

# สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีดบริเวณอาคารชุดพักอาศัย  
ในเขตบางนาและเขตสวนหลวง

A Feasibility Study of Investment in a Laundry Shop Franchise  
in Condominiums of Bangna and Suanluang Districts



๑พ.  
๗ 356 ค  
2549

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน..... **75249**  
วัน,เดือน,ปี..... **2.6.๕1.๒.2550**

เสนอ

b. **11824268**  
i. ....

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2549

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาในหอสมุดเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทคัดย่อ

|                  |   |  |
|------------------|---|--|
| ชื่อเรื่อง       | : | ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีดบริเวณอาคารชุดพักอาศัยในเขตบางนาและเขตสวนหลวง |
| นักศึกษา         | : | นางสาวสรินทิพย์ ผลสินธุ์   |
| ระดับการศึกษา    | : | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  |
| สาขาวิชา         | : | บริหารธุรกิจ   |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | : | รองศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์  |

การศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางการเงินของการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีด ได้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปถึงความคิดเห็นต่อการใช้บริการซักอบรีด รวมถึงรูปแบบการดำเนินกิจการธุรกิจซักอบรีดที่ผู้ใช้บริการต้องการ ซึ่งถือเป็นการส่งเสริมให้เกิดหน่วยธุรกิจย่อยมากยิ่งขึ้น และมีการประมาณขนาดของยอดขายของธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีดเพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจที่จะดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีด โดยการศึกษาลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งในการประมาณขนาดของยอดขายนั้น ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อยู่อาศัยในอาคารชุดจำนวน 384 คน โดยลักษณะคำถามจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับลักษณะโดยทั่วไปของความคิดเห็น ความต้องการ ในการเข้ามาใช้บริการร้านซักอบรีดของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนการศึกษาค่าความเป็นไปได้ทางการเงินนั้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการประกอบการตัดสินใจในการลงทุนดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีดในอาคารชุดพักอาศัย ซึ่งมีการใช้ตัวชี้วัดทางการเงิน 3 ชนิด คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ผลการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปและความต้องการของผู้บริโภค พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด ช่วงอายุ 20 ถึง 30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงาน / เจ้าหน้าที่บริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของอาคารชุดพักอาศัย พฤติกรรมในการซักรีดกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นการซักด้วยเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญและรีดด้วยตนเอง ในการใช้บริการส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการในช่วงวันศุกร์ – อาทิตย์ ในช่วงเวลา 8.00 – 12.00 น. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการร้านซักอบรีดแบบรายเดือน ค่าใช้จ่ายปกติของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการแบบรายเดือนส่วนใหญ่ต่ำกว่า 1,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าราคาแฟรนไชส์ซักอบรีดแบบรายเดือนมีความเหมาะสม

the highest consideration to boost confidence in the franchise as well as draw in the attention of consumers. Also there should be a comparison between each franchise in terms of pricing and transaction rights of each franchise to enhance control of profit making. If the approximate sales increases by 5 percent every year, in the reality it is possible that sales might be more than the approximation. Also in today's economy, which is lower than expected causing buying power to decrease which will not enhance a business yielding lower than normal profit.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| กิตติกรรมประกาศ  | (1)  |
| สารบัญ   | (2)  |
| สารบัญตาราง  | (4)  |
| บทที่ 1 บทนำ   | 1    |
| ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา   | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา  | 3    |
| ขอบเขตของการศึกษา  | 3    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ  | 3    |
| การตรวจเอกสาร  | 3    |
| วิธีการศึกษา   | 5    |
| บทที่ 2 แนวคิดทางทฤษฎี   | 8    |
| แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค   | 8    |
| แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน                             | 11   |
| บทที่ 3 ลักษณะและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแฟรนไชส์และธุรกิจแฟรนไชส์บริการซักอบรีด | 18   |
| ความเป็นมาของระบบแฟรนไชส์  | 18   |
| ประเภทของธุรกิจแฟรนไชส์  | 19   |
| รูปแบบการให้สิทธิแฟรนไชส์  | 22   |
| ธุรกิจแฟรนไชส์บริการซักอบรีด   | 29   |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา   | 32   |
| ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง   | 32   |
| ความคิดเห็นและความต้องการในการใช้บริการซักอบรีดของกลุ่มตัวอย่าง                | 36   |
| การประมาณขนาดของรายได้   | 40   |
| การวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีด                                | 41   |
| บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ  | 47   |
| สรุป   | 47   |
| ข้อเสนอแนะ   | 48   |

|  | หน้า |
|--|------|
| บรรณานุกรม   | 49   |
| ภาคผนวก  | 50   |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถามโครงการการศึกษาอิสระ                | 51   |
| ภาคผนวก ข ตารางแสดงผลการศึกษาและการวิเคราะห์ทางการเงิน | 55   |
| ประวัติผู้เขียน  | 63   |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

| ตารางที่ |   | หน้า |
|----------|---|------|
| 1        | เปรียบเทียบการลงทุนธุรกิจร้านซักอบรีดด้วยตัวเอง และการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีด | 2    |
| 2        | จำนวนแบบสอบถามในการคำนวณตามอัตราส่วนจำนวนห้องที่ทำการแจกแบบสอบถาม                 | 6    |
| 3        | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ  | 33   |
| 4        | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส  | 33   |
| 5        | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ   | 33   |
| 6        | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา  | 34   |
| 7        | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ  | 34   |
| 8        | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน   | 35   |
| 9        | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะของอาคารชุดพักอาศัย                                    | 35   |
| 10       | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะในการซักอบรีด  | 36   |
| 11       | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวันที่ต้องการใช้บริการซักอบรีด                               | 37   |
| 12       | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวันที่ต้องการใช้บริการซักอบรีด                               | 37   |
| 13       | กลุ่มตัวอย่างในการเข้ารับบริการร้านซักอบรีด                                       | 37   |
| 14       | ค่าใช้จ่ายปกติของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการซักอบรีดแบบรายเดือน                  | 38   |
| 15       | ความเหมาะสมของราคาแฟรนไชส์ซักอบรีดแบบรายเดือน                                     | 39   |
| 16       | เหตุผลในการเข้ารับบริการซักอบรีดแทนการซักอบรีดด้วยตนเอง                           | 39   |
| 17       | ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในการเข้ารับบริการซักอบรีด                             | 40   |
| 18       | ประมาณขนาดของรายได้ตามประเภทความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในการเข้ารับบริการซักอบรีด | 40   |
| 19       | อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา   | 41   |
| 20       | ส่วนแบ่งผลตอบแทนที่ให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์   | 43   |
| 21       | กระแสเงินสดส่วนเพิ่มในช่วงเวลา 3 ปีในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีด              | 44   |
| 22       | ตัวชี้วัดทางการเงินที่มีการปรับค่าของเวลา   | 45   |

|    | หน้า   |    |
|----|--|----|
| 23 | ตัวชี้วัดทางการเงินที่มีการปรับค่าของเวลา<br>กรณียอดของผู้ใช้บริการชกอบรีดลดลงร้อยละ10 | 46 |
| 24 | ตัวชี้วัดทางการเงินที่มีการปรับค่าของเวลา<br>กรณียอดของผู้ใช้บริการชกอบรีดลดลงร้อยละ20 | 46 |

### ตารางผนวกที่

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1  | ประมาณขนาดของยอดขายที่ได้รับจากการดำเนินงาน  | 55 |
| 2  | รายการของเงินลงทุนครั้งแรก   | 55 |
| 3  | ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ถาวรของธุรกิจแฟรนไชส์ชกอบรีด  | 56 |
| 4  | กระแสเงินสดรับจากการประมาณการยอดผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี                          | 56 |
| 5  | กระแสเงินสดส่วนเพิ่มของธุรกิจแฟรนไชส์ชกอบรีดจากการประมาณการ<br>ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี | 57 |
| 6  | ผลการวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจแฟรนไชส์ชกอบรีด   | 58 |
| 7  | กระแสเงินสดส่วนเพิ่มของธุรกิจแฟรนไชส์ชกอบรีด<br>กรณียอดผู้ใช้บริการลดลงร้อยละ 10             | 59 |
| 8  | ผลการวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจแฟรนไชส์ชกอบรีด<br>กรณียอดผู้ใช้บริการลดลงร้อยละ 10         | 60 |
| 9  | กระแสเงินสดส่วนเพิ่มของธุรกิจแฟรนไชส์ชกอบรีด<br>กรณียอดผู้ใช้บริการลดลงร้อยละ 20             | 61 |
| 10 | ผลการวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจแฟรนไชส์ชกอบรีด<br>กรณียอดผู้ใช้บริการลดลงร้อยละ 20         | 62 |

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ในสภาวะปัจจุบันนี้ สังคมเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะสังคมเมือง ประชาชนทำงานนอกบ้านมากขึ้นทั้งชาย และหญิง จึงไม่มีเวลาทำงานบ้าน รวมทั้งซักรีด เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม จำเป็นต้องพึ่งร้านบริการซักอบรีด เนื่องจากเทคโนโลยีเจริญขึ้นร้านที่ให้บริการได้นำเอาเครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ที่สามารถซักอบผ้าให้แห้งได้อย่างรวดเร็ว และมีเครื่องรีดผ้าทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

ตลาดซักอบรีดในปัจจุบันมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 ถึงร้อยละ 15-20 ต่อปี จากการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการซักอบรีดของ บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ในปี พ.ศ. 2543 พบว่าสัดส่วนผู้ใช้บริการซักอบรีด มีถึงร้อยละ 65.8 และซักผ้าด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 34.2 ดังนั้นธุรกิจบริการซักอบรีด จึงเป็นธุรกิจที่น่าลงทุน เพราะเป็นธุรกิจที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคนี้ที่ผู้คนให้ความสนใจเรื่องเครื่องแต่งกายมากขึ้น โดยมีแนวโน้มที่จะจ่ายให้กับร้านซักรีดมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันผู้คนให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพ การแต่งกายภายนอก ยอมจับจ่ายให้กับเสื้อผ้าราคาสูง ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการดูแลอย่างดี งานซักรีดจึงเป็นงานที่ต้องได้รับการใส่ใจมากขึ้นไปอีก เกินกว่าที่จะจัดการดูแลได้เอง ร้านซักรีดจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับคนในยุคปัจจุบัน และเนื่องจากวิถีชีวิตของคนไทยเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว อาศัยอยู่ในที่คับแคบลง ใช้ชีวิตเร่งรีบ ทำงานหนัก ต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น และไม่มีเวลาในการทำงานบ้าน โดยเฉพาะงานซักผ้า รีดผ้า ซึ่งเป็นงานที่ต้องใช้เวลาานพอสมควร จึงหันมาใช้มาใช้บริการซักรีดแทน แต่การที่ผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการหรือไม่ ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หลายด้าน อาทิ เช่น ราคาค่าบริการ ความสะอาด ทำเลที่ตั้ง การบริการ และการส่งเสริมการขายต่าง ๆ ธุรกิจประเภทนี้จึงน่าที่จะได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

การลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์บริการซักอบรีด เป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ที่ช่วยให้เข้าสู่การเป็นเจ้าของกิจการด้วยความเสี่ยงที่น้อยลงกว่าการเปิดร้านใหม่ด้วยตัวเอง โดยจะดำเนินงานภายใต้รูปแบบของธุรกิจที่ได้รับการพัฒนาจนเป็นระบบที่ได้รับการพิสูจน์หรือยอมรับแล้ว วิธีนี้นอกจากจะช่วยลดปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำธุรกิจขึ้นมาเอง ยังจะทำให้ช่วยเพิ่มโอกาสประสบความสำเร็จในธุรกิจค่อนข้างสูง เพราะเจ้าของสิทธิทางการค้าและบริการมักจะเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงและประสบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เขียนโดยนักวิชาการเชิงงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่เชิงงานด้านการศึกษา

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะเป็นผู้คอยให้คำแนะนำช่วยเหลือแก่ผู้เข้าร่วมระบบแฟรนไชส์ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบการลงทุนธุรกิจร้านซักอบรีดด้วยตัวเอง และการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ร้านซักอบรีด

| ข้อเปรียบเทียบ     | เป็นเจ้าของให้บริการเอง                    | การซื้อแฟรนไชส์                                  |
|--------------------|--|--|
| 1. เงินลงทุน       | น้อย                                       | มาก  |
| 2. ความน่าเชื่อถือ | ต้องสร้างเอง                               | สร้างความน่าเชื่อถือได้ทันที                     |
| 3. การบริหารงาน    | ขึ้นอยู่กับเจ้าของ                         | ขึ้นอยู่กับนโยบายของแฟรนไชส์                     |
| 4. รูปแบบให้บริการ | ขึ้นอยู่กับเจ้าของและความพอใจของลูกค้า     | ขึ้นอยู่กับนโยบายของแฟรนไชส์และความพอใจของลูกค้า |
| 5. รายได้          | เป็นของเจ้าของทั้งหมด                      | แบ่งให้กับบริษัทตามกำหนด                         |
| 6. การโฆษณา        | ต้องทำเอง                                  | เสียค่าใช้จ่ายให้บริษัท และบริษัทดำเนินการให้    |
| 7. ค่าใช้จ่าย      | ขึ้นอยู่กับรายจ่ายของร้านค้า<br>อย่างเดียว | ค่าใช้จ่ายทั้งหมดรวมทั้งค่า<br>รอยัลตี้แก่บริษัท |

ที่มา : (สุกัญญา และเนตรนภา, 2548.)

ดังนั้นหากมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนแฟรนไชส์ธุรกิจร้านซักอบรีดแล้ว ก็จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ลงทุน เพื่อให้ประกอบการตัดสินใจที่จะเลือกลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ และหากเป็นไปได้ การเปิดบริการนี้ในบริเวณที่พักอาศัยอาคารชุด น่าจะมีศักยภาพเนื่องจากการช่วยประหยัดเวลาเดินทาง ผู้ใช้บริการสามารถนำเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่ต้องการนำมาทำความสะอาดมาส่งยังร้านให้บริการได้เลย ซึ่งจะทำให้เกิดความสะดวกในเรื่องของการเดินทาง อย่างไรก็ตามการที่จะลงทุนทำธุรกิจจำเป็นจะต้องศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อดูความเป็นไปได้ในการลงทุนเพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นต่อการใช้บริการชักรีด รวมถึงรูปแบบในการดำเนินกิจการธุรกิจชักรีด ที่ผู้ให้บริการต้องการ
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนและความคุ้มค่าในการลงทุนของธุรกิจแฟรนไชส์บริการชักรีด

## ขอบเขตของการศึกษา

1. ลักษณะกลุ่มตัวอย่างของผู้ให้บริการที่ใช้ในการศึกษา เป็นกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และเพศหญิง ที่พักอาศัยในอาคารชุด จำนวน 384 คน
2. ทำการศึกษาเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน ในการดำเนินงานธุรกิจชักรีด ในเขตบางนา และเขตสวนหลวง โดยประมาณความเป็นไปได้ในการลงทุนในจำนวนห้องชุดพักอาศัย ประมาณ 300 ห้อง ช่วงเวลาการเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2549 – ธันวาคม พ.ศ. 2549 และเป็นการลงทุนเองทั้งหมดของเจ้าของกิจการ

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถใช้เป็นแนวทางเพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุนดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ชักรีดในอาคารชุดพักอาศัย โดยมีจำนวนห้องในโครงการประมาณ 300 ห้อง
2. สามารถใช้เป็นแนวทางการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจอื่น ๆ ได้ในโอกาสต่อไป

## การตรวจเอกสาร

วีราภรณ์ (2542) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ให้บริการและความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์บริการชักรีดในบริเวณอาคารสำนักงาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้บริการได้ให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกในการรับส่งผ้าค่อนข้างมา โดยให้ความสำคัญในเรื่องระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับส่งผ้าที่ส่งซัก ค่าบริการและการไม่มีเวลาที่จะทำการชักรีดเองพอสมควร และไม่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คอยให้ความสำคัญเกี่ยวกับความมีชื่อเสียงของร้านเท่าใดนัก ทำให้ผู้ใช้บริการต้องการให้ตั้งร้าน ชักอบรีดมากที่สุด คือ บริเวณใกล้กับที่พักอาศัย รองลงมา คือ บริเวณใกล้ที่ทำงาน ผลการศึกษา ความเป็นไปได้และความคุ้มค่าในการลงทุนธุรกิจ พบว่าในสถานการณ์ทั่วไป การลงทุนให้มูลค่า ปัจจุบันสุทธิที่เป็นบวก และมีอัตราผลตอบแทนภายในที่มากกว่าอัตราต้นทุนค่าเสียโอกาส แต่มี ระยะเวลาในการคืนทุนค่อนข้างนาน ทำให้ไม่เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการคืนทุนเร็ว จำนวนลูกค้าที่ จุดคุ้มทุนคือเฉลี่ยเดือนละ 56 คน เมื่อศึกษาถึงความอ่อนไหวของการลงทุนพบว่า การลงทุนนี้จะ น่าสนใจเพียงกรณีเดียวคือมีการลดลงของผลตอบแทนร้อยละ 10

วิชุดา (2544) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการ ใช้ บริการชัก อบ รีด โดยใช้เครื่อง ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้ บริการ ผ้าที่นำมาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นผ้าที่ซักยากหรือรีดยาก รูปแบบที่ใช้บริการ คือ ชักอบรีด ความถี่ที่ใช้บริการ คือ เดือนละ 3-4 ครั้ง สาเหตุที่มาใช้บริการ คือ ไม่มีเวลาว่าง กลุ่มคนที่มีส่วน กระตุ้นให้มาใช้บริการ คือ เพื่อน หรือคนรู้จักแนะนำ ส่วนใหญ่มาใช้บริการในวันศุกร์ ผู้ใช้บริการ เลือกร้านที่อยู่ใกล้บ้าน สื่อที่จะทำให้ผู้ใช้บริการรู้จักร้านที่ให้บริการ คือ แผ่นป้ายโฆษณาหน้าร้าน และสิ่งสำคัญที่สุดที่ผู้ใช้บริการใช้ตัดสินใจเลือกร้านที่ใช้บริการ คือ ชักสะอาดและรีดเรียบ

ฐานันดร (2549) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการที่ติดตั้งเครื่องล้างรถ อัตโนมัติเพื่อทดแทนบริการล้างรถแบบใช้แรงงานภายในสถานบริการน้ำมันผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทั่วไปและความต้องการในการใช้บริการล้างรถของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้บริการภายใน สถานบริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สมรสแล้ว อยู่ในช่วงอายุ 31 ถึง 40 ปี มีระดับการศึกษาใน ระดับอนุปริญญา / ปวส. มีอาชีพอิสระ / ธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน รถส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการเป็นรถเก๋ง มีลักษณะที่ใช้ในการตัดสินใจเข้ามา ใช้ บริการภายในสถานบริการ คือ ความสะอาดของสถานบริการ ใกล้บ้าน และคุณภาพการให้บริการ เป็นส่วนใหญ่ สำหรับการให้บริการในด้านการล้างรถนั้นส่วนใหญ่จะใช้บริการในวันหยุด (เสาร์ - อาทิตย์) โดยจะล้างรถประมาณ 2 ครั้งต่อเดือน นิยมใช้การล้างรถที่สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง โดยพนักงานล้างรถ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเข้ารับบริการล้างรถภายในสถานบริการน้ำมัน เชื้อเพลิง ซึ่งเหตุผลในการเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ความรวดเร็วประหยัดเวลามาก ที่สุด รองลงมา คือ ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเข้ารับบริการล้างรถด้วย พนักงานล้างรถ เนื่องจากเห็นว่าสะอาดกว่าการล้างแบบอื่นมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคย เข้ารับบริการล้างรถด้วยเครื่องล้างรถอัตโนมัติ สำหรับเหตุผลในการเข้ารับบริการล้างรถด้วย เครื่องล้างรถของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากเห็นว่าประหยัดเวลามากที่สุด ส่วนความต้องการในการล้างรถด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องลี้ยงรถอัตโนมัติที่สถานีบริการแห่งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการใช้บริการ และเห็นว่าราคาที่เหมาะสมต่อครั้งในการใช้บริการลี้ยงรถด้วยเครื่องลี้ยงรถอัตโนมัติคือราคาตั้งแต่ 80 บาทขึ้นไป สำหรับการประมาณการขนาดของยอดขายนั้นคาดว่าจะมีผู้เข้ามาใช้บริการลี้ยงรถโดยเครื่องลี้ยงรถอัตโนมัติที่สถานีบริการแห่งนี้เป็นจำนวน 4,671 คันต่อเดือน ส่วนของผลการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางการเงินในการที่จะดำเนินธุรกิจลี้ยงรถโดยใช้เครื่องลี้ยงรถอัตโนมัติเพื่อทดแทนธุรกิจลี้ยงรถโดยใช้แรงงานภายในสถานีบริการน้ำมันนั้นพบว่า มีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยได้พิจารณาจากตัวชี้วัดทางการเงิน 4 ชนิด คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ซึ่งจะมีค่าเท่ากับ 5,676,521.16 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 30.71 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุน (BCR) มีค่าเท่ากับ 2.06 มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เท่ากับ 3 ปี 3 เดือน และจากการศึกษายังพบว่าหากจำนวนผู้ใช้บริการลดลงไปถึงร้อยละ 30 จากที่ประมาณการไว้ก็ยังคงมีความคุ้มค่าในการลงทุน

## วิธีการศึกษา

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้มีที่มาจาก 2 แหล่ง ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ในการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของการบริการซักอบรีดในบริเวณอาคารชุดพักอาศัยมีข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้จาก

1.1 การสัมภาษณ์ผู้ที่อยู่อาศัยในอาคารชุด

ทำการสัมภาษณ์โดยออกแบบสอบถาม เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรวมถึงพฤติกรรมในการใช้บริการซัก อบ รีด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสังเกตพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของผู้ที่อยู่ในอาคารชุดเพื่อการอยู่อาศัย จึงต้องคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตร

$$n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e^2}$$

โดย  $n$  = จำนวนตัวอย่าง

$P$  = ค่าประมาณร้อยละที่คาดหวัง ในที่นี้กำหนดร้อยละ 50

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ในที่นี้กำหนดที่ร้อยละ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$Z =$  ระดับความเชื่อมั่นในที่นี้กำหนดร้อยละ 95 ค่า  $Z = 1.96$

แทนค่าสูตรจะได้ขนาดตัวอย่าง = 384 คน

โดยทำการแจกแบบสอบถามตามอาคารชุดพักอาศัย โดยแจกตามอัตราส่วนตามจำนวนห้องของอาคารชุดพักอาศัยที่ทำการแจกแบบสอบถาม ซึ่งอาคารชุดพักอาศัยที่จะทำการแจกแบบสอบถามในเขตบางนา และเขตสวนหลวง มีทั้งสิ้น 4 โครงการ (ตารางที่ 2)

### 1.2 การสัมภาษณ์ผู้ให้บริการ

ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการที่เป็นเจ้าของสิทธิทางการค้า รวมถึงร้านที่เป็นเครือข่ายจำนวน 4 ร้าน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และประมาณการต้นทุนของธุรกิจ พร้อมทั้งวิเคราะห์ด้านการดูแลด้านการบริหารเพื่อพิจารณาถึงศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยทำการสอบถามถึงขั้นตอนการลงทุนในการสมัครเข้าเป็นผู้ได้รับสิทธิทางการค้า และสอบถามถึงรายละเอียดต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปรที่เกิดขึ้นสำหรับผู้ประกอบการที่สมัครเข้าเป็นผู้ได้รับสิทธิทางการค้า รวมทั้งจำนวนเงินลงทุน วิธีการดูแลรับส่งเสื้อผ้า ขั้นตอนในการชั่งอบริด การจัดหาพื้นที่ในอาคารชุดพักอาศัยถึงค่าใช้จ่ายที่ต้องเกิดขึ้นสำหรับค่าเช่าสถานที่และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

### 1.3 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอาคารชุดพักอาศัย

ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอาคารชุดพักอาศัย เพื่อนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ถึงอัตราค่าใช้จ่ายที่ต้องเกิดขึ้นสำหรับค่าเช่าสถานที่และค่าใช้จ่ายส่วนกลางของโครงการ โดยมีข้อสมมติฐานว่า อัตราค่าใช้จ่ายในเขตบางนา และเขตสวนหลวงมีอัตราค่าเช่าสถานที่ใกล้เคียงกัน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ( Secondary Data) ศึกษาจากหนังสือและการรวบรวมเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 2 จำนวนแบบสอบถามในการคำนวณตามอัตราส่วนจำนวนห้องที่ทำการแจกแบบสอบถาม

| โครงการ                         | จำนวนห้อง | จำนวนแบบสอบถาม |
|---------------------------------|-----------|----------------|
| เดอะ พาร์คแลนด์ บางนา-ตราด กม.5 | 2,340     | 205            |
| บางนา เฟลซ                      | 341       | 30             |
| คันทรี คอมเพล็กซ์ บางนา         | 718       | 63             |
| ลุมพินี                         | 987       | 86             |
| รวม                             | 4,386     | 384            |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อแสดงให้เห็นถึง ลักษณะของธุรกิจ แนวทางการดำเนินธุรกิจ และลักษณะโดยทั่วไปของผู้บริโภค

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อจะพิจารณาถึงความคุ้มค่าของการลงทุนในการดำเนินการธุรกิจซัก อบ รีด

2.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยใช้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value :NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal rate of return :IRR) ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period)

2.2 การทดสอบความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis) เพื่อทำการศึกษาถึง ผลตอบแทนของโครงการจะได้รับผลกระทบมากน้อยเพียงใดภายใต้สถานการณ์ที่กรณียอด ผู้ใช้บริการซักอบรีดลดลงร้อยละ 10 และร้อยละ 20

## บทที่ 2

### แนวคิดทางทฤษฎี

แนวคิดทางทฤษฎีที่ใช้สามารถแยกได้เป็น 2 ส่วน คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

#### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อที่จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณและคณะ, 2539) และการที่ผู้บริโภคได้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมานั้น ก็เนื่องมาจากมีสิ่งจูงใจ หรือแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการเพื่อจะไปสู่เป้าหมายให้บรรลุถึงผลสำเร็จแห่งความต้องการของผู้บริโภค การศึกษาในครั้งนี้เปรียบการให้บริการช้อปบริดเสมือนกับผลิตภัณฑ์หนึ่ง จึงจำเป็นจะต้องมีการศึกษาถึงเหตุจูงใจต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการหรือผู้ซื้อ ลักษณะของผู้ซื้อนั้นจะถูกกระทบจากปัจจัยทางด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

##### 1. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน จัดเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความต้องการและพฤติกรรมของคน โดยเด็กที่กำลังเติบโตจะได้รับอิทธิพลของค่านิยม การรับรู้ ความชอบ และพฤติกรรม ซึ่งมาจากครอบครัว และสถาบันที่สำคัญ ๆ เช่น โรงเรียน เป็นต้น

1.2 วัฒนธรรมย่อย โดยในแต่ละวัฒนธรรมจะประกอบไปด้วยวัฒนธรรมย่อย ๆ ซึ่งจะมี ความแตกต่างกันออกไป ซึ่งจะนำไปสู่การแบ่งส่วนตลาด และการออกแบบกลยุทธ์ส่วนประสม ที่แตกต่างกันออกไป ประกอบด้วย เชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา พื้นที่ทางภูมิศาสตร์

1.3 ชั้นทางสังคม เป็นการแบ่งสมาชิกในสังคมออกเป็นลำดับขั้นที่แตกต่างกัน โดยจะอาศัยตัวแปรต่าง ๆ อาทิ รายได้ อาชีพ การศึกษา ความมั่งคั่ง แหล่งที่พักอาศัย เป็นต้น ซึ่งโดยทั่วไปจะสามารถแบ่งชั้นทางสังคมออกเป็น 3 ระดับชนชั้นด้วยกัน คือ ชนชั้นระดับสูง ชนชั้นระดับกลาง ชนชั้นระดับล่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ปัจจัยทางด้านสังคม ประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง ประกอบด้วย บุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมของบุคคลที่สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.1.1 กลุ่มอ้างอิงทางตรง คือ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทางตรง และมีการติดต่อกันแบบเผชิญหน้า

2.1.2 กลุ่มอ้างอิงทางอ้อม คือ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลทางอ้อม ไม่ได้มีการรู้จักเป็นการส่วนตัว เช่น นักแสดง นักร้อง

2.2 ครอบครัว ครอบครัวถือเป็นองค์กรในสังคมที่สำคัญที่สุด โดยสมาชิกในครอบครัวถือเป็นกลุ่มอ้างอิง ทางตรงขั้นปฐมภูมิที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยสมาชิกในครอบครัวจะมีการแบ่งบทบาทและอิทธิพลของการตัดสินใจซื้อดังนี้

ผู้ชาย เป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

ผู้หญิง เป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

ผู้หญิงและผู้ชาย มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อร่วมกัน

2.3 บทบาทและสถานภาพ ผู้บริโภคแต่ละคนจะอยู่ในกลุ่มหลาย ๆ กลุ่มแตกต่างกันออกไป เช่น ครอบครัว ที่ทำงาน สมาคม เป็นต้น ดังนั้นตำแหน่งของบุคคลแต่ละกลุ่มจะถูกกำหนดในรูปของบทบาทและสถานภาพ ตัวอย่างเช่น นายทักษิณ เมื่ออยู่กับพ่อแม่จะแสดงบทบาทเป็นลูกชาย เมื่ออยู่กับครอบครัวจะมีบทบาทเป็นสามีและหัวหน้าครอบครัว และเมื่อไปทำงานจะแสดงบทบาทเป็นประธานบริษัท เป็นต้น

## 3. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

3.1 อายุและลำดับขั้นของวงจรชีวิต คนจะซื้อสินค้า และบริการที่แตกต่างกันไปตลอดช่วงชีวิต ดังนั้นรสนิยมในการซื้อสินค้า เช่น เสื้อผ้า อาหาร รถยนต์ เฟอ์ริเนเจอร์ หรือกิจกรรมยามว่าง จะมีความสัมพันธ์กับอายุและลำดับขั้นของวงจรชีวิต ตัวอย่างเช่น สินค้าประเภทอาหาร เมื่ออยู่ในช่วงวัยรุ่นมักจะนิยมรับประทานอาหารประเภทFastFood แต่เมื่อเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ก็จะให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น หรือกิจกรรมยามว่างของวัยรุ่น คือ การดูหนัง ฟังเพลง ร้องคาราโอเกะ แต่กิจกรรมยามว่างของวัยผู้ใหญ่อาจจะเป็นการปลูกต้นไม้ ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เป็นต้น

3.2 อาชีพ ผู้บริโภคที่อยู่ในอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการก็จะแตกต่างกันออกไป ดังนั้นนักการตลาดจะสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของบุคคลที่อยู่ในแต่ละสาขาอาชีพได้ ตัวอย่างเช่น เครื่องคิดเลข ก็จะมีการออกแบบให้มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รุ่นเพื่อให้ผู้บริโภคแต่ละอาชีพ เช่น นักเรียน/นักศึกษา วิศวกร นักการเงิน นักบัญชี หรือพ่อค้า/แม่ค้าเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสม

3.3 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคนั้นยังคงมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจอีกด้วย โดยสถานการณ์ทางเศรษฐกิจนั้นอาจพิจารณาจากรายได้สำหรับใช้จ่าย เงินออมและสินทรัพย์ หนี้สิน อำนาจในการกู้ยืม ทักษะคดีที่มีต่อการใช้จ่าย และการออม เป็นต้น

3.4 รูปแบบการดำเนินชีวิต คนแต่ละคนถึงแม้ว่าจะมาจากวัฒนธรรมย่อย ชนชั้นทางสังคม หรืออาชีพเดียวกันก็ตาม แต่ก็อาจจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันได้ ซึ่งจะมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ โดยรูปแบบในการดำเนินชีวิตนั้นสามารถวัดได้จากกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น

3.5 บุคลิกภาพและแนวความคิดของตนเอง บุคลิกภาพ หมายถึง รูปแบบของอุปนิสัยหรือพฤติกรรมของคนแต่ละคน ที่จะสะท้อนถึงความเป็นตัวตนของบุคคลนั้น ๆ แนวความคิดของตนเอง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง คนแต่ละคนจะมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งบุคลิกภาพนั้นจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น คนที่มีความมั่นใจในตัวเองจะใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อสินค้าสั้นกว่าคนที่ไม่ค่อยมั่นใจในตัวเอง บุคลิกภาพจะถูกมองจากด้านต่าง ๆ เช่น ความมั่นใจในตัวเอง

#### 4. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) ประกอบด้วย

4.1 การจูงใจ เป็นพลังกระตุ้น หรือพลังผลักดันที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งจะกระตุ้นให้บุคคลกระทำหรือดำเนินการให้ได้มาซึ่งเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยอาจจะเกิดจากภายในตัวบุคคล หรืออาจถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น ส่วนประสมทางการตลาด วัฒนธรรม หรือชั้นทางสังคม

4.2 การรับรู้ แสดงถึงความรู้สึกที่ได้จากการเห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติและได้รู้สึก

4.3 การเรียนรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และหรือความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา

4.4 ความเชื่อถือ เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทักษะคดี เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยทักษะคดีเกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ

4.6 บุคลิกภาพ ซึ่งถูกควบคุมโดยความนึกคิดพื้นฐานแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ อิด อีโก้ ซุปเปอร์อีโก้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.7 แนวความคิดของตนเอง แบ่งเป็น 4 แบบ

4.7.1 แนวคิดของตนเองที่แท้จริง เป็นข้อเท็จจริงที่บุคคลต้องการ

4.7.2 แนวคิดของตนเองในอุดมคติ เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลใฝ่ฝันอยากให้เป็นเช่นนั้น

4.7.3 แนวคิดของตนเองที่คิดว่าบุคคลอื่นมองตนเองที่แท้จริงว่าเป็นอย่างไร

4.7.4 แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้ผู้อื่นคิดเกี่ยวกับตนเอง

### แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

#### การวิเคราะห์ตัวชี้วัดความคุ้มค่าของโครงการ

ตัวชี้วัดความคุ้มค่าของโครงการมีความสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจที่จะรับหรือปฏิเสธโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่หรือนำมาใช้สำหรับเป็นเกณฑ์การตัดสินใจในการลงทุนคุ้มค่าต่อการลงทุนหรือไม่ และยังจะสามารถบอกให้ทราบถึงลำดับความสำคัญของโครงการได้อีกด้วย (ชูชีพ, 2540:98)

##### 1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)

ระยะเวลาที่กิจการได้รับผลตอบแทนและคืนทุนได้ หลักเกณฑ์การตัดสินใจ คือ จะต้องเลือกโครงการที่มีระยะเวลาคืนทุนที่เร็วที่สุดเพราะมีความเสี่ยงน้อยที่สุด โดยการหาระยะเวลาคืนทุนทำได้ดังนี้

##### 1.1 การคำนวณระยะเวลาคืนทุนในกรณีกระแสเงินสดเท่ากันทุกปี

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินลงทุนสุทธิ}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิรายปีที่เท่ากัน}}$$

##### 1.2 การคำนวณระยะเวลาคืนทุนในกรณีกระแสเงินสดแต่ละปีไม่เท่ากัน

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \text{จำนวนปีที่ค่าใช้จ่ายติดลบ} + \frac{\text{รายจ่ายสุทธิของปีที่เป็นบวก}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิปีที่เป็นบวก}}$$

ข้อดีและข้อจำกัดของระยะเวลาคืนทุน

1. ข้อดี ได้แก่

- 1.1 เป็นวิธีการที่ง่ายและสะดวกในการนำมาใช้ประเมินโครงการลงทุน
- 1.2 เป็นหลักเกณฑ์ที่ค่อนข้างเหมาะสมสำหรับประเมินโครงการลงทุนที่มีความเสี่ยงสูง โดยถือว่าโครงการที่มีระยะคืนทุนสั้นย่อมมีความเสี่ยงน้อย หรือความปลอดภัยสูงกว่าโครงการลงทุนที่มีระยะเวลาคืนทุนยาวนานกว่า
- 1.3 กิจการที่ต้องการให้ธุรกิจมีสภาพคล่องสูง หรือความต้องการเงินสดมาหมุนเวียนในกิจการอย่างรวดเร็ว ย่อมสนใจที่จะใช้หลักเกณฑ์ระยะเวลาคืนทุนประเมินโครงการ เพราะการเลือกลงทุนในโครงการที่มีระยะเวลาคืนทุนสั้นจะหมายถึงว่า เงินที่ได้ลงทุนไปนั้นได้หมุนเวียนกลับเข้ากิจการในเวลาอันสั้นด้วย กิจการจึงมีสภาพคล่องสูงกว่าโครงการลงทุนที่มีระยะเวลานานกว่า

2. ข้อเสีย ได้แก่

2.1 ไม่ได้ให้ความสนใจกระแสเงินสดรับสุทธิภายหลังระยะเวลาคืนทุน ดังนั้นโครงการลงทุนที่มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากัน อาจทำรายได้ให้กิจการไม่เท่ากันก็ได้ เช่น โครงการลงทุน 2 โครงการ คือ ก และ ข ใช้เงินลงทุนจำนวนเท่ากัน คือ 10 ล้านบาท โดยทั้งสองโครงการมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากัน คือ 4 ปี ถ้าใช้หลักเกณฑ์ระยะเวลาคืนทุนประเมินโครงการก็จะสรุปได้ว่า โครงการทั้งสองดีเท่ากัน แต่ถ้าพิจารณากระแสเงินสดรับสุทธิภายหลังระยะเวลาคืนทุนแล้วพบว่า โครงการ ก ดีกว่าโครงการ ข เพราะให้กระแสเงินสดรับสุทธิต่อไปอีก 4 ปี ขณะที่โครงการ ข ให้กระแสเงินสดรับสุทธิต่อไปอีกเพียง 1 ปีเท่านั้น ดังนั้นการใช้ระยะเวลาคืนทุนเป็นหลักเกณฑ์ในการประเมินโครงการลงทุน อาจทำให้ตัดสินใจผิดพลาดได้คือ เลือกลงทุนในโครงการที่ให้ผลตอบแทนที่ต่ำกว่า แม้ว่าจะมีระยะเวลาคืนทุนสั้นกว่าก็ตาม

2.2 ไม่ได้คำนึงถึงลักษณะการกระจายของกระแสเงินสดรับสุทธิ ถึงแม้ว่าโครงการลงทุน 2 โครงการให้ระยะเวลาคืนทุนเท่ากัน และมีอายุโครงการเท่ากันก็ตาม แต่ถ้าลักษณะการกระจายของกระแสเงินสดรับสุทธิต่างกัน โครงการลงทุน 2 โครงการนั้นอาจจะดีไม่เท่ากันก็ได้ เช่น แม้วาระยะเวลาคืนทุนของโครงการทั้งสองจะเท่ากัน คือ 4 ปี และกระแสเงินสดรับสุทธิภายหลังระยะเวลาคืนทุนก็เท่ากัน แต่โครงการ ข ย่อมเป็นโครงการที่ดีกว่าโครงการ ก เพราะโครงการ ข ให้กระแสเงินสดรับสุทธิในสองปีแรกสูงกว่าโครงการ ก

2.3 ไม่จำเป็นเสมอไปว่า โครงการที่มีระยะเวลาคืนทุนสั้นกว่าจะมีความเสี่ยงต่ำกว่า โครงการที่มีระยะเวลาคืนทุนนานกว่า ระยะเวลาคืนทุนจึงไม่ใช่เป็นเครื่องวัดความเสี่ยงของโครงการลงทุน กิจการจำเป็นต้องหาวิธีการอื่นในการวัดความเสี่ยงของโครงการลงทุน

2.4 การใช้ระยะเวลาคืนทุนเป็นหลักเกณฑ์ในการประเมินโครงการจึงเท่ากับว่าเป้าหมายของกิจการคือ ต้องการใช้น้อยที่สุด สำหรับการได้เงินลงทุนคืน แต่อันที่จริงเป้าหมายของกิจการคือ เป้าหมายอื่น ๆ ได้แก่ เป้าหมายการแสวงหากำไรสูงสุด หรือเป้าหมายส่วนของผู้ถือหุ้นสูงสุด เป็นต้น

2.5 ข้อบกพร่องที่สำคัญของหลักเกณฑ์ระยะเวลาคืนทุนคือ ไม่ได้คำนึงถึงมูลค่าของเงินตามเวลา เนื่องจากนำกระแสเงินสดรับของแต่ละปีมาบวกเข้าด้วยกันเสมือนกับถือว่าเงินแต่ละบาท ที่ได้รับในปีที่ 1 มีค่าเท่ากับเงินแต่ละบาทที่ได้รับในปีที่ 2 หรือปีต่อ ๆ มา แต่อันที่จริงเงินมีค่าตามเวลาคือ เงิน 1 บาทที่ได้รับในปีที่ 1 ย่อมมีค่ามากกว่าที่ได้รับในปีที่ 2 หรือปีต่อมา

## 2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

ผลต่างระหว่าง มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับในแต่ละปีตลอดอายุโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุนเริ่มต้นโครงการ ณ อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ หรือต้นทุนของเงินทุนโครงการ หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ คือ จะต้องเลือกโครงการที่มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิต่ำกว่าศูนย์ เพราะโครงการลงทุนนั้นให้ผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนของเงินทุน หรือหมายถึงโครงการนั้นมีผลกำไรนั่นเอง โดยคำนวณได้จากสมการดังนี้

$$NPV = \frac{R_1}{(1+k)^1} + \frac{R_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{R_n}{(1+k)^n} - C_0$$

โดย NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับสุทธิ

$R_1, \dots, R_n$  = กระแสเงินสดรับสุทธิของปีที่ 1, ..., ปีที่ n

k = ต้นทุนของเงินทุนโครงการ

$C_0$  = มูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุนเริ่มต้นโครงการ

n = อายุโครงการ

ข้อดีและข้อจำกัดของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ

### 1. ข้อดี ได้แก่

1.1 ได้มีการคำนึงถึงมูลค่าของเงินตามกาลเวลา จึงได้มีมาหักลดมูลค่าของจำนวนเงินในอนาคตให้มีมูลค่าอยู่ในปัจจุบัน

ให้กระแสเงินสดรับสุทธิในปีต้น ๆ สูงว่า หรือเป็นโครงการที่มีอายุโครงการสั้นกว่ายอมดีกว่าอีกโครงการหนึ่ง ดังนั้นกรณีที่ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจเลือกโครงการต่าง ๆ ที่มีค่า NPV เท่ากัน หรือต่างกันไม่มาก จำเป็นต้องพิจารณาจำนวนหรือขนาดของกระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดว่าจะได้รับ ในแต่ละปีและอายุของโครงการประกอบด้วย

### 3. อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)

การหาอัตราส่วนลด หรืออัตราดอกเบี้ยที่จะนำไปปรับเงินสดที่ได้รับจากโครงการลงทุนให้ มีค่าเป็นปัจจุบันเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายออก หรือเงินลงทุนสุทธิ เพื่อจะได้นำเงินทั้ง 2 ประเภท เปรียบเทียบกันได้วิธีการทำจะทดลองไปเรื่อย ๆ จนพบอัตราส่วนลดที่ต้องการ อัตราส่วนลดที่คำนวณได้ถือเป็นอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน หรือบางครั้งหมายถึง อัตราดอกเบี้ยสูงสุดที่ผู้ลงทุนจะยอมจ่ายโดยไม่ขาดทุน หากเงินลงทุนที่ลงทุนนั้นเป็นเงินที่กู้ยืมมาและการจ่ายเงินต้นและดอกเบี้ยจะจ่ายคืนจากเงินสดที่ได้รับจากการลงทุน ส่วนหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ คือ จะต้องเลือกโครงการที่มีค่า IRR มากกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำและต้องมีค่าสูงสุด

ขั้นตอนการหาอัตราผลตอบแทนภายในมีดังนี้

1. ค่ากระแสเงินสดรับเท่ากันทุก ๆ ปี สามารถคำนวณได้โดยแฟคเตอร์ช้อลด์ ดังนี้

$$\text{แฟคเตอร์ช้อลด์} = \frac{\text{เงินลงทุน}}{\text{กระแสเงินสดรับต่อปี}}$$

แล้วนำค่าที่ได้ไปหาค่าในตาราง Present Value of Annuity of \$ 1.00 in Arrears เพื่อหาค่า IRR ก็จะได้อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

2. ถ้ากระแสเงินสดรับไม่เท่ากัน จะหาค่าในตาราง Present Value of Annuity of \$ 1.00 in Arrears เพื่อหาค่า IRR ในแต่ละปี และเปอร์เซ็นต์เปรียบเทียบแล้วนำไปคูณกับรายได้ในแต่ละปี เมื่อรวมแล้วให้ได้เท่ากับเงินลงทุนสุทธิ แล้วนำค่าที่ได้นำมาเปรียบเทียบเพื่อหาค่าของ IRR อีกครั้งหนึ่ง

ข้อดีและข้อจำกัดของอัตราผลตอบแทนภายใน

1. ข้อดี ได้แก่

1.1 การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน ไม่ได้มีการใช้ต้นทุนของเงินทุนเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงเป็นหลักเกณฑ์ที่เหมาะสมกับการประเมินโครงการลงทุนที่มีต้นทุนของเงินทุนไม่คงที่

1.2 อัตราผลตอบแทนภายในในคำนวณขึ้นจากกระแสเงินสดรับสุทธิของโครงการลงทุน ดังนั้นค่าที่คำนวณได้ จึงเป็นการประเมินอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินโครงการลงทุน ซึ่งสามารถนำมาเปรียบเทียบระหว่างโครงการลงทุนต่าง ๆ ได้ง่ายกว่าโครงการลงทุนใดจะดีกว่ากัน แม้ว่าจะยังไม่ได้ประมาณต้นทุนของเงินทุนก็ตาม

1.3 อัตราผลตอบแทนภายในเป็นค่าร้อยละ ดังนั้นใช้เปรียบเทียบกับต้นทุนของเงินทุนได้ง่ายเพราะแสดงอยู่ในรูปร้อยละเช่นเดียวกัน

## 2. ข้อเสีย ได้แก่

2.1 การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในจะเป็นกระบวนการที่ค่อนข้างเย็นเยื่อ เพราะต้องใช้วิธีลองผิดลองถูก โดยใช้อัตราหักลดต่าง ๆ จนกว่าจะได้อัตราหักลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับจำนวนเงินลงทุน

2.2 การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในแสดงอยู่ในรูปร้อยละ ไม่ได้แสดงถึงขนาดของจำนวนเงินผลตอบแทน ซึ่งผู้บริหารกิจการที่มีเงินลงทุนหรือสภาพคล่องจำกัด หรือต้องการบรรลุเป้าหมายส่วนของผู้ถือหุ้นสูงสุดมากกว่าต้องการเป้าหมายกำไรสูงสุด มักจะให้ความสำคัญของผลตอบแทนที่แสดงอยู่ในรูปของจำนวนเงินมากกว่าแสดงอยู่ในรูปอัตราร้อยละ

## การทดสอบความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis)

การทดสอบความอ่อนไหวของโครงการ เป็นการเพิ่ม ลด ระดับรายได้ ค่าใช้จ่าย หรือ ต้นทุนบางรายการของโครงการ เพื่อศึกษาว่าหากรายได้ ต้นทุน หรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงไปจากที่คาดการณ์ไว้ จะทำให้ผลตอบแทน หรือผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร มีผลกระทบกับโครงการมากน้อยเพียงไร และโครงการยังมีความน่าสนใจที่จะลงทุนอยู่อีกหรือไม่ โดยวิธีการพื้นฐานที่ใช้กับการวิเคราะห์ความอ่อนไหวมี 2 วิธี คือ

1. วิธีการของตัวแปร (Variable-by-Variable Approach) ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน คือ

1.1 จัดทำรายชื่อตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมด

1.2 ตัวแปรแต่ละตัวแปรจะกำหนดมูลค่าเป็น 3 ค่า ได้แก่ ค่าในแง่ดี (Optimistic) ค่าที่เป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely) และค่าในแง่ร้าย (Pessimistic) โดยที่ค่าที่เป็นไปได้มากที่สุดสามารถหาได้จากค่าเฉลี่ย (Mean Value) ส่วนค่าในแง่ดีและค่าในแง่ร้ายนั้นอาจจะสูงหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ยก็ได้ กล่าวคือ การกำหนดค่าในแง่ดีจะสูงกว่าค่าเฉลี่ยในกรณีที่เป็นผลประโยชน์แต่จะต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในกรณีที่เป็นต้นทุน และในทางตรงกันข้ามสำหรับค่าในแง่ร้ายการกำหนดจะต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในกรณีที่เป็นผลประโยชน์แต่จะสูงกว่าค่าเฉลี่ยในกรณีที่เป็นต้นทุน

1.3 ดำเนินการวิเคราะห์ผลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องใหม่ อาทิเช่น มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) หรืออัตราส่วนผลประโยชน์ต่อทุน (BCR) เป็นต้น

2. วิธีการของเรื่องราว (Scenario Approach) เป็นวิธีซึ่งจะใช้กับตัวแปรเป็นกลุ่ม ตามวิธีการของตัวแปรโดยกำหนดให้ตัวแปรแต่ละตัวแปรเป็นอิสระต่อกัน การผสมผสานกันของตัวแปรที่สอดคล้องเป็นไปได้ในรูปแบบที่หลากหลายเกิดขึ้นเป็นเรื่องราวทางเลือกต่าง ๆ (Alternative Scenarios) ซึ่งจะถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ความอ่อนไหว โดยวิธีการของเรื่องราวนี้นี้จะมีขั้นตอนที่เกี่ยวข้อง 2 ขั้นตอน คือ

2.1 กำหนดการผสมผสานของตัวแปรที่สอดคล้องกัน และมีความเป็นไปได้ในรูปแบบที่หลากหลาย

2.2 วิเคราะห์ผลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องใหม่ สำหรับแต่ละเรื่องราว ซึ่งจะพบว่าอาจมีทั้งเรื่องราวที่ก่อให้เกิดผลการวิเคราะห์ที่น่าพอใจ และไม่น่าพอใจ (Favorable or Unfavorable) ซึ่งสามารถใช้เป็นข้อมูลเพื่อประกอบการพิจารณา และตัดสินใจในการเลือกลงทุนสำหรับโครงการต่าง ๆ ได้

75249

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### บทที่ 3

## ลักษณะและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแฟรนไชส์และ ธุรกิจแฟรนไชส์บริการซักอบรีด

### ความเป็นมาของระบบแฟรนไชส์

รูปแบบของแฟรนไชส์เริ่มมาจากบริษัท ทำรางรถไฟ และบริษัทสาธารณูปโภค ที่พยายามหาทางเร่งการเติบโตของบริษัท โดยการขายสิทธิ์ที่ได้รับในสัมปทาน รวมทั้งการขายชื่อของกิจการ และขายระบบการทำงานของตัวเองให้ผู้อื่น ซึ่งทำให้เกิดผลดีเกินคาดหมาย หน่วยงานแห่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ กันนี้ ได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วจากเมืองหนึ่งไปยังอีกเมืองหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตามระบบแฟรนไชส์เริ่มมีเค้าโครงที่ชัดเจนขึ้นมาระดับหนึ่ง โดยบริษัท ขายจักรซิงเกอร์ ในปีค.ศ. 1850 ซิงเกอร์นั้นเป็นผู้ให้ความรู้ระบบการค้ำปลีกแก่ร้านลูกข่ายเป็นครั้งแรก โดยถือเป็นต้นแบบเสมือนแฟรนไชเซอร์ โดยซิงเกอร์นั้นจะใช้วิธีสร้างเครือข่ายการขายปลีกด้วยระบบพนักงาน และการเป็นดีลเลอร์ ซึ่งกลุ่มที่เป็นเครือข่ายเหล่านี้ จะต้องจ่ายค่าสิทธิ์ในการเป็นผู้จัดจำหน่ายในระดับภูมิภาค และถึงแม้ว่าการจัดการในระบบของซิงเกอร์จะไม่สมบูรณ์ และไม่ประสบความสำเร็จนักเพราะการดำเนินงานรูปแบบนี้ขาดความต่อเนื่อง แต่ก็นับได้ว่าซิงเกอร์เป็นผู้หว่านเมล็ดพันธุ์ของธุรกิจระบบแฟรนไชส์ให้กับผู้สร้างระบบแฟรนไชส์ใหม่ในอนาคตได้นำวิธีต้นแบบนี้ไปใช้ จนกลายเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกในที่สุด อุตสาหกรรมรถยนต์ บัมน้ำมัน และผู้ผลิตเครื่องดื่ม คือ เบปซี่และโคคา โคล่า คือ ผู้ที่ปรับระบบของแฟรนไชส์มาใช้ในช่วงระหว่างท้ายของ ทศวรรษที่ 1800 จนถึงต้นศตวรรษที่ 19 อันเนื่องมาจากการขาดแคลนช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าของพวกเขา บริษัทเหล่านี้ไม่มีเงินทุนมากพอที่จะซื้อทรัพย์สิน สร้างโรงงาน หรือลงทุนเปิดร้านค้าจำนวนมาก เพื่อเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้า หรือลงทุนจ้างผู้จัดการเสมียน และพนักงาน อย่างเช่นในกรณีของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มระบบการขนส่งทางไกลนั้น ซึ่งก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายที่สูงเกินไป ดังนั้นจึงเกิดการใช้วิธีขายแฟรนไชส์ให้บุคคลภายนอกที่สามารถรับผิดชอบในการดำเนินงาน รวมทั้งสามารถคิดวิธีการในการกระจายสินค้าได้ วิธีการขายธุรกิจบัมน้ำมันและเครื่องดื่มบรรจุขวดที่เรียกว่า Product Franchise ที่ให้สิทธิ์การผลิต และตราสินค้าเพียงรายเดียว ในการขายผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ในอาณาเขตที่ระบุ ซึ่งวิธีนี้ได้รับความนิยมมากจึงทำให้บรรยากาศของธุรกิจระบบแฟรนไชส์โดดเด่นขึ้น แต่วิธีการให้สิทธิในตัวของผู้ผลิต (Product Franchise) นี้ ก็เริ่มเสื่อมถอยลงในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยมีการ

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เติบโตของระบบแฟรนไชส์ได้เข้ามาแทนที่ เรียกว่า Business Format Franchise หรือแฟรนไชส์เต็มรูปแบบ หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ร้านค้าปลีกก็ค่อย ๆ ยกกระดับธุรกิจจากการพัฒนาตัวสินค้าเข้ามาพัฒนาด้านบริการ เมื่อคนชั้นกลางของอเมริกามีการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานสู่ชานเมืองกันมากขึ้น การซื้อของในรูปแบบขับรถเข้าไปซื้อ (Drive-in) อย่างรีบด่วน และนำออกไปทานนอกร้านเป็นรูปแบบที่มีมากขึ้น ซึ่งสาขาที่หน้าตาเหมือน ๆ กันนั้น เป็นร้านที่เปิดขึ้นในภูมิภาคต่าง ๆ ที่เรียกว่า Mini-Chains กิจกรรมในรูปแบบนี้ยุคนั้น ก็คือ A&W และเทสต์ ฟรีซ (Taste Freeze) ที่กลายเป็นที่นิยมกันข้ามประเทศ ซึ่งเป็นจุดต่อของรูปแบบแฟรนไชส์อย่างเต็มรูปแบบ (Format Franchising) ในยุคปี พ.ศ. 2493 ที่เชื่อมมาสู่อีกยุคหนึ่งโดย แมคโดนัลด์ เบอร์เกอร์คิงส์ ดังกิ้นโดนัท เคเอฟซี และฟาสต์ฟู้ด จึงเกิดแฟรนไชส์ระดับชาติในช่วงเวลาดังกล่าว และระบบแฟรนไชส์ได้ผ่านช่วงของความยากลำบาก แต่ถือเป็นการปฏิบัติที่สำคัญอย่างยิ่งการให้การอนุญาตอย่างง่ายในการให้สิทธิการกระจายสินค้า (Distribute) หรือให้สิทธิในการขายสินค้าถูกแทนที่ด้วยการเติบโตของฟาสต์ฟู้ดในระบบแฟรนไชส์ ต่อมาได้ขยายไปสู่ธุรกิจอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหาร เช่น โรงแรมฮอลิเดย์อินน์ Midas Mufflers ธุรกิจบริการเกี่ยวกับรถยนต์ และ H&R Block ธุรกิจบริการเกี่ยวกับการเสียภาษี ที่แสดงความแตกต่างจากแฟรนไชส์ในรูปแบบเก่า โดยที่แฟรนไชส์ซอร์มีการขายสิทธิที่ประยุกต์สู่การขายทั้งคอนเซ็ปต์ธุรกิจ ที่ให้สิทธิตั้งแต่รูปแบบ สัญลักษณ์ โลโก้ การโฆษณา รูปแบบเอกสารต่าง ๆ (เช่น เอกสารบัญชี) รูปแบบการแต่งกาย ซึ่งผู้ที่ได้รับสิทธิส่วนใหญ่มักจะไม่มีความรู้ทางธุรกิจในด้านนั้น ๆ มาก่อนเลย และถึงแม้ว่าแฟรนไชส์ซอร์บางรายอาจจะยังคงต้องการให้แฟรนไชส์ซอร์ซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์บางอย่างจากบริษัทฯ แม่ก็ตาม แต่รายได้หลักของแฟรนไชส์ซอร์รุ่นใหม่เหล่านั้นจะมาจากการขายระบบธุรกิจ

## ประเภทของธุรกิจแฟรนไชส์

ประเภทของธุรกิจแฟรนไชส์ โดยแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ (วุฒิ, 2538: 5) คือ

1. ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้าที่ใช้สินค้าและชื่อทางการค้า (Product and Trademark Franchising) เป็นการให้สิทธิในตัวผลิตภัณฑ์ หรือเครื่องหมายการค้า ผู้รับสิทธิจะมีฐานะคล้ายเป็นผู้แทนจำหน่าย โดยใช้ชื่อทางการค้าของผู้ให้สิทธิ โดยเจ้าของสิทธิมักจะกำหนดมาตรฐานด้านคุณภาพให้ผู้ซื้อสิทธิปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด โดยที่วิธีการในการดำเนินงานและแนวทางการค้าผู้ซื้อสิทธิสามารถทำการวางแผนและตัดสินใจเองได้ สัญญาแฟรนไชส์ลักษณะนี้มักจะจ่ายผลตอบแทน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แทนเป็นเปอร์เซ็นต์ของยอดขาย หรือเจ้าของสิทธิอาจจะมียาได้จากการขายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ซื้อสิทธิ โดยผู้ซื้อสิทธิเป็นตัวกระจายสินค้าให้ ตัวอย่างธุรกิจประเภทนี้ ได้แก่ บริษัทขายรถยนต์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านขายเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม และร้านค้าแบบรถเข็นขายสี่ล้อที่มีเกี้ยว เป็นต้น

2. ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้าที่ใช้รูปแบบทางธุรกิจ (Business Format Franchise หรือ Package Franchise) เป็นประเภทของธุรกิจแฟรนไชส์ที่พบบ่อยในปัจจุบัน ซึ่งผู้รับสิทธินอกจากจะได้รับสิทธิในการขายสินค้าและบริการภายใต้ชื่อ หรือเครื่องหมายการค้าแล้ว ยังจะได้รับการอบรมแนวทางในการดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์ และแผนงานทางการตลาด การเงิน การจัดการ และการผลิต รวมถึงการช่วยเหลือทำเลที่ตั้ง จัดหาวัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนฝึกอบรมพนักงานให้อย่างครบถ้วนและผู้ให้สิทธิจะต้องช่วยเหลือ แนะนำ และร่วมทำกิจกรรมกันอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งแฟรนไชส์ประเภทนี้มักจะมีการจ่ายค่าธรรมเนียม หรือค่าตอบแทนอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างแฟรนไชส์นี้ ได้แก่ ธุรกิจฟาสต์ฟู้ด ร้านค้าสะดวกซื้อ ร้านบริการซัก อบ รีด เป็นต้น

การแบ่งประเภทของธุรกิจแฟรนไชส์นั้น จะมีการแบ่งแตกต่างกันออกไปในแต่ละประเทศ ซึ่งโดยทั่วไปจะมีการแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว นอกจากนี้ยังมีการแบ่งประเภทตามระบบของสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้รับความนิยมเช่นกัน โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

1. ผู้ผลิตให้สิทธิในการผลิตและจำหน่ายแก่ผู้ค้าส่ง (Manufacturer-Wholesaler Franchise System) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดต้นทุนค่าขนส่งของเจ้าของแฟรนไชส์ โดยจะจัดส่งวัตถุดิบให้และจะกระจายไปยังผู้ค้าปลีก หรือผู้ผลิตอีกต่อหนึ่ง เช่น เจ้าของแฟรนไชส์เครื่องดื่มน้ำอัดลม จะจัดส่งหัวเชื้อ ในการผลิตน้ำอัดลมให้ผู้ค้าส่ง

2. ผู้ผลิต หรือเจ้าของแฟรนไชส์ให้สิทธิการจัดจำหน่ายแก่ผู้ค้าปลีก (Manufacturer – Retailer Franchise System) เจ้าของแฟรนไชส์จะทำการผลิตสินค้าเอง และจัดส่งให้กับผู้ซื้อแฟรนไชส์เป็นผู้จำหน่ายให้ เช่น บริษัทน้ำมัน บริษัทรถยนต์ เป็นต้น

3. การให้สิทธิในเครื่องหมายการค้า (Trade – Name Franchise System) โดยผู้เป็นเจ้าของแฟรนไชส์จะให้สิทธิแก่ผู้ซื้อแฟรนไชส์ในการดำเนินธุรกิจในลักษณะต่าง ๆ ตามที่ตกลงกัน ซึ่งเป็นระบบที่นิยมมากที่สุด เช่น ธุรกิจฟาสต์ฟู้ด

4. ผู้ค้าส่งให้สิทธิจำหน่ายแก่ผู้ค้าปลีก (Wholesaler – Retailer Franchise System) โดยผู้ค้าส่งมีฐานะเป็นผู้ให้สิทธิแก่ผู้ค้าปลีกในการจัดจำหน่าย เช่น การจำหน่ายยางรถยนต์บางตราสินค้า

สำหรับประเทศไทย นิยมแบ่งประเภทของแฟรนไชส์ตามที่มาของการจำหน่ายสินค้าและบริการ จึงสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ แฟรนไชส์ที่ซื้อมาจากต่างประเทศ แล้วนำมาเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขยายสาขาในประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกิจการประเภทอาหาร หรือฟาสต์ฟู้ดที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง และแฟรนไชส์ที่เป็นของคนไทย ซึ่งมักจะเป็นกิจกรรมประเภทอาหารพื้นเมือง โดยใช้เงินลงทุนไม่สูงนัก ซึ่งบุคคลทั่วไปจะมีโอกาสเป็นเจ้าของแฟรนไชส์ได้ง่าย เช่น แฟรนไชส์ร้านอาหารอีสาน ร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านไอศกรีม และร้านข้าวมันไก่ เป็นต้น

สำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้ให้ข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับ 6 ข้อประเมินก่อนทำธุรกิจแฟรนไชส์ เพื่อให้ผู้ที่เป็นแฟรนไชส์ได้ใช้ประเมินตนเองและแฟรนไชเซอร์ก่อนที่จะตัดสินใจทำธุรกิจเพื่อเป็นการป้องกันการผิดพลาด ดังนี้

1. ประเมินชื่อเสียงและความรับผิดชอบของแฟรนไชเซอร์ว่าแฟรนไชเซอร์ที่จะซื้อนี้มีชื่อเสียงหรือไม่ และสามารถพึ่งพาได้มากน้อยเพียงใด โดยอิงจากข้อมูลย้อนหลังของแฟรนไชเซอร์ที่เคยทำมา และจากการสังเกต พบปะพูดคุยกับแฟรนไชซีทั้งที่ประกอบกิจการอยู่และที่เลิกกิจการไปแล้วหลายแฟรนไชซี

2. ประเมินในความต้องการของสินค้าหรือบริการ การพิจารณาถึงยอดขายในอนาคตของสินค้าหรือบริการ ถ้าหากตัดสินใจเป็นแฟรนไชซีนับว่าสำคัญ นอกจากนี้ควรศึกษาว่าสินค้าหรือบริการดังกล่าวมีศักยภาพในการเติบโตหรือไม่ รวมทั้งมีการแข่งขันในตลาดมากน้อยเพียงใด ยังมีช่องทางในการทำกำไรอีกหรือไม่

หากแฟรนไชเซอร์มีการอ้างว่า สินค้าหรือบริการดังกล่าวมีลิขสิทธิ์ก็ควรขอหลักฐานยืนยัน และสุดท้ายควรประเมินว่าสินค้าหรือบริการนั้นเหมาะสมกับทำเลที่ตั้งที่คาดการณ์ไว้หรือไม่เพราะแฟรนไชส์ทุกเจ้าไม่ได้เหมาะกับทุกสถานที่

3. การประเมินยอดขายควรคาดการณ์ยอดขายที่จะเกิดขึ้นโดยเฉลี่ยจากยอดขายที่เป็นไปได้ภายใต้สภาวะตลาดที่ดีที่สุดและแย่มากที่สุด ทั้งนี้แฟรนไชเซอร์ควรจะช่วยเหลือในการทำกาประเมินยอดขายนี้โดยอิงจากผลการดำเนินการของแฟรนไชซีรายอื่นด้วยที่อยู่ในประเภทเดียวกัน

4. ศึกษาว่าแฟรนไชซีรายอื่นให้การบริการอย่างไร และควรแน่ใจด้วยว่าแฟรนไชเซอร์ที่จะซื้อสามารถให้บริการสนับสนุนที่เพียงพอต่อแฟรนไชซี โดยจะทำการตรวจสอบจากคำบอกเล่าของทั้งแฟรนไชเซอร์และแฟรนไชซี

5. ต้องมีการประเมินถึงจำนวนเงินที่ต้องจ่ายล่วงหน้า ควรมีการคำนวณถึงเงินลงทุนก้อนแรกที่ต้องใช้ในช่วงเริ่มต้นซื้อแฟรนไชส์ ซึ่งค่าใช้จ่ายในช่วงนี้ ได้แก่ ค่าแฟรนไชส์ ค่าตกแต่งร้านค้า ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์ ค่าเช่าถ้าหากมีการเช่าสถานที่ เงินประกันต่อธนาคารในบางกรณี ทุนดำเนินงาน และเงินเดือนพนักงาน เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งนี้สามารถตรวจสอบรายละเอียดในการใช้เงินลงทุนได้จากแฟรนไชซอร์ และแฟรนไชซีที่จะซื้อ ที่สำคัญไม่ควรลืมที่จะเปรียบเทียบการใช้จ่ายลงทุนกับแฟรนไชซอร์รายอื่น

6. ประเมินถึงจำนวนเงินที่จำเป็นภายใต้สภาวะที่เลวร้าย เพราะผู้ประกอบการขนาดย่อมจำนวนมากประสบปัญหาล้มละลายเนื่องจากปัญหาด้านกระแสเงินสด ดังนั้นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะประเมินเกี่ยวกับเรื่องของการเงินคือ นอกจากจำนวนเงินก้อนแรกที่จะต้องจ่ายล่วงหน้าแล้ว ยังต้องดูว่าตนเองมีกระแสเงินสดเพียงพอในการดำเนินกิจการหรือไม่ โดยเฉพาะในช่วงสองปีแรกในการทำธุรกิจ ทั้งนี้ถ้าหากไม่สามารถประเมินได้ด้วยตนเอง ควรปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ

## รูปแบบการให้สิทธิแฟรนไชส์

1. แฟรนไชส์แบบหน่วยเดียว หรือแฟรนไชส์บุคคล (Individual Franchise or Single Unit Franchise)

แฟรนไชส์ประเภทนี้เป็นรูปแบบการให้สิทธิแฟรนไชส์แก่บุคคลหนึ่งบุคคลใดหรือนิติบุคคลองค์กรหนึ่งองค์กรใดในการดำเนินธุรกิจที่ได้รับสิทธิจากแฟรนไชซอร์เพียงแค่ 1 แห่ง ภายในทำเลที่ตั้งหรือพื้นที่ภูมิประเทศที่กำหนดขึ้นตามสัญญา รูปแบบในการให้สิทธิแบบนี้เป็นที่นิยมใช้กันมากในแฟรนไชส์หลายประเภท เนื่องจากมีข้อดีในเรื่องของ

1.1 มีรูปแบบที่ง่ายสำหรับการเริ่มต้นของแฟรนไชซอร์ โดยเฉพาะในช่วงต้นของการเริ่มขยายธุรกิจด้วยแฟรนไชส์ อีกทั้งยังจะช่วยให้แฟรนไชซอร์สามารถให้การสนับสนุนและเรียนรู้ข้อผิดพลาดของการทำแฟรนไชส์ได้โดยตรงจากสาขาต้น ๆ ทำให้การปรับปรุงพัฒนา แก้ไขทำได้

1.2 การทำแฟรนไชส์ประเภทนี้ยังช่วยให้สามารถหาแฟรนไชซีที่สนใจได้ง่ายกว่า เพราะขนาดการลงทุนเพียง 1 แห่งจะต่ำกว่าการลงทุนหลาย ๆ แห่ง ทำให้แฟรนไชซีที่มีการลงทุนต่อหน่วยที่สูง เช่น ร้านฟาสต์ฟู้ดจากต่างประเทศ หรือแม้แต่แฟรนไชซีที่มีโอกาสทางการตลาดในอนาคตก็นิยมใช้กัน

1.3 ช่วยให้แฟรนไชซอร์ไม่เสียโอกาสในอนาคต หรือคิดค่าสิทธิที่สูงเกินไปกับแฟรนไชซีเนื่องมาจากการรวมค่าเสียโอกาสในอนาคตไว้ด้วย ซึ่งจะเป็นผลให้มูลค่าการลงทุนของแฟรนไชซีแต่ละรายสูง

1.4 สามารถหาแฟรนไชซีที่จะมาบริหารธุรกิจ 1 แห่งได้ง่ายกว่าการหาแฟรนไชซีที่จะมาบริหารธุรกิจหลายแห่ง ซึ่งต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการบริหารค่อนข้างสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างไรก็ดีการให้สิทธิแฟรนไชส์แบบหน่วยเดียวหรือแฟรนไชส์บุคคล ก็ยังมีข้อเสียในเรื่องของการให้การสนับสนุนและบริการของแฟรนไชเซอร์ต่อแฟรนไชซี ในอนาคตที่มีจำนวนแฟรนไชซีมาก ๆ จะกระทำได้ลำบาก ซึ่งหากจัดการระบบการติดต่อสื่อสารได้ไม่ดีพอปัญหาต่าง ๆ ก็อาจเกิดขึ้นได้มากเช่นกัน

2. แฟรนไชส์แบบหลายหน่วยหรือแบบพัฒนาพื้นที่ (Multiunit Franchise or Area Development Franchise)

แฟรนไชส์ประเภทนี้เป็นรูปแบบในการให้สิทธิแก่บุคคลหนึ่งบุคคลใดหรือกลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคล องค์กรต่าง ๆ ในลักษณะการกำหนดเป็นพื้นที่รับสิทธิที่จะสามารถดำเนินธุรกิจที่ได้รับสิทธิมาจากแฟรนไชเซอร์มากกว่า 1 แห่งตามจำนวนที่ได้ตกลงกัน

การขยายแฟรนไชส์ในรูปแบบนี้จะทำให้เกิดการขยายตัวในระบบแฟรนไชส์เป็นไปอย่างรวดเร็วกว่าแบบแรก หากแฟรนไชเซอร์คัดเลือกได้แฟรนไชซีที่มีกำลังเงินทุนในการเปิดสาขากิจการได้พร้อม ๆ กันในเวลาอันสั้นที่กำหนดไว้

3. แฟรนไชส์แบบ Subfranchise

คือรูปแบบการให้สิทธิแฟรนไชส์ประเภทนี้เป็นกรให้สิทธิแก่บุคคล หรือกลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคล ในพื้นที่รับสิทธิที่กำหนดเพื่อให้บุคคล กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคลดังกล่าวทำการขยายการให้สิทธิหน่วยย่อยแบบ Individual Franchise หรือ Multiunit Franchise แก่บุคคลอื่นในพื้นที่ต่อไป

ในบางกรณีมีการเรียกผู้รับสิทธิประเภทนี้ว่าเป็นSubfranchise หรือRegional Franchise หรือแม้แต่ Master Franchise ซึ่งจะเห็นว่าการขยายแฟรนไชส์ของต่างประเทศนิยมใช้รูปแบบดังกล่าวนี้ สำหรับแฟรนไชส์ในประเทศที่จะขยายตัวไปต่างจังหวัดไกล ๆ โดยที่ตนเองไม่สามารถสนับสนุนบริการได้สะดวก ก็สามารถจัดการให้สิทธิเป็นระดับภาคแก่คนอื่น ๆ เพื่อจัดหาผู้รับสิทธิอีกทอดต่อไป

### ข้อดีของการเป็นแฟรนไชส์ซี

ธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจที่ร่วมกันของบุคคล 2 ฝ่าย โดยที่ฝ่ายหนึ่งขาดซึ่งความรู้ ความชำนาญ คือ แฟรนไชซี และอีกฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ คือ แฟรนไชเซอร์ หากแฟรนไชเซอร์ไม่สามารถสร้างให้แฟรนไชซีประสบความสำเร็จได้แล้ว ก็เป็นการยากที่แฟรนไชเซอร์จะประสบความสำเร็จได้เช่นกัน ในทางกลับกันถ้าหากแฟรนไชซีประสบความสำเร็จแล้ว ก็เป็นการยากที่แฟรนไชเซอร์จะประสบความสำเร็จได้เช่นกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารของบริษัทที่จัดทำขึ้นเพื่อการให้ข้อมูลเบื้องต้นเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1. โอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น

ในการทำธุรกิจใด ๆ ย่อมมีความเสี่ยงที่จะไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เนื่องจากมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องมากมายแต่แนวคิดของการทำแฟรนไชส์ คือ การดำเนินธุรกิจตามวิธีที่ได้ผ่านกระบวนการพัฒนาของแฟรนไชส์มาเป็นระยะเวลาแรมปี แล้วยังสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้โดยเป็นที่ยอมรับของตลาดซึ่งแสดงให้เห็นถึงความชำนาญและแสดงให้เห็นถึงประสิทธิผลในการประกอบธุรกิจ ดังนั้นโอกาสในการประสบความสำเร็จในฐานะแฟรนไชส์ จึงนับว่ามีสูงกว่าการประกอบธุรกิจอิสระของตนเอง

### 2. ย่นระยะเวลาการเรียนรู้

แฟรนไชส์ขอได้ทุ่มเทเรื่องของเวลาและเงินไปเป็นจำนวนไม่น้อย เพื่อที่จะสร้างและพัฒนาระบบพร้อมกับได้บันทึกขั้นตอน ในการดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมาแล้วในระดับหนึ่งออกมาเป็นคู่มือ ซึ่งแฟรนไชส์จะได้รับประโยชน์จากการถ่ายทอด ความเชี่ยวชาญ และประสิทธิผลความรู้ที่ถูกรวบรวมไว้นี้จากแฟรนไชส์ ดังนั้นจึงเป็นการประหยัดในเรื่องของเวลาในการเรียนรู้ถึงวิธีการดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมาแล้ว โดยสามารถเริ่มต้นธุรกิจได้ในทันทีและมีโอกาสประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้นเร็วขึ้นเนื่องจาก ไม่เกิดการลองผิดลองถูก

### 3. เครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ

เครื่องหมายการค้า/ บริการ เป็นทรัพย์สินที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของทุก ๆ ธุรกิจ และเป็นสิ่งที่อาจจะเรียกได้ว่ามีค่าสูงสุดในบรรดาทรัพย์สินต่าง ๆ ยิ่งเมื่อธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ก็เพราะเครื่องหมายการค้าเป็นเสมือนตัวแทนของธุรกิจต่อสายตาผู้บริโภค เป็นเครื่องหมายที่จะแสดงถึงควมมีคุณภาพ มาตรฐาน หรือความแตกต่างใด ๆ ของสินค้าหรือบริการของแต่ละธุรกิจ ธุรกิจแฟรนไชส์ก็เช่นกัน เนื่องจากเครื่องหมายการค้าเป็นสิ่งจำเป็นที่ควบคู่ไปกับการใช้สิทธิ ดังนั้นเมื่อธุรกิจของแฟรนไชส์ขอได้ผ่านการดำเนินการมาระยะเวลาหนึ่ง ตราหรือเครื่องหมายทางการค้า/ บริการของแฟรนไชส์ย่อมเป็นที่คุ้นเคยและยอมรับในระดับหนึ่งของผู้บริโภค ซึ่งแฟรนไชส์ย่อมจะได้รับประโยชน์จากเครื่องหมายการค้า/ บริการ ที่ได้รับการยอมรับในตลาดแล้วไปด้วย ทำให้การเริ่มต้นธุรกิจของแฟรนไชส์เป็นไปได้รวดเร็วกว่า เพราะไม่จำเป็นต้องสร้างเครื่องหมายการค้าใหม่มาทำตลาดในพื้นที่ดังกล่าว

### 4. การประหยัดต่อขนาดจากการซื้อที่ละมาก ๆ

ผู้ประกอบการขนาดย่อมโดยทั่วไป มักจะพบว่าเป็นเรื่องยากที่ตนจะสามารถซื้อสินค้าและบริการในราคาถูกเนื่องจากปริมาณในการสั่งซื้อที่น้อย อย่างไรก็ตามเมื่อมีการทำแฟรนไชส์ผู้ที่เป็นแฟรนไชส์ขอสามารถรวบรวมความต้องการในการสั่งซื้อสินค้าของแฟรนไชส์เข้าด้วยกันและเพิ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อำนาจต่อรองของตน ทำให้สามารถซื้อสินค้าและบริการในต้นทุนที่ถูกกลง และแฟรนไชส์ย่อมได้รับสินค้าหรือวัตถุดิบในราคาที่ถูกลงตามไปด้วยซึ่งเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

#### 5. การโฆษณาและการสนับสนุนการขายร่วมกัน

โดยทั่วไปแล้วธุรกิจที่มีขนาดใหญ่อย่างเพียงพอเท่านั้น จึงจะสามารถรองรับค่าใช้จ่ายในการโฆษณา โดยเฉพาะการโฆษณาที่อาศัยสื่อแพง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือโทรทัศน์ได้

ธุรกิจอิสระขนาดเล็ก ๆ เป็นจำนวนมากที่มีจำนวนสาขาไม่มาก เพราะเงินทุนไม่พอ การลงทุนค่าใช้จ่ายยิ่งเกิดขึ้นได้ยาก โดยเฉพาะการโฆษณาในระดับภาค หรือระดับประเทศ ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างของร้านอาหารที่มีชื่อเสียงในจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งก็เป็นผู้นำในตลาดมีผู้คนจำนวนมาก เป็นลูกค้า แต่ก็ไม่สามารถจะลงทุนการโฆษณาเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ได้ แต่ด้วยเหตุที่การขยายตัวของแฟรนไชส์ อยู่ภายใต้เครื่องหมายการค้าเดียวกันและเมื่อมีจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนของทั้งแฟรนไชส์เอง และการลงทุนของแฟรนไชซี ซึ่งต่างก็เป็นเจ้าของกิจการร่วมระบบ ทำให้มีความได้เปรียบในเรื่องของความประหยัดต่อขนาดการลงทุนด้านโฆษณา สามารถส่งผลให้แก่ระบบโดยรวมได้โดยง่ายก่อให้เกิดทั้งภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีกว่าร้านค้าอิสระทั่วไป ที่การขยายตัวช้ากว่าเพราะเงินทุนที่จำกัดกว่า ซึ่งในทำนองเดียวกันแฟรนไชส์จะสามารถรวบรวมทรัพยากรเข้าด้วยกัน เพื่อที่จะผลักดันให้เกิดการโฆษณาและส่งเสริมการขายร่วมกันในต้นทุนที่ต่ำ นอกจากนี้การทำแฟรนไชส์ ยังเป็นผลดีต่อการนำเสนอภาพลักษณ์ที่เข้มแข็งและสอดคล้องกัน ซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการจากแฟรนไชซี

#### 6. การถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ

โดยปกติแฟรนไชส์จะมีการส่งมอบประสบการณ์ และความชำนาญในการประกอบธุรกิจ เมื่อมีการขายสิทธิ์แฟรนไชส์จะให้ความสนใจกับการถ่ายทอดความรู้ต่อแฟรนไชซี เพื่อส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จ เนื่องจากความสำเร็จและผลกำไรของแฟรนไชส์ย่อมเกี่ยวโยงกับความสำเร็จของแฟรนไชซีโดยตรง

#### 7. การฝึกอบรม

แฟรนไชส์ย่อมได้รับการฝึกอบรมและแนะนำแนวทางต่าง ๆ จากแฟรนไชส์ เพื่อช่วยส่งเสริมให้ประกอบการได้ดีขึ้นภายใต้มาตรฐานที่เป็นหนึ่งเดียว

#### 8. บริการช่วยเหลือแฟรนไชส์ซอ

แฟรนไชส์สามารถรับบริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ซอในต้นทุนที่ต่ำ เช่น การย้ายที่ตั้ง ไปสู่ทำเลที่ดีขึ้น

## ข้อเสียของการเป็นแฟรนไชส์

ถึงแม้ว่าในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ อาจจะเป็นแนวคิดที่ดีแต่ก็ไม่ได้เป็นรูปแบบที่ดีที่สุด เนื่องจากการทำแฟรนไชส์ ยังมีข้อจำกัดหรือไม่เหมาะสมสำหรับบางคน ในเรื่องต่าง ๆ พอสรุปได้ดังนี้

### 1. สูญเสียอิสรภาพในการดำเนินงาน

ต้องสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ เพราะแนวคิดในเรื่องของการทำแฟรนไชส์ คือ การดำเนินธุรกิจตามวิธีที่ได้รับการพัฒนาจากแฟรนไชเซอร์ การดำเนินธุรกิจตามรูปแบบที่กำหนดไว้เท่านั้นที่จะเป็นเครื่องรับรองความสำเร็จของแฟรนไชส์ ดังนั้นแฟรนไชส์จึงไม่มีอิสรภาพเต็มที่ต่อการตัดสินใจ

ด้วยเหตุที่แฟรนไชส์เป็นเจ้าของในกิจการ และเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรง ในการปฏิบัติงาน และตัดสินใจหลาย ๆ เรื่อง จึงเป็นความรับผิดชอบอย่างเลี่ยงไม่ได้ ด้วยจุดนี้ที่ทำให้ผลเสียในด้านการสูญเสียการควบคุมโดยตรงเกิดขึ้นได้มาก หากระบบต่าง ๆ ของแฟรนไชส์ไม่ดีพอหรือยากต่อการปฏิบัติ เพราะหากแฟรนไชส์ไม่สามารถปฏิบัติได้อย่างที่แฟรนไชเซอร์ทำได้แล้ว ตามธรรมชาติ ผู้รับผิดชอบก็ต้องหาหนทางอื่นที่จะทำ เนื่องจากต้องรับผิดชอบต่อทำให้การทำงานเกิดการเบี่ยงเบน ออกจากมาตรฐานต่าง ๆ ได้

ดังนั้นการพัฒนาธุรกิจให้เป็นแฟรนไชส์จำเป็นต้องคำนึงถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานให้แก่บุคคลที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจ ให้สามารถปฏิบัติตามได้โดยง่ายและมีความสำเร็จในทุก ๆ แง่มุมของธุรกิจ เช่น ควรขายสินค้าอะไรที่ราคาเท่าใด หรือเมื่อไหร่ที่จะเสนอขายสินค้าลดราคาและอื่น ๆ นอกจากนี้แฟรนไชส์ยังไม่สามารถตัดสินใจกระทำกรใด ๆ เพียงลำพังที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของแฟรนไชส์ หรือของแฟรนไชส์อื่น ๆ

### 2. ไม่มีหลักประกันความสำเร็จ

ถึงแม้จะมีโอกาสสูงในการประสบความสำเร็จจากการซื้อแฟรนไชส์ แต่อาจกล่าวได้ว่าไม่มีหลักประกันที่แน่นอนในเรื่องนี้ เนื่องจากความเสี่ยงทางธุรกิจสามารถเกิดขึ้นได้โดยปกติ นอกจากนี้ อาจพบว่า แฟรนไชส์อาจจะประสบความสำเร็จด้วยสาเหตุเงินทุนที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจขาดวิสัยทัศน์หรือทำเลที่ตั้งแหล่งระบายสินค้าไม่เหมาะสม สาเหตุในความล้มเหลวที่แฟรนไชส์ไม่สามารถปฏิบัติตามระบบของแฟรนไชเซอร์ได้ อย่างไรก็ตามสาเหตุของความล้มเหลวแบ่งออกได้เป็น 2 สาเหตุหลัก ๆ คือ สาเหตุจากตัวแฟรนไชส์เองและสาเหตุจากระบบแฟรนไชเซอร์

ในด้านตัวของแฟรนไชส์นั้นโดยทั่วไปก็มักจะพบว่า คุณสมบัติของแฟรนไชส์ที่ถูกเลือกเข้ามาเพื่อประกอบธุรกิจแฟรนไชส์นั้น ๆ มีความสามารถไม่ตรงหรือไม่มากพอ หรืออีกทางหนึ่งอาจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้รับการยอมรับจากแฟนไชเซอร์ไม่ดีพอด้วยก็อาจเป็นไปได้ ซึ่งหากสาเหตุของการล้มเหลวเป็นไปในแนวทางนี้ ทางแก้จะสามารถทำได้ด้วยการให้การยอมรับ และระบบการสนับสนุนที่ใกล้ชิด ซึ่งถ้าหากตัวแฟนไชเซอร์ยังคงไม่สามารถเปลี่ยนแปลงแผนของการดำเนินธุรกิจได้ ความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลงจึงต้องเกิดขึ้น

ในด้านของระบบแฟนไชส์โดยทั่วไป มักมาจากระบบการดำเนินธุรกิจที่เดิมแฟนไชเซอร์ให้มานั้นไม่สามารถนำไปใช้ได้ดั่งง่าย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากระบบนั้นต้องการคุณสมบัติพิเศษมากเกินไปหรือไม่ได้รับการพัฒนาให้มีรูปแบบที่ง่ายขึ้น แต่จะยังคงขึ้นอยู่กับตัวบุคคลมากเกินไป ดังนั้น การแก้ไขจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาระบบการดำเนินงานต่าง ๆ รวมถึงการยอมรับใหม่ ซึ่งหากการเปลี่ยนแปลงทำได้ยาก แน่หนอนความสำเร็จของระบบแฟนไชส์นั้น ๆ ก็จะไม่เกิดขึ้น

### 3. ค่าใช้จ่ายสูง

แฟนไชเซอร์จำเป็นจะต้องเสียค่าใช้จ่ายล่วงหน้าเพื่อการได้มาซื้อสิทธิในการประกอบกิจการ นอกจากนี้แฟนไชเซอร์อาจจะมีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น เงินลงทุนเพื่อตกแต่งร้านค้าและค่าธรรมเนียมที่ต้องจ่ายเป็นประจำสำหรับบริการสนับสนุนที่ได้รับจากแฟนไชเซอร์ เมื่อรวมค่าใช้จ่ายเหล่านี้เข้าด้วยกันจะพบว่าคิดเป็นจำนวนเงินที่สูง ดังนั้นเงินจำนวนนี้จะต้องคุ้มค่าต่อการลงทุนเมื่อแฟนไชเซอร์ได้รับผลตอบแทนที่สูงเช่นกัน แต่อย่างไรก็ดีนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจเซ็นสัญญาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายใด ๆ

### ข้อดีของการเป็นแฟนไชเซอร์

#### 1. ใช้เงินทุนไม่มากในการขยายกิจการ

ระบบแฟนไชส์ดูเหมือนว่าจะเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพในการขยายธุรกิจ โดยเฉพาะกับกิจการขนาดเล็ก ซึ่งเจ้าของแฟนไชเซอร์ยังคงสามารถดำรงอำนาจการบริหารงานของตนเองได้ ที่กล่าวว่ามีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับกิจการขนาดเล็กเพราะเจ้าของกิจการไม่จำเป็นต้องใช้ทรัพย์สินหรือทุนมากมายในการขยายกิจการ แต่กลับใช้ความรู้ของกิจการที่ตนดำเนินงานมา อันเป็นสิ่งมีค่าสำหรับผู้ที่เข้ามาร่วมแบ่งปันความเสี่ยง คือ แฟนไชเซอร์ นั่นเอง จึงกลายเป็นการรวมกันเพื่อประโยชน์ทั้งสองฝ่าย

#### 2. สามารถขยายกิจการได้รวดเร็ว

โดยปกติธุรกิจที่จะขยายตัวได้อย่างรวดเร็วจะต้องมีเงินทุนหรือบุคคลากรที่มากพอ ซึ่งมักจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ในส่วนของธุรกิจขนาดกลางและเล็กกว่าจะสามารถสะสมเงินทุนจนมีมาก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พอที่จะดำเนินงาน ก็ต้องใช้เวลาจนอาจไม่ทันต่อการแข่งขัน ด้วยเหตุนี้การใช้ระบบแฟรนไชส์ที่ดีจะสามารถดึงกำลังของแฟรนไชส์ซึ่งมาช่วยในการขยายธุรกิจให้รวดเร็วได้ แต่ทั้งนี้การขยายธุรกิจอย่างรวดเร็วก็เป็นเหมือนดาบสองคม หากบริษัทแม่ไม่เข้าใจว่าต้องให้การสนับสนุนและจัดการที่ดีพอ อาจจะสูญเสียการควบคุมและมีปัญหาต่อทั้งหมดได้

### 3. สามารถจูงใจบุคคลากรได้ดีกว่า

ปัญหาอย่างหนึ่งในการขยายสาขาเอง โดยการจ้างผู้บริหารมาดูแล คือ แม้ผู้บริหารจะเก่ง แต่หากจะเทียบความตั้งใจทำงาน ผู้ที่รับสิทธิจะกระตือรือร้นมากกว่าลูกจ้าง เพราะถือเป็นเจ้าของร้านนั้นจริง ๆ อีกทั้งแฟรนไชส์ยังสามารถคัดเลือกคุณสมบัติที่เหมาะสมของแฟรนไชส์ได้อีกด้วย

### 4. มีปัญหาด้านคนน้อยลง

ปัญหาหลักของการทำงานอย่างหนึ่ง คือ การบริหารคนหรือการควบคุมผู้ใต้บังคับบัญชา แต่หากขยายธุรกิจด้วยระบบแฟรนไชส์ปัญหาเหล่านี้จะลดน้อยลงไป เพราะธุรกิจในแต่ละแห่งผู้รับสิทธิจะต้องรับผิดชอบพนักงานเอง

### 5. เพิ่มอำนาจในการต่อรอง

เมื่อธุรกิจเริ่มจะขยายตัวออกไป ชื่อของแฟรนไชส์ก็จะเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยภาพลักษณ์ของธุรกิจขนาดเล็ก แต่มีหลาย ๆ สาขาจะกลายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ประกอบกับขนาดของตลาดที่เข้าถึงทำให้อำนาจในการต่อรองของธุรกิจที่มีต่อซัพพลายเออร์ ธนาकार และอื่น ๆ มีมากขึ้น

### 6. สามารถควบคุมกิจการได้ด้วยนโยบายหลักของธุรกิจ

ระบบแฟรนไชส์อาจจะดูเสมือนว่าเหมาะกับธุรกิจขนาดเล็ก ที่มีการขายสิทธิในการดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อของแฟรนไชส์ขอเพียงเท่านั้น แต่ถ้าหากผู้บริหารเข้าใจในวิธีบริหารให้มีประสิทธิภาพ โดยใช้นโยบายจากส่วนกลาง อย่างเช่น แฟรนไชส์ที่ประสบความสำเร็จอย่าง แมคโดนัลด์ หรือ 7 eleven ธุรกิจขนาดเล็ก ๆ ก็จะกลายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่โตได้ไม่ยาก

## ข้อเสียของการเป็นแฟรนไชเซอร์

### 1. การสูญเสียการควบคุม

ในหลาย ๆ ครั้งที่พอบริษัทที่ทำแฟรนไชส์ได้สักระยะหนึ่งจะพบปัญหาว่าการควบคุมในระยะยาวอาจมีปัญหา เมื่อผู้รับสิทธิเริ่มปฏิบัติออกนอกกลุ่มทาง หรืออยากทำตามวิธีการของตน ซึ่งปัญหานี้มักจะนำไปสู่ความขัดแย้ง ของทั้งสองฝ่ายที่จะทำให้อาจเลิกกิจการกันไป ปัญหาแบบ

นี้จะแก้ได้ด้วยระบบการควบคุมที่ดี และระบบการคัดเลือกที่ไม่ใช่สนใจแต่ตัวเงิน แต่จำเป็นต้องดูคุณสมบัติของผู้รับสิทธิด้วย

## 2. การเสียชื่อเสียง

เพราะระบบแฟรนไชส์อนุญาตให้ผู้รับสิทธิใช้เครื่องหมายการค้าร่วมกัน หากมีผู้รับสิทธิที่ทำอะไรที่ไม่ดีเพียงหนึ่งราย อาจจะไปสู่การเสียชื่อเสียงของร้านค้าอื่น ๆ ทั้งหมด

## 3. ต้องแบ่งปันผลกำไรกับผู้รับสิทธิ

ในการขยายแฟรนไชส์ ถึงแม้จะทำให้เราขยายธุรกิจได้รวดเร็วแต่รายได้ หรือ กำไรที่ได้มา ต้องถูกแบ่งไปให้ผู้รับสิทธิไปเกือบหมด และแม้เมื่อบริษัทแม่เริ่มมีเงินทุนที่จะขยายธุรกิจได้เอง แต่พื้นที่ดี ๆ ก็ถูกผู้รับสิทธิยึดไปดำเนินงานแล้ว

## 4. การสูญเสียความลับ

เพราะแฟรนไชส์เป็นเรื่องของการถ่ายทอดความรู้ประสบการณ์และเคล็ดลับในการดำเนินธุรกิจ เพื่อแลกกับเงินทุน และสิทธิต่าง ๆ แต่นี่ก็เป็นช่องทางของการรั่วไหลของความลับที่อาจจะไปสู่คู่แข่ง หรือหากผู้รับสิทธิตีตัวออกห่าง และนำเอาเคล็ดลับไปดัดแปลงเพื่อเปิดกิจการคล้ายกัน

## 5. มีค่าใช้จ่ายบางอย่างเพิ่ม

แม้สาขาแต่ละแห่งจะอยู่ภายใต้บริษัทเดียวกัน แต่มีค่าใช้จ่ายบางอย่างเช่น การทำบัญชี และ กฎหมาย ที่ต้องแยกกันทำ และการให้ความช่วยเหลือในการดำเนินงานแก่ผู้รับสิทธิแต่ละราย ทำได้ยากและสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการติดต่อด้วย

## ธุรกิจแฟรนไชส์บริการซักอบรีด

### คุณสมบัติของผู้สนใจในการเป็นแฟรนไชส์

ในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีดแบบศูนย์รับส่งเสื้อผ้า จำเป็นต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. มีสถานที่ประมาณ 15-30 ตารางเมตร (อยู่ในบริเวณและทำเลที่เหมาะสม)
2. มีความตั้งใจในการดำเนินกิจการ
3. มีใจรักงานบริการ
4. มีความละเอียดในการดำเนินงาน เนื่องจากผู้ประกอบการต้องสำรวจรายละเอียดของเสื้อผ้า ที่รับซักรีด ว่ามีการชำรุดก่อนที่จะนำเข้ารับบริการ
5. มีความพร้อมในการลงทุน รวมถึงมีทัศนคติที่ดีในการทำธุรกิจในระบบแฟรนไชส์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ขั้นตอนการขออนุญาตสิทธิช่วงแฟรนไชส์

1. ติดต่อขอรับเอกสารแนะนำ พร้อมใบสมัครย่อ
2. รับฟังสัมมนาการลงทุน กรอกใบสมัคร พร้อมส่ง สำเนาบัตรประชาชน และหนังสือรับรองสถานะทางการเงินย้อนหลัง 6 เดือน แผนที่ตั้งทำเล พร้อมอัตราค่าเช่า
3. ทางแฟรนไชส์จะทำการสำรวจและประเมินแผนที่ตั้งทำเล โดยมีหลักในการพิจารณา ดังนี้ คือ
  - 3.1 ทำเลที่ตั้ง ขนาด พื้นที่ ว่าเหมาะสมหรือไม่
  - 3.2 ในพื้นที่ใกล้เคียงมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากน้อยเพียงใด
  - 3.3 ความสะดวกในการมาใช้บริการของลูกค้า
  - 3.4 อัตราค่าเช่าพื้นที่มีความเหมาะสมหรือไม่

## ขั้นตอนในการดำเนินงานและการช้กอบริด

ในการดำเนินงานและขั้นตอนวิธีการของการรับส่งผ้า จากร้านแฟรนไชส์ช้กอบริดไปจนถึงกระบวนการช้กอบริดของโรงงานจะเริ่มจาก

1. ร้านแฟรนไชส์รับผ้าจากลูกค้า โดยทำการตรวจสอบสภาพผ้าที่รับมาว่ามีอะไรที่ชำรุด ซึ่งเกิดก่อนที่รับผ้าจากลูกค้าหรือไม่
2. ลงบันทึกในใบรับงาน ซึ่งมีสำเนาพร้อมทั้งสิ้น 4 ชุด
  - ชุดที่ 1 มอบให้ลูกค้าที่มาใช้บริการทางร้าน
  - ชุดที่ 2 ส่งเข้าโรงงาน
  - ชุดที่ 3 ใส่ไว้ในถุงผ้าที่จะนำไปช้ก
  - ชุดที่ 4 เก็บไว้ที่ร้านแฟรนไชส์
3. พนักงานหน้าร้านทำเครื่องหมายติดกับเสื้อที่ส่งช้ก เพื่อรอรถจากโรงงานมารับนำผ้าไปช้กโดยรหัสในเครื่องหมายจะแสดงให้เห็นทราบถึง รหัสสาขาร้าน ประเภทของการส่งช้ก วันนัดที่ลูกค้าจะรับผ้ากลับ
4. เมื่อถึงโรงงาน เจ้าหน้าที่ของโรงงานจะเริ่มทำการตรวจสอบดูความเรียบร้อยของเสื้อผ้าก่อนจะนำไปสู่กระบวนการทำความสะอาด ซึ่งเจ้าหน้าที่จะนำมาแยกประเภทในการช้กแห้งและช้กน้ำตามรายละเอียดในใบรับงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ในการคัดแยกผ้า หากผ้าที่มีรอยเปื้อน หรือคราบต่าง ๆ เจ้าหน้าที่จะพิจารณาดูว่าเป็นรอยเปื้อนชนิดใด เพื่อที่จะเลือกใช้น้ำยาขจัดรอยเปื้อนได้ถูกชนิด

6. หลังจากนั้นทำการนำผ้าเข้าเครื่องซัก แล้วทำการอบผ้า ซึ่งปกติผ้าที่ออกมาจากเครื่องซัก จะแห้งประมาณ 90% แต่การอบผ้า จะทำให้ความร้อนเข้าไปไล่ความชื้นที่อยู่ในผ้ากลายเป็นไอ ทำให้ผ้าแห้ง 100% แล้วนำผ้าที่อบแห้งแล้วมารีด โดยเตารีดที่ใช้จะมีหลายประเภท

7. นำผ้าที่ซักอบรีดเรียบร้อยแล้ว ใส่ไม้แขวนแล้วนำมาบรรจุใส่ถุงพลาสติกให้เรียบร้อย พร้อมทั้งนำสำเนาใบรับงานที่อยู่ในถุงผ้าตอนส่งซักแนบไว้กับเสื้อผ้าตอนส่งคืน

8. ทำการจัดส่งผ้าจากทางโรงงานกลับคืนหน้าร้านที่เป็นสาขา

9. บริษัทแฟรนไชซอ จะทำการตรวจลำดับเลขที่ของใบรับงานของหน้าร้านแต่ละสาขาเพื่อเรียกเก็บเงินไปยังสาขาต่าง ๆ โดยนำมาออกใบกำกับภาษีในตอนสิ้นเดือนเพื่อทำการเรียกเก็บเงินจากแฟรนไชซอ



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ผลการศึกษาได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 384 คน และการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากผู้ที่พักอาศัยในอาคารชุด ในเขตบางนา และ เขตสวนหลวง โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นและความต้องการในการใช้บริการชกอบรีด

ส่วนที่ 3 การประมาณขนาดของรายได้

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชกอบรีด

#### ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

##### เพศของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจความคิดเห็น จำนวน 384 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 53.91 และเป็นเพศชาย จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 46.09 (ตารางที่ 3)

##### สถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า สถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดมีจำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 78.39 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และสถานภาพหม้ายมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.52 (ตารางที่ 4)

##### อายุของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 30 ปี มีจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 64.32 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 121 คน และช่วงอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 31.51 และ 2.86 ตามลำดับ (ตารางที่ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการนำเสนอข้อมูลเท่านั้น ไม่ควรนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

| เพศ  | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------|------------|--------|
| หญิง | 207        | 53.91  |
| ชาย  | 177        | 46.09  |
| รวม  | 384        | 100.00 |

ตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

| สถานภาพ  | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------|------------|--------|
| โสด      | 301        | 78.39  |
| สมรส     | 72         | 18.75  |
| หย่าร้าง | 9          | 2.34   |
| หม้าย    | 2          | 0.52   |
| รวม      | 384        | 100.00 |

ตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

| อายุ          | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------|------------|--------|
| ต่ำกว่า 20 ปี | 5          | 1.30   |
| 20-30 ปี      | 247        | 64.32  |
| 31-40 ปี      | 121        | 31.51  |
| 41-50 ปี      | 11         | 2.86   |
| รวม           | 384        | 100.00 |

### ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 70.05 รองลงมาคือ กลุ่มผู้มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 98 คน และอนุปริญญา / ปวส. จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 25.52 และ 4.43 ตามลำดับ (ตารางที่ 6) สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา    | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------|------------|--------|
| อนุปริญญา / ปวส. | 17         | 4.43   |
| ปริญญาตรี        | 269        | 70.05  |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 98         | 25.52  |
| รวม              | 384        | 100.00 |

### อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงาน / เจ้าหน้าที่บริษัท จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 69.27 และรองลงมา คือ อาชีพอาชีพอิสระ / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.66 และกลุ่มนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 ตามลำดับ (ตารางที่ 7)

### ตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ                          | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------|------------|--------|
| พนักงาน / เจ้าหน้าที่บริษัท    | 266        | 69.27  |
| อาชีพอิสระ / ธุรกิจส่วนตัว     | 87         | 22.66  |
| นักเรียน / นักศึกษา            | 16         | 4.17   |
| ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 11         | 2.86   |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ              | 4          | 1.04   |
| รวม                            | 384        | 100.00 |

### รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.41 รองลงมาคือช่วงรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 32.81 และช่วงรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด คือ ช่วงสูงกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.13 (ตารางที่ 8) ใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้ (บาท)    | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------|------------|--------|
| ต่ำกว่า 10,000  | 20         | 5.21   |
| 10,000 – 20,000 | 159        | 41.41  |
| 20,001 – 30,000 | 126        | 32.81  |
| 30,001 – 40,000 | 49         | 12.76  |
| 40,001 – 50,000 | 18         | 4.69   |
| สูงกว่า 50,000  | 12         | 3.13   |
| รวม             | 384        | 100.00 |

ลักษณะของอาคารชุดพักอาศัย

จากการศึกษาพบว่า ลักษณะของอาคารชุดพักอาศัยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเจ้าของ มีจำนวน 213 คนคิดเป็นร้อยละ 55.47 รองลงมาคือ เช่าอาศัย จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.15 และพักกับญาติ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.39 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะของอาคารชุดพักอาศัย

| ลักษณะของอาคารชุด | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------|------------|--------|
| เป็นเจ้าของ       | 213        | 55.47  |
| เช่าอาศัย         | 158        | 41.15  |
| พักกับญาติ        | 13         | 3.39   |
| รวม               | 384        | 100.00 |

## ความคิดเห็นและความต้องการในการใช้บริการซักอบรีดของกลุ่มตัวอย่าง

### ลักษณะในการซักอบรีดของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษา ลักษณะในการซักอบรีดของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมซักด้วยเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ – รีดด้วยตนเองมากที่สุด จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 47.40 รองลงมาคือ ซักรีดด้วยตนเอง มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.15 และ ซักรีดโดยการใช้บริการร้านซักอบรีด 32 คน คิดเป็นร้อยละ 9.37 และซักด้วยเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ – รีดโดยการใช้บริการซักอบรีด เป็นจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.08 ตามลำดับ (ตารางที่ 10)

### ตารางที่ 10 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะในการซักอบรีด

| ลักษณะในการซักอบรีด   | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ซักด้วยเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ – รีดด้วยตนเอง                   | 182   | 47.40  |
| ซักรีดด้วยตนเอง   | 158   | 41.15  |
| ซักรีดโดยการใช้บริการร้านซักอบรีด                               | 32    | 9.37   |
| ซักด้วยเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ – รีดโดยการใช้บริการร้านซักอบรีด | 8     | 2.08   |
| รวม   | 384   | 100.00 |

### วันที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเข้าใช้บริการร้านซักอบรีด

จากการศึกษาพบว่า วันที่กลุ่มตัวอย่างต้องการใช้บริการซักอบรีดส่วนใหญ่เป็น วันศุกร์ – อาทิตย์มีจำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 73.44 ส่วนวัน จันทร์ – พุธ มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.56 (ตารางที่ 11)

### เวลาที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเข้าใช้บริการร้านซักอบรีด

จากการศึกษาพบว่า เวลาที่กลุ่มตัวอย่างต้องการใช้บริการส่วนใหญ่เป็น 8.00 – 12.00 น. มีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 67.19 รองลงมาคือเวลา 16.00 – 20.00 น. มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.48 และเวลา 13.00 – 16.00 น. มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 (ตารางที่ 12)

### ตารางที่ 11 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวันที่ต้องการใช้บริการชกอบรีด

| วันที่ต้องการใช้บริการชกอบรีด | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------|------------|--------|
| จันทร์ - พฤหัส                | 102        | 26.56  |
| ศุกร์ - อาทิตย์               | 282        | 73.44  |
| รวม                           | 384        | 100.00 |

### ตารางที่ 12 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวันที่ต้องการใช้บริการชกอบรีด

| เวลาที่ต้องการใช้บริการชกอบรีด | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------|------------|--------|
| 8.00 – 12.00 น.                | 258        | 67.19  |
| 13.00 – 16.00 น.               | 32         | 8.33   |
| 16.00 – 20.00 น.               | 94         | 24.48  |
| รวม                            | 384        | 100.00 |

### การเข้ารับบริการร้านชกอบรีดแบบรายเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเข้ารับบริการร้านชกอบรีดมีจำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 87.24 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการร้านชกอบรีดมีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.76 (ตารางที่ 13)

### ตารางที่ 13 กลุ่มตัวอย่างในการเข้ารับบริการร้านชกอบรีด

| การเข้ารับบริการร้านชกอบรีดของกลุ่มตัวอย่าง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| เคย   | 49         | 12.76  |
| ไม่เคย                                      | 335        | 87.24  |
| รวม   | 384        | 100.00 |

### ค่าใช้จ่ายปกติของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการชักรีดแบบรายเดือน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการชักรีดแบบรายเดือนมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการชักรีดต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 63.27 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 1,001 – 1,500 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32.65 และ กลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 1,501 – 2,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.08 ตามลำดับ (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ค่าใช้จ่ายปกติของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการชักรีดแบบรายเดือน

| ราคา               | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------|------------|--------|
| น้อยกว่า 1,000 บาท | 31         | 63.27  |
| 1,001 – 1,500 บาท  | 16         | 32.65  |
| 1,501 – 2,000 บาท  | 2          | 4.08   |
| รวม                | 49         | 100.00 |

### ความเหมาะสมของราคาแฟรนไชส์ชักรีดแบบรายเดือน

จากการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นในเรื่องความเหมาะสมของราคาแฟรนไชส์ชักรีดแบบรายเดือนของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่พบว่า ราคามีความเหมาะสม มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 75.51 รองลงมาคือ ราคาแพงเกินไป มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18.37 และ ราคาถูก มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.12 (ตารางที่ 15)

### เหตุผลในการเข้ารับบริการชักรีดแทนการชักรีดด้วยตนเอง

จากการศึกษาพบว่า เหตุผลในการเข้ารับบริการชักรีดของกลุ่มตัวอย่าง คือ ความสะอาดมากที่สุดมีจำนวน 317 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 24.61 รองลงมาคือ คุณภาพในการชักรีด จำนวน 268 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 20.81 และความสะดวกในการรับส่งผ้า จำนวน 232 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.01 ตามลำดับ (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 15 ความเหมาะสมของราคาแพคเกจชกอบรีดแบบรายเดือน

| อัตราค่าใช้บริการแบบรายเดือน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------|------------|--------|
| แพงเกินไป                    | 9          | 18.37  |
| เหมาะสม                      | 37         | 75.51  |
| ราคาถูก                      | 3          | 6.12   |
| รวม                          | 49         | 100.00 |

ตารางที่ 16 เหตุผลในการเข้ารับบริการชกอบรีดแทนการชกอบรีดด้วยตนเอง

| เหตุผลที่เลือกใช้บริการ   | จำนวน (คำตอบ) | ร้อยละ |
|---------------------------|---------------|--------|
| ความสะดวก                 | 317           | 24.61  |
| คุณภาพในการชกอบรีด        | 268           | 20.81  |
| ความสะดวกในการรับส่งผ้า   | 232           | 18.01  |
| ไม่มีเวลาทำเอง            | 199           | 15.45  |
| ราคา                      | 149           | 11.57  |
| ระยะเวลาในการรอผ้า        | 81            | 6.29   |
| ความมีชื่อเสียงของร้าน    | 39            | 3.03   |
| อื่นๆ (ไม่สามารถชกเองได้) | 3             | 0.23   |
| รวม                       | 1,288         | 100.00 |

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในการเข้ารับบริการชกอบรีด

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการใช้บริการร้านชกอบรีดภายในอาคารชุดมีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.19 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการใช้บริการร้านชกอบรีดภายในอาคารชุดมีจำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 74.74 และกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่แน่ใจว่าจะใช้บริการมีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.07 (ตารางที่ 17)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตารางที่ 17 ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในการเข้ารับบริการซักอบรีด

| ความต้องการ  | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------|------------|--------|
| ไม่ใช้บริการ | 287        | 74.74  |
| ใช้บริการ    | 66         | 17.19  |
| ไม่แน่ใจ     | 31         | 8.07   |
| รวม          | 384        | 100.00 |

### การประมาณขนาดของรายได้

สำหรับการประมาณขนาดของรายได้ เป็นการประมาณโดยใช้ค่าร้อยละจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างเทียบเคียงกับจำนวนประชากรโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการซักอบรีดภายในอาคารชุด

จากการแจกแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง 384 คนพบว่า มีจำนวน 66 คน ที่ตอบว่าจะใช้บริการ โดยแบ่งเป็นราคาค่าซักรีดรายเดือนขั้นต่ำอยู่ที่ 30 ขึ้น 760 บาท จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าจะใช้บริการ มีจำนวน 37 คน และราคาค่าซักรีดรายเดือนอยู่ที่ 60 ขึ้น 1,350 บาท มีผู้สนใจใช้บริการ จำนวน 29 คน จะสามารถประมาณการรายได้ต่อเดือนเท่ากับ  $(760 \times 37) + (1,350 \times 29) = 67,270$  บาท และประมาณการรายได้ต่อปีเท่ากับ  $67,270 \times 12 = 807,240$  บาท (ตารางที่ 18) โดยในแต่ละปีคาดว่าร้านซักอบรีดสามารถเพิ่มรายได้ในอัตราร้อยละ 5 จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ (ตารางผนวกที่ 1)

ตารางที่ 18 ประมาณขนาดของรายได้ตามประเภทความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในการเข้ารับบริการซักอบรีด

| ผู้ที่สนใจใช้บริการ | จำนวน (คน) | ยอดขาย/เดือน (บาท) | ยอดขาย/ปี (บาท) |
|---------------------|------------|--------------------|-----------------|
| 30 ขึ้น 760 บาท     | 37         | 28,120             | 337,440         |
| 60 ขึ้น 1,350 บาท   | 29         | 39,150             | 469,800         |
| รวม                 | 66         | 67,270             | 807,240         |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจแฟรนไชส์ร้านซักอบรีด

การวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีด ได้มีข้อกำหนดต่าง ๆ ที่จะใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจมีดังต่อไปนี้

1. อายุโครงการเท่ากับ 3 ปี ตามอายุของสัญญาของการใช้สิทธิ
2. อัตราคิดลด (Discount Rate) ของโครงการที่จะใช้ในการวิเคราะห์คือ ร้อยละ 10 ซึ่งเป็นอัตราคิดลดโดยคำนึงถึงค่าเสียโอกาสของการนำเงินไปลงทุนกับธุรกิจอื่น ๆ รวมกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ในอนาคต ในที่นี้ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำที่ผู้ลงทุนได้รับ เมื่อฝากเงินกับธนาคารที่อัตราร้อยละ 4 รวมกับส่วนชดเชยความเสี่ยงร้อยละ 6 ต่อปี รวมใช้อัตราคิดลดที่ร้อยละ 10
3. การคิดค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ถาวร จะใช้วิธีคำนวณแบบเส้นตรงตามประมาณการอายุการใช้งานเท่ากับอายุโครงการคือ 3 ปี
4. ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% ของรายรับบริการ เป็นภาษีขายที่ต้องชำระให้แก่กรมสรรพากร แต่สามารถนำภาษีมูลค่าเพิ่มที่ได้จากการซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากผู้ประกอบการรายอื่น นำมาหักล้าง และถือเป็นรายจ่ายเฉพาะภาษีขายที่มากกว่าภาษีซื้อเท่านั้น ดังนั้นค่าภาษีมูลค่าเพิ่มจึงคำนวณ โดยจะนำรายรับเฉลี่ยต่อปี หักด้วยส่วนแบ่งตอบแทนที่ต้องจ่ายให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ และค่าเช่าพื้นที่ คุณด้วย 7/107 เนื่องจากได้มีการคิดภาษีมูลค่าเพิ่มรวมอยู่ในรายรับดังกล่าว
5. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งเสียตามอัตราก้าวหน้า (ตารางที่ 19)
6. ค่าโฆษณา ค่าอุปกรณ์การดำเนินงาน เป็นค่าใช้จ่ายล่วงหน้าที่จ่ายให้แก่เจ้าของสิทธิในครั้งแรก ดังนั้นค่าโฆษณา ค่าอุปกรณ์การดำเนินงานต้องตัดเป็นค่าใช้จ่ายในแต่ละปี

### ตารางที่ 19 อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

| รายรับ (บาท)          | อัตราภาษี | มูลค่าภาษีสะสม (บาท) |
|-----------------------|-----------|----------------------|
| 0 - 100,000           | 5         | 5,000                |
| 100,000 - 500,000     | 10        | 45,000               |
| 500,000 - 1,000,000   | 20        | 145,000              |
| 1,000,000 - 4,000,000 | 30        | 1,045,000            |
| มากกว่า 4,000,000     | 37        | 1,045,000 ขึ้นไป     |

เอกสารที่มา : (กรมสรรพากร, 2549) การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาพบว่า การดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ช็อกบรีดมีรายละเอียดต้นทุนของโครงการดังต่อไปนี้

### เงินลงทุนครั้งแรก (Initial Investment Outlay)

เป็นต้นทุนคงที่ที่เสียไปในตอนเริ่มดำเนินงานประกอบด้วย

1. ค่าตกแต่งร้าน 100,000บาท จะประกอบด้วย ตู้เก็บเสื้อผ้า เคาน์เตอร์ ป้ายสัญลักษณ์ของร้านซึ่งต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด
2. ค่าประกันความเสียหายอันเกิดจากการใช้สิทธิแฟรนไชส์ 50,000 บาท ซึ่งจะได้รับคืนเมื่อสัญญาเช่าสิ้นสุดลง
3. ค่าเครื่องโทรศัพท์ – โทรสาร 3,500 บาท
4. ค่าโฆษณาในสื่อต่าง ๆ และโปรโมชั่นตลอดอายุโครงการ 15,000 บาท
5. ค่าอุปกรณ์การดำเนินงาน ประกอบด้วย ไม้รับงาน บัตรสมาชิก บัตรสะสมแต้ม ตลอดอายุโครงการ 35,000 บาท
6. ค่าประกันความเสียหายอาคารอาคาร 8,000 บาท ซึ่งจะได้รับคืนเมื่อสัญญาเช่าสิ้นสุด
7. ค่ามัดจำค่าเช่าพื้นที่อาคารของโครงการอาคารชุด โดยต้องจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 2 เดือน 16,000 บาท ซึ่งจะได้รับคืนเมื่อสัญญาเช่าสิ้นสุดลง
8. เงินทุนหมุนเวียนจำนวน 41,400 บาท สำหรับค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ได้แก่ ค่าจ้างพนักงาน ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายส่วนกลาง ค่าเช่าพื้นที่ ค่าอุปกรณ์เครื่องเขียน สามารถสรุปรายการของเงินลงทุนครั้งแรกดังตารางภาคผนวกที่ 2

### ต้นทุนในการบริหาร

ต้นทุนในการบริหารของธุรกิจแฟรนไชส์ช็อกบรีดจะประกอบด้วย

#### 1. ต้นทุนคงที่

เป็นต้นทุนที่ต้องเสียไปในระหว่างการดำเนินธุรกิจ ซึ่งค่าใช้จ่ายนี้จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง ถึงแม้ว่าปริมาณผู้ให้บริการจะเปลี่ยนแปลงไปเล็กน้อยเพียงใดประกอบด้วย

1.1 ค่าเสื่อมราคาคิดด้วยวิธีเส้นตรงต่อปีเท่ากับ 34,500 บาทต่อปี (ตารางผนวกที่ 3)

1.2 ค่าพนักงานดูแลร้าน 5,000 บาทต่อเดือน หรือปีละ 60,000 บาท และเงินเดือนของผู้ประกอบการ 3,000บาท หรือปีละ 36,000 บาท รวมทั้งสิ้นปีละ 96,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค ได้แก่ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ 12,000 บาทต่อปี

1.4 ค่าใช้จ่ายส่วนกลางของอาคารชุด ตารางเมตรละ 40 บาทต่อเดือนดังนั้นค่าใช้จ่ายส่วนกลางของบ้านขนาด 30 ตารางเมตร คิดเป็น 1,200 บาท ต่อเดือน หรือ 14,400 บาทต่อปี

1.5 ค่าเช่าพื้นที่ 96,000 บาท ต่อปี

## 2. ต้นทุนผันแปร

เป็นต้นทุนเกิดขึ้นในระหว่างการดำเนินธุรกิจ และจะเปลี่ยนแปลงตามปริมาณผู้ให้บริการที่เปลี่ยนแปลงไป ประกอบด้วย

2.1 ส่วนแบ่งผลตอบแทนที่จะให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ โดยคิดจากรายได้ทั้งหมดต่อเดือน ก่อนหักค่าใช้จ่ายในอัตรา 45% : 55% (ผู้ประกอบการ : เจ้าของลิขสิทธิ์) ในกรณีที่มียอดขายต่ำกว่า 80,000 บาท และ 50% : 50% (ผู้ประกอบการ : เจ้าของลิขสิทธิ์) ในกรณีที่มียอดขายมากกว่า 80,000 บาท ซึ่งเป็นอัตราที่เจ้าของสิทธิได้กำหนดไว้ จากการพยากรณ์ขายในแต่ละปี มี ยอดขายต่ำกว่า 80,000 บาทต่อเดือน หรือ ต่ำกว่า 960,000 บาทต่อปี ดังนั้นอัตราส่วนแบ่งผลตอบแทนที่จะให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ คือ 45% : 55% (ตารางที่ 20)

### ตารางที่ 20 ส่วนแบ่งผลตอบแทนที่ให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์

| ปีที่ | ยอดขาย(บาท) | อัตราส่วนแบ่งให้เจ้าของสิทธิ | ส่วนแบ่งผลตอบแทน(บาท) /ปี |
|-------|-------------|------------------------------|---------------------------|
| 1     | 807,240     | 55%                          | 443,982                   |
| 2     | 847,602     | 55%                          | 466,181                   |
| 3     | 889,982     | 55%                          | 489,490                   |

2.2 ค่าอุปกรณ์เครื่องเขียน ประมาณปีละ 2,500 บาท

จากข้อมูลการประมาณยอดขายและต้นทุนที่เกิดขึ้น สามารถคำนวณหากระแสเงินสดรับสุทธิในช่วงเวลา 3 ปี ได้ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 กระแสเงินสดส่วนเพิ่มในช่วงเวลา 3 ปีในการดำเนินงานที่เพิ่มใหม่ของบริษัท

| รายการ                             | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|------------------------------------|---------|---------|---------|
| รายรับเฉลี่ยต่อปี                  | 807,240 | 847,602 | 889,982 |
| หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน       |         |         |         |
| ค่าเสื่อมราคา                      | 34,500  | 34,500  | 34,500  |
| เงินเดือนพนักงาน                   | 96,000  | 96,000  | 96,000  |
| ค่าสาธารณูปโภค                     | 12,000  | 12,000  | 12,000  |
| ค่าใช้จ่ายส่วนกลาง                 | 14,400  | 14,400  | 14,400  |
| ค่าเช่าพื้นที่                     | 96,000  | 96,000  | 96,000  |
| ส่วนแบ่งผลตอบแทน                   | 443,982 | 466,181 | 489,490 |
| ค่าอุปกรณ์เครื่องเขียน             | 2,500   | 2,500   | 2,500   |
| ค่าโฆษณา                           | 5,000   | 5,000   | 5,000   |
| ค่าอุปกรณ์การดำเนินงาน             | 11,667  | 11,667  | 11,667  |
| ภาษีมูลค่าเพิ่ม                    | 17,485  | 18,673  | 19,920  |
| กำไรจากการดำเนินงาน                | 733,534 | 756,921 | 781,477 |
| หัก ภาษีเงินได้                    | 73,706  | 90,681  | 108,505 |
| หัก ไรสุทธิ                        | 3,685   | 4,534   | 5,851   |
| บวก ค่าเสื่อมราคา                  | 70,021  | 86,147  | 102,654 |
| ค่าโฆษณาจ่ายล่วงหน้า               | 34,500  | 34,500  | 34,500  |
| ค่าโฆษณาจ่ายล่วงหน้า               | 5,000   | 5,000   | 5,000   |
| ค่าอุปกรณ์การดำเนินงานจ่ายล่วงหน้า | 11,667  | 11,667  | 11,667  |
| กระแสเงินสดส่วนเพิ่ม               | 121,188 | 137,314 | 153,821 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กระแสเงินสดเมื่อสิ้นสุดโครงการ

เป็นกระแสเงินสดที่ผู้ประกอบการจะได้รับกลับคืน จากการลงทุนครั้งแรกเมื่อสิ้นสุดอายุโครงการประกอบด้วย (ตารางผนวกที่ 6)

1. ค่าประกันความเสียหายจากการใช้สิทธิแฟรนไชส์ 50,000 บาท
2. ค่าประกันความเสียหายอาคารอาคาร 8,000 บาท
3. ค่ามัดจำค่าเช่าพื้นที่อาคาร 16,000 บาท
4. เงินทุนหมุนเวียนสุทธิรับคืน 41,400 บาท

## การประเมินโครงการลงทุน

จากการพิจารณาความเหมาะสมในการลงทุนโดยการคำนวณหา มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period) ตามข้อกำหนดของการลงทุนโครงการผลการศึกษา พบว่าโครงการลงทุน 268,900 บาท มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 157,023.28 อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ร้อยละ 36.36 และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ระยะเวลา 2 ปี 1 เดือน จะเห็นว่า การลงทุนสำหรับโครงการนี้มีความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุน (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 ตัวชี้วัดทางการเงินที่มีการปรับค่าของเวลา

| ตัวชี้วัดทางการเงิน                | ผลการคำนวณ   |
|------------------------------------|--------------|
| 1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)       | 157,023.28   |
| 2. อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)        | ร้อยละ 36.36 |
| 3. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) | 2 ปี 1 เดือน |

ที่มา : (จากการคำนวณ ตารางผนวกที่ 6)

## การทดสอบความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการจะแยกพิจารณาเป็น 2 กรณี คือ

1. กรณียอดผู้ใช้บริการชกอบริดลดลงร้อยละ 10 ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้ (ตารางที่ 23)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กรณียอดผู้ให้บริการชกอบรีดลดลงร้อยละ 20 ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้ (ตารางที่ 24) สำหรับการทดสอบความอ่อนไหวของโครงการทั้ง 2 กรณีพบว่า กรณียอดผู้ให้บริการร้านแฟนไฮส์ชกอบรีด ลดลงร้อยละ 10 ยังคงให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าในการลงทุนเพียงกรณีเดียว

ตารางที่ 23 ตัวชี้วัดทางการเงินที่มีการปรับค่าของเวลา กรณียอดของผู้ให้บริการชกอบรีดลดลง ร้อยละ 10

| ตัวชี้วัดทางการเงิน                | ผลการคำนวณ   |
|------------------------------------|--------------|
| 1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)       | 73,321.31    |
| 2. อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)        | ร้อยละ 22.50 |
| 3. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) | 2 ปี 4 เดือน |

ที่มา : (จากการคำนวณ ตารางผนวกที่ 7 และ 8)

ตารางที่ 24 ตัวชี้วัดทางการเงินที่มีการปรับค่าของเวลา กรณียอดของผู้ให้บริการชกอบรีดลดลง ร้อยละ 20

| ตัวชี้วัดทางการเงิน                | ผลการคำนวณ   |
|------------------------------------|--------------|
| 1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)       | -10,700.64   |
| 2. อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)        | ร้อยละ 8.14  |
| 3. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) | 2 ปี 9 เดือน |

ที่มา : (จากการคำนวณ ตารางผนวกที่ 9 และ 10)

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### สรุป

การศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางการเงินในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีด ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปถึงความคิดเห็นต่อการให้บริการซักอบรีด ตลอดจนรูปแบบในการดำเนินกิจการธุรกิจซักอบรีดที่ผู้ให้บริการต้องการ โดยเป็นการส่งเสริมก่อให้เกิดหน่วยธุรกิจย่อยมากยิ่งขึ้น และประมาณขนาดของยอดขายของธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจที่จะดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีด รวมถึงยังสามารถที่จะนำไปประยุกต์ใช้ได้กับธุรกิจอื่น ๆ ได้ในโอกาสต่อไป ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แนวคิดทางทฤษฎีทางการเงินมาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม โดยทำการศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของธุรกิจ ความต้องการของผู้บริโภค และการประมาณขนาดของยอดขายนั้นได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อยู่อาศัยในอาคารชุดเป็นจำนวน 384 คน โดยลักษณะคำถามจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับลักษณะโดยทั่วไป ความคิดเห็นและความต้องการเข้ามาใช้บริการซักอบรีดของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินนั้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการประกอบการตัดสินใจของการลงทุนดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีดในอาคารชุดพักอาศัย ซึ่งได้ใช้ตัวชี้วัดทางการเงิน 3 ชนิด คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ผลการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปและความต้องการของผู้บริโภค พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด ช่วงอายุ 20 ถึง 30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงาน / เจ้าหน้าที่บริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของอาคารชุดพักอาศัย พฤติกรรมในการซักรีดกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นการซักด้วยเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญและรีดด้วยตนเอง ในการใช้บริการส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการในช่วงวันศุกร์ – อาทิตย์ ในช่วงเวลา 8.00 – 12.00 น. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการร้านซักอบรีดแบบรายเดือน ค่าใช้จ่ายปกติของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการแบบรายเดือนส่วนใหญ่ต่ำกว่า 1,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าราคาแฟรนไชส์ซักอบรีดแบบรายเดือนมีความเหมาะสมและเหตุผลในการเข้ารับบริการซักอบรีด คือ ความสะอาด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่สนใจในการใช้บริการร้านซักอบรีดแบบรายเดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในส่วนของผลการศึกษเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางการเงิน ในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ ซักอบรีด นั้นพบว่ามีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยจะพิจารณาจากตัวชี้วัดทางการเงิน 3 ชนิด คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ซึ่งจะมีค่าเท่ากับ 157,023.28 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 36.36 และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เท่ากับ 2 ปี 1 เดือน ซึ่งถือว่าไม่นานจนเกินไป และจากการศึกษายังพบว่า หากจำนวนของผู้ให้บริการลดลงไปร้อยละ 10 จากที่ประมาณการไว้ก็ยังคงมีความคุ้มค่าในการลงทุนเพียงกรณีเดียว

### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการการลงทุนแฟรนไชส์ซักอบรีดในอาคารชุด เพื่อสามารถใช้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีด และสามารถใช้เป็นแนวทางการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจอื่น ๆ ได้ โดยการนำผลการศึกษา วิเคราะห์ทางการเงินไปใช้ช่วยในเรื่องของการตัดสินใจในการที่จะดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีด และใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับบุคคลทั่วไปในการตัดสินใจที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจนี้ โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่า ความต้องการของผู้บริโภคในการเข้ามาใช้บริการธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีดภายในอาคารชุด ใช้หลักเกณฑ์ในเรื่องของความสะอาด และคุณภาพในการซักที่มากที่สุด ดังนั้นผู้ที่สนใจจะลงทุนควรให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวเพื่อสร้างความมั่นใจและแรงดึงดูดให้ลูกค้าใช้บริการ
2. จากการศึกษาพบว่า การดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ซักอบรีด มีความคุ้มค่าการลงทุน ดังนั้นผู้ที่สนใจจะลงทุน ควรมีการเปรียบเทียบในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการใช้สิทธิแฟรนไชส์ที่จะเกิดขึ้นของแต่ละแฟรนไชส์ เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไร
3. การประมาณการยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปีตลอดอายุโครงการนั้น ในความเป็นจริงยอดขายอาจจะเพิ่มน้อยกว่าที่ประมาณการไว้ เนื่องจากการบริโภคและการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่ลดลงตามสภาวะเศรษฐกิจ จึงอาจส่งผลให้ผลตอบแทนของโครงการต่ำกว่าที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ลงทุนควรระมัดระวังและให้ความสนใจ

## บรรณานุกรม |

ฉันทนา ศรีนวกุล. 2546. การเงินธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด

ซูชีพ พิพัฒน์ศิริ. 2540. เศรษฐศาสตร์การวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพมหานคร:  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฐานันดร หรรษานุกรม. 2549. การวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการติดตั้งเครื่องล้างรถ  
อัตโนมัติเพื่อทดแทนบริการล้างรถแบบใช้แรงงานภายในสถานีบริการน้ำมัน.  
กรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาโท. สถาบันเทคโนโลยีพระจอม  
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิชุดา ธีระสาร. 2544. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้  
บริการซักอบรีดโดยใช้เครื่อง ในเขตเทศบาลนครอุตรธานี. มหาสารคาม.  
การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาโท.มหาวิทยาลัยสารคาม

วีราภรณ์ รัตนกิจมถ. 2542. ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการและความเป็นไปได้ในการลงทุน  
ธุรกิจแฟรนไชส์บริการซักอบรีดในบริเวณอาคารสำนักงาน.กรุงเทพมหานคร.  
การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาโท.มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วุฒิ กษมาพงศ์. 2538. ธุรกิจแฟรนไชส์วารสารเศรษฐกิจรายเดือน 8, (2 มีนาคม 2538) น.5.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2539. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : วิสิทธ์พัฒนา.

สุกัญญา เขียรพิจกุล และเนตรนภา แก้วแสงธรรม. 2548. คู่มือเปิดร้านซักรีดไม่ยาก.  
กรุงเทพมหานคร:Busy-Day Co.,Ltd



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก ก

แบบสอบถามโครงการการศึกษาอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์บริการซักอบรีดในบริเวณอาคารชุด  
เพื่อการอยู่อาศัย

**คำชี้แจง** แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจ สถาบัน  
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้จัดทำจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตอบ  
แบบสอบถามเพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้ไปเผยแพร่ในเชิงวิชาการต่อไป ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ  
ที่นี้ด้วย

โปรดทำเครื่องหมาย  ในช่อง  หน้าข้อความหรือในช่องว่างที่กำหนดที่ตรงกับความคิด  
เห็นของท่านหรือข้อเท็จจริงมากที่สุด

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. สถานภาพสมรส

โสด

สมรส

หย่าร้าง

หม้าย

3. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

20-30 ปี

31-40 ปี

41-50 ปี

51-60 ปี

มากกว่า 60 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4. ระดับการศึกษา

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น  | <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น |
| <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. | <input type="checkbox"/> อนุปริญญา / ปวส. |
| <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี                | <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี |

## 5. อาชีพ

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> นักเรียน / นักศึกษา            | <input type="checkbox"/> อาชีพอิสระ / ธุรกิจส่วนตัว  |
| <input type="checkbox"/> ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> พนักงาน / เจ้าหน้าที่บริษัท |
| <input type="checkbox"/> ไม่ได้ประกอบอาชีพ              | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____     |

## 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 10,000 – 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 30,001 – 40,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 40,001 – 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> สูงกว่า 50,000 บาท  |

## 7. ลักษณะของอาคารชุดที่ท่านพักอาศัย

- |  |                                    |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เป็นเจ้าของ             | <input type="checkbox"/> เช่าอาศัย |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ |                                    |

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม

## 1. ท่านนิยมการซักรีดแบบใด

- ซักรีดด้วยตนเอง
- ซักด้วยเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ – รีดด้วยตนเอง
- ซักด้วยเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ – รีดโดยการใช้บริการร้านซักอบรีด
- ซักรีดโดยการใช้บริการร้านซักอบรีด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ถ้าท่านจะใช้บริการซักอบรีดท่านจะเลือกใช้บริการในช่วงวันใด
- จันทร์ - พฤหัส  ศุกร์ - อาทิตย์
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_
3. ถ้าท่านจะใช้บริการซักอบรีดท่านจะเลือกใช้บริการในช่วงเวลาใด
- 8.00 – 12.00 น.  13.00 – 16.00 น.  16.00 – 20.00 น.
4. ท่านเคยใช้บริการซักอบรีดแบบรายเดือนหรือไม่
- เคย  ไม่เคย
- (หากตอบว่าไม่เคยกรุณาข้ามไปตอบข้อ 7)
5. ค่าใช้จ่ายปกติที่ท่านต้องใช้ในการซักอบรีดและ/หรือซักแห้งต่อเดือน
- น้อยกว่า 1,000 บาท  1,001 – 1,500 บาท
- 1,501 – 2,000 บาท  2,001 – 2,500 บาท
- 2,501 – 3,000 บาท  มากกว่า 3,000 บาท
6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับราคาค่าซักอบรีดหรือซักแห้งในปัจจุบัน
- แพงเกินไป  เหมาะสมแล้ว  ราคาถูก
7. ท่านคิดว่าเหตุผลใดที่จะทำให้ท่านตัดสินใจมาเลือกใช้บริการซักอบรีดแทนการซักรีดด้วยตนเอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ราคา  ความสะอาด
- ความสะดวกในการรับส่งผ้า  ระยะเวลาในการรอผ้า
- คุณภาพในการซักรีด  ความมีชื่อเสียงของร้าน
- ไม่มีเวลาทำเอง  อื่น ๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

8. ถ้ามีบริการซักอบรีดและซักแห้งซึ่งมีหน้าร้านรับส่งเสื้อผ้าอยู่ที่อาคารพักอาศัย โดยมี ศูนย์กลางที่ทำการซักอบรีดที่อยู่ในบริเวณอื่น ท่านจะสนใจจะใช้บริการหรือไม่
- สนใจใช้แพคเกจ 30 ชิ้น ราคา 760 บาท
- สนใจใช้แพคเกจ 60 ชิ้น ราคา 1,350 บาท
- ไม่สนใจ
- ไม่แน่ใจ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

\*\*\*ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาในการให้ข้อมูลเพื่อการศึกษาในครั้งนี้\*\*\*



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก ข

## ตารางแสดงผลการศึกษาและการวิเคราะห์ทางการเงิน

ตารางผนวกที่ 1 ประมาณขนาดของยอดขายที่ได้รับจากการดำเนินงาน

| ปีที่ | จำนวนเงิน (บาท) |
|-------|-----------------|
| 1     | 807,240         |
| 2     | 847,602         |
| 3     | 889,982         |

ตารางผนวกที่ 2 รายการของเงินลงทุนครั้งแรก

| รายการ                          | จำนวนเงิน (บาท) |
|---------------------------------|-----------------|
| ค่าตกแต่งร้าน, ค่าป้ายสัญลักษณ์ | 100,000         |
| ค่าประกันความเสียหาย            | 50,000          |
| ค่าเครื่องโทรศัพท์-โทรสาร       | 3,500           |
| ค่าโฆษณา                        | 15,000          |
| ค่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน        | 35,000          |
| ค่าประกันความเสียหายอาคาร       | 8,000           |
| ค่ามัดจำค่าเช่าอาคาร            | 16,000          |
| เงินลงทุนหมุนเวียน              | 41,400          |
| รวม                             | 268,900         |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 3 ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ถาวรของธุรกิจแฟรนไชส์ซั๊กอบรีด

| รายการ        | ราคา (บาท) | มูลค่าซาก (บาท) | ค่าเสื่อมราคาต่อปี (บาท) |
|---------------|------------|-----------------|--------------------------|
| ค่าตกแต่ง     | 100,000.00 | -               | 33,333.33                |
| เครื่องโทรสาร | 3,500.00   | -               | 1,166.67                 |
| รวม           | 103,500.00 | -               | 34,500.00                |

ตารางผนวกที่ 4 กระแสเงินสดรับจากการประมาณการยอดผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี

| ปีที่ | กระแสเงินสดส่วนเพิ่ม (บาท) |
|-------|----------------------------|
| 1     | 121,188                    |
| 2     | 137,314                    |
| 3     | 153,821                    |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 5 กระแสเงินสดส่วนเพิ่มของธุรกิจแฟรนไชส์ที่ถือบริษัท จากการประมาณการยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี

| รายการ                             | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|------------------------------------|---------|---------|---------|
| รายรับเฉลี่ยต่อปี                  | 807,240 | 847,602 | 889,982 |
| หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน       |         |         |         |
| ค่าเสื่อมราคา                      | 34,500  | 34,500  | 34,500  |
| เงินเดือนพนักงาน                   | 96,000  | 96,000  | 96,000  |
| ค่าสาธารณูปโภค                     | 12,000  | 12,000  | 12,000  |
| ค่าใช้จ่ายส่วนกลาง                 | 14,400  | 14,400  | 14,400  |
| ค่าเช่าพื้นที่                     | 96,000  | 96,000  | 96,000  |
| สงวนแบ่งผลตอบแทน                   | 443,982 | 466,181 | 489,490 |
| ค่าอุปกรณ์เครื่องเขียน             | 2,500   | 2,500   | 2,500   |
| ค่าโฆษณา                           | 5,000   | 5,000   | 5,000   |
| ค่าอุปกรณ์การดำเนินงาน             | 11,667  | 11,667  | 11,667  |
| ภาษีมูลค่าเพิ่ม                    | 17,485  | 18,673  | 19,920  |
| กำไรจากการดำเนินงาน                | 733,534 | 756,921 | 781,477 |
| หัก ภาษีเงินได้                    | 73,706  | 90,681  | 108,505 |
| กำไรสุทธิ                          | 3,685   | 4,534   | 5,851   |
| บวก ค่าเสื่อมราคา                  | 70,021  | 86,147  | 102,654 |
| ค่าโฆษณาจ่ายล่วงหน้า               | 34,500  | 34,500  | 34,500  |
| ค่าอุปกรณ์การดำเนินงานจ่ายล่วงหน้า | 5,000   | 5,000   | 5,000   |
| กำไรสุทธิ                          | 11,667  | 11,667  | 11,667  |
| กระแสเงินสดส่วนเพิ่ม               | 121,188 | 137,314 | 153,821 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 6 ผลการวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจแฟรนไชส์ซึกอบริด

| อัตราคิดลด                  | 10%          |            |            |            |
|-----------------------------|--------------|------------|------------|------------|
| ปีที่                       | 0            | 1          | 2          | 3          |
| กระแสเงินสดส่วนเพิ่ม (บาท)  |              | 121,188.00 | 137,314.00 | 153,821.00 |
| เงินลงทุนเริ่มต้น (บาท)     | -268,900.00  |            |            |            |
| เงินประกันความเสียหาย       |              |            |            | 50,000.00  |
| เงินประกันความเสียหายอาคาร  |              |            |            | 8,000.00   |
| ค่ามัดจำค่าเช่า             |              |            |            | 16,000.00  |
| เงินทุนหมุนเวียนสุทธิรับคืน |              |            |            | 41,400.00  |
| กระแสเงินสดสุทธิรวม         | -268,900.00  | 121,188.00 | 137,314.00 | 269,221.00 |
| PV                          | 425,923.28   |            |            |            |
| NPV                         | 157,023.28   |            |            |            |
| IRR                         | 36.36%       |            |            |            |
| Payback Period              | 2 ปี 1 เดือน |            |            |            |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 7 กระแสเงินสดส่วนเพิ่มของธุรกิจแฟรนไชส์ที่ก่อบริด กรณียอดผู้ให้บริการลดลงร้อยละ 10

| รายการ                             | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|------------------------------------|---------|---------|---------|
| รายรับเฉลี่ยต่อปี                  |         | 726,516 | 762,842 |
| หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน       |         |         |         |
| ค่าเสื่อมราคา                      | 34,500  | 34,500  | 34,500  |
| เงินเดือนพนักงาน                   | 96,000  | 96,000  | 96,000  |
| ค่าสาธารณูปโภค                     | 12,000  | 12,000  | 12,000  |
| ค่าใช้จ่ายส่วนกลาง                 | 14,400  | 14,400  | 14,400  |
| ค่าเช่าพื้นที่                     | 96,000  | 96,000  | 96,000  |
| ส่วนแบ่งผลตอบแทน                   | 399,584 | 419,563 | 440,541 |
| ค่าอุปกรณ์เครื่องเขียน             | 2,500   | 2,500   | 2,500   |
| ค่าโฆษณา                           | 5,000   | 5,000   | 5,000   |
| ค่าอุปกรณ์การดำเนินงาน             | 11,667  | 11,667  | 11,667  |
| ภาษีมูลค่าเพิ่ม                    | 15,108  | 16,177  | 17,300  |
| กำไรจากการดำเนินงาน                | 39,757  | 686,759 | 707,807 |
| หัก ภาษีเงินได้                    | 1,988   |         | 55,035  |
| กำไรสุทธิ                          | 37,769  |         | 2,752   |
| บวก ค่าเสื่อมราคา                  | 34,500  |         | 52,283  |
| ค่าโฆษณาจ่ายล่วงหน้า               | 5,000   |         | 34,500  |
| ค่าอุปกรณ์การดำเนินงานจ่ายล่วงหน้า | 11,667  |         | 5,000   |
| กระแสเงินสดส่วนเพิ่ม               | 88,936  | 103,450 | 118,689 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 9 กระแสเงินสดส่วนเพิ่มของธุรกิจแฟรนไชส์ที่وبرิต กรณีขยายผู้ใช้บริการลดลงร้อยละ 20

| รายการ                             | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|------------------------------------|---------|---------|---------|
| รายรับเงินสดต่อปี                  |         | 645,792 | 678,082 |
| หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน       |         |         |         |
| ค่าเสื่อมราคา                      | 34,500  | 34,500  | 34,500  |
| เงินเดือนพนักงาน                   | 96,000  | 96,000  | 96,000  |
| ค่าสาธารณูปโภค                     | 12,000  | 12,000  | 12,000  |
| ค่าใช้จ่ายส่วนกลาง                 | 14,400  | 14,400  | 14,400  |
| ค่าเช่าพื้นที่                     | 96,000  | 96,000  | 96,000  |
| ส่วนแบ่งผลตอบแทน                   | 355,186 | 372,945 | 391,592 |
| ค่าอุปกรณ์เครื่องเขียน             | 2,500   | 2,500   | 2,500   |
| ค่าโฆษณา                           | 5,000   | 5,000   | 5,000   |
| ค่าอุปกรณ์การดำเนินงาน             | 11,667  | 11,667  | 11,667  |
| ภาษีมูลค่าเพิ่ม                    | 12,731  | 13,682  | 14,680  |
| กำไรจากการดำเนินงาน                |         | 639,985 | 658,694 |
| หัก ภาคการเงินได้                  |         | 5,808   | 19,388  |
| กำไรสุทธิ                          |         | 290     | 970     |
| บวก ค่าเสื่อมราคา                  |         | 5,518   | 18,418  |
| ค่าโฆษณาจ่ายล่วงหน้า               |         | 34,500  | 34,500  |
| ค่าอุปกรณ์การดำเนินงานจ่ายล่วงหน้า |         | 5,000   | 5,000   |
| กระแสเงินสดส่วนเพิ่ม               |         | 11,667  | 11,667  |
| ค่าอุปกรณ์การดำเนินงานจ่ายล่วงหน้า |         | 11,667  | 11,667  |
| กระแสเงินสดส่วนเพิ่ม               |         | 56,685  | 69,585  |
| ค่าเสื่อมราคา                      |         |         |         |
| เงินเดือนพนักงาน                   |         |         |         |
| ค่าสาธารณูปโภค                     |         |         |         |
| ค่าใช้จ่ายส่วนกลาง                 |         |         |         |
| ค่าเช่าพื้นที่                     |         |         |         |
| ส่วนแบ่งผลตอบแทน                   |         |         |         |
| ค่าอุปกรณ์เครื่องเขียน             |         |         |         |
| ค่าโฆษณา                           |         |         |         |
| ค่าอุปกรณ์การดำเนินงาน             |         |         |         |
| ภาษีมูลค่าเพิ่ม                    |         |         |         |
| กำไรจากการดำเนินงาน                |         |         |         |
| หัก ภาคการเงินได้                  |         |         |         |
| กำไรสุทธิ                          |         |         |         |
| บวก ค่าเสื่อมราคา                  |         |         |         |
| ค่าโฆษณาจ่ายล่วงหน้า               |         |         |         |
| ค่าอุปกรณ์การดำเนินงานจ่ายล่วงหน้า |         |         |         |
| กระแสเงินสดส่วนเพิ่ม               |         |         |         |
| ค่าอุปกรณ์การดำเนินงานจ่ายล่วงหน้า |         |         |         |
| กระแสเงินสดส่วนเพิ่ม               |         | 69,585  | 83,131  |
| ค่าเสื่อมราคา                      |         |         |         |
| เงินเดือนพนักงาน                   |         |         |         |
| ค่าสาธารณูปโภค                     |         |         |         |
| ค่าใช้จ่ายส่วนกลาง                 |         |         |         |
| ค่าเช่าพื้นที่                     |         |         |         |
| ส่วนแบ่งผลตอบแทน                   |         |         |         |
| ค่าอุปกรณ์เครื่องเขียน             |         |         |         |
| ค่าโฆษณา                           |         |         |         |
| ค่าอุปกรณ์การดำเนินงาน             |         |         |         |
| ภาษีมูลค่าเพิ่ม                    |         |         |         |
| กำไรจากการดำเนินงาน                |         |         |         |
| หัก ภาคการเงินได้                  |         |         |         |
| กำไรสุทธิ                          |         |         |         |
| บวก ค่าเสื่อมราคา                  |         |         |         |
| ค่าโฆษณาจ่ายล่วงหน้า               |         |         |         |
| ค่าอุปกรณ์การดำเนินงานจ่ายล่วงหน้า |         |         |         |
| กระแสเงินสดส่วนเพิ่ม               |         |         |         |
| ค่าอุปกรณ์การดำเนินงานจ่ายล่วงหน้า |         |         |         |
| กระแสเงินสดส่วนเพิ่ม               |         | 69,585  | 83,131  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ-นามสกุล : นางสาวสรินทิพย์ ผลสินธุ์  
วันเดือนปีเกิด : 6 มิถุนายน พ.ศ. 2522  
สถานที่เกิด : จังหวัดกรุงเทพมหานคร  
ประวัติการศึกษา : บัณฑิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ประวัติการทำงาน : ห้างหุ้นส่วนจำกัด สุทธิสุพรรณเทศ  
ตำแหน่งพนักงานบัญชีและการเงินอาวุโส (พ.ศ. 2546 – ปัจจุบัน)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 10 ผลการวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจแฟรนไชส์ช็อกโกแลต กรณียอดผู้ให้บริการ  
ลดลงร้อยละ 20

| อัตราคิดลด                  | 10%          |           |           |            |
|-----------------------------|--------------|-----------|-----------|------------|
| ปีที่                       | 0            | 1         | 2         | 3          |
| กระแสเงินสดส่วนเพิ่ม (บาท)  |              | 56,685.00 | 69,585.00 | 83,131.00  |
| เงินลงทุนเริ่มต้น (บาท)     | -268,900.00  |           |           |            |
| เงินประกันความเสียหาย       |              |           |           | 50,000.00  |
| เงินประกันความเสียหายอาคาร  |              |           |           | 8,000.00   |
| ค่ามัดจำค่าเช่า             |              |           |           | 16,000.00  |
| เงินทุนหมุนเวียนสุทธิรับคืน |              |           |           | 41,400.00  |
| กระแสเงินสดสุทธิรวม         | -268,900.00  | 56,685.00 | 69,585.00 | 198,531.00 |
| PV                          | 258,199.36   |           |           |            |
| NPV                         | -10,700.64   |           |           |            |
| IRR                         | 8.14%        |           |           |            |
| Payback Period              | 2 ปี 9 เดือน |           |           |            |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้