



การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้าน โชคดี๋ต้มยำ  
บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

A Study on the Feasibility of Franchise Business Investment : A Case Study of  
Chokdee Dimsum in University of the Thai Chamber of Commerce Area

โดย

นางสาวนิษฐา แซ่เจีย

นายบรรเจิด สัจจวาลย์นุช

พ.ศ. 2548

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

DEPARTMENT OF AGRI-BUSINESS ADMINISTRATION

FACULTY OF AGRICULTURAL TECHNOLOGY

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กรุงเทพฯ (10520)

King Mongkut's Institute of Technology

Ladkrabang

Bangkok, Thailand (10520)

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันฯ ไม่ควรเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้าน โชคดีติ่มซำ  
บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

A Study on the Feasibility of Franchise Business Investment : A Case Study of  
Chokdee Dimsum in University of the Thai Chamber of Commerce Area

โดย

นางสาวชนิษฐา แซ่เจีย

นายบรรเจ็ด สัจจวาลย์นุช

เสนอ



T097624

ปก  
จ 226 ก  
2548

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน..... 97624

วัน,เดือน,ปี..... ๕ ๘ ๒๕๖๖

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2548

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ  
ภาควิชาการบริหารธุรกิจเกษตร  
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโจคดีต๋มซ่า  
บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

A Study on the Feasibility of Franchise Business Investment : A Case Study of  
Chokdee Dimsum in University of the Thai Chamber of Commerce Area

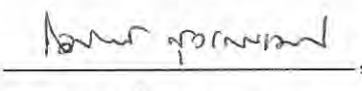
ของ  
นางสาวณิษฐา แซ่เจีย  
นายบรรเจิด สึงวาลัยนุช

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร  
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)  
เมื่อวันที่ 7 มีนาคม พ.ศ. 2548

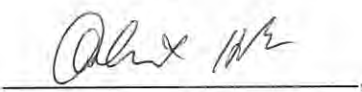
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

  
..... 25 / กพ. / 2548  
(อาจารย์ ประเมศรี อัสวเรืองพิภพ)

กรรมการปัญหาพิเศษ

  
..... 25 / กพ. / 2548  
(ดร. โอปอล สุวรรณเมฆ)

หัวหน้าภาควิชาฯ

  
..... 6 / 2 / 48  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีติมชำ

บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

โดย: นางสาวนิษฐา แซ่เจีย

นายบรรเจ็ด สังกวาลย์นุช

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ:  25 / 11 / 2548

(ปรเมศร์ อิศวเรืองพิภพ)

เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร เปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมรับประทานอาหารนอกบ้านจึงมีบทบาทมากขึ้นกว่าเดิม โดยจะเห็นได้ว่าร้านอาหารประเภทบริการด่วน มีรูปแบบร้านที่สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในกรุงเทพฯ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยซึ่งใกล้กับสถานศึกษาที่มีนักศึกษาเป็นจำนวนมาก ติมชำที่กำหนดอยู่มีเพียงส่วนของการขายเป็นเมนูเสริมของอาหารอื่น และรูปแบบของอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อเท่านั้น ซึ่งยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทั้งหมด จึงเป็นโอกาสทางการตลาดที่จะตั้งร้านโชคดีติมชำในบริเวณดังกล่าวเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจในการลงทุนจึงทำการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีติมชำบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ คือ ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีติมชำบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคถึงความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริโภคติมชำ จำนวน 200 ตัวอย่าง และสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่แฟรนไชส์เซอร์ในเดือนธันวาคม 2547 และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาพบว่า ร้านโชคดีติมชำบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีความเป็นไปได้ทางการตลาด เพื่อพิจารณาจากขนาดของตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ และโอกาสทางการตลาดที่ยังมีอยู่มาก รวมไปถึงส่วนแบ่งตลาดและแนวโน้มในอนาคต นอกจากนี้ร้านโชคดีติมชำยังมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เมื่อพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ สาธารณูปโภคต่างๆ รวมทั้งเอกสารในด้านการจัดทำแรงงาน ส่วนการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการพบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของโครงการเท่ากับ 1,604,551.69 บาท ส่วนอัตราผลตอบแทนของโครงการนั้นมีค่าเท่ากับร้อยละ 42 และโครงการนี้มีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.89 เท่าจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวทั้ง 6 กรณี พบว่า หากต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ร้อยละ 10 และรายได้จากการขายลดลง ร้อยละ 5 ร้อยละ 10 ร้อยละ 15 โครงการยังมีความเป็นไปได้ทางการเงิน จากการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน พบว่า ผลตอบแทนของโครงการสามารถลดลงได้ร้อยละ 44 และต้นทุนเพิ่มขึ้นได้มากที่สุดร้อยละ 89 จึงจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นศูนย์ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการลงทุนในธุรกิจ แฟรนไชส์ร้าน โชคดีติ่มซำ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีความเป็นไปได้ทางการเงิน จึงสรุปได้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้าน โชคดีติ่มซำ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีความเป็นไปได้ทั้งทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน

โดยมีข้อเสนอแนะ ควรเริ่มลงทุนโดยการร่างสัญญาเช่าพื้นที่ และจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวพบว่า ควรให้ความสำคัญกับการควบคุมต้นทุนในการดำเนินงาน และทำแผนสำรองไว้ เพื่อป้องกันเหตุการณ์ความอ่อนไหวเกิดขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนิยม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จได้ ทั้งนี้ด้วยความกรุณาให้คำแนะนำและคำปรึกษา ตลอดจนแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องจาก อาจารย์ ประเมศร์ อัสวเรืองพิภพ อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ กรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้แก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และอาจารย์ทุกๆ ท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรที่ให้คำแนะนำในการศึกษาปัญหาพิเศษนี้ คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ คุณสงบ อินเทพ ผู้จัดการพัฒนาแฟรนไชส์ร้าน โชคดีติ่มซำ และเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยที่อนุเคราะห์ให้ข้อมูล ขอขอบคุณนักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ในการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และญาติๆ สำหรับคำแนะนำที่ดี รวมถึงพี่ๆ เพื่อนทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ และคอยเป็นกำลังใจในการทำงานตลอดมา คุณค่า และ ประโยชน์อันพึงมีในการศึกษาปัญหาพิเศษฉบับนี้ ขอมอบให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

คณะผู้จัดทำ  
มีนาคม 2548

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(5)
สารบัญภาพผนวก	(7)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
วิธีการศึกษา	5
การเก็บรวบรวมข้อมูล	5
การวิเคราะห์ข้อมูล	6
บทที่ 2 โครงร่างทฤษฎี	8
การตรวจเอกสาร	8
สมมติฐานของการศึกษา	11
การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	11
การวิเคราะห์ด้านการตลาด	12
การวิเคราะห์ด้านเทคนิค	13
การวิเคราะห์ด้านการเงิน	14
แนวคิดอัตราคิดลด	17

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
บทที่ 3 ประวัติและลักษณะการดำเนินการของธุรกิจแฟรนไชส์	18
ประวัติความเป็นมาของแฟรนไชส์	18
ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์	18
ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบสำหรับผู้ได้รับสิทธิทางการค้า	20
ข้อได้เปรียบสำหรับผู้ได้รับสิทธิทางการค้า	20
ข้อเสียเปรียบสำหรับผู้ได้รับสิทธิทางการค้า	21
ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของผู้ให้สิทธิทางการค้า	22
ข้อได้เปรียบของผู้ให้สิทธิทางการค้า	22
ข้อเสียเปรียบของผู้ให้สิทธิทางการค้า	23
ประวัติความเป็นมาของร้าน โชคดีติ่มซำ	23
แนวคิดหลัก	24
แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์	25
แนวคิดด้านราคา	25
แนวคิดด้านสถานที่ตั้ง	25
แนวคิดด้านการส่งเสริมการขาย	25
ปัจจัยหลักที่ทำให้ประสบความสำเร็จ	26
ลักษณะการดำเนินงานของร้าน โชคดีติ่มซำ	26
รายละเอียดแฟรนไชส์ของร้าน โชคดีติ่มซำ	26
คุณสมบัติของผู้ขอสิทธิแฟรนไชส์	26
สิทธิประโยชน์ที่แฟรนไชส์ซึ่จะได้รับ	27
อัตราค่าธรรมเนียมและเงินลงทุน	27
ขั้นตอนสำหรับการขอเข้าเป็นแฟรนไชส์ซึ่	28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	30
ความเป็นไปได้ด้านการตลาด	30
การวิเคราะห์สภาวะทั่วไปและขนาดตลาด	30
การศึกษาส่วนแบ่งตลาด	32
การศึกษาแนวโน้มของตลาด	33
การประมาณยอดขายสินค้า	34
การสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง	35
สรุปผลความเป็นไปได้ทางการตลาด	40
ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค	40
ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ตั้ง	40
การจัดหาอุปกรณ์	42
แรงงาน	42
วัตถุดิบ	43
การขนส่ง	43
สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	44
สรุปผลการศึกษาทางด้านเทคนิค	44
ความเป็นไปได้ด้านการเงิน	44
การวิเคราะห์ด้านการเงิน	51
การวิเคราะห์ความอ่อนไหว	52
การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน	56
สรุปผลความเป็นไปได้ด้านการเงิน	57
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	58
สรุป	58
ข้อเสนอแนะ	59

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

60

ภาคผนวก

63

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

64

ภาคผนวก ข การคำนวณทางการเงิน

67

ภาคผนวก ค แผนผังร้าน โชคดีติมชำ

70



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ข้อมูลจำนวนสาขาในธุรกิจแฟรนไชส์ประเทศไทย	2
2	ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต้มยำในแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่าง	31
3	ความถี่ในการบริโภคต้มยำของกลุ่มตัวอย่าง	32
4	ความเป็นไปได้การใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อร้าน โชคดีต้มยำ	32
5	การประมาณยอดขายของ โครงการตั้งแต่ปี พ.ศ.2549 – 2553	34
6	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ ศาสนา และรายได้เพื่อการ ครองชีพต่อเดือน	36
7	ประสบการณ์ในการรับประทานต้มยำแยกตามตราสินค้า	37
8	สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างมักเลือกซื้อต้มยำมาบริโภค	37
9	ราคาต้มยำที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสมสำหรับต้มยำ 1 เชง	38
10	ปัจจัยสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงในการพิจารณาเข้าใช้บริการร้านต้มยำ	38
11	ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ	39
12	การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อร้าน โชคดีต้มยำ	39
13	การประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ	45
14	การประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้าน	46
15	การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	47
16	การประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	48
17	การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ โดยไม่คำนึงถึง แหล่งเงินทุนภายนอก	50
18	ผลการประเมินค่าการลงทุน	51
19	การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5	52
20	การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10	53
21	การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 15	53
22	การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 5	54

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่		หน้า
24	การวิเคราะห์ความอ่อนไหวกรณีรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 15	55
25	การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน	56



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพผนวก

ภาพที่		หน้า
1	แผนผังร้าน โชคดีตีพิมพ์	70
2	รูปแบบร้าน โชคดีตีพิมพ์	71



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความสำคัญและประเด็นปัญหา

รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครได้เปลี่ยนแปลงไป ประชาชนส่วนใหญ่ต้องทำงานนอกบ้านเพื่อให้สามารถมีรายรับที่เพียงพอต่อภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ดังนั้นพฤติกรรมมารับประทานอาหารนอกบ้าน จึงมีบทบาทมากขึ้นกว่าเดิม เพราะความเร่งรีบในสังคม ความสะดวกสบาย การได้สังสรรค์กับเพื่อน ผู้ร่วมงาน หรือสมาชิกในครอบครัว หรืออาจจะไปเพื่อเป็นการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศในการรับประทานอาหาร เพื่อเพิ่มความสุขในการดำรงชีวิต รวมทั้งด้วยเหตุผลที่ว่า อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชีวิตสามารถดำรงอยู่ได้ ทำงานได้ มีสุขภาพแข็งแรง ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ (จุฑารัตน์, 2547) จากความต้องการของมนุษย์นี้เอง ธุรกิจร้านอาหารต่างๆจึงเกิดขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การเกิดขึ้นของร้านอาหารแนวใหม่ ในลักษณะแฟรนไชส์ ไม่ว่าจะก๋วยเตี๋ยวเรือท่าสยาม นู๊ดดี เย็นตาโฟเครื่องทรง หรือยำแซ่บ ต่างก็อยู่ในรูปแบบของการเป็นร้านแนวโพสท์โมเดิร์น และร้านเหล่านี้ก็ล้วนเป็นที่นิยมและมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะร้านอาหารประเภทบริการด่วน ซึ่งเห็นได้ชัดว่ารูปแบบร้านเช่นนี้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนกรุงเทพฯ

การเติบโตของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยยังคงเติบโตเรื่อย ๆ ทุกปี ซึ่งปี พ.ศ. 2547 นี้ค่อนข้างเด่นชัด โดยหากดูจากผลการรวบรวมไคเรททอรี่ของ บริษัท แฟรนไชส์โฟกัส จำกัด (ตารางที่ 1) พบว่า จำนวนแฟรนไชส์มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน สามารถรวบรวมธุรกิจแฟรนไชส์ได้ 300 บริษัท ซึ่งเพิ่มจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 33 (นิรนาม, 2547 ค.)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ตารางที่ 1 ตารางแสดงข้อมูลจำนวนสาขาในธุรกิจแฟรนไชส์ประเทศไทย

ปี	จำนวนร้านค้า แฟรนไชส์	อัตราการเพิ่ม (ร้อยละ)	จำนวนแฟรนไชส์ซี	อัตราการเพิ่ม (ร้อยละ)
2537	1,500	-	500	-
2538	2,522	68	1,179	135
2539	3,500	65	1,516	29
2540	5,335	52	1,911	26
2541	6,500	58	4,000	115
2542	7,100	25	4,400	25
2543	6,400	-9	3,500	-30
2544	6,600	3	3,800	8
2545	6,850	5	4,100	8
2546	9,100	30	4,600	14
2547	11,600	33	5,200	15

ที่มา: (บริษัท แฟรนไชส์โฟกัส จำกัด, 2547)

ติ่มซำเป็นอาหารว่างประเภทหนึ่งของจีน นิยมรับประทานเป็นมื้อกลางวันสำหรับคนกรุงเทพมหานคร สำหรับจังหวัดทางภาคใต้ ได้แก่ ตรัง ภูเก็ต หาดใหญ่ นิยมรับประทานเป็นมื้อเช้าและมื้อเย็น ลักษณะการขายมีสองลักษณะ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการขายเป็นเมนูเสริมของอาหารประเภทอื่น และอีกลักษณะหนึ่งคือการขายติ่มซำเป็นหลัก โดยการขายเป็นเมนูเสริมของอาหารอื่นจะมีช่องทางการจำหน่าย คือ ภัตตาคารจีน ร้านอาหารทั่วไป ร้านสุกี้ คอนวีเนียนสโตร์ และศูนย์อาหารในศูนย์การค้า ส่วนการขายติ่มซำเป็นหลักจะจำหน่ายผ่านร้านอาหารติ่มซำโดยเฉพาะ ห้องอาหารในโรงแรม และจำหน่ายในรูปของอาหารแช่แข็ง สำหรับการจำหน่ายผ่านภัตตาคารจีนและห้องอาหารในโรงแรมนั้น มักจะมีราคาสูงและจำหน่ายเป็นบางช่วงเวลา ส่วนติ่มซำที่จำหน่ายอยู่ในคอนวีเนียนสโตร์ และในรูปอาหารแช่แข็งนั้น ถึงแม้ว่าจะหาซื้อได้ง่ายแต่ยังไม่เป็นที่นิยมเนื่องจากรสชาติอาจจะไม่ดีนัก และขาดบรรยากาศในการรับประทานส่วนที่จำหน่ายผ่านร้านอาหารในศูนย์การค้า เช่น ศูนย์อาหาร และร้านสุกี้ จะหาทานได้ง่ายแต่ก็มักจะจำหน่ายเป็นเมนู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสริมเท่านั้น จึงทำให้ขาดความหลากหลายของเมนูติ่มซำ ดังนั้นจึงเป็น โอกาสดีสำหรับช่องทางการจำหน่ายผ่านร้านอาหารติ่มซำหลักโดยเฉพาะ (พุทธรชาติ, 2547)

โซคติติ่มซำเริ่มก่อตั้งในปี 2543 ถือเป็นผู้นุกเบิกตลาดติ่มซำในกรุงเทพฯ โดยนำเสนอความแตกต่างเฉพาะจุดจำหน่ายที่เป็นแบบ Stand Alone ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทุกระดับ โดยปกติแล้วหากเป็นลูกค้าระดับบนต้องเดินทางไปรับประทานในโรงแรมหรือภัตตาคารชั้นเลิศ แต่ถ้าเป็นในตลาดระดับล่างก็จะมีขายในร้านอาหารตามห้องแถวทั่วไปปัจจุบัน โซคติติ่มซำมีทั้งหมด 12 สาขา (นิรนาม, 2547 ก.) บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยซึ่งเป็นสถานศึกษาที่มีนักศึกษาเป็นจำนวนมาก ติ่มซำที่มีจำหน่ายอยู่มีเพียงส่วนของการขายเป็นเมนูเสริมของอาหารอื่นและรูปแบบของอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อเท่านั้น ซึ่งยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทั้งหมด จึงเป็น โอกาสดีทางการตลาดที่จะตั้งร้าน โซคติติ่มซำในบริเวณดังกล่าวนี้ อย่างไรก็ตามการลงทุนในธุรกิจผู้ลงทุนควรมีการศึกษาเพื่อให้เกิดความมั่นใจก่อนว่าการลงทุนนั้น จะมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด จึงได้ทำการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์โซคติติ่มซำบริเวณที่ตั้งของ โครงการคือหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ทั้งในด้านการตลาด การเงิน และเทคนิค เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการลงทุนต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินงานทั่วไปในธุรกิจแฟรนไชส์โซคติติ่มซำ
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เทคนิคและการเงิน ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์โซคติติ่มซำ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการดำเนินงาน และการจัดการในธุรกิจแฟรนไชส์โซคติติ่มซำรวมไปถึงความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เทคนิค และการเงินเพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุนประกอบธุรกิจแฟรนไชส์โซคติติ่มซำ และเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจ แฟรนไชส์โซคติติ่มซำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาลักษณะการดำเนินธุรกิจและความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์โชคดีติมซ่า ซึ่งบริเวณที่ตั้งของโครงการคือ หน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด คือ เป็นร้านแบบมีพื้นที่ในการขายและพื้นที่สำหรับนั่งรับประทานในร้าน ซึ่งมีพื้นที่ขนาดประมาณ 8 X 12 ตารางเมตร เป็นระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549-2553 โดยทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการทางด้านการตลาด เทคนิคและการเงิน โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการออกแบบสำรวจเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2547 และทำการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่แฟรนไชส์เซอร์ร้านโชคดีติมซ่า และข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งต่าง ๆ ในเดือนธันวาคม 2547

## นิยามศัพท์

แฟรนไชส์ หมายถึง ระบบธุรกิจที่ประกอบไปด้วยลักษณะสำคัญสามประการ คือ จะต้องเป็นเจ้าของสิทธิ์ถ่ายทอดวิทยากรทำธุรกิจทุกอย่างให้กับผู้รับสิทธิ์อย่างใกล้ชิด ผู้รับสิทธิ์จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมในการใช้ชื่อการค้าเป็นค่าธรรมเนียมเริ่มแรก (Franchise fee) และผู้รับสิทธิ์จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นร้อยละให้กับเจ้าของสิทธิ์ (Royalty fee) (มาลีรัตน์, 2542)

แฟรนไชส์เซอร์ (Franchisor) หมายถึง เจ้าของสิทธิ์ ซึ่งเป็นผู้คิดค้นวิธีการทำธุรกิจ จนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และเป็นผู้ขายสิทธิ์การดำเนินกิจการ ขายชื่อการค้าของตนเองให้กับผู้อื่น (มาลีรัตน์, 2542)

แฟรนไชส์ซี (Franchisee) หมายถึง ผู้รับสิทธิ์ในการดำเนินธุรกิจตามระบบที่เจ้าของสิทธิ์ได้จัดเตรียมไว้รวมทั้งได้ใช้ชื่อทางการค้า เครื่องหมายการค้าเดียวกัน โดยที่ต้องจ่ายค่าตอบแทนในการใช้สิทธิ์ รวมทั้งจ่ายค่าตอบแทนผลประกอบการด้วย (มาลีรัตน์, 2542)

แฟรนไชส์ฟี (Franchise fee) หมายถึง ค่าตอบแทนที่เป็นจำนวนเงินที่แน่นอน จะจ่ายก่อนเริ่มดำเนินกิจการ หรือเรียกว่าค่าธรรมเนียมแรกเข้า ซึ่งถือว่าเป็นการจ่ายค่าสิทธิ์ต่าง ๆ ให้กับบริษัทแม่ (มาลีรัตน์, 2542)

รอยัลตี้ฟี (Royalty fee) หมายถึง ค่าตอบแทนที่ต้องจ่ายอย่างต่อเนื่อง ตามสัดส่วนของผลประกอบการดำเนินงาน อาจจะมีเรียกเก็บเป็นเปอร์เซ็นต์ ต่อเดือนหรือต่อปีจากยอดขาย (มาลีรัตน์, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิธีการศึกษา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูล que เก็บรวบรวมมี 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1. ข้อมูลปฐมภูมิ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

1.1 เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อร้านติ่มซำด้วยแบบสอบถามจากตัวอย่าง นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ขนาดของตัวอย่างจะกำหนดขึ้นโดยสามารถคำนวณจากสูตรได้ดังนี้ (ศิริวรรณ, 2541)

$$n = \frac{N}{1 + NE^2}$$

กำหนดให้

$n$  = จำนวนตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้

$N$  = จำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยประจำปีการศึกษา 2547 ทั้งหมด เป็นจำนวน 20,313 คน

$E$  = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้

กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0.1

แทนค่า

$$n = \frac{20,313}{1 + (20,313)(0.1)^2}$$

$$n = 99.85$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อความน่าเชื่อถือมากขึ้นและป้องกันความผิดพลาดจากตัวอย่าง จึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยกำหนดให้มีขนาดตัวอย่าง เท่ากับ 200 ตัวอย่าง

1.2 การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของร้าน โชคดีติ่มซำ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินงานของร้าน ด้านเทคนิค และการประมาณการทางการเงิน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลสภาพโดยทั่วไปของพื้นที่ที่โครงการตั้งอยู่และสภาพแวดล้อมต่างๆ นอกจากนี้ยังมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจติ่มซำ รวมทั้งข้อมูลทำเลที่ตั้งต่างๆ ข้อมูลดังกล่าวได้จากรายงานประจำปี วารสารทางวิชาการ เอกสารอ้างอิง การศึกษาพิเศษ บทความต่างๆ รวมทั้งวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องจากห้องสมุด หน่วยงานของทางภาครัฐ และเอกชนอื่นๆ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1.การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่ออธิบายลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจเฟรนไชส์ โชคดีติ่มซำ

1.1 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด อธิบายถึงสถานะทางการตลาด ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด และนำไปพยากรณ์ยอดขาย

1.2 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค โดยศึกษาถึงทำเลที่ตั้ง ลักษณะทางกายภาพ ปริมาณและคุณภาพของแรงงานที่ต้องการ

2.การวิเคราะห์การลงทุน ในส่วนของความเป็นไปได้ทางการเงิน จะทำการวิเคราะห์โดยมีเกณฑ์การตัดสินใจทางการเงินดังต่อไปนี้

2.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) เพื่อทราบถึงระยะเวลาของโครงการที่จะคืนทุนจากการประกอบการ

2.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) โดยมีหลักเกณฑ์ว่าโครงการที่มีความเหมาะสมทางการเงินคือ (NPV)มากกว่าศูนย์หรือเป็นบวก แสดงว่ามีความเหมาะสมที่จะลงทุน กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนรวมมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม

เนื่องจากคิด “ค่าเสียโอกาสของต้นทุน” (Opportunity cost of capital) ซึ่งจะกำหนดอัตราคิดลดเท่ากับร้อยละ 12 เนื่องจากประเทศที่กำลังพัฒนาโดยทั่วไป มักสมมติว่าอัตราส่วนลดของประเทศอยู่ระหว่างร้อยละ 8-15 แต่ส่วนมากนิยมเลือกอัตราร้อยละ 12 สำหรับประเทศไทยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเสนอแนะให้ใช้ร้อยละ 12 (ประสิทธิ์, 2545)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.3 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) เป็นเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมทางการเงินซึ่งถ้าหากอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) มากกว่าระดับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับเงินทุนที่ใช้ในโครงการ แสดงว่าโครงการมีความเหมาะสมที่จะลงทุน

2.4 อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit Cost Ratio: BCR) เพื่อให้ทราบถึงอัตราส่วนของมูลค่าปัจจุบันรายได้กับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายของโครงการ หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ คือ โครงการที่มีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายมากกว่าหนึ่ง หมายความว่า รายได้ที่ได้จากโครงการจะมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายของโครงการที่เกิดขึ้น

2.5 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) เป็นการวิเคราะห์ดูว่าหากต้นทุนเพิ่มขึ้นหรือรายรับลดลงจะมีผลกระทบอย่างไรกับโครงการ

2.6 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน ( Switching Value Test: SVT ) เป็นการวิเคราะห์ว่าต้นทุนและผลประโยชน์ที่ได้รับเปลี่ยนแปลงไปเท่าใดจึงจะทำให้ค่า NPV มีค่าเท่ากับ 0 และ BCR มีค่าเท่ากับ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บทที่ 2

### โครงร่างทฤษฎี

ในบทนี้จะกล่าวถึงการตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องในการศึกษา โดยทำการรวบรวมจากรายงาน การศึกษา งานวิจัยและเอกสารอื่นๆ สมมติฐานของการศึกษาที่ผู้ศึกษาได้กำหนดล่วงหน้าเพื่อเป็น แนวทางในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ของ โครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### การตรวจเอกสาร

จุฑารัตน์ ศรีจันทร์ทัฬห (2547) ศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความคาดหวัง และแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคดื่มชาของผู้บริโภค อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับชนิดของดื่มชา และเครื่องดื่ม รูปแบบการให้บริการที่ ร้านดื่มชาจะดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการรับประทานครึ่งชาของผู้บริโภค สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ ผู้บริโภคอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เป็นเพศหญิงและเพศชายใกล้เคียงกัน โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่มี อายุระหว่าง 20-34 ปี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรับประทานครึ่งชานอกบ้าน 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มี พฤติกรรมการรับประทานครึ่งชานอกบ้านในวันหยุดมากที่สุด ช่วงเวลาที่ออกไปรับประทานครึ่งชานอกบ้านมากที่สุดคือ ช่วงเวลาเย็น (17.00-20.00 น.) ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อ ดื่มชา และบริการของร้านดื่มชาในด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก โดยผู้บริโภคมี ระดับความคาดหวังในเรื่องความสดใหม่ของอาหาร ความสะอาดของอาหาร ความสะอาดของ ภาชนะบรรจุ ความร้อนของอาหารขณะเสิร์ฟ และความรวดเร็วในการเสิร์ฟ ในระดับสูงมาก ตามลำดับ ในด้านราคาผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคาดหวังโดยภาพรวมอยู่ในระดับกลาง ผู้บริโภค ส่วนใหญ่สนใจใช้บริการร้านดื่มชาในช่วงวันธรรมดา สนใจใช้บริการในช่วงวันหยุด และสนใจใช้ บริการทั้งในวันธรรมดาและวันหยุดตามลำดับ จำนวนครั้งต่อเดือนที่คาดว่าจะใช้บริการร้านดื่มชา เฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ครั้งต่อเดือน ปริมาณที่ผู้บริโภคคาดว่าจะบริโภคเฉลี่ยต่อครั้งเท่ากับ 8.41 ถาด และจำนวนเงินที่ผู้บริโภคคาดว่าจะใช้จ่ายต่อการบริโภค 1 ครั้ง เฉลี่ยเท่ากับ 163.91 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดชพล วัชรอยู่ (2541) ได้ทำการวิจัยเพื่อการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทติ่มซำ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 90 ตัวอย่าง พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี โดยจะรับประทานอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดประมาณ 1-4 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่จะไปรับประทานกับเพื่อนมีร้านที่นิยม คือ เคเอฟซี แมคโดนัลด์ และพิซซ่าฮัท โดยที่ความสะดวกในการเข้ารับบริการ รสชาติ บรรยากาศภายในร้าน รูปแบบที่ทันสมัย ราคาและบริการที่ดี จะเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคถึงตามลำดับ สำหรับร้านอาหารประเภทติ่มซำ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างจะรู้จักและเคยรับประทานที่ศูนย์อาหาร ภัตตาคารจีนและร้านค้าทั่วไป ตามลำดับ เฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือนและมีความต้องการรับประทานอาหารประเภทนี้ในเวลาอื่นนอกจากเวลาเที่ยงด้วย โดยคำนึงถึงรสชาติ ราคาและบริการที่ดีตามลำดับ และรับประทานเฉลี่ย 3-4 เหว่ง แต่หากเป็นติ่มซำฟาสต์ฟู้ด จะลองใช้บริการที่ระดับราคา 60-100 บาท โดยสามารถจูงใจผู้บริโภคได้ดีจากการแจกคูปองและการชิงโชค

พุทธชาติ พึ่งพัทธ์และคณะ (2547) ศึกษาการประกอบธุรกิจร้านอาหารติ่มซำในศูนย์การค้าภายใต้ชื่อ PAO PAO dimsum กลุ่มเป้าหมายหลักของบริษัท คือ กลุ่มคนอายุ 18 -30 ปี ซึ่งจะเป็นนักศึกษา และผู้ที่เริ่มทำงานในช่วงต้น กลุ่มเป้าหมายรองของบริษัท คือ กลุ่มคนอายุ 31 - 35 ปี โดยกลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่มใช้เวลาพักผ่อนหย่อนใจในศูนย์การค้าค่อนข้างมาก บริษัทวางแผนในการจัดหาเงินทุนในการเปิดสาขาแรก โดยการออกหุ้นสามัญ และกู้ยืมเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงินในสัดส่วนโครงสร้างเงินทุนที่เป็นไปตามเป้าหมายของบริษัท โดยในปีแรกผลการดำเนินงานที่ประมาณการไว้เป็นผลขาดทุน เนื่องจากยอดขายที่เกิดขึ้นยังไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปในการดำเนินงาน สำหรับผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนในธุรกิจนี้พบว่าโครงการนี้มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV) เท่ากับ 20.21 ล้านบาท อัตราผลตอบแทนโครงการ(IRR) เท่ากับ 63 เปอร์เซ็นต์ และมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 4.02 ปี

สุภาพร พรสถิตกุล (2543) ทำการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์กรณีศึกษามิสเตอร์โดนัทในเขตลาดกระบัง ศึกษาลักษณะการดำเนินกิจการ ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องและเอกสารงานวิจัยที่ได้มีการรวบรวมไว้ จากผลการศึกษาพบว่าในด้านของการศึกษาด้านการตลาดสถานะตลาดของผลิตภัณฑ์โดนัทในเขตลาดกระบังมีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากรและกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นวัยรุ่นตลอดจนถึงวัยทำงาน ทางด้านเทคนิคนั้นมีความเป็นไปได้ในด้านของทำเลที่ตั้งของโครงการ เมื่อพิจารณาจากการขนส่ง ด้านสาธารณูปโภคต่างๆ รวมทั้งในด้านการจัดหาแรงงาน ส่วนทางด้านวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการเมื่อพิจารณา

จากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการซึ่งมีค่าเป็นลบเท่ากับ -193,079.99 อัตราผลตอบแทนของ  
แม้ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการมีค่าร้อยละ 4.62 ซึ่งน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการคือร้อยละ 12 และโครงการนี้มีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนหรือดัชนีการทำกำไรของโครงการเท่ากับ 0.81 เท่า จึงสรุปได้ว่าไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

สุทธิศักดิ์ อาริยะกุล (2540) ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ทางการเงินร้านอาหารสุกี้ก๊ี้ในห้างสรรพสินค้า กรณีศึกษาการซื้อแฟรนไชส์ จากผลการศึกษาพบว่า เป็นการศึกษาเพื่อประเมินถึงต้นทุน และผลตอบแทนของการประกอบกิจการร้านอาหารสุกี้ก๊ี้ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่ซื้อแฟรนไชส์ รวมถึงปริมาณผู้บริโภคที่จุกุ่มทุน และความเป็นไปได้ทางการเงิน ตลอดจนรูปแบบการดำเนินกิจการร้านอาหารสุกี้ก๊ี้ที่ผู้บริโภคในความสำเร็จ โดยทำการสุ่มตัวอย่างร้านอาหารสุกี้ก๊ี้ จำนวน 5 ร้าน โดยวิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) สุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 100 ตัวอย่าง นำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้ และข้อมูลจากการสำรวจที่ใช้จ่ายในห้างสรรพสินค้ามาวิเคราะห์โดยใช้เกณฑ์วัดความคุ้มค่าในการลงทุน คือ การวิเคราะห์จุกุ่มทุน (Breakeven Analysis) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) และการทดสอบค่าความแปรปรวน (Switching Value Test) ร้านอาหารสุกี้ก๊ี้ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า กรณีศึกษา การซื้อแฟรนไชส์จะมีจำนวนผู้บริโภคที่จุกุ่มทุนคือ 274 คนต่อวัน และเมื่อพิจารณาผลตอบแทนจากค่าเฉลี่ยจำนวนผู้บริโภคร้านอาหารสุกี้ก๊ี้ 5 ร้าน ซึ่งได้จากการสำรวจพบว่ามีค่าเฉลี่ยจำนวน 298 คนต่อวัน เมื่อพิจารณาจากตัวชี้วัดความคุ้มค่าในการลงทุน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนมีค่ามากกว่าหนึ่ง และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการมีค่ามากกว่าอัตราคิดลด มีความน่าสนใจในการลงทุน

จากการตรวจเอกสารในเรื่องที่เคยมีผู้ศึกษามาแล้ว และทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง พบว่ามี การทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคต่อร้านติ่มซ่า การประกอบธุรกิจร้านอาหารติ่มซ่า และ การศึกษาความเป็นไปได้ในด้านต่าง ๆ ของร้านอาหารมาแล้ว ซึ่งทำให้ทราบถึงแนวทางการตัดสินใจลงทุนของโครงการด้านการตลาด และการเงิน ในเรื่องของระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย การทดสอบค่าความแปรปรวน และการวิเคราะห์ความอ่อนไหว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจว่า กิจการควรใช้เงินในการลงทุนในโครงการหรือไม่ และจะใช้วิธีอย่างไรในการจัดสรรเงินทุนไปลงทุนในโครงการเนื่องจากเงินทุนของกิจการ หรือส่วนที่กิจการหามาได้มีจำนวนจำกัด จึงจำเป็นต้องใช้เงินทุนที่มีจำกัดนั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่จะเกิดจากการลงทุน แต่ยังไม่มีการศึกษาใดที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์โซคิตติมซ่า โดยพิจารณา ด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน โดยตรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สมมุติฐานของการศึกษา

1. การลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์โซคติติ่มชำไม่มีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด
2. การลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์โซคติติ่มชำไม่มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค
3. การลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์โซคติติ่มชำไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

## การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาเพื่อให้ทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการนั้น โดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการบริหาร ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการเงินและด้านเศรษฐศาสตร์ เพื่อการประกอบการตัดสินใจของผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้นๆ ในการศึกษาดังกล่าวจะกล่าวถึงรายละเอียดและวิเคราะห์สิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตรวมและนอกจากนี้จะต้องระบุกำลังการผลิตและสถานที่ตั้งของโครงการ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนและดำเนินการ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนให้สูงที่สุด (ฐาปนา และคณะ, 2542)

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เป็นเพียงขั้นตอนหนึ่งในระยะก่อนการลงทุนของวงจรพัฒนาโครงการ ซึ่งเป็นวงจรที่บอกขั้นตอนการดำเนินการต่างๆ ในการบริหารโครงการ เป็นลำดับขั้นตั้งแต่ความคิดริเริ่ม โครงการจนกระทั่งระยะเริ่มดำเนินการผลิต วงจรการพัฒนาโครงการประกอบด้วยช่วงระยะเวลาต่างๆ ที่แบ่งออกเป็น 3 ช่วงระยะด้วยกัน ดังนี้

1. ระยะก่อนการลงทุน ได้แก่ การศึกษาสถานการณ์ทั่วไป เพื่อดูว่าควรลงทุนในโครงการใด เมื่อเลือกโครงการได้แล้วจึงทำการศึกษาความเป็นไปได้ จากนั้นจึงประเมินผลโครงการและตัดสินใจลงทุนต่อไป
2. ระยะลงทุน ในขั้นตอนนี้ผู้ลงทุนจะเริ่มดำเนินงานตามแผนงาน และเริ่มลงทุนตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ ได้แก่ การออกแบบทางด้านวิศวกรรมต่างๆ การกำหนดเงื่อนไขทางเทคนิค และทางด้านการค้า การติดต่อทำสัญญา การก่อสร้าง การรับสมัครพนักงานและการจัดการฝึกอบรมพนักงาน
3. ระยะดำเนินการ เป็นระยะสุดท้ายหลังจากผู้ริเริ่มโครงการได้ลงทุนไปในโครงการแล้ว ซึ่งหลังจากนี้ผู้ริเริ่มโครงการก็มีหน้าที่ดำเนินการให้เป็นไปตามแผนและติดตามผลงานเป็นระยะๆ จนกว่าจะสิ้นสุดโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การศึกษาสู่ทางความเป็นไปได้ของโครงการโดยทั่วไปสำหรับผู้เริ่มโครงการจะมุ่งถึงการทำอะไรในเชิงเศรษฐกิจ กล่าวคือเป็นการวิเคราะห์ด้านการตลาด เทคนิค การเงิน นอกจากนี้ยังต้องศึกษาด้านต่างๆดังต่อไปนี้ ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมของโครงการ ด้านการบริหาร ประโยชน์ของโครงการที่มีต่อสังคม ซึ่งการวิเคราะห์โครงการในแต่ละขั้นตอนมีขอบเขตดังต่อไปนี้

### การวิเคราะห์ด้านการตลาด

เป็นการศึกษาหาความสามารถของโครงการ ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ตามราคาที่กำหนด และปริมาณที่คาดหมายไว้ การศึกษาด้านการตลาดนี้ถือเป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยงภัยและความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนในโครงการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพราะการศึกษาด้านการตลาดจะศึกษาลงลึกถึงรายละเอียดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องมาประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์ และเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาดจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแน่ใจได้ในระดับหนึ่งว่าโครงการที่จะลงทุนสามารถทำอะไรได้คุ้มค่ากับเงินลงทุน หรืออีกนัยหนึ่งคือสามารถอยู่รอด และทำอะไรได้ในระยะยาว การวิเคราะห์ตลาดประกอบด้วย 4 ขั้นตอนใหญ่ๆ คือ การวิเคราะห์สภาวะตลาด การพยากรณ์ความต้องการตลาด การประมาณการยอดขายสินค้า และการสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.การวิเคราะห์สภาวะตลาด เพื่อศึกษาถึง ขนาดของตลาดแนวโน้มของตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด โดยมีรายละเอียดคือ

1.1 การศึกษาขนาดตลาด เพื่อศึกษาถึง ขนาดตลาด ในภาพกว้างเพื่อให้ทราบว่าตลาดที่เราจะทำการศึกษามีขนาดเล็กหรือใหญ่เพียงใด และเมื่อศึกษาในภาพกว้างแล้วก็ศึกษาขอบข่ายตลาดที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น คือการศึกษาถึง ส่วนของตลาด ที่ผลิตภัณฑ์ของโครงการมุ่งหวังเข้าไปตอบสนอง ทั้งนี้เพื่อทราบถึงขนาดและกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้น

1.2 การศึกษาแนวโน้มของตลาด เป็นการศึกษาถึงทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ว่าจะมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไป

1.3 การศึกษาส่วนแบ่งตลาด เป็นการศึกษาถึงความสามารถของธุรกิจที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้โดยพิจารณาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการครองตลาด 2 ประการ คือ ความเข้มข้นของการแข่งขัน และความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การพยากรณ์ความต้องการของตลาด หมายถึง การพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดในรูปของจำนวนเงินหรือจำนวนหน่วยสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งของกลุ่มผู้บริโภค ภายในขอบเขตพื้นที่หนึ่ง และระยะเวลาที่กำหนดให้ ภายใต้โปรแกรมการตลาด และสภาวะแวดล้อมทางการตลาดที่กำหนดขึ้น

3. การประมาณการยอดขายสินค้า โคนวิธีการคาดคะเนส่วนแบ่งตลาดที่โครงการนั้นจะได้รับว่าเป็นร้อยละเท่าใดของตลาดรวม

4. การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการศึกษาด้านการตลาด ที่จะให้คำตอบว่าโครงการควรทำการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านอื่น ๆ ต่อไปหรือไม่ (ประสิทธิ์, 2545)

### การวิเคราะห์ด้านเทคนิค

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เช่น ทราบถึงขนาดการผลิตที่เหมาะสม ขั้นตอนการผลิต ปริมาณวัตถุดิบ และเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุน โครงการอีกด้วย นอกจากนี้ยังช่วยอำนวยความสะดวกในการพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากทางเลือกด้านเทคนิคต่าง ๆ เช่น การว่าจ้างแรงงาน อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อมนุษย์ ความต้องการด้านเงินทุน ซึ่งการวิเคราะห์ด้านเทคนิคนั้น มีแนวทางในการพิจารณาดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ตั้ง พิจารณาตามหัวข้อต่าง ๆ เกี่ยวกับจำนวนลูกค้าที่จะมาใช้บริการ การคมนาคม และการเดินทางมายังที่ตั้งโครงการ สภาพธุรกิจในบริเวณนั้น การสาธารณูปโภคต่าง ๆ และข้อสนับสนุนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การจัดหาอุปกรณ์ พิจารณาถึงการจัดเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ต้องใช้ภายในร้าน จะมีความยากง่ายในการจัดหามากน้อยเพียงใด

แรงงาน เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่ง โดยพิจารณาด้านการจัดหาแรงงานที่ต้องการว่ามีความเหมาะสมและสามารถจัดหาได้หรือไม่

วัตถุดิบ จะพิจารณาในด้านความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบที่ต้องใช้ ว่ามีความเพียงพอต่อปริมาณการใช้ได้หรือไม่

การขนส่ง พิจารณาถึงความสะดวกในการเดินทางของทั้งทางลูกค้าและการจัดหาวัตถุดิบ สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จะต้องสามารถรองรับได้อย่างเพียงพอต่อปริมาณความต้องการใช้ และอำนวยความสะดวกต่อทางร้านและลูกค้าด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## การวิเคราะห์ด้านการเงิน

ในการวิเคราะห์ทางการเงิน วิเคราะห์ผลตอบแทนเพื่อดูว่าให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะใช้เครื่องมือวิเคราะห์ความเป็นไปได้ (ประวิตร, 2546) ได้แก่

### 1. ค่าปัจจุบันสุทธิ ( Net Present Value: NPV ) มูลค่าปัจจุบันสุทธิบ่งชี้ถึงจำนวน

ผลประโยชน์ที่ได้รับตลอดระยะเวลาของโครงการซึ่งอาจจะมีค่าเป็นลบ เป็นศูนย์ หรือเป็นบวกก็ได้ ขึ้นอยู่กับขนาดของมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์รวม(PVB)หักออกด้วยมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม(PVC)ของโครงการนั้น ใช้ในการวิเคราะห์เงินสดหมุนเวียนการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิมีวิธีดังนี้

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

กำหนดให้

- $B_t$  หมายถึงผลประโยชน์ของโครงการในปีที่  $t$
- $C_t$  หมายถึงต้นทุนของโครงการในปีที่  $t$
- $i$  หมายถึงอัตราคิดลดหรืออัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม
- $t$  หมายถึงระยะเวลาของโครงการ ( 1, 2, 3, ..., n )

หลักการตัดสินใจที่ว่าโครงการจะมีความเหมาะสมทางด้านเศรษฐกิจและการเงินหรือไม่ นั้นพิจารณาที่ NPV คือเมื่อ  $NPV > 0$  หรือมีค่าเป็นบวกคือ รายได้จะต้องมากกว่ารายจ่ายเมื่อคิดลดกลับมาเป็นมูลค่าปัจจุบันด้วยระดับอัตราคิดลดที่เหมาะสม แสดงว่าโครงการนั้นๆมีความเหมาะสมที่จะลงทุนได้กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์รวมมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม ( $PVB > PVC$ )

2. อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน ( Benefit-cost ratio: BCR ) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน คือ มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์รวมหารด้วยมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวมจะแสดงอัตราส่วนของมูลค่าปัจจุบันของรายได้กับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุของโครงการและผลประโยชน์จะเกิดขึ้นตลอดอายุทางเศรษฐกิจของโครงการ ถึงแม้การลงทุนโครงการผ่านพ้นไปแล้ว ในขณะที่ต้นทุนในการก่อสร้างจะเกิดขึ้นเฉพาะในช่วงการลงทุนเท่านั้น ส่วนต้นทุนที่อยู่ในรูปของค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ซ่อมแซมบำรุงรักษาและลงทุนทดแทนอุปกรณ์ที่เสื่อมสภาพจะเกิดขึ้นตลอดช่วงอายุทางเศรษฐกิจของโครงการจากนั้นจึงนำเอากระแสผลประโยชน์และกระแส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้นทุนของโครงการที่ได้ปรับค่าไปตามเวลาหรือคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วมาเปรียบเทียบกันเพื่อหาอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน(BCR) ดังนี้

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

อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนอาจจะมีค่าเท่ากับหนึ่ง มากกว่าหนึ่ง หรือน้อยกว่าหนึ่งก็ได้ แต่หลักการตัดสินใจที่แสดงว่าโครงการมีความเหมาะสมและคุ้มค่าในทางเศรษฐกิจ คือ เมื่ออัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนมีค่าเท่ากับ 1 หรือมากกว่า 1

3. ผลตอบแทนภายในของโครงการ( Internal rate of return: IRR ) คือผลตอบแทนเป็นร้อยละต่อโครงการ หรือหมายถึงอัตราดอกเบี้ยในกระบวนการคิดลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์ ณ จุดนี้จำเป็นต้องอธิบายเพิ่มเติมถึงความสัมพันธ์ระหว่างอัตราดอกเบี้ยกับขนาดของมูลค่าเป็นบวกอัตราดอกเบี้ยระดับใหม่ที่สูงกว่าจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าลดลง และจะลดลงต่อไปตราบเท่าที่อัตราดอกเบี้ยยังคงเพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ ในท้ายที่สุดจะมีอัตราดอกเบี้ยระดับหนึ่งที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับศูนย์พอดี ซึ่งก็คืออัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ เมื่อกำหนดให้  $r$  คือ IRR เกณฑ์การตัดสินใจเลือกทำ โครงการ จะพิจารณาเปรียบเทียบเทียบค่าอัตราผลตอบแทนของโครงการกับอัตราคิดลดโดยทั่วไปถ้าสูงกว่าอัตราคิดลดเราจะเลือกทำโครงการถ้าต่ำกว่าอัตราคิดลด เราจะไม่เลือกโครงการนั้น ดังนั้นอัตราผลตอบแทนของโครงการคือ ค่า  $i$  ที่ทำให้

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

หลักการตัดสินใจว่าโครงการมีความคุ้มค่าการลงทุนทางด้านเศรษฐกิจก็เมื่อ IRR มีค่าสูงและต้องสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเฉพาะ หรือค่าเสียโอกาสของทุน

4. ระยะเวลาคืนทุน( Payback Period ) หมายถึง ระยะเวลาหรือจำนวนปีที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการชดเชยกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการพอดี ซึ่งระยะเวลาดังกล่าวจะบอกให้ผู้ลงทุนทราบว่าต้องใช้เวลาเท่าใดจึงจะได้รับเงินที่จ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการกลับคืนมา การคำนวณระยะเวลาคืนทุนโดยไม่ต้องใช้สูตรมีหลักการคือ ผลประโยชน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารต้นฉบับที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่สามารถนำเอกสารนี้ไปเผยแพร่หรือใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดได้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสาร  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุทธิสะสมที่มีค่าลบ จะเป็นจำนวนเต็มของระยะคืนทุน สำหรับเศษส่วนที่เหลือคำนวณจากค่าของผลประโยชน์สุทธิสะสมที่มีค่าเป็นลบในปีสุดท้ายหารด้วยผลประโยชน์สุทธิในปีถัดไป การใช้วิธีระยะเวลาคืนทุนเป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธ โครงการลงทุนนั้นมีหลักเกณฑ์คือ ผู้ลงทุนจะต้องกำหนดระยะเวลาคืนทุนที่คำนวณได้มากกว่าระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการก็จะปฏิเสธ โครงการลงทุนนั้นมีหลักเกณฑ์คือ ผู้ลงทุนจะต้องกำหนดระยะเวลาคืนทุนไว้ก่อนและถ้าระยะเวลาคืนทุนที่คำนวณได้น้อยกว่าหรือเท่ากับระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการก็จะยอมรับ โครงการลงทุนนั้น โดยสามารถคำนวณได้ดังนี้

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

5. การวิเคราะห์ความอ่อนไหว ( sensitivity analysis) วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ความไว ก็คือการกำหนดตัวแปรที่มีผลกระทบต่อความไวของ NPV หรือ IRR มากที่สุด โดยเฉพาะตัวแปรที่จะทำให้ NPV มีค่าติดลบ การวิเคราะห์ความไวจึงมีประโยชน์เพื่อกำหนดผลที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งโดยทั่วไปจะได้แก่ ราคาผลผลิต ปริมาณการจำหน่าย ค่าลงทุน และค่าปัจจัยการผลิต ทั้งนี้โดยทดสอบว่าถ้าตัวแปรเหล่านี้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว จะมีผลกระทบต่อ NPV หรือ IRR อย่างไร และเมื่อมีการนำโครงการไปปฏิบัติและดำเนินการ ผู้บริหารจะได้ให้ความสนใจในการควบคุมตัวแปรที่มีผลทำให้ NPV มีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นพิเศษ (ประสิทธิ์, 2545)

6. การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test) เป็นการทดสอบความไวอีกวิธีหนึ่ง ตามปกติของการวิเคราะห์ความไวจะเลือกตัวแปรที่คาดว่าจะเปลี่ยนแปลง จากนั้นก็กำหนดผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงต่อความน่าสนใจของโครงการ แต่สำหรับการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อโครงการ ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นศูนย์ การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนมีด้วยกัน 2 วิธีคือ (สุทธิศักดิ์, 2540)

### 6.1 ร้อยละของผลตอบแทนลดลงได้มากที่สุด

$$= \frac{\text{PVofBenefit} - \text{PVofCost}}{\text{PVofBenefit}}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6.2 ร้อยละของต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นได้มากที่สุด

$$= \frac{\text{PVofBenefit} - \text{PVofCost}}{\text{PVofCost}}$$

### แนวคิดเกี่ยวกับอัตราคิดลด

ในการวิเคราะห์โครงการทางการเงิน อัตราคิดลดจะเป็นตัววัดความพอใจในการบริโภคต่างระยะเวลากัน เนื่องจากคนทั่วไปจะชอบที่จะบริโภคในปัจจุบันมากกว่าอนาคต

การปรับค่าตามเวลาจะขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ชนิด คือ ระยะเวลาระหว่างปัจจุบันและเวลาสิ้นสุดโครงการ อัตราการคิดลด เมื่อกำหนดให้ระยะเวลาคงที่ แต่อัตราการคิดลดสูงขึ้นจะทำให้มูลค่าปัจจุบันมีค่าน้อยลง ซึ่งอัตราคิดลดที่ใช้ในการวิเคราะห์โครงการทางการเงินนั้นจะต้องมีค่าคงที่ตลอดชั่วอายุโครงการและอัตราคิดลดได้จากการใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่หน่วยธุรกิจสามารถนำมากู้ยืมได้จากสถาบันการเงิน

อย่างไรก็ดี อัตราส่วนลดที่เลือกมาจะต้องไม่สูงเกินไปจนทำให้มีการลงทุนทั้งหมดน้อยกว่าที่ระบบเศรษฐกิจต้องการหรือต่ำเกินไปจนทำให้มีการใช้ทุนไปในโครงการที่ให้ผลตอบแทนต่ำจนไม่น่าจะดำเนินการ อัตราที่เหมาะสมจึงเป็นอัตราที่ทำให้อุปสงค์และอุปทานเงินทุนเท่ากัน และเมื่อดุลยภาพระหว่างอุปสงค์และอุปทานเงินทุนเกิดขึ้นแล้ว อัตราส่วนลดที่จุดนั้นเท่ากับอัตราผลตอบแทนของโครงการท้ายสุด และในทำนองเดียวกันถ้าระบบเศรษฐกิจมีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์แล้ว อัตราดอกเบี้ยของการกู้ยืมเงินก็อาจนำมาใช้ได้เช่นกัน(ประสิทธิ์, 2545)

### บทที่ 3

#### ประวัติความเป็นมาและลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์

ในบทนี้จะกล่าวถึงประวัติความเป็นมา และลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์ รวมไปถึงประวัติความเป็นมาของร้าน โชคดีติ่มซำ และรูปแบบลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์ร้าน โชคดีติ่มซำ

#### ประวัติความเป็นมาของแฟรนไชส์

แฟรนไชส์เป็นรูปแบบของการดำเนินธุรกิจที่มีต้นกำเนิดจากต่างประเทศ เมื่อประมาณกลางศตวรรษที่ 19 ที่ประเทศอังกฤษ โดยผู้พัฒนาระบบดังกล่าวคือ นายไอแซค เมอร์ริท ซิงเกอร์ ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจักรเย็บผ้าเย็บห่อเก่าแก่ชนิดหนึ่ง แต่ระยะเริ่มแรกยังไม่ได้พัฒนาเป็นระบบแฟรนไชส์อย่างสมบูรณ์ ในระยะต่อมาได้เข้าไปแพร่หลายและเติบโตเต็มที่ในอุตสาหกรรมหลายประเภทในสหรัฐอเมริกา เช่น อุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง

สำหรับในประเทศไทยระยะแรกจะเป็นลักษณะของการให้สิทธิในการจำหน่ายสินค้าของบริษัทแม่จากต่างประเทศ เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำม้วนยี่ห้อต่างๆ ระยะต่อมาได้มีแฟรนไชส์ทั้งขนาดใหญ่และขนาดกลางเข้ามาขยายกิจการในประเทศไทยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นน้ำอัดลม โดนต์ ฟาสต์ฟู้ด และในปัจจุบันมีแฟรนไชส์รายย่อยเข้ามาขยายกิจการมากขึ้น โดยการแทรกแซงทางการตลาดที่แฟรนไชส์รายใหญ่เข้าไปไม่ถึง เช่น ฟาสต์ฟู้ดประเภทขนมขบเคี้ยว แต่แฟรนไชส์ที่มีแนวโน้มว่าจะขยายตัวสูงขึ้น ได้แก่ แฟรนไชส์เกี่ยวกับอาหาร แฟรนไชส์ประเภทให้บริการอย่างง่าย ๆ เช่น ร้านซักแห้ง รับเลี้ยงเด็ก แฟรนไชส์ร้านขายยาและเครื่องสำอาง และคาดว่าต่อไปต้องมีแฟรนไชส์รายย่อยเข้ามาเป็นจำนวนมากและมีการแข่งขันเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน (นิรนาม, 2541)

#### ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ผู้ซื้อแฟรนไชส์ (Franchisee) หรือผู้เข้าร่วมกิจการซึ่งเป็นผู้ได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้านั้น โดยมีการผูกพันและสิทธิร่วมกันตามข้อตกลงที่กำหนดไว้ในสัญญา

ธุรกิจระบบแฟรนไชส์เป็นการร่วมมือกันทางธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตหรือจัดจำหน่ายที่มีระดับในการผลิตและจำหน่ายแตกต่างกันบนพื้นฐานของการทำสัญญา หลักการดังกล่าวเป็นรูปแบบหนึ่งของระบบตลาดในแนวคิดตามข้อตกลงในการประกอบธุรกิจระบบแฟรนไชส์นอกจากผู้ให้สิทธิหรือผู้เป็นเจ้าของสิทธิจะมอบสิทธิทางการค้าให้ผู้รับสิทธิหรือผู้ซื้อแฟรนไชส์แล้ว บางรายยังให้การสนับสนุนในด้านเงินทุน การฝึกอบรมพนักงาน กระบวนการผลิต กลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนการโฆษณาและการส่งเสริมธุรกิจ และผู้รับสิทธิต้องจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ ให้แก่เจ้าของแฟรนไชส์ตามที่ได้ตกลงกันไว้ เช่น ค่าสิทธิ (Franchisee fee) ซึ่งผู้ซื้อแฟรนไชส์หรือผู้ที่เข้าเป็นสมาชิกจะจ่ายเพียงครั้งเดียวก่อนที่จะเข้าเป็นสมาชิก ค่าธรรมเนียมในการดำเนินงาน (Royalty fee) ซึ่งมักคำนวณจากเปอร์เซ็นต์จากยอดขายรวมจะเป็นรายเดือนหรือรายปีก็ได้ ค่าโฆษณา (Advertising fee) หรือค่าตอบแทนการบริหารหรือเทคนิคอื่น ๆ (Franchise package fee) ซึ่งจะมีหรือไม่มีก็ได้แล้วแต่ข้อกำหนดในสัญญา

ฉะนั้นในการพิจารณาว่าธุรกิจใดเป็นธุรกิจในระบบแฟรนไชส์จะต้องมีข้อพิจารณาดังนี้ คือ มีการให้สิทธิหรือเครื่องหมายทางการค้าหรือชื่อการค้าของสินค้าและบริการของบริษัทเจ้าของแฟรนไชส์ มีการจ่ายค่าธรรมเนียมและค่าสิทธิ และมีการให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ของผู้ให้สิทธิต่อผู้รับสิทธิ

ประเภทของแฟรนไชส์ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. แฟรนไชส์ที่ให้สิทธิในตัวผลิตภัณฑ์หรือเครื่องหมายการค้า เพื่อการผลิตหรือจำหน่ายในตราสินค้านั้น ในแฟรนไชส์ประเภทนี้ เจ้าของสิทธิซึ่งเป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มักจะกำหนดมาตรฐานทางด้านคุณภาพต่าง ๆ ให้ผู้ซื้อสิทธิหรือเจ้าของกิจการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ผู้ซื้อสิทธิมักจะทำหน้าที่ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ในสัญญาแฟรนไชส์ประเภทนี้ มักจะไม่พบการจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นรายสัปดาห์หรือรายเดือน แต่อาจพบการหักผลตอบแทนเป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดขายหรือหักบางส่วนเข้ากองทุนของเจ้าของสิทธิเพื่อนำไปใช้จ่ายในการโฆษณา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อกิจการของผู้ซื้อสิทธิทั้งหมดที่อยู่ในระบบของแฟรนไชส์ โดยทั่วไปแล้วในระบบแฟรนไชส์ประเภทนี้ เจ้าของสิทธิมักมีรายได้หรือผลตอบแทนจากการคิดค่าไรต่อการขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ซื้อสิทธิในขั้นต้นแล้วคือ เสมือนว่าให้ผู้ซื้อสิทธิเป็นตัวแทนในการกระจายสินค้า ตัวอย่างของธุรกิจประเภทนี้ ได้แก่ บริษัทขายรถยนต์ ปิมน้ำมัน ร้านขายเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2. ระบบแฟรนไชส์ที่เจ้าของสิทธิ์จะกำหนดระบบของการดำเนินธุรกิจให้ใช้เหมือนกันทั่วโลกทั้งสินค้า เครื่องหมายการค้า วิธีบริหาร ระบบการเงิน ระบบงานต่าง ๆ รวมทั้งแผนการจัดตั้ง โดยส่วนมากแล้ว ผู้ซื้อสิทธิ์จะต้องจ่ายเงินสัมปทานก้อนแรกให้กับเจ้าของสิทธิ์และจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นรายเดือนหรือรายปีต่อไป เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ที่ได้รับจากเจ้าของสิทธิ์ คือ ผู้ซื้อสิทธิ์จะได้รับคู่มือการดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นด้านการบริหาร การตลาด การเงิน และการบัญชี รวมทั้งการช่วยเหลือในการฝึกอบรมพนักงาน การช่วยเหลือทำเลที่ตั้ง การช่วยจัดหาอุปกรณ์และผลประโยชน์พลอยได้จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของเจ้าของสิทธิ์ รวมทั้งความช่วยเหลือในรูปแบบอื่น ๆ ด้วย แฟรนไชส์ประเภทนี้นอกจากจะพบในธุรกิจฟาสต์ฟู้ด ภัตตาคาร หรือร้านสะดวกซื้อแล้ว ยังอาจพบได้ในธุรกิจซ่อมรถยนต์ ร้านขายอะไหล่ ร้านบริการซักแห้ง ร้านถ่ายรูป และธุรกิจอื่น ๆ อีกมากมาย

นอกจากนี้แฟรนไชส์อาจอยู่ในลักษณะการร่วมลงทุนกับเจ้าของสิทธิ์ (Conversion Franchising) ซึ่งอาจดำเนินการโดยใช้แฟรนไชส์ที่ให้สิทธิ์ในตัวผลิตภัณฑ์หรือเครื่องหมายการค้าเพื่อการผลิตหรือจำหน่ายในตราสินค้านั้น หรือระบบแฟรนไชส์ที่เจ้าของสิทธิ์จะกำหนดระบบของการดำเนินธุรกิจให้ใช้เหมือนกันทั่วโลกทั้งสินค้า เครื่องหมายการค้า วิธีการบริหาร ระบบการเงิน ระบบงานต่าง ๆ รวมทั้งแผนการจัดตั้งก็ได้ ผู้ซื้อสิทธิ์ที่มีเงินจำกัดอาจเลือกลงทุนในแฟรนไชส์ประเภทนี้ แต่มีผลเสียอยู่ที่ว่าในการดำเนินงานนั้นจะถูกควบคุมจากเจ้าของสิทธิ์มากกว่าแบบปกติ และผลกำไรที่ได้จะต้องมีการแบ่งให้กับเจ้าของสิทธิ์ด้วยในฐานะผู้เป็นหุ้นส่วน (นิรนาม, 2541)

### ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบสำหรับผู้ได้รับสิทธิ์ทางการค้า

#### ข้อได้เปรียบสำหรับผู้ได้รับสิทธิ์ทางการค้า

1. ผู้ได้รับสิทธิ์ทางการค้าจะสามารถใช้ชื่อ ตราเครื่องหมาย และเครื่องหมายการค้าของผู้ให้สิทธิ์ทางการค้า โดยเป็นที่รู้จักกันดีในตลาด
2. ผู้ได้รับสิทธิ์จะได้รับการฝึกอบรมทางธุรกิจประเภทนั้น ๆ จากผู้ให้สิทธิ์ทางการค้า
3. ผู้ได้รับสิทธิ์ทางการค้าสามารถซื้อวัตถุดิบในราคาถูก เนื่องจากการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ให้สิทธิ์ทางการค้าที่รวบรวมปริมาณวัตถุดิบที่ต้องการจากหลายสาขา ทำให้การสั่งซื้อปริมาณมากเกิดการประหยัดต่อหน่วยธุรกิจ สามารถซื้อในราคาที่ต่ำกว่าการจัดซื้อในแต่ละสาขาแยกจากกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าจะได้รับการช่วยเหลือจากผู้ให้สิทธิทางการค้า ในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ในธุรกิจนั้น ๆ อาทิเช่น การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางแผนฝึกอบรมพนักงาน การจัดซื้ออุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น

5. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าจะมีที่ปรึกษาด้านธุรกิจอยู่ใกล้ชิด ในการให้คำแนะนำที่มีผู้เคยปฏิบัติมาก่อนจึงเกิดประสิทธิภาพสูงกว่าผู้ได้รับสิทธิทางการค้าทำการตัดสินใจด้วยตนเอง ซึ่งบางครั้งเป็นการลองผิดลองถูก ทำให้ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจน้อยลง โดยอาศัยชื่อเสียงของผู้ให้สิทธิทางการค้า

6. เงินทุนที่ใช้ในการประกอบการ สำหรับผู้ซื้อสิทธิได้ถูกใช้ไปอย่างมีประสิทธิภาพกว่าการลงทุนเองโดยลำพังเป็นครั้งแรก เนื่องจากโอกาสผิดพลาดมีมากกว่า

7. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าจะได้รับประโยชน์จากการโฆษณา และการส่งเสริมการขายร่วมกัน เนื่องจากการรวบรวมโฆษณาของแต่ละผู้ได้รับสิทธิทางการค้าเข้าด้วยกัน ทำให้การโฆษณาสามารถทำได้ในสื่อที่มากกว่าการโฆษณาโดยลำพังแต่ละผู้ได้รับสิทธิ ตลอดจนทำให้การส่งเสริมการขายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

8. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าจะสามารถได้รับประโยชน์จากกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นความลับทางธุรกิจจากทางด้านผู้ให้สิทธิทางการค้า

9. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้ามีแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากเป็นธุรกิจของตนเอง แต่ได้รับความช่วยเหลือจากผู้ให้สิทธิทางการค้า

10. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าจะได้รับข่าวสาร ข้อมูล ตลอดจนความรู้จากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้น ๆ จากผู้ให้สิทธิทางการค้า

11. เกิดการประหยัดเวลา เพราะเมื่อมีเงินทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจก็สามารถทำธุรกิจได้โดยใช้ระยะเวลาอันสั้นในการเตรียมการ

#### ข้อเสียเปรียบสำหรับผู้ได้รับสิทธิทางการค้า

1. สูญเสียความอิสระในการดำเนินงาน เนื่องจากจะมีการควบคุมดูแล และกำหนดการบริหารจากผู้ให้สิทธิทางการค้า ทำให้การพัฒนาแนวทางการบริหารงานใหม่จะเป็นไปได้ยากที่จะนำมาปฏิบัติ ซึ่งการกระทำสิ่งใดที่แตกต่างจากข้อกำหนดจะต้องผ่านการเห็นชอบจากผู้ให้สิทธิทางการค้าก่อนจึงไม่เกิดความยืดหยุ่นในการปฏิบัติ

2. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ให้แก่ผู้ให้สิทธิทางการค้าตลอดระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเกิดปัญหาทำให้เกิดค่าใช้จ่ายที่สูงเกินไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เกิดความยุ่งยากที่จะทำให้สินค้าหรือบริการ เป็นไปตามข้อกำหนดของผู้ให้สิทธิ์ทางการค้ามีข้อจำกัดในการ โอนกิจการ และกลยุทธ์ที่ใช้ในการขาย แม้ว่าธุรกิจจะเป็นของผู้ได้รับสิทธิ์ทางการค้าก็ตาม

4. การดำเนินนโยบายของผู้ให้สิทธิ์ทางการค้าที่ผิดพลาด จะมีผลกระทบต่อการค้าดำเนินงานของผู้ได้รับสิทธิ์ทางการค้า จึงเกิดความเสียหายในการพึ่งพาผู้ให้สิทธิ์ทางการค้าดังกล่าว โดยที่ผู้ได้รับสิทธิ์ทางการค้า ไม่สามารถได้รับค่าชดเชยตอบแทน เนื่องจากในปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายในการควบคุมระบบแฟรนไชส์

5. เมื่อชื่อเสียงของผู้ให้สิทธิ์ทางการค้าตกต่ำลง จะมีผลต่อธุรกิจของผู้ได้รับสิทธิ์ทางการค้าตกต่ำลงด้วย

6. จะต้องเสียค่าใช้จ่ายและเวลาในการทำการศึกษาคำกำหนดในสัญญา โดยจะต้องใช้ที่ปรึกษาทางด้านกฎหมาย

### ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของผู้ให้สิทธิ์ทางการค้า

#### ข้อได้เปรียบของผู้ให้สิทธิ์ทางการค้า

1. สามารถควบคุมการผลิตสินค้าและบริการตลอดจนงานด้านบริหารให้มีมาตรฐานเดียวกันทุกแห่ง

2. ขยายตลาดได้อย่างรวดเร็วเนื่องจากเงินลงทุนที่ใช้ และความรับผิดชอบต่อผลการดำเนินงานของกิจการเป็นของผู้รับสิทธิ์ทางการค้า ดังนั้นจึงไม่มีต้นทุนในการขยายแฟรนไชส์สำหรับผู้ให้สิทธิ์ทางการค้า ซึ่งทำให้สามารถขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว เพิ่มความสามารถแข่งขัน

3. เกิดประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจ เช่น ทำให้งบประมาณในการโฆษณาเพิ่มขึ้นสามารถที่จะใช้สื่อได้บ่อยครั้งขึ้นและหลายช่องทาง ทั้งนี้เนื่องจากการร่วมงานของทั้งสองฝ่าย โดยได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งทางผู้ให้สิทธิ์ทางการค้ามีความสามารถและระบบบริหารในกิจการนั้นๆ ส่วนผู้รับสิทธิ์ทางการค้าจะเป็นผู้มีความคุ้นเคยกับท้องถิ่น

4. ผู้ให้สิทธิ์ทางการค้าสามารถทุ่มเทเพื่อการวิจัย วางแผนและพัฒนาระบบงานได้อย่างเต็มที่เพราะภาระหน้าที่การจัดการกิจการขึ้นอยู่กับผู้ได้รับสิทธิ์ทางการค้า

5. ได้รับผลตอบแทนในรูปของค่าใช้จ่ายสิทธิ์ทางการค้า ค่าธรรมเนียมการใช้สิทธิ์ ตลอดจน

ค่าธรรมเนียมที่ได้จากการอบรมพนักงาน และค่าธรรมเนียมต่างๆซึ่งขึ้นอยู่กับสัญญาที่กำหนดขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ลดภาระการลงทุน แต่สามารถขยายกิจการไปในตลาดได้มากขึ้น ทำให้เกิดการกระจายความเสี่ยงของหน่วยธุรกิจที่ให้สิทธิทางการค้า

### ข้อเสียเปรียบของผู้ให้สิทธิทางการค้า

1. เกิดปัญหาการไม่จ่ายค่าสิทธิ ซึ่งจะเกิดเมื่อผู้ได้รับสิทธิทางการค้าประกอบธุรกิจได้ระยะหนึ่งแล้วประสบความสำเร็จ และคิดว่าเป็นผลมาจากความสามารถของตนเพียงผู้เดียวจึงไม่มีความจำเป็นในการจ่ายค่าใช้สิทธิดังกล่าว

2. การละเมิดสัญญาที่ทำร่วมกัน โดยปกติแล้วผู้ให้สิทธิทางการค้าจะกำหนดกฎเกณฑ์ข้อระเบียบปฏิบัติต่างเพื่อให้มีรูปแบบและแนวคิดในกิจการนั้น ๆ แต่ทางผู้ได้รับสิทธิทางการค้าต้องการเพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลงกิจการดังกล่าว เช่น การขายสินค้าที่ไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้สิทธิ ทำให้รูปแบบการดำเนินกิจการนั้น ๆ แตกต่างจากหน่วยงานอื่น ๆ ซึ่งในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายครอบคลุมในเรื่องดังกล่าว

3. ผู้ได้รับสิทธิทางการค้าบางรายไม่เข้าใจหรือตั้งใจทำธุรกิจอย่างแท้จริง บางครั้งผู้ได้รับสิทธิอาจเกิดความคาดหวังจากผู้ให้สิทธิจนมากเกินไป ทำให้ขาดความพยายามหรือความตั้งใจการดำเนินธุรกิจ ทำให้กิจการประสบความสำเร็จล้มเหลวเกิดความเสียหาย ซึ่งส่งผลถึงภาพลักษณ์ต่อผู้ให้สิทธิทางการค้า (สุทธิศักดิ์, 2540)

### ประวัติความเป็นมาของร้านโชคดีติม้ซ่า

ร้านโชคดีติม้ซ่า เริ่มต้นร้านแรกที่อำเภอหาดใหญ่ในชื่อ โชคดีแต่เดิม (แต่เดิม เป็นภาษาจีนแต่ใจหมายถึงการกินน้ำชากับของว่าง) เมื่อประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา โดย คล่องเงิน ศิริประภาธรรม (ฉี กั้งเงิน) ซึ่งการประกอบกิจการก็เป็นที่ไปด้วยดีมีลูกค้าอุดหนุนมากมาย กลุ่มลูกค้ามีทั้งคนท้องถิ่น ในอำเภอหาดใหญ่ และนักท่องเที่ยวที่มาจากกรุงเทพฯ ซึ่งทุกคนมักจะได้รับการแนะนำจากมัคคุเทศก์ หรือคนขับรถตู้ทุกๆ ให้มากินอาหารเช้า สไตล์แต่เดิมที่ร้านนี้ เป็นที่น่าแปลกใจว่ามีนักท่องเที่ยว มาเลเซีย สิงคโปร์ เข้ามารับประทานติม้ซ่า และบักก๊อดแต่ในร้าน โชคดีเป็นจำนวนมาก ทั้งๆที่อาหารประเภทนี้ก็สามารถหากินได้ไม่ยากนักในประเทศของเขา แสดงว่าร้านนี้ต้องมีจุดขาย ซึ่งเป็นจุดแข็งของตัวเอง นั่นก็คือ คุณภาพ ความสด ความอร่อย ของติม้ซ่า นอกจากนี้ บักก๊อดแต่ที่เป็นเมนูเสริมของร้านโชคดีติม้ซ่า ก็เป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั่วทุกสารทิศอีกด้วย จากความสำเร็จในเบื้องต้น ทำให้ทายาทของ ฉี กั้งเงิน เกิดแนวคิดในการขยายธุรกิจ โดยมุ่งสู่ตลาดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ใหญ่ที่มีกำลังซื้อมากมายมหาศาลอย่างกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลยุทธ์ป่าล้อมเมือง หมายถึง สร้างธุรกิจในพื้นที่บ้านเกิดจนประสบความสำเร็จ แล้วค่อยรุกเข้ามาสู่ตลาดใหญ่มหาศาลอย่างกรุงเทพมหานคร พร้อมกับกลยุทธ์ขายแฟรนไชส์ซึ่งทำให้โชคดีติมชำเติบโตแบบก้าวกระโดด

ปี 2543 ร้านโชคดีติมชำในกรุงเทพมหานครก็เกิดขึ้นจากวิสัยทัศน์ของคุณธีรภพ ศิริประภาธรรม ผู้เป็นหลานชายของ นี กังเงิน ซึ่งได้รับการถ่ายทอดเคล็ดลับวิชาการทำติ่มชำและบักกุ๊ตเต้สูตรลับเฉพาะ ที่ถ่ายทอดกันเฉพาะคนในตระกูลเท่านั้น ร้านโชคดีติมชำเป็นร้านอาหารที่มีบริการเฉพาะติ่มชำและบักกุ๊ตเต้ ซึ่งถือว่าเป็นร้านติ่มชำร้านแรกในกรุงเทพฯ ที่ขายติ่มชำนี้สดๆ เสิร์ฟให้ลูกค้ารายต่อราย และเป็นติ่มชำร้านแรกในกรุงเทพฯ ที่ขายติ่มชำในเวลากลางคืน คือเปิดให้บริการตั้งแต่ 10.00–22.00 น. โดยจุดเด่นที่ทำให้ร้านโชคดีติมชำ สามารถแจ้งเกิดในตลาดกรุงเทพมหานครแห่งนี้ คือ การที่ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจอย่างเจนจบในเรื่องของอาหารประเภทติ่มชำอย่างแตกฉานผสมผสานกับเมนูที่มีกว่า 50 ชนิด และ การให้บริการแบบ Semi-self service ที่เป็นแบบกึ่งบริการตนเอง โดยลูกค้าจะมีส่วนร่วมในการที่จะเลือกติ่มชำที่ต้องการ ซึ่งลูกค้าต้องเลือกติ่มชำสดๆ ที่ตู้โชว์ หลังจากนั้นพนักงานเดาหนึ่งจึงทำการนึ่งและส่งติ่มชำที่ลูกค้าเลือกให้ถึงโต๊ะภายใน 10 นาที ปัจจุบันมีสาขาทั้งหมด 11 สาขาในกรุงเทพฯ และ 1 สาขาที่จังหวัดนครปฐม (สงบ, 2547)

#### แนวคิดหลัก

จากการสัมภาษณ์พบว่า แนวคิดในการทำธุรกิจร้านโชคดีติมชำ คือ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของการรับประทานติ่มชำจากอาหารว่างให้เป็นอาหารหลัก คือ สามารถรับประทานเป็นมื้อหลักแทนการรับประทานเป็นอาหารว่าง ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ร้านโชคดีติมชำเปิดให้บริการทั้งวัน และส่วนที่ทำให้ร้านแตกต่างจากร้านอื่น ๆ คือ การนึ่งสดของติ่มชำ โดยลูกค้าจะได้รับรู้ถึงความสดใหม่ของติ่มชำที่นึ่งออกมาจากเตา ประกอบกับการตั้งราคาเพียงแข่งละ 15 บาท จะทำให้ลูกค้ารู้สึกได้ถึงความคุ้มค่าในการเลือกรับประทาน

สำหรับกลุ่มเป้าหมายทางร้านไม่ได้มุ่งเน้นมาก แต่ปัจจุบันเริ่มมีกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นเพิ่มมากขึ้น พฤติกรรมการบริโภคที่ผ่านมามาตั้งแต่ปี 2543 ที่ร้านโชคดีติมชำเริ่มเปิดให้บริการ ก็ยังไม่มีเปลี่ยนแปลงมากนัก

เป้าหมายในอนาคต คือ การขยายสาขาเพิ่มบางพื้นที่ และการขายแฟรนไชส์ด้วย มีสาเหตุจากการขยายสาขาคด้วยตนเองทั้งหมดนั้น จะมีปัญหาทางด้านความพร้อมเรื่องเงินลงทุนและการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริหารงานอาจไม่ทั่วถึง นอกจากนี้ผู้จัดการร้านซึ่งเป็นผู้ลงทุนร้านเอง ย่อมที่จะบริหารร้านได้มีประสิทธิภาพสูงกว่าการที่จะขยายสาขาด้วยตนเอง

### แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์

ร้านโชคดีต้มช้ำ จะเน้นไปที่การขายต้มช้ำหนึ่งสัดเป็นหลัก โดยจะไม่แตกสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) ออกไปอีก ด้วยเหตุผลหลัก คือ ไม่ใช่ธุรกิจที่ร้านถนัด แต่อย่างไรก็ตามก็จะมีการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ต้มช้ำ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ การผลิตต้มช้ำที่มีคุณภาพสูง เป็นผลมาจากการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากผู้ผลิต ที่ทำธุรกิจร่วมกันมาเป็นระยะเวลานานมีความเข้าใจกัน

### แนวคิดด้านราคา

ร้านโชคดีต้มช้ำตั้งราคาที่แข่งขัน 15 บาท สำหรับต้มช้ำทุกประเภท แต่อย่างไรก็ตามระดับกำไรของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดย่อมแตกต่างกัน ปัจจัยสำคัญ คือ การบริหารต้นทุนรวมที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ภาพรวมของธุรกิจมีกำไร

### แนวคิดด้านสถานที่ตั้ง

ควรเป็นสถานที่ตั้งที่มีคนหนาแน่น เดินทางสะดวก สำหรับความคิดเห็นในการขยายสาขาเข้าไปในศูนย์การค้านั้น ยังไม่ได้คาดการณ์ไว้ เนื่องจากทางร้านมองว่าอาจทำให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มสูงขึ้น ซึ่ง ณ ระดับราคาปัจจุบันอาจไม่สามารถทำให้มีกำไรได้

### แนวคิดด้านการส่งเสริมการขาย

มีการส่งเสริมการขายในช่วงแรก ๆ เท่านั้น สำหรับปัจจุบันไม่ได้ทำการส่งเสริมการขายแต่อย่างใด เนื่องจากราคาที่ค่อนข้างถูก ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นการบอกจากปากต่อปาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ปัจจัยหลักที่ทำให้ประสบความสำเร็จ

การบริหารต้นทุนที่ดีมีประสิทธิภาพ การบริหารสินค้าคงเหลือที่ดี ทีมช่างต้องมีคุณภาพสูงสุด และสะอาดอยู่เสมอ ซึ่งการที่จะบริหารสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น สิ่งสำคัญก็คือ การมียอดขายที่สูง การหมุนเวียนของสินค้าก็จะทำได้อย่างรวดเร็ว ทีมช่างที่หนึ่งขายก็จะมีผลดีใหม่อยู่เสมอ (สงบ, 2547)

### ลักษณะการดำเนินงานแฟรนไชส์โชคดีติมชำ

#### รายละเอียดแฟรนไชส์ของร้านโชคดีติมชำ

แฟรนไชส์ของร้านโชคดีติมชำมีจุดเด่นที่แตกต่างจากร้านขายติมชำทั่วไป ซึ่งมีรายละเอียดอันประกอบด้วย

1. Dimsum specialist ด้วยเมนูกว่า 50 รายการ ซึ่งเป็นสูตรเฉพาะของทางร้าน
2. Semi-self service กึ่งบริการตนเองโดยลูกค้ามีส่วนร่วมในการที่จะเลือกติมชำตามต้องการ
3. Bak Kut Teh อาหารบำรุงสุขภาพที่ยังไม่มีแพร่หลายในเมืองไทย
4. Kong-Fu Cha การติมชำและการชงชาในแบบกังฟูซึ่งทางร้านมีชาหลายชนิดให้ลูกค้าได้เลือกชิม อาทิเช่นชาอู่หลง ชาทิกวนอิม และชาเขียว

#### คุณสมบัติของผู้ขอสิทธิ์แฟรนไชส์

ทางบริษัทมีการพิจารณาถึงคุณสมบัติของแฟรนไชส์ที่ต้องการ ในการเปิดร้านแฟรนไชส์ของโชคดีติมชำ คือ

1. ต้องเป็นผู้ที่มีจิตใจหนักแน่น
2. มีใจรักด้านงานบริการ
3. มีความพร้อมในด้านเงินทุน และ สถานที่
4. เป็นลูกค้าที่มีความเหนียวแน่นของร้านโชคดีติมชำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## สิทธิประโยชน์ที่แฟรนไชส์จะได้รับ

สิทธิประโยชน์จะได้รับ เมื่อเข้าเป็นแฟรนไชส์ของแฟรนไชส์ช็อคดีติมซ่า คือ

1. สิทธิในการใช้ชื่อและโลโก้ของร้าน ช็อคดีติมซ่า ตลอดอายุสัญญา 5 ปี
2. การออกแบบตกแต่งและวางระบบผังร้าน
3. จัดหาแหล่งวัตถุดิบสำหรับการตกแต่งหน้าต๋มซ่า รวมทั้งแหล่งซื้อวัตถุดิบต่างๆ
4. ฝึกอบรมพนักงานและเจ้าของกิจการในเรื่องของสูตรอาหารและงานบริการ
5. ส่งสินค้าให้ฟรีโดยมิได้คิดค่าใช้จ่าย (ตามจำนวนครั้งที่บริษัทแม่กำหนด)
6. ให้ยืมคู่มือการบริหารร้าน ซึ่งมีสูตรอาหาร ต้นทุน และเทคนิคต่างๆ
7. ให้คำปรึกษาด้านการวางแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมยอดขายตลอดอายุ

สัญญา 5 ปี

## อัตราค่าธรรมเนียมและเงินลงทุน

ในการเข้าเป็นแฟรนไชส์ของแฟรนไชส์ช็อคดีติมซ่าจะต้องเสียค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายในการลงทุนต่าง ๆ ประกอบด้วย 3 ส่วน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### ส่วนที่ 1 ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ

1. ค่าแฟรนไชส์ ( Franchise Fee) คือ ค่าธรรมเนียมการให้สิทธิใช้ชื่อ ช็อคดีติมซ่า Chokdee Dimsum เพื่อเปิดดำเนินธุรกิจ โดยมีอายุ สัญญา 5ปี เป็นจำนวนเงิน 655,000 บาท
2. ค่ารอยัลตี้ (Royalty Fee) คือ ค่าผลประโยชน์ตอบแทนภายใต้ชื่อ ช็อคดีติมซ่า Chokdee Dimsum โดยคำนวณ 5% ของยอดขาย
3. ค่า Advertising Fee คือ ค่าตอบแทนต่อเนื่อง เพื่อนำไปใช้ในการโฆษณาและกิจกรรมส่งเสริมการขายให้ร้านทุก ๆ สาขานั้น โดยคิดที่ 1% จากยอดขายต่อเดือน
4. ค่าสำรวจสถานที่ จะคิดค่าธรรมเนียม 3,000 บาท สำหรับกรุงเทพมหานคร ต่างจังหวัด คิดค่าธรรมเนียม 5,000 บาท รวมถึงค่าที่พักและค่าเดินทาง หากมีการเซ็นสัญญาค่าธรรมเนียมนี้จะถูกหักออกจากค่าแฟรนไชส์ (Franchise Fee)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 2 ค่าตกแต่งพื้นที่ และ Set up ร้าน

1. ค่าตกแต่งสถานที่ ป้ายชื่อร้าน และอุปกรณ์เครื่องครัวภายในร้านรวมทั้งเครื่องแคชเชียร์ ผู้รับสิทธิ์จะเป็นผู้รับผิดชอบตามแบบที่โชคดีตีพิมพ์กำหนด โดยประมาณค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 1,000,000 บาท (ต่อ 80 ที่นั่ง)
2. ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและค่าธรรมเนียมขออนุญาตทางราชการ ผู้รับสิทธิ์จะเป็นผู้รับผิดชอบค่าธรรมเนียมการจดทะเบียน สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา ตลอดจนค่าอากรและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ไม่เกิน 2,500 บาท

## ส่วนที่ 3 ค่าสินค้าเบื้องต้น

1. ค่าวัตถุดิบเบื้องต้นและตีพิมพ์บางชนิด เช่น ขนมจีบ ซาลาเปา ฮะเก๋า ที่ตัวบริษัทแม่ผลิตสำเร็จให้ โดยจะผลิตให้ตามวงเงินค่าสินค้าที่จ่ายไว้ล่วงหน้า ค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 200,000 บาท
2. เงินสดหมุนเวียน 145,000 บาท

## ขั้นตอนสำหรับการขอเข้าเป็นแฟรนไชส์

ในการขอเข้าเป็นแฟรนไชส์ของแฟรนไชส์โชคดีตีพิมพ์นั้นผู้ที่มีความสนใจในการลงทุนนั้นจะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. ยื่นความจำนงต้องการจองพื้นที่เข้าเป็นแฟรนไชส์ โดยเตรียมเอกสารได้แก่ ใบสมัครและแผนที่ทำเลที่ตั้งของร้าน ในการจองพื้นที่จะเสียค่าธรรมเนียม 50,000 บาท (กรณีที่พื้นที่นั้นไม่เหมาะสมในการตั้งร้านทางบริษัทจะคืนเงินจำนวนนี้ให้)
2. ฝ่ายตรวจสอบของบริษัท จะทำการตรวจสอบประวัติทางธุรกิจรวมทั้งประวัติทางการเงินของผู้สมัคร
3. ฝ่ายตรวจสอบสถานที่ จะทำการสำรวจพื้นที่และสำรวจตลาด เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพของพื้นที่ ที่ผู้สมัครทำการเสนอว่ามีความเป็นไปได้ทางการตลาดหรือไม่
4. ทำการลงนามในสัญญา และชำระค่าแฟรนไชส์พร้อมกับค่าใช้จ่ายอื่นๆ
5. จัดเตรียมสถานที่พร้อมเปิดให้บริการ ภายใน 45 วัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ฝึกอบรมพนักงานทั้งหมดตั้งแต่ผู้จัดการร้าน แม่ครัว แคชเชียร์และพนักงานอื่น ๆ ใช้ระยะเวลาประมาณ 30 วัน (ระยะเวลาระหว่างการจัดเตรียมสถานที่) โดยขั้นตอนต่างๆในการฝึกอบรมมีระยะเวลาดังต่อไปนี้

6.1 ฝึกอบรมภาคทฤษฎี 7 วัน

6.2 ฝึกอบรมภาคปฏิบัติ 7 วัน

6.3 ทำการปฏิบัติงานจริงในร้านสาขาใดสาขาหนึ่งของบริษัท 7 วัน

6.4 ทดสอบข้อเขียน หากไม่ผ่านเริ่มฝึกอบรมใหม่ (สงบ, 2547)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์โชคดีติมช้า

ในบทนี้จะเสนอผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์โชคดีติมช้า บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยการศึกษาแบ่งเป็น 3 ด้าน คือการศึกษาในด้านของตลาด ซึ่งจะพิจารณาเกี่ยวกับสถานะของตลาด การศึกษาส่วนแบ่งตลาด แนวโน้มของตลาดและการประมาณ ยอดขายการศึกษาด้านเทคนิคจะพิจารณาเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของโครงการ และในด้านของการศึกษาทางการเงิน จะพิจารณาประเมินค่าของโครงการลงทุน ซึ่งใช้วิธีในการศึกษา ดังนี้ คือ การหาค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ หาอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ ระยะเวลาคืนทุน อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย การวิเคราะห์ความอ่อนไหว และการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

การศึกษาคือความเป็นไปได้ทางการตลาดของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีติมช้า บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์สถานะและขนาดของตลาด การศึกษาส่วนแบ่งตลาด การศึกษาแนวโน้มของตลาด และการประมาณยอดขายของโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### การวิเคราะห์สถานะทั่วไปและขนาดของตลาด

ตลาดอาหารของประเทศไทยทั้งหมดมีมูลค่าประมาณ 1.5 – 1.6 ล้านล้านบาทต่อปี จำแนกเป็นตลาดอาหารจานด่วน 12,000 ล้านบาท ศูนย์อาหารทั่วไป 3,500 ล้านบาท ซ็อกกลับบ้านหรือส่งถึงบ้าน 1,300 ล้านบาท Street Food ประมาณ 55,000 ล้านบาท และตลาดประเภท Restaurant หรือร้านอาหารทั่วไป 500,000 ล้านบาทต่อปี ร้านอาหารกลุ่มสุกี้ก็ 2,000 ล้านบาทต่อปี ร้านอาหารไทยที่มีมาตรฐานสูง 1,000 ล้านบาท และตลาดอาหารที่จำหน่ายผ่านช่องทางขายอื่นๆ เช่น ตลาดค้าส่ง ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต มีอีกประมาณ 900,000 ล้านบาท และอาหารนอก รูปแบบไม่น้อยกว่า 50,000 ล้านบาทต่อปี โดยตลาดอาหารมีมูลค่าการเติบโตร้อยละ 10 – 15 ต่อปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบันคิมซ่าจะจำหน่ายในสองลักษณะ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการขายเป็นเมนูเสริมของอาหารอื่น และอีกลักษณะหนึ่งคือการขายคิมซ่าเป็นหลัก โดยการขายเป็นเมนูเสริมของอาหารอื่นจะมีช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ภัตตาคารจีน ร้านอาหารทั่วไป ร้านสุกี้ คอนวีเนียนสโตร์ และศูนย์อาหารในศูนย์การค้า ส่วนการขายคิมซ่าเป็นหลักจะจำหน่ายผ่านร้านอาหารคิมซ่าโดยเฉพาะห้องอาหารในโรงแรม และในรูปของอาหารแช่แข็ง สำหรับการจำหน่ายผ่านภัตตาคารจีนและห้องอาหารในโรงแรมนั้น มักจะมีราคาสูงและจำหน่ายเป็นบางช่วงเวลา ส่วนคิมซ่าที่จำหน่ายอยู่ในคอนวีเนียนสโตร์และอาหารแช่แข็งนั้น ถึงแม้ว่าจะหาซื้อได้ง่ายแต่ยังไม่เป็นที่นิยม เนื่องจากรสชาติยังไม่ได้มาตรฐานและขาดบรรยากาศในการรับประทาน ส่วนที่จำหน่ายผ่านร้านอาหารศูนย์การค้า เช่น ศูนย์อาหาร และร้านสุกี้ จะหาทานได้ง่ายแต่ก็มักจะจำหน่ายเป็นเมนูเสริมเท่านั้น จึงทำให้ขาดความหลากหลายของเมนูคิมซ่า สำหรับการจำหน่ายผ่านร้านอาหารคิมซ่าโดยเฉพาะที่มีแบรนด์ในปัจจุบันยังมีน้อย (พุทธชาติ, 2547)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าช่องทางการจัดจำหน่ายของคิมซ่ายังจำกัดอยู่ในวงแคบ แสดงให้เห็นโอกาสทางการตลาดของร้านคิมซ่าที่ยังมีอยู่มาก

จากการสำรวจตลาดพบว่าค่าใช้จ่ายในการบริโภคคิมซ่าในแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ย คือ 94.54 บาทต่อครั้ง และความถี่ของการบริโภคคิมซ่าโดยเฉลี่ยเท่ากับ 1.39 ครั้งต่อเดือน (ตารางที่ 2 และ 3 ตามลำดับ)

ตารางที่ 2 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคคิมซ่าในแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าใช้จ่าย(บาทต่อครั้ง) <sup>1</sup>	ร้อยละ
0 – 50 บาทต่อครั้ง	23.50
51 – 100 บาทต่อครั้ง	50.50
101 – 250 บาทต่อครั้ง	26.00
รวม	100.00

หมายเหตุ <sup>1</sup> ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 94.54

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตารางที่ 3 ความถี่ในการบริโภคต้มยำของกลุ่มตัวอย่าง

ความถี่(ครั้งต่อเดือน) <sup>1</sup>	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	0.50
1 ครั้งต่อเดือน	65.00
2 ครั้งต่อเดือน	31.00
3 ครั้งต่อเดือน	2.00
4 ครั้งต่อเดือน	1.50
รวม	100.00

หมายเหตุ <sup>1</sup> ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.39

#### การศึกษาส่วนแบ่งตลาด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการ คือนักศึกษาของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งเป็นวัยรุ่น อายุระหว่าง 18 - 25 ปี มีกำลังในการซื้อ และจากแบบสอบถามทางการตลาดพบว่า หากมีร้านโชคดี ต้มยำมาเปิดบริการที่บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะมาใช้บริการอย่าง แน่นนอนคิดเป็นร้อยละ 14.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แสดงให้เห็นถึงส่วนแบ่งทางการตลาดของ ร้าน (ตารางที่ 4)

#### ตารางที่ 4 ความเป็นไปได้ในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อร้านโชคดีต้มยำ

การให้บริการ	ร้อยละ
ใช้บริการอย่างแน่นนอน	14.00
ใช้บริการ	41.50
ไม่แน่ใจ	43.00
ไม่ใช้บริการ	1.00
ไม่ใช้บริการอย่างแน่นนอน	0.50
รวม	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## การศึกษาแนวโน้มของตลาด

การศึกษาแนวโน้มของตลาดเป็นการศึกษาถึงทิศทางในอนาคตที่จะดำเนินไปใน ทิศทางใด บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด คาดว่ามูลค่าธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยในปี 2548 สูงถึงประมาณ 90,000 ล้านบาท และมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 6.60 โดยคำนวณจากค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านของคนไทย รวมทั้งค่าใช้จ่ายด้านอาหาร และเครื่องคัมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กล่าวคือ ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านของคนไทยเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 194.82 บาทต่อครัวเรือน สำหรับค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องคัมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเฉลี่ยต่อปีประมาณร้อยละ 16.00ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ ร้านอาหารรายย่อย ร้านอาหารต่างประเทศ และร้านอาหารหรู และร้านอาหารประเภทบริการด่วน ธุรกิจร้านอาหารประเภทบริการด่วนมีการเติบโตในอัตราสูงสุดในกลุ่มธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย คาดการณ์ว่าสัดส่วนตลาดของธุรกิจประเภทนี้ประมาณร้อยละ 6.20 และเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา มีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 7.80

สำหรับธุรกิจร้านอาหารประเภทบริการด่วนที่น่าจับตามอง คือ ธุรกิจร้านติ่มซำ ซึ่งเป็นธุรกิจที่เป็นแนวรุกของร้านอาหารจีน โดยหันมาเน้นการให้บริการที่ความรวดเร็ว อร่อย สะอาด อีกทั้งยังสามารถตอบรับ กับพฤติกรรมผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นการกำจัดจุดอ่อนของร้านอาหารจีน คือ การไปรับประทานอาหารจีนต้องไปรับประทานเป็นกลุ่ม และมีราคาแพง แต่ในปัจจุบันสามารถไปรับประทาน 1 - 2 คน และราคาไม่แพงทำให้ร้านอาหารประเภทนี้ประสบความสำเร็จอย่างมาก โดยมีการคาดการณ์ว่าในปี 2548 จะมีอัตราการขยายตัวถึง 1 เท่าตัวจากปีก่อนหน้า (นิรนาม, 2547 ง.)

สำหรับบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ธุรกิจประเภทร้านติ่มซำยังไม่มีร้านที่เปิดให้บริการ ประกอบกับสถิติจำนวนนักศึกษาของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยที่เพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี จึงสามารถคาดการณ์ได้ว่าในอนาคต ธุรกิจร้านติ่มซำยังคงสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

### การประมาณยอดขายสินค้า

เมื่อได้มีการวิเคราะห์สถานะตลาดแล้วจึงทำการประมาณยอดขายสินค้า ตลอดระยะเวลาดำเนินการของโครงการ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 – 2553 ยอดขายในปีที่หนึ่งสามารถคำนวณได้จาก การนำจำนวนเงินที่ประชากรบริโภคดื่มซ้ำเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 94.54 บาท คูณกับความถี่เฉลี่ยในการบริโภคดื่มซ้ำต่อเดือน คือ 1.39 ครั้งต่อเดือน เมื่อได้ผลลัพธ์แล้วจึงนำไปคูณจำนวนเดือนใน 1 ปี คือ 12 เดือน คิดเป็นยอดขายต่อปี ซึ่งจะได้ยอดขายต่อคนต่อปีเท่ากับ 1,576.93 บาท แล้วจึงนำไปคูณกับจำนวนผู้ที่คาดว่าจะมาใช้บริการอย่างแน่นอนที่ร้าน โชคดีดื่มชาบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คือร้อยละ 14.00 สำหรับผู้ที่คาดว่าจะมาใช้บริการและไม่แน่ใจหากมีผู้มาใช้บริการเพิ่มขึ้นในส่วนนี้ถือว่าเป็น ผลประโยชน์ต่อโครงการ ซึ่งคาดว่าจะมีผู้มาใช้บริการอย่างแน่นอนจำนวนทั้งสิ้น 2,843.82 คน ส่วนยอดขายในปีที่ 2 ถึง 5 นั้นพิจารณาจากนโยบายของบริษัทที่มีอัตราการเติบโต ร้อยละ 5 ต่อปี (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 การประมาณยอดขายของโครงการตั้งแต่ปี พ.ศ.2549 ถึง พ.ศ. 2553

ปีที่	อัตราการเจริญเติบโต(ร้อยละ)	ยอดขาย (บาท)
1	-	4,484,497.11
2	5	4,708,721.97
3	5	4,944,158.06
4	5	5,191,365.97
5	5	5,450,934.27

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้าน โชคดีติ่มซำ ได้ทำการสำรวจโดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มนักศึกษาของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการใช้บริการร้าน โชคดีติ่มซำจำนวน 200 ตัวอย่าง ซึ่งสามารถนำผลการสำรวจมาวิเคราะห์ถึงแนวความคิดของผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรตัวอย่างที่สำรวจในการศึกษานี้มีจำนวน 200 คน ซึ่งเป็นเพศชาย 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และเพศหญิง 170 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายเป็นนักศึกษาที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-25 ปี ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธคิดเป็นร้อยละ 97.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ศาสนาคริสต์และศาสนาอิสลาม ร้อยละ 3.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ร้อยละ มีรายได้เพื่อการครองชีพเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 43.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รายได้ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 47.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 8.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และรายได้มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 0.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (ตารางที่ 6)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ ศาสนา และรายได้เพื่อการครองชีพ  
ต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
<b>เพศ</b>	
ชาย	15.00
หญิง	85.00
<b>ศาสนา</b>	
พุทธ	97.00
คริสต์และอิสลาม	3.00
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>	
น้อยกว่า 5,000 บาท	43.50
5,001 – 10,000 บาท	47.50
10,001 – 20,000 บาท	8.50
มากกว่า 20,000 บาท	0.50
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>

จากการสำรวจเกี่ยวกับประสบการณ์ในการรับประทานต้มยำของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าตราสินค้า (Brand) ที่กลุ่มตัวอย่างมักจะเลือกบริโภคคือ สุธรพลฟู๊ด ร้อยละ 16.12 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เอ็ม เค สุกี้ ร้อยละ 55.92 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เอส แอนด์ พี ร้อยละ 13.16 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และอื่น ๆ ร้อยละ 14.80 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (ตารางที่ 7)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตารางที่ 7 ประสิทธิภาพในการรับประทานติ่มซำแยกตามตราสินค้า(Brand)<sup>1</sup>

ตราสินค้า (Brand)	ร้อยละ
เอส แอนด์ พี	13.16
อื่น ๆ	14.80
สุรพลฟู๊ด	16.12
เอ็ม เค สุกี้	55.92
รวม	100.00

หมายเหตุ<sup>1</sup> ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างมักเลือกซื้อติ่มซำมาบริโภค โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมักจะเลือกซื้อติ่มซำจากร้านค้าสะดวกซื้อ ร้อยละ 31.99 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 15.27 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ร้านค้าที่มีแฟรนไชส์ ร้อยละ 36.31 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และร้านอาหารที่ผลิตติ่มซำเอง ร้อยละ 16.43 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างมักเลือกซื้อติ่มซำมาบริโภค<sup>1</sup>

สถานที่	ร้อยละ
ซูเปอร์มาร์เก็ต	15.27
ร้านค้าที่ผลิตติ่มซำเอง	16.43
ร้านค้าสะดวกซื้อ	31.99
ร้านค้าที่มีแฟรนไชส์	36.31
รวม	100.00

หมายเหตุ<sup>1</sup> ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากการสำรวจพบว่าราคาติ่มซำที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสมสำหรับติ่มซำ 1 แข่งคือราคา 15 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ราคา 12 บาทร้อยละ 27.00 ของกลุ่มตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งหมด ราคา 20 บาท ร้อยละ 16.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และราคาอื่น ๆ ร้อยละ 8.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ราคาติ่มซำที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสมสำหรับติ่มซำ 1 เ่ง

ราคา	ร้อยละ
12 บาท	27.00
15 บาท	47.50
20 บาท	16.50
อื่น ๆ	9.00
รวม	100.00

จากการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยสำคัญในการพิจารณาเข้าใช้บริการร้านติ่มซำ พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญต่อเรื่องของรสชาติ โดยเฉลี่ยเป็นอันดับแรก รองลงมาคือเรื่องของระดับราคา เรื่องบริการที่ดีกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญโดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง ส่วนทางด้านของความสะดวกในการเข้าใช้บริการกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญในลำดับถัดมา และสุดท้ายในเรื่องของบรรยากาศภายในร้านกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญโดยเฉลี่ยน้อยที่สุด (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 ปัจจัยสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงในการพิจารณาเข้าใช้บริการร้านติ่มซำ<sup>1</sup>

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย
รสชาติ	1.46
ราคา	2.58
บริการที่ดี	3.38
ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ	3.58
บรรยากาศภายในร้าน	4.05

หมายเหตุ <sup>1</sup> เรียงลำดับความสำคัญ 1-5 (จากมากไปน้อย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างจะใช้บริการมากที่สุดคือในช่วงเวลา 17.01 – 20.00 น. เวลา 14.01 – 17.00 น. เวลา 11.01 – 14.00 น. เวลา 08.01 – 11.00 น. เวลา 20.01 – 23.00 น. และเวลาก่อน 08.00 น. และ 23.00 น. เป็นต้นไปตามลำดับ (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ

ช่วงเวลาให้บริการ	ร้อยละ
ก่อน 08.00 น.	1.85
08.00 – 11.00 น.	8.95
11.01 – 14.00 น.	22.22
14.01 – 17.00 น.	26.23
17.01 – 20.00 น.	32.42
20.01 – 23.00 น.	6.48
23.00 น. เป็นต้นไป	1.85
รวม	100.00

จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างรู้จักและเคยใช้บริการร้าน โชคดีติ่มซำ มีร้อยละ 18.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และไม่รู้จัก มีร้อยละ 73.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนที่เหลือคือ ร้อยละ 8.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตอบว่ารู้จักแต่ไม่เคยใช้บริการร้าน โชคดีติ่มซำ โดยมีเหตุผลที่ไม่ใช้บริการ คือ ไม่ชอบรับประทานติ่มซำมากที่สุด รองลงมาคือมีราคาแพง และหน้าตาไม่น่ารับประทาน ส่วนเหตุผลอื่น ๆ อาทิเช่น รอคิวนาน ไม่มีที่จอดรถ เป็นต้น (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อร้าน โชคดีติ่มซำ

การรับรู้ต่อร้าน โชคดีติ่มซำ	ร้อยละ
รู้จักและเคยใช้บริการ	18.50
รู้จัก แต่ไม่เคยใช้บริการ	8.00
ไม่รู้จัก	73.50
รวม	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สรุปผลความเป็นไปได้ทางการตลาด

จากการศึกษาสภาวะตลาด ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มทางการตลาด ทำให้ทราบว่าตลาดของติ่มซำมีขนาดค่อนข้างใหญ่ และทำให้ยังโอกาสทางการตลาดอยู่มาก มีแนวโน้มทางการตลาดที่มีอัตราเพิ่มสูงขึ้น โดยมีการคาดการณ์ว่าในปี 2548 จะมีอัตราการขยายตัวถึง 1 เท่าตัวจากปีก่อนหน้า จากการสำรวจตลาดพบว่า มีผู้รู้จักและเคยใช้บริการร้าน โชคดีติ่มซำแล้วถึงร้อยละ 18.50 และหากมีร้าน โชคดีติ่มซำมาเปิดบริการบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดว่าจะมีผู้มาใช้บริการอย่างแน่นอร้อยละ 14.00 และเมื่อพิจารณาจากการประมาณยอดขาย จะเห็นได้ว่ายอดขายในปีที่ 1 มีค่าเท่ากับ 4,484,497.11 บาท และเพิ่มขึ้นเป็น 5,450,934.27 บาท ในปีที่ 5 จึงปฏิเสธสมมุติฐานที่กล่าวไว้ข้างต้นว่าในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ร้าน โชคดีติ่มซำ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยไม่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด จึงนำไปสู่การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคต่อไป

### การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค เป็นการศึกษาว่าการที่จะลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ โชคดีติ่มซำ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยนั้น จะมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ โดยในการศึกษานี้จะพิจารณาในด้านปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ตั้งร้าน การจัดหาอุปกรณ์ แรงงาน วัตถุดิบ การขนส่ง และสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในส่วนของการดำเนินการของธุรกิจแฟรนไชส์ร้าน โชคดีติ่มซำ ไม่จำเป็นที่จะต้องมีการผลิต และกระบวนการผลิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

### ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ตั้ง

ในการพิจารณาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค สถานที่ทำเลที่ตั้งของร้านเป็นปัจจัยสำคัญ ปัจจัยหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง โดยสามารถพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (พรพิมล, 2545)

1. จำนวนลูกค้า (Number of customers) เนื่องจากบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เป็นแหล่งสถานศึกษา ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีกลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษา ที่จะเข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยใน ทุกๆ ปี ซึ่งเป็นวัยรุ่น อายุระหว่าง 18-25 ปี มีกำลังในการซื้อสูง และเป็นวัยที่ชอบลองสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ นอกจากนี้ยังมีสถาบันการศึกษาอื่น อาคารสำนักงานและที่อยู่อาศัย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวนมาก จึงเป็นสถานที่ที่มีลูกค้าจะมาใช้บริการจำนวนมาก ดังนั้นนับได้ว่าสถานที่แห่งนี้เป็นการทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม

2. ความสะดวกในการเดินทาง (Modes and quality of transportation) บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เป็นสถานที่ที่เดินทางมาได้อย่างสะดวก เนื่องจากอยู่ในบริเวณที่สามารถเดินทางมาได้หลายเส้นทางทั้งทางถนนวิภาวดีรังสิต ถนนประชาสงเคราะห์ และหลายวิธีทั้งรถยนต์ส่วนตัว รถแท็กซี่ รถโดยสารประจำทาง รถจักรยานยนต์ อีกทั้งยังมีรถตู้บริการของทางมหาวิทยาลัยที่บริการระหว่างสถานที่สำคัญหลายแห่ง เช่น อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ เช่นทริลลาดพร้าว มหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นต้น

3. สภาพธุรกิจ (Business climate) เนื่องจากบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมีอาหารประเภทติ่มซำจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น - อีเลฟเว่น แฟมิลีมาร์ท หรือในรูปของอาหารแช่แข็ง เช่น สურพลฟู๊ด เอส แอนด์ พี เป็นต้น เท่านั้น ซึ่งผู้บริโภคต้องซื้อไปกลับไปรับประทานที่หอพักหรือบ้าน ทำให้ไม่ได้รรถรสในการกินเหมือนนั่งรับประทานที่ร้าน แต่ยังไม่มีย่านขายติ่มซำเป็นหลักโดยเฉพาะตั้งอยู่เลย นอกจากนั้นบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ยังมีศูนย์อาหารและร้านอาหารประเภทอื่น ๆ อีก จึงมีส่วนช่วยทำให้บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยเป็น ศูนย์รวมของการเลือกรับประทานอาหารของลูกค้า

4. การสาธารณูปโภค (Infrastructure) เนื่องจากบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีความพร้อมในระบบสาธารณูปโภค เพื่ออำนวยความสะดวกไว้อย่างเพียงพอ ได้แก่ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ที่จอดรถ เป็นต้น

5. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากผลการวิจัยของคณะผู้จัดทำ โดยการสำรวจจากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกรับประทานติ่มซำจากร้านค้าที่มีแฟรนไชส์มากถึงร้อยละ 36.31 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แต่ยังไม่มีย่านขายอาหารประเภทติ่มซำเป็นหลัก โดยเฉพาะตั้งอยู่บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยเลย จึงเป็นเหตุผลสนับสนุนให้มีการลงทุนจัดตั้งร้านโชคดีติ่มซำขึ้น

สถานที่ตั้งเป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น ซึ่งมีขนาดพื้นที่ประมาณ 8 x 12 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยสามารถรองรับลูกค้าได้ทั้งหมด จำนวน 80 ที่นั่ง สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เนื่องจากที่ตั้งของโครงการ ตั้งอยู่ใกล้บริเวณแหล่งชุมชน และสถานศึกษาทำให้มีการสาธารณูปโภคที่ค่อนข้างพร้อม ในเรื่องของกาไฟฟ้า ประปา และโทรศัพท์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การจัดหาอุปกรณ์

สำหรับอุปกรณ์ที่ใช้ภายในร้านทั้งหมด ทางบริษัทจะเป็นผู้จัดหามาให้เฟรนไชส์ซี ซึ่งจะคำนวณราคารวมอยู่ในค่าธรรมเนียมเรียบร้อยแล้ว (สงบ, 2547)

### 1. อุปกรณ์ที่ใช้หน้าร้าน

- 1.1 ภาชนะที่ใช้ใส่อาหาร อุปกรณ์ที่ใช้ในการรับประทาน
- 1.2 โต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์อื่นๆ

### 2. อุปกรณ์ที่ใช้ภายในครัว

- 2.1 ชุดครัว (อ่างล้างจานในตัว) เป็นส่วนล่างภาชนะ และทำความสะอาดอุปกรณ์ต่างๆ
- 2.2 เตาตั้งต้มชำแบบแก๊ส 9 หลุม
- 2.3 เตาแก๊สแบบตั้ง โต๊ะ ชนิด 2 หัวเตา
- 2.4 ตู้แช่แข็ง
- 2.5 ไมโครเวฟ
- 2.6 เครื่องทอด
- 2.7 ตู้เย็น

## แรงงาน

แรงงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นอย่างยิ่ง ทั้งปริมาณ คุณภาพและทักษะความรู้ความสามารถของแรงงานที่ต้องการ ซึ่งในโครงการนี้ต้องการแรงงานอันประกอบไปด้วย

1. ผู้จัดการร้าน จำนวน 1 คน ซึ่งเป็นผู้ควบคุมดูแลการดำเนินงานภายในร้าน รวมทั้งในด้านการเงิน จะต้องเป็นผู้มีความรู้และความสามารถในการบริหารงานและผ่านการอบรมและการฝึกการปฏิบัติงานจากทางโชคดีต้มชำแล้ว โดยได้รับเงินเดือน ๆ ละ 10,000 บาท

2. พนักงานประจำร้าน รวมทั้งสิ้น 10 – 12 คน โดยจะมีเป็นตำแหน่งต่าง ๆ คือ แคชเชียร์ แม่ครัว พนักงานประจำครัวหนึ่ง พนักงานบริการลูกค้า และพนักงานล้างจาน ซึ่งตำแหน่งเหล่านี้จะต้องมีความรู้ขั้นต่ำในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีใจรักงานด้านบริการ มนุษยสัมพันธ์ดี มีความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ในสื่อออนไลน์  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเสียงสุจริต และได้รับการอบรมจากทางโชคดีติ่มซ่า ในด้านการบริการและดูแลความสะอาด ภายในร้านรวมถึงการเตรียมความพร้อมในทุก ๆ ด้าน ซึ่งพนักงานประจำร้านจะได้รับเงินเดือน ในอัตราเดือนละ 6,500 – 7,000 บาท

โดยในด้านของแรงงานนั้นผู้บริหารหรือผู้จัดการร้านและพนักงานทุกคนจะได้รับการ อบรมในระบบงานของโชคดีติ่มซ่าซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้หรือการปฏิบัติงาน โดยไม่มี ประสิทธิภาพได้ และในด้านของพนักงานประจำร้านที่ปฏิบัติงานภายในร้านนั้น บริเวณ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยอยู่ในเขตที่มีแรงงานเข้ามาทำงานเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีกลุ่ม นักศึกษาที่อาจต้องการหารายได้พิเศษ จึงทำให้การรับสมัครบุคคลที่อยู่ในพื้นที่เป็นการลดปัญหา ในการจัดหาแรงงาน จากนั้นจึงให้แรงงานที่ได้รับการคัดเลือกเข้ารับการอบรมพนักงาน

### วัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการจำหน่ายติ่มซ่าภายในร้านจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นติ่มซ่า สำเร็จรูปพร้อมจำหน่ายมีอยู่ประมาณ 30-40 ชนิด จะถูกจัดส่งจากครัวกลางของโชคดีติ่มซ่าที่อยู่ บริเวณ จุฬาซอย 7 ซึ่งเป็นแหล่งกระจายสินค้าเพียงแห่งเดียวซึ่งมีระยะทางห่างจากที่ตั้งโครงการ ประมาณ 5 กม. โดยทางบริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์จะเป็นผู้จัดการให้ทางครัวกลางจัดส่งให้ตามปริมาณ ที่ทางร้านสาขาสั่งมา อีกส่วนหนึ่งเป็นส่วนของติ่มซ่าแถมหน้า ทางบริษัทจะจัดส่งให้เฉพาะ วัตถุดิบ(ตัวไส้ คือ ไส้กุ้งและไส้หมู) เท่านั้น ส่วนตัวแถมหน้า เช่น ปูอัด ข้าวโพด แยม เป็นต้น ทางร้านสาขาจะเป็นผู้จัดซื้อเอง โดยบริษัทจะแนะนำว่าควรเลือกซื้อแบบไหน อย่างไร เพื่อให้ได้ วัตถุดิบที่มีความสดใหม่ที่สุด

### การขนส่ง

การขนส่งนั้นจะทำการขนส่งวัตถุดิบจากครัวกลางที่อยู่บริเวณ จุฬา ซอย 7 โดยรถยนต์ของ บริษัทซึ่งค่าใช้จ่ายได้รวมไปในต้นทุนของวัตถุดิบที่ส่งแล้ว ระยะเวลาการเดินทางมายังที่ตั้งของ โครงการ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยใช้เวลาประมาณ 60 นาที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

ที่ตั้งของโครงการมีระบบการสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ครบครัน เนื่องจากอยู่ใกล้บริเวณแหล่งชุมชน สถานศึกษาและอาคารสำนักงานมากมาย ทำให้มีความพร้อมอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการไฟฟ้า ประปาและโทรศัพท์

## สรุปผลความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

จากการศึกษาทางด้านเทคนิคของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีตีมซ่า บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่ามีความเป็นไปได้ในด้านของทำเลที่ตั้งของโครงการ โดยพิจารณาจากด้านแรงงาน การจัดหาอุปกรณ์ วัสดุดิบ และการขนส่ง ที่เป็นการจัดหาแรงงานจากภายในเขตพื้นที่เนื่องจากมีแรงงานเข้ามาทำงานในเขตพื้นที่นี้เป็นจำนวนมาก จึงเป็นการลดปัญหาด้านค่าใช้จ่ายและการจัดหาแรงงาน ทางด้านการสาธารณูปโภคต่างๆ ที่มีความจำเป็นในการประกอบการพบว่า สามารถที่จะทำการประกอบธุรกิจในพื้นที่เขตนี้ได้ เนื่องจากเป็นเขตของสถานศึกษาทำให้มีสาธารณูปโภคต่างๆ มากพอจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีตีมซ่า บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยไม่มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

## การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จะต้องทำก่อนที่โครงการจะเกิดขึ้นจริง ดังนั้นจึงต้องมีการประมาณด้านการเงินของโครงการ ได้แก่ การประมาณค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนที่จะได้รับจากโครงการนั้น ๆ ซึ่งจะเป็ข้อมูลสำหรับผู้บริหารในการตัดสินใจว่าควรลงทุนในโครงการดังกล่าวหรือไม่

การประมาณเงินลงทุนสิ้นของโครงการนี้มีมูลค่า 1,805,500 บาท (ตารางที่ 13) ซึ่งเงินลงทุนในโครงการส่วนใหญ่เป็นเงินทุน ณ ปัจจุบัน (ปีที่ 0) หรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเงินลงทุนเริ่มแรก และกำหนดผลตอบแทนที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12

การประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารนั้นคำนวณเป็นร้อยละจากยอดขาย โดยค่าผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 45 จากยอดขาย ค่าเครื่องคิมที่จำหน่ายภายในร้านคิดเป็นร้อยละ 10 จากยอดขาย (ตารางที่ 14)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารนั้น ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ คิดเป็นร้อยละ 1 ของยอดขาย ค่าโทรศัพท์ที่คิดเป็นร้อยละ 1 ของยอดขาย และค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆคิดเป็นร้อยละ 1 ของยอดขาย (ตารางที่ 15) จากนั้นนำการประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารนำไปคำนวณหาค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และในการประมาณกระแสเงินสดสุทธิรายปีและงบกำไรขาดทุนรายปีของโครงการ เป็นการประมาณการโดยไม่คำนึงถึงแหล่งเงินทุนจากภายนอก

### ตารางที่ 13 การประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 0
1. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่	1,000,000.00
2. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	
ค่าสำรวจและประเมินสถานที่	3,000.00
ค่าธรรมเนียมเฟรนไชส์ปีที่ 1-5	655,000.00
ค่าธรรมเนียมจดเครื่องหมายการค้า	2,500.00
3. เงินทุนหมุนเวียน	145,000.00
รวม	1,805,500.00

ที่มา: (สงบ, 2547)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 การประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ขายในร้าน (บาท)

รายการ	ค่าใช้จ่ายคิดเป็นร้อยละจากยอดขาย				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย (บาท)	4,484,497.11	4,708,721.97	4,944,158.06	5,191,365.97	5,450,934.27
ค่าผลิตภัณฑ์	2,018,023.70	2,118,924.88	2,224,871.13	2,336,114.69	2,452,920.42
(ร้อยละ 45 ของยอดขาย)					
ค่าเครื่องดื่ม	448,449.71	470,872.20	494,415.81	519,136.60	545,093.43
(ร้อยละ 10 ของยอดขาย)					
รวม	2,466,473.41	2,589,797.08	2,719,286.94	2,855,251.28	2,998,013.85

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 15 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (บาท)**

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการขาย					
เงินเดือนพนักงาน	81,500.00	81,500.00	81,500.00	81,500.00	81,500.00
ค่าไฟฟ้า - น้ำประปา	44,844.97	47,087.22	49,441.58	51,913.66	54,509.34
ค่าโทรศัพท์	44,844.97	47,087.22	49,441.58	51,913.66	54,509.34
ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ	44,844.97	47,087.22	49,441.58	51,913.66	54,509.34
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร					
เงินเดือนผู้บริหาร	114,000.00	114,000.00	114,000.00	114,000.00	114,000.00
ค่าเช่าอาคาร	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00
ค่ารถยนต์	224,224.86	235,436.10	247,207.90	259,568.30	272,546.71
ค่า Advertising Fee	44,844.97	47,087.22	49,441.58	51,913.66	54,509.34
<b>รวม</b>	<b>959,104.74</b>	<b>979,284.98</b>	<b>1,000,474.23</b>	<b>1,022,722.94</b>	<b>1,046,084.08</b>

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 16** การประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขาย <sup>1</sup>	2,466,473.41	2,589,797.08	2,719,286.94	2,855,251.28	2,998,013.85
ค่าใช้จ่ายในการขาย <sup>2</sup>	216,034.91	222,761.66	229,824.74	237,240.98	245,028.03
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร <sup>2</sup>	743,069.83	756,523.32	770,649.48	785,481.96	801,056.06
รวม	3,425,578.15	3,569,082.06	3,719,761.16	3,877,974.22	4,044,097.94

หมายเหตุ<sup>1</sup> จากตารางที่ 14

<sup>2</sup> จากตารางที่ 15

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 14 และ 15)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## การประมาณงบบุกระแสดูสุทธิ

จากการประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้าน (ตารางที่ 14) การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ตารางที่ 15) และการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ตารางที่ 16) ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานของโครงการ สามารถประมาณงบบุกระแสดูสุทธิรายปีโดยในปี พ.ศ. 2548 มีเงินลงทุนจ่ายสุทธิ เท่ากับ 1,805,500 บาทเป็นระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2549-2553 (ตารางที่17)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ โดยไม่คำนึงถึงแหล่งเงินทุนภายนอก (บาท)

ปี	0	1	2	3	4	5
กระแสเงินสดรับ						
รายได้จากการขาย		4,484,497.11	4,708,721.97	4,944,158.06	5,191,365.97	5,450,934.27
กระแสเงินสดจ่าย						
เงินลงทุนสุทธิทั้งสิ้น	-1,805,500.00					
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ไม่รวมค่าเสื่อม)		3,425,578.15	3,569,082.06	3,719,761.16	3,877,974.22	4,044,097.93
ภาษีเงินได้		218,045.69	242,261.97	267,689.07	294,387.52	322,420.90
กระแสเงินสดจ่าย		3,643,623.84	3,811,344.03	3,987,450.23	4,172,361.74	4,366,518.83
กระแสเงินสดสุทธิ	-1,805,500.00	840,873.27	897,377.94	956,707.83	1,019,004.22	1,084,415.43

หมายเหตุ 1 จากตารางที่ 16

ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ด้านการเงินจะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไร เพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินโครงการแล้ว จะไม่มีปัญหาด้านการเงินใด ๆ กับโครงการ การวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการจะใช้ประเมินค่าการลงทุน เพื่อพิจารณาว่าโครงการให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินที่ลงทุนและมีความเหมาะสมในการลงทุนหรือไม่ ซึ่งจากการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิได้เท่ากับ 1,117,541.34 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการมีค่าร้อยละ 42 อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายมีค่าเป็น 1.89 เท่า ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 1 เดือน (ตารางที่ 18)

### ตารางที่ 18 ผลการประเมินค่าการลงทุน

วิธีการประเมินค่าการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ <sup>1</sup>
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน(เท่า)	1.89
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(บาท)	1,604,551.69
อัตราผลตอบแทนของโครงการ(ร้อยละ)	42
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 1 เดือน

หมายเหตุ: <sup>1</sup>ค่าที่ได้จากการคำนวณในภาคผนวก ข

ซึ่งสามารถอธิบายผลของการประเมินค่าการลงทุน ได้ดังต่อไปนี้

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ จากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับ 1,604,551.69 บาท แสดงให้เห็นว่าผลตอบแทนของโครงการที่ได้มีค่าเป็นบวกค่าหรือมีค่ามากกว่าต้นทุน โครงการนั้นสามารถทำกำไรได้ มีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน เมื่อพิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ

2. อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ โครงการนี้มีผลตอบแทนของโครงการลงทุนเท่ากับ ร้อยละ 42 ซึ่งผลตอบแทนการลงทุนของโครงการมีค่ามากกว่าอัตราผลตอบแทนการลงทุนของภาคเอกชนคือร้อยละ 12

3. อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย ผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการมีค่าเท่ากับ 1.89 เท่า อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่ามากกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุน หรือโครงการสามารถทำกำไรได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ระยะเวลาค้ำทุน โดยพิจารณาจากจำนวนปีที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายลงทุนของโครงการ ซึ่งโครงการนี้มีระยะเวลาค้ำทุนเท่ากับ 2 ปี 1 เดือน

### การวิเคราะห์ความอ่อนไหว

เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อความเตรียมความพร้อมของโครงการในด้านต่างๆ กรณีเกิดสถานการณ์ดังกล่าวขึ้น โดยทำการตั้งสมมติฐานเป็น 6 กรณี ดังนี้

1. เมื่อต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 โดยกำหนดให้รายได้คงที่ ผลจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ โดยใช้สมมติฐานดังกล่าวสามารถคำนวณได้ ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

วิธีการประเมินค่าการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ <sup>1</sup>
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน(เท่า)	1.73
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(บาท)	1,326,262.62
อัตราผลตอบแทนของโครงการ(ร้อยละ)	37
ระยะเวลาค้ำทุน (ปี)	2.3

หมายเหตุ <sup>1</sup> เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12  
ที่มา: (จากการคำนวณ)

จากการคำนวณตามสมมติฐานดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าในระหว่างการดำเนินโครงการ หากมีการเปลี่ยนแปลงต้นทุน โดยต้นทุนในการดำเนินงานเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 พบว่าโครงการดังกล่าวมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

2. เมื่อต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 โดยกำหนดให้รายได้คงที่ ผลจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ โดยใช้สมมติฐานดังกล่าวสามารถคำนวณได้ดังตารางที่ 20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 20 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

วิธีการประเมินค่าการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ <sup>1</sup>
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (เท่า)	1.58
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	1,047,973.55
อัตราผลตอบแทนของโครงการ (ร้อยละ)	32
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 5 เดือน

หมายเหตุ <sup>1</sup> เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12  
ที่มา: (จากการคำนวณ)

จากการคำนวณตามสมมติฐานดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าในระหว่างการดำเนินโครงการ หากมีการเปลี่ยนแปลงต้นทุน โดยต้นทุนในการดำเนินงานเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 พบว่าโครงการดังกล่าวมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

3. เมื่อต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 โดยกำหนดให้รายได้คงที่ ผลจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ โดยใช้สมมติฐานดังกล่าวสามารถคำนวณได้ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 15

วิธีการประเมินค่าการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ <sup>1</sup>
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (เท่า)	1.43
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	769,684.49
อัตราผลตอบแทนของโครงการ (ร้อยละ)	27
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 8 เดือน

หมายเหตุ <sup>1</sup> เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12  
ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



จากการคำนวณตามสมมติฐานดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าในระหว่างการดำเนินโครงการ หากมีการเปลี่ยนแปลงต้นทุน โดยต้นทุนในการดำเนินงานเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 พบว่าโครงการดังกล่าวไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

4. เมื่อรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 5 โดยกำหนดให้ต้นทุนในการดำเนินงานคงที่ ผลจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ โดยใช้สมมติฐานดังกล่าวพบว่าสามารถคำนวณได้ดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 5

วิธีการประเมินค่าการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ <sup>1</sup>
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน(เท่า)	1.77
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(บาท)	1,381,915.96
อัตราผลตอบแทนของโครงการ(ร้อยละ)	38
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	2.3

หมายเหตุ <sup>1</sup> เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12 ที่มา: (จากการคำนวณ)

จากการคำนวณตามสมมติฐานดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ในระหว่างการดำเนินโครงการ หากมีการเปลี่ยนแปลงของรายได้ โดยรายได้จากการขายเปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ 5 โครงการดังกล่าวยังคงมีกำไรจากการดำเนินการ

5. เมื่อรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 10 โดยกำหนดให้ต้นทุนในการดำเนินงานคงที่ ผลจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ โดยใช้สมมติฐานดังกล่าวพบว่าสามารถคำนวณได้ดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 10

วิธีการประเมินค่าการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ <sup>1</sup>
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (เท่า)	1.64
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	1,159,284.70
อัตราผลตอบแทนของโครงการ (ร้อยละ)	34
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 4 เดือน

หมายเหตุ <sup>1</sup> เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12  
ที่มา: (จากการคำนวณ)

จากการคำนวณตามสมมติฐานดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ในระหว่างการดำเนินโครงการ หากมีการเปลี่ยนแปลงของรายได้ โดยรายได้จากการขายเปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ 10 โครงการดังกล่าวมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

6. เมื่อรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 15 โดยกำหนดให้ต้นทุนในการดำเนินงานคงที่ ผลจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ โดยใช้สมมติฐานดังกล่าวพบว่าสามารถคำนวณได้ดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 15

วิธีการประเมินค่าการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ <sup>1</sup>
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (เท่า)	1.52
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	936,653.45
อัตราผลตอบแทนของโครงการ (ร้อยละ)	30
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 6 เดือน

หมายเหตุ <sup>1</sup> เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12  
ที่มา: (จากการคำนวณ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการคำนวณตามสมมติฐานดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าในระหว่างการดำเนินโครงการ หากมีการเปลี่ยนแปลงของรายได้ โดยรายได้จากการขายเปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ 15 โครงการดังกล่าวมีความเป็นไปได้ทางการเงิน

### การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (Switching Value Test)

เป็นการทดสอบความไวอีกวิธีหนึ่ง ตามปกติของการวิเคราะห์ความไวจะเลือกตัวแปรที่คาดว่าจะเปลี่ยนแปลง จากนั้นก็กำหนดผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงต่อความน่าสนใจของโครงการ แต่สำหรับการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงปัจจัยที่มีผลต่อโครงการ ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นศูนย์ จะถามว่าตัวแปรสำคัญจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางใดที่ไม่เพียงประสงค์ได้มากน้อยเพียงใด โดยที่โครงการยังพอยอมรับได้ในระดับต่ำสุด

#### ตารางที่ 25 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน

วิธีการประเมินค่าการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ <sup>1</sup>
ผลตอบแทนลดลงได้มากที่สุด (ร้อยละ) เมื่อต้นทุนคงที่	44
ต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นได้มากที่สุด (ร้อยละ) เมื่อผลตอบแทนคงที่	89

หมายเหตุ <sup>1</sup> เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12

ที่มา: (จากการคำนวณในภาคผนวก ข)

จากการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน พบว่า ผลตอบแทนลดลงได้ร้อยละ 44 และต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นได้มากที่สุดร้อยละ 89 จึงจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นศูนย์ กล่าวคือ โครงการจะยังพอยอมรับได้ในระดับต่ำสุด

## สรุปความเป็นไปได้ด้านการเงิน

เครื่องมือทางการเงินที่เลือกใช้ในการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของโครงการในการศึกษาครั้งนี้ นำมาใช้เพื่อประเมินว่าโครงการมีความคุ้มค่ามากพอที่จะนำไปปฏิบัติหรือไม่ โดยมูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวกคือเท่ากับ 1,604,551.69 บาท อัตราผลตอบแทนการลงทุนของโครงการเท่ากับร้อยละ 42 วิธีหาอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.89 เท่า และมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 1 เดือน ซึ่งใกล้เคียงกับระยะเวลาคืนทุนที่ทางบริษัทไปคาดการณ์เอาไว้ คือ ประมาณ 2 ปี และในการวิเคราะห์ความอ่อนไหว โดยใช้สมมติฐาน 6 กรณี โดยคาดการณ์จากกรณีที่ไม่น่าเป็นผลต่อโครงการคือต้นทุนในการขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ร้อยละ 10 รายได้จากการขายลดลงร้อยละ 5 ร้อยละ 10 และร้อยละ 15 จากการวิเคราะห์พบว่า ถึงแม้จะเกิดสถานการณ์สมมติฐาน โครงการยังคงมีกำไรจากการดำเนินโครงการ ดังนั้นจากผลการวิเคราะห์ด้านการเงินจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโซศิตติมชา บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยไม่มีความเป็นไปได้ด้านการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### สรุป

เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมของคนในกรุงเทพฯ ที่เปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน จึงมีบทบาทมากขึ้นกว่าเดิม เพราะความเร่งรีบในสังคมและความต้องการความสะดวกสบาย ธุรกิจร้านอาหารต่างๆ จึงเกิดขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคการเกิดขึ้นของร้านอาหารประเภทบริการด่วน กำลังเป็นที่นิยมและมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยยังไม่มีธุรกิจร้านอาหารบริการด่วนประเภทติ่มซำอยู่เลย ติ่มซำที่มีจำหน่ายอยู่มีเพียงส่วนของการขายเป็นเมนูเสริมของอาหารอื่นและรูปแบบของอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อเท่านั้น เพื่อให้เกิดความมั่นใจก่อนว่าการลงทุนนั้นจะมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด จึงได้ทำการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ โชคดีติ่มซำซึ่งบริเวณที่ตั้งของโครงการคือ หน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ทั้งในด้านการตลาด การเงิน และเทคนิค

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เทคนิค และการเงิน ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้าน โชคดี บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในส่วนของการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด จะทำการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคถึงความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริโภคติ่มซำ จำนวน 200 ตัวอย่าง และสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่แฟรนไชเซอร์เพื่อให้ทราบถึง ขนาดของตลาด ส่วนแบ่ง และแนวโน้มทางการตลาด ในการศึกษาทางด้านเทคนิคจะทำการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่แฟรนไชเซอร์ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนการศึกษาทางการเงินจะพิจารณาจาก มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย วิเคราะห์ความอ่อนไหว และการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน

ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด พบว่าขนาดของตลาดค่อนข้างใหญ่ ตลาดร้านอาหารทั่วไปของประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 500,000 ล้านบาทต่อปี ส่วนแบ่งตลาดจะมีผู้มาใช้บริการอย่างแน่นอนหากมีการตั้งร้าน โชคดีติ่มซำ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คิดเป็นร้อยละ 14 แนวโน้มทางการตลาดแนวโน้มร้านอาหารบริการด่วนประเภทติ่มซำมีโอกาสทางการตลาดสูง คาดการณ์ว่าจะมีอัตราการขยายตัว 1 เท่าจากปีก่อนหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีติ่มชำ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่ามีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคในด้านทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย แรงงานที่สามารถสรรหาได้ และสาธารณูปโภคที่เพียงพอ

ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีติ่มชำ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่าโครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการมีค่าเท่ากับ ร้อยละ 42 มีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.89 เท่า ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2 ปี 1 เดือน จากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวทั้ง 6 กรณี พบว่า หากต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ร้อยละ 10 และรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 5 ร้อยละ 10 ร้อยละ 15 โครงการยังมีความเป็นไปได้ทางการเงิน จากการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน พบว่า ผลตอบแทนของโครงการสามารถลดลงได้ร้อยละ 44 และต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นได้มากที่สุดร้อยละ 89 จึงจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นศูนย์ จึงสรุปได้ว่าโครงการนี้เมื่อพิจารณาผลตอบแทนทางการเงินแล้วพบว่า มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีติ่มชำ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย สรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ทางการตลาด เทคนิค และการเงิน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่กล่าวไว้ข้างต้น

#### ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาโครงการมีความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน ดังนั้นควรเริ่มการลงทุน โดยการสำรวจพื้นที่ ทำเลที่ตั้งของร้านที่แน่นอนและทำการรังสัญญาเช่าพื้นที่ดังกล่าวขึ้น
2. จากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวพบว่ากรณีที่ต้นทุนของการดำเนินงานเพิ่มขึ้นมีผลกระทบต่อโครงการมากกว่า รายได้จากการขายลดลง ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับการควบคุมต้นทุนในการดำเนินงาน มากกว่าการกระตุ้นยอดขาย
3. ผลการศึกษากการวิเคราะห์ความอ่อนไหว ทำให้ทราบระยะเวลาคืนทุน ของ โครงการมากกว่า 2 ปีขึ้นไป ซึ่งขัดแย้งกับระยะเวลาคืนทุนที่บริษัทกำหนดไว้คือประมาณ 2 ปี ทำให้เกิดความเสี่ยงของการคืนทุนขึ้น ดังนั้นจึงควรทำแผนสำรองไว้ป้องกัน หากเกิดเหตุการณ์ที่มีความอ่อนไหวดังกล่าวขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## เอกสารอ้างอิง

กองสารสนเทศ ฝ่ายวางแผนและพัฒนา. 2548. สถิติจำนวนนักศึกษา. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

จุฑารัตน์ ศรีจันทร์ทัฬห. 2547. ความคาดหวังและแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบริโคมติ่มซ่า ของผู้บริโคมอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

เดชพล วัชรอยู่. 2541. การศึกษาการวางแผนการตลาดของติ่มซ่าฟาสต์ฟู้ดส์. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

ฐาปนา ถิ่นไพศาล และคณะ. 2542. การบริหารโครงการและศึกษาความเป็นไปได้. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล์ม และ โซเท็กซ์ จำกัด.

นฤชา แซ่ถิ่ม. 2541. ธุรกิจแฟรนไชส์. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นिरนาม. 2541. “แฟรนไชส์ ธุรกิจการค้าออดิชิต”. เศรษฐกิจวิเคราะห์. (สิงหาคม 2541): น.9-13.

นिरนาม. 2547 ก. “ติ่มซ่า แข่งราคา สร้างกระแสเป็นดาวรุ่งตามรอยกาแฟ”. ผู้จัดการรายสัปดาห์. (27 กันยายน 2547): น.3

นिरนาม. 2547 ข. “ติ่มซ่า บางกอก ขอพลิกวิกฤตเป็นทางเลือกให้นักลงทุน”. โพสต์ทูเดย์. (2 ตุลาคม 2547): น.2

นिरนาม. 2547 ค. “แฟรนไชส์โฟกัส ชี้อธุรกิจแฟรนไชส์ยังรุ่ง”. ผู้จัดการรายสัปดาห์. (15 พฤศจิกายน 2547): น.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นรินาม. 2547 ง. “ธุรกิจร้านอาหารในประเทศ ขยายตัวต่อเนื่อง ผู้ประกอบการเร่งปรับกลยุทธ์”.  
โพสต์ทูเดย์. (18 ธันวาคม 2547): น.9

นรินาม. 2548. “เหลียวหลังมองหน้า แฟรนไชส์ไทย”. โพสต์ทูเดย์. (1 มกราคม 2548): น.3

บริษัท แฟรนไชส์ไฟกัส จำกัด. 2547. ข้อมูลจำนวนสาขาในธุรกิจแฟรนไชส์ประเทศไทย. (ไม่ระบุ  
สำนักพิมพ์)

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. 2547. ธุรกิจร้านอาหารในประเทศ ขยายตัวต่อเนื่อง  
ผู้ประกอบการเร่งปรับกลยุทธ์. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

ประวิตร วนการพานิช. 2546. การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านค้าสะดวกซื้อภายในเขต  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษ,  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ. 2540. การวิเคราะห์และประเมินโครงการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ โอ  
เดียนสโตร์.

ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ. 2545. การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ด  
ยูเคชั่น.

พรพิมล ชิติมัชฌัญญากุลและคณะ. 2545. แผนธุรกิจร้านอาหารเวียดนาม (วัตถุดิบปลอด  
สารพิษ) ให้บริการแบบบุฟเฟต์. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พีระพงศ์ กิติเวชโกคววัฒน์. 2546. แฟรนไชส์ ยุทธการโคลนนิ่งธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร. เอ  
อาร์ บีซิเนสเพรส.

พุทธิชาติ พึ่งพักตร์และคณะ. 2547. แผนธุรกิจร้านอาหารประเภทติ่มซำในศูนย์การค้า (PAO

เอกสารนี้เป็นเอกสารต้นฉบับที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำ  
ไปทำซ้ำหรือเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพ็ญน้อย อุบลวัฒนา. 2541. ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านเซเว่นอีเลฟเว่นใน  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มาลีรัตน์ ทิพย์อาร์กวงศ์. 2542. “กลยุทธ์ทำธุรกิจแฟรนไชส์ให้ประสบความสำเร็จ”. ผู้ส่งออก.  
12(276): น.24-31.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท A.N. การพิมพ์.

สงบ อินเทพ. 2547 ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาแฟรนไชส์. สัมภาษณ์, 30 ธันวาคม 2547.

สุทธิศักดิ์ อาริยะกุล. 2540. การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินร้านสุกี้กึ่งในห้างสรรพ  
สินค้า กรณีซื้อแฟรนไชส์. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัย  
เกษตรศาสตร์.

สุภาพร พรสดีตกุล. 2543. การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์:  
กรณีสยามีสเตอร์โดนต์ (บริษัท ไทยแฟรนไชส์ซิ่ง จำกัด) ในเขตลาดกระบัง.  
กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า  
คุณทหารลาดกระบัง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2547. ผลตอบแทนการลงทุน  
ภาคเอกชนในปี พ.ศ. 2547-2548. กรุงเทพมหานคร.

อุไรวรรณ แทนเพชร. 2546. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโรงงานผลิตทุเรียนผงใน  
จังหวัดจันทบุรี. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง การสำรวจตลาดจากผู้บริโภค ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ โชคดีติ่มซำบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง ตีมซำ หมายถึง อาหารว่างของคนจีนซึ่งนิยมรับประทานกับ ชา กาแฟ ตัวอย่างเช่น ซาลาเปา ขนมจีบ สະເກົ້າ เป็นต้น

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. ศาสนา  พุทธ  คริสต์  อิสลาม  
 อื่นๆ ระบุ.....
3. รายได้เฉลี่ย/เดือน  
 น้อยกว่า 5,000 บาท  5,001 - 10,000  
 10,001 - 15,000 บาท  15,001 - 20,000 บาท  
 มากกว่า 20,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตอนที่ 2 การสำรวจตลาดจากแบบสอบถาม

1. คุณเคยรับประทานติ่มซำหรือไม่  
 เคย  ไม่เคย
2. คุณเคยบริโภคติ่มซำชนิดใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 ซาลาเปา  ขนมจีบ  
 สะเก๋า  ของทอด  
 อื่นๆ ระบุ.....
3. ท่านมักจะเลือกบริโภคติ่มซำตราสินค้าใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 สุรพลฟู๊ดส์  เอ็ม เค สุกี้  
 S&P  อื่นๆ ระบุ.....
4. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคติ่มซำที่ท่านเคยบริโภคในแต่ละครั้ง.....บาท
5. ความถี่ในการบริโภคติ่มซำ.....ครั้ง/สัปดาห์.....ครั้ง/เดือน
6. ราคาติ่มซำที่ท่านคิดว่าเหมาะสมสำหรับติ่มซำ 1 เ่ง  
 เ่งละ 12 บาท  เ่งละ 15 บาท  
 เ่งละ 20 บาท  อื่นๆ โปรดระบุ.....
7. ท่านมักจะเลือกซื้อติ่มซำจากที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 ร้านค้าสะดวกซื้อ (เช่น 7-11 Family Mart)  
 ซูเปอร์มาร์เก็ต  
 ร้านค้าที่มีเฟรน ไซส์ (เช่น โชคดีติ่มซำ ติ่มซำบางกอก เอ็มเคสุกี้)  
 ร้านอาหารที่ผลิตติ่มซำเอง (เช่น คริวกันเอง)
8. การพิจารณาเข้าใช้บริการร้านติ่มซำคุณคำนึงถึงสิ่งใด (ใส่หมายเลขเรียงลำดับความสำคัญ 1-5)  
 รสชาติ  ราคา  
 บริการที่ดี  บรรยากาศภายในร้าน  
 ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. ช่วงเวลาที่ใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) ก่อน 08.00 น. ( ) 08.00 – 11.00 น.  
 ( ) 11.00 – 14.00 น. ( ) 14.00 – 17.00 น.  
 ( ) 17.00 – 20.00 น. ( ) 20.00 – 23.00 น.  
 ( ) 23.00 น. เป็นต้นไป
10. ท่านรู้จัก โชคดีติมชำหรือไม่
- ( ) รู้จัก และเคยบริโภค ( กรุณาตอบทุกข้อยกเว้นข้อ 13.)  
 ( ) รู้จัก แต่ไม่เคยบริโภค ( กรุณาข้ามไปตอบข้อ 13.)  
 ( ) ไม่รู้จัก (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 14.)
11. ค่าใช้จ่ายในการบริโภค โชคดีติมชำที่ท่านเคยบริโภคในแต่ละครั้ง.....บาท
12. ความถี่ในการบริโภค โชคดีติมชำ.....ครั้ง/สัปดาห์.....ครั้ง/เดือน
13. สาเหตุใดที่ท่านรู้จัก โชคดีติมชำแต่ไม่เคยบริโภค (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)
- ( ) ราคาแพง ( ) ไม่ชอบกินติมชำ  
 ( ) หน้าตาไม่น่ารับประทาน ( ) อื่นๆ ระบุ.....
14. ถ้ามีร้าน โชคดีติมชำมาเปิดบริการที่บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คุณคิดว่าจะมาใช้บริการหรือไม่
- ( ) ใช้บริการอย่างแน่นอน  
 ( ) ใช้บริการ  
 ( ) ไม่แน่ใจ  
 ( ) ไม่ใช้บริการ  
 ( ) ไม่ใช้บริการอย่างแน่นอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก ข

### การคำนวณทางการเงิน

#### การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 12 และจากการประมาณการกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ (ตารางที่ 19) ได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ คือ

$$\begin{aligned} NPV &= \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+i)^t} - \sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+i)^t} \\ NPV &= \frac{840,873.27}{(1+0.12)} + \frac{897,377.94}{(1+0.12)^2} + \frac{956,707.83}{(1+0.12)^3} + \frac{1,019,004.22}{(1+0.12)^4} \\ &\quad + \frac{1,084,415.43}{(1+0.12)^5} - 1,805,500.00 \\ &= (750,779.71 + 715,384.20 + 680,965.74 + 647,595.60 + 615,326.44) - 1,805,500 \\ &= 3,410,051.68 - 1,805,500 \\ &= 1,604,551.69 \end{aligned}$$

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีตี๋มซ่า บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีค่าเท่ากับ 1,604,551.69 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### การคำนวณอัตราผลตอบแทนของโครงการ

เมื่ออัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 43 และจากการประมาณการกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ (ตารางที่ 19) ได้อัตราผลตอบแทนของโครงการคือ

$$\begin{aligned}
 1,805,500 &= \frac{8,40873.27}{(1+0.43)} + \frac{897,377.94}{(1+0.43)^2} + \frac{956,707.83}{(1+0.43)^3} + \frac{1,019,004.22}{(1+0.43)^4} \\
 &+ \frac{1,084,415.43}{(1+0.43)^5} \\
 &= 588,023.27 + 438,837.08 + 327,168.30 + 243,686.70 + 181,349.14 \\
 &\neq 1,779,064.49
 \end{aligned}$$

เมื่ออัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 41

$$\begin{aligned}
 1,805,500 &= \frac{840,873.27}{(1+0.41)} + \frac{897,377.94}{(1+0.41)^2} + \frac{956,707.83}{(1+0.41)^3} + \frac{1,019,004.22}{(1+0.41)^4} \\
 &+ \frac{1,084,415.43}{(1+0.41)^5} \\
 &= 596,364.02 + 451,374.65 + 341,288.76 + 257,809.87 + 194,580.86 \\
 &\neq 1,841,418.16
 \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



$$\begin{aligned}
 \text{อัตราผลตอบแทนของโครงการต่างกัน} &= \text{ร้อยละ 2} \\
 \text{มูลค่าปัจจุบันต่างกัน (1,779,064.49-1,841,418.16)} &= \frac{2 \times 35,918.16}{62,353.68} \\
 &= \text{ร้อยละ 1.01} \\
 \text{อัตราผลตอบแทนของโครงการ} &= 41 + 1.15 \\
 &= 42
 \end{aligned}$$

ดังนั้นอัตราผลตอบแทนของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีติมชำ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีค่าเท่ากับร้อยละ 33

### การคำนวณอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนของโครงการเท่ากับร้อยละ 12 และจากการประมาณการกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ(ตารางที่ 18) ได้อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนคือ

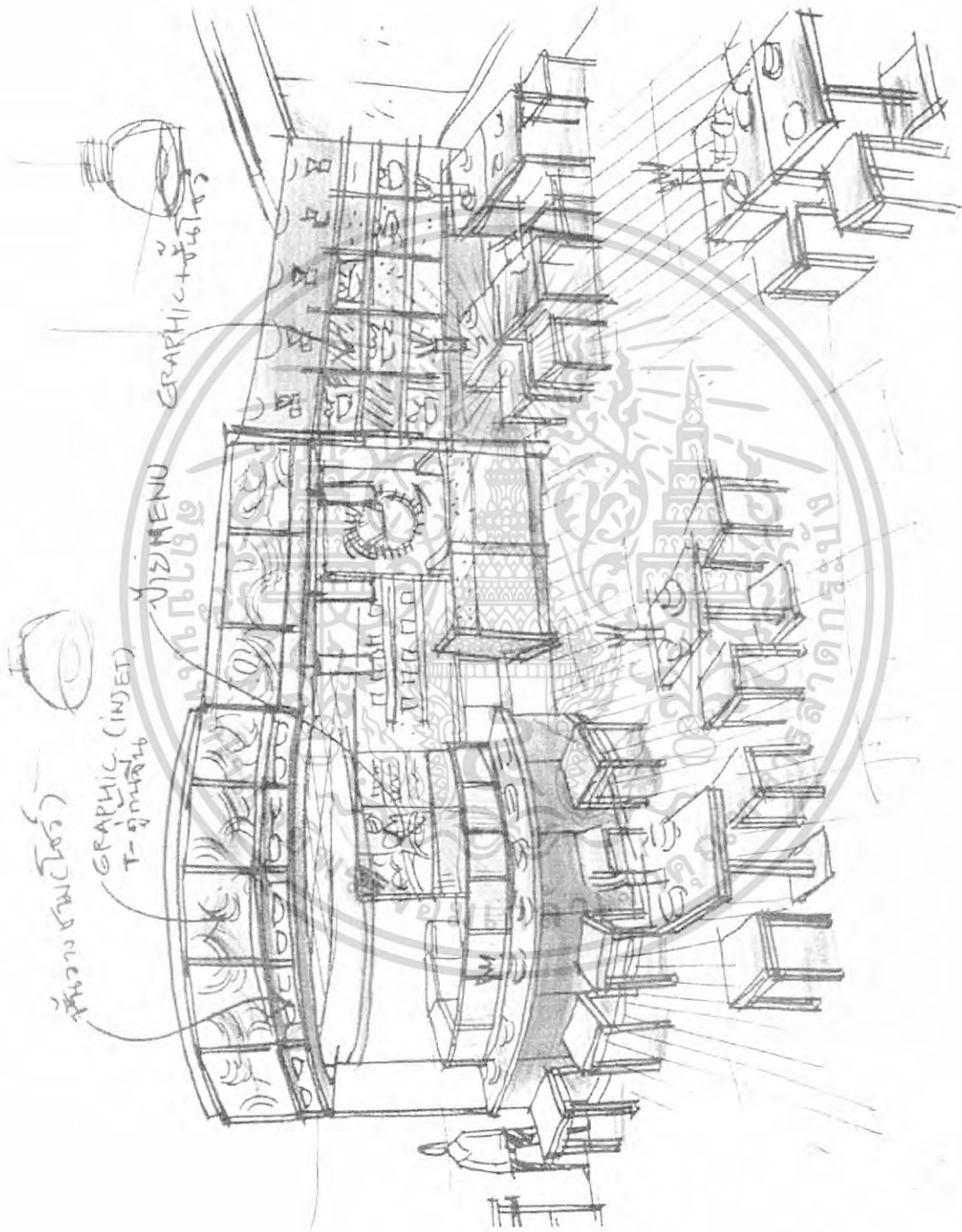
$$\begin{aligned}
 \text{BCR} &= \frac{3,410,052}{1,805,500} \\
 &= 1.89 \text{ เท่า}
 \end{aligned}$$

อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ร้านโชคดีติมชำ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีค่าเท่ากับ 1.89 เท่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## รูปแบบร้านโชคดีติมชำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้