

บทที่ 4

การวิเคราะห์ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการทำร้านกาแฟในสถานบริการน้ำมัน ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาโดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งใช้แบบสอบถามจำนวน 300 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ด้านการเงินวิเคราะห์โดยใช้วิธีการคำนวณระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ผลที่ได้จากการวิเคราะห์นำมาใช้ประมาณการรายได้ที่จะได้รับ และค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นสำหรับการประเมินผลการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟในสถานบริการน้ำมัน โดยจะทำการศึกษาในด้านต่าง ๆ คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ คือข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านกาแฟ
2. การวิเคราะห์เบื้องต้น
3. การวิเคราะห์ด้านการจัดการ
4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด
5. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ธุรกิจร้านกาแฟในสถานบริการน้ำมันได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งสุ่มตัวอย่างโดยวิธีโควตาจำนวน 300 ชุด จากประชากร ได้แก่ลูกค้าที่ดื่มกาแฟและเติมน้ำมันในสถานบริการเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยวิธีการออกแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลทางด้านการตลาด และข้อมูลด้านผู้ประกอบการเกี่ยวกับการประกอบการร้านกาแฟ มีรายละเอียดดังนี้

เพศ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และอัตราร้อยละจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	203	67.7
ชาย	97	32.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวน 203 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.3

อายุ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุต่ำกว่า 20 ปี	13	4.3
อายุ 20-30 ปี	188	62.7
อายุ 31-40 ปี	59	19.7
อายุ 41-50 ปี	31	10.3
อายุมากกว่า 50 ปี	9	3.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงอายุ 20 – 30 ปี มากที่สุดเป็นจำนวน 188 ราย คิดเป็นอัตราร้อยละ 62.7 รองลงมาก็คือช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.7 ช่วงอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.3 ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 และช่วงอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็น ร้อยละ 3.0

ระดับการศึกษา

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	4	1.3
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	2	0.7
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	19	6.3
อนุปริญญา / ปวส	20	6.7
ปริญญาตรี	196	65.3
สูงกว่าปริญญาตรี	59	19.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีจำนวน 196 ราย คิดเป็นอัตราร้อยละ 65.3 รองลงมาก็คือสูงกว่าระดับปริญญาตรีจำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ

19.7 อนุปริญา/ปวส.จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.3 ประถมศึกษาจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3 และมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่าจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.7

สถานภาพ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	215	71.7
หม้าย	69	23.0
หย่าร้าง	10	3.3
สมรส	6	2.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสดจำนวน 215 ราย คิดเป็นอัตราร้อยละ 71.7 รองลงมาคือมีสถานภาพหม้ายจำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.0 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 และสถานภาพสมรสจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.0

อาชีพ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานภาคเอกชน	97	32.3
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	79	26.3
นักเรียน/นักศึกษา	58	19.3
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	34	11.3
รับจ้างทั่วไป	22	7.3
อื่นๆ	7	2.3
เกษตรกร	3	1.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพอาชีพพนักงานภาคเอกชนจำนวน 97 ราย คิดเป็นอัตราร้อยละ 32.3 รองลงมาคือข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.3 นักเรียนนักศึกษาจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.3 รับจ้างทั่วไปจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3 อาชีพอื่นๆ

คือทนายความและนักการเมืองท้องถิ่นจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 2.3 และเกษตรกรจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.0

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	49	16.3
5,001 – 10,000 บาท	78	26.0
10,001 – 15,000 บาท	40	13.3
มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป	133	44.4
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 6 ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้มากกว่า 15,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 133 ราย คิดเป็นอัตราร้อยละ 44.4 รองลงมาคือมีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.3 มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาทจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3

เวลาที่ซื้อกาแฟจากร้านกาแฟ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละจำแนกตามเวลาที่ซื้อกาแฟจากร้านกาแฟ

เวลาที่ซื้อกาแฟจากร้านกาแฟ	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเช้า (ตั้งแต่ 5.01-9.00 น.)	123	41.0
ช่วงสาย (ตั้งแต่ 9.01-12.00 น.)	24	8.0
ช่วงอาหารกลางวัน (ตั้งแต่ 12.01-13.00 น.)	44	14.7
ช่วงบ่าย (ตั้งแต่ 13.01-16.00 น.)	57	19.0
ช่วงเย็น (ตั้งแต่ 16.01-18.00 น.)	25	8.3
ช่วงค่ำ (ตั้งแต่ 18.01-21.00 น.)	14	4.7
ช่วงดึก (ตั้งแต่ 21.01-5.00 น.)	13	4.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 7 ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อกาแฟในช่วงเช้า (ตั้งแต่ 5.01-9.00 น.) จำนวน 123 ราย คิดเป็นอัตราร้อยละ 41.0 รองลงมาคือช่วงบ่าย (ตั้งแต่ 13.01-16.00 น.) จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.0 ช่วงอาหารกลางวัน (ตั้งแต่ 12.01-13.00 น.) จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.7 ช่วงเย็น (ตั้งแต่ 16.01-18.00 น.) จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 ช่วงสาย (ตั้งแต่ 9.01-

12.00 น.) จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0 ช่วงค่ำ (ตั้งแต่ 18.01-21.00 น.) จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.7 และช่วงดึก (ตั้งแต่ 21.01-5.00 น.) จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3

ความถี่ในการซื้อกาแฟจากร้านกาแฟ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละจำแนกตามความถี่ในการซื้อกาแฟจากร้านกาแฟ

ความถี่ในการซื้อกาแฟจากร้านกาแฟ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อกาแฟน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์	53	17.7
ซื้อกาแฟ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	66	22.0
ซื้อกาแฟ 3-5 ครั้งต่อสัปดาห์	140	46.7
ซื้อกาแฟ 6-7 ครั้งต่อสัปดาห์	25	8.3
ซื้อกาแฟมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์	16	5.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 8 ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อกาแฟ 3-5 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 140 ราย คิดเป็นอัตราร้อยละ 46.7 รองลงมาคือซื้อกาแฟ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.0 ซื้อกาแฟน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 ซื้อกาแฟ 6-7 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 และซื้อกาแฟมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3

ผู้ที่ซื้อกาแฟ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละจำแนกตามผู้ซื้อกาแฟ

ผู้ที่ซื้อกาแฟ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อด้วยตัวเอง	254	84.7
สมาชิกในครอบครัว	18	6.0
อื่นๆ	10	3.3
ผู้ได้บังคับบัญชาหรือเลขานุการในที่ทำงาน	9	3.0
เพื่อนร่วมงาน	9	3.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 9 ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อด้วยตัวเองจำนวน 254 ราย คิดเป็นอัตราร้อยละ 84.7 รองลงมาคือสมาชิกในครอบครัวจำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0 อื่นๆ คือเพื่อนหรือคนรู้จักจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 ผู้ได้บังคับบัญชาหรือเลขานุการในที่ทำงานจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 และเพื่อนร่วมงานจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0

ข้อพิจารณาในการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านกาแฟ

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของข้อพิจารณาในการตัดสินใจซื้อกาแฟโดยเรียงจากมากไปหาน้อย

ข้อพิจารณาในการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านกาแฟ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
รสชาติของกาแฟ	4.3800	มากที่สุด
คุณภาพของกาแฟ	4.1967	มาก
บรรยากาศของร้าน	3.9433	มาก
การเปิดโอกาสให้ลูกค้านั่งได้โดยไม่มีข้อจำกัด	3.8867	มาก
สถานที่ตั้งของร้าน	3.8767	มาก
ราคาของกาแฟ	3.8267	มาก
เป็นทางผ่าน	3.8033	มาก
การบริการของร้าน	3.7933	มาก
สถานที่จอดรถ	3.6700	มาก
ชื่อยี่ห้อร้านที่จำหน่าย	3.5167	มาก
จากการโฆษณาทางสื่อ	3.3233	ปานกลาง
มีการลดราคา	3.2767	ปานกลาง
มีของแถมลูกค้า	3.1133	ปานกลาง
รวม	3.7389	มาก

จากตารางที่ 10 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับข้อพิจารณาในการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านกาแฟโดยรวมอยู่ที่ในระดับมากคือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.41 – 4.20 สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่ารสชาติของกาแฟมีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 4.21 – 5.00 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ คุณภาพของกาแฟ บรรยากาศของร้าน การเปิดโอกาสให้ลูกค้านั่งได้โดยไม่มีข้อจำกัด สถานที่ตั้งของร้าน ราคาของกาแฟ เป็นทางผ่าน การบริการของร้าน สถานที่จอดรถ ชื่อยี่ห้อร้านที่จำหน่ายในระดับมาก คือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.41 – 4.20 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการโฆษณาทางสื่อ การลดราคา การแจกของให้ลูกค้าในระดับปานกลางคือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.61 – 3.40

ร้านกาแฟที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้บริการ

ร้านกาแฟที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้บริการได้แก่

1. ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลเว่น (Seven-Eleven) เจ็ต (Jet Select) และ ซีเล็คท์ (Select)
2. ร้านสตาร์บัคส์ (Starbuck)
3. ร้านแบลคแคนยอน (Black Canyon)
4. กาแฟลาวี
5. ร้านบอนกาแฟ (Bon Cafee)
6. ร้านบ้านไร่กาแฟ
7. ร้านกาแฟอื่นๆ
8. ร้านกาแฟโดยทั่วไปไม่จำกัดว่าเป็นร้านใด
9. ร้านกาแฟในห้างสรรพสินค้า

บรรยากาศของร้านกาแฟที่กลุ่มผู้บริโภคคาดหวัง

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละจำแนกตามบรรยากาศของร้านกาแฟที่กลุ่มผู้บริโภคคาดหวัง

บรรยากาศของร้านกาแฟที่กลุ่มผู้บริโภคคาดหวัง	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มเน้นธรรมชาติ	192	64.0
กลุ่มเน้นความทันสมัย	108	36.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 11 ได้แบ่งผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มแรก เน้นธรรมชาติ มีบรรยากาศสบายๆ มีความร่มรื่น อบอุ่น การบริการมีความเป็นกันเอง มีบรรยากาศสงบเงียบสำหรับการอ่านหนังสือของนักศึกษาที่มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 192 ราย คิดเป็นร้อยละ 64

กลุ่มที่สอง เน้นบรรยากาศที่ทันสมัย สะดวกสบาย มีการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการขาย มีความสนุกสนาน มีการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างร้านกาแฟกับลูกค้า มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 36

การจัดแต่งร้านกาแฟ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละจำแนกตามการจัดแต่งร้านกาแฟ

การจัดแต่งร้านกาแฟ	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มเน้นการแต่งร้านแบบธรรมชาติ	201	67.0
กลุ่มเน้นการจัดแต่งที่ความทันสมัย	99	33.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 12 ได้แบ่งผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มแรก เน้นการจัดแต่งร้านแบบธรรมชาติ มีการจัดแต่งร้านโดยใช้ต้นไม้ใหญ่ หรือไม้ประดับจัดตกแต่งเพื่อให้มีบรรยากาศสบายๆ การจัดแต่งใช้สีธรรมชาติ มีความร่มรื่น อบอุ่น สะอาดน่าดู เปิดโล่งให้อากาศระบายตลอดเวลา มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 201 ราย คิดเป็นร้อยละ 67

กลุ่มที่สอง เน้นการจัดแต่งที่ทันสมัย มีการออกแบบให้เหมาะกับวัยรุ่น มีการจัดอุปกรณ์ทุกอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย ใช้เทคโนโลยีในการจัดแต่งมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จัดแต่งร้านแบบโปร่งเพื่อระบายอากาศ และควรมีการจัดร้านด้วยกระจกใส มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 33

รูปแบบการให้บริการในร้าน

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละจำแนกตามรูปแบบการให้บริการในร้าน

รูปแบบการให้บริการในร้าน	จำนวน	ร้อยละ
การบริการที่รวดเร็วทันเวลาและสะดวกสบาย	132	44.0
การบริการที่ประทับใจ	63	21.0
การบริการเป็นกันเอง	45	15.0
การบริการแบบอบอุ่น	30	10.0
การบริการตนเอง	18	6.0
การบริการแบบแนะนำรายการกาแฟจากพนักงาน	12	4.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 13 ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการรูปแบบการให้บริการคือควรมีการบริการที่รวดเร็วทันเวลาสำหรับลูกค้าที่เร่งรีบและสะดวกสบายในเวลาเดียวกันจำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 44 การบริการที่น่าประทับใจจำนวน 63 รายคิดเป็นร้อยละ 21 บริการเป็นกันเองจำนวน 45 รายคิดเป็นร้อยละ 15 บริการแบบอบอุ่นจำนวน 30 รายคิดเป็นร้อยละ 10 ควรให้มีการขายแบบ

บริการตนเองจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 6 ควรมีการแนะนำรายการกาแฟจากพนักงานจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 4

คุณภาพและรสชาติ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละจำแนกตามคุณภาพและรสชาติ

คุณภาพและรสชาติ	จำนวน	ร้อยละ
กาแฟที่สะอาด คุณภาพดี รสชาติดี	152	50.7
สูตรและกลิ่นกาแฟที่มีเอกลักษณ์	90	30.0
คุณภาพเหมาะสมกับราคาที่จำหน่าย	58	19.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 14 ผู้ตอบแบบสอบถามเน้นบริโภคกาแฟที่สะอาด คุณภาพดี รสชาติดี จำนวน 152 รายคิดเป็นร้อยละ 50.7 มีสูตรและกลิ่นกาแฟที่มีเอกลักษณ์จำนวน 90 รายคิดเป็นร้อยละ 30 คุณภาพเหมาะสมกับราคาที่จำหน่ายจำนวน 58 รายคิดเป็นร้อยละ 19.3

ความเหมาะสมของราคากาแฟแต่ละชนิด

ตารางที่ 15 แสดงอัตราร้อยละความเหมาะสมและไม่เหมาะสมของราคากาแฟแต่ละชนิด

ชนิดของกาแฟ	เหมาะสม		ไม่เหมาะสม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กาแฟร้อน (Hot Coffee) 30 บาท ต่อถ้วย	163	54.3	137	45.7	300	100
กาแฟเข้มข้นมาก (Ristretto) 30 บาท ต่อถ้วย	197	65.7	103	34.3	300	100
เอสเปรสโซ่ (Espresso) 30 บาทต่อ ถ้วย	216	72.0	84	28.0	300	100
เอสเปรสโซ่ผสมโฟมนมร้อน หรือ คาปูชิโน (Cappuccino) 35 บาทต่อ ถ้วย	206	68.7	94	31.3	300	100
กาแฟร้อนผสมวิปครีม หรือเวียนนา (Coffee Vienna) 35 บาทต่อถ้วย	196	65.3	104	34.7	300	100
กาแฟร้อนผสมนมร้อน (Café Au Lait) 35 บาทต่อถ้วย	184	61.3	116	38.7	300	100

จากตารางที่ 15 ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความเห็นและข้อเสนอแนะในเรื่องของราคาดังนี้ กาแฟร้อน (Hot Coffee) 30 บาทต่อถ้วยส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมมีจำนวน 163 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.3 ส่วนที่เห็นว่าไม่เหมาะสมมีจำนวน 137 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.7 กาแฟเข้มข้นมาก

(Ristretto) 30 บาทต่อถ้วยส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสม จำนวน 197 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.7 และเห็นว่าไม่เหมาะสม จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.3 เอสเปรสโซ่ (Espresso) 30 บาทต่อถ้วยส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสม จำนวน 216 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.0 และเห็นว่าไม่เหมาะสม จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.0 เอสเปรสโซ่ผสมนมร้อน หรือ คาปูชิโน่ (Cappuccino) 35 บาท ต่อถ้วยส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสม จำนวน 206 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.7 และเห็นว่าไม่เหมาะสม จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.3 กาแฟร้อนผสมวิปครีม หรือ เวียนนา (Coffee Vienna) 35 บาทต่อถ้วยส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสม จำนวน 196 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.3 และเห็นว่าไม่เหมาะสม จำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.7 และ กาแฟร้อนผสมนมร้อน (Café Au Lait) 35 บาทต่อถ้วยส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสม จำนวน 184 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.3 และเห็นว่าไม่เหมาะสม จำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.7

ราคาที่ถูกค่าพอใจ

ตารางที่ 16 แสดงอัตราร้อยละของราคากาแฟแต่ละชนิดที่ถูกค่าพอใจ

ชนิดของกาแฟ	ราคา 15-20 บาท		ราคา 21-25 บาท		ราคา 26-30 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กาแฟร้อน (Hot Coffee)	30	10.0	86	28.7	21	7.0	137	45.7
กาแฟเข้มข้นมาก (Ristretto)	34	11.3	59	19.7	10	3.3	103	34.3
เอสเปรสโซ่ (Espresso)	21	7.0	49	16.3	14	4.7	84	28.0
เอสเปรสโซ่ผสมโฟมนมร้อน หรือ คาปูชิโน่ (Cappuccino)	32	10.7	43	14.3	19	6.3	94	31.3
กาแฟร้อนผสมวิปครีม หรือ เวียนนา (Coffee Vienna)	38	12.7	52	17.3	14	4.7	104	34.7
กาแฟร้อนผสมนมร้อน (Café Au Lait)	41	13.7	59	19.7	16	5.3	116	38.7

จากตารางที่ 16 ผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องราคากาแฟเห็นว่าราคาที่กำหนดไม่เหมาะสม และได้เสนอว่ากาแฟร้อน (Hot Coffee) ควรมีราคา 15-20 บาท จำนวน 30 รายคิดเป็นร้อยละ 10.0 ราคา 21-25 บาท จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.7 ราคา 26-30 จำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 7.0 กาแฟเข้มข้นมาก (Ristretto) ควรมีราคา 15-20 บาท จำนวน 34 รายคิดเป็นร้อยละ 11.3 ราคา 21-25 บาท จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.7 ราคา 26-30 จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 เอสเปรสโซ่ (Espresso) ควรมีราคา 15-20 บาท จำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 7.0 ราคา 21-25 บาท จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.3 ราคา 26-30 จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.7 เอสเปรสโซ่ผสมนมร้อน หรือ คาปูชิโน่ (Cappuccino) ควรมีราคา 15-20 บาท จำนวน 32 รายคิดเป็นร้อยละ 10.7 ราคา 21-25 บาท จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.3 ราคา 26-30 จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.3

กาแฟร้อนผสมวิปครีม หรือ เวียนนา (Coffee Vienna) ควรมีราคา 15-20 บาท จำนวน 38 รายคิดเป็นร้อยละ 12.7 ราคา 21-25 บาท จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 ราคา 26-30 บาท จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.7 และ กาแฟร้อนผสมนมร้อน (Café Au Lait) ควรมีราคา 15-20 บาท จำนวน 41 รายคิดเป็นร้อยละ 13.7 ราคา 21-25 บาท จำนวน 59 รายคิดเป็นร้อยละ 19.7 ราคา 26-30 บาท จำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 5.3

สถานที่ตั้งของร้านกาแฟในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละของความต้องการสถานที่ตั้งร้านกาแฟในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน

สถานที่ตั้งของร้านกาแฟที่ตั้งในบริเวณใดของสถานีบริการน้ำมัน	จำนวน	ร้อยละ
บริเวณด้านข้างของสถานีบริการน้ำมัน	191	63.7
บริเวณด้านหน้าของสถานีบริการน้ำมัน	89	29.7
บริเวณด้านหลังของสถานีบริการน้ำมัน	15	5.0
บริเวณติดกับห้องน้ำ	5	1.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 17 ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ร้านกาแฟตั้งในบริเวณด้านข้างของสถานีบริการน้ำมันจำนวน 191 ราย คิดเป็นอัตราร้อยละ 63.7 รองลงมาคือบริเวณด้านหน้าของสถานีบริการน้ำมันจำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.7 บริเวณด้านหลังของสถานีบริการน้ำมันจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.0 และบริเวณติดกับห้องน้ำจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.7

ช่วงเวลาที่ต้องการให้เปิดบริการ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละระยะเวลาที่ต้องการให้เปิดบริการร้านกาแฟในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน

ระยะเวลาที่ต้องการให้เปิดบริการร้านกาแฟในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน	จำนวน	ร้อยละ
เปิดให้บริการตั้งแต่ 7.00-20.00 น.	129	43.0
เปิดให้บริการตั้งแต่ 8.00-17.00 น.	96	32.0
เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	75	25.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 18 ผู้ตอบแบบสอบถาม ต้องการให้ร้านกาแฟเปิดให้บริการโดยเปิดในเวลาเช้าถึงดึกคือตั้งแต่ 7.00 – 20.00 น.จำนวน 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมาต้องการให้เปิดบริการเวลา เช้าถึงบ่ายคือ 8.00-17.00 น. จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 32 และเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมงจำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 25

2. การวิเคราะห์เบื้องต้น

ก่อนดำเนินการจำเป็นต้องมีการศึกษานำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์เบื้องต้น โดยเริ่มจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจได้แก่ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (Strengths Weaknesses Opportunities Threats) หรือ SWOT การวิเคราะห์ลูกค้า และการวิเคราะห์การแข่งขัน แล้วจึงกำหนดลักษณะ และรูปแบบของร้านกาแฟ จากนั้นจึงดำเนินการวิเคราะห์ด้านอื่นๆ เช่นด้านการจัดการ การตลาด และการเงินต่อไป

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ

จุดแข็ง

- ร้านเปิดบริการในบริเวณสถานีบริการน้ำมันซึ่งเป็นสถานที่ที่มีรถเข้าออกจำนวนมาก
- กาแฟของร้านจะมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ แตกต่างจากรสชาติของกาแฟจากร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน เนื่องจากกาแฟที่จำหน่ายจากร้านสะดวกซื้อซึ่งมีรสชาติกลาง ๆ ไม่มีเอกลักษณ์ส่วนตัว

- เปิดบริการตั้งแต่ 7.00-20.00 น. ซึ่งเป็นเวลาที่มีกลุ่มผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก
- การเปิดบริการจะเปิดทุกวัน ทำให้สามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้
- เปิดดำเนินงานแบบเจ้าของคนเดียว จึงมีความคล่องตัวสูงในการตัดสินใจดำเนินการ
- มีบริษัท บอนกาแฟ จำกัด เป็นผู้ให้ความช่วยเหลือในการแนะนำ การดูแลรักษาเครื่องชงกาแฟ ช่วยในการวางแผนการตลาด และการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจได้สั่งซื้อเครื่องต้มกาแฟ อุปกรณ์และวัตถุดิบเช่นเมล็ดกาแฟบางส่วนจากบอนกาแฟซึ่งเป็นอีกส่วนงานหนึ่งของบริษัทนี้โดยจะมีการบริการหลังการขายโดยการติดตามดูแลและให้คำปรึกษากับธุรกิจที่ได้ซื้อสินค้าจากบอนกาแฟ

จุดอ่อน

- เป็นร้านเริ่มเปิดดำเนินงานยังไม่มีลูกค้าแพร่หลาย ความสามารถในการแข่งขันมีอย่างจำกัด เมื่อเปรียบเทียบกับร้านกาแฟขนาดใหญ่ที่มีสาขาที่จัดตั้งในจังหวัดเชียงใหม่ เช่นร้านกาแฟแบลคแคนย่อน

- การเป็นกิจการเจ้าของคนเดียวทำให้ขาดหุ้นส่วนที่คอยให้คำปรึกษาซึ่งอาจตัดสินใจผิดพลาดได้

โอกาส

- ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่ มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมาก ทำให้ลูกค้ากลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวมีปริมาณเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มว่าจะมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี เป็นผลมาจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ

- รัฐบาลส่งเสริมกิจการขนาดกลางและขนาดเล็ก น่าจะทำให้กิจการมีโอกาสเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืม มีอัตราค่อนข้างต่ำ ดังนั้น ผู้ที่ทุนน้อยสามารถกู้ยืมมาลงทุนเปิดกิจการของตนเองได้

อุปสรรค

- ปริมาณลูกค้าขึ้นอยู่กับความต้องการในการบริโภคกาแฟของผู้ที่มาใช้บริการในสถานีสถานีบริการน้ำมัน

การวิเคราะห์ลูกค้า

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ผู้ที่เติมน้ำมันในสถานีสถานีบริการน้ำมันเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มลูกค้าขนาดใหญ่ และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ทำให้คนนิยมซื้อรถใช้ส่วนตัวมากขึ้นทั้งรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ ดังนั้นกลุ่มผู้ใช้ยานพาหนะส่วนตัวเป็นกลุ่มหลักในการที่จะทำการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย และที่สำคัญปัจจุบันประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่นิยมดื่มกาแฟกันมากขึ้นไม่ว่าจะมีอายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาระดับใดก็ตาม ลูกค้าจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มแรกเป็นผู้ใช้ยานพาหนะ และเป็นลูกค้าประจำของสถานีสถานีบริการน้ำมันเอง กลุ่มที่สองเป็นลูกค้าขาจร ซึ่งไม่มีสถานีสถานีบริการน้ำมันประจำหากมีความจำเป็นต้องเติมน้ำมันและใกล้สถานีสถานีบริการใดก็แวะเติมที่สถานีสถานีบริการนั้น การทำร้านกาแฟในสถานีสถานีบริการน้ำมันจะเน้นจุดเด่นตรงที่ผู้บริโภครสามารถเลือกรสชาติและแต่งเติมได้ตามความต้องการ ไม่ใช่เป็นแต่เพียงกาแฟสำเร็จรูปที่ปรุงเสร็จมาแล้วอย่างที่มีขายในร้านสะดวกซื้อซึ่งจะทำให้ลูกค้ากลุ่มที่เป็นลูกค้าประจำและลูกค้าขาจรของสถานีสถานีบริการน้ำมันพอใจในรสชาติกาแฟมากยิ่งขึ้น หรือลูกค้าอาจจะเป็นกลุ่มที่แวะพักระหว่างการเดินทาง เนื่องจากเป็นทางผ่านแต่ไม่เติมน้ำมันซึ่งจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าจะไม่ต้องเสียเวลาไปซื้อในห้างสรรพสินค้าที่มีผู้คนพลุกพล่าน จึงกลายเป็นกลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้าได้อีกทางหนึ่ง

การวิเคราะห์การแข่งขัน

เมื่อพิจารณาการแข่งขันแล้วพบว่าธุรกิจร้านกาแฟเป็นธุรกิจที่มีคู่แข่งเข้าสู่ธุรกิจได้ตลอดเวลาเนื่องจากใช้เงินทุนไม่มาก คู่แข่งขันหลักคือร้านสะดวกซื้อ และร้านกาแฟทั่วไปซึ่งมีจำนวนมาก แต่ข้อได้เปรียบของร้านกาแฟในสถานีสถานีบริการน้ำมันที่ต่างจากร้านสะดวกซื้อคือความมีเอกลักษณ์ของคุณภาพกาแฟและบริการ ส่วนข้อได้เปรียบร้านกาแฟโดยทั่วไปคือความสะดวกของลูกค้าเมื่อต้องการซื้อกาแฟ เพราะสถานที่ตั้งของร้านอยู่ในสถานีสถานีบริการน้ำมันที่มีกลุ่มเป้าหมายเข้ามาเติมน้ำมันตลอดวัน ที่จอดรถสะดวกมีอย่างพอเพียง ถึงแม้ว่าสินค้าทดแทนกาแฟเช่นน้ำผลไม้ ชา หรือ นมสดจะมีจำนวนมากเนื่องจากหาซื้อได้ง่าย แต่สำหรับลูกค้าที่นิยมดื่มกาแฟแล้วมักจะไม่นิยมเครื่องดื่มประเภทอื่นมาทดแทน การเลือกวัตถุดิบจะเน้นวัตถุดิบที่เป็นเมล็ดกาแฟซึ่งปลูกภายในประเทศที่มีคุณภาพสูงเท่านั้นซึ่งจะได้สินค้าที่มีคุณภาพสูงแต่ต้นทุนในการขนส่งต่ำกว่าการสั่งซื้อจากต่างประเทศและเป็นการช่วยสร้างตลาดให้กับเกษตรกร และบางส่วนก็สั่งซื้อจากบริษัทบอณาแฟซึ่งมีราคาไม่แพงเนื่องจากเป็นเมล็ดกาแฟในประเทศเช่นกัน ถึงแม้ธุรกิจนี้จะมีการแข่งขันสูงแต่มีข้อได้เปรียบคู่แข่งเช่นกาแฟที่จำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ หรือร้านกาแฟที่เป็นแฟรนไชส์ที่ต้องอยู่ในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชนอื่นในหลายด้านคือความสะดวกในการหาซื้อ และมีรสชาติที่ลูกค้าต้องการที่เป็นเอกลักษณ์ ธุรกิจนี้จึงยังเป็นธุรกิจที่น่าสนใจลงทุน

ลักษณะและรูปแบบโดยทั่วไปของร้านกาแฟ

ธุรกิจร้านกาแฟในสถานีสถานีบริการน้ำมันที่ผู้ศึกษาสนใจจะศึกษานั้นจะกำหนดลักษณะและรูปแบบโดยทั่วไปของร้าน โดยเป็นร้านกาแฟในสถานีสถานีบริการน้ำมันการค้าเน้นธุรกิจลักษณะเจ้าของคนเดียว มีขนาดเล็ก ขึ้นแบบแสดงรายการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ลักษณะเป็นร้านชั้นเดียว มีพื้นที่ 20 ตารางเมตร ตกแต่งโดยเน้นความเป็นธรรมชาติแต่ทันสมัย โดยให้ความสำคัญคุณภาพกาแฟ และการบริการ มีที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ สถานที่ตั้งบริเวณด้านข้างสถานีสถานีบริการน้ำมัน และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้านจะเป็นผู้ที่มียานพาหนะส่วนตัว ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์ที่เติมน้ำมันในสถานีสถานีบริการน้ำมันที่ร้านกาแฟตั้งอยู่หรือที่สัญจรผ่านสถานีสถานีบริการน้ำมัน ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าประจำหรือลูกค้าจร โดยให้ความสำคัญต่อการตกแต่งร้านบรรยากาศสบาย ๆ เป็นกันเอง ระยะเวลาในการให้บริการตั้งแต่ 07.00 – 20.00 น. ทุกวันไม่มีวันหยุด

3. การวิเคราะห์ด้านการจัดการ

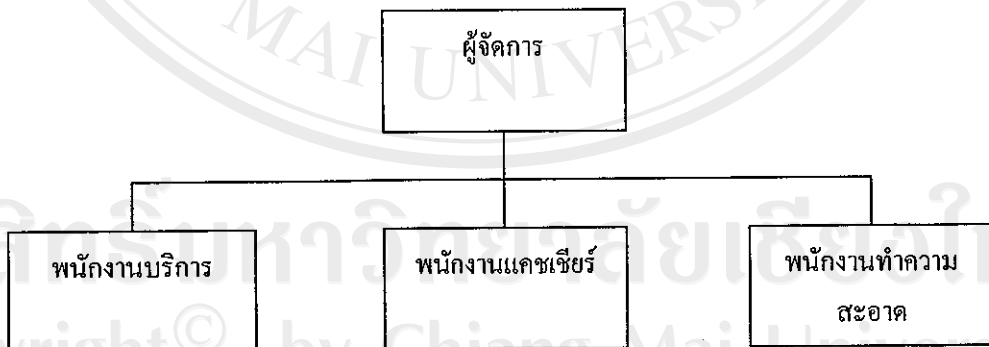
การวิเคราะห์การจัดการเป็นการพิจารณาระบบการบริหารงานตามตำแหน่ง และหน้าที่ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจร้านกาแฟ โดยมีจุดมุ่งหมายการวิเคราะห์เพื่อประมาณการ ค่าแรงที่เกิดขึ้น ซึ่งผลที่จะได้นำไปเป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำประมาณการกำไรขาดทุนล่วงหน้า และประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ ในการวัดผลการดำเนินงาน เพื่อประโยชน์ในการประเมินผลการตัดสินใจลงทุน

นโยบายในการบริหารจะเปิดให้บริการเวลา 07.00 – 20.00 น. วันละ 13 ชั่วโมง ทุกวัน ไม่มีวันหยุด โดยให้พนักงานผลัดเปลี่ยนเวรวันหยุด ลักษณะงานจะเน้นหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งงานให้ชัดเจนเพื่อให้พนักงานเข้าใจขอบเขตและหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง ก่อนเริ่มปฏิบัติงาน สำหรับจำนวนพนักงานที่จะปฏิบัติงานต้องการอย่างน้อย 4 ตำแหน่งดังนี้

ความต้องการพนักงาน

1. ผู้จัดการ	1	ตำแหน่ง
2. พนักงานบริการ	2	ตำแหน่ง
3. พนักงานแคชเชียร์	1	ตำแหน่ง
4. พนักงานทำความสะอาด	1	ตำแหน่ง

โดยสายงานเป็นไปตามผังองค์กรดังได้แสดงในรูปที่ 5
ผังองค์กร



รูปที่ 5 แสดงผังองค์กร

ลักษณะงานและความรับผิดชอบ

ผู้จัดการ

มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้าน
2. บริหารงานด้านบุคคล โดยดูแลพนักงานให้ทำงานอย่างเหมาะสม พร้อมให้บริการแก่

ลูกค้าเสมอ

3. การจัดการทางการเงิน ตรวจสอบรายรับ รายจ่าย ที่เกิดขึ้นให้ถูกต้อง
4. จัดการด้านการตลาด หากกลยุทธ์และวิธีการเพิ่มยอดขาย และเพิ่มจำนวนลูกค้ารวม

ถึง ส่วนแบ่งการตลาด

5. จัดซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการชงกาแฟ
6. ดูแลความเรียบร้อยและรับผิดชอบงานแทนในทุกหน้าที่ กรณีผู้รับผิดชอบในหน้าที่ไม่สามารถปฏิบัติงานได้

พนักงานบริการ

มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. เตรียมอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับบริการลูกค้า
2. รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า และนำไปบริการตามคำสั่งของลูกค้า
3. อำนวยความสะดวก พร้อมทั้งบริการสิ่งที่คุณลูกค้าต้องการ

พนักงานแคชเชียร์

มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ดูแลตรวจนับเงินสด พร้อมจัดหาเงินสดย่อย เพื่อทอนให้ลูกค้า
2. ดูแลการเงิน คิดค่าบริการ รับเงิน ทอนเงิน ให้ลูกค้า
3. จัดทำรายรับ รายจ่าย ประจำวัน รวมถึง จัดทำบัญชีประจำเดือน ประจำปี ตามลำดับ

พนักงานทำความสะอาด

มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. ทำความสะอาดบริเวณร้าน ได้แก่ พื้น โต๊ะ เก้าอี้ ห้องน้ำ ให้สะอาดตลอดเวลา
2. ทำความสะอาด โต๊ะ และพื้น เพื่อเตรียมรับลูกค้าตลอดเวลา
3. ดูแลการควบคุมเครื่องล้างภาชนะ

4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด

จุดมุ่งหมายในการวิเคราะห์ด้านการตลาดเพื่อประมาณการยอดขาย รายรับที่จะได้รับ และค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในกิจกรรมการตลาด ซึ่งผลจากการประมาณการที่จะได้นำไปใช้ในการจัดทำประมาณการงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า และประมาณกระแสเงินสดสุทธิในการวัดผลการ

จากตารางที่ 19 จำนวนผู้เข้าไปใช้บริการในสถานบริการน้ำมันต่อสัปดาห์ที่มีผู้ให้บริการในสถานบริการน้ำมันวันจันทร์ จำนวน 3,960 ราย วันอังคารจำนวน 3,300 ราย วันพุธจำนวน 2,200 ราย วันพฤหัสบดีจำนวน 2,640 ราย วันศุกร์จำนวน 3,300 ราย วันเสาร์จำนวน 3,520 ราย วันอาทิตย์จำนวน 3,080 ราย โดย

สถานบริการน้ำมันปตท.มีจำนวน 3,000 รายต่อสัปดาห์ วันที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดคือวันจันทร์จำนวน 540 ราย

สถานบริการน้ำมันเชลล์มีจำนวน 4,000 รายต่อสัปดาห์ วันที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดคือวันจันทร์จำนวน 720 ราย

สถานบริการน้ำมันเอสโซ่จำนวน 3,000 รายต่อสัปดาห์ วันที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดคือวันจันทร์จำนวน 540 ราย

สถานบริการน้ำมันคาลเท็กจำนวน 2,500 รายต่อสัปดาห์ วันที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดคือวันจันทร์จำนวน 450 ราย

สถานบริการน้ำมันบางจากจำนวน 3,000 รายต่อสัปดาห์ วันที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดคือวันจันทร์จำนวน 540 ราย

สถานบริการน้ำมันคูเวตปิโตรเลียมจำนวน 1,500 รายต่อสัปดาห์ วันที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดคือวันจันทร์จำนวน 270 ราย

สถานบริการน้ำมันเจ็ดจำนวน 5,000 รายต่อสัปดาห์วันที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดคือวันจันทร์จำนวน 900 ราย

จำนวนผู้ใช้บริการในสถานีสบริการน้ำมันต่อสัปดาห์จำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้บริการ
ตารางที่ 20 แสดงจำนวนผู้ใช้บริการในสถานีสบริการน้ำมันต่อสัปดาห์จำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้บริการ

สถานีสบริการน้ำมัน	จำนวนลูกค้าต่อสัปดาห์	จำนวนลูกค้าเฉพาะที่เติมน้ำมันต่อสัปดาห์	จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการร้านสะดวกซื้อแต่ไม่เติมน้ำมันต่อสัปดาห์	จำนวนลูกค้าที่เติมน้ำมันและใช้บริการร้านสะดวกซื้อต่อสัปดาห์
สถานีสบริการน้ำมันปตท.	3,000	1,200	450	1,350
สถานีสบริการน้ำมันเชลล์	4,000	800	1,000	2,200
สถานีสบริการน้ำมันเอสโซ่	3,000	900	450	1,650
สถานีสบริการน้ำมันกาลเท็ก	2,500	1,500	375	625
สถานีสบริการน้ำมันบางจาก	3,000	900	676	1,424
สถานีสบริการน้ำมันคูเวต ปีโตรเลียม	1,500	1,200	74	226
สถานีสบริการน้ำมันเจ็ด	5,000	751	1,499	2,750
รวม	22,000	7,251	4,524	10,225

ที่มา : จากการสอบถามข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้บริการในสถานีสบริการน้ำมัน

จากตารางที่ 20 ซึ่งแสดงจำนวนผู้เข้าไปใช้บริการในสถานีสบริการน้ำมันต่อสัปดาห์ดัง
นี้สถานีสบริการน้ำมันโดย

สถานีสบริการน้ำมันปตท.มีจำนวนผู้ใช้บริการเฉพาะเติมน้ำมันจำนวน 1,200 รายผู้ใช้
บริการร้านสะดวกซื้อแต่ไม่เติมน้ำมัน 450 ราย ผู้เติมน้ำมันและใช้บริการร้านสะดวกซื้อจำนวน
1,350 ราย

สถานีสบริการน้ำมันเชลล์ผู้ใช้บริการเฉพาะเติมน้ำมันจำนวน 800 รายผู้ใช้บริการร้าน
สะดวกซื้อแต่ไม่เติมน้ำมัน 1,000 ราย ผู้เติมน้ำมันและใช้บริการร้านสะดวกซื้อจำนวน 2,200 ราย

สถานีสบริการน้ำมันเอสโซ่ผู้ใช้บริการเฉพาะเติมน้ำมันจำนวน 900 รายผู้ใช้บริการ
ร้านสะดวกซื้อแต่ไม่เติมน้ำมัน 450 ราย ผู้เติมน้ำมันและใช้บริการร้านสะดวกซื้อจำนวน 1,650 ราย

สถานีสบริการน้ำมันกาลเท็กผู้ใช้บริการเฉพาะเติมน้ำมันจำนวน 1,500 รายผู้ใช้บริการ
ร้านสะดวกซื้อแต่ไม่เติมน้ำมัน 375 ราย ผู้เติมน้ำมันและใช้บริการร้านสะดวกซื้อจำนวน 625 ราย

สถานีบริการน้ำมันบางจากผู้ใช้บริการเฉพาะเติมน้ำมันจำนวน 900 ราย ผู้ใช้บริการ
ร้านสะดวกซื้อแต่ไม่เติมน้ำมัน 676 ราย ผู้เติมน้ำมันและใช้บริการร้านสะดวกซื้อจำนวน 1,424 ราย

สถานีบริการน้ำมันकुเวตปิโตรเลียม ผู้ใช้บริการเฉพาะเติมน้ำมันจำนวน 1,200 ราย ผู้ใช้
บริการร้านสะดวกซื้อแต่ไม่เติมน้ำมัน 74 ราย ผู้เติมน้ำมันและใช้บริการร้านสะดวกซื้อจำนวน 226
ราย

สถานีบริการน้ำมันเจ็ดผู้ใช้บริการเฉพาะเติมน้ำมันจำนวน 751 ราย ผู้ใช้บริการร้าน
สะดวกซื้อแต่ไม่เติมน้ำมัน 1,499 ราย ผู้เติมน้ำมันและใช้บริการร้านสะดวกซื้อจำนวน 2,750 ราย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 21 ซึ่งแสดงจำนวนผู้ดื่มกาแฟต่อสัปดาห์จำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้บริการ โดย

สถานีบริการน้ำมันปตท.มีผู้ดื่มกาแฟจำนวน 1,260 รายคิดเป็นร้อยละ 48.0 ผู้ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 1,740 รายคิดเป็นร้อยละ 52.0 ใช้บริการเฉพาะเติมน้ำมันดื่มกาแฟจำนวน 504 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.8 ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 696 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.2 ใช้บริการร้านสะดวกซื้อแต่ไม่เติมน้ำมัน ดื่มกาแฟจำนวน 189 รายคิดเป็นร้อยละ 6.3 ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 261 รายคิดเป็นร้อยละ 8.7 ผู้เติมน้ำมันและใช้บริการร้านสะดวกซื้อดื่มกาแฟจำนวน 567 รายคิดเป็นร้อยละ 18.9 ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 783 รายคิดเป็นร้อยละ 26.1

สถานีบริการน้ำมันเชลล์มีผู้ดื่มกาแฟจำนวน 1,540 รายคิดเป็นร้อยละ 38.5 ผู้ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 2,460 รายคิดเป็นร้อยละ 61.5 ผู้ใช้บริการเฉพาะเติมน้ำมันดื่มกาแฟจำนวน 304 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.6 ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 496 รายคิดเป็นร้อยละ 12.4 ใช้บริการร้านสะดวกซื้อแต่ไม่เติมน้ำมันดื่มกาแฟจำนวน 412 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.3 ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 588 รายคิดเป็นร้อยละ 14.7 ผู้เติมน้ำมันและใช้บริการร้านสะดวกซื้อดื่มกาแฟจำนวน 824 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.6 ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 1,376 รายคิดเป็นร้อยละ 34.4

สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่มีผู้ดื่มกาแฟจำนวน 1,050 รายคิดเป็นร้อยละ 35.0 ผู้ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 1,950 รายคิดเป็นร้อยละ 65.0 ผู้ใช้บริการเฉพาะเติมน้ำมันดื่มกาแฟจำนวน 254 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.5 ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 646 รายคิดเป็นร้อยละ 21.5 ใช้บริการร้านสะดวกซื้อแต่ไม่เติมน้ำมันดื่มกาแฟจำนวน 172 รายคิดเป็นร้อยละ 5.7 ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 278 รายคิดเป็นร้อยละ 9.3 ผู้เติมน้ำมันและใช้บริการร้านสะดวกซื้อดื่มกาแฟจำนวน 624 รายคิดเป็นร้อยละ 20.8 ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 1,026 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.2

สถานีบริการน้ำมันกาลเท็กมีผู้ดื่มกาแฟจำนวน 700 รายคิดเป็นร้อยละ 28.0 ผู้ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 1,800 รายคิดเป็นร้อยละ 72.0 ผู้ใช้บริการเฉพาะเติมน้ำมันดื่มกาแฟจำนวน 374 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 1,126 รายคิดเป็นร้อยละ 45.0 ใช้บริการร้านสะดวกซื้อแต่ไม่เติมน้ำมัน ดื่มกาแฟจำนวน 98 รายคิดเป็นร้อยละ 3.9 ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 277 รายคิดเป็นร้อยละ 11.1 ผู้เติมน้ำมันและใช้บริการร้านสะดวกซื้อดื่มกาแฟจำนวน 228 รายคิดเป็นร้อยละ 9.1 ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 397 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.9

สถานีบริการน้ำมันบางจากมีผู้ดื่มกาแฟจำนวน 1,400 รายคิดเป็นร้อยละ 46.7 ผู้ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 1,600 รายคิดเป็นร้อยละ 53.3 ผู้ใช้บริการเฉพาะเติมน้ำมันดื่มกาแฟจำนวน 442 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.7 ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 458 รายคิดเป็นร้อยละ 15.3 ใช้บริการร้านสะดวกซื้อแต่ไม่เติมน้ำมัน ดื่มกาแฟจำนวน 360 รายคิดเป็นร้อยละ 12.0 ไม่ดื่มกาแฟจำนวน 316 รายคิดเป็นร้อยละ

10.5 ผู้เติมน้ำมันและใช้บริการร้านสะดวกซื้อ คัดค้านจำนวน 598 รายคิดเป็นร้อยละ 19.1 ไม่คัดค้านจำนวน 826 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.5

สถานีบริการน้ำมันकुเวตปิโตรเลียมมีผู้คัดค้านจำนวน 561 รายคิดเป็นร้อยละ 37.4 ผู้ไม่คัดค้านจำนวน 939 รายคิดเป็นร้อยละ 62.6 ผู้ใช้บริการเฉพาะเติมน้ำมันคัดค้านจำนวน 434 รายคิดเป็นร้อยละ 28.9 ไม่คัดค้านจำนวน 766 รายคิดเป็นร้อยละ 51.1 ใช้บริการร้านสะดวกซื้อแต่ไม่เติมน้ำมันคัดค้านจำนวน 32 รายคิดเป็นร้อยละ 2.0 ไม่คัดค้านจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.8 ผู้เติมน้ำมันและใช้บริการร้านสะดวกซื้อคัดค้านจำนวน 95 รายคิดเป็นร้อยละ 6.3 ไม่คัดค้านจำนวน 131 รายคิดเป็นร้อยละ 8.7

สถานีบริการน้ำมันเจ็ดมีผู้คัดค้านจำนวน 3,150 รายคิดเป็นร้อยละ 63.0 ผู้ไม่คัดค้านจำนวน 1,851 รายคิดเป็นร้อยละ 37.0 ผู้ใช้บริการเฉพาะเติมน้ำมันคัดค้านจำนวน 488 รายคิดเป็นร้อยละ 9.8 ไม่คัดค้านจำนวน 263 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 ใช้บริการร้านสะดวกซื้อแต่ไม่เติมน้ำมันคัดค้านจำนวน 975 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.5 ไม่คัดค้านจำนวน 524 รายคิดเป็นร้อยละ 10.5 ผู้เติมน้ำมันและใช้บริการร้านสะดวกซื้อคัดค้านจำนวน 1,687 รายคิดเป็นร้อยละ 33.7 ไม่คัดค้านจำนวน 1,063 รายคิดเป็นร้อยละ 21.3

จำนวนและอัตราร้อยละของผู้ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันและผู้คัดค้านโดยเฉลี่ยต่อวันต่อสถานีบริการน้ำมัน

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละของผู้ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันและผู้คัดค้านโดยเฉลี่ยต่อวันต่อสถานีบริการน้ำมัน

สถานีบริการน้ำมัน	จำนวนลูกค้าต่อสัปดาห์	จำนวนลูกค้าต่อวัน	จำนวนผู้คัดค้าน		จำนวนผู้ไม่คัดค้าน	
			จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สถานีบริการน้ำมันปตท.	3,000	429	180	42.0	249	58.0
สถานีบริการน้ำมันเชลล์	4,000	571	220	38.5	351	61.5
สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่	3,000	429	150	35.0	279	65.0
สถานีบริการน้ำมันกาลเท็ก	2,500	357	100	28.0	257	72.0
สถานีบริการน้ำมันบางจาก	3,000	429	200	46.7	229	53.3
สถานีบริการน้ำมันकुเวตปิโตรเลียม	1,500	214	80	37.4	134	62.6
สถานีบริการน้ำมันเจ็ด	5,000	714	450	63.0	264	37.0
รวม	22,000	3,143	1,380	43.9	1,763	56.1

ที่มา : จากการสอบถามข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันและการคำนวณ

คำนวณประกอบ

โดยใน 1 สัปดาห์มีการให้บริการทั้ง 7 วัน คือวันจันทร์ ถึง วันอาทิตย์

สถานีบริการน้ำมันปตท.	3,000/7	=	429	รายต่อวัน
สถานีบริการน้ำมันเชลล์	4,000/7	=	571	รายต่อวัน
สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่	3,000/7	=	429	รายต่อวัน
สถานีบริการน้ำมันศาลเท็ก	2,500/7	=	357	รายต่อวัน
สถานีบริการน้ำมันบางจาก	3,000/7	=	429	รายต่อวัน
สถานีบริการน้ำมันคูเวตปิโตรเลียม	1,500/7	=	214	รายต่อวัน
สถานีบริการน้ำมันเจ็ด	5,000/7	=	714	รายต่อวัน

จากตารางที่ 22 ซึ่งแสดงจำนวนผู้เติมน้ำมันต่อวันจำแนกตามจำนวนผู้เติมน้ำมันและไม่เติมน้ำมันโดยสถานีบริการน้ำมันปตท.จำนวน 429 ราย ต่อวัน คำนวณจำนวน 180 รายคิดเป็นร้อยละ 42.0 ผู้ไม่เติมน้ำมันจำนวน 249 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.0 สถานีบริการน้ำมันเชลล์จำนวน 571 ราย ต่อวัน คำนวณจำนวน 220 รายคิดเป็นร้อยละ 38.5 ผู้ไม่เติมน้ำมันจำนวน 351 รายคิดเป็นร้อยละ 61.5 สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่จำนวน 357 ราย ต่อวัน คำนวณจำนวน 150 รายคิดเป็นร้อยละ 35.0 ผู้ไม่เติมน้ำมันจำนวน 279 รายคิดเป็นร้อยละ 65.0 สถานีบริการน้ำมันศาลเท็กจำนวน 357 ราย ต่อวัน คำนวณจำนวน 100 รายคิดเป็นร้อยละ 28.0 ผู้ไม่เติมน้ำมันจำนวน 257 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.0 ป้อมน้ำมันบางจากจำนวน 429 รายต่อวัน คำนวณจำนวน 150 รายคิดเป็นร้อยละ 46.7 ผู้ไม่เติมน้ำมันจำนวน 279 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.3 สถานีบริการน้ำมันคูเวตปิโตรเลียมจำนวน 214 ราย ต่อวัน คำนวณจำนวน 80 รายคิดเป็นร้อยละ 37.4 ผู้ไม่เติมน้ำมันจำนวน 134 รายคิดเป็นร้อยละ 62.2 สถานีบริการน้ำมันเจ็ดจำนวน 714 รายต่อวัน คำนวณจำนวน 450 รายคิดเป็นร้อยละ 63.0 ผู้ไม่เติมน้ำมันจำนวน 264 รายคิดเป็นร้อยละ 37.0

จำนวนผู้ดื่มกาแฟในร้านสะดวกซื้อและร้านกาแฟที่ตั้งบริเวณสถานีบริการน้ำมันต่อสัปดาห์
 ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและอัตราร้อยละผู้ดื่มกาแฟในร้านสะดวกซื้อและร้านกาแฟที่ตั้งบริเวณ
 สถานีบริการน้ำมันต่อสัปดาห์

สถานีบริการน้ำมัน	จำนวนผู้ ดื่มกาแฟ	จำนวนผู้ดื่มกาแฟใน ร้านสะดวกซื้อ		จำนวนผู้ดื่มกาแฟใน ร้าน	
		จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สถานีบริการน้ำมันปตท.	180	105	58.3	75	41.7
สถานีบริการน้ำมันเชลล์	220	148	67.3	72	32.7
สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่	150	92	61.3	58	38.7
สถานีบริการน้ำมันคาลเท็กซ์	100	57	57.0	43	43.0
สถานีบริการน้ำมันบางจาก	200	123	61.5	77	38.5
สถานีบริการน้ำมันคูเวตปิโตรเลียม	80	69	86.3	11	13.2
สถานีบริการน้ำมันเจ็ด	450	296	65.8	154	34.2
รวม	1,380	888	64.5	490	35.5

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 23 จำนวนผู้ดื่มกาแฟในสถานีบริการน้ำมันมีทั้งหมด 1,380 ราย โดยซื้อ
 กาแฟในร้านสะดวกซื้อจำนวน 888 ราย และร้านกาแฟ จำนวน 490 ราย โดยสถานีบริการน้ำ
 มันปตท.ซื้อกาแฟในร้านสะดวกซื้อจำนวน 105 ราย จำนวนผู้ซื้อกาแฟในร้านกาแฟ 75 ราย สถานี
 บริการน้ำมันเชลล์ ผู้ซื้อกาแฟในร้านสะดวกซื้อจำนวน 148 ราย จำนวนผู้ซื้อกาแฟในร้านกาแฟ 72
 คน สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ผู้ซื้อกาแฟในร้านสะดวกซื้อจำนวน 92 ราย จำนวนผู้ซื้อกาแฟในร้าน
 กาแฟ 58 ราย สถานีบริการน้ำมันคาลเท็กซ์ผู้ซื้อกาแฟในร้านสะดวกซื้อจำนวน 57 ราย จำนวนผู้ซื้อ
 กาแฟในร้านกาแฟ 43 รายสถานีบริการน้ำมันบางจากผู้ซื้อกาแฟในร้านสะดวกซื้อจำนวน 123 ราย
 จำนวนผู้ซื้อกาแฟในร้านกาแฟ 77 ราย สถานีบริการน้ำมันคูเวตปิโตรเลียมผู้ซื้อกาแฟในร้าน
 สะดวกซื้อจำนวน 69 ราย จำนวนผู้ซื้อกาแฟในร้านกาแฟ 11 รายสถานีบริการน้ำมันเจ็ดผู้ซื้อกาแฟ
 ในร้านสะดวกซื้อจำนวน 296 ราย จำนวนผู้ซื้อกาแฟในร้านกาแฟ 154 ราย

ประมาณการยอดขายต่อวันตลอดปี

ตารางที่ 24 แสดงประมาณการยอดขายในแต่ละวัน

สถานีบริการน้ำมัน	จำนวนผู้ดื่มกาแฟในร้านกาแฟรายต่อวัน	จำนวนผู้ดื่มกาแฟที่เพิ่มขึ้นในฤดูกาลท่องเที่ยว อัตราร้อยละ 20 รายต่อวัน	รวมจำนวนผู้ดื่มกาแฟในร้านกาแฟรายต่อวัน
มกราคม	70	14	84
กุมภาพันธ์	70	14	84
มีนาคม	70		70
เมษายน	70		70
พฤษภาคม	70		70
มิถุนายน	70		70
กรกฎาคม	70		70
สิงหาคม	70		70
กันยายน	70		70
ตุลาคม	70	14	84
พฤศจิกายน	70	14	84
ธันวาคม	70	14	84

ที่มา : จากการคำนวณ

ฐานการคำนวณ

1. จำนวนผู้ดื่มกาแฟในแต่ละสถานีบริการน้ำมันประมาณ 70 รายต่อวันต่อสถานีบริการน้ำมันใน

เดือนมีนาคมถึงกันยายน

คำนวณหาค่าเฉลี่ย จากตารางที่ 23 สามารถคำนวณจำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวันได้ดังนี้

ผลรวมของจำนวนผู้ดื่มกาแฟและซื้อกาแฟร้านกาแฟ = 490

จำนวนวันต่อสัปดาห์ = 7

จำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน = $\frac{490}{7}$ = 70 รายต่อวัน

2. จำนวนผู้ดื่มกาแฟในแต่ละสถานีบริการน้ำมันประมาณ 84 รายต่อวันต่อสถานีบริการน้ำมัน
คำนวณจาก

จำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน 70 ราย

อัตราการเพิ่มหากเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวร้อยละ 20

จำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวันในฤดูกาลท่องเที่ยว $70 + (70 \times 20\%) = 84$ รายต่อวัน

ในเดือน ตุลาคม-กุมภาพันธ์ เนื่องจากเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวอัตราการเพิ่มของลูกค้าอัตรา
ร้อยละ 20 (ข้อมูลจากผู้จัดการสถานีบริการน้ำมันเชลล์สาขาหนองประทีป)

ประมาณยอดขายต่อวันในเดือนมกราคม ถึง เดือนกุมภาพันธ์ จำนวน 84 รายต่อวัน เดือน
มีนาคมถึงมิถุนายนจำนวน 70 ราย และเดือน ตุลาคม ถึงเดือนธันวาคม จำนวน 84 ราย

4.2 ประมาณการยอดขาย

1. ยอดขายประมาณการตลอดทั้งปี (จากตารางที่ 24)

- ยอดขายในเดือน ต.ค. - ก.พ. 84 แก้วต่อวัน
- ยอดขายในเดือน มี.ค. - ก.ย. 70 แก้วต่อวัน

2. การเปิดบริการทุกวัน รวม 365 วันต่อปี ไม่มีวันหยุด

3. รายได้เฉลี่ยจากลูกค้า 1 ราย อัตราส่วนในการคำนวณ

กาแฟร้อน (Hot coffee)	$30 \times 20 =$	600	บาท
กาแฟเข้มข้นมาก (Ristretto)	$30 \times 10 =$	300	บาท
เอสเปรสโซ่ (Espresso)	$30 \times 25 =$	750	บาท
เอสเปรสโซ่ผสมฟมร้อนหรือ คาปูชิโน (Cappucino)	$35 \times 25 =$	875	บาท
กาแฟร้อนผสมวิปครีม (Coffee Vienna)	$35 \times 10 =$	350	บาท
กาแฟร้อนผสมนมร้อน (Café Aulait)	$35 \times 10 =$	350	บาท
$3,225/100$	$=$	32.25	ประมาณ 32 บาทต่อราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ประมาณการยอดขาย

ตารางที่ 25 ตารางประมาณการยอดขาย

รายการ	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	รวม
จำนวนวัน	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	365
จำนวนลูกค้า	84	84	70	70	70	70	70	70	70	84	84	84	
จำนวน	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	
	83,328	75,264	69,440	67,200	69,440	67,200	69,440	69,440	67,200	83,328	80,640	83,328	885,248

ที่มา: จากตารางที่ 24 แสดงประมาณการยอดขายในแต่ละวัน

คำนวณประกอบ

เดือนมกราคม	$31 \times 84 \times 32$	=	83,328 บาท
เดือนกุมภาพันธ์	$28 \times 84 \times 32$	=	75,264 บาท
เดือนมีนาคม	$31 \times 70 \times 32$	=	69,440 บาท
เดือนเมษายน	$30 \times 70 \times 32$	=	67,200 บาท
เดือนพฤษภาคม	$31 \times 70 \times 32$	=	69,440 บาท
เดือนมิถุนายน	$30 \times 70 \times 32$	=	67,200 บาท
เดือนกรกฎาคม	$31 \times 70 \times 32$	=	69,440 บาท
เดือนสิงหาคม	$31 \times 70 \times 32$	=	69,440 บาท
เดือนกันยายน	$30 \times 70 \times 32$	=	67,200 บาท
เดือนตุลาคม	$31 \times 84 \times 32$	=	83,328 บาท
เดือนพฤศจิกายน	$30 \times 84 \times 32$	=	80,640 บาท
เดือนธันวาคม	$31 \times 84 \times 32$	=	83,328 บาท
รวม			<u>885,248</u> บาท

จากตารางที่ 25 ประมาณการยอดขายของธุรกิจร้านกาแฟเฉลี่ยต่อวันตลอดทั้งปีจำนวน 885,248 โดยในเดือนมกราคมจำนวน 83,328 บาท กุมภาพันธ์ จำนวน 75,264 บาท มีนาคมจำนวน 69,440 บาท เมษายนจำนวน 67,200 บาท พฤษภาคมจำนวน 69,440 บาท มิถุนายนจำนวน 67,200 บาท กรกฎาคมจำนวน 69,440 บาท สิงหาคมจำนวน 69,440 บาท กันยายนจำนวน 67,200 บาท ตุลาคมจำนวน 83,328 บาท พฤศจิกายนจำนวน 80,640 บาท และธันวาคมจำนวน 83,328 บาท

2. กลยุทธ์ทางการตลาด

จากการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ตอบแบบสอบถาม และจากผู้ประกอบการร้านกาแฟ ตลอดจนการวิเคราะห์ในส่วนของสภาพแวดล้อมของธุรกิจ ทั้งการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (Strengths Weaknesses Opportunities Threats) หรือ SWOT การวิเคราะห์ลูกค้า และการวิเคราะห์การแข่งขัน ในส่วนของงบประมาณในการลงทุนเบื้องต้น งบประมาณการยอดขาย งบประมาณการต้นทุนขาย และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดแผนการตลาดที่เหมาะสมดังต่อไปนี้

กำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด

1. เพื่อให้มียอดขายอย่างน้อย 885,248 บาท ในปีแรก (จากตารางที่ 25)
2. เพื่อเพิ่มยอดขายอย่างน้อยร้อยละ 10 ทุกปีจากอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยของร้านกาแฟ โดยเน้นผู้บริโภคกาแฟประจำ ให้สนใจมาบริโภคกาแฟมากขึ้น เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น

การวางแผนการตลาด

เนื่องจากธุรกิจร้านกาแฟกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก คู่แข่งขันเริ่มเข้าสู่ตลาดมากขึ้น ในการทำธุรกิจควรมีการกำหนดกลยุทธ์ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product)

จากข้อมูลตารางที่ 10 ข้อพิจารณาในการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้าน ธุรกิจเน้นการพัฒนารสชาติกาแฟให้มีรสชาติที่หลากหลายสามารถเลือกตามความต้องการของลูกค้าจะทำให้ลูกค้าพอใจในมากที่สุดเพราะรสชาติกาแฟเป็นข้อพิจารณาที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด ส่วนคุณภาพของกาแฟที่จำหน่าย การใช้วัตถุดิบเช่นเมล็ดกาแฟหรือส่วนประกอบอื่นๆ เน้นความสะอาดในขั้นตอนการทำกาแฟ และมีการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพกาแฟตลอดเวลา การสร้างบรรยากาศการบริการที่เป็นกันเองและประทับใจ การเปิด โอกาสให้ลูกค้านั่งได้โดยไม่มีข้อจำกัด ซึ่งจะทำให้ชื่อร้านมีความน่าเชื่อถือ เพราะลูกค้าถือว่าปัจจัยที่กล่าวมาเป็นข้อพิจารณาโดยให้ความสำคัญในระดับมากดังนั้นธุรกิจควรใส่ใจกับกิจกรรมทางการตลาดที่ได้กล่าวมาโดยใช้เป็นกลยุทธ์ของธุรกิจในด้านผลิตภัณฑ์

ราคา (Price)

จากข้อมูลตารางที่ 10 ข้อพิจารณาในการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้าน ธุรกิจเน้นกลยุทธ์ดึงดูดใจลูกค้าโดยกำหนดราคาขายที่ไม่สูงมากจนเกินไปโดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า เนื่องจากลูกค้าให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพกาแฟในระดับมาก จากข้อมูล ที่ศึกษาด้านราคาที่เหมาะสมจากตารางที่ 15 และตารางที่ 16 คือ กาแฟร้อน (Hot Coffee) กาแฟเข้มข้นมาก (Ristretto) ราคา 30 บาท เอสเปรสโซ่ (Espresso) ราคา 30 บาท เอสเปรสโซ่ผสมนมร้อนหรือ คาปูชิโน่ (Cappuccino) ราคา 35 บาท กาแฟร้อนผสมวิปครีม หรือเวียนนา (Coffee Vienna) ราคา 35 บาท และ กาแฟร้อนผสมนมร้อน (Café Au Lait) ราคา 35 บาท

การจัดจำหน่าย (Place , Distribution)

จากข้อมูลตารางที่ 10 ข้อพิจารณาในการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้าน ธุรกิจใช้กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่ายโดยจัดจำหน่ายในร้านกาแฟในสถานบริการน้ำมันที่ลูกค้าสามารถแวะซื้อระหว่างการเดินทางได้สะดวก และมีที่จอดรถให้กับลูกค้าเนื่องจากลูกค้าเห็นว่ามีความสำคัญมาก ส่วนสถานที่ตั้งร้านจากการศึกษาตารางที่ 17 ลูกค้าเห็นว่าควรตั้งอยู่ด้านข้างของของสถานบริการน้ำมัน การจัดตั้งร้านจากการศึกษาข้อมูลเรื่องบรรยากาศของร้านกาแฟที่กลุ่มผู้บริโภคคาดหวัง ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มด้วยกันจากข้อมูลดังกล่าวธุรกิจสามารถนำมาประยุกต์จัดตั้งโดยนำแนวคิดทั้ง 2 ด้านดังกล่าวมาใช้ร่วมกันโดยมีการจัดตั้งเป็นธรรมชาติมากที่สุดวัตถุประสงค์ทำมาจากสิ่งที่เป็นธรรมชาติเพื่อให้บรรยากาศเป็นกันเองโดยคำนึงถึงความทันสมัยด้วย มีการระบายอากาศที่ดี มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการจัดวางอุปกรณ์ตกแต่งร้าน มีความสะดวกสบายในการนั่งดื่มกาแฟภายในร้าน สามารถให้นักเรียนนักศึกษามาสังสรรค์ หรือเพื่อการนั่งอ่านหนังสือได้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ซึ่งเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากกับบรรยากาศการตกแต่งร้าน

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากข้อมูลตารางที่ 10 ข้อพิจารณาในการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านกาแฟ กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดกิจการมีกลยุทธ์ในการจัดให้มีการแลกของแถมสำหรับลูกค้าที่มาดื่มกาแฟภายในร้าน และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอแม้ว่าลูกค้าจะไม่ให้ความสำคัญมากนักกับการเลือกดื่มกาแฟที่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพราะจะคำนึงถึงรสชาติและคุณภาพมากกว่าโดยให้ความสำคัญเพียงระดับปานกลางเท่านั้น แต่การโฆษณาประชาสัมพันธ์ก็เป็นอีกทางหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าที่ไม่เคยมาดื่มกาแฟได้รู้จักร้านมากขึ้น

5. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ด้านการเงินหมายถึง การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินในด้านต่าง ๆ เป็นการประเมินรายได้ และค่าใช้จ่ายของธุรกิจร้านค้ากาแฟ เพื่อนำมาวิเคราะห์ประมาณการ งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า ประมาณการกระแสเงินสด ตลอดจนโครงการ และการคำนวณผลตอบแทนจากการดำเนินงาน โดยวิธีระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน โดยการลงทุนในธุรกิจร้านค้ากาแฟ มีข้อสมมติฐานเบื้องต้นในการวิเคราะห์ ดังนี้

สมมติฐานสำหรับการวิเคราะห์

1. อายุโครงการ 5 ปี โดยไม่มีการลงทุนเพิ่ม ในระหว่างโครงการ ยกเว้น ค่าอุปกรณ์ฯ
ภาวะ ซึ่งใช้วิธีการเปลี่ยนแทน เมื่อภาชนะนั้นเกิดชำรุด
2. เงินทุนมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด
3. อัตราการขยายตัวของยอดขายเป็นร้อยละ 10 ต่อปี ซึ่งได้จากการคำนวณเฉลี่ย ของ
ผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟ
4. รายรับและรายจ่ายทั้งหมด เป็นเงินสด ไม่มีการแบ่งชำระเป็นงวด
5. การคิดค่าเสื่อมราคา เป็นแบบเส้นตรง 5 ปี ไม่มีมูลค่าซาก
6. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 ต่อปี ยกเว้นเงินเดือนเพิ่มขึ้นในอัตรา
ร้อยละ 5 ต่อปี เพื่อกำหนดให้สอดคล้องตามอัตราการขยายตัวของยอดขาย
7. อัตราคิดลด (Discount Rate) เท่ากับ ร้อยละ 8 ต่อปี เนื่องจากใช้เงินทุนส่วนของ
เจ้าของ จึงสมมติว่าใช้อัตราร้อยละ 8 ซึ่งเป็นอัตราเงินกู้ยืมในท้องตลาด หรือเป็นต้นทุนของเงิน
ทุน ที่เป็นอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำสุดที่นักลงทุนต้องการมาเป็นตัวเทียบเคียง
8. เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกลงทุน
 - 8.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) : PB
 - 8.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) : NPV
 - 8.3 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return) : IRR

5.1 การวิเคราะห์รายได้

ประมาณการรายได้ของธุรกิจจากยอดขายซึ่งประกอบจาก 2 ส่วนคือจากการขายกาแฟ และจากการขายขนมในร้านกาแฟมีรายละเอียดดังนี้

1. รายได้จากการประมาณการรายได้ของธุรกิจจากยอดขายกาแฟตลอดทั้งปี ในปี 1 จำนวน 885,248 บาท(จากตารางที่ 25) ตามข้อสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ในปีที่ 2 ถึง ปีที่ 5 ธุรกิจจะมียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ของปีฐานดังนี้

ปีที่ 1	รายได้		885,248.00	บาท
ปีที่ 2	รายได้	$885,248 + (885,248 \times 10\%)$	973,772.80	บาท
ปีที่ 3	รายได้	$973,772.80 + (973,772.80 \times 10\%)$	1,071,150.08	บาท
ปีที่ 4	รายได้	$1,071,150.08 + (1,071,150.08 \times 10\%)$	1,178,265.09	บาท
ปีที่ 5	รายได้	$1,178,265.09 + (1,178,265.09 \times 10\%)$	1,296,091.60	บาท

รายได้ของธุรกิจร้านกาแฟจากการขายกาแฟเพียงอย่างเดียวจากการคำนวณในปีที่ 1 จำนวน 885,248 บาท ปีที่ 2 จำนวน 973,772.80 บาท ปีที่ 3 จำนวน 1,071,150.08 บาท ปีที่ 4 จำนวน 1,178,165.09 บาท และในปีที่ 5 จำนวน 1,296,091.60 บาท

2. รายได้จากการขายขนมประมาณการมาจากร้อยละ 5 ของรายได้จากการขายกาแฟ

ปีที่ 1	รายได้	$885,248 \times 5\%$	44,262.40	บาท
ปีที่ 2	รายได้	$973,772.80 \times 5\%$	48,688.64	บาท
ปีที่ 3	รายได้	$1,071,150.08 \times 5\%$	53,557.50	บาท
ปีที่ 4	รายได้	$1,178,265.09 \times 5\%$	58,913.25	บาท
ปีที่ 5	รายได้	$1,296,091.60 \times 5\%$	64,804.58	บาท

รายได้ของธุรกิจร้านกาแฟจากการขายขนม จากการคำนวณในปีที่ 1 จำนวน 44,262.40 บาท ปีที่ 2 จำนวน 48,688.64 บาท ปีที่ 3 จำนวน 53,557.50 บาท ปีที่ 4 จำนวน 58,913.25 บาทและ ปีที่ 5 จำนวน 64,804.58 บาท

5.2 การวิเคราะห์ต้นทุน

5.2.1. วิเคราะห์ต้นทุนการลงทุน

การลงทุนเบื้องต้นสำหรับธุรกิจร้านกาแฟตามรูปแบบข้างต้นประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการลงทุน มีดังนี้

ตารางที่ 26 แสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการลงทุน

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเดือน/หน่วย	ราคารวม
1. เงินประกันล่วงหน้าค่าเช่า 3 เดือน	5,000	3	15,000
2. เงินทุนหมุนเวียน			30,000
3. การจัดตั้งซื้อร้าน			1,000
4. ค่าออกแบบตกแต่งสถานที่			150,000
5. ค่าเครื่องทำกาแฟ	47,500	1	47,500
6. ค่าเครื่องล้างจาน	22,000	1	22,000
7. ค่าอุปกรณ์ภาชนะ			10,380
8. ค่าอุปกรณ์ในการขาย โต๊ะ เก้าอี้			22,500
9. ตู้เย็น	5,500	1	5,500
10. ตู้ใส่ขนมเบเกอรี่	5,000	1	5,000
11. สินค้าคงเหลือ			5,000
12. ค่าวัสดุอุปกรณ์สำนักงาน			3,000
รวม			321,880

ที่มา : จากการคำนวณ

คำนวณส่วนประกอบค่าอุปกรณ์ภาชนะ

- ถ้วยกาแฟ เซรามิกจำนวน 50 ชุดๆ ละ 30 บาท $50 \times 30 = 1,500$
- ถ้วยกาแฟกระดาษสำหรับกาแฟร้อนจำนวน 10 แถวๆ
ละ 100 ใบๆ ละ 1.71 บาท $100 \times 1.71 \times 10 = 1,710$
- ถ้วยกาแฟกระดาษสำหรับกาแฟเย็นจำนวน 10 แถวๆ
ละ 100 ใบๆ ละ 2.67 บาท $100 \times 2.67 \times 10 = 2,670$
- งาน ซ้อน ส้อม จำนวน 50 ชุดๆ ละ 90 บาท $50 \times 90 = 4,500$

รวม (บาท)

10,380

คำนวณเงินประกันล่วงหน้าค่าเช่า

ค่าเช่าคำนวณมาจากอัตราเฉลี่ยของการให้เช่าพื้นที่ขนาด 20 ตารางเมตรของสถานีสวนบริการน้ำมันเซลล์และปตท.ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เฉพาะสถานีบริการที่ประกอบธุรกิจสถานีบริการน้ำมันส่วนตัวไม่ขึ้นกับบริษัทน้ำมัน อัตราค่าเช่าพื้นที่ขนาด 20 ตารางเมตรคำนวณตามอัตราที่ต่ำสุดคือ 5,000 บาท

คำนวณเงินประกันล่วงหน้าค่าเช่า 3 เดือน

ค่าเช่าต่อเดือน	5,000 บาท
ระยะเวลาที่ต้องจ่ายเงินค่าเช่า	3 เดือน
เงินประกันล่วงหน้าค่าเช่า	15,000 บาท

คำนวณส่วนประกอบค่าอุปกรณ์ในการขาย โต้ะ แก้ว

- โต้ะและแก้ว (ชุด)	6 x 3000	=	18,000
- แก้วอีกลม	10 x 450	=	4,500
รวม (บาท)			<u>22,500</u>

จากตารางที่ 26 เงินประกันล่วงหน้าค่าเช่าจำนวน 15,000 บาท เงินทุนหมุนเวียน 30,000 บาท การจัดตั้งซื้อร้านจำนวน 1,000 บาท ค่าออกแบบตกแต่งสถานที่ 150,000 บาท ค่าเครื่องทำกาแฟจำนวน 47,500 บาท ค่าเครื่องล้างจานจำนวน 22,000 บาท ค่าอุปกรณ์ภาชนะจำนวน 10,380 บาท ค่าอุปกรณ์ในการขาย 22,500 บาท ตู้เย็นจำนวน 5,500 บาท ตู้ใส่เบเกอรี่ จำนวน 5,000 บาท สินค้าคงเหลือเช่นเมล็ดกาแฟ น้ำตาล นม วัตถุดิบในการทำกาแฟ น้ำยาทำความสะอาด เป็นต้นจำนวน 5,000 บาท

5.2.2 ประมาณการต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

1. ต้นทุนขายประกอบด้วย

1. ค่าวัตถุดิบ ร้อยละ 25

2. ค่าไฟฟ้า น้ำประปา ร้อยละ 10

(จากการสัมภาษณ์ร้านกาแฟบนโดยได้ใช้ประมาณการต้นทุนตารางที่ 27)

2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

	บาทต่อเดือน	บาทต่อปี
1. ค่าเช่าสถานที่	5,000	60,000

2. ค่าแรงงานพนักงาน			บาทต่อเดือน	บาทต่อปี
- ผู้จัดการ	8,000 บาท x 1 คน	=	8,000	96,000
- พนักงานบริการ	6,000 บาท x 2 คน	=	12,000	144,000
- พนักงานแคชเชียร์	6,500 บาท x 1 คน	=	6,500	78,000
- พนักงานทำความสะอาด	4,000 บาท x 1 คน	=	4,000	48,000
รวม			<u>30,500</u>	<u>366,000</u>

3. ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์

3.1 โฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ 2 สี ดันทุนราคาแผ่นละ 1 บาท (ข้อมูลจากโรงพิมพ์นันท์พินธุ์ ที่ตั้งถนนเชียงใหม่ทางตรง จังหวัดเชียงใหม่)

เดือนมีนาคม- กันยายน ใช้จำนวน 2,000 ใบๆ ละ 1 บาท

$$- 2,000 \times 7 = 14,000$$

เดือนตุลาคม- กุมภาพันธ์ ใช้จำนวน 3,000 ใบๆ ละ 1 บาท

$$- 3,000 \times 5 = 15,000$$

$$\text{รวม} = 29,000 \text{ บาท}$$

เดือนที่ยอดขายไม่ถึง 80 แก้วต่อวันจะมีค่าใช้จ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เพียง 2,000 บาทต่อเดือน ส่วนเดือนที่ยอดขายตั้งแต่ 80 แก้วต่อวันขึ้นไปจะมีค่าใช้จ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ 3,000 บาทต่อเดือน

3.2 การแจกของสมนาคุณจำนวนจากร้อยละ 5 ของยอดขายได้รวม (รายละเอียดการคำนวณอยู่ในการคำนวณประกอบตารางที่ 28)

4. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 3,000 บาทต่อเดือน 36,000 บาทต่อปี

5.2.2.1 ต้นทุนขาย

ตารางที่ 27 แสดงประมาณการต้นทุนขายตลอดโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ขาย	885,248.00	973,772.80	1,071,150.08	1,178,265.09	1,296,091.60
ต้นทุนขาย					
วัตถุดิบ ร้อยละ 25	221,312.00	243,443.20	267,787.52	294,566.27	324,022.90
ค่าน้ำค่าไฟฟ้าร้อยละ 10	88,524.80	97,377.28	107,115.01	117,826.51	129,609.16
รวม	309,836.80	340,820.48	374,902.53	412,392.78	453,632.06

ที่มา : จากตารางที่ 25 ตารางประมาณการยอดขายและการคำนวณ

คำนวณประกอบ

1. วัสดุคืบ

ปีที่ 1	885,248.00	x	ร้อยละ 25	=	221,312.00	บาท
ปีที่ 2	973,772.80	x	ร้อยละ 25	=	243,443.20	บาท
ปีที่ 3	1,071,150.08	x	ร้อยละ 25	=	267,787.52	บาท
ปีที่ 4	1,178,265.09	x	ร้อยละ 25	=	294,566.27	บาท
ปีที่ 5	1,296,091.60	x	ร้อยละ 25	=	324,022.90	บาท

2. ค่าน้ำค่าไฟฟ้า

ปีที่ 1	885,248	x	ร้อยละ 10	=	88,836.80	บาท
ปีที่ 2	973,772.80	x	ร้อยละ 10	=	97,377.28	บาท
ปีที่ 3	1,071,150.08	x	ร้อยละ 10	=	107,115.01	บาท
ปีที่ 4	1,178,265.09	x	ร้อยละ 10	=	117,826.51	บาท
ปีที่ 5	1,296,091.60	x	ร้อยละ 10	=	129,609.16	บาท

จากตารางที่ 27 ประมาณการต้นทุนขาย โดยต้นทุนขายประกอบด้วย วัสดุคืบมีอัตราร้อยละ 25 ของยอดขายและค่าน้ำค่าไฟฟ้ามีอัตราร้อยละ 10 ของยอดขาย

5.2.2.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ตารางที่ 28 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตลอดโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	885,248.00	973,772.80	1,071,150.08	1,178,265.09	1,296,091.60
รายได้จากการขายขนม	44,262.40	48,688.64	53,557.50	58,913.25	64,804.58
รวมรายได้	929,510.40	1,022,461.44	1,124,707.58	1,237,178.34	1,360,896.18
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
เงินเดือน	366,000.00	384,300.00	403,515.00	423,690.75	444,875.29
ค่าเช่า	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00
ค่าโฆษณา	73,262.40	77,688.64	82,557.50	87,913.25	93,804.58
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	36,000.00	39,600.00	43,560.00	47,916.00	52,707.60
รวมค่าใช้จ่าย	535,262.40	561,588.64	589,632.50	619,520.00	651,387.47

ที่มา : จากการประมาณการต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและการคำนวณประกอบ

การคำนวณประกอบ

รายได้จากการขายขนม คำนวณจากร้อยละ 5 ของยอดขาย

ปีที่ 1	885,248.00	x	ร้อยละ 5	=	44,262.40	บาท
ปีที่ 2	973,772.80	x	ร้อยละ 5	=	48,688.64	บาท
ปีที่ 3	1,071,150.08	x	ร้อยละ 5	=	53,557.50	บาท
ปีที่ 4	1,178,265.09	x	ร้อยละ 5	=	58,913.25	บาท
ปีที่ 5	1,296,091.60	x	ร้อยละ 5	=	64,804.58	บาท

เงินเดือน จากประมาณการต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ค่าแรงงานพนักงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในปีถัดไป

ปีที่ 1			30,500.00	x	12 เดือน	=	366,000.00	บาท
ปีที่ 2	366,000.00	+	366,000.00	x	ร้อยละ 5	=	384,300.00	บาท
ปีที่ 3	384,300.00	+	384,300.00	x	ร้อยละ 5	=	403,515.00	บาท
ปีที่ 4	403,515.00	+	403,515.00	x	ร้อยละ 5	=	423,690.75	บาท
ปีที่ 5	423,690.75	+	423,690.75	x	ร้อยละ 5	=	444,875.29	บาท

ค่าโฆษณา จากประมาณการต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์และค่าของสมนาคุณคำนวณจากร้อยละ 5 ของยอดขาย

ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ + ค่าของสมนาคุณ (ร้อยละ 5 ของยอดขาย)

ปีที่ 1	29,000.00	+	885,248.00	x	ร้อยละ 5	=	73,262.40	บาท
ปีที่ 2	29,000.00	+	973,772.80	x	ร้อยละ 5	=	77,688.64	บาท
ปีที่ 3	29,000.00	+	1,071,150.08	x	ร้อยละ 5	=	82,557.50	บาท
ปีที่ 4	29,000.00	+	1,178,265.09	x	ร้อยละ 5	=	87,913.25	บาท
ปีที่ 5	29,000.00	+	1,296,091.60	x	ร้อยละ 5	=	93,804.58	บาท

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด จากประมาณการต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในปีถัดไป

ปีที่ 1						=	36,000.00	บาท
ปีที่ 2	36,000.00	+	36,000.00	x	ร้อยละ 5	=	39,600.00	บาท

ปีที่ 3	39,600.00	+	39,600.00	x	ร้อยละ 5	=	43,560.00	บาท
ปีที่ 4	43,560.00	+	43,560.00	x	ร้อยละ 5	=	47,916.00	บาท
ปีที่ 5	47,916.00	+	47,916.00	x	ร้อยละ 5	=	52,707.60	บาท

จากตารางที่ 29 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประกอบด้วยเงินเดือน ค่าเช่า ค่าโฆษณา ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด โดยในแต่ละปีมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานปีที่ 1 จำนวน 535,262.40 บาท ปีที่ 2 จำนวน 561,588.64 บาท 3 จำนวน 589,632.50 บาท ปีที่ 4 จำนวน 619,520 บาท และปีที่ 5 จำนวน 651,387.47 บาท

5.3 ประมาณการกำไรขาดทุน และกระแสเงินสด

5.3.1 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

1. งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 29 แสดงประมาณการกำไร (ขาดทุน) สุทธิตลอดโครงการ (บาท)

ประมาณการงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า

สำหรับระยะเวลา 5 ปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ขาย(ตารางที่ 25)	885,248.00	973,772.80	1,071,150.08	1,178,265.09	1,296,091.60
ต้นทุนขาย(ตารางที่ 27)	309,836.80	340,820.48	374,902.53	412,392.78	453,632.06
กำไรขั้นต้น	575,411.20	631,488.00	694,636.80	764,100.48	840,510.53
รายได้อื่น	44,262.40	48,688.64	53,557.50	58,913.25	64,804.58
รวมรายได้	619,673.60	680,176.64	748,194.30	823,013.73	905,315.11
ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (ตารางที่ 28)	535,262.40	561,588.64	589,632.50	619,520.00	651,387.47
หักค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นตัวเงิน (ตารางที่ 30)	50,700.00	50,700.00	50,700.00	50,700.00	50,700.00
รวมค่าใช้จ่าย	585,962.40	612,288.64	640,332.50	670,220.00	702,087.47
กำไรขาดทุนก่อนหักภาษี	33,711.20	67,888.00	107,861.80	152,793.73	203,227.64
ภาษี	15,885.31	18,673.84	21,741.23	25,115.35	28,826.89
กำไรสุทธิ(ตารางที่ 29)	17,825.89	49,214.16	86,120.57	127,678.38	174,400.75

ที่มา :	จากตารางที่ 25	ตารางประมาณการยอดขาย
	จากตารางที่ 27	ตารางประมาณการต้นทุนขายตลอดโครงการ
	จากตารางที่ 28	ตารางประมาณการค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานตลอดโครงการ
	จากตารางที่ 29	ตารางประมาณการกำไร (ขาดทุน) สุทธิตลอดโครงการ
	จากตารางที่ 30	ตารางการคำนวณค่าเสื่อมราคา และค่าธรรมเนียมตัดบัญชี

จากตารางที่ 29 การวิเคราะห์กำไร (ขาดทุน) สุทธิตลอดโครงการของธุรกิจร้านกาแฟจากประมาณการ 5 ปี กำไรสุทธิในปีที่ 1 จำนวน 17,825.89 บาท ปีที่ 2 จำนวน 49,214.16 บาท ปีที่ 3 จำนวน 86,120.57 บาท ปีที่ 4 จำนวน 127,678.38 บาท และปีที่ 5 จำนวน 174,400.75 บาท

2. ค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นตัวเงิน

ตารางที่ 30 แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคา และค่าธรรมเนียมตัดบัญชี

ค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าออกแบบสถานที่	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
เครื่องทำกาแฟ	9,500.00	9,500.00	9,500.00	9,500.00	9,500.00
เครื่องล้างจาน	4,400.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00
อุปกรณ์	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00
ตู้เย็น	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00
ตู้ใส่ขนม	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
ค่าเสื่อมราคาสะสม	50,500.00	50,500.00	50,500.00	50,500.00	50,500.00
ค่าธรรมเนียม	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
รวมค่าเสื่อมราคา	50,700.00	50,700.00	50,700.00	50,700.00	50,700.00

ที่มา : จากการคำนวณตามสมมติฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์

หมายเหตุ ค่าเสื่อมราคาภาชนะบรรจุใช้วิธีการเปลี่ยนแทน ไม่มีมูลค่าซาก ซึ่งกิจการจะซื้อใหม่ในเมื่อมีการชำรุด

จากตารางที่ 30 ค่าใช้จ่ายไม่เป็นตัวเงินประกอบด้วยค่าเสื่อมราคาและค่าธรรมเนียมตัดบัญชีของรายการค่าออกแบบสถานที่ เครื่องทำกาแฟ เครื่องล้างจาน อุปกรณ์ ตู้เย็น ตู้ใส่ขนม และ ค่าธรรมเนียม ในปีที่ 1 ถึงปีที่ 5 จำนวน 50,700 บาท

3. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ตารางที่ 31 แสดงอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

เงินได้สุทธิ ระหว่าง	จำนวน เงินได้สุทธิ	อัตรากา ร้อยละ	จำนวน ภาษี	รวม เงินภาษี
0 - 80,000	80,000	0	0	0
80,001 - 100,000	20,000	5	1,000	1,000
100,001 - 500,000	400,000	10	40,000	41,000
500,001 - 1,000,000	500,000	20	100,000	141,000
1,000,001 - 4,000,000	3,000,000	30	900,000	1,041,000
4,000,001 ขึ้นไป		37		

ที่มา : อัตราภาษีของกรมสรรพากรประกาศใช้ในปีพ.ศ. 2546 และพ.ศ. 2547

ตารางที่ 32 แสดงการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ขาย	885,248.00	973,772.80	1,071,150.08	1,178,265.09	1,296,091.60
รายได้อื่นๆ	44,262.40	48,688.64	53,557.50	58,913.25	64,804.58
หักค่าใช้จ่ายเหมาร้อยละ 70	929,510.40	1,022,461.44	1,124,707.58	1,237,178.34	1,360,896.18
หักค่าใช้จ่ายเหมาร้อยละ 70	650,657.28	715,723.01	787,295.31	866,024.84	952,627.32
ลดหย่อนส่วนตัว	278,853.12	306,738.43	337,412.28	371,153.50	408,268.85
ยกเว้น	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
ยกเว้น	248,853.12	276,738.43	307,412.28	341,153.50	378,268.85
ยกเว้น	80,000.00	80,000.00	80,000.00	80,000.00	80,000.00
ยกเว้น	168,853.12	196,738.43	227,412.28	261,153.50	298,268.85
ภาษีเงินได้บุคคลฯ	15,885.31	18,673.84	21,741.23	25,115.35	28,826.89

ที่มา : จากตารางที่ 31 ตารางอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและการคำนวณ

หมายเหตุ : การคำนวณภาษีในส่วนของค่าลดหย่อนข้อมูลส่วนตัวของผู้ประกอบการมีสถานภาพโสด และไม่มีบุตร

จากตารางที่ 32 ธุรกิจร้านค้าแฟคดำเนินการแบบเจ้าของคนเดียว เสียภาษีเงินได้บุคคล โดยในปีที่ 1 จำนวน 15,885.31 บาท ปีที่ 2 จำนวน 18,673.84 บาท ปีที่ 3 จำนวน 21,741.23 บาท ปีที่ 4 จำนวน 25,115.35 บาทและปีที่ 5 จำนวน 28,826.89 บาท

5.3.2 วิเคราะห์กระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ

ตารางที่ 33 แสดงประมาณการกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ขาย	885,248.00	973,772.80	1,071,150.08	1,178,265.09	1,296,091.60
รายได้อื่นๆ	44,262.40	48,688.64	53,557.50	58,913.25	64,804.58
	929,510.40	1,022,461.44	1,124,707.58	1,237,178.34	1,360,896.18
กระแสเงินสดออก					
ต้นทุนขาย	309,836.80	340,820.48	374,902.53	412,392.78	453,632.06
ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	535,262.40	561,588.64	589,632.50	619,520.00	651,387.47
ภาษี	15,885.31	18,673.84	21,741.23	25,115.35	28,826.89
	860,984.51	921,082.96	986,276.26	1,057,028.14	1,133,846.41
กระแสเงินสดสุทธิ	68,525.89	101,378.48	138,431.32	180,150.21	227,049.76

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 33 แสดงกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการของธุรกิจร้านค้าแฟคโดยในปีที่ 1 จำนวน 68,525.89 บาท ปีที่ 2 จำนวน 101,378.48 บาท ปีที่ 3 จำนวน 138,431.32 บาท ปีที่ 4 จำนวน 180,150.21 บาท และปีที่ 5 จำนวน 1,133,846.41 บาท

5.4 วิเคราะห์การคุ้มค่าและผลตอบแทนในการลงทุน

5.4.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) : PB

ตารางที่ 34 แสดงระยะเวลาคืนทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดสุทธิ	68,525.89	101,378.48	138,431.32	180,150.21	227,049.76
กระแสเงินสดสะสม	68,525.89	169,904.36	308,335.69	488,485.90	715,535.66

ที่มา : จากการคำนวณ

การคำนวณระยะเวลาคืนทุน

ปีที่		กระแสเงินสด (บาท)
1	=	68,525.89
2	=	169,904.36
3	=	308,335.69

งบประมาณลงทุน 321,880 บาท

ผลต่างของกระแสเงินสดสะสมระหว่างปีที่ 3 และปีที่ 4

$$488,485.90 - 308,335.69 = 180,150.21 \quad \text{ใช้เวลา 12 เดือน}$$

ผลต่างของกระแสเงินสดสะสมระหว่างปีที่ 3 และงบประมาณเงินลงทุน (จากตารางที่ 26)

$$321,880.00 - 308,335.69 = 13,544.31 = \frac{13,544.31 \times 12}{180,150.21}$$

$$\text{ใช้เวลา} = 0.902 \text{ เดือน}$$

$$= 3 \text{ ปี} + 0.902 \text{ เดือน}$$

ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ คือ 3 ปี 1 เดือน

จากตารางที่ 34 ธุรกิจร้านกาแฟมีระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ 5 ปี แต่เมื่อคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนของธุรกิจจะใช้เวลา 3 ปี 1 เดือน

5.4.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) : NPV

ตารางที่ 35 แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	รวม
กระแสเงินสดสุทธิ	68,525.89	101,378.48	138,431.32	180,150.21	227,049.76	715,535.66
อัตราคิดลด 8%	0.9259	0.8573	0.7938	0.7350	0.6806	
NPV	63,448.12	86,911.77	109,886.79	132,410.40	154,530.07	547,187.14

ที่มา : จากการคำนวณ

เงินลงทุนเบื้องต้น	=	321,880.00	บาท
มูลค่าปัจจุบันสุทธิตลอดโครงการ	=	547,187.14	บาท
NPV สุทธิของโครงการ	=	225,307.14	บาท

จากตารางที่ 35 ธุรกิจร้านกาแฟมีเงินลงทุนในโครงการนี้จำนวน 321,880 บาท เมื่อประมาณการจากกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับตลอด 5 ปี และปรับให้เป็นมูลค่าปัจจุบันแล้ว โดยใช้อัตราคิดลดเท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในท้องตลาดคือประมาณร้อยละ 8 (สอบถามจากพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาสี่แยกสนามบิน) เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2546 ตลอดโครงการจะมีมูลค่า 547,187.14 บาท

5.4.3 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return) : IRR

ตารางที่ 36 แสดงอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ

ระยะเวลา	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลด 35%	NPV	อัตราคิดลด 24%	NPV
ปีที่ 1	68,525.89	0.7407	50,757.13	0.8065	55,266.13
ปีที่ 2	101,378.48	0.5487	55,626.37	0.6504	65,936.56
ปีที่ 3	138,431.32	0.4046	56,009.31	0.5245	72,607.23
ปีที่ 4	180,150.21	0.3011	54,243.23	0.4230	76,203.54
ปีที่ 5	227,049.76	0.223	50,632.10	0.3411	77,446.57
			267,268.13		347,460.13

ที่มา : จากการคำนวณ

อัตราคิดลด	35%	มูลค่าปัจจุบัน	267,268.13	
	24%		347,460.13	
	11%		80,192.00	
		347,460.13 - 321,880.00	$25,580.13 \times 11 =$	3.51
			80,192.00	
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ	=	24+3.51	= ร้อยละ	27.51

จากตารางที่ 36 การลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟระยะเวลา 5 ปี โดยใช้เงินลงทุนทั้งโครงการจำนวน 321,880 บาท จะมีผลตอบแทนจากโครงการอัตราร้อยละ 27.51

ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน

ตารางที่ 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน

รายการ	ค่าที่ได้จากการคำนวณ
ระยะเวลาคืนทุน (PB)	3 ปี 1 เดือน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	225,307.14
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR)	ร้อยละ 27.51

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 37 การวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนทั้ง 3 ด้าน พบว่าร้านกาแฟที่มีการดำเนินงานทางการเงินตามรายละเอียดข้างต้นมีความคุ้มค่าทางการเงิน คือมีระยะเวลาคืนทุนภายในเวลา 3 ปี 1 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิหลังสิ้นสุดโครงการ 5 ปี เท่ากับ 225,307.14 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ คือ ร้อยละ 27.51 ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งปัจจุบันอยู่ในช่วงร้อยละ 8.00 เท่านั้น (สอบถามจากพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาสี่แยกสนามบิน) เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2546