

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟค้อยคำของมูลนิธิโครงการหลวง บริเวณธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่
ผู้เขียน	นายกฤษฎ์ เพ็ญวงษ์ศาสตร์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	รองศาสตราจารย์ สิริเกียรติ รัชชานันติ บทคัดย่อ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟค้อยคำของมูลนิธิโครงการหลวง บริเวณธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟค้อยคำของมูลนิธิโครงการหลวง บริเวณธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร ในการศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชากร ที่เป็นพนักงานของธนาคารและบุคคลทั่วไปที่มาทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคาร จำนวน 400 ราย โดยใช้วิธี การสุ่มแบบสะดวก และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจร้านกาแฟจำนวน 4 รายที่เปิดร้านกาแฟในธนาคารและอาคารสำนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร และข้อมูลจากการวิจัย วารสาร บทความ และสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง นำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และ ด้านการเงิน ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ ด้านการตลาด พบว่า ในบริเวณโดยรอบธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน)สำนักงานใหญ่ มีผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟค้อยคำจำนวน 2 ร้าน และรถเข็นขนาดเล็ก 2-3 ร้าน แต่ในขณะที่ปัจจุบันกระแสการบริโภคกาแฟค้อยคำมีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้คาดการณ์ได้ว่า โอกาสในการเพิ่มร้านกาแฟค้อยคำของโครงการในบริเวณธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) มีความเป็นไปได้ ตามความต้องการของผู้บริโภคในบริเวณดังกล่าว พร้อมทั้งผลการสำรวจความต้องการด้านการตลาดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่

เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31- 40 ปี เป็นพนักงานของทางธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ระดับรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท เครื่องดื่มกาแฟแก้วบดที่ชื่นชอบมากที่สุด จะเป็น กาแฟ คาปูชิโน มีความถี่ในการใช้บริการ โดยเฉลี่ย 4 ครั้ง /สัปดาห์ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 41-50 บาท เวลาที่ใช้บริการมากที่สุดเป็นช่วง 7.00-9.00 น. ส่วนปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการที่สำคัญมากที่สุด เป็นการตกแต่งบรรยากาศร้าน โดยโครงการได้ตกแต่งร้านตามสมัย พร้อมด้วยบรรยากาศภาคเหนือของไทย ส่วนกลยุทธ์ทางการตลาด บริการที่นำมาใช้ในโครงการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์เน้นเมล็ดกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า คุณภาพสูง ด้านราคา ตั้งราคาที่เป็นธรรมเมื่อเทียบกับคุณภาพเครื่องดื่ม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เน้นการขายโดยพนักงานผ่าน เคา์เตอร์และ และการบริการส่ง ให้ลูกค้าภายในอาคาร การส่งเสริมการตลาดให้การใช้ส่วนลด การสะสมจำนวนการซื้อเพื่อแลกของสมนาคุณ และการโฆษณา ด้านบุคลากรเน้นการบริการที่ดีเยี่ยม สุภาพ ด้านกระบวนการบริการ เน้นการให้บริการที่ดีพนักงานสามารถให้ข้อมูลสินค้าให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ด้านสภาพแวดล้อมและการนำเสนอบริการ เน้น ความสะอาดของร้าน และอุปกรณ์ และตกแต่งร้านที่สวยงามเป็นระเบียบ การศึกษาด้านเทคนิค ร้านกาแฟแก้วบดของโครงการ ใช้พื้นที่ 50 ตารางเมตร จัดที่นั่งจำนวน 15 ตัว มีค่าเช่าพื้นที่เดือนละ 25,000 บาท และมีต้นทุนกาแฟต่อแก้วเฉลี่ย 20.75 บาท ส่วนสินค้าอื่นๆที่จำหน่าย จะรับจากมูลนิธิโครงการหลวง ด้านการจัดการ การดำเนินธุรกิจในลักษณะของมูลนิธิ มีหัวหน้าร้าน 1 คน และพนักงานร้าน 2 คน เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 7.00-18.00 น. ทุกวัน ผลการศึกษาด้านการเงิน พบว่า ใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 1,509,000 บาท เป็นเงินของโครงการทั้งหมด มีระยะเวลาในการคืนทุนเวลา 2 ปี 1 เดือน 23 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 1,254,982.67 บาท มีอัตราคิดลด 10 เปอร์เซ็นต์ ผลตอบแทนการลงทุนภายในโครงการ 37 เปอร์เซ็นต์มีดัชนีการทำกำไรกับ 1.83 เท่า ดังนั้นผลการศึกษาที่ได้ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟคั่วบดของมูลนิธิโครงการหลวงในบริเวณธนาคารกรุงไทยจำกัด สำนักงานใหญ่ จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

<b>Independent Study Title</b>	A Feasibility Study of Investment on Doi Kham Coffee Shop by the Royal Project Foundation at Krung Thai Bank Public Company Limited Head Office
<b>Author</b>	Mr. Krit Faungwanishshasas
<b>Degree</b>	Master of Business Administration (Agro-Industry Management)
<b>Independent Study Advisor</b>	Associate Professor Sirikiat Ratchusanti

### **ABSTRACT**

A feasibility study of investment on Doi Kham coffee shop by the Royal Project Foundation at Krung Thai Bank Public Company Limited Head Office was performed. The objective was to investigate the investment possibility of Doi Kham coffee shop in the vicinity of Krung Thai Bank PCL Head Office Watana District, Bangkok. The data was collected from the questionnaires of 400 bank staffs and customers of Krung Thai Bank PCL by convenience sampling and direct interviews. The individual interview was conducted to each of four coffee shop entrepreneurs who set up business within the bank and office building in Bangkok. Further documentation was obtained from related research, journals, articles, and relevant statistics. All these information was analyzed for the investment possibility on four aspects, namely, marketing, technique, management and financial. The main conclusions were as follow.

The analysis results on the feasibility of marketing aspect indicated that eventhough there were 2 fresh grind coffee shops and 2 - 3 coffee carts surrounding Krung Thai Bank PCL, the additional members of coffee vendors might prove to be beneficial. This was evidence from

the current trend of fresh grind coffee consumption which has increased steadily. The anticipation for a new opening of fresh grind coffee shop by the Royal Project Foundation was thus not so far-fetched in response to the need of consumers within the area. In addition, the results of marketing analysis showed that the majority of respondents were male, aged 31 - 40 who worked at Krung Thai Bank PCL with an average monthly income of more than 25,000 Baht. The most popular fresh grind coffee was cappuccino with the service frequency at 4 times per week. These customers spent averagely at 40 - 50 Baht in each visit and appeared the most frequent during 7.00 – 9.00 AM. The most important factor which influenced the decision of the customers on coffee shops selection was the interior decoration. The coffee shop should be decorated with modern North Thai Style. The service marketing mix strategies to be applied included the aspects on (a) product: by using high quality Arabica coffee, (b) price: by setting the price of each drink fairly and based the price on quality of each product, (c) distribution channel: by focusing on counter service and service delivery to customers within Krung Thai Bank PCL building, (d) market promotion: by providing discounts as well as frequent buyer points and awards, (e) staff: by concentrating on service of high quality and politeness, (f) service process: by ensuring that the staffs had service mind and be able to provide correct products information to the customers, (g) environment and service information: by maintaining cleanliness of the shop and equipment as well as beautiful shop decoration atmosphere in an orderly fashion. The results on technical analysis showed that Doi Kham coffee shop should have a floor area of at least 50 m<sup>2</sup>, 15 seats, rental cost at 25,000 Baht/month and the average input coffee cost at 20.75 Baht/cup. The other products to be sold in the shop would be obtained from the Royal Project Funding. The management analysis revealed that the business would be operated in the form of foundation with an organizational structure consisting of one manager and two counter staffs. The shop would open daily from 7.00 a.m. – 6.00 pm. The results of the financial analysis suggested that the coffee shop required an initial investment of 1,509,000 Baht from the Royal Project Funding with the expected payback period of 2 years 1 month and 23 days. The net present value was 1,254,982.67 Baht with 10% depreciation rate, the internal rate of return of 37% and the profitability index of 1.83. Based on these results, the investment on Doi Kham coffee shop by the Royal Project Foundation at Krung Thai Bank PCL Head Office was feasible.