

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการธุรกิจน้ำดื่มหยอดเหรียญ ในพื้นที่มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อนำผลการศึกษาใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาตัดสินใจลงทุน และเพื่อนำเสนอข้อมูลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการธุรกิจน้ำดื่มหยอดเหรียญให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สนใจในการลงทุน โดยได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาดและทางการเงิน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค และผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มหยอดเหรียญ

การศึกษาทางด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคน้ำดื่มมีการจัดหาซื้อน้ำดื่มด้วยวิธีการซื้อน้ำดื่ม ประเภทน้ำดื่มบรรจุขวดขวดแบบถังบรรจุ 10 ลิตรมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ซื้อจากรถบริการส่งน้ำดื่มถึงที่พัก ซึ่งมีการจัดหาเฉลี่ย 1-5 ครั้งต่อเดือน และเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อน้ำดื่มบริโภคเฉลี่ย 51-100 บาท ต่อเดือน ด้านพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องทำน้ำดื่มหยอดเหรียญพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักเครื่องทำน้ำดื่มหยอดเหรียญร้อยละ 80.5 แต่มีผู้ที่เคยใช้ร้อยละ 39 และมีผู้บริโภคน้ำดื่มจากการใช้บริการเครื่องทำน้ำดื่มหยอดเหรียญเป็นหลักร้อยละ 4 โดยมีการจัดหาเฉลี่ย 1-5 ครั้งต่อเดือน และเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อน้ำดื่มจากเครื่องทำน้ำดื่มหยอดเหรียญเฉลี่ย 1-50 บาทต่อเดือน และพบว่าสาเหตุของการใช้บริการเครื่องทำน้ำดื่มหยอดเหรียญมากที่สุด คือ ความสะดวก สบายในการใช้ และพบว่าสาเหตุของการไม่ใช้บริการเครื่องทำน้ำดื่มหยอดเหรียญมากที่สุด คือการไม่คุ้นเคย และพบว่าธุรกิจน้ำดื่มหยอดเหรียญมีความเป็นไปได้ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการขาย และการจัดจำหน่าย และพบว่าตลาดธุรกิจน้ำดื่มหยอดเหรียญเป็นตลาดประเภทกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด โดยกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมคือ กลยุทธ์ด้านราคาได้แก่ การตั้งราคาจำหน่ายต่ำกว่าคู่แข่ง และกลยุทธ์ไม่ใช่ราคา ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ ณ จุดขาย และสรุปได้ว่าธุรกิจเครื่องทำน้ำดื่มหยอดเหรียญในพื้นที่มหาวิทยาลัยขอนแก่นมีความเป็นไปได้ทางการตลาด

การศึกษาทางการเงินพบว่า ระยะเวลาคืนทุนในโครงการเท่ากับ 5 ปี 2 เดือน 3 วัน มูลค่าผลประโยชน์ปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 126,255.48 บาท อัตราผลตอบแทนในการลงทุนเท่ากับร้อยละ 14.86 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อค่าใช้จ่ายเท่ากับ 1.20 เท่า ปริมาณที่จุดคุ้มทุนเท่ากับ 842,499.18 ลิตร ซึ่งจากการพิจารณาความเป็นไปได้ทางการเงินพบว่า ธุรกิจเครื่องทำน้ำดื่มหยอดเหรียญในพื้นที่มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นธุรกิจที่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

## ABSTRACT

**TE142806**

The purpose of this study was to study the feasibility study of vending machine for drinking water business project in Khon Kaen University area in order to use this result as the supported data in considering for the investment and propose the feasibility of this project to the medium and small sized business entrepreneurs who were interested in investment. This study studied the feasibility of marketing and monetary. Consumer interview form and business entrepreneur interview form were used as the instruments.

The results of the study were as follows:

1. The results of Marketing aspect, concerning with the aspects of drinking water consuming behavior, showed that the drinking-water consumer could supply drinking water by buying it especially the 10 liters cloudy white drinking water bottles at high level. Most consumers bought them from the service car bringing the water to the resting places. The consumers supplied them in average 1-5 times per month and paid for them in average 51-100 baht per month. In the aspects of using vending machine for drinking water, it showed that most consumers, 80.5%, knew about the vending machine for drinking water but the consumers, 39%, had used. There were drinking water consumers, 4%, from vending machine for drinking water by supplying 1-5 times per month and paid for it 1-50 baht per month. The reason of using this machine at high level was that it was convenient. The reason for not using this machine at high level was that they were not familiar with it. This vending machine for drinking water business is feasible in products, price, sales promotion and place. In addition, the market of vending machine for drinking water business is the monopolistic competition market. The suitable marketing strategies were price-setting strategy: the price was set lower and advertising strategy. It could be concluded that the vending machine for drinking water business in Khon Kaen University area was feasible in Marketing aspect.

2. The results of Monetary aspect showed that the payback period in this project was 5 years 2 months 3 days. The Net Present Value was 126,255.48 baht. The internal rate of return in the investment was 14.86 percentage and the benefit cost ratio was 1.20 times. The volume at Break even point was 842,498.18 liters. Considering from the feasibility in monetary, it showed that vending machine for drinking water business in Khon Kaen University area was feasible in Monetary aspect.