



การศึกษาผลตอบแทนจากการลงทุนของธุรกิจร้านกาแฟ



โดย  
นางสาวเสาวลักษณ์ ปัญงมีดีดี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ  
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2552

การศึกษาค้นคว้าเพื่อตอบแทนจากการลงทุนของธุรกิจร้านกาแฟ



การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ  
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2552

**RETURN ON INVESTMENT OF THE COFFEE SHOP**



**By**  
**Saowarak Panjameeditee**

**A Research Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree**  
**Bachelor of Arts Program in General Business Management**

**Faculty of Management Science**

**SILPAKORN UNIVERSITY**

**2009**

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว  
อนุมัติให้การวิจัยเรื่อง “ผลตอบแทนจากการลงทุนของธุรกิจร้านกาแฟ” เสนอโดย  
นางสาวเสาวลักษณ์ ปัญจมีดิถี มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนา  
ปัญหาทางธุรกิจ ตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการ  
จัดการ

.....  
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์กัญญา)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ .....เดือน.....พ.ศ. ....

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์กัญญา

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

..... ประธานกรรมการ  
(อาจารย์ภาวิณี กาญจนากา)

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์กัญญา) ระดับปริญญาตรี

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์ประพล เปรมทองสุข)

...../...../.....

12490120 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : การลงทุน / กิจการร้านกาแฟ

เสาวลักษณ์ ปัญจมีดิถี : การศึกษาอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนโดยรวมของธุรกิจร้านกาแฟ (RETURN ON INVESTMENT OF THE COFFEE SHOP) อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร. ชรินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ . 30 หน้า.

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงผลตอบแทนจากการลงทุนของร้านกาแฟ โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และศึกษางบการเงินของกิจการร้านกาแฟ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การคำนวณอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน เพื่อหาผลตอบแทนจากการลงทุนในส่วนที่สามารถวัดมูลค่าได้ และการประเมินผลกระทบภายนอกเพื่ออธิบายผลตอบแทนจากการลงทุนที่ไม่สามารถวัดมูลค่าได้

ผลการวิจัย พบว่า

1. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของกิจการร้านกาแฟมีค่าร้อยละ 246.24
2. ผลตอบแทนการลงทุนในส่วนที่ไม่สามารถวัดมูลค่าได้ โดยใช้วิธีการประเมินผลกระทบจากการทำกิจกรรมทางการตลาดของร้านกาแฟ และการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม โดยผลที่ได้ทำให้ยอดขายของร้าน โดยทางร้านมียอดขายสูงขึ้นถึง 50-80%

จากผลการศึกษาข้างต้น ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนาธุรกิจ หรือพัฒนา กิจการในด้านการส่งเสริมการขาย และกิจกรรมทางการตลาด

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา

2552

ลายมือชื่อนักศึกษา .....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

12490120 : MAJOR : GENERAL BUSINESS MANAGEMENT

KEY WORD : INVESTMENT / COFFEE SHOP

SAOWARAK PANJAMEEDITEE : RETURN ON INVESTMENT OF THE  
COFFEE SHOP . RESEARCH ADVISOR : TANINRAT RATTANAPONGPINYO, Ph.D.30 pp.

#### Abstract

The objective of this research is to study return on investment of the coffee shop. Researcher collected the data and studied by interviewing the entrepreneur and studying from financial statement. Researcher use return on investment ratio to measure the return from investing in business. In addition, the researcher also analyze the information by evaluating the external impacts to find out the immeasurable return.

The results of the study are

- 1) The return on investment from the coffee shop is 246.24%
- 2) In the immeasurable return evaluating the impact which causes from marketing activity of the shop affects and in the part of environment assessment its income directly by making higher income up to 50-80%

From above, The entrepreneur can use the research results to develop her business, especially in marketing promotion activities.

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

---

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

Academic Year 2009

Student's signature .....

Research Advisor's signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในกิจการร้านกาแฟ สำเร็จไปได้ด้วยดีด้วยความอนุเคราะห์จากผู้ประกอบกิจการร้านกาแฟ ที่ตลอดเวลาอันมีค่ายังให้การให้ข้อมูลต่างๆ ของ กิจการร้านกาแฟ ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ อาจารย์ที่ปรึกษา วิจัยที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำแนะนำปรึกษา ให้ความรู้ แนวคิด ข้อคิดเห็น ตลอดจนตรวจทานแก้ไขเป็นอย่างดี จึงการศึกษาครั้งนี้สำเร็จไปด้วยดี

ขอบคุณเพื่อนๆ ที่คอยให้คำแนะนำและช่วยเหลือในการทำวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จได้ด้วยดี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
บทที่	
1    บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	2
ขอบเขตการศึกษา .....	2
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	3
นิยามศัพท์ .....	3
2    เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านกาแฟ .....	4
ข้อมูลของร้านกาแฟ .....	6
โครงสร้างต้นทุนร้านกาแฟ .....	7
ทฤษฎีผลตอบแทน .....	8
ผลตอบแทนทางตรง .....	8
ผลตอบแทนทางอ้อม .....	9
การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน .....	10
ความสามารถในการหากำไรที่มีความสัมพันธ์กับยอดขาย.....	10
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน(Return on Investment) .....	11
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนทางการตลาด .....	15
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	16
3    วิธีดำเนินการวิจัย .....	20
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	20
ตัวแปรที่ศึกษา .....	20
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	20
ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	20



บทที่	หน้า	
	ระยะเวลาวิจัยทั้งหมด .....	21
	การวิเคราะห์ข้อมูล .....	21
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	23
	การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดได้ .....	23
	การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดไม่ได้ .....	24
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	28
	สรุปผลการศึกษา .....	28
	อภิปรายผล .....	28
	กระบวนการหาคำตอบ .....	28
	วิธีการที่ใช้ .....	28
	ประเด็น/ปัญหา .....	28
	ผลการวิจัย .....	29
	สิ่งที่ได้จากการวิจัย .....	29
	ความสอดคล้อง/ความขัดแย้งกับงานวิจัยอื่น .....	29
	ข้อเสนอแนะ .....	30
	ข้อเสนอแนะจากการวิจัย .....	30
	ข้อเสนอแนะในการศึกษาต่อไป .....	30
	บรรณานุกรม .....	31
	ประวัติผู้วิจัย .....	32

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันกระแสโลกาภิวัตน์ทำให้ผู้คนต้องแข่งขันกันอยู่ตลอดเวลา รวมถึงต้องแข่งขันทางด้านเวลาอีกด้วย ดังนั้นยิ่งใครสามารถทำงานได้มากกว่าย่อมได้เปรียบคนอื่นๆ ทางเลือกหนึ่งก็คือ วิธีการหาเครื่องดื่มน้ำที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัว เช่น กาแฟ จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่ธุรกิจกาแฟจะเติบโตอย่างสวยงาม ซึ่งสังเกตได้จากตามศูนย์การค้า ดิสเคาน์ส โตร์ ทุกแห่งล้วนมีร้านกาแฟสดมาบริการ ส่วนใหญ่นั้นมีมากกว่าหนึ่งร้าน บางแห่งมีให้เลือกถึง 4-5 ร้านด้วยซ้ำ เช่นเดียวกับริมถนนสายหลักในกรุงเทพฯ ทุกสายล้วนมีร้านกาแฟ ทั้งในรูปแบบ Shop ซึ่งเป็นรูปแบบภัตตาคาร ใช้พื้นที่ตั้งแต่ 50 ตร.ม ขึ้นไป หรือแบบ Corner ซึ่งเป็นร้านกาแฟขนาดกลาง ใช้พื้นที่ประมาณ 6 ตร.ม ขึ้นไป ลักษณะเป็นมุมกาแฟภายในอาคาร ศูนย์การค้า โรงพยาบาล และเป็นแบบรถเข็น ซึ่งเป็นร้านกาแฟขนาดเล็ก ใช้พื้นที่ประมาณ 3 ตร.ม ไม่มีที่นั่งให้ลูกค้า แต่สามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก หากทำเลที่ตั้งได้ง่ายและเข้าถึงตลาดได้ทุกระดับ ร้านกาแฟนั้นมีทั้งแบบแบรนด์ตนเอง และแบบแฟรนไชส์ เนื่องจากร้านกาแฟแต่ละร้านจะมีจุดขายทางการตลาดเป็นของตนเอง เช่น การขายสินค้าและบริการเสริมอื่นๆ เช่น ขนมคุกกี้ แชนดวีซ บางแห่งมีการบริการอินเทอร์เน็ตให้กับลูกค้าด้วย ดังนั้น การแข่งขันในอนาคตรุนแรงขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องสร้างมาตรฐานให้กับสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

ทั้งนี้ จากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟของคนไทยในปี 2548 (ศูนย์วิจัยกิจการไทย 2548) พบว่า มีมูลค่าผลิตภัณฑ์กาแฟในปี 2548 เท่ากับ 2,100 ล้านบาท ซึ่งเป็นปริมาณที่เติบโตมากกว่า 100 เปอร์เซ็นต์จากปี 2545 โดยแบ่งเป็น กาแฟผงสำเร็จรูป 9,300 ล้านบาท กาแฟกระป๋อง 7,000 ล้านบาท และร้านกาแฟฟรีเมียม 4,700 ล้านบาท จากการดื่มกาแฟของคนไทยที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ทำให้นักลงทุนต่างสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟกันมากขึ้น เมื่อพิจารณาเฉพาะร้านกาแฟฟรีเมียม ปริมาณการขายเพิ่มขึ้นอย่างต่ำ 500 ล้านบาทต่อปี ซึ่งถ้าเศรษฐกิจไทยยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ศูนย์วิจัยกิจการไทยได้มีการคาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดจะทะลุระดับ 7,000 ล้านบาทภายในไม่เกิน 5 ปีข้างหน้าอย่างแน่นอน

ร้านกาแฟสดถูกจัดเป็นหนึ่งในธุรกิจของทั้งคนรุ่นใหม่ที่ต้องการมีกิจการส่วนตัวและผู้ประกอบการที่ต้องการลงทุนเพิ่มรายได้ให้กับตัวเอง โดยธุรกิจร้านกาแฟ มีอัตราการเติบโตรวดเร็วอย่างเห็นได้ชัด สาเหตุหลักๆ อาจเนื่องมาจากธุรกิจร้านกาแฟรายใหญ่ๆ จากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ เช่น ชูชูกิ สตาร์บัคส์ สภาพดังกล่าวสร้างความเก็งกำไรและตื่นตัวให้กับวงการธุรกิจร้านกาแฟเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกันกระแสความนิยมการดื่มกาแฟของคนไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมคนไทยนิยมดื่มกาแฟสำเร็จรูปกันเป็นส่วนใหญ่ แต่ในปัจจุบันคนไทยหันมานิยมเข้าร้านกาแฟสดแก้วบดที่มีการตกแต่งร้านให้หรูหราทันสมัย สะดวกสบาย มีบรรยากาศที่รื่นรมย์สำหรับการดื่มกาแฟมากขึ้น

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อาทิ อังคณา คิคकरण (2546) ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนที่ได้รับจากการเปิดร้านกาแฟและ ชลธิรา อินทรเทพ (2548) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกบริโภคกาแฟสดว่ามีปัจจัยใดที่ทำให้คนเลือกบริโภคกาแฟสด เป็นต้น อย่างไรก็ตามสำหรับผู้วิจัยมีความสนใจในเรื่องผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุน โดยจะทำการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของธุรกิจกาแฟซึ่งมีความสำคัญมากต่อการดำเนินงานธุรกิจร้านกาแฟ และผลการศึกษานำไปพัฒนาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการแข่งขัน ก่อให้เกิดผลกำไรมากขึ้น และเพื่อการขยายกิจการในอนาคต

#### วัตถุประสงค์

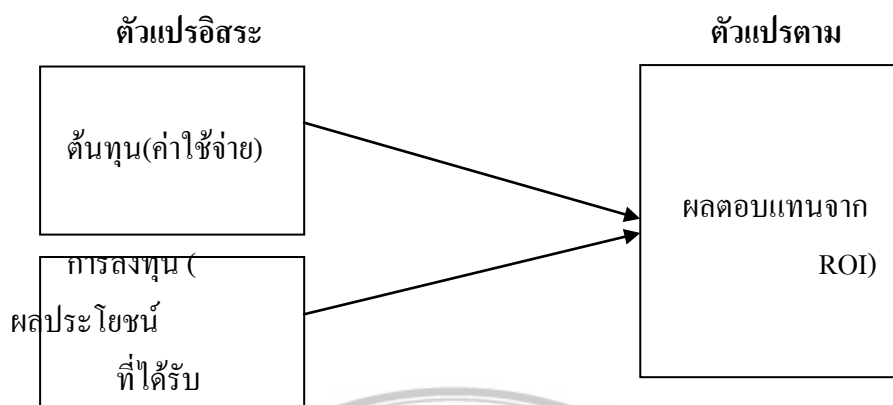
1. เพื่อศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ลักษณะของธุรกิจ และการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสด
2. เพื่อศึกษาถึงผลตอบแทนจากการลงทุนของธุรกิจร้านกาแฟ

#### ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาดำเนินงานของร้านกาแฟ เพื่อศึกษาถึงต้นทุนและการประเมินผลตอบแทนจากการลงทุน โดยศึกษาข้อมูลจากงบการเงินและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านกาแฟ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2552 เป็นระยะเวลา 3 เดือน

#### กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนผลตอบแทนจากการลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟ ทำให้สามารถสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้ คือ



### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ลักษณะของธุรกิจ และการดำเนินงานของธุรกิจร้านกาแฟสด
2. ทราบถึงผลตอบแทนจากการลงทุนของธุรกิจร้านกาแฟ
3. นำผลที่ได้ไปพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพในการแข่งขัน ก่อให้เกิดผลกำไรมากขึ้น และนำไปสู่การขยายกิจการของธุรกิจร้านกาแฟในอนาคต

### นิยามศัพท์

**ผลตอบแทนจากการลงทุน** หมายถึง เครื่องมือที่ใช้สำหรับการพิจารณาผลตอบแทนจากการลงทุน โดยนำกำไรจากการดำเนินธุรกิจมาพิจารณาเปรียบเทียบกับเงินลงทุนในร้านกาแฟ

**กำไรสุทธิ** หมายถึง กำไรของธุรกิจซึ่งเกิดขึ้นหลังจากหักรายจ่ายต่างๆ และภาษีเงินได้ออกจากรายได้ของธุรกิจ

**ต้นทุน/ค่าใช้จ่าย** หมายถึง ค่าใช้จ่ายรวมซึ่งประกอบด้วยค่าใช้จ่ายผันแปรและค่าใช้จ่ายคงที่

**ค่าใช้จ่ายผันแปร** หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่จะเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการจำหน่ายสินค้าหรือบริการของธุรกิจ ถ้าปริมาณการจำหน่ายสินค้าหรือบริการสูงค่าใช้จ่ายผันแปรรวมก็จะสูงตาม

**ค่าใช้จ่ายคงที่** หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระดับการดำเนินงานของธุรกิจ

**ผลประโยชน์ที่ได้รับ** หมายถึง สิ่งที่ได้มาจากการลงทุนซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของตัวเงินหรือไม่ใช่ตัวเงินก็ได้ เช่น กำไร ดอกเบี้ย ค่าทดแทน ความรู้ ความสามารถ ทักษะ เป็นต้น

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ผลตอบแทนจากการลงทุนของธุรกิจร้านกาแฟ ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษาคือ

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านกาแฟ
  - ข้อมูลของร้านกาแฟ
  - โครงสร้างต้นทุนของร้านกาแฟ
2. ทฤษฎีผลตอบแทน
  - ผลตอบแทนทางตรง
  - ผลตอบแทนทางอ้อม
3. การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน
  - ความสามารถในการหากำไรที่มีความสัมพันธ์กับยอดขาย
4. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment)
5. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนทางการตลาด (Marketing Return on Investment)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านกาแฟ

รูปแบบการลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟแบ่งตามลักษณะร้าน ได้เป็น 3 รูปแบบหลักๆ (สมใจ วิริยะบัณฑิตกุล 2548) ดังนี้

1. ร้าน (Shop) เป็นรูปแบบภัตตาคารใช้พื้นที่ตั้งแต่ 50 ตารางเมตรขึ้นไป มีทั้งแบบ Housing ซึ่งอยู่ภายในอาคาร เช่น ห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงาน เป็นต้น หรือแบบ Stand-Alone ที่ตั้งเป็นเอกเทศพื้นที่ส่วนตัว
2. คอนเนอร์ (Corner/Kiosk) เป็นร้านกาแฟขนาดกลาง ใช้พื้นที่ประมาณ 6 ตารางเมตรขึ้นไป ลักษณะเป็นมุมกาแฟ ภายในอาคารสำนักงาน ศูนย์การค้า โรงพยาบาล รวมทั้งตามปั้มน้ำมัน ร้านกาแฟรูปแบบนี้สามารถจัดให้มีที่นั่งรอรับลูกค้าได้จำนวนเล็กน้อยประมาณ 6-10 ที่นั่ง

3. รถเข็น (Cart) เป็นร้านกาแฟขนาดเล็ก ใช้พื้นที่ประมาณ 3 ตารางเมตร ไม่มีที่นั่งให้ลูกค้า สามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก ทำหน้าที่ตั้งได้ง่าย ทำให้เข้าถึงตลาดได้ทุกระดับ รูปแบบของผู้ประกอบการร้านกาแฟในปัจจุบันสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

#### 1. ร้านกาแฟแฟรนไชส์จากต่างประเทศ

ร้านกาแฟส่วนนี้กลุ่มใหญ่จับกลุ่มลูกค้าระดับบน ราคาสินค้าโดยเฉลี่ย 65 บาทขึ้นไป ซึ่งร้านกาแฟสตาร์บัคส์ถือได้ว่าเป็นผู้นำในตลาดนี้ ชูจุดขายความเป็นร้านกาแฟที่คัดสรรคุณภาพวัตถุดิบจากต่างประเทศ แผนการตลาดเน้นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นพับเพื่อให้ความรู้เรื่องต่างๆ เกี่ยวกับกาแฟแก่ลูกค้า สตาร์บัคส์จึงเป็นร้านที่ครองใจผู้บริโภคในตลาดกาแฟระดับบนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งร้านในกลุ่มนี้เปิดบริการในรูปแบบ Shop เป็นส่วนใหญ่

#### 2. ร้านกาแฟต่างประเทศที่ใช้ไทยเป็นฐานสร้างแบรนด์

เพราะมองเห็นศักยภาพในการเติบโต เช่น คอฟฟี่ เวิลด์ คอฟฟี่บีนส์ โดยคอฟฟี่เวิลด์เป็นของนักลงทุนชาวอังกฤษ เข้ามาเปิดตัวในปี พ.ศ.2540 เปิดสาขาแรกที่มหาวิทยาลัย ABAC มุ่งจับกลุ่มนักศึกษาที่มีรายได้สูง จากนั้นได้ขยายสาขาสู่ศูนย์การค้า ขยายตลาดจับกลุ่มนักธุรกิจ พนักงานบริษัทมากขึ้น กาแฟที่ใช้ในร้านมีทั้งกาแฟไทยและกาแฟนำเข้าจากต่างประเทศ จุดขายอยู่ที่กาแฟราคาถูกกว่า โดยราคากาแฟต่อแก้วอยู่ระหว่าง 45-65 บาท ซึ่งต่ำกว่าร้านกลุ่มแรก ส่วนรูปแบบร้านมีทั้งแบบ Shop และ Corner

#### 3. ร้านกาแฟแบรนด์ไทย

ร้านกาแฟรูปแบบนี้มีทั้งรูปแบบร้านแฟรนไชส์ ซึ่งมีร้านเบเกิลแคนยอน ซึ่งเปิดมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 ในรูปแบบร้านกาแฟถึงร้านอาหาร เป็นอีกหนึ่งในตัวอย่างความสำเร็จ จากนั้นมีบ้านไร่กาแฟเป็นผู้ริเริ่มในการเปิดร้านกาแฟล้วนคในสถานบริการน้ำมัน จนประสบความสำเร็จ ส่งผลให้เกิดร้านกาแฟตามปั้มน้ำมันอย่างแพร่หลาย

ส่วนร้านกาแฟแบรนด์ไทยอื่นๆ ประกอบด้วย 94 Coffee , The Coffee Maker ,กาแฟสวัสดิ์กาแฟสดชาวดอย, คอฟแมน หรือน้องใหม่อย่าง The Coffee And Tea ซึ่งจำหน่ายกาแฟที่มีคุณภาพระดับใกล้เคียงกับกาแฟแบรนด์ต่างประเทศ แต่ราคาถูกกว่าระหว่าง 30-65 บาทต่อแก้ว เป็นการขยายฐานลูกค้าเป้าหมายอีกระดับ ซึ่งรูปแบบร้านมีทั้งแบบ Shop และ Corner

#### ประเภทของการจำหน่ายกาแฟ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กาแฟล้วนค คือกาแฟสำหรับตลาดบน เป็นกาแฟเมล็ดที่คั่วแล้ว และนำมาบดขงให้ลูกค้าดื่ม ในการทำธุรกิจตลาดนี้มักใช้ กาแฟสายพันธุ์ อาราบิก้า นำมาคั่วบด ซึ่งจะมีความหอมหวานคืดม ธุรกิจตลาดระดับพรีเมียมนี้เกิดขึ้นเมื่อ 10 ปีที่แล้ว แต่มาในช่วง 4-5 ปีหลังนี้มีการขยายตัวชัดเจนและรวดเร็วมากกว่า 6 เท่าตัว เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2540 ธุรกิจนี้กำลังอยู่ในกระแสนิยมเป็น

แฟชั่น ซึ่งตลาดยังเปิดกว้าง แต่ประเด็นสำคัญสำหรับผู้ที่สนใจธุรกิจนี้จะต้องตระหนักก็คือจำนวนกลุ่มเป้าหมายมีน้อย ซึ่งเป็นกลุ่มคนชั้นกลางขึ้นไป ซึ่งมีเพียงร้อยละ 20 ของประชากร ซึ่งนับว่าเป็นจุดที่มีความเสี่ยงในการลงทุน

2. กาแฟสำเร็จรูป เป็นกาแฟที่ใช้ชงกันตามบ้าน ซึ่งมีการบริโภคกันมากที่สุด ซึ่งกาแฟที่นำมาใช้ในการทำได้แก่ กาแฟโรบัสต้า ซึ่งสามารถปลูกได้ง่ายกว่ากาแฟอาราบิก้าและต้นทุนการผลิตก็ต่ำกว่ากาแฟอาราบิก้ามาก ซึ่งมีรสชาติ ค่อนข้างขมและฝาด มีคาเฟอีนค่อนข้างสูง

3. กาแฟพร้อมดื่ม ได้แก่ กาแฟกระป๋อง

### ประวัติความเป็นมาโดยย่อของธุรกิจร้านกาแฟ

ในยุคปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟกำลังเติบโตได้ดี เนื่องจากกระแสบริโภคนิยมฝั่งตะวันตกเข้ามามีบทบาทกับรสนิยมของผู้บริโภค การบริโภคกาแฟจึงเป็นที่นิยมมากขึ้น ดังนั้นทางร้านจึงได้เล็งเห็นโอกาสในการทำธุรกิจโดยทางร้านเป็นร้านกาแฟอินดี้ตกแต่งสไตล์ที่มีความผสมผสานระหว่าง Art gallery และ Home ทำให้บรรยากาศดูมีความเป็นกันเองเหมือนนั่งพักอยู่ที่บ้าน ภายในร้านจะมีมุมต่างๆที่ตกแต่งด้วยภาพศิลปะสามารถเลือกสรรที่นั่งได้ด้วยตนเอง โดยสถานที่ตั้งของร้านอยู่ที่อาคารพักอาศัย 14 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ศูนย์รังสิต 99 ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี สาเหตุที่เลือกตั้งที่นี่เนื่องจากเป็นแหล่งของนักศึกษาที่มีรายได้ค่อนข้างสูงและนิยมหันมาบริโภคกาแฟสดกันมากขึ้น โดยร้านมีขนาดของพื้นที่ประมาณ 70 ตารางเมตร โดยเปิดให้บริการมาประมาณ 1 ปี โดยทางร้านเปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่ 10.00-22.00 น. โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา บุคลากรและอาจารย์ บุคคลทั่วไป โดยทางร้านมีโต๊ะให้บริการประมาณ 30 ที่ โดยทางร้านได้สร้างจุดเด่นของร้านโดยภายในร้านมีการให้บริการ Wi-Fi Internet และมี UBC เอาไว้รองรับกลุ่มลูกค้า

### ประเภทสินค้าและบริการ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

เครื่องดื่ม	ขนมปังปิ้ง	อาหารว่าง	เบเกอรี่
- กาแฟ	- สังขยา	- คลับแซนวิช	- เค้กต่างๆ
- นม	- พริกเผา+หมูหยอง	- อาหารเช้า	
- สมูตตี้	- แยมส้ม	- ไข่กรอกทอด	
- ชา	- แยมสตอเบอรี่	- บะหมี่	
- น้ำผลไม้	- เนย+นม		

## โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจ

การเปิดร้านกาแฟสักร้านย่อมต้องใช้เงินลงทุน แต่จำนวนเงินลงทุนแตกต่างกันไปตามขนาดของร้าน (ประภาพร รุ่งขจรวงศ์ 2551) การคำนวณเงินลงทุนทั้งหมด สามารถคำนวณได้ดังนี้

เงินลงทุนทั้งหมด = ค่าใช้จ่ายในการเปิดร้าน + เงินทุนหมุนเวียนในช่วง 3-6 เดือน

ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเปิดร้าน = ค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นกิจการ+อุปกรณ์+การติดตั้งภายในร้าน+เคาน์เตอร์บาร์ +การติดตั้งห้องครัว+การตกแต่ง+การซื้อวัตถุดิบเข้าร้านครั้งแรก

ค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นกิจการ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการจ้างพนักงานประจำ, ค่าเช่าก่อนเปิดกิจการ, เงินประกัน เป็นต้น

อุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องชงกาแฟ, เครื่องบดเมล็ด, ภาชนะ เป็นต้น

การติดตั้งภายในร้าน ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ, เครื่องเสียง, เคาน์เตอร์เก็บเงิน

เคาน์เตอร์บาร์ การติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นบริเวณด้านหน้าและด้านหลังเคาน์เตอร์บาร์ เป็นต้น

การติดตั้งห้องครัว มีการจำหน่ายอาหารแบบง่ายๆ ก็มีการติดตั้งอุปกรณ์เครื่องครัวแบบง่ายๆ เช่น กระทะ, ตู้อุ่น เป็นต้น

การตกแต่ง ได้แก่ ค่าออกแบบ, ค่าก่อสร้าง, ป้ายชื่อร้าน, ไฟฟ้า, ของตกแต่ง เป็นต้น

การซื้อวัตถุดิบเข้าร้านครั้งแรก ได้แก่ เมล็ดกาแฟ, น้ำตาล, นมสด, กระดาษทิชชู, ถ้วยกาแฟแบบใช้แล้วทิ้ง เป็นต้น

เงินทุนหมุนเวียนในช่วง 3-6 เดือน = (ค่าใช้จ่ายด้านพนักงาน+ค่าเช่าร้าน+ค่าน้ำ ค่าไฟ + วัตถุดิบต่างๆ เช่น เมล็ดกาแฟ)  $\times$  3-6 เดือน

โดยร้านกาแฟต้องเตรียมเงินทุนหมุนเวียนในช่วง 3-6 เดือนเอาไว้ด้วย เนื่องจากร้าน

กาแฟโดยทั่วไปต้องเปิดกิจการเกินครึ่งปีก่อน จึงจะดูออกว่าประสบความสำเร็จหรือไม่

ผลงานวิจัยฉบับกำไรขาดทุน ระดับปริญญาตรี  
สำหรับเดือน กันยายน 2552

		หน่วย: บาท
	รายได้	139,500
หัก	ต้นทุนขาย	50,600
	กำไรขั้นต้น	88,900
หัก	ค่าใช้จ่าย	
	ค่าเช่าที่	4,000
	ค่า Internet	300
	ค่าโทรศัพท์	200
	เงินเดือนพนักงาน	6,000
	ค่าสาธารณูปโภค	10,000
	กำไรจากการดำเนินงาน	<b>68,400</b>



งบกำไรขาดทุนในเดือนกันยายน ปี 2552 นี้ มีรายได้ 139,500 โดยรายได้หลักมาจากการขายกาแฟ และ เบเกอรี่ ส่วนในเรื่องของค่าใช้จ่ายจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ต้นทุนขาย และ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร โดยต้นทุนขายได้แก่ การซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์ โดยมีรายจ่าย 50,600 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ได้แก่ ค่าเช่าที่ ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าสาธารณูปโภค เงินเดือนพนักงาน โดยมีรายจ่าย 20,500 บาท และในเดือนกันยายนนี้ ร้านกาแฟมีกำไรจากการดำเนินงานทั้งสิ้น 68,400 บาท

งบดุล		
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552		
		หน่วย : บาท
สินทรัพย์		
สินทรัพย์หมุนเวียน		
เงินสด		250,000
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		250,000
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		
ที่ดิน อุปกรณ์		350,000
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น		400,000
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		750,000
รวมสินทรัพย์		1,000,000

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

หนี้สิน		
หนี้สินหมุนเวียน		360,000
รวมหนี้สินหมุนเวียน		
หนี้สินไม่หมุนเวียน		-
รวมหนี้สิน		360,000
ส่วนของผู้ถือหุ้น		
ทุนเรือนหุ้น		640,000
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น		640,000
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		1,000,000

## 2. ทฤษฎีผลตอบแทน (Theory of Benefit)

ผลตอบแทนของโครงการแต่ละโครงการ (สุพนิต ลำดวง 2549) สามารถแบ่งออกได้เป็น

1. ผลตอบแทนทางตรง (Direct Benefit) หรือบางครั้งเรียกว่าผลตอบแทนขั้นต้น (Prima Benefit) หมายถึง มูลค่าสินค้าและบริการที่ผลิตได้โดยตรงจากโครงการ เพื่อให้แก่ระบบเศรษฐกิจ ซึ่งอาจจะแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้ เช่น

- สินค้าเพื่อการบริโภคขั้นสุดท้าย ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อโครงการผลิตสินค้าเพื่อการบริโภค และมีส่วนช่วยเพิ่มอุปทานในสินค้าดังกล่าวให้ระบบเศรษฐกิจ
- สินค้าขั้นกลาง เพื่อการผลิตต่อ และมีส่วนช่วยเพิ่มอุปทานของสินค้านั้นในระบบเศรษฐกิจ
- เงินตราต่างประเทศ เมื่อมีการนำผลผลิตของโครงการส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศหรือเป็นการทดแทนการนำเข้า ไม่ว่าจะผ่านทางตรงหรือทางอ้อม

2. ผลตอบแทนทางอ้อม (Indirect Benefit) หรืออาจเรียกว่า ผลตอบแทนขั้นรอง (Secondary Benefit) หมายถึง มูลค่าของสินค้าและบริการที่ได้รับเพิ่มขึ้นจากกิจกรรมส่วนควบอื่น ๆ หรือเป็นผลตอบแทนที่เกิดขึ้นภายนอกโครงการ บางครั้งผลตอบแทนทางอ้อมอาจเกิดได้จากการประหยัคภายนอก (Externalities) โดยผู้ได้รับผลตอบแทนไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของโครงการเสมอไป อาจจะเป็นบุคคลอื่น ในสังคมที่ได้รับผลตอบแทนร่วมด้วย

การวัดค่าผลตอบแทนและต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย มีอยู่ 3 วิธี (สุพนิต ลำดวง 2549) คือ

1. การหามูลค่าในปัจจุบัน (Net Present Value : NPV)
2. การหาอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)
3. การหาอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit Cost Ratio : B/C Ratio)

### 1. การหามูลค่าในปัจจุบัน (Net Present Value : NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เป็นวิธีหนึ่งในการใช้ในการประเมินโครงการของธุรกิจที่จะลงทุน เป็นการเปรียบเทียบมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดเข้ากับกระแสเงินสดออกของธุรกิจนั้นๆ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ 2546) โดยคิดอัตราส่วนลดตามอัตราผลตอบแทนที่กิจการต้องการหรือตามอัตราราคาของทุน (Cost of Capital) ที่ประมาณไว้กับเงินที่จ่ายลงทุนครั้งแรก

การประเมินตามวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิจะพิจารณาลงทุน หากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของธุรกิจนั้นมีค่าเป็นบวกหรือมากกว่าศูนย์ เพราะแสดงว่าธุรกิจดังกล่าวเป็นธุรกิจที่ได้ผลตอบแทนที่สูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ธุรกิจต้องการ และจะไม่พิจารณาการลงทุนหากมูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่า

เป็นลบ หรือ น้อยกว่าศูนย์ เพราะแสดงว่าธุรกิจดังกล่าวให้ผลตอบแทนที่ต่ำกว่าอัตราผลตอบแทนที่ธุรกิจนั้นต้องการ

สูตรในการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) สามารถแสดงได้ดังนี้

$$NPV = \left[ \sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t} \right] - I$$

NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

$C_t$  = กระแสเงินสดที่ได้รับสุทธิในแต่ละงวด

$r$  = อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการหรือค่าของทุน

$I$  = เงินจ่ายลงทุนเริ่มแรก

$n$  = จำนวนปีทั้งหมด

$t$  = ปีที่ 1 ถึงปีที่  $n$

## 2. การหาอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ( Internal Rate of Return : IRR)

อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (IRR) คือ อัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนที่ได้รับในอนาคตเท่ากับ มูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุนสุทธิของโครงการนั้นพอดี การหาค่า IRR เริ่มจากการหักผลตอบแทนออกด้วยค่าใช้จ่ายเป็นปีๆ ไปตลอดชั่วอายุของโครงการ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลตอบแทนสุทธิตรวมกันแล้วมีค่าเป็น 0 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

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

$B_t$  = มูลค่าของผลตอบแทนของโครงการในปีที่  $t$

$C_t$  = มูลค่าของต้นทุนการดำเนินงานของโครงการในปีที่  $t$

$r$  = อัตราส่วนลดหรือ อัตราดอกเบี้ย

$T$  = ปีของโครงการ คือ ปีที่ 0, 1, 2, 3, ...,  $n$

$N$  = อายุของโครงการ

ปีที่ 0 = ปีที่มีการลงทุนเริ่มแรก

โดยอัตราส่วนลดที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคตเท่ากับ มูลค่าปัจจุบันของต้นทุน (ค่าใช้จ่ายทั้งหมด) ของโครงการนั้นพอดีหรืออัตราส่วนลดที่จะทำให้ ผลรวมของมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 0 ซึ่งอัตราผลตอบแทนภายใน

จากการลงทุน (IRR) ที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจลงทุนจะต้องมีค่าสูงกว่าอัตราดอกเบี้ย หรือสูงกว่า ต้นทุนของเงิน เช่น สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในปัจจุบัน

### 3. การหาอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit Cost Ratio : B/C Ratio)

เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน กับมูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุนและค่าใช้จ่ายในโครงการ ถ้า B/C ratio มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าโครงการให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับที่ลงทุนไป แต่ถ้าค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่า ผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการไม่คุ้มกับเงินลงทุนที่เสียไป โดยสามารถคำนวณหาค่าได้ดังนี้

$$B/C \text{ ratio} = \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน (PVB)}}{\text{มูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่าย (PVC)}}$$

จากการวัดค่าผลตอบแทนจากการลงทุนทั้ง 3 วิธีนั้นถ้าค่า NPV มีค่ามากเป็นบวก แสดงว่าโครงการนี้ควรลงทุนแต่ถ้าค่า NPV มีค่าเป็นลบ แสดงว่าโครงการนี้ไม่ควรลงทุนเพราะผลตอบแทนที่ได้รับน้อยกว่าต้นทุนที่ได้ลงทุนไป ส่วนการหาค่า IRR นั้น กิจการจะตอบรับโครงการลงทุน ถ้าอัตราผลตอบแทนจากโครงการ (IRR) มีค่ามากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ (r) นั่นคือ ตอบรับโครงการลงทุนเมื่อ  $IRR > r$  และค่า B/C Ratio นั้นถ้ามีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าโครงการให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับที่ลงทุนไป แต่ถ้าค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการไม่คุ้มกับเงินลงทุนที่เสียไป

สรุป ในการวัดค่าผลตอบแทนและต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายทั้ง 3 วิธีนั้นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันคือ ค่าที่คำนวณได้นั้นจะต้องมีค่ามากกว่า 1 หรือมากกว่า 0 โครงการนั้นๆ จึงสมควรที่จะลงทุนต่อ แต่ถ้าที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า 0 แสดงว่าโครงการนั้นไม่สมควรที่จะลงทุนต่อ

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

### 3. การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนวัดความสามารถในการหากำไร (Profitability Ratio) คือ อัตราส่วนที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการบริหารงานของธุรกิจว่า สามารถดำเนินงานให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายได้เพียงใด การวัดความสามารถในการหากำไรของธุรกิจนั้นสามารถกระทำได้ ดังนี้

**ความสามารถในการหากำไรที่มีความสัมพันธ์กับยอดขาย**

ความสามารถในการหากำไรที่มีความสัมพันธ์กับยอดขาย คือ การวัดความสามารถในการ

หากำไรจากอัตราส่วนที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของกำไรต่างๆ กับยอดขาย เป็นอัตราส่วนที่คำนวณจากรายการในงบกำไรขาดทุน ได้แก่ อัตราส่วนดังต่อไปนี้คือ

อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) คือ อัตราส่วนระหว่างกำไรขั้นต้นกับยอดขาย  
กำไรขั้นต้น คือ กำไรที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบยอดขายกับต้นทุนขาย ผลลัพธ์

ของอัตราส่วนกำไรขั้นต้นจะบอกให้ทราบว่าธุรกิจมีประสิทธิภาพ ในการบริหารงานด้านการขาย และการจัดซื้อสินค้ามาเพื่อผลิตและเพื่อขายอย่างไร เช่น นโยบายด้านราคา และการจัดซื้อและผลิตสินค้า เป็นต้น ดังนั้น กำไรขั้นต้นสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราส่วนเฉลี่ยของอุตสาหกรรม แสดงว่า มีการบริหารงานที่ดีกว่า

$$\text{อัตรากำไรขั้นต้น} = \frac{\text{ยอดขาย} - \text{ต้นทุน}}{\text{ยอดขาย}}$$

อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) คือ อัตราส่วนระหว่างกำไรสุทธิและยอดขาย  
กำไรสุทธิ คือ กำไรของธุรกิจซึ่ง เกิดขึ้นหลังจากหักรายจ่ายต่างๆ และภาษีเงินได้ออกจากรายได้ของธุรกิจแล้ว ผลลัพธ์ที่ได้จะบอกให้ทราบว่า ธุรกิจมีการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพเพียงใด และธุรกิจสามารถดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจได้เพียงใด ถ้าอัตราส่วนนี้สูง แสดงว่า ธุรกิจมีกำไรสูง ก็จะเพิ่มความมั่นใจให้กับธุรกิจและเจ้าของธุรกิจด้วย

$$\text{อัตรากำไรสุทธิ} = \frac{\text{กำไรหลังหักภาษี}}{\text{ขาย}}$$

ดังนั้น ถ้าพิจารณาอัตราส่วนกำไรขั้นต้นและอัตราส่วนกำไรสุทธิควบคู่กัน จะทำให้สามารถเห็นภาพการดำเนินงานของธุรกิจว่า สามารถบริหารงานมีประสิทธิภาพในทุก ๆ ด้าน มากน้อยเพียงใด ทั้งในด้านของนโยบายราคา การผลิต การจัดซื้อ และการบริหารงานอื่น ๆ อีกด้วย

สรุป ในการประเมินโครงการใดๆนั้นจะต้องดูเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างยอดขายและต้นทุน ซึ่งจะทำให้โครงการนั้นๆทราบถึงกำไรที่ได้รับจากการดำเนินงาน

#### 4. อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Return on Investment : ROI)

ทุกคนล้วนพูดถึง Return on Investment หรือผลตอบแทนจากการลงทุน กฎเกณฑ์ข้อนี้ผูกติดอยู่กับแนวคิดด้านการตลาดอย่างเหนียวแน่น โดยได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในฐานะระบบวัดผลที่สามารถประเมินโปรแกรมการตลาดและการตัดสินใจระดับค่าใช้จ่ายได้อย่างง่ายดาย แต่

ปัญหาที่พบสำหรับการนำค่า ROI มาใช้คือ ค่าผลลัพธ์ที่ได้ไม่สามารถบ่งบอกผลลัพธ์ได้อย่างแม่นยำ เช่น การสร้างแบรนด์ สำหรับหลาย ๆ บริษัทแล้ว แบรนด์คือสินทรัพย์ที่มีค่ามากที่สุด แต่การตัดสินคุณค่าของแบรนด์ในช่วงใดช่วงหนึ่งก็ได้อย่างถูกต้องแม่นยำแทบจะเป็นไปไม่ได้ โดยหลาย ๆ บริษัทพยายามที่จะวัดคุณค่าของแบรนด์ แต่ในความเป็นจริงแล้ว Return on Investment สามารถแบ่งได้เป็น 2 กรณี ด้วยกัน คือ

1. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดได้
2. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดไม่ได้

### 1. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดได้

ในบางครั้งเรียกว่า Earning Power หรือ อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ (Return of Asset) ซึ่งเป็นอัตราส่วนระหว่างกำไรสุทธิหลังหักภาษี กับเงินลงทุน โดยอัตราส่วนนี้จะบอกให้ทราบว่าธุรกิจได้บริหารสินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ คือ กำไรมีประสิทธิภาพเป็นอย่างไร ถ้าอัตราส่วนนี้มีค่าสูงขึ้น แสดงว่าธุรกิจใช้สินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดกำไรมีประสิทธิภาพมาก

$$\begin{aligned} \text{อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน} &= \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษี}}{\text{ขาย}} \times \frac{\text{ขาย}}{\text{เงินลงทุน}} \\ &= \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษี}}{\text{เงินลงทุน}} \end{aligned}$$

โดยถ้าค่าที่ได้เป็นบวก แสดงว่าได้รับกำไรมากกว่าเงินลงทุนทางการตลาดที่ได้ลงทุนไป สมควรแก่การลงทุนในโครงการต่อ ส่วนถ้าค่าที่ได้เป็นลบ แสดงว่าการลงทุนทางการตลาดนั้นไม่คุ้มค่ากับกิจกรรมที่ได้ลงทุนไปไม่สมควรลงทุนต่อ

### 2. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดไม่ได้

ในแง่การลงทุน สำหรับองค์กรแล้วคงไม่มีอะไรสำคัญไปกว่าผลตอบแทนที่ได้ โดยเฉพาะ Return on Investment (ROI) ที่เราวัดกันได้ในแง่กำไรจากเงินลงทุน แต่ในปัจจุบันการวัด ROI นี้อาจหมายถึง Return on Intangible

ROI ในความหมายนี้ เป็นผลตอบแทนที่จับต้องไม่ได้ หรือ Intangible Asset กันมากกว่าตามแนวโน้มของ Knowledge Based Economic ที่แข่งขันกันด้วย ภูมิปัญญา ความรู้ ภาวลักษณะ ฯลฯ บางองค์กรมีการใช้ ROI กับการตลาดที่วัดค่าด้วยภาวลักษณะแทนการวัดค่า จากตัวเลขเหมือนกับ ROI Finance ซึ่งเป็นที่มาของการประชาสัมพันธ์แบรนด์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลตอบแทนที่ได้กลับมาจึงไม่ได้อยู่ในรูปของกำไรแต่เพียงอย่างเดียวแต่ยังมาพร้อมกับการ

ออกแบบ เปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กร การปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ ไปจนถึงการวิเคราะห์กิจกรรมทางการตลาดที่ให้ผลคุ้มค่ากับการลงเม็ดเงินขององค์กรมากที่สุด

แต่ในการประเมินผลนั้นจะมีการทำให้อัตราผลตอบแทนที่วัดไม่ได้ให้อยู่

ในรูปของตัวเลขหรือมีทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายเพื่อให้สามารถนำมาใช้ได้จริงในการปฏิบัติ ดังเช่น การประเมินผลกระทบภายนอกของโครงการที่มีการนำหลักเศรษฐศาสตร์เข้ามาใช้ในการคำนวณ และอธิบายถึงผลที่ได้รับ เช่น เทคนิคการประเมินสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อโครงการที่สำคัญ ได้แก่ COI ซึ่งจะให้ผลลัพธ์ที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของ โครงการและผู้วิเคราะห์ ในการที่จะทำธุรกิจทุกประเภทนั้นจะต้องมีการประเมินผลกระทบของโครงการทั้งภายในเช่น เงินลงทุน สถานที่ตั้ง วัตถุประสงค์ และภายนอกซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ หัวข้อหลักที่ผู้ทำธุรกิจควรคำนึงถึงคือ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมว่าธุรกิจมีดำเนินการที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้านไหนบ้างหรือไม่ ทั้ง แหล่งน้ำ มลภาวะ ดิน เป็นต้น โดยสามารถศึกษาได้จากหัวข้อดังต่อไปนี้

**ความสำคัญของการประเมินผลกระทบภายนอกต่อการวิเคราะห์โครงการ**

ความห่วงใยในสิ่งแวดล้อมจัดเป็นประเด็นปัญหาใหญ่ซึ่งครอบคลุมถึงสุขภาพของประชาชน ความปลอดภัยในที่อยู่อาศัยและทรัพย์สิน การควบคุมดูแลอากาศ น้ำ การจัดการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การนำกลับมาใช้ใหม่ ปัญหาสิ่งแวดล้อมทั้งปวงที่ประเทศพัฒนาแล้วเผชิญอยู่นั้น เกิดจากการที่ประเทศเหล่านี้ได้เห็นปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศกำลังพัฒนาอันเป็นผลมาจากพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรของคนในระบบ การที่จะแก้ไขสภาพแวดล้อมที่ถูกทำลายไปนั้นย่อมเป็นไปได้ยาก (หลุทัย มินะพันธ์ 2544)

เมื่อเป็นเช่นนี้ ในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจึงมีการวิเคราะห์ด้าน

สิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถนำการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ทางเศรษฐศาสตร์มาประยุกต์ได้ใน

กรณีที่จะทำการพิจารณาว่าควรมีหรือไม่มีโครงการใด โดยนำอัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Internal of Return : EIRR) มาเปรียบเทียบกับค่าเสียโอกาสของ

ทุน ทั้งนี้ ต้นทุนและผลประโยชน์ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ต้องรวมถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ด้วย อย่างไรก็ตาม ผลกระทบภายนอกในเชิงลบอันเกิดจากโครงการนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในระยะยาว ซึ่งค่อนข้างยากต่อการประเมินหรือการวัด ทั้งนี้เพราะคำว่าสิ่งแวดล้อม นอกจากจะหมายถึง

ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ ยังรวมถึงการรักษาแหล่งน้ำ ดิน มลพิษ สิ่งเหล่านี้มักมีการประเมินมูลค่าต่ำกว่ามาตรฐานเพราะจัดเป็นสินค้าสาธารณะ ไม่มีราคาตลาด ดังนั้นผลเสียหรือต้นทุนของ

สิ่งแวดล้อมเหล่านี้ที่ถูกทำลายไปจึงยากที่จะประเมินได้ และบางครั้งเป็นไปได้ที่จะประเมินค่า

เป็นตัวเลข ส่วนด้านผลประโยชน์นั้น ในการวิเคราะห์ต้นทุนหรือผลประโยชน์ของโครงการ จะ

ประเมินผลประโยชน์ในรูปของสิ่งที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายซื้อสินค้าและบริการ แม้จะมีความ

พยายามที่จะประเมินมูลค่าของผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับบุคคล ความเหมาะสมของการใช้ความเต็มใจจ่าย เป็นเครื่องวัดผลประโยชน์ที่ได้จากสิ่งแวดล้อมยังถูกจำกัดด้วยปัจจัยหลายประการรวมทั้งหนทางที่จะกระจายความมั่งคั่งของบุคคลหรือส่วนรวมอันเป็นผลมาจากสิ่งแวดล้อมก็เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก

การประเมินผลกระทบภายนอกอันเกิดจากโครงการลงทุน ถูกนำมาใช้ภายใต้สถานการณ์ 2 ลักษณะ ได้แก่

1. สถานการณ์ซึ่งปราศจากความพยายามใด ๆ ที่จะกำหนดระดับที่เหมาะสมของมลพิษที่จะเกิดขึ้นได้ เป็นสถานการณ์ที่ไม่มีความต้องการที่จะวัดมูลค่าของต้นทุนภายนอกหน่วยสุดท้าย(MEC) จึงได้กำหนดมาตรฐานของระดับมลพิษระดับหนึ่งซึ่งอาศัยเกณฑ์สุขภาพเป็นพื้นฐาน และพบว่าวิธีการกำหนดมาตรฐานเป็นวิธีที่ดีที่สุด

2. สถานการณ์ซึ่งมีความพยายามที่จะกำหนดระดับที่เหมาะสมของมลพิษ และได้ผลตามประสงค์ จะกำหนดระดับที่เหมาะสมของมลพิษขึ้นมาเป็นอันดับแรก อาจจะใช้วิธีกะประมาณและจากนั้นทำการกำหนดระดับมาตรฐานของการเกิดภาวะมลพิษหรือมาตรการภาษี ซึ่งจะเห็นได้ว่าการทำเช่นนี้จะต้องรู้มูลค่าผลประโยชน์สุทธิของผู้ผลิตหรือผู้ก่อมลพิษหน่วยสุดท้าย(MNPB)

#### การประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมโดยใช้ Cost of Illness : COI

การประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมโดยใช้ Cost of Illness : COI นั้นสามารถประเมินสิ่งแวดล้อมด้วยวิธีการทางอ้อมได้ ซึ่งกระทำโดยอาศัยข้อมูลทางวิทยาศาสตร์มาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณมลพิษที่บุคคลได้รับกับผลกระทบด้านสุขภาพอนามัยของมนุษย์ ตลอดจนทำการพิจารณาผลกระทบด้านความเป็นอยู่ของประชาชน ในที่นี้จะยกตัวอย่างของโครงการบำบัดน้ำเสีย โดยอธิบายหลักการประเมินพอสังเขป ดังนี้

#### กรณีตัวอย่าง โครงการบำบัดน้ำเสีย

โครงการบำบัดน้ำเสียเป็นโครงการที่สามารถปรับปรุงคุณภาพอนามัยของประชาชนให้ดีขึ้นโดยขจัดมลพิษหรือเชื้อโรคในแหล่งน้ำให้หมดไป มลพิษหรือเชื้อโรคนี้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนทำให้เกิดภาวะเจ็บป่วยด้วยโรคทางเดินอาหาร และเสียชีวิตในที่สุด ซึ่งขั้นตอนในการประเมินผลกระทบของโครงการมีดังนี้

**ขั้นที่ 1** เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโรคต่างๆ ของระบบทางเดินอาหาร อัตราการเจ็บป่วยของแต่ละโรคต่อปี อัตราการตาย ของแต่ละโรคต่อปี ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลแต่ละโรค

**ขั้นที่ 2** ทำการประเมินผลกระทบด้านสุขภาพเป็นตัวเลข เป็นการประเมินผลกระทบด้วยวิธีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับความเจ็บป่วย โดยการประมาณค่าการเปลี่ยนแปลงของจำนวนผู้ป่วยด้วย



โรคต่างๆ เป็นจำนวนวันที่เขาไม่สามารถทำงานได้ ทั้งนี้ค่า COI ประกอบด้วยค่าใช้จ่าย 2 รายการ ดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาลโดยเฉลี่ย
2. ค่าใช้จ่ายในรูปของค่าเสียโอกาสด้านเวลาเช่น อัตราค่าจ้าง ฯลฯ

ค่าเสียโอกาสด้านเวลาในการทำงาน พิจารณาจากอัตราค่าจ้างต่อหัวต่อวัน โดยเฉลี่ยของพื้นที่หรือชุมชนหรือจังหวัด ทั้งนี้การพิจารณาไม่ได้จำกัดเฉพาะบุคคลที่ออกไปทำงานนอกบ้าน แต่ยังรวมถึงผู้ทำงานในบ้านเรือนของตน

ถ้าโครงการบำบัดน้ำเสียสามารถลดค่าใช้จ่ายทั้งสองรายการนี้ได้ ก็ถือเป็นผลประโยชน์ของโครงการด้านหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ค่าที่ประมาณการได้ตามวิธี COI นี้ค่อนข้างต่ำกว่าความเป็นจริง ทั้งนี้เพราะค่าใช้จ่ายทั้งสองรายการที่ประเมินได้นั้นเพียงแสดงจำนวนเงินที่จ่ายจากกระเป๋าของบุคคลเท่านั้น ไม่ได้รวมถึงความสูญเสียด้านจิตใจหรือความทุกข์ของผู้เจ็บป่วยหรือผู้ใกล้ชิด (ผู้ใกล้ชิดอาจต้องหยุดงานเพื่อดูแลผู้ป่วย)

ดังนั้น การดำเนินโครงการลงทุนใดๆ ย่อมจะส่งผลกระทบต่อบุคคล กลุ่มบุคคลหรือสิ่งแวดล้อมภายนอกโครงการ ผลกระทบภายนอกนี้อาจอยู่ในรูปของผลเสียหรือผลประโยชน์ ซึ่งในการวิเคราะห์และประเมินโครงการนั้นผู้วิเคราะห์ควรจะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบภายนอกดังกล่าวให้ได้ครอบคลุมที่สุด และประเมินค่าเป็นตัวเงินเท่าที่จะทำได้ภายใต้ข้อจำกัดด้านเงินทุนและเวลาที่มีอยู่ ข้อมูลเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจว่าจะลงทุนในโครงการที่กำลังพิจารณาหรือไม่ เพราะถึงแม้ว่าโครงการจะให้ผลกำไรที่เป็นตัวเงินสูงก็ตาม แต่ถ้าโครงการส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือผลเสียต่อสังคมโดยรวม ก็อาจทำให้ต้องล้มเลิกโครงการได้ การประเมินผลกระทบภายนอกจะอิงกับฐานทฤษฎีความพอใจส่วนเกินเป็นสำคัญ เทคนิคการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมอันเป็นผลมาจากโครงการที่สำคัญได้แก่ COI ซึ่งจะให้ผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของโครงการและผู้วิเคราะห์ การนำมูลค่าของผลกระทบภายนอกมารวมไว้ในการวิเคราะห์โครงการนอกจากจะทำให้การวิเคราะห์มีความสมบูรณ์แล้ว ยังทำให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนที่วางไว้อีกด้วย

##### 5. อัตราผลตอบแทนการลงทุนทางการตลาด (Marketing Return on Investment)

เป็นที่ประจักษ์กันดีแล้วว่า องค์กรต่างๆ ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของยอดขายมาตั้งแต่อดีตจนถึงในปัจจุบัน แต่ในยุคปัจจุบันการขายสินค้าเพื่อให้ได้กำไรเหมือนในสมัยก่อนนั้นเป็นไปได้ยาก เนื่องจากการแข่งขันที่สูงขึ้น รุนแรงและรวดเร็ว สินค้ามีความแตกต่างกันอย่างมากเพราะเทคโนโลยีตามกันทันได้อย่างรวดเร็ว องค์กรต่างนำเครื่องมือทางการตลาดมาใช้ในการแข่งขัน

เพื่อให้ได้ชัยชนะเหนือคู่แข่ง ทำให้เกิดการใช้ “งบประมาณทางการตลาด” มากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะงบประมาณทางการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ องค์กรต่างๆ มักจ่ายงบประมาณด้านนี้เป็นจำนวนมากเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าขององค์กร ประกอบกับในปัจจุบันต้นทุนของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สูงขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการซื้อสื่อ ในขณะที่องค์กรไม่สามารถตั้งราคาให้สูงได้ เนื่องจากคู่แข่งมักใช้ราคา เป็นเครื่องมือในการแข่งขัน ในขณะที่ผู้บริโภคมักไม่ยอมรับราคาที่สูง ดังนั้นกำไรที่องค์กรได้รับจะเป็น กำไรที่บางมาก องค์กรต่างๆ จึงพยายามที่จะจำกัดงบประมาณทางการตลาด

ROI ทางการตลาดหรือผลตอบแทนจากการลงทุนทางการตลาดหมายถึง การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาด้านทุนของกิจกรรมทางการตลาดเปรียบเทียบกับกำไรที่ได้รับ

ROI ทางการตลาดมีลักษณะเฉพาะ คือ เป็นการพิจารณาจากรายการในงบกำไรขาดทุน เป็นการอุดรูรั่วของถังน้ำ หมายความว่า การใช้งบประมาณทางการตลาดต้องได้ผลคุ้มค่า เปรียบเสมือนการเทน้ำลงในถังที่มีรูรั่ว ย่อมต้องมีน้ำไหลออกไปจากถังทำให้เกิดการเสียหายเปล่า เปรียบเสมือนกับการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า และการวัดความคุ้มค่านอกจากจะเป็นการวัดจากกำไรแล้ว สามารถวัดจากวัตถุประสงค์ทางการตลาดอื่น เช่น จำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นจากการจัดการตลาดเชิงกิจกรรม เป็นต้น

#### การคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุนทางการตลาด

$$\text{อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนทางการตลาด} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{เงินลงทุนทางการตลาด}} \times 100$$

ถ้าค่าที่ได้เป็นบวก แสดงว่าได้รับกำไรมากกว่าเงินลงทุนทางการตลาดที่ได้ลงทุนไปสมควรแก่การลงทุนในโครงการต่อ ส่วนถ้าค่าที่ได้เป็นลบ แสดงว่าการลงทุนทางการตลาดนั้นไม่คุ้มค่ากับกิจกรรมที่ได้ลงทุนไปไม่สมควรลงทุนต่อ

สรุปแล้ว Marketing Return on Investment คือ การพิจารณาความคุ้มค่า ของค่าใช้จ่ายทางการตลาด โดยถ้ากิจกรรมทางการตลาดใดที่ทำให้องค์กรได้กำไรหรือผลตอบแทนในรูปแบบอื่นในอัตราที่สูง กิจกรรมนั้นย่อมเป็นกิจกรรมที่คุ้มค่า กับการลงทุนทางการตลาด ทั้งหมดนี้เป็นกล่าวโดยสรุปในเรื่องของการตัดสินใจขององค์กรต่างๆ ในเรื่องของการวัดผลทางการตลาดว่า สิ่งที่ทำไปนั้นคุ้มค่าหรือไม่และสมควรที่จะทำต่อไปหรือไม่

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**สุพนิต ลำดวง (2549)** ศึกษาเรื่องผลตอบแทนจากการลงทุน(ROI) ของร้าน Set@econ café เป็นการศึกษาความเป็นไปได้และความเหมาะสมของการลงทุนในการดำเนินกิจการร้านกาแฟแห่งนี้ และยังมีการศึกษาถึงแนวโน้มการทำกำไรของกิจการ โดยการสัมภาษณ์สอบถามผู้ประกอบการ พร้อมทั้งข้อมูลด้านต้นทุนและงบกำไรขาดทุนของกิจการ โดยได้มีการทำการศึกษาถึงเรื่องการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของร้านกาแฟ การวิเคราะห์ผลตอบแทนของโครงการ การวิเคราะห์ทางการเงิน ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่ารายได้หลักของร้านมาจากการขายเครื่องดื่มเย็น โดยปริมาณของสินค้าประเภทเครื่องดื่มเย็นที่ขายได้วันละประมาณ 110 แก้วต่อวัน ซึ่งรายได้จะเท่ากับ 1,925 บาทต่อวัน โดยยอดขายรวมของร้านในแต่ละวันประมาณ 3,000 บาทต่อวัน โดยร้านกาแฟแห่งนี้ใช้ระยะเวลาคืนทุนประมาณ 4 ปี และจากผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการนี้เท่ากับ 12.44 % ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในตลาด ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า การลงทุนในร้านกาแฟ Set@econ café มีความเป็นไปได้ เหมาะแก่การลงทุน

**ชลธิรา อินทรเทพ (2548)** ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสด โดยมีวัตถุประสงค์ทางการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสด และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ที่กำลังใช้บริการอยู่ในร้านกาแฟจำนวน 10 ร้าน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ ร้านที่ดำเนินงานเป็นแบบระบบแฟรนไชส์ จำนวน 5 ร้าน และร้านกาแฟสดตราสินค้าท้องถิ่นจำนวน 5 ร้าน ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 ตัวอย่าง โดยผลการศึกษามี 2 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกาแฟสด ผลการศึกษาด้านปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกร้านกาแฟสดพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือรสชาติกาแฟ รองลงมาคือความหลากหลายในรสชาติกาแฟ และคุณภาพสินค้าตามลำดับ ปัจจัยทางด้านราคาพบว่า ผู้บริโภคจะบริโภคราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด ทางด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในรูปแบบของร้านที่มีพนักงานให้บริการเต็มรูปแบบมากที่สุด ปัจจัยทางการส่งเสริมทางการตลาดพบว่า การลด แลก แจก แถม ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แต่จะให้ความสำคัญต่อการได้รับสินค้ารวดเร็วถูกต้องมากที่สุด

**Umar Hamdan (2548)** ศึกษาการวิเคราะห์ผลกระทบจาก กำไรสุทธิต่อหุ้น, ผลตอบแทนจากการลงทุน(ROI)และผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)ในเรื่องมูลค่าส่วนแบ่งกำไรของบริษัทอุตสาหกรรมที่ตลาดหลักทรัพย์จาการ์ตา โดยมีการศึกษาถึงประเภทของบริษัทวิธีที่ใช้เป็นการสุ่มตัวอย่างจากบริษัททั้งหมดจำนวน 155 บริษัท ได้สุ่มตัวอย่างมาจำนวน 30 ตัวอย่าง รูปแบบที่ใช้ในการวิเคราะห์นี้คือการอธิบายและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ การวิจัยพบว่าผลกระทบจากการลงทุน (ROI) ไม่ได้มีผลกระทบต่อกำไรต่อหุ้นของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ แต่

สิ่งที่ส่งผลกระทบต่อราคาต่อหุ้นของบริษัทได้แก่ ผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่มีผลกระทบโดยตรงต่อกำไรต่อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์จาการ์ตา

**อังคณา คิตการงาน (2546)** ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของกิจการร้านกาแฟแห่งหนึ่ง ที่ตั้งอยู่บนถนนศรีดอนไชย อำเภอ เมือง จังหวัด เชียงใหม่ โดยรวบรวมข้อมูลทางการเงินจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ แล้วนำมาประมาณค่าของต้นทุนและผลตอบแทนของกิจการ จากนั้นก็นำเอาข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้วิธีต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์หามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ ( Net Present Value : NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ( Internal Rate of Return : IRR) และผลตอบแทนต่อต้นทุน ( Benefit cost Ratio : B/C Ratio) ซึ่งผลการวิเคราะห์ทางการเงินของกิจการร้านกาแฟ พบว่ามีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในทางเศรษฐศาสตร์



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งได้กำหนดวิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ตัวแปรที่ศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### ข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ด้วยตนเอง และการเก็บข้อมูลจากกรณีศึกษา

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลร้านค้าแฟฟัวไป รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุน ซึ่งได้จากการค้นคว้าจากหนังสือ เอกสาร บทความในนิตยสาร รวมไปถึงข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่กว้างขึ้น

#### ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ผู้วิจัยสนใจมี 2 ตัวแปร ได้แก่

ตัวแปรอิสระ คือ ต้นทุนการลงทุนของกิจการ และผลประโยชน์ที่กิจการร้านค้าแฟฟัวได้รับ

ตัวแปรตาม คือ ผลตอบแทนจากการลงทุนรวมในกิจการร้านค้าแฟฟัว

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาผลตอบแทนจากการลงทุนของร้านค้าแฟฟัว เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและการขอข้อมูลทางด้านงบการเงินและผลตอบแทนที่ได้รับจากการเปิดร้านค้าแฟฟัว

#### ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2552 ถึง วันที่

31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 รวมระยะเวลา 3 เดือน

### GANTT CHART แสดงระยะเวลาวิจัยทั้งหมด

หัวข้อการดำเนินงาน	2009							2010	
	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ
1.หา อ.ที่ปรึกษา	→								
2.หาหัวข้อที่จะศึกษาวิจัย	→								
3.จัดทำบทนำ	→								
4.ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย		→							
5.ศึกษาวิธีการดำเนินงานวิจัย			→						
6.จัดทำผลการวิเคราะห์ข้อมูล				→					
7.สรุปผลการวิจัย					→				
8.ทำเอกสารประกอบการวิจัย							→		
9.สอบวิจัย								→	

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บข้อมูลที่รวบรวมได้จากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ แล้วนำมาวิเคราะห์โดย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุน นำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ของต้นทุนคงที่ ต้นทุนแปรผัน และกำไรของกิจการ เพื่อพิจารณาถึงจุด ณ ระดับดำเนินงานของธุรกิจที่ปริมาณสินค้าหรือบริการของธุรกิจ มีรายได้เท่ากับรายจ่าย

2. การหาอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI)

2.1 การหาอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดได้ โดยใช้ในการคำนวณหาว่าธุรกิจได้มีการบริหารสินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ โดยถ้าค่าของอัตราส่วนนี้มีค่าสูงขึ้น แสดงว่า ธุรกิจใช้สินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดกำไรมีประสิทธิภาพมาก ซึ่งในการคำนวณนั้นสามารถคำนวณได้จากงบกำไรขาดทุนขององค์กร

การวิเคราะห์หาอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสามารถหาได้จากการใช้สูตร

$$\text{อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน} = \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษี}}{\text{เงินลงทุน}}$$

โดยถ้าค่าที่ได้เป็นบวก แสดงว่าได้รับกำไรมากกว่าเงินลงทุนทางการตลาดที่ได้ลงทุนไป สมควรแก่การลงทุนในโครงการต่อ ส่วนถ้าค่าที่ได้เป็นลบ แสดงว่าการลงทุนทางการตลาดนั้นไม่คุ้มค่ากับกิจกรรมที่ได้ลงทุนไปไม่สมควรลงทุนต่อ

2.2 การหาอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดไม่ได้

ในความเป็นจริงนั้นค่าของ ROI ไม่ได้หมายถึงการวัดด้วยตัวเลขเพียงอย่างเดียว แต่ธุรกิจในยุคปัจจุบันมีการแข่งขันที่นอกเหนือจากกำไรที่เป็นตัวเลขเพียงอย่างเดียว แต่

ยังหมายรวมถึงผลตอบแทนที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง แบรินด์ ความรู้ ภูมิปัญญา โดยองค์กรอาจใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ การสร้างเอกลักษณ์ เป็นของตัวเอง ซึ่งทั้งหมดนี้องค์กรจะเน้นในการพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ โดยไม่ได้มุ่งหวังเพียงแต่การทำยอดขายของบุคลากรเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ เพื่อนำไปพัฒนาองค์กรต่อไป ซึ่งวิธีหลังนี้ส่งผลให้องค์กรมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างทวีคูณและมีความยั่งยืนในองค์กร การประเมินผลตอบแทนที่วัดไม่ได้ คือ การประเมินผลกระทบโครงการภายนอก โดยใช้วิธี Cost of Illness : COI ซึ่งเป็นการประเมินแผนการในอนาคตของร้านค้ากาแฟ สถานที่บรรรยากาศภายในร้าน กิจกรรมทางการตลาด นันทนาการ ที่จะส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของผู้บริโภค โดยประเมินจากผลกระทบด้านสุขภาพของผู้บริโภคเป็นหลัก



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

**บทที่ 4**  
**ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากงบการเงินและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านกาแฟ โดย  
ใช้ทฤษฎีผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) มาใช้ในการวิเคราะห์  
ผลการวิจัยสามารถแสดงได้ดังนี้

**เงินลงทุนเริ่มแรกของร้าน จำนวน 1,000,000 บาท ประกอบด้วย**

เงินสด	240,610 บาท
เครื่องทำกาแฟและเครื่องบดกาแฟ	70,000 บาท
เครื่องปั่น	20,000 บาท
เครื่องทำขนมปัง	600 บาท
ตู้เย็น	17,990 บาท
ชิงค์ล้างจาน	1,800 บาท
โต๊ะและเก้าอี้	100,000 บาท
เครื่องปรับอากาศ	96,000 บาท
เครื่องคิดเงิน	6,000 บาท
อุปกรณ์ครัว	5,000 บาท
โทรทัศน์ 32 นิ้ว	14,000 บาท
ตู้แช่เล็ก	28,000 บาท
ค่าตกแต่งร้าน	400,000 บาท
<b>รวม</b>	<b><u>1,000,000</u> บาท</b>

ระยะเวลาคืนทุนของร้านกาแฟ ประมาณ 3 ปี ดังนั้นแสดงว่าในแต่ละเดือนทางร้านจะต้องมีกำไร  
ประมาณเดือนละ  $1,000,000/36 = 27,777.77$  บาทต่อเดือน



### การประมาณผลตอบแทนหรือรายได้ของโครงการ

รายได้หลักของร้านกาแฟได้แก่ เครื่องดื่มและขนมเค้ก

#### การประมาณราคา

##### เครื่องดื่ม

ร้อน	ต้นทุนประมาณ	15 บาท	ขาย แก้วละ	30 บาท	
	เย็น	ต้นทุนประมาณ	20 บาท	ขาย แก้วละ	45 บาท
สมูทตี้	ต้นทุนประมาณ	50 บาท	ขาย แก้วละ	70 บาท	
ปั่น	ต้นทุนประมาณ	35 บาท	ขาย แก้วละ	60 บาท	
ชา	ต้นทุนประมาณ	15 บาท	ขาย แก้วละ	40 บาท	
เครื่องดื่มผสมโซดา	ต้นทุนประมาณ	20 บาท	ขาย แก้วละ	40 บาท	

##### เบเกอรี่

ขนมเค้ก	ต้นทุนประมาณ	20 บาท	ขาย ชิ้นละ	60 บาท
---------	--------------	--------	------------	--------

#### การประมาณยอดขาย

##### เครื่องดื่ม

ราคาเฉลี่ยของเครื่องดื่มประมาณแก้วละ 47.5 บาท โดยมีลูกค้าประมาณ 60 คนต่อวัน

ดังนั้น ยอดขายเครื่องดื่มต่อวัน เท่ากับ  $47.5 \times 60 = 2,850$  บาท

##### เบเกอรี่

ราคาเฉลี่ยของเบเกอรี่ประมาณชิ้นละ 60 บาท โดยมีลูกค้าประมาณ 30 คนต่อวัน

ดังนั้น ยอดขายเบเกอรี่ต่อวัน เท่ากับ  $60 \times 30 = 1,800$  บาท

ทางร้านมียอดขายต่อวันเท่ากับ  $2,850 + 1,800 = 4,650$  บาท

ดังนั้น ในแต่ละเดือนทางร้านจะมีรายได้เท่ากับ  $4,650 \times 30 = 139,500$  บาท

#### การประมาณการค่าใช้จ่ายของร้านกาแฟ

##### ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อเดือน

ค่าเช่าที่	4,000 บาท
ค่าอินเทอร์เน็ต	300 บาท
ค่าโทรศัพท์	200 บาท
ค่าสาธารณูปโภค	10,000 บาท

เงินเดือนพนักงาน	6,000 บาท
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อเดือน	20,500 บาท
ค่าใช้จ่ายหมุนเวียนต่อเดือน	
ภาชนะ(แก้ว,ฝา)	3,000 บาท
กาแฟ	5,100 บาท
น้ำแข็ง	1,000 บาท
ขนมปัง	1,000 บาท
ขนมเค้ก	10,500 บาท
เงินทุนหมุนเวียน	30,000 บาท
รวมค่าใช้จ่ายหมุนเวียนต่อเดือน	50,600 บาท
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	<u>71,100</u> บาท
ดังนั้น ร้านกาแฟจะมีกำไรต่อเดือน $139,500 - 71,100 = 68,400$ บาท	

การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของร้านกาแฟ(Return on Investment : ROI)  
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดได้

$$\text{อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน} = \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษี}}{\text{ขาย}} \times \frac{\text{ขาย}}{\text{เงินลงทุน}}$$

$$= \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษี}}{\text{เงินลงทุน}} \times 100$$

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

$$= \frac{68,400}{27,778} \times 100$$

$$= 2.4624 \times 100$$

$$= 246.24$$

โดยค่าที่ได้มีค่ามากกว่า 1 โดยมีค่าเท่ากับ 246.24 แสดงว่าได้รับกำไรมากกว่าเงินลงทุนทางการตลาดที่ได้ลงทุนไป สมควรแก่การลงทุนในโครงการต่อ

## อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดไม่ได้

**การประเมินผลกระทบโครงการภายใน ได้แก่** เงินลงทุน สถานที่ตั้ง วัดถุดิบ อุปกรณ์ โดยเงินลงทุนนั้นเป็นส่วนของผู้เป็นเจ้าของ สถานที่ตั้งนั้นอยู่ในมหาวิทยาลัย ซึ่งจะให้มีข้อได้เปรียบคือ ค่าเช่าที่ถูกกว่าข้างนอก รวมถึงมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน โดยกลุ่มลูกค้าจัดได้ว่ามีฐานะที่ค่อนข้างดี วัดถุดิบอุปกรณ์ของทางร้านใช้วัดถุดิบที่มีคุณภาพแต่ราคาไม่แพง เมื่อเทียบกับร้านคู่แข่ง โดยเอกลักษณ์ของทางร้านคือการตกแต่งแบบ Art โดยลูกค้าสามารถมานั่งพักผ่อนหลังจากการเรียนได้ โดยทางร้านมีกิจกรรมที่ให้ลูกค้ามาเล่นเพื่อผ่อนคลายความเครียด รวมถึงมีการเปิดเพลงสบายๆ เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาจะมีแต่ความผ่อนคลายและมีความสุข ทำให้ทางร้านมีกลุ่มลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก

จากการที่ทางร้านมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ในเรื่องของการตกแต่งร้าน รวมถึงมีทำเลที่ตั้งที่ดี ใช้วัดถุดิบที่มีคุณภาพ และจากการพิจารณาจากคู่แข่งที่มีคู่แข่งเพียง 1 ร้าน เมื่อเทียบกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าแล้ว ทางร้านสามารถที่จะดำเนินกิจการต่อไปได้

### กิจกรรมทางการตลาด

ทำโปรโมชั่น ชื่อ 1 แกรม 1 ในช่วงเดือนแรกของการเปิดร้าน และมีโปรโมชั่นจะมีเมนูเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นทุกเดือน ทำให้มียอดขายลูกค้าเพิ่มขึ้น 50%

มีการจัดกิจกรรมตามเทศกาลต่าง เช่น วันคริสต์มาส วันวาเลนไทน์ เช่นมีดนตรีคลาสสิก ซึ่งจะมีลูกค้าเพิ่มขึ้นมากกว่าการทำโปรโมชั่น โดยมียอดขายลูกค้าเพิ่มขึ้นประมาณ 80%

### แผนการในอนาคตของร้าน

ประมาณอีก 3 ปีข้างหน้า ทางร้านมีแผนการที่จะขยายสาขาโดยจะขยายร้านให้อยู่ในรูปแบบ Comer กระจายไปตามตึกต่างๆ เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น ซึ่งทางร้านต้องการที่จะอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามากที่สุด ลูกค้าจะได้ไม่ต้องออกไปซื้อกาแฟภายนอกมหาวิทยาลัย ซึ่งอาจจะทำให้ลูกค้าไม่ปลอดภัยและเสียเวลาออกไปซื้อ อาจกล่าวได้ว่าเป็นการลดความเสี่ยงของลูกค้าที่จะต้องออกไปซื้อกาแฟภายนอกมหาวิทยาลัย

เนื่องจากทางร้านกาแฟนั้น จัดว่าเป็นแหล่งนันทนาการแหล่งหนึ่งที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการสามารถผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานหรือการเรียน โดยภายในร้านมีการเปิดเพลง มีเกมส์ให้ลูกค้าเล่น มีโทรทัศน์ให้ชม รวมถึงมีรูปภาพต่างๆ ให้ลูกค้าเดินชมได้ด้วย โดยสินค้าภายในร้านนั้นเป็นสินค้าที่ไม่มีแอลกอฮอล์ แต่เป็นสินค้าประเภท ชา กาแฟ รวมถึงน้ำผลไม้ปั่น ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพของลูกค้า รวมถึงเบเกอรี่ของทางร้านจะเป็นแบบ Low Fat เพราะทางร้านได้คำนึงถึงสุขภาพของลูกค้าเป็นหลัก ดังนั้นกิจการร้านกาแฟไม่ได้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้ร้านกาแฟ สามารถที่จะดำเนินกิจการต่อไปได้

### อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนโดยรวม

เมื่อประมวลผลตอบแทนจากการลงทุนในโครงการกิจการร้านกาแฟ จะเห็นได้ว่าประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1. อัตราผลตอบแทนที่วัดได้ 2. อัตราผลตอบแทนที่วัดไม่ได้ ดังกล่าวข้างต้นและหากพิจารณาจากส่วนที่ 1 ผลตอบแทนในส่วนนี้ถือว่าค่อนข้างสูง และในส่วนที่ 2 ซึ่งเป็นมูลค่าที่เกิดจากการประเมินผลกระทบ แม้ว่าจะไม่สามารถวัดมูลค่าได้อย่างชัดเจน แต่อาจประเมินได้ในระดับหนึ่งว่ามีมูลค่าสูง ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนโดยรวมอยู่ในระดับสูง และเป็นเหตุให้ผู้ประกอบการรายใหม่สนใจจะเข้ามาลงทุนในโครงการ / กิจการนี้

ทั้งนี้เพื่อประเมินผลตอบแทนจากการลงทุนโดยรวม อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) โดยรวมควรจะมีค่ามากกว่าอัตราที่คำนวณได้จากผลตอบแทนจากการลงทุนในส่วนที่วัดเป็นตัวเงินได้ ดังกล่าวแล้ว



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

**บทที่ 5**  
**สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ**

**สรุปผลการศึกษา**

จากผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดได้ และผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดไม่ได้ของกิจการร้านกาแฟ โดยการวิเคราะห์ทางด้านการเงิน สามารถสรุปผลการศึกษาแสดงดังต่อไปนี้

**อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของกิจการร้านกาแฟ**

**อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดได้**

ผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดได้ของกิจการร้านกาแฟนี้เท่ากับ 246.24 % ซึ่งเป็นค่าที่สูง ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า การลงทุนในกิจการร้านกาแฟมีความเป็นไปได้และเหมาะสมแก่การลงทุน

**อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดไม่ได้**

ผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดไม่ได้ของกิจการร้านกาแฟนี้ เป็นมูลค่าที่เกิดจากการประเมินผลกระทบ แม้ว่าจะไม่อาจวัดมูลค่าได้อย่างชัดเจน แต่อาจประเมินได้ในระดับหนึ่งว่ามีมูลค่าสูง โดยดูจากกิจกรรมทางการตลาด และแผนการในอนาคตของร้านกาแฟ

**อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนโดยรวม**

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน โดยรวม อยู่ในระดับสูง และเป็นเหตุให้ผู้ประกอบการรายใหม่สนใจจะเข้ามาลงทุนในโครงการ / กิจการนี้

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

**อภิปราย**

**1. กระบวนการวิจัย**

จากการศึกษาเรื่องผลตอบแทนจากการลงทุนของกิจการร้านกาแฟนั้น วิธีการในการหาคำตอบ ได้แก่ การสัมภาษณ์เจ้าของกิจการร้านกาแฟรวมถึงการดูงบการเงินของร้าน

จากวิธีการที่ใช้ ได้แก่ การสัมภาษณ์และการดูงบการเงินนั้นมีความเหมาะสมกับวิจัยที่ทำการศึกษา เนื่องจากการทำการศึกษาเรื่องอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนนั้นสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ส่วน

ได้แก่ ผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดได้ และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่วัดไม่ได้ ซึ่งใน ส่วนของการศึกษาอัตราผลตอบแทนที่วัดได้นั้น ก็จะใช้วิธีการศึกษาจากงบการเงินของกิจการร้าน กาแฟ ส่วนของการศึกษาอัตราผลตอบแทนที่วัดไม่ได้ นั้นก็จะใช้วิธีสัมภาษณ์ผู้ประกอบการของ กิจการร้านกาแฟเนื่องจากอัตราผลตอบแทนที่วัดไม่ได้ ไม่อาจวัดมูลค่าได้อย่างชัดเจนต้องอาศัย ข้อมูลจากผู้ประกอบการในการนำมาพิจารณาประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นในกิจการร้านกาแฟ สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำวิจัยได้แก่ การศึกษาตัวอย่างร้านกาแฟเพียงรายเดียว ทำให้ข้อมูลที่ได้อาจจะได้เพียงแค่อันเดียวไม่ครอบคลุมทั้งหมด และในการขอข้อมูลการเงินของ กิจการร้านกาแฟนั้นถือว่าเป็นเรื่องที่ยาก และข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และการขอข้อมูลการเงินบางส่วนกับทางร้าน ทำให้ข้อมูลที่ได้อาจจะได้จากร้านกาแฟเพียงร้านเดียว

## 2. ผลการวิจัย

จากการวิจัยทำให้พบว่า ธุรกิจร้านกาแฟสดกำลังเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก มีผู้บริโภคอย่างแพร่หลาย มีผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วภายในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา และจากการประมวลผลโดยวิธีการวัดอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของกิจการร้านกาแฟซึ่งมี ค่าสูงถึง 246.24 ซึ่งจากตัวเลขข้างต้นนี้เป็นแรงดึงดูดใจที่ดีที่เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการสนใจลงทุน ในกิจการ และในส่วนผลตอบแทนที่วัดไม่ได้ นั้นเป็นการประเมินผลกระทบจากการทำกิจกรรม ทางการตลาดของร้าน เช่น ชื้อ 1 แถม 1 หรือการจัดกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ จะส่งผลต่อยอดขาย ของร้านโดยทำให้ทางร้านมียอดขายสูงขึ้นถึง 50-80% นอกจากนี้ยังประเมินได้จากผลกระทบด้าน สิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าและสร้างความเป็นนันทนาการเพื่อให้ลูกค้าที่เข้า มาใช้บริการมีความผ่อนคลายในการเข้ามาในร้านกาแฟ

ความสอดคล้อง/ความขัดแย้งกับงานวิจัยอื่น

งานวิจัยชิ้นนี้มีความ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพนิต ลำดวง ที่ได้มีการศึกษาเรื่องผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ของร้าน Set@econ cafe เป็นการศึกษาความเป็นไปได้และความเหมาะสมของการลงทุนในการ ดำเนินกิจการร้านกาแฟ โดยค่าที่วัดได้นั้นมีค่าที่อยู่ในระดับสูง ทำให้มีผู้ประกอบการสนใจที่จะเข้า มาลงทุนในกิจการร้านกาแฟเพิ่มขึ้น และจากผลการวิเคราะห์ทางการเงินของกิจการร้านกาแฟ พบว่ามีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ส่วนผลตอบแทนที่ประเมินค่าเป็นตัวเงินไม่ได้ได้ยังไม่มีการวิจัยใดที่ทำ เนื่องจากการวัดผลที่วัดเป็นตัวเงินไม่ได้ มีความซับซ้อนและผลที่ได้ขึ้นอยู่กับโครงการแต่ละ โครงการ ทำให้ค่าที่ได้มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะของโครงการ

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1.1 ขอบเขตการศึกษา ควรมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลตอบแทนและต้นทุนของร้านกาแฟ และนำมาคำนวณหาค่า NPV IRR และค่า B/C ratio เพื่อให้เรื่องที่ศึกษามีความละเอียดมากยิ่งขึ้น

1.2 ในการศึกษาวิจัย ควรเน้นการศึกษาเชิงปริมาณในประเด็นการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน โดยมีการสัมภาษณ์และศึกษาจากงบการเงินของร้านกาแฟหลายๆ ร้าน เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

### 2. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการศึกษา ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนาธุรกิจ

หรือ

พัฒนากิจการในด้านการส่งเสริมการขาย และกิจกรรมทางการตลาด

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

### บรรณานุกรม

ชลธิรา อินทรเทพ. “การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสด และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค.”  
วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ , 2548.

ประภาพร รุ่งขจรวงศ์ และคณะ .การสร้างร้านกาแฟอดนิยม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์  
พับลิเคชั่น , 2544 .

มินทร์ อิงค์ชนเส. “ ROI ที่วัดไม่ได้.” บิสิเนสไทย, 8 พฤษภาคม 2550 .

\_\_\_\_\_ . “อย่าวัดความสำเร็จจาก ROI เพียงอย่างเดียว.” บิสิเนสไทย, 4 มีนาคม 2551.

รวี รัตนหัตถ์ . การเงินเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 4 .กรุงเทพมหานคร : บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับ  
ลิชชิ่ง, 2547.

สมใจ วิริยะบัณฑิตกุล.กาแฟอาราบิก. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ อมรินทร์ บুক เซ็นเตอร์, 2548.

สุพนิต ลำดวง. “ ต้นทุนและผลตอบแทนของร้าน set@econ café.” วิทยานิพนธ์ปริญญา  
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย  
เชียงใหม่ , 2549.

หฤทัย มินะพันธ์. หลักการวิเคราะห์โครงการ .กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล  
อมรินทร์ บุก เซ็นเตอร์ , 2551.

อังคณา คิดการงาน . “ การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของกิจการร้านกาแฟ ที่ตั้ง  
อยู่บนถนนศรีดอนไชย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ .” วิทยานิพนธ์ปริญญา  
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย  
เชียงใหม่ , 2546.

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวเสาวลักษณ์ ปัญจมีดิถี

ที่อยู่ 165/97 หมู่ 4 ตำบลบ้านเกาะ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร 74000

## ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2545 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนสมุทรสาครบูรณะ

จังหวัดสมุทรสาคร

พ.ศ. 2548 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนสมุทรสาคร

บูรณะ จังหวัดสมุทรสาคร

พ.ศ. 2552 ศึกษาต่อระดับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ

ทั่วไป มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี