

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง



การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมดรีมโคนส์
ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
Feasibility Study of Dream Cones Franchise Icecream in King Mongkut's
Institute of Technology Ladkrabang

โดย

นายสุธน ศิริจิตติวงศ์

นางสาวอัญชลี สมเจริญวัฒนา

นางสาวเอมอร สร้อยพา

พ.ศ. 2551



T 1 0 2 7 7 1

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 102771
วัน,เดือน,ปี..... 20 ส.ค. 2552

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร

DEPARTMENT OF AGRI-BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF AGRICULTURAL TECHNOLOGY

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
กรุงเทพฯ (10520)

King Mongkut's Institute of Technology
Ladkrabang
Bangkok, Thailand (10520)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ไอศกรีมดรีมโคนส์ภายในสถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Feasibility Study of Dream Cones Franchise Icecream in King Mongkut's Institute
of Technology Ladkrabang

ของ

นายสุธน

ศรีฐิติวงศ์

นางสาวอัญชลี

สมเจริญวัฒนา

นางสาวเอมอร

สร้อยพา

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551

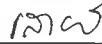
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ



13 กพ 51

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอปอล์ สุวรรณเมฆ)


กรรมการปัญหาพิเศษ



13 กพ 51

(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

รักษาการหัวหน้าภาควิชาฯ



13 กพ 51

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิตธิ์ แก้วฉา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมดรีมโคนส์ภายในสถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Feasibility Study of Dream Cones Franchise Icecream in King Mongkut's Institute
of Technology Ladkrabang



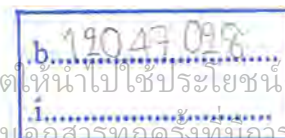
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2551

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ภายใน
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โดย: นายสุธน ศรีจิตติวงศ์
นางสาวอัญชลี สมเจริญวัฒนา
นางสาวเอมอร สร้อยพา

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: โอบอล สุวรรณเมฆ 13 กพ 51

(โอบอล สุวรรณเมฆ)

การเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมือง และสภาพอากาศของโลกในปัจจุบันที่มี
แนวโน้มวันจะร้อนมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ไอศกรีมได้รับความสนใจ และมีปริมาณความต้องการใน
การบริโภคเพิ่มขึ้น ธุรกิจแฟรนไชส์ไอศกรีมเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจ เพราะไอศกรีมเป็นที่นิยม
ในทุกเพศทุกวัย ประกอบกับเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยคลายร้อนได้ ทั้งนี้ สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังจัดได้ว่าเป็นอีกช่องทางทางการตลาดที่ผู้ประกอบการจะสามารถเข้ามา
ทำตลาดร้านไอศกรีม เนื่องจากภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
นั้นมีความต้องการของผู้บริโภคสูงและยังมีร้านไอศกรีมให้บริการน้อย ดังนั้นวัตถุประสงค์ของ
การศึกษาในครั้งนี้ คือเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมภายใน
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด
ด้านเทคนิค และด้านการเงิน โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคถึงความต้องการและ
พฤติกรรมการใช้บริการร้านไอศกรีม 200 ตัวอย่างภายในสถาบันฯ ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2550
และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาพบว่า มีความเป็นไปได้ในด้านการตลาด เมื่อพิจารณาจากจำนวน
ประชากรภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง การเข้าใช้บริการของ
กลุ่มตัวอย่างในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต นอกจากนี้ยังมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เมื่อ
พิจารณาทำเลที่ตั้งของโครงการ ความพร้อมของสาธารณูปโภคด้านต่างๆ และความสะดวกในการ
เข้าใช้บริการ ส่วนการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการพบว่า โครงการสามารถคืนทุนได้
ภายใน 2 ปี 4 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 650,332.72 บาท ณ อัตราคิดลด
ร้อยละ 12 ส่วนอัตราผลตอบแทนของโครงการนั้นมีค่าเท่ากับร้อยละ 33.49 และโครงการนี้มีอัตรา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลตอบแทนต่อต้นทุนหรือดัชนีการทำกำไรของโครงการนี้เท่ากับ 1.62 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า โครงการลงทุนแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ในสถาบันฯ มีความเป็นไปได้ทางการเงิน จึงสรุปได้ว่าการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ไอศกรีมในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังนั้นมีความเป็นไปได้ทั้งทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน

ดังนั้น ผู้ที่มีทุนและสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการลงทุนแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังสมควรลงทุน เนื่องจากโอกาสทางการตลาดเปิดกว้างและมีขนาดค่อนข้างใหญ่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และพื้นที่ใกล้เคียง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยได้ด้วยความกรุณาของ ดร.โอบอล สุวรรณเมฆ ซึ่งเป็นที่ปรึกษาปัญหาพิเศษในการให้คำแนะนำ คำปรึกษา เสนอแนวทางในการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงอาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ ที่ช่วยในเรื่องการวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอแนวทางการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ที่ถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหา และอาจารย์ทุกท่านรวมถึงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการทำงาน กลุ่มผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

นอกจากนี้กลุ่มผู้วิจัยขอขอบคุณ ร้านค้าภายในโรงอาหารในสถาบันฯ ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลและผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม อีกทั้งยังขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ควบคุมห้องคอมพิวเตอร์ที่อำนวยความสะดวกและช่วยเหลือในการทำงานให้สำเร็จด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ ผู้เป็นที่เคารพรักที่ให้ความช่วยเหลือด้านทุนทรัพย์และเป็นผู้สนับสนุนด้วยดีมาตลอด รวมถึงเพื่อนทุกคนที่ช่วยให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

คณะผู้จัดทำ
กุมภาพันธ์ 2551

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์	4
วิธีการศึกษา	5
การเก็บรวบรวมข้อมูล	5
การวิเคราะห์ข้อมูล	7
บทที่ 2 โครงร่างทางทฤษฎี	9
การตรวจเอกสาร	9
กรอบแนวความคิด	11
สมมติฐานของการศึกษา	12
แนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้สำหรับโครงการ	12
การวิเคราะห์ด้านการตลาด	13
การวิเคราะห์ด้านเทคนิค	15
การวิเคราะห์ด้านการเงิน	16
บทที่ 3 ประวัติและลักษณะการดำเนินการของธุรกิจแฟรนไชส์	21
ประวัติความเป็นมาของแฟรนไชส์	21
ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์	21
ประวัติความเป็นมาของไอศกรีมดริมโคนส์ในประเทศไทย	23
ลักษณะการดำเนินงานของแฟรนไชส์ดริมโคนส์	25
ประเภทของแฟรนไชส์ดริมโคนส์	25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
คุณสมบัติของผู้รับสิทธิ์	25
ระยะเวลาในการได้รับสิทธิ์	25
ข้อสำคัญในเงื่อนไขการเป็นแฟรนไชส์ดรีมคอนส์	25
การสนับสนุนทางด้านการเลือกทำเลและการตกแต่งร้าน	26
การสนับสนุนด้านอื่นๆ	26
ขั้นตอนการขออนุญาตสิทธิ์	27
บทที่ 4 ผลการศึกษา	29
การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด	29
การวิเคราะห์สภาวะทั่วไปและขนาดตลาด	29
สภาวะของตลาดภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร	
ลาดกระบัง	30
สภาวะการแข่งขัน	30
ขนาดของตลาด	30
ส่วนแบ่งทางการตลาด	32
แนวโน้มของตลาด	33
การสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง	34
การประมาณการยอดขายสินค้า	38
การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค	39
ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ตั้ง	39
การจัดหาอุปกรณ์	41
แรงงาน	41
วัตถุดิบ	42
การขนส่ง	42
สถานที่ตั้ง	42
ขั้นตอนการขออนุญาตเช่าพื้นที่ราชพัสดุ	43
การจัดร้านและการตกแต่ง	44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน	46
การประมาณงบกระแสเงินสดสุทธิ	46
การวิเคราะห์ด้านการเงิน	52
การวิเคราะห์ความไว	53
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	56
สรุปผลการศึกษา	56
ข้อเสนอแนะ	57
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก (ก)	63
ภาคผนวก (ข)	67
ภาคผนวก (ค)	70
ภาคผนวก (ง)	72
ภาคผนวก (จ)	76



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนนักศึกษาทั้งหมดในช่วงแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 9 ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545 ถึงปีพ.ศ. 2549	2
2	สถานที่ตั้ง จำนวนร้าน แปรนต์ ชนิด และราคาของไอศกรีมที่มีอยู่ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	31
3	ความถี่เฉลี่ยของการเข้าใช้บริการร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ของกลุ่มตัวอย่าง	32
4	ความถี่ของการใช้เงินเฉลี่ยในการเข้าใช้บริการร้านไอศกรีมของกลุ่มตัวอย่าง	32
5	ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการเปิดร้านไอศกรีมในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	33
6	จำนวนประชากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2544 ถึงปีพ.ศ. 2550	33
7	จำนวนและร้อยละในการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อไอศกรีม	34
8	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	35
9	ประเภทของไอศกรีมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมรับประทาน	35
10	เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีม	36
11	ราคาที่กลุ่มตัวอย่างยินดีจะจ่ายสำหรับซื้อไอศกรีม	36
12	ปัจจัยสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงในการพิจารณาเข้าใช้บริการร้านไอศกรีมตรึมโคนส์	37
13	ช่องทางในการรู้จักร้านไอศกรีมในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังของกลุ่มตัวอย่าง	37
14	ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างสะดวกมาให้บริการ	38
15	การประมาณการยอดขายของโครงการ 5 ปี	38
16	การประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ (บาท)	47
17	การประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้าน (บาท)	48
18	การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (บาท)	49
19	การประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (บาท)	50
20	การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ โดยไม่คำนึงถึงแหล่งเงินทุนภายนอก (บาท)	51

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
21 ผลการประเมินค่าการลงทุน	53
22 การวิเคราะห์ความไว กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5	54
23 การวิเคราะห์ความไว กรณีรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 5	54
24 การวิเคราะห์ความไว กรณีรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 5 และต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5	55



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	สถานที่ตั้งร้านไอศกรีมครีมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (พื้นที่สีขาว)	43
2	ลักษณะตู้ขายไอศกรีม	44
3	ลักษณะภายในร้านไอศกรีมครีมโคนส์	45
4	ภาพแบบร้านตัวอย่าง	45



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

การริเริ่มลงทุนในธุรกิจประเภทใดประเภทหนึ่งก่อนที่จะทำการตัดสินใจลงทุนประกอบการในธุรกิจนั้นๆ จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องมีการศึกษาวิเคราะห์ให้ละเอียดว่ามีความเป็นไปได้หรือไม่ โดยต้องพิจารณาถึงผลตอบแทนที่จะได้จากการลงทุน ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะต้องมีการวางแผนและศึกษาถึงความเป็นไปได้อย่างรอบคอบ เพื่อลดโอกาสความเสียหายที่จะเกิดขึ้นถ้าทำการศึกษาวิเคราะห์แล้วได้ผลสรุปว่า ธุรกิจนั้นไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีผลกำไรแล้วก็สามารถหลีกเลี่ยงได้ก่อนที่จะมีการลงทุน

ปัจจุบันผู้ประกอบการได้เริ่มหันมาทำธุรกิจในระบบแฟรนไชส์กันมากขึ้น ทำให้มีการขยายตัวในธุรกิจนี้อย่างรวดเร็ว โดยไอศกรีมเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ของธุรกิจแฟรนไชส์ที่เป็นที่นิยมเนื่องจากมีรสชาติที่อร่อย รับประทานง่าย ช่วยคลายร้อนได้ดี และสามารถรับประทานได้ทุกเพศทุกวัย ทำให้ธุรกิจแฟรนไชส์ไอศกรีมได้รับความสนใจและมีปริมาณความต้องการในการบริโภค ไอศกรีมที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับจำนวนคู่แข่งชั้นในตลาดแม้จะมีหลายราย แต่ด้านขนาดของตลาดยังมีช่องทางให้เข้ามาดำเนินธุรกิจได้อีกมาก จึงทำให้ธุรกิจประเภทไอศกรีมนี้มีความน่าสนใจ และเมื่อเปรียบเทียบโอกาสการเติบโตในอนาคตแล้ว นับว่ายังมีโอกาสค่อนข้างสูง โดยในช่วงปีที่ผ่านมามีการเติบโตกว่าร้อยละ 23 และคาดว่าจะขยายตัวในอัตรากว่าร้อยละ 30 ในปี พ.ศ. 2550 (นิรนาม, 2538) ทางด้านของตลาดมีส่วนแบ่งตลาดในส่วนของไอศกรีมถึง 6,500 ล้านบาท (นิรนาม, 2543) โดยเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมถึงร้อยละ 40 ของส่วนแบ่งการตลาดทั้งหมด (นิรนาม, 2538) ซึ่งธุรกิจแฟรนไชส์ไอศกรีมดรีมโคนส์กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น และเป็นวิธีการลงทุนทางธุรกิจที่สามารถดำเนินการได้โดยสะดวก อีกทั้งยังรู้จักกันอย่างแพร่หลายในหมู่ผู้บริโภค ไอศกรีมดรีมโคนส์เป็นแฟรนไชส์ที่นำเสนอความแปลกใหม่ของไอศกรีม โดยมีจุดเด่นคือการทำโคนสดแบบวันต่อวัน อีกทั้งรสชาติไอศกรีมมีความหลากหลายถึง 60 รสชาติ ซึ่งกลยุทธ์ของธุรกิจแฟรนไชส์ดรีมโคนส์มุ่งเน้นที่ผู้สนใจรายย่อยเป็นหลักเพื่อขยายตลาดทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยจะพิจารณาการขยายสาขาไปยังสถานที่ที่มีโรงเรียนและสถานที่ทำงานเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ตั้งแต่กลุ่มของวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากแผนพัฒนาการศึกษาระยะที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ทางสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้วางแผนในกำหนดเป้าหมายรับนักศึกษาใหม่ (ตารางที่ 1) ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนนักศึกษาทั้งหมดในช่วงแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คณะ	ปีการศึกษา				
	2545	2546	2547	2548	2549
วิศวกรรมศาสตร์	7,353	8,411	9,002	9,137	9,162
สถาปัตยกรรมศาสตร์	1,789	2,140	2,455	2,656	2,826
ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	2,426	2,731	2,940	3,180	3,465
วิทยาศาสตร์	2,522	2,781	2,997	2,903	2,778
เทคโนโลยีการเกษตร	2,517	3,053	3,373	3,541	3,611
เทคโนโลยีสารสนเทศ	961	1,221	1,531	1,786	1,936
โครงการคณะอุตสาหกรรมเกษตร	753	898	935	955	955
รวมจำนวนนักศึกษา	18,321	21,235	23,233	24,158	24,733

ที่มา: (สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 2545)

การศึกษาดตลาดภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พบว่าเป็นตลาดที่มีขนาดและแนวโน้มอยู่ในเกณฑ์ดี เนื่องจากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีแนวโน้มการรับนักศึกษาเพิ่มขึ้นทุกปี โดยได้ดูจากจำนวนนักศึกษาในสถาบันฯ ที่มีอัตราเพิ่มขึ้นปีละประมาณร้อยละ 5 ทำให้การบริโภคและความต้องการไอศกรีมมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งภายในสถาบันฯ เองยังไม่มีร้านที่จำหน่ายไอศกรีมโดยตรง มีเพียงตู้ที่จำหน่ายไอศกรีมสำเร็จรูปตามโรงอาหารและเซเว่น-อีเลฟเว่นเท่านั้น จึงไม่มีความแปลกใหม่ในรสชาติและในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งทิศทางและแนวโน้มของธุรกิจร้านไอศกรีมมีการขยายตัวและเติบโตค่อนข้างสูงและผู้บริโภคก็ให้การตอบรับเป็นอย่างดี เนื่องจากราคาของไอศกรีมดริมโคนส์ไม่สูงมาก โดยจะเห็นได้จากการขยายสาขาร้านไอศกรีมดริมโคนส์ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่วนแบ่งทางการตลาดภายในสถาบันฯเอง ส่วนมากเป็นของไอศกรีมวอลล์ และรองลงมาเป็นเนสส์ตามลำดับ ทำให้พบได้ว่าความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มีน้อย จึงเป็นโอกาสที่ดีที่ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ความเป็นไปได้ทางเทคนิค และความเป็นไปได้ทางการเงินของการลงทุนในธุรกิจแพรรน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไซส์ร้านไอศกรีมดรีมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อ
เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจแก่ผู้ที่มีความสนใจจะลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาวะของตลาดไอศกรีมภายในสถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน ของการลงทุนในธุรกิจ
แฟรนไชส์ร้านไอศกรีมดรีมโคนส์ภายในสถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ช่วยให้ผู้ศึกษาทราบถึงขั้นตอน กรรมวิธี และข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับการ
การเริ่มทำธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีม ได้ทราบถึงสถานการณ์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และ
ผลตอบแทนที่จะได้รับการดำเนินการของกิจการ เพื่อเป็นประโยชน์และแนวทางในการ
ตัดสินใจให้แก่ผู้ที่สนใจในการลงทุนดำเนินกิจการร้านไอศกรีมดรีมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และพื้นที่ใกล้เคียง

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมดรีมโคนส์ภายใน
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน
เป็นระยะเวลา 5 ปี การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด
การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค และการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน

ในส่วนของการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ได้ทำการสำรวจพื้นที่โดยรอบ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อสำรวจสภาพแวดล้อมทางด้าน
การตลาด คู่แข่งขัน ช่องทางการจัดจำหน่าย และสัมภาษณ์ผู้บริโภคไอศกรีมภายในสถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยเลือกทำการสุ่มตัวอย่างจากประชากรใน
ส่วนของนักศึกษาและบุคลากรภายในสถาบัน เพื่อทำการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมการ
บริโภคไอศกรีม โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษา 3 เดือน ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2550 ถึงเดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มกราคม 2551 โดยแบ่งเป็นการเก็บข้อมูลในระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2550 ถึง 15 ธันวาคม 2550 และเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในระหว่างวันที่ 16 ธันวาคม 2550 ถึง 28 ธันวาคม 2550

ในส่วนของการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค และด้านการเงิน ได้ทำการสำรวจ สืบค้นสัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ในด้านลักษณะการจัดตั้งร้าน สถานที่ตั้ง เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องและจำเป็นต้องใช้ เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาในการเขียนแผนธุรกิจ โครงการลงทุนจัดตั้งธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีม โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษาทางด้านเทคนิค และการเงิน 2 เดือน ระหว่างเดือนมกราคม 2551 ถึงกุมภาพันธ์ 2551 และดำเนินการเขียนแผน ธุรกิจในเดือนมีนาคม 2551

นิยามศัพท์

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ หมายถึง การศึกษาเพื่อให้ทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการนั้นโดยพิจารณาจากการศึกษา ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการบริหาร ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการเงิน และด้านเศรษฐศาสตร์ เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ที่จะลงทุนในโครงการนั้นๆ ในการศึกษาครั้งนี้จะต้องกล่าวถึงรายละเอียด และวิเคราะห์สิ่งที่จะต้องดำเนินการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการลงทุนร้านไอศกรีม และนอกจากนี้จะต้องระบุกำลังการผลิตและสถานที่ตั้งของโครงการ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนและดำเนินกิจการ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนให้สูงที่สุด

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน เพื่อการบริโภคขั้นสุดท้าย ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้บริโภค คือประชากรที่บริโภคไอศกรีมที่อยู่ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าหรือการบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และเป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำ (ศิริวรรณและคณะ, 2538)

ไอศกรีม คือ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากอิมัลชัน (emulsion) ของไขมันและโปรตีน พร้อมด้วยส่วนผสมอื่นที่เหมาะสม หรือได้จากส่วนผสมของน้ำ น้ำตาล กับส่วนผสมของสารอื่นที่เหมาะสม ซึ่งผ่านการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ด้วยความร้อน นำมาปั่นหรือกวนและทำให้เยือกแข็ง ซึ่งไอศกรีมจัดเป็นอาหารควบคุมเฉพาะ ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 222) พ.ศ.2544 เรื่องไอศกรีมจะต้องมีคุณภาพมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งวิธีการผลิต เครื่องมือ เครื่องใช้ในการผลิต และการเก็บรักษาอาหาร ภาชนะบรรจุ ตลอดจนฉลากต้องผ่านการตรวจสอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีความถูกต้องเหมาะสม จึงจะสามารถผลิตหรือนำเข้าเพื่อออกจำหน่ายได้

แฟรนไชส์ หมายถึง ระบบธุรกิจที่ประกอบไปด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการคือ

1. จะต้องเป็นเจ้าของสิทธิ์ถ่ายทอดวิทยาการ การทำธุรกิจทุกอย่างให้แก่ผู้รับสิทธิ์อย่างใกล้ชิด

2. ผู้รับสิทธิ์ จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมในการใช้ชื่อการค้า เป็นค่าธรรมเนียมเริ่มแรก (franchise fee)

3. ผู้รับสิทธิ์จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นร้อยละให้แก่เจ้าของสิทธิ์หรือค้ำรอยัลตี้ฟี

แฟรนไชส์เซอร์ หมายถึง เจ้าของสิทธิ์ซึ่งเป็นผู้ที่คิดค้นวิธีการทำธุรกิจที่จะนำไปสู่การทำธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ และดำเนินการจนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และเป็นผู้ขายสิทธิ์การค้าดำเนินการขายชื่อการค้าของตนเองให้แก่ผู้อื่น

แฟรนไชส์ซี หมายถึง ผู้รับสิทธิ์ในการดำเนินธุรกิจตามระบบที่เจ้าของสิทธิ์ได้จัดเตรียมไว้ รวมทั้งได้ใช้ชื่อทางการค้า เครื่องหมายการค้าเดียวกัน โดยที่ต้องจ่ายค่าตอบแทนในการให้สิทธิ์อันนั้นรวมทั้งจ่ายค่าตอบแทนตามผลประกอบการด้วย

แฟรนไชส์ฟี หมายถึง ค่าตอบแทนที่เป็นจำนวนเงินที่แน่นอนก่อนเริ่มดำเนินงาน ซึ่งถือว่าเป็นการจ่ายค่าสิทธิ์ต่างๆให้แก่บริษัทแม่

รอยัลตี้ฟี เป็นค่าตอบแทนที่ต้องจ่ายอย่างต่อเนื่องตามสัดส่วนของผลการดำเนินงานถือว่าเป็นค่าความภักดีให้แก่ผู้ที่ช่วยในการสร้างกิจการ

ซัพพลายเออร์ หมายถึง บริษัทที่เป็นตัวแทนที่มีหน้าที่ส่งวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตให้กับบริษัท

คิออส (Kiosk) หมายถึง ช่องทางการจัดจำหน่ายขนาดย่อม มีลักษณะเป็นตู้สำหรับจำหน่ายสินค้า มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนติดตั้งน้อย เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย (Hornby, 1995)

สถาบันฯ หมายถึง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คาราเมล (Caramel) ได้จากการเคี้ยวน้ำตาลจนได้รับความร้อนถึงอุณหภูมิ 180 ถึง 190 องศาเซลเซียส จนละลายและเกิดเป็นสีน้ำตาลเข้ม มีกลิ่นหอม นิยมใส่น้ำเกวี่ สตูว์ ขนมเค้ก บางชนิด และไอศกรีม เพื่อทำให้เกิดกลิ่น และสีที่น่ารับประทานยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ใช้ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ศึกษาถึงเทคนิคและความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านไอศกรีมนั้น ใน การศึกษานี้ได้ทำการกำหนดสถานที่ตั้งของโครงการขึ้นภายในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง แต่พื้นที่ดังกล่าวบุคคลทั่วไปไม่สามารถนำมาใช้เพื่อการพาณิชย์ได้ หากไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของพื้นที่ จึงจำเป็นต้องดำเนินการจัดหาข้อมูลการเช่าพื้นที่ราชพัสดุ สัญญาการเช่า รวมถึงอัตราค่าเช่า ระเบียบข้อบังคับต่างๆ ของการเช่าที่ราชพัสดุด้วย และข้อมูล ทุติยภูมิ (secondary data) ที่ได้จากหนังสือพิมพ์ วารสาร เอกสารงานวิจัย และหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องเกี่ยวกับอุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสามารถนำมาเป็น ข้อมูลประกอบการตัดสินใจอีกทั้งยังช่วยประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้เป็น อย่างดี

2. ข้อมูลที่ใช้ศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางการตลาด เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็นข้อมูลด้านการตลาด และทัศนคติของกลุ่ม ตัวอย่างในการใช้บริการร้านไอศกรีม โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 การสร้างแบบสอบถาม โดยศึกษาความรู้เกี่ยวกับขนาดตลาด และอุปสงค์ ของร้านไอศกรีม โดยรูปแบบของแบบสอบถาม มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบไปด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และสถานภาพ

ตอนที่ 2 ความต้องการและความถี่ในการเข้าใช้บริการร้านไอศกรีม

ตอนที่ 3 ทัศนคติและความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง

2.2 การกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตร (ศิริวรรณและคณะ, 2538)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n = จำนวนผู้บริโภครที่เป็นตัวอย่างสำหรับการศึกษา

N = จำนวนประชากรภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ในการศึกษานี้ กำหนดที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อยละ 10

ซึ่งแทนค่าในสมการ

$$n = \frac{26,007}{1 + 26,007(0.1)^2}$$

$$n = 99.62 \text{ ตัวอย่าง}$$

ในการกำหนดขนาดของตัวอย่างจากการคำนวณได้ 99 ตัวอย่าง แต่ในการศึกษานี้เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้นและป้องกันความผิดพลาดจากตัวอย่าง จึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยกำหนดให้มีขนาดตัวอย่าง เท่ากับ 200 ตัวอย่าง

2.3 การเลือกตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการร้านไอศกรีมที่ใช้เส้นทางสัญจรและอยู่ใกล้บริเวณที่ตั้งโครงการซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างในคั้งนี้จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบไม่ใช่ทฤษฎีความน่าจะเป็น (nonprobability sampling)

การเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการตอบแบบสอบถาม ในการศึกษานี้ได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) และสถานที่ที่ใช้ในการสุ่มตัวอย่างเพื่อตอบแบบสอบถามคือบริเวณจุดที่ตั้งของโครงการ ซึ่งเป็นพื้นที่บริเวณข้างสถานีรถไฟฟ้าพระจอมเกล้าใกล้กับตึก ECC ของคณะวิศวกรรมศาสตร์บริเวณด้านหลังไปรษณีย์ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่ออธิบายลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมครีมโคนส์

1.1 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด อธิบายถึงสภาวะทางการตลาดขนาดของตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด และนำไปประมาณการยอดขาย

1.2 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค โดยศึกษาถึงทำเลที่ตั้ง ลักษณะทางกายภาพ ปริมาณและคุณภาพของแรงงานที่ต้องการ

2. การวิเคราะห์การลงทุน ในส่วนของความเป็นไปได้ทางการเงิน จะทำการวิเคราะห์โดยมีเกณฑ์การตัดสินใจทางการเงินดังต่อไปนี้

2.1 ระยะเวลาคืนทุน (payback period: PB) เพื่อทราบถึงระยะเวลาของโครงการที่จะคืนทุนจากการประกอบการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกคั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value: NPV) โดยมีหลักเกณฑ์ว่าโครงการที่มีความเหมาะสมทางการเงินคือ (NPV) มากกว่าศูนย์หรือเป็นบวก แสดงว่ามีความเหมาะสมที่จะลงทุน กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนรวมมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม

เนื่องจากคิด “ค่าเสียโอกาสของต้นทุน” (opportunity cost of capital) ซึ่งจะกำหนดอัตราคิดลดเท่ากับร้อยละ 12 เนื่องจากประเทศที่กำลังพัฒนาโดยทั่วไป สมมติว่าอัตราส่วนลดของประเทศอยู่ระหว่างร้อยละ 8-15 แต่ส่วนมากนิยมเลือกอัตราร้อยละ 12 สำหรับประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเสนอแนะให้ใช้ร้อยละ 12 (ประสิทธิ์, 2542)

2.3 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (internal rate of return: IRR) เป็นเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมทางการเงินซึ่งถ้าหากอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) มากกว่าระดับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับเงินทุนที่ใช้ในโครงการ แสดงว่าโครงการมีความเหมาะสมที่จะลงทุน (ประสิทธิ์, 2542)

2.4 อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (benefit cost ratio: BCR) เพื่อให้ทราบถึงอัตราส่วนของมูลค่าปัจจุบันรายได้กับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายของโครงการ หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ คือ โครงการที่มีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายมากกว่าหนึ่ง หมายความว่า รายได้ที่ได้จากโครงการจะมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายของโครงการที่เกิดขึ้น

2.5 การวิเคราะห์ความไว (sensitivity analysis) เป็นการวิเคราะห์ดูว่า หากต้นทุนหรือรายรับมีการเปลี่ยนแปลงจะมีผลกระทบอย่างไรกับโครงการ

โครงร่างทางทฤษฎี

ในบทนี้จะกล่าวถึงการตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องที่ได้มาจากการตรวจสอบตำรา รายงาน การศึกษา และเอกสารอื่นๆ สมมติฐานของการศึกษาที่ผู้ศึกษาได้กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็น แนวทางในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล และในส่วนของแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้เป็นเครื่องมือ ใน การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

การตรวจเอกสาร

ชญชวัล เต็มแก้ว (2537) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจที่มีต่อการเปิด ร้านอาหารในเขตลาดกระบัง สรุปได้ว่า เขตลาดกระบังยังมีร้านอาหารจำนวนไม่มากนัก โดย การศึกษาในครั้งนี้ใช้ร้านกรณีศึกษาเป็นร้านขนาด 450 ที่นั่งตั้งอยู่ในเขตลาดกระบัง โครงสร้าง ของกิจการเป็นแบบง่ายและเป็นการ บริหารในลักษณะครอบครัว ใช้การเก็บข้อมูลโดยการ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านกรณีศึกษา สามารถสรุปได้เป็น 2 ส่วน คือ การเงินและการตลาด ในด้านการเงินมีอัตราผลตอบแทนอยู่ในระดับดี ส่วนในด้านการตลาดนับว่าผลิตภัณฑ์เป็นจุด แข็งอย่างหนึ่งของกิจการเมื่อเทียบกับกิจการในระดับเดียวกัน ในด้านราคาและสถานที่ตั้งก็นับว่า มีความสำคัญเช่นกัน

วนิดา เกียรติกานนท์ (2542) ศึกษาเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจ แฟรนไชส์ กรณีศึกษาแฟรนไชส์ฟรินมาร์ท จากการศึกษาพบว่า เป็นการศึกษาเพื่อประเมินถึง ต้นทุนและผลตอบแทนของการประกอบกิจการร้านฟรินมาร์ทที่ตั้งอยู่ในอาคารไทยพาณิชย์พลาซ่า สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่ซื้อแฟรนไชส์ รวมถึงจุดคุ้มทุนและความเป็นไปได้ทางการเงินเป็น การศึกษาเชิงเปรียบเทียบความแตกต่างของการดำเนินธุรกิจร้านฟรินมาร์ทรูปแบบแฟรนไชส์โดย ใช้เงินลงทุนของตนเอง และการกู้เงินจากธนาคารใช้เกณฑ์วัดมูลค่าในการลงทุนคือ การวิเคราะห์ จุดคุ้มทุน (breakeven analysis) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย อัตรา ผลตอบแทนภายในของโครงการ และการทดสอบค่าความแปรปรวน ร้านฟรินมาร์ทที่ตั้งอยู่ใน อาคารไทยพาณิชย์พาร์ค พลาซ่า กรณีศึกษาการซื้อแฟรนไชส์ มีความน่าสนใจในการลงทุน เมื่อ พิจารณาจากตัวชี้วัดความคุ้มค่าในการลงทุนโดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก อัตราส่วน ผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายมีค่ามากกว่าหนึ่งและอัตราผลตอบแทนภายในโครงการมีค่ามากกว่า อัตราคิดลด มีความน่าสนใจในการลงทุน ทั้งกรณีก่อน และหลังการกู้เงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวิตร วนการพาณิชย์ (2546) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านค้าสะดวกซื้อภายในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กล่าวว่าการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้ง ร้านค้าจะทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนทั้งในด้านการตลาด เทคนิค และการเงินเพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจลงทุน และใช้เป็นแนวทางให้กับผู้สนใจจัดตั้งร้านค้ารายอื่น โดยในการศึกษาด้านตลาดมีการศึกษาขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้อง โดยทำการออกแบบสำรวจเพื่อหาจำนวนผู้บริโภค มีการประมาณการค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนที่จะได้รับจากการทำโครงการนั้น เป็นข้อมูลสำคัญที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการ ในส่วนด้านเทคนิคมีการกำหนดทำเลที่ตั้งโดยมีปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงคือ สถานที่ตั้ง แรงงาน และสาธารณูปโภค

ศูนย์สารสนเทศธุรกิจสวนดุสิต (2546) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารภายในงาน “กลยุทธ์การทำธุรกิจอาหารให้เป็นเลิศ” ซึ่งจัดโดยหนังสือพิมพ์ “ประชาชาติธุรกิจ” และบริษัทหลักทรัพย์ อยบี จำกัด เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2546 ผลการสำรวจชี้ให้เห็นว่าธุรกิจอาหารเป็นธุรกิจที่ผู้เข้าร่วมสัมมนาส่วนใหญ่มีแนวโน้มว่าจะเปิดกิจการในอนาคตสูงถึงร้อยละ 56 ส่วนที่เลือกร้อยละ 30 เปิดกิจการมานานกว่า 1 ปี และร้อยละ 14 เปิดกิจการไม่ถึงปี ส่วนธุรกิจอาหารที่ลงทุนไปแล้วและคิดจะลงทุนในอนาคต พบว่าร้านกาแฟสด ร้านเบเกอรี่ และไอศกรีมเป็นธุรกิจที่มีผู้สนใจมากที่สุดในสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 17.6 ซึ่งการสร้างกลยุทธ์จากโปรโมชัน และการจัดกิจกรรมทางการตลาดจะเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาด

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบการธุรกิจอาหาร พบว่าที่ตั้งเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการเห็นว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดมากถึงร้อยละ 29.3 รองลงมาคือ รสชาติอาหารร้อยละ 17 ส่วนคุณภาพอาหารผู้ประกอบการเห็นว่าเป็นปัจจัยสำคัญเพียงร้อยละ 13.8 นอกนั้นยังมีปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง อาทิ เงินลงทุน และค่าใช้จ่าย ความต้องการของผู้บริโภค การตกแต่งร้าน การประชาสัมพันธ์ ราคาจำหน่าย เป็นต้น ส่วนความคิดเห็นในเรื่องแนวโน้มของธุรกิจอาหารในปี พ.ศ. 2546 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาในประเด็นต่างๆ ซึ่งผู้เข้าร่วมสัมมนาส่วนใหญ่เห็นว่าแนวโน้มธุรกิจอาหารในปีนี้น่าจะเติบโตขึ้น

จากการตรวจเอกสารในเรื่องที่เคยมีผู้ศึกษามาแล้ว และทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้ศึกษาทราบถึงแนวทางการตัดสินใจลงทุนของโครงการด้านการตลาด และด้านการเงิน ในเรื่องของระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน และการวิเคราะห์ความอ่อนไหว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจว่า กิจการควรใช้เงินในการลงทุนในโครงการหรือไม่ และจะใช้วิธีอย่างไรในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จัดสรรเงินทุนไปลงทุนในโครงการเนื่องจากเงินทุนของกิจการ หรือส่วนที่กิจการหามาได้มีจำนวนจำกัด จึงจำเป็นต้องใช้เงินทุนที่มีจำกัดนั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่จะเกิดจากการลงทุน

กรอบแนวความคิด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานของการศึกษา

1. การจัดตั้งร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ขึ้นภายในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังไม่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด
2. การจัดตั้งร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ขึ้นภายในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังไม่มีความเป็นไปได้ทางเทคนิค
3. การจัดตั้งร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ขึ้นภายในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

แนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้สำหรับโครงการ

แนวคิดขั้นพื้นฐานของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการในสภาพปัจจุบันเป็นการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศที่ต้องประสบกับปัญหามากมาย ล้วนส่งผลกระทบต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของการลงทุนประกอบธุรกรรมทางเศรษฐกิจทั้งสิ้น ดังนั้นผู้ที่จะลงทุนในโครงการใดๆก็ตาม ควรจะต้องมีการวางแผนโครงการ และศึกษาความเป็นไปได้โดยรอบคอบทั้งนี้เพื่อบรรลุจุดประสงค์ดังกล่าว หรืออย่างน้อยที่สุดก็เพื่อลดโอกาสความเสียหายต่อความล้มเหลว หากทำการศึกษาริเคราะห์โครงการแล้วได้ผลว่าโครงการนั้นจะไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีผลกำไรหรือให้ผลไม่คุ้มค่ากับการลงทุน ความล้มเหลวในการดำเนินงานต่างๆ ของโครงการ หมายถึง โครงการนั้นๆ ไม่สามารถสร้างผลกำไรได้ในระยะเวลาอันสมควรจากการศึกษาพบว่าแต่ละโครงการที่ประสบความล้มเหลวจะมีสาเหตุมาจากสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้ ได้แก่ ไม่สามารถขายสินค้าได้ในปริมาณที่พอเพียงในราคาพอสมควร ไม่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการผลิต ไม่สามารถเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนให้พอเพียงต่อความต้องการที่จะใช้ได้ และสาเหตุอื่นๆ

สาเหตุดังกล่าวทั้งหมดนี้ เกิดจากการขาดความเข้าใจในการดำเนินงานในโครงการนั้นๆ อย่างแท้จริง มิได้มาจากสิ่งอื่นๆ ที่อยู่นอกเหนือความควบคุมของฝ่ายบริหาร การขาดความเข้าใจในการดำเนินงานโครงการจะเป็นสาเหตุพื้นฐานของความล้มเหลวของกิจการ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการดำเนินงานและเล็งเห็นเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตได้ หากจะลงทุนโครงการจะต้องทำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (feasibility study) ก่อนตัดสินใจลงทุนในโครงการนั้นๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะยิ่งมีความสำคัญมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามโครงการนั้น โดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงินของโครงการเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจของผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้นๆ ในการศึกษาดังกล่าวจะต้องบอกรายละเอียด และวิเคราะห์สิ่งที่จำเป็นที่เกี่ยวข้องกับการผลิต รวมทั้งทางเลือกอื่นๆของการผลิตด้วย นอกจากนี้จะต้องระบุกำลังการผลิต และสถานที่ตั้งของโครงการที่เหมาะสม การใช้เทคโนโลยีการผลิตแบบใด มีค่าใช้จ่ายในการลงทุน

การวิเคราะห์ด้านการตลาด

เป็นการศึกษาหาความสามารถของโครงการในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ตามราคาที่ได้กำหนดและในปริมาณที่คาดหมายไว้ การศึกษาด้านการตลาดนี้ถือเป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยงภัยและความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนในโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพเพราะการศึกษาด้านการตลาดจะศึกษาลงลึกถึงรายละเอียดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องมาประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และความเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาดจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแน่ใจได้ในระดับหนึ่งว่าโครงการที่จะลงทุนสามารถทำผลตอบแทนได้คุ้มค่างบเงินลงทุนหรืออีกนัยหนึ่งคือสามารถอยู่รอดและทำกำไรได้ยาว การวิเคราะห์ตลาด การประมาณยอดขายสินค้า การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณและคณะ, 2538)

1. การวิเคราะห์ลักษณะตลาดเพื่อศึกษาถึงขนาดของตลาด แนวโน้มของตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด โดยมีรายละเอียด คือ

1.1 การศึกษาขนาดตลาด เป็นการศึกษาถึง "ขนาดตลาด" ในภาพกว้างเพื่อให้ทราบว่าตลาดที่เราจะทำการศึกษามีขนาดเล็กหรือใหญ่เพียงใด และเมื่อศึกษาในภาพกว้างแล้วก็จะศึกษาขอบข่ายตลาดที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น คือ การศึกษาถึง "ส่วนของตลาด" ที่ผลิตภัณฑ์ของโครงการ มุ่งเข้าไปตอบสนอง ทั้งนี้เพื่อทราบถึงขนาดและกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้น

1.2 การศึกษาแนวโน้มของตลาด เป็นการศึกษาถึงทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ว่าจะมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไป

1.3 การศึกษาส่วนแบ่งตลาด เป็นการศึกษาถึงความสามารถของธุรกิจที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้โดยพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาด 2 ประการ คือ ความเข้มข้นของการแข่งขัน และความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2. การประมาณการยอดขายสินค้า โดยวิธีการคาดคะเนส่วนแบ่งส่วนแบ่งตลาดที่โครงการนั้นจะได้รับว่าเป็นร้อยละเท่าใดของตลาดรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. กลยุทธ์การจัดจำหน่ายและการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดจำหน่ายโดยทั่วไปผู้ผลิตจะไม่ใช้วิธีการขายตรงไปยังผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว แต่จะใช้วิธีการจัดจำหน่ายโดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือคนกลางซึ่งเข้ามาทำหน้าที่ต่าง ๆ กันในด้านความสำเร็จการจัดจำหน่ายไม่ได้ขึ้นอยู่กับทางเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับนโยบายปล่อย นโยบายสร้างความต้องการในตลาด และนโยบายผลักดัน (วัตฌนา, 2542)

4. การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการศึกษาด้านการตลาดที่จะให้คำตอบว่า โครงการควรทำการศึกษาคือความเป็นไปได้ในด้านอื่นต่อไปหรือไม่ (ประสิทธิ์, 2542)

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix หรือ 4P's) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทได้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย (สุวิมล, 2546) ประกอบด้วยเครื่องมือ ต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (utility) มีคุณค่า (value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้

2. ราคา (price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็ตัดสินใจซื้อ

3. การส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประเภทซึ่งอาจเลือกใช้เพียงหนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ มีดังนี้

3.1 การโฆษณา (advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การ ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดเห็น ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

3.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย เป็นกิจกรรมแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้

บุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การส่งเสริมการขาย หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย และการให้ข่าวสารโดยประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าชั้นสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทาง

3.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การให้ข่าวสารเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

3.5 การตลาดทางตรง เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดที่ใช้ในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที

4. การจัดจำหน่าย (place หรือ distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบัน และกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดสถาบัน ที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์หรือกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เช่น ทราบถึงขนาดการผลิตที่เหมาะสม ขั้นตอนการผลิต ปริมาณวัตถุดิบ และเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนโครงการอีกด้วย นอกจากนี้ยังช่วยอำนวยความสะดวกในการพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากทางเลือกด้านเทคนิคต่างๆ เช่น การว่าจ้างแรงงาน อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อมนุษยความต้องการด้านเงินทุน ซึ่งการวิเคราะห์ด้านเทคนิคนั้น มีแนวทางในการพิจารณาดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ตั้ง พิจารณาตามหัวข้อต่างๆ เกี่ยวกับจำนวนลูกค้าที่จะมาใช้บริการ การคมนาคม และการเดินทางมายังที่ตั้งโครงการ สภาพธุรกิจในบริเวณนั้น การสาธารณูปโภคต่างๆ และข้อสนับสนุนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การจัดหาอุปกรณ์ พิจารณาถึงการจัดเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ที่ต้องใช้ภายในร้าน จะมีความยากง่ายในการจัดหามากน้อยเพียงใด
3. แรงงาน เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่ง โดยพิจารณาด้านการจัดหาแรงงานที่ต้องการว่า มีความเหมาะสมและสามารถจัดหาได้หรือไม่
4. วัตถุดิบ จะพิจารณาในด้านความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบที่ต้องใช้ ว่ามีความเพียงพอต่อปริมาณการใช้ได้หรือไม่
5. การขนส่ง พิจารณาถึงความสะดวกในการเดินทางของทั้งทางลูกค้า และการจัดหาวัตถุดิบ
6. ทำเลที่ตั้ง เป็นแหล่งที่จะทำให้ธุรกิจสามารถประกอบกิจการได้ โดยในการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการดังกล่าว ต้องพิจารณาถึงปัจจัย 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้
 - 6.1 ปัจจัยที่เกี่ยวกับการผลิต เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิต ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน วัตถุดิบ ตลาด การขนส่ง สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
 - 6.2 ปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตโดยตรง ปัจจัยประเภทนี้ได้แก่ กฎหมายและภาษี ภูมิอากาศ ทักษะคติของชุมชน การเมืองและกฎหมาย
7. สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จะต้องสามารถรองรับได้อย่างเพียงพอต่อปริมาณความต้องการใช้ และอำนวยความสะดวกต่อทางร้านและลูกค้าด้วย

การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ด้านการเงินเป็นการศึกษาความสามารถของโครงการในการคืนทุนให้กับผู้ลงทุนในระดับที่ต้องการ การวิเคราะห์ด้านการเงินจำเป็นต้องนำเอาข้อมูลจากการศึกษาด้านการตลาด และด้านเทคนิคมาประกอบการคาดคะเนรายรับและต้นทุนเพื่อกระทำการตัดสินใจ (ประสิทธิ์, 2542) ซึ่งการวิเคราะห์ด้านการเงินประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ เป็นส่วนสำคัญที่จะให้ทราบถึงผลที่ได้หรือกำไรที่ได้รับจากการลงทุน

1.1 ต้นทุนการผลิต หรือค่าใช้จ่ายในการลงทุน จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ

ต้นทุนคงที่ (fixed cost) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการลงทุน แม้ว่าจะไม่ได้ทำการผลิต ค่าใช้จ่ายประเภทนี้จะไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต ต้นทุนคงที่แบ่งออกได้เป็น ต้นทุนคงที่ที่เป็นตัวเงินและต้นทุนคงที่ที่ไม่เป็นตัวเงิน โดยต้นทุนคงที่ที่เป็นตัวเงินเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ที่ผู้ลงทุนจ่ายออกไปจริงเป็นเงินสด เช่น ค่าที่ดิน ค่าก่อสร้างโรงงาน ค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และ ดอกเบี้ยเงินกู้ เป็นต้น ส่วนต้นทุนคงที่ที่ไม่เป็นตัวเงินจะเป็นค่าใช้จ่ายที่ผู้ลงทุนไม่ได้จ่ายออกไปเป็นตัวเงิน เป็นเพียงค่าใช้จ่ายประเมินเท่านั้น เช่น ค่าเสื่อมเครื่องจักร 5 ปี เป็นต้น

ต้นทุนผันแปร (variable cost) เป็นค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิต และการจำหน่าย ได้แก่ ค่าจ้างแรงงาน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ค่าใช้จ่ายในการขาย ค่าบำรุงเครื่องจักรและอุปกรณ์ ค่าประปา ค่าไฟฟ้า ค่าเชื้อเพลิง และค่าขนส่ง

1.2 ผลตอบแทนของโครงการที่นำมาทำการวิเคราะห์นี้ คือ ข้อมูลทางด้านต้นทุน และผลตอบแทนของโครงการ และจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนด้านการเงินจากการลงทุน

2. ในการวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนเพื่อดูว่าให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ ดังนั้น จึงใช้เครื่องมือวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ ได้แก่

2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) เป็นมูลค่าสุทธิผลรวมของมูลค่าผลตอบแทนสุทธิที่ได้ปรับค่าของเวลาเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วของโครงการ โครงการที่ควรลงทุนนั้น มูลค่าสุทธิจะต้องมีค่าเป็นบวกหรือมากกว่าศูนย์คือรายได้มากกว่ารายจ่าย เมื่อคิดลดกลับมาเป็นมูลค่าปัจจุบันด้วยระดับอัตราดอกเบี้ยหรืออัตราคิดลดที่เหมาะสมใช้ในการวิเคราะห์เงินสดหมุนเวียน และการปรับลดเป็นการประเมินค่าผลตอบแทนสุทธิของโครงการ โดยเปรียบเทียบผลตอบแทนและต้นทุนที่เกิดขึ้นในเวลาต่างๆ ดังนั้นหากมูลค่าปัจจุบันสุทธิต่ำกว่า 0 หรือเป็นบวกแสดงว่าโครงการนั้นคุ้มค่าต่อการลงทุน แต่หากได้ผลเป็นลบหรือต่ำกว่า 0 ก็แสดงว่าโครงการนั้นไม่คุ้มค่าที่จะลงทุน ซึ่งสามารถคำนวณค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) ได้จากสูตร

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{(B_t - C_t)}{(1+r)^t}$$

โดยที่กำหนดให้

- B_t = ผลตอบแทนจากการประกอบการของธุรกิจในปีที่ 1,2,...n
- C_t = ค่าใช้จ่ายจากการประกอบของธุรกิจในปีที่ 1,2,...n
- r = อัตราผลตอบแทนของโครงการ
- t = ปีของโครงการคือปีที่ 1,2,...n
- n = อายุของโครงการ ซึ่งในที่นี้จะกำหนดไว้ 5 ปี

ข้อดีของมูลค่าปัจจุบันสุทธิคือ ช่วยปรับต้นทุนและผลตอบแทนที่เกิดขึ้นในเวลาที่แตกต่างกัน ทำให้สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้บนฐานของความเท่ากันของมูลค่าปัจจุบัน ด้วยวิธีนี้ทำให้

สามารถเปรียบเทียบระหว่างทางเลือกต่างๆ ตลอดจนช่วยวางกฎในการตัดสินใจเพื่อจะให้การ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปดหรือแก้ไข และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สนับสนุนทางการเงินแก่โครงการหนึ่งๆได้ ข้อจำกัดของมูลค่าปัจจุบันสุทธิคือการตัดสินใจลงทุน โดยอาศัยมูลค่าปัจจุบันสุทธิ เป็นเกณฑ์ตัดสินนั้นมักไวต่อการเลือกใช้อัตราลดที่ต่างกัน

2.2 อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit Cost Ratio หรือ BCR) เป็นเกณฑ์ที่จะแสดงถึงอัตราส่วนของมูลค่าปัจจุบันรายได้กับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุของโครงการ และหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกทำโครงการ จะพิจารณาลงทุนในโครงการที่มีอัตราส่วนของผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายมากกว่าหนึ่ง หมายความว่า รายได้ที่ได้จากโครงการจะมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายเมื่อคิดลดกลับมาเป็นมูลค่าปัจจุบันด้วยอัตราคิดลดที่เหมาะสม หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุนทำโดยการนำผลตอบแทนและต้นทุนที่ได้มีการปรับค่าไปตามระยะเวลาหรือคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันมาเปรียบเทียบหาอัตราส่วนประโยชน์ต่อต้นทุน หากค่าอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายที่ได้จะเป็นอัตราส่วน ถ้ามากกว่า 1 ถือว่าสนับสนุนโครงการ แต่ถ้าน้อยกว่า 1 ก็ไม่ควรสนับสนุนโครงการ และถ้ามีค่าเท่ากับ 1 ถือว่าคุ้มทุน ในการศึกษาสามารถคำนวณค่าอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit Cost Ratio หรือ B/C) ได้จากสูตร

$$BCR = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}}$$

โดยที่กำหนดให้

- B_t = ผลตอบแทนจากการประกอบการของธุรกิจในปีที่ 1,2,...n
 C_t = ค่าใช้จ่ายจากการประกอบของธุรกิจในปีที่ 1,2,...n
 r = อัตราผลตอบแทนของโครงการ
 t = ปีของโครงการคือปีที่ 1,2,...n
 n = อายุของโครงการ ซึ่งในที่นี้จะกำหนดไว้ 5 ปี

ข้อดีของอัตราส่วนผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย คือ ช่วยในการตัดสินใจในการลงทุนให้เหลือเพียงการพิจารณาค่าเพียงค่าเดียวที่สะท้อนให้เห็นถึงสัดส่วนของผลตอบแทนรวมต่อต้นทุนรวม ในกรณีที่มีแหล่งทรัพยากรรวมจำกัด การจัดอันดับของโครงการโดยอาศัยอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย เป็นเกณฑ์จะให้ค่าตอบแทนสูงสุดของการลงทุนในแต่ละหน่วยทางการเงินที่จ่ายไป ข้อจำกัดของอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย คือ ไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงการกระจายของผลตอบแทน และต้นทุนอาจจะมีความเสี่ยงเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้นที่ได้รับประโยชน์ ขณะที่ต้นทุนที่เห็นนั้นได้มาจากคน

กลุ่มอื่น ด้วยสาเหตุที่สำคัญนี้เนื่องมาจากอัตราส่วนผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายได้รวมเอาเกณฑ์ที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาออกมาเหลือเพียงค่าที่สะท้อนมิติเพียงด้านเดียว ดังนั้น การประมาณการ และข้อสมมติ ในส่วนเฉพาะจึงไม่ปรากฏให้เห็นว่ามีผลตอบแทนหลายประเภทที่ไม่สามารถวัดในเชิงปริมาณ หรือแสดงให้ปรากฏเป็นค่าตัวเงินได้ เมื่อเป็นดังนี้อัตราส่วนผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายจึงสะท้อน เพียงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรในเชิงเศรษฐศาสตร์เท่านั้น

2.3 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR) คือ อัตราผลตอบแทนที่ทำให้ผลตอบแทนหรือรายได้และค่าใช้จ่ายที่ได้คิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้ว เท่ากัน หรืออัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับศูนย์ เกณฑ์การตัดสินใจเลือก ทำโครงการจะพิจารณาเปรียบเทียบค่าอัตราผลตอบแทนของโครงการกับอัตราดอกเบี้ยหรืออัตรา คิดลด โดยทั่วไปถ้าสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยหรืออัตราคิดลดเราจะเลือกทำโครงการ ถ้าต่ำกว่าอัตรา ดอกเบี้ยหรืออัตราคิดลดเราจะไม่เลือกโครงการนั้น อัตราที่จะทำให้เกิดผลตอบแทนและค่าใช้จ่ายที่คิด ลดเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วมีค่าเท่ากัน อัตราที่กล่าวถึงจึงเป็นอัตราที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถ ของเงินลงทุนที่จะก่อให้เกิดรายได้ว่าคุ้มกับเงินลงทุนเพื่อการนั้นพอดี หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือหา ค่าอัตราส่วนคิดลดตัวไหนที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นศูนย์ ซึ่งถ้าค่า IRR มีค่า มากกว่าอัตราดอกเบี้ย หรือค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน แสดงว่าโครงการนั้นคุ้มค่าแก่การลงทุน ในทางตรงกันข้ามถ้าหากค่า IRR มีค่าน้อยกว่าอัตราดอกเบี้ย หรือค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน แสดงว่าโครงการนั้นไม่คุ้มค่าแก่การลงทุน

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{(B_t - C_t)}{(1+r)^t} = 0$$

ข้อดีของอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ อาจคำนวณได้โดยไม่ต้องกำหนดอัตราคิด ลดที่สอดคล้องกับต้นทุนของโอกาสการใช้เงินทุน ในขณะที่การหามูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตรา ผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายอาศัยการกำหนดอัตราคิดลดดังกล่าว อัตราผลตอบแทนภายในของ โครงการเป็นเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการจัดอันดับโครงการในกรณีที่มีเงินทุนจำกัด ข้อจำกัด ของการหาอัตราผลตอบแทนภายในคือ จะไม่สามารถกระทำได้ถ้าเงินสดหมุนเวียนประจำปีของ โครงการมีค่าเป็นบวกหรือศูนย์ทั้งหมด โดยอย่างน้อยต้องมีปีหนึ่งที่มีค่าเป็นลบเพื่อที่จะ สามารถทำให้ผลตอบแทนภายหลังจากการปรับลดมีค่าเท่ากับต้นทุนภายหลังจากการปรับลดการหา อัตราผลตอบแทนของโครงการ

2.4 ระยะเวลาคืนทุน (Payback period หรือ PB) คือ ระยะเวลาหรือจำนวนปีที่ กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการชดเชยกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการพอดี ซึ่ง ระยะเวลาดังกล่าวจะบอกให้ผู้ลงทุนทราบว่าต้องใช้เวลานานเท่าใดจึงจะได้รับเงินที่จ่ายลงทุน สุทธิตอนเริ่มโครงการกลับคืนมา การคำนวณระยะเวลาคืนทุนโดยไม่ต้องใช้สูตรมีหลักการ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลประโยชน์สุทธิสะสมที่มีค่าลบ จะเป็นจำนวนเต็มของระยะคืนทุน สำหรับเศษส่วนที่เหลือ คำนวณจากค่าของผลประโยชน์สุทธิสะสมที่มีค่าเป็นลบในปีสุดท้าย หารด้วยผลประโยชน์สุทธิในปีถัดไป การใช้วิธีระยะเวลาคืนทุนเป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธโครงการลงทุนนั้นมีหลักเกณฑ์ คือ ผู้ลงทุนจะต้องกำหนดระยะเวลาคืนทุนที่คำนวณได้มากกว่าระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการก็จะปฏิเสธโครงการลงทุนนั้นมีหลักเกณฑ์ คือ ผู้ลงทุนจะต้องกำหนดระยะเวลาคืนทุนไว้ก่อน และถ้าระยะเวลาคืนทุนที่คำนวณได้มากกว่าระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการก็จะปฏิเสธโครงการลงทุนนั้น ในทางตรงข้าม ถ้าระยะเวลาคืนทุนที่คำนวณได้น้อยกว่าหรือเท่ากับระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการก็จะยอมรับโครงการลงทุนนั้นโดยสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \text{ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี} / \text{ค่าใช้จ่ายในการลงทุน}$$

2.5 การวิเคราะห์ความไว (sensitivity analysis) วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ความไว ก็คือการกำหนดตัวแปรที่มีผลกระทบต่อความไวของ NPV หรือ IRR มากที่สุด โดยเฉพาะตัวแปรที่จะทำให้ NPV มีค่าติดลบ การวิเคราะห์ความไวจึงมีประโยชน์เพื่อกำหนดผลที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งโดยทั่วไปจะได้แก่ ราคาผลผลิต ปริมาณการจำหน่าย ค่าลงทุน และค่าปัจจัยการผลิต ทั้งนี้โดยทดสอบว่าถ้าตัวแปรเหล่านี้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว จะมีผลกระทบต่อ NPV หรือ IRR อย่างไร และเมื่อมีการนำโครงการไปปฏิบัติและดำเนินการผู้บริหารจะได้ให้ความสนใจในการควบคุมตัวแปรที่มีผลทำให้ NPV มีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นพิเศษ (ประสิทธิ์, 2542)

ในการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการนี้ใช้การประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา ซึ่งพิจารณาค่าของเงินตามเวลา หรือพิจารณาเวลาเป็นปัจจัยที่มีค่าสำหรับค่าของเงิน ซึ่งการวิเคราะห์ประกอบด้วยวิธีที่ใช้ 3 วิธี คือ การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของโครงการ การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน

ประวัติและลักษณะการดำเนินการของธุรกิจแฟรนไชส์

ในบทนี้จะเป็นการกล่าวถึงประวัติความเป็นมาและลักษณะของการดำเนินการของธุรกิจแฟรนไชส์รวมถึงประวัติความเป็นมาของร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ และรูปแบบลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประวัติความเป็นมาของแฟรนไชส์

แฟรนไชส์เป็นรูปแบบของการดำเนินธุรกิจที่มีต้นกำเนิดจากต่างประเทศ เมื่อประมาณกลางศตวรรษที่ 19 ที่ประเทศอังกฤษ โดยผู้พัฒนาระบบดังกล่าวคือ นายไอแซค เมอริวิท ซิงเกอร์ ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจักรเย็บผ้าเย็บผ้าเย็บเท้าแก่ชนชั้นหนึ่ง แต่ระยะเริ่มแรกยังไม่ได้พัฒนาเป็นระบบแฟรนไชส์อย่างสมบูรณ์ ในระยะต่อมาได้เข้าไปแพร่หลายและเติบโตเต็มที่ในอุตสาหกรรมหลายประเภทในสหรัฐอเมริกา เช่น อุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง

สำหรับในประเทศไทยระยะแรกจะเป็นลักษณะของการให้สิทธิในการจำหน่ายสินค้าของบริษัทแม่จากต่างประเทศ เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำมันยี่ห้อต่างๆ ระยะต่อมาได้มีแฟรนไชส์ทั้งขนาดใหญ่และขนาดกลางเข้ามาขยายกิจการในประเทศไทยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นน้ำอัดลม โดนต์ ฟาสต์ฟู้ด และในปัจจุบันมีแฟรนไชส์รายย่อยเข้ามาขยายกิจการมากขึ้นโดยการแทรกแซงทางการตลาดที่แฟรนไชส์รายใหญ่เข้าไปไม่ถึง เช่น ฟาสต์ฟู้ดประเภทขนมขบเคี้ยว แต่แฟรนไชส์ที่มีแนวโน้มว่าจะขยายตัวสูงขึ้น ได้แก่ แฟรนไชส์เกี่ยวกับอาหาร แฟรนไชส์ประเภทให้บริการอย่างง่ายๆ เช่น ร้านซักแห้ง รับเลี้ยงเด็ก แฟรนไชส์ร้านขายยาและเครื่องสำอาง และคาดว่าต่อไปต้องมีแฟรนไชส์รายย่อยเข้ามาเป็นจำนวนมากและมีการแข่งขันเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน (นิรนาม, 2538)

ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์

แฟรนไชส์เป็นแนวคิดเชิงธุรกิจที่เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าที่เป็นที่นิยมกันมากในธุรกิจค้าปลีก โดยบริษัทแม่ (franchisor) หรือผู้เป็นเจ้าของสิทธิพิเศษ เช่น สิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า ชื่อทางการค้า รูปแบบการจัดการและการบริหาร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ทำการมอบสิทธิพิเศษให้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ซื้อแฟรนไชส์ (franchisee) หรือผู้เข้าร่วมกิจการซึ่งเป็นผู้ได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้านั้น โดยมีภาระผูกพันและสิทธิร่วมกันตามข้อตกลงที่กำหนดไว้ในสัญญา

ธุรกิจระบบแฟรนไชส์เป็นการร่วมมือกันทางธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตหรือจัดจำหน่ายที่มีระดับในการผลิตและจำหน่ายแตกต่างกันบนพื้นฐานของการทำสัญญา หลักการดังกล่าวเป็นรูปแบบหนึ่งของระบบตลาดในแนวคิดตามข้อตกลงในการประกอบธุรกิจระบบแฟรนไชส์นอกจากผู้ให้สิทธิหรือผู้เป็นเจ้าของสิทธิจะมอบสิทธิทางการค้าให้ผู้รับสิทธิหรือผู้ซื้อแฟรนไชส์แล้ว บางรายยังให้การสนับสนุนในด้านเงินทุน การฝึกอบรมพนักงาน กระบวนการผลิต กลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนการโฆษณาและการส่งเสริมธุรกิจ และผู้รับสิทธิต้องจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบต่างๆ ให้แก่เจ้าของแฟรนไชส์ตามที่ได้ตกลงกันไว้ เช่น ค่าสิทธิ (franchisee fee) ซึ่งผู้ซื้อแฟรนไชส์หรือผู้ที่เข้าเป็นสมาชิกจะจ่ายเพียงครั้งเดียวก่อนที่จะเข้าเป็นสมาชิก ค่าธรรมเนียมในการดำเนินงาน (royalty fee) ซึ่งมักคำนวณจากเปอร์เซ็นต์จากยอดขายรวมจะเป็นรายเดือนหรือรายปีก็ได้ ค่าโฆษณา (advertising fee) หรือค่าตอบแทนการบริหารหรือเทคนิคอื่นๆ (franchise package fee) ซึ่งจะมีหรือไม่มีก็ได้แล้วแต่ข้อกำหนดในสัญญา

ฉะนั้นในการพิจารณาว่าธุรกิจใดเป็นธุรกิจในระบบแฟรนไชส์จะต้องมีข้อพิจารณาดังนี้ คือ มีการให้สิทธิหรือเครื่องหมายทางการค้าหรือชื่อการค้าของสินค้าและบริการของบริษัทเจ้าของแฟรนไชส์ มีการจ่ายค่าธรรมเนียมและค่าสิทธิ และมีการให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ของผู้ให้สิทธิต่อผู้รับสิทธิ

ประเภทของแฟรนไชส์ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. แฟรนไชส์ที่ให้สิทธิในตัวผลิตภัณฑ์หรือเครื่องหมายการค้า เพื่อการผลิตหรือจำหน่ายในตราสินค้านั้น ในแฟรนไชส์ประเภทนี้ เจ้าของสิทธิซึ่งเป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ในผลิตภัณฑ์นั้นๆ มักจะกำหนดมาตรฐานทางด้านคุณภาพต่างๆ ให้ผู้ซื้อสิทธิหรือเจ้าของกิจการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ผู้ซื้อสิทธิมักจะทำหน้าที่ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ในสัญญาแฟรนไชส์ประเภทนี้ มักจะไม่พบการจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นรายสัปดาห์หรือรายเดือน แต่อาจพบการหักผลตอบแทนเป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดขายหรือหักบางส่วนเข้ากองทุนของเจ้าของสิทธิเพื่อนำไปใช้จ่ายในการโฆษณา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อกิจการของผู้ซื้อสิทธิทั้งหมดที่อยู่ในระบบของแฟรนไชส์ โดยทั่วไปแล้วในระบบแฟรนไชส์ประเภทนี้ เจ้าของสิทธิมักมีรายได้หรือผลตอบแทนมาจากการคิดกำไรต่อการขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ซื้อสิทธิในขั้นต้นแล้วคือ เสมือนว่าให้ผู้ซื้อสิทธิเป็นตัวแทนในการกระจายสินค้า ตัวอย่างของธุรกิจประเภทนี้ ได้แก่ บริษัทขายรถยนต์ บิมน้ำมัน ร้านขายเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ระบบแฟรนไชส์ที่เจ้าของสิทธิ์จะกำหนดระบบของการดำเนินธุรกิจให้ใช้เหมือนกันทั่วโลกทั้งสินค้า เครื่องหมายการค้า วิธีบริหาร ระบบการเงิน ระบบงานต่างๆ รวมทั้งแผนการจัดตั้งโดยส่วนมากแล้ว ผู้ซื้อสิทธิ์จะต้องจ่ายเงินสัมปทานก่อนแรกให้กับเจ้าของสิทธิ์และจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นรายเดือนหรือรายปีต่อไป เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ที่ได้รับจากเจ้าของสิทธิ์ คือ ผู้ซื้อสิทธิ์จะได้รับคู่มือการดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นด้านการบริหาร การตลาด การเงินและการบัญชี รวมทั้งการช่วยเหลือในการฝึกอบรมพนักงาน การช่วยเหลือการทำเลที่ตั้ง การช่วยจัดหาอุปกรณ์และผลประโยชน์พลอยได้จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของเจ้าของสิทธิ์ รวมทั้งความช่วยเหลือในรูปแบบอื่นๆ ด้วย แฟรนไชส์ประเภทนี้นอกจากจะพบในธุรกิจฟาสต์ฟู้ด ภัตตาคารหรือร้านสะดวกซื้อแล้ว ยังอาจพบได้ในธุรกิจซ่อมรถยนต์ ร้านขายอะไหล่ ร้านบริการซักแห้ง ร้านถ่ายรูป และธุรกิจอื่นๆ อีกมากมาย

นอกจากนี้แฟรนไชส์อาจอยู่ในลักษณะการร่วมลงทุนกับเจ้าของสิทธิ์ (convention franchising) ซึ่งอาจดำเนินการโดยใช้แฟรนไชส์ที่ให้สิทธิ์ในตัวผลิตภัณฑ์หรือเครื่องหมายการค้า เพื่อการผลิตหรือจำหน่ายในตราสินค้านั้น หรือระบบแฟรนไชส์ที่เจ้าของสิทธิ์จะกำหนดระบบของการดำเนินธุรกิจให้ใช้เหมือนกันทั่วโลกทั้งสินค้า เครื่องหมายการค้า วิธีการบริหาร ระบบการเงิน ระบบงานต่างๆ รวมทั้งแผนการจัดตั้งก็ได้ ผู้ซื้อสิทธิ์ที่มีเงินจำกัดอาจเลือกลงทุนในแฟรนไชส์ประเภทนี้ แต่มีผลเสียอยู่ที่ว่าในการดำเนินงานนั้นจะถูกควบคุมจากเจ้าของสิทธิ์มากกว่าแบบปกติ และผลกำไรที่ได้จะต้องมีการแบ่งให้กับเจ้าของสิทธิ์ด้วยในฐานะผู้เป็นหุ้นส่วน (นิรนาม, 2538)

ประวัติความเป็นมาของไอศกรีมตรึมโคนส์ในประเทศไทย

ตรึมโคนส์ เริ่มเปิดกิจการครั้งแรกในเดือนธันวาคมปี 2547 เป็นชุมชนไอศกรีมที่วิลล่า ซุปเปอร์ มาร์เก็ต ซอยพหลโยธิน 8 ใกล้กับสถานีรถไฟพญาอารีย์ ต่อมาทางร้านได้ทำการขยายรูปแบบของกิจการ โดยเปิดเป็นโรงงานผลิตที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในเดือนเมษายนปี 2548

ไอศกรีมรสผลไม้ของตรึมโคนส์ผลิตโดยผ่านกรรมวิธีการพาสเจอร์ไรส์ ช่วยให้คุณค่าทางอาหารต่างๆยังคงอยู่ครบ ทำให้ผู้บริโภคได้รับประทานไอศกรีมที่มีรสชาติดีและมีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยไอศกรีมช็อกโกแลตนั้นผลิตจากช็อกโกแลตที่สั่งตรงจากประเทศเบลเยียม ไอศกรีมเชอร์เบทนั้นใช้ผลไม้และน้ำเป็นส่วนผสมหลัก ส่วนไอศกรีมเจลลาโตนั้นใช้นมเป็นส่วนผสมหลัก และไอศกรีมแบบปราศจากน้ำตาลนั้นใช้สารที่ให้ความหวานที่สกัดจากมันสำปะหลัง ซึ่งให้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พลังงานน้อยกว่าน้ำตาลธรรมดาถึงร้อยละ 40 ซึ่งเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่ควบคุมน้ำหนักและชื่นชอบไอศกรีม

เป้าหมายของดรีมโคนส์ คือ การผลิตไอศกรีมเจลาโตและเชอร์เบทที่ดีที่สุดในประเทศไทย โดยผ่านการศึกษาดลองสูตรผสมต่างๆ ซึ่งอาศัยองค์ประกอบในการผลิตจากการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ กลิ่นและหัวเชื้อไอศกรีมของดรีมโคนส์ส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศอิตาลีและสหรัฐอเมริกา ส่วนผสมส่วนมากจะเป็นผลไม้สดที่คัดสรรตามฤดูกาล และซื้อมาจากแหล่งผลิตที่มีชื่อโดยตรง เช่น แอปเปิ้ลคอกทและสตอเบอรี่จากเชียงใหม่ แอปเปิ้ลจากจีนและนิวซีแลนด์ บลูเบอรี่จากสหรัฐอเมริกา ไวลด์เบอรี่จากเบลเยียม และถั่วเฮเซลนัทจากตุรกี (จีรันนท์, 2550)

เอกลักษณ์ของดรีมโคนส์

1. มีไขมันต่ำกว่าไอศกรีมยี่ห้ออื่นๆ
2. ผลิตสดใหม่เสมอจากโรงงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐานGMP
3. ควบคุมการผลิตโดยพ่อครัวผู้ชำนาญด้านไอศกรีมจากอิตาลีโดยเฉพาะ
4. นำเข้าผลไม้จากหลายประเทศมาใช้เป็นส่วนผสม เพื่อผลิตเป็นไอศกรีมที่ดีที่สุด
5. โคนไอศกรีมมีเอกลักษณ์เฉพาะและสดใหม่ทุกวัน
6. รสชาติมีมากกว่า 75 รส

ที่สุด

สินค้าและบริการ

1. ไอศกรีมนมอิตาลีเจลาโต (gelato)
2. ไอศกรีมนมไร้น้ำตาล (sugar free)
3. ไอศกรีมโยเกิร์ต (yughurt)
4. ไอศกรีมเนื้อผลไม้ (sorbet)
5. ไอศกรีมน้ำผลไม้ (sherbet)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. นักเรียน นักศึกษา คนทำงาน
2. กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีรสนิยมทันสมัย
3. กลุ่มคนที่ชื่นชอบทานไอศกรีม
4. นักท่องเที่ยว หรือชาวต่างชาติที่พำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการดำเนินงานของแฟรนไชส์ดริมคอนส์

ประเภทของแฟรนไชส์ดริมคอนส์

1. แฟรนไชส์รายเดี่ยว (Individual Franchise) จะให้สิทธิทั่วประเทศ
2. แฟรนไชส์โรงงาน (Manufacture Franchise) จะให้สิทธิจังหวัดละ 1 ราย

คุณสมบัติของผู้รับสิทธิ

1. เป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทย หรือบุคคลธรรมดาที่พำนักในประเทศไทย
2. ไม่เคยถูกฟ้องร้องหรือมีความแพ่ง/อาญาทางศาล หรือคดีล้มละลาย
3. เป็นผู้ที่มีความพร้อมทั้งในด้านเงินทุนและบุคลากรที่มีความสามารถในการเรียนรู้ระบบงานร้านอาหาร, เครื่องดื่ม และการบริการ
4. เป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อธุรกิจค้าปลีก การขาย การบริการ และระบบแฟรนไชส์
5. มีความเข้าใจและพร้อมที่จะปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ และระเบียบมาตรฐานของบริษัทอย่างเคร่งครัด
6. มีความสนใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และรักงานบริการ
7. สามารถ หรือ จัดหาตัวแทน เพื่อเข้าดูแลกิจการได้เต็มเวลา
8. มีสถานที่ประมาณ 9-15 ตารางเมตร และอยู่ในบริเวณเหมาะสม

ระยะเวลาในการได้รับสิทธิ

1. แฟรนไชส์รายเดี่ยว (Individual Franchise) มีระยะเวลาสิทธิ 2 ปี
2. แฟรนไชส์โรงงาน (Manufacture Franchise) มีระยะเวลาสิทธิ 3 ปี

ข้อสำคัญในเงื่อนไขการเป็นแฟรนไชส์ดริมคอนส์

1. ต้องใช้เคาท์เตอร์ โลโก้ สีฉันทน์ และสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของดริมคอนส์เท่านั้น นี่เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการสร้างเอกลักษณ์ในตราสินค้า หากต้องการทำสื่อโฆษณาเองต้องได้รับการอนุมัติแบบจากทางบริษัทก่อน
2. ทางบริษัทจะมีการส่งเจ้าหน้าที่มาตรวจดูเป็นครั้งคราว เพื่อให้เกิดความถูกต้องในด้านสุขอนามัย ความสะอาด และภาพลักษณ์ขององค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ทางบริษัทจะให้ความช่วยเหลือในด้านเทคนิค และการฝึกอบรมตลอดระยะเวลาที่ดำเนินกิจการ

4. จะได้รับสิทธิในการซื้ออุปกรณ์และไอศกรีมในราคาที่ถูกที่สุด

5. ไม่มีค่าแฟรนไชส์ หรือการแบ่งเปอร์เซ็นต์การขาย

6. มีค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมครั้งแรกครั้งเดียวจำนวน 6,000 บาท

7. ต้องมีการวางค่าประกันเป็นเงิน 30,000 บาท ซึ่งส่วนนี้ไม่ใช่ค่าแฟรนไชส์ แต่เป็นค่าประกันด้านประสิทธิภาพและมัดจำการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ไอศกรีม หากปฏิบัติตามข้อสัญญาเมื่อตัดสินใจเลิกกิจการทางบริษัทจะคืนเงินส่วนนี้ให้ (จිරนนท์, 2550)

การสนับสนุนทางด้านการเลือกทำเลและการตกแต่งร้าน

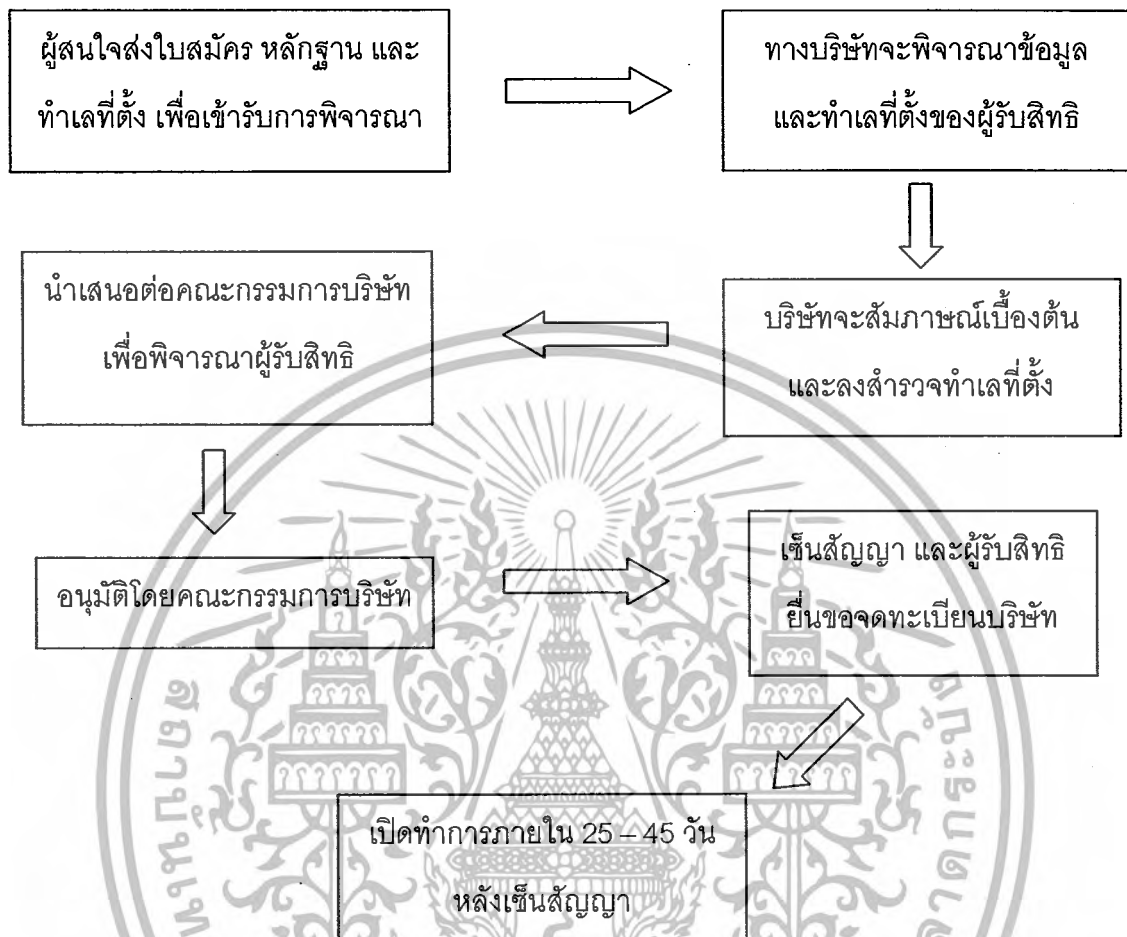
1. ให้คำปรึกษาและร่วมตัดสินใจในการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมที่สุดในแต่ละท้องที่
2. ให้คำปรึกษาในการออกแบบตกแต่งร้านมาตรฐาน ตลอดจนถึงการแนะนำการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ (ซึ่งต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้)

การสนับสนุนด้านอื่นๆ

1. จัดการอบรมให้กับผู้รับสิทธิในด้านต่างๆ ทั้งในภาคทฤษฎีและปฏิบัติเกี่ยวกับการขาย การบริการ การบริหารร้านและการจัดการ
2. ให้คำแนะนำและร่วมสนับสนุน ในการวางแผนกลยุทธ์ส่งเสริมการขายและการวางแผนการตลาดอย่างใกล้ชิด
3. ผู้รับสิทธิสามารถใช้รูปแบบและเครื่องหมายทางการค้าต่างๆ ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่น ตลอดจนรูปแบบการแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์เดียวกัน
4. จัดส่งเจ้าหน้าที่บริษัทไปช่วยเหลือและแนะนำการแก้ปัญหาต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ หรือในกรณีได้รับการร้องขอ
5. บริษัทให้คำแนะนำและดูแลตลอดอายุสัญญา (จिरนนท์, 2550)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนการขออนุญาตสิทธิ



โดยที่ขั้นตอนต่างๆนี้มีระยะเวลาการดำเนินการดังนี้

1. การวัดพื้นที่ ใช้ระยะเวลาประมาณ 2 วัน
2. เขียนแบบร่างและทำการอนุมัติ ใช้ระยะเวลา 2 วัน
3. เขียนแบบร้านอย่างละเอียดและทำการอนุมัติ ใช้ระยะเวลา 7 วัน
4. ผู้รับเหมาทำการประเมินและเสนอราคา ใช้ระยะเวลา 2 วัน
5. ทำการก่อสร้างตกแต่งภายในร้าน ใช้ระยะเวลา 15 วัน

ซึ่งในการเข้าเป็นแฟรนไชส์นั้นต้องมีการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ก่อนการทำ

สัญญาดังนี้ คือ

1. ในด้านของรายละเอียดและข้อมูลในการจัดทำสัญญา โดยที่มีการจัดเตรียมไว้ล่วงหน้า 3 วัน และผู้ที่เข้าเป็นแฟรนไชส์ต้องเตรียมรายละเอียดของเอกสารต่างๆ ที่ใช้ประกอบในการทำสัญญาให้พร้อมในการวันทำสัญญา (ภาคผนวก ข)

1.1 ชื่อที่อยู่ของผู้ลงนามในสัญญา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1.2 สถานที่และที่อยู่ที่จะเปิดร้านแฟรนไชส์ดริมไคเนสส์
- 1.3 วันที่เริ่มต้นในสัญญา
- 1.4 การระบุประเภทของร้านค้าที่จะเปิด
2. ในด้านที่เกี่ยวกับกฎหมาย คือ ใบอนุญาตที่ใช้ประกอบกิจการ
 - 2.1 การจดทะเบียนการค้า (โดยกระทรวงพาณิชย์)
 - 2.2 การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม
 - 2.3 การจดทะเบียนเพิ่มสาขา
 - 2.4 การทำหนังสือขออนุมัติใช้เครื่องเก็บเงิน
 - 2.5 ทำการจดทะเบียนสรรพสามิต สำหรับเครื่องทำไคเนสส์
 - 2.6 การขอยกเว้นภาษีเครื่องดื่ม
 - 2.7 ทำใบอนุญาตการจำหน่ายอาหาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้เป็นการเสนอผลการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ ไอศกรีมตรีมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยการศึกษา แบ่งเป็น 3 ด้าน คือการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด ซึ่งจะพิจารณาเกี่ยวกับสภาพการณ์ แข่งขัน ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งตลาด แนวโน้มของตลาด การสำรวจพฤติกรรมและทัศนคติของ กลุ่มตัวอย่าง และการประมาณการยอดขาย การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิคจะพิจารณา เกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของโครงการ การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินจะพิจารณาเกี่ยวกับต้นทุน ในการจัดตั้งโครงการ อัตราผลตอบแทน งบกระแสเงินสด ระยะเวลาคืนทุน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ ไอศกรีมตรีมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ประกอบด้วยการวิเคราะห์ สภาพะตลาด การศึกษาส่วนแบ่งตลาด การประมาณการยอดขายของโครงการ และการสรุปผล การศึกษาด้านการตลาด

การวิเคราะห์สภาวะทั่วไปและขนาดของตลาด

ตลาดไอศกรีมในประเทศไทยปัจจุบัน แบ่งเป็น พรีเมียม เช็กเมนต์ และแมส-เช็กเมนต์ โดยพรีเมียมมีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 1,500 ล้านบาท ซึ่งมีแบรนด์หลักๆ คือ สเวนเซ่นส์ ฮาเก้น ดาส บาสกิ้น รอบบิ้นส์ แดรี่ควีน ส่วนตลาดแมส-เช็กเมนต์ มีมูลค่าตลาดประมาณ 5,300 ล้านบาท ประกอบไปด้วย วอลล์ เนสท์เล่ ครีโม และแมกโนเลีย (นิรนาม, 2543) โดยไอศกรีมถูกระบุให้ เป็นหนึ่งในสินค้าขายดีประจำฤดูร้อน สินค้ากลุ่มนี้มีมูลค่าตลาดไม่น้อยกว่า 11,000 ล้านบาท ทั้ง ยังเป็นสินค้าที่ติดอันดับมีอัตราการเติบโตสูงสุดไม่น้อยกว่าร้อยละ 3-5 จากมูลค่าตลาดที่มีตัวเลข เพิ่มขึ้นประมาณ 750-800 ล้านบาท (นิรนาม, 2543) โดยปริมาณความต้องการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เป็นลำดับตามสภาพอากาศที่ร้อนมากขึ้น และการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรและรายได้ ซึ่ง ตลาดไอศกรีมสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ตลาด ได้แก่

1. ไอศกรีมซูเปอร์พรีเมียม (super premium ice cream)
2. ไอศกรีมพรีเมียม (premium ice cream)
3. ไอศกรีมทั่วไป ตลาดกลางถึงล่าง (low to medium class ice cream)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาวะของตลาดภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สภาวะการแข่งขัน

ในด้านการแข่งขัน หากทำการจัดตั้งร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ขึ้นภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ยังปราศจากคู่แข่งที่อยู่ในระดับเดียวกันโดยคู่แข่งแต่ละรายไม่ได้จำหน่ายไอศกรีมเป็นหลัก ส่วนใหญ่เป็นร้านที่จำหน่ายอาหารคาวเป็นหลัก และมีจำหน่ายไอศกรีมแบบสำเร็จรูป (ตารางที่ 2) เช่น วอลล์และเนสเล่ชนิดแท่งและแบบถ้วยตัก นอกจากนี้ยังมีร้านอันนา ซึ่งเป็นร้านแบบซุ้มมีอยู่ 4 ร้าน คือ บริเวณที่จอดรถหน้าตึกเจ้าคุณทหาร บริเวณข้างตึกอาคารเรียนรวมใกล้ๆกับตึก ECC ของคณะวิศวกรรมศาสตร์ บริเวณโรงอาหารคณะวิทยาศาสตร์ และบริเวณโรงอาหารคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ก็จำหน่ายชา กาแฟ นม แชนวิท วฟเฟิล เป็นต้น มีราคาจำหน่ายเครื่องดื่มแก้วละ 20-35 บาท ส่วนแชนวิท วฟเฟิลขึ้นละ 15-20 บาท แล้วแต่ประเภทเครื่องปรุง จะเห็นได้ว่าไอศกรีมที่จำหน่ายอยู่ในสถาบันยังมีน้อยและสภาวะการแข่งขันไม่รุนแรง

ขนาดของตลาด

เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบว่าตลาดที่จะนำผลิตภัณฑ์ ออกไปจำหน่ายนั้นมีขนาดที่ใหญ่เพียงพอหรือน่าสนใจสำหรับการลงทุนหรือไม่ ขนาดของตลาดจะช่วยชี้ถึงโอกาสและปริมาณการขายสินค้า ซึ่งการศึกษานี้ได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อหาขนาดของตลาด ขนาดของตลาดจะช่วยชี้ถึงโอกาสและปริมาณการขายสินค้า

การหาขนาดของตลาด ทำได้โดยการเก็บข้อมูลของผู้สัญจรผ่านและอยู่ใกล้บริเวณที่ตั้งโครงการบริเวณอาคารเรียนรวมพระเทพฯ ซึ่งมีจำนวนโดยเฉลี่ย 1,800 คน นำกลุ่มตัวอย่างที่สัญจรผ่านคูณกับจำนวนร้อยละของผู้ใช้บริการอย่างแน่นอนจากแบบสอบถาม ร้อยละ 24 คูณกับความถี่ในการเข้าใช้ในแต่ละสัปดาห์ และคูณด้วยจำนวนเงินที่ใช้ในแต่ละครั้ง นั่นคือในปีแรกจะมีคนที่เข้าใช้บริการ 432 คน คูณกับความถี่ที่เข้าใช้บริการคือ 2.37 ครั้งต่อสัปดาห์ (ตารางที่ 3) คูณด้วยจำนวนเงินที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อการเข้าใช้คือ 38.46 บาทต่อครั้ง (ตารางที่ 4) เมื่อนำคูณจำนวน 32 สัปดาห์จะได้ 1,260,060.37 บาทต่อปี ซึ่งข้างต้นเป็นขนาดตลาดในช่วงเปิดภาคการศึกษา และในช่วงปิดภาคการศึกษาการใช้บริการของผู้บริโภคมีอัตราการลดลงร้อยละ 40 โดยคิดได้ดังนี้ 260 คน คูณกับความถี่ที่เข้าใช้บริการคือ 1.66 ครั้งต่อสัปดาห์ (ตารางที่ 3) คูณด้วยจำนวนเงินที่ใช้เฉลี่ยต่อการเข้าใช้คือ 37.94 บาทต่อครั้ง (ตารางที่ 4) เมื่อนำมาคูณจำนวน 16 สัปดาห์จะได้ 261,998.46 บาทต่อปี เมื่อยอดรวมความต้องการของตลาดทั้งหมด คือ ช่วงเปิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคการศึกษาและช่วงปิดภาคการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 1,522,058.83 บาทต่อปี แสดงให้เห็นว่าขนาดตลาดมีขนาดค่อนข้างใหญ่

ตารางที่ 2 สถานที่ตั้ง จำนวนร้าน แบรินด์ ชนิด และราคาของไอศกรีมที่มีอยู่ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สถานที่	จำนวนร้าน ไอศกรีม	แบรินด์	ชนิดของไอศกรีม	ราคา (บาท)
คณะเทคโนโลยีการเกษตร				
ตึกเจ้าคุณทหารฯ	1	วอลล์	แบบแท่ง	3-22
ตึกเกษตร	1	วอลล์	แบบแท่ง	3-22
คณะวิทยาศาสตร์	1	เนสเล่	แบบแท่ง	3-25
	1	วอลล์	แบบแท่ง	3-22
	1	เนสเล่	แบบแท่ง	5-23
	1	ไม่มีตราสินค้า	แบบออร์เดอริ ¹	8-25
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	1	วอลล์	แบบแท่ง	3-22
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	-	-	-	-
คณะวิศวกรรมศาสตร์	1	วอลล์	แบบแท่ง	3-22
			แบบดัก	ลูกละ 10
7-11 บริเวณตึก 12 ชั้น	2	วอลล์	แบบแท่ง	8-99
	1	วอลล์	แบบออร์เดอริ ¹	10-45
	1	เนสเล่	แบบดัก	ลูกละ 10
	1	เนสเล่	แบบแท่ง	5-23
			แบบดัก	ลูกละ 10
	1	เนสเล่	แบบแท่ง	5-23
	1	ครีโม	แบบดัก	ลูกละ 10
	1	ไผ่ทอง	แบบดัก	ลูกละ 10
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	1	วอลล์	แบบแท่ง	3-22
	1	เนสเล่	แบบแท่ง	5-23
อาคารเรียนรวมตึกพระเทพฯ	-	-	-	-

หมายเหตุ : ¹ เป็นไอศกรีมที่สั่งตามรายการที่มีภายในร้าน เช่น ไอศกรีมปั่นไสเยลลี่ เป็นต้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 ความถี่เฉลี่ยของการเข้าใช้บริการร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ของกลุ่มตัวอย่าง

การเข้าใช้บริการเฉลี่ย	ครั้งต่อสัปดาห์
ช่วงระหว่างเปิดเทอม	2.37
ช่วงระหว่างปิดเทอม	1.66

ที่มา : (จากการสำรวจ)

ตารางที่ 4 ความถี่ของการใช้เงินเฉลี่ยในการเข้าใช้บริการร้านไอศกรีมของกลุ่มตัวอย่าง

การใช้เงินเฉลี่ย	บาทต่อครั้ง
ช่วงระหว่างเปิดเทอม	38.46
ช่วงระหว่างปิดเทอม	37.94

ที่มา : (จากการสำรวจ)

ส่วนแบ่งทางการตลาด

ในด้านส่วนแบ่งตลาดนั้น จากการศึกษาค้นคว้าโดยการสำรวจพบว่า ร้านที่จำหน่ายไอศกรีมนั้นยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยร้านค้าที่จำหน่ายประเภทเครื่องดื่มหรือสินค้าทดแทนอื่น ๆ มีเพียงในโรงอาหารของแต่ละคณะเท่านั้น ซึ่งก็ยังมีให้เลือกน้อยมากจึงไม่มีความหลากหลายด้านผลิตภัณฑ์และรสชาติ อีกทั้งไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ส่วนร้านอันนาทั้งสองสาขา และร้านค้าของนักศึกษาคณะอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าและจำหน่ายสินค้าเฉพาะภายในคณะของตัวเองเท่านั้น โดยทุกแห่งมีไอศกรีมจำหน่ายค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนกันระหว่างอาหารคาว ขนม และเครื่องดื่มที่มีจำหน่ายในแต่ละวัน ส่วนร้านอันนาซึ่งเป็นร้านค้าแบบซุ่มก็เช่นกัน ทั้งนี้ร้านอันนาเน้นจำหน่ายเครื่องดื่ม แชนวิว และวฟเฟิล ทำให้จึงเกิดความแตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์และรสชาติ ดังนั้นในด้านส่วนแบ่งตลาดในภาพรวมแล้วยังเปิดกว้างและมีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างมาก โดยพิจารณาจากความต้องการในการใช้บริการร้อยละ 76.5 ของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการเปิดร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถ้าไอศกรีมตรึมโคนส์เปิดดำเนินการจะให้บริการหรือไม่	ร้อยละ
ให้บริการอย่างแน่นอน	24.00
ให้บริการ	52.50
เฉยๆ	22.50
ไม่ให้บริการ	0.50
ไม่ให้บริการอย่างแน่นอน	0.50
รวม	100.00

แนวโน้มของตลาด

การศึกษาแนวโน้มของตลาด เป็นการศึกษาถึงทิศทางความต้องการของตลาดต่อสินค้าว่าจะมากขึ้นหรือน้อยลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป สำหรับแนวโน้มของตลาดไอศกรีมภายในสถาบันนั้นมีโอกาสสูงที่จะเติบโตเพิ่มขึ้น เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากรภายในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกปี (ตารางที่ 6) โดยเฉพาะการเพิ่มของนักศึกษาซึ่งเป็นประชากรกลุ่มหลักในการให้บริการ และจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภค 200 ตัวอย่าง พบว่าผู้บริโภคที่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อไอศกรีมตรึมโคนส์มีถึงร้อยละ 67 โดยมีผู้บริโภคที่ไม่เคยซื้อไอศกรีมตรึมโคนส์เพียงร้อยละ 33 เท่านั้น (ตารางที่ 7) จึงเห็นได้ชัดเจนว่าตลาดยังคงมีแนวโน้มที่ดีและยังคงมีความต้องการบริโภคไอศกรีม

ตารางที่ 6 จำนวนประชากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ถึงปี พ.ศ. 2550

ปี พ.ศ.	จำนวนประชากร (คน)	อัตราการเพิ่ม (ร้อยละ)
2544	20,689	-
2545	21,113	2.05
2546	22,538	6.75
2547	23,512	4.32
2548	24,158	2.67
2549	24,733	2.32
2550	26,007	7.14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละในการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อไอศกรีมดريمโคนส์

การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อไอศกรีม		ผู้บริโภค	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประสบการณ์ในการซื้อไอศกรีม	เคย	134	67
	ไม่เคย	66	33
	รวม	200	100

จากข้อมูลประชากรและข้อมูลการรับรู้ของผู้บริโภคข้างต้นแสดงให้เห็นว่าโอกาสทางการตลาดมีค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากรในกลุ่มเป้าหมายอัตราการเพิ่มของจำนวนประชากร และประสบการณ์การซื้อของผู้บริโภค ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีความน่าสนใจในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมดريمโคนส์

การสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมดريمโคนส์ ได้ทำการสำรวจโดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มนักศึกษาของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการให้บริการร้านไอศกรีมดريمโคนส์จำนวน 200 ตัวอย่าง ซึ่งสามารถนำผลการสำรวจมาทำการวิเคราะห์ถึงแนวความคิดของผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรตัวอย่างที่สำรวจในการศึกษารุ่นนี้มีจำนวน 200 คน ซึ่งเป็นเพศชาย 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และเพศหญิง 126 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายเป็นนักศึกษาที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 51.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 67 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รายได้ 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 28.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และรายได้ 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 4.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (ตารางที่ 8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
เพศ	
ชาย	37.00
หญิง	63.00
อายุ	
น้อยกว่า 20 ปี	48.50
20 - 30 ปี	51.50
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
น้อยกว่า 5,000 บาท	67.00
5,000 – 10,000 บาท	28.50
10,001 – 15,000 บาท	4.50
15,001 – 20,000 บาท	0.00
20,001 บาทขึ้นไป	0.00
รวม	100.00

จากการสำรวจเกี่ยวกับประเภทของไอศกรีมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมรับประทานพบว่า ไอศกรีมปราศจากน้ำตาลมีผู้บริโภคนิยมบริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาก็คือ ไอศกรีมเจลาโต้ ร้อยละ 29.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ไอศกรีมเชอร์เบท ร้อยละ 27.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดตามลำดับ (ตารางที่ 9) โดยเรื่องของรสชาติไอศกรีมนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคให้ความใส่ใจเป็นอันดับแรกของการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมครีมโคนส์ คิดเป็นร้อยละ 45.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาเป็นการช่วยคลายร้อน คิดเป็นร้อยละ 35 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และราคาไม่แพงร้อยละ 8.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 9 ประเภทของไอศกรีมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมรับประทาน

ประเภทไอศกรีม	ร้อยละ
ไอศกรีมปราศจากน้ำตาล	43.50
ไอศกรีมเจลาโต้	29.00
ไอศกรีมเชอร์เบท	27.50
รวม	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมตรึมโคนส์

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ร้อยละ
รสชาติอร่อย	45.50
คลายร้อน	35.00
ราคาไม่แพง	8.00
สะดวกรวดเร็ว	7.00
อื่นๆ เช่น ของแถม ส่วนลดพิเศษ	4.50
รวม	100.00

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับราคาที่เหมาะสมของไอศกรีม หากมีร้านไอศกรีมตรึมโคนส์เปิดให้บริการภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พบว่า ส่วนใหญ่ยินดีที่จะซื้อในราคา 21-30 บาท คิดเป็นร้อยละ 70.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ราคา 31-40 บาท ร้อยละ 13.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ราคา 41-50 บาท ร้อยละ 3.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และราคา 51-60 บาท ร้อยละ 14.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างยินดีที่จะจ่ายเงินในปริมาณที่มากเหมาะสมกับคุณภาพของไอศกรีม (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 ราคาที่กลุ่มตัวอย่างยินดีจะจ่ายสำหรับซื้อไอศกรีม (บาทต่อชิ้น)

ราคา	ร้อยละ
21 – 30	70.00
31 – 40	13.00
41 – 50	3.00
51 – 60	14.00
รวม	100.00

จากการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญในการพิจารณาการเข้าใช้บริการร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญต่อเรื่องของรสชาติ โดยเฉลี่ยเป็นอันดับแรก รองลงมา คือเรื่องของระดับราคา เรื่องของความหลากหลายของไอศกรีมจะให้ความสำคัญโดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง ส่วนในเรื่องของบรรยากาศสภาพแวดล้อม บรรยากาศภายในร้าน ความรวดเร็วในการให้บริการ ความสะดวกในการเดินทาง และการส่งเสริมทางการตลาดของทางร้านจะให้ความสำคัญโดยเฉลี่ยในระดับที่น้อยตามลำดับ (ตารางที่ 12)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 ปัจจัยสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงในการพิจารณาเข้าใช้บริการร้านไอศกรีมตรึมโคนส์

ปัจจัย	ร้อยละ
รสชาติ	32.00
ราคา	30.00
ความหลากหลาย	14.50
บรรยากาศสภาพแวดล้อม	6.50
บรรยากาศภายในร้าน	6.00
ความเร็วในการให้บริการ	5.20
ความสะดวกในการเดินทาง	4.60
การส่งเสริมทางการตลาดของทางร้าน	1.20

จากการศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม ผลการสำรวจพบว่า ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างสามารถรู้จักร้านไอศกรีมนั้นนั้น ส่วนใหญ่ร้อยละ 58 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ได้รับจากเพื่อนและคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 19 ของกลุ่มตัวอย่างรู้จักโดยเห็นจากป้ายโฆษณา ร้อยละ 13 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดรู้จักโดยเห็นจากใบปลิว ร้อยละ 5 ของกลุ่มตัวอย่างรู้จักจากหนังสือพิมพ์สถาบัน และร้อยละ 2.5 ของกลุ่มตัวอย่างรู้จักโดยทางอื่นๆ (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ช่องทางในการรู้จักร้านไอศกรีมภายในสถาบันฯของกลุ่มตัวอย่าง

ช่องทาง	ร้อยละ
เพื่อน/คนรู้จัก	58.00
ป้ายโฆษณา	19.00
ใบปลิว	13.50
หนังสือพิมพ์สถาบัน	5.00
อื่นๆ ได้แก่ โทรทัศน์ในสถาบันฯ	2.50
วารสาร/นิตยสาร	2.00
รวม	100.00

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามพบว่า ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างจะสะดวกมาใช้บริการมากที่สุด คือ ในช่วงเวลา 11.01 – 14.00 น. รองลงมา คือ ช่วงเวลา 14.01 – 17.00 น. เวลา 17.01 – 20.00 น. เวลา 8.01 – 11.00 น. และเวลา 20.01 – 23.00 น. ตามลำดับ (ตารางที่ 14)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างสะดวกมาใช้บริการ

ช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ	ร้อยละ
08.01 – 11.00 น.	6.50
11.01 – 14.00 น.	44.50
14.01 – 17.00 น.	27.50
17.01 – 20.00 น.	19.50
20.01 – 23.00 น.	2.00
รวม	100.00

การประมาณการยอดขายสินค้า

เมื่อได้มีการวิเคราะห์สถานะตลาดแล้วจึงทำการประมาณการยอดขายสินค้า ตลอดระยะเวลาดำเนินการของโครงการ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551-2555 โดยยอดขายในปีที่หนึ่งสามารถคำนวณได้จากการนำจำนวนเงินที่ประชากรใช้ซื้อไอศกรีมเฉลี่ยต่อครั้ง 38.64 บาท คูณกับความถี่โดยเฉลี่ยในการบริโภคไอศกรีมต่อสัปดาห์ คือ 2.37 ครั้งต่อสัปดาห์ เมื่อได้ผลลัพธ์แล้วจึงนำไปคูณจำนวนสัปดาห์ที่มีการเปิดภาคเรียนใน 1 ปี คือ 32 สัปดาห์ คิดเป็นยอดขายต่อปี ซึ่งจะได้ยอดขายต่อคนต่อปีเท่ากับ 2,930.46 บาท แล้วจึงนำไปคูณกับจำนวนผู้ที่คาดว่าจะมาใช้บริการอย่างแน่นอนร้านไอศกรีมตรีมิตร คือร้อยละ 24 สำหรับผู้ที่คาดว่าจะมาใช้บริการและไม่แน่ใจหากมีผู้มาใช้บริการเพิ่มขึ้นใน ส่วนนี้ถือว่าเป็นผลประโยชน์ต่อโครงการ ซึ่งคาดว่าจะมีผู้มาใช้บริการอย่างแน่นอนจำนวนทั้งสิ้น 432 คน จากจำนวนนักศึกษาที่สัญจรบริเวณที่ตั้งโครงการโดยเฉลี่ย 1,800 คน ส่วนยอดขายในปีที่ 2 ถึง 5 นั้นพิจารณาจากนโยบายของบริษัทที่มีอัตราการเติบโตร้อยละ 5 ต่อปี (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 การประมาณการยอดขายของโครงการตั้งแต่ปี พ.ศ.2551 ถึง พ.ศ.2555

ปีที่	อัตราการเจริญเติบโต (ร้อยละ)	ยอดขาย (บาท)
1	-	1,265,958.72
2	5	1,329,256.66
3	5	1,395,719.49
4	5	1,465,505.46
5	5	1,538,780.73

ที่มา : (จากการคำนวณ)
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาสภาวะตลาด ร้านที่มีอาหารประเภทไอศกรีมจำหน่ายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พบว่าเป็นตลาดที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ เมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากรและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มนักศึกษาที่มีสัดส่วนมากที่สุดในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และจากข้อมูลประชากรของฝ่ายทะเบียนและแผน พัฒนาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จะเห็นว่ามีจำนวนนักศึกษาเพิ่มขึ้นทุกปี (ตารางที่ 6) ทำให้ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์มีโอกาสในการเจริญเติบโตขึ้น เมื่อพิจารณาจากความต้องการของตลาด เนื่องจากร้านที่มีไอศกรีมจำหน่ายที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชากรทั้งหมดได้ จึงมีความต้องการให้มีร้านไอศกรีมจำหน่ายเพิ่มขึ้นอีก จากผลการสำรวจผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นด้วยที่จะให้มีการดำเนินการจัดตั้งร้านขึ้น จึงขอสรุปผลการศึกษาด้านการตลาดว่ามีความเป็นไปได้ทางการตลาดในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และปฏิเสธสมมติฐานที่ว่า การจัดตั้งร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ขึ้นภายในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังไม่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เป็นการศึกษาว่าการที่จะลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังนั้นจะมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ โดยในการศึกษานี้จะพิจารณาในด้านปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ตั้งร้าน การจัดหาอุปกรณ์ แรงงาน วัตถุดิบ การขนส่ง และสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ บริเวณอาคารเรียนรวมพระเทพฯด้านหลังไปรษณีย์ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในส่วนของการดำเนินการของธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ไม่จำเป็นต้องมีระบบการผลิต และกระบวนการผลิต

ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ตั้ง

ในการพิจารณาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค สถานที่ทำเลที่ตั้งของร้านเป็นปัจจัยสำคัญ โดยสามารถพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. จำนวนลูกค้า (number of customers) เนื่องจากในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังเป็นแหล่งสถานศึกษา ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีกลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษาที่จะเข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยในทุกๆปี และมีปริมาณที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งมีอายุระหว่าง 18-25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปี มีกำลังในการซื้อสูง และเป็นวัยที่ชอบลองสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ จึงเป็นสถานที่ที่มีลูกค้าจะมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ดังนั้นนับได้ว่าสถานที่แห่งนี้เป็นที่ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม

2. ความสะดวกในการเดินทาง (modes and quality of transportation) บริเวณไปรษณีย์ตรงอาคารเรียนรวมพระเทพฯ เป็นสถานที่ที่เดินทางมาได้อย่างสะดวก เนื่องจากเป็นที่ที่นักศึกษาใช้เดินทางไปยังคณะต่างๆ ได้ใกล้สถานีรถไฟ และไม่ไกลจากถนนซึ่งเป็นทางสัญจรหลัก สามารถเดินทางมาได้หลายทางและมีความสะดวก

3. สภาพธุรกิจ (business climate) เนื่องจากในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีร้านค้าต่างๆ รวมถึงร้านอาหารยังมีน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ร้านค้าที่มีอยู่ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงจุด ธุรกิจต่างๆ จึงมีช่องว่างพอสำหรับการดำเนินธุรกิจให้เติบโตได้

4. การสาธารณูปโภค (infrastructure) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความพร้อมในระบบสาธารณูปโภค เนื่องจากเป็นสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง และมีสิ่งเพื่ออำนวยความสะดวกไว้อย่างเพียงพอ ได้แก่ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ที่จอดรถ เป็นต้น

5. ข้อเสนอแนะอื่นๆ จากผลการวิจัยของคณะผู้จัดทำ โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม พบว่าร้านไอศกรีมที่เปิดดำเนินการอยู่มีไม่เพียงพอ โดยร้อยละ 76.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความต้องการในการใช้บริการ และความต้องการนี้ยังไม่ได้รับการตอบสนอง จึงเป็นเหตุผลสนับสนุนให้มีการลงทุนจัดตั้งร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ขึ้น

6. แพรนไซส์เซอร์จะให้การสนับสนุนทางด้านการเลือกทำเลและการตกแต่งร้าน ให้คำปรึกษาและร่วมตัดสินใจในการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมที่สุดในแต่ละท้องถิ่น ให้คำปรึกษาในการออกแบบตกแต่งร้านมาตรฐาน ตลอดจนจนถึงการแนะนำการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ (ซึ่งต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้)

สถานที่ตั้งเป็นพื้นที่ขนาด 50 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณข้างสถานีรถไฟ ด้านหลังไปรษณีย์อาคารเรียนรวมพระเทพฯ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เนื่องจากที่ตั้งของโครงการ ตั้งอยู่ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทำให้มีการสาธารณูปโภคที่ค่อนข้างพร้อมในเรื่องของการไฟฟ้า ประปา และโทรศัพท์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจัดหาอุปกรณ์

สำหรับอุปกรณ์ที่ใช้ภายในร้านทั้งหมด ทางบริษัทไอศกรีมดรีมโคนส์ จะเป็นผู้จัดหามาให้แฟรนไชส์ซี ซึ่งจะคำนวณราคารวมอยู่ในเงินลงทุนเรียบร้อยแล้ว

1. ตู้ขายไอศกรีม (ขนาด 16 รสชาติ)	250,000	บาท
2. ถาดบรรจุไอศกรีม 40 ใบ	16,000	บาท
3. ตู้เก็บไอศกรีม	15,000	บาท
4. เครื่องเก็บเงิน	23,000	บาท
5. เครื่องผสมแป้ง	12,000	บาท
6. เครื่องทำโคนวาฟเฟิล	15,000	บาท
7. เครื่องมือม้วนโคนวาฟเฟิล	8,500	บาท
8. ช้อน ที่ตักไอศกรีม และเครื่องใช้ในครัว	11,500	บาท
9. ถังพลาสติกแบบใช้แล้วทิ้ง	4,500	บาท
10. ถังพลาสติกสำหรับในครัว	5,500	บาท
รวม	361,000	บาท

แรงงาน

ดรีมโคนส์มีการจัดการอบรมให้กับผู้รับสิทธิในด้านต่างๆ ทั้งในภาคทฤษฎีและปฏิบัติ เกี่ยวกับการขาย การบริการ การบริหารร้านและการจัดการให้กับผู้ประกอบการรวมถึงให้คำแนะนำและร่วมสนับสนุน ในการวางแผนกลยุทธ์ส่งเสริมการขายและการวางแผนการตลาดอย่างใกล้ชิด แรงงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นอย่างยิ่ง ทั้งปริมาณ คุณภาพและทักษะ ความรู้ความสามารถของแรงงานที่ต้องการ ซึ่งในโครงการนี้ต้องการแรงงานอื่นประกอบไปด้วย

1. ผู้จัดการร้าน จำนวน 1 คน ซึ่งเป็นผู้ควบคุมดูแลการดำเนินงานภายในร้าน รวมทั้งในด้านการเงิน จะต้องเป็นผู้มีความรู้และความสามารถในการบริหารงานและผ่านการอบรมและการฝึกการปฏิบัติงานจากทางไอศกรีมดรีมโคนส์มาแล้วโดยได้รับเงินเดือนๆ ละ 8,500 บาท

2. พนักงานประจำร้าน 2 คน โดยจะแบ่งงานกันตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้จัดการร้าน ซึ่งตำแหน่งนี้จะต้องมีความรู้ขั้นต่ำในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีใจรักงานด้านบริการ มนุษยสัมพันธ์ดี มีความซื่อสัตย์สุจริต และได้รับการอบรมจากทางไอศกรีมดรีมโคนส์ในด้านการบริการ และดูแลความสะอาดภายในร้านรวมถึงการเตรียมความพร้อมในทุกๆด้าน ซึ่งพนักงานประจำร้านจะได้รับเงินเดือนในอัตราเดือนละ 6,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยในด้านของแรงงานนั้นผู้บริหารหรือผู้จัดการร้านและพนักงานทุกคนจะได้รับการอบรมในระบบงานของไอศกรีมตรึมโคนส์ ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้หรือการปฏิบัติงานโดยไม่มีประสบการณ์ได้ และในด้านของพนักงานประจำร้านที่ปฏิบัติงานภายในร้านนั้น บริเวณสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เป็นเขตที่มีแรงงานเข้ามาทำงานเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีกลุ่มนักศึกษาที่อาจต้องการหารายได้พิเศษ จึงทำให้การรับสมัครบุคคลที่อยู่ในพื้นที่เป็นการลดปัญหาในการจัดหาแรงงาน จากนั้นจึงให้แรงงานที่ได้รับการคัดเลือกเข้ารับการอบรมพนักงาน

วัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการจำหน่ายไอศกรีมภายในร้านจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นไอศกรีมสำเร็จรูปพร้อมจำหน่ายมีอยู่ประมาณ 30-40 ชนิด จะถูกจัดส่งจากสำนักงานใหญ่ตรึมโคนส์ที่อยู่บริเวณ 170/1 ถนนพหลโยธิน ซอย 14 เขตพญาไท โดยทางบริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์จะเป็นผู้จัดการให้ทางสำนักงานใหญ่จัดส่งให้ตามปริมาณที่ทางร้านสาขาสั่งมา อีกส่วนหนึ่งเป็นส่วนของวาฟเฟิลโคนแบบพิเศษที่ต้องทำกันสดๆ บริเวณซุ้มขาย ทางบริษัทจะจัดส่งให้เฉพาะวัตถุดิบ (ส่วนผสมในการทำ คือ เนย, ไข่ และแป้ง) เท่านั้น โดยทางบริษัทจะมีการอบรมวิธีการทำส่วนผสมและวิธีใช้เครื่องผสมที่สำนักงานใหญ่ เพื่อให้ได้วาฟเฟิลโคนที่มีความสดใหม่ที่สุด

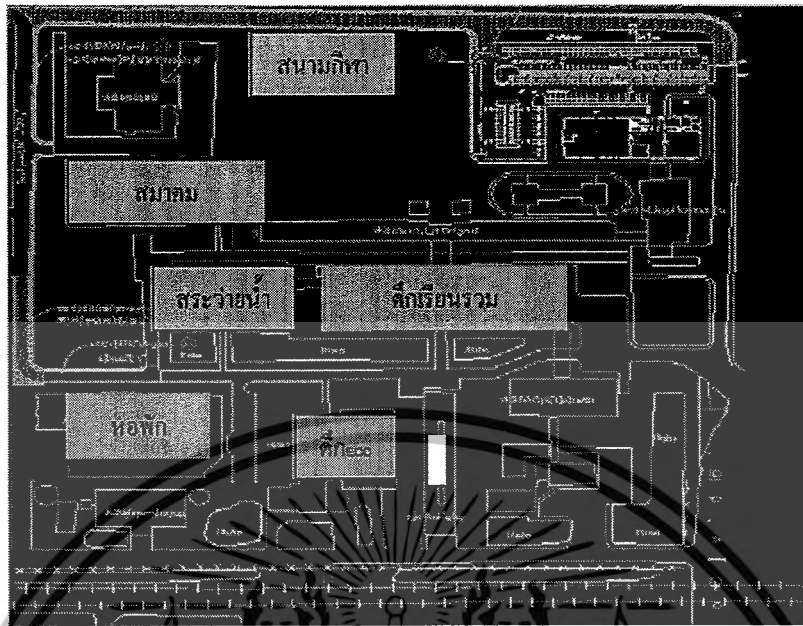
การขนส่ง

ระยะเวลาในการจัดส่งจากบริษัทตรึมโคนส์โดยปกติจะถึงมือคุณได้ ภายในระยะเวลา 3 วันทำการนับตั้งแต่วันสั่งซื้อ อย่างไรก็ตาม ทางบริษัทตรึมโคนส์พยายามที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุดเสมอ โดยสำนักงานใหญ่อยู่ที่ 170/1 ถ.พหลโยธิน ซอย 14 เขตพญาไท กรุงเทพฯ ทำการจัดส่งสินค้าไปยังแฟรนไชส์ต่างๆ ในเขตกรุงเทพฯ และบริเวณล

สถานที่ตั้ง

เนื่องจากสถานที่ประกอบกิจการนั้นตั้งอยู่ภายในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังบริเวณข้างสถานีรถไฟ ซึ่งเป็นพื้นที่ของรัฐหรือพื้นที่ราชพัสดุ ดังนั้นในการเข้าใช้พื้นที่จึงต้องทำการขออนุญาตเข้าใช้พื้นที่ดังกล่าวในการนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ และในการขออนุญาตใช้พื้นที่ดังกล่าวมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 สถานที่ตั้งร้านไอศกรีมดรีมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (พื้นที่สีขาว)

ขั้นตอนการขออนุญาตเข้าพื้นที่ราชพัสดุ

เนื่องโครงการจากร้านไอศกรีมดรีมโคนส์ที่จัดตั้งขึ้นภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยการเข้าใช้สถานที่ต่าง ๆ นั้นมีหลายวิธี เช่น การเข้าพื้นที่ราชพัสดุ การเช่าและปลูกสร้างอาคาร ซึ่งธุรกรรมต่าง ๆ นั้นต้องดำเนินไปโดยมีกองอาคารสถานที่ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังเป็นผู้ดูแลและอำนวยความสะดวก ในที่นี้การเข้าพื้นที่ราชพัสดุนั้นมีการดำเนินการหลัก 2 วิธี ดังนี้

1. การเปิดการประมูลการเข้าพื้นที่ราชพัสดุโดยกองอาคารสถานที่ดำเนินการประกาศเปิดประมูลให้บริษัท ห้างร้าน เอกชน โดยมีขั้นตอน การซื้อซอง ยื่นซองประมูล และการคัดเลือกผู้เช่าประมูล การทำสัญญาเช่า

2. การยื่นเสนอขอเช่าพื้นที่ราชพัสดุของบริษัท ห้างร้าน เอกชน ซึ่งต้องดำเนินการกำหนดสถานที่ที่ต้องการเช่าใช้ และทำเรื่องขออนุญาตการเข้าใช้ต่อกองอาคารสถานที่รวมถึงระบุงการดำเนินการเช่าใช้พื้นที่ หรือแผนธุรกิจเพื่อประกอบการพิจารณา

การทำสัญญาเช่า ในการทำสัญญาเช่านั้นมีระเบียบข้อบังคับ ซึ่งสัญญาเช่านั้นมีอายุโดยทั่วไป 1 ถึง 3 ปี โดยการดำเนินโครงการจัดตั้งร้านไอศกรีมดรีมโคนส์มีอายุโครงการ 5 ปี จึงต้องทำสัญญา 3 ปี และมีการต่อสัญญาปีต่อปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตราค่าเช่าพื้นที่ราชพัสดุ

อัตราค่าเช่าพื้นที่ราชพัสดุ ตารางเมตรละ 100 บาทต่อเดือน ซึ่งพื้นที่ในการตั้ง
ร้าน 50 ตารางเมตร

อัตราค่าเช่าต่อเดือนเป็น 5,000 บาทต่อเดือน

อัตราค่าน้ำประปา หน่วยละ 10 บาท

อัตราค่าไฟฟ้า หน่วยละ 5 บาท

การจัดร้านและการตกแต่ง

เนื่องจากรูปแบบของร้านเป็นแบบคิออส จึงใช้พื้นที่ในการจัดตั้งไม่มากนัก ซึ่งทางบริษัท
จะเน้นการตกแต่งให้มีลักษณะโดดเด่น สะดุดตา และมีให้เลือกหลากหลาย อีกทั้งมีความสวยงาม
ดึงดูดความสนใจผู้พบเห็นได้ โดยบรรยากาศภายในร้านภายในร้านโปร่ง คู่ทันสมัย มีการแบ่งแยก
สัดส่วนอย่างชัดเจน



ภาพที่ 2 ลักษณะตู้ขายไอศกรีม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 ลักษณะภายในร้านไอศกรีมดรีมโคนส์



ภาพที่ 4 ภาพแบบร้านตัวอย่าง

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ไอศกรีมดรีมโคนส์ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความเป็นไปได้ในด้านทำเลที่ตั้ง เนื่องจากพื้นที่ตั้งเป็นอาคารที่มีการสร้างไว้แล้วและยังไม่มีการทำสัญญาเช่าพื้นที่ราชพัสดุ อีกทั้งยังใกล้สถานี่รถไฟ มีบริเวณสำหรับที่จอดรถใกล้อาคารเรียนรวมที่มีความหนาแน่นของนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักอยู่เป็นจำนวนมาก และจากการพิจารณาด้านแรงงาน การเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จัดหาอุปกรณ์ วัสดุดิบ และการขนส่ง มีความแน่นอนและเป็นไปได้ จึงสรุปว่ามีความเป็นไปได้ทางเทคนิค และ ปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ไอศกรีมครีมโคนส์ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ไม่มีความเป็นไปได้ทางเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินของโครงการ จะต้องทำก่อนที่โครงการจะเกิดขึ้นจริง ดังนั้น จึงต้องมีการประมาณการด้านการเงินของโครงการ ได้แก่ การประมาณค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการ ซึ่งจะช่วยให้ตัดสินใจว่าสมควรจะลงทุนหรือไม่

การประมาณเงินลงทุนสิ้นของโครงการนี้มีมูลค่า 1,050,000 บาท (ตารางที่ 16) ซึ่งเงินลงทุนในโครงการส่วนใหญ่เป็นเงินทุน ณ ปัจจุบัน (ปีที่ 0) หรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเงินลงทุนเริ่มแรก และกำหนดผลตอบแทนที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12

การประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารนั้นคำนวณเป็นร้อยละจากยอดขาย โดยค่าผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 45 จากยอดขาย ค่าเครื่องตีที่จำหน่ายภายในร้านคิดเป็นร้อยละ 10 จากยอดขาย (ตารางที่ 17)

การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารนั้น ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ คิดเป็นร้อยละ 1 ของยอดขาย ค่าโทรศัพท์คิดเป็นร้อยละ 1 ของยอดขาย และค่าใช้จ่ายในการขายอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1 ของยอดขาย (ตารางที่ 18) จากนั้นนำการประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารนำไปคำนวณหาค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และในการประมาณกระแสเงินสดสุทธิรายปีและงบกำไรขาดทุนรายปีของโครงการ เป็นการประมาณการโดยไม่คำนึงถึงแหล่งเงินทุนจากภายนอก

การประมาณงบกระแสเงินสดสุทธิ

จากการประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้าน (ตารางที่ 17) การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ตารางที่ 18) และการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ตารางที่ 19) ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานของโครงการ สามารถประมาณงบกระแสเงินสดสุทธิรายปีโดยในปี พ.ศ. 2550 มีเงินลงทุนจ่ายสุทธิ เท่ากับ 1,050,000 บาท เป็นระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2551-2555 (ตารางที่ 20)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 การประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 0
1. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	740,000.00
ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่	300,000.00
ค่าตู้ขายไอศกรีม (ขนาด 16 รสชาติ)	250,000.00
ค่าถาดบรรจุไอศกรีม 40 ใบ	16,000.00
ค่าตู้เก็บไอศกรีม	15,000.00
ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์ รวมเครื่องทำโคน	80,000.00
ค่าเครื่องสำรองไฟฟ้า	79,000.00
2. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	158,000.00
ค่าสำรวจและประเมินสถานที่	3,000.00
เงินค้ำประกันสัญญา 5 ปี	75,000.00
ค่าฝึกอบรม	6,000.00
ค่ากิจกรรมเปิดร้านใหม่	20,000.00
ค่าประชาสัมพันธ์	24,000.00
ค่าไอศกรีมเริ่มต้น	30,000.00
3. เงินทุนหมุนเวียน	152,000.00
รวม	1,050,000.00

ที่มา : (จากการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2550)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 การประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้าน (บาท)

รายการ	ค่าใช้จ่ายคิดเป็นร้อยละจากยอดขาย				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย (บาท)	1,265,958.72	1,329,256.66	1,395,719.49	1,465,505.46	1,538,780.73
ค่าผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 45 ของยอดขาย)	569,681.42	598,165.50	628,073.77	659,477.46	692,451.33
ค่าเครื่องดื่ม (ร้อยละ 10 ของยอดขาย)	126,595.87	132,925.67	139,571.95	146,550.55	153,878.07
รวม	569,681.43	598,165.49	628,073.77	659,477.45	692,451.33

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 18 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการขาย					
เงินเดือนพนักงาน	72,000.00	72,000.00	72,000.00	72,000.00	72,000.00
ค่าไฟฟ้า - น้ำประปา	12,659.59	13,292.57	13,957.19	14,655.05	15,387.81
ค่าโทรศัพท์	12,659.59	13,292.57	13,957.19	14,655.05	15,387.81
ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ	12,659.59	13,292.57	13,957.19	14,655.05	15,387.81
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร					
เงินเดือนผู้บริหาร	102,000.00	102,000.00	102,000.00	102,000.00	102,000.00
ค่าเช่าอาคาร	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00
ค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ	12,659.59	13,292.57	13,957.19	14,655.05	15,387.81
รวม	284,638.36	287,170.28	289,828.76	292,620.20	295,551.24

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 19 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขาย ¹	569,681.43	598,165.49	628,073.77	659,477.45	692,451.33
ค่าใช้จ่ายในการขาย ²	109,978.77	111,877.71	113,871.57	115,965.15	118,163.43
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ²	174,659.59	175,292.57	175,957.19	176,655.05	177,387.81
รวม	854,319.79	885,335.77	917,902.53	952,097.65	988,002.57

หมายเหตุ¹ จากตารางที่ 17

² จากตารางที่ 18

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 17 และ 18)

ตารางที่ 20 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ โดยไม่คำนึงถึงแหล่งเงินทุนภายนอก (บาท)

ปีที่	0	1	2	3	4	5
กระแสเงินสดรับ						
รายได้จากการขาย		1,265,958.72	1,329,256.66	1,395,719.49	1,465,505.46	1,538,780.73
กระแสเงินสดจ่าย						
เงินลงทุนสุทธิทั้งสิ้น	-1,050,000.00					
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อม) ¹		854,319.79	885,335.77	917,902.53	952,097.65	988,002.57
กระแสเงินสดสุทธิ	-1,050,000.00	411,638.93	443,920.89	477,816.96	513,407.81	550,778.16

หมายเหตุ ¹ จากตารางที่ 19
ที่มา : (จากการคำนวณ)

การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ด้านการเงินจะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงิน หรือความสามารถในการทำกำไร เพื่อทำให้ผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆ กับโครงการ การวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการใช้การประเมินค่าการลงทุนเพื่อพิจารณาว่าโครงการให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินลงทุนหรือไม่ โดยใช้วิธีการประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value: NPV) ณ อัตราการคิดลดร้อยละ 12 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (internal rate of return: IRR) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (benefit cost ratio: BCR) และวิธีที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา คือ ระยะเวลาคืนทุน (payback period) โดยผลของการประเมินค่าการลงทุนทั้ง 4 วิธีนั้นสามารถพิจารณาผลของการประเมินค่าการลงทุนได้ดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 21)

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value: NPV) คือ ผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิในแต่ละปีตลอดอายุของโครงการกับเงินสดจ่ายลงทุน

เกณฑ์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน พิจารณาจากค่าของมูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้ ซึ่งถ้ามีค่ามูลค่าปัจจุบันเท่ากับศูนย์แล้ว แสดงว่าผลตอบแทนโครงการนั้นไม่มีกำไรและไม่ขาดทุน ถ้าค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิน้อยกว่าศูนย์แล้ว แสดงว่าผลตอบแทนโครงการนั้นไม่มีกำไร หากในกรณีค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิน้อยกว่าศูนย์แล้ว แสดงว่าผลตอบแทนโครงการนั้นขาดทุน

เมื่อทำการพิจารณาค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการจัดตั้งร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ที่อัตราผลตอบแทนที่ต้องการคือ ร้อยละ 12 ได้ค่าเท่ากับ 650,332.72 บาท (ภาคผนวก ข) แสดงให้เห็นว่าผลตอบแทนของโครงการที่ได้มีค่าเป็นบวกค่าหรือมีค่ามากกว่าศูนย์ โครงการนั้นสามารถทำกำไรได้และมีความเป็นไปได้ทางการเงิน เมื่อพิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ

2. อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) เป็นคำนวณหาอัตราคิดลดหรืออัตราดอกเบี้ยที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการตลอดอายุของโครงการมีค่าเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุนโครงการ

อัตราผลตอบแทนภายในโครงการนี้เท่ากับร้อยละ 33.49 (ภาคผนวก ข) ซึ่งผลตอบแทนการลงทุนของโครงการมีค่ามากกว่าอัตราผลตอบแทนการลงทุนของภาคเอกชนคือร้อยละ 12 ดังนั้นโครงการจัดตั้งร้านไอศกรีมตรึมโคนส์จึงมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

3. อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR) คือ อัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันผลตอบแทนโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่ายลงทุน ซึ่งในทางธุรกิจเรียกอัตราส่วนนี้ว่า ดัชนีการทำกำไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกณฑ์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน พิจารณาจากค่าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน ถ้าค่าที่ได้จากการคำนวณนั้นมีค่ามากกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนของโครงการมากกว่าเงินลงทุนหรือโครงการดังกล่าวมีกำไร ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนที่ได้จากการคำนวณนั้นมีค่าน้อยกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนของโครงการน้อยกว่าเงินลงทุน คือ โครงการดังกล่าวประสบปัญหาขาดทุน และถ้าค่าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนที่ได้จากการคำนวณนั้นมีค่าเท่ากับหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนของโครงการเท่ากับเงินลงทุน คือ โครงการดังกล่าวไม่มีกำไร และก็ไม่ขาดทุน

จากการคำนวณค่าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการนี้มีค่าเท่ากับ 1.62 เท่า (ภาคผนวก ข) อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่ามากกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุน หรือโครงการสามารถทำกำไรได้ จึงมีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน

4. ระยะเวลาคุ้มทุน โดยพิจารณาจากจำนวนปีที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายลงทุนของโครงการ ซึ่งโครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 4 เดือน

ตารางที่ 21 ผลการประเมินค่าการลงทุน

วิธีการประเมินค่าการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ ¹
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน(เท่า)	1.62
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(บาท)	650,332.72
อัตราผลตอบแทนของโครงการ(ร้อยละ)	33.49
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 4 เดือน

หมายเหตุ: ¹ ค่าที่ได้จากการคำนวณในภาคผนวก ข

การวิเคราะห์ความไว

เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อความเตรียมความพร้อมของโครงการในด้านต่างๆ กรณีเกิดสถานการณ์ดังกล่าวขึ้น โดยทำการตั้งสมมติฐานเป็น 3 กรณีดังนี้

1. เมื่อต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 เนื่องจากราคาของวัตถุดิบมีความผันแปร โดยกำหนดให้รายได้คงที่ ซึ่งจากการศึกษาความผันแปรของราคาแป้งและส่วนประกอบที่เป็นวัตถุดิบหลักในการทำไอศกรีมตรึมโคนส์ พบว่ามีความผันแปรไม่เกินร้อยละ 5 ของราคาเดิมจึงเลือกนำมาใช้ และผลจากการวิเคราะห์ความไวของโครงการ โดยใช้สมมติฐานดังกล่าวในการคำนวณสามารถสรุปได้ว่า ในระหว่างการดำเนินโครงการ หากมีการเปลี่ยนแปลงต้นทุน โดยต้นทุนในการดำเนินงานเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 พบว่าโครงการดังกล่าวมีความเป็นไปได้ทางการเงิน (ตารางที่ 22)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์ความไว กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

วิธีการประเมินค่าการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ ¹
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน(เท่า)	1.45
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(บาท)	473,140.2
อัตราผลตอบแทนของโครงการ(ร้อยละ)	27.95
ระยะเวลาคืนทุน	3 ปี 2 เดือน

หมายเหตุ¹ เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12
ที่มา: (จากการคำนวณ)

2. เมื่อรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 5 โดยกำหนดให้ต้นทุนจากการดำเนินงานคงที่ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในขนาดของธุรกิจใกล้เคียงกันพบว่า มียอดขายที่แปรผันไม่เกินร้อยละ 5 และน้อยครั้งมากที่จะพบว่ายอดขายลดลง ผลจากการวิเคราะห์ความไวของโครงการ โดยใช้สมมติฐานดังกล่าวในการคำนวณ สามารถสรุปได้ว่า ในระหว่างการดำเนินโครงการ หากมีการเปลี่ยนแปลงของรายได้โดยรายได้จากการขายเปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ 5 พบว่าโครงการดังกล่าวมีความเป็นไปได้ทางการเงิน (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 5

วิธีการประเมินค่าการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ ¹
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน(เท่า)	1.38
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(บาท)	400,935.62
อัตราผลตอบแทนของโครงการ(ร้อยละ)	25.65
ระยะเวลาคืนทุน	3 ปี 4 เดือน

หมายเหตุ¹ เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12
ที่มา: (จากการคำนวณ)

3. เมื่อรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 5 และต้นทุนในการดำเนินการเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ผลการวิเคราะห์ความไวของโครงการ เพื่อทดสอบในกรณีที่เกิดสถานการณ์ที่รายได้ลดลงและมีการเพิ่มขึ้นของต้นทุน โดยใช้สมมติฐานดังกล่าวในการคำนวณสามารถสรุปได้ว่า ในระหว่างการดำเนินโครงการ หากมีการเปลี่ยนแปลงของรายได้โดยรายได้จากการขายเปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ

ละ 5 และต้นทุนในการดำเนินการเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 พบว่าโครงการดังกล่าวมีความเป็นไปได้ทางการเงิน (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 5 และต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

วิธีการประเมินค่าการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ ¹
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน(เท่า)	1.23
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(บาท)	336,555.15
อัตราผลตอบแทนของโครงการ(ร้อยละ)	20.23
ระยะเวลาคืนทุน	4 ปี 2 เดือน

หมายเหตุ¹ เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12 ที่มา: (จากการคำนวณ)

สรุปผลจากเครื่องมือทางการเงินที่เลือกใช้ในการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของโครงการในการศึกษาครั้งนี้นำมาใช้ เพื่อประเมินว่าโครงการมีความคุ้มค่ามากพอที่จะนำไปปฏิบัติหรือไม่ ผลการวิเคราะห์ได้ค่าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.62 เท่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวกคือเท่ากับ 650,332.72 บาท ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 อัตราผลตอบแทนการลงทุนของโครงการเท่ากับร้อยละ 33.49 และมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 4 เดือนและในการวิเคราะห์ความไวโดยการใช้สมมติฐาน 3 กรณี คือ ต้นทุนในการขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 รายได้จากการขายลดลงร้อยละ 5 และทั้ง 2 กรณีเกิดขึ้นพร้อมกัน จากการวิเคราะห์ทั้ง 3 กรณี พบว่าโครงการยังคงมีกำไรจากการดำเนินโครงการ ดังนั้นจากผลการวิเคราะห์ด้านการเงินจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมดรีมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังไม่มีความเป็นไปได้ด้านการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมือง และสภาพอากาศของโลกในปัจจุบันซึ่งนับวันจะร้อนมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ไอศกรีมได้รับความนิยม และมีความต้องการในการบริโภคเพิ่มขึ้น ซึ่งธุรกิจแฟรนไชส์ไอศกรีมนั้นเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจ เพราะไอศกรีมเป็นที่นิยมในทุกเพศทุกวัย ประกอบกับเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยคลายร้อนได้ และรูปแบบการดำเนินธุรกิจภาพสูงเหมาะกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังจัดได้ว่าเป็นอีกสถานที่หนึ่งที่ผู้ประกอบการน่าจะเข้ามาทำตลาดร้านไอศกรีม เนื่องจากจำนวนร้านจำหน่ายไอศกรีมที่มีอยู่ในปัจจุบันมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักศึกษาและภาควิชาใหม่ๆ ส่งผลให้มีจำนวนประชากรในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ให้ได้ทั่วถึงและครอบคลุมการศึกษานี้จึงทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงินของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ภายในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงินของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และเพื่อเสนอแนะเป็นแนวทางสำหรับประกอบการตัดสินใจให้แก่ผู้ที่สนใจลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ โดยในส่วนของการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดนั้นจะทำการออกแบบสอบถาม เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับขนาดตลาด อุปสงค์ของผู้บริโภคที่มีต่อร้านไอศกรีม อุปสงค์ของผู้บริโภคที่มีต่อร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ ทางด้านเทคนิคจะใช้ข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากแหล่งต่างๆ และในการศึกษาทางการเงินจะพิจารณาได้จากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ และอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย

ในส่วนของวิธีการศึกษา ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (nonprobability sampling) กลุ่มประชากรที่ใช้ในการสุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่สัญจรและอยู่ใกล้เคียงบริเวณอาคารเรียนรวมพระเทพฯ และในส่วนของ การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้จากการเก็บโดยใช่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง มาวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงพรรณนา (descriptive analysis) และเชิงคุณภาพ (quantitative analysis)

ผลการศึกษาพบว่า มีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมดริมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จากผลการสำรวจพบว่า ขนาดตลาดภายในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังนั้นมีขนาดตลาดใหญ่พอสมควร ซึ่งจากผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยที่จะให้มีการดำเนินการจัดตั้งร้านไอศกรีมดริมโคนส์ และจะเข้าไปใช้บริการร้านไอศกรีมของทางสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังคิดเป็นร้อยละ 76.5 ซึ่งเมื่อคิดสัดส่วนประชากรในแต่ละปีจะสามารถคาดคะเนผู้ที่เข้าไปใช้บริการร้านไอศกรีมดริมโคนส์ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังได้ ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีจำนวนที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปี

ทางด้านเทคนิคนั้น ผลการศึกษาพบว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ทั้งในด้านทำเลที่ตั้งโครงการที่เป็นจุดศูนย์กลางของสถาบันฯ การจัดหาอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพมาใช้ และความพร้อมของสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน

ผลการศึกษาด้านการเงินของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมดริมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความเป็นไปได้ทางการเงิน จากการศึกษาพบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 650,332.72 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการมีค่าเท่ากับร้อยละ 33.49 และโครงการนี้มีอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายเท่ากับ 1.62 เท่า ซึ่งให้เห็นว่าโครงการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมดริมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมดริมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สามารถสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ทั้งทางด้านการตลาด ทางด้านเทคนิค และทางด้านการเงิน ดังนั้นจึงทำการปฏิเสธสมมติฐานที่ได้ตั้งเอาไว้ทุกข้อ

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านไอศกรีมดริมโคนส์ พบว่าการจัดตั้งร้านไอศกรีมยังมีจุดอ่อนหรือปัญหาที่พบ ได้แก่

ปัญหาทางการเงินเกี่ยวกับความไม่แน่นอนของผู้ที่จะมาเข้าใช้บริการในช่วงปิดภาคการศึกษา เนื่องจากช่วงปิดภาคการศึกษาจำนวนนักศึกษาภายในสถาบันฯจะมีจำนวนน้อยมาก

ทำให้มีความเสี่ยงของยอดขายและกำไรที่จะลดลงเป็นอย่างมาก จึงควรมีการศึกษาทางเลือกอื่นๆ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น. อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการกระตุ้นยอดขาย เช่น การประชาสัมพันธ์ให้บุคคลที่อาศัยในบริเวณใกล้กับสถาบันมาใช้บริการ การให้ส่วนลดพิเศษเป็นบางช่วงเวลา การให้บัตรสมนาคุณเมื่อทานครบที่กำหนด และการทำบัตรสมัครร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ เป็นต้น

ปัญหาเกี่ยวกับความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต และต้นทุนในการดำเนินงาน ทำให้ธุรกิจต้องรับภาระด้านค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้น จึงควรทำรายการบัญชีให้รอบคอบมากขึ้น และลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง เช่น ช่วงปิดภาคการศึกษาจะมีการจ้างพนักงานในร้านลดลง การปิดร้านที่เร็วขึ้น การปิดร้านในช่วงวันเสาร์อาทิตย์ และการสั่งซื้อไอศกรีมจากโรงงานในปริมาณที่น้อยลง เพื่อลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นให้มากที่สุด

จากการวิเคราะห์ความไว พบว่ากรณีที่ต้นทุนของการดำเนินงานเพิ่มขึ้นมีผลกระทบต่อโครงการมากกว่ารายได้ที่ลดลง ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับการควบคุมต้นทุนในการดำเนินงานมากกว่าการกระตุ้นยอดขาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กฤษณกุล เวชสาร. 2545. การวิจัยตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กองแผนงาน สำนักอธิการบดี. 2547. ข้อมูลพื้นฐานสถาบันฯ: บุคลากรและนักศึกษา. [online]. Available: <http://www.kmitl.ac.th/plandiv/plan%20web2/research/data47.pdf>, 18/11/05.
- กองแผนงาน สำนักอธิการบดี. 2549. ข้อมูลพื้นฐานสถาบันฯ: บุคลากรและนักศึกษา. [online]. Available: <http://www.kmitl.ac.th/plandiv/plan%20web2/research/data49.pdf>, 29/08/07.
- โกสินทร์ ศรีดวม. 2548. การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านเบเกอรี่ภายในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ฐาปนา จีนไพศาล. 2542. การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด
- จิรพันธ์ รัตนธรรม. 2550. ผู้จัดการฝ่ายการขาย. สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2550.
- จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. 2524. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิรนาม. 2538. "ธุรกิจแฟรนไชส์". เศรษฐกิจรายเดือน. 8(2): น. 5-6.
- นิรนาม. 2542. "กลยุทธ์การทำธุรกิจแฟรนไชส์ให้ประสบความสำเร็จ". ผู้ส่งออก. 12(276): น. 24-31.
- นิรนาม. 2543. "ผลิตภัณฑ์ไอศกรีม". บิสิเนสไทย. (21 พฤษภาคม 46): น. 1-5.
- บงกช ลากเวช. 2540. การศึกษาเปรียบเทียบในการเลือกเป็นแฟรนไชส์ธุรกิจชกอบริตระบบแฟรนไชส์. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. 2547. อัตราการเข้าซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภค
ในเขตกรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.
- ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ. 2542. การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ประวิตร วนการพาณิชย์. 2546. การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านค้าสะดวกซื้อภายใน
เขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพมหานคร: ปัญหา
พิเศษ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ภัทรพงศ์ เอ็มโอชและคณะ. 2548. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจผลิตและ
จำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยีพระ
จอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- วนิดา เกียรติกานนท์. 2542. การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจแฟรนไชส์
กรณีศึกษาแฟรนไชส์พรีนมาร์ท. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรจินดา คูหาสวรรค์. 2539. การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในโครงการแฟรนไชส์ร้าน
ขายยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วัฒน์ ประสิทธิ์เวช. 2542. การบริหารโครงการ. กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.
- ศูนย์สารสนเทศธุรกิจสวนดุสิต. 2546. การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการอาหาร.
กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2538. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: A.N.การพิมพ์.
- สงบ อินทรพรหม. 2550. ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาแฟรนไชส์. สัมภาษณ์, 28 ธันวาคม 2550
- สฤษฎ์วัล เต็มแก้ว. 2537. การศึกษาความเป็นไปได้ในทางธุรกิจในการเปิดร้านอาหารในเขต
ลาดกระบัง. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. 2545. แผนพัฒนาฯ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง พ.ศ. 2545-2549. กรุงเทพมหานคร: ไน้ระบุนสำนักพิมพ์.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2547. การเปิดร้านเบเกอรี่. กรุงเทพมหานคร: ไน้ระบุนสำนักพิมพ์.

สุวิมน แม้นจริง. 2546. การจัดการการตลาด (Marketing Management). พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร. เอช.เอ็น.กรุ๊ป.

Hornby, A. S. 1995. Oxford Advanced Learner's Dictionary. 5th edition. New York: Oxford University Press.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เลขที่แบบสอบถาม.....

เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมดรีมโคนส์ภายใน
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยประกอบการทำ
ปัญหาพิเศษของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง

1. โปรดตอบแบบสอบถามโดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อความที่ท่านเลือกเพียงข้อเดียว
2. คำถามมีทั้งหมด 2 ส่วน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อไอศกรีมดรีมโคนส์

3. กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ
4. ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. น้อยกว่า 20 ปี

2. 20 – 30 ปี

3. 31 – 40 ปี

4. 41 – 50 ปี

5. 51 – 60 ปี

6. มากกว่า 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

1. กำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี

2. จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

3. จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

4. สถานภาพ

1. โสด

2. สมรส

3. หย่าร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. อาชีพ

1. นักศึกษา 2. ข้าราชการ เจ้าหน้าที่
3. อาจารย์ 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท 2. 5,000-10,000 บาท
3. 10,001-15,000 บาท 4. 15,001-20,000 บาท
5. 20,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อไอศกรีมตรึมโคนส์

7. ท่านคิดว่ามีไอศกรีมจำหน่ายภายในสถาบันฯ เพียงพอหรือไม่

1. เพียงพอ 2. ไม่เพียงพอ

8. ท่านเคยซื้อไอศกรีมตรึมโคนส์หรือไม่

1. เคย 2. ไม่เคย

9. เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมตรึมโคนส์

1. รสชาติอร่อย 2. คลายร้อน
3. สะดวกรวดเร็ว 4. ราคาไม่แพงมากนัก
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. ท่านคิดว่าบริเวณข้างสถานีรถไฟพระจอมเกล้าใกล้กับตึก ECC ของคณะ

วิศวกรรมศาสตร์ตรงด้านหลังไปรษณีย์ภายในสถาบันฯ มีความเหมาะสมในการจำหน่ายไอศกรีมหรือไม่

1. เหมาะสม 2. ไม่เหมาะสม

11. ไอศกรีมแบบใดที่ท่านชอบรับประทานมากที่สุด

1. ปราศจากน้ำตาล เช่น ช็อกโกแลต, เชอรี, สตอเบอร์รี่
2. เจลาโต เช่น โคโคนัท, มินชีช็อกโกแลต, ม็อคคาแอลมอน
3. เซอร์เบต เช่น บลูเบอร์รี่, แอปเปิ้ล, กีวี, แมงโก, บัตเตอร์มิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. กรณีที่มีร้านไอศกรีมมาลงภายในสถาบันฯ ท่านจะพิจารณาอะไรบ้างในการใช้บริการ (ให้ใส่ตัวเลข1-8 เรียงตามลำดับความสำคัญ)

- | | |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. บรรยากาศสภาพแวดล้อม | <input type="checkbox"/> 2. บรรยากาศภายในร้าน |
| <input type="checkbox"/> 3. ราคาไอศกรีม | <input type="checkbox"/> 4. รสชาติของไอศกรีม |
| <input type="checkbox"/> 5. ความหลากหลายของไอศกรีม | <input type="checkbox"/> 6. การส่งเสริมการตลาดของทางร้าน |
| <input type="checkbox"/> 7. ความรวดเร็วในการให้บริการ | <input type="checkbox"/> 8. ความสะดวกในการเดินทาง |

13. ราคาไอศกรีมสูงสุดที่ท่านยอมจ่ายต่อการซื้อ 1 ครั้ง

- | | |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 21 – 30 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 31 – 40 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 41 – 50 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 51 – 60 บาท |

14. ท่านรับประทานไอศกรีมบ่อยเพียงใด.....ครั้งต่อสัปดาห์

15. โดยเฉลี่ยแล้วในแต่ละครั้งท่านใช้เงินซื้อไอศกรีม.....บาทต่อครั้ง

16. ช่องทางใดที่ช่วยให้ท่านรู้จักร้านไอศกรีมครีมโคนส์ได้ดีที่สุด

- | | |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. หนังสือพิมพ์สถาบันฯ | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อน/คนรู้จัก |
| <input type="checkbox"/> 3. ใบปลิว | <input type="checkbox"/> 4. วารสาร/นิตยสาร |
| <input type="checkbox"/> 5. ป้ายโฆษณา | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

17. ช่วงเวลาที่ท่านสะดวกมาใช้บริการ

- | | |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 08.01 – 11.00 น. | <input type="checkbox"/> 2. 11.01 – 14.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 3. 14.01 – 17.00 น. | <input type="checkbox"/> 4. 17.01 – 20.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 5. 20.01 – 23.00 น. | |

18. ถ้ามีร้านไอศกรีมเปิดดำเนินการภายในสถาบันฯ ท่านจะใช้บริการหรือไม่

1. ใช้บริการอย่างแน่นอน
2. ใช้บริการ
3. เฉยๆ
4. ไม่ใช้บริการ
5. ไม่ใช้บริการอย่างแน่นอน

19. ในช่วงที่ปิดภาคการศึกษา (เดือนตุลาคม มีนาคม และพฤษภาคม)

19.1 ท่านคิดว่าใช้บริการไอศกรีมภายในสถาบันฯ บ่อยเพียงใด.....ครั้งต่อสัปดาห์

19.2 แล้วในแต่ละครั้งท่านใช้เงินซื้อไอศกรีมเป็นจำนวนเท่าไร.....บาทต่อครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

20. ท่านมีความคิดเห็นต่อไอศกรีมที่จำหน่ายในปัจจุบันอย่างไร

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. บรรจุภัณฑ์					
2. ราคา					
3. ความสะดวกในการรับบริการ					
4. ความสวยงามของผลิตภัณฑ์					
5. รสชาติ					
6. การส่งเสริมการขาย					
7. ความสะอาด					
8. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์					
9. บรรยากาศ/การตกแต่งร้าน					

ขอขอบคุณท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

การคำนวณทางการเงิน

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 12 และจากการประมาณการกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ (ตารางที่ 16) ได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ คือ

$$\begin{aligned} NPV &= \sum_{t=1}^n \frac{(B_t - C_t)}{(1+r)^t} \\ NPV &= -1,050,000 + \frac{411,638.93}{(1+0.12)} + \frac{443,920.89}{(1+0.12)^2} + \frac{477,816.96}{(1+0.12)^3} + \frac{513,407.81}{(1+0.12)^4} \\ &\quad + \frac{550,778.16}{(1+0.12)^5} \\ &= -1,050,000 + (367,534.76 + 353,891.02 + 340,100.67 + 326,279.95 \\ &\quad + 312,526.32) \\ &= -1,050,000 + 1,700,332.72 \\ &= 650,332.72 \end{aligned}$$

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีค่าเท่ากับ 650,332.72 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การคำนวณอัตราผลตอบแทนของโครงการ

เมื่ออัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 34 และจากการประมาณการกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ (ตารางที่ 16) ได้อัตราผลตอบแทนของโครงการ คือ

$$\begin{aligned}
 1,050,000 &= \frac{411,638.93}{(1+0.34)} + \frac{443,920.89}{(1+0.34)^2} + \frac{477,816.96}{(1+0.34)^3} + \frac{513,407.81}{(1+0.34)^4} \\
 &\quad + \frac{550,778.16}{(1+0.34)^5} \\
 &= 307,193.23 + 247,227.05 + 198,585.33 + 159,236.74 \\
 &\quad + 127,483.13 \\
 &\neq 1,039,725.48
 \end{aligned}$$

เมื่ออัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 33

$$\begin{aligned}
 1,050,000 &= \frac{411,638.93}{(1+0.33)} + \frac{443,920.89}{(1+0.33)^2} + \frac{477,816.96}{(1+0.33)^3} + \frac{513,407.81}{(1+0.33)^4} \\
 &\quad + \frac{550,778.16}{(1+0.33)^5} \\
 &= 309,502.95 + 250,958.73 + 203,098.46 + 164,080.10 \\
 &\quad + 132,348.34 \\
 &\neq 1,059,988.58
 \end{aligned}$$

อัตราผลตอบแทนของโครงการต่างกัน = ร้อยละ 1

มูลค่าปัจจุบันต่างกัน (1,059,988.58 – 1,039,725.48) = $\frac{1 \times 9,988.58}{20,263.10}$

= ร้อยละ 0.49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\begin{aligned} \text{อัตราผลตอบแทนของโครงการ} &= 33 + 0.49 \\ &= 33.49 \end{aligned}$$

ดังนั้น อัตราผลตอบแทนของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมดรีมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีค่าเท่ากับร้อยละ 33.49

การคำนวณอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนของโครงการเท่ากับร้อยละ 12 และจากการประมาณการกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ (ตารางที่ 16) ได้อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน คือ

$$\begin{aligned} \text{BCR} &= \frac{1,700,332.72}{1,050,000} \\ &= 1.62 \text{ เท่า} \end{aligned}$$

อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมดรีมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีค่าเท่ากับ 1.62 เท่า

ภาคผนวก ค

เอกสารที่ใช้ในการทำสัญญา

เอกสารที่ใช้ในการประกอบการทำสัญญา (ล่วงหน้า 3 วัน) โดยในการเตรียมเอกสารที่ใช้ในการประกอบการทำสัญญา จะมีการพิจารณาที่แตกต่างกันระหว่างบุคคลธรรมดา กับนิติบุคคล ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. บุคคลธรรมดา มีเอกสารที่ต้องเตรียมดังนี้ (เอกสารทุกฉบับ ต้องมีการลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง)

1.1 สำเนาบัตรประชาชน

1.2 สำเนาทะเบียนบ้าน

2. นิติบุคคล มีเอกสารที่ต้องเตรียมดังนี้ (เอกสารทุกฉบับ ต้องมีการลงนามรับรองสำเนาถูกต้องพร้อมการประทับตราสำคัญ)

2.1 สำเนาหนังสือรับรองบริษัท

2.2 หนังสือมอบอำนาจ (สำเนาบัตรประชาชน, สำเนาทะเบียนบ้านผู้มอบอำนาจ)

2.3 สำเนาบัตรประชาชน

2.4 สำเนาทะเบียนบ้าน

ข้อมูลและเอกสารเบื้องต้นที่ผู้สนใจต้องส่งมายังฝ่ายแฟรนไชส์ของบริษัท

โดยข้อมูลและเอกสารเบื้องต้นที่ผู้สนใจต้องส่งมายังฝ่ายแฟรนไชส์ของบริษัทเพื่อประกอบการพิจารณานั้น ได้แก่

1. ภาพถ่ายหรือวิดีโอของสถานที่ที่ตั้งที่จะเปิดร้านไอศกรีมดรีมโคนส์

2. แบบแปลนของพื้นที่ที่จะเปิดร้าน

3. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพื้นที่หรือโครงการที่จะเปิดร้านไอศกรีมดรีมโคนส์และการอ้างอิงบริเวณในรัศมี 1 กิโลเมตรของโครงการ

4. สำเนาทะเบียนบ้านและบัตรประชาชนที่ได้เซ็นรับรองสำเนาถูกต้อง

5. สำเนาบัญชีเดินสะพัด และสำเนาบัญชีเงินฝากประจำย้อนหลัง 6 เดือน

6. ชื่อบุคคลหรือสถาบันการเงินและที่อยู่ซึ่งสามารถติดต่อเพื่ออ้างอิง

7. ใบสมัครขอรับสิทธิแฟรนไชส์ดรีมโคนส์

8. รูปถ่ายหน้าตรงของผู้สมัคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าใช้จ่ายในการเปิดร้าน

ในการที่ผู้สนใจจะลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ไอศกรีมดริมโคนส์ จะต้องมีการเสียค่าใช้จ่ายต่างๆที่ทางบริษัทได้กำหนดไว้สำหรับการเปิดร้าน คือ

1. ค่าใช้จ่ายในด้านก่อสร้างและการตกแต่ง
2. ค่าใช้จ่ายด้านอุปกรณ์
3. ค่าใช้จ่ายด้านวัตถุดิบ
4. ค่าใช้จ่ายด้านสินค้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ง

ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบสำหรับผู้ได้รับสิทธิทางการค้า

ข้อได้เปรียบสำหรับผู้ได้รับสิทธิทางการค้า

1. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าจะสามารถใช้ชื่อ ตราสัญลักษณ์ และเครื่องหมายการค้าของผู้ให้สิทธิทางการค้า โดยเป็นที่รู้จักกันดีในตลาด
2. ผู้ได้รับสิทธิจะได้รับการฝึกอบรมทางธุรกิจประเภทนั้นๆ จากผู้ให้สิทธิทางการค้า
3. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าสามารถซื้อวัตถุดิบในราคาถูก เนื่องจากการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ให้สิทธิทางการค้าที่รวบรวมปริมาณวัตถุดิบที่ต้องการจากหลายสาขา ทำให้การสั่งซื้อปริมาณมากเกิดการประหยัดต่อหน่วยธุรกิจ สามารถซื้อในราคาที่ต่ำกว่าการจัดซื้อในแต่ละสาขาแยกจากกัน
4. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าจะได้รับการช่วยเหลือจากผู้ให้สิทธิทางการค้า ในการแก้ปัญหาต่างๆ ในธุรกิจนั้นๆ อาทิเช่น การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางแผนฝึกอบรมพนักงาน การจัดซื้ออุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น
5. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าจะมีที่ปรึกษาด้านธุรกิจอยู่ใกล้ตัว ในการให้คำแนะนำที่มีผู้เคยปฏิบัติมาก่อนจึงเกิดประสิทธิภาพสูงกว่าผู้ได้รับสิทธิทางการค้าทำการตัดสินใจด้วยตนเอง ซึ่งบางครั้งเป็นการลองผิดลองถูก ทำให้ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจน้อยลง โดยอาศัยชื่อเสียงของผู้ให้สิทธิทางการค้า
6. เงินทุนที่ใช้ในการประกอบการ สำหรับผู้ซื้อสิทธิได้ถูกใช้ไปอย่างมีประสิทธิภาพกว่าการลงทุนเองโดยลำพังเป็นครั้งแรก เนื่องจากโอกาสผิดพลาดมีมากกว่า
7. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าจะได้รับประโยชน์จากการโฆษณา และการส่งเสริมการขายร่วมกัน เนื่องจากการรวบรวมงบโฆษณาของแต่ละผู้ได้รับสิทธิทางการค้าเข้าด้วยกัน ทำให้การโฆษณาสามารถทำได้ในสื่อที่มากกว่าการโฆษณาโดยลำพังแต่ละผู้ได้รับสิทธิ ตลอดจนทำให้การส่งเสริมการขายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
8. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าจะสามารถได้รับประโยชน์จากกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นความลับทางธุรกิจจากทางด้านผู้ให้สิทธิทางการค้า
9. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้ามีแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากเป็นธุรกิจของตนเองแต่ได้รับความช่วยเหลือจากผู้ให้สิทธิทางการค้า
10. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าจะได้รับข่าวสาร ข้อมูล ตลอดจนความรู้จากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้นๆ จากผู้ให้สิทธิทางการค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. เกิดการประหยัดเวลา เพราะเมื่อมีเงินทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจก็สามารถทำธุรกิจได้โดยใช้ระยะเวลาอันสั้นในการเตรียมการ

ข้อเสียเปรียบสำหรับผู้ได้รับสิทธิทางการค้า

1. สูญเสียความอิสระในการดำเนินงาน เนื่องจากจะมีการควบคุมดูแล และกำหนดการบริหารจากผู้ให้สิทธิทางการค้า ทำให้การพัฒนาแนวทางการบริหารงานใหม่จะเป็นไปได้ยากที่จะนำมาปฏิบัติ ซึ่งการกระทำสิ่งใดที่แตกต่างจากข้อกำหนดจะต้องผ่านการเห็นชอบจากผู้ให้สิทธิทางการค้าก่อนจึงไม่เกิดความยืดหยุ่นในการปฏิบัติ
2. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมต่างๆ ให้แก่ผู้ให้สิทธิทางการค้าตลอดระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเกิดปัญหาทำให้เกิดค่าใช้จ่ายที่สูงเกินไป
3. เกิดความยุ่งยากที่จะทำให้อินค้าหรือบริการ เป็นไปตามข้อกำหนดของผู้ให้สิทธิทางการค้า มีข้อจำกัดในการโอนกิจการ และกลยุทธ์ที่ใช้ในการขาย แม้ว่าธุรกิจจะเป็นของผู้ได้รับสิทธิทางการค้าก็ตาม
4. การดำเนินนโยบายของผู้ให้สิทธิทางการค้าที่ผิดพลาด จะมีผลกระทบต่อการทำงานของ ผู้ได้รับสิทธิทางการค้า จึงเกิดความเสี่ยงในการพึ่งพาผู้ให้สิทธิทางการค้าดังกล่าว โดยที่ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าไม่สามารถได้รับค่าชดเชยตอบแทน เนื่องจากในปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายในการควบคุมระบบแฟรนไชส์
5. เมื่อชื่อเสียงของผู้ให้สิทธิทางการค้าตกต่ำลง จะมีผลต่อธุรกิจของผู้ได้รับสิทธิทางการค้าตกต่ำลงด้วย
6. จะต้องเสียค่าใช้จ่ายและเวลาในการทำการศึกษาคำกำหนดในสัญญา โดยจะต้องใช้ที่ปรึกษาทางด้านกฎหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของผู้ให้สิทธิทางการค้า

ข้อได้เปรียบของผู้ให้สิทธิทางการค้า

1. สามารถควบคุมการผลิตสินค้าและบริการตลอดจนงานด้านบริหารให้มีมาตรฐานเดียวกันทุกแห่ง
2. ขยายตลาดได้อย่างรวดเร็วเนื่องจากเงินลงทุนที่ใช้ และความรับผิดชอบต่อผลการดำเนินงานของกิจการเป็นของผู้รับสิทธิทางการค้า ดังนั้นจึงไม่มีต้นทุนในการขยายแฟรนไชส์สำหรับผู้ให้สิทธิทางการค้า ซึ่งทำให้สามารถขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว เพิ่มความสามารถการแข่งขัน
3. เกิดประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจ เช่น ทำให้งบประมาณในการโฆษณาเพิ่มขึ้น สามารถที่จะใช้สื่อได้บ่อยครั้งขึ้นและหลายช่องทาง ทั้งนี้เนื่องจากการร่วมงานของทั้งสองฝ่ายโดยได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งทางผู้ให้สิทธิทางการค้ามีความสามารถและระบบบริหารในกิจการนั้นๆ ส่วนผู้รับสิทธิทางการค้าจะเป็นผู้มีความคุ้นเคยกับท้องถิ่น
4. ผู้ให้สิทธิทางการค้าสามารถทุ่มเทเพื่อการวิจัย วางแผนและพัฒนาระบบงานได้อย่างเต็มที่ เพราะภาระหน้าที่การจัดการกิจการขึ้นอยู่กับผู้รับสิทธิทางการค้า
5. ได้รับผลตอบแทนในรูปของค่าใช้สิทธิทางการค้า ค่าธรรมเนียมการใช้สิทธิ ตลอดจนค่าธรรมเนียมที่ได้จากการอบรมพนักงาน และค่าธรรมเนียมต่างๆซึ่งขึ้นอยู่กับสัญญาที่กำหนดขึ้น
6. ลดภาระการลงทุน แต่สามารถขยายกิจการไปในตลาดได้มากขึ้น ทำให้เกิดการกระจายความเสี่ยงของหน่วยธุรกิจที่ผู้ให้สิทธิทางการค้า

ข้อเสียเปรียบของผู้ให้สิทธิทางการค้า

1. เกิดปัญหาการไม่จ่ายค่าสิทธิ ซึ่งจะเกิดเมื่อผู้ได้รับสิทธิทางการค้าประกอบธุรกิจได้ระยะหนึ่งแล้วประสบความสำเร็จ และคิดว่าเป็นผลมาจากความสามารถของตนเพียงผู้เดียวจึงไม่มีความจำเป็นในการจ่ายค่าใช้สิทธิดังกล่าว
2. การละเมิดสัญญาที่ทำร่วมกัน โดยปกติแล้วผู้ให้สิทธิทางการค้าจะกำหนดกฎเกณฑ์ข้อระเบียบปฏิบัติต่างเพื่อให้มีรูปแบบและแนวคิดในกิจการนั้นๆ แต่ทางผู้ได้รับสิทธิทางการค้าต้องการเพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลงกิจการดังกล่าว เช่น การขายสินค้าที่ไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้สิทธิ ทำให้รูปแบบการดำเนินกิจการนั้นๆ แตกต่างจากหน่วยงานอื่นๆ ซึ่งในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายครอบคลุมในเรื่องดังกล่าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ผู้ได้รับสิทธิ์ทางการค้าบางรายไม่เข้าใจหรือตั้งใจทำธุรกิจอย่างแท้จริง บางครั้งผู้ได้รับสิทธิ์อาจเกิดความคาดหวังจากผู้ให้สิทธิ์จนมากเกินไป ทำให้ขาดความพยายามหรือความตั้งใจการดำเนินธุรกิจ ทำให้กิจการประสบความล้มเหลวเกิดความเสียหาย ซึ่งส่งผลถึงภาพลักษณ์ต่อผู้ให้สิทธิ์ทางการค้า (สุทธิศักดิ์, 2540)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก จ

แผนธุรกิจ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (executive summary)

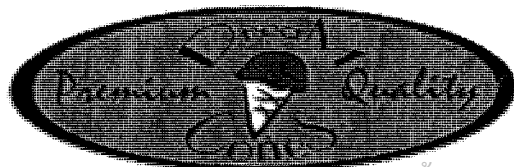
บริษัท ดรีมโคนส์ จำกัด บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายไอศกรีมอิตาเลียนไซมันต้า ภายใต้ตราสินค้า “Dream Cones” เป็นไอศกรีมที่ผลิตจากวัตถุดิบที่คัดเลือกมาเป็นอย่างดี โดยผ่านกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนจะควบคุมโดยพ่อครัวที่ผ่านการฝึกอบรมจากประเทศฝรั่งเศสและอิตาลี ทำให้ได้ไอศกรีมมีคุณภาพและรสชาติที่ดี เหมาะสำหรับผู้ที่ชื่นชอบบริโภคไอศกรีม อีกทั้งบริษัทยังได้มีการวางแผนพัฒนารสชาติไอศกรีมอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

เป้าหมายของดรีมโคนส์ คือ การผลิตไอศกรีมเจลาโตและเชอร์เบทที่ดีที่สุดในประเทศไทย โดยผ่านการศึกษาดูงานสูตรผสมต่างๆ ซึ่งอาศัยองค์ประกอบในการผลิตจากการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ กลิ่นและหัวเชื้อไอศกรีมของดรีมโคนส์ส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศอิตาลีและสหรัฐอเมริกา ส่วนผสมส่วนมากจะเป็นผลไม้สดที่คัดสรรตามฤดูกาล และซื้อมาจากแหล่งผลิตที่มีชื่อโดยตรง เช่น แอปเปิ้ลคอกเทลและสตอเบอรี่จากเชียงใหม่ แอปเปิ้ลจากจีนและนิวซีแลนด์ บลูเบอร์รี่จากสหรัฐอเมริกา ไวลด์เบอร์รี่จากเบลเยียม และถั่วเฮเซลนัทจากตุรกี เป็นต้น

จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบันธุรกิจประเภทไอศกรีมนี้มีความน่าสนใจ และเมื่อเปรียบเทียบกับโอกาสการเติบโตในอนาคตแล้ว นับว่ายังมีโอกาสค่อนข้างสูง โดยในช่วงปีที่ผ่านมามีการเติบโตกว่าร้อยละ 23 และคาดว่าจะขยายตัวในอัตรากว่าร้อยละ 30 ในปี พ.ศ. 2550 โดยสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความเหมาะสมในด้านทำเลที่ตั้งร้านไอศกรีม และยังมีขนาดกลุ่มผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก ซึ่งกลยุทธ์ของธุรกิจแฟรนไชส์ดรีมโคนส์ มุ่งเน้นที่ผู้สนใจรายย่อยเป็นหลัก เพื่อขยายตลาดทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยจะพิจารณารายการขายสาขาไปยังสถานที่ที่มีโรงเรียนและสถานที่ทำงานเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ตั้งแต่กลุ่มของวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน

ทางบริษัทได้มีการกำหนดสัญลักษณ์ (logo) และคำขวัญ (slogan) ของร้านไอศกรีมดรีมโคนส์ที่เป็นเอกลักษณ์ของร้านไว้ ดังนี้

สัญลักษณ์ (logo) ของร้านไอศกรีมดรีมโคนส์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำขวัญของร้านไอศกรีมตรีมโคนส์

“การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ และบริการที่ประทับใจคือหัวใจของเรา”

วิสัยทัศน์ (vision)

มุ่งนำเสนอไอศกรีมที่ดีที่สุดและมีประโยชน์ต่อสุขภาพพร้อมทั้งบริการที่ดีที่สุด โดยใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพทั้งจากภายในและนอกประเทศ

พันธกิจ (mission)

1. เราจะเป็นไอศกรีมที่มีรสชาติดี มีความสดใหม่ และคงคุณค่าทางโภชนาการ
2. เราจะให้บริการที่เป็นเลิศและบรรยากาศเป็นกันเอง พร้อมทั้งให้ความรู้ทางด้านการบริโภคไอศกรีมให้ได้โภชนาการที่ถูกต้อง และสอดคล้องกับความต้องการสำหรับทุกคนในครอบครัว
3. เราจะพัฒนาและปรับปรุงไปพร้อมกับความต้องการของลูกค้า

เป้าหมายของร้านไอศกรีมตรีมโคนส์ (operational goals)

เป้าหมายเชิงปริมาณ

มียอดขายสุทธิไม่ต่ำกว่า 1,000,000 บาท ในปีแรกและมีอัตราการเติบโตของยอดขายไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 และมีผลกำไรสุทธิไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ในปีถัดไป

เป้าหมายเชิงคุณภาพ

1. มีการจัดสรรเงินเดือนของพนักงานอย่างเป็นธรรม
2. พนักงานได้เรียนรู้พัฒนาศักยภาพในตนเอง
3. ทำการปรับปรุงพัฒนาไอศกรีมให้มีความหลากหลายมากขึ้น

การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (strengths)

1. สถานที่ตั้งร้านมีนักศึกษาเดินผ่านเป็นจำนวนมาก
2. รูปแบบไอศกรีมมีความแปลกใหม่ และเป็นที่ต้องการของลูกค้า
3. เป็นร้านที่มีโครงสร้างอาคารโปร่งทำให้ดูสะอาดและน่าใช้บริการ
4. มูลค่าเพิ่มของตัวสินค้ามีสูง (high value added)

5. เป็นร้านไอศกรีมแฟรนไชส์ร้านแรกภายในสถาบันฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดอ่อน (weaknesses)

1. ผู้ก่อตั้งกิจการไม่มีประสบการณ์ในธุรกิจอุตสาหกรรมไอศกรีม หรือแม้แต่ในอุตสาหกรรมอาหารมาก่อนจึงต้องใช้เวลาเรียนรู้และศึกษาถึงสภาพอุตสาหกรรมไอศกรีม ซึ่งอาจทำให้เสียเปรียบคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้มานาน
2. เงินทุนของผู้ก่อการมีไม่มาก ทำให้การขยายกิจการในช่วงแรกเป็นไปได้ยาก
3. ช่วงเวลาการดำเนินการบางช่วงเป็นช่วงปิดเทอมทำให้มีปัญหาเรื่องยอดขาย
4. สถานที่ตั้งบริษัทอยู่ไกล มีความยากลำบากในการขนส่งวัตถุดิบ
5. พนักงานขายของบริษัทขาดความชำนาญในด้านการผลิต

โอกาส (opportunities)

1. ปัจจุบันมีแนวโน้มในการนิยมบริโภคอาหารที่ผลิตโดยใช้วัตถุดิบจากผลไม้สูงขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น
2. แนวโน้มของตลาดไอศกรีมมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง
3. ลูกค้ามีความต้องการให้มีการจัดตั้งร้าน เนื่องจากลูกค้าต้องการความแปลกใหม่ของรสชาติไอศกรีม

ความเสี่ยง (threats)

1. สภาพเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัว และอาจเกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอย ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลงและตลาดไอศกรีมหดตัว เพราะไม่ใช่อาหารที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน
2. ธุรกิจไอศกรีมมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้น
3. กระแสความต้องการของผู้บริโภค มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
4. โดยปกติไอศกรีมจะเป็นอาหารที่มีไขมันและแคลอรีสูง ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มอาจต่อต้านภาพลักษณ์ที่ขัดแย้งกันเองที่ว่า ไอศกรีมของเราเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการกินแล้วไม่อ้วน

การวิเคราะห์สถานการณ์

ผู้บริหารร้านไอศกรีมได้ตระหนักถึงความสำคัญในสถานการณ์ของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ จึงได้ร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจในรูปแบบของทฤษฎี five force model เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการวางแผนธุรกิจต่อไป โดยมีบทวิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน

เนื่องจากภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีร้านค้าที่จำหน่ายไอศกรีมอยู่หลายจุด แต่สินค้าเดิมในตลาดที่ไม่มี ความแปลกใหม่หรือความแตกต่างในด้านรสชาติและรูปแบบการดำเนินการ ซึ่งโครงการจัดตั้งร้านไอศกรีมในรูปแบบใหม่นี้มีความน่าสนใจ ถึงแม้ว่าจะมีคู่แข่งที่เปิดดำเนินการอยู่ก่อนแล้ว

2. ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น

มีความเสี่ยงที่จะเกิดผู้ประกอบการรายใหม่ขึ้น เนื่องจากภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังยังมีพื้นที่ว่างเปล่าที่สามารถเป็นที่ตั้งโครงการของผู้ประกอบการรายใหม่ อีกทั้งธุรกิจไอศกรีมมีการขยายตัวอย่างมากและมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น และผลิตภัณฑ์ไอศกรีมสามารถวางจำหน่ายหน้าร้านได้ง่าย ผู้ประกอบการร้านอาหารอาจนำมาจำหน่ายเพิ่มเป็นสินค้าหน้าร้าน

3. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน

เนื่องจากไอศกรีมเป็นสินค้าประเภทอาหารว่าง ทำให้มีสินค้าทดแทนหลายชนิด ซึ่งผู้บริโภคสามารถพบตามท้องตลาดทั่วไป ดังนั้นร้านไอศกรีมจึงควรมีนโยบายส่งเสริมการตลาดให้มีจุดเด่นแตกต่างจากสินค้าที่วางขายตามท้องตลาดทั่วไป เพื่อลูกค้าเกิดความสนใจและกระตุ้นให้เกิดความต้องการสินค้าขึ้น

4. อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

เนื่องจากวัตถุดิบการผลิตเป็นสินค้าพื้นฐานที่หาได้ไม่ยาก เช่น นมสด ครีม ไข่ ผลไม้ เป็นต้น ซึ่งเป็นสินค้าที่จัดหาได้ง่ายและมีผู้ผลิตมากมายในตลาด ทำให้ผู้ขายมีอำนาจในการต่อรองที่ต่ำ โดยเฉพาะสินค้าเกษตรกรรมนั้น ตามปกติราคาจะตกต่ำ เมื่อถึงฤดูกาลเนื่องจากมีผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อมกันเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามเพื่อให้ได้วัตถุดิบที่คุณภาพดีบริษัทอาจเลือกทำสัญญารับวัตถุดิบคุณภาพดีจากผู้ผลิตบางราย เพื่อให้เกิดความสะดวกในการควบคุมเรื่องคุณภาพวัตถุดิบ และเพื่อไม่ให้บริษัทถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ผลิต

5. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ

ผู้ซื้อสามารถที่จะกดดันและต่อรองในด้านราคาสินค้า โดยอาจจะมีผลต่อยอดขายโดยรวม ในกรณีที่ทางร้านไม่สามารถที่จะปรับราคาตามที่ผู้บริโภคต้องการได้ เนื่องจากทางร้านจะพัฒนาคุณภาพเพื่อเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป และเป็นสิ่งที่สามารถทำให้เกิดความมั่นใจ ยอมรับสินค้าและซื้อสินค้า รวมถึงการให้บริการภายในร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนการตลาด (Marketing plan)

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และบริการ (product and services strategy)

เป็นไอศกรีมที่มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งภายในเขตพื้นที่สถาบันฯ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาไอศกรีมที่มีคุณภาพและมีความแปลกใหม่ตรงใจผู้บริโภค พร้อมทั้งการบริการที่รวดเร็วและเป็นกันเอง

กลยุทธ์ราคา (price strategy)

ใช้การตั้งราคาไอศกรีมที่ขายมีราคาที่สูงกว่าไอศกรีมทั่วไป เนื่องจากใช้วัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ โดยราคาที่ผู้บริโภคยอมจ่ายเฉลี่ยคือ 25 บาท

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (place strategy)

สถานที่ใช้ตั้งร้านจำหน่ายไอศกรีมอยู่ในแหล่งที่มีกลุ่มเป้าหมายสัญจรผ่านไปมาเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างอาคารเรียนต่างๆ พร้อมทั้งมีการจัดแสดงสินค้า (exhibition) ทั้งภายในร้านและตามงานต่างๆ ในสถาบันฯ

กลยุทธ์การขาย (sale strategy)

1. การใช้การลด แลก แจก แถม สินค้าเพื่อกระตุ้นยอดขาย สำหรับในบางช่วงเทศกาลหรือบางช่วงเวลา รวมถึงการเล่นเกมส์
2. กลยุทธ์สินค้าคู่ควบ เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าที่สามารถบริโภคหรือใช้ร่วมกันได้
3. การอบรมให้พนักงานยึดหลักรอยยิ้มพิมพ์ใจ บุคลิกของพนักงานต้องดีและการพูดจากับลูกค้าต้องสุภาพ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

ความเป็นไปได้ของโครงการ

ผลการศึกษาพบว่า มีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จากผลการสำรวจพบว่า ขนาดตลาดภายในเขตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังนั้นมีขนาดตลาดใหญ่พอสมควร ซึ่งจากผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยที่จะให้มีการดำเนินการจัดตั้งร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ และจะเข้าใช้บริการร้านไอศกรีมของทางสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังคิดเป็นร้อยละ 76.5 ซึ่งเมื่อคิดสัดส่วนประชากรในแต่ละปีจะสามารถคาดคะเนผู้ที่เข้าใช้บริการร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ของสถาบันเทคโนโลยี

พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังได้ ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีจำนวนที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปี
เอกสารนี้เป็นเอกสารของบริษัทฯ ห้ามนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางด้านเทคนิคนั้น ผลการศึกษาพบว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ทั้งในด้านทำเลที่ตั้งโครงการที่เป็นจุดศูนย์กลางของสถาบันฯ การจัดหาอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพมาใช้ และความพร้อมของสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน

ผลการศึกษาด้านการเงินของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความเป็นไปได้ทางการเงิน จากการศึกษาพบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 650,332.72 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการมีค่าเท่ากับร้อยละ 33.49 และโครงการนี้มีอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายเท่ากับ 1.62 เท่า ซึ่งให้เห็นว่าโครงการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

การดำเนินงานเชิงการพัฒนา

กลยุทธ์การพัฒนา

1. มีการนำโปรแกรมระบบบัญชีมาประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจ
2. มีการนำทฤษฎีต่างๆ ทางหลักการบริหารและทางบัญชี มาประกอบเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินงานทางธุรกิจ
3. มีการนำบุคลากรมาอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการผลิต
4. ส่งเสริมแนวความคิดในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ

ผลลัพธ์ที่จะได้จากการดำเนินงานในกิจกรรมเชิงการพัฒนา

1. ได้ระบบการจัดการการทำงานที่มีประสิทธิภาพ มีการพัฒนารูปแบบในการทำงานของร้านให้มีความรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำมากยิ่งขึ้น
2. ได้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีระบบเบียบของแนวคิดในการนำหลักทฤษฎีทางการบริหารมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานเข้าสู่ภาคธุรกิจจริงอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ทำให้ร้านไอศกรีมตรึมโคนส์เป็นที่รู้จักแก่บุคคลภายนอกมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้