

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง	นวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพพร้อมส่ง
ชื่อผู้เขียน	ทรรศนีย์ สืบสาย
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรม
ปีการศึกษา	2560
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์พี ม่วงนนท์

บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท กินดี จำกัด มีแนวคิดในการดำรงธุรกิจของบริษัทที่มีวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจว่า “สุขภาพที่ดี เริ่มที่อาหารที่ดีที่คุณภาพ” เนื่องจากปัจจุบันคนไทยมีความสนใจในอาหารเพื่อสุขภาพ และกระแสรักสุขภาพ โดยจะเห็นว่าผู้คนหันมาให้ความสนใจในคุณภาพอาหารและคุณภาพชีวิตมากขึ้น ทั้งด้านความปลอดภัยของอาหารและการป้องกันหรือรักษาโรคร้ายไข้เจ็บที่มีสาเหตุจากการรับประทานอาหาร แผนธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพจึงเกิดขึ้นเพื่อศึกษาทางด้านกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ ที่มีการพัฒนาสูตรอาหารร่วมกับนักโภชนาการ เพื่อให้อาหารมีความเหมาะสมต่อคุณค่าทางโภชนาการมากที่สุด และการคำนึงถึงความปลอดภัยและแหล่งที่มาที่เชื่อถือได้ของวัตถุดิบ

จากมูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มประเภท health and wellness ที่เติบโตขึ้นราว 9% ต่อปี ตลอดช่วง 5 ปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องไปอยู่ที่เกือบ 2 แสนล้านบาทในอีก 3 ปีข้างหน้า หรือเพิ่มขึ้นราว 27% จากมูลค่าตลาด ณ ปัจจุบัน โดย sub-segment ที่คาดว่าจะมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดอย่างต่อเนื่อง คือ ผลิตภัณฑ์ประเภท general wellbeing ยกตัวอย่างเช่น อาหารที่ประกอบด้วยสารสกัดจากธรรมชาติซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกันโรค บำรุงสมอง เพิ่มศักยภาพการทำงานให้กับระบบต่อต้านอนุมูลอิสระ ลดความเสื่อมของระบบต่างๆ ภายในร่างกาย และมีผลให้สุขภาพโดยรวมแข็งแรงมากขึ้น

ในประเทศไทยนั้น ตลาดอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพปี 2558 มีมูลค่ามากกว่า 1.7 แสนล้านบาท หากพิจารณาย้อนหลัง 5 ปีมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละ 9.1 % เป็นอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับตลาดอาหารโดยรวมของประเทศซึ่งเติบโตแค่ 3-5 % ต่อปี ทั้งนี้ คาดว่าแนวโน้มของผลิตภัณฑ์สุขภาพในไทยยังคงเติบโตต่อไป มีปัจจัยสนับสนุน อย่างเช่น เทรนด์ดูแลสุขภาพใส่ใจสุขภาพ ซึ่งเป็นพฤติกรรมเด่นชัดมากขึ้นในกลุ่มผู้บริโภคทุกช่วงวัย รวมถึงทิศทางประชากรที่ค่อยๆก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ คาดกันว่าในอีก 10 ปีข้างหน้าจำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า ยิ่งกระตุ้นให้ต้องดูแลสุขภาพมากขึ้นด้วย

โดยกลุ่มลูกค้าลูกค้าเป้าหมาย เป็นกลุ่มคนรักสุขภาพดูแลตัวเองมองถึงคุณค่าทางโภชนาการ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มคนที่ต้องการลดน้ำหนัก จุดเด่นของสินค้าคือการนำสารสกัดจากหญ้าหวานมาใช้แทนน้ำตาล และเทคนิคด้านกลิ่นรสของสมุนไพรไทยต่อการปรับรสเค็มแทนการใช้เกลือเพื่อลดโซเดียมในสินค้า

ทางทีมผู้บริหารมองเห็น โอกาสดังกล่าวจึงมีแผนที่จะจัดตั้งบริษัทที่มีกำหนดการจัดตั้งบริษัทในเดือน กันยายน 2561 ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาทเป็นการเริ่มต้นกิจการจากหุ้นส่วนจำนวน 5 คน โดยใช้เงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของ ด้วยต้นทุนเงินทุนของเจ้าของ 20% ซึ่งจากแผนวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจ สำหรับการประมาณการการลงทุนใน 5 ปีแรกพบว่า แผนธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ มีความเป็นไปได้ในการลงทุน ด้วยเงินลงทุนเริ่มต้น 1,000,000 บาท โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 1,413,803 บาท และมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 30.99 % โดยมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) 2 ปี 3 เดือน แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ความเป็นมาของธุรกิจ

บริษัท กินดี จำกัด แนวคิดในการดำรงธุรกิจของบริษัทมีวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจว่า “สุขภาพที่ดี เริ่มที่อาหารที่ดีที่คุณภาพ” โดยผลิตสินค้าภายใต้ชื่อการค้า “แคร์ยู” (Care You) บริษัทมีแนวคิดที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่รักสุขภาพ และต้องการมีรูปร่างที่สวยงามประกอบกับมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาประกอบอาหาร

เพื่อสุขภาพรับประทานเองในทุกๆมือของแต่ละวัน หรือผู้บริโภคที่ไม่มีความรู้เพียงพอทางด้านโภชนาการในการปรุงอาหารเพื่อตอบโจทย์ในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพของแต่ละคน ดังนั้นทางบริษัทจึงมีแนวคิดในการจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพแบบบริการจัดส่ง โดยเน้นผลิต เมนูอาหารที่รับประทานแล้วมีประโยชน์ต่อร่างกาย โภชนาการอาหารครบถ้วนและมีสารอาหารครบทั้ง 5 หมู่

ปัจจุบันทางร้านมีชุดอาหารให้ลูกค้าเลือกรับประทานแบ่งเป็นชุดทั้งหมด 3 ชุด คือ Healthy Course, Diet Course และ Special Course เลือกที่จะทำการจัดจำหน่ายผ่านทาง Social Network (Line, Facebook, Instagram) โดยในช่วงเริ่มต้นนั้นจะยังไม่มีหน้าร้าน ลูกค้าต้องทำการลงทะเบียน (E-mail, Facebook) และสั่งอาหารผ่านทาง (Line, Facebook, Instagram) จะมีการเปิดกลุ่ม Line และ Facebook ของร้านขึ้นมาโดยเฉพาะเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

วิสัยทัศน์ (Vision)

บริษัท กินดี จะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสุขภาพที่ดีของทุกคนในครอบครัว

พันธกิจ (Mission)

1. เราจะให้บริการอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และถูกสุขลักษณะซึ่งสอดคล้องกับความต้องการทางร่างกายของทุกคน
2. เราจะเลือกเฉพาะวัตถุดิบที่ดีจากแหล่งที่เชื่อถือได้เพื่อคงคุณภาพสูงสุดให้กับผู้บริโภค
3. เราจะคอยพัฒนาสินค้า รวมถึงรสชาติอาหารใหม่ๆเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสม่ำเสมอ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Key Success Factor)

ปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่ต้องทำให้มีหรือให้เกิดขึ้น เพื่อสร้างธุรกิจให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และเป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งจากการศึกษารูปแบบธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพนี้มีปัจจัยสู่ความสำเร็จ ดังนี้

1. คุณภาพของวัตถุดิบ ทางร้านจึงมีการปรุงอาหารที่สดใหม่ ใช้วัตถุดิบที่คัดสรรเรื่องความสด สะอาด ของเนื้อสัตว์ ผักผลไม้ และความปลอดภัยของผู้บริโภค
2. รสชาติอาหารที่มีความอร่อย จะเป็นจุดขายที่สำคัญของร้านอาหาร และทำให้ลูกค้าที่เคยรับประทานกลับมาทานซ้ำ และเกิดการบอกต่อได้
3. ความน่าเชื่อถือในการพัฒนาเมนูอาหาร ที่สามารถจะสร้างคุณประโยชน์ที่ดีต่อร่างกายอย่างแท้จริงให้แก่ผู้บริโภค ด้วยการเน้นการพัฒนาเมนูอาหารกับนักโภชนาการเมื่อผู้บริโภคทราบว่าสิ่งที่รับประทานแล้วส่งผลดีต่อสุขภาพจริง ก็จะทำให้ร้านมีความน่าเชื่อถือในมุมมองของลูกค้า
4. ความเข้าใจในตัวสินค้า การสร้างความเป็นที่รู้จักในกลุ่มของผู้รักษาสุขภาพ จะต้องใช้ความเข้าใจต่ออาหารที่ปรุงขึ้น รวมถึงศึกษาความต้องการที่แท้จริงทั้งในด้านรสชาติ ราคา และการให้บริการที่ลูกค้ามีความต้องการ
5. การเข้าใจต่อความต้องการของลูกค้า โดยร้านอาหารจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนเมนูอาหาร, ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่างๆ และการปรับตัวให้ทันตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

รายละเอียดสินค้าและบริการ

อาหารเพื่อสุขภาพของร้าน “แคร์ ยู” (Care you) นั้นจะนำวัตถุดิบที่สด ใหม่ สะอาดมาทำการปรุงอาหาร โดยการปรุงแต่ละขั้นตอน จะทำภายใต้การดูแลของนักโภชนาการเพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพของอาหาร ให้มีคุณสมบัติตรงตามที่ระบุไว้ในรายละเอียดของแต่ละชุดอาหาร

ทางบริษัทนำส่วนผสมของเครื่องปรุงรสมาใช้ในการปรุงอาหารเป็นสารให้ความหวานทดแทนน้ำตาลทรายเป็นสารสกัดมาจากธรรมชาติอย่างแท้จริง เป็นความหวานที่ปราศจากแคลอรี และไม่มีผลกระทบต่อปริมาณน้ำตาลในร่างกาย ใช้เทคนิคด้านกลั่นรสของสมุนไพรไทยต่อการรับรสเค็มในน้ำซุ๊ป โดยไม่ต้องใส่เกลือหรือโซเดียม นอกจากนี้ยังเลือกใช้นวัตกรรมด้านเทคนิคอิเล็กโทรไลซิส (Electrodialysis) เป็นการแยกสารผ่านเยื่อด้วยไฟฟ้า เพื่อทำให้น้ำปลา มีโซเดียมต่ำลง โดยไม่ต้องปรับเปลี่ยนสูตรเกลือในการหมักน้ำปลา ทางร้านก็ได้มีการจัดแบ่งชุดอาหารตามประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1. Healthy Course คือ อาหารที่ปรุงด้วยวัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพ รับประทานง่าย และมีสารอาหารครบทั้ง 5 หมู่ เหมาะสำหรับคนทั่วไปทุกเพศ ทุกวัย ที่ต้องการรับประทาน อาหารที่ดีและมีประโยชน์ต่อร่างกาย

2. Diet Course คือ ชุดอาหารที่เหมาะสมต่อผู้ที่มีความต้องการในการลดน้ำหนัก โดยตัว อาหารจะเน้นไปที่การควบคุมปริมาณ Calories เอาไว้ ซึ่งจะควบคุมโดยการคำนวณ ปริมาณการให้ Calories ของวัตถุดิบที่ใส่ลงเพื่อให้ร่างกายได้รับปริมาณ Calories ที่ เพียงพอต่อการใช้งานในแต่ละวัน และชุดอาหารนี้ยังเหมาะสมต่อผู้ที่ต้องการรักษา รูปร่างให้ดูดีอยู่ตลอดเวลา หรือผู้ป่วยที่มีอาการของโรคอ้วนที่ต้องการมีการควบคุมอาหาร อยู่ตลอดเวลา

3. Special Course คือ ชุดอาหารที่ทางร้านจะผลิตขึ้นมาเฉพาะบุคคล โดยทางร้านจะมี การสอบถามข้อมูลความต้องการของลูกค้า และนำมาปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้าน โภชนาการ เพื่อผลิตเป็นชุดอาหารที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะ เหมาะกับ ลูกค้าที่มีความต้องการอาหารแบบเฉพาะเจาะจงเป็นพิเศษ เช่น อาหารสำหรับผู้ป่วย โรคเบาหวาน ความดัน ก็ต้องทานชุดอาหารตามที่ที่ปรึกษาทางโภชนาการให้คำแนะนำ หรือจะเป็นอาหารสำหรับผู้ที่ต้องการที่จะเสริมสร้างกล้ามเนื้อเป็นพิเศษ ก็จำเป็นที่ จะต้องปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้าน โภชนาการ เพื่อช่วยให้คำแนะนำว่าต้องลดหรือเพิ่มเติม ตรงส่วนไหน

ความเป็นนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์

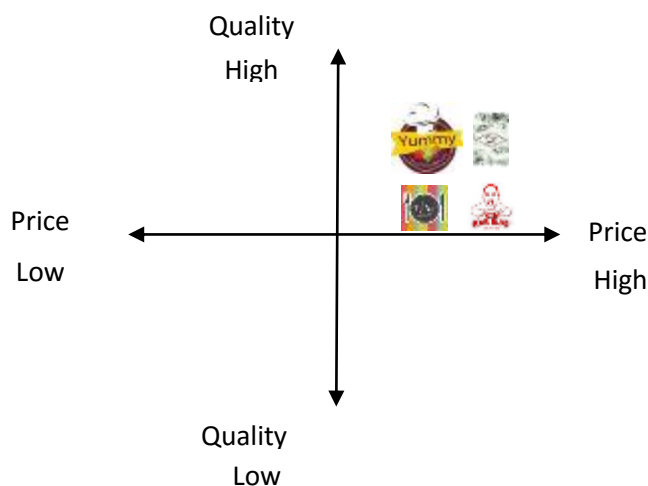
บริษัท กินดี จำกัด นำเสนอนวัตกรรมใหม่ด้วยการใช้เครื่องปรุงรสที่ผ่านกรรมวิธี ที่ใช้นวัตกรรม ทำให้เครื่องปรุงรสต่าง ๆ นั้นมีประโยชน์ต่อร่างกายมากขึ้น แต่ไม่ทำให้ รสชาติของอาหารด้อยลงในเมนูพิเศษ ภายใต้ตราสินค้า Care You เพื่อให้สินค้ามีความ แปลกใหม่ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่

1. ใช้นวัตกรรมสารสกัดหญ้าหวานใช้เป็นสารให้ความหวานทดแทนน้ำตาลทราย ซึ่งสาร“สตีวิโอไซด์” (Stevioside) ซึ่งเป็นสารที่มีรสหวานคล้ายคลึงกับน้ำตาล ทรายมาก โดยปริมาณสูงสุดในหญ้าหวานทั่วไปและเป็นสารที่มีรสหวานจัดจะมี ความหวานประมาณ 300 เท่าของน้ำตาลซูโครสเป็นสารสกัดมาจากธรรมชาติ

อย่างแท้จริง เป็นความหวานที่ปราศจากแคลอรี และไม่มีผลกระทบต่อปริมาณน้ำตาลในร่างกาย ซึ่งทางบริษัทนำเรื่องของสุขภาพมาเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเน้นเรื่องวัตถุดิบที่ปราศจากสารพิษ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคที่รักสุขภาพที่มีเพิ่มมากยิ่งขึ้นในตลาดปัจจุบัน

2. การใช้เทคนิคด้านกลีนิรสของสมุนไพรไทยต่อการรับรสเค็มในน้ำซุ๊ป พบว่ากลีนิและรสชาติเฉพาะตัวของกระเทียมและมะนาวหากนำมาใช้ปรุงรสอาหารร่วมกันในสัดส่วนที่เหมาะสมจะสามารถชูรสเค็มหรือเสริมการรับรสเค็มให้เด่นชัดขึ้นได้ดีขึ้นโดยไม่ต้องใส่เกลือหรือโซเดียมในปริมาณมากได้ ดังนั้นใช้เป็นเครื่องปรุงรสอาหารทดแทนการใช้เกลือ โดยให้ความเค็มเทียบเท่าเกลือปรุงอาหารทั่วไป แต่มีปริมาณโซเดียมลดลงประมาณ 22 % และไม่ส่งผลกระทบต่อรสชาติอาหารโดยรวม
3. ใช้นวัตกรรมด้านเทคนิคอิเล็กโทรไลซิส (Electrodialysis) เป็นการแยกสารผ่านเยื่อด้วยไฟฟ้า เพื่อทำให้น้ำปลา มีโซเดียมต่ำลงโดยไม่ต้องปรับเปลี่ยนสูตรเกลือในการหมักน้ำปลา โดยสามารถดึงโซเดียมออกไปประมาณ 14% ซึ่งผู้บริโภคไม่สามารถแยกความแตกต่างได้ระหว่างน้ำปลาปกติกับน้ำปลาลดโซเดียม

Market Positioning (การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์)



กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product strategy)

รายการอาหารของ แคร์ ยู (Care you) มีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค โดยหมวดหมู่อาหาร แบ่งออกเป็นชุด อาหารเพื่อสุขภาพที่ทางร้านได้ทำการจัดเป็นชุดอาหารเอาไว้แล้ว โดยจะเป็นแบ่งออกเป็น 3 ชุด

1. Healthy Course คือ อาหารที่ปรุงด้วยวัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพ รับประทานง่ายและมีสารอาหารครบทั้ง 5 หมู่ เหมาะสำหรับคนทั่วไปทุกเพศ ทุกวัย ที่ต้องการรับประทานอาหารที่ดีและมีประโยชน์ต่อร่างกาย
2. Diet Course ก็คืออาหารลดน้ำหนัก โดยจะเน้นไปที่การควบคุม Calories เอาไว้ไม่ให้มากเกินไปเกินความต้องการของร่างกายและไม่ย่อยจนเกินไป เหมาะสำหรับคนที่ต้องการลดน้ำหนักหรือผู้ที่ต้องการรักษารูปร่างให้ดูดีอยู่ตลอดเวลา
3. Special Course จะเป็นการเข้า Course กับทางร้าน โดยทางร้านจะมีที่ปรึกษาทางโภชนาการคอยให้คำปรึกษากับลูกค้า เหมาะกับลูกค้าที่มีความต้องการอาหารแบบเฉพาะเจาะจง เช่น อาหารสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน ความดัน ก็ต้องทานชุดอาหารตามที่ที่ปรึกษาทางโภชนาการให้คำแนะนำ เป็นต้น

กลยุทธ์ราคา (Price strategy)

เนื่องจากปัจจุบันสินค้าประเภทอาหารพร้อมรับประทานในตลาดนั้นมีผู้ให้บริการมากมาย โดยมีรูปแบบของสินค้าและการให้บริการที่แตกต่างกัน ทั้งอาหารคาวในร้านสะดวกซื้อ อาหารเพื่อสุขภาพที่มีขายตามท้องตลาดทั่วไป เช่น สลัดผัก สลัดโรล เป็นต้น ส่งผลให้ผู้บริโภคเองมีอำนาจในการต่อรองสูง กล่าวคือสามารถเลือกซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ ได้ ดังนั้นการตั้งราคาที่เหมาะสม จึงมีการตั้งระดับราคาหลายระดับ เพื่อให้สามารถตอบสนองลูกค้าได้ทุกกลุ่ม ทุกระดับรายได้ และเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริโภค

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place strategy)

ช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของบริษัท โดยในช่วงเริ่มต้นนั้นจะยังไม่มีหน้าร้าน ลูกค้าต้องทำการซื้อผ่านช่องทาง Onlineของบริษัททั้ง Facebook Line และ Instagram

โดยลงทะเบียน (E-mail, Facebook) แล้วจากนั้นทางร้านจะทำการจัดส่งอาหารตามสถานที่ที่ลูกค้าได้ลงทะเบียนเอาไว้ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพอใจสูงสุด และเกิดความสะดวกแก่กลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุ จึงมีการจัดส่งอาหารไปตามสถานที่ต่าง ๆ ให้กับลูกค้าตามความต้องการ

กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด (Promotion strategy)

เนื่องจากบริษัทเพิ่งเริ่มดำเนินกิจการเป็นปีแรก อีกทั้งยังไม่เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้น วัตถุประสงค์หลักสำหรับกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดคือ จะใช้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าในตัวสินค้า เพื่อเป็นการสื่อสารไปยังผู้บริโภคในระยะเวลาอันสั้นมุ่งเน้นไปที่การสร้างการรับรู้และคุ้นเคยให้กับผู้บริโภค (Brand Awareness) การพยายามสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย รวมถึงพยายามสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า (Brand image) ในเรื่องของการเป็นอาหารเพื่อสุขภาพที่เป็นมิตรต่อลูกค้าอย่างจริงใจเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าด้วยกันเองเพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจต่อสินค้าของร้าน โดยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ โดยช่องทางการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ผ่านช่องทาง website, Facebook, Line, Twitter Instagram เพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค

สรุปแผนการเงิน

งบกระแสเงินสด (รายปี)

รายการ	เวลา (ปี)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน					
กำไรสุทธิ	243,245	357,622	472,663	598,526	741,747
บวก					
กลับ					
ค่าเสื่อมราคา	95,698	95,698	95,698	95,698	95,698
สต็อกวัตถุดิบ (เพิ่ม/ลด)	(21,581)	(13,277)	(14,642)	(16,129)	(17,709)
เงินสดจากการดำเนินงาน	317,362	440,043	553,719	678,095	819,736
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
ที่ดิน	0	-	-	-	-
อาคารสำนักงาน	0	-	-	-	-
เงินทุนหมุนเวียน	(521,510)	-	-	-	-
เครื่องจักร	(279,590)	-	-	-	-
เครื่องใช้ สนง.	(118,900)	-	-	-	-
ยานพาหนะ	(80,000)	-	-	-	-
เงินสดจากการลงทุน	(1,000,000)	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน					
ทุนจดทะเบียน	1,000,000	-	-	-	-
เงินสดจากการจัดหาเงิน	1,000,000	0	0	0	0
การเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสด	317,362	440,043	553,719	678,095	819,736
เงินสดคงเหลือต้นงวด	-	317,362	757,405	1,311,124	1,989,219
เงินสดคงเหลือปลายงวด	317,362	757,405	1,311,124	1,989,219	2,808,955

การวิเคราะห์ PB, NPV, IRR

ระยะเวลาในการคืนทุน (Playback)

ปี	เงินสดสุทธิ	สะสม
เงินลงทุนใน		
โครงการ	(1,000,000)	
ปีที่ 1	243,245	243,245
ปีที่ 2	356,758	600,003
ปีที่ 3	470,910	1,070,913
ปีที่ 4	595,855	1,666,768
ปีที่ 5	738,132	2,404,900
ระยะเวลาคืนทุน		2ปี 3 เดือน

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนภายใน

ปี	เงินสดสุทธิ	กระแสเงินสดสุทธิของโครงการ
เงินลงทุนในโครงการ		
	(1,000,000)	
ปีที่ 1	243,245	243,245
ปีที่ 2	356,758	600,003
ปีที่ 3	470,910	1,070,913
ปีที่ 4	595,855	1,666,768
ปีที่ 5	738,132	2,404,900
Rate		0.0%
NPV		1,413,803
IRR		30.99%