

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำน้ำแจ่วฮ้อนสูตร สมุนไพรบรรจขวด

Feasibility Study on Investment in Bottled Herbal Jaew Hon Product

เข็มอัปสร บำรุงเพชร (Kem-upsorn Bumrunghet)¹
ภัทรวดี เพ็ญวนิชกุล (Pattarawadee Permwanichagun)²

บทคัดย่อ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำน้ำแจ่วฮ้อนสูตรสมุนไพรบรรจขวด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ในด้านการตลาด ด้านเทคนิคด้านการจัดการ และด้านการเงิน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างประชากรที่สนใจบริโภคแจ่วฮ้อนในเขตพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น จำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ผลการศึกษาพบว่าด้านการตลาด จากสภาพแวดล้อมทั่วไปและการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในปัจจุบันในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมให้หันมาทำกิจกรรมรวมทั้งการรับประทานอาหารภายในบ้าน เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ ดังนั้นจึงถือเป็นโอกาสต่อการลงทุน และจากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลสำหรับการตัดสินใจทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มี 3 แบบ คือ น้ำซุปร้าแจ่วฮ้อน น้ำจิ้มแบบขมและไม่ขม โดยแพคเกจจิ้งจะเป็นสีโทนสว่างเพื่อให้เด่นขึ้นมาจากสีของน้ำแจ่วฮ้อน อีกทั้งระบุส่วนประกอบที่ชัดเจน โดยราคาของน้ำจิ้มจะอยู่ที่ขวดละ 35 บาท ในขณะที่น้ำซุปร้าแจ่วฮ้อนจะอยู่ที่ขวดละ 90 บาท

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น E-mail : kemupsorn@kkumail.com

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ซึ่งเป็นราคาที่ใกล้เคียงกับคู่แข่งที่อยู่ในตลาด ด้านสถานที่ในการจำหน่ายจะมี 2 ช่องทาง คือ หน้าร้านที่ร้านนอนนา คาเฟ่ และช่องทางออนไลน์ ด้านการส่งเสริมการตลาดจะมีการทำโฆษณาผ่านทาง Facebook Line Instagram และ Google เพราะสามารถระบุพฤติกรรมหรือกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการให้เข้าถึงได้ และสร้างคอนเทนต์ต่าง ๆ ที่จะช่วยสร้างยอดขายและการรับรู้ให้กับผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด เช่น การทำคลิปวิดีโอวิธีการรับประทานอย่างไรให้อร่อย ประโยชน์ที่ได้จากการรับประทานน้ำแฉ่ำฮั่นสมุนไพรวัดภูผา และการแสดงให้เห็นถึงที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ว่าปลอดสารพิษ ออแกนิก พร้อมการรับประกันสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านเทคนิคพบว่ามีความเป็นไปได้เนื่องจากตำแหน่งที่ตั้งคือพื้นที่ภายในร้านนอนนา คาเฟ่ ซึ่งมีพื้นที่จอดรถจำนวนมาก อีกทั้งลูกค้าสามารถเข้ามาลิ้มลองรสชาติผลิตภัณฑ์ที่ร้านได้อีกด้วย และที่ตั้งดังกล่าวใกล้กับบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนหลายแห่ง ด้านการจัดการได้มีการวางแผนเพื่อจัดหามูลค่าการในแต่ละตำแหน่ง ซึ่งจะมีการกำหนดคุณสมบัติรวมถึงผลตอบแทนที่ชัดเจน และด้านการเงินพบว่าเงินลงทุนเริ่มต้นอยู่ที่ 1,378,660 บาท โดยจากการประมาณการภายในระยะเวลา 5 ปี มีมูลค่าปัจจุบันอยู่ที่ 1,698,629.55 บาท ขณะที่อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 47.6252% และระยะเวลาคืนทุนที่สั้นคือ 1 ปี 11 เดือน และ 18 วัน ทำให้เป็นโครงการที่น่าลงทุน

คำสำคัญ : การศึกษาความเป็นไปได้ น้ำแฉ่ำฮั่นสมุนไพรวัดภูผา การลงทุนทำน้ำแฉ่ำฮั่นสมุนไพรวัดภูผา

Abstract

This feasibility study aims to examine the possibility of investing in bottled herbal Jaew Hon soup in regards to its marketing, technical, management, and financial aspects. A questionnaire was used to collect the data from 400 participants interested in consuming Jaew Hon soup in the Khon Kaen Municipality area. The results showed that in terms of marketing, based on analysis of the general environment and the product's strengths, weaknesses, opportunities and obstacles, the outbreak of the COVID-19 virus has influenced Thai people's consumption behavior: they tended to eat at home as much as possible to reduce the risk of getting infected, clearly providing an opportunity for investment. The results of the analysis of marketing mix factors influencing decision-making showed three possible types of products, namely Jaew Hon soup, bitter sauce, and non-bitter sauce. The package should be in a bright color to make it stand out against the color of the Nam Jaew Hon sauce. The ingredients of the product should be clearly stated on the label. The price of the sauce should be around 35 baht per bottle and the Jaew Hon soup should be around 90 baht per bottle, which are relatively the same prices as its competitors in the market. There are two possible distribution channels: the storefront at the Nonna Cafe and an online channel. In terms of marketing promotion, the products should be advertised via Facebook, Line, Instagram, and Google because they can analyze the target customer's behavior for effective access to customers. To increase sales and customer awareness, various forms of content such as video clips on tips for delicious serving suggestions, the benefits of eating Jaew Hon herbal soup, and sources of raw ingredients which are non-toxic and organic, should be created and shown to the customer. Also, product guarantees should be provided to give consumers confidence in the

product. In regard to the technical aspect, it was found that the best location is within the Nonna Cafe area, which has a lot of parking spaces, providing easy access for customers who want to taste the products at the shop. In addition, the location is close to many private delivery companies. As for management, there is a plan to recruit staff for each position with clearly defined qualities and benefits. In regard to finance, the initial investment cost is 1,378,660 baht. With an estimate for 5-year operation, its current value stands at 1,698,629.55 baht with a rate of return of 47.6252%. The payback period is 1 year, 11 months and 18 days, which is considered a short period. This makes the project an attractive project for investment.

Keywords: Feasibility Study, Herbal Jaew Hon soup, Investment in bottled herbal formula Jaew Hon soup

บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่มีการแพร่กระจายทั่วโลกแม้กระทั่งประเทศไทยเองก็มีการระบาดอย่างต่อเนื่องมาจนปัจจุบัน ซึ่งทำให้รัฐบาลมีการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินฉบับที่ 1 ให้บังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม พ.ศ.2563 โดยมีข้อกำหนดเบื้องต้นดังนี้ ห้ามประชาชนเดินทางเข้าไปในพื้นที่เสี่ยง รวมถึงปิดสถานที่ที่เสี่ยงต่อการระบาดอีกด้วย เช่น สถานบันเทิง สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร เป็นต้น อีกทั้งได้มีการจำกัดระยะเวลาในการเดินทางออกนอกเคหสถาน และการบังคับใช้มาตรการป้องกันโรคและแนวทางในการปฏิบัติ ซึ่งข้อปฏิบัติของการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินจะถูกปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น (ราชกิจจานุเบกษา, 2563)

จากที่กล่าวมาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่ทำให้รัฐบาลต้องประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน ในปัจจุบันได้มีการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ระลอกใหม่ภายในประเทศที่มีแนวโน้มยืดเยื้อและรุนแรง รวมถึงมาตรการป้องกันที่ห้ามผู้บริโภคนั่งรับประทานอาหารที่ร้าน เพื่อหลีกเลี่ยงการแพร่ระบาด ทำให้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เริ่มทำกิจกรรม

ภายในเคหะสถานมากยิ่งขึ้นและหลีกเลี่ยงการเดินทางที่ไม่จำเป็น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563)

จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยออกไปรับประทานอาหารนอกเคหะสถานหรือออกไปยังสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนกับเพื่อนหรือครอบครัว แต่จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคดังกล่าวได้เปลี่ยนพฤติกรรมและกระแสของผู้บริโภค โดยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เปลี่ยนมาทำอาหารรับประทานภายในบ้าน สะท้อนมาจากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคคนไทยของธนาคารไทยพาณิชย์ที่ใช้ข้อมูลของคำค้นหาในกูเกิล เทรนด์ (Google Trends) ที่เกี่ยวกับการทำอาหาร อุปกรณ์และวัตถุดิบในการทำอาหาร ซึ่งพบว่าได้รับความนิยมมากถึง 474% เทียบกับค่าเฉลี่ย 3 ปีที่ผ่านมา และถึงแม้ว่ากิจกรรมภายในบ้านดังกล่าวจะได้รับความนิยมลดลงมาบ้างจากการปลดล็อกดาวน์ แต่ก็ยังถือว่าสูงกว่าสถานการณ์ปกติอยู่มาก เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน การระบาดระลอกใหม่ และพฤติกรรมใหม่ที่ถูกปรับเปลี่ยนแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคนิยมทำกิจกรรมภายในบ้านมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจต่างต้องปรับเปลี่ยนเพื่อความอยู่รอด โดยเฉพาะผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวหรือร้านอาหารควรมีการปรับตัวเข้าสู่ดิจิทัลมากขึ้นเพื่อให้สินค้าหรือบริการเข้าถึงผู้บริโภค เช่น การขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มและการให้บริการเดลิเวอรี่ทดแทนเข้ามารับประทานที่ร้าน (ธนาคารไทยพาณิชย์, 2563)

ร้านนอนนา คาเฟ่ เป็นหนึ่งในร้านที่ประกอบกิจการคาเฟ่ โดยร้านจัดตั้งอยู่ที่ 288 หมู่ 6 ตำบลลำราญ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกทั้งยังเป็นร้านที่ให้บริการทั้งอาหารและเครื่องดื่ม โดยเมนูที่ถือเป็นจุดขายของทางร้านนอกจากบรรยากาศ คือ น้ำแจ่วฮ้อนสูตรสมุนไพรที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกที่จะมาร้านเพราะต้องการรับประทานเมนูดังกล่าว โดยจากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการพบว่า การแพร่ระบาดทำให้ร้านได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นอย่างมาก จึงทำให้ร้านจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนในการให้บริการโดยให้ผู้บริโภคซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน แต่ถึงแม้ยอดขายจะไม่ได้มากเท่าก่อนเกิดสถานการณ์ดังกล่าว แต่จากรายงานยอดขายของทางร้านกลับพบว่าผู้บริโภคเลือกที่จะซื้อเมนูแจ่วฮ้อนสูตรสมุนไพรมากยิ่งขึ้นและเป็นที่ต้องการเพิ่มขึ้น

แต่เนื่องด้วยน้ำแฉะฮ้อนมีอายุการเก็บรักษาสั้นเนื่องจากไม่มีส่วนผสมของวัตถุกันเสียและบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุน้ำแฉะฮ้อนเป็นถุงร้อนพลาสติกใสซึ่งไม่เอื้อต่อเก็บรักษาและการขนส่งทำให้เป็นปัญหาหลักในการขายและการขยายตัวของกิจการเป็นอย่างมาก (กฤษณะ บำรุงเพชร, 2563)

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำน้ำแฉะฮ้อนสูตรสมุนไพรบรรจุขวด เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้นและผู้บริโภคยังสามารถนำน้ำแฉะฮ้อนสูตรสมุนไพรไปประกอบอาหารได้ทุกที่ ทุกเวลา ซึ่งผลที่ได้จากศึกษาความเป็นไปได้ดังกล่าวจะเป็นแนวทางในการวางแผนการลงทุนในการดำเนินธุรกิจในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำน้ำแฉะฮ้อนสูตรสมุนไพรบรรจุขวด โดยศึกษาถึงความเป็นไปได้ในแต่ละด้านดังต่อไปนี้ ด้านการตลาด ด้านเทคนิคด้านการจัดการ และด้านการเงิน

วิธีการดำเนินการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชากรที่สนใจบริโภคแฉะฮ้อนในเขตพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น

กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวนประชากรที่สนใจบริโภคแฉะฮ้อนในเขตพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่นที่ไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน ในการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการศึกษาค้นคว้าอ้างอิงการใช้สูตรของ Cochran (1977) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 จากผลการคำนวณทำให้ได้จำนวนหน่วยตัวอย่าง 385 หน่วย และเพื่อลดความผิดพลาดจึงทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 หน่วย และมีขั้นตอนในการเก็บข้อมูล คือ การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งดำเนินการเก็บข้อมูลตามร้านอาหาร ชุมชนและศูนย์การค้าที่อยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น

เครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำน้ำแจ่วฮ้อนสูตรสมุนไพรบรรจุขวด โดยที่แบบสอบถามจะถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วยคำถามดังต่อไปนี้ ส่วนที่ 1 คำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่สำรวจด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่สำรวจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

วิธีการสร้างและการทดสอบเครื่องมือ แบ่งเป็น 7 ขั้นตอน

1. ศึกษาหลักการในการออกแบบสอบถาม และกำหนดกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษา
2. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ ตำรา เอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบสอบถาม
3. กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการศึกษา
4. ดำเนินการออกแบบสอบถามฉบับร่าง
5. การพัฒนาแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบ (try out) กับประชากรที่สนใจบริโภคแจ่วฮ้อนในเขตพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่น ที่ไม่ได้ถูกคัดเลือกให้เป็นจำนวนตัวอย่าง 30 คน
6. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค (Cronbach, 1970) โดยเกณฑ์ที่จะนำมาพิจารณา คือ ควรมากกว่า 0.8 ถึงจะดี (Good) ตาม Sekaran & Bougie (2010) ซึ่งผลที่ได้จากการวิเคราะห์เท่ากับ 0.979 ดังนั้นแบบสอบถามที่ได้จึงถือว่าดี
7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงสมบูรณ์แล้วไปเก็บข้อมูลกับตัวอย่างจำนวน 400 หน่วย

การวางแผนการเก็บข้อมูล มีการวางแผนดังนี้

1. เข้าไปติดต่อเจ้าของสถานที่ที่จะใช้ในการเลือกเก็บแบบสอบถาม เพื่อขออนุญาตนำแบบสอบถามไปให้กับหน่วยตัวอย่าง
2. เข้าไปแจกแบบสอบถามสำหรับบุคคลที่สะดวกให้ข้อมูล

3. เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนกลับมา ผู้ศึกษาได้มีการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ คือ ใช้โปรแกรมทางสถิติ SPSS ในการประมวลผล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย ความถี่และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยจะอธิบายค่าที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างเป็นร้อยละสำหรับแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป ซึ่งเครื่องมือที่จะใช้ในการวิเคราะห์คือ PESTEL Analysis

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ซึ่งเครื่องมือที่จะใช้ในการวิเคราะห์คือ Five Forces Model

3. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ซึ่งเครื่องมือที่จะใช้ในการวิเคราะห์คือ SWOT Analysis

4. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด คือ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเครื่องมือที่จะใช้ในการวิเคราะห์คือ 6Ws และ 1H

5. การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งเครื่องมือที่จะใช้ในการวิเคราะห์คือ 7P's และการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค จะทำการวิเคราะห์ถึงการวางแผนผังเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตรวมไปถึงกระบวนการผลิตในแต่ละลำดับขั้น การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ การบริหารทรัพยากรบุคคล และการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน การประมาณการด้านการเงินที่ใช้ในการลงทุน การประมาณการด้านรายได้ของธุรกิจ การประมาณการด้านรายจ่ายของธุรกิจ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value = NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return = IRR) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period = PB) และความอ่อนไหวของธุรกิจ

ผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไป

จากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทั่วไปพบว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้เกิดผลกระทบกับทุกภาคส่วนทั้งด้านเศรษฐกิจที่ชะลอตัว การออกกฎระเบียบหรือแนวทางในการปฏิบัติในการป้องกันเชื้อไวรัส เช่น การห้ามรับประทานอาหารที่ร้าน ห้ามเดินทางไปในสถานที่ที่แออัด ทำให้ผู้คนต่างหันมาทำกิจกรรมทุกอย่างภายในบ้านให้ได้อย่างปลอดภัยเพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ ดังนั้น ทุกอย่างที่สามารถอำนวยความสะดวกต่อการทำกิจกรรมต่างๆ ภายในบ้านได้จะถือว่าปรับเปลี่ยนให้เข้ากับผู้คนในปัจจุบันได้อีกทั้งด้านสภาพแวดล้อมของไทยในปัจจุบันที่ปรับเปลี่ยนไปตามฤดูกาล โดยปัจจุบันไทยยังพบเจอกับภาวะโลกร้อนเสมอมา ทำให้ผู้คนไม่ชอบเดินทางออกไปไหนมาไหน ซึ่งในส่วนนี้จะเป็นผลที่ดีสำหรับธุรกิจที่สามารถมีบริการส่งถึงที่ยกเว้นในส่วนของผู้คนที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการใช้งานบ้างในบางครั้ง แต่โดยรวมยังถือว่าเป็นผลดีต่อธุรกิจ รวมถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นยังช่วยให้ผู้ประกอบการต่าง ๆ นำมาเป็นส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจได้ ซึ่งจะเป็นโอกาสของผู้ประกอบการใหม่ๆ ในการนำเทคโนโลยีดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ซึ่งเทคโนโลยีส่วนใหญ่ไม่ยุ่งยาก หรือซับซ้อนเหมือนในอดีตและสามารถเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้นซึ่งจะเป็นผลทางบวกต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก

จากผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน โดยมีเครื่องมือ Five Forces Model ในการวิเคราะห์ ซึ่งจะพบว่า ธุรกิจน้ำแจ่วฮ้อนสมุนไพรธรรมชาติที่เกิดจากอำนาจในการต่อรองของลูกค้าหรือผู้บริโภคสูง เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่ายและหลากหลายช่องทางในการสั่งซื้อ ซึ่งภายในอุตสาหกรรมเริ่มมีหลายยี่ห้อเข้ามาให้เลือกเนื่องจากเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก เพราะไม่จำเป็นต้องตั้งโรงงานในการบรรจุเอง ดังนั้นในการที่จะเข้ามาใหม่จึงต้องมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเองเพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ แต่ในการเข้ามาของผู้ที่จะเข้ามาก็ค่อนข้างง่าย เพราะไม่มีกฎหมายหรือเงื่อนไขในการเข้าและออก อีกทั้งยังมีสินค้าที่สามารถทดแทนได้ เช่น สุกี้ หรือหมูกระทะ ทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการเลือก และในส่วนของ

ซัพพลายเออร์ก็มีอำนาจในการต่อรองที่ต่ำ เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนประกอบทั้งหมดที่มีอยู่ภายในประเทศ ในขณะที่วัตถุดิบเหล่านั้นก็เป็นที่ต้องการของตลาดเช่นกัน แต่สินค้าก็ยังพอให้เลือกทั้งด้านคุณภาพและราคา ในขณะที่ด้านของราคาเองก็จะมีการกำหนดราคาซึ่งเป็นราคากลางให้กับพ่อค้าแม่ค้า ดังนั้นราคาจึงไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งทำให้ธุรกิจก็ยังพอมีทางเลือกซัพพลายเออร์ตามที่ต้องการได้

จากผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์ ซึ่งสามารถสรุปผลได้ว่า จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรมมาทำอาหารรับประทานภายในบ้าน ทำให้สินค้าที่สามารถทำรับประทานที่บ้านได้จึงตอบโจทย์ความต้องการนี้ได้ อีกทั้งผู้คนต่างให้ความสนใจในเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น ทั้งการเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ซึ่งถือเป็นโอกาสสำหรับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี เพราะส่วนผสมหลักที่อยู่ในสินค้าเป็นสมุนไพร มีเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย และมีรสชาติที่โดดเด่น ไม่ซ้ำใคร นับว่าเป็นจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ แต่แฉะอ้วนก็ยังเป็นอาหารที่กลุ่มคนบางส่วนหรือบางพื้นที่ไม่รู้จัก หรือไม่เคยรับประทาน ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้บริโภคไม่กล้าที่จะซื้อมารับประทาน อีกทั้งยังมีสินค้าอย่างอื่นที่สามารถทดแทนได้ ดังนั้นสินค้าที่เพิ่งเปิดตัวและยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ก็จะถือว่าเป็นจุดอ่อนและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ผลที่ได้จากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำแฉะอ้วนบรรจุขวดจะพบว่าส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อน้ำแฉะอ้วนแบบบรรจุขวดอยู่ที่ 1-2 ครั้งต่อเดือน และมีปริมาณในการซื้อน้ำแฉะอ้วนแบบบรรจุขวดอยู่ที่ 2-3 ขวดต่อครั้ง โดยมีขนาดของขวดที่บรรจุอยู่ที่ 200-450 มิลลิลิตร ซึ่งผู้ที่ซื้อได้รับการซื้อเป็นประจำคือ แฉะอ้วน อภิรมย์ มีกลุ่มคนที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุดก็คือผู้บริโภคเอง และมีการซื้อขายผ่านทางสถานที่ที่เป็นหน้าร้านโดยตรง

จากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลสำหรับการตัดสินใจซื้อน้ำแฉะอ้วนบรรจุขวดจะพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจัยรสชาติที่อร่อย สินค้ามีคุณภาพ

และมาตรฐาน และมีการแสดงในอนุญาต อย. ที่ถูกต้องและชัดเจน ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจุบันราคาต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีความสอดคล้องกับปริมาณ และราคาต้องมีความสอดคล้องกับรสชาติ ด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจุบันทำเลที่ตั้งร้าน อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ง่ายต่อการเดินทาง มีช่องทางการส่งสินค้าที่มีความหลากหลาย เช่น Facebook Line Shopee และสถานที่จอดรถมีเพียงพอต่อลูกค้าและสะดวกต่อการขนส่งสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจุบันมีการจัดทำโปรโมชั่นต่าง ๆ และจัดทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อีกทั้งมีการรับประกันสินค้า เช่น รับคืนสินค้าเมื่อสินค้ามีปัญหา ด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจุบันพนักงาน ยิ้มแย้มแจ่มใส ต้อนรับและดูแลเป็นอย่างดี พนักงานมีใจรักต่อการบริการ และพนักงานคอยให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันทุกครั้งที่มาใช้บริการ ด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจุบันที่มีการให้บริการที่ถูกต้อง และรวดเร็ว กระบวนการในการปรุงอาหารหรือบรรจุภัณฑ์มีมาตรฐาน สะอาด ถูกสุขอนามัย ปลอดภัย และมีกระบวนการตรวจสอบสินค้าเวลาที่สินค้ามีปัญหา ที่รวดเร็ว และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจุบันป้ายชื่อร้านที่มองเห็นได้ง่ายและชัดเจน การตกแต่งภายในและภายนอกอาคารสวย สะอาด ปลอดภัย โปร่ง นำเข้ามาให้บริการ และมีโต๊ะ เก้าอี้ไว้เพื่อรองรับการเข้ามาใช้บริการที่เพียงพอ

จากผลที่ได้จากการวิเคราะห์ด้านการตลาดทำให้ได้กลุ่มตลาดเป้าหมาย คือ ลูกค้าที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี - 35 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักเรียน/นักศึกษา โดยมีรายได้ตั้งแต่ 10,001 - 20,000 บาท และมีลักษณะการพักอาศัยอยู่ภายในบ้านส่วนตัวรวมไปถึงอาศัยภายในหอพัก/ห้องเช่า และได้มีการวางแผนทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เน้นไปที่รสชาติอร่อย โดดเด่น อุดมไปด้วยสมุนไพรที่มีคุณประโยชน์ต่อร่างกาย อีกทั้งมีคุณภาพเป็นมาตรฐาน สามารถจัดเก็บไว้ได้นาน เพื่อให้สอดคล้องกับราคา โดยกลยุทธ์ที่นำมาใช้ให้มีความเหมาะสมคือ ช่องทางในการจัดจำหน่าย ซึ่งจะมี 2 ช่องทางช่องทางแรกที่หน้าร้าน เพราะหน้าร้านที่จะใช้ในการวางสินค้าคือภายในร้านนอนนา คาเฟ่

ขอนแก่น โชนสำหรับโชวีสินค้าที่มีลูกค้าผ่านเข้ามาทั้งรับประทานเครื่องดื่ม อาหาร และถ่ายรูป โดยที่ภายในร้านนอนนา คาเฟ่ มีบริการแจวฮ้อนแบบพร้อมรับประทานแบบเป็นถ้วย ทำให้ผู้ที่เข้ามาสามารถลิ้มลองรสชาติของแจวฮ้อนได้อีกด้วย ซึ่งถือเป็นการโปรโมทสินค้าได้เป็นอย่างดี และอีกช่องทางหนึ่งที่จะใช้ในการจัดจำหน่ายคือออนไลน์ Facebook Line Instagram Shopee Google และLazada โดยในแต่ละช่องทางจะมีการสร้างคอนเทนต์ต่าง ๆ เช่น การทำคลิปวิดีโอวิธีการรับประทานอย่างไรให้อร่อย ประโยชน์ที่ได้จากการรับประทานน้ำแจวฮ้อนสมุนไพร พร้อมการรันทึสำหรับการรับประทานสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์

ส่วนผลสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์จะประกอบด้วย

- 1) ผลิตรภัณฑ์จะมี 3 แบบคือ น้ำจิ้มแบบขมและน้ำจิ้มแบบไม่ขม ซึ่งมีขนาดบรรจุที่ 250 กรัม และแบบที่ 3 คือน้ำซุปรวแจวฮ้อนมีขนาดบรรจุที่ 700 กรัม และได้มีการออกแบบแพคเกจจิ้งโดยให้มีสีโทนสว่างเพื่อให้เด่นขึ้นมาจากสีของน้ำแจวฮ้อน อีกทั้งระบุส่วนประกอบที่ชัดเจน พร้อมรายละเอียดต่าง ๆ ที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งผลิตภัณฑ์จะเน้นการผลิตจากวัตถุดิบที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและมีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย ผ่านการตรวจสอบและควบคุมอย่างละเอียด มี อย. 2) ราคาของน้ำจิ้มทั้งแบบขมและไม่ขมจะอยู่ที่ขวดละ 35 บาท ในขณะที่น้ำซุปรวแจวฮ้อนจะมีราคาอยู่ที่ขวดละ 90 บาท ซึ่งราคาดังกล่าวเป็นราคาที่มีความใกล้เคียงกับคู่แข่งที่อยู่ในตลาด 3) สถานที่ในการจำหน่ายจะมี 2 ช่องทางคือน้ำร้านที่มีลูกค้าของทางร้านนอนนา คาเฟ่ เดินทางเข้ามาและสามารถลิ้มลองรสชาติได้ และอีกช่องทางหนึ่งคือช่องทางออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น 4) ด้านการส่งเสริมการตลาดจะมีการทำโฆษณาผ่านทาง Facebook Line Instagram และGoogle เพราะสามารถระบุพฤติกรรมหรือกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการให้เข้าถึงได้ และสร้างคอนเทนต์ต่าง ๆ ที่จะช่วยสร้างยอดขายและการรับรู้ให้กับผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด 5) ด้านบุคคลจะมีการคัดเลือกตามคุณสมบัติของตำแหน่งงาน และจะมีการจัดอบรมขึ้นอย่างเป็นประจำ 6) ด้านกระบวนการจะเริ่มตั้งแต่การวางโครงสร้างการทำงานของธุรกิจให้เหมาะสมมากที่สุด และในส่วนกระบวนการผลิตจะมีการควบคุมการผลิตให้มีคุณภาพ ปลอดภัย สะอาดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการรับประทาน

7) ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ โดยหน้าร้านจะมีป้ายที่แสดงชื่ออย่างชัดเจน อีกทั้งภายในร้านรวมไปถึงโซนที่วางสินค้าจะมีการจัดและตกแต่ง

จากผลการวิเคราะห์สินค้าแคนวาสทำให้ได้ผลดังนี้ 1) กลุ่มลูกค้าคือกลุ่มคนที่ต้องใช้กิจวัตรประจำวันภายในบ้าน กลุ่มที่ชอบทานอาหารที่มีส่วนผสมสมุนไพรหรือผักปลอดสารพิษ และมีปัญหาเกี่ยวกับระบบขับถ่าย 2) ปัญหาที่ต้องประกอบอาหารภายในบ้านเนื่องจากไม่สามารถออกไปรับประทานที่อื่นได้ ต้องการอาหารที่มีประโยชน์ปลอดสารพิษ และบรรจุภัณฑ์ที่ง่ายต่อการเก็บรักษา 3) คุณค่าที่โดดเด่นคือ มีประโยชน์ต่อร่างกายสามารถทำรับประทานที่ไหนก็ได้ มีหลายรสชาติให้เลือก 4) วิธีการแก้ปัญหาคือ สินค้าสามารถส่งไปตามที่ลูกค้าต้องการได้ อีกทั้งใช้วัตถุดิบที่มีประโยชน์ และปลอดสารพิษ 5) ช่องทางคือ ออนไลน์ หน้าร้าน และจากการบอกต่อ 6) โครงสร้างรายได้ของธุรกิจคือ รายได้จากการขายน้ำแจ่วฮ้อนและน้ำจิ้ม 7) โครงสร้างค่าใช้จ่ายของธุรกิจคือ รายจ่ายจากการดำเนินงานการผลิต 8) ตัวชี้วัดคือ ยอดการสั่งซื้อสินค้า การให้คะแนนและการรีวิวสินค้า 9) ความโดดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่งคือ วัตถุดิบหลักเป็นสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย และปลอดสารพิษ

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

ผลที่ได้จากการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านเทคนิคของโครงการทำน้ำแจ่วฮ้อนสูตรสมุนไพรบรรจุขวด โดยมีการศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนผังเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตรวมไปถึงกระบวนการผลิตในแต่ละลำดับขั้น และสถานที่ตั้ง ซึ่งจะพบว่ามีความเป็นไปได้ในด้านเทคนิคเนื่องจากตำแหน่งที่ตั้งในการเลือกใช้คือพื้นที่ภายในร้านนอนนา คาเฟ่ โดยที่อาคารมีลักษณะเป็นชั้นเดียว เป็นทั้งที่ผลิตสินค้า สำนักงาน และโกดังเก็บสินค้า ซึ่งถือว่าเป็นตำแหน่งที่ตั้งที่ใกล้กับบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนหลายแห่ง รวมถึงมีที่จอดรถจำนวนมาก ใกล้ตัวเมือง การเดินทางง่ายและสะดวก และยังเป็นร้านอาหารที่ลูกค้าสามารถเข้ามาลิ้มลองรสชาติผลิตภัณฑ์เพราะที่ร้านนอนนา คาเฟ่ มีจำหน่ายแจ่วฮ้อนแบบพร้อมรับประทานที่สามารถรับประทานที่ร้านหรือซื้อกลับไปลองทานที่บ้านได้ ดังนั้นตำแหน่งดังกล่าวจึงเหมาะสม และได้มีการวิเคราะห์และวางแผนเกี่ยวกับด้านบริการ

เพื่อให้พนักงานในฝ่ายที่เกี่ยวข้องดำเนินงานให้เป็นไปตามลำดับขั้นตอนที่ถูกต้อง และสำหรับกระบวนการผลิตรวมไปถึงการทำให้มีอายุในการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ที่ยาวขึ้นจะเริ่มจากกระบวนการที่ 1 คือการตรวจสอบวัตถุดิบจากซัพพลายเออร์ว่า สด สะอาด ปลอดภัย และครบตรงตามรายการที่ส่งไปหรือไม่ โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานในกระบวนการนี้คือตาชั่งขนาดใหญ่ ที่สามารถรองรับน้ำหนักวัตถุดิบได้ถึง 150 กิโลกรัม ต่อมาในกระบวนการที่ 2 คือการล้างและจัดเตรียมวัตถุดิบ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการนี้คือ เครื่องล้างวัตถุดิบ และเครื่องสำหรับบดวัตถุดิบ โดยขั้นตอนนี้จะเป็นการนำวัตถุดิบที่ผ่านการล้างที่สะอาดเรียบร้อยแล้วมาเข้าเครื่องบดเพื่อให้วัตถุดิบมีขนาดที่ละเอียดเพื่อนำไปใช้ในกระบวนการที่ 3 คือการผลิตผลิตภัณฑ์ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการนี้คือ เครื่องกวนน้ำแจ่วฮ้อนแบบสแตนเลส ชุดเตาแก๊สขนาดใหญ่ และหม้อสแตนเลส โดยจะมีการนำวัตถุดิบต่าง ๆ ที่เตรียมไว้ใส่ลงไปในเครื่องกวนที่มีอุณหภูมิตามที่กำหนดไว้เพื่อให้ น้ำแจ่วฮ้อนสามารถเก็บรักษาได้นานขึ้น ต่อมาที่กระบวนการที่ 4 บรรจุผลิตภัณฑ์ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการนี้คือ เครื่องบรรจุน้ำแจ่วฮ้อนสแตนเลส และเครื่องปิดฝาขวด โดยจะมีการนำน้ำแจ่วฮ้อนที่พักไว้มาบรรจุซึ่งขวดและฝาที่จะได้รับการบรรจุต้องผ่านการลวกน้ำร้อนมาก่อน และส่งต่อไปยังเครื่องปิดฝาขวดต่อไป ต่อมาในกระบวนการสุดท้ายนั้นก็คือกระบวนการที่ 5 การตรวจสอบผลิตภัณฑ์และแพ็คเกจผลิตภัณฑ์ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการนี้คือ ตาชั่งดิจิตอล และเครื่องอบฟิล์มห่อ โดยจะนำผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเสร็จแล้วนำมาชั่งน้ำหนักบนเครื่องชั่งดิจิตอลอีกรอบ ว่าน้ำหนักที่ได้ตรงตามที่กำหนดหรือไม่ จากนั้นนำไปซีลเป็นแบบแพ็คเกจเครื่องอบฟิล์มห่อต่อไป โดยเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องจะมีการดูแลรักษาความสะอาดอย่างเข้มงวดตามวิธีการใช้งานอย่างถูกต้องทั้งก่อนผลิต ขณะผลิต และหลังจากผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

ผลที่ได้จากการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการจัดการของโครงการทำ น้ำแจ่วฮ้อนสูตรสมุนไพรบรรจุขวด ซึ่งมีความเป็นไปได้ เนื่องจากในการจัดการด้านโครงสร้างองค์กรสามารถจัดหาบุคลากรที่สามารถมาทำหน้าที่ในแต่ละตำแหน่ง

ได้ไม่ยาก มีบุคคลที่สามารถเข้ามาทำตำแหน่งดังกล่าวได้เป็นจำนวนมาก เพราะเป็นสายงานที่มีอยู่ทั่วไป ไม่ได้พิเศษมาก โดยจะประกอบไปด้วย ผู้จัดการฝ่ายลูกค้าจำนวน 1 อัตรา ผู้จัดการฝ่ายขนส่งและคลังสินค้าจำนวน 1 อัตรา พนักงานบัญชีจำนวน 1 อัตรา ฝ่ายดูแลลูกค้าจำนวน 1 อัตรา พนักงานขนส่งจำนวน 1 อัตรา ผู้จัดการฝ่ายผลิต 1 อัตรา และพนักงานผลิต 4 อัตรา ซึ่งในแต่ละตำแหน่งงานก็จะมีการกำหนดคุณสมบัติไว้อย่างชัดเจน และสำหรับการจัดการงานในแต่ละฝ่ายจะมีการนำระบบที่ได้รับการออกแบบมาใช้ โดยเริ่มจากที่ฝ่ายผลิตสินค้าบันทึกข้อมูลที่ได้จากการผลิตในรอบการผลิตว่ามีจำนวนผลิตภัณฑ์จำนวนเท่าไรที่ได้ในแต่ละรอบการผลิต ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะถูกอัปเดตตลอดเวลา เพื่อให้ฝ่ายลูกค้าดูได้ว่าตอนนี้เรามีผลิตภัณฑ์ที่พร้อมจำหน่ายออกเท่าไร โดยระบบจะสามารถรับคำสั่งซื้อโดยที่ข้อมูลเหล่านี้จะถูกส่งไปยังฝ่ายการเงินเพื่อตรวจสอบบิลเพื่อเรียกเก็บเงินกับลูกค้าและยังสามารถตรวจสอบได้อีกว่าจำนวนการผลิตที่ผลิตได้ตรงตามกับการประมาณการซื้อวัตถุดิบในแต่ละรอบการผลิตหรือไม่ รวมไปถึงออกไปส่งสินค้าต่อไปให้กับฝ่ายขนส่งอีกด้วย เพื่อให้ฝ่ายขนส่งรับรู้ได้ในทันทีว่าจำเป็นต้องส่งจำนวนเท่าไร ที่ไหน และระบบจะทำการตัดสินใจคงเหลือออกอัตโนมัติ โดยทุกขั้นตอนจะใช้ระยะที่สั้นมาก ซึ่งสามารถช่วยให้ทุกฝ่ายทำงานได้รวดเร็ว ถูกต้อง และที่สำคัญยังช่วยให้ผู้บริหารสามารถดูประสิทธิภาพในการทำงานของแต่ละฝ่ายได้ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายผลิตว่าสามารถผลิตได้ดีมากแค่ไหน ซึ่งก็คือการเกิดของเสียในการผลิตมากน้อยเพียงใด หรือแม้แต่ฝ่ายขนส่งที่สามารถดูได้ว่าเมื่อได้รับคำสั่งซื้อ ฝ่ายขนส่งใช้ระยะเวลาในการขนส่งนานเท่าไร เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาประกอบการวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

ผลที่ได้จากการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการเงินของโครงการทำน้ำแจ่วฮ้อนสูตรสมุนไพรบรรจุขวด ซึ่งมีความเป็นไปได้ เนื่องจากในการลงทุนเริ่มต้นอยู่ที่ 1,378,660 บาท โดยที่แหล่งเงินทุนทั้งหมดมาจากส่วนของเจ้าของ อีกทั้งยังมีการประมาณการของรายได้ซึ่งพบว่าจากการประมาณการยอดขายรวมทั้งหมดต่อไปจะอยู่ที่ 4,626,000 บาท และได้มีการกำหนดเป้าหมายให้ธุรกิจมีอัตรา

การเติบโตอยู่ที่ปีละ 10% ทำให้งบกำไรขาดทุนที่ได้จากการประมาณการภายในระยะเวลา 5 ปี แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจสามารถทำกำไรสุทธิได้เพิ่มมากขึ้นทุกปี ทำให้ธุรกิจมีกำไรสะสมเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย และมีมูลค่าปัจจุบันระหว่างเงินสดรับสุทธิที่เกิดขึ้นตลอดระยะเวลาของธุรกิจกับเงินลงทุนอยู่ที่ 1,698,629.55 บาท ดังตารางที่ 1 ขณะที่มัลติรามาผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 47.6252% ดังตารางที่ 2 และยังมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 11 เดือน และ 18 วัน ดังตารางที่ 3 ซึ่งถือว่าเป็นระยะเวลาที่สั้นในการคืนทุน ทำให้โครงการดังกล่าวเป็นโครงการที่น่าลงทุนเป็นอย่างยิ่ง

จากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของธุรกิจที่อาจจะมีสาเหตุจากปัจจัยภายนอกเข้ามาแล้วส่งผลกระทบต่อทำให้การดำเนินธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจากรายงานนโยบายการเงิน มิถุนายน 2564 ของธนาคารแห่งประเทศไทยรายงานว่า รายได้ครัวเรือนนอกภาคเกษตรลดลงถึง 30% ผลมาจากการระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) โดยจะนำรายได้ที่ลดลงจากการรายงานดังกล่าวมาพิจารณาความอ่อนไหวที่อาจจะเกิดขึ้น เริ่มจากที่รายได้ลดลง 20% ทำให้มีมูลค่าปัจจุบันระหว่างเงินสดรับสุทธิที่เกิดขึ้นตลอดระยะเวลาของธุรกิจกับเงินลงทุนอยู่ที่ -2,105,928.48 บาท ขณะที่มัลติรามาผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ -0.27% และไม่สามารถคำนวณหาระยะเวลาที่ใช้ในการคืนทุนได้ โดยจากการคำนวณอัตราความอ่อนไหวที่ได้จากการประมาณการว่าจะเกิดขึ้นภายในระยะเวลา 5 ปี ที่ทุกปีจะมียอดขายลดลงที่ 20% ซึ่งจากตรงนี้จะพบว่าอัตราผลตอบแทนภายในจะติดลบ เช่นเดียวกับในกรณีที่รายได้ต่อดีดลดลงที่ 30% ซึ่งจะพบว่ามีมูลค่าปัจจุบันระหว่างเงินสดรับสุทธิที่เกิดขึ้นตลอดระยะเวลาของธุรกิจกับเงินลงทุนอยู่ที่ -3,045,747.37 บาท ขณะที่มัลติรามาผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ -13.92% และไม่สามารถคำนวณหาระยะเวลาที่ใช้ในการคืนทุนได้ ดังตารางที่ 4 ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจต้องมีการวางแผนเพื่อรองรับสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น นอกเหนือจากที่ประเมินไว้ เพื่อลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้น และธุรกิจสามารถดำเนินไปได้ตามเป้าหมาย

อภิปรายผล

จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำน้ำแจ่วฮ้อนสูตรสมุนไพรบรรจุขวด พบว่ามีความเป็นไปได้ทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านการตลาดจะพบว่าพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดก็คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเอง ในขณะที่ด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยผลิตภัณฑ์มีรสชาติอร่อย ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีความสอดคล้องกับปริมาณ ด้านสถานที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ง่ายต่อการเดินทาง ช่องทางการส่งสินค้ามีความหลากหลาย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีการจัดทำโปรโมชั่นต่าง ๆ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ จากผลดังกล่าวจะสอดคล้องกับการศึกษาของ อรรถมาภรณ์ ชนะจิระพันธ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านอาหารฝรั่งเศส ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ซึ่งได้อธิบายผลการศึกษาไว้ว่า จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับ รสชาติอาหาร ที่อร่อย สะอาด ด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ ด้านสถานที่ในการจัดจำหน่ายมีความสะดวกต่อการเดินทาง และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาล รวมถึงการเข้าถึงง่ายของชาวสารผ่านทางช่องทางออนไลน์ 2. ด้านเทคนิคพบว่ามีการวางแผนผังของเครื่องจักรและอุปกรณ์อย่างเหมาะสม เพื่อให้กระบวนการไหลของงานเป็นไปอย่างสะดวก และรวดเร็ว จากผลดังกล่าวจะสอดคล้องกับการศึกษาของ พิระวดี อินทผล (2560) ได้ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโรงงานแช่แข็ง ในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น ที่ได้มีการวางแผนผังของโรงงานอย่างเหมาะสม เพื่อไม่ให้เกิดความซับซ้อนในการผลิต และขนส่ง รวมถึงการบำรุงรักษาเครื่องจักรอย่างสม่ำเสมอ 3. ด้านการจัดการพบว่า โครงสร้างองค์กรมีการวางแผนจัดวางหน้าที่และความรับผิดชอบจากงานที่จะเกิดขึ้นภายในกิจการ โดยจะมีการระบุตำแหน่ง และสายงานอย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดความซับซ้อนของงาน จากผลดังกล่าวจะสอดคล้องกับการศึกษาของ สุวิทย์ กันจู (2562) ได้ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจไวน์ผลไม้ ออร์แกนิก ในตำบลสำราญ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่ได้มีการออกแบบแผนผังโครงสร้างองค์กรเพื่อให้มีความสอดคล้องกับธุรกิจ เพื่อกำหนดรายละเอียด

ของหน้าที่ และคุณสมบัติเพื่อให้ได้การทำงานที่มีประสิทธิภาพ 4. ด้านการเงินจะมีการพิจารณาจากการประมาณการและประเมินถึงมูลค่าที่ได้จากการลงทุน ซึ่งจะพบว่าสำหรับเงินลงทุนทำน้ำแฉะฮ้อนสูตรสมุนไพรบรรจุขวดเริ่มต้นอยู่ที่ 1,378,660 บาท ประมาณการอัตราการเติบโตอยู่ที่ปีละ 10% ภายในระยะเวลา 5 ปี มีมูลค่าปัจจุบันระหว่างเงินสดรับสุทธิอยู่ที่ 1,698,629.55 บาท ขณะที่อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 47.6252% และยังมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 11 เดือน และ 18 วัน ซึ่งถือว่าเป็นระยะเวลาที่สั้นในการคืนทุน จากการศึกษาดังกล่าวจะสอดคล้องกับการศึกษาของ สุวิมล แท้เรือง (2559) ได้ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารว่างและเครื่องดื่ม ตำบลสวนใหญ่ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่ได้นำเครื่องมือทางการเงินมาใช้ในการวิเคราะห์ อาทิ การประเมินมูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ระยะเวลาคืนทุน รวมไปถึงการประเมินความอ่อนไหวของโครงการ โดยได้มีการประมาณการอัตราการเติบโตเช่นเดียวกันอยู่ที่อัตราปีละ 10% และมีระยะเวลาของโครงการอยู่ที่ 5 ปี ทำให้ได้ผลจากการศึกษาดังนี้ เงินลงทุนเริ่มต้นอยู่ที่ 800,000 บาท มีมูลค่าปัจจุบันอยู่ที่ 8,045,543.83 บาท ขณะที่อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 136% และมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 2 เดือน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะด้านการตลาด

สำหรับการศึกษาด้านการตลาดและผลจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคทำให้ทราบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าผ่านทางออนไลน์ อีกทั้งยังมีการสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางดังกล่าวที่มากอีกด้วย ดังนั้นควรมีการสร้างการรับรู้โดยควรออกแบบคอนเทนต์ที่สามารถทำให้ผู้บริโภครับรู้แล้วเกิดการตัดสินใจซื้อทันที เพราะการสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ดังกล่าวสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ทำให้สามารถเข้าถึงได้โดยง่าย และรวดเร็ว อีกทั้งจากสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในปัจจุบันของการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนาที่มีแนวโน้มที่ยืดเยื้อ ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ ควรออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถส่งถึงลูกค้าได้ง่าย และได้ทุกที่

ข้อเสนอแนะด้านเทคนิค สำหรับการศึกษาด้านเทคนิคสามารถนำไปประกอบการวางแผนผังเครื่องจักร และอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับงานที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้เกิดระบบการทำงานที่รวดเร็ว อีกทั้งควรมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องจักรในแต่ละส่วนอย่างละเอียดก่อนการออกแบบแผนผัง เพื่อให้สามารถกำหนดขนาดของพื้นที่ในแต่ละส่วนได้อย่างเหมาะสม ถูกต้อง และปลอดภัย

ข้อเสนอแนะด้านการจัดการ สำหรับการศึกษาด้านการจัดการควรมีการเรียนงานที่จะเกิดขึ้นภายในกิจการอย่างละเอียด เพื่อนำมาออกแบบโครงสร้างองค์กรว่าต้องมีตำแหน่งไหนบ้าง และแต่ละตำแหน่งควรมีหน้าที่รับผิดชอบอะไรบ้าง อีกทั้งกระบวนการไหลของงานควรเริ่มตรงไหน จบที่ใคร ซึ่งจะทำให้ระบบการทำงานเป็นไปอย่างไม่ซับซ้อน และรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะด้านการเงิน สำหรับผลการศึกษาด้านเงินจะแสดงให้เห็นว่า เมื่อเกิดความอ่อนไหวที่จะสามารถเข้ามากระทบต่อยอดขายของกิจการที่มีความอ่อนไหวที่สูง จะทำให้กิจการได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการหาข้อมูลเพิ่มเติมและเตรียมแผนสำรองไม่ว่าจะเกี่ยวกับการตลาด หรือแม้แต่ด้านการเงินก็ต้องได้รับการพิจารณาเพื่อหาแผนสำรองสำหรับรับมือกับเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งถัดไป

จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำน้ำแจ่วฮ้อนสูตรสมุนไพรบรรจุขวดในสถานการณ์ปัจจุบันควรมีการเน้นไปที่การศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์โดยเฉพาะ เพราะการสร้างการรับรู้ที่สามารถเข้าถึงง่ายและสะดวกมากที่สุดในตอนนี้เป็นช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook Line Instagram Google Shopee Lazada ที่สามารถส่งผ่านได้ทั้งภาพ เสียง และข้อความที่เราต้องการสร้างการรับรู้ไปยังผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

กฤษณะ บำรุงเพชร. (1 ธันวาคม 2563). **สัมภาษณ์**. เจ้าของกิจการ. ร้านนอนนาคาเฟ่.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). **รายงานนโยบายการเงิน ฉบับเดือน ธันวาคม 2563**. ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2564, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/PressandSpeeches/Press/2021/Pages/n0364.aspx>

_____. (2564). **รายงานนโยบายการเงิน ฉบับเดือนมิถุนายน 2564**. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/MonetPolicyComittee/MPR/DocLib/MPRThai_June2564_six6o.pdf

ธนาคารไทยพาณิชย์. (2563). **EIC Data Analytics : เทรนด์คนไทยหลัง COVID – 19 วิถีชีวิตที่ (ไม่) เหมือนเดิม**. ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2564, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/7078>

พีระวุฒิ อินทผล. (2560). **การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโรงน้ำแข็งในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น**. รายงานการศึกษาระยะปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ราชกิจจานุเบกษา. (2563). **ประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ใหม่ 2019 หรือ Covid 19**. ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2564, จาก http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2564/E/200/T_0001.PDF?fbclid=IwAR0CCox-PmW3ccbWVceP5p0Zq7V-vpJdkyCXdyVLPbSvO5K-vl18nSUBkIEA

สุวพิชญ์ กันจุ. (2562). **การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจไวน์ผลไม้ ออร์แกนิก ในตำบลสำราญ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น**. รายงานการศึกษาระยะปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุวิมล แท้เรือง. (2559). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารว่างและเครื่องดื่ม ตำบลสวนใหญ่ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อรรถมากรณ์ ชนะจิระพันธ์. (2562). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำร้านอาหารฝรั่งเศส ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd Edition. New York: John Wiley & Sons.

Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing*. New York: Harper & Row.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. NewYork: John Wiley & Sons.

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

ปีที่	กระแสเงินสด	อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำ
0	-1,378,660	10%
1	656,122	10%
2	749,157	10%
3	825,078	10%
4	908,591	10%
5	1,000,456	10%
NPV	=	1,698,629.55

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายใน

ปีที่	กระแสเงินสด	อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำ
0	-1,378,660	10%
1	656,122	10%
2	749,157	10%
3	825,078	10%
4	908,591	10%
5	1,000,456	10%
IRR	=	47.6252%

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ระยะเวลาในการคืนทุน

ปีที่	กระแสเงินสด	กระแสเงินสดสะสม
0	-1,378,660	-1,378,660
1	656,122	-722,538
2	749,157	26,618
3	825,078	851,696
4	908,591	1,760,287
5	1,000,456	2,760,743

$$\text{ระยะเวลาในการคืนทุน} = 1 + (722,538/749,157)$$

$$= 1.9644 \text{ ปี}$$

$$= 1 \text{ ปี } 11 \text{ เดือน } 18 \text{ วัน}$$

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของธุรกิจ

อัตราการเปลี่ยนแปลง	0%	20%	30%
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(บาท)	1,698,629.55	-2,105,928.48	-3,045,747.37
อัตราผลตอบแทนภายใน	47.6252%	-0.27%	-13.92%
ระยะเวลาคืนทุน	1 ปี 11 เดือน 18 วัน	-	-