลัยขอนแก่น

The Feasibility Study for Investment of “Baan Coffee Shop Lang Mor 24-Hour”

at U Plaza, Khon Kaen University

พานิภักดิ์ พระชัย (Panipak Prachai)¹* ดร.ธีระ ฤทธิรอด (Dr.Theera Rittirod)**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านกาแฟ “บ้านกาแฟสด หลังมอ 24 ชม.” ฝั่งยูพลาซ่า มหาวิทยาลัยขอนแก่น 4 ด้าน ได้แก่ ความเป็นไปได้ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยแจกแบบสอบถามกลุ่มประชากรเป้าหมาย คือ นักเรียน นักศึกษา บุคลากร มหาวิทยาลัยขอนแก่น และบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่บริเวณรั้วมหาวิทยาลัย ฝั่งยูพลาซ่า จำนวน 400 ชุด เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อกาแฟสด และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ ผลการศึกษา พบว่า ด้านการตลาด มีความเป็นไปได้ เนื่องจากมีความสนใจในการเข้ามาใช้บริการ ร้อยละ 75.75 และส่วนประสมการตลาด (7Ps) ให้ความสำคัญด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านเทคนิค มีความเป็นไปได้ เนื่องจากทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอ ด้านการจัดการ มีความเป็นไปได้ เนื่องจากโครงการมีพนักงานทั้งหมด 7 คน ผ่านการคัดเลือก ผลตอบแทนและสวัสดิการมีความเหมาะสม และด้านการเงิน มีความเป็นไปได้ เนื่องจากใช้งบประมาณเงินทุน 5,003,596 บาท ระยะเวลาการดำเนินการ 5 ปี อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) ร้อยละ 34.74 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 5,540,237 บาท ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 3 เดือน 7 วัน จึงสรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้และเหมาะสมในการลงทุน

ABSTRACT

This paper provides a feasibility study for investment of "Baan coffee shop Lang Mor 24-hour" at U Plaza, Khon Kaen University. Key aspects covered included marketing, technical, financial and managerial. Four hundreds questionnaires were collected from students, university employees and people who live around the U-Plaza area. The aim of this study is to investigate the behaviors of coffee drinkers and factors affecting the purchase decision. In terms of marketing, it is feasible to open the coffee shop based on 75.75% acceptance rate from the survey. Physical evidence as part of the 7Ps marketing mix is the most influential factor. The technical results also shown that the opening of the coffee shop is feasible. The location has potential as it is close to the campus, and also has a lot of parking space. The management of the coffee shop is also feasible with one owner having a total of seven employees Employees will receive fair wages and benefits. and Financially, it is also feasible. The total cost of the project is 5,003,596 baht based on five-year of operation with 34.74 % internal rate of return (IRR). The net present value (NPV) is 5,540,237 baht and the return on investment is 2 years 3 months 7 days. Based on the framework set out in this feasibility study where feasibility is assessed in four core areas, it can be concluded that the establishment of “Baan coffee shop Lang Mor 24-hour” is marginally feasible.

คำสำคัญ: ความเป็นไปได้ ร้านกาแฟ 24 ชั่วโมง

Keywords: Feasibility, Coffee shop, 24-Hour

¹ Correspondent author: ppanip@kku.ac.th

* นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

** รองศาสตราจารย์ ภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเกษตรศาสตร์, วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟมีแนวโน้มของการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผลจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการดื่มกาแฟของผู้บริโภค คนไทยซึ่งแต่เดิมนิยมดื่มกาแฟสำเร็จรูปเป็นส่วนใหญ่ ปัจจุบันหันมานิยมเข้าร้านกาแฟสดคั่วบดที่มีการตกแต่งร้านหรูหราทันสมัย สะดวกสบาย มีบรรยากาศที่รื่นรมย์ สำหรับนั่งดื่มกาแฟมากขึ้น ดังนั้น โอกาสในการเติบโตของธุรกิจกาแฟในประเทศไทยยังมีได้อีกมาก จึงทำให้ธุรกิจร้านกาแฟได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีการคาดการณ์ว่าธุรกิจร้านกาแฟสามารถเติบโตได้อีกในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 6.7 ต่อปี โดยในปี 2561 คาดว่าธุรกิจร้านกาแฟจะมีมูลค่า 22,500 ล้านบาท [1]

จังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการเป็นศูนย์กลางการค้าและบริการ มีการพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางในหลายด้าน เช่น เป็นศูนย์กลางทางการศึกษาโดยมีสถาบันอุดมศึกษาที่มีคุณภาพระดับประเทศ ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งมีความพร้อมด้านบุคลากรทางการศึกษาและสถานที่ [2] ส่งผลให้มีการขยายตัวทางด้านการเศรษฐกิจในอัตราสูง และธุรกิจร้านกาแฟเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีแนวโน้มของการเติบโตได้อีก เนื่องจากการใช้ชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไป การดื่มกาแฟจากเดิมดื่มเพื่อช่วยเพิ่มความกระฉับกระเฉงในการทำงานในยามเช้า แต่ในปัจจุบันการดื่มกาแฟนั้นเป็นไปตามกระแสนิยม ทำให้ธุรกิจร้านกาแฟได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และมีให้เลือกหลายรูปแบบ ส่วนใหญ่จะเน้นขายบริการเสริม เช่น ขนมเค้ก อาหาร และเครื่องดื่มประเภทอื่นเพิ่มมากขึ้น ร้านกาแฟสดในปัจจุบันจึงเป็นร้านกาแฟในรูปแบบร้านที่ตั้งอย่างอิสระ (Stand Alone) ที่สามารถรองรับผู้ที่เข้ามาใช้บริการได้อย่างทั่วถึง หัวใจสำคัญของการทำร้านกาแฟอยู่ที่การเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม นอกจากการเลือกทำเลที่ดี การสำรวจสะดวก มีที่จอดรถภายในบริเวณร้านจะต้องจัดแต่งให้สวยงาม นอกจากเครื่องดื่มกาแฟแล้วภายในร้านควรมีอาหารและเครื่องดื่มประเภทอื่นไว้บริการด้วย ที่สำคัญภายในร้านต้องมีความสะดวกสบาย เหมาะจะเข้าไปนั่งพัก นั่งคุย กับบรรยากาศผ่อนคลายจากการทำงานหรือจากการเรียนหนังสือ และยังเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงได้ ทั้งนี้เพราะลูกค้ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็น นักเรียน นักศึกษา ซึ่งจะเป็นเสน่ห์ดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในร้านกาแฟสดอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรมีความรู้ในศาสตร์ด้านการชงกาแฟพอสมควร เพราะการผลิตเครื่องดื่มกาแฟเป็นงานศิลปะอย่างหนึ่งที่ต้องอาศัยความละเอียดอ่อน ความเข้าใจในส่วนนี้จะช่วยในเรื่องการขาย การบริการ และการพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ยิ่งขึ้น [3]

มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีคุณภาพระดับประเทศ และเป็นอันดับหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีความพร้อมด้านบุคลากรทางการศึกษา มีจำนวนประชากรที่เป็นนักศึกษา จำนวน 50,299 คน บุคลากรสายผู้สอนและสายสนับสนุน จำนวน 11,239 คน [4] นักเรียนโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น ฝ่ายมัธยมศึกษา (มอดินแดง) จำนวน 955 คน [5] บุคคลทั่วไป หมายถึง ประชากรที่อาศัยอยู่ หมู่บ้านโนนม่วง หมู่ที่ 27 ต.ศิลา อ.เมือง จ.ขอนแก่น ผู้ประกอบการร้านค้า คนทำงาน ที่อาศัยอยู่บริเวณรั้วมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผังยูพลาซ่า จำนวน 1,348 คน [6] รวมทั้งสิ้น 63,841 คน ถือว่ามีประชากรจำนวนมาก มหาวิทยาลัยขอนแก่น จึงเป็นสถานที่ และทำเลที่น่าสนใจในการลงทุนเปิดร้านกาแฟ เพื่อตอบสนองกับการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปของสังคมในรั้วมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประกอบกับผู้ศึกษามีพื้นที่เป็นของตัวเองบริเวณรั้วมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผังยูพลาซ่า ประมาณ 1 ไร่ จึงทำให้เห็นโอกาสในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟสดในพื้นที่ดังกล่าว อย่างไรก็ตามผู้ศึกษามีความต้องการสร้างความแตกต่าง และความหลากหลายในธุรกิจร้านกาแฟ ที่มีอาหารและเครื่องดื่มประเภทอื่นควบคู่กันไป ส่วนใหญ่การศึกษาธุรกิจร้านกาแฟจะมีช่วงเวลาในการเปิดและปิดร้าน แต่ส่วนน้อยยังไม่ได้ศึกษาถึงการลงทุนเปิดร้านกาแฟสดตลอด 24 ชั่วโมง ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านกาแฟ “บ้านกาแฟสด หลังมอ 24 ชม.” ผังยูพลาซ่า มหาวิทยาลัยขอนแก่น



วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านกาแฟ “บ้านกาแฟสด หลังมอ 24 ชม.” ฟังยูพลาซ่า มหาวิทยาลัยขอนแก่น ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน

วิธีการศึกษา

1. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

1.1 ข้อมูลทั่วไป

1.1.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษานี้ ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา บุคลากร มหาวิทยาลัยขอนแก่น และบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่บริเวณรั้วมหาวิทยาลัยขอนแก่น ฟังยูพลาซ่า และกลุ่มตัวอย่าง หมายถึง ตัวแทนประชากร ซึ่งการศึกษานี้มีจำนวนมาก จึงไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน การหาขนาดตัวอย่างจึงใช้สูตรของ Cochran, W.J. (1997) [7] โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้นที่ระดับ 0.05 จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ 384.16 ตัวอย่าง ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ของข้อมูล มาใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน

1.1.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาใช้วิธีการสังเกตการณ์ จากประชากรที่ดื่มกาแฟ หรือใช้บริการ ร้านกาแฟ สักส่วนที่ได้คือ 2 ใน 3 โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น และบริเวณรอบรั้วมหาวิทยาลัยขอนแก่น ฟังยูพลาซ่า

1.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามที่ใช้เป็นแบบสอบถามสำหรับกลุ่มเป้าหมายในเขตมหาวิทยาลัยขอนแก่น และบริเวณรอบรั้วมหาวิทยาลัยขอนแก่น ฟังยูพลาซ่า แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายรับ หรือรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 การเลือกซื้อกาแฟสดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

1.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือ (Reliability Coefficient) หา ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบัก (Cronbach's Coefficient Alpha) [8] จากแบบสอบถาม โดยในการศึกษานี้ได้ค่าแอลฟา 0.923 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ จึงนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการรวบรวมตรวจสอบความสมบูรณ์ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการคำนวณ และประมวลผล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์รวมกับการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทั่วไป สภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้เครื่องมือ PESTE Analysis สภาพแวดล้อมของการแข่งขัน โดยใช้เครื่องมือ Five Force Model การวิเคราะห์ SWOT การกำหนดตลาดเป้าหมาย (STP) และส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) เพื่อนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

2. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค เป็นการศึกษาความเหมาะสมของการลงทุน ด้านทำเล และสถานที่ตั้งของร้าน การออกแบบลักษณะร้าน วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ต้องใช้ในการดำเนินการ จำนวนและคุณภาพของพนักงาน กำหนดแผนการดำเนินงานของร้าน และการประมาณการสำหรับค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการลงทุน โดยนำผลที่ได้ไปพิจารณาและประเมินผลการตัดสินใจในการลงทุน

3. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการร้าน รูปแบบของการดำเนินการในร้าน โครงสร้างและความเหมาะสมกับขนาดของร้าน การวิเคราะห์งาน ขอบเขตและความรับผิดชอบของงานแต่ละตำแหน่ง การวิเคราะห์ทรัพยากรมนุษย์ การคัดเลือกพนักงาน การบริหารงานบุคคลให้มีประสิทธิภาพ และกระบวนการในการบริหารจัดการภายในร้าน โดยนำผลที่ได้ไปพิจารณาและประเมินผลการตัดสินใจในการลงทุน

4. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน โดยนำข้อมูลจากการวิเคราะห์ทางด้านตลาด และด้านเทคนิค มาประกอบเพื่อให้การประเมินโครงการเป็นไปอย่างถูกต้อง นอกจากนี้ยังมีการจัดทำงบดุล งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบกระแสเงินสดล่วงหน้า เพื่อนำมาวิเคราะห์โดยการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการการลงทุน ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจโดยใช้เครื่องมือต่างๆ ดังนี้

4.1 เงินทุนและต้นทุนของเงินลงทุนถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capitals: WACC)

การประเมินโครงการโดยการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุนได้จากการคำนวณต้นทุนทางการเงินถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC) การคำนวณต้นทุนของเงินลงทุนนี้อาจคำนวณจากผลตอบแทนที่ไม่มีความเสี่ยง เช่น จากอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาล รวมกับค่าชดเชยความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนต้องการ และดอกเบี้ยเงินกู้ยืมธนาคาร โดยมีสูตร ดังนี้

$$WACC = W_d K_d (1 - \text{Tax}) + W_e K_e$$

4.2 ระยะเวลาการคืนทุน (Payback Period) หมายถึง ระยะเวลา นับตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงขณะที่โครงการสามารถสร้างผลตอบแทนให้โดยรวมกันแล้วเท่ากับเงินลงทุนเริ่มต้นพอดี มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + \frac{\text{กระแสเงินสดส่วนที่เหลือ}}{\text{กระแสเงินสดทั้งปี}}$$

4.3 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) คือ ผลรวมของรายรับสุทธิที่เกิดขึ้นในแต่ละงวดเวลาตลอดอายุของโครงการ หักลบด้วยต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนที่ใช้ในโครงการตามระยะเวลาที่เกิดรายรับสุทธินั้นๆ เพื่อประเมินความสามารถในการสร้างรายได้ของโครงการลงทุนตลอดระยะเวลาของโครงการ โดยมีการคำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาด้วย มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$NPV = CF_0 + \frac{CF_1}{(1+k)^1} + \frac{CF_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+k)^n}$$

โดย	NPV	< 0	ไม่ควรลงทุน
	NPV	= 0	ไม่มีความแตกต่างระหว่างลงทุนและไม่ลงทุน
	NPV	> 0	ควรลงทุน



4.4 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) คือ อัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับศูนย์ เพื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยที่โครงการลงทุนสามารถสร้างให้ได้ตลอดระยะเวลาของโครงการ มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$0 = CF_0 + \frac{CF_1}{(1+r)^1} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+r)^n}$$

IRR คือ อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ ในที่นี้แทนด้วย r

โดย	$r < k$	ไม่ควรลงทุน
	$r = k$	ไม่มีความแตกต่างระหว่างลงทุนและไม่ลงทุน
	$r > k$	ควรลงทุน

4.5 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis) เป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนการลงทุนอันเป็นผลเนื่องมาจากปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการสร้างรายรับ การเปลี่ยนแปลงในตัวปัจจัยต่างๆ โดยศึกษาในกรณีรายได้ลดลงและกรณีรายจ่ายเพิ่มขึ้น

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป จากการตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท พฤติกรรม และการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ พบว่า ส่วนใหญ่ นิยมบริโภคเครื่องดื่มโกโก้/ช็อคโกแลต และกาแฟ กาแฟที่ชื่นชอบคือ ลาเต้ ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อรับประทานที่ร้าน ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟโดยเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 40.75 มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 51-100 บาท ต้องการให้ร้านกาแฟมีอาหารหรืออาหารว่างเสริมคือ ขนมเค้ก และบริการเสริมด้านสถานที่อยากให้มีเพลงให้ฟังเบาๆ โดยปกติใช้บริการร้านกาแฟในช่วงเวลา 12.01-14.00 น. หากมาใช้บริการร้านกาแฟหลังเวลา 22.00 น. อยากให้มีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย และมุมอ่านหนังสือ 24 ชม. ลักษณะร้านกาแฟที่ชื่นชอบควรมีลักษณะเป็นธรรมชาติ (Nature) และทันสมัยแบบตะวันตก (Modern) ดังนั้น หากมีร้านกาแฟ “บ้านกาแฟสด หลังมอ 24 ชม.” ผังยูปลาซ่า มหาวิทยาลัยขอนแก่น มาเปิดให้บริการ พบว่า ความน่าจะเป็นที่จะมาใช้บริการ จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 75.75 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ พบว่า ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ โดยให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.49

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคและผู้เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จากการตอบแบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิ โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ สิ่งพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ฐานข้อมูลในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง และการวิเคราะห์จากสภาพการแข่งขันในตลาดที่เปิดร้านกาแฟลักษณะคล้ายๆ กันในพื้นที่ใกล้เคียง โดยใช้เครื่องมือ PESTE Analysis ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการเมืองและกฎหมาย รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนธุรกิจ SME ลดอัตราภาษีและส่งเสริมพัฒนาฝีมือแรงงาน แต่อาจส่งผลให้มีธุรกิจประเภทเดียวกันเพิ่มขึ้น ด้านเศรษฐกิจ กำลังซื้อไม่เปลี่ยนแปลง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายคือนักเรียน นักศึกษา ที่มีรายได้รายเดือนจากผู้ปกครอง ด้านสังคมและวัฒนธรรม สังคมในสถาบันอุดมศึกษามีวัฒนธรรมที่เปลี่ยนไป นักศึกษาส่วนใหญ่นิยมออกมาพบปะ อ่านหนังสือ ทำงาน ที่ร้านกาแฟเพิ่มมากขึ้น ด้านเทคโนโลยี การสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่โฮมเพจของร้านส่งผลให้เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว และแพร่หลาย ทางตรงข้ามหากมีข้อคิดเห็นที่มีผลในทางลบใน

โฮมเพจ อาจทำให้ขาดความน่าเชื่อถือได้ และด้านสิ่งแวดล้อม สภาพอากาศที่ร้อนขึ้นทำให้ผู้บริโภค โภชนาหันมาดื่มเครื่องดื่มเย็น นิ่งพักในร้านเพิ่มมากขึ้น (ดังตารางที่ 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน โดยใช้เครื่องมือ Five Force Model พบว่า ระดับความรุนแรงที่ระดับสูง ได้แก่ คู่แข่งขันท่ามกลางผู้ขายที่แข่งขันกัน เนื่องจากมีร้านกาแฟที่มีลักษณะและ ขนาดใกล้เคียงกันที่เป็นที่นิยมของกลุ่มตัวอย่างอยู่บริเวณใกล้เคียง จำนวน 2 ร้าน และอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ เนื่องจาก ผู้บริโภคมีทางเลือกหลากหลาย ราคาจึงเป็นไปตามกลไกของตลาด ส่วนระดับความรุนแรงที่ระดับปานกลาง ได้แก่ ภัยคุกคามจากคู่แข่งขันรายใหม่ เนื่องจากร้านที่จำหน่ายกาแฟควบคู่กับเครื่องดื่มประเภทอื่นสามารถทำได้อย่างแพร่หลาย เนื่องจากต้นทุนไม่สูง แต่ก็ยังมีข้อจำกัดเรื่องสถานที่ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้เปรียบเนื่องจากทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน เป็นสินค้าที่หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อหรือเซเว่นอีเลฟเว่น แต่ก็ยังมีข้อได้เปรียบเรื่องสถานที่ให้บริการ 24 ชั่วโมง และระดับความรุนแรงที่ระดับต่ำ คือ อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ เนื่องจากวัตถุดิบในการผลิตกาแฟ และอื่นๆ สามารถหาซื้อได้ตามร้านค้าทั่วไป จึงไม่ได้ผูกขาดกับผู้ขายวัตถุดิบรายเดียว (ดังตารางที่ 2)

ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อวิเคราะห์ภาพรวมสถานการณ์ของร้านเพื่อความเหมาะสมระหว่าง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค จากสภาพแวดล้อมภายนอก (ดังตารางที่ 3) ผลการวิเคราะห์ตลาดภายนอก การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) ใช้เกณฑ์ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ เพื่อให้ทราบความต้องการของลูกค้า และพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการจากร้าน การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย (Targeting) พบว่า ทางร้านมีกลุ่มตลาดเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้หญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงาน นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และการวิเคราะห์ตำแหน่งของตลาด (Positioning) พบว่า การกำหนดตำแหน่งของตลาดร้านได้กำหนดตามราคา และคุณภาพของรสชาติของกาแฟ อาหาร เครื่องดื่มประเภทต่างๆ สำหรับการวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาด (7Ps) ที่เป็นปัจจัยต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ “บ้านกาแฟสด หลัง มอ 24 ชม.” โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.49 โดยเรียงลำดับ ดังนี้ ด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.70 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 4.68 ด้านการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.67 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.63 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.62 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.21 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.11 (ดังตารางที่ 4) ส่วนตลาดภายใน เป็นกิจกรรมต่างๆ ภายในร้าน การพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ ความเชี่ยวชาญ มีจิตบริการ จึงนำหลักการของการบริหารงานบุคคล (HRM) เข้ามาใช้ในการบริหารงานบุคคลเริ่มตั้งแต่การรับสมัคร การคัดเลือก การปฐมนิเทศ การทดลองงาน การปฏิบัติงานจริง ค่าตอบแทน และการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงาน เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด และตลาดปฏิสัมพันธ์ เป็นตลาดที่ต้องมีการสื่อสารระหว่างพนักงานกับลูกค้าโดยตรง พบว่า ร้านใช้หลักการของพิมพ์เขียวบริการ (Blueprint of Service) โดยการกำหนดขั้นตอนการให้บริการอย่างชัดเจน และเหมาะสมที่จะให้พนักงานเข้าใจง่าย และปฏิบัติได้จริง ตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน การกล่าวทักทาย การแนะนำสินค้า จนกระทั่งการออกจากร้าน โดยการกล่าวขอบคุณ การเลือกใช้พิมพ์เขียวบริการเพื่อไม่ให้พนักงานเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ

2. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค พบว่า มีความเป็นไปได้ จากทำเลและที่ตั้งของร้านที่อยู่ใกล้ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ถือเป็นข้อได้เปรียบของร้าน ลูกค้าสามารถเดินทางมาใช้บริการได้สะดวกสบาย บริเวณร้านทั้งภายในและภายนอกมีพื้นที่เป็นสัดส่วน ไม่แออัด รองรับลูกค้าได้ทุกไลฟ์สไตล์ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนชอบนอนดึก คนที่ต้องการคุยงาน พบปะ ประชุมงานกลุ่มย่อย ทางร้านได้ออกแบบและจัดวางตามผังที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง รูปแบบร้านมีความสวยงามตามแบบฉบับของคนรักธรรมชาติผสมความทันสมัยของ



ตะวันตก กระบวนการผลิต วัสดุ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างลงตัว มีพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมด้านการให้บริการ ทักษะและความเชี่ยวชาญด้านการชงกาแฟ และอาหารเป็นอย่างดี ทางร้านได้ประมาณการค่าใช้จ่ายด้านเทคนิค 5,003,596 บาท

3. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ พบว่า มีความเป็นไปได้ ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการวางแผนด้านการจัดการ ร้านกาแฟ “บ้านกาแฟสด หลังมอ 24 ชม.” ผังบุคลากร มหาวิทยาลัยขอนแก่น ออกเป็น 2 ระยะ คือระยะก่อนการดำเนินการ โดยการกำหนดโครงสร้างของร้าน ประกอบไปด้วย ผู้จัดการ และพนักงาน รวมทั้งสิ้น 7 คน ไม่รวมเจ้าของร้าน พนักงานแต่ละคนมีการทำงานเป็นกะเวียนกัน ในหนึ่งสัปดาห์ต้องเปลี่ยนกะ เนื่องจากร้านเปิดให้บริการ 24 ชม. พนักงานทุกคนสามารถทำงานทดแทนกันได้ และมีการวางแผนสำรองกรณีลูกค้ามีจำนวนมากมีการจ้างพนักงานพาร์ทไทม์ เพื่อให้บริการมีประสิทธิภาพ และระยะดำเนินงาน เป็นระยะที่ต้องมีการรับสมัครพนักงานซึ่งพนักงานแต่ละตำแหน่งต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับตำแหน่งนั้น โดยวิธีการสรรหา คัดเลือก และมีการจัดฝึกอบรมก่อนการทำงานจริง พนักงานทุกคนได้รับสวัสดิการเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการทำงาน ร้านได้วางระบบการควบคุม กำกับ ติดตาม การบริหารจัดการร้านโดยใช้ระบบแอปพลิเคชันที่สามารถช่วยในการบริหารจัดการร้าน ตั้งแต่การออกแบบเมนู การควบคุมออเดอร์ทั้งรับและจัดส่งออเดอร์ การควบคุมระบบการเงิน และการเพิ่ม-ลด พนักงาน เป็นต้น

4. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

4.1 การวิเคราะห์ทางการเงิน

1) เงินทุนและต้นทุนของเงินลงทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capitals: WACC)

ต้นทุนของเงินลงทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก หรือต้นทุนเฉลี่ยของเงินที่ใช้ในการลงทุน เนื่องจากเงินลงทุนเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด จึงทำการคำนวณต้นทุนของเงินลงทุนในส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับอัตราผลตอบแทนที่ไม่มีความเสี่ยง ซึ่งได้แก่ อัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาล ประเภทพันธบัตรออมทรัพย์ของกระทรวงการคลัง ในปีงบประมาณ พ.ศ. 5260 ครั้งที่ 2 อายุพันธบัตร 5 ปี อัตราดอกเบี้ยแบบคงที่ ร้อยละ 2.35 ต่อปี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) [9] รายได้ส่วนนี้เป็นต้นทุนค่าเสียโอกาส หากไม่นำเงินไปลงทุนเปิดร้านกาแฟ “บ้านกาแฟสด หลังมอ 24 ชม.” นำเงินส่วนนี้ซื้อพันธบัตรรัฐบาล ก็จะได้รับผลประโยชน์ตามที่กล่าวมา ดังนั้น

$$WACC = 2.35\%$$

2) ระยะเวลาคืนทุน (Payback period : PB)

ระยะเวลานับตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงเวลาที่โครงการสามารถสร้างผลตอบแทนให้โดยรวมกันแล้วเท่ากับเงินลงทุนเริ่มต้นพอดี (ดังตารางที่ 5)

$$\begin{aligned} \text{ระยะเวลาคืนทุน} &= 2 + (596,034 / 2,204,501) \\ &= 2 + 0.27 = 2.27 \text{ ปี} \\ &= 0.27 \times 12 = 3.24 \text{ เดือน} \\ &= 0.24 \times 30 = 7.2 \text{ วัน} \end{aligned}$$

สรุปได้ว่าโครงการนี้สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 2 ปี 3 เดือน 7 วัน

3) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

ผลรวมของรายรับสุทธิที่เกิดขึ้นในแต่ละงวดเวลาตลอดอายุของโครงการ หักกลับด้วยต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนที่ใช้ในโครงการตามระยะเวลาที่เกิดรายรับสุทธินั้นๆ เพื่อประเมินความสามารถในการสร้างรายได้

ของโครงการลงทุนตลอดระยะเวลาของโครงการ โดยมีการคำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา ผู้ศึกษาได้ทำการคำนวณค่า NPV โดยใช้โปรแกรม Excel version 2013 โดยใช้อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการที่ 2.35% ผลจากการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ ได้ดังนี้

$$NPV = 5,540,237 \text{ บาท}$$

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวกแสดงให้เห็นว่าโครงการมีความน่าสนใจในการลงทุน

4) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

อัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับศูนย์ เพื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยที่โครงการลงทุนสามารถสร้างให้ได้ตลอดระยะเวลาของโครงการ ผู้ศึกษาได้ทำการคำนวณค่า IRR โดยใช้โปรแกรม Excel version 2013 โดยใช้กระแสเงินสดรับสุทธิในแต่ละปี อายุโครงการ 5 ปี อัตราผลตอบแทน ซึ่งทำให้มูลค่าปัจจุบันของเงินสดสุทธิรับตลอดโครงการเท่ากับมูลค่าของเงินลงทุน และเงินลงทุนเริ่มต้น ผลจากการคำนวณหาอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) ได้ดังนี้

$$IRR = 34.74\%$$

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) มีอัตรามากกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการที่ 2.35% แสดงให้เห็นว่าโครงการมีความน่าสนใจในการลงทุน

5) การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนการลงทุนอันเป็นผลเนื่องมาจากปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการสร้างรายรับ การเปลี่ยนแปลงในตัวปัจจัยต่างๆ โดยศึกษาในกรณีรายได้ลดลง กรณีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และกรณีของรายได้ลดลงและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ซึ่งผลการวิเคราะห์จะช่วยให้เจ้าของกิจการทราบได้ว่าสถานการณ์ใดที่พึงระวัง และหาทางดำเนินการป้องกันได้อย่างทันท่วงที พบว่า กรณีรายได้ลดลง เมื่อสมมุติสถานการณ์ให้รายได้ลดลง 10% 20% ไปจนถึง 37.89% ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเป็น 0 และอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) เท่ากับ 2.35% ซึ่งเท่ากับต้นทุนเงินทุนหรืออัตราผลตอบแทน ขั้นต่ำที่กิจการต้องการ ส่วนกรณีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เมื่อสมมุติสถานการณ์ให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 10% 20% ไปจนถึง 36.70% ที่ทำให้ (NPV) มีค่าเป็น 0 และ (IRR) เท่ากับ 2.35% ซึ่งเท่ากับต้นทุนเงินทุนหรืออัตราผลตอบแทน ขั้นต่ำที่กิจการต้องการ และกรณีรายได้ลดลงและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เมื่อสมมุติสถานการณ์ให้รายได้ลดลงและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 10% ไปจนถึง 19.95% ที่ทำให้ (NPV) มีค่าเป็น 0 และ (IRR) เท่ากับ 2.35% ซึ่งเท่ากับต้นทุนเงินทุนหรืออัตราผลตอบแทน ขั้นต่ำที่โครงการต้องการ ทั้ง 3 กรณี มีระยะเวลาคืนทุนที่ 4 ปี 8 เดือน 9 วัน ซึ่งเกินค่าเป้าหมายที่กิจการได้ตั้งไว้คือ 3 ปี (ดังตารางที่ 6)

5.2 การวิเคราะห์ความเสี่ยงและแผนฉุกเฉิน

1) กรณีที่รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ภายในระยะเวลา 3-6 เดือนแรก มีการวางแผนการจัดตั้งราคาสินค้าใหม่โดยการตั้งราคาเป็นราคาชุดโปรโมชัน ที่เหมาะสมกับช่วงการมาใช้บริการของลูกค้า

2) หลังจากที่เราได้ทำการปรับกลยุทธ์ในการบริหารจัดการร้านแล้ว รายได้ก็ยังไม่เป็นไปตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ควรพิจารณาถึงการแข่งกิจการ และเก็บค่าเช่าพื้นที่เพื่อสร้างรายได้ให้เจ้าของกิจการ เพราะเป็นพื้นที่ของเจ้าของกิจการเอง



สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านกาแฟ “บ้านกาแฟสด หลังมอ 24 ชม.” ผังยูพลาซามหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์ประมวลผลความเป็นไปได้ของธุรกิจร้านกาแฟ ทั้ง 4 ด้าน ซึ่งสามารถนำมาสรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ ทั้ง 4 ด้าน (ดังตารางที่ 7)

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านกาแฟ “บ้านกาแฟสด หลังมอ 24 ชม.” ผังยูพลาซามหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี ที่สำเร็จการศึกษา และอยู่ระหว่างการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าใช้จ่ายโดยรวมต่อการใช้บริการร้านกาแฟ/ครั้ง 50-100 บาท สอดคล้องกับการศึกษาของ [10] ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาหญิง ระดับปริญญาตรี มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 70.4 บาท/ครั้ง และระดับบัณฑิตศึกษา มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 69 บาท/ครั้ง นักศึกษาส่วนใหญ่ตัดสินใจในการบริโภคกาแฟ โดยชอบร้านที่มีสถานที่ใกล้ที่เรียนและที่พัก และสอดคล้องกับการศึกษาของ [11] ที่ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจบริการอาหารว่างและเครื่องดื่ม “ร้านขนมหวานบ้านกาแฟ” ในเขตเทศบาลเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ พบว่า กลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียน นักศึกษา และคนวัยทำงาน ช่วงอายุ 12-32 ปี ซื่อสัตย์และบริการด้วยตนเอง ดังนั้น ท่าเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้มหาวิทยาลัยจึงเป็นข้อได้เปรียบคู่แข่งที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายกว่า จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน พบว่า โครงการใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 5,003,596 บาท มีมูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ 5,540,237 บาท โดยมีค่าเป็นบวก อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) เท่ากับ 34.74% โดยมีอัตรามากกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการที่ 2.35% และมีระยะเวลาในการคืนทุนที่ 2 ปี 3 เดือน 7 วัน โดยระยะเวลาคืนทุนเร็วกว่าที่ตั้งเป้าหมายไว้ที่ 3 ปี ดังนั้น โครงการนี้มีความเป็นไปได้ด้านการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ [12] พบว่า โครงการใช้เงินลงทุน 3,141,940 บาท มีมูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ 3,213,626.91 บาท ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 11 วัน อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 25.41 ซึ่งมีความใกล้เคียงกันทางด้านการเงิน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

1) เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการวางแผน และคาดการณ์ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟที่ไม่ใช่เพียงแต่เครื่องดื่มกาแฟอย่างเดียว แต่มีเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ และอาหารหลากหลาย จึงอาจทำให้เกิดข้อผิดพลาดบางประการในการบริหารจัดการ จึงต้องมีระยะเวลาพอสมควรในการวางแผน และสะสมประสบการณ์ในการบริหารจัดการ

2) เนื่องจากเป็นร้านกาแฟที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชม. ช่วงเวลาหลัง 24.00 น. เป็นต้นไป จำนวนผู้ให้บริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอาจลดลง แต่อาจได้กลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหม่ที่ยังไม่ได้ทำการศึกษา ดังนั้น จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อยู่ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองต่อความต้องการผู้ให้บริการทุกกลุ่มได้

2. ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาและวางแผนธุรกิจร้านกาแฟ ในการต่อยอดธุรกิจเพื่อขยายธุรกิจให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพื่อโอกาสในการขยายธุรกิจแบบแฟรนไชส์

- 2) ควรศึกษาข้อมูลธุรกิจร้านกาแฟให้มากกว่านี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการบริหารจัดการภายในร้าน
- 3) ควรมีการศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายอาหารและเครื่องดื่มในปีที่ 2-5

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ได้มอบทุนอุดหนุนการค้นคว้าและวิจัยในการทำวิทยานิพนธ์หรือการศึกษานิพนธ์ สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ประจำปีการศึกษา 2559 ในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

1. Ministry of Industry. Coffee Shop Business in Thailand Food Industry Institute develops foundation for food institutes. Discovered on February 20, 2560, from <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php>; 2014. Thai.
2. Khon Kaen office. Khon Kaen Provincial Development Plan for 4 years (2015-2018), revised December 2013 Searched on February 21, 2560. From <http://forum.khonkaenlink.info/index.php>; 2014. Thai.
3. Srilalita Ch. Factors Affecting the Customer's Decision of Selecting Coffee Shops in Bangkok. [Master of Business Administration Business in Marketing Independent Study] Administration College Rajabhat University Phranakorn; 2008. Thai.
4. Khon Kaen University. Annual Report 2015 Khon Kaen University. Khon Kaen: Khon Kaen University Press; 2015. Thai.
5. Demonstration School of Khon Kaen University Secondary School (MoD). Registration. Founded on April 9, 2560. From <http://www.learning.smd.kku.ac.th>; 2016. Thai.
6. Sila Municipality. house statistics from household registration Separation of sub-district area. Founded on April 9, 2560 from <http://www.silakhonkaen.go.th>; 2015. Thai.
7. Cochran WJ. Practical nonparametric statistics. New York: John Wiley; 1997.
8. Srisaard B. How to create statistics for research. 6th edition. Bangkok: Suviriyasin; 2002. Thai.
9. Bank of Thailand Government Bond. Discovered on July 10, 2560 from <https://www.bot.or.th> ; 2017. Thai.
10. Kamsod A. Behavior of fresh coffee Consumption of Khon Kaen University students. W. Graduate School of Management, KKU 2016; 9 (2): 253-266; 2016. Thai.
11. Sujarit S. The Feasibility of Investment on Food & Drink Business "Ka-Nhom Whan Bann Café" in Chaiyaphum Municipality Chaiyaphum Province. [Master of Business Administration Independent Study] Khon Kaen: The Graduate School of Management Khon Kaen University; 2012. Thai.
12. Phothiawat P. A Feasibility Study on an Investment of Coffee Brown Store in Muang District, Udon Thani Province. [Master of Business Administration Independent Study] Khon Kaen: The Graduate School of Management Khon Kaen University; 2013. Thai.



ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก PESTE Analysis

สภาพแวดล้อมทั่วไป	ผลดี	ผลเสีย
1. ด้านการเมืองและกฎหมาย	✓	✓
2. ด้านเศรษฐกิจ	✓	-
3. ด้านสังคมและวัฒนธรรม	✓	-
4. ด้านเทคโนโลยี	✓	✓
5. ด้านสิ่งแวดล้อม	✓	✓

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน Five Force Model

แรงกดดันจากสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน	ระดับความรุนแรง
1. คู่แข่งขันท่ามกลางผู้ขายที่แข่งขันกัน	สูง
2. ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่	ปานกลาง
3. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน	ปานกลาง
4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ	สูง
5. อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ	ต่ำ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis

	ปัจจัยบวก	ปัจจัยลบ
	S: จุดแข็ง	W: จุดอ่อน
สภาพแวดล้อมภายใน	1. กาแฟ อาหาร และเครื่องดื่มหลากหลายที่ได้มาตรฐาน 2. ร้านที่แบ่งพื้นที่ออกเป็นโซนให้บริการตลอด 24 ชม. มีเพียงร้านเดียว 3. ท่าเลที่ตั้งติดริ้วมหาวิทยาลัย มีที่จอดรถกว้างขวาง เดินทางสะดวก	1. ร้านกาแฟเปิดใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก 2. เจ้าของร้านขาดประสบการณ์ 3. การวางแผนการบริหารจัดการร้านยังไม่เป็นระบบ
	O: โอกาส	T: อุปสรรค
สภาพแวดล้อมภายนอก	1. วิวัฒนาการของธุรกิจร้านกาแฟไม่หยุดยั้ง จึงมีการจัดฝึกอบรมจากภาครัฐและเอกชนอยู่บ่อยๆ 2. การใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปของนักเรียน นักศึกษา มีการพบปะ ดิว และอ่านหนังสือ ที่ร้านกาแฟมากขึ้น	1. ธุรกิจที่ลอกเลียนแบบได้ง่าย 2. การเปลี่ยนแปลงพนักงานที่มีทักษะและความชำนาญ 3. สินค้าทดแทนมากขึ้น 4. ช่วงปิดภาคเรียนมีผลกระทบกับยอดขาย

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาด (7Ps)

ส่วนประสมการตลาด (7Ps)	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	- สะอาด ปลอดภัย ต่อสุขภาพ	4.62	มากที่สุด
2. ด้านราคา	- มีป้ายบอกราคาดชัดเจน	4.63	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	- ที่จอดรถสะดวก และเพียงพอ	4.21	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	- มีโปรโมชั่นตามเทศกาลต่างๆ	4.11	มาก
5. ด้านบุคลากร	- เป็นกันเอง สุภาพ เอาใจใส่ลูกค้า	4.68	มากที่สุด
6. ด้านการให้บริการ	- บริการที่ดีเหมือนกันทุกครั้ง	4.67	มากที่สุด
7. ด้านหลักฐานทางกายภาพ	- มีห้องน้ำสะอาด	4.70	มากที่สุด
รวม		4.49	มากที่สุด

ตารางที่ 5 ระยะเวลาคืนทุน

ปีที่	เงินลงทุนเริ่มแรก	กระแสเงินสดรับ	มูลค่าปัจจุบันสะสม
0	-5,003,596		-5,003,596
1		2,283,865	-2,719,731
2		2,123,697	-596,034
3		2,204,501	1,608,467
4		2,298,534	3,907,001
5		2,397,268	6,304,269

ตารางที่ 6 สถานการณ์ กรณีรายได้ลดลง กรณีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และกรณีของรายได้ลดลงและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

การประเมิน	ค่าปกติ	รายได้ลดลง	ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น	รายได้ลด/ค่าใช้จ่ายเพิ่ม
สถานการณ์	0%	37.89%	36.70%	19.95%
NPV	5,540,237	0	0	0
IRR	34.74%	2.35%	2.35%	2.35%
Payback Period (PB)	2 ปี 3 เดือน 7 วัน	4 ปี 8 เดือน 9 วัน	4 ปี 8 เดือน 9 วัน	4 ปี 8 เดือน 9 วัน



ตารางที่ 7 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ ทั้ง 4 ด้าน ในการลงทุนเปิดร้านกาแฟ “บ้านกาแฟสด หลังมอ 24 ชม.”
ฝั่งชลธาร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ความเป็นไปได้	ผลการศึกษา	เหตุผล
1. ด้านการตลาด	มีความเป็นไปได้	1. ความน่าจะเป็นของผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 75.75 มีความต้องการใช้บริการกับโครงการ 2. มีเครื่องคั่วกาแฟ เครื่องคั่วประเภทอื่นๆ และอาหารที่หลากหลาย 3. ตั้งราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ที่สามารถซื้อได้ และเหมาะสมกับคุณภาพ
2. ด้านเทคนิค	มีความเป็นไปได้	1. โครงการร้านตั้งในทำเลที่เหมาะสม ติดรั้วมหาวิทยาลัยขอนแก่น การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถอย่างเพียงพอ 2. ร้านมีบรรยากาศแบบธรรมชาติผสมผสานกับความทันสมัย มีทั้งภายในร้าน และภายนอกร้าน แบ่งพื้นที่บริการออกเป็นโซนสำหรับ 24 ชม. และพื้นที่ให้บริการทั่วไป
3. ด้านการจัดการ	มีความเป็นไปได้	1. การจัดตั้งโครงการเป็นรูปแบบเจ้าของคนเดียว 2. มีพนักงานทั้งหมด 7 คน โดยการสรรหา คัดเลือก ฝึกอบรม ให้มีความรู้ความชำนาญในหน้าที่ และมีใจรักในงานบริการ มีความซื่อสัตย์ อุดมทุน มีแรงจูงใจในค่าคอมมิชชั่น สวัสดิการอื่นๆ มีความเหมาะสม
4. ด้านการเงิน	มีความเป็นไปได้	1. โครงการมีเงินลงทุน 5,003,596 บาท ซึ่งเป็นทุนของเจ้าของทั้งหมด 2. ระยะเวลาในการคืนทุนที่ 2 ปี 3 เดือน 7 วัน 3. มีมูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ 5,540,237 บาท 4. อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) 34.74%