

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านกาแฟสดบริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านกาแฟสดบริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัย แม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากประชากรที่ใช้บริการร้านกาแฟสดบริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านกาแฟสด ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 ราย รวมทั้งข้อมูลจากการวิจัย จากหนังสือ วารสาร บทความ รายงานการวิจัย และสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ซึ่งมีสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาดพบว่าสภาพตลาดกาแฟสดบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการร้านกาแฟสดแบบอิสระเพียง 2 ราย แต่ในขณะที่กระแสนิยมในการบริโภคกาแฟสดของคนรุ่นใหม่ยังมีอยู่สูง จึงทำให้คาดการณ์ได้ว่าจะมีการเพิ่มจำนวนร้านกาแฟสดในพื้นที่บริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยแม่โจ้ อีกมาก และผลสำรวจความต้องการของตลาดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา การศึกษาระดับปริญญาตรี รายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท กาแฟสดที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ คาปูชิโน มีความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 30-40 บาท เวลาที่ใช้บริการมากที่สุดคือหลังเวลา 19:00 น. ผู้ใช้บริการที่

มักมาด้วยกันเป็นกลุ่มกับเพื่อน 2-3 คน การตกแต่ง/บรรยากาศภายในร้านเป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดมากที่สุด กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่นำไปใช้ในโครงการประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์เน้นการบริการกาแฟสดที่มีคุณภาพ ด้านราคาตั้งตามคุณภาพวัตถุดิบที่นำมาบริการ ด้านสถานที่และช่องทางการจำหน่าย โครงการจะตั้งอยู่ไม่ไกลจากประตูทางเข้าหลักของมหาวิทยาลัยเกิน 500 เมตร และ เน้นการขายหน้าร้านโดยพนักงานนำเสนอบริการให้ตรงความต้องการ การส่งเสริมการตลาดจะให้ส่วนลดแก่สมาชิก และใช้ป้ายหน้าร้านขนาดใหญ่เห็นชัด ด้านบุคลากรเน้นบริการจากพนักงานด้วยความสุภาพ กันเอง ถูกต้อง และรวดเร็ว ด้านกระบวนการบริการจะนำเทคโนโลยีไร้สายที่สามารถระบุตัวตนด้วยคลื่นความถี่ (Radio Frequency Identification, RFID) มาให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และด้านสภาพแวดล้อมการนำเสนอบริการเน้นการจัดวางอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ ให้ดูสะอาด และเป็นระเบียบ การตกแต่งร้านให้มีบรรยากาศทันสมัยสอดคล้องกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การศึกษาทางด้านเทคนิคร้านกาแฟสดของโครงการจะใช้พื้นที่ 35 ตารางเมตรเพื่อให้บริการ จัดที่นั่งได้ 20-25 ตัว ค่าเช่าเดือนละ 4,500 บาท โครงการจะเสียค่าตกแต่งพื้นที่ และมีค่าเครื่องใช้อุปกรณ์รวม 895,000 บาท มีเงินทุนหมุนเวียนจำนวน 25,000 บาท การซื้อเมล็ดกาแฟคั่วจะเน้นความสด สะอาด จัดเก็บไว้ในที่ที่ปลอดความชื้น ภาชนะปิดสนิทมิดชิด ต้นทุนกาแฟสดถ้วยละ 22 บาท ด้านเบเกอรี่จะสั่งทำจากผู้ประกอบการเบเกอรี่โดยตรง (Out Source) ซึ่งมีต้นทุนชิ้นละ 15 บาท การศึกษาด้านการจัดการพบว่ารูปแบบการดำเนินงานของร้านกาแฟสดของโครงการเป็นแบบเจ้าของกิจการคนเดียว มีผู้จัดการร้าน 1 คน พนักงานประจำหน้าร้าน 1 คน ให้บริการ จันทร์-ศุกร์ เวลา 09:00 – 21:00 น. วันเสาร์ - อาทิตย์ เวลา 10:00 – 21:00 น. การศึกษาด้านการเงินพบว่าโครงการใช้เงินลงทุน 928,300 บาท บาท เป็นเงินทุนส่วนของเจ้าของทั้งหมด มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 433,070 บาท ที่อัตราคิดลด 10.25% ดัชนีการทำกำไร 1.47 เท่า ผลตอบแทนของโครงการร้อยละ 26.92% ดังนั้นผลการศึกษาที่ได้จึงมีความเป็นไปได้ในการ โครงการลงทุนร้านกาแฟสดบริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

## **Abstract**

**176511**

The objective for this independent study was to assess the feasibility of the investment project of the fresh coffee shop in front of Maejo University, San Sai District, Chiang Mai Province. For the question in this study, all data were gathered from 200 peoples in front of Maejo University by using convenience sampling, and by interviewing 3 fresh coffee shop owners in Chiang Mai Province. Documentation was collected from related books, journals, articles, research, study reports, and relevant statistics. The major aspects considered in this study were marketing analysis, technical analysis, managerial analysis and financial analysis. The main conclusions from which were as follows.

From the analysis for the feasibility in marketing showed that, since there are only 2 stand-alone fresh coffee shops in front of Maejo University and the young generation are still regular consumers, it could be forecasted that the current trend of the coffee business was favourable towards the opening of a new fresh coffee shop in the area around Maejo University. The results of marketing analysis also showed that the majority of respondents were female, aged 20-30, who were students with Bachelor's degrees with average monthly income of less than 5,000 baht. Most consumers preferred Cappuccino coffee. Most of the respondents used the service less than once a week, spent averagely 30 to 40 baht each time, mostly after 7.00 p.m. and in the company of 2-3 friends. The Physical evidence of the fresh coffee shop was highly

influential on the consumer. Factors of the service marketing mix applied for the project were that product should high quality which, in turn, justified the price, place should be less than 500 meters away from the main entrance to Maejo University and have personal service. Promotional discounts to members should be offered and large advertisement board used, People should be service mild, non-officious, process should be the Radio Frequency Identification(RFID) follow up service standard and physical evidence should present the procedure of the equipment, machine and the atmosphere in a modern style suited to the target group. The results of the technical analysis showed that the fresh coffee shop should have a floor area of at least 35 m<sup>2</sup>, have 20-25 seats, rent of 4,500 baht/month, design cost 895,000 baht, and working capital of 25,000 baht. The roast coffee seed should be stored in a dry area. The cost of the coffee should be around 22 baht/cup, and pastries 15 baht/piece. The management study revealed that the project belonged to an entrepreneur with an organizational structure consisting of a manager and front service operator. The shop was open from 9:00 am. – 9:00 pm Monday to Friday and 10:00 am – 09:00 pm. on Saturday and Sunday. The result of the financial analysis showed that the project required an initial investment of 928,300 baht, from private sources. The net present value was 433,070 baht at 10.25% discount rate while the internal rate of return was 26.92%. The profitability index is 1.47. Therefore, the hypothesis of the study on the Investment Project of the Fresh Coffee Shop in Front of Maejo University, San Sai District, Chiang Mai Province was accepted.