

บทคัดย่อ



แผนธุรกิจ

ข้าวหอมมะลิอบกรอบผสมแก่นตะวัน

“HEALTHY SNACK”

ประกิต วิสุทธิวิริยากร

การศึกษาดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการนวัตกรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ปีการศึกษา 2559

## บทสรุปผู้บริหาร

ผลิตภัณฑ์“ข้าวหอมมะลิอบกรอบผสมแก่นตะวัน” ภายใต้ตราสินค้า HEALTHY SNACK เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมระหว่างข้าวหอมมะลิกับแก่นตะวันเพิ่มรสชาติด้วยงาดำ ซึ่งการใช้ส่วนผสมเน้นเรื่องของสุขภาพเป็นหลัก มีประโยชน์ต่อสุขภาพ รวมถึงมีสารไฟเบอร์โอติก ที่ช่วยลดภาวะการเกิดโรคมะเร็งลำไส้ได้ด้วย ผ่านการอบกรอบด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทุกครั้งที่กัดข้าวหอมมะลิอบกรอบผสมแก่นตะวันจะสัมผัสถึงความอร่อย กรอบ มีกลิ่นของงาดำ นำรับประทาน นอกจากนี้เรายังนำนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ มาช่วยในการยืดอายุอาหารอีกด้วย ช่วยเก็บรักษารสชาติ ความสดไว้ได้นาน ทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์และคุณค่าทางสารอาหารอย่างครบถ้วน

กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นลูกค้าที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่ชอบรับประทานอาหารว่างประเภทขบเคี้ยว มีความสนใจในการดูแลสุขภาพ เป็นกลุ่มที่เริ่มตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวได้ด้วยตัวเอง กลุ่มเป้าหมายรองกลุ่มผู้บริโภควัยทำงาน ที่มีลักษณะเป็น Healthy Concern ที่มีทัศนคติที่ดีต่อขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ คำนึงถึงประโยชน์ ความรู้สึกละมุน และความพึงพอใจของผู้รับเป็นสำคัญ และชอบสร้างความประทับใจให้กับผู้อื่น และมีสามตั้งใจที่จะให้สิ่งที่ดีกับคนที่ตัวเองรัก จึงเห็นได้ว่าสามารถสร้างสินค้าให้มีคุณภาพ มีความหลากหลาย บรรจุภัณฑ์สวยงาม โดยวางตำแหน่งของสินค้าไว้คือเป็นสินค้าที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ มีราคาปานกลาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น โดยการจัดจำหน่ายคือ ร้านสะดวกซื้อ,ห้างสรรพสินค้า, ผู้แทนจำหน่าย แผนด้านการเงินและการลงทุนเป็นลักษณะการร่วมทุน ประกอบด้วยเงินทุน 7,000,000 บาท ราคาหุ้นละ 100 บาท จำนวน 70,000 หุ้น มีผู้ถือหุ้น 5 คน สำหรับความเป็นไปได้ในธุรกิจนี้ หากแผนการผลิตเป็นไปได้ตามที่คาดการณ์ สามารถสร้างผลตอบแทนในโครงการนี้  $IRR = 43.64\%$  และสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 1 ปี 2 เดือน โดยกิจการสามารถให้ค่า  $NPV = 7,208,094$  เป็นบวก หมายถึงผลประโยชน์ในอนาคตคิดมูลค่าปัจจุบันแล้วมีค่ามากกว่าเงินลงทุนคือโครงการนี้ได้รับผลตอบแทนคุ้มกว่าการลงทุน

## ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ

### 2.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

บริษัท สแน็คเพื่อสุขภาพ จำกัด ก่อตั้งเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 เกิดแนวความคิดการนำเอาวัตถุดิบที่มีในภาคการเกษตร ชื่อว่าแก่นตะวัน ที่มีสารไฟโบรไอติกที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย มาทำเป็นอาหารเพื่อให้ผู้ที่รักสุขภาพ ได้มีทางเลือกในการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ จึงเป็นที่มาของการนำหัวแก่นตะวันมาผสมรวมกับแป้งข้าวหอมมะลิ ทำเป็นผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่มีประโยชน์ จึงเป็นที่ยอมรับกันว่าแก่นตะวันมีสารไฟโบรไอติก (Prebiotic) คือสารหรือองค์ประกอบที่ไม่ถูกย่อยและดูดซึมในระบบทางเดินอาหารส่วนบน ช่วยกระตุ้นการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ในทางเดินอาหาร ทำให้ภูมิคุ้มกันร่างกายดีขึ้น ซึ่ง “แก่นตะวัน” เป็นผลงานการวิจัยที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงเศรษฐกิจพอเพียง อันจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายทั้งมหาวิทยาลัย หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน กลุ่มเกษตรกร ประชาชนทั่วไป อันจะเอื้อประโยชน์ต่อการบริโภคและการท่องเที่ยวของประเทศต่อไป

ภาพ รายได้ธุรกิจขนมขบเคี้ยว



ภาพ 2 ส่วนแบ่งตลาดขนมขบเคี้ยว



## ข้อมูลของบริษัท

- ชื่อนิติบุคคล : บริษัท สแน็คเพื่อสุขภาพ จำกัด
- วันที่จัดตั้ง : 1 กุมภาพันธ์ 2560
- ทุนจดทะเบียน : 7,000,000 บาท
- แบ่งเป็น : 70,000 หุ้น
- มูลค่าหุ้นละ : 100 บาท
- ที่ตั้งกิจการ : เลขที่ 69/489 หมู่บ้านเมฆฟ้าวิลล์ ตำบลท้ายบ้าน อำเภอเมือง  
จังหวัด สมุทรปราการ 10270
- ลักษณะธุรกิจ : ธุรกิจจำหน่ายขนมขบเคี้ยวที่มีสมุนไพรจากแก่นตะวัน  
เป็นส่วนผสมหลัก

### 2.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ และ จุดมุ่งหมายของกิจการ

#### วิสัยทัศน์ (Vision)

“HEALTHY SNACK สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่มีสมุนไพร เพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ  
ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตามมาตรฐานสากล”

#### พันธกิจ (Mission)

- เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพผสมสมุนไพร เพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ คุณภาพสูง ปลอดภัย และตามมาตรฐานสากล
- พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ มีความหลากหลายในรสชาติ สอดคล้องความต้องการของลูกค้า
- สร้างสรรค์พัฒนาผลิตภัณฑ์จากสารสกัดสมุนไพร โดยดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคม

## วัตถุประสงค์ (Objective)

พฤติกรรมในการบริโภคอาหารของคนในยุคปัจจุบันมุ่งเน้นที่อาหารมีส่วนผสมของสารประกอบจากสมุนไพรมากขึ้น เพราะนอกจากบริโภคเพื่อความอร่อยแล้ว ยังมีคุณประโยชน์ทางด้านสารอาหาร รวมถึง ตลาดอาหารขบเคี้ยวในปัจจุบันมียอดขายที่สูงมาก มีรายได้เข้าสู่ประเทศไทย เป็นเงินหลายหมื่นล้านบาท จึงน่าจะเป็นช่องทางในการประกอบธุรกิจในการนำสมุนไพรมาทำเป็นอาหาร บริษัทสแน็คเพื่อสุขภาพ จึงมองเห็นความสำคัญที่นำสมุนไพรจากแก่นตะวันมาเป็นส่วนผสมในขนมขบเคี้ยว เพื่อประโยชน์ทางด้านโภชนาการ ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่สนใจ หรือชื่นชอบในการบริโภคขนมขบเคี้ยว ให้สามารถบริโภคสารอาหารที่มีอยู่ในหัวแก่นตะวันได้มากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันยังมีผู้ประกอบการไม่กี่รายที่นำสารสมุนไพรผสมในขนมขบเคี้ยว โดยจะมีความแตกต่างด้านราคาอุปถัมภ์ที่เป็นที่พอใจสำหรับผู้บริโภคได้

## เป้าหมาย (Goals) ของกิจการ

เป้าหมายในการทำธุรกิจแบ่งเป็น 3 ระยะ

เป้าหมายการดำเนินงานในระยะสั้นภายใน 1-2 ปี

1. เน้นสร้างการรับรู้ตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักในผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย สามารถถือครองส่วนแบ่งในตลาดขนมขบเคี้ยว ร้อยละ 0.01 จากมูลค่ารวมตลาดขนมขบเคี้ยว 30,000 ล้านบาท
2. จำหน่ายสินค้าในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
3. อัตราการเจริญเติบโต 5% ของยอดขาย

เป้าหมายการดำเนินงานระยะกลาง ภายใน 3-5 ปี

1. ขยายธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ไปในพื้นที่ต่างจังหวัด
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมในกลุ่มอาหารขบเคี้ยวประเภทอื่นให้มีส่วนผสมสารสกัดสมุนไพรจากแก่นตะวันมากขึ้น และการสร้างพันธมิตรทางการค้า

### 3. อัตราการเจริญเติบโต 5 % ของยอดขาย

เป้าหมายการดำเนินงานระยะยาว ภายใน 6-10 ปี

1. เพิ่มกำลังการผลิต โดยขยายการส่งออกไปยังประเทศแถบเอเชีย
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมในกลุ่มอาหารขบเคี้ยวประเภทอื่นให้มีส่วนผสมสารสกัดสมุนไพรจากแก่นตะวันมากขึ้น และการสร้างพันธมิตรทางการค้า

### 2.3 รายละเอียดของสินค้าและบริการ

“HEALTHY SNACK “ เป็นผลิตภัณฑ์อาหารขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพที่มีสมุนไพรแก่นตะวัน มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า หัวแก่นตะวันจะไม่ถูกย่อยในกระเพาะ เป็นสารใยอาหารที่ให้แคลอรีต่ำ ช่วยลดความอ้วน ไม่เพิ่มปริมาณน้ำตาลในเลือด จึงไม่เป็นปัญหากับผู้เป็นโรคเบาหวาน ช่วยลดความเสี่ยงจากการเป็นโรคหัวใจและหลอดเลือด ผสมรวมกับข้าวหอมมะลิ ออกมาเป็นขนมขบเคี้ยวที่เป็นคุณค่าทางสารอาหารครบถ้วน เป็นอาหารว่าง ยังได้ประโยชน์จากแก่นตะวัน โดยเพิ่มรสชาติ งาดำและสาหร่าย ที่มีคุณค่าทางโภชนาการเช่นกัน

บริการจัดจำหน่ายสินค้า “HEALTHY SNACK “ ได้ที่ร้านสะดวกซื้อ, Modern Trade ,Chain Store หรือสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์กต่างๆ อาทิ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ เป็นต้น โดยจัดส่งสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ (Delivery Service)

### 2.4 ความเป็นนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพภายใต้ตราสินค้า “HEALTHY SNACK” ใช้ส่วนผสมจาก “หัวแก่นตะวัน” ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยมีผลงานวิจัยสนับสนุนถึงคุณประโยชน์ของหัวแก่นตะวันดังกล่าว ,และเมื่อนำมาผสมรวมกับข้าวหอมมะลิผลิตเป็นขนมขบเคี้ยวทำให้มีประโยชน์ต่อร่างกาย เน้นเรื่องสุขภาพของผู้บริโภค รวมถึงการบรรจุภัณฑ์สินค้า ด้วยระบบสุญญากาศ ทำให้สินค้ามีความใหม่เสมอ

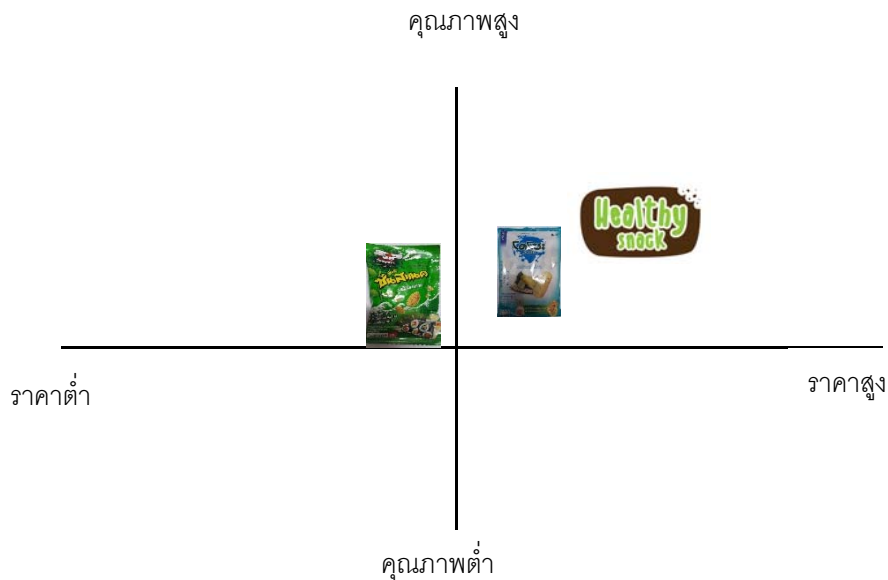
ภาพ 3 สินค้าข้าวหอมมะลิอบกรอบผสมแก่นตะวัน



การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

ผลิตภัณฑ์ “ข้าวหอมมะลิอบกรอบผสมแก่นตะวัน” ภายใต้ตราสินค้า HEALTHY SNACK เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นโดยมีส่วนผสมของสมุนไพรแก่นตะวันที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย มีคุณภาพที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในตลาดปัจจุบัน และมีราคาปานกลางที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้

ภาพ 7 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)



## ส่วนประสมการตลาด ( Marketing Mix 4 P )

บริษัท สแน็คเพื่อสุขภาพ จำกัดเป็นผู้จำหน่ายขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ ดังนั้นส่วนผสมทางการตลาดที่จะใช้ประกอบมีกลยุทธ์ด้านสินค้า กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการขาย โดยมีรายละเอียดแต่ละกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

### สินค้า (PRODUCT)

เนื่องจากธุรกิจขนมขบเคี้ยว บริษัทสแน็คเพื่อสุขภาพ ใช้กลยุทธ์ระดับธุรกิจที่มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากพืชสมุนไพรไทย กลยุทธ์ด้านสร้างความแตกต่างเพื่อให้ผู้บริโภคเห็นถึงข้อดีของการบริการขนมขบเคี้ยวที่มีสารสมุนไพรแก่นตะวันผสมอยู่ ซึ่งเป็นสมุนไพรที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง โดยให้ความสนใจในประเด็นของสินค้า ได้แก่

#### คุณสมบัติของสินค้า

1. สะอาด ผู้บริโภคส่วนใหญ่คำนึงถึงความสะอาดของสินค้าเป็นอันดับแรก ดังนั้น การคัดสรรวัตถุดิบ สถานที่จัดเตรียมวัตถุดิบต้องสะอาด ซึ่งมีความสำคัญมาก รวมถึงกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นจนเสร็จเป็นขนมอบกรอบที่มีสารแก่นตะวันผสมอยู่ เน้นเรื่องความสะอาดเป็นหลัก รวมไปถึงสถานที่จัดจำหน่ายต้องสะอาดอยู่ในแหล่งห้างสรรพสินค้า
2. รสชาติ ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องรสชาติมาก ซึ่งบริษัทสแน็คเพื่อสุขภาพทำการทดสอบ ทดลอง จนได้สินค้าที่มีรสชาติตรงตามกลุ่มเป้าหมายโดยเพิ่มรสชาติจากงาดำ เพื่อให้ได้คุณค่าทางสารอาหารเพิ่มขึ้นไปอีก สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า เกิดความประทับใจว่าสินค้านี้มีรสชาติดี ถูกหลักอนามัย
3. คุณค่าทางโภชนาการ บริษัทสแน็คเพื่อสุขภาพ ให้ความสำคัญเรื่องคุณค่าทางโภชนาการ จึงมีการคัดเลือกวัตถุดิบที่สะอาด สด โดยผ่านกระบวนการผลิตที่ทันสมัย ไม่ทำให้รสชาติอาหารเปลี่ยนไป บรรจุภัณฑ์ที่มีสุญญากาศเพื่อให้รสชาติอาหารคงอยู่เสมอ
4. ไขมันและแคลอรีต่ำ ปัจจัยหนึ่งที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญมากในการตัดสินใจซื้อ เพราะผู้บริโภคสมัยใหม่ต้องการดูแลใส่ใจคุณภาพ และรูปร่างตัวเองมากขึ้น ดังนั้นบริษัทจึง



เลือกใช้วัตถุดิบที่ให้ไขมันต่ำ และผ่านกระบวนการผลิตแบบปราศจากไขมันด้วยเทคโนโลยี เครื่องอบกรอบชนิดพิเศษ

5. แสดงบอกส่วนผสม วัตถุดิบที่เป็นจุดเด่นบนบรรจุภัณฑ์

ผู้บริโภครู้สึกถึงความสำคัญข้อบังคับของทางการที่ต้องระบุข้อมูลทางโภชนาการและระบุ ส่วนผสม รวมถึงประโยชน์แก่ผู้บริโภค บริษัทจะแสดงส่วนประกอบที่เป็นจุดเด่น ที่แตกต่าง กับขนมขบเคี้ยวทั่วไปบนบรรจุภัณฑ์เพราะผู้บริโภครู้สึกต้องการข้อมูลเพื่อใช้ไปประกอบการ ตัดสินใจถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับ เป็นการทำให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้าได้มากขึ้นอีกด้วย

ข้อมูลทางโภชนาการ	
หนึ่งหน่วยบริโภค : 1 ชิ้น ( 50 กรัม)	
จำนวนหน่วยบริโภคต่อซอง : 1	
คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค พลังงานทั้งหมด 13 กิโลแคลอรี ร้อยละ	
ไขมันทั้งหมด 5 กรัม	8.00
ไขมันอิ่มตัว 2.5 ก.	13.00
โปรตีน	2.00
คาร์โบไฮเดรต	7.00
โซเดียม	9.00

กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

บริษัทสแน็คเพื่อสุขภาพเป็นธุรกิจจำหน่ายขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพที่คำนึงถึงรสชาติประโยชน์ ต่อสุขภาพของผู้บริโภค รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้วัตถุดิบการเกษตรไทย ผลิต ภายใต้ผลงานวิจัยรองรับ การดำเนินการในเรื่องดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า Healthy Snack เป็นขนม ขบเคี้ยวที่มีคุณค่าที่มากกว่าแค่รับประทานขนมธรรมดา ดังนั้นบริษัทจึงตั้งราคาโดยพิจารณา ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงต่อสูง สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ไม่ขาดทุน โดยมีราคาจำหน่ายถุงละ 35 บาทต่อขนาดน้ำหนัก 50 กรัมต่อถุง

## กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

บริษัทสแน็คเพื่อสุขภาพ พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้เพิ่มมากขึ้น โดยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว โดยช่องทางการจำหน่าย คือ ร้านสะดวกซื้อ, Modern Trade ,Chain Store รวมทั้งเพิ่มทางการจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์จัดส่งให้กับผู้บริโภคที่สนใจทั่วประเทศ โดยเก็บค่าธรรมเนียมปลายทาง

### ภาพ 8 ช่องทางการจำหน่าย



## กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การสื่อสารทางการตลาดเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญที่บริษัทต้องดำเนินการ เพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทและสินค้า ให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รู้จักและเข้าใจในคุณค่าของสินค้า ให้ลูกค้าจดจำตราสินค้าได้ผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดหลายรูปแบบ โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อนำเสนอคุณค่าของตราสินค้าไปสู่ผู้บริโภคให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดในระยะเวลาอันสั้น

### อัตราส่วนผสมสูตรข้าวหอมมะลิอบกรอบผสมแก่นตะวันรสจืด

ลำดับ	วัตถุดิบ	กลุ่มผู้จำหน่าย	อัตราส่วน (%)
1.	แป้งแก่นตะวัน	สะออนฟาร์ม	10.00
2.	แป้งข้าวหอมมะลิ	กลุ่มเกษตรกรข้าวหอมมะลิ	80.00
3.	งาดำ	ไร่ทิพย์งาดำ	0.50
4.	ผงปรุงรสสำเร็จรูป	บริษัท ซี.พี. อินเตอร์ฟู้ด จำกัด	0.50
รวม			100.00

## สรุปแผนการเงิน

### งบกระแสเงินสด (รายปี)

รายการ	เวลา (ปี)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน</b>					
กำไรสุทธิ	3,129,200	4,145,640	4,611,454	5,086,698	5,571,433
บวกกลับ ค่าเสื่อมราคา	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
สต็อกสินค้าสำเร็จรูป (เพิ่ม/ลด)	-3,255,000	-98,070	-101,033	-104,086	-107,230
ลูกหนี้การค้า (เพิ่ม/ลด)	-3,390,625	-102,156	-105,243	-108,423	-111,698
เจ้าหนี้การค้า (เพิ่ม/ลด)	1,627,500	49,035	50,517	52,042	53,616
เงินสดจากการดำเนินงาน	-1,588,925	4,294,449	4,755,695	5,226,231	5,706,121
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน</b>					
เครื่องใช้ สนง.	-300,000	-	-	-	-
ยานพาหนะ	-1,200,000	-	-	-	-
เงินสดจากการลงทุน	-1,500,000	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน</b>					
ทุนจดทะเบียน	7,000,000	-	-	-	-
เงินปันผลจ่าย	-625,840.00	-829,128	-922,291	-1,017,340	-1,114,287
เงินสดจากการจัดหาเงิน	6,374,160	-829,128	-922,291	-1,017,340	-1,114,287
การเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสด	3,285,235	3,465,321	3,833,404	4,208,892	4,591,835
เงินสดคงเหลือต้นงวด	-	3,285,235	6,750,556	10,583,960	14,792,852
เงินสดคงเหลือปลายงวด	3,285,235	6,750,556	10,583,960	14,792,852	19,384,686

### การวิเคราะห์ PB, NPV, IRR

การคำนวณ Payback Period			การคำนวณ NPV			การคำนวณ IRR		
สิ้นปีที่	เงินสดสุทธิ	สะสม	สิ้นปีที่	เงินสดสุทธิ	สะสม	สิ้นปีที่	เงินสดสุทธิ	สะสม
เงินลงทุน	-7,000,000		เงินลงทุน	-7,000,000		เงินลงทุน	-7,000,000	
1	3,285,235	3,285,235	1	3,285,235	3,285,235	1	3,285,235	3,285,235
2	3,465,321	6,750,556	2	3,465,321	6,750,556	2	3,465,321	6,750,556
3	3,833,404	10,583,960	3	3,833,404	10,583,960	3	3,833,404	10,583,960
4	4,208,892	14,792,852	4	4,208,892	14,792,852	4	4,208,892	14,792,852
5	4,591,835	19,384,686	5	4,591,835	19,384,686	5	4,591,835	19,384,686
รวม	19,384,686		Rate	=	9.0%	Rate	=	9.0%
เฉลี่ย	3,876,937	1.21	NPV	=	7,208,094	IRR	=	43.64%

- จากการลงทุน 7,000,000 บาท ใช้เวลาดำเนินทุนของโครงการเท่ากับ 1 ปี 2 เดือน
- อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในระยะเวลา 5 ปี เท่ากับ 43.64 % โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ NPV เท่ากับ 7,208,094 บาท แสดงให้เห็นว่าการลงทุนของบริษัทสามารถสร้างผลตอบแทนได้ดี

