



แผนธุรกิจเรื่อง “ร้านกาแฟสดเดลิเวอรี่”



โดย

นายปฐมพงษ์ จุ้ยศรีแก้ว

นางสาวเขมิกา พงษ์เรือง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 761427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

แผนธุรกิจเรื่อง “ร้านกาแฟสดเดลิเวอรี่”



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 761427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
มีมติอนุมัติให้แผนธุรกิจ“ร้านกาแฟสดเคลีก้า”เสนอโดยนายปฐมพงษ์ จุ้ยศรีแก้วและนางสาวเขมิกา
พงษ์เรือง มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหาธุรกิจ ตาม
หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

.....

(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงษ์ภิญโญ)
หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษา
อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงษ์ภิญโญ)

..... / /

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

..... / /

..... กรรมการ

(อาจารย์ภาวิณี บรรลือพรศักดิ์)

..... / /



12500066, 12500788: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ/ ร้านกาแฟสดเดลิเวอรี่

กกดกกดกกด ปฐมพงษ์ จุ้ยศรีแก้ว และ เขมิกา พงษ์เรือง: ร้านกาแฟสดเดลิเวอรี่ อาจารย์ที่ปรึกษา:
อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต. 71หน้า.

บทคัดย่อ

กกดกกดกกด ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟสดถือได้ว่าเป็นธุรกิจยอดนิยมธุรกิจหนึ่งและตลาดยังมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากปัจจุบันผู้คนดำเนินชีวิตอยู่ภายใต้ความเร่งรีบและการแข่งขันตลอดเวลาทำให้มีความต้องการสิ่งที่จะช่วยกระตุ้นร่างกายให้สดชื่นและพร้อมต่อการทำงานหรือการทำกิจกรรมระหว่างวันมากขึ้น สิ่งหนึ่งที่ช่วยได้คือกาแฟนั่นเองและเนื่องจากกลุ่มลูกค้าจากเดิมเป็นนักธุรกิจและนักท่องเที่ยว แต่ปัจจุบันมีหลากหลายมากขึ้น มีการขยายไปสู่กลุ่มคนทำงาน นักเรียนนักศึกษา และกลุ่มคนเหล่านี้ได้หันมาเข้าร้านกาแฟที่สะดวกที่มีการตกแต่งร้านที่ทรูหรา ทันสมัย สะดวกสบาย อีกทั้งยังมีบรรยากาศที่รื่นรมย์สำหรับการดื่มกาแฟมากยิ่งขึ้น

กกดกกดกกด จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้นายภูริช พรหมศิริผู้ก่อตั้งร้านกาแฟสดเดลิเวอรี่ ได้เล็งเห็นถึงโอกาส และมองเห็นปัจจัยแห่งความสำเร็จว่าในบริเวณพื้นที่ตั้งร้านกาแฟสดเดลิเวอรี่อยู่ในย่านชุมชน และมีหน่วยงานราชการต่างๆ ติดกับถนนนนทบุรี ซึ่งมีคนสัญจรผ่านไปมาเป็นจำนวนมาก แต่ในบริเวณก็ยังไม่มีย่านร้านกาแฟสดขนาดใหญ่เปิดให้บริการ

กกดกกดกกด ต่อมาในปีพ.ศ.2554 นายภูริช พรหมศิริได้เปลี่ยนให้นางสาวเขมิกา พงษ์เรืองผู้เป็นหลานสาวเข้ามาเป็นเจ้าของกิจการแทนตนเอง และเธอได้เริ่มต้นลงทุนในกิจการใหม่ทั้งหมด โดยได้มีการกำหนดนโยบายและดำเนินกลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วนและกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีราคาที่เหมาะสม

กกดกกดกกด ผลการดำเนินงานของกิจการเป็นดังนี้ ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงของกิจการ เริ่มต้นได้ลงทุน 1,200,000บาท มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ NPVเท่ากับ 2,969,760.94บาท มีอัตราผลตอบแทนภายในIRR เท่ากับ 87% และมีระยะเวลาในการคืนทุนเพียง 1ปี

คณะวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา 1..... 2.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยได้รับความดูแลเอาใจใส่ จากอาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต อาจารย์ที่ปรึกษาในการทำแผนธุรกิจ ที่กรุณาเสียสละเวลาในการให้ คำปรึกษาและแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ผู้จัดทำรู้สึกซาบซึ้งในความเอื้อ ออาทร รวมทั้งขอขอบพระคุณ คุณภุญญา พรหมศิริ ที่ให้ความรู้ ข้อมูล คำแนะนำ ในเรื่องการประกอบ ธุรกิจร้านค้าแฟสดเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณ เจ้าของร้านค้าแฟสดชาวคอย สาขาหอสมุด มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่ได้ให้ความรู้ และข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องกาแฟสด ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการตรวจสอบแผนธุรกิจทุกท่านที่เสียเวลาในการตรวจสอบ และให้ความรู้ ซึ่งนำมาสู่การแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อความถูกต้องของเนื้อหาให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณลูกค้าร้านค้าแฟสดเดลิเวอรี่ทุกท่านสำหรับการให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ สอบถามข้อมูลต่างๆ

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ให้ความห่วงใยและให้ความอนุเคราะห์ในเรื่องค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังเป็นแรงบัลดาลใจสำคัญให้มีความอดทนในการทำงานจนสำเร็จสมบูรณ์ และขอขอบพระคุณเพื่อนๆสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป ชั้นปีที่ 4 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่ให้ความช่วยเหลือจนทำให้แผนธุรกิจนี้เสร็จสมบูรณ์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทสรุปผู้บริหาร..... | ก |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ง |
| สารบัญตาราง..... | ช |
| สารบัญภาพ..... | ฉ |
| บทที่ | |
| 1 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ..... | 1 |
| 2 ประวัติความเป็นมาธุรกิจ..... | 2 |
| ก ประวัติความเป็นมาของกิจการ..... | 2 |
| ข แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ..... | 2 |
| ค การเปลี่ยนแปลงของกิจการ..... | 3 |
| ด ข้อมูลกิจการ..... | 3 |
| ด ประวัติของเจ้าของกิจการ..... | 4 |
| 3 ผลิตภัณฑ์..... | 7 |
| ก รายละเอียดผลิตภัณฑ์..... | 7 |
| 4 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด..... | 10 |
| ก สถานะอุตสาหกรรม..... | 10 |
| ข สถานะตลาด..... | 11 |
| ค การแบ่งส่วนการตลาด..... | 12 |
| ด แนวโน้มทางการตลาด..... | 14 |
| ด ตลาดเป้าหมาย..... | 15 |
| ลักษณะลูกค้า..... | 15 |
| ค สภาพการแข่งขัน..... | 15 |
| ค การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ..... | 18 |
| ค สินค้าและบริการ..... | 20 |

| บทที่ | | หน้า |
|-------|---|------|
| 5 | แผนบริหารจัดการ..... | 21 |
| | ก ก ก ก ข้อมูลธุรกิจ..... | 21 |
| | ก ก ก ก วิสัยทัศน์..... | 23 |
| | ก ก ก ก พันธกิจ..... | 23 |
| | ก ก ก ก เป้าหมายทางธุรกิจ..... | 23 |
| | ก ก ก ก นโยบายการจ่ายเงินปันผล หรือการแบ่งผลประโยชน์..... | 24 |
| 6 | แผนการตลาด..... | 25 |
| | ก ก ก ก เป้าหมายทางการตลาด..... | 25 |
| | ก ก ก ก การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย..... | 25 |
| | ก ก ก ก กลยุทธ์ทางการตลาด..... | 25 |
| 7 | แผนการผลิต..... | 29 |
| | ก ก ก ก สถานที่ประกอบการในการผลิต..... | 29 |
| | ก ก ก ก เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต..... | 30 |
| | ก ก ก ก ข้อมูลการผลิต..... | 32 |
| | ก ก ก ก รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต..... | 32 |
| | ก ก ก ก ขั้นตอนการผลิต..... | 33 |
| 8 | แผนการเงิน..... | 34 |
| | ก ก ก ก ประมาณการในการลงทุน..... | 34 |
| | ก ก ก ก ประมาณทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา..... | 35 |
| | ก ก ก ก ประมาณการในการขายสินค้ารายเดือน..... | 38 |
| | ก ก ก ก ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า..... | 52 |
| | ก ก ก ก ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง..... | 59 |
| | ก ก ก ก ประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนการขายสินค้า..... | 62 |
| | ก ก ก ก ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย..... | 63 |
| | ก ก ก ก ประมาณการงบกำไรขาดทุน..... | 64 |
| | ก ก ก ก ประมาณการงบกระแสเงินสด..... | 65 |
| | ก ก ก ก ประมาณการงบดุล..... | 66 |
| | ก ก ก ก การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน..... | 67 |

ผลงานวิจัยที่ศึกษาระดับปริญญาตรี

| บทที่ | หน้า |
|----------------------|------|
| 9 แผนฉุกเฉิน..... | 68 |
| บรรณานุกรม..... | 69 |
| ประวัติผู้ศึกษา..... | 70 |



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 1 | แสดงขั้นตอนการเริ่มดำเนินงานภายหลังการเปลี่ยนแปลง..... | 6 |
| 2 | มูลค่าตลาดกาแฟตั้งแต่ปี 2545 – 2548..... | 14 |
| 3 | แสดงการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง..... | 16 |
| 4 | ตารางการวิเคราะห์SWOT Analysis วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน..... | 18 |
| 5 | ตารางการวิเคราะห์SWOT Analysis วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก..... | 19 |
| 6 | แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ..... | 22 |
| 7 | แสดงราคาสินค้าของร้านกาแฟสดเดลิเก้..... | 26 |
| 8 | แสดงเครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิต..... | 30 |
| 9 | รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต..... | 32 |
| 10 | ต้นทุน โครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน..... | 34 |
| 11 | ประมาณสินทรัพย์ในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา..... | 35 |
| 12 | ประมาณการในการขายสินค้ารายเดือน..... | 38 |
| 13 | ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า..... | 52 |
| 14 | ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง..... | 59 |
| 15 | ประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนการขายสินค้า..... | 62 |
| 16 | ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย..... | 63 |
| 17 | ประมาณการงบกำไรขาดทุน..... | 64 |
| 18 | ประมาณการงบกระแสเงินสด..... | 65 |
| 19 | ประมาณการงบดุล..... | 66 |
| 20 | การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน..... | 67 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|---|------|
| 1 | กาแฟเอสเปรสโซ อิลลี่, เคล็ก้า (ร้อน)..... | 7 |
| 2 | กาแฟอเมริกาโน อิลลี่, เคล็ก้า (ร้อน)..... | 8 |
| 3 | กาแฟลาเต้ อิลลี่, เคล็ก้า (ร้อน)..... | 8 |
| 4 | กาแฟลาเต้ อิลลี่, เคล็ก้า (เย็น)..... | 8 |
| 5 | กาแฟคาปูชิโน อิลลี่, เคล็ก้า (ร้อน)..... | 8 |
| 6 | กาแฟคาปูชิโน อิลลี่, เคล็ก้า (เย็น)..... | 8 |
| 7 | กาแฟมอคค่า อิลลี่, เคล็ก้า (ร้อน)..... | 9 |
| 8 | กาแฟมอคค่า อิลลี่, เคล็ก้า (เย็น)..... | 9 |
| 9 | ไอศกรีม iberry..... | 9 |
| 10 | แผนที่ตั้งร้านกาแฟสดเคล็ก้า..... | 29 |
| 11 | ภาพถ่ายสถานที่ประกอบการ..... | 30 |

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

ก ก ก ก ก ก ก เป็น การ นำ เสน อ แผน ธุ ร กิ จ นี้ ต่ อ ธ น า ค ร หรือ ส ถ า บั น ก ร เ ฉิ น ต่ า ง ๆ โดย มี วัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อนำมาสนับสนุนแผนธุรกิจ
2. เพื่อขอรับการสนับสนุนทางด้านสินเชื่อจากธนาคารเป็นจำนวน 500,000 บาท
3. เพื่อเป็นแนวทางในวางแผนการจัดการทรัพยากรในการดำเนินการพัฒนากิจการในอนาคต
4. เพื่อช่วยลดความเสี่ยงอันจะเกิดจากปัจจัยภายในและภายนอกในการดำเนินกิจการ
5. เพื่อช่วยในการประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายและช่วยกำหนดทิศทางที่ชัดเจนในการนำไปสู่ความสำเร็จของกิจการในอนาคต

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

ความเป็นมาของธุรกิจ

ประวัติความเป็นมาของกิจการ

ร้านกาแฟสดเคลิซ่าเป็นร้านกาแฟสดขนาดใหญ่หรือที่เรียกกันว่าร้านกาแฟพรีเมียมได้ถูกจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2551 ในรูปแบบ Stand - Alone ที่ตั้งเป็นเอกเทศในพื้นที่ส่วนตัว โดยนายภูริช พรหมศิริด้วยทุนจัดตั้งเริ่มต้น 1,000,000 บาท ณ 138/10 ถ.นนทบุรี ต.เมืองท่าทราย อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000 ซึ่งตั้งอยู่ในย่านชุมชนใกล้กับสนามบินน้ำ จังหวัดนนทบุรี บริเวณโดยรอบจะประกอบไปด้วยหมู่บ้านจัดสรร กองสลาก สำนักงานป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติและกฎหมาย (ปปช.) และกระทรวงพาณิชย์

แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

เนื่องด้วยภายหลังช่วงพฤษศรธุรกิจฟองสบู่แตกในปีพ.ศ.2540 เป็นต้นมา ธุรกิจร้านกาแฟพรีเมียมก็ถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากนักลงทุนทั้งในและนอกประเทศ ซึ่งมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเติบโตของตลาดธุรกิจการค้กาแฟที่มีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปีควบคู่ไปกับพฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยที่มีความต้องการบริโภคกาแฟสดเพิ่มขึ้น โดยลูกค้าเหล่านี้พร้อมที่จะจ่ายเงินเพื่อแลกกับคุณภาพ และจากการที่กลุ่มลูกค้าที่จากเดิมเป็นนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวนั้นแต่ปัจจุบันมีหลากหลายมากขึ้นมีการขยายไปสู่กลุ่มคนทำงาน นักเรียน นักศึกษา ที่เริ่มหันมาดื่มกาแฟเพื่อความบันเทิง สนุกสนาน มีชีวิตชีวาอีกด้วย ซึ่งจากการคาดการณ์ของบริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้คาดว่ามูลค่ารวมของตลาดร้านกาแฟพรีเมียม จะมีปริมาณการขายเพิ่มขึ้น อย่างต่ำ500ล้านบาทต่อปี เริ่มจาก 3 ,000ล้านบาทในปีพ.ศ.2545 เพิ่มขึ้นเป็น 3 ,500ล้านบาทในปีพ.ศ.2546 ขยับเป็น4 ,000ล้านบาทในปีพ.ศ.2547 และเพิ่มขึ้นถึง 4,700ล้านบาทในปีพ.ศ.2548 จนมาถึงในปีพ.ศ.2550 มูลค่าตลาดของร้านกาแฟพรีเมียมอยู่ที่ 5,100ล้านบาท และยังมีแนวโน้มที่จะขยับเพิ่มขึ้นต่อไปอีก อีกทั้งสัดส่วนกำไรของการดำเนินธุรกิจ ยังมีอัตราที่สูงและคุ้มค่ากับการลงทุน โดยสัดส่วนกำไรขั้นต่ำของกาแฟต่อแก้ว ระหว่างราคาขายกับต้นทุน เมล็ดกาแฟ กรณียังไม่นำมาใช้จ่ายส่วนต่างๆ เช่น ค่าพนักงาน ค่าเช่าพื้นที่ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ เป็นต้น ที่สูงถึง100 % เช่น กาแฟสดถ้วยบดซึ่งขายแก้วละ 35 – 45 บาทต่อแก้ว ต้นทุน

วัตถุประสงค์อยู่ไม่เกิน 20บาทต่อแก้ว เป็นต้น

จากเหตุผลข้างต้นผู้จัดตั้งจึงได้ตัดสินใจ จัดตั้งร้านกาแฟสดเดลิเวอรี่ขึ้นเพื่อทำตามความ
 ฝันที่ต้องการมีธุรกิจขนาดย่อม เป็นร้านกาแฟที่เป็นของตนเองและเพื่อสนองตอบต่อโอกาสทาง
 การตลาดของธุรกิจการค้ากาแฟที่กำลังขยายตัวอย่างมากและต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง
 คือกลุ่มลูกค้า และคอกาแฟในประเทศที่กำลังเพิ่มมากขึ้นควบคู่กันไป รวมไปถึงผู้ประกอบการค้า
 วัตถุประสงค์หรือผู้ผลิตกาแฟในประเทศนั้น ได้รับการสนับสนุนจากโครงการหลวงต่างๆ ทางภาคเหนือ
 นั้น เช่น กาแฟดอยยาว กาแฟดอยช้าง เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่ามีคุณภาพดี เป็นที่ยอมรับจากทั้งในและ
 นอกประเทศ และยังได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน ส่งผลให้การหาวัตถุดิบที่ดีและมีคุณภาพมาใช้
 ในการสนองความต้องการของลูกค้าทำได้ง่ายอีกด้วย

การเปลี่ยนแปลงของกิจการ

ในปีพ.ศ.2553นายภูริชญ พรหมศิริได้เริ่มทำธุรกิจอื่นควบคู่ไปกับการจัดการบริหารร้าน
 กาแฟสดเดลิเวอรี่แห่งนี้ไปพร้อมๆกันทำให้ไม่มีเวลาบริหารและดูแลกิจการร้านกาแฟสดเดลิเวอรี่
 ด้วยตนเองทำให้ยอดขายของร้านลดลงถึงขั้นขาดทุนแต่เนื่องด้วยนางสาวเขมิกา พงษ์เรืองผู้เป็น
 หลานสาวของนายภูริชญ พรหมศิริได้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ
 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป เอกการจัดการธุรกิจขนาดย่อม มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขต
 สารสนเทศเพชรบุรี ทำให้นายภูริชญ พรหมศิริได้ตัดสินใจยกกิจการให้นางสาวเขมิกา พงษ์เรือง โดย
 เธอได้เริ่มลงทุนใหม่ทั้งหมดโดยใช้ทุนเริ่มต้น 1,200,000บาท อีกทั้งยังได้ขายสินทรัพย์เดิมบางส่วน
 ของกิจการ ทำให้มีรายได้พิเศษ 900,000บาท และยังสามารถชักชวนเพื่อนของตนเองให้เข้ามาเป็น
 หุ้นส่วนอีกด้วย

ข้อมูลกิจการ

รายชื่อหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น และสัดส่วนการถือครอง

| | |
|--|------|
| นางสาวเขมิกา พงษ์เรือง สัดส่วนการถือครอง | 50 % |
| นางสาวอรณา พงษ์เรือง สัดส่วนการถือครอง | 25% |
| นายปฐมพงษ์ จุ้ยศรีแก้ว สัดส่วนการถือครอง | 5% |
| นายชาคริต ทองโอ สัดส่วนการถือครอง | 5% |
| นายเป็นต่อ เจริญทอง สัดส่วนการถือครอง | 5% |
| นายชเนศ เหลืองประเสริฐ สัดส่วนการถือครอง | 5% |
| นายปวิวัติ เข้มทอง สัดส่วนการถือครอง | 5% |

ประวัติของเจ้าของกิจการ**อันดับที่ 1**

นางสาวเขมิกา พงษ์เรือง

การศึกษา

ปีพ.ศ.2547 – 2549 ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนสายปัญญาในพระบรมราชินูปถัมภ์

ปีพ.ศ.2550 ระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ

(การจัดการธุรกิจทั่วไป) มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประสบการณ์การทำงาน

ปีพ.ศ.2553 โรงงานยาสูบกระทรวงการคลัง นักศึกษาฝึกงานฝ่ายทรัพยากรบุคคล

อันดับที่ 2

นางสาวอรณา พงษ์เรือง

การศึกษา

ปี พ.ศ.2544 – 2546 ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนสายปัญญาในพระบรมราชินูปถัมภ์

ปี พ.ศ.2550 ระดับปริญญาตรี บริหารศาสตรบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และ

การบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประสบการณ์การทำงาน

ปีพ.ศ.2550 บริษัท สหฟาร์ม จำกัด พนักงานฝ่ายบัญชีและการเงิน

ปีพ.ศ.2551 ร้านกาแฟสดเดลิโก้ พนักงานขาย และ พนักงานบัญชี

อันดับที่ 3

นายปฐมพงษ์ จุ้ยศรีแก้ว ศึกษานิเทศก์ ระดับปริญญาตรี

การศึกษา

ปี พ.ศ.2547 – 2549 ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี

ปี พ.ศ.2553 ระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ

(การจัดการธุรกิจทั่วไป) มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประสบการณ์การทำงาน

ปีพ.ศ.2549 บริษัท เดอะมอลล์ จำกัด (มหาชน) พนักงานขาย (ชั่วคราว)

ปีพ.ศ.2553 ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) นักศึกษาฝึกงานฝ่ายบริหารอาคารและสถานที่

อันดับที่ 4

นายชาคริต ทองโอ

การศึกษา

ปี พ.ศ.2547 – 2549 ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนลาดปลาเค้าวิทยา

ปี พ.ศ.2553 ระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ

(การจัดการธุรกิจทั่วไป) มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประสบการณ์การทำงาน

ปีพ.ศ.2553 ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) นักศึกษาฝึกงานฝ่ายพิจารณาสินเชื่อ

ปีพ.ศ.2553 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) พนักงานขาย (ชั่วคราว)

อันดับที่ 5

นายเป็นต่อ เจริญทอง

การศึกษา

ปี พ.ศ.2547 – 2549 ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี

ปี พ.ศ.2553 ระดับปริญญาตรี นิติศาสตรบัณฑิต คณะนิติศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประสบการณ์การทำงาน

ปีพ.ศ.2553 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) นักศึกษาฝึกงานฝ่ายกฎหมาย

อันดับที่ 6

นายชเนศ เหลืองประเสริฐ

การศึกษา

ปี พ.ศ.2542 – 2544 ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญ

ปี พ.ศ.2548 ระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์

(ภาษาอังกฤษ

) มหาวิทยาลัยมหิดล

ประสบการณ์การทำงาน

ปีพ.ศ.2544 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) พนักงานขาย (ชั่วคราว)

ปีพ.ศ.2547 โรงพยาบาลธนบุรี 2 นักศึกษาฝึกงานฝ่ายธุรการ

อันดับที่ 7

นายปฏิวัติ เข้มทอง

การศึกษา

ปี พ.ศ.2542 – 2544 ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยา

ปี พ.ศ.2548 ระดับปริญญาตรี คุรุศาสตรบัณฑิต คณะคุรุศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประสบการณ์การทำงาน

ปีพ.ศ.2547 โรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี นักศึกษาฝึกงานฝ่ายวิชาการ

ตารางที่ 1 แสดงขั้นตอนการเริ่มดำเนินงานภายหลังการเปลี่ยนแปลง

| | รายการการดำเนินงาน | ระยะเวลาดำเนินงาน | ระยะเวลาที่แล้วเสร็จ |
|---|---|------------------------------|---|
| 1 | ศึกษาข้อมูลทางการตลาดในพื้นที่ตั้งกิจการ | 2 เดือน | 12 ตุลาคม 2553 – 10 ธันวาคม 2553 |
| 2 | ทำการตกแต่งร้านและติดตั้งอุปกรณ์ภายในร้านใหม่ | 1 เดือน | 11 ธันวาคม 2553 – 9 มกราคม 2554 |
| 3 | ติดต่อ Suppliers ในการสั่งซื้อวัตถุดิบ | 1 เดือน | 10 มกราคม 2554 – 12 กุมภาพันธ์ 2554 |
| 4 | ออกแบบแบรนด์ และบรรจุภัณฑ์ พร้อมสั่งทำ | 2 สัปดาห์ | 13 กุมภาพันธ์ 2554 – 29 กุมภาพันธ์ 2554 |
| 5 | รับสมัครพนักงานพร้อมอบรม และตรวจสอบความพร้อมเรียบร้อยอย่างถี่ถ้วน | 1 เดือน | 1 มีนาคม 2554 – 31 มีนาคม 2554 |
| 6 | เปิดให้บริการ | | 1 เมษายน 2554 |
| | รวมระยะเวลาทั้งสิ้น | 5 เดือน 2 สัปดาห์ | |

บทที่ 3 ผลิตภัณฑ์

รายละเอียดผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟสดเดลิซ่า มีอยู่ด้วยกัน 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์หลักเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์เสริม โดยสินค้าหลักก็คือกาแฟสด ซึ่งผลิตมาจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงภายในประเทศและยังได้มีการนำเข้าจากต่างประเทศอีกด้วย โดยเมล็ดกาแฟที่ใช้ในการผลิตนั้น เป็นเมล็ดกาแฟคั่ว สายพันธุ์อาราบิก้า 100% นำเข้ามาจากประเทศอิตาลี ยี่ห้ออิลลี่ (illy) และเมล็ดกาแฟสดที่มีคุณภาพสูงไม่แพ้กัน จากภาคเหนือของประเทศไทย กาแฟคั่วไทย ซึ่งเมล็ดกาแฟทั้งสองยี่ห้อนี้เป็นเมล็ดกาแฟคั่วที่ได้คุณภาพ เมื่อนำมาชงเป็นเครื่องดื่มแล้ว จะให้ความรู้สึกนุ่มนวล ละมุนละไม มีกลิ่นหอม และมีสีน้ำตาลเข้ม โดยกาแฟที่ผลิตจากเมล็ดกาแฟสดอิตาลีจะมีราคาค่อนข้างสูงกว่ากาแฟที่ผลิตจากเมล็ดกาแฟคั่วไทย กิจกรรมที่ต้องการใช้กาแฟอิลลี่ในการตอบสนองลูกค้าระดับบน และใช้กาแฟคั่วไทยในการตอบสนองลูกค้าระดับปานกลาง นอกจากนี้ทางกิจการยังได้มีผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทอื่นไว้ให้บริการกลุ่มลูกค้าที่ไม่นิยมดื่มกาแฟสดอีกด้วย เช่น ชาประเภทต่างๆ ช็อกโกแลตร้อน เป็นต้น ส่วนผลิตภัณฑ์รอง ได้แก่ ขนมปังปิ้ง และไอศกรีม iberry หลากรสชาติไว้บริการแก่ลูกค้าที่อาจจะไม่นิยมการดื่มกาแฟสดแต่ชื่นชอบในบรรยากาศร้านกาแฟสดอีกด้วย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพถ่ายหรือตัวอย่างผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 1 กาแฟเอสเพรสโซ อิลลี่, เดลิซ่า (ร้อน)



ภาพที่2 กาแฟอเมริกาโน่ อิลลี่, เกล็ดกาแฟ (ร้อน)



ภาพที่3 กาแฟลาเต้ อิลลี่, เกล็ดกาแฟ (ร้อน)



ภาพที่4 กาแฟลาเต้ อิลลี่, เกล็ดกาแฟ (เย็น)



ภาพที่5 กาแฟคาปูชิโน่ อิลลี่, เกล็ดกาแฟ (ร้อน)



ภาพที่6 กาแฟคาปูชิโน่ อิลลี่, เกล็ดกาแฟ (เย็น)



ภาพที่7 กาแฟมอคค่า อิลลี, เกล็ดกาแฟ (ร้อน)



ภาพที่8 กาแฟมอคค่า อิลลี, เกล็ดกาแฟ (เย็น)



ภาพที่9 ไอศกรีม iberry

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

สภาวะอุตสาหกรรม

ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟสดถือได้ว่าเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีความน่าสนใจและกำลังเป็นที่นิยมของนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้เนื่องมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความเปลี่ยนแปลงไปในการบริโภคกาแฟ โดยผู้บริโภคหันมาใส่ใจถึงคุณภาพ ความสด รสชาติ และที่มาของกาแฟมากยิ่งขึ้นทำให้ธุรกิจร้านกาแฟสดเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่เติบโตอย่างรวดเร็ว และจากที่กลุ่มลูกค้าจากเดิมที่เคยเป็นนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวนั้น แต่ปัจจุบันมีหลากหลายมากขึ้นมีการขยายไปสู่กลุ่มคนทำงาน นักเรียน นักศึกษา ที่เริ่มหันมาดื่มกาแฟเพื่อความบันเทิง การพบปะสังสรรค์ สนุกสนาน มีชีวิตชีวา และกลุ่มคนเหล่านี้ได้หันมาเข้าร้านกาแฟคั่วบดที่มีการตกแต่งร้านที่หรูหรา ทันสมัย สะดวกสบาย มีบรรยากาศที่รื่นรมย์สำหรับการดื่มกาแฟมากขึ้น

จากปัจจัยต่างๆดังที่กล่าวข้างต้นจะทำให้เห็นได้ว่าธุรกิจร้านกาแฟสดได้มีการขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว และอาจถือได้ว่าเป็นธุรกิจยอดนิยมของนักธุรกิจหน้าใหม่ที่ต้องการมีธุรกิจเป็นของตนเอง ซึ่งจะเห็นได้จากปัจจุบันมีร้านกาแฟสดเกิดขึ้นมากมายโดยมีรูปแบบการดำเนินกิจการที่แตกต่างกันออกไป ทั้งที่เป็นธุรกิจในลักษณะที่เป็นส่วนบุคคลมีเจ้าของคนเดียว หรือธุรกิจใน

ลักษณะที่เป็นนิติบุคคลในรูปของบริษัท และรวมไปถึงที่อยู่ในรูปของบริษัทสาขาหรือแฟรนไชส์อีกด้วย โดยการตั้งกิจการร้านกาแฟสดนั้นสามารถจัดตั้งได้ 3 รูปแบบตามขนาดของร้าน ดังนี้ 1. ร้านกาแฟสดขนาดเล็ก 2. ร้านกาแฟสดขนาดกลาง และ 3. ร้านกาแฟสดขนาดใหญ่ (พรีเมียม)

จะเห็นได้ว่าธุรกิจร้านกาแฟสดมีการเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 มาจนถึงปัจจุบัน การแข่งขันของผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่มีค่อนข้างสูง ซึ่งการที่ผู้ประกอบการจะสามารถดำเนินกิจการของตนเองให้ประสบความสำเร็จได้นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ทำเลที่ตั้ง ผลิตภัณฑ์ บริการ เป็นต้น กิจการที่ประกอบการมาเป็นระยะเวลานาน

อาจมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง แต่ถึงอย่างไรก็ไม่แน่นอนเสมอไป ถ้าหากร้านกาแฟสดนั้นไม่มีการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการของตนเองอย่างต่อเนื่องแล้วก็จะอาจจะประสบความสำเร็จล้มเหลวได้ อีกทั้งนักธุรกิจมือใหม่ถ้าหากต้องการประกอบกิจการร้านกาแฟสดแล้วขาดการศึกษาข้อมูลที่ดีและมากเพียงพอแล้วนั้นก็อาจจะประสบความสำเร็จล้มเหลวในการประกอบกิจการนี้ได้เช่นเดียวกัน

สภาวะตลาด

ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าธุรกิจร้านกาแฟสดมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง และเนื่องจากการเข้ามาลงทุนของร้านกาแฟชื่อดังของต่างประเทศ เช่น สตาร์บัค , คอฟฟี่ เวิร์ล, โอ บอง แปง, เมสโซ เป็นต้น ทำให้ตลาดกาแฟสดในประเทศไทยถูกกระตุ้นและมีความคึกคักขึ้นทำให้นักลงทุนชาวไทยก็ได้จัดตั้งธุรกิจร้านกาแฟสดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดด้วยเช่นเดียวกันภายใต้แบรนด์ของคนไทย เช่นร้านแบล็กแคนยอน , บ้านไร่กาแฟ, คาเฟ่ ดิโอโร้, Caffe D'Lanna, Post Café เป็นต้น โดยมีการแบ่งสัดส่วนทางการตลาดออกเป็นร้านกาแฟที่เป็นแบรนด์ต่างชาตรี้อยละ60และร้านกาแฟที่เป็นแบรนด์คนไทยร้อยละ40 และยังมีปัจจัยอื่นๆสนับสนุนอีกหลายประการด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเติบโตของตลาดธุรกิจการค้ากาแฟที่มีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี ควบคู่ไปกับพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟของคนไทยหรือคอกาแฟทั้งหลายที่มีความต้องการบริโภคกาแฟสดมากขึ้น โดยลูกค้าเหล่านี้พร้อมที่จะจ่ายเงินเพื่อแลกกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

การแข่งขันทางการตลาดของร้านกาแฟสดที่เป็นร้านกาแฟพรีเมียมในปัจจุบันมีด้วยกันหลายรูปแบบ โดยรูปแบบร้านกาแฟพรีเมียมในปัจจุบันมีการตั้งกิจการเพื่อการบริหารใน 4 ลักษณะ คือ 1. คอฟฟี่คอนเนอร์ (Coffee Corner) ซึ่งร้านกาแฟสดในลักษณะนี้จะจำหน่ายกาแฟเป็นเมนูหลักและอาหารว่างอื่นเป็นตัวเสริม 2. ควิกเรสตอรัองด์ (Quick Restaurant) ร้านกาแฟลักษณะนี้จะขายกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุมลูกค้ากลุ่มครอบครัวโดยการเสนอบริการในรูปแบบภัตตาคาร 3. คอฟฟี่คอนเนอร์แอนด์สแนกบาร์ (Coffee Corner and Snack Bar) โดยจะเน้นการจัดจำหน่ายกาแฟควบคู่ไปกับเบเกอรี่ มีทำเลที่ตั้งตามอาคารสำนักงาน และ 4. บูทหรือร้านจำหน่ายกาแฟเล็กๆ (Shop) โดยเน้นการจำหน่ายกาแฟสด และเครื่องดื่มประเภทอื่นๆไปพร้อมกัน ซึ่งร้าน

กาแฟพรีเมียมแต่ละลักษณะจะมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง และปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมาย

จากการวิเคราะห์สภาวะตลาดและการสำรวจพื้นที่ ตำบลเมืองท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี พบว่ายังไม่มีร้านกาแฟสดขนาดใหญ่(พรีเมียม)เปิดให้บริการ ทำให้ผู้ประกอบการ เล็งเห็นโอกาสในการเปิดร้านกาแฟสดขนาดใหญ่ขึ้นในพื้นที่ดังกล่าว

การแบ่งส่วนการตลาด

การแบ่งส่วนการตลาดโดยใช้ STP – Marketing

Segmentation

Market Segmentation ของธุรกิจร้านกาแฟสดสามารถแบ่งตามลักษณะ ประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดังนี้

แบ่งตามอายุของลูกค้า ได้แก่ กลุ่มที่1 อายุต่ำกว่า 18ปี กลุ่มที่2 อายุระหว่าง 18 – 25ปี กลุ่มที่3 อายุระหว่าง 26 – 35ปี กลุ่มที่4 อายุมากกว่า 35ปี

แบ่งตามอาชีพของลูกค้า ได้แก่ นักเรียน /นักศึกษา รัฐบาล พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ และผู้ที่ประกอบอาชีพอื่นๆ

แบ่งตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้แก่ กลุ่มที่1 ต่ำกว่า 5,000บาท กลุ่มที่2 5,000 – 10,000 บาท กลุ่มที่3 10,001 – 20,000บาท กลุ่มที่4 20,001 – 30,000บาท กลุ่มที่5 30,001 – 40,000บาท กลุ่มที่6 มากกว่า 40,001บาท

แบ่งตามภูมิศาสตร์ ได้แก่ลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ใน ตำบลเมืองท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

แบ่งตามพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ ลูกค้าที่นิยม และชื่นชอบในการดื่มกาแฟสด

Targeting

การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมายของร้านกาแฟสดดีลิค้ำ โดยการใช้กลยุทธ์ 6W's 1H's

Who constitutes the market? ใครคือตลาดเป้าหมาย?

เป็นลูกค้าที่มีพฤติกรรมในการบริโภคกาแฟสด

Who does the market buy? ลูกค้าเป้าหมายซื้ออะไร?

ลูกค้าเป้าหมายซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นเครื่องดื่มที่ผลิตจากกาแฟหรืออื่นๆของร้านกาแฟสดคิลิก้า

Why does the market buy? ทำไมลูกค้าถึงซื้อสินค้า?

เพราะลูกค้ามีความต้องการในการบริโภคผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟสดคิลิก้า

Who participates in the buying? ใครบ้างที่มีส่วนร่วมในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค?

ผู้มีส่วนร่วม คือ คนที่มีพฤติกรรมบริโภคผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟสดคิลิก้า ร่วมกับลูกค้าที่เป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์นั้น เช่น คนในครอบครัวญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก เป็นต้น

When does the market buy? ผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์ของกิจการเมื่อไร?

ผู้บริโภคจะซื้อเมื่อมีความต้องการบริโภคกาแฟสดหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆของร้านกาแฟสดคิลิก้า

Where does the market buy? ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าที่ไหน?

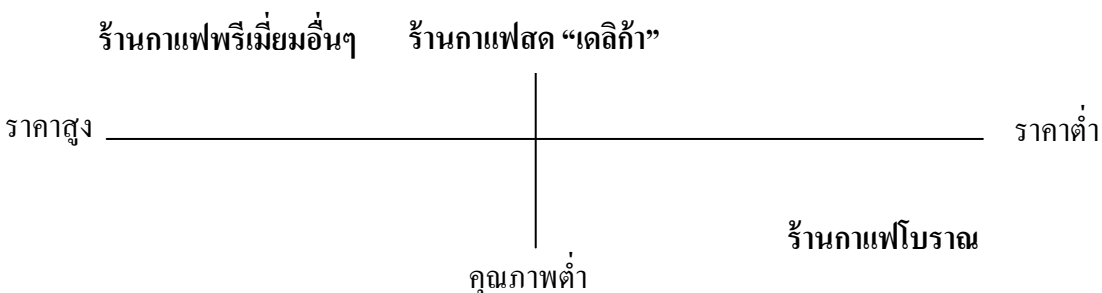
ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าโดยตรงจากร้านกาแฟสดคิลิก้า

How does the market buy? ลูกค้าซื้อสินค้าอย่างไร?

กระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟสดคิลิก้า คือ เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์กับร้านกาแฟสดคู่แข่ง

Positioning

ตำแหน่งของร้านกาแฟสด “คิลิก้า” คุณภาพสูง



ภาพที่ 10 ตำแหน่งทางตลาดของร้านกาแฟสดคิลิก้า

แนวโน้มทางการตลาด

ตลาดธุรกิจร้านกาแฟสดในปัจจุบันยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีอัตราการขยายตัวสูง ซึ่งเป็นผลมาจากการแข่งขันระหว่างธุรกิจร้านกาแฟรายใหญ่ๆ จากต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย ทำให้การธุรกิจร้านกาแฟสดในเมืองไทยเกิดความคึกคักขึ้น อีกทั้งยังเป็นการปลูกกระแสให้คนที่ชอบดื่มกาแฟหรือคอกาแฟให้หันมาดื่มกาแฟสดมากขึ้นด้วย

จากการคาดการณ์ของ บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด คาดการณ์ว่ามูลค่าผลิตภัณฑ์กาแฟในปีพ.ศ.2548 เท่ากับ 21,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นปริมาณที่เติบโตมากกว่า 100 เปอร์เซ็นต์ นับจากปีพ.ศ.2545 และมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 10 โดยแยกเป็นกาแฟสำเร็จรูป 9,300 ล้านบาท กาแฟกระป๋อง 7,000 ล้านบาท และร้านกาแฟพรีเมียม 4,700 ล้านบาท ตามลำดับ (วรรณพร วงษ์บัวเหลือ 2550 : 8)

จากผลสำรวจโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด พบว่าพฤติกรรมการดื่มกาแฟของคนไทยนับตั้งแต่ปี 2545 – 2548 มีมูลค่าตลาดสูงขึ้นกว่า 100%

ตารางที่ 2 มูลค่าตลาดกาแฟตั้งแต่ปี 2545 – 2548

| ปี | กาแฟผง | กาแฟกระป๋อง | กาแฟพรีเมียม | มูลค่าตลาดรวม |
|------|--------|-------------|--------------|---------------|
| 2545 | 5,600 | 6,000 | 3,000 | 10,000 |
| 2546 | 7,800 | 6,300 | 3,500 | 17,000 |
| 2547 | 8,500 | 6,600 | 4,000 | 19,100 |
| 2548 | 9,300 | 7,000 | 4,700 | 21,000 |

ในขณะที่ผลิตภัณฑ์กาแฟสามารถเติบโตได้อีกเพราะการบริโภคกาแฟของคนไทยยังอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำคือบริโภคน้อยกว่าร้อยละ 0.5 กิโลกรัม/คน/ปี หรือคิดเป็นเพียง 130 – 150 ถ้วย/คน/ปี และหากอัตราส่วนของผู้บริโภคกาแฟจะอยู่ประมาณร้อยละ 30 ของประชากรทั้งหมดเท่านั้น ซึ่งถือว่าค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับชาวญี่ปุ่นที่ดื่มกาแฟเฉลี่ย 500 แก้ว/คน/ปี หรือชาวอเมริกันซึ่งดื่มกาแฟเฉลี่ยแล้ว 700 แก้ว/คน/ปี ซึ่งจากการประเมินตัวเลขดังกล่าว ทำให้นักธุรกิจหลายคนมองว่าตลาดกาแฟสดมีโอกาสสูงขึ้นทะลุ 7,000 ล้านบาท ในอีก 5 ปีข้างหน้า ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มองการดื่มกาแฟเป็นรสนิยมและการเข้าสังคมมากขึ้น

(ปานแก้วตา ชูณห์บัณฑิต 2553: 15 - 16)

ตลาดเป้าหมาย

การเลือกตลาดเป้าหมายกิจการได้เลือกเจาะกลุ่มลูกค้าที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในระดับปานกลาง รวมไปถึงผู้ที่สัญจรผ่านไปมาด้วย เนื่องจากร้านกาแฟสดเคลิซ่าตั้งอยู่ริมถนนใหญ่ ถนนนนทบุรี การเลือกตลาดเป้าหมายของกิจการได้มีวิธีการกำหนด ดังนี้

1. การประเมินส่วนตลาด โดยการศึกษาสำรวจ

ขนาดและการเติบโตของส่วนตลาด ในบริเวณพื้นที่ของร้านกาแฟ สดเคลิซ่าที่ตั้งอยู่มีกิจการหรือสถานประกอบการอื่นที่ตั้งอยู่ในบริเวณนั้นด้วย เช่น ร้านขายอาหาร ร้านเบเกอรี่ ร้านขายขนม บริษัทเอกชน และหน่วยงานต่างๆ เป็นต้น อีกทั้งยังมีทำเลที่ตั้งติดถนนใหญ่ ถนนนนทบุรี ทำให้ผู้ที่สัญจรผ่านไปมาสามารถสังเกตเห็นร้านได้ง่าย และยังเป็นร้านกาแฟพรีเมียมที่ตั้งอยู่ร้านเดียวในบริเวณนั้น ดังนั้นกลุ่มตลาดเป้าหมายของร้านกาแฟสดเคลิซ่า คือ กลุ่มผู้ที่ทำงาน /ประกอบกิจการหรืออาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง และผู้ที่เดินทางสัญจรผ่านไปมา

2. การเลือกส่วนตลาด (Selecting the market Segment)

ร้านกาแฟสดเคลิซ่าได้เลือกลูกค้ากลุ่มผู้ที่ทำงาน /ประกอบกิจการหรืออาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง และที่ใช้เส้นทาง ถนนนนทบุรี ในการสัญจรไปมา

ลักษณะลูกค้า

ลักษณะของลูกค้า คือ กลุ่มคนวัยทำงาน และกลุ่มที่มีพฤติกรรมในการบริโภคกาแฟสด เนื่องจากกลุ่มคนดังกล่าวจะนิยมบริโภคกาแฟสดเพื่อ ความบันเทิง การสังสรรค์ การรื่นเริง การแสดงถึงสถานะทางสังคม และเพื่อให้ร่างกายรู้สึกสดชื่นในช่วงระหว่างการทำงานหรือเพื่อต้องการผ่อนคลายระหว่างวัน

สภาพการแข่งขัน

วิเคราะห์โดยใช้ The Five – Forces Model

1. คู่แข่งขันในอุตสาหกรรม

คู่แข่งขันที่เป็นร้านกาแฟสดขนาดใหญ่ ในเขต ตำบลเมืองท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันน้อย

ก ก ก ก ก ก ก ก 2. คู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามา

ก ก ก ก ก ก ก ก การเข้ามาในตลาดของกลุ่มแข่งขันทำได้ยาก เนื่องจากการเข้ามาแข่งขันในธุรกิจร้านกาแฟสดขนาดใหญ่หรือร้านกาแฟพรีเมียมนี้ต้องใช้เงินทุนที่ค่อนข้างมาก อีกทั้งการที่ร้านกาแฟสดเดลิเวอรี่ได้เปิดให้บริการมาเป็นเวลานานพอสมควร ทำให้มีจำนวนลูกค้าในพื้นที่ค่อนข้างมาก

ก ก ก ก ก ก ก ก 3. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ

ก ก ก ก ก ก ก ก เนื่องด้วยตลาดการค้ากาแฟในประเทศไทยของเรามีการขยายตัวอย่างมาก ทำให้มีผลิตภัณฑ์กาแฟจำหน่ายอยู่ในตลาดหลายประเภทด้วยกันเช่น กาแฟกระป๋อง กาแฟสำเร็จรูป และกาแฟสดคั่ว ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการบริโภคหลายทางเลือก ทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจการต่อรองค่อนข้างมาก

ก ก ก ก ก ก ก ก 4. อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยในการผลิต

ก ก ก ก ก ก ก ก เนื่องด้วยในปัจจุบันมีผู้ผลิตเมล็ดกาแฟสดและกาแฟคั่วบดที่มีคุณภาพหลายรายทั้งที่เป็นผู้ผลิตภายในประเทศและภายนอกประเทศ ซึ่งมีมาตรฐานเดียวกันทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ขายมีไม่มากนัก

ก ก ก ก ก ก ก ก 5. สินค้าทดแทน

ก ก ก ก ก ก ก ก ปัจจุบันมีสินค้าทดแทนมากขึ้น เช่น นมสดประเภทต่างๆ น้ำผลไม้ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง

คู่แข่ง

รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

| การเปรียบเทียบ | ร้านกาแฟสดเดลิเวอรี่ | ร้าน Pastel House | ร้าน Blue Sky |
|----------------|--|---|---|
| ด้านผลิตภัณฑ์ | เมล็ดกาแฟสดคั่ว สายพันธุ์ อาราบิก้า 100% คุณภาพสูง จากในและ นอกประเทศอีกทั้งยังมี ผลิตภัณฑ์อื่นนอกจาก กาแฟไว้บริการลูกค้า | มีผลิตภัณฑ์หลักเป็น อาหารจานหลัก เช่น ข้าว ผัดปู ก๋วยเตี๋ยว เป็นต้น มี ผลิตภัณฑ์เสริมเป็น เบเกอรี่ และกาแฟสด วัตถุประสงค์อยู่ ในระดับปานกลาง | มีผลิตภัณฑ์หลักเป็น อาหารและเครื่องดื่ม และมีของว่างเป็น ผลิตภัณฑ์เสริม รวมถึงมี เครื่องดื่มกาแฟสดไว้ บริการลูกค้าด้วย |

ตารางที่ 3 (ต่อ)

| การเปรียบเทียบ | ร้านกาแฟสดเคลิซ่า | ร้าน Pastel House | ร้าน Blue Sky |
|------------------------------|--|--|--|
| ด้านราคา | ด้านราคาของผลิตภัณฑ์มี 2 ระดับ คือระดับกลาง 40 – 70 บาท และระดับสูง 60 – 100 บาท ซึ่งมีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า | ด้านราคาของผลิตภัณฑ์หลักอยู่ที่ 30 – 45 บาท และราคาของผลิตภัณฑ์เสริม มีราคาที่ค่อนข้างต่ำ | ด้านราคาของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดและประเภทของผลิตภัณฑ์ |
| ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย | ร้านกาแฟสดเคลิซ่าเป็นร้านกาแฟสดขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีคนสัญจรผ่านไปมาเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังตั้งอยู่ติดกับถนนนนทบุรี ทำให้ลูกค้าสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายและเข้ามาใช้บริการได้อย่างสะดวก | ลักษณะร้านตกแต่งในรูปแบบทันสมัย ร้านตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีผู้คนสัญจรผ่านไปมาเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังตั้งอยู่ปากซอย นนทบุรี 34 | ร้านเป็นรูปแบบ Café and Restuarant มีการตกแต่งในรูปแบบเรียบง่าย ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีผู้คนสัญจรผ่านไปมา เป็นจำนวนมาก ตั้งอยู่ปากซอยนนทบุรี 32 |
| ด้านการ ส่งเสริมการขาย | มีการประชาสัมพันธ์มากขึ้นภายหลังการเปลี่ยนแปลงในปี พ.ศ.2554 อีกทั้งยังมีการจัดทำโปรโมชั่น เช่น การทำบัตรสะสมคะแนนเพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย เป็นต้น | มีการจัดทำโปรโมชั่นเพื่อการส่งเสริมการขาย ค่อนข้างน้อย การประชาสัมพันธ์ใช้วิธีปากต่อปาก และขึ้นป้ายโฆษณาหน้าร้านเท่านั้น | มีการจัดทำโปรโมชั่นเพื่อการส่งเสริมการขาย ในเทศกาลหรือวันสำคัญต่างๆอยู่เสมอ |

การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ

ตารางที่ 4 ตารางการวิเคราะห์ SWOT Analysis วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

| สภาพแวดล้อมภายใน | | |
|------------------|--|---|
| | จุดแข็ง (Strengths) | จุดอ่อน (Weaknesses) |
| บุคลากร | - เจ้าของกิจการเป็นผู้บริหาร และเป็นพนักงานเองทำให้ช่วยลดต้นทุน ส่วนของค่าจ้างพนักงาน | - เจ้าของกิจการและพนักงานใหม่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นมือใหม่ อาจทำงานได้ยังไม่ค่อยคล่องตัวในการให้บริการแก่ลูกค้า |
| เงินทุน | - เงินที่นำมาใช้เป็นเงินทุน มาจากส่วนของผู้ถือหุ้น ทำให้ช่วยลดภาระดอกเบี้ยเงินกู้ | - จำนวนเงินที่ใช้ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการทำให้ต้องจัดหาเพิ่มเติมจากแหล่งเงินทุนต่างๆ |
| อุปกรณ์ | - มีความทันสมัยและได้มาตรฐานระดับโลกและมีขนาดเหมาะสมกับการทำร้านค้าแฟชั่นขนาดใหญ่โดยเฉพาะ | - มีต้นทุนในการสั่งซื้อ และติดตั้งค่อนข้างสูง มีความยุ่งยากและต้องใช้ความละเอียดอ่อนในการดูแลรักษา |
| วัตถุดิบ | - วัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพสูง ได้มาจากแหล่งวัตถุดิบภายนอกประเทศและภายในประเทศ - มีอายุการจัดเก็บไว้ได้ยาวนาน เพราะมีการเก็บรักษาไว้ใน ภาชนะแบบพิเศษ | - วัตถุดิบที่ได้จากการนำเข้าจากต่างประเทศมีต้นทุนที่ค่อนข้างสูง |
| ระบบบริหาร | - เป็นธุรกิจที่มีขนาดเล็ก ทำให้สามารถบริหารงานได้ง่าย มีความคล่องตัวสูง และจากการที่เจ้าของกิจการเป็นพนักงานเองนั้น ทำให้สามารถรับรู้ความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี มีความสะดวกรวดเร็วในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า | - เนื่องด้วยเจ้าของกิจการเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ทำให้ยังมีประสบการณ์ในการบริหารงานน้อย |

ตารางที่ 5 ตารางการวิเคราะห์ SWOT Analysis วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

| สภาพแวดล้อมภายนอก | | |
|---------------------------|---|---|
| | โอกาส (Opportunities) | อุปสรรค (Threats) |
| สังคมและวัฒนธรรม | - คนไทยมีค่านิยมในการดื่มกาแฟเพื่อความบันเทิง สนุกสนาน มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง | - คนไทยที่บริโภคกาแฟเป็นประจำยังมีปริมาณน้อย ประมาณร้อยละ 30 จากประชากรคนไทย |
| เทคโนโลยี | - ปัจจุบันมีตัวแทนจำหน่ายเครื่องทำกาแฟที่มีเทคโนโลยีระดับสูงและได้มาตรฐานระดับโลก ในประเทศไทย | - ร้านกาแฟพรีเมียมที่มีขนาดใหญ่กว่า จะใช้เทคโนโลยีที่สูงกว่า แพงกว่า และมีคุณภาพที่ดีกว่า |
| เศรษฐกิจ | - จากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจมากนัก สังเกตได้จาก ตลาดและลูกค้าที่มีอัตราเพิ่มขึ้นในทุกๆปี | - จากการฟื้นตัวของสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ส่งผลให้ตลาดธุรกิจค้ากาแฟเติบโตขึ้น ทำให้มีคู่แข่งเพิ่มขึ้นด้วย |
| สินค้าทดแทน | - | - ตลาดกาแฟสำเร็จรูป ในรูปแบบต่างๆ มีการขยายตัว และมีสัดส่วนการครองตลาดที่มีมูลค่าสูงกว่าร้านกาแฟพรีเมียม |
| สภาพการแข่งขัน | - | - ปัจจุบันมีคู่แข่งรายใหญ่ และรายย่อย อยู่ในตลาดหลายราย ทั้งจากในและนอกประเทศ ทำให้การแข่งขันค่อนข้างรุนแรง |
| อำนาจต่อรองผู้ค้าวัตถุดิบ | - | - ผู้ค้าเมล็ดกาแฟในประเทศยังมีน้อยราย ทำให้มีอำนาจในการต่อรองราคาสูง |
| อำนาจต่อรองผู้ซื้อ | - | - ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคกาแฟสดมากขึ้น ทำให้มีความคาดหวังในการบริโภค และอำนาจในการต่อรองที่สูงขึ้น |

สินค้าและบริการ

รายละเอียดสินค้าและบริการ

ร้านกาแฟสดเคลีก้าเป็นร้านกาแฟสดขนาดใหญ่ที่ให้บริการและจำหน่าย กาแฟสดซึ่งมีการใช้เมล็ดกาแฟล้วนสายพันธุ์อราบิก้า 100% ที่มีคุณภาพสูง ให้รสชาติที่นุ่มนวลอ่อนหวาน มีสีน้ำตาลในท่วงทำนองที่กลมกลืน นำเข้าจากประเทศอิตาลี ยี่ห้ออิลลี่ (illy) และยังมีการใช้เมล็ดกาแฟล้วนจากผู้ผลิตทางภาคเหนือของประเทศไทยซึ่งมีคุณภาพสูงไม่แพ้ของต่างชาติ โดยทางกิจการมีกาแฟสดในรูปแบบและรสชาติต่างๆ รวมถึงเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ เป็นเมนูหลัก โดยมีไอศกรีมหลากหลายรสชาติ ยี่ห้อ iberry และขนมปังปิ้งเป็นเมนูเสริม เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าในการเลือกซื้อและใช้บริการ ทำให้กิจการสามารถตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่นิยมการดื่มกาแฟสดและลูกค้าที่ไม่นิยมการดื่มกาแฟสดแต่ชื่นชอบในบรรยากาศของร้านได้อีกด้วย โดยสินค้าของร้านกาแฟสดเคลีก้ามีดังนี้

สินค้าหลัก (เครื่องดื่ม)

กาแฟสด

- เอสเปรสโซ อิลลี่ , เคลีก้า (ร้อน , เย็น , ปั่น)
- อเมริกาโน่ อิลลี่ , เคลีก้า (ร้อน , เย็น , ปั่น)
- ลาเต้ อิลลี่ , เคลีก้า (ร้อน , เย็น , ปั่น)
- คาปูชิโน่ อิลลี่ , เคลีก้า (ร้อน , เย็น , ปั่น)
- มอคค่า อิลลี่ , เคลีก้า (ร้อน , เย็น , ปั่น)

ชา

ชาเขียว (ร้อน , เย็น , ปั่น)
ชาดำ (เย็น , ปั่น)

ชาผลไม้ (ร้อน , เย็น)

ชาเอิร์ล เกรย์ (ร้อน , เย็น)

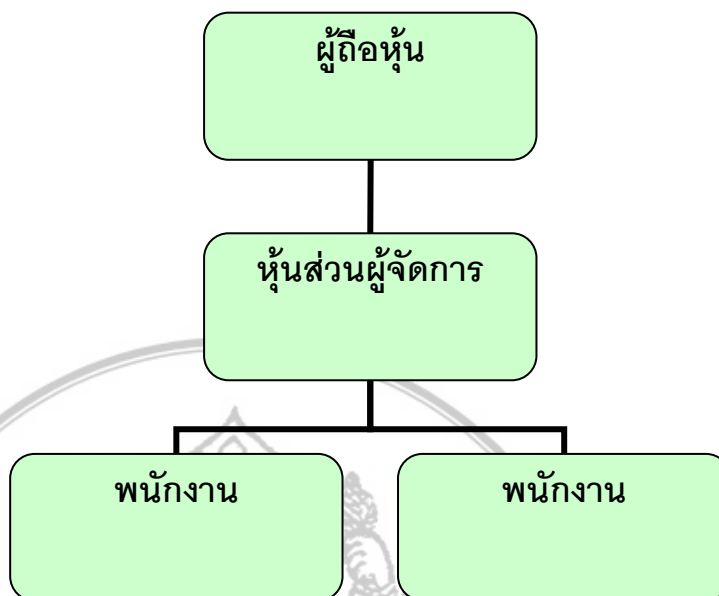
เครื่องดื่มประเภทอื่น

ช็อกโกแลต (ร้อน , เย็น , ปั่น)

สินค้านำรอง

ไอศกรีม iberry / ขนมปังปิ้ง

แผนผังองค์กร



ภาพประกอบที่ 1 แผนผังองค์กร

หน้าที่และความรับผิดชอบ

ผู้ถือหุ้น มีหน้าที่กำหนดนโยบาย และตรวจสอบการทำงานของหุ้นส่วนผู้จัดการ

หุ้นส่วนผู้จัดการ มีหน้าที่ควบคุมดูแลการผลิต ทำทะเบียนรับจ่าย หาแหล่งวัตถุดิบที่ราคาต่ำดูแล เอกสารทางการเงินและทรัพย์สินของร้าน พร้อมทั้งฝึกอบรมพนักงานเพื่อที่จะได้พัฒนาไปเป็นผู้จัดการร้านต่อไป

พนักงาน 2 คน มีหน้าที่ให้บริการในร้าน รวมถึงการชงกาแฟ และการผลิตอื่นๆด้วย

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี
จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

| ลำดับ | ฝ่ายงาน | ตำแหน่ง | จำนวน | อัตราเงินเดือน | รวมเงินเดือน |
|-------|--------------------|------------|-------|----------------|--------------|
| 1 | ควบคุมการดำเนินงาน | ผู้จัดการ | 1 | 18,000.00 | 18,000.00 |
| 2 | ฝ่ายผลิตและขาย | พนักงานขาย | 2 | 9,000.00 | 18,000.00 |

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

วิสัยทัศน์

“เราจะมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าทั้งในเรื่องบริการและคุณภาพ จะเป็นร้านกาแฟหนึ่งเดียวในใจลูกค้า”

พันธกิจ

1. เป็นร้านกาแฟอันดับหนึ่งในใจของลูกค้าและผู้ที่ยินยอมการดื่มกาแฟสด ที่อาศัยอยู่ใน เขต ตำบล เมืองท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี
2. สร้างทัศนคติที่ดีต่อพนักงานและลูกค้า
3. ผลิตภัณฑ์มีการพัฒนาและปรับปรุงรวมถึงการมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น
4. เป็นร้านกาแฟคนไทยที่มีความเป็นมืออาชีพและเทียบมาตรฐานสากล
5. มุ่งหวังที่จะทำธุรกิจเพื่อสังคมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการใช้ภาชนะบรรจุกาแฟที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่ในครั้งต่อไปเพื่อเป็นการลดปริมาณขยะ

เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

ลูกค้าสามารถจำแบรนด์ของ กิจการ ได้ มีรายได้เข้ามาหมุนเวียนร้าน สามารถอยู่ได้ด้วยตัวของมันเองโดยไม่ต้องหาเงินไปจ่ายส่วนไหนเพิ่มเติมในร้านละมีฐานลูกค้าประจำ

เป้าหมายระยะกลาง

ระยะเวลาคืนทุนภายใน 1 – 2 ปี ไม่เกินจากนี้ มียอดขายกาแฟเพิ่มขึ้น

เป้าหมายระยะยาว

แบรนด์ของร้านเป็นที่จดจำและเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง เป็นร้านขึ้นชื่อของจังหวัดและจะเพิ่มสาขาใหญ่ 1 สาขา ที่มีพื้นที่ให้บริการที่กว้างขวาง จัดบรรยากาศให้น่านั่งเหมาะกับการถ่ายรูปและเป็นสถานที่ที่แรกที่ลูกค้านึกถึงในการพักผ่อนหรือพบปะสังสรรค์

นโยบายการจ่ายเงินปันผล หรือการแบ่งผลประโยชน์

ก ก ก ก ก ก ก ก ทางด้านกิจการร้านค้าแฟสดเคล็ดลับ มีนโยบายในการจ่ายเงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้น ตามอัตราส่วนจำนวนหุ้นของผู้ถือหุ้นแต่ละราย โดยจะเริ่มทำการจ่ายเงินปันผลให้ตั้งแต่สิ้นปีที่ 6 6 ภายหลังจากการเริ่มประกอบกิจการในปีที่ 1 คือ พ.ศ.2554



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 6

แผนการตลาด

เป้าหมายทางการตลาด

เป้าหมายทางการตลาดคือ กลุ่มลูกค้าที่มีอายุอยู่ระหว่าง 25 – 50ปี โดยอยู่ในช่วงวัยทำงานและเป็นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีปริมาณและความนิยมในการบริโภคกาแฟสดค่อนข้างสูง โดยการดำเนินการต่างๆของกิจการจะดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวและเพื่อการบรรลุเป้าหมายทางด้านยอดขายที่สูงและมีอัตราการเติบโตของยอดขายอย่างต่อเนื่อง โดยคาดการณ์ว่าจะมีอัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นขั้นต่ำ 5% ต่อปี

การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายของร้านกาแฟสดเดลิเวอรี่ คือกลุ่มกลุ่มคนวัยทำงานที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 25 – 50ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการบริโภคที่ใกล้เคียงกันและเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อเพียงพอ ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่นอกบ้าน และมีความต้องการในการบริโภคกาแฟในแต่ละวันอีกด้วย ทำให้ธุรกิจสามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบเดียวกันได้

กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ร้านกาแฟสดเดลิเวอรี่เลือกใช้กลยุทธ์การขยายส่วนประสมผลิตภัณฑ์ รูปแบบการขยายผลิตภัณฑ์สู่ตลาดบน (Trading Up) โดยการใช้วัตถุดิบเป็นเมล็ดกาแฟคั่วสายพันธุ์อาราบิก้า 100% ยี่ห้ออิลลี่ (illy) ที่มีคุณภาพสูงนำเข้าจากประเทศอิตาลี เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในระดับที่สูง คือกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในวัยทำงาน แต่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนค่อนข้างสูง นอกจากนี้ยังมีการใช้วัตถุดิบเป็นเมล็ดกาแฟคั่วสายพันธุ์เดียวกันนี้จากผู้ผลิตในประเทศไทยซึ่งมี

คุณภาพสูงเช่นเดียวกัน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในวัยทำงาน แต่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนปานกลางซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของกิจการ นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ นอกเหนือจากกาแฟสดไว้บริการกลุ่มลูกค้าที่ไม่นิยมดื่มกาแฟสดแต่ชื่นชอบในบรรยากาศร้านกาแฟอีกด้วย

กลยุทธ์ด้านราคา

ร้านกาแฟสดเลือกใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสูง (Market – Skimming Pricing) เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกภูมิใจและมั่นใจในผลิตภัณฑ์ และปรับราคาลดต่ำลงมาเป็นขั้นๆ เพื่อทำการขยายตลาด โดยราคาผลิตภัณฑ์จะอยู่ในช่วง 40 – 100 บาท ขึ้นอยู่กับคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ ซึ่งถือได้ว่าเป็นความเหมาะสมที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในการที่จะซื้อ ซึ่งจะสามารถแสดงรายละเอียดของราคาผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงราคาสินค้าของร้านกาแฟสด

| รายการสินค้าหลัก (เครื่องดื่ม) | ราคา (บาท/แก้ว) | | |
|--------------------------------|-----------------|------|------|
| | ร้อน | เย็น | ปั่น |
| เอสเพรสโซ อิลดี | 60 | 85 | 95 |
| อเมริกาโน อิลดี | 60 | 65 | 70 |
| ลาเต้ อิลดี | 65 | 85 | 95 |
| คาปูชิโน อิลดี | 65 | 85 | 95 |
| มอคค่า อิลดี | 70 | 90 | 100 |
| เอสเพรสโซ เดลิค้ำ | 40 | 55 | 65 |
| อเมริกาโน เดลิค้ำ | 40 | 45 | 55 |
| ลาเต้ เดลิค้ำ | 45 | 55 | 65 |
| คาปูชิโน เดลิค้ำ | 45 | 55 | 65 |
| มอคค่า เดลิค้ำ | 55 | 60 | 70 |
| ช็อกโกแลต | 55 | 85 | 95 |

ตารางที่ 7 (ต่อ)

| รายการสินค้าหลัก (เครื่องดื่ม) | ราคา (บาท/แก้ว) | | |
|--------------------------------|------------------|------|------|
| | ร้อน | เย็น | ปั่น |
| ชาเขียว | 55 | 65 | 75 |
| ชาดำ | - | 40 | 45 |
| ชาผลไม้ | 45 | 50 | - |
| ชาเอิร์ล เกรย์ | 45 | 50 | - |
| รายการสินค้ารอง | ราคา (บาท/หน่วย) | | |
| ไอศกรีม iberry | 49 | | |
| ขนมปังปิ้ง (1คู่/48กรัม) | 20 | | |

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ร้านกาแฟสดเค็ก้าได้ตั้งอยู่ในย่านชุมชนและบริษัทห้างร้านต่างๆซึ่งจะมีผู้คนสัญจรผ่านไปมาเป็นจำนวนมากต่อวันทำให้สามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี ร้านกาแฟสดเค็ก้ามีลักษณะร้านรูปแบบ Stand Alone และตั้งอยู่ติดถนนนันทบุรีทำให้ง่ายต่อการสังเกตและเข้ามาใช้บริการ โดยทางร้านจะเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.00น.-20.00น. เปิดให้บริการทุกวัน

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การโฆษณา (Advertising) กิจกรรมมีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า เช่น ราคา คุณภาพของวัตถุดิบ เป็นต้น เพื่อการชักจูงใจหรือตอบย้ำในตราหือของผลิตภัณฑ์

การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) กิจกรรมมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เช่น จัดทำบัตรสะสมคะแนนเพื่อแลกสินค้ามูลค่าไม่เกิน 70บาทฟรี 1รายการ ส่วนลดสำหรับลูกค้าบางกลุ่มในเทศกาลต่างๆ การให้ส่วนลดหากลูกค้านำภาชนะใส่เครื่องดื่มมาเอง เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) มีการทำป้ายร้านกาแฟสดเติลโก้ให้มีขนาดใหญ่ เพื่อให้เป็นที่สังเกตได้ง่ายของผู้ที่สัญจรผ่านไปมาในพื้นที่ที่ตั้งกิจการและใช้การประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก โดยลูกค้าที่มาซื้อสินค้าหรือใช้บริการของร้านกาแฟสดเติลโก้ โดยมุ่งการสร้างภาพพจน์และทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์หรือตรายี่ห้อ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 7

แผนการผลิต

สถานประกอบการในการผลิต

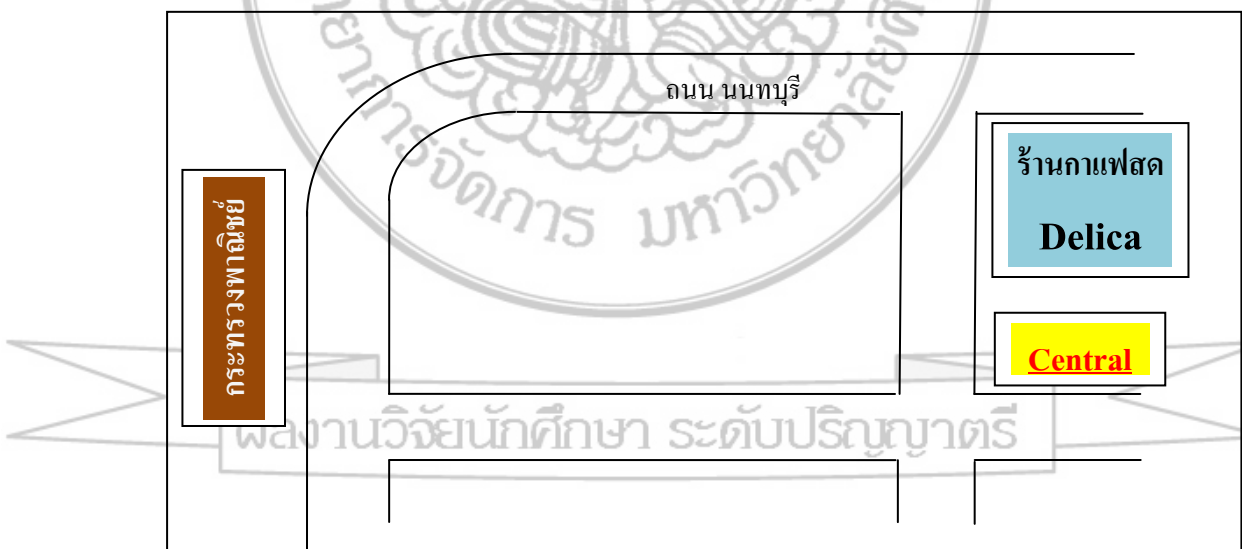
รายละเอียดของธุรกิจ

ชื่อกิจการ ร้านกาแฟสดเดลิกา

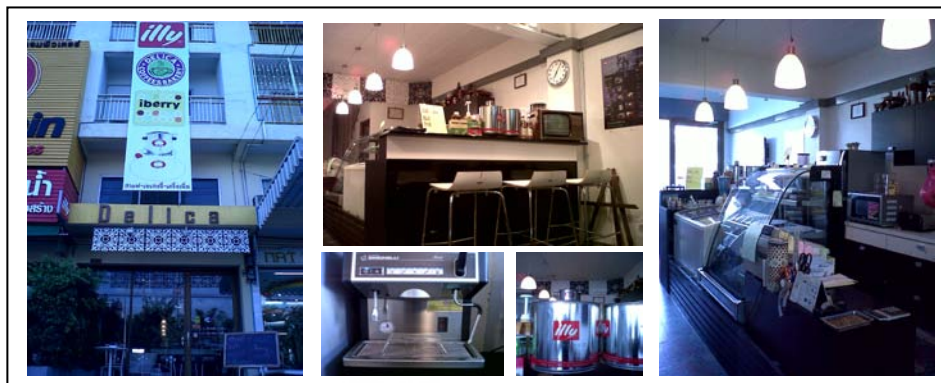
ที่ตั้งสถานที่ 138/10 ถ.นนทบุรี ต.เมืองท่าทราย อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000

รูปแบบการดำเนินกิจการ บริษัท จำกัด

แผนที่ที่ตั้งสถานประกอบการและภาพถ่ายสถานที่ประกอบการ



ภาพที่ 10 แผนที่ที่ตั้งร้านกาแฟสดเดลิกา



ภาพที่ 11 ภาพถ่ายสถานที่ประกอบการ

เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

ตารางที่ 8 แสดงเครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิต

| ลำดับ | รายการ | จำนวน | การใช้งาน | ราคาทุน (บาท/หน่วย) | อายุ |
|-------|--|-----------|---|------------------------|------|
| 1 | เครื่องบดกาแฟขนาดใหญ่ | 1 เครื่อง | ใช้บดเมล็ดกาแฟคั่ว | 18,000 | 5 ปี |
| 2 | เครื่องบดกาแฟขนาดเล็ก | 1 เครื่อง | ใช้บดเมล็ดกาแฟคั่ว | 7,500 | 5 ปี |
| 3 | เครื่องชงกาแฟ | 1 เครื่อง | ใช้ชงกาแฟสด | 120,000 | 5 ปี |
| 4 | แก้วออนซ์ | 4 ใบ | ใช้ตวงกาแฟสด | 50 | - |
| 5 | ขวดโหลบรรจุผงชา และ ผงช็อกโกแลต | 4 ใบ | ใช้บรรจุผงชาดำ ผงชา ผลไม้ ผงชาเอิร์ล เกรย์ และผงช็อกโกแลต | 200 | - |
| 6 | ขวดโหลบรรจุน้ำตาล ทราย และครีมเทียม | 2 ใบ | ใช้บรรจุน้ำตาลทราย และครีมเทียม | 100 | - |
| 7 | ขวดบีบนมข้นหวาน | 2 ใบ | ใช้บรรจุนมข้นหวาน | 35 | - |
| 8 | ที่เปิดกระป๋อง | 1 อัน | ใช้เปิดกระป๋องนม | 30 | - |
| 9 | บีกเกอร์ตวง | 2 ใบ | ใช้ตวง | 100 | - |
| 10 | ช้อนตวง - ถ้วยตวง | 1 ชุด | ใช้ตวง | 150 | - |

ตารางที่ 8 (ต่อ)

| ลำดับ | รายการ | จำนวน | การใช้งาน | ราคาทุน (ราคา/หน่วย) | อายุ |
|-------|----------------------------------|-----------|-----------------------------------|-------------------------|------|
| 11 | ช้อนชงกาแฟ | 4 คัน | ใช้ชงกาแฟ | 20 | - |
| 12 | แก้วกาแฟกระดาษพร้อมฝาปิด | 100 โหล | ใช้ใส่เครื่องดื่ม | 2 | - |
| 13 | หลอดกาแฟ | 6 แพ็ค | ใช้ดูดเครื่องดื่ม | 25 | - |
| 14 | เหยือกตีโฟมนม | 1 อัน | ใช้บรรจุนมสด | 400 | - |
| 15 | เหยือกชงกาแฟ | 2 อัน | ใช้ชงกาแฟ | 300 | - |
| 16 | ตู้เย็น | 1 เครื่อง | ใช้เก็บวัตถุดิบ | 7,200 | 5 ปี |
| 17 | ตู้เก็บอุปกรณ์ตัดผนัง | 1 ใบ | ใช้เก็บอุปกรณ์ | 4,500 | 5 ปี |
| 18 | เครื่องปั่นขนมปัง | 2 เครื่อง | ใช้ปั่นขนมปัง | 700 | 5 ปี |
| 19 | ไมโครเวฟ | 1 เครื่อง | ใช้ใส่เครื่องดื่ม | 7,200 | 5 ปี |
| 20 | มีดปาดเนย | 2 เล่ม | ใช้ปาดเนย | 100 | - |
| 21 | มีดตัดขนาดเล็ก | 2 เล่ม | ใช้ตัด | 150 | - |
| 22 | จานเซรามิก | 100 ใบ | ใช้ใส่ขนมปังปัง | 30 | - |
| 23 | ชุดแก้วกาแฟเซรามิก และช้อนคนกาแฟ | 150 ชุด | ใช้ใส่เครื่องดื่ม | 80 | - |
| 24 | ช้อนคนกาแฟ(พลาสติก) | 500 อัน | ใช้คนกาแฟร้อน | 2 | - |
| 25 | หลอดพลาสติกขนาดใหญ่ | 2 แพ็ค | ใช้ดูดเครื่องดื่มปั่น | 25 | - |
| 26 | แกนเตอร์ (บาร์) | 1 ตัว | วางเครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิต | 20,000 | 5 ปี |
| 27 | ชุดถ้วยไอศกรีม | 50 ชุด | ใช้ใส่ไอศกรีม | 100 | - |
| 28 | ช้อนตักไอศกรีม | 2 คัน | ใช้ตัก/ตวงไอศกรีม | 150 | - |
| 29 | ตราชั่งขนาดเล็ก | 1 คัน | ใช้ชั่งน้ำหนัก | 450 | - |

ข้อมูลการผลิต

| | | | |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|--------------------------|
| จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด | เครื่องดื่มน้ำ | 100 แก้วต่อวัน | ขนมปังปิ้ง 150 คู่ต่อวัน |
| อัตราประมาณการในการผลิต | เครื่องดื่มน้ำ | 45 – 60 แก้วต่อวัน | ขนมปังปิ้ง 60 คู่ต่อวัน |
| เป้าหมายหน่วยการผลิต | เครื่องดื่มน้ำ | 45 – 60 แก้วต่อวัน | ขนมปังปิ้ง 60 คู่ต่อวัน |
| เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการผลิต | เครื่องดื่มน้ำ | 23 วินาที – 3 นาที ต่อแก้ว | ขนมปังปิ้ง 1 นาที ต่อคู่ |
| จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต | | 3 คน | |
| อัตราค่าแรงในการผลิต | | 300 บาทต่อวัน | |

รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

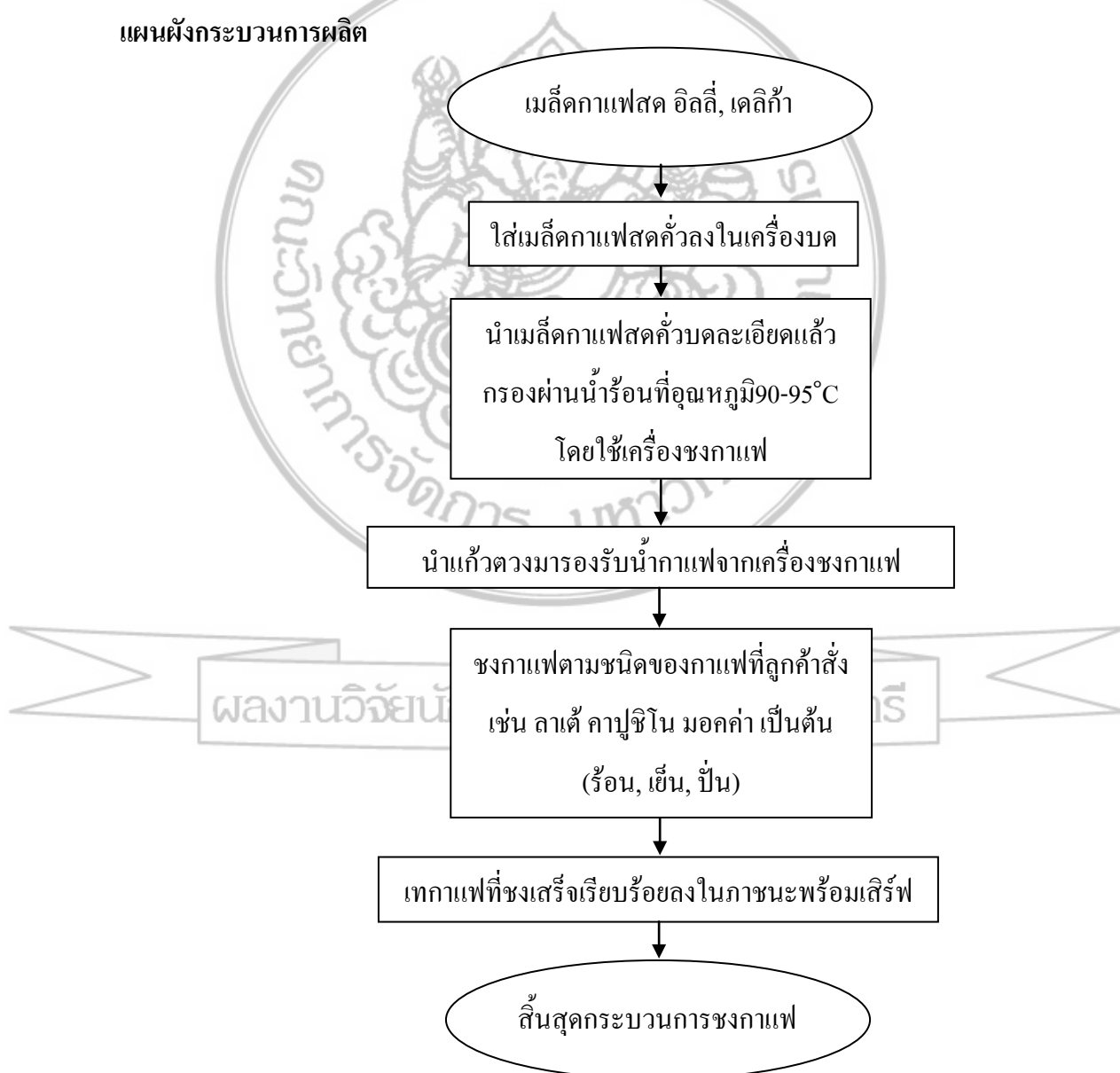
ตารางที่ 9 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

| ลำดับ | รายการ | ราคา (บาท/หน่วย) |
|-------|-------------------------------------|------------------|
| 1 | เมล็ดกาแฟคั่ว อิลลี่ (1 ถัง/1 ก.ก.) | 4,000.00 |
| 2 | เมล็ดกาแฟคั่วเคิลิก้า ก.ก. | 380.00 |
| 3 | ผงช็อกโกแลต ก.ก. | 860.00 |
| 4 | ผงชาดำ ก.ก. | 300.00 |
| 5 | ผงชาเขียว ก.ก. | 175.00 |
| 6 | ผงชาเอิร์ล เกรย์ ก.ก. | 155.00 |
| 7 | ผงชาผลไม้ ก.ก. | 195.00 |
| 9 | น้ำตาลทราย ก.ก. | 42.00 |
| 10 | น้ำแข็ง ก.ก. | 2.00 |
| 11 | ครีมเทียม ก.ก. | 107.00 |
| 12 | นมสด (1 แกลลอน/2 ลิตร) | 77.00 |
| 13 | นมข้นหวาน (1 ถัง/2 ก.ก.) | 90.00 |
| 14 | นมข้นจืด (1 กระป๋อง/405 กรัม) | 22.00 |
| 15 | ขนมปังแผ่น (1 ถัง/480 กรัม) | 36.00 |
| 16 | ไอศกรีม iberry (ก.ก.) | 1,000.00 |

ขั้นตอนการผลิต

1. เตรียมอุปกรณ์การชงเครื่องดื่มให้มีความสะอาด
2. บดกาแฟสดคั่วให้มีขนาดเล็กเป็นเกล็ดละเอียด
4. นำกาแฟสดคั่วบดที่ได้กรองผ่านน้ำร้อน โดยใช้เครื่องชงกาแฟเอสเปรสโซ (น้ำร้อนที่ใช้ควรมีอุณหภูมิระหว่าง 90 – 95 องศาเซลเซียส)
5. บรรจุแต่งรสชาติ ตามชนิดของกาแฟที่ต้องการ เช่น ลาเต้ คาปูชิโน มอคค่า เป็นต้น (หากต้องการทำเป็นชนิดเย็นให้เติมน้ำแข็ง)

แผนผังกระบวนการผลิต



ภาพประกอบที่ 2 แผนผังกระบวนการผลิต

บทที่ 8
แผนการเงิน

ประมาณในการลงทุน

ตารางที่ 10 ต้นทุน โครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน

| รายการ | รวมจำนวน ทั้งสิ้น (บาท) | แหล่งที่มาของเงินทุน | | |
|--------------------------------------|-------------------------------|----------------------|-------------|---------------------|
| | | หนี้สิน | | ส่วนของผู้ถือหุ้น |
| | | เจ้าหนี้การค้า | เงินกู้ | |
| 1. เงินทุนหมุนเวียน | | | | |
| เงินสดสำรองการดำเนินงาน | 400,000.00 | - | - | 400,000.00 |
| รวมเงินทุนหมุนเวียน | 400,000.00 | - | - | 400,000.00 |
| 2. ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ | | | | |
| เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิต | 182,550.00 | - | - | 182,550.00 |
| เครื่องใช้สำนักงาน | 25,050.00 | - | - | 25,050.00 |
| อุปกรณ์ตกแต่ง | 183,900.00 | - | - | 183,900.00 |
| รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน | 391,500.00 | - | - | 391,500.00 |
| 3. รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน | | | | |
| รายจ่ายในการเตรียมการดำเนินงาน | 408,500.00 | - | - | 408,500.00 |
| รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน | 408,500.00 | - | - | 408,500.00 |
| รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น | 1,200,000.00 | - | - | 1,200,000.00 |
| อัตราส่วนหนี้สิน : ส่วนของผู้ถือหุ้น | 1.00 | 0.00 | 0.00 | 1.00 |

ตารางที่ 11 ประมาณทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา

| รายการ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---------------------------------------|-----------|----------------|-----------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| | จำนวน | ราคา/ หน่วย | มูลค่า รวมทั้งสิ้น | อัตรา ค่าเสื่อม ราคา | ค่าเสื่อม ราคา ต่อปี | มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ | มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ | มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ | มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ | มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ |
| | (หน่วย) | (บาท) | (บาท) | ต่อปี(%) | (บาท) | (สิ้นปีที่1) | (สิ้นปีที่2) | (สิ้นปีที่3) | (สิ้นปีที่4) | (สิ้นปีที่5) |
| เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิต | | | | | | | | | | |
| เครื่องบดกาแฟ (ใหญ่) | 1 | 18,000 | 18,000 | 20% | 3,600 | 14,400 | 10,800 | 7,200 | 3,600 | 0 |
| เครื่องบดกาแฟ (เล็ก) | 1 | 7,500 | 7,500 | 20% | 1,500 | 6,000 | 4,500 | 3,000 | 1,500 | 0 |
| เครื่องชงกาแฟ | 1 | 120,000 | 120,000 | 20% | 24,000 | 96,000 | 72,000 | 48,000 | 24,000 | 0 |
| ตู้เย็น | 1 | 7,200 | 7,200 | 20% | 1,440 | 5,760 | 4,320 | 2,880 | 1,440 | 0 |
| ไมโครเวฟ | 1 | 3,500 | 3,500 | 20% | 700 | 2,800 | 2,100 | 1,400 | 700 | 0 |
| เครื่องปั่นขนมปัง | 2 | 700 | 1,400 | 20% | 280 | 1,120 | 840 | 560 | 280 | 0 |
| อุปกรณ์เครื่องครัว | 1 | 20,000 | 20,000 | 20% | 4,000 | 16,000 | 12,000 | 8,000 | 4,000 | 0 |
| ตู้เก็บอุปกรณ์ติดผนัง | 1 | 4,500 | 4,500 | 20% | 900 | 3,600 | 2,700 | 1,800 | 900 | 0 |
| ตราชั่งขนาดเล็ก | 1 | 450 | 450 | 20% | 90 | 360 | 270 | 180 | 90 | 0 |
| รวม | 10 | 181,850 | 182,550 | | 36,420 | 145,680 | 109,260 | 72,840 | 36,420 | 0 |

ตารางที่ 11 (ต่อ)

| รายการ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---------------------------|----------|----------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| | จำนวน | ราคา/ หน่วย | มูลค่า รวมทั้ง สิ้น | อัตราค่า เสื่อม ราคา | ค่าเสื่อม ราคาต่อ ปี | มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ | มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ | มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ | มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ | มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ |
| | (หน่วย) | (บาท) | (บาท) | ต่อปี(%) | (บาท) | (สิ้นปีที่1) | (สิ้นปีที่2) | (สิ้นปีที่3) | (สิ้นปีที่4) | (สิ้นปีที่5) |
| เครื่องใช้สำนักงาน | | | | | | | | | | |
| เครื่องเก็บเงิน | 1 | 4,700 | 4,700 | 20% | 940 | 3,760 | 2,820 | 1,880 | 940 | 0 |
| เคาน์เตอร์ (บาร์) | 1 | 20,000 | 20,000 | 20% | 4,000 | 16,000 | 12,000 | 8,000 | 4,000 | 0 |
| โทรศัพท์ | 1 | 350 | 350 | 20% | 70 | 280 | 210 | 140 | 70 | 0 |
| รวม | 3 | 25,050 | 25,050 | | 5,010 | 20,040 | 15,030 | 10,020 | 5,010 | 0 |
| อุปกรณ์ตกแต่ง | | | | | | | | | | |
| โต๊ะ | 4 | 2,500 | 10,000 | 20% | 2,000 | 8,000 | 6,000 | 4,000 | 2,000 | 0 |
| เก้าอี้ | 8 | 10,000 | 80,000 | 20% | 16,000 | 64,000 | 48,000 | 32,000 | 16,000 | 0 |
| เก้าอี้ (สูง) | 3 | 1,000 | 3,000 | 20% | 600 | 2,400 | 1,800 | 1,200 | 600 | 0 |
| เก้าอี้ (ใหญ่) | 1 | 18,000 | 18,000 | 20% | 3,600 | 14,400 | 10,800 | 7,200 | 3,600 | 0 |
| โซฟายาว | 1 | 6,000 | 6,000 | 20% | 1,200 | 4,800 | 3,600 | 2,400 | 1,200 | 0 |

ตารางที่ 11 (ต่อ)

| รายการ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|--------------------------|----------|----------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| | จำนวน | ราคา/ หน่วย | มูลค่า รวมทั้ง สิ้น | อัตราค่า เสื่อม ราคา | ค่าเสื่อม ราคาต่อ ปี | มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ | มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ | มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ | มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ | มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ |
| | (หน่วย) | (บาท) | (บาท) | ต่อปี(%) | (บาท) | (สิ้นปีที่1) | (สิ้นปีที่2) | (สิ้นปีที่3) | (สิ้นปีที่4) | (สิ้นปีที่5) |
| อุปกรณ์ตกแต่ง | | | | | | | | | | |
| ชั้นแสดงสินค้า | 1 | 4,000 | 4,000 | 20% | 800 | 3,200 | 2,400 | 1,600 | 800 | 0 |
| กระจก (เล็ก) | 1 | 1,800 | 1,800 | 20% | 360 | 1,440 | 1,080 | 720 | 360 | 0 |
| กระจก (ใหญ่) | 1 | 3,500 | 3,500 | 20% | 700 | 2,800 | 2,100 | 1,400 | 700 | 0 |
| โทรทัศน์ | 1 | 19,000 | 19,000 | 20% | 3,800 | 15,200 | 11,400 | 7,600 | 3,800 | 0 |
| เครื่องเล่น DVD | 1 | 3,200 | 3,200 | 20% | 640 | 2,560 | 1,920 | 1,280 | 640 | 0 |
| ลำโพง | 2 | 1,300 | 2,600 | 20% | 520 | 2,080 | 1,560 | 1,040 | 520 | 0 |
| เครื่องเล่นแผ่นเสียงเก่า | 1 | 28,000 | 28,000 | 20% | 5,600 | 22,400 | 16,800 | 11,200 | 5,600 | 0 |
| เครื่องเสียงเก่า | 1 | 4,800 | 4,800 | 20% | 960 | 3,840 | 2,880 | 1,920 | 960 | 0 |
| รวม | 9 | 65,600 | 66,900 | | 13,380 | 53,520 | 40,140 | 26,760 | 13,380 | 0 |

ตารางที่ 12 ประมาณการในการขายสินค้ารายเดือน

| รายการ | เดือน ที่1 | เดือน ที่2 | เดือน ที่3 | เดือน ที่4 | เดือน ที่5 | เดือน ที่6 | เดือน ที่7 | เดือน ที่8 | เดือน ที่9 | เดือน ที่10 | เดือน ที่11 | เดือน ที่12 | รวม |
|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|-----|
| สินค้าหลัก (เครื่องดื่ม) | | | | | | | | | | | | | |
| จำนวนสินค้าขาย (แก้ว) | | | | | | | | | | | | | |
| เอสเปรสโซ อิลลี่ (ร้อน) | 30 | 30 | 30 | 30 | 35 | 35 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 | 40 | 420 |
| เอสเปรสโซ อิลลี่ (เย็น) | 35 | 35 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 | 480 |
| เอสเปรสโซ อิลลี่ (ปั่น) | 30 | 30 | 30 | 30 | 35 | 35 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 | 40 | 420 |
| เอสเปรสโซ เคลิก้า (ร้อน) | 30 | 30 | 30 | 30 | 35 | 35 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 | 40 | 420 |
| เอสเปรสโซ เคลิก้า (เย็น) | 45 | 45 | 45 | 45 | 50 | 50 | 50 | 50 | 55 | 55 | 55 | 55 | 600 |
| เอสเปรสโซ เคลิก้า (ปั่น) | 35 | 35 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 | 480 |
| อเมริกาโน อิลลี่ (ร้อน) | 30 | 30 | 30 | 30 | 35 | 35 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 | 40 | 420 |
| อเมริกาโน อิลลี่ (เย็น) | 35 | 35 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 | 480 |
| อเมริกาโน อิลลี่ (ปั่น) | 30 | 30 | 30 | 30 | 35 | 35 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 | 40 | 420 |
| อเมริกาโน เคลิก้า (ร้อน) | 40 | 40 | 40 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 | 50 | 50 | 50 | 50 | 540 |
| อเมริกาโน เคลิก้า (เย็น) | 50 | 50 | 50 | 50 | 55 | 55 | 55 | 55 | 60 | 60 | 60 | 60 | 660 |
| อเมริกาโน เคลิก้า (ปั่น) | 35 | 35 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 | 480 |

ตารางที่12 (ต่อ)

| รายการ | เดือน ที่1 | เดือน ที่2 | เดือน ที่3 | เดือน ที่4 | เดือน ที่5 | เดือน ที่6 | เดือน ที่7 | เดือน ที่8 | เดือน ที่9 | เดือน ที่10 | เดือน ที่11 | เดือน ที่12 | รวม |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|-----|
| ลาเต้ อิลลี่ (ร้อน) | 35 | 35 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 | 480 |
| ลาเต้ อิลลี่ (เย็น) | 45 | 45 | 45 | 45 | 50 | 50 | 50 | 50 | 55 | 55 | 55 | 55 | 600 |
| ลาเต้ อิลลี่ (ปั่น) | 35 | 35 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 | 480 |
| ลาเต้ เกลิก้า (ร้อน) | 40 | 40 | 40 | 40 | 50 | 50 | 50 | 50 | 55 | 55 | 55 | 55 | 580 |
| ลาเต้ เกลิก้า (เย็น) | 55 | 55 | 55 | 55 | 60 | 60 | 60 | 60 | 65 | 65 | 65 | 65 | 720 |
| ลาเต้ เกลิก้า (ปั่น) | 40 | 40 | 40 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 | 50 | 50 | 50 | 50 | 540 |
| คาปูชิโน อิลลี่ (ร้อน) | 40 | 40 | 40 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 | 50 | 50 | 50 | 50 | 540 |
| คาปูชิโน อิลลี่ (เย็น) | 45 | 45 | 45 | 45 | 50 | 50 | 50 | 50 | 55 | 55 | 55 | 55 | 600 |
| คาปูชิโน อิลลี่ (ปั่น) | 35 | 35 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 | 480 |
| คาปูชิโน เกลิก้า (ร้อน) | 50 | 50 | 50 | 50 | 55 | 55 | 55 | 55 | 60 | 60 | 60 | 60 | 660 |
| คาปูชิโน เกลิก้า (เย็น) | 60 | 60 | 60 | 60 | 65 | 65 | 65 | 65 | 70 | 70 | 70 | 70 | 780 |
| คาปูชิโน เกลิก้า (ปั่น) | 45 | 45 | 45 | 45 | 50 | 50 | 50 | 50 | 55 | 55 | 55 | 55 | 600 |
| มอคค่า อิลลี่ (ร้อน) | 35 | 35 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 | 480 |
| มอคค่า อิลลี่ (เย็น) | 45 | 45 | 45 | 45 | 50 | 50 | 50 | 50 | 55 | 55 | 55 | 55 | 600 |
| มอคค่า อิลลี่ (ปั่น) | 35 | 35 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 | 480 |

ตารางที่12 (ต่อ)

| รายการ | เดือน ที่1 | เดือน ที่2 | เดือน ที่3 | เดือน ที่4 | เดือน ที่5 | เดือน ที่6 | เดือน ที่7 | เดือน ที่8 | เดือน ที่9 | เดือน ที่10 | เดือน ที่11 | เดือน ที่12 | รวม |
|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|--------------|
| มอคค่า เดลิค้ำ (ร้อน) | 40 | 40 | 40 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 | 50 | 50 | 50 | 50 | 540 |
| มอคค่า เดลิค้ำ (เย็น) | 55 | 55 | 55 | 55 | 60 | 60 | 60 | 60 | 65 | 65 | 65 | 65 | 720 |
| มอคค่า เดลิค้ำ (ปั่น) | 40 | 40 | 40 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 | 50 | 50 | 50 | 50 | 540 |
| ช็อคโกแลต (ร้อน) | 20 | 20 | 20 | 20 | 25 | 25 | 25 | 25 | 30 | 30 | 30 | 30 | 300 |
| ช็อคโกแลต (เย็น) | 25 | 25 | 25 | 25 | 30 | 30 | 30 | 30 | 35 | 35 | 35 | 35 | 360 |
| ช็อคโกแลต (ปั่น) | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 30 | 30 | 30 | 30 | 320 |
| ชาเขียว (ร้อน) | 10 | 10 | 10 | 10 | 15 | 15 | 15 | 15 | 20 | 20 | 20 | 20 | 180 |
| ชาเขียว (เย็น) | 25 | 25 | 25 | 25 | 30 | 30 | 30 | 30 | 35 | 35 | 35 | 35 | 360 |
| ชาเขียว (ปั่น) | 30 | 30 | 30 | 30 | 35 | 35 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 | 40 | 420 |
| ชาดำ (เย็น) | 15 | 15 | 15 | 15 | 20 | 20 | 20 | 20 | 25 | 25 | 25 | 25 | 240 |
| ชาดำ (ปั่น) | 15 | 15 | 15 | 15 | 20 | 20 | 20 | 20 | 25 | 25 | 25 | 25 | 240 |
| ชาผลไม้ (ร้อน) | 10 | 10 | 10 | 10 | 15 | 15 | 15 | 15 | 20 | 20 | 20 | 20 | 180 |
| ชาผลไม้ (เย็น) | 10 | 10 | 10 | 10 | 15 | 15 | 15 | 15 | 20 | 20 | 20 | 20 | 180 |
| ชาเอิร์ล เกรย์ (ร้อน) | 10 | 10 | 10 | 10 | 15 | 15 | 15 | 15 | 20 | 20 | 20 | 20 | 180 |
| ชาเอิร์ล เกรย์ (เย็น) | 10 | 10 | 10 | 10 | 15 | 15 | 15 | 15 | 20 | 20 | 20 | 20 | 180 |
| รวมจำนวนสินค้าขาย | 340 | 340 | 340 | 340 | 410 | 410 | 410 | 410 | 485 | 485 | 485 | 485 | 4,940 |

ตารางที่12 (ต่อ)

| รายการ | เดือน ที่1 | เดือน ที่2 | เดือน ที่3 | เดือน ที่4 | เดือน ที่5 | เดือน ที่6 | เดือน ที่7 | เดือน ที่8 | เดือน ที่9 | เดือน ที่10 | เดือน ที่11 | เดือน ที่12 | รวม |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|--------------|
| สินค้ารอง | | | | | | | | | | | | | |
| จำนวนสินค้าขาย | | | | | | | | | | | | | |
| ขนมปังปิ้ง (1คู่/48กรัม) | 60 | 60 | 60 | 60 | 70 | 70 | 70 | 70 | 80 | 80 | 80 | 80 | 840 |
| รวมจำนวนสินค้าขาย | 60 | 60 | 60 | 60 | 70 | 70 | 70 | 70 | 80 | 80 | 80 | 80 | 840 |
| ไอศกรีม iberry (1สตู๊ป/60กรัม) | 100 | 100 | 100 | 100 | 120 | 120 | 120 | 120 | 150 | 150 | 150 | 150 | 1,480 |
| รวมจำนวนสินค้าขาย | 100 | 100 | 100 | 100 | 120 | 120 | 120 | 120 | 150 | 150 | 150 | 150 | 1,480 |
| ราคาสินค้า บาท/แก้ว | | | | | | | | | | | | | |
| เอสเปรสโซ อิลลี่ (ร้อน) | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | |
| เอสเปรสโซ อิลลี่ (เย็น) | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | |
| เอสเปรสโซ อิลลี่ (ปั่น) | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | |
| เอสเปรสโซ เดลิก้า (ร้อน) | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | |
| เอสเปรสโซ เดลิก้า (เย็น) | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | |
| เอสเปรสโซ เดลิก้า (ปั่น) | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | |

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่12 (ต่อ)

| รายการ | เดือน ที่1 | เดือน ที่2 | เดือน ที่3 | เดือน ที่4 | เดือน ที่5 | เดือน ที่6 | เดือน ที่7 | เดือน ที่8 | เดือน ที่9 | เดือน ที่10 | เดือน ที่11 | เดือน ที่12 | |
|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|--|
| อเมริกาโน อิลลี่ (ร้อน) | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | |
| อเมริกาโน อิลลี่ (เย็น) | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | |
| อเมริกาโน อิลลี่ (ปั่น) | 70.00 | 70.00 | 70.00 | 70.00 | 70.00 | 70.00 | 70.00 | 70.00 | 70.00 | 70.00 | 70.00 | 70.00 | |
| อเมริกาโน เกล็ก้า (ร้อน) | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | |
| อเมริกาโน เกล็ก้า (เย็น) | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | |
| อเมริกาโน เกล็ก้า (ปั่น) | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | |
| ลาเต้ อิลลี่ (ร้อน) | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | |
| ลาเต้ อิลลี่ (เย็น) | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | |
| ลาเต้ อิลลี่ (ปั่น) | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | |
| ลาเต้ เกล็ก้า (ร้อน) | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | |
| ลาเต้ เกล็ก้า (เย็น) | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | |
| ลาเต้ เกล็ก้า (ปั่น) | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | |

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่12 (ต่อ)

| รายการ | เดือน ที่1 | เดือน ที่2 | เดือน ที่3 | เดือน ที่4 | เดือน ที่5 | เดือน ที่6 | เดือน ที่7 | เดือน ที่8 | เดือน ที่9 | เดือน ที่10 | เดือน ที่11 | เดือน ที่12 | |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|--|
| ชาเขียว (ร้อน) | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | |
| ชาเขียว (เย็น) | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | |
| ชาเขียว (ปั่น) | 75.00 | 75.00 | 75.00 | 75.00 | 75.00 | 75.00 | 75.00 | 75.00 | 75.00 | 75.00 | 75.00 | 75.00 | |
| ชาดำ (เย็น) | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | |
| ชาดำ (ปั่น) | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | |
| ชาผลไม้ (ร้อน) | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | |
| ชาผลไม้ (เย็น) | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | |
| ชาเอิร์ล เกรย์ (ร้อน) | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | |
| ชาเอิร์ล เกรย์ (เย็น) | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | |
| ราคาสินค้าเฉลี่ย | 52.22 | 52.22 | 52.22 | 52.22 | 52.22 | 52.22 | 52.22 | 52.22 | 52.22 | 52.22 | 52.22 | 52.22 | |

ผลงานวิทยนักรศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่12 (ต่อ)

| รายการ | เดือน ที่1 | เดือน ที่2 | เดือน ที่3 | เดือน ที่4 | เดือน ที่5 | เดือน ที่6 | เดือน ที่7 | เดือน ที่8 | เดือน ที่9 | เดือน ที่10 | เดือน ที่11 | เดือน ที่12 | |
|------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|--------|
| สินค้ารอง | | | | | | | | | | | | | |
| ราคาสินค้า บาท/หน่วย | | | | | | | | | | | | | |
| ขนมปังปิ้ง (1คู่/48กรัม) | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | |
| ราคาสินค้าเฉลี่ย | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | |
| ไอศกรีม iberry (1สूप/60กรัม) | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | |
| ราคาสินค้าเฉลี่ย | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | |
| รายการ | เดือน ที่1 | เดือน ที่2 | เดือน ที่3 | เดือน ที่4 | เดือน ที่5 | เดือน ที่6 | เดือน ที่7 | เดือน ที่8 | เดือน ที่9 | เดือน ที่10 | เดือน ที่11 | เดือน ที่12 | รวม |
| รายได้จากการขาย (บาท) | | | | | | | | | | | | | |
| เอสเปรสโซ อิลลี่ (ร้อน) | 1,800 | 1,800 | 1,800 | 1,800 | 2,100 | 2,100 | 2,100 | 2,100 | 2,400 | 2,400 | 2,400 | 2,400 | 25,200 |
| เอสเปรสโซ อิลลี่ (เย็น) | 2,975 | 2,975 | 2,975 | 2,975 | 3,400 | 3,400 | 3,400 | 3,400 | 3,825 | 3,825 | 3,825 | 3,825 | 40,800 |
| เอสเปรสโซ อิลลี่ (ปั่น) | 2,850 | 2,850 | 2,850 | 2,850 | 3,325 | 3,325 | 3,325 | 3,325 | 3,800 | 3,800 | 3,800 | 3,800 | 39,900 |
| เอสเปรสโซ เดลิค้ำ (ร้อน) | 1,200 | 1,200 | 1,200 | 1,200 | 1,400 | 1,400 | 1,400 | 1,400 | 1,600 | 1,600 | 1,600 | 1,600 | 16,800 |
| เอสเปรสโซ เดลิค้ำ (เย็น) | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 2,750 | 2,750 | 2,750 | 2,750 | 3,025 | 3,025 | 3,025 | 3,025 | 33,000 |
| เอสเปรสโซ เดลิค้ำ (ปั่น) | 2,275 | 2,275 | 2,275 | 2,275 | 2,600 | 2,600 | 2,600 | 2,600 | 2,925 | 2,925 | 2,925 | 2,925 | 31,200 |

ตารางที่12 (ต่อ)

| รายการ | เดือน ที่1 | เดือน ที่2 | เดือน ที่3 | เดือน ที่4 | เดือน ที่5 | เดือน ที่6 | เดือน ที่7 | เดือน ที่8 | เดือน ที่9 | เดือน ที่10 | เดือน ที่11 | เดือน ที่12 | รวม |
|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|--------|
| อเมริกาโน อิลลี่ (ร้อน) | 1,800 | 1,800 | 1,800 | 1,800 | 2,100 | 2,100 | 2,100 | 2,100 | 2,400 | 2,400 | 2,400 | 2,400 | 25,200 |
| อเมริกาโน อิลลี่ (เย็น) | 2,275 | 2,275 | 2,275 | 2,275 | 2,600 | 2,600 | 2,600 | 2,600 | 2,925 | 2,925 | 2,925 | 2,925 | 31,200 |
| อเมริกาโน อิลลี่ (ปั่น) | 2,100 | 2,100 | 2,100 | 2,100 | 2,450 | 2,450 | 2,450 | 2,450 | 2,800 | 2,800 | 2,800 | 2,800 | 29,400 |
| อเมริกาโน เดลิก้า (ร้อน) | 1,600 | 1,600 | 1,600 | 1,600 | 1,800 | 1,800 | 1,800 | 1,800 | 2,000 | 2,000 | 2,000 | 2,000 | 21,600 |
| อเมริกาโน เดลิก้า (เย็น) | 2,250 | 2,250 | 2,250 | 2,250 | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 2,700 | 2,700 | 2,700 | 2,700 | 29,700 |
| อเมริกาโน เดลิก้า (ปั่น) | 1,925 | 1,925 | 1,925 | 1,925 | 2,200 | 2,200 | 2,200 | 2,200 | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 26,400 |
| ลาเต้ อิลลี่ (ร้อน) | 2,275 | 2,275 | 2,275 | 2,275 | 2,600 | 2,600 | 2,600 | 2,600 | 2,925 | 2,925 | 2,925 | 2,925 | 31,200 |
| ลาเต้ อิลลี่ (เย็น) | 3,825 | 3,825 | 3,825 | 3,825 | 4,250 | 4,250 | 4,250 | 4,250 | 4,675 | 4,675 | 4,675 | 4,675 | 51,000 |
| ลาเต้ อิลลี่ (ปั่น) | 3,325 | 3,325 | 3,325 | 3,325 | 3,800 | 3,800 | 3,800 | 3,800 | 4,275 | 4,275 | 4,275 | 4,275 | 45,600 |
| ลาเต้ เดลิก้า (ร้อน) | 1,800 | 1,800 | 1,800 | 1,800 | 2,250 | 2,250 | 2,250 | 2,250 | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 26,100 |
| ลาเต้ เดลิก้า (เย็น) | 3,025 | 3,025 | 3,025 | 3,025 | 3,300 | 3,300 | 3,300 | 3,300 | 3,575 | 3,575 | 3,575 | 3,575 | 39,600 |
| ลาเต้ เดลิก้า (ปั่น) | 2,600 | 2,600 | 2,600 | 2,600 | 2,925 | 2,925 | 2,925 | 2,925 | 3,250 | 3,250 | 3,250 | 3,250 | 35,100 |
| คาปูชิโน อิลลี่ (ร้อน) | 2,600 | 2,600 | 2,600 | 2,600 | 2,925 | 2,925 | 2,925 | 2,925 | 3,250 | 3,250 | 3,250 | 3,250 | 35,100 |
| คาปูชิโน อิลลี่ (เย็น) | 3,825 | 3,825 | 3,825 | 3,825 | 4,250 | 4,250 | 4,250 | 4,250 | 4,675 | 4,675 | 4,675 | 4,675 | 51,000 |
| คาปูชิโน อิลลี่ (ปั่น) | 3,325 | 3,325 | 3,325 | 3,325 | 3,800 | 3,800 | 3,800 | 3,800 | 4,275 | 4,275 | 4,275 | 4,275 | 45,600 |

ตารางที่12 (ต่อ)

| รายการ | เดือน ที่1 | เดือน ที่2 | เดือน ที่3 | เดือน ที่4 | เดือน ที่5 | เดือน ที่6 | เดือน ที่7 | เดือน ที่8 | เดือน ที่9 | เดือน ที่10 | เดือน ที่11 | เดือน ที่12 | รวม |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|--------|
| คาปูชิโน เดลิค้ำ (ร้อน) | 2,250 | 2,250 | 2,250 | 2,250 | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 2,700 | 2,700 | 2,700 | 2,700 | 29,700 |
| คาปูชิโน เดลิค้ำ (เย็น) | 3,300 | 3,300 | 3,300 | 3,300 | 3,575 | 3,575 | 3,575 | 3,575 | 3,850 | 3,850 | 3,850 | 3,850 | 42,900 |
| คาปูชิโน เดลิค้ำ (ปั่น) | 2,925 | 2,925 | 2,925 | 2,925 | 3,250 | 3,250 | 3,250 | 3,250 | 3,575 | 3,575 | 3,575 | 3,575 | 39,000 |
| มอคค่า อิลลี้ (ร้อน) | 2,450 | 2,450 | 2,450 | 2,450 | 2,800 | 2,800 | 2,800 | 2,800 | 3,150 | 3,150 | 3,150 | 3,150 | 33,600 |
| มอคค่า อิลลี้ (เย็น) | 4,050 | 4,050 | 4,050 | 4,050 | 4,500 | 4,500 | 4,500 | 4,500 | 4,950 | 4,950 | 4,950 | 4,950 | 54,000 |
| มอคค่า อิลลี้ (ปั่น) | 3,500 | 3,500 | 3,500 | 3,500 | 4,000 | 4,000 | 4,000 | 4,000 | 4,500 | 4,500 | 4,500 | 4,500 | 48,000 |
| มอคค่า เดลิค้ำ (ร้อน) | 2,200 | 2,200 | 2,200 | 2,200 | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 2,750 | 2,750 | 2,750 | 2,750 | 29,700 |
| มอคค่า เดลิค้ำ (เย็น) | 3,300 | 3,300 | 3,300 | 3,300 | 3,600 | 3,600 | 3,600 | 3,600 | 3,900 | 3,900 | 3,900 | 3,900 | 43,200 |
| มอคค่า เดลิค้ำ (ปั่น) | 2,800 | 2,800 | 2,800 | 2,800 | 3,150 | 3,150 | 3,150 | 3,150 | 3,500 | 3,500 | 3,500 | 3,500 | 37,800 |
| ช็อคโกแลต (ร้อน) | 1,100 | 1,100 | 1,100 | 1,100 | 1,375 | 1,375 | 1,375 | 1,375 | 1,650 | 1,650 | 1,650 | 1,650 | 16,500 |
| ช็อคโกแลต (เย็น) | 2,125 | 2,125 | 2,125 | 2,125 | 2,550 | 2,550 | 2,550 | 2,550 | 2,975 | 2,975 | 2,975 | 2,975 | 30,600 |
| ช็อคโกแลต (ปั่น) | 2,375 | 2,375 | 2,375 | 2,375 | 2,375 | 2,375 | 2,375 | 2,375 | 2,850 | 2,850 | 2,850 | 2,850 | 30,400 |
| ชาเขียว (ร้อน) | 550 | 550 | 550 | 550 | 825 | 825 | 825 | 825 | 1,100 | 1,100 | 1,100 | 1,100 | 9,900 |
| ชาเขียว (เย็น) | 1,625 | 1,625 | 1,625 | 1,625 | 1,950 | 1,950 | 1,950 | 1,950 | 2,275 | 2,275 | 2,275 | 2,275 | 23,400 |
| ชาเขียว (ปั่น) | 2,250 | 2,250 | 2,250 | 2,250 | 2,625 | 2,625 | 2,625 | 2,625 | 3,000 | 3,000 | 3,000 | 3,000 | 31,500 |

ตารางที่12 (ต่อ)

| รายการ | เดือน ที่1 | เดือน ที่2 | เดือน ที่3 | เดือน ที่4 | เดือน ที่5 | เดือน ที่6 | เดือน ที่7 | เดือน ที่8 | เดือน ที่9 | เดือน ที่10 | เดือน ที่11 | เดือน ที่12 | รวม |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|--------|
| คาปูชิโน เดลิค้ำ (ร้อน) | 2,250 | 2,250 | 2,250 | 2,250 | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 2,700 | 2,700 | 2,700 | 2,700 | 29,700 |
| คาปูชิโน เดลิค้ำ (เย็น) | 3,300 | 3,300 | 3,300 | 3,300 | 3,575 | 3,575 | 3,575 | 3,575 | 3,850 | 3,850 | 3,850 | 3,850 | 42,900 |
| คาปูชิโน เดลิค้ำ (ปั่น) | 2,925 | 2,925 | 2,925 | 2,925 | 3,250 | 3,250 | 3,250 | 3,250 | 3,575 | 3,575 | 3,575 | 3,575 | 39,000 |
| มอคค่า อิลลี้ (ร้อน) | 2,450 | 2,450 | 2,450 | 2,450 | 2,800 | 2,800 | 2,800 | 2,800 | 3,150 | 3,150 | 3,150 | 3,150 | 33,600 |
| มอคค่า อิลลี้ (เย็น) | 4,050 | 4,050 | 4,050 | 4,050 | 4,500 | 4,500 | 4,500 | 4,500 | 4,950 | 4,950 | 4,950 | 4,950 | 54,000 |
| มอคค่า อิลลี้ (ปั่น) | 3,500 | 3,500 | 3,500 | 3,500 | 4,000 | 4,000 | 4,000 | 4,000 | 4,500 | 4,500 | 4,500 | 4,500 | 48,000 |
| มอคค่า เดลิค้ำ (ร้อน) | 2,200 | 2,200 | 2,200 | 2,200 | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 2,475 | 2,750 | 2,750 | 2,750 | 2,750 | 29,700 |
| มอคค่า เดลิค้ำ (เย็น) | 3,300 | 3,300 | 3,300 | 3,300 | 3,600 | 3,600 | 3,600 | 3,600 | 3,900 | 3,900 | 3,900 | 3,900 | 43,200 |
| มอคค่า เดลิค้ำ (ปั่น) | 2,800 | 2,800 | 2,800 | 2,800 | 3,150 | 3,150 | 3,150 | 3,150 | 3,500 | 3,500 | 3,500 | 3,500 | 37,800 |
| ช็อคโกแลต (ร้อน) | 1,100 | 1,100 | 1,100 | 1,100 | 1,375 | 1,375 | 1,375 | 1,375 | 1,650 | 1,650 | 1,650 | 1,650 | 16,500 |
| ช็อคโกแลต (เย็น) | 2,125 | 2,125 | 2,125 | 2,125 | 2,550 | 2,550 | 2,550 | 2,550 | 2,975 | 2,975 | 2,975 | 2,975 | 30,600 |
| ช็อคโกแลต (ปั่น) | 2,375 | 2,375 | 2,375 | 2,375 | 2,375 | 2,375 | 2,375 | 2,375 | 2,850 | 2,850 | 2,850 | 2,850 | 30,400 |
| ชาเขียว (ร้อน) | 550 | 550 | 550 | 550 | 825 | 825 | 825 | 825 | 1,100 | 1,100 | 1,100 | 1,100 | 9,900 |
| ชาเขียว (เย็น) | 1,625 | 1,625 | 1,625 | 1,625 | 1,950 | 1,950 | 1,950 | 1,950 | 2,275 | 2,275 | 2,275 | 2,275 | 23,400 |
| ชาเขียว (ปั่น) | 2,250 | 2,250 | 2,250 | 2,250 | 2,625 | 2,625 | 2,625 | 2,625 | 3,000 | 3,000 | 3,000 | 3,000 | 31,500 |

ตารางที่12 (ต่อ)

| รายการ | เดือนที่1 | เดือนที่2 | เดือนที่3 | เดือนที่4 | เดือนที่5 | เดือนที่6 | เดือนที่7 | เดือนที่8 | เดือนที่9 | เดือนที่10 | เดือนที่11 | เดือนที่12 | รวม |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|-----------|
| ชาดำ (เย็น) | 600 | 600 | 600 | 600 | 800 | 800 | 800 | 800 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 9,600 |
| ชาดำ (ปั่น) | 675 | 675 | 675 | 675 | 900 | 900 | 900 | 900 | 1,125 | 1,125 | 1,125 | 1,125 | 10,800 |
| ชาผลไม้ (ร้อน) | 450 | 450 | 450 | 450 | 675 | 675 | 675 | 675 | 900 | 900 | 900 | 900 | 8,100 |
| ชาผลไม้ (เย็น) | 500 | 500 | 500 | 500 | 750 | 750 | 750 | 750 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 9,000 |
| ชาเอิร์ธ เกรย์ (ร้อน) | 450 | 450 | 450 | 450 | 675 | 675 | 675 | 675 | 900 | 900 | 900 | 900 | 8,100 |
| ชาเอิร์ธ เกรย์ (เย็น) | 500 | 500 | 500 | 500 | 750 | 750 | 750 | 750 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 9,000 |
| รวมรายได้ จากการขาย สินค้าหลัก (1) | 92,100 | 92,100 | 92,100 | 92,100 | 105,375 | 105,375 | 105,375 | 105,375 | 118,900 | 118,900 | 118,900 | 118,900 | 1,265,500 |
| รวมรายได้ สะสมสินค้า หลัก (3) | 0 | 184,200 | 276,300 | 368,400 | 473,775 | 579,150 | 684,525 | 789,900 | 908,800 | 1,027,700 | 1,146,600 | 1,265,500 | 1,265,500 |

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่12 (ต่อ)

| รายการ | เดือนที่1 | เดือนที่2 | เดือนที่3 | เดือนที่4 | เดือนที่5 | เดือนที่6 | เดือนที่7 | เดือนที่8 | เดือนที่9 | เดือนที่10 | เดือนที่11 | เดือนที่12 | รวม |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|-----------|
| สินค้ารอง | | | | | | | | | | | | | |
| รายได้จากการขาย (บาท) | | | | | | | | | | | | | |
| ขนมปังปัง (1คู่/48กรัม) | 1,200 | 1,200 | 1,200 | 1,200 | 1,400 | 1,400 | 1,400 | 1,400 | 1,600 | 1,600 | 1,600 | 1,600 | 16,800 |
| ไอศกรีม iberry | 4,900 | 4,900 | 4,900 | 4,900 | 5,880 | 5,880 | 5,880 | 5,880 | 7,350 | 7,350 | 7,350 | 7,350 | 72,520 |
| รวมรายได้ จากการขาย สินค้ารอง (2) | 6,100 | 6,100 | 6,100 | 6,100 | 7,280 | 7,280 | 7,280 | 7,280 | 8,950 | 8,950 | 8,950 | 8,950 | 89,320 |
| รวมรายได้ สะสมสินค้า รอง (4) | 0 | 12,200 | 18,300 | 24,400 | 31,680 | 38,960 | 46,240 | 53,520 | 62,470 | 71,420 | 80,370 | 89,320 | 89,320 |
| รวมรายได้ จากการขาย สินค้า (1)+(2) | 98,200 | 98,200 | 98,200 | 98,200 | 112,655 | 112,655 | 112,655 | 112,655 | 127,850 | 127,850 | 127,850 | 127,850 | 1,354,820 |

ตารางที่ 12 (ต่อ)

| รายการ | เดือนที่1 | เดือนที่2 | เดือนที่3 | เดือนที่4 | เดือนที่5 | เดือนที่6 | เดือนที่7 | เดือนที่8 | เดือนที่9 | เดือนที่10 | เดือนที่11 | เดือนที่12 | รวม |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|-----------|
| สินค้ารอง | | | | | | | | | | | | | |
| รายได้จากการขาย (บาท) | | | | | | | | | | | | | |
| รวมรายได้ สะสม ทั้งหมด (3)+(4) | 0 | 196,400 | 294,600 | 392,800 | 505,455 | 618,110 | 730,765 | 843,420 | 971,270 | 1,099,120 | 1,226,970 | 1,354,820 | 1,354,820 |
| เงินสดรับ จากการขาย | 98,200 | 98,200 | 98,200 | 98,200 | 112,655 | 112,655 | 112,655 | 112,655 | 127,850 | 127,850 | 127,850 | 127,850 | 1,354,820 |

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 13 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---------------------------------|---------|--------------|-----------|-----------|-----------|
| สินค้าหลัก (เครื่องดื่ม) | | | | | |
| | | | เพิ่มขึ้น | เพิ่มขึ้น | เพิ่มขึ้น |
| จำนวนสินค้าขาย (แก้ว) | | เพิ่มขึ้น 5% | 10% | 15% | 20% |
| เอสเพรสโซ อิลลี่ (ร้อน) | 420 | 441 | 485 | 558 | 669 |
| เอสเพรสโซ อิลลี่ (เย็น) | 480 | 504 | 554 | 638 | 765 |
| เอสเพรสโซ อิลลี่ (ปั่น) | 420 | 441 | 485 | 558 | 669 |
| เอสเพรสโซ เดลิก้า (ร้อน) | 420 | 441 | 485 | 558 | 669 |
| เอสเพรสโซ เดลิก้า (เย็น) | 600 | 630 | 693 | 797 | 956 |
| เอสเพรสโซ เดลิก้า (ปั่น) | 480 | 504 | 554 | 638 | 765 |
| อเมริกาโน อิลลี่ (ร้อน) | 420 | 441 | 485 | 558 | 669 |
| อเมริกาโน อิลลี่ (เย็น) | 480 | 504 | 554 | 638 | 765 |
| อเมริกาโน อิลลี่ (ปั่น) | 420 | 441 | 485 | 558 | 669 |
| อเมริกาโน เดลิก้า (ร้อน) | 540 | 567 | 624 | 717 | 861 |
| อเมริกาโน เดลิก้า (เย็น) | 660 | 693 | 762 | 877 | 1,052 |
| อเมริกาโน เดลิก้า (ปั่น) | 480 | 504 | 554 | 638 | 765 |
| ลาเต้ อิลลี่ (ร้อน) | 480 | 504 | 554 | 638 | 765 |
| ลาเต้ อิลลี่ (เย็น) | 600 | 630 | 693 | 797 | 956 |
| ลาเต้ อิลลี่ (ปั่น) | 480 | 504 | 554 | 638 | 765 |
| ลาเต้ เดลิก้า (ร้อน) | 580 | 609 | 670 | 770 | 924 |
| ลาเต้ เดลิก้า (เย็น) | 720 | 756 | 832 | 956 | 1,148 |
| ลาเต้ เดลิก้า (ปั่น) | 540 | 567 | 624 | 717 | 861 |
| คาปูชิโน อิลลี่ (ร้อน) | 540 | 567 | 624 | 717 | 861 |
| คาปูชิโน อิลลี่ (เย็น) | 600 | 630 | 693 | 797 | 956 |
| คาปูชิโน อิลลี่ (ปั่น) | 480 | 504 | 554 | 638 | 765 |

ตารางที่ 13 (ต่อ)

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|-------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| คาปูชิโน เดลิค้ำ (ร้อน) | 660 | 693 | 762 | 877 | 1,052 |
| คาปูชิโน เดลิค้ำ (เย็น) | 780 | 819 | 901 | 1,036 | 1,243 |
| คาปูชิโน เดลิค้ำ (ปั่น) | 600 | 630 | 693 | 797 | 956 |
| มอคค่า อิลลี้ (ร้อน) | 480 | 504 | 554 | 638 | 765 |
| มอคค่า อิลลี้ (เย็น) | 600 | 630 | 693 | 797 | 956 |
| มอคค่า อิลลี้ (ปั่น) | 480 | 504 | 554 | 638 | 765 |
| มอคค่า เดลิค้ำ (ร้อน) | 540 | 567 | 624 | 717 | 861 |
| มอคค่า เดลิค้ำ (เย็น) | 720 | 756 | 832 | 956 | 1,148 |
| มอคค่า เดลิค้ำ (ปั่น) | 540 | 567 | 624 | 717 | 861 |
| ช็อคโกแลต (ร้อน) | 300 | 315 | 347 | 398 | 478 |
| ช็อคโกแลต (เย็น) | 360 | 378 | 416 | 478 | 574 |
| ช็อคโกแลต (ปั่น) | 320 | 336 | 370 | 425 | 510 |
| ชาเขียว (ร้อน) | 180 | 189 | 208 | 239 | 287 |
| ชาเขียว (เย็น) | 360 | 378 | 416 | 478 | 574 |
| ชาเขียว (ปั่น) | 420 | 441 | 485 | 558 | 669 |
| ชาดำ (เย็น) | 240 | 252 | 277 | 319 | 383 |
| ชาดำ (ปั่น) | 240 | 252 | 277 | 319 | 383 |
| ชาผลไม้ (ร้อน) | 180 | 189 | 208 | 239 | 287 |
| ชาผลไม้ (เย็น) | 180 | 189 | 208 | 239 | 287 |
| ชาเอิร์ล เกรย์ (ร้อน) | 180 | 189 | 208 | 239 | 287 |
| ชาเอิร์ล เกรย์ (เย็น) | 180 | 189 | 208 | 239 | 287 |
| รวมจำนวนสินค้าขาย | 19,380 | 20,349 | 22,384 | 25,741 | 30,890 |

ตารางที่ 13 (ต่อ)

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| สินค้ารอง | | | | | |
| จำนวนสินค้าขาย | | | | | |
| ขนมปังปัง (1คู่/48กรัม) | 840 | 882 | 970 | 1,116 | 1,339 |
| รวมจำนวนสินค้าขาย | 840 | 882 | 970 | 1,116 | 1,339 |
| ไอศกรีม iberry (1สตู๊ป/60 กรัม) | 1,480 | 1,554 | 1,709 | 1,966 | 2,359 |
| รวมจำนวนสินค้าขาย | 1,480 | 1,554 | 1,709 | 1,966 | 2,359 |
| สินค้าหลัก (เครื่องดื่ม) | | | | | |
| ราคาสินค้า (บาท/แก้ว) | | | | | |
| เอสเปรสโซ อิลลี่ (ร้อน) | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 |
| เอสเปรสโซ อิลลี่ (เย็น) | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 |
| เอสเปรสโซ อิลลี่ (ปั่น) | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 |
| เอสเปรสโซ เคลิก้า (ร้อน) | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 |
| เอสเปรสโซ เคลิก้า (เย็น) | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 |
| เอสเปรสโซ เคลิก้า (ปั่น) | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 |
| อเมริกาโน อิลลี่ (ร้อน) | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 |
| อเมริกาโน อิลลี่ (เย็น) | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 |
| อเมริกาโน อิลลี่ (ปั่น) | 70.00 | 70.00 | 70.00 | 70.00 | 70.00 |
| อเมริกาโน เคลิก้า (ร้อน) | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 |
| อเมริกาโน เคลิก้า (เย็น) | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 |
| อเมริกาโน เคลิก้า (ปั่น) | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 |
| ลาเต้ อิลลี่ (ร้อน) | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 |
| ลาเต้ อิลลี่ (เย็น) | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 |
| ลาเต้ อิลลี่ (ปั่น) | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 |

ตารางที่ 13 (ต่อ)

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|-------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| ลาเต้ เกลีง้า (ร้อน) | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 |
| ลาเต้ เกลีง้า (เย็น) | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 |
| ลาเต้ เกลีง้า (ปั่น) | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 |
| คาปูชิโน อิลลี้ (ร้อน) | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 |
| คาปูชิโน อิลลี้ (เย็น) | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 |
| คาปูชิโน อิลลี้ (ปั่น) | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 |
| คาปูชิโน เกลีง้า (ร้อน) | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 |
| คาปูชิโน เกลีง้า (เย็น) | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 |
| คาปูชิโน เกลีง้า (ปั่น) | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 |
| มอคค่า อิลลี้ (ร้อน) | 70.00 | 70.00 | 70.00 | 70.00 | 70.00 |
| มอคค่า อิลลี้ (เย็น) | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 |
| มอคค่า อิลลี้ (ปั่น) | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 |
| มอคค่า เกลีง้า (ร้อน) | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 |
| มอคค่า เกลีง้า (เย็น) | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 |
| มอคค่า เกลีง้า (ปั่น) | 70.00 | 70.00 | 70.00 | 70.00 | 70.00 |
| ช็อคโกแลต (ร้อน) | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 |
| ช็อคโกแลต (เย็น) | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 | 85.00 |
| ช็อคโกแลต (ปั่น) | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 | 95.00 |
| ชาเขียว (ร้อน) | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 | 55.00 |
| ชาเขียว (เย็น) | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 | 65.00 |
| ชาเขียว (ปั่น) | 75.00 | 75.00 | 75.00 | 75.00 | 75.00 |
| ชาดำ (เย็น) | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 |
| ชาดำ (ปั่น) | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 |
| ชาผลไม้ (ร้อน) | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 |

ตารางที่ 13 (ต่อ)

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| ชาผลไม้ (เย็น) | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 |
| ชาเอิร์ล เกรย์ (ร้อน) | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 | 45.00 |
| ชาเอิร์ล เกรย์ (เย็น) | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 |
| ราคาสินค้าเฉลี่ย | 64.40 | 64.40 | 64.40 | 64.40 | 64.40 |
| สินค้ารอง | | | | | |
| ราคาสินค้า บาท/หน่วย | | | | | |
| ขนมปังปัง (1คู่/48กรัม) | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 |
| ราคาสินค้าเฉลี่ย | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 |
| ไอศกรีม iberry (1สก็๊ป/60 กรัม) | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 |
| ราคาสินค้าเฉลี่ย | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 | 49.00 |
| สินค้าหลัก (เครื่องดื่ม) | | | | | |
| รายได้จากการขายสินค้า (บาท) | | | | | |
| เอสเปรสโซ อิลลี่ (ร้อน) | 25,200 | 26,460 | 29,100 | 33,480 | 40,140 |
| เอสเปรสโซ อิลลี่ (เย็น) | 40,800 | 42,840 | 47,090 | 54,230 | 65,025 |
| เอสเปรสโซ อิลลี่ (ปั่น) | 39,900 | 41,895 | 46,075 | 53,010 | 63,555 |
| เอสเปรสโซ เดลิก้า (ร้อน) | 16,800 | 17,640 | 19,400 | 22,320 | 26,760 |
| เอสเปรสโซ เดลิก้า (เย็น) | 33,000 | 34,650 | 38,115 | 43,835 | 52,580 |
| เอสเปรสโซ เดลิก้า (ปั่น) | 31,200 | 32,760 | 36,010 | 41,470 | 49,725 |
| อเมริกาโน อิลลี่ (ร้อน) | 25,200 | 26,460 | 29,100 | 33,480 | 40,140 |
| อเมริกาโน อิลลี่ (เย็น) | 31,200 | 32,760 | 36,010 | 41,470 | 49,725 |
| อเมริกาโน อิลลี่ (ปั่น) | 29,400 | 30,870 | 33,950 | 39,060 | 46,830 |
| อเมริกาโน เดลิก้า (ร้อน) | 21,600 | 22,680 | 24,960 | 28,680 | 34,440 |
| อเมริกาโน เดลิก้า (เย็น) | 29,700 | 31,185 | 34,290 | 39,465 | 47,340 |
| อเมริกาโน เดลิก้า (ปั่น) | 26,400 | 27,720 | 30,470 | 35,090 | 42,075 |

ตารางที่ 13 (ต่อ)

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|-------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| ลาเต้ อิลลี่ (ร้อน) | 31,200 | 32,760 | 36,010 | 41,470 | 49,725 |
| ลาเต้ อิลลี่ (เย็น) | 51,000 | 53,550 | 58,905 | 67,745 | 81,260 |
| ลาเต้ อิลลี่ (ปั่น) | 45,600 | 47,880 | 52,630 | 60,610 | 72,675 |
| ลาเต้ เกลิก้า (ร้อน) | 26,100 | 27,405 | 30,150 | 34,650 | 41,580 |
| ลาเต้ เกลิก้า (เย็น) | 39,600 | 41,580 | 45,760 | 52,580 | 63,140 |
| ลาเต้ เกลิก้า (ปั่น) | 35,100 | 36,855 | 40,560 | 46,605 | 55,965 |
| คาปูชิโน อิลลี่ (ร้อน) | 35,100 | 36,855 | 40,560 | 46,605 | 55,965 |
| คาปูชิโน อิลลี่ (เย็น) | 51,000 | 53,550 | 58,905 | 67,745 | 81,260 |
| คาปูชิโน อิลลี่ (ปั่น) | 45,600 | 47,880 | 52,630 | 60,610 | 72,675 |
| คาปูชิโน เกลิก้า (ร้อน) | 29,700 | 31,185 | 34,290 | 39,465 | 47,340 |
| คาปูชิโน เกลิก้า (เย็น) | 42,900 | 45,045 | 49,555 | 56,980 | 68,365 |
| คาปูชิโน เกลิก้า (ปั่น) | 39,000 | 40,950 | 45,045 | 51,805 | 62,140 |
| มอคค่า อิลลี่ (ร้อน) | 33,600 | 35,280 | 38,780 | 44,660 | 53,550 |
| มอคค่า อิลลี่ (เย็น) | 54,000 | 56,700 | 62,370 | 71,730 | 86,040 |
| มอคค่า อิลลี่ (ปั่น) | 48,000 | 50,400 | 55,400 | 63,800 | 76,500 |
| มอคค่า เกลิก้า (ร้อน) | 29,700 | 31,185 | 34,320 | 39,435 | 47,355 |
| มอคค่า เกลิก้า (เย็น) | 43,200 | 45,360 | 49,920 | 57,360 | 68,700 |
| มอคค่า เกลิก้า (ปั่น) | 37,800 | 39,690 | 43,680 | 50,190 | 60,270 |
| ช็อคโกแลต (ร้อน) | 16,500 | 17,325 | 19,085 | 21,890 | 26,290 |
| ช็อคโกแลต (เย็น) | 30,600 | 32,130 | 35,360 | 40,630 | 48,790 |
| ช็อคโกแลต (ปั่น) | 30,400 | 31,920 | 35,150 | 40,375 | 48,450 |
| ชาเขียว (ร้อน) | 9,900 | 10,395 | 11,440 | 13,145 | 15,785 |
| ชาเขียว (เย็น) | 23,400 | 24,570 | 27,040 | 31,070 | 37,310 |
| ชาเขียว (ปั่น) | 31,500 | 33,075 | 36,375 | 41,850 | 50,175 |

ตารางที่ 13 (ต่อ)

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ชาดำ (เย็น) | 9,600 | 10,080 | 11,080 | 12,760 | 15,320 |
| ชาดำ (ปั่น) | 10,800 | 11,340 | 12,465 | 14,355 | 17,235 |
| ชาผลไม้ (ร้อน) | 8,100 | 8,505 | 9,360 | 10,755 | 12,915 |
| ชาผลไม้ (เย็น) | 9,000 | 9,450 | 10,400 | 11,950 | 14,350 |
| ชาเอิร์ล เกรย์ (ร้อน) | 8,100 | 8,505 | 9,360 | 10,755 | 12,915 |
| ชาเอิร์ล เกรย์ (เย็น) | 9,000 | 9,450 | 10,400 | 11,950 | 14,350 |
| รวมรายได้จากการขายสินค้าหลัก (1) | 1,265,500 | 1,328,775 | 1,461,555 | 1,681,120 | 2,016,725 |
| รวมรายได้สะสมสินค้าหลัก (3) | 1,265,500 | 2,594,275 | 4,055,830 | 5,736,950 | 7,753,675 |
| สินค้ารอง | | | | | |
| รายได้จากการขายสินค้า (บาท) | | | | | |
| ขนมปังปิ้ง (1คู่/48กรัม) | 16,800 | 17,640 | 19,400 | 22,320 | 26,780 |
| ไอศกรีม iberry (1สตู๊ป/60กรัม) | 72,520 | 76,146 | 83,741 | 96,334 | 115,591 |
| รวมรายได้จากการขายสินค้ารอง (2) | 89,320 | 93,786 | 103,141 | 118,654 | 142,371 |
| รวมรายได้สะสมสินค้ารอง (4) | 89,320 | 183,106 | 286,247 | 404,901 | 547,272 |
| | | | | | |
| รวมรายได้จากการขายสินค้า (1)+(2) | 1,354,820 | 1,422,561 | 1,564,696 | 1,799,774 | 2,159,096 |
| รวมรายได้สะสมทั้งหมด (3)+(4) | 1,354,820 | 2,777,381 | 4,342,077 | 6,141,851 | 8,300,947 |
| | | | | | |
| เงินสดรับจากการขาย | 1,354,820 | 1,422,561 | 1,564,696 | 1,799,774 | 2,159,096 |

ตารางที่ 14 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง

| รายการ | ปีที่1 | ปีที่2 | ปีที่3 | ปีที่4 | ปีที่5 |
|---------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| จำนวนวัตถุดิบในการผลิต (หน่วย) | | | | | |
| เมล็ดกาแฟคั่ว อิลลี่ (1ถัง/3ก.ก.) | 15 | 16 | 18 | 21 | 21 |
| เมล็ดกาแฟคั่ว ดอยไทย (ก.ก.) | 118 | 124 | 136 | 156 | 187 |
| ผงช็อกโกแลต (ก.ก.) | 3 | 4 | 4 | 5 | 6 |
| ผงชาดำ (ก.ก.) | 10 | 11 | 12 | 14 | 17 |
| ผงชาเขียว (1กล่อง/25ซอง) | 40 | 42 | 46 | 53 | 64 |
| ผงชาเอิร์ล เกรย์ (1กล่อง/25ซอง) | 15 | 16 | 18 | 21 | 21 |
| ผงชาผลไม้ (1กล่อง/25ซอง) | 17 | 18 | 20 | 23 | 28 |
| น้ำตาลทราย (ก.ก.) | 146 | 153 | 168 | 193 | 232 |
| น้ำแข็ง (ก.ก.) | 2,000 | 2,100 | 2,310 | 2,657 | 3,188 |
| ครีมเทียม (ก.ก.) | 146 | 153 | 168 | 193 | 232 |
| นมสด (1แกลลอน/2ลิตร) | 300 | 315 | 347 | 400 | 480 |
| น้ำเปล่า (1ถัง/20ลิตร) | 120 | 126 | 139 | 160 | 192 |
| นมข้นหวาน (1ถุง/2ก.ก.) | 40 | 42 | 46 | 53 | 64 |
| นมข้นจืด (1กระป๋อง/405กรัม) | 290 | 304 | 334 | 384 | 460 |
| ไอศกรีม iberry (ก.ก.) | 90 | 95 | 105 | 121 | 145 |
| ขนมปังแผ่น (1ถุง/480กรัม) | 85 | 90 | 99 | 114 | 137 |
| เนย ก.ก. | 9 | 9 | 10 | 12 | 14 |

ตารางที่14 (ต่อ)

| รายการ | ปีที่1 | ปีที่2 | ปีที่3 | ปีที่4 | ปีที่5 |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ (บาท/หน่วย) | | | | | |
| เมล็ดกาแฟคั่ว อิลลี่ (1ถัง/3ก.ก.) | 4,000.00 | 4,000.00 | 4,000.00 | 4,000.00 | 4,000.00 |
| เมล็ดกาแฟคั่ว ดอยไทย (ก.ก.) | 380.00 | 380.00 | 380.00 | 380.00 | 380.00 |
| ผงช็อกโกแลต (ก.ก.) | 860.00 | 860.00 | 860.00 | 860.00 | 860.00 |
| ผงชาดำ (ก.ก.) | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 | 300.00 |
| ผงชาเขียว (1กล่อง/25ซอง) | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 | 175.00 |
| ผงชาเอิร์ล เกรย (1กล่อง/25ซอง) | 155.00 | 155.00 | 155.00 | 155.00 | 155.00 |
| ผงชาผลไม้ (1กล่อง/25ซอง) | 195.00 | 195.00 | 195.00 | 195.00 | 195.00 |
| น้ำตาลทราย (ก.ก.) | 42.00 | 42.00 | 42.00 | 42.00 | 42.00 |
| น้ำแข็ง (ก.ก.) | 2.00 | 2.00 | 2.00 | 2.00 | 2.00 |
| ครีมเทียม (ก.ก.) | 107.00 | 107.00 | 107.00 | 107.00 | 107.00 |
| นมสด (1แกลลอน/2ลิตร) | 77.00 | 77.00 | 77.00 | 77.00 | 77.00 |
| น้ำเปล่า (1ถัง/20ลิตร) | 15.00 | 15.00 | 15.00 | 15.00 | 15.00 |
| นมข้นหวาน (1ถุง/2ก.ก.) | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 | 90.00 |
| นมข้นจืด (1กระป๋อง/405กรัม) | 22.00 | 22.00 | 22.00 | 22.00 | 22.00 |
| ไอศกรีม iberry (ก.ก.) | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 |
| ขนมปังแผ่น (1ถุง/480กรัม) | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 | 36.00 |
| เนย ก.ก. | 80.00 | 80.00 | 80.00 | 80.00 | 80.00 |

ตารางที่ 14 (ต่อ)

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| ต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท) | | | | | |
| เมล็ดกาแฟคั่ว อิลลี่ (1ถัง/3ก.ก.) | 60,000.00 | 64,000.00 | 72,000.00 | 84,000.00 | 84,000.00 |
| เมล็ดกาแฟคั่ว คอยไทย (ก.ก.) | 44,840.00 | 47,120.00 | 51,680.00 | 59,280.00 | 71,060.00 |
| ผงช็อกโกแลต (ก.ก.) | 2,580.00 | 3,440.00 | 3,440.00 | 4,300.00 | 5,160.00 |
| ผงชาดำ (ก.ก.) | 3,000.00 | 3,300.00 | 3,600.00 | 4,200.00 | 5,100.00 |
| ผงชาเขียว (1กล่อง/25ซอง) | 7,000.00 | 7,350.00 | 8,050.00 | 9,275.00 | 11,200.00 |
| ผงชาเอิร์ธ เกรย์ (1กล่อง/25ซอง) | 2,325.00 | 2,480.00 | 2,790.00 | 3,255.00 | 3,255.00 |
| ผงชาผลไม้ (1กล่อง/25ซอง) | 3,315.00 | 3,510.00 | 3,900.00 | 4,485.00 | 5,460.00 |
| น้ำตาลทราย (ก.ก.) | 6,132.00 | 6,426.00 | 7,056.00 | 8,106.00 | 9,744.00 |
| น้ำแข็ง (ก.ก.) | 4,000.00 | 4,200.00 | 4,620.00 | 5,314.00 | 6,376.00 |
| ครีมเทียม (ก.ก.) | 15,622.00 | 16,371.00 | 17,976.00 | 20,651.00 | 24,824.00 |
| นมสด (1แกลลอน/2ลิตร) | 23,100.00 | 24,255.00 | 26,719.00 | 30,800.00 | 36,960.00 |
| น้ำเปล่า (1ถัง/20ลิตร) | 1,800.00 | 1,890.00 | 2,085.00 | 2,400.00 | 2,880.00 |
| นมข้นหวาน (1ถุง/2ก.ก.) | 3,600.00 | 3,780.00 | 4,140.00 | 4,770.00 | 5,760.00 |
| นมข้นจืด (1กระป๋อง/405กรัม) | 6,380.00 | 6,688.00 | 7,348.00 | 8,448.00 | 10,120.00 |
| ไอศกรีม iberry (ก.ก.) | 90,000.00 | 95,000.00 | 105,000.00 | 121,000.00 | 145,000.00 |
| ขนมปังแผ่น (1ถุง/480กรัม) | 3,060.00 | 3,240.00 | 3,564.00 | 4,104.00 | 4,932.00 |
| เนย ก.ก. | 720.00 | 720.00 | 800.00 | 960.00 | 1,120.00 |
| รวมต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต | 277,474.00 | 293,770.00 | 324,768.00 | 375,348.00 | 432,951.00 |
| บวก ค่าขนส่งเข้า | 1,100.00 | 1,320.00 | 1,584.00 | 1,900.00 | 2,280.00 |
| ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง - สุทธิ | 278,574.00 | 295,090.00 | 326,352.00 | 377,248.00 | 435,231.00 |
| บวก วัตถุดิบทางตรงต้นงวด | 0.00 | 13,928.00 | 14,755.00 | 16,318.00 | 18,862.00 |
| หัก วัตถุดิบทางตรงปลายงวด | 13,928.00 | 14,755.00 | 16,318.00 | 18,862.00 | 21,762.00 |
| วัตถุดิบทางตรงใช้ไปในการผลิต | 264,646.00 | 294,263.00 | 324,789.00 | 374,704.00 | 432,331.00 |
| เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรง | 264,646.00 | 294,263.00 | 324,789.00 | 374,704.00 | 432,331.00 |

ตารางที่ 15 ประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนการขายสินค้า

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| ต้นทุนการผลิตสินค้า (บาท) | | | | | |
| ค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิตสินค้า | 246,646.00 | 294,263.00 | 324,789.00 | 374,704.00 | 432,331.00 |
| ค่าแรงทางตรงในการผลิตสินค้า | 216,000.00 | 216,000.00 | 216,000.00 | 222,480.00 | 229,154.00 |
| ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต | 38,760.00 | 40,698.00 | 44,768.00 | 51,483.00 | 61,779.00 |
| ค่าไฟฟ้า | 36,000.00 | 37,800.00 | 39,690.00 | 41,674.00 | 43,758.00 |
| ค่าน้ำประปา | 4,800.00 | 5,040.00 | 5,292.00 | 5,557.00 | 5,835.00 |
| ค่าบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 |
| รวมต้นทุนการผลิตสินค้า (1) | 544,206.00 | 595,801.00 | 632,539.00 | 697,898.00 | 774,857.00 |
| ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท) | | | | | |
| ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์ | 145,680.00 | 109,260.00 | 72,840.00 | 36,420.00 | 0.00 |
| รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต (2) | 145,680.00 | 109,260.00 | 72,840.00 | 36,420.00 | 0.00 |
| รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น (1)+(2) | 689,886.00 | 705,061.00 | 705,379.00 | 734,318.00 | 774,857.00 |
| บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด | 0.00 | 13,928.00 | 14,755.00 | 16,318.00 | 18,862.00 |
| หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด | 13,928.00 | 14,755.00 | 16,318.00 | 18,862.00 | 21,762.00 |
| ต้นทุนการขายสินค้า (บาท) | 675,958.00 | 704,234.00 | 703,816.00 | 731,774.00 | 771,957.00 |
| เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต | 544,206.00 | 595,801.00 | 632,539.00 | 697,898.00 | 774,857.00 |

ตารางที่ 16 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท) | | | | | |
| ค่าใช้จ่ายเงินเดือนบุคลากร | 216,000.00 | 216,000.00 | 237,600.00 | 261,360.00 | 287,496.00 |
| ค่าเช่าอาคาร | 144,000.00 | 144,000.00 | 144,000.00 | 144,000.00 | 144,000.00 |
| ค่าเช่าตู้ไอศกรีม | 6,000.00 | 6,000.00 | 6,000.00 | 6,000.00 | 6,000.00 |
| ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์ | 2,400.00 | 2,300.00 | 2,450.00 | 2,400.00 | 2,500.00 |
| ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์เอกสาร | 3,200.00 | 3,200.00 | 3,200.00 | 3,200.00 | 3,200.00 |
| ค่าใช้จ่ายวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงาน | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 |
| ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ | 45,000.00 | 45,000.00 | 45,000.00 | 45,000.00 | 45,000.00 |
| ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ | 1,850.00 | 1,850.00 | 1,850.00 | 1,850.00 | 1,850.00 |
| รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (1) | 420,450.00 | 420,350.00 | 442,100.00 | 465,810.00 | 492,046.00 |
| ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย | | | | | |
| ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ | 167,160.00 | 125,370.00 | 83,580.00 | 41,790.00 | 0.00 |
| รวมค่าเสื่อมราคา (2) | 167,160.00 | 125,370.00 | 83,580.00 | 41,790.00 | 0.00 |
| รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (1)+(2) | 587,610.00 | 545,720.00 | 525,680.00 | 507,600.00 | 492,046.00 |
| เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย | 420,450.00 | 420,350.00 | 442,100.00 | 465,810.00 | 492,046.00 |

ตารางที่ 17 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| รายได้ | | | | | |
| รายได้จากการขาย สินค้า | 1,354,820.00 | 1,422,561.00 | 1,564,696.00 | 1,799,774.00 | 2,159,096.00 |
| รายได้อื่น | 900,000.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| รวมรายได้ | 2,254,820.00 | 1,422,561.00 | 1,564,696.00 | 1,799,774.00 | 2,159,096.00 |
| หัก - ต้นทุนขาย สินค้า | 675,958.00 | 704,234.00 | 703,816.00 | 731,774.00 | 771,957.00 |
| กำไรขั้นต้น | 1,578,862.00 | 718,327.00 | 860,880.00 | 1,068,000.00 | 1,387,139.00 |
| หัก - ค่าใช้จ่ายใน การขายและการ บริหาร | 587,610.00 | 545,720.00 | 525,680.00 | 507,600.00 | 492,046.00 |
| กำไรจากการ ดำเนินงาน | 991,252.00 | 172,607.00 | 335,200.00 | 560,400.00 | 895,093.00 |
| หัก - ดอกเบี้ยจ่าย | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| กำไรก่อนหักภาษี เงินได้นิติบุคคล | 991,252.00 | 172,607.00 | 335,200.00 | 560,400.00 | 895,093.00 |
| หัก - ภาษีเงินได้ นิติบุคคล 15% | 148,687.00 | 25,891.00 | 50,280.00 | 84,060.00 | 134,263.95 |
| กำไรสุทธิ | 842,565.00 | 146,716.00 | 284,920.00 | 476,340.00 | 760,829.05 |

ตารางที่ 18 ประมาณการงบกระแสเงินสด

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| กระแสเงินสดจากการดำเนินการ | | | | | |
| เงินสดรับจากการขายสินค้า | 1,354,820.00 | 1,422,561.00 | 1,564,696.00 | 1,799,774.00 | 2,159,096.00 |
| เงินสดรับจากการขายสินทรัพย์ของกิจการเดิม | 900,000.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายวัตถุดิบทางตรงในการผลิต | (246,646.00) | (294,263.00) | (324,789.00) | (374,704.00) | (432,331.00) |
| เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย | (420,450.00) | (420,350.00) | (442,100.00) | (465,810.00) | (492,046.00) |
| เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล | (148,687.00) | (25,891.00) | (50,280.00) | (84,060.00) | (134,263.95) |
| เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ย | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| กระแสเงินสดจากการดำเนินการรวม | 1,439,037.00 | 682,057.00 | 747,527.00 | 875,200.00 | 1,100,455.05 |
| กระแสเงินสดจากการลงทุน | | | | | |
| เงินสดจ่ายลงทุนเครื่องจักรและอุปกรณ์ | (182,550.00) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน | (25,050.00) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| เงินสดจ่ายลงทุนในอุปกรณ์ตกแต่ง | (183,900.00) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| กระแสเงินสดจากการลงทุน | (408,500.00) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน | | | | | |
| เงินสดรับจากเจ้าของ | 1,200,000.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| กระแสเงินสดสุทธิ | 1,439,037.00 | 682,057.00 | 747,527.00 | 875,200.00 | 1,100,455.05 |
| บวก กระแสเงินสดต้นงวด | 0.00 | 1,439,037.00 | 2,121,094.00 | 2,868,621.00 | 3,743,821.00 |
| กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด | 1,439,037.00 | 2,121,094.00 | 2,868,621.00 | 3,743,821.00 | 4,844,276.05 |

ตารางที่ 19 ประมาณการงบดุล

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| สินทรัพย์ | | | | | |
| สินทรัพย์หมุนเวียน | | | | | |
| เงินสด | 1,439,037.00 | 2,121,094.00 | 2,868,621.00 | 3,743,821.00 | 4844276.05 |
| สินค้าคงเหลือ | 182,181.40 | 70,588.80 | 70,519.00 | 71,667.40 | 73,529.20 |
| รวมสินทรัพย์ หมุนเวียน | 1,621,218.40 | 2,191,682.80 | 2,939,140.00 | 3,815,488.40 | 4,917,805.25 |
| สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน | | | | | |
| อุปกรณ์ | 312,840.00 | 234,630.00 | 156,420.00 | 78,210.00 | 0.00 |
| รวมสินทรัพย์ไม่ หมุนเวียน | 312,840.00 | 234,630.00 | 156,420.00 | 78,210.00 | 0.00 |
| รวมสินทรัพย์ | 1,934,058.40 | 2,426,312.80 | 3,095,560.00 | 3,893,698.40 | 4,917,805.25 |
| หนี้สินหมุนเวียน | | | | | |
| ภาษีเงินได้ค้างจ่าย | 148,687.00 | 25,891.00 | 50,280.00 | 84,060.00 | 134,263.95 |
| รวมหนี้สิน หมุนเวียน | 148,687.00 | 25,891.00 | 50,280.00 | 84,060.00 | 134,263.95 |
| รวมหนี้สิน | 148,687.00 | 25,891.00 | 50,280.00 | 84,060.00 | 134,263.95 |
| ส่วนของผู้ถือหุ้น | | | | | |
| ทุน | 1,200,000.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| กำไรสะสม | 842,565.00 | 989,281.00 | 1,274,201.00 | 1,750,541.00 | 2,511,370.05 |
| รวมส่วนของผู้ ถือหุ้น | 2,042,565.00 | 989,281.00 | 1,274,201.00 | 1,750,541.00 | 2,511,370.05 |
| รวมหนี้สินและ ส่วนของผู้ถือหุ้น | 2,191,252.00 | 1,015,172.00 | 1,324,481.00 | 1,834,601.00 | 2,645,634.00 |

ตารางที่ 20 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

| รายการการวิเคราะห์ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--|--------------|---------|---------|---------|---------|
| อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน | | | | | |
| อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน | 10.9 | 84.65 | 58.455 | 45.39 | 36.63 |
| อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว | 9.68 | 81.92 | 57.05 | 44.54 | 36.08 |
| อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์ | | | | | |
| อัตราการหมุนสินทรัพย์ถาวร | 5.05 | 3.06 | 5.50 | 13.65 | 0.00 |
| อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม | 0.82 | 0.30 | 0.28 | 0.27 | 0.28 |
| อัตราส่วนในการวัดความสามารถในการบริหาร | | | | | |
| อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ROA | 0.44 | 0.06 | 0.09 | 0.12 | 0.15 |
| อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ROE | 0.77 | 0.73 | 0.68 | 0.61 | 0.55 |
| อัตรากำไรขั้นต้น | 1.17 | 0.50 | 0.55 | 0.59 | 0.64 |
| อัตรากำไรจากการดำเนินงาน | 0.73 | 0.12 | 0.21 | 0.31 | 0.41 |
| ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน | | | | | |
| มูลค่าปัจจุบันสุทธิ NPV | 2,969,760.94 | | | | |
| อัตราผลตอบแทนภายใน IRR | 87% | | | | |
| ระยะเวลากู้เงิน | 1 ปี | | | | |

บทที่ 9
แผนฉุกเฉิน

ตารางที่ 21 แผนฉุกเฉิน

| ลำดับ | ลักษณะของปัญหา | ผลกระทบที่เกิดขึ้น | แนวทางในการแก้ไข |
|-------|---|--|---|
| 1 | กรณีภาวะเศรษฐกิจตกต่ำหรือต้นทุนวัตถุดิบมีราคาเพิ่มสูงขึ้น | ส่งผลกระทบต่อราคาต้นทุนในการผลิตของผลิตภัณฑ์โดยตรง | ลดการใช้วัตถุดิบที่การขึ้นราคาสูงจนเกินไป และจัดหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ที่มีราคาต่ำกว่าแต่มีคุณภาพสูงเท่ากับวัตถุดิบชนิดเดิมที่มีราคาเพิ่มสูงขึ้น |
| 2 | ยอดขายลดลงหรือไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้มีการคาดการณ์ไว้ | ส่งผลกระทบต่อกิจการด้านการเงิน | เพิ่มการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น เพื่อเป็นการชักจูงใจให้ลูกค้ามีความสนใจในการซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น |
| 3 | พนักงานมีการทุจริต | ส่งผลกระทบต่อปริมาณเงินสดและงบการเงินของธุรกิจ | ตรวจสอบปริมาณการขายผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ |

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

ทศพล ต้นคำ. กาแฟและธุรกิจเครื่องดื่มร้อน – เย็น. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์แม่บ้าน
กกดกกดกกด จำกัด, 2551.

ปานแก้วตา ชุณหภัณฑิต. รวยด้วยกาแฟ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ส.เอเชียเพลส (1989) จำกัด,
กกดกกดกกด 2553.

วิทวัส รุ่งเรืองผล. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

ศิริรัตน์ สรทนต์. กาแฟเครื่องดื่มจากแดนสวรรค์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ศิริวัฒนาอินเตอร์พรีนซ์
กกดกกดกกด จำกัด, 2548.

สุทธิพงษ์ สุริยะ. Coffee & Bakery พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์
กกดกกดกกด พับลิชชิ่ง จำกัด(มหาชน), 2551.

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ – สกุล นายปฐมพงษ์ จัวยศรีแก้ว

ที่อยู่ 51/13 หมู่ 1 ตำบลบางกระทึก อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 73210

ประวัติการศึกษา

ปี พ.ศ.2549 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี

กรุงเทพมหานคร

ปี พ.ศ.2553 ศึกษา ต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประสบการณ์การทำงาน

ปีพ.ศ.2549 พนักงานขาย (ชั่วคราว) บริษัท เดอะมอลล์ จำกัด (มหาชน)

ปีพ.ศ.2553 ฝึกงานฝ่ายบริหารอาคารและสถานที่ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ – สกุล นางสาวเขมิกา พงษ์เรือง

ที่อยู่ 138/10 ตำบลเมืองท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

ประวัติการศึกษา

ปี พ.ศ.2549 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

โรงเรียนสายปัญญาในพระบรมราชินูปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร

ปี พ.ศ.2553 ศึกษา ต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประสบการณ์การทำงาน

ปีพ.ศ.2553 ฝึกงานฝ่ายทรัพยากรบุคคล โรงงานยาสูบกระทรวงการคลัง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี