

แผนธุรกิจ ร้านสลัด “HEALTHY BOX”

วิภาพร กลั่นคำ¹

บทสรุปผู้บริหาร

เนื่องจากในปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่หันมาใส่ใจกับสุขภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะด้านอาหารและโภชนา และได้มีการเสาะหาอาหารที่ดีและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ดังนั้น ธุรกิจอาหารประเภทสลัดผักและธัญพืชต่างๆ จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการประกอบธุรกิจซึ่งยังมีไม่มากนัก ธุรกิจสลัดของเราสร้างความแตกต่างโดยการคำนึงถึงสุขภาพของผู้บริโภคเป็นหลัก การทำธุรกิจสลัดผักและธัญพืชนั้นสามารถทำได้ง่าย เพราะใช้เงินลงทุนไม่มาก จึงทำให้ธุรกิจนี้มีคู่แข่งทางการตลาดค่อนข้างมาก ดังนั้น เราจึงต้องหาจุดขายให้กับสลัดผักและธัญพืชของเราให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งอื่น และเราสามารถดึงดูดลูกค้าโดยผักสลัดและธัญพืชของเราจะเน้นที่เป็นผักออร์แกนิก ธัญพืชและผลไม้ที่มีคุณภาพและมีความสดใหม่เป็นหลัก ส่วนน้ำสลัดนั้นทางร้านเราจะทำให้มีหลากหลายรสชาติ โดยที่มีส่วนผสมของผักและผลไม้ด้วย จึงทำให้มีสารอาหารที่มีประโยชน์เพิ่มมากขึ้นและมีรสชาติกลมกล่อมไม่หวานมากนัก มีไขมันต่ำ มีโคเลสเตอรอลน้อย จึงเหมาะสำหรับผู้ที่ใส่ใจและรักสุขภาพทุกเพศทุกวัย

ร้านสลัด **HEALTHY BOX** จะตั้งอยู่ที่บริเวณชั้น 2 ของสถานีรถไฟฟ้า BTS สถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ได้กำหนดเป้าหมายโดยจะมียอดขายเพิ่มขึ้น 20% ของทุกปี นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายที่จะขยายสาขาไปตามสถานีรถไฟฟ้า และตามห้างสรรพสินค้า เพื่อให้ครอบคลุมทั่วทั้งกรุงเทพฯ และปริมณฑล เพื่อที่จะได้เป็นร้านสลัดที่อยู่ในใจผู้บริโภค เมื่อลูกค้านึกถึงสลัดต้องนึกถึง “HEALTHY BOX”

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, สลัด, ผักออร์แกนิก

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

บทนำ

แผนธุรกิจสลัดผักและธัญพืช จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาและประเมินความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ ภายใต้ตราสินค้า “**HEALTHY BOX**” ซึ่งเป็นสลัดที่เน้นความสะอาด ปลอดภัย และสดใหม่เป็นสำคัญ โดยใช้ผักออร์แกนิกเป็นหัวใจหลัก ที่ประกอบไปด้วยผักหลายประเภทมากกว่า 14 ชนิดและน้ำสลัดที่มีคุณค่าทางอาหาร ไม่มีคลอเรสเตอรอลและมีไขมันต่ำ ที่ประกอบไปด้วยสารอาหารที่สำคัญ ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบัน สภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ของสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ประชากรไทยได้รับสารพิษในรูปแบบต่างๆ เข้าสู่ร่างกายมากขึ้น จึงเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจ “**HEALTHY BOX**” ประกอบกับปัจจุบัน ผู้บริโภคให้ความสนใจเรื่องสุขภาพและความงาม โดยธุรกิจจะจับกลุ่มลูกค้าวัยทำงาน นักเรียน นักศึกษา ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งธุรกิจนี้จัดขึ้นในรูปแบบ ธุรกิจขนาดเล็ก โดยมีผู้ถือหุ้น 4 คนที่เป็นครอบครัว โดยมีเงินลงทุนในธุรกิจนี้ 1 ล้านบาท จากการวิเคราะห์แผนการเงิน พบว่ามีระยะคืนทุนหากมีสภาพคล่องของยอดขายที่เป็นปกติอยู่ที่ 2 ปี 5 เดือน โดยมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน 60 % ซึ่งจะเห็นได้ว่าธุรกิจมีศักยภาพในการทำกำไรและเป็นธุรกิจที่น่าลงทุน เนื่องจากได้รับความสนใจและได้รับผลตอบแทนสูง เมื่อเทียบกับสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน

กิจการใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 1,000,000 บาท โดยจัดหาเงินลงทุนจากแหล่งกู้ยืมระยะยาว 500,000 บาทเป็นการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และเงินทุนส่วนตัวของหุ้นส่วนเจ้าของกิจการอีก 500,000 บาท เพื่อการประกอบธุรกิจ ร้านสลัด **HEALTHY BOX** มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 5 เดือน อัตราผลตอบแทน IRR เท่ากับ 122.88% ส่วนสถานการณ์เลวร้าย จะมีระยะเวลาคืนทุนที่ 3.53 ปี ที่อัตราผลตอบแทน IRR เท่ากับ 60.70% โดยกำหนดเป้าหมายจะมียอดขายเพิ่มขึ้น 15% ของทุกปี นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายที่จะขยายสาขาไปตามสถานีรถไฟฟ้า และตามห้างสรรพสินค้าเพื่อให้ครอบคลุมทั่วทั้งกรุงเทพฯ และปริมณฑล เพื่อที่จะได้เป็นร้านสลัดที่อยู่ในใจผู้บริโภคเมื่อลูกค้านึกถึงสลัด ต้องนึกถึง “**HEALTHY BOX**”

วิสัยทัศน์ :

มุ่งสู่การเป็น “สลัดของคนเมือง” ให้มีความสำคัญและทุ่มเทกับการวิจัยและพัฒนาในทุกขั้นตอน

พันธกิจ :

1. มุ่งสู่การเป็น “ สลัดของคนเมือง ”

2. ให้ความสำคัญและทุ่มเทกับการวิจัยและพัฒนาในทุกๆ ขั้นตอนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพกับความต้องการของลูกค้า

3. เราจะรักษาคุณภาพโดยใช้ผักที่มีความสดใหม่ ใช้ผักออร์แกนิกที่มีกระบวนการผลิตที่ใส่ใจในเรื่องของสุขภาพ เพื่อสุขภาพร่างกายที่ดีและปราศจากสารพิษแก่ทุกคน

เป้าหมาย :

ร้านสลัด **“HEALTHY BOX ”** กำหนดเป้าหมายโดยจะมียอดขายเพิ่มขึ้น 20% ของทุกปี

นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายที่จะขยายสาขาไปตามสถานีรถไฟฟ้า และตามห้างสรรพสินค้า เพื่อให้ครอบคลุมทั่วทั้งกรุงเทพฯ เพื่อที่จะได้เป็นร้านสลัดที่อยู่ในใจผู้บริโภค เมื่อลูกค้านึกถึงสลัดต้องนึกถึง**“HEALTHY BOX”**

โอกาสทางการตลาด

เนื่องจากกระแสของผู้คนที่เริ่มหันมาใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น ดังนั้น รูปแบบธุรกิจ **“HEALTHY BOX ”** จึงถือเป็นการเข้าสู่โอกาสที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพอีกทางหนึ่ง ในปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรงอย่างมาก และมีคู่แข่งกันอยู่หลายราย จึงส่งผลให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการเลือกบริโภคให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคมากขึ้น ร้านสลัด **HEALTHY BOX** จึงได้เล็งเห็นความสำคัญ ณ จุดนี้ จึงได้ผลิตผลิตภัณฑ์นี้ขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ร้านสลัด **HEALTHY BOX** เป็นร้านขายสลัด แบบ Home Made บรรจุกล่องพร้อมรับประทาน จะเน้นกลุ่มลูกค้าที่รักการทานผักและธัญพืช และรักษาดูแลเรื่องสุขภาพส่วนใจในความสะอาด เพราะผักที่ใช้จะเป็นผักออร์แกนิกที่มีคุณภาพประโยชน์ต่อร่างกาย ด้วยขั้นตอนการเพาะปลูกที่ปลอดสารเคมีที่เป็นอันตราย จุดเด่นที่สำคัญของอาหารออร์แกนิกที่คนรักสุขภาพรู้จักกันดีก็คือ กระบวนการผลิตที่ใส่ใจในเรื่องของสุขภาพ เพราะอาหารออร์แกนิกนั้นปลอดสารทั้งตัวของผลิตภัณฑ์ ปลอดสารทั้งพื้นที่เพาะปลูกเลี้ยงดูและปลอดสารทั้งอาหารสำหรับการเลี้ยงดูผู้บริโภคจึงมั่นใจได้ว่าจะได้ประโยชน์จากการทานผักอย่างแท้จริง

ตราสินค้า (โลโก้)



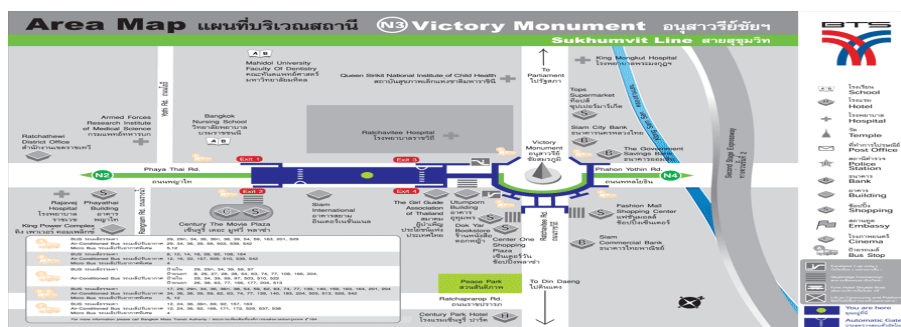
รูปแบบผลิตภัณฑ์

ร้านสลัด **HEALTHY BOX** เป็นร้านสลัดแบบ Home Made บรรจุกล่องพร้อมรับประทาน ที่เหมาะสมกับผู้บริโภคที่รักสุขภาพ สลัดผักและธัญพืชของเรามีจุดเด่นอยู่ที่ผักโดยจะเน้นเป็นผักออร์แกนิก ที่มีกระบวนการผลิตที่ใส่ใจในเรื่องของสุขภาพ และหากเอาใจหทัยแรกที่สำคัญของสุขภาพ คือร่างกายที่ปราศจากสารพิษหรือร่างกายที่สุขภาพดี ผักออร์แกนิกก็คือการตอบใจหทัยแบบจิงๆ เพราะผักออร์แกนิกนั้นปลอดสารเคมีทั้งตัวของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ธัญพืชและผลไม้ที่ใส่ในสลัดของเราได้รับการคัดสรรจากที่มีความสด ใหม่ สลัดผักและธัญพืช ก็มีให้เลือกหลากหลาย ด้วยคุณภาพที่เราเลือกสรร **HEALTHY BOX** จึงเป็นสลัดผักและธัญพืช ที่เปี่ยมด้วยคุณภาพสำหรับผู้รักสุขภาพอย่างแน่นอน



ทำเลที่ตั้ง

ร้าน **HEALTHY BOX** จะตั้งอยู่ที่บริเวณชั้น 2 ของสถานีรถไฟฟ้า BTS





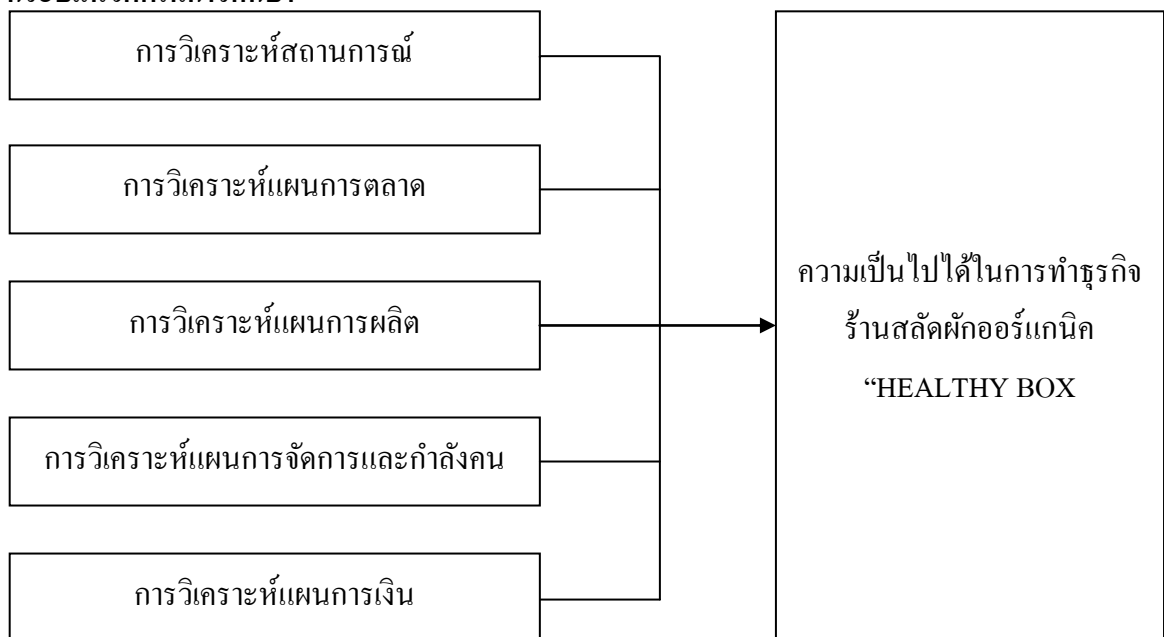
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจสลัดผักออร์แกนิก

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ ร้านสลัดผักออร์แกนิก ภายใต้ตราสินค้า “HEALTHY BOX”
2. ขอบเขตการศึกษาด้านเวลาใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนมกราคม – พฤษภาคม 2558

กรอบแนวคิดในการศึกษา



วารสารแผนธุรกิจ ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (มกราคม – มีนาคม 2558)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลจากการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ และโอกาสในการทำธุรกิจ

นิยามศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

2. สลัด หมายถึง อาหารที่ประกอบด้วยอาหารดิบหรือสุกผสมกับซอสและเสิร์ฟเย็นแทบทุกครั้ง สลัดอาจมีอาหารเป็นหลักได้หลายอย่าง รวมถึงผัก ผลไม้ และเนื้อสุก ไข่ และธัญพืช ใช้ผักใบเขียวเป็นหลัก

3. ผักออร์แกนิก หมายถึง อาหารออร์แกนิก เป็นมาตรฐานอย่างหนึ่งของการผลิตอาหาร โดยทุกขั้นตอนของการผลิตจะไม่ใช้ปุ๋ยเคมีและยาฆ่าแมลง ไร้สารปนเปื้อนที่เกิดจากโรงงานอุตสาหกรรมหรือมนุษย์ไม่ผ่านการฉายรังสีและไม่เพิ่มเติมสิ่งปรุงแต่งลงในอาหาร

4. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

5. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

6. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต การบริหารขององค์กร

7. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

8. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. คำนึงถึงสุขภาพของผู้บริโภคมากกว่าต้นทุนในการผลิต
2. เป็นผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก และธัญพืชผลไม้ที่มีคุณภาพและมีความสดใหม่เป็นหลัก
3. มีน้ำสลัดให้เลือกหลากหลายรสชาติ
4. บรรจุภัณฑ์มีการออกแบบที่ทันสมัย เหมาะสม และสะดวกต่อการใช้งาน

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. สินค้าของเรายังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับของลูกค้ามากนักดังนั้นจึงจำหน่ายได้เฉพาะผู้ที่รักสุขภาพเท่านั้น
2. สินค้ามีความใกล้เคียงกับคู่แข่งอื่น จึงต้องคิดหาข้อเปรียบเทียบอยู่ตลอดเวลา

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. กระทรวงสาธารณสุขให้ความสำคัญกับสุขภาพของประชาชน และมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง
2. ร้านตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งที่มีผู้คนและสำนักงานหนาแน่น
3. ได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้บริโภค
4. เป็นอาหารที่มีคุณประโยชน์จึงเหมาะสำหรับคนทุกกลุ่ม

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ จึงทำให้การจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคลดน้อยลง
2. เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ลงทุนน้อยจึงมีคู่แข่งมาก
3. เนื่องจากสินค้าของเรามีผักเป็นส่วนประกอบหลักจึงทำให้ลูกค้าที่ไม่ชอบรับประทานผักหันมาให้ความสนใจกับสินค้าทดแทนอย่างอื่น

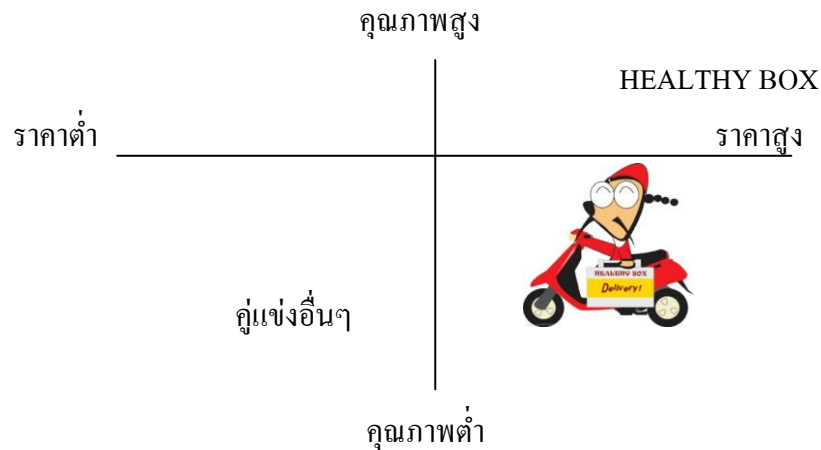
- การวิเคราะห์แผนการตลาด

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)

ร้าน “HEALTHY BOX” จะเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชากรซึ่งทำงานในย่านธุรกิจ โดยมีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 15,000.00 บาท ขึ้นไป เน้นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ (Health-Conscious) และเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้า BTS

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

เกณฑ์การวางตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจ คือ การกำหนดตำแหน่งตามราคา และคุณภาพ (Price & Quality)



ร้านสลัด “HEALTHY BOX” เลือกวางตนเองในรูปแบบร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ สะดวกและมอบความสดใหม่และคุณภาพประโยชน์จากผักและผลไม้ ให้ตรงตามความต้องการของแต่ละบุคคล และให้ความสำคัญในการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ โดยใช้ผัก ออร์แกนิกที่ความสดใหม่จากฟาร์มทุกวัน และกระบวนการในการปรุง รวมทั้งรสชาติที่เป็นเลิศ นอกจากนี้ทางร้านได้จัดประเภทชุดสลัดให้ตรงใจผู้บริโภค โดยรายการผักและ ผลไม้ในสลัดเปลี่ยนไปในแต่ละวัน อีกทั้งน้ำสลัดก็ยังมิให้เลือกหลากหลายชนิด ประกอบกับการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่าจะได้รับสลัดที่ผักมีความสด ใหม่ สะอาด และถูก สุขลักษณะ และมีคุณค่าทางโภชนาการอย่างแท้จริง ร้านสลัด “HEALTHY BOX” จะ ดำเนินงานตามที่กำหนดไว้เพื่อสร้างความแตกต่างจากร้านสลัดทั่วไป

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 6 W 1 H

Who? ใครคือลูกค้าของเรา

ลูกค้าของเราคือ กลุ่มลูกค้าวัยทำงาน นักเรียน นักศึกษา ที่รักสุขภาพ

What? อะไรที่ลูกค้าของเราต้องการ

ร้านของเราเป็นร้านสลัดแบบ Home Made บรรจุกล่องพร้อมรับประทาน

Why? ลูกค้าซื้อสินค้าของเราไปทำอะไร

ร้านสลัด **HEALTHY BOX** เหมาะกับผู้บริโภคที่รักสุขภาพโดยเน้นผักที่เป็นออร์แกนิก

Where ? ลูกค้าของเราชอบเดินเข้าไปซื้อสินค้าในสถานที่แบบใด
 ลูกค้าสามารถซื้ออาหารประเภทสลัดผักออร์แกนิกได้ที่ร้านสลัด

HEALTHY BOX

Who participat ? มีใครบ้างที่เกี่ยวข้องในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งของลูกค้า
 ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ กลุ่มคนรุ่นใหม่ que เริ่มหันมาดูแลสุขภาพ

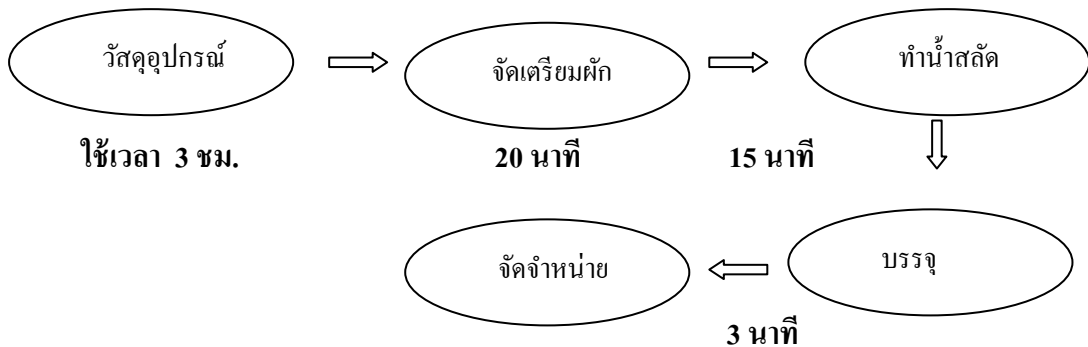
How ? ลูกค้าของเรามีการตัดสินใจซื้ออย่างไร
 ร้านของเราเปิดบริการตั้งแต่เช้า 07.00 – 18.00 น. เพื่อความสดใหม่ของอาหาร

● การวิเคราะห์แผนกำลังการผลิต

ตารางแผนงานด้านการผลิตของกิจการระหว่างปี 2558 ถึงปี 2560

ปี	ผลิตภัณฑ์	จำนวน (บาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
2558	ธุรกิจสลัดผัก	1,000,000 บาท	10%
2559	ธุรกิจสลัดผัก	1,500,000 บาท	15%
2560	ธุรกิจสลัดผัก	2,000,000 บาท	20%

กระบวนการผลิต



การเตรียมการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพ ดังนี้

1. วัสดุอุปกรณ์ประกอบในการผลิต
2. การจัดเตรียมผักสด
3. ขั้นตอนการทำน้ำสลัด
4. ตรวจสอบคุณภาพและบรรจุ
5. วางจำหน่าย

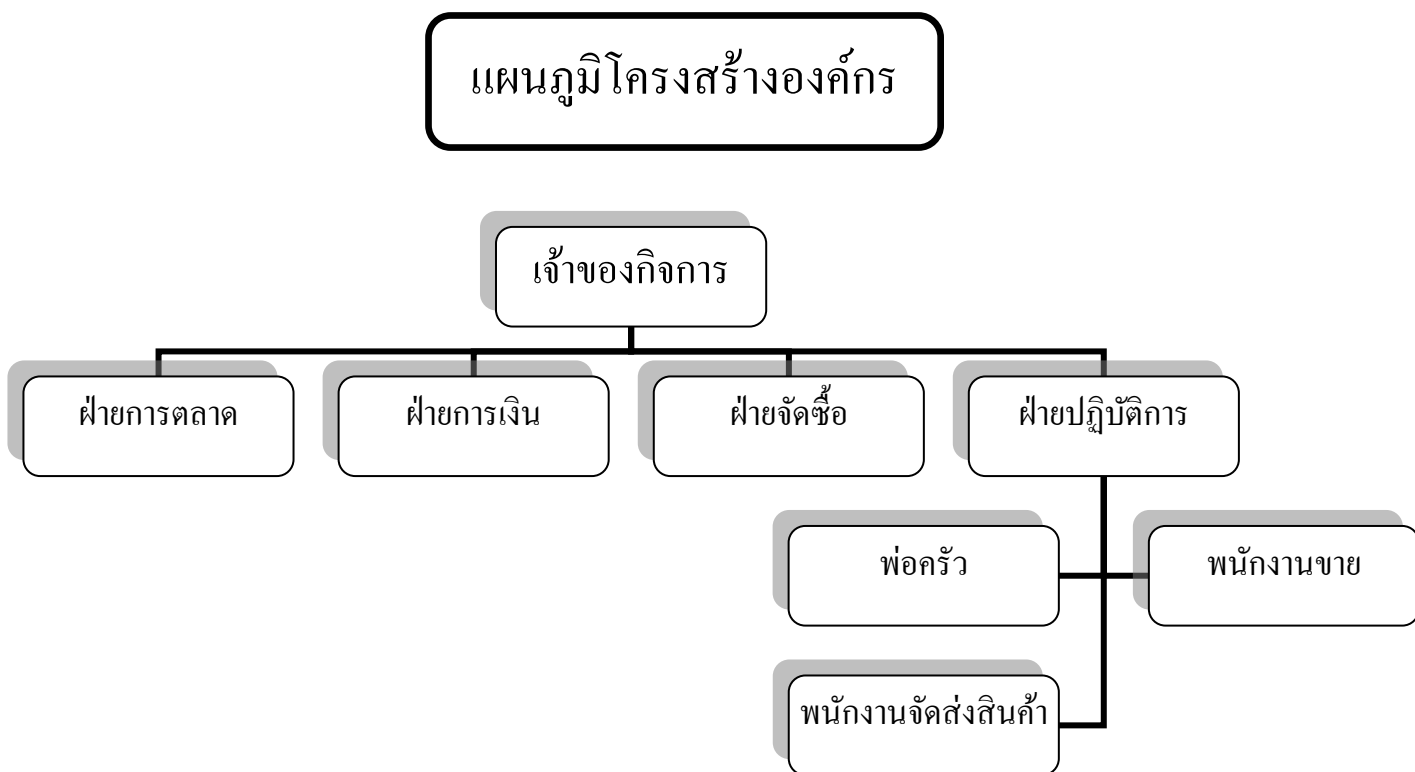
ขั้นตอนการผลิต

การทำสลัดผักเพื่อวางจำหน่ายของทางร้านจะเริ่มจากการเตรียมผักก่อน โดยจะต้องมีกระบวนการคัดแยกผักเพื่อนำมาล้างให้สะอาด แยกผักส่วนที่ไม่ได้มาตรฐานออกไป โดยจะเก็บไว้เฉพาะผักที่มีความสด สวยงาม น่ารับประทานเท่านั้น ผักที่ใช้ทำสลัดจะแยกออกเป็นส่วนๆ โดยจะคัดแยกเป็นผักแต่ละชนิด แยกออกจากกัน จะไม่มีการหั่นรวมกัน ผักที่ใช้จะหั่นให้มีขนาดพอดีคำ เพื่อความสะดวกในการรับประทานของผู้บริโภค จากนั้นก็จะทำการแช่ผักไว้ในตู้แช่เพื่อให้ผักยังคงมีความสดใหม่ และมีความกรอบ อร่อย อีกด้วย

ขั้นตอนต่อมา หลังจากที่ได้มีการจัดเตรียมผักสดไว้พร้อมแล้วนั้น น้ำสลัดที่ใช้ทานคู่กับผักสลัด ถือว่ามีความสำคัญมากๆ จะต้องมีการปรุงที่พิถีพิถัน มีความสะอาด และอร่อยพร้อมเสิร์ฟคู่กับผักสลัดสดๆ กรอบๆ ทางร้านจะมีน้ำสลัดให้เลือกหลากหลาย เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกรับประทานได้ตามใจชอบ

- การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร



- การวิเคราะห์แผนการเงิน

ร้าน HEALTHY BOX ใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 1,000,000 บาท โดยจัดหาเงินลงทุนจากแหล่งกู้ยืมระยะยาว 500,000 บาทเป็นการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และเงินทุนส่วนตัวของเจ้าของกิจการอีก 500,000 บาท เพื่อการประกอบธุรกิจ

การคำนวณต้นทุนของเงินทุน (Cost of Capital)

บริษัทจะใช้ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก Weighted Average Cost of Capital (WACC) มาเป็นอัตราคิดลดกระแสเงินสดรับและจ่ายของโครงการ ซึ่งอัตราคิดลดเป็นอัตราที่ทำให้กระแสเงินสดในอนาคตคิดลดกลับมาเป็นกระแสเงินสดในปัจจุบัน เนื่องจาก WACC เป็นต้นทุนทางการเงินโดยเฉลี่ยของบริษัท เมื่อนำค่าของทุนที่ได้มาคำนวณเพื่อหาอัตราส่วนการคิดลด หรือ Weighted Average Cost of Capital (WACC) จะได้อัตราผลตอบแทนโครงการดังนี้

ตารางที่ 1 ต้นทุนเงินทุน

แหล่งเงินทุน	บาท	สัดส่วน	ต้นทุน
เงินกู้ยืมระยะยาว	500,000	0.5	4.00 %
ทุนส่วนตัวของเจ้าของ	500,000	0.5	4.675%
รวม	1,000,000	1.00	WACC (4+4.675) = 8.68%

ต้นทุนเงินกู้ระยะยาว พิจารณาจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เท่ากับ MRR (8%) + 2% = 10% (MRR ณ วันที่ 2 มิถุนายน 2557 เท่ากับ 8%) ต้นทุนของเงินกู้ยืมจึงเท่ากับ $(0.50) \times (10\%) \times (1-20\%)$ เท่ากับ 4.00% ต้นทุนของส่วนเจ้าของ พิจารณาจากการนำเงินไปลงทุนในหุ้นกู้ บมจ. ซีพี ออลล์ อัตราผลตอบแทนประมาณ 5.35 % บวกกับค่าชดเชยความเสี่ยง 3 - 5% ดังนั้น ต้นทุนของเงิน เท่ากับ $(0.5) \times (5.35+4\%)$ เท่ากับ 4.675 %

ตารางที่ 2 รายการลงทุน

ปีที่ 1 ลงทุนเปิดร้านที่ สถานีรถไฟฟ้ามหานครสายวิรัชชัย ปีที่ 4 และ 5 เปิดเพิ่มอีกปีละ 1 สาขา รวม 2 สาขา (สถานีอโศก, สถานีหมอชิต)

รายการลงทุน	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
วัสดุอุปกรณ์เครื่องใช้ในการผลิต	85,000	-	-	-	-
ค่าตกแต่งร้านและอุปกรณ์ในร้าน	75,000	-	-	75,000	75,000
รวม	160,000	-	-	75,000	75,000

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจร้านสลัดผักออร์แกนิก ‘HEALTHY BOX’ อยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ได้กำหนดขึ้นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บรรณานุกรม

ชีวิตปลอดสารออร์แกนิก Organic Life [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก

<http://www.pregnancysquare.com/aboutmom/food-pregnant/196/> (เมษายน 2556).

บมจ.ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร จำกัด เส้นทางรถไฟให้บริการ BTS. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://www.bts.co.th/customer/th> (20 ตุลาคม 2557).

ผักออร์แกนิก. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://www.kasetorganic.com> (20 ตุลาคม 2557).

เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับผักออร์แกนิก. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://www.greennet.or.th> (19 ตุลาคม 2557).

สูตรการทำน้ำสลัด. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://www.meetips.com> (23 ตุลาคม 2557).

ข้อมูลผักทำสลัด. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://www.bangsaiagro.com/samples-grown> (22 ตุลาคม 2557).

ข้อมูลสลัด. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://www.mermaid.panphuket.com> (19 ตุลาคม 2557).

มารู้จัก “ผักสลัด” กันดีกว่า. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก:

<http://lib.dtc.ac.th/article/kitchen/0022.doc> (19 ตุลาคม 2557).