

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจ Bakery จากเปลือกกาแฟ จ.กรุงเทพมหานคร

Business Demand and Operation of Bakery Products form Coffee Shells Bangkok

พงศกร รุ่งเรืองมณีรัตน์

บทคัดย่อ

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจ Bakery จากเปลือกกาแฟ จ.กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา 1) ความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bakery จากเปลือกกาแฟของกลุ่มคนใน จ.กรุงเทพมหานคร 2) ความต้องการด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อ Bakery ของกลุ่มคนใน จ.กรุงเทพมหานคร 3) เปรียบเทียบความต้องการด้านปัจจัยพฤติกรรมจำแนกตามประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bakery จากเปลือกกาแฟของกลุ่มคนใน จ.กรุงเทพมหานคร และ 4) ยอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี ในการดำเนินงานทางธุรกิจ Bakery จากเปลือกกาแฟในจ.กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด

ผลการวิจัย 1) ความต้องการของตลาดในปัจจุบันให้ความสำคัญเรื่องของคุณประโยชน์ เนื่องจากผู้บริโภคให้ความใส่ใจในเรื่องของสุขภาพมากขึ้น 2) ผู้บริโภคในจ.กรุงเทพมหานครมีการดำเนินชีวิตแบบเร่งรีบ เน้นความรวดเร็วสะดวกสบาย 3) ผู้บริโภคเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และ 4) ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด โดยคิดเป็นมูลค่าปัจจุบัน 3 ปี 7 เดือน อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) คิดเป็นร้อยละ 83.50

คำสำคัญ : ความต้องการดำเนินงาน , ธุรกิจเบเกอรี่จากเปลือกกาแฟ

Abstract

Business Demand and Operation of Bakery Products form Coffee Shells Bangkok

The research purpose are to study 1) 7Ps marketing mix demand that affects the decision to buy a bakery from the coffee crust of the insiders. Bangkok 2) Consumer behavior demand in purchasing bakery among people in Bangkok 3) Comparison of needs for behavioral factors classified by demographics That affects the decision to buy Bakery from the coffee shells of the people in the group. Bangkok and 4) Sales and sales trends for 5 years in operating the bakery business from coffee shells in Bangkok. The researcher has collected the questionnaire data 400 sets

Results show that 1) The current market demands prioritize the benefit. Because consumers pay more attention to health issues 2) Consumers in Bangkok have a fast paced lifestyle. Emphasis on speed and convenience 3) Consumers are female, aged between 21 - 30 years old, graduated with a bachelor's degree. Monthly income of 15,000 - 30,000 baht, working as an employee of a private company and 4) Estimated time for the business to receive all investment back, based on present value, 3 years 7 months, internal rate of return (IRR) is 83.50%.

Keyword : Demand and Operation , Bakery Products form Coffee Shells

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสังคมไทยเป็นสังคมเมืองที่มีแต่ความเร่งรีบและการแข่งขัน โดยเฉพาะกับคนวัยทำงานที่ต้องใช้ชีวิตอย่างเร่งด่วน เวลาจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องมีการบริหารจัดการ ส่งผลให้พฤติกรรมในด้านต่างๆ ของคนทำงานเปลี่ยนไป ไม่เว้นแม้แต่พฤติกรรมการบริโภค ที่รับเอาวัฒนธรรมด้านอาหารการกินของชาวตะวันตกเข้ามา โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและคนทำงานที่หันมาบริโภคเบเกอรี่เป็นอาหารหลักเพิ่มมากขึ้น จากเดิมที่บริโภคเบเกอรี่เป็นเพียงของว่างรองท้อง หรืออาหารหวานหลังมื้ออาหารเท่านั้น เนื่องจากเบเกอรี่เป็นอาหารที่รับประทานได้สะดวกในระหว่างการเดินทางและสามารถตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์การดำเนินชีวิตของคนในสังคมเมือง โดยเบเกอรี่เป็นอาหารที่ชาวตะวันตกนิยมรับประทานมานานแล้ว และได้เผยแพร่จนได้รับความนิยมแพร่หลายกลายเป็นอาหารหลักประจำวัน ส่วนในประเทศไทยปัจจุบันผู้บริโภคชาวไทยให้ความสำคัญกับการทำอาหารรับประทานเองในบ้านน้อยลง อาหารพร้อมรับประทานจึงได้รับความนิยมมากขึ้นเป็นลำดับ และเบเกอรี่เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกรับประทานเป็นอาหารว่าง รวมไปถึงการบริโภคทดแทนอาหารมื้อหลัก กระแสนิยมในการบริโภคเบเกอรี่เพิ่มมากขึ้นทุกวัน เนื่องจากเบเกอรี่เป็นอาหารที่รับประทานได้ง่าย สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับการเดินทางและการทำงานที่เร่งรีบ ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ต่างๆ จำนวนมาก ประกอบกับโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรายการโทรทัศน์ตามสถานีต่างๆ อีกทั้งรูปแบบที่มีความแปลกใหม่ของรูปผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจเมื่อได้พบเห็น จึงทำให้มีผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้จำนวนมาก

ผลิตภัณฑ์อาหารได้รับผลกระทบและรับแรงกดดันจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 คำสั่งเคอร์ฟิว/มาตรการ Lockdown และนโยบาย WFH ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนขาดแคลนแรงงานและมีกำลังการผลิตลดลง แต่สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมได้คาดการณ์แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มปี 2564 ว่าจากกรณีการระบาดของไวรัส COVID-19 จะสามารถควบคุมได้ดียิ่งขึ้น คาดว่าจะเริ่มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งได้รับแรงหนุนจากแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศและเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลัก และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศของภาครัฐ ส่งผลให้แนวโน้มการบริโภคและการส่งออกอาหารและเครื่องดื่มค่อยๆปรับตัวดีขึ้น

การรับประทานอาหารของคนไทยถูกสร้างสรรค์ประสบการณ์อยู่ในระดับที่สูงแล้ว รสชาติกลายเป็นเรื่องรองที่คนไทยก้าวข้ามผ่านไป ธุรกิจอาหารต้องนำศาสตร์ชั้นสูงสร้างสรรค์เมนูอาหาร (Creative reign supreme) มากกว่าแค่ให้ผู้กินได้สัมผัสรสชาติ แต่เป็นการสัมผัสทางตาและทางใจ โดยกระแสอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Food is a continuous mega trend) เริ่มมีบทบาทมากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าคนไทยตื่นตัวในเรื่องสุขภาพ และอาหารการกินที่ให้ประโยชน์มากขึ้น Euromonitor ยังได้กล่าวถึงแนวโน้มธุรกิจกาแฟในปี 2564 ว่า ธุรกิจกาแฟร้านกาแฟยังไปต่อได้แม้ว่าธุรกิจเซ่นร้านกาแฟในไทยจะมีมูลค่าประมาณกว่า 10,000 ล้านบาท และเกิดโอเวอร์ซัพพลายมากมาย แต่กาแฟยังคงเป็นเครื่องดื่มเสพติดสำหรับใครหลายๆ คนอย่างน้อยต้องดื่ม 1 แก้วต่อวัน

เราปฏิเสธไม่ได้ว่าธุรกิจกาแฟเป็นธุรกิจที่ควบคู่ไปกับธุรกิจเบเกอรี่ เราจึงสังเกตเห็นสิ่งที่เรามีอยู่และยังไม่ได้ใช้ประโยชน์คือเปลือกกาแฟที่เหลือทิ้งเป็นจำนวนมาก เนื่องจากในกระบวนการทำกาแฟพบว่าส่วนที่สามารถนำมาใช้ทำกาแฟได้จริงมีเพียง 10% - 20% โดยส่วนที่เหลือจะเป็นกะลากาแฟ 30% - 40% และเปลือกกาแฟถึง 50% จึงเห็นได้ว่าส่วนที่เหลือมากที่สุดคือเปลือกกาแฟ และข้อเสียของเปลือกกาแฟที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดคือเน่าเร็ว การย่อยสลายของเปลือกทำให้เกิดกลิ่นเหม็น และทำให้เกิดมลพิษทางอากาศ จากความต้องการนำของเสียมาใช้ให้เกิดมูลค่าและเป็นผลประโยชน์ให้ได้มากที่สุด จึงคิดค้นวิธีการนำมาทำเป็นเบเกอรี่จากเปลือกกาแฟ เพื่อก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมเบเกอรี่ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง สำหรับการปรับตัวของผู้ประกอบการต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น ถือเป็นความท้าทายที่จะต้องปรับตัวให้ทันและสามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา ด้วยเหตุเทคโนโลยีความสะดวกสบาย รวมถึงสังคม ส่งผลให้โซเชียลมีเดียอิทธิพลต่อการเลือกของผู้บริโภค เช่น ผู้บริโภคบางส่วนตัดสินใจเลือกไปทานร้านอาหารตามเพื่อนในโซเชียลมีเดีย ดังนั้นในธุรกิจเบเกอรี่ อุตสาหกรรมเบเกอรี่ของไทยจึงต้องตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคให้ได้ ทั้งความสะดวกสบาย พร้อมรับประทาน ทันสมัยและกระแสการบริโภคเพื่อโซว์ในโซเชียลเน็ตเวิร์คเพิ่มมากยิ่งขึ้น ผู้คนมองหาประสบการณ์ใหม่ๆ ในการบริโภคเบเกอรี่ ไม่ใช่แค่เพื่ออิ่มท้อง แต่เพื่อประกาศให้รู้ว่าได้เป็นคนแรกที่ลองของใหม่ก่อนใคร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจจึงเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญ ที่ต้องดำเนินการเพื่อความเติบโตของธุรกิจและอุตสาหกรรมอย่างไม่หยุดยั้ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ที่ต้องการทำวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์,ราคา,สถานที่, การส่งเสริมทางการตลาด,บุคลากร,กายภาพและกระบวนการ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bakery จากเปลือกกาแฟของกลุ่มคนใน จ.กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความต้องการด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อ Bakery ของกลุ่มคนใน จ. กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการด้านปัจจัยพฤติกรรมจำแนกตามประชากรศาสตร์ (เพศ,อายุ,สถานภาพ, อาชีพ,รายได้) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bakery จากเปลือกกาแฟของกลุ่มคนใน จ.กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี ในการดำเนินงานทางธุรกิจ Bakery จากเปลือกกาแฟใน จ.กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ เป็นต้น
2. ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's Marketing Mix) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ Bakery จากเปลือกกาแฟ ได้แก่ ปัจจัยด้านสินค้า (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านสถานที่ (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) และ ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

ขอบเขตด้านประชากรเป้าหมาย

ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ Bakery จากเปลือกกาแฟ ของประชากรในจ.กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire)

ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา

ทำการวิจัยในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจ Bakery จากเปลือกกาแฟ ผู้วิจัยได้ศึกษาหาข้อมูลจากบทความทางวิชาการ งานวิจัย เอกสารและสื่อต่างๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการศึกษาหาข้อค้นพบ การดำเนินงานของธุรกิจและเพื่อใช้วางแผนการตลาดของธุรกิจ โดยนำเสนอการทบทวนงานวรรณกรรมในรายละเอียดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเบเกอรี่ และรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินงานทางธุรกิจของอุตสาหกรรมเบเกอรี่ (การจัดการและพฤติกรรมองค์กร, การจัดการการดำเนินงาน, การจัดการการเงิน, การจัดการการตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์)

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยทำการศึกษา คือ “ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจ Bakery จากเปลือกกาแฟ จ. กรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างถึงประเด็นของความคิดเห็น ความรู้สึก ความสนใจในผลิตภัณฑ์ผ่านแ่งมุมต่างๆ ความคิดเห็นเกี่ยวกับรสชาติของผลิตภัณฑ์และปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากเปลือกกาแฟ โดยมีวัตถุประสงค์ในการนำข้อมูลเหล่านี้ไปวิเคราะห์เพื่อพัฒนาและสร้างความเป็นไปได้ทางธุรกิจ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและวิธีดำเนินการ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ใน จ. กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยใช้การเลือกตัวอย่างจากการสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) เนื่องจากจำนวนประชากรมีขนาดใหญ่ ทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้จากทุกหน่วยประชากร จึงต้องทำการเก็บจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่ออ้างอิง

ไปยังประชากรเป้าหมาย ประกอบกับทางผู้วิจัยไม่สามารถทราบขนาดประชากรที่แน่นอนจากแหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือได้ ดังนั้นจึงใช้สูตรของCochran (1963) ในการคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบข้อปฐมภูมิเนื่องด้วยสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด-19 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้ Google Form จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ ในรูปแบบลิงก์ (Link) และคิวอาร์โค้ด (QR Code) ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ใน จ.กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้มีการกระจายผ่านทาง Social Network ได้แก่ Line และ Facebook เป็นต้น ซึ่งเป็นวิธีที่สะดวกและรวดเร็ว ข้อมูลจะถูกจัดเก็บทันทีโดยไม่สูญหาย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยคำถามนี้อ้างอิงมาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่มีความน่าเชื่อถือและมีความครบถ้วนในด้านเนื้อหา เป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

4. การวิเคราะห์ความเชื่อถือของเครื่องมือในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ความเชื่อถือของเครื่องมือในการวิจัยจะใช้การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ ครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟาจะมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 (Cronbach, 1951) และควรมีค่ามากกว่า 0.7 เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือของเครื่องมือในการวิจัย (Nunnally & Bernstein, 1994) ซึ่งในการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือในการวิจัยของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จะทำการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างจริงทั้งหมด 400 คน

5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยเรื่อง “ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจ Bakery จากเปลือกกาแฟ จ. กรุงเทพมหานคร” กำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ร้อยละ 95 สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000 - 30,000 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคเบเกอรี่ มีความถี่ในการรับประทานเบเกอรี่ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายในการบริโภคเบเกอรี่ต่อครั้ง 51-100 บาท เลือกบริโภคเบเกอรี่ช่วงเวลา 10.01น.-14.00 น. มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเบเกอรี่เพื่อบริโภคเองเป็นส่วนใหญ่ รับประทานเบเกอรี่แบบซื้อกลับบ้าน ร้านเบเกอรี่ที่ซื้อเป็นประจำเป็น Bake a wish รู้จักร้านเบเกอรี่ดังกล่าวจากเพื่อน / คนรู้จักแนะนำ ซื้อเบเกอรี่จากร้านใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา รับประทานเบเกอรี่ประเภทเดนิสครัวซอง บริโภคเบเกอรี่คู่กับกาแฟ ตัดสินใจซื้อเบเกอรี่จากความชอบ

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากเปลือกกาแฟพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่รู้จักผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากเปลือกกาแฟ และมีความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากเปลือกกาแฟ ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากเปลือกกาแฟ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดว่าราคาที่เหมาะสมต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากเปลือกกาแฟอยู่ที่ 51-100 บาท อยากให้ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากเปลือกกาแฟไปวางจำหน่ายที่ Foodland

จากการวิจัยความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจเบเกอรี่จากเปลือกกาแฟ พบว่าในส่วนของ การเงินและการลงทุน จะมีเงินลงทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 500,000 บาท มีต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital : WACC) ค่าเฉลี่ยของต้นทุนหลังหักภาษีของแหล่งเงินทุนต่าง ๆ ขององค์กรอยู่ที่ร้อยละ 4.91 มีมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value : NPV) ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ (จ่าย) สุทธิตลอดอายุโครงการอยู่ที่ 1,153,756.74 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) ผลตอบแทนระหว่างกระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุโครงการและจำนวนเงินเชื่ออยู่ที่ ร้อยละ 83.50 มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมดที่ 3 ปี 3 เดือน มีระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period) ประมาณการระยะเวลาที่ กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมดโดยคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันอยู่ที่ 3 ปี 7 เดือน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยและจัดทำแผนธุรกิจในหัวข้อเรื่อง “ความต้องการและการดำเนินงาน ของธุรกิจ Bakery จากเปลือกกาแฟ จ. กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ต่อการก่อตั้งองค์กร ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่น่าผลการวิจัยไปใช้

เนื่องจากการเก็บข้อมูลของงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบข้อปฐมนิเทศด้วยสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด-19 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้ Google Form จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ในรูปแบบลิงก์ (Link) และคิวอาร์โค้ด (QR Code) ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ใน จ.กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้มีการกระจายผ่านทาง Social Network ได้แก่ Line และ Facebook เป็นต้น ซึ่งเป็นวิธีที่สะดวกและรวดเร็ว หากมีผู้ที่สนใจจะนำผลการวิจัยฉบับนี้ไปใช้ อาจต้องพิจารณาในส่วนของข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์ที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามกลุ่มตัวอย่างที่นำข้อมูลมาวิเคราะห์ และระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามในช่วงเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2564 - พฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นระยะเวลาไม่มาก รวมทั้งในช่วงเวลาดังกล่าวได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคระบาดไวรัสโควิด-19 อาจส่งผลให้ข้อมูลที่ได้รับความคลาดเคลื่อน ดังนั้นผู้ที่สนใจจะนำผลการวิจัยฉบับนี้ไปใช้ จะต้อง คำนึงถึงเรื่องดังกล่าวด้วย ข้อมูลต่าง ๆ อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา และสถานการณ์ ที่เกิดขึ้น ณ ปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่จะทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการเก็บข้อมูลของงานวิจัยฉบับนี้ มีข้อจำกัดอยู่ที่ขอบเขตการศึกษาในด้านพฤติกรรมผู้บริโภคเบเกอรี่และสถานที่ คือ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ใน จ. กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้ที่จะทำวิจัยครั้งต่อไปอาจนำข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางเพื่อศึกษาในการประกอบธุรกิจประเภทเบเกอรี่ในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ และได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น รวมถึงรูปแบบการเก็บแบบสอบถามทำได้เพียงใช้การตอบแบบสอบถามผ่าน Google Form เนื่องจากเวลาที่มีจำกัดและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ณ ปัจจุบัน จึงไม่สามารถเก็บข้อมูลได้หลากหลายรูปแบบ

ดังนั้นผู้ที่ทำวิจัยครั้งต่อไปควรเก็บข้อมูลจากตัวอย่างในรูปแบบที่ต่างกัน และขยายพื้นที่สำหรับการเก็บแบบสอบถามเพิ่มขึ้น

การเก็บข้อมูลของงานวิจัยฉบับนี้ มีข้อจำกัดอยู่ที่ขอบเขตการศึกษาในด้านช่วงเวลา เพราะผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามในช่วงเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2564 - พฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นระยะเวลาไม่มากนัก หากผู้ที่ทำวิจัยครั้งต่อไป อาจใช้เวลาในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยระยะเวลาที่เพิ่มมากขึ้น จะทำให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลของงานวิจัยฉบับนี้ ได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลให้มีการปิดคาเฟ่ ร้านอาหาร จึงอาจส่งผลให้ข้อมูลที่ได้รับอาจมีความคลาดเคลื่อน ดังนั้นผู้ที่ทำวิจัยครั้งต่อไป ควรเก็บข้อมูลในช่วงเวลาสถานการณ์ปกติ จะทำให้ได้รับข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

3. ข้อเสนอแนะทั่วไป

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเบเกอรี่ สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยนี้ไปใช้ในการพัฒนาการผลิตและการให้บริการให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น โดยผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาการให้บริการ ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

เนื่องจากความคาดหวังส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเบเกอรี่ประเภทต่างๆ

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลงานวิจัยในเรื่องดังกล่าว จะสามารถ ช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารต่างๆ ที่มีลักษณะธุรกิจในรูปแบบที่ใกล้เคียงกัน จะได้รับข้อมูลอันเป็นประโยชน์ ทั้งทางด้านการคัดสรรบุคลากรที่ตรงกับวิสัยทัศน์ขององค์กร จำนวนผู้ใช้บริการ ความนิยมในการบริโภคเบเกอรี่ ค่าใช้จ่ายต่างๆ อาทิเช่น การเงิน และการลงทุนในธุรกิจ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งที่จำเป็นและไม่จำเป็นต่อผู้บริโภค และสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน.(2563).รายงานแนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มปี 2564.ค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2564,จาก

https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2021/01/IN_food_12_63.pdf

ฟู้ดเดลิเวอรีโต คอบโจทย์ชาวกรุง.(2562).ค้นเมื่อ 16 กันยายน 2564,จาก

<http://www.bltbangkok.com/CoverStory>

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.(2562). แอปพลิเคชันสั่งอาหาร ตัวเร่งธุรกิจ Food Delivery โต 35,000 ล้าน.ค้นเมื่อ 2 กันยายน 2564,จาก

<https://www.smeone.info/event-detail/4683>

ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหารสถาบันอาหาร.(2562).รายงานตลาดอาหารในประเทศไทย.

ค้นเมื่อ 6 ตุลาคม 2564,จาก

http://news.thairoyalfrozen.com/wp-content/uploads/2019/08/Rep_Food-Delivery_15.07.62.pdf

อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิเพื่อสถาบันอาหาร.(2558).ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในประเทศไทย.ค้นเมื่อ 22

สิงหาคม 2564,จาก

<http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=77>

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.(2557).บทความแฟรนไชส์คืออะไร.ค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2564,จาก

<https://www.ryt9.com/s/ryt9/145718>

วิทย์. (2555). ปัจจัยทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค คุณภาพการให้บริการ.ค้นเมื่อ

29 กรกฎาคม 2564,จาก

<https://www.ipthailand.go.th/th/>

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2559). ความลับทางการค้า.ค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2564,จาก

<https://www.ipthailand.go.th/th/>

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2559). เครื่องหมายการค้าและตราสินค้า.ค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2564,จาก

<http://www.ipthailand.go.th/th/trademark-005.html>

กระทรวงแรงงาน. (2560). สิทธินายจ้างและลูกจ้าง.ค้นเมื่อ 15 กันยายน 2564,จาก

<https://www.mol.go.th/%20employer/duty>

กระทรวงสาธารณสุข. (2556). ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 355 ว่าด้วยเรื่อง อาหารในภาชนะ

บรรจูปิดสนิท.ค้นเมื่อ 6 ตุลาคม 2564,จาก

<https://www.fda.moph.go.th/sites/food/Pages/Main.aspx>

กระทรวงสาธารณสุข. (2557). ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 367 ว่าด้วยเรื่อง การแสดงฉลาก
ของอาหารในภาชนะบรรจุ.ค้นเมื่อ 6 ตุลาคม 2564,จาก

http://www.oic.go.th/web2017/main_.html

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). ข้อมูลธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยในปัจจุบัน.ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม
2564,จาก

https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Franchise_SME-Opportunity.pdf

ศูนย์รวมธุรกิจแฟรนไชส์. (2559). เทรนด์แฟรนไชส์ปี 2559 ที่น่าลงทุน.ค้นเมื่อ 6 กันยายน 2564,
จาก

<http://www.thaifranchisecenter.com/document/show.php?docuID=1332>

Blogspot. คริวของดี สัญลักษณ์แห่งชัยชนะ. (2556). ค้นเมื่อ 11 กันยายน 2564,จาก

<http://croii.blogspot.com/>

Business Opportunity Center. ธุรกิจเบเกอรี่. ค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564,จาก

http://boc.dip.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=358&Itemid=48