

โครงการวิจัย

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านอาหาร “ชาบูอินดี้” ในบริเวณ อ.เมือง จ.สมุทรสาคร

A Feasibility Study of an Establishment of SHABU – INDY in Amphoe Mueang,
Samut Sakhon



โครงการวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการจัดการ

คณะกรรมการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ใบรับรองโครงการวิจัย

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการจัดการ คณะการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง
การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านอาหาร “ชาบูอินดี้” ในบริเวณ อ.เมือง จ.สมุทรสาคร
A Feasibility Study of an Establishment of SHABU – INDY in Amphoe Mueang,
Samut Sakhon

โดย

นางสาวพรพรรณ สนิธิเศรษฐี 55100061

นางสาววิมลมาศ แดงหอม 55100082

นายวิศวัต จันทร์แสง 55100084

รายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
วิชาโครงการวิจัย หลักสูตร วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 21 มีนาคม พ.ศ.2559

ประธานกรรมการโครงการวิจัย 21/มีนาคม/พ.ศ.2559

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไอปอล สุวรรณเมฆ)

ประธานหลักสูตร 21/มีนาคม/พ.ศ.2559

(รองศาสตราจารย์อมรศรี ดันพิพัฒน์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ปีการศึกษา 2558

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านชาบูอินดี้ในบริเวณ อ.เมือง จ.สมุทรสาคร

ชื่อเรื่อง(ภาษาอังกฤษ) A Feasibility Study of an Establishment of SHABU – INDY in Amphoe Mueang, Samut Sakhon

ชื่อ-สกุล นางสาวพรพรรณ สนธิเศรษฐี

นางสาววิมลมาศ แต่งหอม

นายวิศวัต จันท์แสง

หลักสูตร บริหารธุรกิจเกษตร สาขาวิชา บริหารธุรกิจและการจัดการ

คณะ การบริหารและการจัดการ

ประธานกรรมการโครงการวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โอปอล์ สุวรรณเมฆ 21 มีนาคม 2559

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันร้านอาหารบุฟเฟต์เป็นที่นิยมในเมือง ซึ่งปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารธุรกิจแนวนี้ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวคนในปัจจุบันไปแล้ว ร้านบุฟเฟต์ราคาถูก ที่ดูทันสมัยไม่แพ้ร้านบนห้างสรรพสินค้า จึงกำลังได้รับความนิยมเพราะทำให้ราคาต่ำลงแต่คุณภาพอาหารดีและบริการที่ใกล้เคียง สะดวกในเรื่องของการเดินทาง ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้น ร้านชาบูอินดี้ (Shabu Indy) ก่อตั้งจากความชื่นชอบในการทานอาหารประเภทชาบู สุกี้ยากี้ของผู้ก่อตั้งเอง จากนั้นจึงได้ตัดสินใจเปิดร้านชาบูบุฟเฟต์สไตล์ไทย ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดีมีลูกค้าหลายท่านสนใจในธุรกิจและรสชาติอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชาบูอินดี้ จึงเกิดความสนใจต้องการประกอบธุรกิจร้านชาบู อินดี้ จากผลตอบรับและความสนใจลูกค้าส่วนนี้ ทางทีมงานชาบูอินดี้จึงได้มีแผนในการขยายสาขาโดยการขายแฟรนไชส์ให้กับบุคคลที่สนใจในธุรกิจอย่างเป็นทางการและจังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดปริมณฑลกรุงเทพมหานคร มีสภาพสังคมแบบกึ่งเมืองกึ่งชนบท มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกรวดเร็วประกอบกับมีโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมต่อการลงทุน จึงมีผู้ประกอบการด้านธุรกิจอุตสาหกรรมให้ความสนใจมาลงทุนตั้งโรงงานอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดสมุทรสาครเป็นจำนวนมากจึงส่งผลให้จำนวนประชากรในจังหวัดสมุทรสาครเพิ่มมากขึ้น การเลือกจัดตั้งร้านชาบูอินดี้ในบริเวณอ.เมือง จ.สมุทรสาคร จึงน่าสนใจลงทุนเป็นอย่างยิ่งและในการตัดสินใจ นั้นจะต้องใช้เงินลงทุนและมีความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของผลประโยชน์ที่จะได้รับในอนาคตดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ ก่อนการตัดสินใจลงทุนเพื่อลดความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นภายหลังการตัดสินใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาครั้งนี้ศึกษาโดยการออกแบบสอบถามจำนวน 200 ชุดเพื่อสอบถามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 และสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทร้านอาหารในพื้นที่ศึกษา เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน

การศึกษาทางด้านการตลาดพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในธุรกิจร้านชาบูอินดีพบว่า มีผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 65.5 ขนาดมูลค่าตลาดภายในบริเวณซอยเทศบาล 8 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เท่ากับ 14,826,720 บาทต่อปี และรายได้จากการประมาณการยอดขายในปีแรกเท่ากับ 6,432,938 บาท ซึ่งเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า มีความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนในธุรกิจร้านชาบูอินดีในบริเวณซอยเทศบาล 8 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

ทางด้านเทคนิคจากที่ได้ศึกษาทำเลที่ตั้งของโครงการอยู่ใกล้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นจุดที่ผู้คนสัญจรผ่านไปมาและสามารถสังเกตได้ง่าย มีระบบสาธารณูปโภคที่ดี ใกล้ห้างสรรพสินค้า แหล่งชุมชน แหล่งรวมร้านอาหาร และเป็นแหล่งการคมนาคมที่ความสะดวก ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคและสามารถขนส่ง วัสดุดิบได้ง่าย รวมถึงความสามารถในการจัดการด้านเงินลงทุน เนื่องจากเงินลงทุน คือ เงินส่วนที่นำมาใช้ในการทำโครงการเป็นเงินของส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด การจัดการกำลังคน สามารถจัดการได้ง่ายจึงสรุปได้ว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

ในด้านการเงิน ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินพบว่าโครงการมีระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ที่ 2 ปี 6 เดือน 17 วันมี อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.18 เท่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกและมีค่าเท่ากับ 1,374,949 บาทในอัตราคัดลดที่ร้อยละ 12 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 31.05 จากผลการวิเคราะห์ที่ได้ทำให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน อีกทั้งในการวิเคราะห์ค่าความแปรเปลี่ยนนั้นพบว่า การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านต้นทุนและด้านผลตอบแทน ได้เท่ากับ ร้อยละ 18.48 และ 15.60 ตามลำดับ เห็นได้ว่า การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนที่คำนวณได้อยู่ในเกณฑ์ที่มีค่าสูง หมายความว่าความเสี่ยงภัยในโครงการอยู่ในระดับต่ำ จากการวิเคราะห์ทางการเงินทำให้ทราบว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน คือโครงการมีกำไรในการลงทุน จึงสรุปได้ว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางการเงิน และสรุปได้ว่าสามารถยอมรับโครงการธุรกิจร้านชาบูอินดีบริเวณซอยเทศบาล 8 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครได้

ซึ่งสรุปว่าเห็นควรดำเนินการในธุรกิจจากความเป็นไปได้ทางด้านตลาด เทคนิค การเงิน

ข้อเสนอแนะทางการตลาดควรศึกษาเรื่อง ปัจจัยภายนอก และ 5 force อย่างละเอียดและถี่ถ้วนเพราะจะเป็นเหมือนภูมิหรือใบเบิกทางให้ตัวผู้ประกอบการหรือผู้ลงทุนเอง เหมือนดังสุภาษิตที่ว่า “รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้งชนะร้อยครั้ง” และยังเป็นการลดความเสี่ยงด้านต่างๆ ที่จะส่งผลไปถึงกิจการในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะทางด้านเทคนิคสิ่งที่ควรให้ความสำคัญคือคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า เพราะล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของทางร้าน สำหรับทำเลที่ตั้งของโครงการนั้นตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ทั้งด้านการคมนาคม ด้านสาธารณูปโภค สภาพเศรษฐกิจที่เหมาะสม และการจัดหาวัตถุดิบสะดวก จึงมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

ข้อเสนอแนะทางการเงินผู้ลงทุนนั้นจำเป็นต้องควบคุมค่าใช้จ่ายและการสั่งซื้อของ ในแต่ละวัน ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้โครงการดำเนินไปอย่างราบรื่นแต่หากในอนาคตสถานะเศรษฐกิจมีความผันผวนทำให้ต้นทุนเกินกว่า ร้อยละ 18.48 ทำให้โครงการขาดทุนก็ไม่ควรดำเนินโครงการต่อและกิจการควรให้ความสำคัญกับเงินทุนหมุนเวียนภายในโครงการ



คำนิยม

โครงการวิจัยฉบับนี้จัดทำขึ้นจนสำเร็จเรียบร้อยเป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องด้วยความอนุเคราะห์จากผศ.ดร.โอปอล์ สุวรรณเมฆ ประธานกรรมการ รวมทั้งอาจารย์ ดร.ปรเมศร์ อัสวเรืองพิภพ กรรมการสอบโครงการวิจัย ที่กรุณาให้คำปรึกษาชี้แนะ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ โดยละเอียด จนทำให้ได้รายงานที่สมบูรณ์ สร้างความภูมิใจแก่คณะผู้จัดทำอย่างมาก ที่กรุณาให้คำแนะนำในส่วนของการสอบโครงการวิจัย ตลอดจนอาจารย์ประจำสาขา วิชาสาขาบริหารธุรกิจ เกษตรที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และประสิทธิประสาทวิชาความรู้ตลอดหลักสูตรการศึกษา คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

นอกจากนี้คณะผู้จัดทำขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่ควบคุมห้องคอมพิวเตอร์คณะกรรมการบริหารและจัดการทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอด

สุดท้ายนี้คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ที่รักและเคารพอย่างสูง รวมถึงขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่เป็นกำลังใจ ให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือในทุกเรื่อง

พรพรรณ สนิทเศรษฐี
วิมลมาศ แดงหอม
วิสวชิต จันทร์แสง
มีนาคม 2559

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	I
คำนิยาม.....	IV
สารบัญ.....	V
สารบัญตาราง	VIII
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1. ที่มาและความสำคัญ.....	1
2. วัตถุประสงค์.....	5
3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
4. ขอบเขตการศึกษา.....	5
5. คำนิยามศัพท์.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
1. การศึกษาความเป็นไปได้สำหรับโครงการ.....	7
1.1 ระยะก่อนการลงทุน	8
1.2 ระยะลงทุน.....	8
1.3 ระยะดำเนินการ	8
2. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด.....	8
2.1 การศึกษาทางด้านการตลาดของโครงการ	9

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

2.2 การวิเคราะห์สภาวะตลาด	9
2.3 การพยากรณ์ความต้องการของตลาด	11
2.4 การประมาณการยอดขายสินค้า.....	12
2.5 การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด	12
3. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค	13
3.1 ระบบการผลิต	13
3.2 ทำเลที่ตั้ง	14
3.3 การสรุปผลการศึกษาด้านเทคนิค.....	14
4. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน.....	14
4.1 การสรุปผลการศึกษาด้านการเงิน.....	22
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
6. กรอบแนวความคิด	27
7. สมมติฐานของการศึกษา.....	28
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	29
1. การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data).....	29
1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)	30
2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
3. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านตลาด	31
4. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค	33
5. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน.....	34

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการศึกษา	38
1. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด	38
1.1 การวิเคราะห์สถานะตลาด	43
1.2 แนวโน้มของตลาด.....	44
1.3 ส่วนแบ่งทางการตลาด	45
1.4 พยากรณ์ความต้องการของตลาด	49
1.5 การประมาณการยอดขาย	49
1.6 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	50
2. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค.....	51
2.1 ข้อมูลของโครงการของการลงทุน	51
2.2 การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ.....	58
2.3 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค.....	62
3. การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	63
3.1 รายละเอียดของโครงการ.....	63
3.2 ผลการวิเคราะห์ด้านการเงิน	66
3.3 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน	67
3.4 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	69
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	70
1. สรุป.....	70
2. ข้อเสนอแนะ	72
เอกสารอ้างอิง.....	73
ภาคผนวก ก	76
ภาคผนวก ข	79
ภาคผนวก ค	81

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร	3
ตารางที่ 2 จำนวนประชากรจังหวัดสมุทรสาคร	4
ตารางที่ 3 ตัวอย่างการประมาณการยอดขายสินค้าของโครงการ	12
ตารางที่ 4 งบกำไรขาดทุน.....	15
ตารางที่ 5 งบกระแสเงินสด.....	16
ตารางที่ 6 งบกระแสเงินสดรวม	18
ตารางที่ 7 การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ	18
ตารางที่ 8 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV).....	19
ตารางที่ 9 การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ(IRR)	19
ตารางที่ 10 การคำนวณอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน(BCR)	20
ตารางที่ 11 สรุปเกณฑ์การตัดสินใจการลงทุน โครงการ	37
ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน	39
ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของร้านบุฟเฟ่ต์ที่นิยมบริโภค วัน ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ ผู้ร่วมบริโภค โอกาสในการบริโภค สิ่งที่มีอิทธิพลในการเลือก ลักษณะที่ตั้งร้าน แนวโน้มการบริโภค จำนวนผู้ที่บริโภคด้วยกัน และเวลาในการบริโภค.....	41
ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความรู้จักชาบูอินดี้ การตัดสินใจใช้ บริการ ช่องทางการเข้าถึง ค่าใช้จ่ายที่ยอมจ่ายในแต่ละครั้ง และความถี่ในการใช้บริการ	42
ตารางที่ 15 พยากรณ์ปริมาณความต้องการของตลาดตั้งแต่ปีที่ 2 – 5	49
ตารางที่ 16 การประมาณการยอดขายร้านชาบูอินดี้	50
ตารางที่ 17 ต้นทุนวัตถุดิบ.....	51
ตารางที่ 18 งบประมาณการเงินเดือนของพนักงาน.....	53
ตารางที่ 19 งบประมาณการลงทุนเครื่องมือ และอุปกรณ์เริ่มต้นของ โครงการ	54
ตารางที่ 20 รายการอุปกรณ์แถมจากการทำสัญญาซื้อขายแฟรนไชส์ชาบูอินดี้.....	55
ตารางที่ 21 ประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ	59
ตารางที่ 22 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการผลิต	60

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง(ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 23 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	60
ตารางที่ 24 การประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานไม่รวมค่าเสื่อมราคา	61
ตารางที่ 25 การประมาณกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ.....	64
ตารางที่ 26 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ(บาท).....	65
ตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงินของโครงการ	66
ตารางที่ 28 การวิเคราะห์ความแปรเปลี่ยน	68



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 ขั้นตอนการวิเคราะห์โครงการทางด้านการตลาด	9
ภาพที่ 2 กรอบแนวความคิด	27
ภาพที่ 3 ภาพทำเลที่ตั้ง	56
ภาพที่ 5 บรรยากาศร้าน 1	57
ภาพที่ 6 บรรยากาศร้าน 2	57
ภาพที่ 6 การวางผังกิจการ	57



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

คงพูดได้อย่างเต็มปากเต็มคำว่ายุคนี้เป็นยุคของการแสวงหาความสุขจากการบริโภค โดยเฉพาะความสุขจากการบริโภคอาหารแบบที่เรียกว่า 'บุฟเฟต์' (Buffet) นั่นถือว่าได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ด้วยความที่เป็นช่องทางเลือกรับรสชาติแบบไม่อื่น ทั้งผู้บริโภคเองก็สามารถคิดสรรอาหารได้อย่างพึงพอใจ จนดูเหมือนว่าพฤติกรรมการกินเพื่อดำรงอยู่ในยุคเก่าก่อนได้ปรับเปลี่ยนมาเป็นการอยู่เพื่อการรับประทานอาหารจากเมนูอาหารบุฟเฟต์ที่หลากหลายและรวบรวมมาจากหลากหลายประเทศ

ในประเทศไทยเอง ก็มีอาหารบุฟเฟต์ให้เลือกอิมมอร์อยู่ตั้งแต่ราคาหลักร้อยไปจนถึงราคาหลักพันจนกระทั่งราคาหลักหมื่น สำหรับร้านอาหารบุฟเฟต์ราคาย่อมเยาว์เช่น หมูกระทะบุฟเฟต์ หรือราคาปรับขึ้นมาอีกเช่น บุฟเฟต์เล็ก บุฟเฟต์ไอศกรีม บุฟเฟต์อาหารญี่ปุ่น บุฟเฟต์อาหารเกาหลี ที่มีให้เลือกหลากหลายสไตล์ทั้งปิ้งย่าง ชาบูชาบู ฯลฯ ไปจนกระทั่งราคาระดับสูงอย่างเช่น บุฟเฟต์นานาชาติที่เป็นเหมือนสวนสวรรค์ของผู้ที่หลงไหลในรสชาติแห่งอาหาร เหล่านี้เองก็เสมือนเป็นตัวการันตีว่า บุฟเฟต์ได้เข้ามาเป็นวัฒนธรรมการบริโภคของกลุ่มคนส่วนใหญ่ในสังคมไทยไปแล้ว (นฤมล ประพฤทธิ์ , 2555)

ปัจจุบัน คำว่า บุฟเฟต์ ในภาษาไทย ได้ขยายความหมายถึงแบบการขายอาหารซึ่งผู้ขายจัดอาหารไว้หลายอย่าง และคิดราคาอาหารเหมาเป็นรายบุคคลด้วย ผู้ซื้อเลือกหยิบอาหารรับประทานเองและรับประทานได้เต็มที่ตามความพอใจ ทั้งมีการจัดอาหารหลายๆ แบบด้วย เช่น บุฟเฟต์อาหารไทย บุฟเฟต์อาหารญี่ปุ่น บุฟเฟต์อาหารเจ บุฟเฟต์ข้าวต้ม บุฟเฟต์อาหารปิ้งย่าง ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ทั้งที่เป็นแบรนด์ของอาหารต่างชาติ เช่น ชาบูชิ โออิชิ หรือแบรนด์ไทยอย่างฮอทพ็อต หรือแม้กระทั่งในโรงแรมห้าดาวก็มีการจัดอาหารบุฟเฟต์อาหารไว้บริการลูกค้า เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านของความคุ้มค่าและความหลากหลายในรูปแบบของผู้บริโภคอาหารชนิดต่างๆ (กาญจนา นาคสกุล, 2550)

ในปี 2558 นี้ ต้นทุนในการขยายสาขาของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจะเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดให้กลยุทธ์การขยายสาขาของเซ่นร้านอาหารเปลี่ยนแปลงไป โดยมองว่ากลยุทธ์การขยายสาขาของเซ่นร้านอาหารในปี 2558 จะให้ความสำคัญกับการคัดเลือกทำเลที่ตั้งที่จะขยายสาขามากขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง โดยต้องเป็นพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและการแข่งขัน ของธุรกิจร้านอาหารในพื้นที่ยัง

ไม่รุนแรงมากนัก รวมถึงยังให้ความสำคัญกับการคัดเลือกแบรนด์ร้านอาหารให้เหมาะสมกับเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำลังซื้อ ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ที่จะขยายสาขามากขึ้น อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการนำเสนอรูปแบบอาหารที่แปลกใหม่และสอดคล้องกับ รูปแบบการรับประทานอาหารนอกบ้านของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอีกด้วย เพื่อให้เม็ดเงินการลงทุนขยายธุรกิจร้านอาหารเป็นไปอย่างคุ้มค่าสูงสุด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2557)

ในปี 2558 นี้ เซนร้านอาหารยังคงเป็นกลุ่มธุรกิจร้านอาหารที่เติบโตอย่างโดดเด่นกว่าการเติบโตของมูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหารโดยรวม จากการที่ผู้ประกอบการธุรกิจเซนร้านอาหารรายเดิมในตลาดยังคงขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยคาดการณ์ว่า ในปี 2558 นี้ เซนร้านอาหารจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 108,000 - 110,000 ล้านบาท เติบโตอยู่ในกรอบร้อยละ 6.9 - 8.9 จากในปี 2557 โดยการเติบโตของมูลค่าตลาดเซนร้านอาหารในปี 2558 ดังกล่าว นอกจากจะเป็นผลมาจากค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าของคนไทยต่อคนต่อครั้งปรับตัวสูงขึ้น จากการกระตุ้นการรับประทานอาหารเช้าเพิ่มขึ้นโดยผู้ประกอบการธุรกิจเซนร้านอาหาร แล้ว ส่วนหนึ่งยังเป็นผลมาจากการปรับตัวสูงขึ้นของต้นทุนการประกอบธุรกิจร้านอาหารในระดับที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจเซนร้านอาหารจำเป็นต้องปรับราคา อาหารให้สูงขึ้นตามไปด้วย

กล่าวได้ว่า ในปี 2558 นี้ ความคุ้มค่าจะกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าให้น้ำหนักในการตัดสินใจเลือก ใช้บริการร้านอาหาร โดยที่ผ่านมา ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่จะเลือกนำเสนอความคุ้มค่าในรูปแบบการ จัดโปร โมชันการรับส่วนลด ซึ่งอาจส่งผลให้ลูกค้าที่เลือก รับประทานอาหารที่ร้านอาหารเฉพาะในช่วง การจัดโปร โมชันในรูปแบบการมอบส่วนลดเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมีทางเลือกในการนำเสนอความคุ้มค่าในรูปแบบอื่นๆ ได้ ผ่านการให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ เช่น รสชาติอาหาร ความแตกต่างและความหลากหลายของอาหาร การตกแต่งร้าน การให้บริการ เป็นต้น โดยผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารต้องให้ความสำคัญกับการกระตุ้นให้ลูกค้ามีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าต่อคนต่อครั้งสูงขึ้น ขยายฐานลูกค้าไปในวงกว้างมากขึ้น รวมถึงดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการซ้ำควบคู่กันไป (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2557)

ในปัจจุบันร้านอาหารบุฟเฟ่ต์เป็นที่นิยมในเมือง ซึ่งปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารธุรกิจแนวนี้ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวคนในปัจจุบันไปแล้ว ร้านบุฟเฟ่ต์ราคาถูก ที่ดูทันสมัยไม่แพ้ร้านบนห้างสรรพสินค้า จึงกำลังได้รับความนิยมเพราะทำให้ราคาต่ำลงแต่คุณภาพอาหารดี และบริการที่ใกล้ชิด สะดวกในเรื่องของการเดินทาง ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้น อีกหนึ่งร้านที่มาแรงในยุคสมัยนี้คือร้าน "ชาบูอินดี้" ที่สร้างตลาดได้เร็วมาก (สมถวิล สีลาสุวรรณ,2558)

ร้านชาบูอินดี้ (Shabu Indy) ก่อตั้งจากความชื่นชอบในการทานอาหารประเภทชาบู สุกียากี้ของผู้ก่อตั้งเอง จากนั้นจึงได้ตัดสินใจเปิดร้านชาบูบุฟเฟ่ต์สไตล์ไทยขึ้นเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2554 ที่ 2019 ถนนสีปรี 24 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เป็นสาขาแรก โดยมีชื่อร้านว่า "ชาบู อินดี้"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อชาบู อินดี้ เปิดบริการสาขาที่ 2 ในจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดีมีลูกค้าหลายท่านสนใจในธุรกิจและรสชาติอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชาบูอินดี้ จึงเกิดความสนใจต้องการประกอบธุรกิจร้านชาบู อินดี้ จากผลตอบรับและความสนใจของลูกค้าส่วนนี้ ทางทีมงานชาบู อินดี้จึงได้มีแผนในการขยายสาขาโดยการขายแฟรนไชส์ให้กับบุคคลที่สนใจในธุรกิจอย่างเป็นทางการ หลังจาก 3 เดือนที่เปิดสาขา 2 ที่พิษณุโลก ด้วยประสบการณ์ที่ทุ่มเทมาตลอดระยะเวลา 3 ปี ในด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้า วัตถุดิบและบริการ ปัจจุบันชาบู อินดี้ มีสาขาพร้อมให้บริการ 84 สาขาทั่วประเทศ เป้าหมายธุรกิจชาบู อินดี้ ภายในปี 2558 ต้องการขยายสาขาให้ได้ตามเป้าหมายคือ 100 สาขาที่พร้อมบริการทั่วประเทศ (กฤตภาส ศรีหนองโคต,2557)

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดชายทะเล ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย เป็นจังหวัดปริมณฑล ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 30 กิโลเมตร มีพื้นที่ 872.347 ตารางกิโลเมตร อาณาเขตติดต่อ ทิศเหนือ ติดกับจังหวัดนครปฐม ทิศใต้ ติดกับอ่าวไทย ทิศตะวันออกติดกับกรุงเทพมหานคร ทิศตะวันตก ติดกับจังหวัดสมุทรสงคราม และจังหวัดราชบุรี (สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร,2557)

นอกจากนี้ยังมีสภาพสังคมแบบกึ่งเมืองกึ่งชนบท มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว ประกอบกับมีโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมต่อการลงทุน จึงมีผู้ประกอบการด้านธุรกิจอุตสาหกรรมให้ความสนใจมาลงทุนตั้งโรงงานอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดสมุทรสาครเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2512 – 2555 จังหวัดสมุทรสาคร มีโรงงานอุตสาหกรรมตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาครจำนวน 5,212 จำนวนการจ้างแรงงาน 388,295 คน (สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร,2555)

ตารางที่ 1 จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัด

อำเภอ	จำนวนโรงงาน	แรงงาน
เมืองสมุทรสาคร	2,901	238,766
กระทุ่มแบน	2,192	146,050
บ้านแพ้ว	119	3,479
รวม	5,212	388,295

ที่มา:สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร

เศรษฐกิจจังหวัดสมุทรสาครปี 2557คาดว่าจะขยายตัวในอัตราร้อยละ 5.1 จากด้านอุปสงค์ในภาคบริการและภาคอุตสาหกรรมยังคงขยายตัวในเกณฑ์ดีส่วนด้านอุปทานคาดว่าจะยังขยายตัวต่อเนื่อง (กลุ่มงานบริหารการคลังและเศรษฐกิจ สำนักงานคลังจังหวัดสมุทรสาคร,2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากข้อมูลของศูนย์บริหารการทะเบียนภาค 7 สาขาจังหวัดสมุทรสาคร พบว่าในปี 2557 ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม จังหวัดสมุทรสาครมีประชากรรวมทั้งสิ้น 531,887 คน เป็นชาย 256,880 คน (ร้อยละ 48.30) หญิง 275,007 คน (ร้อยละ 51.70) พื้นที่ที่มีประชากรมากที่สุดได้แก่อำเภอเมืองสมุทรสาคร มีประชากรทั้งสิ้น 270,345 คน รองลงมาได้แก่ อำเภอกระทุ่มแบน 165,541 คน และ อำเภอบ้านแพ้ว 96,001 คน (ศูนย์บริหารการทะเบียนภาค 7,2557)

ตารางที่ 2 จำนวนประชากรจังหวัดสมุทรสาคร

ลำดับ ที่	เขตพื้นที่	จำนวนประชากร(คน)			ร้อยละ(%)		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
1	อ.เมืองสมุทรสาคร	130,116	140,229	270,345	48.13	51.87	100.00
2	อ.กระทุ่มแบน	80,227	85,314	165,541	48.46	51.54	100.00
3	อ.บ้านแพ้ว	46,537	49,464	96,001	48.48	51.52	100.00
รวม		256,880	275,007	531,887	48.30	51.70	100.00

ที่มา:ศูนย์บริหารการทะเบียนภาค 7 สาขาจังหวัดสมุทรสาคร

สำหรับ โอกาสของร้านชาบูอินดี้ ในจังหวัดสมุทรสาครนั้น เป็นทำเลที่น่าสนใจเพราะในบริเวณพื้นที่นั้นมีร้านชาบูจำนวนมากใน ร้านชาบูอินดี้จึงเป็นร้านที่น่าสนใจ เป็นการเพิ่มตัวเลือกให้กับผู้บริโภคที่จะมาใช้บริการเนื่องจากคุณภาพของอาหารที่ดีและราคาถูกรวมทั้งในบริเวณนั้น มีนิคมอุตสาหกรรมสินสาคร ห้างสรรพสินค้า ตลาดมหาชัยซึ่งเป็นตลาดสดขนาดใหญ่ ทำให้มีผู้คนสัญจรไปมาอยู่ใกล้กับถนนพระราม2 ซึ่งเป็นถนนหลักในบริเวณนั้นที่ผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมาก โดยผลของการวิจัยจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจชาบู ได้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการเปิดบริการร้านชาบู และจะได้นำมาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มาเป็นครอบครัวในตอนเย็นซึ่งเป็นมือพักผ่อนของครอบครัว จัดเป็นเป้าหมายหลักของธุรกิจนี้ ผู้ประกอบการจึงควรหาวิธีจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกร้านของตนและหาทางตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

จากเหตุผลดังกล่าวเป็น โอกาสที่ดี และน่าสนใจในการลงทุนทำธุรกิจร้านอาหารชาบูอินดี้เป็นอย่างยิ่ง แต่ในการลงทุนมีความเสี่ยงและไม่แน่นอนในการทำธุรกิจ เช่น ความไม่แน่นอนของผลประโยชน์ที่ได้รับในอนาคต ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านอาหารชาบูอินดี้ เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงและการลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของการลงทุนร้านชาบู อินดี้
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของการลงทุนร้านชาบู อินดี้
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของการลงทุนร้านชาบู อินดี้

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจและแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ที่สนใจในการทำธุรกิจร้านอาหารชาบู อินดี้ ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยสามารถนำความรู้และข้อมูลที่ได้จากการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงินในครั้งนี้ให้แก่ผู้ที่สนใจลงทุนนำไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจลงทุนได้ และยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจทั่วไปสามารถนำรูปแบบการวิเคราะห์ไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจอื่นๆได้ และยังเป็นส่วนประกอบในการเขียนแผนธุรกิจ เพื่อใช้ในการหาแหล่งเงินทุน

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งร้านอาหารชาบู อินดี้ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้บริโภคที่มาใช้บริการภายในอำเภอ เมือง จังหวัด สมุทรสาคร ระยะเวลาโครงการ 5 ปีตามอายุสัญญาของแฟรนไชส์ชาบูอินดี้

1.5 คำนิยามศัพท์

Buffet ในภาษาไทย บุฟเฟต์ เรียกการเลี้ยงอาหารแบบที่จัดวางอาหารทั้งหมดไว้บนโต๊ะ และให้ผู้ที่เป็นแขกในงานเดินไปตักอาหารต่าง ๆ นั้นด้วยตนเอง ในบางครั้งอาจมีผู้ช่วยจัดอาหารไว้เป็นงาน ๆ แต่ผู้เป็นแขกก็ต้องไปหยิบอาหารเหล่านั้นเอง ปัจจุบัน คำว่า บุฟเฟต์ ในภาษาไทยได้ขยายความหมาย ถึงแบบการขายอาหารซึ่งผู้ขายจัดอาหารไว้หลายอย่าง และคิดราคาอาหารเหมาเป็นรายบุคคลด้วย ผู้ซื้อเลือกหยิบอาหารรับประทานเองและรับประทานได้เต็มที่ตามความพอใจ ทั้งมีการจัดอาหารหลาย ๆ แบบด้วย เช่น บุฟเฟต์อาหารไทย บุฟเฟต์อาหารเจ บุฟเฟต์ข้าวต้ม การกินอาหารแบบบุฟเฟต์ มีต้นกำเนิดจากประเทศสวีเดนตั้งแต่ยุคไวกิ้ง ชาวไวกิ้งถูกเรียกว่า โจรสลัดแห่งยุโรปเหนือ เป็นชนเผ่าที่มีทักษะในการเดินเรือสูง ดำรงชีพด้วยการซื้อขายสินค้าและปล้นสะดม พวกเขาใช้ชีวิตส่วนใหญ่บนเรือที่แล่นอยู่กลางทะเล เวลาขึ้นฝั่งพวกเขาจึงมักสั่งอาหารที่อยากกินมาวางเต็มโต๊ะ จากนั้นก็ให้แต่ละคนเลือกกินตามใจชอบ จึงเป็นที่มาของอาหารบุฟเฟต์ อารยธรรมการกินอาหารแบบนี้ถูกชาวฝรั่งเศสขนานนามว่า “บุฟเฟต์” (บูบ-เฟ็, buffet) และแพร่หลายไปทั่วโลก ปัจจุบัน การกินอาหารบุฟเฟต์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีความหลากหลายมากขึ้นมีอาหารทะเล ขนมหวาน และผลไม้เพิ่มเข้ามา แต่จุดเด่นอย่างเดียวที่ไม่เปลี่ยนคือ ต้องบริการตัวเอง

Shabu ชาบู คือการเอาเนื้อสัตว์ชิ้นบาง ๆ ไปจุ่มหรือลวกในน้ำซุปร้อน ๆ ให้พอสุก คำว่าชาบู มาจากเสียงของเนื้อเวลาจุ่มลงในน้ำ ถือกำเนิดจากเมืองโอซาก้า ประเทศญี่ปุ่น ในช่วงปี ค.ศ.1952 เป็นอาหารประเภทหม้อไฟอย่างหนึ่ง ส่วนประกอบหลักของ “ชาบู ชาบู” ก็คือเนื้อวัวชิ้นบางๆ แต่ถ้าใครไม่กินเนื้อวัวก็สามารถใช้เนื้อหมูแทนได้ รสชาติก็จะต่างไปอีกแบบ โดยมีการดัดแปลงมาจากหม้อไฟของปักกิ่ง ประเทศ จีน ซึ่งใช้เนื้อแกะนอกจากเนื้อแล้ว ก็จะมีผักสดๆ ที่นิยมใส่คือ เห็ดหอมสด เห็ดเข็มทอง ผักกาดขาวและเต้าหู้ ส่วนน้ำซุปร้อนๆ ก็จะเป็น ซุปคอมบุ คือสาหร่ายทะเลชนิดหนึ่ง ชาบูชาบู เป็นอาหารสุขภาพของญี่ปุ่นโดยใช้เนื้อ (วัว, หมู, ไก่, ปลา,...) นำมาแล่บางๆแล้วนำลงไปแกว่งในน้ำซุปร้อนๆ ให้พอสุกได้ที่แล้วจิ้มกับน้ำจิ้มกินแตกต่างจากสุกี้(Sukiyaki)จะเป็นน้ำซอสสีดำๆ รสหวานเค็ม ใส่เนื้อสไลด์ เต้าหู้ ผักต่างๆ บวกเส้นหอมใหญ่ ฯลฯ ลงไปพร้อมกันพอเนื้อสุกก็คีบมาจุ่มในไข่ไก่ดิब्แล้วกิน ไม่มีน้ำจิ้ม เพราะน้ำซุปร้อนๆ จะเข้มข้นอยู่แล้ว น้ำซุปร้อนๆ จะมีสีน้ำตาลออกรสหวานเค็ม

Shabu INDY เป็นร้านชาบูบุฟเฟ่ต์ที่ให้บริการแบบ อิ่มไม่อั้น ไม่จำกัดเวลาโดยมีงานแรกที่ใหญ่ คุ่ม รวมวัตถุดิบสดหลากหลายมาเสิร์ฟให้ในครั้งแรกเมื่อลูกค้าเข้ามาทานชาบู อินดี้ และยังสามารถสั่งอาหารเพิ่มได้ตามรายการเมนูได้แบบไม่อั้น และสามารถนั่งทานได้แบบไม่จำกัดเวลา และได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีรสชาติชาบู น้ำจิ้มที่มีเอกลักษณ์เหมาะสำหรับคนไทยที่ชอบรสชาติกลมกล่อมของน้ำซุปร้อนๆ และความแซ่บของน้ำจิ้มสูตรเฉพาะของชาบูอินดี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ในเรื่องของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน โดยทำการรวบรวมผลงานการศึกษางานวิจัยและเอกสารอื่นๆ รวมถึงการตั้งสมมติฐานของการศึกษาได้กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้สำหรับโครงการ

2.1.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

2.1.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค

2.1.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 กรอบแนวคิด

2.4 สมมติฐาน

2.1 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการก็คือ การศึกษาและการจัดทำเอกสารที่ประกอบไปด้วยข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นที่แสดงถึงเหตุผลสนับสนุน (justification) ความถูกต้องสมบูรณ์ (soundness) ของโครงการ เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่ดี โดยโครงการที่ดีได้แก่ โครงการที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเมื่อปฏิบัติแล้วจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน เหตุที่ต้องศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เนื่องมาจากปัจจุบันมีทรัพยากรอยู่อย่างจำกัด มีการแข่งขันสูง เทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดจนความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามภาวะเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งปัจจัยต่างๆเหล่านี้มีผลกระทบต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของโครงการ ดังนั้นจึงจำเป็นจะต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการลงทุน (ชัยยศ , 2539)

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเป็นเพียงขั้นตอนหนึ่งในระยะก่อนการลงทุนของวงจรพัฒนาโครงการ ซึ่งเป็นวงจรที่บอกขั้นตอนการดำเนินงานต่างๆ ในการบริหารเป็นลำดับขั้น ตั้งแต่ความคิดริเริ่ม โครงการจนกระทั่งระยะเริ่มดำเนินการผลิตวงจรการพัฒนาโครงการ ประกอบด้วยช่วงระยะเวลาต่างๆ ที่แบ่งออกเป็น 3 ช่วงระยะด้วยกันดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ระยะก่อนการลงทุน ได้แก่ การศึกษาสถานการณ์ทั่วไป เพื่อดูว่าควรลงทุนในโครงการใด เมื่อเลือกโครงการได้แล้วจึงทำการศึกษาความเป็นไปได้ จากนั้นจึงประเมินผลโครงการและตัดสินใจลงทุนต่อไป

- ระยะลงทุน ในขั้นตอนนี้ผู้ลงทุนจะเริ่มดำเนินงานตามแผนงาน และเริ่มลงทุนตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ ได้แก่ การออกแบบทางวิศวกรรมต่างๆ การกำหนดเงื่อนไขทางเทคนิค และทางการค้า การติดต่อทำสัญญา การรับสมัครพนักงานและการจัดฝึกอบรมพนักงาน

โดยการลงทุนธุรกิจร้านชาบูอินดี้

- ค่าแฟรนไชส์ 500,000 บาท อายุสัญญา 5 ปี

- งบประมาณในการก่อสร้างตกแต่ง ระบบต่างๆ และอุปกรณ์ต่างๆ ในร้านผู้ซื้อแฟรนไชส์เป็นผู้จ่ายเอง

- งบประมาณการลงทุน 1.7 ล้านบาท ไม่รวมเงินประกันเช่าร้าน (สำหรับมาตรฐานพื้นที่ 200 ตร.ม.) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพอาคารที่ต้องปรับปรุง

- ระยะดำเนินการ เป็นระยะสุดท้ายหลังจากผู้ริเริ่มโครงการได้ลงทุนไปในโครงการแล้ว ต่อจากนี้ผู้ริเริ่มโครงการมีหน้าที่ดำเนินการให้เป็นไปตามแผน และติดตามผลงานเป็นระยะๆ จนกว่าจะสิ้นสุดโครงการหลังจากนั้นจะเป็นขั้นตอนในการวิเคราะห์โครงการทางด้านต่างๆ ดังนี้

2.1.1 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจ ได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาซึ่งจะมีผลทำให้ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาดังนั้นผู้ที่ทำการลงทุนในโครงการต่างๆ ไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่จึงควรต้องทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดเสียก่อน ทั้งนี้เพราะการศึกษาด้านการตลาดจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแน่ใจได้ในระดับหนึ่งว่า โครงการจะสามารถให้ผลตอบแทนคุ้มกับเงินที่ลงทุนไปหรือไม่ อีกนัยหนึ่งคือสามารถอยู่รอดและทำกำไรได้ในระยะยาว (ฐาปนา , 2542)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้คาดการณ์มูลค่าตลาดร้านอาหารที่เป็นเครือข่ายในปีนี้จะมียอดค่า 97,431 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่มีมูลค่า 85,466 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่มีมูลค่า 85,466 ล้านบาท ร้านอาหารประเภทไก่และเบอร์เกอร์, สุกี้และชาบู, และอาหารญี่ปุ่น ยังคงมีมูลค่าตลาดในสัดส่วนที่สูงใน 3 อันดับแรก คิดเป็นสัดส่วนรวมกันประมาณร้อยละ 60 ของมูลค่าตลาดร้านอาหารที่เป็นเครือข่ายธุรกิจอาหาร โดยรวม ทั้งนี้ ร้านอาหารญี่ปุ่นมีอัตราการเติบโตสูงสุด คือ ร้อยละ 20 ส่วนร้านอาหารไทยและร้านสุกี้และชาบูเติบโตร้อยละ 15 และร้านอาหารปิ้งย่างเติบโตร้อยละ 16

สำหรับเจ้าตำรับอาหารญี่ปุ่นอย่าง ชาบูชิ มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 33% จากมูลค่าตลาดรวมร้านอาหารญี่ปุ่นราว 22,000 ล้านบาท โดยปีที่ผ่านมาคาดว่าสามารถปีติรายได้ใกล้เคียงกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป้าหมายที่วางไว้ที่ 7,000 ล้านบาท หรือเติบโตเพิ่มขึ้นราว 18% จากกิจกรรมทางการตลาดที่มีต่อเนื่องมาตลอดทั้งปี

2.1.1.1 การศึกษาทางด้านการตลาดของโครงการ

จะเป็นสภาวะตลาด ประกอบไปด้วยการศึกษาถึงขนาดของตลาด (market size) แนวโน้มตลาด (market trend) และส่วนแบ่งตลาด (market share) นอกจากนี้ยังศึกษาถึงลักษณะของอุปสงค์ตลาด ขอบเขตของตลาดและลักษณะลูกค้าเป้าหมายตลอดจนสถานการณ์การแข่งขันในตลาดทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการเจาะตลาด ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเมื่อได้ตัดสินใจดำเนินโครงการอีกด้วย ซึ่งกระบวนการในการศึกษาทางด้านการตลาด อาจแบ่งขั้นตอนใหญ่ๆ ได้ 4 ขั้นตอน ตามลำดับดังนี้



ภาพที่ 2.1 ขั้นตอนการวิเคราะห์โครงการทางด้านการตลาด (อัญญา, 2542)

2.1.1.2 การวิเคราะห์สภาวะตลาด

ทำไปเพื่อตอบปัญหาสำคัญ 3 ประการคือ ขนาดของตลาด(Market size) ใหญ่เล็กเพียงใดตลาดมีแนวโน้มในอนาคต (Market trend) ไปในทางที่ดีขึ้นทรงตัวหรือเลวลงและ โครงการจะได้ส่วนแบ่งตลาด (Market share) นั้นมากน้อยเพียงใดมีรายละเอียดดังนี้

วิธีการวัดขนาดของศักยภาพรวมของตลาด หมายถึง ยอดขายสูงสุด ของอุตสาหกรรมที่อาจเกิดขึ้น ในคาบเวลาที่กำหนด ภายใต้การใช้ความพยายามทางการตลาด ตามแผนอย่างเต็มที่ ผู้ประกอบการทุก ๆ รายในอุตสาหกรรมนั้นๆ และอยู่ภายใต้สภาวะแวดล้อม เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ในแผนการตลาดดังสมการ

$$Q = n \times q \times p$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดย Q แทน จำนวนความต้องการของตลาดทั้งหมด

n แทน จำนวนผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในตลาดที่จะทำการวัด

q แทน ปริมาณการซื้อ โดยเฉลี่ยต่อผู้ซื้อ 1 คน

p แทน ราคาผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อหน่วย

2.1.1.2.1 ศึกษาขนาดของตลาด (market size) ในภาพกว้าง ขนาดของตลาด คือ จำนวนประชากรที่มีอยู่ในตลาดหนึ่งๆ เช่น ประเทศจีนเป็นตลาดขนาดใหญ่ เนื่องจากมีประชากรมากถึง 1.2 พันล้านคน ขณะที่นิวซีแลนด์เป็นตลาดขนาดเล็ก เพราะมีประชากรเพียง 3 ล้านคนเท่านั้น อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยอื่นที่เป็นตัวกำหนดขนาดของตลาดอีก เช่น

2.1.1.2.1.1 อำนาจการซื้อ (purchasing power) ซึ่งก็คือรายได้ของผู้คนในตลาดนั้นๆ โดยดูจากรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี (per capita income) เช่น ในกรณีนิวซีแลนด์ แม้จะมีประชากรน้อย แต่ก็เป็กลุ่มประชากรที่มีอำนาจซื้อสูง เป็นต้น

2.1.1.2.1.2. อัตราการบริโภค (consumption rate) ซึ่งหมายถึง ความถี่ในการบริโภคสินค้าหนึ่งๆ นิยมวัดเป็นปริมาตร หรือหน่วยน้ำหนัก เช่น วัดเป็นลิตรต่อปี หรือกิโลกรัมต่อปี ตัวอย่างเช่น คนไทยดื่มไวน์คิดเป็น 0.50 ลิตร/หัว/ปี เป็นต้น

เมื่อศึกษาภาพกว้างแล้ว ถ้าทำได้ควรศึกษาขอบข่ายตลาดที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น กล่าวคือ ศึกษาถึงการแบ่งส่วนตลาด (market segmentation) ที่ผลิตภัณฑ์ของโครงการมุ่งเข้าตอบสนอง ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงขนาดของตลาดที่ถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น หากโครงการมุ่งเสนอผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางที่มีคุณภาพดีราคาแพง ตลาดส่วนนี้ก็จะเป็นคนละส่วนกับตลาดเครื่องสำอางเกรดต่ำราคาถูก เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคเป็นคนละกลุ่มกัน และมีขนาดของตลาดที่แตกต่างกัน

2.1.1.2.2 แนวโน้มตลาด (market trend) ไปในทิศทางที่ดีขึ้น ทรงตัว หรือเลวลง แนวโน้มของตลาด (market trend) คือ ทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หนึ่งๆว่าจะมีมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไป นิยมวัดเป็นอัตราการขยายตัวต่อ (growth rate) หน่วยเป็นเปอร์เซ็นต์ เช่น อัตราการขยายตัวของธุรกิจประกันภัยในประเทศไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี เรียกว่าธุรกิจประกันภัยมีแนวโน้มตลาดเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากคนไทยมีระดับการศึกษาโดยเฉลี่ยเพิ่มมากขึ้นทุกปี ทำให้ความเข้าใจถึงความจำเป็นของการประกันภัยมากขึ้น

2.1.1.2.3 ส่วนแบ่งตลาด (market share) เพื่อต้องการทราบว่าโครงการจะได้จากตลาดนั้นมากน้อยเพียงใดจึงมีการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดเกิดขึ้น ซึ่งส่วนแบ่งตลาด หมายถึง ความสามารถของธุรกิจหรือ โครงการในอันที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนได้ เช่น ตลาดรวมในปีแรกมีอยู่ 100 ล้านบาท โครงการคาดว่าจะได้ส่วนแบ่งร้อยละ 10 หมายถึงโครงการจะมีรายได้คาดคะเนในปีแรก10ล้านบาท เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1.3 การพยากรณ์ความต้องการของตลาด

การพยากรณ์ความต้องการของตลาด หมายถึงการพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาด ในรูปของจำนวนเงินหรือจำนวนหน่วยสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง ของกลุ่มผู้บริโภค ภายในขอบเขตพื้นที่หนึ่ง ระยะเวลาที่กำหนดให้ ภายใต้โปรแกรมการตลาดและสภาวะแวดล้อมทางการตลาดที่กำหนดขึ้น สำหรับวิธีการประมาณความต้องการของตลาด อาจทำได้โดยใช้ความต้องการตลาดในอดีตมาคาดการณ์ความต้องการในอนาคต สำหรับกรณีผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วในตลาด แต่สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่ใช่ข้อมูลทางสถิติในอดีตมาก่อน การประมาณการความต้องการของตลาดจะทำได้ยากและมีโอกาสคลาดเคลื่อนมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วในตลาด อย่างไรก็ตามก็สามารถพยากรณ์ความต้องการตลาดได้ โดยใช้เทคนิคการพยากรณ์ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ เทคนิคเชิงคุณภาพ (qualitative forecasting technics) และ เทคนิคเชิงปริมาณ (quanlitative forecasting technics)

2.1.1.3.1 เทคนิคการพยากรณ์เชิงคุณภาพ (qualitative forecasting technics) เป็นวิธีการพยากรณ์ที่ใช้วิจารณ์ญาณหรือประสบการณ์ในอดีตของผู้ประกอบการเป็นหลัก การประมาณการเชิงคุณภาพอาจทำได้โดยใช้วิธีการดังนี้

การพยากรณ์โดยใช้ดัชนีชี้ (index) เป็นการนำค่าดัชนีที่เกี่ยวข้อง เช่น ดัชนีราคาผู้บริโภค หรือดัชนีอื่นๆ ที่หน่วยงานของรัฐบาลหรือเอกชนเป็นผู้จัดทำขึ้นมาประกอบการพยากรณ์ความต้องการตลาดของผลิตภัณฑ์

2.1.1.3.2 เทคนิคเชิงปริมาณ (quanlitative forecasting technics) เป็นวิธีการพยากรณ์ที่อาศัยข้อมูลซึ่งเป็นตัวเลขในอดีตโดยอาจจะใช้หรือไม่ใช้หลักการทางสถิติมาประกอบการพยากรณ์ ส่วนวิธีที่ไม่ใช้ ได้แก่ เทคนิคการพยากรณ์เชิงเรียบ เทคนิคการพยากรณ์โดยการวิเคราะห์อนุกรมเวลาส่วนวิธีที่ใช้หลักการทางสถิติ ได้แก่ เทคนิคการพยากรณ์โดยวิธีวิเคราะห์การถดถอย

เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณ (quanlitative forecasting technics) มักใช้ได้ดีกับข้อมูลที่มีขนาดใหญ่และมีความซับซ้อนอย่างไรก็ตาม การพยากรณ์แบบนี้มีจุดอ่อนที่สำคัญที่ควรทราบคือธรรมชาติของวิธีการพยากรณ์จะเป็นแบบ “ประมาณการออกไปจากกลุ่มข้อมูลที่มีอยู่เดิม” กล่าวคือค่าพยากรณ์ได้จะถูกต้องก็ต่อเมื่อรูปแบบและความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลของเรื่องที่พยากรณ์ยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลงเท่านั้น ซึ่งในสถานการณ์ที่เป็นจริงสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจมีความผันผวนสูง ดังนั้นในการพยากรณ์จึงควรใช้ดุลพินิจร่วมด้วยจะช่วยให้ค่าพยากรณ์ที่ได้ใกล้เคียงกับที่ควรจะเป็นมากขึ้น ทั้งนี้เพราะวิธีการพยากรณ์เชิงคุณภาพ โดยใช้ดุลพินิจสามารถปรับค่าพยากรณ์ตามความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้รวดเร็วกว่าวิธีเชิงปริมาณนั่นเอง

2.1.1.4 การประมาณการยอดขายสินค้า

วิธีพื้นฐานที่นิยมใช้ในการพยากรณ์ยอดขาย คือ การคาดคะเนส่วนแบ่งตลาดที่โครงการนั้นจะได้รับว่าเป็นร้อยละเท่าใดของตลาดรวมดังกล่าว อย่างไรก็ตามในการคาดคะเนยอดขายของโครงการยังควรพิจารณาถึงสถานะเศรษฐกิจ การแข่งขัน ระดับของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย จากนั้นเมื่อได้ยอดขายโดยการประมาณการแล้วก็จะนำมาจัดทำเป็นแผนยอดขาย หรือที่เรียกว่าการประมาณการยอดขายสินค้า ซึ่งจะแสดงถึงจำนวนเงินที่ได้รับจากการขายสินค้าในช่วงระยะเวลาที่กำหนดโดยหาได้จากการอัตราจำนวนผู้บริโภคต่อปีที่คาดคะเนคูณด้วยราคาขายต่อหน่วยได้ดังสมการ

$$\text{ยอดขาย} = \text{อัตราผู้บริโภคต่อปี} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย}$$

และเมื่อได้ยอดขายที่ประมาณในแต่ละปีก็นำมาใส่ในตารางประมาณการยอดขายสินค้าของโครงการ (ฐาปนาและอัจฉรา, 2544)

ตารางที่ 3 ตัวอย่างการประมาณการยอดขายสินค้าของโครงการ

ผลิตภัณฑ์	ปีที่ 1		ปีที่ 2		...	ปีที่ n	
	หน่วย	บาท	หน่วย	บาท		หน่วย	บาท
สินค้า ก.	xx	xx	xx	xx	...	xx	xx
สินค้า ข.	xx	xx	xx	xx	...	xx	xx
...							
...							
รวม	xx	xx	xx	xx	...	xx	xx

ที่มา: ฐาปนาและอัจฉรา, 2544

2.1.1.5 การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด

เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการศึกษาด้านการตลาดที่จะให้คำตอบว่าโครงการควรทำการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านอื่นต่อไปหรือไม่ถ้าหากอุปสงค์หรือความต้องการตลาดมีมากพอ และโอกาสในการขยายตัวของตลาดมีมากขึ้น ก็ควรทำการศึกษาด้านอื่น ๆ ต่อไป (ประสิทธิ์, 2538))

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค จะทำให้ทราบถึงกระบวนการผลิต ขั้นตอนการผลิต คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ การกำหนดขนาดพื้นที่ของโครงการ การเลือกเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ที่จำเป็นต่อโครงการ กำลังการผลิตที่โครงการสามารถทำได้ ทำเลที่ตั้งของโครงการ เพื่อที่จะดูว่าโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร และมีหนทางที่จะแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคจะบอกถึงความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค นอกจากนั้นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคยังเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุน คาดคะเนผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเลือกด้านเทคนิคต่างๆ เช่น ในแง่ของการว่าจ้างงาน อิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อมวลมนุษยชาติ ปัญหาต่างๆ และอุปสรรคของโครงการอยู่ที่ปัจจัยใดตลอดจนวิธีแก้ไขปัญหานั้นที่เกิดขึ้นในโครงการซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคนี้มีแนวทางในการพิจารณา และมีเกณฑ์การตัดสินใจในการลงทุนซึ่งการวิเคราะห์ด้านเทคนิคมีแนวทางในการพิจารณาดังต่อไปนี้ (ฐาปนาและอัจฉรา , 2542)

2.1.2.1 ระบบการผลิต

โครงการแต่ละโครงการจะมีระบบการผลิตที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะทำการผลิตถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงในการผลิตจะมีระบบการผลิตที่มีความยุ่งยากซับซ้อน ในทางตรงกันข้ามถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีน้อยระบบการผลิตก็จะเป็นแบบง่ายไม่มีความยุ่งยาก ซึ่งระบบการผลิตจะประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานด้วยกัน 3 ประการ คือ

2.1.2.1.1 ปัจจัยนำเข้า คือปัจจัยที่ใช้เป็นพื้นฐานจึงจะทำให้โครงการเกิดผลผลิตขึ้นมา ได้แก่ วัตถุดิบแรงงาน เงินทุน

2.1.2.1.2 กระบวนการผลิต คือกรรมวิธีในการแปรสภาพปัจจัยนำเข้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือบริการ ในที่นี้หมายถึง เทคโนโลยีในการผลิต เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตและสถานที่ตั้งของโครงการ

2.1.2.1.3 ปัจจัยนำออก คือผลผลิตขั้นสุดท้ายของกระบวนการผลิตของแต่ละโครงการ ซึ่งจะออกมาในรูปของสินค้าหรือบริการ ผลิตภัณฑ์และคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ถือเป็น ส่วนหนึ่งของปัจจัยนำออก ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่น่าสนใจในการลงทุนนั้นมักจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จำหน่ายในประเทศอุตสาหกรรม หรือประเทศที่พัฒนาแล้วทั้งสิ้น อีกทั้งรูปร่างลักษณะและข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ มักจะเลียนแบบจากประเทศอุตสาหกรรม ในการกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตจะต้องสอบถามความต้องการตลาดว่าต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทใด

2.1.2.2 ทำเลที่ตั้ง

การพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากในการตัดสินใจทางธุรกิจ เพราะทำเลที่ตั้งจะมีผลต่อต้นทุนและรายได้ในระยะยาวที่จะมีผลกระทบต่อการดำเนินงาน ซึ่งการที่จะพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งจะต้องมีต้นทุนรวมในการเลือกทำเลที่ตั้งที่ต่ำที่สุด เนื่องจากทำเลที่ตั้งเป็นแหล่งที่จะทำให้ธุรกิจสามารถประกอบกิจกรรมได้สะดวกที่สุด โดยคำนึงถึงกำไรและค่าใช้จ่ายความสามารถในการขนส่งและการจัดจำหน่าย การจัดหาวัตถุดิบ และสภาพแวดล้อมอื่นๆ ตลอดระยะเวลาที่ธุรกิจประกอบกิจกรรม ซึ่งในการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการจะมีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง เพราะจะมีผลกระทบต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ ปัจจัยที่ธุรกิจต้องนำมาพิจารณาสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1.2.2.1 ปัจจัยที่เกี่ยวกับการผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิต ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน วัตถุดิบ ตลาด การขนส่ง สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

2.1.2.2.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตโดยตรง ได้แก่ กฎหมาย ภาษี ทัศนคติของชุมชน และการเมือง

2.1.2.3 การสรุปผลการศึกษาด้านเทคนิค

ขั้นตอนสุดท้ายในการศึกษาด้านเทคนิคคือการสรุปผลการศึกษาที่จะให้ทราบคำตอบว่า โครงการควรทำการศึกษาค่าความเป็นไปได้ทางการเงินต่อไปหรือไม่ กล่าวคือถ้าผลการศึกษาด้านเทคนิค ที่ได้จากการวิเคราะห์มีความน่าสนใจในการลงทุนทั้งทางด้านทำเลที่ตั้งว่าสถานที่ที่โครงการเลือกนั้นตั้งอยู่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ รวมถึงระบบสาธารณูปโภคที่มีความพร้อมเพียงใด การผลิตที่มีการวางแผน กำลังการผลิต ที่สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง และสุดท้ายคือปัจจัยนำออกที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีความคุณภาพ ตรงตามความต้องการของลูกค้า หากมีคุณสมบัติครบถ้วนก็จะทำการศึกษาด้านทางการเงินเป็นลำดับต่อไป

2.1.3 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน เป็นการวิเคราะห์ที่จะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไร รวมถึงการวางแผนทางการเงินและการวางแผนกำไรเพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆ เกิดขึ้นกับโครงการ การศึกษาด้านการเงินของโครงการจึงเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการลงทุนว่าจะต้องใช้จ่ายเงินในด้านใดบ้างเป็นจำนวนเท่าใด จะหาแหล่งเงินทุนได้จากแหล่งใด โครงการนี้จะให้ผลตอบแทนการลงทุนสูงต่ำอย่างไร นอกจากนี้ยังจะต้องมีการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ เพื่อดูว่าอัตราผลตอบแทนของการลงทุนจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรหากมีการเปลี่ยนแปลงในราคาวัตถุดิบ ปริมาณการผลิต หรือราคาขาย ฯลฯ ในอนาคต ทั้งนี้เพื่อทดสอบถึงเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นไปได้ของโครงการในสภาพการณ์ต่างๆ ที่ผิดไปจากที่ได้คาดคะเนเอาไว้แต่เดิม โดยการวิเคราะห์ทางการเงินนั้นจำเป็นต้องนำข้อมูลจากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดและความเป็นไปได้ทางเทคนิค งบกระแสเงินสด งบกำไรขาดทุน (ตารางที่ 3-5) มาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจ และคาดคะเนรายรับตลอดจนพิจารณาต้นทุนที่จะเกิดขึ้นว่ามีความเป็นไปได้ทางการเงิน และมีช่องทางในการลงทุนเพียงใด โดยการนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์ และการประเมินค่าโครงการลงทุน เพื่อพิจารณาว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ ซึ่งการวิเคราะห์ทางการเงินสามารถแบ่งออกได้ดังนี้ (ประสิทธิ์ , 2538)

2.1.3.1 ค่าใช้จ่ายคือการประเมินค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการที่ได้ทำการลงทุนในทุกๆ ด้านทั้งที่ดินสิ่งปลูกสร้างแรงงานอุปกรณ์เครื่องจักร เป็นต้น

2.1.3.2 ผลตอบแทนคือการประเมินผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนในโครงการว่าจะได้รับผลตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุนในระยะเวลาที่ต้องการหรือไม่การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์ผลตอบแทนเพื่อดูว่าโครงการให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ จึงจำเป็นที่จะต้องใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินได้แก่

ตารางที่ 4 งบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5	ปีที่ 6
ยอดขาย	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
หัก ค่าวัตถุดิบ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กำไรขั้นต้น	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
หักค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กำไรขาดทุนก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
ดอกเบี้ยจ่าย	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กำไรขาดทุนก่อนหัก	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาษีเงินได้						
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กำไรสุทธิ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กำไรสะสม	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

ที่มา: วิชาบูล อินทรพุดิ.2554

ตารางที่ 5 งบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5	ปีที่ 6
กระแสเงินสดรับ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
เงินทุนจากส่วน ของเจ้าของ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
เงินทุนจากการ กู้ยืม	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
รายได้จากการ ขาย	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
รวมงบกระแสเงิน สดรับ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กระแสเงินสดจ่าย	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
เงินลงทุนของ โครงการ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงินลงทุน หมุนเวียน	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
ค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงาน	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
เงินต้นและ ดอกเบี้ยจ่าย	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

ตารางที่ 5 งบกระแสเงินสด (ต่อ)

รายการ	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5	ปีที่ 6
ภาษีเงินได้นิติ บุคคล	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
รวมกระแสเงินสด จ่าย	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
*กระแสเงินสด สุทธิ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
*กระแสเงินสด สะสม	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

ที่มา: ณิชามูล อินทรพุดิ.2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 งบกระแสเงินสดรวม

งบการเงิน							
รายการ	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5	ปีที่6
กระแสเงินสดรับ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กระแสเงินสดจ่าย	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
กระแสเงินสดสุทธิ	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

ที่มา: อนุรัักษ์ ทองสุโขวงศ์.2553

ตารางที่ 7 การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ*	กระแสเงินสดสะสม*
0	xxx	xxx
1	xxx	xxx
2	xxx	xxx
3	xxx	xxx
4	xxx	xxx
5	xxx	xxx
รวม	xxx	xxx

*หมายเหตุ ตารางที่3 งบกระแสเงิน

ที่มา: จินดา ขันทอง.2544

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV)

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ*	อัตราคิดลดที่12%**	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
0	xxx	xxx	xxx
1	xxx	xxx	xxx
2	xxx	xxx	xxx
3	xxx	xxx	xxx
4	xxx	xxx	xxx
5	xxx	xxx	xxx
6	xxx	xxx	xxx
รวม	xxx		xxx

หมายเหตุ *ตารางที่3 งบกระแสเงินสด **กำหนดอัตราคิดลดที่12%

ที่มา: อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์.2553

ตารางที่ 9 การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ(IRR)

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ*	อัตราคิดลดที่%**	NPV	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลดที่%**	NPV
0	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
1	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
2	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
3	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
4	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
5	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
6	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
รวม	xxx		xxx	xxx		xxx

หมายเหตุ *ตารางที่3 งบกระแสเงินสด **กำหนดอัตราคิดลดที่12%และ15%

ที่มา: อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์. 2553

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 การคำนวณอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน(BCR)

ปีที่	ค่าใช้จ่ายรวม	อัตราคิดลดที่12%*	NPV	ผลตอบแทนรวม	อัตราคิดลดที่12%	NPV
0	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
1	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
2	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
3	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
4	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
5	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
รวม	xxx		xxx	xxx	xxx	xxx

หมายเหตุ *กำหนดอัตราคิดลดที่12%

ที่มา: อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์.2553

2.1.3.2.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback period) คือ ระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับจากโครงการสามารถชดเชยกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการพอดีโดยการนำกระแสเงินสดรับจากโครงการในแต่ละปีมา เปรียบเทียบกับเงินสดที่จ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการว่าจะใช้เวลานานเท่าไรจึงจะคุ้มกับเงินลงทุนตอนเริ่มโครงการ โดยไม่ได้คำนึงถึงเรื่องค่าของเงินตามเวลา โครงการใดมีระยะคืนทุนที่สั้นกว่าจะบอกถึงสภาพคล่องที่ดีกว่าและมีความเสี่ยงต่ำกว่าในโอกาสที่จะได้เงินลงทุนคืน

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินสดจ่ายลงทุน}}{\text{กระแสเงินสดรับสุทธิรายปี}}$$

2.1.3.2.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value: NPV) โดยมีหลักเกณฑ์ว่าโครงการที่มีความเหมาะสมทางการเงิน คือ มากกว่าศูนย์หรือเป็นบวกแสดงว่ามีความเหมาะสมที่จะลงทุน กล่าวคือมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนรวมมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม

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

2.1.3.2.3 อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit cost ratio: BCR) เพื่อให้ทราบถึงอัตราส่วนของมูลค่าปัจจุบันรายได้กับมูลค่าปัจจุบันรายจ่ายของโครงการอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายอาจจะมีค่าเท่ากับหนึ่งมากกว่าหนึ่งหรือน้อยกว่าหนึ่งแต่หลักการตัดสินใจที่แสดงว่าโครงการมีความเหมาะสมและคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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

2.1.3.2.4 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal rate of return: IRR) คือ ผลตอบแทนที่คิดเป็นร้อยละของโครงการหรือหมายถึงอัตราดอกเบี้ยในกระบวนการคิดลดซึ่งอัตราดอกเบี้ยในการคิดลดจะเป็นอัตราดอกเบี้ยที่โครงการต้องการจะได้รับดังนั้นหากค่าของ IRR มีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำหรือค่าเสียโอกาสของทุนจากการไม่ลงทุนก็แสดงว่าโครงการมีความน่าลงทุน

โดยที่

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

$B_t =$ กระแสเงินสดรับสุทธิของโครงการในปีที่ t
 $C_t =$ กระแสเงินสดจ่ายสุทธิของโครงการในปีที่ t
 $R =$ อัตราคิดลด
 $N =$ อายุของโครงการ
 $T =$ ปีการดำเนินงานโครงการคือตั้งแต่ปีที่ 0, 1, 2, 3, ..., n

2.1.3.2.5 Switching Value เป็นการวิเคราะห์ความไวอีกรูปแบบหนึ่งเพื่อดูว่าผลตอบแทนลดลงได้มากที่สุดเท่าใดหรือต้นทุนเพิ่มขึ้นได้มากที่สุดเพียงใด (ชัยยศ, 2533) โดยวิเคราะห์จากการเปลี่ยนแปลงในรูปร้อยละของปัจจัยที่เชื่อว่ามีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของโครงการซึ่งทำให้โครงการอยู่ ณ เกณฑ์การตัดสินใจขั้นต่ำสุดที่จะยอมรับได้ หรือที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเป็นศูนย์

2.1.3.2.5.1 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านต้นทุน (SVT_C) หมายความว่าต้นทุนโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละเท่าไรก่อนที่จะทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์ สูตรการคำนวณ

$$SVT_C = [(PVB - PVC) \times 100] / PVC$$

โดยที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SVT _C	=	การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุนของโครงการ
PVC	=	มูลค่าปัจจุบันต้นทุนของโครงการ
PVB	=	มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนของโครงการ

2.1.3.2.5.2 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านผลตอบแทน (SVT_B)

หมายความว่าผลตอบแทนโครงการสามารถลดลงได้ร้อยละเท่าไรก่อนที่จะทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์

สูตรการคำนวณ

$$SVT_B = [(PVB - PVC) \times 100] / PVB$$

โดยที่

SVT _B	=	การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลตอบแทนของโครงการ
PVC	=	มูลค่าปัจจุบันของต้นทุนของโครงการ
PVB	=	มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนของโครงการ

ถ้า SVT_C หรือ SVT_B ที่คำนวณได้มีค่าสูงหมายความว่าความเสี่ยงภัยในโครงการอยู่ในระดับต่ำ

2.1.3.3 การสรุปผลการศึกษาด้านการเงิน

การศึกษาคือความเป็นไปได้ทางการเงิน เป็นการวิเคราะห์ที่จะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในกรทำกำไร รวมถึงการวางแผนทางการเงินและวางแผนกำไรเพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกิดความมั่นใจว่า ถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้ว จะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆ เกิดขึ้นกับโครงการหากการศึกษาด้านการเงินมีความเป็นไปได้ ก็ควรดำเนินโครงการในขั้นตอนต่อไป

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หทัยชนก โนชัย (2550) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด เป็นนักเรียน นักศึกษาและวัยทำงาน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ตั้งแต่ต่ำกว่า 5,000-20,000 บาทต่อเดือน

ด้านพฤติกรรมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับประทานซูชิ ซุด้ข้าวห่อสาหร่าย เกี่ยวซ่า ซุด้ปลาดิบ ราเมน ซุด้อาหารกล่อง ซุด้ข้าวปั้นสอดไส้ ซุด้ปลาแซลม่อนย่างซีอิ้วหรือเกลือและซุด้ปลาซาบะย่างซีอิ้วหรือเกลือ ชอบการปรุงอาหารแบบปิ้งย่าง และทอด รสชาติอาหารที่ชอบคือหวาน เค็ม เผ็ด และจืด เครื่องดื่มที่สั่งเป็นประจำ คือ น้ำเปล่า ชาเขียวเย็นแบบเติมได้ตลอด ชาเขียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อนแบบเดิมได้ตลอดและน้ำผลไม้ เหตุผลในการเลือกใช้บริการ เพราะอาหารมีรสชาติอร่อย สะอาด ลีรสสวยงามและบรรยากาศดี รับประทานในเวลา 16.00-21.00 น. ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) โดยมีความถี่ในการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่เคยใช้บริการมาแล้ว 3 ภัตตาคาร โดยเลือกรับประทานที่ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิ เซน และ โออิชิ ซึ่งตั้งอยู่ในเซ็นทรัลแอร์ พอร์ตทพลาซ่า มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่า 500 บาท ลักษณะการนั่งรับประทานแบบหย่อนขา ผู้ใช้บริการรู้จักภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นจากโทรทัศน์ แนะนำโดยเพื่อนหรือคนรู้จัก ป้ายโฆษณาและ ใบปลิวหรือแผ่นพับ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น คือ เพื่อน และตนเอง

ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญระดับมากในด้าน กระบวนการ ด้านบุคลากรด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา และด้าน ผลិតภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 4.22 4.07 3.99 และ 3.78 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย

เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญมากในเรื่อง อาหารมีรสชาติอร่อย ความสด และคุณภาพของอาหาร ความสะอาดของอาหาร มีการจัดรายการอาหารบุฟเฟ่ต์ มีการจัดจำหน่ายอาหารชุด การตกแต่งอาหารสวยงามน่า รับประทาน ภัตตาคารมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก และมีอาหารจานเด็ดหรืออาหารแนะนำด้านราคาให้ ให้ความสำคัญมากในเรื่อง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ราคาอาหารมีการแสดง รายการอาหารและเครื่องดื่มไว้ชัดเจน และราคาเครื่องดื่ม ด้านการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญระดับ มากในเรื่อง ได้แก่ มีที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ เวลาเปิด-ปิดของร้านมีความสะดวกในการ ใช้บริการ มีที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ท่าเลที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน และท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน ที่พัก อาศัย ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญระดับมากในเรื่อง มีส่วนลดค่าบริการเป็นพิเศษเมื่อ มาใช้บริการบ่อยครั้ง มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ ต่างๆ ส่วนปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทาง กายภาพผู้ให้บริการให้ความสำคัญระดับมากในทุกข้อปัจจัยย่อย

ชนสรณ์ โตกถาน (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของ ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชาชนทั่วไปในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวน 398 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นการสำรวจรายการ (Check list) และแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบน มาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สองตัวแปร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานอาหารประเภทซูชิมากที่สุด ความถี่ในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นคือนานๆ ครั้ง และจะรับประทานอาหารญี่ปุ่นเฉพาะวันหยุด (เสาร์ – อาทิตย์) ช่วงเวลาเย็น ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารประมาณ 201 – 300 บาทต่อคน และผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักอาหารญี่ปุ่นจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ผลการศึกษาทางด้านปัจจัยทางด้านการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องความสะอาด ความสดใหม่ของอาหาร 2) ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะอาดของร้าน และปัจจัยการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก

ศรุติกานต์ มณีวรรณ (2553) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตเทศบาลตำบลแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ งานวิจัยนี้ทำการศึกษาลักษณะธุรกิจบริการของร้านอาหารญี่ปุ่น พฤติกรรมของผู้บริโภค และความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น โดยเก็บรวบรวมจากประชาชนที่มีอายุระหว่าง 18 – 60 ปี ที่เป็นกลุ่มนักศึกษาและผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน จำนวน 100 คน และจากผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นจำนวน 3 ร้าน นำมาวิเคราะห์ประมาณกระแสเงินสดจ่ายลงทุน และกระแสเงินสดรับของโครงการลงทุนรวมถึงการพิจารณาระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทน และการวิเคราะห์ความไวเพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจลงทุน ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจอาหารญี่ปุ่นในเชียงใหม่เปิดดำเนินการเมื่อปี 2548 มีการสำรวจความต้องการของตลาดก่อนเปิดดำเนินการ เลือกทำเลที่ตั้งจากความเหมาะสมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นหลัก มีเงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการ 370,000 บาท มีค่าใช้จ่ายประมาณ 85,000 – 100,000 บาทต่อเดือน และมีรายได้เฉลี่ยประมาณเดือนละ 150,000 – 200,000 บาท สำหรับแนวโน้มการแข่งขันในปัจจุบันและในอนาคตพบว่า การแข่งขันในปัจจุบันค่อนข้างสูง โดยเน้นที่คุณภาพของวัตถุดิบและราคาที่ไม่สูงมากนัก ผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เคยใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิมากที่สุด มีความถี่ในการใช้บริการไม่แน่นอน เสียค่าใช้จ่ายในการบริโภคประมาณ 200 – 400 บาทต่อครั้ง ใช้บริการในช่วงเวลาไม่แน่นอน นิยมบริโภคอาหารประเภททอด เช่น หมูทอด เทมปุระ นิยมสั่งอาหารตามเมนู โดยใช้บริการกับเพื่อนมากที่สุด สิ่งจูงใจที่ทำให้เลือกมาใช้บริการคือรสชาติอาหารและเครื่องดื่ม บุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นมากที่สุดคือเพื่อน และผลการศึกษาการประเมินความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น พบว่าโครงการมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 1 เดือน $NPV > 0$, $BCR > 1$ และ $IRR > 3\%$ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการลงทุนร้านอาหารญี่ปุ่นนั้นมีความเป็นไปได้ หรือให้ผลตอบแทนคุ้มค่าในการลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่เมื่อพิจารณาความอ่อนไหวของโครงการ พบว่ากรณีที่ 1 ต้นทุนเพิ่มขึ้น 5% โดยที่ผลตอบแทนจากการผลิตคงที่ และกรณีที่ 2 รายได้ลดลง 5% มีค่า NPV > 0 , BCR > 1 และ IRR > 3% เท่าเดิม แสดงว่าแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงต้นทุนและรายได้ ก็ยังมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

พิมพ์ประชา ชัยพิบาล (2554) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านแฉงกิมข้าว ยำเกาหลี ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการลงทุน โดยใช้การทำแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน รวมทั้งได้วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน และวิเคราะห์ด้านการลงทุน ผลการศึกษาพบว่าโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 8 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 861,629 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับร้อยละ 47.46 สรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากผลตอบแทนสูงกว่าผลตอบแทนที่กำหนดไว้ ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน พบว่า ภัยคุกคามที่มีผลต่อธุรกิจในระดับสูงคือ ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน และอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ส่วนการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจเดียวกัน ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่ และอำนาจต่อรองของผู้ขาย ภัยคุกคามอยู่ในระดับต่ำ การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของลูกค้าเป้าหมายพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ต้องเน้นอาหารรสชาติเกาหลีแท้ที่ปรุงด้วยเครื่องเทศจากประเทศเกาหลี ด้านราคากำหนดราคาขายถูกกว่าร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าเช่นทรูพลาซ่าขอนแก่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายร้านอาหารตั้งอยู่บริเวณที่มีประชาชนมาจับจ่ายใช้สอยเป็นจำนวนมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง มีอาหารชุดราคาประหยัดควบคู่กับอาหารราคาปกติ มีการจัดส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลและในโอกาสต่างๆ พนักงานในร้านมีความสุขภาพ นอบน้อม หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส รวมถึงผู้จัดการร้านซึ่งมีความสามารถในการจัดการ มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า การบริการเป็นสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งในการพิจารณาเลือกใช้บริการของลูกค้า และจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารเกาหลี สรุปได้ว่าส่วนใหญ่เคยรับประทานอาหารเกาหลีประเภทปิ้งย่าง โดยมีความถี่ในการรับประทาน 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ รับประทานในช่วง 18.00 – 20.00 น. ไปรับประทานครั้งละ 2 – 3 คน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 301 – 400 บาทต่อครั้ง

รุ่งโรจน์ สงสระบุญ (2555) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นซาบูชิบุฟเฟ่ต์ เพื่อสำรวจประชากรศาสตร์ ศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการและเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นซาบูชิบุฟเฟ่ต์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้ให้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นซาบูชิบุฟเฟ่ต์ จำนวน 250 ตัวอย่าง และทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ส่วนเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มที่มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ กลุ่มเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15 – 35 ปี และมีรายได้มากกว่า 25,001 บาท นิยมใช้บริการในวันอาทิตย์ ความถี่ในการใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

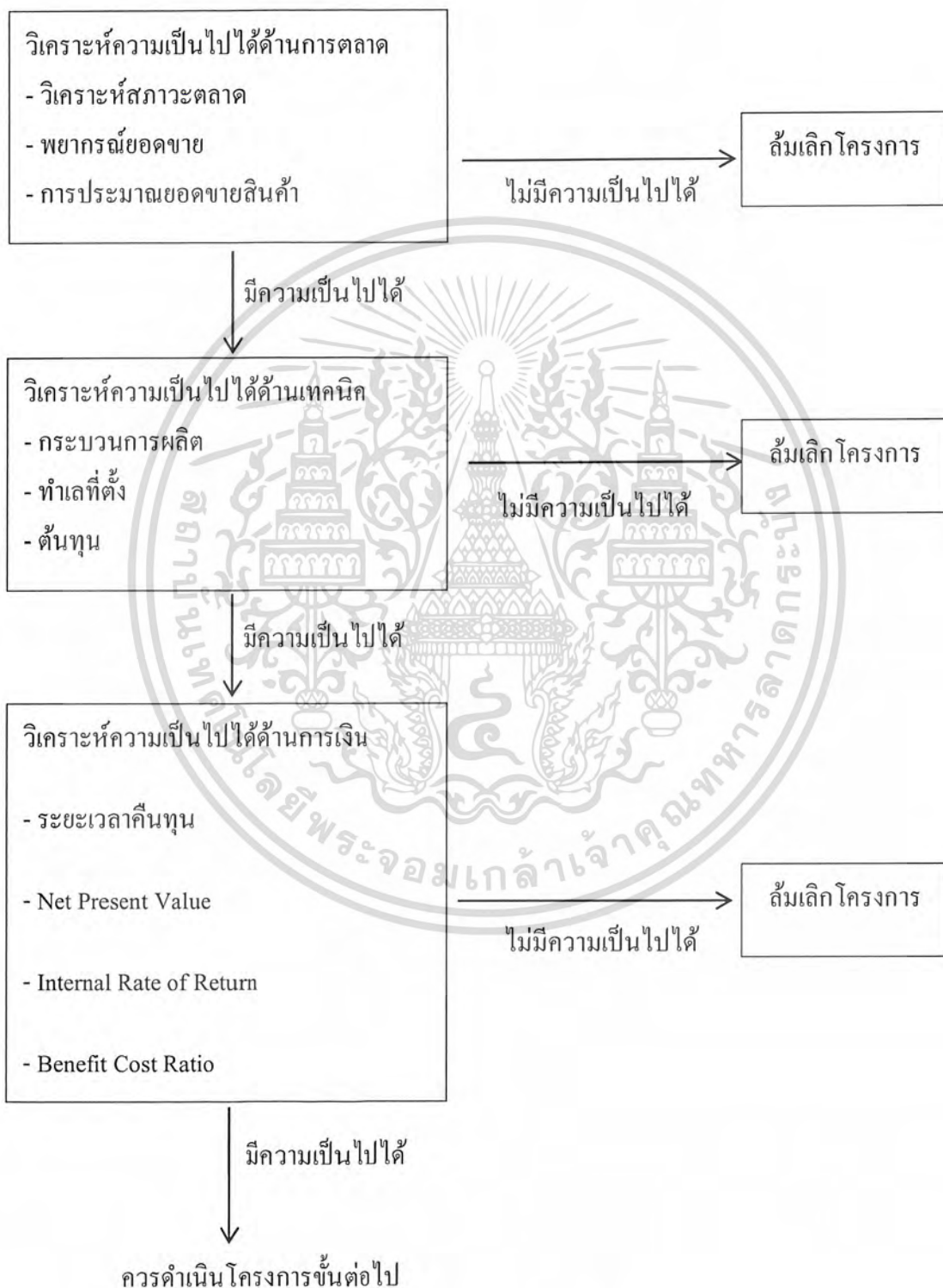
บริการเดือนละ 1 ครั้ง โดยจะใช้บริการในช่วงเวลาระหว่าง 16.01 – 18.00 น. มากที่สุด และใช้บริการประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที นอกจากนี้ผู้ใช้บริการ ยังมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านอาหารชาบูชินฟูเฟ้ต โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาได้แก่ด้านคุณภาพอาหาร และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านคุณภาพของการให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3. กรอบแนวคิด

จากการตรวจสอบแนวคิดและทฤษฎีในการวิเคราะห์ ตลอดจนเอกสารงานวิจัยต่างๆ พบว่าในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งร้านอาหาร“ซาบูอินดี้” ทำให้กรอบแนวคิดมี 3 ด้าน คือ ด้านตลาด เทคนิค การเงิน ดังภาพ



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4. สมมติฐานของการศึกษา

1. การจัดตั้งแฟรนไชส์ ชาบูอินดี้ บริเวณอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด
2. การจัดตั้งแฟรนไชส์ ชาบูอินดี้ บริเวณอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค
3. การจัดตั้งแฟรนไชส์ชาบูอินดี้ บริเวณอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีความเป็นไปได้ทางการเงิน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งแฟรนไชส์ ซาบูอินดี ในบริเวณพื้นที่ชอยเทศบาล 8 ใน อ.เมือง จ.สมุทรสาคร ในครั้งนี้ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

โครงการได้กำหนดอัตราคิดลดที่ร้อยละ 12 เนื่องจากสำนักงานสถิติแห่งชาติกำหนดไว้ในประเทศที่กำลังพัฒนาจะมีค่าอัตราคิดลดอยู่ระหว่างร้อยละ 8 ถึงร้อยละ 12 กำหนดอายุของโครงการ 5 ปี เนื่องจากอายุสัญญาของแฟรนไชส์โดยกำหนดจากอายุการใช้งานของอุปกรณ์และเครื่องมือ ซึ่งในระหว่างอายุของโครงการไม่มีการลงทุนเพิ่มเติม เก็บข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมการสำรวจภาคสนามโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non probability sampling) ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณ โดยรอบพื้นที่จัดตั้งร้านในเขต อ.เมือง จ.สมุทรสาคร และผู้ที่สัญจรไปมาบริเวณนั้น ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนในช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษาจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการกัฒขนาดตัวอย่างโดยใช้การประมาณค่าสัดส่วนเนื่องจากไม่ทราบค่าสัดส่วนประชากรซึ่งมีสูตรดังนี้ (ศิริวรรณ, 2548)

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

z = ระดับความเชื่อมั่น (ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่า z ที่เปิดจากตารางมีค่าเท่ากับ 1.96)

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (การศึกษาครั้งนี้กำหนดความคลาดเคลื่อนไว้ที่ร้อยละ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384 \text{ ตัวอย่าง}$$

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด คือ 384 ตัวอย่าง จำนวนตัวอย่างน้อยที่สุดที่ต้องสำรวจคือ 384 ตัวอย่าง ดังนั้นจึงทำการขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาครั้งนี้จะเท่ากับ 400 ตัวอย่างเพื่อให้ครอบคลุมจำนวนประชากรให้ได้มากที่สุด

วิธีการสุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non probability sampling) ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเท่ากับ 400 ตัวอย่าง โดยเลือกทำการศึกษา ผู้ที่สัญจรไปมาบริเวณชอปปิง เทียบบาล 8 อ.เมือง จ.สมุทรสาคร เป็นประชากรกลุ่มเป้าหมาย การแจกแบบสอบถามนั้น แจกประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณโครงการ จากนั้นจะรอเก็บแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่างทันที

3.1.1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยการค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ด้วยกัน คือ ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อวัน ซึ่งเป็นคำถามแบบเปิด โดยให้ผู้ตอบเติมข้อมูลลงไป ส่วนที่ 2 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการจัดตั้งร้านอาหารนุฟเฟ่ประเภทชาบู อ.เมือง จ.สมุทรสาคร ซึ่งในส่วนนี้จะสอบถามเกี่ยวกับความสนใจมากน้อยเพียงใดถ้าจะมีการตั้งร้านซึ่งในส่วนนี้มีทั้งคำถามที่สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ส่วนที่ 3 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตั้งร้าน ชาบูอินดี้ ใน อ.เมือง จ.สมุทรสาคร ซึ่งในส่วนนี้จะสอบถามเกี่ยวกับความสนใจในการที่จะมีการตั้งร้านเพื่อสอบถามเกี่ยวกับความสนใจในผลิตภัณฑ์ รวมถึงความถี่ที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการ และจำนวนเงินที่ยอมจ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เอกสารทางวิชาการ รายงานการวิจัย ข้อมูลทางสถิติ แนวคิดและทฤษฎีต่างๆจากตำราทางวิชาการ รายงานที่เกี่ยวข้อง บทความหนังสือ และสิ่งพิมพ์รวมทั้งผลงานการวิจัยต่างๆ ที่ได้ค้นคว้าจากห้องสมุดของสถาบันและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 3.1.2.1 การจัดการโครงการลงทุน
- 3.1.2.2 การเตรียมและการประเมิน โครงการ
- 3.1.2.3 การบริหารโครงการ
- 3.1.2.4 การตัดสินใจจ่ายลงทุน
- 3.1.2.5 เอกสารข้อมูลแฟรนไชส์จากห้างหุ้นส่วนจำกัด ชาบูอินดี้
- 3.1.2.6 เว็บไซต์ไทยแฟรนไชส์เซ็นเตอร์

3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนการจัดตั้งแฟรนไชส์ ชาบูอินดี้ ในบริเวณพื้นที่ชอยเทศบาล 8 ใน อ.เมือง จ.สมุทรสาคร การวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นไปได้ทางการตลาด

วิเคราะห์เพื่อทราบถึงความเป็นไปได้ทางการตลาดของธุรกิจร้านแฟรนไชส์ ชาบูอินดี้ บริเวณบริเวณพื้นที่ชอยเทศบาล 8 ใน อ.เมือง จ.สมุทรสาคร ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้ จึงนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งข้อมูลที่ได้จะอธิบายลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการร้านในรูปแบบความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย โดยใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และผลรวมจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เบื้องต้นมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ต่อทางด้านตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนร้านแฟรนไชส์ชาบูอินดี้โดยจะทำการศึกษา การวิเคราะห์สภาวะตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณการยอดขายของโครงการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1.1 การวิเคราะห์สภาวะตลาด จะทำการศึกษาว่าตลาดธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์เป็นอย่างไรแนวโน้มของตลาดในอนาคตมีโอกาสที่จะเติบโตหรือหดตัวลงหรือไม่และหากมีการจัดตั้งโครงการขึ้นมาจะได้ส่วนแบ่งทางการตลาดเท่าใด ทั้งนี้การศึกษาสภาวะตลาดจะทำให้ทราบว่าโครงการควรมีขนาดเท่าไรเพื่อที่จะสามารถรองรับความต้องการของผู้บริโภคให้ได้โดยหาได้จาก

ผลการสำรวจผู้สำรวจไปมาบริเวณสถานที่ตั้งของโครงการในวันที่เปิดจำหน่ายต่อวัน x ราคาเฉลี่ยของการเข้าใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์ที่ผู้บริโภคยอมจ่ายต่อครั้ง x ปริมาณการซื้อโดยเฉลี่ยต่อผู้ซื้อ 1 คน

ประกอบด้วยการศึกษา 3 ด้าน ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.1.1.1 ศึกษาขนาดของตลาด (Market size) เพื่อให้ทราบว่ ตลาดของร้านอาหารที่จะทำการศึกษานั้นมีขนาดตลาดที่เล็กหรือใหญ่ เหมาะแก่การทำธุรกิจร้านชาบูอินดี้ มากเพียงใด โดยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง บริเวณชวยเทศบาล 8 อ.เมือง จ.สมุทรสาคร และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการวิเคราะห์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจำเป็นต้องกำหนดหาจำนวนผู้ซื้อที่แท้จริงจากผู้ซื้อทั้งหมด ประกอบกับการพิจารณาจาก

3.2.1.1.1.1 ประชากร วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากร รายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อวัน จำนวนผู้บริโภคอาหารบุฟเฟต์ต่อวัน ปริมาณในการใช้บริการร้านชาบูอินดี้ ความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภค จำเป็นจะต้องทราบว่ามีความจำเป็นต้องผลิตภัณท์และบริการต่อวันเป็นจำนวนเท่าใด เพื่อนำมาใช้ประกอบการหามูลค่าตลาดของร้านชาบูอินดี้

3.2.1.1.1.2 การวัดอัตราการซื้อของผู้บริโภค โดยวัดจากความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นตัววัดอัตราการซื้อของผู้บริโภค

3.2.1.1.1.3 อำนาจการซื้อ อธิบายรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถามที่ตอบว่าเคยใช้บริการร้านชาบูอินดี้ว่ามีกำลังซื้อและค่าใช้จ่ายที่ผู้บริโภคยอมจ่ายเพื่อใช้บริการร้านอาหารชาบูอินดี้ เพื่อนำข้อมูลไปประกอบการคำนวณหามูลค่าตลาด

3.2.1.1.2 การศึกษาแนวโน้มของตลาด (Market trend) เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดว่ามีทิศทางของตลาดอย่างไร โดยนำข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของร้านชาบูอินดี้ แนวโน้มการให้บริการร้านชาบูอินดี้ที่ได้จากการค้นคว้ามาวิเคราะห์

3.2.1.1.3 ส่วนแบ่งตลาด (Market share) เพื่อให้ทราบถึงความสามารถของธุรกิจที่จะได้ส่วนแบ่งตลาด ส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิ รวมถึงการนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อหาส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจชาบูอินดี้

3.2.1.2 การพยากรณ์ความต้องการของตลาด เป็นการพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดในรูปของจำนวนเงินว่าผู้บริโภคที่คาดว่าจะใช้บริการร้านชาบูอินดี้ เป็นเท่าไร โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม นำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ในที่นี้คิดจากการประมาณยอดขายเป็นจำนวนคน ขอบเขตพื้นที่โครงการ และระยะเวลาที่กำหนดให้ภายใต้โปรแกรมการตลาดและสภาวะแวดล้อมทางการตลาดที่กำหนดขึ้น

3.2.1.3 การประมาณการยอดขายสินค้า จะทำการประเมินยอดขายของ “ชาบูอินดี้” โดยใช้สูตรดังนี้ $\text{ยอดขาย} = \text{จำนวนผู้สัญจรไปมาบริเวณสถานที่ตั้งของโครงการร้านชาบูอินดี้} \times \text{ร้อยละที่คาดว่าจะซื้อแน่นอน} \times \text{ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อครั้ง} \times \text{จำนวนวันที่ธุรกิจชาบูอินดี้เปิดบริการ}$

3.2.1.4 การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด ถ้าหากอุปสงค์หรือความต้องการตลาดมีมากพอ และโอกาสในการขยายตัวของตลาดมีมากขึ้น ก็ควรทำการศึกษาด้านอื่นๆ ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

เป็นกระบวนการศึกษาเกี่ยวกับ ต้นทุนในการทำโครงการ ทำเลที่ตั้ง การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการเพื่อที่จะดูว่าโครงการจัดตั้งร้านชาบูอินดี้มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร และมีวิธีแก้ไขปัญหอย่างไร วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมของความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโครงการในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิคจะทำการศึกษาเกี่ยวกับ กระบวนการผลิต ทำเลที่ตั้ง และต้นทุน การวางแผนกระบวนการผลิตเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตและกิจกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการผลิต

3.2.2.1 ระบบการผลิต ศึกษาเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตว่ามีลักษณะเป็นอย่างไรมีความซับซ้อนรวมถึงการศึกษาการวางแผนโครงการให้มีความเหมาะสมเพื่อที่จะทำให้กระบวนการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ในการวิเคราะห์ระบบการผลิตจะวิเคราะห์ผล 3 ด้านใหญ่ๆที่เป็นปัจจัยสำคัญในระบบการผลิตคือ ปัจจัยการนำเข้ากระบวนการผลิต และปัจจัยนำออกโดยที่โครงการจะทำการวิเคราะห์ตามลำดับขั้นดังนี้

3.2.2.1.1 วิเคราะห์ปัจจัยการนำเข้า ได้แก่ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของโครงการการจัดหาวัตถุดิบแหล่งที่มาของวัตถุดิบ แหล่งที่มาของแหล่งเงินทุน แรงงาน โดยพิจารณาว่าบริเวณสถานที่ตั้งของร้านชาบูอินดี้ จะมีผลต่อปัจจัยนำเข้าเหล่านี้มากน้อยเพียงใด

3.2.2.1.2 วิเคราะห์กระบวนการผลิต กล่าวถึงรายละเอียดของโครงการร้านชาบูอินดี้ ได้แก่ การตกแต่งร้าน การบริหารงานภายในร้าน รูปแบบของร้าน กำลังการผลิต แผนผังร้าน เป็นการวิเคราะห์ความสามารถของโครงการประกอบกับสถานที่ตั้งของโครงการว่าร้านชาบูอินดี้ นั้นสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

3.2.2.1.3 วิเคราะห์ปัจจัยนำออก กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายของร้านชาบูอินดี้มีความสามารถในการตอบสนองความต้องการผู้บริโภคอย่างไร

3.2.2.2 ทำเลที่ตั้ง ศึกษาว่าทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมในด้านต่างๆหรือไม่ เช่น มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือไม่ความสะดวกด้านสาธารณูปโภค ฯลฯ ซึ่งทำเลที่ตั้งจะมีผลต่อต้นทุนและรายได้ในระยะยาว โดยทำเลที่ตั้งร้านแฟรนไชส์ชาบูอินดี้ คือ พื้นที่บริเวณชอย เทศบาล 8 อ.เมือง จ.สมุทรสาคร

3.2.2.3 ต้นทุน ในการทำโครงการจะทำการนำข้อมูลทุติยภูมิที่เก็บรวบรวมได้มาทำการประมาณค่าใช้จ่ายต่างๆที่ต้องใช้ในการลงทุน

ค่าธรรมเนียมและค่าสิทธิ

- ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ (Franchise Fee) 500,000 บาท ประกอบด้วย อุปกรณ์เริ่มต้นที่แฟรนไชส์มีให้ดังนี้ ถ้วยแบ่ง จานรอง ช้อน ถาดเนื้อ จานเปล ถ้วยน้ำจิ้ม ถ้วยไอศกรีม จานผัก กระจวยลวก กระจวยตัก ช้อนไอศกรีม หม้อต้มซุ๊ป คอมพิวเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลิ้นชักเก็บเงิน เครื่องปรีนใบเสร็จรับเงิน กระดาษปรีนใบเสร็จรับเงิน โปรแกรม
ร้านอาหาร เสือยูนิฟอร์ม ผ่ากันเปื้อน แสตนด์เมนูตั้งพื้น ป้ายไฟโลโก้

เงินลงทุนเริ่มแรกสำหรับการดำเนินการ

- ค่าอุปกรณ์เครื่องครัวอื่นๆ โต๊ะ เก้าอี้
- ค่าดำเนินการงานตกแต่งร้าน
- ค่าดำเนินการป้าย สื่อโฆษณาต่างๆ ป้ายรับสมัครงาน
- ค่างานเดินระบบไฟฟ้าและอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า
- ค่างานระบบห้องน้ำและห้องครัว

3.2.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

เป็นการประมาณค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่อาจจะเกิดขึ้นจริงเมื่อมีการเปิดทำการ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจาก งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และข้อมูลปฐมภูมิ โดยอายุสัญญาแฟรนไชส์ ต้องมีสัญญา 5 ปี ในการลงทุนร้านชาบูอินดี้

3.2.3.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) กำหนดจากจำนวนปีที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายของโครงการ ว่าใช้ระยะเวลาเท่าใด หากมากกว่าระยะเวลาในโครงการถือว่าโครงการ ไม่มีความเป็นไปได้แน่นอน โดย พิจารณาจาก

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{กระแสเงินสดจ่ายในการลงทุนโครงการร้านชาบูอินดี้}}{\text{กระแสเงินสดรับสุทธิในการลงทุนโครงการร้านชาบูอินดี้}}$$

3.2.3.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value : NPV) เป็นการศึกษามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละรอบตลอดอายุโครงการกับเงินสดลงทุน ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์ แสดงว่า ผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน โครงการไม่มีกำไรแต่ก็ไม่ได้ขาดทุน แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นบวกหรือมีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุน โครงการนั้นมีกำไร และในกรณีที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นลบ หรือมีค่าน้อยกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุนของโครงการนั้นถือว่าขาดทุน

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักการตัดสินใจเพื่อลงทุนในโครงการ

NPV	>	0	คุ้มค่าแก่การลงทุนโครงการร้านชาบูอินดี้
NPV	<	0	ไม่สมควรลงทุนโครงการร้านชาบูอินดี้
NPV	=	0	เท่าทุน

3.2.3.3 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal rate of return : IRR) เพื่อศึกษาหาผลตอบแทนของการลงทุนว่ามีค่าร้อยละเท่าไร โดยคำนวณหาอัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการตลอดอายุของโครงการมีค่าเท่ากับเงินสดที่จ่ายลงทุน ผลตอบแทนของโครงการลงทุนมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการของโครงการหรือไม่ สูตรในการคำนวณดังนี้

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

หลักในการตัดสินใจลงทุนมีดังนี้

IRR	>	r	คุ้มค่าแก่การลงทุนโครงการร้านชาบูอินดี้
IRR	<	r	ไม่คุ้มค่าแก่การลงทุนโครงการร้านชาบูอินดี้
IRR	=	r	เสมอตัว

โครงการได้กำหนดอัตราคิดลดที่ร้อยละ 12 เนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติกำหนดไว้ในประเทศที่กำลังพัฒนา จะมีค่าอัตราคิดลดอยู่ระหว่างร้อยละ 8 ถึงร้อยละ 12

3.2.3.4 อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit cost ratio: BCR) เพื่อศึกษาอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายไปในการดำเนินโครงการ ถ้าอัตราผลตอบแทนของต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่าเท่ากับหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน คือ โครงการไม่มีกำไรและไม่ขาดทุน ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่มีค่ามากกว่าหนึ่ง แสดงว่า ผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนโครงการมีกำไร และถ้าผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่าน้อยกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุนหรือขาดทุน (กนกวรรณ. 2555)

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยที่

B_t	=	กระแสเงินสดรับโครงการร้านชาบูอินดี้ในปีที่ 0 – 5
C_t	=	กระแสเงินสดจ่ายโครงการร้านชาบูอินดี้ในปีที่ 0 - 5
t	=	ปีดำเนินการปีที่ 0 - 5
r	=	อัตราคิดลดร้อยละ 12
n	=	อายุของโครงการ 5 ปี เนื่องจากอายุสัญญาของแฟรนไชส์

หลักการตัดสินใจลงทุน โดยใช้ BCR มีอยู่ว่า ณ ระดับอัตราส่วนลด : r ที่กำหนดให้

BCR	>	1	ผลตอบแทนที่ได้มากกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนที่เสียไป
BCR	<	1	ผลตอบแทนที่ได้น้อยกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนที่เสียไป
BCR	=	1	ผลตอบแทนที่ได้เท่ากับค่าใช้จ่ายในการลงทุนที่เสียไป

3.2.3.5 Switching Value เป็นการวิเคราะห์ความไวอีกรูปแบบหนึ่งเพื่อดูว่าผลตอบแทนลดลงได้มากที่สุดเท่าใดหรือต้นทุนเพิ่มขึ้นได้มากที่สุดเท่าใด ดังนี้ (ชัยยศ, 2553) โดยวิเคราะห์จากการเปลี่ยนแปลงในรูปร้อยละของปัจจัยที่เชื่อว่ามีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของโครงการซึ่งทำให้โครงการอยู่ ณ เกณฑ์การตัดสินใจขั้นต่ำสุดที่จะยอมรับได้ หรือที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเป็นศูนย์

การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (SVT) แยกได้ 2 กรณีได้แก่

3.2.3.5.1 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน (SVT_C) หมายความว่าร้อยละของต้นทุนโครงการที่สามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละเท่าใดก่อนที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นศูนย์ มีสูตรดังนี้

$$SVT_C = [(PVB - PVC) \times 100] / PVC$$

โดยที่

SVT _C	=	การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุนโครงการร้านชาบูอินดี้
PVB	=	มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนของโครงการร้านชาบูอินดี้
PVC	=	มูลค่าปัจจุบันต้นทุนของโครงการร้านชาบูอินดี้

3.2.3.5.2 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลตอบแทน (SVT_B) หมายความว่าร้อยละของผลประโยชน์โครงการที่สามารถลดลงได้ร้อยละเท่าใดก่อนที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นศูนย์ มีสูตรดังนี้

$$SVT_B = [(PVB - PVC) \times 100] / PVB$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยที่

SVT = การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลตอบแทนของโครงการร้านชาบูอินดี้

PVB = มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนของโครงการร้านชาบูอินดี้

PVC = มูลค่าปัจจุบันต้นทุนของโครงการร้านชาบูอินดี้

ถ้า SVT_C หรือ SVT_B ที่คำนวณได้มีค่าสูงแสดงว่า ความเสี่ยงของโครงการอยู่ในระดับที่ต่ำ นั่นคือ โครงการยังมีความคุ้มค่าอยู่แม้ว่าจะมีต้นทุนที่สูงขึ้นมาก หรือเมื่อผลประโยชน์ของโครงการลดลงจำนวนมาก โครงการยังมีความคุ้มค่าต่อการลงทุนเนื่องจากโครงการมี SVT_C และ SVT_B สูงนั่นเอง และในทำนองเดียวกัน ถ้า SVT_C และ SVT_B มีค่าต่ำแสดงว่าความเสี่ยงของโครงการมาก เพราะเพียงแคต้นทุนของโครงการเพิ่มขึ้นหรือผลประโยชน์ของโครงการลดลงเพียงเล็กน้อยก็อาจมีผลให้โครงการไม่มีความคุ้มค่าในการลงทุนได้

ตารางที่ 11 สรุปเกณฑ์การตัดสินใจการลงทุนโครงการ

เกณฑ์การตัดสินใจการลงทุนโครงการ	ควรลงทุน	ไม่ควรลงทุน
Payback Period	PB ที่คำนวณได้ \leq PB ที่เป็นเป้าหมาย	PB ที่คำนวณได้ $>$ PB ที่เป็นเป้าหมาย
NPV	≥ 0	< 0
BC Ratio	≥ 1	< 1
IRR	$\geq r$	$< r$
SVT	SVT_C หรือ SVT_B ที่คำนวณได้มีค่าสูง ความเสี่ยงในโครงการอยู่ในระดับต่ำ	SVT_C หรือ SVT_B ที่คำนวณได้มีค่าต่ำ ความเสี่ยงในโครงการอยู่ในระดับสูง

ที่มา: เฉลิมขวัญ. 2555

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนการจัดตั้งแฟรนไชส์ ซาบูอินดี ในบริเวณพื้นที่ชอยเทศบาล 8 ใน อ.เมือง จ.สมุทรสาคร โดยการศึกษาแบ่งเป็น 3 ด้าน คือการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ซึ่งจะพิจารณาเกี่ยวกับสถานะตลาด คือ ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งตลาด และ แนวโน้มตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด เป็นการพยากรณ์อุปสงค์ของตลาดภายใต้ปัจจัยต่างๆ การประมาณยอดขายของโครงการ การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคจะพิจารณาเกี่ยวกับระบบการผลิต ท่าเลที่ตั้ง การบริหารจัดการ วัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการจัดตั้งโครงการ และการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินจะพิจารณาประเมินค่าของการลงทุนใช้วิธีการศึกษา คือการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ระยะเวลาคืนทุน และการวิเคราะห์ SVT โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดนี้เป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยง และความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะจะศึกษาถึงรายละเอียดที่จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาดประกอบด้วย ขนาดของตลาด แนวโน้มของตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณยอดขาย

ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตั้งแฟรนไชส์ซาบูอินดี

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านซาบูอินดีเมื่อเทียบกับร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ร้านอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาแบ่งเป็นเพศหญิงจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 62 และเพศชายจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38 มีช่วงอายุอยู่ที่ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 70.5 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 73 มีระดับการศึกษาอยู่ที่ปริญญาตรี/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 85 มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.5

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	124	62
ชาย	76	38
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	47	23.5
20-30ปี	141	70.5
31-40ปี	4	2
41-50ปี	6	3
51-60ปี	1	0.5
60 ปีขึ้นไป	1	0.5
อาชีพ		
นักเรียน /นักศึกษา	146	73
พนักงานบริษัทเอกชน	34	17
เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	11	5.5
ข้าราชการ /พนักงาน	8	4
รัฐวิสาหกิจ		
พ่อบ้าน /แม่บ้าน	1	0.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 ต่อ

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	2	1
มัธยมศึกษาตอนต้น	4	2
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช	17	8.5
ปริญญาตรี / ปวส	170	85
สูงกว่าปริญญาตรี	7	3.5
รายได้		
น้อยกว่า 10,000	125	62.5
10,001 – 20,000	61	30.5
20,001 – 30,000	8	4
30,001 – 40,000	3	1.5
มากกว่า 50,001	2	1
40,001 – 50,000	1	0.5
รวม	200	100

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการพฤติกรรมการบริโภคอาหารบุฟเฟ่ต์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจความนิยมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมบริโภคหมูกระทะ จำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 39 โดยจะใช้เวลาในวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ในการไปบริโภคคิดเป็นร้อยละ 68.5 นิยมไปใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 น.เป็นต้นไปคิดเป็นร้อยละ 45.5 มักจะนิยมไปบริโภคกับเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 57 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจไปรับประทานคิดเป็นร้อยละ 34.5 มีการตัดสินใจด้วยตัวเองคิดเป็นร้อยละ 34.5 โดยจะเลือกร้านที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านคิดเป็นร้อยละ 44.5 มีแนวโน้มในอนาคตที่จะบริโภคปกติคิดเป็นร้อยละ 52 นิยมไปบริโภคกัน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 27.5 และจะใช้เวลาในการบริโภค 2 ชม. ไม่เกิน 2.30 ชม.ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของร้านบุฟเฟต์ที่นิยมบริโภค วัน ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ ผู้ร่วมบริโภค โอกาสในการบริโภค สิ่งที่มีอิทธิพลในการเลือก ลักษณะที่ตั้งร้าน แนวโน้มการบริโภค จำนวนผู้ที่บริโภคด้วยกัน และเวลาในการบริโภค

ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเภทร้านที่นิยม		
หมูกระทะ	78	39
วันที่นิยมไปบริโภค		
เสาร์-อาทิตย์และวันหยุด นักขัตฤกษ์	137	68.5
ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการ		
18.01 เป็นต้นไป	91	45.5
ลักษณะผู้ร่วมบริโภค		
เพื่อน	114	57
โอกาสในการบริโภค		
ตั้งใจไปรับประทาน	141	34.5
อิทธิพลในการเลือก		
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	69	34.5
ลักษณะที่ตั้งของร้าน		
ตั้งอยู่ใกล้บ้าน	89	44.5
แนวโน้มการบริโภค		
บริโภคปกติ	104	52
จำนวนคนที่บริโภคด้วยกัน		
4 คน	55	27.5
เวลาที่ใช้ในการบริโภค / ครั้ง		
2 ชม. ไม่เกิน 2.30 ชม.	82	41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตั้งแฟรนไชส์ชาบูอินดี้

จากการสำรวจการเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักแบรนด์ชาบูอินดี้คิดเป็นร้อยละ 54.5 กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 44.5 มีสื่อทางอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการเข้าถึงคิดเป็นร้อยละ 54 มีค่าใช้จ่ายที่กลุ่มตัวอย่างยอมจ่ายต่อครั้งไม่เกิน 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.5 มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 64.5

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความรู้จักชาบูอินดี้ การตัดสินใจใช้บริการ ช่องทางการเข้าถึง ค่าใช้จ่ายที่ยอมจ่ายในแต่ละครั้ง และความถี่ในการใช้บริการ

ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านชาบูอินดี้		
รู้จัก	109	54.5
ไม่รู้จัก	91	45.5
การตัดสินใจใช้บริการ		
จะใช้บริการอย่างแน่นอน	42	21
ใช้บริการ	89	44.5
ไม่แน่ใจ	60	30
ไม่ใช้บริการ	3	1.5
ไม่ใช้บริการอย่างแน่นอน	6	3
ช่องทางการเข้าถึง		
สื่อทางอินเทอร์เน็ต	108	54
เพื่อน/คนรู้จัก	69	34.5
โปสเตอร์/ป้ายโฆษณาต่างๆ	12	6
ใบปลิว/แผ่นพับ	5	2.5
หนังสือพิมพ์	3	1.5
วิทยุ	2	1
นิตยสาร/วารสาร	1	0.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 ต่อ

ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ/ครั้ง		
ไม่เกิน 200 บาท	19	9.5
ไม่เกิน 300 บาท	51	25.5
ไม่เกิน 400 บาท	63	31.5
ไม่เกิน 500 บาท	50	25
501 บาทขึ้นไป	17	8.5
ความถี่ในการใช้บริการ/เดือน		
1 ครั้ง /เดือน	129	64.5
2 ครั้ง /เดือน	44	22
3 ครั้ง /เดือน	15	7.5
4 ครั้ง /เดือน	7	3.5
5 ครั้ง /เดือน	4	2
6 ครั้ง /เดือน	1	0.5
รวม	200	100

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด ประกอบด้วย

4.1.1 การวิเคราะห์สถานะตลาด

4.1.1.1 ขนาดของตลาด

การศึกษานี้ได้นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ซึ่งอยู่ภายในบริเวณอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด เพื่อนำข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคร้านอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์มาประกอบการวิเคราะห์หาขนาดของตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรทั้งหมดที่คาดว่าจะจะเป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการ จากการสังเกต บริเวณซอยเทศบาล 8 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีการสุ่มนับจำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณจุดตั้งร้าน ณ วันที่ 11-17 เดือนมกราคม 2559 เป็นเวลา 1 สัปดาห์ ตั้งแต่เวลา 08.00-20.00 น. พบว่ามีจำนวนประชากรที่เดินผ่านบริเวณจุดตั้งร้านประมาณ 2,000 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. อัตราการซื้อของผู้บริโภค จากการสัมภาษณ์พบว่าค่าใช้จ่ายที่ผู้บริโภคยอมจ่ายอยู่ที่ไม่เกิน 400 บาทต่อครั้ง และความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์เฉลี่ยอยู่ที่ 1 ครั้งต่อเดือน

3. อำนาจในการซื้อ การเข้าใช้บริการของกลุ่มเป้าหมายนั้นถือได้ว่ามีกำลังการซื้อสูงเนื่องจากราคาของร้านชาบูอินดี้ในตลาดไม่แพงมากนัก จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการแจกแบบสอบถาม 200 ชุด ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ส่วนใหญ่ของผู้ซื้อ โดยมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือนและส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยประมาณ 20-30 ปี

4. hamูลค่าทางการตลาด จากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน ในบริเวณพื้นที่ตั้งโครงการ คือ ภายในบริเวณชอยเทศบาล 8 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละครั้ง เท่ากับ 391 บาทต่อครั้งต่อคน ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์อยู่ที่ 1.58 ครั้งต่อเดือน สามารถคำนวณมูลค่าทางการตลาดของชาบูอินดี้ ภายในบริเวณพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} & \text{มูลค่าทางการตลาดชาบูอินดี้ ภายในบริเวณพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร} \\ &= \text{จำนวนประชากรทั้งหมด} \times \text{ร้อยละของประชากรที่เข้ามาใช้บริการ} \times \text{ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการร้านบุฟเฟต์แต่ละครั้ง} \times \text{ความถี่ในการใช้บริการ} \times \text{จำนวนเดือนในหนึ่งปี} \\ &= 2,000 \times 100\% \times 391 \times 1.58 \times 12 \\ &= 14,826,720 \text{ บาทต่อปี} \end{aligned}$$

ดังนั้นขนาดตลาดชาบูอินดี้ภายในพื้นที่บริเวณชอยเทศบาล 8 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เท่ากับ 14,826,720 บาทต่อปีซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ ส่งผลให้โครงการมีความน่าสนใจในการลงทุนทั้งด้านปัจจัยทางด้านมูลค่าเงิน และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.1.2 แนวโน้มของตลาด

แนวโน้มของตลาดเป็นการศึกษาถึงทิศทางความต้องการของตลาดว่าจะดำเนินไปในทิศทางใดจะมากขึ้นหรือน้อยลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป ในประเทศไทยธุรกิจร้านอาหารประเภทชาบูเป็นธุรกิจที่น่าจับตามองเป็นอย่างยิ่ง ตลาดร้านอาหารบุฟเฟต์มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ราวๆ ร้อยละ 15 ต่อปี จนล่าสุดร้านอาหารที่เป็นเครือข่ายมีมูลค่าตลาดมากถึง 97,000 ล้านบาท โดยร้านชาบูและสุกี้มีมูลค่าสูงอยู่ใน 3 อันดับแรกของตลาด จึงมีผู้ประกอบการหลายรายเข้ามาลงทุนในธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ พร้อมกับทุ่มงบประมาณเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมในการบริโภคของชาวไทยที่ชื่นชอบการบริโภคอาหารประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุฟเฟต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้บริโภคสมัยใหม่ จึงทำให้ประเทศไทยได้รับความสนใจจาก นักลงทุน ตลอดจนผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME) ซึ่งเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้เพิ่ม มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของคน ไทยในขณะนี้ถือว่ายังได้รับความนิยมอยู่ ในระดับสูง โอกาสในการขยายตัวเติบโตของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในประเทศไทยยังมีได้อีกมาก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2557)

4.1.3 ส่วนแบ่งทางการตลาด

ส่วนแบ่งทางการตลาด เป็นความสามารถของธุรกิจหรือโครงการ ที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่ง จากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาดที่พิจารณาคือ การแข่งขัน ซึ่งพิจารณาจากจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายบริเวณที่จะเปิดร้านภายในชอยเทศบาล 8 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

พบว่าภายในบริเวณใกล้เคียงสถานที่ที่ทำการศึกษามีร้านอาหารบุฟเฟต์จำนวน 4 ร้าน ประกอบไปด้วย ร้านหมูกระทะ ร้านชาบูโด ร้านกริลล์โซ และร้านบาร์บีคิวบุฟเฟต์ จากการ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและการวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการ ทำให้ธุรกิจเห็นส่วนแบ่ง การตลาด ดังนี้

4.1.3.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (external environment analysis)

4.1.3.1.1 ทางด้านการเมืองและกฎหมาย (political and legal)

ปัจจุบันกระแสการบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟต์ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับรัฐบาลมีการสนับสนุนให้ประชาชนเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น ยังพยายามกระตุ้น ภาคเอกชนให้ลงทุนเพิ่มขึ้นด้วย โดยนโยบายของรัฐบาลได้มีการสนับสนุนโครงการใหม่ๆ ทำให้ สามารถหาแหล่งเงินทุนได้ง่าย มีการส่งเสริมในการลงทุน และนโยบายสนับสนุนการกู้ยืมเงินของ ประชาชน เพื่อกระตุ้นให้เกิดธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น นอกจากนี้รัฐบาลยังได้มีการ จัดตั้งกองทุนต่างๆ ซึ่งเป็นแหล่งสนับสนุนสินเชื่อในหลายรูปแบบทั้งกองทุนหมู่บ้าน ธนาคาร ประชาชน และยังมีสินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อบัตรเครดิตและบัตรเครดิตอีกด้วย เป็นการกระตุ้นให้ ประชาชนออกมาจับจ่ายใช้สอยกับมากขึ้นทั้งด้านอุปโภคบริโภค ส่งผลดีต่อภาวะเศรษฐกิจเพราะ เมื่อมีการลงทุนมากขึ้น การจ้างงานก็เพิ่มขึ้นด้วย

จากการวิเคราะห์ทางการเมืองและกฎหมาย จะเห็นได้ว่าส่งผลดีต่อการลงทุนธุรกิจร้าน

ชาบูอินดีเนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจที่ชัดเจน ทั้งนี้นโยบายในการสนับสนุนการ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลงทุน สินเชื่อต่างๆ ที่ช่วยเปิดโอกาสให้กับธุรกิจในการเริ่มดำเนินงานหรือขยายกิจการต่อไป ดังนั้นจึงส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

4.1.3.1.2 ทางด้านเศรษฐกิจ (economic)

ในปัจจุบันเศรษฐกิจมีแนวโน้มอัตราการเจริญเติบโตน้อยลง อันเนื่องมาจากสภาวะการเมือง ทำให้มีการอุปโภคบริโภคน้อยลง แต่เนื่องจากร้านชาบูอินดี้เป็นธุรกิจร้านอาหารซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิตบวกกับร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์เป็นที่นิยมของคนทุกเพศทุกวัย ทำให้ไม่มีผลกระทบต่อนักศึกษาและคนวัยทำงานซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง จากการวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐกิจจะเห็นได้ว่า ไม่ว่าจะเศรษฐกิจจะมีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางใดก็ตาม ก็ไม่มีผลกระทบต่อการลงทุนธุรกิจร้านชาบูอินดี้เนื่องจากจะมีกลุ่มเป้าหมายที่นิยมบริโภค ผู้ที่อยากลองสิ่งแปลกใหม่ และนำไปกระจายปากต่อปากอยู่แล้ว ดังนั้นจึงส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

4.1.3.1.3 ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (social culture)

เนื่องด้วยกระแสการรับประทานอาหารประเภทบุฟเฟต์ยังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง แต่ถ้านึกถึงร้านบุฟเฟต์ทุกคนก็คงจะนึกถึงร้านหมูกระทะที่ทุกคนคุ้นเคย แต่ถ้าต้องการความแปลกใหม่ก็ต้องเป็นร้านตามห้างที่ราคาแพงเกินจะเอื้อมถึง ทำให้ชาบูอินดี้ร้านชาบูบุฟเฟต์สไตล์คนไทย ตอบโจทย์ความต้องการของคนไทย สร้างความแปลกใหม่ให้เกิดขึ้นในท้องตลาด เป็นแหล่งรวมพลพบปะสังสรรค์ของกลุ่มเพื่อนฝูง เป็นแหล่งกระชับความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว จึงส่งผลให้ธุรกิจนี้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในปัจจุบัน

จากการวิเคราะห์ทางด้านสังคมและวัฒนธรรมในประเด็นต่างๆ เห็นได้ว่าส่งผลดีต่อธุรกิจร้านชาบูอินดี้ เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน ที่ต้องการรสชาติที่แปลกใหม่และกลัวว่าการทานอาหารนอกบ้านจะสิ้นเปลืองเงินเกินไป ทำให้ชาบูอินดี้ตอบโจทย์คนไทยได้เป็นอย่างดีจึงส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

4.1.3.1.4 ทางด้านประชากรศาสตร์ (demographic)

อัตราการเพิ่มของจำนวนประชากรภายในบริเวณที่จะเปิดร้านมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ตลาดมีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากการวิเคราะห์ทางด้านประชากรศาสตร์นั้นส่งผลดีต่อธุรกิจ เนื่องจากอัตราการการบริโภคนั้นจะสูงขึ้นตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นจึงเป็นการส่งผลในทางบวกต่อธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.3.2 การวิเคราะห์แรงผลักดัน 5 ประการ (five force analysis) การวิเคราะห์ถึงความเข้มข้นของการแข่งขัน ดังนี้

4.1.3.2.1 ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน เนื่องจากพื้นที่บริเวณที่จะเปิดร้านมีร้านจำหน่ายอาหารประเภทบุฟเฟต์อยู่พอสมควร แต่จะเป็นร้านสไตล์ปิ้งย่างเป็นส่วนใหญ่ถ้าเป็นคู่แข่งโดยตรงก็จะมีอยู่หนึ่งร้านนั่นก็คือร้านชาบูโด แสดงว่าธุรกิจร้านชาบูกำลังมีอัตราการเจริญเติบโตที่ค่อนข้างดีเราจึงเห็นโอกาสที่ดีในการเข้ามาทำธุรกิจร้านชาบูอินดี้ภายในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจ在这一บริเวณนี้จึงมีความรุนแรงระดับปานกลาง

4.1.3.2.2 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น การจัดตั้งธุรกิจร้านชาบูอินดี้ในเรื่องของคู่แข่งรายใหม่ที่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่ายก็จริงคือแค่มีเงินก็สามารถซื้อลิขสิทธิ์ร้านชาบูอินดี้มาเปิดได้ หรือสามารถเปิดร้านอาหารอื่นๆ ใครไม่มีเงินก็สามารถกู้ตามแหล่งเงินทุนต่างๆ เพื่อมาเป็นคู่แข่ง แต่ก็ยังมีอีกปัจจัยที่สำคัญคอยบีบอยู่นั่นคือเรื่องของพื้นที่ในการเปิดร้านซึ่งมีอยู่อย่างจำกัด การลอกเลียนแบบกัน ในผลิตภัณฑ์และรูปแบบของธุรกิจทำได้ง่าย ไม่ค่อยมีความแตกต่างกันมากนัก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงหันมาสร้างความแตกต่างทางด้านบริการ โปรโมชั่น รสชาติ รวมทั้งการส่งเสริมทางการตลาด เพื่อเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนั้นการเข้าสู่การแข่งขันของธุรกิจ在这一บริเวณนี้ถือว่ายากเพราะมีการแข่งขันที่รุนแรงปานกลางของกลุ่มเก่าอยู่แล้ว และการเข้ามาของกลุ่มรายใหม่ก็ถูกจำกัดด้วยพื้นที่ที่มีไม่มากพอด้วยจึงมีความรุนแรงระดับปานกลาง

4.1.3.2.3 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน สินค้าทดแทนของร้านชาบูอินดี้ซึ่ง在这一บริเวณร้านมีสถานที่ที่จำหน่ายอาหารอยู่หลากหลายเพราะตัวร้านเปิดใกล้ตลาด และศูนย์การค้า ดังนั้นจึงถือได้ว่าภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนของอุตสาหกรรมนี้มีสูง แต่จากกระแสการบริโภคอาหารที่เป็นบุฟเฟต์ทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจและใส่ใจในการร้าน รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการที่มากขึ้น จึงเป็นโอกาสของการลงทุนร้านชาบูอินดี้โดยมีผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค เห็นได้ว่าสินค้าทดแทนสำหรับชาบูอินดี้ที่หลากหลายทำให้ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนนี้มีมาก ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคอาหารร้านอื่น หรือสามารถทำทานเองที่บ้านได้ อีกทั้งผลิตภัณฑ์ทดแทนต่างๆ นั้นหาซื้อได้สะดวก เมื่อไม่สามารถบริโภคในสิ่งที่ต้องการได้ ก็สามารถบริโภคสินค้าอื่นทดแทนได้ ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจ在这一บริเวณนี้จึงมีความรุนแรงระดับสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.3.2.4 ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ เนื่องจากร้านชาบูอินดี้ เป็นร้านน้องใหม่ที่กำลังจะเปิด ประกอบกับธุรกิจร้านชาบูหรือร้านอาหารสไตล์บุฟเฟต์ที่มีอยู่ใน บริเวณสถานที่จัดตั้งโครงการมีร้านชาบูและร้านอาหารสไตล์บุฟเฟต์อื่นๆ ที่เปิดมาอยู่ก่อนแล้ว ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสที่จะเลือก มีสิทธิที่จะคิดไตร่ตรองก่อนจะเข้าร้านใดร้านหนึ่ง ผู้บริโภคอาจ พิจารณาจากโปรโมชั่นของแต่ละร้าน ร้านไหน โปรโมชั่นดีกว่าก็ดูจะมีภาษีที่เหนือกว่า ดังนั้นการ แข่งขันของธุรกิจในพื้นที่จึงถือว่ามีความรุนแรงระดับสูง

4.1.3.2.5 ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบ ในการลงทุน ร้านชาบูอินดี้ทางสาขาแม่จะมีบริษัท Supplier หลักของตัวเองที่จะทำการส่งวัตถุดิบต่างๆ ให้สาขา ลูกทั่วประเทศ เป็นการรับวัตถุดิบเพื่อมาจำหน่ายอีกที มาจากแหล่งเดียวกันทุกสาขา ทำให้สะดวก ผู้ประกอบการไม่ต้องออกไปซื้อเองเหมือนแต่ก่อน เพียงแค่ยกหูโทรศัพท์สั่งเอาเองเท่านั้น ดังนั้น การแข่งขันของธุรกิจในพื้นที่การศึกษาจึงมีความรุนแรงระดับต่ำ

จากการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมการแข่งขันของภายในอุตสาหกรรม ทั้ง 5 ประการนี้ พบว่าโดยรวมถือว่าการลงทุนธุรกิจร้านชาบูอินดี้ ยังมีความรุนแรงจากสภาพแวดล้อมหลายๆด้าน แต่ไม่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนมากนัก และมีบางกรณีที่เป็นกรณีสนับสนุนให้โครงการยังมีความ น่าสนใจที่จะทำการลงทุนอยู่ ถึงแม้จะมีระดับความรุนแรงอยู่บางประการก็ตาม เนื่องจากปัจจัยบาง ประการ ยังคงแสดงให้เห็นถึงความต้องการที่อาจถูกตอบสนองไม่ตรงตามความต้องการเท่าที่ควร ซึ่งปัจจัยบางอย่างอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต จึงสรุปได้ว่าหากโครงการมีการจัดทำ ผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ทุกประการ มีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มี ความสด สะอาด แปลกใหม่ ดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่เสมอ และสร้างความแตกต่างในการทำ ธุรกิจให้แปลกใหม่กว่าธุรกิจอื่นๆ ที่อาจแย่งกลุ่มลูกค้าไปจากเรา ก็จะทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจ การลงทุนร้านชาบูอินดี้มากยิ่งขึ้น ซึ่งยังถือเป็นธุรกิจที่คู่แข่งยังตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภคได้อย่างไม่เพียงพอและไม่ตรงจุด ทำให้โครงการยังคงมีข้อได้เปรียบในหลายๆด้าน ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมโดยรวมแล้วมีความรุนแรง 4 ด้าน คือ ด้านภัย คุกคามจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้น ภัยคุกคามจาก สินค้าทดแทน ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และไม่มี ความรุนแรง 1 ด้าน คือ ภัยคุกคาม จากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบ จึงถือว่ามีความรุนแรงในการแข่งขันแต่ยังเหมาะแก่การลงทุน อยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.4 พยากรณ์ความต้องการของตลาด

จากแนวโน้มการเติบโตของตลาดร้านอาหารที่เป็นเครือข่ายมีมูลค่า 97,000 ล้านบาท ในปี 2556 และมีอัตราการเติบโตต่อเนื่องทุกปีโดยเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 15 ต่อปี ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรรม แต่ถึงอย่างนั้นอัตราการเติบโตของร้านชาบูและสุกี้ภายในจังหวัดสมุทรสาครโดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ร้อยละ 3.8 ต่อปี ข้อมูลจากรายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดสมุทรสาคร ปี 2558 ดังนั้นจึงกำหนดสมมติฐานให้มีการเติบโต ของยอดขายโดยอ้างอิงจากรายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดสมุทรสาคร ปี 2558 ที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 3.8 โดยรายละเอียดประมาณการดังกล่าว ได้แสดงไว้ใน ตารางที่ 15 ซึ่งกำหนดให้การเติบโตของรายได้จะโตเท่ากันต่อเนื่องทุกปี

ตารางที่ 15 พยากรณ์ปริมาณความต้องการของตลาดตั้งแต่ปีที่ 2 - 5

ปีที่	อัตราการเจริญเติบโต	ผลการพยากรณ์
1	0.038	14,826,720
2	0.038	15,390,135
3	0.038	15,794,960
4	0.038	16,395,168
5	0.038	17,018,384

อัตราการเจริญเติบโต ร้อยละ 3.8 อ้างอิงจากรายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดสมุทรสาคร ปี 2558

4.1.5 การประมาณการยอดขาย

การประมาณการยอดขายของร้านชาบูอินดี้ ตลอดระยะเวลาในการดำเนินการของโครงการ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ถึงปี พ.ศ. 2564 สามารถคำนวณหาได้จากสมการการหาจำนวนประชากรที่คาดว่าจะใช้บริการร้านชาบูอินดี้ ซึ่งได้จากการนำจำนวนประชากรที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณที่จะตั้งร้านที่ได้จากการชຸ່มนับจำนวนทั้งหมด โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

การคำนวณหาการประมาณการยอดขาย

= จำนวนประชากรทั้งหมด × ร้อยละของประชากรที่เข้าร้าน × ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการร้านบุฟเฟต์แต่ละครั้ง × ความถี่ในการใช้บริการ × จำนวนเดือนในหนึ่งปี

$$= 2,000 \times 65.5\% \times 259 \times 1.58 \times 12$$

$$= 6,432,938 \text{ บาทต่อปี}$$

และการประมาณการยอดขายตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ถึงปี พ.ศ. 2564 สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 33 ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 การประมาณการยอดขายร้านชาบูอินดี้

ปี	ยอดขาย (ปีก่อน)	อัตราการเจริญเติบโต	รายได้จากการประมาณ
1	-	0.038	6,432,938
2	6,432,938	0.038	6,677,390
3	6,677,390	0.038	6,931,131
4	6,931,131	0.038	7,197,514
5	7,197,514	0.038	7,471,020

4.1.6 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจร้านชาบูอินดี้ คิดเป็นร้อยละ 65.5 ขนาดมูลค่าตลาดภายในบริเวณชอยเทศบาล 8 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เท่ากับ 14,826,720 บาทต่อปี และรายได้จากการประมาณการยอดขายในปีแรกเท่ากับ 6,432,938 บาท ซึ่งเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ค่อนข้างสูงและ แนวโน้มตลาดของร้านอาหารสไตล์บุฟเฟต์ ภายในจังหวัดสมุทรสาครมีอัตราการเติบโตร้อยละ 3.8 และจากการสำรวจคู่แข่งภายในบริเวณชอยเทศบาล 8 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่ามีคู่แข่งที่มีการเปิดอยู่ก่อนหน้านี้แล้วพอสมควร และ แนวโน้มของตลาดยังเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ความต้องการในการซื้อยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ในด้านการตลาดจึงยอมรับสมมุติฐานที่ว่าการจัดตั้งแฟรนไชส์ ชาบูอินดี้ บริเวณอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครมีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค จะกล่าวถึงความเป็นมาของการก่อตั้งธุรกิจ ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง ข้อมูลของโครงการของการลงทุน เทคโนโลยี เครื่องจักร และ อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต รูปแบบของผลิตภัณฑ์ตลอดจนต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการลงทุน

4.2.1 ข้อมูลของโครงการของการลงทุน

ระบบการผลิต

โครงการแต่ละโครงการจะมีระบบการผลิตที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้าและบริการ โดยปัจจัยที่โครงการจะต้องพิจารณาถึงระบบการผลิตมี 3 ด้าน คือ

4.2.1.1 ปัจจัยนำเข้า เป็นปัจจัยต่างๆที่สำคัญที่โครงการจัดหาจากภายนอก เพื่อนำมาใช้ ในการผลิตสินค้าและบริการ ในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ชาบูอินดีนั้น จำเป็นต้องพิจารณาจาก เกณฑ์ต่างๆดังนี้

4.2.1.1.1 แหล่งที่มาของวัตถุดิบ โครงการมีแหล่งที่มาของวัตถุดิบดังนี้ ผลิตภัณฑ์ เนื้อหมูสไลด์จากบริษัท เบทาโกร จำกัด(มหาชน) ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลจากบริษัท สมชายซีฟู้ด จำกัด ผลิตภัณฑ์จำพวกหัวเขื่อน้ำจิ้ม จากบริษัท ไออินเทอร์วิสต์ จำกัด ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจากบริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมจากบริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำอัดลมจากบริษัท เป๊ปซี่-โคล่า (ไทย) เทรดิง จำกัด เนื่องจากเป็นกฎของแฟรนไชส์ที่จะให้ใช้วัตถุดิบในการผลิตจากบริษัทที่กล่าวไว้เท่านั้น ในการลงทุนครั้งแรก จะมีค่าธรรมเนียมสิทธิของแฟรนไชส์ชาบูอินดีจำนวน 500,000 บาท ในการสั่งซื้อวัตถุดิบครั้งต่อไป กฎของแฟรนไชส์ไม่ได้กำหนดปริมาณการสั่งซื้อ ระยะเวลาสามารถสั่งซื้อได้เมื่อวัตถุดิบหมด หรือ ประมาณ 1 ครั้งต่อสัปดาห์

ตารางที่ 17 ต้นทุนวัตถุดิบ

รายการ	ต้นทุนวัตถุดิบ
วัตถุดิบผลิตภัณฑ์	
เนื้อหมูสันคอสไลด์	164 บาท ต่อ 1 กิโล
เนื้อหมูสามชั้นสไลด์	134 บาท ต่อ 1 กิโล
เนื้อหมูสันนอกสไลด์	154 บาท ต่อ 1 กิโล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื้อหมูหมักนุ่ม	70 บาท ต่อ 1 กิโล
เนื้อวัวสไลด์	185 บาท ต่อ 1 กิโล
เนื้อวัวหมัก	99 บาท ต่อ 1 กิโล
ตับหมู	70 บาท ต่อ 1 กิโล
เนื้อปลาคอกลีส์ไลด์	75 บาท ต่อ 1 กิโล
กุ้งสด	250 บาท ต่อ 1 กิโล
ปลาหมึกสด	130 บาท ต่อ 1 กิโล
ปลาหมึกกรอบ	46 บาท ต่อ 1 กิโล
เต้าหู้ปลา	121 บาท ต่อ 1 กิโล
ลูกชิ้นปลา	65 บาท ต่อ 1 กิโล
เมี่ยงกะพ룬	1500 บาท ต่อ 20 กิโล (ช้อยยกถึง)
หอยแมลงภู่	275 บาท ต่อ 1 กิโล
เกี้ยวกุ้ง	90 บาท ต่อ 1 กิโล
วุ้นเส้น	28 บาท ต่อ 1 กิโล
ไข่ไก่	100 บาทต่อ 1 แผง
หมี่หยก	59 บาท ต่อ 1 กิโล
เห็ดออริจินิ	79 บาท ต่อ 1 กิโล
เห็ดเข็มทอง	55 บาท ต่อ 1 กิโล
ผักกาดขาว	50 บาท ต่อ 1 กิโล
ข้าวโพด	25 บาท ต่อ 1 กิโล
กะหล่ำปลี	35 บาท ต่อ 1 กิโล
ผักบุ้ง	40 บาท ต่อ 1 กิโล
ต้นหอม	70 บาท ต่อ 1 กิโล
คึ้นฉ่าย	80 บาท ต่อ 1 กิโล
ผักกวางตุ้งฮ่องเต้	50 บาท ต่อ 1 กิโล
ไอศกรีม	375 บาทต่อ 1 กล่อง
วัตถุดิบภาชนะ	
หลอด	120บาทต่อ 1 โหล
กระดาษทิชชู	20บาทต่อ 1 ห่อ
ไม้จิ้มฟัน	150 บาทต่อ 1 โหล
กระดาษไน้ต	100 บาท ต่อ 1 โหล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.1.1.2 จำนวนบุคลากรและแรงงาน ทางร้านชาบูอินดี้ได้มีการจัดอบรมให้กับผู้รับสิทธิในด้านต่างๆทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติเกี่ยวกับการขาย การบริการ การบริหารร้านและการจัดการให้กับผู้ประกอบการรวมทั้งให้คำแนะนำและร่วมสนับสนุนในการวางแผนกลยุทธ์ส่งเสริมการขายและการวางแผนการตลาดอย่างใกล้ชิด แรงงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นอย่างยิ่ง ทั้งปริมาณ คุณภาพ และทักษะความรู้ความสามารถของแรงงานที่ต้องการ ซึ่งโครงการนี้ต้องการแรงงานอันประกอบไปด้วย

4.2.1.1.2.1 ผู้จัดการร้าน จำนวน 1 คน ซึ่งเป็นผู้ควบคุมดูแลการดำเนินงานภายในร้านทั้งหมด รวมทั้งด้านการเงิน จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้และความสามารถในการบริหารงานและผ่านการอบรมและการฝึกปฏิบัติงานจากทางชาบูอินดี้มาแล้ว และจะได้รับเงินเดือนๆละ 15,000 บาท

4.2.1.1.2.2 พนักงานประจำร้านจำนวน 10 คน ซึ่งจะแบ่งเป็น พนักงานจัดเตรียมในครัว จำนวน 4 คน จะมีหน้าที่ในการจัดเตรียมของในครัว พนักงานเสิร์ฟ จำนวน 4 คน จะมีหน้าที่ในการเสิร์ฟอาหารและบริการลูกค้า พนักงานล้างจาน จำนวน 2 คน จะมีหน้าที่ในการจัดการล้างและทำความสะอาดภาชนะทุกชนิด และพนักงานทุกคนจะได้รับการอบรมในระบบการปฏิบัติงานจากชาบูอินดี้ ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้หรือการปฏิบัติงาน โดยไม่มีประสบการณ์ได้ และจะได้รับเงินเดือนๆละ 7,500 บาท

4.2.1.1.2.3 พนักงานแคชเชียร์ จำนวน 1 คน จะมีหน้าที่ในการให้บริการหน้าร้าน เช็คบิลลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ รับผิดชอบดูแลเก็บชำระค่าบริการจากลูกค้าและสรุปยอดขายในแต่ละวัน ซึ่งต้องผ่านการอบรมจากทางชาบูอินดี้มาแล้ว และจะได้รับเงินเดือนๆละ 10,000 บาท

ตารางที่ 18 งบประมาณการเงินเดือนของพนักงาน

รายการ	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	จำนวนเงิน (บาท/เดือน)	จำนวนเงิน (บาท/ปี)
ผู้จัดการร้าน	15,000	1	15,000	180,000
พนักงานประจำร้าน	7,500	10	75,000	900,000
พนักงานแคชเชียร์	10,000	1	10,000	120,000

ที่มา:ร้านชาบูอินดี้ สาขาบ้านฉาง

ในการจัดตั้งโครงการลงทุนนี้ได้มีการลงทุนในส่วนของ การปรับปรุงพื้นที่ร้านและส่วนของ เครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 19 บประมาณการลงทุนเครื่องมือ และอุปกรณ์เริ่มต้นของโครงการ

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ค่าใช้จ่าย (บาท)	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมราคา (บาท/ปี)
ค่าก่อสร้างและตกแต่ง ค่าอุปกรณ์เริ่มต้นที่	-	800,000	5	160,000
เฟรนไชส์มีให้	-	500,000	5	100,000
ค่าอุปกรณ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า	-	350,000	5	70,000
ค่าชุดโต๊ะเก้าอี้	20	140,000	5	28,000
ค่าสแตนวางเครื่องคั้ม	40	24,000	5	4,800
ค่าชุดเตาแก๊ส	1	15,600	5	3,120
ค่าชั้นวางของ	1	10,000	5	2,000
ค่าโต๊ะเตรียมอาหาร	1	10,000	5	2,000
ค่าหม้อต้มซุป	7	11,897	5	2,380
ค่าแก้ว	288	6,336	5	1,267
ค่าถังน้ำแข็ง ที่คิบบ น้ำแข็ง	60	2,400	5	480
ค่าอุปกรณ์ในครัวอื่นๆ	-	7,580	5	1,526
ค่าสื่อประชาสัมพันธ์	-	38,000	5	7,600
รวม		1,915,813		383,173

ที่มา: เฟรนไชส์ชาบูอินดี้,2557

หมายเหตุ ค่าเสื่อมราคาเส้นตรง 5 ปี ไม่มีมูลค่าซาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 20 รายการอุปกรณ์แถมจากการทำสัญญาซื้อขายแฟรนไชส์ชาบูอินดี้

รายการ	จำนวน(หน่วย)
ถ้วยแบ่ง	200
จานรอง	200
ช้อน	200
ถาดเนื้อ	400
จานเปล	40
ถ้วยน้ำจิ้ม	300
ถ้วยไอศกรีม	100
จานผัก	50
กระบวยลวก	40
กระบวยตัก	40
ช้อนไอศกรีม	100
หม้อต้มซุ๊ป เบอร์ 50	3
คอมพิวเตอร์	1
ลิ้นชักเก็บเงิน	1
เครื่องปรีนใบเสร็จรับเงิน	1
กระดาษปรีนใบเสร็จรับเงิน	5
โปรแกรมร้านอาหาร	1
เสื่อยูนิฟอร์ม	24
ผ้ากันเปื้อน	24
เสตนเมนูตั้งพื้น	2
ป้ายไฟโลโก้ ขนาด 1.5x1.5 เมตร	1

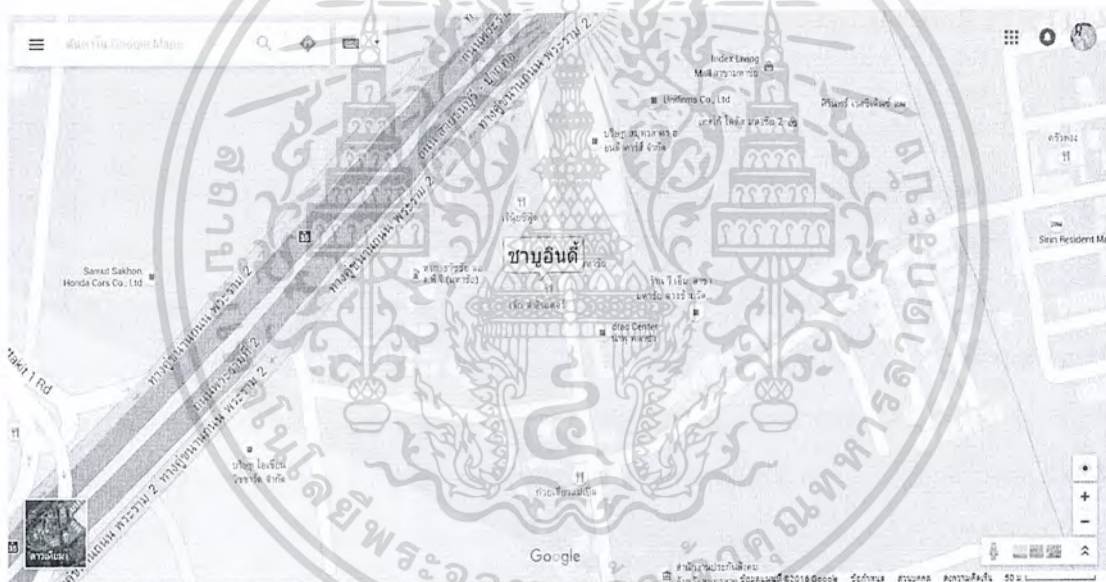
4.2.1.1.3 แหล่งที่มาของเงินทุน ในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ร้านชาบูอินดี้ มาจากเงินทุนของเจ้าของทั้งหมดเนื่องจากการกู้เงินจากธนาคารมีอัตราดอกเบี้ยสูงและทางเจ้าของโครงการก็มีเงินลงทุนเพียงพอ จึงเลือกใช้เงินส่วนของตัวเองมาใช้ในการลงทุนทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.1.2 กระบวนการผลิต ในการวางแผนกระบวนการผลิตของโครงการจะทำการศึกษาถึงรายละเอียดของสถานที่จัดตั้งโครงการ การตกแต่งร้าน และแผนการผลิต

4.2.1.2.1 ทำเลที่ตั้ง สถานที่ตั้งร้านชาบูอินดี้ ตั้งอยู่บริเวณซอยเทศบาล 8 อ.เมือง จ.สมุทรสาคร เป็นทำเลที่น่าสนใจ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นจำนวนมาก มีร้านอาหารหลากหลาย และอยู่ใกล้กับห้างสรรพสินค้า เทสโก้ โลตัส และอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ติดกับถนนเส้นหลักคือ ถนนพระราม 2 ซึ่งมีผู้คนสัญจรผ่านไปมาเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีอาคารสำนักงานทั้งภาครัฐและเอกชน โรงเรียน คอนโดเนียม และมีประชากรในเขตใกล้เคียงเข้ามาทำธุรกิจและทำงานซึ่งเป็นบริเวณที่มีผู้ใช้สัญจรไปมาในแต่ละวันเป็นจำนวนมากการคมนาคมสะดวก ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความสะดวกในการเดินทางเพื่อขนส่งวัตถุดิบ

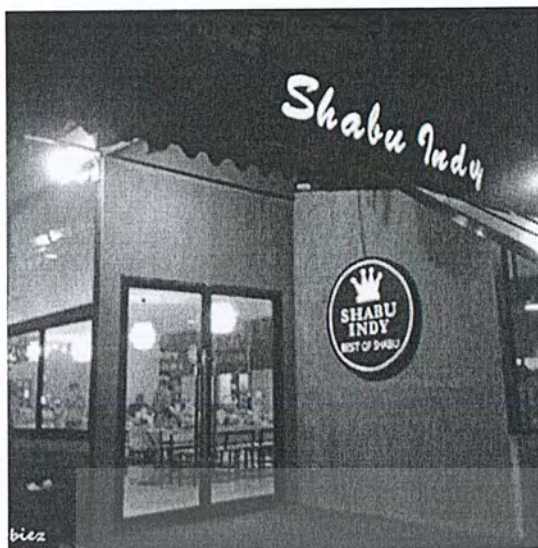
โดยพื้นที่ดังกล่าว โดยการเจรจาการใช้พื้นที่ ขนาด 100 ตารางวา เจ้าของพื้นที่ได้คิดค่าเช่าเดือนละ 40,000 บาท หรือ 480,000 บาท ต่อปี คิดอัตราคงที่ ทำสัญญาในระยะเวลา 5 ปี



ภาพทำเลที่ตั้ง

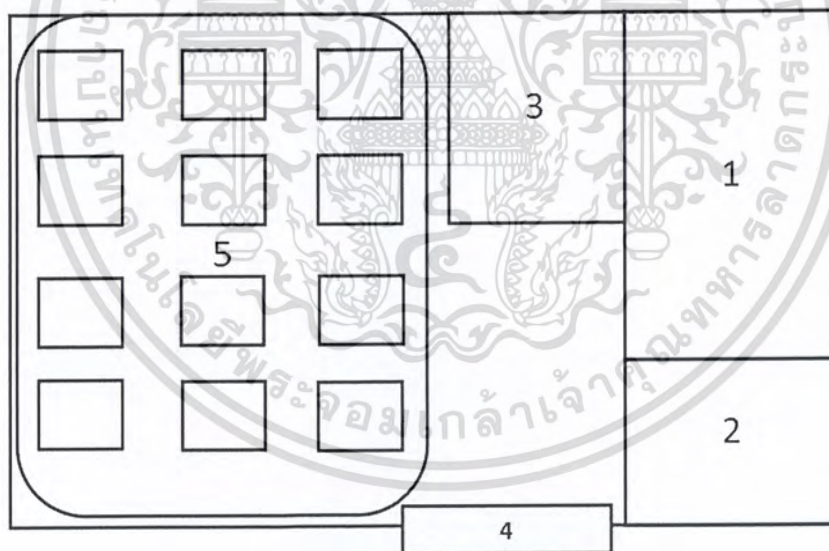
การตกแต่งบรรยากาศร้าน รูปแบบการตกแต่งนั้นเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าซึ่งป้ายหน้าร้านมีการออกแบบให้มีตัวหนังสือชื่อร้านให้ดูโดดเด่นน่าสนใจ ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ชัดเจน โดยภายในร้านชาบูอินดี้มักจะตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์แนวโมเดิร์นซึ่งให้ความรู้สึกภายในร้านนั้นโปร่ง สบายดูสะอาดตา มีป้ายไฟรูปเนื้อหมู เนื้อวัว เนื้อไก่ เพื่อแสดงถึงความหลากหลายของอาหารและคุณภาพที่สด ใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของร้านชาบูอินดี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพการวางผังกิจการ

ในการจัดผังกิจการที่ดี จะทำให้สะดวกในการปฏิบัติงาน และทำให้ร้านอาหารมีบรรยากาศที่เหมาะสม ต่อการรับประทานอาหาร อีกทั้งเพื่อความสะดวกในการจัดอุปกรณ์ เครื่องใช้ต่าง ๆ และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพแสดงแผนผังร้าน

หมายเลข 1 ห้องครัว ซึ่งภายในจะแบ่งออกเป็น

1.1 ห้องครัวร้อน ห้องนี้จะใช้สำหรับการต้มน้ำซุป การปรุงอาหารต่างๆ

1.2 ห้องครัวเย็น ห้องนี้จะใช้สำหรับการจัดเรียงอาหารสดต่างๆ ซึ่งภายในห้องจะมีตู้แช่อาหารสด และโต๊ะสำหรับจัดเรียงอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ห้องซักล้าง ห้องนี้จะใช้สำหรับงานล้างภายในร้าน

หมายเลข 2 ห้องแคชเชียร์ เป็นห้องสำหรับจัดเก็บเอกสารต่างๆของร้านและเป็นห้องชำระเงิน

หมายเลข 3 เป็นส่วนของตู้แช่เนื้อสัตว์ น้ำแข็ง ที่วางแก้ว ตู้ไอศกรีม

หมายเลข 4 ประตูทางเข้าด้านหน้าร้าน

หมายเลข 5 โต๊ะสำหรับรับประทานอาหาร

กำลังการผลิต

ธุรกิจแฟรนไชส์ชาบูอินดี้ จะเปิดให้บริการในทุกวัน ตั้งแต่เวลา 16.00 น. – 22.00 น.

4.2.1.3 ปัจจัยนำออก ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบ ซึ่งมีความหลากหลาย เช่น เนื้อหมู เนื้อวัว เนื้อไก่ เนื้อปลา กุ้ง หอย ปลาหมึก เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึงครบถ้วน โดยผลิตภัณฑ์ของทางร้านจะเน้นความสดใหม่ทุกวัน ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ

4.2.2 การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ

โดยการนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์และข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนในการจัดตั้งโครงการมาทำการประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.2.2.1 การประมาณเงินลงทุนทั้งหมดของโครงการ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแฟรนไชส์ชาบูอินดี้ และจากการสอบถามเจ้าของที่ดินบริเวณซอยเทศบาล เพื่อใช้ในการพิจารณาข้อมูลเงินลงทุนทั้งสิ้น โครงการ โดยกำหนดให้เงินลงทุนในโครงการอยู่ในปัจจุบัน (ปีที่ 0) หรือคือเงินลงทุนเริ่มแรก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.2.2.1.1 ก่อสร้างและตกแต่งสถานที่สำหรับพื้นที่ 400 ตารางเมตรรวมพื้นที่จอดรถแล้ว

4.2.2.1.2 ค่าอุปกรณ์

4.2.2.1.3 ค่าสัญญาเช่าที่รายปี

4.2.2.1.4 ค่าสัญญาแฟรนไชส์

4.2.2.1.5 ค่าสื่อประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 ประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
ค่าก่อสร้างและตกแต่ง ^{1/}	800,000
ค่าอุปกรณ์ ^{1/}	577,813
ค่าสัญญาเช่าที่	480,000
ค่าสัญญาเช่าไฟรอนไซส์แรกเข้า	500,000
ค่าสื่อประชาสัมพันธ์	38,000
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	
เงินทุนหมุนเวียน	100,000
รวม	2,495,813

หมายเหตุ: ^{1/} จากตารางที่ 19

ค่าอุปกรณ์คิดจากค่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า, ค่าชุดโต๊ะเก้าอี้, ค่าเตช้นวางเครื่องค้ม, ค่าชุดเตาแก๊ส, ค่าชั้นวางของ, ค่าโต๊ะเตรียมอาหาร, ค่าหม้อต้มซุป, ค่าแก้ว, ค่าถังน้ำแข็ง, ค่าอุปกรณ์ในครัวอื่นๆ

4.2.2.2 การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ เป็นการประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแฟรนไชส์ชาบูอินดี้ มีรายละเอียดดังนี้

4.2.2.2.1 ค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบเพิ่มเติมคิดเป็นร้อยละ 50 จากยอดขาย

4.2.2.2.2 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ประกอบด้วย

- ค่าเช่าสถานที่ 40,000 บาท ต่อเดือน ในอัตราคงที่

- ค่าสาธารณูปโภค 20,000 บาท ต่อเดือน

- ค่าแรงงานพนักงาน 100,000 บาทต่อเดือน

- ค่าประชาสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 2 ของยอดขาย อ้างอิงข้อมูลจากแฟรน

ไชส์ชาบูอินดี้

- ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ เช่น วัตถุดิบเพิ่มเติม คิดเป็นร้อยละ 2 จาก

ยอดขาย อ้างอิงข้อมูลแฟรนไชส์ชาบูอินดี้

- ค่าภาษีคิดตามภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 22 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการผลิต

รายการ	ค่าใช้จ่ายในการผลิตโดยคิดเป็นร้อยละ 50 ของยอดขาย				
	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ยอดขาย	6,432,938	6,677,390	6,931,131	7,197,514	7,471,020
ค่าใช้จ่ายในการผลิต/ค่าวัตถุดิบ	3,216,469	3,338,695	3,465,566	3,598,757	3,735,510

หมายเหตุ: จากข้อมูลของแฟรนไชส์ชาบูอินดี้ คิดเป็นร้อยละ 50 ของยอดขาย

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 23 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าใช้จ่ายในการขาย					
ค่าสาธารณูปโภค	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าแรงพนักงาน	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร					
ค่าประชาสัมพันธ์	128,659	133,548	138,623	143,950	149,420
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	128,659	133,548	138,623	143,950	149,420
ค่าเช่าสถานที่	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
รวม	2,177,318	2,187,096	2,197,246	2,207,900	2,218,840

หมายเหตุ : ค่าประชาสัมพันธ์ร้อยละ 2 ของยอดขาย

ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าวัตถุดิบเพิ่มเติม ค่าวัสดุสิ้นเปลือง คิดเป็นร้อยละ 2 จากยอดขาย

ที่มา: จากข้อมูลของแฟรนไชส์ ร้านชาบูอินดี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 24 การประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานไม่รวมค่าเสื่อมราคา

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการผลิต ¹	3,216,469	3,338,695	3,465,566	3,598,757	3,735,510
ค่าใช้จ่ายในการขาย ²	1,440,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ²	737,318	747,096	757,246	767,900	778,840
รวม	5,393,787	5,525,791	5,662,812	5,806,657	5,954,350

หมายเหตุ: ¹ จากตารางที่ 22

หมายเหตุ: ² จากตารางที่ 23

ที่มา : จากแบบสอบถาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.3 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

จากการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคพบว่า ท่าเลที่ตั้งของโครงการอยู่ใกล้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นจุดที่ผู้คนสัญจรผ่านไปมาและสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย มีระบบสาธารณูปโภคที่ดี ใกล้ห้างสรรพสินค้า แหล่งชุมชน แหล่งรวมร้านอาหาร และเป็นแหล่งการคมนาคมที่ความสะดวก ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคและสามารถขนส่ง วัตถุดิบได้ง่าย รวมถึงความสามารถในการจัดการด้านเงินลงทุน เนื่องจากเงินลงทุน คือ เงินส่วนที่นำมาใช้ในการทำโครงการเป็นเงินของเจ้าของทั้งหมด การจัดการกำลังคน สามารถจัดการได้ง่าย สรุปได้ว่าธุรกิจแฟรนไชส์ร้าน “ชาบูอินดี้” มีความพร้อมทั้งทางด้านสถานที่ และด้านการจัดการเงิน และกำลังคน ดังนั้นจึงขอรับสมมติฐานที่ว่า การจัดตั้งแฟรนไชส์ ชาบูอินดี้ บริเวณอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์ที่มุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือ ความสามารถในการทำกำไรเพื่อให้ผู้ลงทุนเกิดความมั่นใจในการลงทุนว่าถ้ามีการลงทุนในโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใด ๆ กับโครงการและเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าควรลงทุนในกิจการหรือไม่โดยใช้วิธีการประเมินที่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลาคือมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value : NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (interest rate of return : IRR) อัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน (benefit cost ratio : BCR) และวิธีที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลาคือระยะเวลาคืนทุน (payback period)

รายละเอียดของโครงการ

4.3.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนทั้งหมดเป็นเงินลงทุนจากเจ้าของกิจการเองไม่มีการกู้ยืม โดยตามการประมาณการด้านบนคาดว่าจะใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 2,495,813 บาท แบ่งเป็นการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 2,395,813 บาทเป็น เงินลงทุนหมุนเวียนสำหรับค่าใช้จ่ายประมาณ 100,000 บาท (ตารางที่ 21)

4.3.2 อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

อัตราคิดลด (discount rate) ในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการนี้กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 12 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557)

4.3.3 อายุของโครงการ

กำหนดอายุโครงการ 5 ปี โดยกำหนดจากสัญญาของแฟรนไชส์และในระหว่างอายุของโครงการไม่มีการลงทุนเพิ่มเติม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 25 การประมาณกำไร (ขาดทุน) สุทธิของโครงการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย ^{1/}	6,432,938	6,677,390	6,931,131	7,197,514	7,471,020
หัก ค่าวัสดุคิบบ ^{1/}	3,216,469	3,338,695	3,465,566	3,598,757	3,735,510
กำไรขั้นต้น	3,216,469	3,338,695	3,465,565	3,598,757	3,735,510
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ^{2/}	2,177,318	2,187,096	2,197,246	2,207,900	2,218,840
หักค่าเสื่อมราคา	383,173	383,173	383,173	383,173	383,173
กำไรขาดทุนก่อนหักภาษี	655,978	768,426	885,146	1,007,684	1,133,497
หัก ภาษีเงินได้ (ร้อยละ 20)	131,196	153,685	177,029	201,537	226,699
กำไรสุทธิ	524,782	614,741	708,117	806,147	906,798
กำไรสะสม	524,782	1,139,523	1,847,640	2,653,787	3,560,585

หมายเหตุ: ^{1/} จากตารางที่ 22

หมายเหตุ: ^{2/} จากตารางที่ 23

ที่มา : จากการคำนวณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 26 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ						
รายได้จากการขาย ^{1/}		6,432,938	6,677,390	6,931,131	7,197,514	7,471,020
กระแสเงินสดจ่าย						
เงินลงทุนของโครงการ	2,395,813	0	0	0	0	0
เงินลงทุนหมุนเวียน	100,000	0	0	0	0	0
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อมราคา)		5,393,787	5,525,791	5,662,812	5,806,657	5,954,350
ภาษีเงินได้ ^{2/}		131,196	153,685	177,029	201,537	226,699
รวมกระแสเงินสดจ่าย		5,524,983	5,679,476	5,839,841	6,008,194	6,181,049
กระแสเงินสดสุทธิ	(2,495,813)	907,955	997,914	1,091,290	1,189,320	1,289,971
กระแสเงินสดสะสม		907,955	1,905,869	2,997,159	4,186,479	5,476,450

หมายเหตุ : ^{1/} จากตารางที่ 22

หมายเหตุ : ^{2/} จากตารางที่ 25

ที่มา : จากการคำนวณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.4 ผลการวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์ที่มุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไรเพื่อให้ผู้ลงทุนเกิดความมั่นใจในการลงทุนว่าถ้ามีการลงทุนในโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆกับโครงการและเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าควรลงทุนในกิจการหรือไม่โดยใช้วิธีการประเมินที่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลาคือมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value: NPV) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (interest rate of return: IRR) อัตราผลประโยชน์ต่อต้นทุน (benefit cost ratio: BCR) และวิธีที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับระยะเวลาคือระยะเวลาคืนทุน (payback period) โดยผลของการประเมินค่าการลงทุนทั้ง 4 รายการนั้นสามารถพิจารณาได้ดังนี้

ตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงินของโครงการ

วิธีการประเมินการลงทุน	ผลที่ได้จากการคำนวณ ¹
ระยะเวลาคืนทุน (PB)	2 ปี 6 เดือน 17 วัน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) (บาท)	1,374,949
อัตราผลตอบแทนจากโครงการ (IRR)	ร้อยละ 31.05
อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (BCR) (เท่า)	1.18

หมายเหตุ: ¹ เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12 แสดงในภาคผนวก ข

ที่มา: จากการคำนวณ

ซึ่งอธิบายผลของการประเมินค่าการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาจากการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

4.3.4.1 ระยะเวลาคืนทุน คำนวณจากจำนวนปีที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายของโครงการซึ่งโครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 6 เดือน 17 วัน

4.3.4.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ซึ่งเมื่อพิจารณามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการนั้นมีค่าเท่ากับ 1,374,949 บาท แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้นั้นมีค่ามากกว่าต้นทุน

4.3.4.3 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการโดยคำนวณหาอัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการตลอดอายุของโครงการมีค่าเท่ากับเงินสดที่จ่ายลงทุนซึ่งโครงการนี้มี

ผลตอบแทนของโครงการลงทุนเท่ากับร้อยละ 31.05 ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการของทางร้านคือร้อยละ 12

4.4.3.4.4 อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายซึ่งผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการมีค่าเท่ากับ 1.18 เท่า แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนหรือโครงการมีกำไร

4.3.5 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test : SVT)

ค่าความแปรเปลี่ยนของโครงการหมายถึงการเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละ (Percentage Change) ของปัจจัยที่เชื่อว่ามีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของโครงการซึ่งทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อโครงการที่อาจเกิดขึ้นจริงในอนาคตซึ่งคาดการณ์ปัจจัยด้านต่างๆที่อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และต้นทุนการผลิตของโครงการปัจจัยที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจริงในอนาคตต่อโครงการคือกรณีรายได้ลดลงและกรณีที่ต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นซึ่งจะส่งผลโดยทำให้การดำเนินงานเกิดปัญหาขึ้นได้ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการคำนวณผลตอบแทนโครงการหากกรณีดังกล่าวเกิดขึ้นเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่โครงการกรณีเกิดเหตุดังกล่าว



ตารางที่ 28 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว

	กระแสเงินสด รับ	กระแสเงินสด จ่าย	อัตราคิดลดที่ 12 %	มูลค่าปัจจุบัน สุทธิ ของ ผลตอบแทน PVB	มูลค่าปัจจุบัน สุทธิ ของต้นทุน PVC
0	0	(2,491,813)	1	0	
1	6,432,938	5,524,983	0.893	5,744,614	4,933,810
2	6,677,390	5,679,476	0.797	5,321,880	4,526,542
3	6,931,131	5,839,841	0.712	4,934,965	4,157,967
4	7,197,514	6,008,194	0.636	4,577,619	3,821,211
5	7,471,020	6,181,049	0.567	4,236,068	3,504,655
รวม				24,815,146	20,944,185

ที่มา: จากการคำนวณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณีที่ 1 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านต้นทุน (SVT_C)

$$\begin{aligned} SVT_C &= [(PVB - PVC) \times 100] / PVC \\ &= [(24,815,146 - 20,944,185) \times 100] / 20,944,185 \\ &= 18.48 \end{aligned}$$

ดังนั้นสรุปได้ว่าต้นทุนโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้สูงสุดร้อยละ 18.48 จึงจะไม่ทำให้โครงการขาดทุนสามารถดำเนินโครงการต่อไปได้

กรณีที่ 2 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านผลตอบแทน (SVT_B)

$$\begin{aligned} SVT_B &= [(PVB - PVC) \times 100] / PVB \\ &= [(24,815,146 - 20,944,185) \times 100] / 24,815,146 \\ &= 15.60 \end{aligned}$$

ดังนั้นสรุปได้ว่าผลตอบแทนโครงการสามารถลดลงได้ร้อยละ 15.60 จึงจะไม่ทำให้โครงการขาดทุนสามารถดำเนินโครงการต่อไปได้

4.3.7 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินพบว่าโครงการมีระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ที่ 2 ปี 6 เดือน 17 วัน มีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.18 เท่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก และมีค่าเท่ากับ 1,374,949 บาทในอัตราคิดลดที่ร้อยละ 12 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ ร้อยละ 31.05 จากผลการวิเคราะห์ที่ได้ทำให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุนอีกทั้งในการวิเคราะห์ค่าความอ่อนไหวนั้นพบว่า การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านต้นทุนและด้านผลตอบแทนได้เท่ากับ ร้อยละ 18.48 และ 15.60 ตามลำดับ เห็นได้ว่าการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนที่คำนวณได้อยู่ในเกณฑ์ที่มีค่าสูง หมายความว่าความเสี่ยงภายในโครงการอยู่ในระดับต่ำ จากการวิเคราะห์ทางการเงินทำให้ทราบว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน คือโครงการมีกำไรในการลงทุน ดังนั้นโครงการจึงมีความเป็นไปได้ทางการเงิน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า การจัดตั้งแฟรนไชส์ชาบูอินดี้ บริเวณอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านแฟรนไชส์ชาบูอินดี้ ในบริเวณพื้นที่ชอยเทศบาล 8 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่าเป็นพื้นที่ที่มีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสัญจรผ่านไปมาเป็นจำนวนมาก เนื่องจากในบริเวณดังกล่าวเป็นแหล่งชุมชน เป็นแหล่งรวมของร้านอาหาร และมีบริเวณติดกับถนนใหญ่ ดังนั้นบริเวณดังกล่าวจึงเหมาะแก่การพิจารณาลงทุนจัดตั้งร้านชาบูอินดี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่อย่างไรก็ตามควรมีการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจ เพื่อให้เกิดความมั่นใจก่อนการลงทุน และเป็นการลดความเสี่ยงของการลงทุนโครงการ จึงควรทำการศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน เพื่อเป็นการนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาประกอบการตัดสินใจลงทุน

วัตถุประสงค์ครั้งนี้เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดตั้งแต่ขนาดตลาด แนวโน้มตลาด ส่วนแบ่งตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด และการประมาณยอดขายของโครงการ จากนั้นจะทำการศึกษาด้านเทคนิค โดยที่จะศึกษาทำเลที่ตั้งของโครงการ พิจารณาถึงระบบการผลิตที่มีปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิตและปัจจัยนำออก เป็นตัวอธิบายถึงระบบการผลิตภายในโครงการ จากนั้นทำการประมาณการต้นทุนเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงินต่อไป สำหรับการวิเคราะห์ทางการเงิน จะเริ่มจากการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน การหาค่ามูลปัจจุบันสุทธิ การหาอัตราผลตอบแทนภายในโครงการและการหาอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายสุดท้ายการวิเคราะห์ความอ่อนไหว เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจลงทุน

วิธีการศึกษาในครั้งนี้โครงการได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยเลือกทำการศึกษาจากประชากรที่มาจับจ่ายใช้สอย ณ แหล่งศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า และผู้สัญจรบริเวณพื้นที่ที่จะทำการจัดตั้งร้านส่วนข้อมูลทุติยภูมิได้จากการสืบค้นจากเอกสาร ตำรา บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมาทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนทางด้านการตลาด ด้านเทคนิคและด้านการเงิน

จากการศึกษาด้านการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความสนใจในร้าน“ชาบูอินดี้” จากแบบสอบถามพบว่าผู้บริโภครู้จักชื่อบริการ“ชาบูอินดี้”คิดเป็นร้อยละ 44.5 มีความถี่ในการใช้บริการประมาณ 12 ครั้งต่อคนต่อปี ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเฉลี่ยอยู่ที่ 300 บาทต่อคนต่อครั้ง ดังนั้นการประมาณยอดขายจะมียอดขายในปีแรก 6,432,938 บาท และในปีถัดไปจะเพิ่มขึ้นร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

0.038 ต่อปี ดังนั้นในปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 จะมียอดขาย 6,677,390 บาท 6,931,131 บาท 77,197,514 บาท และ 7,471,020 บาทตามลำดับจากการวิเคราะห์คู่แข่งชั้นของร้านชาบูอินดี้พบว่า มีทั้งลักษณะคู่แข่งทั้งทางตรง และทางอ้อม แต่ก็มีโอกาสที่จะได้ส่วนแบ่งมาเป็นของธุรกิจ จากการวิเคราะห์ความต้องการในปัจจุบันและอนาคตรวมทั้งแนวโน้มของตลาดที่เอื้ออำนวยต่อการจัดตั้งธุรกิจ“ชาบูอินดี้” ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ว่า การจัดตั้งร้านแฟรนไชส์“ชาบูอินดี้” บริเวณพื้นที่ชอยเทศบาล 8 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีความเป็นไปได้ทางด้านตลาด

จากการศึกษาทางด้านเทคนิค พบว่า มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เนื่องจากกำลังการผลิตที่สามารถผลิตได้ต่อวันเพียงพอที่จะรองรับต่อความต้องการของลูกค้า กระบวนการผลิตไม่ซับซ้อนมากนัก อีกทั้งเงินลงทุนเริ่มแรกซึ่งเป็นเงินลงทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด รวมถึง ค่าที่ตั้งโครงการตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เช่น ด้านการคมนาคม ด้านสาธารณูปโภค มีสภาพธุรกิจที่เหมาะสม การจัดหาวัตถุดิบสะดวก ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ว่า การจัดตั้งร้านแฟรนไชส์ “ชาบูอินดี้” บริเวณพื้นที่ชอยเทศบาล 8 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

จากการศึกษาทางการเงิน พบว่า โครงการมีระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ที่ 2 ปี 6 เดือน 17 วัน มีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.18 เท่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกและมีค่าเท่ากับ 1,374,949 บาทในอัตรารีดลดที่ร้อยละ 12 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 31.05 จากผลการวิเคราะห์ที่ได้ทำให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า โครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน อีกทั้งในการวิเคราะห์ค่าความอ่อนไหวนั้นพบว่า การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนทางด้านต้นทุนและด้านผลตอบแทนได้เท่ากับร้อยละ 18.48 และ 15.60 ตามลำดับ เห็นได้ว่าการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนที่คำนวณได้อยู่ในเกณฑ์ที่มีค่าสูง หมายความว่า ความเสี่ยงในโครงการอยู่ในระดับต่ำจากการวิเคราะห์ทางการเงิน ทำให้ทราบว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน คือโครงการมีกำไรในการลงทุน ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ว่า การจัดตั้งร้านแฟรนไชส์ชาบูอินดี้ ในบริเวณพื้นที่ชอยเทศบาล 8 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครมีความเป็นไปได้ทางการเงิน โครงการจึงมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ชาบูอินดี้ ในบริเวณพื้นที่ชอยเทศบาล 8 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครพบว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านตลาด ด้านเทคนิคและด้านการเงิน ดังนั้นจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ทุกข้อ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทางการตลาดควรศึกษาเรื่อง ปัจจัยภายนอก และ 5 force อย่างละเอียด และถี่ถ้วนเพราะจะเป็นเหมือนภาษีหรือใบเบิกทางให้ตัวผู้ประกอบการหรือผู้ลงทุนเอง เหมือนดัง สุภาษิตที่ว่า “รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้งชนะร้อยครั้ง” และยังเป็นการลดความเสี่ยงด้านต่างๆ ที่จะส่งผลไปถึงกิจการในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะทางด้านเทคนิคสิ่งที่ควรให้ความสำคัญคือคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า เพราะล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของทางร้าน สำหรับทำเลที่ตั้งของโครงการนั้นตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ทั้งด้านการคมนาคม ด้านสาธารณูปโภค สภาพเศรษฐกิจที่เหมาะสม และการจัดหาวัตถุดิบสะดวก จึงมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

3. ข้อเสนอแนะทางการเงินผู้ลงทุนนั้นจำเป็นต้องควบคุมค่าใช้จ่ายและการสั่งซื้อของในแต่ละวัน ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้โครงการดำเนินไปอย่างราบรื่นแต่หากในอนาคตสถานะเศรษฐกิจมีความผันผวนทำให้ต้นทุนเกินกว่า ร้อยละ 18.48 ทำให้โครงการขาดทุนก็ไม่ควรดำเนินโครงการต่อและกิจการควรให้ความสำคัญกับเงินทุนหมุนเวียนภายในโครงการ

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย. 2555. การเตรียมและการประเมินโครงการ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 16. กรุงเทพมหานคร.

กาญจนา นาคสกุล. 2550. ต้นกำเนิดของอาหารบุฟเฟต์. :[Online]. Available:
<https://guru.sanook.com/9050/> 20 กันยายน 2558.

กลุ่มบริหารการคลังและเศรษฐกิจสำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร. 2557. รายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดสมุทรสาคร

กฤตภาส ศรีหนองโคตร. 2557. รายการสุดยอดอาชีพธุรกิจหาเงินออนไลน์ [Online]. Available:
<https://www.youtube.com/watch?v=EDSOkRvK-hA> 1 กันยายน 2558

ชนสรณ์ โตรกราน. 2552. พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

ชัยยศ สันตวงษ์. 2539. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์

ฐาปนา ฉิ้นไพศาล. 2542. การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

นฤมล ประพุดดี. 2555. บุฟเฟต์วัฒนธรรมการกินแบบอิมมูอื่น [Online]. Available:
<http://www2.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9550000010027>
20 กันยายน 2558

ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ. 2538. การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิมพ์ประชา ชัยภีบาล. 2554. การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านแก๊งกิมข้าวยำเกาหลี ในเขตเทศบาลขอนแก่น. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

รุ่งโรจน์ สงสระบุญ. 2555. การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านชาบูชิบุฟเฟ่ต์พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชาบูชิบุฟเฟ่ต์ที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาท่าพระ. เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการ กรุงเทพมหานคร อาคารเฉลิมพระเกียรติ 19 มหาวิทยาลัยสยาม.

ศรุติกานต์ มณีวรรณ. 2553. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตเทศบาลตำบลแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2548. การวิจัยธุรกิจ กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ เอ เอ็น การพิมพ์ ศูนย์บริหารการทะเบียนภาค 7 สาขาจังหวัดสมุทรสาคร. 2557. จำนวนประชากรจังหวัดสมุทรสาครจำแนกตามพื้นที่ ณ เดือน ธันวาคม 2557

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2557. ร้านอาหารแข่งขันรุนแรงคาดเซ่นร้านอาหารเติบโตโดดเด่น [Online]. Available: <https://www.kasikornresearch.com/TH/KEconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=33507> 25 กันยายน 2558

สมถวิล ติลาสุวัฒน์. 2558. ประชาชาติธุรกิจกล้าหุดกรอบ [Online]. Available: http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1431578216 20 กันยายน 2558

สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร. 2557. รายงานสถานการณ์แรงงานจังหวัดสมุทรสาคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเลขที่

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งแฟรนไชส์ชาบูอินดี้

บริเวณซอยเทศบาล 8 อำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรสาคร

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งร้านอาหารกึ่งถึงภายในตลาดนัดสุวรรณภูมิของนักศึกษาปริญญาตรี ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร สาขาบริหารธุรกิจเกษตร วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะถือเป็นความลับในการวิเคราะห์เพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการและนำเสนอบทสรุปในภาพรวมเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการกรอกแบบสอบถามตามความเป็นจริงเพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย ทั้งนี้ทางผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

คำแนะนำ : กรุณาทำเครื่องหมาย x ลงใน () ที่ท่านต้องการ และเติมข้อความหรือตัวเลขในช่องว่างที่กำหนด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

- | | | |
|----------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| 1.เพศ | () 1. ชาย | () 2. หญิง |
| 2.อายุ | () 1. ต่ำกว่า 20 ปี | () 2. 21 – 30 ปี |
| | () 3. 31 – 40 ปี | () 4. 41 – 50 ปี |
| | () 5. 51 – 60 ปี | () 6. 60 ปีขึ้นไป |
| 3.อาชีพ | () 1. นักเรียน/นักศึกษา | () 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| | () 3. พนักงานบริษัทเอกชน | () 4. พ่อบ้าน/แม่บ้าน |
| | () 5. เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว | () 6. อื่นๆ โปรดระบุ..... |
| 4.รายได้เฉลี่ย/เดือน | () 1. น้อยกว่า 10,000 บาท | () 2. 10,000 - 15,000 บาท |
| | () 3. 15,001 - 20,000 บาท | () 4. 20,001 - 25,000 บาท |
| | () 5. 25,001 – 30,000 บาท | () 6. 30,001 – 35,000 บาท |
| | () 7. 35,001 – 40,000 บาท | () 8. 40,001 – 45,000 บาท |
| | () 9. 45,001 - 50,000 บาท | () 10. 50,001 บาทขึ้นไป |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคร้านอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์

1. ท่านเลือกบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์ประเภทใดบ้าง

- () 1. หมูกระทะ () 2. สุกี้
 () 3. ชาบู () 4. ยากินิกุ (ปิ้ง-ย่าง สไลด์ญี่ปุ่น)
 () 5. ขอบหวน (เล็ก) () 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ท่านใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์ในช่วงวันใดบ่อยที่สุด

- () 1. วันจันทร์-ศุกร์
 () 2. วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ต่างๆ

3. ท่านมักจะใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์ในช่วงเวลาใดบ่อยที่สุด

- () 1. 8.00 น. – 10.00 น. () 2. 10.01 น. – 12.00 น.
 () 3. 12.01 น. – 14.00 น. () 4. 14.01 น. – 16.00 น.
 () 5. 16.01 น. – 18.00 น. () 6. 18.01 น. เป็นต้นไป

4. โดยปกติท่านไปรับประทานอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์กับใครบ่อยที่สุด

- () 1. ครอบครัว () 2. คนรัก
 () 3. เพื่อน () 4. เพื่อนร่วมงาน
 () 5. ลูกค้า () 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านมักใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์ในโอกาสใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ตั้งใจไปรับประทาน () 2. รอเวลาทำธุระอย่างอื่น
 () 3. เพื่อพบปะสังสรรค์ () 4. เพื่อนชวน
 () 5. รับรองลูกค้า/เพื่อทางธุรกิจ () 6. เลี้ยงฉลองในโอกาสต่างๆ
 () 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. สิ่งใดมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกทานอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์

- () 1. ตัดสินใจด้วยตัวเอง () 2. ครอบครัวและญาติ
 () 3. เพื่อน () 4. รีวิวต่างๆ
 () 5. สื่อประชาสัมพันธ์ () 6. โปรโมชั่น
 () 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารของท่านเป็นแบบใด

- () 1. ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า () 2. ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน
 () 3. ตั้งอยู่ใกล้บ้าน () 4. ตั้งอยู่ในศูนย์รวมร้านอาหาร
 () 5. ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน () 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ท่านคิดว่าแนวโน้มในอนาคตในการบริโภคอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์ของท่านจะเป็นอย่างไร

- () 1. บริโภคมากขึ้น () 2. บริโภคปกติ
 () 3. ไม่แน่ใจ () 4. บริโภคน้อยลง
 () 5. ไม่บริโภคอีกเลย

9. โดยปกติจำนวนคนที่ไปรับประทานอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์กับท่านมี.....คน/ครั้ง

10. โดยปกติท่านใช้เวลาในการรับประทานอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์ประมาณ.....ชม.....นาที

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตั้งแฟรนไชส์ชาบูอินดี้ บริเวณชอยเทศบาล 8 อำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรสาคร

1. ท่านรู้จักร้านชาบูอินดี้มาก่อนหรือไม่

- () 1. รู้จัก () 2. ไม่รู้จัก

2. ถ้ามีร้านชาบูอินดี้ มาตั้งที่ชอยเทศบาล 8 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยที่คุณภาพของสินค้า ดีกว่า แต่ราคาไม่แตกต่างจากร้านค้าทั่วไป ท่านคิดว่าจะใช้บริการหรือไม่

- () 1. จะใช้บริการอย่างแน่นอน () 2. อาจจะใช้บริการ
 () 3. ไม่แน่ใจ () 4. อาจจะไม่ใช้บริการ
 () 5. ไม่ใช้บริการอย่างแน่นอน

3. ช่องทางใดที่ช่วยให้ท่านรู้จัก เข้าถึง และสนใจร้านชาบูอินดี้ ได้มากที่สุด

(เลือกเพียง 1 คำตอบ)

- () 1. วิทยุ () 2. หนังสือพิมพ์
 () 3. ใบปลิว/แผ่นพับ () 4. นิตยสาร / วารสาร
 () 5. เพื่อน / คนรู้จัก () 6. โปสเตอร์/ป้ายโฆษณาต่างๆ
 () 7. สื่อทางอินเทอร์เน็ต () 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ท่านคิดว่าจะใช้บริการร้านชาบูอินดี้ ประมาณ ครั้ง/เดือน

5. งบประมาณของท่านสำหรับการเข้าใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์.....บาท/ครั้ง

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ ภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไป หรือจากหน่วยภาษีที่มีลักษณะพิเศษตามที่กฎหมายกำหนดและมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยปกติจัดเก็บเป็นรายปี รายได้ที่เกิดขึ้นในปีใดๆ ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องนำไปแสดงรายการตนเองตามแบบแสดงรายการภาษีที่กำหนดภายในเดือนมกราคมถึงมีนาคมของปีถัดไป สำหรับผู้มีเงินได้บางกรณีกฎหมายยังกำหนดให้ยื่นแบบฯ เสียภาษีตอนครึ่งปี สำหรับรายได้ ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรก เพื่อเป็นการบรรเทาภาระภาษีที่ต้องชำระและเงินได้บางกรณีกฎหมายกำหนดให้ ผู้จ่ายทำหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่ายจากเงินได้ที่จ่ายบางส่วน เพื่อให้มีการทยอยชำระภาษีขณะที่มีเงินได้เกิดขึ้นอีก

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ได้แก่ ผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีที่ผ่านมาโดยมีสถานะ อย่างหนึ่งอย่างใด ดังนี้

- 1) บุคคลธรรมดา
- 2) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีโชนิติบุคคล
- 3) ผู้ถึงแก่ความตายระหว่างปีภาษี 4) กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง
- 5) วิสาหกิจชุมชน ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เฉพาะที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญ

หรือคณะบุคคลที่มีโชนิติบุคคลตามกฎหมาย เงินได้ที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เรียกว่า "เงินได้พึงประเมิน" หมายถึง เงินได้ของบุคคลใดๆ หรือหน่วยภาษีใดข้างต้นที่เกิดขึ้นระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม ของปีใดๆ หรือเงินได้ ที่เกิดขึ้นในปีภาษี ได้แก่

- เงิน
- ทรัพย์สินซึ่งอาจคิดคำนวณได้เป็นเงิน ที่ได้รับจริงที่ได้รับจริง
- ประโยชน์ซึ่งอาจคิดคำนวณได้เป็นเงิน (เกณฑ์เงินสด)
- เงินค่าภาษีอากรที่ผู้จ่ายเงินหรือผู้อื่นออกแทนให้
- เครดิตภาษีตามที่กฎหมายกำหนด

ผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีภาษีจะมีหน้าที่ต้องยื่นแบบฯ ก็ต่อเมื่อมีเงินได้ถึงเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนด ไม่ว่าเมื่อคำนวณภาษีแล้วจะมีภาษีต้องชำระเพิ่มเติมหรือไม่ก็ตาม ดังนี้

1. ผู้มีเงินได้จากการจ้างแรงงานประเภทเงินเดือนค่าจ้างที่ได้รับในปีภาษีนั้น (ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม)
 - กรณีไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินเกิน 50,000 บาท
 - กรณีที่มีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียวหรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกัน เกิน 100,000 บาท
2. ผู้มีเงินได้จากการทำธุรกิจการค้าทั่วไปที่มีโชเกิดจากการจ้างแรงงานที่ได้รับในปีภาษีนั้น (ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กรณีไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินเกิน 30,000 บาท
- กรณีมีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียวหรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกัน เกิน 60,000 บาท

3. กองมรดกของผู้ตายที่ยังไม่แบ่งเกิน 30,000 บาท

4. ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคลเกิน 30,000 บาท

ตารางภาคผนวกที่ 1 อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาใหม่ ปี พ.ศ. 2557-2558

	รายได้สุทธิตั้งแต่(บาท)		อัตราภาษี แบบใหม่ (ปี2557-2558)
	0	ถึง 150,000	ยกเว้น
เกิน	150,000	ถึง 300,000	5%
เกิน	300,000	ถึง 500,000	10%
เกิน	500,000	ถึง 750,000	15%
เกิน	750,000	ถึง 1,000,000	20%
เกิน	1,000,000	ถึง 2,000,000	25%
เกิน	2,000,000	ถึง 4,000,000	30%
	เกิน 4,000,000 บาทขึ้นไป		35%

ที่มา (กรมสรรพากร. 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก
การคำนวณทางการเงิน

การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

ตารางผนวกที่ 2 การคำนวณระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

ปี	กระแสเงินสดสุทธิ	กระแสเงินสดสะสม
0	-2,495,813	-2,495,813
1	907,955	-907,955
2	997,914	-1,905,869
3	1,091,290	2,997,159
4	1,189,320	4,186,479
5	1,289,971	5,476,450

จากตาราง พบว่าระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ระหว่างปีที่ 2 และปีที่ 3 สามารถคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนได้จากสูตร ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ = จำนวนปีก่อนคืนทุน + (กระแสเงินสดส่วนที่เหลือ/กระแสเงินสดทั้งปี) จากการคำนวณพบว่าระยะเวลาคืนทุนของโครงการนี้เท่ากับ 2 ปี 6 เดือน 17 วัน

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV)

ตารางผนวกที่ 3 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลดที่ 12%	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
0	-2,495,813	1	- 2,495,813
1	907,955	0.893	810,804
2	997,914	0.797	795,337
3	1,091,290	0.712	776,998
4	1,189,320	0.636	756,408
5	1,289,971	0.567	731,414

จากตารางผนวกที่ 3 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของ โครงการเท่ากับ 1,374,949 มูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้เป็นบวกแสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราคิดลด ซึ่งอัตราที่ใช้คืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารพาณิชย์บวกค่าความเสี่ยงที่ร้อยละ 10 จึงสรุปได้ว่าเมื่อประเมินผลโครงการด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิแล้วโครงการนี้มีความเป็นไปได้ใน

การลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ(IRR)

ตารางผนวกที่ 4 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลดที่ 12%	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
0	-2,495,813	1	- 2,495,813
1	907,955	0.893	810,804
2	997,914	0.797	795,337
3	1,091,290	0.712	776,998
4	1,189,320	0.636	756,408
5	1,289,971	0.567	731,414
รวม			1,374,949

จากตาราง พบว่าอัตราคิดลดร้อยละ 12 ซึ่งคำนวณหาค่า IRR = 31.05 ดังนั้นอัตราผลตอบแทนภายในโครงการที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับร้อยละ 31.05

การคำนวณอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (B/C) ไม่รวมค่าเสื่อม

ตารางผนวกที่ 5 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน

ปีที่	กระแสเงินสด รับ	กระแสเงินสด จ่าย	อัตราคิดลด ที่ 12 %	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ของผลตอบแทน PVB	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ของต้นทุน PVC
0	0	(2,491,813)	1	0	
1	6,432,938	5,524,983	0.893	5,744,614	4,933,810
2	6,677,390	5,679,476	0.797	5,321,880	4,526,542
3	6,931,131	5,839,841	0.712	4,934,965	4,157,967
4	7,197,514	6,008,194	0.636	4,577,619	3,821,211
5	7,471,020	6,181,049	0.567	4,236,068	3,504,655
รวม				24,815,146	20,944,185

$$B/C = 1.18 \text{ เท่า}$$

ดังนั้นอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนของโครงการที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 1.18 เท่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้