

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจผลิตน้ำดื่ม ตำบลดงใหญ่  
อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา

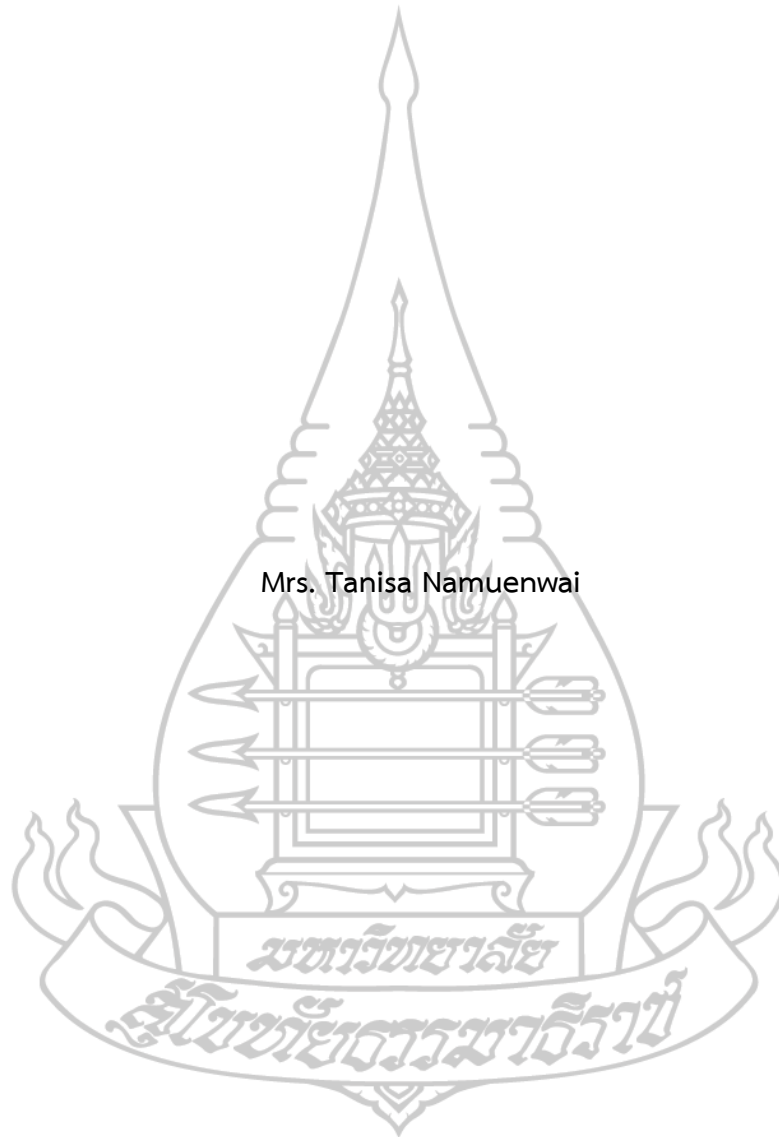


นางฐนิศา นามีนไวย์

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2566

Feasibility Study of Investing in Drinking Water, Dongyai Subdistrict,  
Phimai District in Nakhon Ratchasima Province



Mrs. Tanisa Namuenwai

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Economics

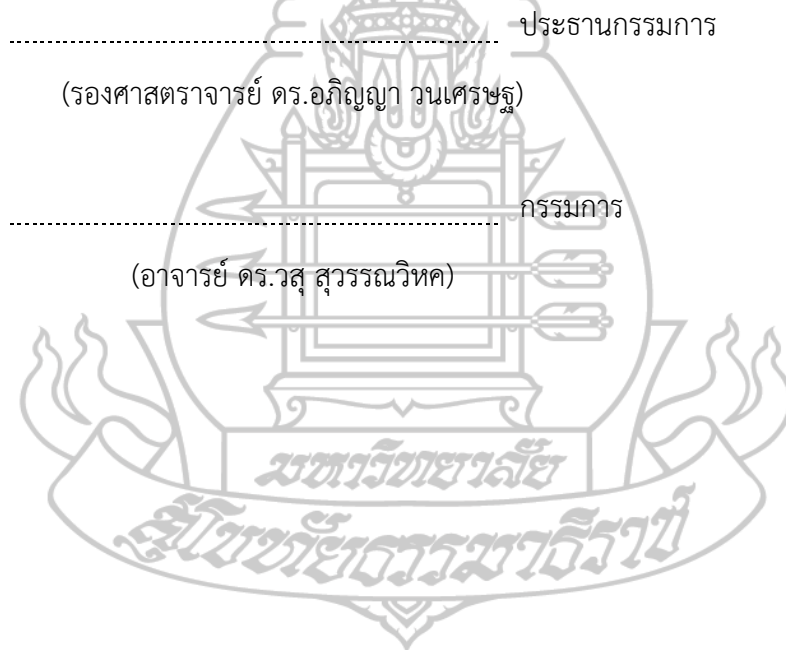
School of Economics Sukhothai Thammathirat Open University

2023

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจผลิตน้ำดื่ม ตำบล ดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา
ชื่อและนามสกุล	นางฐนิสา นามื่นไวย์
แขนงวิชา / วิชาเอก	เศรษฐศาสตร์
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญา วนเศรษฐ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2567

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรี ภาสุข)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

ชื่อการศึกษา คั่นคว่ำอิสระ การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจผลิตน้ำดื่ม ตำบลดงใหญ่  
อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา

ผู้ศึกษา นางฐนิสา นามหื่นไวย์ รหัสนักศึกษา 2666000431

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญญา วนเศรษฐ ปีการศึกษา 2566

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มบรรจุขวดของประชาชน  
ในเขตอำเภอพิมาย 2) เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนในธุรกิจผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จำนวน 4 คน และผู้บริโภคน้ำดื่ม จำนวน  
100 คน ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรในเขตตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัด  
นครราชสีมา คือ 10,961 คน โดยอ้างอิงจากสูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ  
สะดวก ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การวิเคราะห์  
ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย นอกจากนี้การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและ  
เกณฑ์การตัดสินใจลงทุนใช้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน  
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน และระยะเวลาคืนทุน

ผลการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ให้ความสำคัญกับ  
ปัจจัย ด้านคุณภาพมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อน้ำดื่ม รองลงมาคือด้านความสะดวก สีสันบรรจุภัณฑ์ ที่นิยมคือ สีฟ้า  
น้ำเงิน ขาว วัสดุที่ใช้ผลิตที่นิยม คือ ขวด PET (ใส) และขวดแก้วใส ความถี่ในการซื้อน้ำดื่ม คือ 3 – 4 ครั้งต่อ  
สัปดาห์ (2) ธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่งในเขตตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา มีขนาดพื้นที่ 96  
ตารางเมตร ต้นทุนการผลิตประกอบด้วย เงินลงทุนเริ่มแรกจำนวน 1,700,000 บาท และค่าใช้จ่ายในการ  
ดำเนินงาน การตั้งราคาขายจะกำหนดราคาตามสภาวะการตลาด และต้องคำนึงถึงต้นทุนการผลิต การวิเคราะห์  
ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม มีข้อสมมติว่าอายุของโครงการ 10 ปี คือ ตั้งแต่ปี  
2566 – 2575 โดยกำหนดให้อัตรารอคอยคิดลด คือ ร้อยละ 8.05 ต่อปี ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจการผลิตน้ำ  
ดื่มแห่งนี้ มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน เพราะเมื่อวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการโดย  
กำหนดให้ 1) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ส่วนรายได้คงที่ 2) รายได้ลดลงร้อยละ 10 ส่วน  
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานคงที่ และ 3) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และรายได้ลดลงร้อยละ  
10 ธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งนี้ยังคงมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

**คำสำคัญ** การตัดสินใจ พฤติกรรมผู้บริโภค ธุรกิจผลิตน้ำดื่ม ความคุ้มค่าต่อการลงทุน

Independent Study title: Feasibility Study of Investing in Drinking Water, Dongyai Subdistrict, Phimai District in Nakhon Ratchasima Province

Author: Mrs. Tanisa Namuenwai; ID: 2666000431;

Degree: Master of Economics

Independent Study Advisor: Associate Professor Dr. Apinya Wanaset; Academic year: 2023

### Abstract

This study has the following main objectives: (1) to study the behavior of people in Phimai District to consume bottled water; (2) to analyze the financial costs and returns of investing in this business.

The sample group used in the study was interviews with 4 entrepreneurs and 100 consumers of drinking water. The sample size was determined from the population in Dong Yai Subdistrict, Phimai District, Nakhon Ratchasima Province, which is 10,961 people, based on Taro Yamane's formula. Convenience sampling method was used. A questionnaire was used as a tool to collect data. The statistics used in data analysis were descriptive statistics, frequency, percentage, and mean. In addition, descriptive statistics were used in data analysis, and investment decision criteria were the Net Present Value: NPV, Internal Rate of Return: IRR, Benefit-Cost: B/C Ratio, and Payback Period.

The results of the study found that (1) the study of drinking water consumption behavior of the sample group in Phimai District, Nakhon Ratchasima Province found that the most important reason for the sample group to purchase drinking water was quality, followed by convenience in purchasing; the most popular packaging colors were blue, navy blue, and white; the most popular production materials were PET bottles (clear) and clear glass bottles; the frequency of purchasing drinking water was 3-4 times a week; (2) a drinking water production business has The area is 96 square meters with an initial investment of 1,700,000 baht and production cost of the business. The selling price is set according to the market situation and must take into account the production cost, The financial cost-benefit analysis of the drinking water production business assumes that the project life is 10 years, from 2023 to 2032, with a discount interest rate of 8.05 percent per year. The study results found that this drinking water production business is worthwhile to invest because when analyzing the sensitivity to changes in the project by specifying 1) operating expenses increase by 10 percent while income is constant 2) income decreases by 10 percent while operating expenses are constant 3) and operating expenses increase by 10 percent and income decreases by 10 percent, this drinking water production business is still worthwhile to invest.

**Keywords :** Decision, Consumer Behavior, Drinking Water Production Business, Return on Investment

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจการผลิต น้ำดื่ม ตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงต้องขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ครอบครัว เพื่อนนักศึกษา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ที่คอยให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจตั้งแต่ต้นจนสำเร็จการศึกษา

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.วสุ สุวรรณวิหค เป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือและขอขอบคุณคณาจารย์แขนงวิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์.ดร.อภิญา วนเศรษฐ อาจารย์ที่ปรึกษาหลักการศึกษาค้นคว้าอิสระ ที่ได้เสียสละเวลาในการให้คำแนะนำ คำปรึกษา ข้อคิดเห็นและแนวทางการทำศึกษาค้นคว้าอิสระตลอดทุกขั้นตอนของการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระ ฉบับนี้ให้มีคุณภาพ ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาขอมอบแต่ผู้มีพระคุณทุกท่าน หากการศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้ศึกษาขอน้อมรับไว้ ณ โอกาสนี้



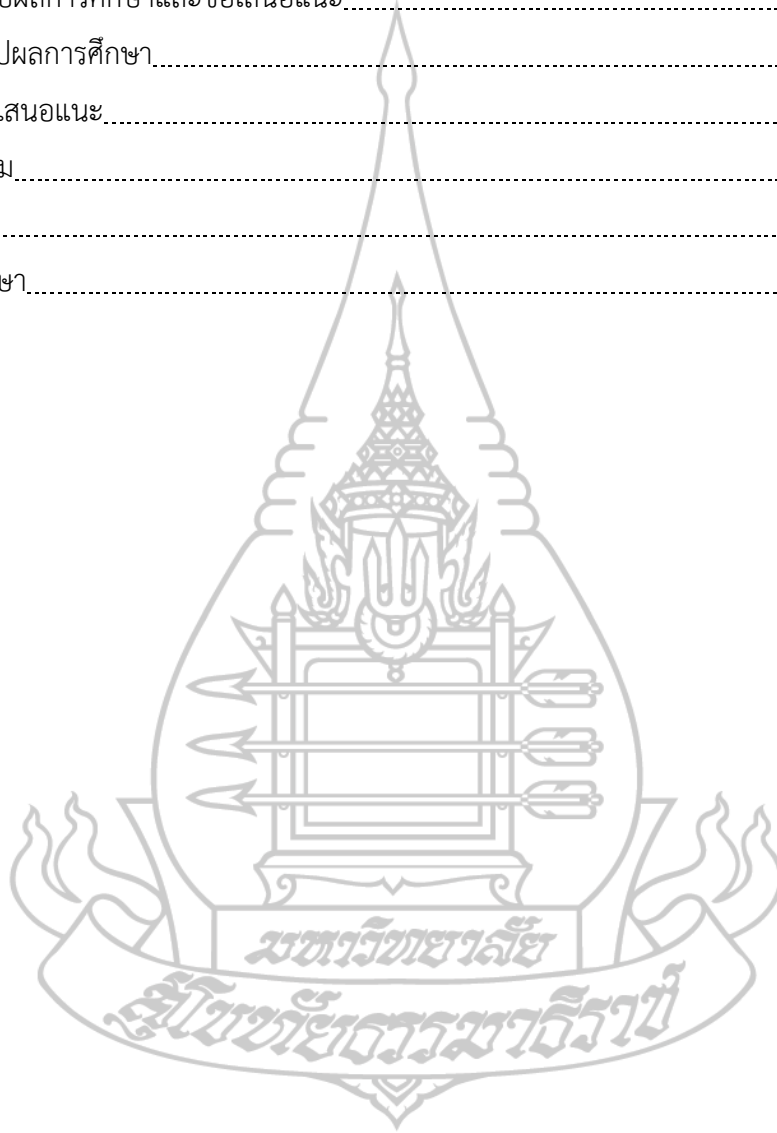
นางฐนิสา นามื่นไวย์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
กรอบแนวคิดการศึกษา.....	5
นิยามศัพท์.....	7
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา.....	8
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการนี้.....	9
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	23
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา.....	23
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	24
ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	25
ข้อสมมติที่ใช้ในการศึกษา.....	25
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	32
พฤติกรรมในการบริโภคน้ำดื่มของกลุ่มตัวอย่าง.....	32
รูปแบบการลงทุน การจ้างงาน และการตลาดของธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม.....	41
การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม.....	44

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปลผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	56
สรุปลผลการศึกษา.....	56
ข้อเสนอแนะ.....	59
บรรณานุกรม.....	62
ภาคผนวก.....	65
ประวัติผู้ศึกษา.....	75





สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคน้ำดื่ม จำแนกตามเพศ.....	33
ตารางที่ 4.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคน้ำดื่ม จำแนกตามอายุ.....	33
ตารางที่ 4.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคน้ำดื่ม จำแนกตามสถานภาพ.....	34
ตารางที่ 4.4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคน้ำดื่ม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	34
ตารางที่ 4.5 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคน้ำดื่ม จำแนกตามอาชีพ.....	35
ตารางที่ 4.6 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคน้ำดื่ม จำแนกตามรายได้.....	35
ตารางที่ 4.7 น้ำดื่มบรรจุขวดยี่ห้อที่กลุ่มตัวอย่างซื้อเป็นประจำ.....	36
ตารางที่ 4.8 เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างซื้อน้ำดื่มยี่ห้อเดิมเป็นประจำ.....	37
ตารางที่ 4.9 เหตุผลในการเลือกน้ำดื่มในกรณีไม่มียี่ห้อที่ต้องการ.....	37
ตารางที่ 4.10 ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด.....	38
ตารางที่ 4.11 สถานที่กลุ่มตัวอย่างซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดเป็นประจำ.....	38
ตารางที่ 4.12 สีของฝาขวดบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสมที่สุด.....	39
ตารางที่ 4.13 รูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสมที่สุด.....	39
ตารางที่ 4.14 วัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสมที่สุด.....	40
ตารางที่ 4.15 วัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีความปลอดภัย สะอาดที่สุด.....	40
ตารางที่ 4.16 โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม.....	43
ตารางที่ 4.17 ราคา น้ำดื่มชนิดต่างๆ ของธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม.....	43
ตารางที่ 4.18 ค่าใช้จ่ายเริ่มแรก เพื่อดำเนินการเปิดธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม.....	45
ตารางที่ 4.19 ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานการผลิตน้ำดื่ม ในปี 2566.....	46
ตารางที่ 4.20 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานของกิจการผลิตน้ำดื่ม ตั้งแต่ปี 2556 – 2565.....	47
ตารางที่ 4.21 ยอดขายของกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง ในปี 2554 – 2555.....	48
ตารางที่ 4.22 ยอดขายของกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง ในปี 2556 – 2565.....	49
ตารางที่ 4.23 ประมาณการงบกำไรขาดทุนของการลงทุนกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง.....	51

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.24 ประมาณการงบกระแสเงินสดของการลงทุนกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง.....	52
ตารางที่ 4.25 ค่า NPV, IRR, B/C Ratio, PB ของการลงทุนกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง.....	53
ตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง ในปี 2566 – 2575.....	55



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 การบริโภคเครื่องดื่มในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2565.....	3
ภาพที่ 1.2 แผนที่ตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา.....	4
ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา.....	6
ภาพที่ 2.1 ลักษณะของเส้นอุปสงค์.....	10



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

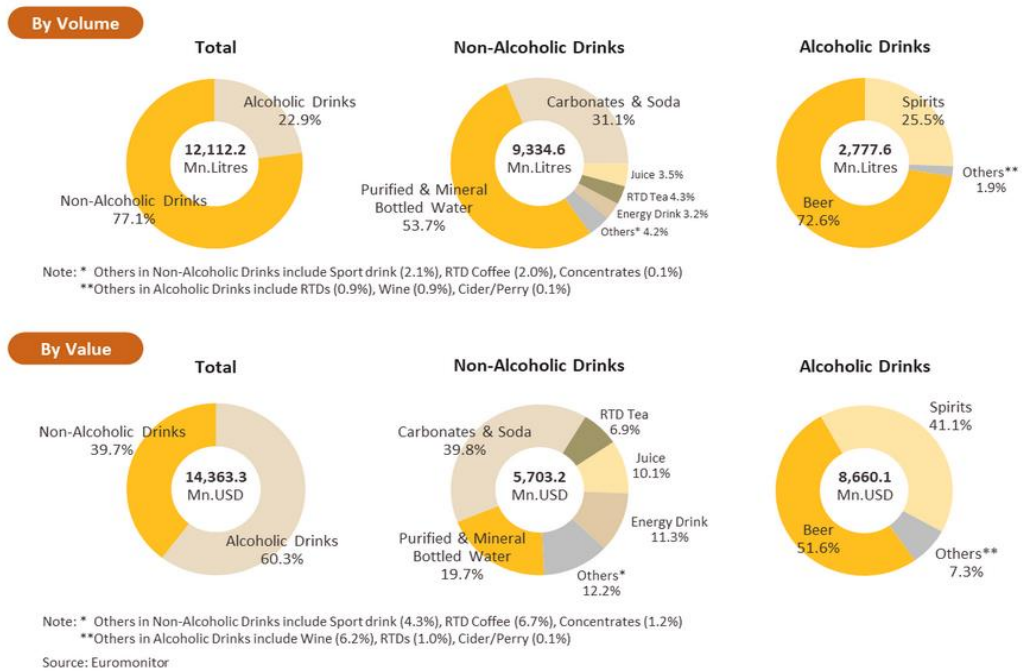
ปัจจุบันธุรกิจผลิตน้ำดื่มมีมูลค่าตลาดสูงมาก และมีผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่จำนวนมาก การผลิตน้ำดื่มมีแนวโน้มขยายตัวได้อีกมากจากหลายปัจจัย เช่น การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร และรายได้ของครัวเรือน ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งน้ำธรรมชาติ ตามการพัฒนาทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม ในสมัยก่อนแหล่งน้ำต่าง ๆ สามารถนำมาใช้เพื่ออุปโภคและบริโภคได้ แต่ปัจจุบันมลภาวะจากแหล่งต่าง ๆ เช่น โรงงานอุตสาหกรรม รถยนต์ เป็นต้น ทำให้แหล่งน้ำมีภาวะปนเปื้อน รวมถึงน้ำเสียจากครัวเรือน จากจำนวนประชากรที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น แม้ว่าในช่วงเวลาที่ผ่านมามีอุตสาหกรรมผลิตน้ำดื่มจะขยายตัวค่อนข้างสูง ขณะเดียวกัน ธุรกิจนี้ได้ประสบกับภาวะการแข่งขันมากด้วยเช่นกัน

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มของไทย มีสัดส่วนของปริมาณการผลิตภายในประเทศ ร้อยละ 98.3 ของปริมาณเครื่องดื่มที่บริโภคในประเทศทั้งหมด โดยเน้นผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศเป็นหลัก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 78.7 ของปริมาณการผลิตทั้งหมดของไทย ส่วนที่เหลือเป็นการผลิตเพื่อส่งออก ขณะที่ปริมาณการนำเข้ามีสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.7 ของปริมาณการจำหน่ายเครื่องดื่มในประเทศทั้งหมด โดยมีสัดส่วนปริมาณนำเข้าเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คิดเป็นสัดส่วน 43:57 ในเชิงปริมาณ และ 20:80 ในเชิงมูลค่า ในปี 2565 อุตสาหกรรมเครื่องดื่มในไทยมีโรงงานที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 393 แห่ง ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคกลางเป็นหลัก โดยจังหวัดนครปฐมมีการจัดตั้งโรงงานเครื่องดื่มมากที่สุดจำนวน 38 โรงงาน รองลงมาได้แก่ ปทุมธานี (30 โรงงาน) ชลบุรี (29 โรงงาน) พระนครศรีอยุธยา (24 โรงงาน) สมุทรสาคร (18 โรงงาน) และกรุงเทพฯ (18 โรงงาน) จำนวนโรงงานเครื่องดื่มทั้งหมดแบ่งเป็น 1) โรงงานเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ 332 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 84 ของจำนวนโรงงานผลิตเครื่องดื่มทั้งหมด และ 2) โรงงานผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 61 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16 ของจำนวนโรงงานผลิตเครื่องดื่มทั้งหมด

ในปี 2565 ปริมาณจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศของไทยอยู่ที่ 12,112.2 ล้านลิตร คิดเป็นมูลค่า 14,363.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งเป็นเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คิดเป็นสัดส่วน 77:23 ในเชิงปริมาณ และ 40:60 ในเชิงมูลค่า (ภาพที่ 1.1) มีรายละเอียดดังนี้

- เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ มีปริมาณการจำหน่ายในประเทศ 9,334.6 ล้านลิตร คิดเป็น 5,703.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 77.1 และ ร้อยละ 39.7 ในเชิงปริมาณและเชิงมูลค่าของการจำหน่ายเครื่องดื่มทั้งหมดของไทยตามลำดับ โดยผลิตภัณฑ์หลักเป็นน้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวดซึ่งมียอดจำหน่ายรวมกัน 5,008.8 ล้านลิตร คิดเป็นร้อยละ 53.7 ของปริมาณจำหน่ายเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ น้ำอัดลมและโซดา (ร้อยละ 31.1) ชาพร้อมดื่ม (ร้อยละ 4.3) น้ำผลไม้ (ร้อยละ 3.5) เครื่องดื่มชูกำลัง (ร้อยละ 3.2) และเครื่องดื่มอื่นๆ (ร้อยละ 4.2) ตามลำดับ
- เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีปริมาณการจำหน่ายในประเทศ 2,777.6 ล้านลิตร คิดเป็น 8,660.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 22.9 และ ร้อยละ 60.3 ในเชิงปริมาณและเชิงมูลค่าของการจำหน่ายเครื่องดื่มทั้งหมดของไทยตามลำดับ โดยผลิตภัณฑ์หลักเป็นเบียร์ซึ่งมียอดจำหน่าย 2,017.1 ล้านลิตร คิดเป็นร้อยละ 72.6 ของปริมาณจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหมด รองลงมาได้แก่ สุรา (ร้อยละ 25.5) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม (ร้อยละ 0.9) ไวน์ (ร้อยละ 0.9) และน้ำผลไม้ที่ผ่านกระบวนการหมักหรือบ่มกับยีสต์ (ร้อยละ 0.1) ตามลำดับ





ภาพที่ 1.1 การบริโภคเครื่องดื่มในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2565

ที่มา : <https://www.krungsri.com>

กรณีศึกษาตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา เป็นตำบลหนึ่งใน อ.พิมาย จังหวัดนครราชสีมา พื้นที่ทั้งหมดอยู่ในความรับผิดชอบของ องค์การบริหารส่วนตำบลดงใหญ่ ตั้งอยู่ห่างจาก อ.พิมาย ระยะทาง 20 กิโลเมตร

- **ทิศเหนือ** ติดต่อกับ ตำบลกระซอน อำเภอพิมาย
- **ทิศใต้** ติดต่อกับ ตำบลท่าหลวง อำเภอพิมาย และตำบลประสุข อำเภอชุมพวง
- **ทิศตะวันออก** ติดต่อกับ ตำบลโบสถ์ อำเภอพิมาย และ ตำบลประสุข อำเภอชุมพวง
- **ทิศตะวันตก** ติดต่อกับ ตำบลกระซอน และตำบลชีวาน อำเภอพิมาย



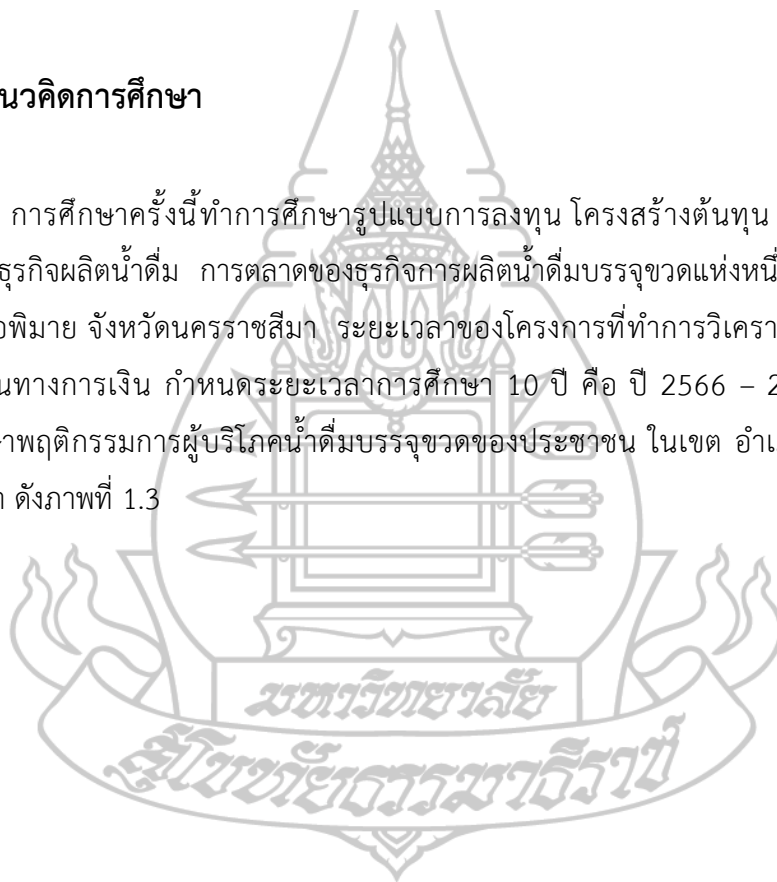
## 2. วัตถุประสงค์การศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดของประชาชน ในเขตตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย

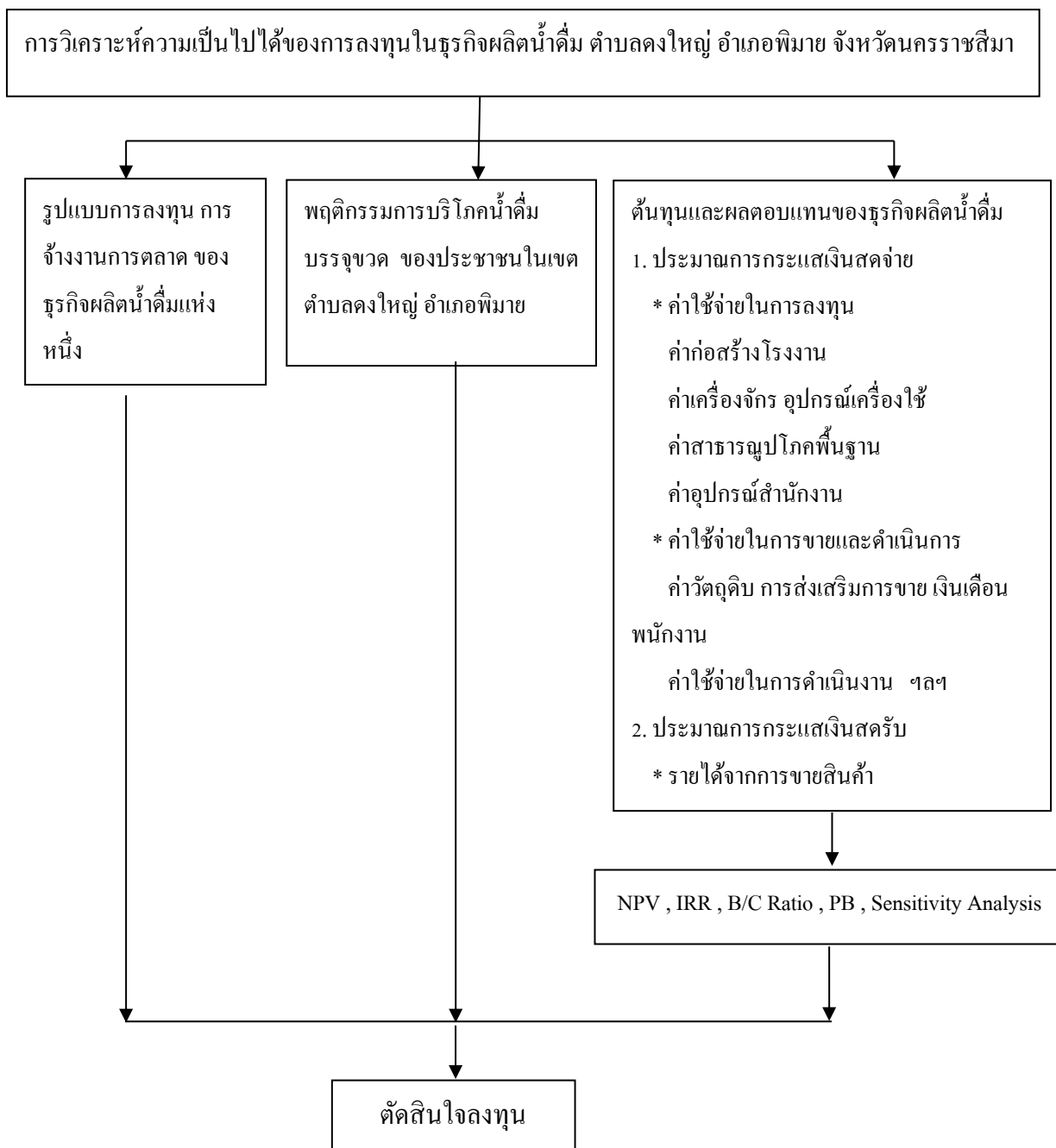
2.2 เพื่อศึกษารูปแบบการลงทุน การจ้างงาน และการตลาดของธุรกิจผลิตน้ำดื่ม สำหรับวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนในธุรกิจผลิตน้ำดื่ม และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม

## 3. กรอบแนวคิดการศึกษา

การศึกษานี้ทำการศึกษารูปแบบการลงทุน โครงสร้างต้นทุน ผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจผลิตน้ำดื่ม การตลาดของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดแห่งหนึ่ง ในเขตตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ระยะเวลาของโครงการที่ทำการวิเคราะห์หาต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงิน กำหนดระยะเวลาการศึกษา 10 ปี คือ ปี 2566 – 2575 และรวมถึงทำการศึกษาพฤติกรรมการผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดของประชาชน ในเขต อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ดังภาพที่ 1.3







ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

จากกรอบแนวคิดข้างต้น ทำการศึกษาด้านการลงทุนของธุรกิจผลิตน้ำดื่ม ตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา โดยทำการศึกษารูปแบบการลงทุน การจ้างงาน และการตลาดของธุรกิจผลิตน้ำดื่มกระแสเงินสดจ่าย แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ (1) ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรกและ (2) ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน ส่วนกระแสเงินสดรับของธุรกิจผลิตน้ำดื่ม ประกอบด้วย รายได้จากการขายน้ำดื่ม นอกจากนี้ยังทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนในเขตตำบล

ดงใหญ่ เช่น น้ำดื่มบรรจุขวดยี่ห้อที่ซื้อเป็นประจำ เหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อน้ำดื่ม ความถี่ในการบริโภคสถานที่ซื้อน้ำดื่ม และความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์น้ำดื่ม เป็นต้น เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจลงทุน

#### 4. นิยามศัพท์

**4.1 น้ำดื่ม(Drinking water)** หมายถึง น้ำที่ผลิตจากแหล่งที่มีคุณภาพดี(ผ่านการรับรองแล้ว) และอาจผ่านกระบวนการที่ทำให้มีคุณภาพดีขึ้น ทั้งนี้ผู้ผลิตต้องพยายามให้ผ่านขั้นตอนน้อยที่สุด เพื่อให้ได้น้ำดื่มที่มีคุณภาพมาตรฐานที่กำหนดในแง่ต่างๆ

**4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ** คือ การศึกษาเพื่อวัตถุประสงค์ให้มีการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อสนองต่อความต้องการของคนในสังคม จุดมุ่งหมายที่กำหนดโครงการ โดยนำข้อมูลต่าง ๆ มาประเมินว่ามีความเหมาะสมต่อการลงทุนหรือไม่อย่างไร ความเหมาะสมนั้น จะพิจารณาจากการศึกษาความเป็นไปได้ในมิติต่าง ๆ ได้แก่ ความเป็นไปได้ทางด้านตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการและด้านการเงิน

**4.3 ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period:PB)** หมายถึง การคำนวณหาระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสะสมจากโครงการ สามารถชดเชยกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการ

**4.4 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return:IRR)** หมายถึง ผลตอบแทนเป็นร้อยละต่อโครงการหรือหมายถึงอัตราดอกเบี้ยในกระบวนการคิดลดที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์

**4.5 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value:NPV)** หมายถึง จำนวนผลประโยชน์สุทธิที่จะได้รับจากโครงการตลอดระยะเวลาของโครงการซึ่งอาจจะมีค่าเป็นลบ เป็นศูนย์และเป็นบวกก็ได้ขึ้นอยู่กับว่ามูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์หักด้วยมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนของโครงการนั้น

**4.6 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio:B/C Ratio)** หมายถึง มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์รวมหารด้วยมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม

## 5. ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ผลการศึกษานี้จะทำให้ผู้ที่สนใจลงทุนในธุรกิจการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวด เข้าใจถึงรูปแบบการลงทุน โครงสร้างต้นทุน ผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจผลิตน้ำดื่ม และการตลาดของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวด และใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเพื่อที่จะลงทุนในธุรกิจการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดหรือไม่ ซึ่งนอกจากนี้ยังสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ และการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตน้ำดื่มให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

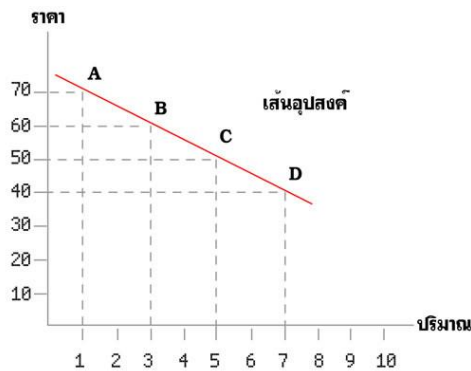
การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุน โดยเฉพาะการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนจากการลงทุน นี่เป็นขั้นตอนหนึ่งที่น่ามาศึกษาก่อนที่จะมีการตัดสินใจลงทุน เนื่องจากทรัพยากรที่มีจำกัด ดังนั้น เพื่อให้การจัดสรรทรัพยากรมีประสิทธิภาพจึงต้องศึกษาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน หรือหากพิจารณาในภาคธุรกิจการลงทุนจะต้องได้รับผลตอบแทนที่ดีในระดับที่ยอมรับได้ ไม่ขาดทุน ในการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจน้ำดื่ม ต.ตงใหญ่ อ.พิมาย จ.นครราชสีมา ได้ทบทวนวรรณกรรม ทั้งในส่วนของแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการนี้

##### 1.1 ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง (Demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น ๆ ในระยะเวลาที่กำหนด โดยความต้องการซื้อนั้น ผู้บริโภคจะต้องมีอำนาจซื้อด้วย (Purchasing power) กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจที่จะซื้อ (Ability and Willingness) สินค้าหรือบริการนั้น ๆ เช่น นายเอ ต้องการซื้อกาแฟสดและนายเอ มีเงินเพียงพอที่จะซื้อกาแฟสดดังกล่าว ในกรณีนี้จะเป็นอุปสงค์ที่สัมฤทธิ์ผล (Effective demand) แต่ถ้านายเอ ต้องการซื้อแต่มีเงินไม่เพียงพอที่จะจ่ายค่ากาแฟสด ความต้องการซื้อที่ไม่มีอำนาจซื้อในกรณีนี้ไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์ แต่เป็นเพียงความต้องการ (want) โดยทั่วไปเท่านั้น

เส้นอุปสงค์ (Demand Curve) จะมีลักษณะเป็นเส้นตรงลาดลงจากซ้ายมาขวา ความชัน (slope) ของเส้นเป็นลบ เนื่องจากราคาและปริมาณความต้องการซื้อมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม



ภาพที่ 2.1 ลักษณะของเส้นอุปสงค์

ที่มา: <http://www.cvc-cha.ac.th/eco/p1.htm>

ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อหรือปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์มีดังนี้

1. ราคาสินค้าชนิดนั้น เมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะลดลง แต่ถ้าราคาสินค้าลดลง ปริมาณซื้อจะมีมากขึ้น เป็นไปตามกฎของอุปสงค์ (Demand) อุปทาน (Supply)
2. ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ของปริมาณซื้อนอกจากจะขึ้นอยู่กับราคาสินค้าชนิดนั้นแล้ว ยังขึ้นกับราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย ซึ่งแบ่งความสัมพันธ์ของสินค้าได้เป็น 2 ชนิด คือ

2.1 สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (Substitution goods) เช่น ชากับกาแฟ ซึ่งการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดใดมากน้อยเพียงใดจะต้องพิจารณาถึงราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ถ้าราคากาแฟสดสูงขึ้น ในขณะที่ราคาชาคงเดิม ผู้บริโภคจะซื้อกาแฟสดลดลง แล้วหันไปซื้อชาเพิ่มขึ้น จึงกล่าวได้ว่าเมื่อราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้น จะทำให้ปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้แทนกันได้เพิ่มขึ้นด้วย แต่ถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่งลดลงจะทำให้ปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้ทดแทนกันได้ลดลงด้วย ดังนั้น ความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดกันที่ใช้ทดแทนกันจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.2 สินค้าที่ใช้ประกอบกันหรือใช้ร่วมกัน (Complementary goods) เช่น ปืนกับลูกปืน ถูงเท้ากับรองเท้า ยาสีฟันกับแปรงสีฟัน กาแฟกับครีมเทียม เป็นต้น เมื่อราคากาแฟแพงขึ้น นอกจากปริมาณซื้อกาแฟจะลดลงแล้วปริมาณความต้องการซื้อครีมเทียมจะลดลงด้วย ทั้งๆ ที่ราคาครีมเทียมไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้น ความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดกันที่ใช้ประกอบกันจะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

3. รายได้ของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการกำหนดอุปสงค์การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับปริมาณความต้องการซื้อสินค้าสามารถแบ่งสินค้าออกได้เป็น 2 ชนิดคือ

3.1 สินค้าปกติ (Normal goods) ปริมาณซื้อสินค้าปกติทั่วไปจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีรายได้มาก ความต้องการซื้อสินค้าปกติจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลง ความต้องการซื้อสินค้าปกติจะลดลงด้วย

3.2 สินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior goods) สินค้าบางชนิดเป็นสินค้าด้อยคุณภาพในสายตาของผู้บริโภค ปริมาณซื้อสินค้าประเภทนี้จะมีความสัมพันธ์ตรงกันข้ามกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้น อุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้จะลดลง แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลง อุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้จะเพิ่มขึ้น สินค้าเหล่านี้ ได้แก่ เครื่องสำอางราคาถูก ข้าวสารคุณภาพต่ำ เสื้อโหล เป็นต้น

4. รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมจัดเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดอุปสงค์ รสนิยมของบุคคลโดยทั่วไปจะมีลักษณะแตกต่างกันตามอายุ อาชีพ การศึกษา ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นต้น โดยปกติรสนิยมในสินค้าชนิดต่าง ๆ จะเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย ตามกาลเวลา รสนิยมของสินค้าบางชนิดเปลี่ยนแปลงได้ง่าย เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เป็นต้น ดังนั้น ถ้าสินค้าชนิดใดอยู่ในสมัยนิยม อุปสงค์ในสินค้านั้นจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าสินค้าชนิดใดล้าสมัย อุปสงค์ในสินค้าชนิดนั้นจะลดลง

5. จำนวนประชากร โดยปกติทั่วไป เมื่อประชากรของสังคมหรือประชากรของประเทศมีจำนวนมาก ความต้องการในสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้นด้วย แต่ประชากรที่เพิ่มขึ้นนี้จะต้องมีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้นด้วย จึงก่อให้เกิดอุปสงค์ในสินค้าเพิ่มขึ้น

6. การคาดคะเนสินค้าและปริมาณสินค้าในอนาคต เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้อุปสงค์ในสินค้าเปลี่ยนแปลงไป เช่น ผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาของเครื่องใช้ไฟฟ้าในอนาคตจะสูงขึ้น ผู้บริโภคจะรีบซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในขณะนี้เพิ่มขึ้น อุปสงค์ของเครื่องใช้ไฟฟ้าในปัจจุบันจึงเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามถ้าผู้บริโภคคาดว่าราคาเครื่องใช้ไฟฟ้าในอนาคตจะลดลง ผู้บริโภคจะชะลอการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าไว้ก่อน อุปสงค์ของเครื่องใช้ไฟฟ้าในปัจจุบันจึงลดลง

7. ฤดูกาล ความต้องการซื้อสินค้าต่าง ๆ หรือความต้องการใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ในแต่ละช่วงเวลาจะแตกต่างกันตามฤดูกาล เช่น ในฤดูร้อน อุปสงค์ของเครื่องปรับอากาศจะเพิ่มสูงขึ้น ฤดูฝนปริมาณความต้องการเสื้อกันฝนจะมีมากขึ้น และในฤดูหนาวปริมาณความต้องการหรืออุปสงค์ของผ้าห่มหรือผ้าพันคอจะมีมากขึ้น

8. สภาพการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ แม้ว่ารายได้เฉลี่ยต่อหัวของแต่ละประเทศจะเท่ากัน แต่ถ้าโครงสร้างการกระจายรายได้ของประเทศแตกต่างกัน ปริมาณความต้องการในสินค้าก็จะแตกต่างกันด้วย แต่สภาพการกระจายรายได้แตกต่างกันมาก กล่าวคือ ประชากรส่วนใหญ่ของซาอุดีอาระเบียยังยากจน มีคนกลุ่มน้อยเท่านั้นที่ร่ำรวยจากการเป็นเจ้าของบ่อน้ำมัน ขณะที่ประชากรของสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่เป็นคนชั้นกลาง รายได้ไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้น ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของทั้ง 2 ประเทศย่อมแตกต่างกัน

## 1.2 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุน โครงสร้างต้นทุน ผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจผลิตน้ำดื่ม การตลาดของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดแห่งหนึ่ง ในเขตตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ระยะเวลาของโครงการที่ทำการวิเคราะห์หาต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงิน กำหนดระยะเวลาการศึกษา 10 ปี คือ ปี 2566 – 2575 และรวมถึงทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดของประชาชน ในเขต อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา

เขตพื้นที่ตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา มีทั้งหมด 20 หมู่บ้านพื้นที่ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นที่ราบลุ่มเหมาะสำหรับการเกษตรเพราะมีแหล่งน้ำธรรมชาติ แม่น้ำมูล ลำน้ำเค็ม และคลองชลประทานไหลผ่านมีโครงการชลประทานทุ่งสัมฤทธิ์ช่วยส่งน้ำเพื่อใช้ในการเกษตร ซึ่งแหล่งน้ำดังกล่าวได้มีการกักเก็บน้ำไว้ในทางการเกษตรและอุปโภคบริโภคของราษฎรในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลดงใหญ่ ได้ตลอดทั้งปี ด้วยสภาพภูมิประเทศที่มีน้ำอุปโภคบริโภคได้ตลอดทั้งปี จึงมีทรัพยากรน้ำดิบสำหรับใช้ผลิตน้ำดื่มได้ตลอดทั้งปีเช่นเดียวกัน และด้วยจำนวนประชากรในเขตตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 10,961 คน แยกเป็นชาย 5,341 คน หญิง 5,620 คน และยังไม่มียังมีโรงงานผลิตน้ำดื่มในเขตตำบลดงใหญ่ และพื้นที่บริเวณใกล้เคียง ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะใช้กรณีศึกษาในเขต ตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา สำหรับศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนทำธุรกิจผลิตน้ำดื่มในเขตตำบลดงใหญ่

ขั้นตอนการดำเนินการลงทุนทำธุรกิจผลิตน้ำดื่ม มีดังนี้

1. การจัดทำแผนธุรกิจ ช่องทางการตลาด แผนการตลาด การทำโฆษณา การส่งเสริมการขาย
2. สำรวจพื้นที่ วางแปลนโรงงาน และจัดทำรายละเอียดเครื่องจักรที่ต้องการ ดังนี้
  - นำรายละเอียดเครื่องจักร มาเป็นส่วนประกอบในรายละเอียด โครงสร้างการสร้างโรงงาน แยกจุดหนักเบา ร่องน้ำไหล กระบวนสายพานการผลิตให้ตรงตามมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) คือ หลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิต หรือเป็นเครื่องหมายในการรับรองคุณภาพการผลิตของผู้ผลิต ทำให้สามารถผลิตอาหาร, ยา หรือ เครื่องสำอางได้อย่างปลอดภัย และทำให้ผู้บริโภคมั่นใจด้วยว่าสินค้าที่ออกจากผู้ผลิตนี้มันใจได้
  - วางตำแหน่งเครื่องจักรให้เหมาะสม ในแบบแปลนการสร้างโรงงาน ควรให้ผู้เชี่ยวชาญร่วมออกแบบเพื่อให้เหมาะสมกับการทำงาน การปฏิบัติงาน และรองรับโอกาสทางการตลาดหากจะขยายงานในอนาคต
3. ติดต่อสำนักงานสาธารณสุขประจำจังหวัด เพื่อแจ้งจุดประสงค์ในการทำโรงงานผลิตน้ำดื่ม พร้อมด้วยการส่งน้ำดิบตรวจสอบหาสารปนเปื้อนเพื่อจะได้จัดเตรียมระบบกรองน้ำได้ถูกต้อง

4. การสร้างโรงงานตามแบบมาตรฐานขององค์การอาหารและยา หรือ ออย.

5. ขออนุญาตจากองค์การอาหารและยา หรือ ออย. และขออนุญาตกรมโรงงานอุตสาหกรรมสำหรับการผลิตแบบอุตสาหกรรมทั่วไปใช้เครื่องจักรขนาดที่เกินกว่า 5 แรงม้ามีคนงานมากกว่า 7 คน ซึ่งต้องผ่านการตรวจสอบใบอนุญาต 2 ประการ ได้แก่ ใบสำคัญการขึ้นทะเบียน ออย. และใบอนุญาตผลิตอาหาร

6. ได้รับอนุญาตให้ดำเนินการกระบวนการผลิต ตามใบอนุญาตตั้งโรงงานผลิตอาหาร (แบบ อ.1) และ ใบจดทะเบียนอาหาร/แจ้งรายละเอียดอาหาร (แบบ สบ.5)

7. ข้อกำหนดราคาขายและการแข่งขันทางการตลาด การวางแผนการตลาด ตามประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กรมการค้าภายใน กำหนดให้น้ำดื่มบรรจุขวดขนาด 500-600 มิลลิลิตร จำหน่ายไม่เกินขวดละ 7 บาท และขนาด 1,500 มิลลิลิตร จำหน่ายไม่เกินขวดละ 14 บาท หากพบว่าร้านค้าใดขายน้ำดื่มเกินราคาแนะนำจะดำเนินการทางกฎหมายมีโทษสูงสุดจำคุกไม่เกิน 7 ปี ปรับไม่เกิน 140,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ โดยทั่วไปราคาขายปลีกทั่วไปราคาประมาณ 40 – 50 บาทต่อโหล ราคาขายส่งทั่วไป ราคาประมาณ 25 – 35 บาท ต่อโหลขึ้นอยู่กับสถานที่ และราคาน้ำถัง ราคาประมาณ 10 – 30 บาทต่อถัง ณ เขตตำบลงิ้วใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา

8. กลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย

8.1 กลยุทธ์ราคา การใช้กลยุทธ์ราคา เช่น การลดราคาสำหรับสมาชิก หรือการลดราคาในช่วงสิ้นเดือนที่ลูกค้าเพิ่งได้รับเงินเดือน และการลดราคาให้ผู้มีกำลังซื้อน้อย หรือผู้ใช้แรงงานของบริษัทที่ทำสัญญากับกิจการ การจะใช้กลยุทธ์การลดราคาควรมีเป้าหมายด้วย และควรเจาะจงมากกว่ากระทำไปโดยไม่มีเป้าหมาย

8.2 กลยุทธ์การสร้างคุณค่าที่แตกต่าง กลยุทธ์นี้ควรสร้างความยอมรับให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยรวมด้วยเพื่อความอยู่รอดร่วมกัน เช่นกลยุทธ์การขายสินค้า แบบนำสินค้าที่ใช้แล้วมาแลกซื้อสินค้าใหม่ในราคาที่ถูกลงกว่า หรือกลยุทธ์การเพิ่มเติมบริการเสริมในเรื่องการรับซื้อของเก่าที่ใช้แล้วเพื่อนำไปแลกซื้อสินค้าใหม่ถึงบ้าน หรือแม้แต่การรับซื้อบรรจุภัณฑ์เก่าเพื่อแลกซื้อสินค้าใหม่ จะเห็นว่าถ้าแตกต่างแบบนี้ทุกคนได้ประโยชน์ทั้งนั้น สังคมส่วนรวมก็ได้ด้วย

8.3 กลยุทธ์ สร้างความผูกพันในตราสินค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความผูกพันในทุกสิ่งทุกอย่างของสินค้าและบริการซึ่งต้องทำ ให้มากขึ้นกว่าเดิมที่เน้นแค่ความผูกพันในความรู้สึกแต่เพียงอย่างเดียว เช่น กลยุทธ์การให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการเสนอแนะวิธีพัฒนาคุณภาพสินค้า เพราะลูกค้าเคยมีประสบการณ์ในการใช้เป็นอย่างดี ซึ่งกลยุทธ์สร้างความผูกพันแบบนี้ต้องมีวิธีการแสดงความขอบคุณที่ลูกค้าร่วมแสดงความคิดเห็นชม โดยอาจใช้ชื่อลูกค้าในรุ่นสินค้านั้นๆ หรือแสดงความขอบคุณในสื่อต่างๆ



8.4 กลยุทธ์ การวางแผนเลือกใช้สื่อ ควรเลือกการวางแผนการใช้สื่อให้ดีและเจาะจง มีเป้าหมายชัดเจน นั่นคือ การเลือกใช้สื่อควรมุ่งเน้นการสื่อสารที่ส่งเสริมและสร้างความสัมพันธ์โดยตรงกับกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย เน้นการสร้างควมไว้วางใจ เน้นการสร้างความเป็นกันเอง และยังเน้นความเป็นส่วนตัวกับลูกค้า โดยต้องมีการคิดวางแผนเลือกใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ แบบที่เรียกว่า innovative idea เช่น การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ต้องสื่อสารในสิ่งที่เป็นประโยชน์กับลูกค้าจริงๆ การใช้สื่อ internet และการใช้สื่อควรเป็นสื่อที่เข้าถึงวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของลูกค้า ช่วยให้ลูกค้ารับรู้ด้วยความไม่ยุ่งยาก นอกจากนี้การสร้างเลือกสื่อควรคำนึงถึงการความสัมพันธ์แบบญาติพี่น้องกับลูกค้า หรือใช้กลยุทธ์การเลือกใช้สื่อที่ต้องมุ่งสร้าง social network มากกว่าการให้เพียงข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าเท่านั้น

8.5 กลยุทธ์การวิจัยทัศนคติและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าของตน หากกิจการโดยอมเสียเวลาทำการวิจัยย่อมรู้และเข้าใจลูกค้ามากขึ้น แต่การกระทำวิจัยควรทำให้ลูกค้ารับรู้ว่าการกิจการมีความสนใจและตระหนักถึง ทุกความคิดและความรู้สึกของลูกค้าอยู่เสมอ

8.6 กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (CRM) ยังคงเป็นเรื่องสำคัญอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะการสร้างสินค้าและบริการที่ตรงต่อความต้องการแต่ละรายบุคคล (customized products) มุ่งเน้น นำเสนอสินค้าบริการที่สร้างความสุข สร้างให้เกิดการชื่นชอบและชอบใจอย่างสม่ำเสมอ และบอกให้คนอื่นใช้ ซึ่งเรียกว่าลูกค้าเกิดความภักดีในตราสินค้า (Brand loyalty) และเกิดความผูกพันอย่างลึกซึ้งในตราสินค้า กลยุทธ์ที่ควรใช้และใช้อย่างต่อเนื่องก็คือ การบริหารการจัดเก็บและใช้ประโยชน์ข้อมูลการใช้จ่ายของลูกค้า นำเสนอสินค้าที่ลูกค้า ชื่นชอบ แน่นอนกิจการต้องเน้นเรื่องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและต้องทำอย่างจริงจัง จริงจัง ต่อเนื่องและตลอดเวลา

8.7 กลยุทธ์การวิจัยพฤติกรรมการใช้ ควรค้นหาข้อเท็จจริงจากลูกค้ามากขึ้น และควรวิจัยถึงเหตุผลในการซื้อมากกว่าการวิจัยทัศนคติ ความรู้สึก การรับรู้เท่านั้น ต้องรู้ข้อเท็จจริงให้ได้มากที่สุดว่าอะไรกันแน่ที่จะทำให้ลูกค้า ตัดสินใจซื้อ เช่น กลยุทธ์วิจัยจากการจัดเก็บข้อมูลการใช้จ่ายของลูกค้าประจำจากบัตรเครดิต มากกว่าการทำวิจัยสำรวจความชื่นชอบในตราสินค้า

8.8 กลยุทธ์สร้างความโดดเด่นในการบริการอย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นในเรื่องคุณค่า ความคุ้มค่าในการใช้จ่าย เช่น กลยุทธ์การติดต่อกับลูกค้าประจำ และให้ความสำคัญในการให้บริการเสริม ตามที่ลูกค้าแนะนำ ทำให้ลูกค้ารับรู้ว่าการกิจการให้ความสำคัญและยอมรับฟังลูกค้าแนะนำบริการตามที่ลูกค้าแนะนำแน่นอนลูกค้าก็จะไม่ไปใช้บริการของคู่แข่ง

8.9 กลยุทธ์ สร้างความสะดวกสบาย ง่ายๆ ไม่สลับซับซ้อนในการซื้อสินค้า หรือในการเข้ารับบริการ

การวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการเป็นแนวทางหนึ่งที่น่าสนใจและมีประเด็นสำคัญ ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายและรายได้ของโครงการเพื่อดูความเป็นไปได้ของโครงการ โดย

พิจารณาดูเงินลงทุนและผลตอบแทนหรือผลกำไรในการลงทุนของโครงการ เพื่อวิเคราะห์ว่าโครงการที่จัดทำนั้นคุ้มค่าที่จะลงทุนหรือไม่ รวมถึง การประมาณการกระแสเงินสดรับและกระแสเงินสดจ่าย โดยการจัดทำการประมาณการความต้องการทางการเงินของโครงการนี้จะกระทำต่อเมื่อมีการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิค และการวิเคราะห์โครงสร้างทางการตลาดของโครงการ แล้วจึงนำไปสู่ผลได้และค่าใช้จ่ายของโครงการและเมื่อนำผลได้และค่าใช้จ่ายมาเปรียบเทียบกัน ผลที่ได้นี้จะเป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่าโครงการมีความคุ้มค่าที่จะลงทุนหรือไม่

เกณฑ์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินโครงการมีดังนี้ คือ

**- เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนแบบไม่ปรับค่าของเวลา**

เกณฑ์แบบไม่ปรับค่าเงินตามเวลา เป็นเกณฑ์ที่ไม่นำเวลาเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดมูลค่าของเงิน (Value of Money) อันมีผลให้มูลค่าของเงินในอนาคต (Future Value) เท่ากับมูลค่าของเงินในปัจจุบัน (Present Value) เกณฑ์ที่นิยมนำมาใช้มีดังนี้

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) คือระยะเวลาที่กิจการได้รับผลตอบแทนและคืนทุนได้ ทำให้ทราบว่าผู้ลงทุนจะได้รับเงินทุนกลับคืนมาภายในระยะเวลาเท่าใด หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจคือจะต้องเลือกโครงการที่มีระยะเวลาคืนทุนที่เร็วที่สุด เพราะมีความเสี่ยงน้อยที่สุด การหาระยะเวลาคืนทุนทำได้ 2 กรณี ดังนี้

- กรณีกระแสเงินสดสุทธิเท่ากันทุกปี สามารถคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนของโครงการได้โดยใช้สูตรต่อไปนี้

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินลงทุนเมื่อเริ่มโครงการ}}{\text{ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี}}$$

- กรณีกระแสเงินสดสุทธิในแต่ละปีไม่เท่ากัน สามารถคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนโดยการบวกสะสมกระแสเงินสดสุทธิในแต่ละปี จนกระทั่งได้ยอดกระแสเงินสดสุทธิรวมเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายลงทุนพอดี

**- เกณฑ์ที่มีการปรับค่ามูลค่าของเงินตามเวลา** เนื่องจากกระแสเงินสดรับ และกระแสเงินสดจ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลานั้นมีค่าไม่เท่ากันไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ ดังนั้นกระแสเงินสดรับและกระแสเงินสดจ่ายของโครงการที่เกิดขึ้นในระยะเวลาด่าง ๆ กันในอนาคตถูกปรับให้มาอยู่ ณ ปัจจุบัน หรือเรียกว่ามูลค่าปัจจุบัน (Present Value: PV) โดยการหักลดมูลค่าของเงินที่เกิดขึ้นในอนาคตด้วยอัตราคิดลด (Discount Rate) เกณฑ์ที่นิยมนำมาใช้ มีดังนี้

### 1) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ การลงทุนเป็นเรื่องของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดเข้าและกระแสเงินสดออกของโครงการ โดยคิดอัตราส่วนลดตามผลตอบแทนที่หน่วยธุรกิจต้องการหรือค่าของทุน สูตรที่ใช้ในการคำนวณ ดังนี้

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

โดยที่	NPV	=	มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิตลอดอายุโครงการ
	$B_t$	=	มูลค่าผลตอบแทนในปีที่ t
	$C_t$	=	มูลค่าของต้นทุนในปีที่ t
	i	=	อัตราคิดลด (Discount rate) หรือค่าเสียโอกาสของเงินทุน
	t	=	ปีของโครงการ คือ ปีที่ 0 , 1 , 2 , 3 , ...n
	n	=	อายุของโครงการ
			ปีที่ 0 คือ ปีที่มีการลงทุนเริ่มแรก (initial investment)

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจ โดยการพิจารณามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าการลงทุนในโครงการนั้นได้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน

#### หลักการตัดสินใจเพื่อการลงทุนในโครงการ

ถ้า	NPV >	0	คุ้มค่าแก่การลงทุน
	NPV <	0	ไม่สมควรลงทุน
	NPV =	0	เท่าทุน

### 2) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR)

อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ หมายถึงอัตราดอกเบี้ยในการคิดลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์ หรืออัตราดอกเบี้ย หรืออัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ ดังนั้น ค่า IRR เป็นอัตราส่วนลดที่ทำให้โครงการมีความคุ้มค่าในท้ายที่สุดจะมีอัตราดอกเบี้ยระดับหนึ่งที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับศูนย์พอดี ซึ่งก็คืออัตราผลตอบแทนภายในโครงการซึ่งสามารถคำนวณได้ด้วยสูตรต่อไปนี้

$$\sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} = 0$$

โดยที่  $r$  = อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน หรือ IRR

$B_t$  = มูลค่าของผลตอบแทนภายในปีที่  $t$

$C_t$  = มูลค่าของต้นทุนในปีที่  $t$

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

$n$  = อายุของโครงการโดยปีที่ 0 คือ ปีที่มีการลงทุนเริ่มแรก

หลักในการตัดสินใจลงทุนมีดังนี้

ถ้า  $IRR >$  อัตราดอกเบี้ย คู้่มค่าแก่การลงทุน

$IRR <$  อัตราดอกเบี้ย ไม่คู้่มค่าแก่การลงทุน

$IRR =$  อัตราดอกเบี้ยเท่าทุน

3) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit – Cost Ratio หรือ B/C Ratio)

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน คือ อัตราส่วนระหว่างผลรวมมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับผลรวมมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม สำหรับการคำนวณเพื่อหาอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน เขียนเป็นสูตรในการคำนวณได้ ดังนี้

$$B/C \text{ Ratio} = \frac{\text{PV of benefits}}{\text{PV of costs}}$$

$$= \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+i)^t}}$$

โดยที่  $B_t$  = ผลตอบแทนในปีที่  $t$

$C_t$  = ต้นทุนในปีที่  $t$

$i$  = อัตราคิดลด (Discount rate) หรืออัตราดอกเบี้ย

$t$  = ปีที่ของโครงการ คือ ปีที่ 0 , 1 , 2 , 3 , ...n

$n$  = อายุของโครงการ

หลักการตัดสินใจลงทุนโดยใช้ B/C Ratio มีอยู่ว่า ณ ระดับอัตราส่วนลด : อัตราดอกเบี้ยที่กำหนดให้

ถ้า  $B/C > 1$  : คຸ້ມคຳกຳการลงทุน

$B/C < 1$  : ไม่คຸ້ມคຳกຳการลงทุน

$B/C = 1$  : เท่าทุน



#### 4) การวิเคราะห์ความไหวตัว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความไหวตัวของโครงการ เป็นการวิเคราะห์ผลตอบแทนค่านวมมาจากผลคูณของราคากับปริมาณผลผลิต ดังนั้น เมื่อราคาหรือปริมาณผลผลิตเปลี่ยนแปลงไปจากสถานการณ์เดิมของโครงการก็จะทำให้รายได้รวมมีการเปลี่ยนแปลงการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อเหตุเปลี่ยนแปลงเป็นการศึกษาถึงความไหวตัว หรือความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของรายการต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการว่ามีผลกระทบทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไร ต่อมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการ (B/C Ratio)

เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน ซึ่งประโยชน์จากการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อเหตุเปลี่ยนแปลงนั้น จะช่วยให้ผู้ประกอบการทราบว่า ควรควบคุมตัวแปรตัวไหนหากตัวแปรไม่เป็นไปตามที่ประมาณการ เนื่องจากมีผลทำให้ผลตอบแทนสุทธิของโครงการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินโครงการมีประสิทธิภาพหรือผลตอบแทนที่คຸ້ມคຳมากขึ้น

#### 5) เกณฑ์การตัดสินใจลงทุน (Investment decision)

การตัดสินใจลงทุน หมายถึง การตัดสินใจในการเลือกโครงการลงทุนว่าควรลงทุนในโครงการใด จึงจะให้ผลตอบแทนตามต้องการ โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจทางการลงทุนที่คຳนึ่งถึงค่าเสียโอกาส ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio)

ผลการวิเคราะห์โครงการที่น่าตัดสินใจลงทุน นั้นคือ

- มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) ต้องมีค่ามากกว่า 0
- อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ต้องมีค่าสูงกว่าอัตราเงินกู้ในปัจจุบัน
- อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) ต้องมีค่ามากกว่า 1
- ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB)

## 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**ยุพเรศ พิงแสง (2545)** วิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนทางการเงินในการผลิตน้ำดื่ม ในการศึกษาจะใช้วิธีประมาณการผลตอบแทน หรือประมาณรายได้จากการขายน้ำดื่มและรายได้จากการขายวัสดุเหลือใช้ โดยกำหนดประมาณการผลตอบแทนเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 15 ต่อปี จากยอดผลตอบแทนของปี 2544 และประมาณการต้นทุนจากค่าใช้จ่ายในการดำเนินการโดยกำหนดให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี จากค่าใช้จ่ายในการดำเนินการของปี 2544 ผลการศึกษาพบว่าโครงการมีความเหมาะสมต่อการลงทุน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 675,891,274.96 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 21 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) เท่ากับ 1.41 และมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เท่ากับ 4 ปี 11 เดือน เมื่อคิดอัตราส่วนลด (Discount Rate) ในอัตราร้อยละ 10 วิเคราะห์ความไวในการเปลี่ยนแปลง (Sensitivity Rate) พบว่าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงต้นทุนรวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และร้อยละ 15 ที่อัตราคิดลด (Discount Rate) ที่ร้อยละ 10 , ร้อยละ 12 และร้อยละ 15 มีมูลค่าปัจจุบัน (NPV) มากกว่าศูนย์ และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) มากกว่าหนึ่ง และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงให้ผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 และร้อยละ 15 ที่อัตราคิดลด (Discount Rate) ที่ร้อยละ 10 , ร้อยละ 12 และร้อยละ 15 มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มากกว่าศูนย์ และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) มากกว่าหนึ่ง สรุปแล้วโครงการนี้มีความเหมาะสมและคุ้มค่าต่อการลงทุน

**พิษณุรักษ์ โพธิกุลชนันท์ (2545)** ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของกิจการร้านขายนมสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อทำการศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของกิจการ และวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการดำเนินงาน เมื่อต้นทุนหรือผลตอบแทนของโครงการเพิ่มขึ้นหรือลดลง

ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ มีค่าเท่ากับ 1,737,462.28 บาท อัตราส่วนของผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 48.43% อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.18 แสดงให้เห็นว่า กิจการร้านขายนมสด สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปในภาวะที่อัตราส่วนลดเท่ากับร้อยละ 10 และผลจากการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงพบว่ากรณีแรก ถ้าต้นทุนค่าดำเนินการเพิ่มขึ้น 16.8% ขณะที่ผลตอบแทนคงที่ พบว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีมูลค่าเท่ากับ 587,491.33 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เท่ากับร้อยละ 10.12% อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เท่ากับ 1.06 เมื่อพิจารณา โดยภาพรวมแล้วพบว่าหากต้นทุนค่าดำเนินการจะเพิ่มขึ้น 16.8% การลงทุนของกิจการร้านขายนมสดยังสามารถก่อให้เกิดรายได้คุ้มกับการลงทุน เพราะ NPV ที่ได้มีค่ามากกว่า 0 IRR ที่ได้มีค่ามากกว่าอัตราส่วนลดร้อยละ 10 และ B/C Ratio

มากกว่า 1 กรณีที่ 2 ผลตอบแทนลดลง 5.7% ต้นทุนค่าดำเนินการคงที่ พบว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีมูลค่าเท่ากับ 590,356.68 บาท อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ เท่ากับ 10.31% อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.06 เมื่อพิจารณาภาพรวมแล้วแสดงว่าเมื่ออัตราผลตอบแทนลดลง 5.7% ขณะที่ต้นทุนค่าดำเนินการคงที่ กิจการร้านขายนมสดก็ยังคงดำเนินอยู่ได้ เพราะ NPV มากกว่า 0 IRR ที่ได้มีค่ามากกว่าอัตราส่วนลดร้อยละ 10 และ B/C Ratio มากกว่า 1 กรณีที่ 3 ผลตอบแทนลดลง 3.9% ต้นทุนค่าดำเนินการเพิ่มขึ้น 5% พบว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (PV) เท่ากับ 596,443.57 บาท อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.06 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการเท่ากับ 10.59%

**ณัฐนันท์ พุฒหมื่น (2553)** ศึกษาการวิเคราะห์ธุรกิจร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนธุรกิจจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่และเพื่อศึกษาพฤติกรรมในการซื้ออะไหล่รถยนต์จากร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ กำหนดอายุของโครงการเป็นเวลา 20 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2553-2573 ผลการศึกษาพบว่า โครงการมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน เพราะ มูลค่าปัจจุบันสุทธิจากการลงทุนมีค่าเท่ากับ 10,307,687 บาท อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการมีค่าเท่ากับร้อยละ 31.85 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.14 และผลการวิเคราะห์ความไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการโดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 กรณี ดังนี้ กรณีที่ 1 เมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ส่วนผลตอบแทนคงที่ พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับ 10,107,209 บาท อัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับร้อยละ 31.41 และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.13 กรณีที่ 2 เมื่อผลตอบแทนลดลงร้อยละ 5 ส่วนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานคงที่ พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับ 814,123 บาท อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนเท่ากับร้อยละ 13.81 และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.02 และกรณีที่ 3 เมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และผลตอบแทนลดลงร้อยละ 5 พบว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับ 574,426 บาท อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนเท่ากับร้อยละ 12.36 และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.02

นอกจากนี้พฤติกรรมในการซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้ออะไหล่รถยนต์ ส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย อายุอยู่ในช่วง 30-45 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้รถเก๋งที่ผลิตจากประเทศญี่ปุ่น มีอายุการใช้งานในช่วง 5-10 ปี มีวัตถุประสงค์ในการซื้ออะไหล่เพื่อนำไปใช้หรือซ่อมรถเอง ความถี่ในการซื้ออะไหล่รถยนต์น้อยกว่า 5 ครั้ง ต่อปี มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออะไหล่รถยนต์ต่อครั้งคือ 1,001-3,000 บาท ผู้ซื้ออะไหล่รถยนต์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการซื้อ



อะไหล่รถยนต์ เพราะราคาถูก พนักงานบริการดีและสินค้าที่มีคุณภาพตามความต้องการ และตัดสินใจกลับมาซื้ออะไหล่รถยนต์จากร้านเดิมเพราะพนักงานบริการดีและสินค้าราคาถูก

**ธัญศิริ สง่างาม (2552)** ศึกษาการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรของธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ : กรณีศึกษา ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด จังหวัดสงขลา โดยในการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แบบอนุกรมเวลา เป็นรายเดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2550 – เดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นข้อมูลทางการเงินที่ได้มีการเก็บรวบรวมเอาไว้แล้วของบริษัทฯ ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ ต้นทุน – ปริมาณ – กำไร (CVP.Analysis) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break even Analysis) การวางแผนกำไร โดยใช้เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณด้วยวิธี Single Exponential Smoothing ตามตัวแบบอนุกรมเวลา (Time-series methods) สำหรับการพยากรณ์ยอดขายปี พ.ศ. 2552 และการวัดความแม่นยำทางสถิติด้วยวิธี Theil's U-statistic ผลการศึกษาพบว่า รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย สามารถทำกำไรให้กับบริษัทฯ ในปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 17,216,265 บาท และปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 19,243,304 บาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 10.5% จากการวางแผนกำไรในปี พ.ศ. 2552 พบว่ารายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียสามารถทำกำไรให้กับบริษัทฯ ในปี พ.ศ. 2552 เท่ากับ 18,399,913 บาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 4.38% การวางแผนกำไรของชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552 มีอัตรากำไรส่วนเกินที่ปลอดภัยในเดือนที่ประสบกับภาวะการณ์ขาดทุนในเดือนมิถุนายน โดยต้องเพิ่มรายได้ในเดือนมิถุนายนไม่ต่ำกว่า 313,183.99 บาท และเดือนกันยายน 523,401.34 บาท เพิ่มปริมาณการจำหน่าย (จำนวนนักท่องเที่ยว) ในเดือนมิถุนายน ไม่ต่ำกว่า 78 คน และเดือนกันยายน 131 คน จึงจะทำให้ธุรกิจปลอดภัยจากความเสี่ยงในการขาดทุน

**กาญจนา ปลั่งอ่อน (2561)** ศึกษาเพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและจุดคุ้มทุนการปลูกข้าวเล็บนกปัตตานีของเกษตรกร จังหวัดพัทลุง และเพื่อศึกษาปัญหาการปลูกข้าวเล็บนกปัตตานีของเกษตรกรจังหวัดพัทลุง ดำเนินการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เกษตรกรจังหวัดพัทลุง ที่มีพื้นที่การปลูก 3 ขนาด ได้แก่ ขนาดพื้นที่ 1 – 10 ไร่ ขนาดพื้นที่ 11 – 20 ไร่ และขนาดพื้นที่ 21-30 ไร่ แต่ละขนาดพื้นที่เพาะปลูกแยกตามกรรมสิทธิ์ในที่ดิน และรูปแบบเงินลงทุนผลการวิจัยสรุปดังนี้

1. เกษตรกรที่เช่าพื้นที่เพาะปลูกและไม่กู้เงินมาลงทุนปลูกข้าวในพื้นที่ 1 – 10 ไร่ มีต้นทุนการผลิตและจุดคุ้มทุนสูงที่สุด โดยต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 2,914.05 บาทต่อไร่ ต้นทุนคงที่เฉลี่ย 1,419.18 บาทต่อไร่ จุดคุ้มทุนเฉลี่ย 503.26 กิโลกรัมต่อไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 528.32 กิโลกรัมต่อไร่ กำไรเฉลี่ย 72.96 บาทต่อไร่

2. เกษตรกรที่เช่าพื้นที่เพาะปลูกและกู้เงินมาลงทุนปลูกข้าวในพื้นที่ 11 – 20 ไร่ มีต้นทุนการผลิตและจุดคุ้มทุนสูงที่สุด โดย ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 2,863.49 บาทต่อไร่ ต้นทุนคงที่เฉลี่ย



1,043.97 บาทต่อไร่ จุดคุ้มทุนเฉลี่ย 382.41 กิโลกรัมต่อไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 500.63 กิโลกรัมต่อไร่ กำไรเฉลี่ย 322.86 บาทต่อไร่

3. เกษตรกรที่เช่าพื้นที่เพาะปลูกและกู้เงินมาลงทุนปลูกข้าวในพื้นที่ 21 – 30 ไร่ มีต้นทุนการผลิตและจุดคุ้มทุนสูงที่สุด โดย ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 2,782.45 บาทต่อไร่ ต้นทุนคงที่เฉลี่ย 916.54 บาทต่อไร่ จุดคุ้มทุนเฉลี่ย 321.59 กิโลกรัมต่อไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 498.00 กิโลกรัมต่อไร่ กำไรเฉลี่ย 504.13 บาทต่อไร่

4. สภาพปัญหาการปลูกข้าวเล็บบนกบตตานี้ พบว่า เกษตรกรร้อยละ 97.64 เห็นว่า ปัญหาที่สำคัญมากที่สุดคือ ค่าปัจจัยการผลิตมีราคาแพง รongลงมาเป็นปัญหาราคาข้าวโดยทั่วไปต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (ร้อยละ 95.80) และผลผลิตต่อไร่ต่ำ (ร้อยละ 88.71)



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจผลิตน้ำดื่มนี้มีระเบียบวิธีวิจัย ประกอบด้วยรายละเอียดต่างๆดังนี้ คือ

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ ประการแรก การศึกษารูปแบบการลงทุน การจ้างงาน และการตลาดของธุรกิจผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง ประการที่สอง ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำดื่มในเขตตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา และประการที่สาม การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนธุรกิจผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง ดังนั้น ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ

1. การศึกษารูปแบบการเงิน การลงทุน การจ้างงาน และการตลาดของธุรกิจผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง และการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนธุรกิจผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการโรงงานผลิตน้ำดื่มในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ โรงงานผลิตน้ำดื่มพิมายเฟรช โรงงานผลิตน้ำดื่มเพียวแคร์ โรงงานผลิตน้ำดื่มวีแคร์ โรงงานผลิตน้ำดื่มประทับใจน้ำทิพย์

2. การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการน้ำดื่มโดยทั่วไปและครั้งนี้ในเขตตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรในเขตตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 10,961 คน แยกเป็น ชาย 5,341 คน หญิง 5,620 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลดงใหญ่, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรม ทำการคัดเลือกจากประชากรที่ใช้ในการศึกษา โดยคำนวณจำนวนตัวอย่างตามแนวคิดของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 มีสูตรการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	ขนาดของประชากร
	E	แทน	ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ = 0.10

พื้นที่ทำการศึกษาคือประชากรในเขตตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 10,961 คน และต้องการให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 10 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างควรเป็นดังนี้

สูตรที่ใช้ในการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ  $n = \frac{N}{1+Ne^2}$

$$= \frac{10,961}{1+10,961(.10)^2} = 99.09$$

ดังนั้น จากการคำนวณจะได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 100 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากผู้ที่ใช้บริการน้ำดื่มจากร้านค้าในเขตตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา

3. ด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา

4. ด้านตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน รสนิยมการดื่มน้ำ

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยทำการสอบถามทั้งทางด้านรูปแบบในการลงทุน ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนธุรกิจผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง ส่วนการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำดื่มของประชาชนในตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมาแบบสอบถามมี 2 ส่วน คือ

2.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการน้ำดื่ม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน

2.2 พฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย น้ำดื่มบรรจุขวดยี่ห้อใดที่ซื้อเป็นประจำ เหตุผลที่เลือกซื้อน้ำดื่มยี่ห้อประจำ ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคน้ำดื่ม สถานที่ซื้อน้ำดื่มเป็นประจำ ความถี่ในการบริโภค การเลือกบรรจุภัณฑ์ สีสนของบรรจุภัณฑ์ และรูปทรงของบรรจุภัณฑ์

### 3. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจผลิตน้ำดื่มจากผู้ประกอบการผลิตน้ำดื่มในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ โรงงานผลิตน้ำดื่มพิมายเฟรช , โรงงานผลิตน้ำดื่มเพียวแคร์ , โรงงานผลิตน้ำดื่มวีแคร์ , โรงงานผลิตน้ำดื่มประทับใจน้ำทิพย์และใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา รวมทั้งเก็บข้อมูลด้านพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มจากประชากรในเขตตำบลดงใหญ่อีกด้วย

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา บทความทางวิชาการ และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยศึกษาจากเอกสาร ประกอบกับการค้นคว้าข้อมูลทางระบบอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

### 4. ข้อสมมติที่ใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มมีข้อสมมติในการศึกษาดังนี้คือ

#### 4.1 ข้อสมมติด้านต้นทุน มีดังนี้คือ

- การลงทุนธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม เป็นการลงทุนโดยนำเงินสดของผู้ประกอบการมาลงทุนทั้งหมด จำนวนเงิน 1,700,000 บาท ไม่มีการกู้เงินจากสถาบันการเงิน ฉะนั้น จึงไม่มีดอกเบี้ยจ่ายในการวิเคราะห์ต้นทุน กำหนดให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสำหรับบุคคลธรรมดา คือ ร้อยละ 0.1250 - 2.0000 ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสำหรับบุคคลธรรมดาของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ ประจำวันที่ 1 พฤศจิกายน 2566 (ที่มา <http://www.bot.or.th/>) กรณีศึกษานี้ คิดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสำหรับบุคคลธรรมดา คือ ร้อยละ 0.1250 บาท เพื่อคำนวณต้นทุนค่าเสียโอกาสจาก

ดอกเบี้ยเงินฝาก กำหนดเป็นประเภทค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ตามระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา 10 ปี คือ 2566 - 2575

- กรณีธุรกิจการผลิตน้ำดื่มใช้ขนาดพื้นที่ประมาณ 200 ตารางเมตร ซึ่งจำหน่ายน้ำดื่มประเภท น้ำดื่มบรรจุขวด น้ำดื่มบรรจุถัง เดิมเป็นที่ดินว่างเปล่า จึงไม่คิดต้นทุนค่าเสียโอกาส

- ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา 10 ปี คือ 2566 – 2575 เนื่องจากการสอบถามผู้ประกอบการการผลิตน้ำดื่ม ได้ข้อมูลว่า ธุรกิจการผลิตน้ำดื่มส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจภายในระยะเวลา 10 ปี

- เงินเดือนพนักงาน มีการจ้างพนักงาน 4 คน โดยมีพนักงานประจำ 2 คน พนักงานชั่วคราว 2 คน โดยมีการปรับให้เงินเดือนพนักงานประจำ 2 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี

- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าวัสดุดิบ ค่าใช้จ่ายส่วนนี้มีการปรับเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.5 ทุกปี

- อายุการใช้งานของสินทรัพย์ เช่น เครื่องกรอง R.O. เครื่องบรรจุ มีอายุการใช้งาน 10 ปี ใช้วิธีคิดค่าเสื่อมราคาเป็นวิธีเส้นตรง มีมูลค่าซาก 1 บาท

#### 4.2 ข้อสมมติด้านผลตอบแทน มีดังนี้คือ

โรงงานผลิตน้ำดื่มแห่งนี้มีกำลังการผลิตระหว่าง 5,000 – 10,000 ลิตรต่อวัน กำหนดราคาน้ำดื่มชนิดต่างๆ ของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งนี้ ได้แก่ น้ำดื่มบรรจุถัง 18.9 ลิตร (ถัง pet) ราคาถังละ 15 บาท น้ำดื่มบรรจุขวด 600 มิลลิลิตร (ขวด pet) ราคาโหลละ 45 บาท

กำหนดให้ผลตอบแทนจากการจำหน่ายน้ำดื่ม จากการสอบถามได้ข้อมูลยอดขายในปี 2564 – 2565 และในปีสามารถประมาณการยอดขายในปี 2566 ได้จากการหายอดขายเฉลี่ยของปี 2564 และ 2565 และกำหนดให้ยอดขายในปี 2566 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ของยอดขายเฉลี่ยปี 2564 – 2565

#### 4.3 ข้อสมมติด้านอัตราดอกเบี้ยหรืออัตราคิดลด (Discount Rate) มีดังนี้ คือ

กำหนดให้อัตราดอกเบี้ยคิดลดคือร้อยละ 8.0500 ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับลูกค้ารายย่อยขั้นต้น (Minimum Retail Rate: MRR) โดยเฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 1 พฤศจิกายน 2566) คูณรายละเอียดในภาคผนวก ก

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

### การประเมินต้นทุนและผลตอบแทน

ก) การวิเคราะห์ต้นทุนของโครงการโดยต้นทุนของการผลิตน้ำดื่มสามารถแบ่งได้ 2 ส่วน คือ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก และค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

1. ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก เป็นจำนวนเงิน 1,700,000 บาท ซึ่งเงินจำนวนนี้ ประกอบด้วย

- ค่าก่อสร้างอาคาร ออกแบบ และตกแต่งสถานที่ จำนวนเงิน 500,000 บาท อายุการใช้งาน 25 ปี ใช้วิธีคิดค่าเสื่อมราคาเป็นวิธีเส้นตรง มีมูลค่าซาก 1 บาท

- ค่าเครื่องกรองน้ำ เครื่องล้าง เครื่องบรรจุ ค่าติดตั้งสาธารณูปโภคพื้นฐาน ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้ ค่ารถยนต์ส่งน้ำ จำนวนเงิน 1,200,000 บาท อายุการใช้งาน 10 ปี ใช้วิธีคิดค่าเสื่อมราคาเป็นวิธีเส้นตรง มีมูลค่าซาก 1 บาท

2. ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน คือ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานทั่วไปและค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปเพื่อให้สามารถดำเนินการขายไปได้ตามปกติ ซึ่งจะเกิดขึ้นทุกปี ได้แก่ ค่าวัตถุดิบและการส่งเสริมการขาย เงินเดือนพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ค่าวัตถุดิบ เช่น ค่าขวดน้ำ ถังน้ำ ค่าน้ำ

- เงินเดือนพนักงาน ประกอบด้วยพนักงาน จำนวน 4 คน ได้แก่ เงินเดือนผู้จัดการ จำนวน 1 คน ทำหน้าที่ให้บริการลูกค้า จัดซื้อวัตถุดิบ วิเคราะห์ต้นทุนและรายได้จากการขาย รับผิดชอบค่าใช้จ่ายภายในร้าน รับผิดชอบกระบวนการผลิตน้ำดื่มทั้งหมด พนักงานประจำโรงงาน 1 คน ทำหน้าที่ ผลิตน้ำดื่ม และทำความสะอาดทั่วไป และพนักงานขาย จำนวน 2 คน ทำหน้าที่ ขายสินค้าและบริการลูกค้า

- ค่าใช้จ่ายดำเนินงานและการส่งเสริมการขาย เช่น ต้นทุนค่าเสียโอกาส ค่าใช้จ่ายในการขออนุญาตจัดตั้งทะเบียน อย. ค่าใช้จ่ายในการสื่อสาร ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าไฟฟ้า โฆษณาประชาสัมพันธ์

- ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เป็นค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน

- ค่าวัสดุสิ้นเปลือง เช่น กระดาษ สมุดบัญชี อุปกรณ์เครื่องเขียน เป็นต้น ซึ่งเป็นค่าวัสดุสิ้นเปลืองคำนวณมาจากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงในเดือนแรกของการเปิดกิจการ

ข) การวิเคราะห์ผลตอบแทนของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง

การศึกษาในครั้งนี้นี้กำหนดให้ปี พ.ศ. 2566 – 2575 เป็นปีที่ 1 – 10 ตามลำดับ โรงงานผลิตน้ำดื่มแห่งนี้มีกำลังการผลิตระหว่าง 5,000 – 10,000 ลิตรต่อวัน และผลตอบแทนหาได้จาก การจำหน่ายน้ำดื่ม จากการสอบถามกิจการการผลิตน้ำดื่มแห่งนี้ ได้ข้อมูลยอดขายจริง ในปี 2564 – 2565 ดังตารางที่ 4.21 มาประมาณยอดขายในปี 2566 ซึ่งหาได้โดยนำเอายอดขายจริงในปี 2564 – 2565 มาคำนวณหายอดขายเฉลี่ยในปี 2566 ซึ่งมีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี

เกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุน ดังนี้

1. มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (Net Present Value หรือ NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ คือ มูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทนสุทธิ หรือกระแสเงินสดของโครงการ ซึ่งคำนวณได้ด้วยการทำส่วนลดกระแสผลตอบแทนสุทธิตลอดอายุของโครงการให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน หรืออาจคำนวณหา NPV จากความแตกต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทนรวมและมูลค่าปัจจุบันของกระแสต้นทุนรวม ซึ่งสามารถเขียนสูตรการคำนวณได้ ดังนี้

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

โดยที่

NPV = มูลค่าปัจจุบันของตอบแทนสุทธิตลอดอายุโครงการ

$B_t$  = มูลค่าผลตอบแทนในปีที่ t

$C_t$  = มูลค่าของต้นทุนในปีที่ t

i = อัตราคิดลด (Discount rate) หรือค่าเสียโอกาสของเงินทุน

t = ปีของโครงการ คือ ปีที่ 0, 1, 2, 3, ...

n = อายุของโครงการ

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจ โดยการพิจารณามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าการลงทุนในโครงการนั้นได้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน

หลักการตัดสินใจเพื่อการลงทุนในโครงการ

ถ้า  $NPV > 0$       คุ้มค่าแก่การลงทุน

$NPV < 0$       ไม่สมควรลงทุน

$NPV = 0$       เท่าทุน

2. อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR)

อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ หรือหมายถึง อัตราดอกเบี้ยในการคิดลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์ ระหว่างอัตราดอกเบี้ย หรืออัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ ดังนั้นค่า IRR เป็นอัตราส่วนลดที่ทำให้โครงการมีความคุ้มทุนในท้ายที่สุดจะมีอัตราดอกเบี้ยระดับหนึ่งที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับศูนย์พอดี ซึ่งก็คืออัตราผลตอบแทนภายในโครงการซึ่งสามารถคำนวณได้ดังสูตรต่อไปนี้

$$\sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} = 0$$

โดยที่  $r$  = อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน

$B_t$  = มูลค่าของผลตอบแทนภายในปีที่  $t$

$C_t$  = มูลค่าของต้นทุนในปีที่  $t$

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

$n$  = อายุของโครงการโดยปีที่ 0 คือ ปีที่มีการลงทุนเริ่มแรก

หลักในการตัดสินใจลงทุนมีดังนี้

IRR > อัตราดอกเบี้ย คุ้มค่าแก่การลงทุน

IRR < อัตราดอกเบี้ย ไม่คุ้มค่าแก่การลงทุน

IRR = อัตราดอกเบี้ยเท่าทุน

### 3. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit – cost Ratio หรือ B/C Ratio)

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน คือ อัตราส่วนระหว่างผลรวมมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับผลรวมมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม สำหรับการคำนวณเพื่อหาอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน เขียนเป็นสูตรในการคำนวณได้ ดังนี้

$$\text{B/C Ratio} = \frac{\text{PV of benefits}}{\text{PV of costs}}$$





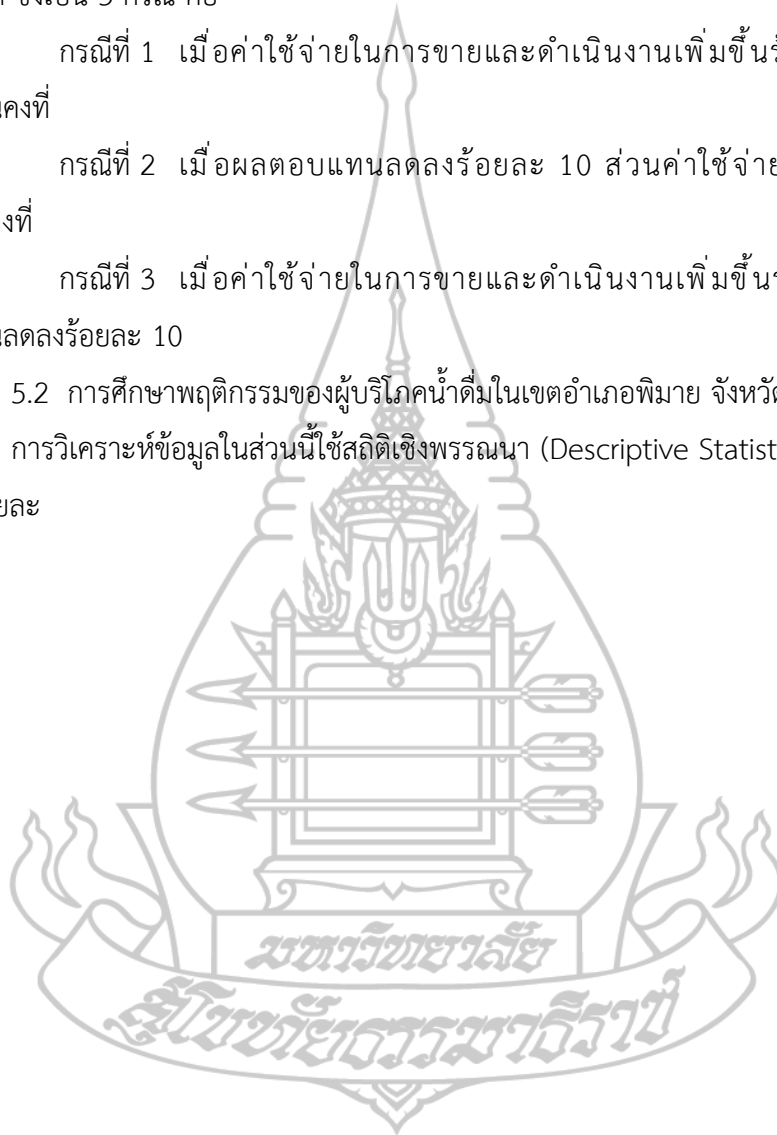
ผลตอบแทนภายในจากการลงทุน และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนอย่างไรบ้าง การวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ คือ การใช้ข้อมูลต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินที่ได้จากการสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็น 3 กรณี คือ

กรณีที่ 1 เมื่อค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ส่วนผลตอบแทนคงที่

กรณีที่ 2 เมื่อผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 ส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานคงที่

กรณีที่ 3 เมื่อค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10

5.2 การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำดื่มในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่งในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนแรก เป็นการศึกษารูปแบบการลงทุน การจ้างงาน และการตลาดของธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม ส่วนที่สอง ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน และส่วนที่สาม ทำการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม ในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

#### 1. พฤติกรรมในการบริโภคน้ำดื่มของกลุ่มตัวอย่าง

ในหัวข้อนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมในการบริโภคของผู้ใช้บริการน้ำดื่มในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา โดยแบ่งการศึกษา ออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้น้ำดื่ม ส่วนที่ 2 เป็นพฤติกรรมในการบริโภคน้ำดื่มของกลุ่มตัวอย่าง

##### 1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน ซึ่งสามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

##### 1) เพศ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดย เป็นเพศหญิงร้อยละ 65 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 35 ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
หญิง	65	65
ชาย	35	35
รวม	100	100

ที่มา : จากการศึกษา

## 2) อายุ

กลุ่มตัวอย่างมีอายุไม่เกิน 25 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือ อายุ 45 – 54 ปี คิดเป็นร้อยละ 10 อายุ 25 – 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 9 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	70	70
25 – 34 ปี	9	9
35 – 44 ปี	5	5
45 – 54 ปี	10	10
55 ปีขึ้นไป	6	6
รวม	100	100

ที่มา : จากการศึกษา

## 3) สถานภาพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 74 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 26 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 25 ปี ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	74	74
สมรส	26	26
หม้าย/หย่าร้าง	-	-
รวม	100	100

ที่มา : จากการศึกษา

## 4) ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 34 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. ร้อยละ 22 ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	5	5
ประถมศึกษา	6	6
มัธยมศึกษาตอนต้น	18	18
มัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช.	22	22
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	34	34
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	9	9
สูงกว่าปริญญาตรี	3	3
อื่นๆ	3	3
รวม	100	100

ที่มา : จากการศึกษา

## 5) อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด ร้อยละ 60 รองลงมาคือ เกษตรกร ร้อยละ 13 ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ/ทหาร/ตำรวจ	8	8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-	-
พนักงานบริษัท/พนักงานธนาคาร	10	10
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	1	1
ค้าขาย	4	4
เกษตรกร	13	13
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	60	60
แม่บ้าน	2	2
อื่น ๆ	2	2
รวม	100	100

ที่มา : จากการศึกษา

## 6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ร้อยละ 69 รองลงมาคือ รายได้ 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 10 ทั้งนี้เพราะว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา และเกษตรกร ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	69	69
5,000 – 10,000 บาท	8	8
10,001 – 15,000 บาท	10	10
15,001 – 20,000 บาท	9	9
20,001 บาทขึ้นไป	4	4
รวม	100	100

ที่มา : จากการศึกษา

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง เป็นโสด มีอายุเฉลี่ยไม่เกิน 25 ปี กำลังศึกษา อยู่ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อคน

## 1.2 พฤติกรรมในการบริโภคน้ำดื่มของกลุ่มตัวอย่าง

หัวข้อนี้เป็นการนำเสนอพฤติกรรมในการบริโภคน้ำดื่มของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย ยี่ห้อน้ำดื่มบรรจุขวดที่ดื่มเป็นประจำ เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการซื้อน้ำดื่ม ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด สถานที่ซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด สีที่เหมาะสม ของฝาน้ำดื่มบรรจุขวด รูปทรงบรรจุภัณฑ์น้ำดื่ม วัสดุที่เหมาะสมที่ควรใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

### 1) ยี่ห้อน้ำดื่มที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างซื้อน้ำดื่มยี่ห้อคริสตัลมากที่สุดร้อยละ 36 รองลงมาคือ น้ำดื่มน้ำทิพย์ ร้อยละ 23 ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ยี่ห้อน้ำดื่มที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มตัวอย่าง

ยี่ห้อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้ำดื่มคริสตัล	36	36
น้ำดื่มน้ำทิพย์	23	23
น้ำดื่มสิงห์	16	16
น้ำดื่มพิมายเพชร	14	14
น้ำดื่มประทับใจน้ำทิพย์	7	7
น้ำดื่มช้าง	3	3
น้ำดื่มเทพประสิทธิ์	-	-
อื่นๆ	1	1
	100	100

ที่มา : จากการศึกษา

### 2) เหตุผลในการเลือกน้ำดื่มที่ซื้อเป็นประจำ

เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อน้ำดื่มยี่ห้อ คริสตัล รองลงมาคือน้ำดื่มน้ำทิพย์ คือ เหตุผลด้านคุณภาพน้ำดื่ม ร้อยละ 61 รองลงมาคือ ด้านความสะดวกในการซื้อ ร้อยละ 31 ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 เหตุผลในการเลือกน้ำดื่มที่ซื้อเป็นประจำ

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านคุณภาพน้ำดื่ม	61	61
ด้านความสะดวกในการซื้อ	31	31
ด้านขนาด	-	-
ด้านราคา	3	3
ด้านยี่ห้อ	3	3
ด้านรูปทรง	2	2
อื่นๆ	-	-
	100	100

ที่มา : จากการศึกษา

## 3) เหตุผลในการเลือกน้ำดื่มในกรณีไม่มียี่ห้อที่ต้องการ

ในกรณีที่ไม่มีน้ำดื่มตามที่กลุ่มตัวอย่างเลือกไว้ในข้อ 1 กลุ่มตัวอย่างจะเลือกซื้อน้ำดื่มยี่ห้ออื่นด้วยเหตุผลด้านคุณภาพน้ำดื่มมากที่สุดร้อยละ 48 และเหตุผลรองลงมาคือด้านความสะดวกในการซื้อ ร้อยละ 41 ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 เหตุผลในการเลือกน้ำดื่มในกรณีไม่มียี่ห้อที่ต้องการ

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านคุณภาพน้ำดื่ม	48	48
ด้านความสะดวกในการซื้อ	41	41
ด้านราคา	5	5
ด้านยี่ห้อ	5	5
ด้านขนาด	1	1
ด้านรูปทรง	-	-
อื่นๆ	-	-
	100	100

ที่มา : จากการศึกษา



## 4) ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด

ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 3 - 4 วัน/สัปดาห์ ร้อยละ 31 รองลงมาคือ ทุกวัน ร้อยละ 28 ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 2 วัน/สัปดาห์	25	25
3 - 4 วัน/สัปดาห์	31	31
5 - 6 วัน/สัปดาห์	16	16
ทุกวัน	28	28
อื่นๆ	-	-
	100	100

ที่มา : จากการศึกษา

## 5) สถานที่ซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด

สถานที่ซื้อน้ำดื่มของกลุ่มตัวอย่างคือ ร้านใกล้บ้านมากที่สุด ร้อยละ 47 รองลงมาคือ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 26 ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 สถานที่ซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด

สถานที่ซื้อน้ำดื่ม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านใกล้บ้าน	47	47
ซูเปอร์มาร์เก็ต	26	26
รถบริการส่งน้ำดื่ม	19	19
ร้านค้าส่ง	4	4
อื่นๆ	4	4
	100	100

ที่มา : จากการศึกษา

## 6) สีของฝาขวดบรรจุภัณฑ์น้ำดื่มที่เลือก

กลุ่มตัวอย่างเลือกสีของฝาขวดบรรจุภัณฑ์น้ำดื่ม สีฟ้า สีน้ำเงิน มากที่สุดร้อยละ 41 รองลงมาคือ สีขาว ร้อยละ 35 ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 สีของฝาขวดบรรจุภัณฑ์น้ำดื่มที่เลือก

สีของฝาขวดบรรจุภัณฑ์น้ำดื่ม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สีฟ้า , สีน้ำเงิน	41	41
สีขาว	35	35
สีเขียวอ่อน , สีเขียวเข้ม	10	10
สีชมพู	8	8
อื่นๆ	6	6
สีดำ	-	-
	100	100

ที่มา : จากการศึกษา

## 7) รูปทรงขวดที่เหมาะสม

กลุ่มตัวอย่างเลือกรูปทรงขวดที่เหมาะสมที่สุดที่ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์น้ำดื่ม คือ ขวดทรงโบลิ่ง ร้อยละ 60 รองลงมาคือ ทรงกลม ร้อยละ 30 ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 รูปทรงขวดที่เหมาะสม

รูปทรงของขวด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทรงโบลิ่ง	60	60
ทรงกลม	30	30
ทรงคอเรียวยาว	6	6
ทรงสี่เหลี่ยม	4	4
	100	100

ที่มา : จากการศึกษา

## 8) วัสดุที่ควรใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างคิดว่าวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ควรจะเป็นวัสดุขวด PET (ใส) ร้อยละ 89 รองลงมาคือ ขวดแก้วใส ร้อยละ 5 ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 วัสดุที่ควรใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์

วัสดุที่ควรใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขวด PET (ใส)	89	89
ขวดแก้วใส	5	5
ขวดพลาสติก (ขุน)	4	4
ขวดแก้วมีสีสัน	2	2
อื่นๆ	-	-
	100	100

ที่มา : จากการศึกษา

## 9) วัสดุที่ควรใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างคิดว่าวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ที่มีความปลอดภัย สะอาดที่สุด คือ วัสดุขวด PET (ใส) ร้อยละ 81 รองลงมาคือ ขวดแก้วใส ร้อยละ 19 ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 วัสดุที่ควรใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์

วัสดุที่ควรใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขวด PET (ใส)	81	81
ขวดแก้วใส	19	19
ขวดพลาสติก (ขุน)	-	-
ขวดแก้วมีสีสัน	-	-
อื่นๆ	-	-
	100	100

ที่มา : จากการศึกษา

## 2. รูปแบบการลงทุน การจ้างงาน และการตลาดของธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม

### 2.1 ธุรกิจการผลิตน้ำดื่มโดยทั่วไป

รูปแบบการลงทุน การจ้างงาน และการตลาดของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มโดยทั่วไปได้ข้อมูล ดังนี้ คือ

1) การผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม จะมีขั้นตอนการผลิตที่ยุ่งยากซับซ้อน ตัวอาคารมีขนาดใหญ่ จะใช้เงินลงทุนเริ่มแรกประมาณ 10,000,000 บาทขึ้นไป

2) การผลิตที่เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน จะมีขั้นตอนกรรมวิธีที่ไม่ค่อยยุ่งยากซับซ้อน ตัวอาคารมีขนาด 96 ตารางเมตรขึ้นไป จะใช้เงินลงทุนเริ่มแรกประมาณ 1,200,000-1,900,000 บาท

ธุรกิจนี้ใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก เพราะสินค้ามีน้ำหนัก และต้องส่งให้กับลูกค้าโดยตรง โรงงานน้ำดื่มขนาดเล็ก อาจประกอบด้วยพนักงาน ดังนี้

- พนักงานบัญชี 1 คน ดูแลเรื่องการเงิน รายรับ-รายจ่ายในโรงงาน
- ช่างซ่อมบำรุง 1 คน ดูแลเครื่องกรองน้ำ ซ่อมแซมเมื่อเครื่องมีปัญหา
- พนักงานขนส่ง 5 คน ทำหน้าที่ส่งสินค้าให้กับลูกค้า
- พนักงานฝ่ายผลิต 3 คน ทำหน้าที่บรรจุน้ำและล้างภาชนะ

สำหรับโรงงานขนาดใหญ่ โครงสร้างองค์กรจะมีความชัดเจนมากขึ้น โดยในแต่ละส่วนงานจะเพิ่มทั้งบุคลากรระดับบังคับบัญชาและบุคลากรระดับปฏิบัติงาน

ช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่ว่าจะทำธุรกิจประเภทใดก็ตาม ผู้ประกอบการต้องสำรวจตลาดหรือช่องทางการจำหน่ายสินค้าก่อน เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการผลิตต่อไป โดยทั่วไปผู้ประกอบการน้ำดื่มมีช่องทางการจำหน่าย ดังนี้

- ติดต่อเอเยนต์หรือตัวแทนจำหน่ายน้ำดื่มในเขตพื้นที่นั้น ๆ โดยทำการตกลงหรือกำหนดเงื่อนไขระหว่างผู้ประกอบการน้ำดื่มและตัวแทนจำหน่าย เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า ร้านมินิมาร์ท เป็นต้น

- การติดต่อกับลูกค้าโดยตรง เช่น การส่งน้ำดื่มตามบ้านพักอาศัย สำนักงาน โรงงาน ร้านอาหาร เป็นต้น

ในด้านกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย ผู้ประกอบการมีวิธีส่งเสริมการขายที่ไม่เหมือนกัน เช่น

- การลดราคาสินค้าให้กับลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก

- การให้ของชำร่วยในช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลวันปีใหม่ ผู้ประกอบการอาจให้ของชำร่วยที่ผู้ประกอบการมีอยู่ เช่น น้ำดื่ม โดยไม่เก็บเงิน

## 2.2 ธุรกิจการผลิตน้ำดื่มของผู้ประกอบการในตำบลงใหญ่ที่นำมาเป็นกรณีศึกษา

หัวข้อนี้ เป็นการนำเสนอธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง เกี่ยวกับรูปแบบการลงทุน การจ้างงานและการตลาดของธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม

1) รูปแบบของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งนี้ เป็นการผลิตที่เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน คือ เป็นพื้นที่อาคารอิสระประมาณ 96 ตารางเมตร ใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 1,700,000 บาท ซึ่งประกอบด้วย ค่าก่อสร้างอาคาร ค่าเครื่องกรอง R.O. , เครื่องล้าง , เครื่องบรรจุ ค่าสาธารณูปโภค พื้นฐาน ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้ และค่าจัดซื้อสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนที่เหลือเป็นเงินทุนหมุนเวียน เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายเริ่มต้น ได้แก่ ค่าวัตถุดิบสินค้า ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าจ้างพนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

2) ธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม มีการจ้างพนักงาน 4 คน คือ ผู้จัดการ 1 คน ทำหน้าที่ให้บริการลูกค้า จัดซื้อวัตถุดิบ วิเคราะห์ต้นทุนและรายได้จากการขาย จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายในแต่ละเดือน และพนักงานประจำ ประกอบด้วยพนักงานประจำโรงงาน 1 คน และคนส่งน้ำ 2 คน รวมเป็น 3 คน ทำหน้าที่ผลิตและจำหน่ายสินค้า ทำงานตั้งแต่ 08.00 น. – 17.00 น.

3) โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งนี้ จากการสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นค่าจ้างพนักงานมากที่สุดถึงร้อยละ 56.51 รองลงมาคือค่าวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ร้อยละ 30.52 ค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ร้อยละ 9.07 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ร้อยละ 3.39 และค่าอุปกรณ์เครื่องเขียนและอื่นๆ ร้อยละ 0.51 ตามลำดับ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม

ต้นทุนการผลิต	ร้อยละ
ค่าจ้างพนักงาน	56.51
ค่าวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์	30.52
ค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์	9.07
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	3.39
ค่าอุปกรณ์เครื่องเขียนและอื่นๆ	0.51
รวม	100

ที่มา : จากการเก็บข้อมูลภาคสนามจากผู้ประกอบการผลิตน้ำดื่มในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา

4) การตั้งราคาขายของธุรกิจผลิตน้ำดื่ม จะกำหนดราคาของน้ำดื่ม โดยขึ้นอยู่กับภาวะทั่วไปของตลาดและต้นทุนการผลิต คือ

- การกำหนดราคาตามสภาวะทางการตลาด และต้องคำนึงถึงต้นทุนการผลิต ซึ่งประกอบด้วย ค่าแรงงาน ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และมากที่สุดคือ ค่าบรรจุภัณฑ์ เพราะวัตถุดิบหลักของบรรจุภัณฑ์จะเป็นพลาสติกและเม็ดพลาสติก ซึ่งอิงกับราคาน้ำมัน ฉะนั้น หากปัจจัยการผลิตถูกปรับราคาสูงขึ้น ผู้ประกอบการก็อาจต้องเพิ่มราคาน้ำดื่มด้วย ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ราคาน้ำดื่มชนิดต่างๆ ของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งนี้

ชนิดของผลิตภัณฑ์	ราคา
น้ำดื่มบรรจุถัง 20 ลิตร	ถังละ 10 บาท
น้ำดื่มบรรจุถัง 18.9 ลิตร	ถังละ 15 บาท
น้ำดื่มบรรจุขวด 800 cc (ขวดชุ่น)	โหลละ 35 บาท
น้ำดื่มบรรจุขวด 600 cc (ขวด pet)	โหลละ 45 บาท
น้ำดื่มบรรจุขวด 350 cc (ขวด pet)	โหลละ 40 บาท

5) การตลาดของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งนี้ มีการลดราคาสินค้าให้กับลูกค้าในกรณีที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก

### 3. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม

ในการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงิน ทำการวิเคราะห์เพื่อหามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (IRR) และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) เป็นระยะเวลา 10 ปี ตั้งแต่ปี 2566 – 2575 ว่าการลงทุนดังกล่าวให้ผลตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุนหรือไม่

ก่อนที่จะคำนวณหามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (IRR) และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) จะคำนวณหาต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มก่อน ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดของการคำนวณ ได้ดังต่อไปนี้

#### 3.1 การประเมินทางด้านต้นทุนของการดำเนินธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม

จากการสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม พบว่า ค่าใช้จ่ายในการประกอบธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรกและค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

1) ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก เป็นจำนวน 1,700,000 บาท ซึ่งเงินจำนวนนี้ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายดังนี้ คือ

ก) ค่าก่อสร้างอาคาร จำนวนเงิน 500,000 บาท

ข) ค่าเครื่องกรอง R.O. เครื่องล้าง เครื่องบรรจุ จำนวนเงิน 550,000 บาท

ค) ค่าสาธารณูปโภคพื้นฐาน จำนวนเงิน 210,000 บาท

ง) ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้ จำนวนเงิน 85,000 บาท

จ) ค่าจัดซื้อรถยนต์ส่งน้ำ จำนวนเงิน 355,000 บาท

สามารถแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก คือ ปี 2566 ได้ดังตารางที่

ตารางที่ 4.18 ค่าใช้จ่ายเริ่มแรก เพื่อดำเนินการเปิดธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)	ร้อยละ
ค่าก่อสร้างอาคาร	500,000	29.41
ค่าเครื่องกรอง R.O. เครื่องล้าง เครื่องบรรจุ	550,000	32.35
ค่าสาธารณูปโภคพื้นฐาน	210,000	12.35
ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้	85,000	5.00
ค่าจัดซื้อรถยนต์ส่งน้ำ	355,000	20.89
รวม	1,700,000	100

ที่มา : จากการศึกษา

2) ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน คือ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานทั่วไปและค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปเพื่อให้ร้านสามารถดำเนินการขายไปได้ตามปกติ ซึ่งจะเกิดขึ้นทุกปี ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ เงินเดือนพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้คือ

ก) ค่าวัตถุดิบและการส่งเสริมการขาย ค่าวัตถุดิบคิดเป็นเงินประมาณ 18,000 บาท ต่อเดือน หรือปีละ 216,000 บาท

ข) เงินเดือนพนักงาน ได้แก่ เงินเดือนของผู้จัดการ 1 คน เดือนละ 10,000 บาท เงินเดือนของพนักงานประจำโรงงาน 1 คน พนักงานขนส่งน้ำดื่ม จำนวน 2 คน เดือนละ 8,000 บาท ต่อคน คิดเป็นปีละ 408,000 บาท

ค) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น ต้นทุนค่าเสียโอกาส ค่าใช้จ่ายในการสื่อสาร ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าไฟฟ้า ปีละ 64,200 บาท

ง) ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เป็นค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน ปีละ 24,000 บาท

จ) ค่าวัสดุสิ้นเปลือง เช่น กระดาษ สมุดบันทึก อุปกรณ์เครื่องเขียน เป็นต้น ซึ่งค่าวัสดุสิ้นเปลืองคำนวณมาจากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงในเดือนแรกของการเปิดกิจการเดือนละ 300 บาท หรือปีละ 3,600 บาท

ฉ) ค่าเสื่อมราคาอาคาร มีอายุการใช้งาน 25 ปี ใช้วิธีคิดค่าเสื่อมราคาเป็นวิธีเส้นตรง มีมูลค่าซาก 1 บาท คิดเป็นค่าเสื่อมราคา 20,000 บาทต่อปี

ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ มีอายุการใช้งาน 20 ปี ใช้วิธีคิดค่าเสื่อมราคาเป็นวิธีเส้นตรง มีมูลค่าซาก 1 บาท คิดเป็นค่าเสื่อมราคา 60,000 บาทต่อปี



สามารถแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานของกิจการในปี 2566 ได้ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานการผลิตน้ำดื่ม ในปี 2566

							หน่วย : บาท	
ปี	ค่าวัสดุดิบ และการส่งเสริมการขาย	เงินเดือน พนักงาน	ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	ค่าเสื่อมราคา อาคารและอุปกรณ์	รวม	
							2566	216,000

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อคำนวณหาค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินการของปี 2566 ได้แล้ว ทำการประมาณการกระแสต้นทุนในปี 2566 – 2575 ตามข้อสมมติทางด้านต้นทุน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้คือ

ก) ค่าวัสดุดิบและการส่งเสริมการขาย ค่าใช้จ่ายส่วนนี้คิดเป็นจำนวนเงิน 216,000 (ตารางที่ 4.19) และจากการสอบถามผู้ประกอบการพบว่า ค่าใช้จ่ายส่วนนี้เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 ต่อปี (ตารางที่ 4.20)

ข) เงินเดือนพนักงาน กำหนดให้มีค่าจ้างผู้จัดการ จำนวน 1 คน และพนักงานประจำ 3 คน คิดเป็นค่าใช้จ่ายเดือนละ 34,000 บาท คิดเป็นค่าใช้จ่ายเงินเดือนพนักงานปีละ 408,000 บาท และจากการสอบถามผู้ประกอบการพบว่าให้เงินเดือนพนักงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี (ตารางที่ 4.20)

ค) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น ต้นทุนค่าเสียโอกาส ค่าใช้จ่ายในการสื่อสาร ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าไฟฟ้า คิดเป็นค่าใช้จ่ายเดือนละ 5,350 บาท คิดเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินงานปีละ 64,200 บาท (ตารางที่ 4.18) และจากการสอบถามผู้ประกอบการ พบว่าให้ค่าใช้จ่ายส่วนนี้เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 ต่อปี (ตารางที่ 4.20)

ง) ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เป็นค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน เช่น ค่ารับรองลูกค้าผู้มาติดต่องาน ฯลฯ รวมค่าใช้จ่ายปีละ 24,000 บาท ประมาณการเท่ากันตลอดอายุ 10 ปี (ตารางที่ 4.20)

จ) ค่าวัสดุสิ้นเปลือง เช่น กระดาษ สมุดบันทึก เป็นต้น ซึ่งค่าวัสดุสิ้นเปลืองคำนวณมาจากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงในเดือนแรกของการเปิดกิจการเดือนละ 300 บาท หรือปีละ 3,600 บาท ประมาณการเท่ากันตลอดอายุ 10 ปี (ตารางที่ 4.20)

ฉ) ค่าเสื่อมราคาอาคาร มีอายุการใช้งาน 25 ปี ใช้วิธีคิดค่าเสื่อมราคาเป็นวิธีเส้นตรง มีมูลค่าซาก 1 บาท คิดเป็นค่าเสื่อมราคา 20,000 บาทต่อปี

ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ มีอายุการใช้งาน 20 ปี ใช้วิธีคิดค่าเสื่อมราคาเป็นวิธีเส้นตรง มีมูลค่าซาก 1 บาท คิดเป็นค่าเสื่อมราคา 60,000 บาทต่อปี (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานของกิจการการผลิตน้ำดื่ม ตั้งแต่ปี 2566-2575

ปี	ค่าวัสดุดิบ และการ ส่งเสริม การขาย	เงินเดือน พนักงาน	ค่าใช้จ่าย		ค่าวัสดุ สิ้นเปลือง	ค่าเสื่อม ราคา อาคาร และ อุปกรณ์	
			ดำเนินงาน	เบ็ดเตล็ด		รวม	
2566	216,000	408,000	64,200	24,000	3,600	80,000	795,800
2567	232,200	428,400	69,015	24,000	3,600	80,000	837,215
2568	249,615	449,820	74,191	24,000	3,600	80,000	881,226
2569	268,336	472,311	79,755	24,000	3,600	80,000	928,003
2570	288,461	495,927	85,737	24,000	3,600	80,000	977,725
2571	310,096	520,723	92,167	24,000	3,600	80,000	1,030,586
2572	333,353	546,759	99,080	24,000	3,600	80,000	1,086,792
2573	358,355	574,097	106,511	24,000	3,600	80,000	1,146,563
2574	385,231	602,802	114,499	24,000	3,600	80,000	1,210,132
2575	414,124	632,942	123,087	24,000	3,600	80,000	1,277,752
รวม	3,055,771	5,131,780	908,243	240,000	36,000	800,000	10,171,794

ที่มา : จากการคำนวณ

### 3.2 การประเมินทางด้านผลตอบแทน

การคำนวณหาผลตอบแทนครั้งนี้ หาได้จากการจำหน่ายน้ำดื่มประเภทต่าง ๆ เช่น น้ำถัง น้ำดื่มบรรจุขวด จากการสอบถามผู้ประกอบการเดิม ได้ข้อมูลยอดขายในปี 2564 – 2565 ดังตารางที่ 4.21 และในที่นี่สามารถประมาณการยอดขายในปี 2566 ได้จากการนำเอายอดขายของปี 2564 และ 2565 รวมกันแล้วหาค่าเฉลี่ยและกำหนดให้ยอดขายในปี 2566 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ของยอดขายเฉลี่ยปี 2564 – 2565

ตารางที่ 4.21 ยอดขายของกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่งในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา  
ในปี 2564-2565

ปี	ยอดขายต่อปี (บาท)
2564	965,400
2565	1,051,900
2566	1,109,515

หมายเหตุ: ข้อมูลปี 2564 – 2565 คือ ยอดขายในแต่ละปีของกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง

ข้อมูลปี 2566 คือ ประมาณการยอดขายโดยคิดจากยอดขายเฉลี่ยของปี 2564 – 2565

และกำหนดให้ยอดขายในปี 2566 มีอัตราการเพิ่มขึ้นจากค่าเฉลี่ยปี 2564 - 2565

ร้อยละ 10

จากการสอบถามผู้ประกอบการการผลิตน้ำดื่มในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ที่มีลักษณะของกิจการประเภทเดียวกัน พบว่า ยอดขายของธุรกิจในแต่ละปีมีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี จึงใช้หลักการนี้ประมาณการยอดขายในปี พ.ศ. 2566 ถึงปี พ.ศ. 2575 ได้ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ยอดขายของกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง ในปี 2566 – 2575

ปี	ยอดขายต่อปี(บาท)
2566	1,109,515
2567	1,220,467
2568	1,342,513
2569	1,476,764
2570	1,624,441
2571	1,786,885
2572	1,965,574
2573	2,162,131
2574	2,378,344
2575	2,616,178

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ข้อมูลปี 2566 – 2575 คือ ปริมาณยอดขายโดยกำหนดอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี

### 3.2 การวิเคราะห์ทางการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินของการลงทุนธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง สามารถแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 1) มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) 2) อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (IRR) 3) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) ในที่นี้กำหนดให้ อัตราดอกเบี้ยคิดลดคือ ร้อยละ 8.0500 ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับลูกค้ารายย่อยชั้นดี (Minimum Retail Rate : MRR) โดยเฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 1 พฤศจิกายน 2566) สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1) งบกำไรขาดทุนของการลงทุนกิจการการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง แสดงการประมาณการรายได้จากการขาย และประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในปีที่ 2566 – 2575 (ตารางที่ 4.23)

2) งบกระแสเงินสดของการลงทุนกิจการการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง แสดงเงินสดรับ และเงินสดจ่ายที่ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเริ่มแรก และค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน ส่วนต่างของเงินสดรับกับเงินสดจ่ายเป็นเงินสดสุทธิของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง (ตารางที่ 4.24)

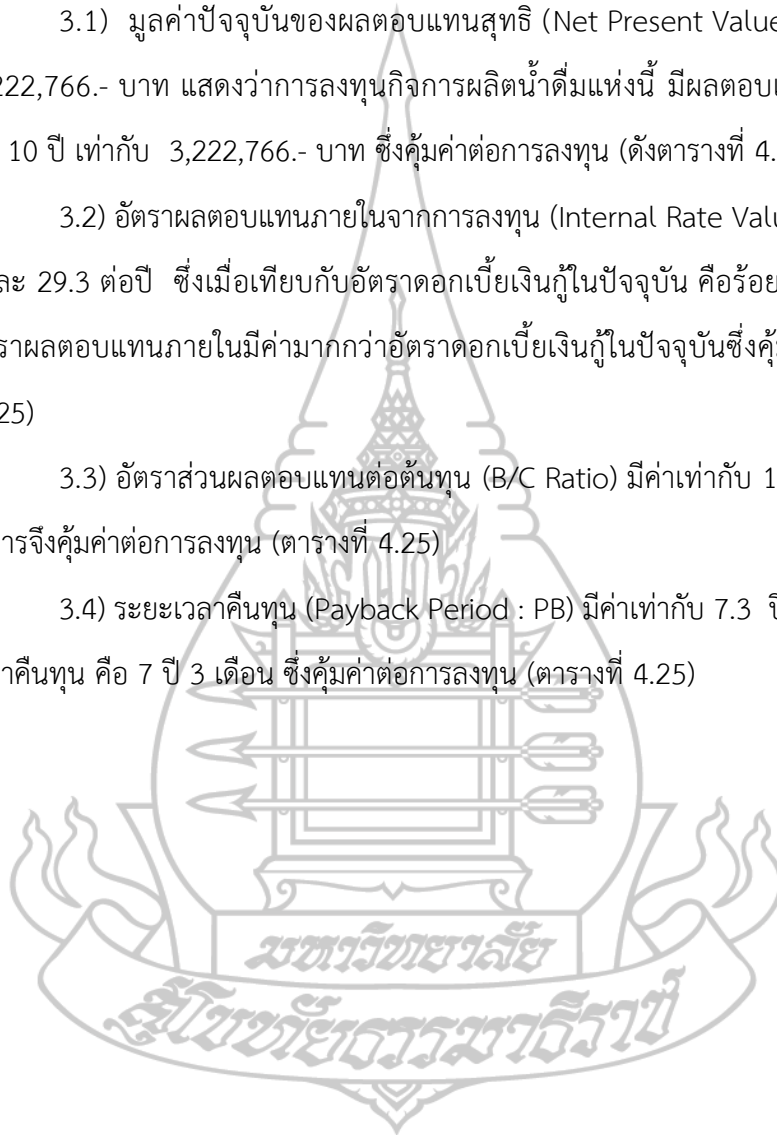
3) การวิเคราะห์การเงิน โดยการหามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (IRR) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) ของการลงทุนธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง ได้ดังนี้ คือ

3.1) มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) มีค่าเท่ากับ 3,222,766.- บาท แสดงว่าการลงทุนกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งนี้ มีผลตอบแทนสุทธิจากการลงทุนตลอด 10 ปี เท่ากับ 3,222,766.- บาท ซึ่งคุ้มค่าต่อการลงทุน (ดังตารางที่ 4.25)

3.2) อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (Internal Rate Value หรือ IRR) มีค่าเท่ากับร้อยละ 29.3 ต่อปี ซึ่งเมื่อเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในปัจจุบัน คือร้อยละ 8.0500 ต่อปี แสดงว่าอัตราผลตอบแทนภายในมีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในปัจจุบันซึ่งคุ้มค่าต่อการลงทุน (ตารางที่ 4.25)

3.3) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) มีค่าเท่ากับ 1.36 ซึ่งมากกว่า 1 ดังนั้นโครงการจึงคุ้มค่าต่อการลงทุน (ตารางที่ 4.25)

3.4) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) มีค่าเท่ากับ 7.3 ปี ดังนั้น โครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุน คือ 7 ปี 3 เดือน ซึ่งคุ้มค่าต่อการลงทุน (ตารางที่ 4.25)



ตารางที่ 4.23 ประมาณการงบกำไรขาดทุนของโครงการลงทุนกิจการผลิตน้ำดื่ม

หน่วย : บาท

รายการ	2566	2567	2568	2569	2570	2571	2572	2573	2574	2575
<b>1) รายได้จากการขาย</b>	1,109,515	1,220,467	1,342,513	1,476,764	1,624,441	1,786,885	1,965,574	2,162,131	2,378,344	2,616,178
รวมรายได้	1,109,515	1,220,467	1,342,513	1,476,764	1,624,441	1,786,885	1,965,574	2,162,131	2,378,344	2,616,178
<b>2) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>										
ค่าวัสดุดิบ	216,000	232,200	249,615	268,336	288,461	310,096	333,353	358,355	385,231	414,124
เงินเดือนพนักงาน	408,000	428,400	449,820	472,311	495,927	520,723	546,759	574,097	602,802	632,942
ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	64,200	69,015	74,191	79,755	85,737	92,167	99,080	106,511	114,499	123,087
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
ค่าเสื่อมราคา อาคารและอุปกรณ์	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>	795,800	837,215	881,226	928,002	977,725	1,030,586	1,086,792	1,146,563	1,210,132	1,277,753
<b>3) กำไรสุทธิหลังหักค่าใช้จ่าย</b>	313,715	383,252	461,287	548,762	646,716	756,299	878,782	1,015,568	1,168,212	1,338,425
<b>4) กำไรสะสม</b>	313,715	696,967	1,158,254	1,707,016	2,353,732	3,110,031	3,988,813	5,004,381	6,172,593	7,511,018

ที่มา : จากการศึกษา

ตารางที่ 4.24 ประมาณการงบประมาณกระแสเงินสดของการลงทุนกิจกรรมผลิตน้ำดื่ม

หน่วย : บาท

ปี	2566	2577	2568	2569	2570	2571	2572	2573	2574	2575
<b>เงินสดรับ</b>										
รายได้จากการขาย	1,109,515	1,220,467	1,342,513	1,476,764	1,624,441	1,786,885	1,965,574	2,162,131	2,378,344	2,616,178
<b>รวมเงินสดรับ</b>	1,109,515	1,220,467	1,342,513	1,476,764	1,624,441	1,786,885	1,965,574	2,162,131	2,378,344	2,616,178
<b>เงินสดจ่าย</b>										
ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก	1,700,000									
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	795,800	837,215	881,226	928,003	977,725	1,030,586	1,086,792	1,146,563	1,210,132	1,277,752
<b>รวมเงินสดจ่าย</b>	2,495,800	837,215	881,226	928,003	977,725	1,030,586	1,086,792	1,146,563	1,210,132	1,277,752
<b>เงินสดสุทธิ</b>	- 1,386,285	383,252	461,287	548,761	646,716	756,299	878,782	1,015,568	1,168,212	1,338,426
<b>เงินลงทุนเริ่มแรก</b>	1,700,000									
<b>เงินคงเหลือสะสม</b>	- 1,386,285	- 1,003,033	- 541,746	7,015	653,731	1,410,030	2,288,812	3,304,380	4,472,592	5,811,018

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 4.25 ค่า NPV , IRR , B/C Ratio , PB ของการลงทุนกิจการผลิตน้ำดื่ม

ปี	อัตราคิดลด 8.0500%	มูลค่า		มูลค่า		มูลค่าปัจจุบัน	
		กระแสเงิน สดจ่าย	ปัจจุบันของ กระแสเงิน สดจ่าย	กระแสเงิน สดรับ	ปัจจุบันของ กระแสเงิน สดรับ	ผลตอบแทน สุทธิ	สุทธิของ ผลตอบแทน สุทธิ
2566	1	2,495,800	2,495,800	1,109,515	1,109,515	- 1,386,285	- 1,386,285
2567	0.9195	837,215	769,819	1,220,467	1,122,219	383,252	352,400
2568	0.8565	881,226	754,770	1,342,513	1,149,862	461,287	395,092
2569	0.7927	928,003	735,628	1,476,764	1,170,631	548,761	435,003
2570	0.7337	977,725	717,357	1,624,441	1,191,852	646,716	474,496
2571	0.6790	1,030,586	699,768	1,786,885	1,213,295	756,299	513,527
2572	0.6284	1,086,792	682,940	1,965,574	1,235,167	878,782	552,227
2573	0.5816	1,146,563	666,841	2,162,131	1,257,495	1,015,568	590,654
2574	0.5383	1,210,132	651,414	2,378,344	1,280,263	1,168,212	628,849
2575	0.4982	1,277,752	636,576	2,616,178	1,303,380	1,338,426	666,804
		11,871,794	8,810,913	17,682,812	12,033,679	5,811,018	3,222,766

หมายเหตุ : ต้นทุนรวมในปี 2566 คือ ต้นทุนเริ่มแรกรวมกับต้นทุนในการขายและดำเนินงาน

ต้นทุนรวมในปี 2567 – 2575 คือ ต้นทุนในการขายและดำเนินงานเพียงอย่างเดียว

NPV = 3,222,766 บาท

IRR = 29.3%

B/C Ratio = 1.36

PB = 7.3 ปี

### 3.3 การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ (Sensitivity Analysis)

การศึกษาความไวต่อตัว (Sensitivity Analysis) หรือความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของรายการต้นทุนและผลตอบแทนของกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง เป็นการศึกษาความทนของการลงทุน กล่าวคือ ศึกษาว่าการลงทุนมีความเป็นไปได้ทางการเงินหรือไม่ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานและผลตอบแทน โดยทำการศึกษา คือ

ทำการประเมินต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง โดยทำการศึกษา 3 กรณี คือ 1) กรณีค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ส่วนผลตอบแทนคงที่ 2) กรณีผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 ส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานคงที่



3) กรณีค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ความไหวตัวของการลงทุนธุรกิจการผลิตน้ำดื่มของมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (IRR) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) และระยะเวลาคืนทุน (PB) ได้ดังนี้ คือ

กรณีที่ 1 เมื่อค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ส่วนผลตอบแทนคงที่สามารถประมาณการงบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด ได้ดังตารางในภาคผนวก ข-ค ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับ 2,569,497.- บาท อัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับร้อยละ 22.80 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.27 และระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 7 ปี (ตารางที่ 4.25) รายละเอียดเพิ่มเติมอยู่ในภาคผนวก ง

กรณีที่ 2 เมื่อผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 ส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานคงที่สามารถประมาณการงบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด ได้ดังตารางในภาคผนวก จ-ฉ ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับ 2,019,400.- บาท อัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับร้อยละ 18.30 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.23 และระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 7 ปี 6 เดือน (ตารางที่ 4.25) รายละเอียดเพิ่มเติมอยู่ในภาคผนวก ช

กรณีที่ 3 เมื่อค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 สามารถประมาณการงบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด ได้ดังตารางในภาคผนวก ซ-ฌ ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับ 1,366,130.- บาท อัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับร้อยละ 12.20 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.14 และระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 8 ปี 5 เดือน (ตารางที่ 4.25) รายละเอียดเพิ่มเติมอยู่ในภาคผนวก ญ

ตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง  
ในปี 2566 - 2575

รายการ	ผลลัพธ์
ต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม แห่งหนึ่ง ซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและ ผลตอบแทนได้จากการสอบถามผู้ประกอบการ การผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง	
1. เมื่อค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ส่วนผลตอบแทนคงที่	NPV = 2,569,497.- บาท IRR = 22.80% B/C Ratio = 1.27 PB = 7 ปี
2. เมื่อผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 ส่วน ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานคงที่	NPV = 2,019,400.- บาท IRR = 18.30 % B/C Ratio = 1.23 PB = 7.6 ปี หรือ 7 ปี 6 เดือน
3. เมื่อค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และผลตอบแทนลดลง ร้อยละ 10	NPV = 1,366,130.- บาท IRR = 12.20% B/C Ratio = 1.14 PB = 8.5 ปี หรือ 8 ปี 5 เดือน



## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำดื่ม โดยทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย นอกจากนี้ยังทำการศึกษา รูปแบบการลงทุน การตลาดของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มและการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนในธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอพิมาย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและเกณฑ์การตัดสินใจลงทุนใช้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน

#### 1. สรุปผลการศึกษา

1.1 สำหรับการศึกษาพฤติกรรมในการบริโภคน้ำดื่มของกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยไม่เกิน 25 ปี มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา เหตุผลที่เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุดนั้น ก็เพื่อต้องการจะทราบทัศนคติของวัยรุ่นที่มีต่อน้ำดื่มบรรจุขวด ซึ่งพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง คือ น้ำดื่มที่ซื้อเป็นประจำ คือ น้ำดื่มคริสตัล รองลงมาคือน้ำดื่มน้ำทิพย์ เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อน้ำดื่มยี่ห้อดังกล่าวคือ ด้านคุณภาพน้ำดื่ม รองลงมาคือด้านความสะดวกในการซื้อ หากในกรณีที่ไม่มีน้ำดื่มยี่ห้อที่เลือกไว้ คือ น้ำดื่มคริสตัลและน้ำดื่มน้ำทิพย์ เหตุผลที่เลือกซื้อยี่ห้ออื่นก็ยังเป็นเหตุผลด้านคุณภาพน้ำดื่มและรองลงมาด้านความสะดวกในการซื้อ ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มของกลุ่มตัวอย่าง คือ 3 - 4 วันต่อสัปดาห์ สถานที่ซื้อน้ำดื่มเป็นประจำส่วนใหญ่คือร้านใกล้บ้าน รองลงมาคือซูเปอร์มาร์เก็ต ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อน้ำดื่ม คือ สีของฝาบรรจุภัณฑ์น้ำดื่มที่เหมาะสมที่สุดส่วนใหญ่คือ สีฟ้า, สีน้ำเงิน รองลงมาคือสีขาว รูปทรงขวดที่เหมาะสมที่จะใช้กับบรรจุภัณฑ์น้ำดื่ม คือ ขวดทรงโบลิ่ง รองลงมาคือ ทรงกลม วัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ควรเป็นขวด PET (ใส) รองลงมาคือ ขวดแก้วใส และวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ที่คิดว่ามีความปลอดภัย สะอาดที่สุดส่วนใหญ่ คือขวด PET (ใส) รองลงมาคือ ขวดแก้วใส

1.2 จากการสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา พบว่ารูปแบบของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งนี้ เป็นการผลิตที่เป็นอุตสาหกรรม

ในครัวเรือน คือ เป็นพื้นที่อาคารอิสระประมาณ 96 ตารางเมตร ใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 2,415,800 บาท ซึ่งประกอบด้วย ค่าก่อสร้างอาคารจำนวน 500,000 บาท ค่าเครื่องกรอง R.O. เครื่องล้างเครื่องบรรจุ จำนวน 550,000 บาท ค่าสาธารณูปโภคพื้นฐาน จำนวน 210,000 บาท ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้ 85,000 บาท และค่าจัดซื้อรถยนต์ส่งน้ำ จำนวน 355,000 บาท ส่วนที่เหลือเป็นเงินทุนหมุนเวียน เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายเริ่มต้น มีการจ้างพนักงาน 4 คน คือ ผู้จัดการ 1 คน และพนักงานประจำ 3 คน ซึ่งต้นทุนของกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งนี้ ส่วนใหญ่เป็นค่าจ้างพนักงานมากที่สุดถึงร้อยละ 57 รองลงมาคือค่าวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ร้อยละ 30.18 ค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ร้อยละ 8.97 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดร้อยละ 3.35 และค่าอุปกรณ์เครื่องเขียนและอื่นๆ ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ส่วนการตั้งราคาขายจะกำหนดราคาตามสภาวะทางการตลาด และต้องคำนึงถึงต้นทุนการผลิต ซึ่งกำหนดจากต้นทุนบวกกับอัตรากำไรประมาณร้อยละ 28 ของต้นทุน ซึ่งกลยุทธ์การส่งเสริมการขายทำได้หลายวิธีดังนี้ คือ การลดราคา การให้คูปองส่วนลด ทำได้โดยการจัดให้มีการสะสมแต้ม เช่น เมื่อซื้อน้ำดื่มครบ 10 โหล แลมฟรี 1 โหล กิจกรรมเหล่านี้สามารถทำให้เกิดการซื้อซ้ำลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก

การวิเคราะห์ต้นทุนของธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแบ่งออกได้ 2 ส่วน คือ

1) ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก คือ ค่าก่อสร้างอาคาร ค่าเครื่องกรอง R.O. เครื่องล้าง เครื่องบรรจุ ค่าสาธารณูปโภคพื้นฐาน ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้ และค่าจัดซื้อรถยนต์ส่งน้ำ รวมเป็นเงิน 1,700,000 บาท

2) ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน ประกอบด้วย

ก) ค่าวัตถุดิบและการส่งเสริมการขาย ค่าใช้จ่ายส่วนนี้คิดเป็นจำนวนเงิน 216,000 บาท และจากการสอบถามผู้ประกอบการพบว่า ค่าใช้จ่ายส่วนนี้เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 ต่อปี

ข) เงินเดือนพนักงาน กำหนดให้มีค่าจ้างผู้จัดการ จำนวน 1 คน และพนักงานประจำ 3 คน คิดเป็นค่าใช้จ่ายเดือนละ 34,000 บาท คิดเป็นค่าใช้จ่ายเงินเดือนพนักงานปีละ 408,000 บาท และจากการสอบถามผู้ประกอบการพบว่าให้เงินเดือนพนักงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

ค) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น ต้นทุนค่าเสียโอกาส ค่าใช้จ่ายในการสื่อสาร ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าไฟฟ้า คิดเป็นค่าใช้จ่ายเดือนละ 5,350 บาท คิดเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินงานปีละ 64,200 บาท และจากการสอบถามผู้ประกอบการ พบว่าให้ค่าใช้จ่ายส่วนนี้เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 ต่อปี

ง) ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เป็นค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน เช่น ค่ารับรอง ฯลฯ รวมค่าใช้จ่ายปีละ 24,000 บาท ประมาณการเท่ากันตลอดอายุ 10 ปี

จ) ค่าวัสดุสิ้นเปลือง เช่น กระดาษ สมุดบันทึก เป็นต้น ซึ่งค่าวัสดุสิ้นเปลืองคำนวณมาจากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงในเดือนแรกของการเปิดกิจการเดือนละ 300 บาท หรือปีละ 3,600 บาท ประมาณการเท่ากันตลอดอายุ 10 ปี

ฉ) ค่าเสื่อมราคาอาคาร มีอายุการใช้งาน 25 ปี ใช้วิธีคิดค่าเสื่อมราคาเป็นวิธีเส้นตรง มีมูลค่าซาก 1 บาท คิดค่าเสื่อมราคา 20,000 บาทต่อปี

ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ มีอายุการใช้งาน 20 ปี ใช้วิธีคิดค่าเสื่อมราคาเป็นวิธีเส้นตรง มีมูลค่าซาก 1 บาท คิดเป็นค่าเสื่อมราคา 60,000 บาทต่อปี

ส่วนการวิเคราะห์ผลตอบแทน ประกอบด้วย รายได้จากการจำหน่ายน้ำดื่ม โดยยอดขายในปี 2566 เท่ากับ 1,109,515 บาท และให้ยอดขายในแต่ละปีมีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี

เมื่อทราบต้นทุนและผลตอบแทนแล้วนำมาทำการวิเคราะห์เพื่อหา มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) , อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (IRR) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) ของการลงทุนธุรกิจการผลิตน้ำดื่ม โดยกำหนดให้อัตราดอกเบี้ยคิดลด คือ ร้อยละ 8.0500 ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับลูกค้ารายย่อยขั้นต้น (Minimum Retail Rate: MRR) โดยเฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศในปี 2566 ผลการวิเคราะห์พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิจากการลงทุนตลอดอายุโครงการ 10 ปีได้ดังนี้ คือ

1. มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) มีค่าเท่ากับ 3,333,766.- บาท แสดงว่าการลงทุนกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งนี้ มีผลตอบแทนสุทธิจากการลงทุนตลอด 10 ปี เท่ากับ 3,333,766.- บาท ซึ่งคุ้มค่าต่อการลงทุน

2. อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (Internal Rate Value หรือ IRR) มีค่าเท่ากับร้อยละ 29.30 ต่อปี ซึ่งเมื่อเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในปัจจุบัน คือร้อยละ 8.0500 ต่อปี แสดงว่าอัตราผลตอบแทนภายในมีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในปัจจุบันซึ่งคุ้มค่าต่อการลงทุน

3. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) มีค่าเท่ากับ 1.37 ซึ่งมากกว่า 1 ดังนั้นโครงการจึงคุ้มค่าต่อการลงทุน

4. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) มีค่าเท่ากับ 7.3 ปี ดังนั้น โครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุน คือ 7 ปี 3 เดือน ซึ่งคุ้มค่าต่อการลงทุน

นอกจากนั้นยังทำการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และผลตอบแทน โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 กรณี คือ

กรณีที่ 1 เมื่อค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ส่วนผลตอบแทนคงที่ พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับ 2,569,497.- บาท อัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับร้อยละ 22.80 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.27 และระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 7 ปี

กรณีที่ 2 เมื่อผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 ส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานคงที่ พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับ 2,019,400.- บาท อัตราผลตอบแทนภายใน

เท่ากับร้อยละ 18.30 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.23 และระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 7 ปี 6 เดือน

กรณีที่ 3 เมื่อค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับ 1,366,130.- บาท อัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับร้อยละ 12.20 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.14 และระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 8 ปี 5 เดือน

หลังจากทำการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และผลตอบแทน โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 กรณี โดยยกกรณีตัวอย่างที่มีเหตุการณ์ที่แย่ที่สุด และมีความเสี่ยงที่สุด แต่โครงการนี้ก็ยังมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

## 2. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง และการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการในเขตอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนธุรกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่งพบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิจากการลงทุนตลอดอายุโครงการ มีค่ามากกว่า 0 อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน มีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนมีค่ามากกว่า 1 ระยะเวลาคืนทุน น้อยกว่า 10 ปี และการวิเคราะห์ความไหวตัว เมื่อค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนของกิจการผลิตน้ำดื่มมีการเปลี่ยนแปลงไป แบ่งเป็น 3 กรณี คือ กรณีที่ 1 ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ส่วนผลตอบแทนคงที่ กรณีที่ 2 ผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 ส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานคงที่ และกรณีที่ 3 ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่าโครงการนี้มีความคุ้มค่ากับการลงทุน ฉะนั้น ธุรกิจการผลิตน้ำดื่มนี้จึงจัดเป็นธุรกิจที่น่าสนใจแก่การลงทุน

2. จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคจะให้ความสำคัญในด้านคุณภาพน้ำดื่ม ดังนั้นผู้ประกอบการต้องพัฒนาคุณภาพสินค้า โดยการขอรับรองจากองค์การอาหารและยา (อย.) และมาตรฐาน GMP เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการบริโภคสินค้า รายละเอียดเพิ่มเติมอยู่ในภาคผนวก ก

3. จากการศึกษาพบว่าส่วนมากผู้บริโภคจะซื้อน้ำดื่มจากร้านใกล้บ้าน หรือซูเปอร์มาร์เก็ต ในด้านของความสะดวกในการซื้อ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรส่งสินค้าให้ร้านค้าในเขตชุมชนให้ได้มากที่สุดเพื่อเป็นการเพิ่มส่วนแบ่งตลาด

4. จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์มากในทุกส่วน ตั้งแต่ฝาขวดควรเป็นสีฟ้า หรือสีน้ำเงิน รูปทรงขวดควรเป็นขวดทรงโบลิ่ง วัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ควรมีความปลอดภัย สะอาดที่สุด คือ ขวด PET (ใส) รายละเอียดเพิ่มเติมอยู่ในภาคผนวก ฎ







บรรณานุกรม

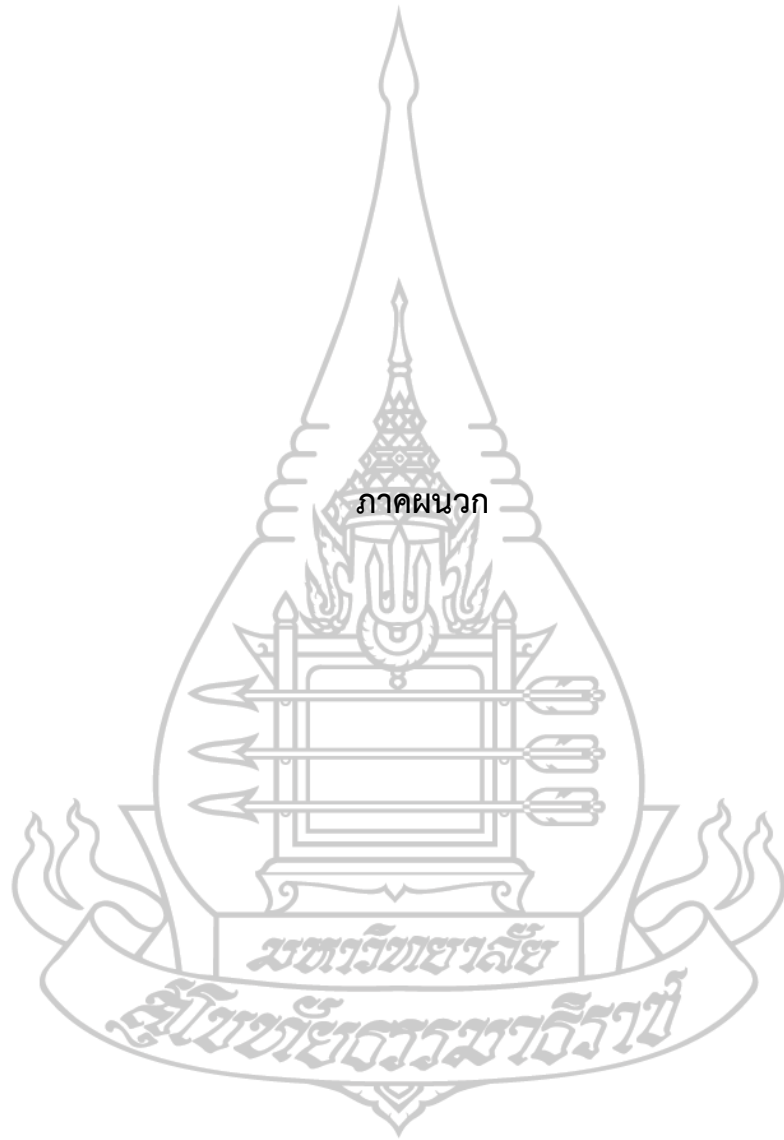
มหาวิทยาลัยศรี

นครินทรวิโรฒราชภัฏ



## บรรณานุกรม

- คณพศ ชินชนะโชค. (2557, 2 มกราคม). การวิเคราะห์การลงทุน.  
[http://www.sdtc.ac.th/student/content\\_view.php?no=293](http://www.sdtc.ac.th/student/content_view.php?no=293)
- ชยันต์ ตันติวิเสดาการ. (2553). อุปสงค์และพฤติกรรมผู้บริโภค ใน *ประมวลสาระชุดวิชาทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ขั้นสูง หน่วยที่ 1*. นนทบุรี : สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณัฐนันท์ พุฒหมื่น. (2553). *การวิเคราะห์ธุรกิจร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2556, 1 พฤศจิกายน). อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับลูกค้ารายย่อยชั้นดี.  
<http://www.bot.or.th>
- ประทุมวรรณ บัวรินทร์. (2553). *การวิเคราะห์ธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำดื่มของศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิชณุรักษ์ โพธิกุลชนันท์. (2545). *การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของกิจการร้านขายนมสด ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุนันทา บัวสีม่วง. (2556, 10 ธันวาคม). *เป็นคนไทยควรดื่มน้ำอะไรดี*. การประชาสัมพันธ์ภูมิภาค.  
<http://www.pwa.co.th>
- อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์. (2557, 2 มกราคม). *การตัดสินใจเพื่อการลงทุน*.  
<http://home.kku.ac.th/anuton>
- อมรรัตน์ พิระพล. (2552). เอกสารการอบรมโครงการ หลักสูตร Perfect Financial Practice Program.
- อัจจิมา เครือคำขาว. (2555). *การวิเคราะห์ธุรกิจร้านกาแฟสดแห่งหนึ่งในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Nattakorn Sunkdon. (2556, 10 ธันวาคม). ตัวอย่างแผนธุรกิจการทำน้ำดื่ม.  
<http://www.slideshare.net/Nattakorn168/water-25894959>



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

สุโขทัยธรรมราชา

## ภาคผนวก ก

อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ ของธนาคารพาณิชย์ ประจำวันที่ 1 พฤศจิกายน 2566

ธนาคาร	MOR	MLR	MRR	สูงสุด*	ขั้นต่ำ*	บัตรเครดิต
ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียน ในประเทศ						
กรุงเทพ	7.5500	7.1000	7.3000	18.0000	22.3000	-
กรุงไทย	7.5200	7.0500	7.5700	17.5700	28.0000	-
กสิกรไทย	7.5900	7.2700	7.3000	20.9700	23.9700	-
ไทยพาณิชย์	7.5750	7.0500	7.3000	28.0000	30.9300	-
กรุงศรีอยุธยา	7.5750	7.2800	7.4000	25.0000	25.0000	-
ทหารไทยชนชาติ	7.8500	7.7250	7.8300	25.0000	25.0000	-
ยูโอบี	8.3500	8.2500	8.8000	15.1000	18.1000	-
ซีไอเอ็มบี ไทย	8.7500	8.3500	9.2500	18.6000	23.0000	-
สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย)	8.0000	7.5300	-	15.0000	15.0000	-
ทีสโก้	8.1000	8.1000	8.1500	28.0000	28.0000	-
เมกะ สากลพาณิชย์	7.000	6.5000	6.7500	12.0000	15.0000	-
เกียรตินาคิน	8.1750	8.1750	8.2000	28.0000	28.0000	-
แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์	8.4500	8.0750	8.8000	16.4500	19.4500	-
ไอซีบีซี (ไทย)	8.1750	7.7500	7.9500	21.0000	21.0000	-
ธนาคารไทยเครดิตจำกัด (มหาชน)	9.0800	9.5000	10.1500	35.0000	35.0000	-
แห่งประเทศจีน(ไทย)	8.1000	7.8500	8.0000	15.0000	18.0000	-
ซูมิโตโม มิตรชุย ทรัสต์(ไทย)	7.6000	6.8000	-	15.0000	15.0000	-
<b>เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์จด ทะเบียนในประเทศ</b>	<b>7.9671</b>	<b>7.6679</b>	<b>8.0500</b>	<b>20.8053</b>	<b>22.9853</b>	<b>-</b>

ที่มา: <http://www.bot.or.th/>

## ภาคผนวก ข

ประมาณการงบกำไรขาดทุนของการลงทุนกิจการผลิตน้ำตาลแห่งหนึ่ง

: กรณีวิเคราะห์ความไหวตัวเมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ส่วนผลตอบแทนคงที่

หน่วย : บาท

รายการ	2566	2567	2568	2569	2570	2571	2572	2573	2574	2575
1) รายได้จากการขาย	1,109,515	1,220,467	1,342,513	1,476,764	1,624,441	1,786,885	1,965,574	2,162,131	2,378,344	2,616,178
รวมรายได้	1,109,515	1,220,467	1,342,513	1,476,764	1,624,441	1,786,885	1,965,574	2,162,131	2,378,344	2,616,178
2) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน										
ค่าวัสดุดิบ	237,600	255,420	274,577	295,170	317,307	341,106	366,688	394,191	423,754	455,536
เงินเดือนพนักงาน	448,800	471,240	494,802	519,542	545,520	572,795	601,435	631,507	663,082	696,236
ค่าใช้จายค่าเงินงาน	70,620	75,917	81,610	87,731	94,311	101,384	108,988	117,162	125,949	135,396
ค่าใช้จายเบ็ดเตล็ด	26,400	26,400	26,400	26,400	26,400	26,400	26,400	26,400	26,400	26,400
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960
ค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	867,380	912,937	961,349	1,012,802	1,067,498	1,125,645	1,187,471	1,253,219	1,323,145	1,397,529
3) กำไรสุทธิหลังหักค่าใช้จ่าย	242,135	307,531	381,164	463,962	556,944	661,240	778,103	908,912	1,055,199	1,218,649
4) กำไรสะสม	242,135	549,666	930,830	1,394,792	1,951,735	2,612,976	3,391,078	4,299,990	5,355,189	6,573,838

ที่มา : จากการคำนวณ

## ภาคผนวก ค

ประมาณการงบประมาณกระแสเงินสดของโครงการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง: กรณีวิเคราะห์ความไม่ไหวตัวเมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

ส่วนผลตอบแทนคงที่

หน่วย : บาท

ปีที่	2566	2567	2568	2569	2570	2571	2572	2573	2574	2575
<b>เงินสดรับ</b>										
รายได้จากการขาย	1,109,515	1,220,467	1,342,513	1,476,764	1,624,441	1,786,885	1,965,574	2,162,131	2,378,344	2,616,178
<b>รวมเงินสดรับ</b>	1,109,515	1,220,467	1,342,513	1,476,764	1,624,441	1,786,885	1,965,574	2,162,131	2,378,344	2,616,178
<b>เงินสดจ่าย</b>										
ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก	1,700,000									
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	867,380	912,937	961,349	1,012,802	1,067,498	1,125,645	1,187,471	1,253,219	1,323,145	1,397,529
<b>รวมเงินสดจ่าย</b>	2,567,380	912,937	961,349	1,012,802	1,067,498	1,125,645	1,187,471	1,253,219	1,323,145	1,397,529
<b>เงินสดสุทธิ</b>	- 1,457,865	307,530	381,164	463,962	556,943	661,240	778,103	908,912	1,055,199	1,218,649
<b>เงินลงทุนเริ่มแรก</b>	1,700,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>เงินคงเหลือสะสม</b>	- 1,457,865	- 1,150,335	- 769,171	- 305,209	251,734	912,974	1,691,077	2,599,989	3,655,188	4,873,837

ที่มา : จากการค้าวน

## ภาคผนวก ง

ค่า NPV , IRR , B/C Ratio ของการลงทุนกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง

กรณีวิเคราะห์ความไหวตัวเมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ส่วนผลตอบแทนคงที่

ปี	อัตราคิดลด 8.0500%	กระแสเงินสดจ่าย	มูลค่า ปัจจุบันของ ต้นทุน	ผลตอบแทน รวม	มูลค่า ปัจจุบันของ ผลตอบแทน	ผลตอบแทน สุทธิ	มูลค่า ปัจจุบันสุทธิ ของ ผลตอบแทน สุทธิ
2566	1	2,567,380	2,567,380	1,109,515	1,109,515	- 1,457,865	- 1,457,865
2567	0.9195	912,937	839,446	1,220,467	1,122,219	307,530	282,774
2568	0.8565	961,349	823,395	1,342,513	1,149,862	381,164	326,467
2569	0.7927	1,012,802	802,848	1,476,764	1,170,631	463,962	367,783
2570	0.7337	1,067,498	783,223	1,624,441	1,191,852	556,943	408,629
2571	0.679	1,125,645	764,313	1,786,885	1,213,295	661,240	448,982
2572	0.6284	1,187,471	746,207	1,965,574	1,235,167	778,103	488,960
2573	0.5816	1,253,219	728,872	2,162,131	1,257,495	908,912	528,623
2574	0.5383	1,323,145	712,249	2,378,344	1,280,263	1,055,199	568,014
2575	0.4982	1,397,529	696,249	2,616,178	1,303,380	1,218,649	607,131
		12,808,975	9,464,182	17,682,812	12,033,679	4,873,837	2,569,497

หมายเหตุ : ต้นทุนรวมในปี 2566 คือ ต้นทุนเริ่มแรกรวมกับต้นทุนในการขายและดำเนินงาน

ต้นทุนรวมในปี 2567 - 2575 คือ ต้นทุนในการขายและดำเนินงานเพียงอย่างเดียว

NPV = 2,569,497.- บาท

IRR = 22.80 %

B/C Ratio = 1.27

PB = 7 ปี

## ภาคผนวก จ

ประมาณการงบกำไรขาดทุนของโครงการผลิตน้ำตาลดื่มแห่งหนึ่ง : กรณีวิเคราะห์ความไหวตัวเมื่อผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10

ส่วนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่

หน่วย : บาท

รายการ	2566	2567	2568	2569	2570	2571	2572	2573	2574	2575
<b>1) รายได้จากการขาย</b>										
รวมรายได้	998,564	1,098,420	1,208,262	1,329,088	1,461,997	1,608,197	1,769,017	1,945,918	2,140,510	2,354,560
รวมรายได้	998,564	1,098,420	1,208,262	1,329,088	1,461,997	1,608,197	1,769,017	1,945,918	2,140,510	2,354,560
<b>2) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>										
ค่าวัสดุดิบ	216,000	232,200	249,615	268,336	288,461	310,096	333,353	358,355	385,231	414,124
เงินเดือนพนักงาน	408,000	428,400	449,820	472,311	495,927	520,723	546,759	574,097	602,802	632,942
ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	64,200	69,015	74,191	79,755	85,737	92,167	99,080	106,511	114,499	123,087
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
ค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>	<b>795,800</b>	<b>837,215</b>	<b>881,226</b>	<b>928,002</b>	<b>977,725</b>	<b>1,030,586</b>	<b>1,086,792</b>	<b>1,146,563</b>	<b>1,210,132</b>	<b>1,277,753</b>
<b>3) กำไรสุทธิหลังหักค่าใช้จ่าย</b>	<b>202,764</b>	<b>261,205</b>	<b>327,036</b>	<b>401,086</b>	<b>484,272</b>	<b>577,611</b>	<b>682,225</b>	<b>799,355</b>	<b>930,378</b>	<b>1,076,807</b>
<b>4) กำไรสะสม</b>	<b>202,764</b>	<b>463,969</b>	<b>791,005</b>	<b>1,192,091</b>	<b>1,676,363</b>	<b>2,253,974</b>	<b>2,936,199</b>	<b>3,735,554</b>	<b>4,665,932</b>	<b>5,742,739</b>

ที่มา : จากการค้าวางแผน

## ภาคผนวก จ

ประมาณการงบประมาณกระแสเงินสดของการลงทุนกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง : กรณีวิเคราะห์ความไม่ไหวตัวเมื่อผลตอบแบบทดลองร้อยละ 10 ส่วนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่

หน่วย : บาท

ปีที่	2566	2567	2568	2569	2570	2571	2572	2573	2574	2575
<b>เงินสดรับ</b>										
รายได้จากการขาย	998,564	1,098,420	1,208,262	1,329,088	1,461,997	1,608,197	1,769,017	1,945,918	2,140,510	2,354,560
<b>รวมเงินสดรับ</b>	998,564	1,098,420	1,208,262	1,329,088	1,461,997	1,608,197	1,769,017	1,945,918	2,140,510	2,354,560
<b>เงินสดจ่าย</b>										
ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก	1,700,000									
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	795,800	837,215	881,226	928,002	977,725	1,030,586	1,086,792	1,146,563	1,210,132	1,277,753
<b>รวมเงินสดจ่าย</b>	2,495,800	837,215	881,226	928,002	977,725	1,030,586	1,086,792	1,146,563	1,210,132	1,277,753
<b>เงินสดสุทธิ</b>	- 1,497,236	261,205	327,036	401,086	484,272	577,611	682,225	799,355	930,378	1,076,807
<b>เงินทุนเริ่มแรก</b>	1,700,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>เงินคงเหลือสะสม</b>	- 1,497,236	- 1,236,031	- 908,995	- 507,909	- 23,637	553,974	1,236,199	2,035,554	2,965,932	4,042,739

ที่มา : จากการค้าคำนวณ



### ภาคผนวก ข

ค่า NPV , IRR , B/C Ratio ของการลงทุนกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง

กรณีวิเคราะห์ความไหวตัวเมื่อผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 ส่วนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานคงที่

ปี	อัตราคิดลด 8.0500%	ต้นทุนรวม	มูลค่า ปัจจุบันของ ต้นทุน	ผลตอบแทน รวม	มูลค่า ปัจจุบันของ ผลตอบแทน	ผลตอบแทน สุทธิ	มูลค่า ปัจจุบันสุทธิ ของ ผลตอบแทน สุทธิ
2566	1	2,495,800	2,495,800	998,564	998,564	- 1,497,236	- 1,497,236
2567	0.9195	837,215	769,819	1,098,420	1,009,997	261,205	240,178
2568	0.8565	881,226	754,770	1,208,262	1,034,876	327,036	280,106
2569	0.7927	928,002	735,627	1,329,088	1,053,568	401,086	317,941
2570	0.7337	977,725	717,357	1,461,997	1,072,667	484,272	355,310
2571	0.6790	1,030,586	699,768	1,608,197	1,091,966	577,611	392,198
2572	0.6284	1,086,792	682,940	1,769,017	1,111,650	682,225	428,710
2573	0.5816	1,146,563	666,841	1,945,918	1,131,746	799,355	464,905
2574	0.5383	1,210,132	651,414	2,140,510	1,152,237	930,378	500,822
2575	0.4982	1,277,753	636,577	2,354,560	1,173,042	1,076,807	536,465
		11,871,794	8,810,913	15,914,533	10,830,313	4,042,739	2,019,400

หมายเหตุ : ต้นทุนรวมในปี 2566 คือ ต้นทุนเริ่มแรกรวมกับต้นทุนในการขายและดำเนินงาน

ต้นทุนรวมในปี 2567 – 2575 คือ ต้นทุนในการขายและดำเนินงานเพียงอย่างเดียว

NPV = 2,019,400.- บาท

IRR = 18.3%

B/C Ratio = 1.23

PB = 7.6 ปี

### ภาคผนวก ข

ประมาณการงบกำไรขาดทุนของการลงทุนกิจการผลิตน้ำตาลดื่มแห่งหนึ่ง : กรณีวิเคราะห์ความไหวตัวเมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

ส่วนผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10

หน่วย : บาท

รายการ	2566	2567	2568	2569	2570	2571	2572	2573	2574	2575
<b>1) รายได้จากการขาย</b>										
รวมรายได้	998,564	1,098,420	1,208,262	1,329,088	1,461,997	1,608,197	1,769,017	1,945,918	2,140,510	2,354,560
รวมรายได้	998,564	1,098,420	1,208,262	1,329,088	1,461,997	1,608,197	1,769,017	1,945,918	2,140,510	2,354,560
<b>2) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>										
ค่าวัสดุคูป	237,600	255,420	274,577	295,170	317,307	341,106	366,688	394,191	423,754	455,536
เงินเดือนพนักงาน	448,800	471,240	494,802	519,542	545,520	572,795	601,435	631,507	663,082	696,236
ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	70,620	75,917	81,610	87,731	94,311	101,384	108,988	117,162	125,949	135,396
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	26,400	26,400	26,400	26,400	26,400	26,400	26,400	26,400	26,400	26,400
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960
ค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>	867,380	912,937	961,349	1,012,803	1,067,498	1,125,645	1,187,471	1,253,220	1,323,145	1,397,528
<b>3) กำไรสุทธิหลังหักค่าใช้จ่าย</b>	131,184	185,483	246,913	316,285	394,499	482,552	581,546	692,698	817,365	957,032
<b>4) กำไรสะสม</b>	131,184	316,667	563,580	879,865	1,274,364	1,756,916	2,338,462	3,031,160	3,848,525	4,805,557

ที่มา : จากการคำนวณ

## ภาคผนวก ก

ประมาณการงบประมาณกระแสเงินสดของโครงการลงทุนกิจการผลิตน้ำตาลดื่มแห่งหนึ่ง: กรณีวิเคราะห์ความไหวตัวเมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ส่วน

ผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10

หน่วย : บาท

ปีที่	2566	2567	2568	2569	2570	2571	2572	2573	2574	2575
<b>เงินสดรับ</b>										
รายได้จากการขาย	998,564	1,098,420	1,208,262	1,329,088	1,461,997	1,608,197	1,769,017	1,945,918	2,140,510	2,354,560
<b>รวมเงินสดรับ</b>	998,564	1,098,420	1,208,262	1,329,088	1,461,997	1,608,197	1,769,017	1,945,918	2,140,510	2,354,560
<b>เงินสดจ่าย</b>										
ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก	1,700,000									
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	867,380	912,937	961,349	1,012,803	1,067,498	1,125,645	1,187,471	1,253,220	1,323,145	1,397,528
<b>รวมเงินสดจ่าย</b>	2,567,380	912,937	961,349	1,012,803	1,067,498	1,125,645	1,187,471	1,253,220	1,323,145	1,397,528
<b>เงินสดสุทธิ</b>	- 1,568,816	185,483	246,913	316,285	394,499	482,552	581,546	692,698	817,365	957,032
<b>เงินทุนเริ่มแรก</b>	1,700,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>เงินคงเหลือสะสม</b>	- 1,568,816	- 1,383,333	- 1,136,420	- 820,135	- 425,636	56,916	638,462	1,331,160	2,148,525	3,105,557

ที่มา : จากการคำนวณ

### ภาคผนวก ญ

ค่า NPV , IRR , B/C Ratio ของการลงทุนกิจการผลิตน้ำดื่มแห่งหนึ่ง

กรณีวิเคราะห์ความไหวตัวเมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ส่วนผลตอบแทนลดลง ร้อยละ 10

ปี	อัตราคิดลด 8.0500%	ต้นทุนรวม	มูลค่า ปัจจุบันของ ต้นทุน	ผลตอบแทน รวม	มูลค่า ปัจจุบันของ ผลตอบแทน	ผลตอบแทน สุทธิ	มูลค่า ปัจจุบันสุทธิ ของ ผลตอบแทน สุทธิ
2566	1	2,567,380	2,567,380	998,564	998,564	- 1,568,816	- 1,568,816
2567	0.9195	912,937	839,446	1,098,420	1,009,997	185,483	170,552
2568	0.8565	961,349	823,395	1,208,262	1,034,876	246,913	211,481
2569	0.7927	1,012,803	802,849	1,329,088	1,053,568	316,285	250,719
2570	0.7337	1,067,498	783,223	1,461,997	1,072,667	394,499	289,444
2571	0.6790	1,125,645	764,313	1,608,197	1,091,966	482,552	327,653
2572	0.6284	1,187,471	746,207	1,769,017	1,111,650	581,546	365,444
2573	0.5816	1,253,220	728,873	1,945,918	1,131,746	692,698	402,873
2574	0.5383	1,323,145	712,249	2,140,510	1,152,237	817,365	439,988
2575	0.4982	1,397,528	696,248	2,354,560	1,173,042	957,032	476,793
		12,808,976	9,464,183	15,914,533	10,830,313	3,105,557	1,366,130

หมายเหตุ : ต้นทุนรวมในปี 2566 คือ ต้นทุนเริ่มแรกรวมกับต้นทุนในการขายและดำเนินงาน

ต้นทุนรวมในปี 2567 - 2575 คือ ต้นทุนในการขายและดำเนินงานเพียงอย่างเดียว

NPV = 1,366,130.- บาท

IRR = 12.2%

B/C Ratio = 1.14

PB = 8.5 ปี

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อสกุล	นางฐนิสา นามั่นไวย์
วัน เดือน ปี เกิด	7 มีนาคม 2521
สถานที่เกิด	จังหวัดนครราชสีมา
ที่อยู่ปัจจุบัน	องค์การบริหารส่วนตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา
ประวัติการศึกษา	บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พ.ศ. 2553
ประวัติการทำงาน	นักวิชาการคลังปฏิบัติการ

