

ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์: กรณีศึกษามิสเตอร์โดนัท
(บริษัทไทยแฟรนไชส์ซิ่ง จำกัด) ในเขตลาดกระบัง

A Study on the Feasibility of Franchise Investment: A Case Study of Mister Donut
(Thaifranchising Company Limited) in Ladkrabang District

ของ

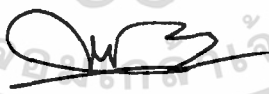
นางสาวสุภาพร พรสถิตกุล

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2544

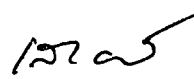
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ



(ดร.วิรัช กระแสร์ฉัตร)

5, 3, 44

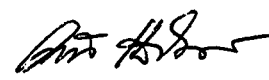
กรรมการปัญหาพิเศษ



(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

5, 3, 44

รักษาการในตำแหน่งหัวหน้าภาควิชา



(รองศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ แสงโนรี)

5, 3, 2544

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

**การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์: กรณีศึกษามิสเตอร์โดนัท
(บริษัทไทยแฟรนไชซิ่ง จำกัด) ในเขตลาดกระบัง**

**A Study on the Feasibility of Franchise Investment: A Case Study of Mister Donut
(Thaifranchising Company Limited) in Ladkrabang District**



โดย
นางสาวสุภาพร พรสติดกุล

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

๑๗.
๙๘๘๓
๒๕๔๔

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)
พ.ศ. 2544

เลขหมู่.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารลับไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
วันที่ 9 JUN 2011
ทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์: กรณีศึกษามิสเตอร์โดนัท
(บริษัทไทยแฟรนไชส์ จำกัด) ในเขตลาดกระบัง

โดย: นางสาวสุภาพร พรสถิตกุล

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ:  5.....

(วิรัช กระแสร์นัตร์)

เนื่องจากวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองที่มีความเร่งรีบเพื่อที่จะทำเวลาในการเดินทาง ทำให้อาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้นและมีการขยายตัวในวงกว้าง ซึ่งฟาสต์ฟู้ดประเภทโดนัทเป็นอีกผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค จึงทำให้มีสเตอร์โดนัทมีนโยบายที่จะขยายสาขาเพื่อสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด โดยใช้กลยุทธ์ของแฟรนไชส์เพื่อการขยายตลาดทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งในเขตลาดกระบังนั้น จัดได้ว่าเป็นเขตที่มีความน่าสนใจในการลงทุนในธุรกิจอาหาร เนื่องจากมีสถาบันการศึกษา โรงเรียน โรงงาน และหอพัก ตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นแหล่งอุตสาหกรรมที่สำคัญคือนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ซึ่งฟาสต์ฟู้ดที่ประกอบการในเขตนี้เป็นฟาสต์ฟู้ดประเภททานอิม โดยที่ธุรกิจฟาสต์ฟู้ดประเภทอาหารว่างหรือโดนัทนั้นยังไม่มีผู้ลงทุนในเขตนี้ จึงควรศึกษาถึงความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ มิสเตอร์โดนัทในเขตลาดกระบัง เพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจแก่ผู้ที่มีความสนใจจะลงทุนในธุรกิจประเภทนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ ศึกษาลักษณะของการดำเนินกิจการและความเป็นไปได้ในด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ในเขตลาดกระบัง เพื่อเสนอแนะแนวทางการลงทุนให้กับผู้ที่มีความสนใจ โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องและเอกสารงานวิจัยที่ได้มีการรวบรวมไว้ เพื่ออธิบายลักษณะของการดำเนินกิจการ รวมถึงการศึกษาทางด้านตลาด และทางด้านเทคนิค และใช้เทคนิคในการวิเคราะห์ คือ การหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ อัตราผลตอบแทนของโครงการ และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เพื่อการศึกษาผลตอบแทนทางการเงิน โดยในการศึกษารั้งนี้ พิจารณาการลงทุนในร้านประเภทร้านมาตรฐานแบบมีที่นั่ง เนื่องจากสามารถที่จะใช้เป็นสถานที่ในการพบปะกัน ของนักเรียน นักศึกษา และในการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในโครงการนี้ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านตลาด ด้านเทคนิค และการวิเคราะห์ทางการเงิน จากผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษา พบว่า ในด้านของการศึกษาทางการตลาด สภาพตลาดของผลิตภัณฑ์โคนัทในเขต
ตลาดกระบังนั้นมีความเป็นไปได้ทางการตลาด เมื่อพิจารณาจากจำนวนของประชากรและ
กลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นกลุ่มของวัยรุ่นตลอดจนถึงวัยทำงาน ทางด้านเทคนิคนั้นมีความเป็นไปได้ใน
ด้านของทำเลที่ตั้งของโครงการ เมื่อพิจารณาจากการขนส่ง ด้านการสาธารณูปโภคต่าง ๆ รวมทั้ง
ในด้านการจัดหาแรงงาน ส่วนทางด้านการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการ เมื่อพิจารณา
จากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการที่มีมูลค่าเป็นลบซึ่งเท่ากับ -193,079.99 อัตราผลตอบแทนของ
โครงการมีเท่ากับร้อยละ 4.62 ซึ่งน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการคือร้อยละ 12
และโครงการนี้มีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนหรือดัชนีการทำกำไรของโครงการนี้เท่ากับ 0.81
เท่า จึงสรุปได้ว่าโครงการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โคนัท ในเขตตลาดกระบังไม่มี
ความเป็นไปได้ทางการเงินและมีผลตอบแทนทางการเงินที่ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ได้
ตั้งไว้

จากผลการศึกษาได้ข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจจะประกอบการคือ
ควรมีการพิจารณาลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยการส่งผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่เหมาะสมเพื่อ
เป็นการลดส่วนของต้นทุนสินค้าที่ขายไม่หมด โดยพิจารณาจากปริมาณการขายในแต่ละวัน รวมถึง
ถึงการลดค่าใช้จ่ายในด้านของพนักงานขาย เมื่อมีการพัฒนารูปแบบของการให้บริการเป็นแบบให้
ลูกค้าบริการตนเอง โดยอาจมีการลดจำนวนพนักงานขายลง เพื่อให้โครงการมีผลตอบแทนที่
เหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากโครงการนี้มีความเป็นไปได้ทางการ
ตลาดและทางด้านเทคนิค และในการศึกษาครั้งต่อไปควรใช้เทคนิคของการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนมา
ประกอบในการวิเคราะห์เพื่อเป็นการหาจุดที่รายได้หรือยอดขายของกิจการคุ้มทุนกับต้นทุนหรือ
ค่าใช้จ่ายทั้งหมด ซึ่งจะเป็นการช่วยในการเสนอแนะเพิ่มเติมให้แก่ผู้สนใจในการลงทุนในด้านของ
ปริมาณการสั่งซื้อที่คุ้มทุน และใช้วิธีการประมาณการยอดขายโดยการสำรวจความต้องการของ
กลุ่มลูกค้าจากการสัมภาษณ์และการออกแบบสอบถามจากประชากรในเขตพื้นที่ของโครงการ
ซึ่งจะทำให้ได้ผลการประมาณยอดขายที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากขึ้น

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ลงได้ด้วยความช่วยเหลือของ ดร.วิรัช กระแสร์ฉัตร ซึ่ง
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำต่าง ๆ ตลอดจนช่วยแก้ไข
ข้อบกพร่องของเนื้อหาในปัญหาพิเศษฉบับนี้จนสำเร็จลงได้ และอาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ
ซึ่งเป็นกรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้ตรวจแก้ไขข้อบกพร่องและปรับปรุงปัญหาพิเศษฉบับนี้ให้มี
ความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทั้งสองท่านไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

นอกจากนี้ขอขอบคุณ คุณบุญสิน ชมแก้ว รองผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ บริษัทไทยเฟรนไชซึ่ง
จำกัด ที่ให้ความอนุเคราะห์ด้านข้อมูล และเจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของภาควิชา
บริหารธุรกิจเกษตร ที่อำนวยความสะดวกในการจัดพิมพ์รูปเล่ม ตลอดจนเพื่อนบริหารธุรกิจเกษตร
ทุกคน ที่เป็นกำลังใจและให้การช่วยเหลือเป็นอย่างดีมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ ซึ่งเป็นกำลังใจที่สำคัญที่สุด
ของผู้ศึกษาให้มีความตั้งใจจริงและมุ่งมั่นในการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ได้สำเร็จลงด้วยดี

สุภาพร พรสดีตกุล

มีนาคม 2544

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
สารบัญตารางผนวก	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
วิธีการศึกษา	5
บทที่ 2 โครงร่างทางทฤษฎี	7
การตรวจเอกสาร	7
สมมติฐานของการศึกษา	9
แนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	9
เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์	14
บทที่ 3 ประวัติและลักษณะการดำเนินการของมิสเตอร์โดนัท	16
ประวัติของมิสเตอร์โดนัท	16
ลักษณะการดำเนินการของแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท	16
ประเภทของแฟรนไชส์	16
รูปแบบการดำเนินงานของร้านมิสเตอร์โดนัทในระบบแฟรนไชส์	18
ขั้นตอนสำหรับการขอเข้าเป็นแฟรนไชส์	19
การพิจารณาคุณสมบัติแฟรนไชส์	21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	(2)
	หน้า
ข้อดีและข้อเสียของการเข้าเป็นแฟนโซเชียล	22
บทที่ 4 ผลการศึกษาความเป็นไปได้	24
การศึกษาด้านตลาด	24
การวิเคราะห์สภาวะตลาด	24
การศึกษาส่วนแบ่งตลาด	26
การพยากรณ์ความต้องการของตลาด	26
การประมาณการยอดขายสินค้า	27
สรุปผลการศึกษาด้านการตลาด	28
การศึกษาด้านเทคนิค	28
ทำเลที่ตั้ง	29
สรุปผลการศึกษาด้านเทคนิค	30
การประมาณการด้านทางการเงินของโครงการ	30
การวิเคราะห์ด้านการเงิน	36
สรุปผลการศึกษาด้านการเงิน	37
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	39
สรุป	39
ข้อเสนอแนะ	41
เอกสารอ้างอิง	42
ภาคผนวก	44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 รายชื่อแฟรนไชส์ที่มีจำนวนสาขาเพิ่มมากที่สุด ปี พ.ศ. 2540 (สาขา)	2
2 จำนวนและรายละเอียดของ โรงเรียนและสถาบันการศึกษา ในเขตลาดกระบัง ปี พ.ศ. 2543 (แห่ง)	3
3 ราคาขายสินค้าต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ภายในร้าน (บาท)	23
4 จำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎรในเขตลาดกระบัง ปี พ.ศ. 2543	25
5 จำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎรในเขตลาดกระบัง ปี พ.ศ. 2539 – 2543 (คน)	25
6 การพยากรณ์จำนวนประชากรในเขตลาดกระบัง ปี พ.ศ. 2544 - 2548 (คน)	26
7 การประมาณการยอดขายของโครงการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 - 2548	28
8 การประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ (บาท)	31
9 การประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายภายในร้าน	32
10 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (บาท)	33
11 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (บาท)	34
12 การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ (บาท)	35
13 ผลการประเมินค่าการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา	36

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1 ขั้นตอนการดำเนินการสำหรับการเปิดร้านเฟรนไชส์

20



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตารางผนวก

ตารางผนวกที่		หน้า
1	รายชื่อแฟรนไชส์ที่มีสาขามากที่สุด (แห่ง)	45
2	รายชื่อแฟรนไชส์ที่มีการขายแฟรนไชส์มากที่สุด (แห่ง)	46
3	ประเภทของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย	47
4	อายุของธุรกิจแฟรนไชส์ (ปี)	48
5	รายละเอียดสินค้าและลักษณะพิเศษต่าง ๆ ของสินค้า ที่ขายภายในร้าน	49



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

การริเริ่มลงทุนในธุรกิจประเภทใดประเภทหนึ่งก่อนที่จะทำการตัดสินใจลงทุนประกอบการในธุรกิจนั้น ๆ จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องมีการศึกษาวิเคราะห์ให้ละเอียดว่ามีความเป็นไปได้หรือไม่ โดยต้องพิจารณาถึงผลตอบแทนที่จะได้จากการลงทุน ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะต้องมีการวางแผนและศึกษาถึงความเป็นไปได้อย่างรอบคอบ เพื่อลดโอกาสความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ถ้าทำการศึกษาวิเคราะห์แล้วได้ผลสรุปว่า ธุรกิจนั้นไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีผลกำไรแล้วก็สามารถหลีกเลี่ยงได้ก่อนที่จะมีการลงทุน

ปัจจุบันสำหรับในประเทศไทยนั้นผู้ประกอบการค้าได้เริ่มหันมาทำธุรกิจในระบบแฟรนไชส์กันมากขึ้น ทำให้มีการขยายตัวในธุรกิจนี้อย่างรวดเร็ว โดยประเภทของธุรกิจแฟรนไชส์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน ได้แก่ ธุรกิจอาหาร ธุรกิจโรงเรียนสอนภาษา ธุรกิจเทคโนโลยีและสารสนเทศ ธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อ ธุรกิจความงาม ธุรกิจซักอบรีด ธุรกิจร้านหนังสือ และธุรกิจเสื้อผ้า สาเหตุของการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยนั้น ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวและจำนวนผู้บริหารชาวต่างชาติในประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมือง เนื่องมาจากสภาพปัญหาการจราจรในทุกวันนี้ ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือมีความเร่งรีบเพื่อที่จะทำเวลาในการเดินทาง ดังนั้นอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดจึงเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้นและจากความสะดวกที่ได้รับในการบริโภค จึงทำให้ธุรกิจประเภทนี้ได้รับความสนใจและมีการขยายตัวในวงกว้าง ซึ่งฟาสต์ฟู้ดประเภทโดนัท ก็เป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทั้งในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน เนื่องจากมีความสะดวกในการรับประทานและการพกพา ทำให้สามารถประหยัดเวลาได้มากประกอบกับจำนวนคู่แข่งที่อยู่ในตลาดยังมีน้อยรายและตลาดยังมีช่องว่างที่จะเข้ามาได้อีกมาก จึงทำให้ธุรกิจประเภทนี้มีความน่าสนใจ และเมื่อเปรียบเทียบโอกาสการเติบโตในอนาคตแล้ว นับว่ายังมีโอกาสที่ค่อนข้างสูง โดยในช่วงปีที่ผ่านมามีการเติบโตกว่าร้อยละ 10 และคาดว่าจะขยายตัวในอัตรากว่าร้อยละ 20 ในปี พ.ศ. 2543 ทางด้านของตลาดมีส่วนแบ่งตลาดในส่วนของโดนัทถึง 900 - 1,000 ล้านบาท (นิรนาม, 2543: 1) โดยมีการแข่งขันที่สำคัญเพียง 2 ตรายี่ห้อคือ มิสเตอร์โดนัท และดังกิ้นโดนัท ซึ่งดังกิ้นโดนัทนั้นเป็นตรายี่ห้อที่มีสาขาและเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนแบ่งการตลาดที่มากกว่ามิสเตอร์โคนต์ ทำให้มิสเตอร์โคนต์ มีนโยบายที่จะขยายสาขาเพื่อสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด จึงทำให้มิสเตอร์โคนต์เป็นแฟรนไชส์ที่มีการขยายสาขาเพิ่มเป็นจำนวนมาก โดยมีจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้นถึง 30 สาขา ในปี พ.ศ. 2540 (ตารางที่ 1) และใช้กลยุทธ์ของแฟรนไชส์มุ่งเน้นที่ผู้สนใจรายย่อยเป็นหลักเพื่อการขยายตลาดทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยจะพิจารณาการขยายสาขาไปยังสถานที่ที่มีโรงเรียนและสถานที่ทำงานเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ตั้งแต่กลุ่มของวัยรุ่นนตลอดจนถึงวัยทำงาน (นิรนาม, 2543: 2)

ตารางที่ 1 รายชื่อแฟรนไชส์ที่มีจำนวนสาขาเพิ่มขึ้นมากที่สุด ปี พ.ศ. 2540 (สาขา)

ลำดับ	ชื่อแฟรนไชส์	จำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้น
1	7-อีเลฟเว่น	210
2	เอเอ็ม/พีเอ็ม	46
3	พิชซ่าฮัท	42
4	เคเอฟซี	38
5	เลมอนกรีน/ศึกษากิจฉัต	35
6	มิสเตอร์โคนต์	30
7	แฟมิลีมาร์ท	24
8	เทเลวิซ / กู๊ดมอร์นิงฟาร์มเฮ้าส์	20

ที่มา: (อุบงกช, 2540: 148)

ในเขตตลาดกระบี่นั้น จัดได้ว่าเป็นเขตที่มีความน่าสนใจในการลงทุนในธุรกิจอาหารเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีสถาบันการศึกษา โรงเรียน โรงงาน และหอพัก ตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก (ตารางที่ 2) อีกทั้งยังเป็นแหล่งอุตสาหกรรมที่สำคัญคือ นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบี่ซึ่งได้มีการจัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2519 และได้มีการขยายพื้นที่และพัฒนาระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน (สำนักงานเขตตลาดกระบี่, 2543) ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีประชากรจากส่วนอื่น ๆ ของประเทศเข้ามาอยู่อาศัยในเขตนี้เป็นจำนวนมากเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นนักเรียน นักศึกษา พนักงานโรงงานที่มาจากต่างจังหวัด เพื่อเข้ามาประกอบอาชีพในเขตตลาดกระบี่ ประกอบกับยังมีธุรกิจประเภทฟาสต์ฟู้ดในเขตนี้ยังไม่มากนัก (สฤษฎวัล, 2537 :19) โดยที่ธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฟาสต์ฟู้ดประเภทโดนัท นั้นยังไม่มีผู้ลงทุนในเขตนี้ นอกจากนี้ธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท นั้นยังไม่มีการขายสิทธิ์การประกอบแฟรนไชส์ในเขตพื้นที่นี้ จึงควรศึกษาถึงความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ฟาสต์ฟู้ดมิสเตอร์โดนัท ในเขตลาดกระบัง เพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจแก่ผู้ที่มีความสนใจจะลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ต่อไป

ตารางที่ 2 จำนวนและรายละเอียดของโรงเรียนและสถาบันการศึกษาในเขตลาดกระบัง ปี พ.ศ. 2543 (แห่ง)

ประเภทของสถานศึกษา	จำนวน
โรงเรียนที่สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ	20
โรงเรียนที่สังกัดการศึกษาเอกชน	5
โรงเรียนสังกัดกรมอาชีวศึกษา	1
โรงเรียนที่สังกัดกรมสามัญศึกษา	3
สถาบันอุดมศึกษา	1
รวม	30

ที่มา: (สำนักงานเขตลาดกระบัง, 2543)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะของการดำเนินกิจการของธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ในเขตลาดกระบัง
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ในเขตลาดกระบัง ให้กับผู้ที่มีความสนใจ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงลักษณะของการดำเนินกิจการของธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ทราบความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิคและด้านการเงิน ของการลงทุนในธุรกิจ แฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ในเขตลาดกระบัง เพื่อช่วยให้ผู้ที่ลงทุนสามารถตัดสินใจในการลงทุน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. เพื่อเป็นการเสนอแนวทางการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ในเขต ลาดกระบังให้กับผู้ที่มีความสนใจ

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงลักษณะการดำเนินการของธุรกิจและการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท โดยการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ ประกอบด้วยการศึกษาความเป็นไปได้เฉพาะด้านการตลาด ด้านเทคนิค และการเงิน เนื่องจากการศึกษาสำหรับผู้เริ่มโครงการที่มุ่งการทำกำไรในเชิงธุรกิจเป็นหลัก ภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด คือ เป็นร้านแบบมีพื้นที่ในการขายและพื้นที่สำหรับนั่งรับประทานในร้าน (satellite) ซึ่งมีพื้นที่ประมาณ 25 ตารางเมตร ตั้งอยู่ในเขตลาดกระบังคือ บริเวณซอยจินดาภิเษก ถนนอ่อนนุช แขวงลาดกระบัง เนื่องจากเป็นบริเวณที่มีผู้คนสัญจรผ่านไปมาและอยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก โดยเป็นแหล่งชุมชนที่มีความพร้อมในด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ รวมทั้งเป็นบริเวณที่ใกล้กับสถาบันการศึกษาและแหล่งของหอพักนักศึกษา ในการดำเนินการมีสัญญาเป็นระยะเวลา 5 ปี ตามเงื่อนไขสัญญาการขายแฟรนไชส์ของมิสเตอร์โดนัท โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่ พ.ศ. 2544 - 2548

นิยามศัพท์

แฟรนไชส์ หมายถึง ระบบธุรกิจที่ประกอบไปด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการคือ

1. จะต้องมีเจ้าของสิทธิ์ถ่ายทอดวิชาการ การทำธุรกิจทุกอย่างให้แก่ผู้รับสิทธิ์ อย่างใกล้ชิด
2. ผู้รับสิทธิ์ จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมในการใช้ชื่อการค้า เป็นค่าธรรมเนียมเริ่มแรก (franchise fee)
3. ผู้รับสิทธิ์จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นร้อยละให้แก่เจ้าของสิทธิ์หรือค่านายหน้า
แฟรนไชเซอร์ หมายถึง เจ้าของสิทธิ์ซึ่งเป็นผู้ที่คิดค้นวิธีการทำธุรกิจที่จะนำไปสู่การทำธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ และดำเนินการจนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และเป็นผู้ขายสิทธิ์ การดำเนินการกิจการขายชื่อการค้าของตัวเองให้แก่ผู้อื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แฟรนไชซี หมายถึง ผู้รับสิทธิในการดำเนินธุรกิจตามระบบที่เจ้าของสิทธิได้จัดเตรียมไว้ รวมทั้งได้ใช้ชื่อทางการค้า เครื่องหมายการค้าเดียวกัน โดยที่ต้องจ่ายค่าตอบแทนในการให้สิทธิ อันนั้นรวมทั้งจ่ายค่าตอบแทนตามผลประกอบการด้วย

แฟรนไชฟี หมายถึง ค่าตอบแทนที่เป็นจำนวนเงินที่แน่นอนก่อนเริ่มดำเนินงาน ซึ่งถือว่าเป็นการจ่ายค่าสิทธิต่างๆให้แก่บริษัทแม่

รอยัลตี้ฟี เป็นค่าตอบแทนที่ต้องจ่ายอย่างต่อเนื่องตามสัดส่วนของผลการดำเนินงานถือว่าเป็นค่าความภักดีให้แก่ผู้ที่ช่วยในการสร้างกิจการ

ซัพพลายเออร์ หมายถึง บริษัทที่เป็นตัวแทนที่มีหน้าที่ส่งวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตให้กับบริษัท

วิธีการศึกษา

การรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์ 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ มีรายละเอียดดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วยข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็นซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องและฝ่ายการตลาดของบริษัท ไทยแฟรนไชซิ่ง จำกัด เพื่ออธิบายลักษณะของการดำเนินกิจการของธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ในเขตตลาดกระบี่

ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากห้องสมุดของหน่วยงานต่าง ๆ วารสารสิ่งพิมพ์และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลที่ได้รับการอนุเคราะห์จากบริษัท ไทยแฟรนไชซิ่ง จำกัดหรือจากหน่วยงานเอกชนที่ได้ทำการศึกษารวบรวมไว้ เพื่ออธิบายลักษณะของการดำเนินกิจการของธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ในเขตตลาดกระบี่

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะของการดำเนินกิจการของธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท เพื่อให้สามารถทราบถึงปัญหาและอุปสรรครวมทั้งแนวทางในการดำเนินกิจการนี้

2. การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และทางด้านการเงินของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ในเขตตลาดกระบี่ ประกอบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 การวิเคราะห์ทางการตลาด ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายถึงสถานะทางการตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาดโดยพิจารณาถึงสภาพของการแข่งขัน

2.2 การวิเคราะห์ทางเทคนิค ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพ ประชากร และสถานที่ทำเลที่ตั้งของกิจการว่ามีความเหมาะสมหรือไม่

2.3 การวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการว่าให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ โดยใช้วิธีวัดคือ

2.3.1 มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (Net Present Value: NPV) เพื่อศึกษาว่าการลงทุนในโครงการนี้จะมีกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ

2.3.2 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) เพื่อศึกษาว่าผลตอบแทนของการลงทุนเป็นเท่าไร

2.3.3 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR)

3. ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ลักษณะการดำเนินการของธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท และการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และทางด้านการเงินเพื่อเป็นการเสนอแนะแนวทางของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ในเขตตลาดกระบี่ให้กับผู้ที่มีความสนใจ

บทที่ 2

โครงร่างทางทฤษฎี

ในบทนี้จะกล่าวถึงการตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องที่ได้มาจากการตรวจสอบตำรา รายงาน การศึกษาและเอกสารอื่น ๆ สมมติฐานของการศึกษาที่ผู้ศึกษาได้กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็น แนวทางในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล และในส่วนของแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้เป็นเครื่องมือ ในการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

การตรวจเอกสาร

ชญชวัล เต็มแก้ว (2537) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจที่มีต่อการเปิด ร้านอาหารในเขตลาดกระบัง สรุปได้ว่า เขตลาดกระบังยังมีร้านอาหารจำนวนไม่มากนัก โดยการศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาเป็นร้านขนาด 450 ที่นั่ง ตั้งอยู่ในเขตลาดกระบัง โครงสร้างของ กิจการเป็นแบบง่ายและเป็นการบริหารในลักษณะครอบครัว ใช้การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านอาหาร สามารถสรุปได้เป็น 2 ส่วน คือ การเงินและการตลาด ในด้าน การเงินมีอัตราผลตอบแทนอยู่ในระดับดี ส่วนในด้านการตลาดนับว่าผลิตภัณฑ์เป็นจุดแข็ง อย่างหนึ่งของกิจการเมื่อเทียบกับกิจการในระดับเดียวกัน ในด้านราคาและสถานที่ตั้งก็นับว่ามี ความสำคัญเช่นกัน

วรจินดา คุณาสวรรค์ (2539) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนใน โครงการแฟรนไชส์ร้านขายยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ สรุปได้ว่า ธุรกิจร้านขายยาและ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เป็นธุรกิจจากต่างประเทศที่เริ่มเข้ามาในประเทศไทยเมื่อประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา ปัจจุบันยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ยังมีผู้ประกอบการอยู่น้อยราย การเข้ามาลงทุน ของผู้ที่สนใจแต่มีเงินทุนจำนวนจำกัดหรือมีประสบการณ์ไม่เพียงพอ นั้น รูปแบบที่กำลังได้รับความนิยมนูในปัจจุบันคือ การเข้าซื้อสิทธิ์เป็นแฟรนไชส์ของบริษัทร้านขายยาและผลิตภัณฑ์เพื่อ สุขภาพรายใหญ่ ซึ่งพบว่า ได้มีการขายแฟรนไชส์กันเกือบทุกแห่ง ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละบริษัท กำลังอยู่ในช่วงของการสร้างฐานของกิจการให้มั่นคง และแฟรนไชส์ก็จะทำให้บริษัทสามารถอยู่ ในช่วงของการสร้างฐานของกิจการให้มั่นคง และแฟรนไชส์ก็จะทำให้บริษัทสามารถบรรลุจุด มุ่งหมายได้โดยไม่ต้องมีการลงทุน ตลอดจนเข้าไปบริหารเองทั้งหมดและจากการวิเคราะห์ ความเป็นไปได้สำหรับการเข้ามาลงทุนในธุรกิจดังกล่าวทำให้ได้ข้อสรุปว่า มีความคุ้มค่าทาง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การลงทุนสำหรับผู้ที่มีเงินทุนจำกัดแต่ทว่ามีความสนใจจะเข้ามาลงทุน ดังจะเห็นได้จากกรณีที่โครงการมีค่าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR) มากกว่า 1 ตลอดจนมีค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ตอบแทนสุทธิ (Net Present Value: NPV) เป็นบวกและน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR) ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนตลอดอายุของโครงการดังกล่าว มีค่ามากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนค่าใช้จ่ายทั้งหมด

ชุมพร สุขประสงค์ผล (2540) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ ศึกษากรณีแฟรนไชส์เสื้อผ้า เท็น แอนด์ โค สรุปได้ว่าวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้างนี้เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์เสื้อผ้า เท็น แอนด์ โค โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา และศึกษาจากผู้ซื้อแฟรนไชส์จำนวน 10 ราย จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ผู้ซื้อแฟรนไชส์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัท ความมั่นคงของบริษัท เครื่องหมายการค้าเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการงบการลงทุน ข้อตกลงในสัญญาและลักษณะทำเลที่ตั้งของร้านค้า

สุทธิศักดิ์ อาริยะกุล (2540) ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ทางการเงินร้านอาหารสุกี้กึ่งในห้างสรรพสินค้า กรณีศึกษาการซื้อแฟรนไชส์ จากผลการศึกษาพบว่า เป็นการศึกษาเพื่อประเมินถึงต้นทุน และผลตอบแทนของการประกอบกิจการร้านอาหารสุกี้กึ่งที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่ซื้อแฟรนไชส์ รวมถึงปริมาณผู้บริโภคที่จุดคุ้มทุน และความเป็นไปได้ทางการเงิน ตลอดจนรูปแบบการดำเนินกิจการร้านอาหารสุกี้กึ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ โดยทำการสุ่มตัวอย่างร้านอาหารสุกี้กึ่ง จำนวน 5 ร้าน โดยวิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) สุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 100 ตัวอย่าง นำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้ และข้อมูลจากการสำรวจผู้ใช้จ่ายในห้างสรรพสินค้ามาวิเคราะห์โดยใช้เกณฑ์วัดความคุ้มค่าในการลงทุน คือ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Breakeven Analysis) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) และการทดสอบค่าความแปรปรวน (Switching Value Test) ร้านอาหารสุกี้กึ่งที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้ากรณีศึกษา การซื้อแฟรนไชส์จะมีจำนวนผู้บริโภคที่จุดคุ้มทุน คือ 274 คนต่อวัน และเมื่อพิจารณาผลตอบแทนจากค่าเฉลี่ยจำนวนผู้บริโภคร้านอาหารสุกี้กึ่ง 5 ร้าน ซึ่งได้จากการสำรวจพบว่ามีความเฉลี่ยจำนวน 298 คนต่อวัน เมื่อพิจารณาจากตัวชี้วัดความคุ้มค่าในการลงทุนโดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนมีค่ามากกว่าหนึ่ง และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการมีค่ามากกว่าอัตราคิดลด มีความน่าสนใจในการลงทุน

นิรนาม (2543) สรุปว่า มีสเตอร์โคนต์มุ่งขยายแฟรนไชส์เพื่อหวังส่วนแบ่งการตลาดเพิ่ม อีกร้อยละ 4-5 โดยมีเงื่อนไขในการขายแฟรนไชส์ 2 รูปแบบ คือ ร้านมาตรฐานมีที่นั่งและร้าน คือออสไม่มีที่นั่ง อยู่ภายใต้สัญญาดำเนินการ 5 ปี นอกจากนี้ยังปรับการให้บริการในร้านใหม่ใน ลักษณะการให้บริการตนเองซึ่งในขณะนี้ได้ปรับไปแล้ว 35 สาขา คาดว่าจะเพิ่มเป็น 60 สาขาใน สิ้นปีนี้

สมมติฐานของการศึกษา

1. การลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มีสเตอร์โคนต์ ในเขตลาดกระบัง มีความเป็นไปได้ทางการตลาด
2. การลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มีสเตอร์โคนต์ ในเขตลาดกระบัง มีความเป็นไปได้ทาง ด้านเทคนิค
3. การลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มีสเตอร์โคนต์ ในเขตลาดกระบัง มีมูลค่าปัจจุบันของ ผลตอบแทนสุทธิเป็นบวกหรือมากกว่าศูนย์
4. การลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มีสเตอร์โคนต์ ในเขตลาดกระบัง มีอัตราผลตอบแทน ของโครงการมากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในท้องตลาด
5. การลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มีสเตอร์โคนต์ ในเขตลาดกระบัง มีอัตราผลตอบแทน ต่อต้นทุนที่มีค่ามากกว่าหนึ่ง

แนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้สำหรับโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เป็นการศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจาก การดำเนินการตามโครงการนั้น โดยจะพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด เทคนิคและการเงิน ของโครงการเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจของผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้น ๆ ในการศึกษาดังกล่าวจะต้องบอกรายละเอียดและวิเคราะห์สิ่งที่จำเป็นที่เกี่ยวกับการผลิตรวม นอกจากนี้จะต้องระบุกำลังการผลิตและสถานที่ตั้งของโครงการ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนและดำเนิน กิจการ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนให้มากที่สุด โดยแนวคิดในการศึกษาความเป็นไปได้ ของโครงการนั้นส่วนใหญ่ นำมาจากการบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้ (ฐาปนาและ อัจฉรา, 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเป็นขั้นตอนในระยะก่อนการลงทุนของวงจรพัฒนาโครงการ ซึ่งเป็นวงจรที่บอกขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ในการบริหารโครงการเป็นลำดับขั้น ตั้งแต่ความคิดที่จะมีโครงการจนกระทั่งระยะเริ่มดำเนินการผลิต

โดยขั้นตอนต่าง ๆ ในวงจรพัฒนาโครงการ แบ่งออกเป็นดังนี้

1. ระยะก่อนการลงทุน (pre-investment phase) ได้แก่ การศึกษาสถานการณ์ทั่ว ๆ ไปเพื่อดูว่าโครงการใดควรลงทุน เมื่อเลือกโครงการได้แล้วจึงทำการศึกษาความเป็นไปได้

2. ระยะลงทุน (investment phase) ได้แก่ การออกแบบทางด้านวิศวกรรมต่าง ๆ การติดต่อทำสัญญา การก่อสร้าง การรับสมัครพนักงานและการจัดการฝึกอบรมพนักงาน เป็นต้น

3. ระยะดำเนินการ (operational phase) เป็นระยะสุดท้ายหลังจากที่ผู้ริเริ่มโครงการได้ลงทุนไปในโครงการแล้ว หลังจากนั้นผู้ริเริ่มโครงการก็มีหน้าที่ดำเนินการให้เป็นไปตามแผนและติดตามผลงานเป็นระยะ ๆ จนกว่าจะสิ้นสุดโครงการ

การศึกษารูปร่างความเป็นไปได้ของโครงการสำหรับผู้ริเริ่มโครงการจะมุ่งถึงการทำอะไรในเชิงเศรษฐกิจ กล่าวคือ เป็นการวิเคราะห์ด้านตลาด เทคนิค และการเงิน นอกจากนี้ยังต้องมีการศึกษาในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้ประกอบด้วย คือ ในด้านเศรษฐกิจ ด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ และด้านการบริหาร ซึ่งการวิเคราะห์โครงการในแต่ละขั้นตอนนี้มีขอบเขตที่ควรพิจารณาดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ด้านตลาด

เป็นการศึกษาความสามารถของโครงการในการขายผลิตภัณฑ์ได้ในราคาที่กำหนดไว้ โดยกระบวนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการสามารถศึกษาด้านตลาดแยกออกมาอย่างเป็นเอกเทศ และถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาความเป็นไปได้ในเชิงเศรษฐกิจ การวิเคราะห์ด้านตลาดเป็นการศึกษารายละเอียดของข้อมูลที่นำไปกำหนดเป้าหมายของตลาด คุณลักษณะและภาวะของตลาด ตลอดจนระบุถึงขนาดของตลาดโดยทั่วไป การวิเคราะห์ด้านตลาดประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอนใหญ่ ๆ คือ การวิเคราะห์สภาวะตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด การประมาณการยอดขายสินค้า การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์สภาวะตลาด เพื่อศึกษาขนาดของตลาด แนวโน้มของตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

1.1 การศึกษาขนาดของตลาด เพื่อให้ทราบว่าตลาดที่ต้องการศึกษานั้นมีขนาดเล็กหรือใหญ่เพียงใด

1.2 การศึกษาแนวโน้มของตลาด เป็นการศึกษาทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ ว่ามีความต้องการมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไป

1.3 การศึกษาส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งส่วนแบ่งทางการตลาดนั้นเป็นความสามารถของธุรกิจหรือโครงการในการที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งไว้จากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเน โดยพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาด 2 ประการ คือ ความเข้มของการแข่งขัน และความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2. การพยากรณ์ความต้องการของตลาด เป็นการพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดในรูปของจำนวนเงินหรือจำนวนหน่วยสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง ของกลุ่มผู้บริโภคในขอบเขตพื้นที่หนึ่ง ในระยะเวลาที่กำหนด ภายใต้โปรแกรมการตลาดและสภาวะทางการตลาดที่กำหนดขึ้น โดยในการพยากรณ์ความต้องการของตลาดสามารถใช้เทคนิคในการพยากรณ์ทั้งในเชิงคุณภาพและในเชิงปริมาณ

3. การประมาณการยอดขายสินค้า โดยการคาดคะเนส่วนแบ่งทางการตลาดที่โครงการนั้นจะได้รับว่าคิดเป็นร้อยละเท่าใดของตลาดรวม

4. การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการการศึกษา ด้านการตลาดเพื่อตอบคำถามว่าโครงการดังกล่าวควรทำการศึกษากความเป็นไปได้ในด้านอื่น ๆ ต่อไปหรือไม่

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค และเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการด้วย นอกจากนี้ ยังช่วยอำนวยความสะดวกในการพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากทางเลือกทางด้านเทคนิคต่าง ๆ เช่น ในแง่ของการว่าจ้างแรงงาน อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อมวลมนุษย์ การวิเคราะห์ด้านเทคนิคนั้นมีแนวทางในการพิจารณาดังต่อไปนี้

1. ระบบการผลิต ซึ่งระบบการผลิตจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิต โดยที่ระบบการผลิตนั้นจะประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ คือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิต และปัจจัยนำออก

2. ผลิตภัณฑ์และคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ เพื่อศึกษาว่าเทคนิคที่ใช้ในการผลิตนั้นมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด

3. กระบวนการผลิต เพื่อความเข้าใจในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์และสามารถเลือกกระบวนการผลิตที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การวางแผนกระบวนการผลิต เป็นการวางแผนงานในการติดตั้งเครื่องมือ เครื่องจักร และวัสดุต่าง ๆ รวมทั้งสภาพแวดล้อมในการทำงานที่จำเป็นในกระบวนการผลิต

5. กำลั้งการผลิต คืออัตราสูงสุดของผลผลิตหรือบริการที่ระบบการผลิตสามารถผลิตได้ ในช่วงเวลาหนึ่งของการดำเนินงาน โดยวัดเป็นหน่วยผลผลิตต่อหน่วยของเวลา

6. ทำเลที่ตั้ง เป็นแหล่งที่จะทำให้ธุรกิจสามารถประกอบกิจการได้ โดยในการเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการดังกล่าว ต้องพิจารณาถึงปัจจัย 2 ประเภทใหญ่ ดังต่อไปนี้

6.1 ปัจจัยที่เกี่ยวกับการผลิต เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิต ซึ่งได้แก่ ที่ดิน แรงงาน วัตถุดิบ ตลาด การขนส่ง สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

6.2 ปัจจัยเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตโดยตรง ปัจจัยประเภทนี้ได้แก่ กฎหมายและภาษี ภูมิอากาศ ทัศนคติของชุมชน การเมืองและกฎหมาย

การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ด้านการเงินเป็นการศึกษาความสามารถของโครงการในการคืนทุนให้กับผู้ลงทุนในระดับที่ต้องการ การวิเคราะห์ด้านการเงินจำเป็นต้องนำเอาข้อมูลจากการศึกษาด้านการตลาด และด้านเทคนิคมาประกอบการคาดคะเนรายรับและต้นทุนเพื่อทำการตัดสินใจ ซึ่งการวิเคราะห์ด้านการเงินประกอบด้วย

1. การประมาณการเงินลงทุนในโครงการ เพื่อดูว่าจะต้องใช้เงินในด้านใดบ้าง เป็นจำนวนเท่าไร จะหาแหล่งเงินทุนได้จากแหล่งใด เงินลงทุนในโครงการจะประกอบไปด้วย

1.1 สินทรัพย์ถาวรและค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ

1.2 เงินทุนหมุนเวียน

2. การประมาณการด้านการเงินของโครงการ ซึ่งแยกออกไปเป็น

2.1 ประมาณการต้นทุนสินค้าขาย

2.2 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารงานและอื่น ๆ

2.3 ประมาณการงบกำไรขาดทุน เพื่อแสดงผลการดำเนินงานของโครงการล่วงหน้าตลอดอายุของโครงการ ว่าในแต่ละปีโครงการได้กำไรหรือขาดทุนเท่าใด

2.4 ประมาณการงบกระแสเงินสดของโครงการ เป็นงบที่จัดทำขึ้นเพื่อแสดงรายรับและรายจ่ายที่เป็นเงินสด

3. การประเมินค่าโครงการลงทุน เพื่อพิจารณาว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินลงทุนหรือไม่ หรือผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไป ซึ่งการประเมินค่าโครงการลงทุนสามารถแบ่งออกเป็น 2 วิธีใหญ่ ๆ คือ

3.1 การประเมินค่าโครงการลงทุนที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา ซึ่งประกอบด้วยวิธี 2 วิธี คือ

3.1.1 วิธีผลตอบแทนถั่วเฉลี่ย เป็นการคำนวณหาผลตอบแทนจากเงินที่ลงทุนไป โดยการนำกำไรสุทธิถั่วเฉลี่ยหารเงินลงทุนเฉลี่ย

3.1.2 ระยะเวลาคืนทุน คือระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุนของโครงการ

3.2 การประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา ซึ่งเป็นวิธีที่มีแนวคิดว่าเงินในแต่ละปีที่ได้รับมีมูลค่าไม่เท่ากัน แม้จะได้รับเป็นจำนวนเดียวกัน โดยวิธีการประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาสามารถจำแนกได้เป็น 3 วิธี คือ

3.2.1 วิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ เป็นการคำนวณผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุของโครงการกับเงินสดจ่ายลงทุน เพื่อศึกษาว่าการลงทุนในโครงการนี้จะมีกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ

3.2.2 อัตราผลตอบแทนของโครงการ เป็นการคำนวณหาอัตราส่วนลดหรืออัตราดอกเบี้ยที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิตลอดอายุของโครงการเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุน

3.2.3 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เพื่อพิจารณาอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน กับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายไปในการดำเนินโครงการ

4. การประเมินผลด้านการเงิน ภายใต้อิทธิพลของความไม่แน่นอน

4.1 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน เพื่อใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายคงที่ ค่าใช้จ่ายผันแปร และกำไร

4.2 การวิเคราะห์ความไว โดยต้องตัดสินใจเหตุการณ์ในอนาคตภายใต้เงื่อนไขต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงได้

โดยในการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการนี้ใช้การประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา ซึ่งพิจารณาค่าของเงินตามเวลา หรือพิจารณาเวลาเป็นปัจจัยที่มีค่าสำหรับค่าของเงิน ซึ่งการวิเคราะห์ประกอบด้วยวิธีที่ใช้ 3 วิธี คือ การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของโครงการ การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์

ในการวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนเพื่อดูว่าให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ อันได้แก่

1. การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ เพื่อศึกษาว่าการลงทุนในโครงการนี้จะมีกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ

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

โดยที่

KO	=	เงินลงทุน
B_t	=	ผลตอบแทนที่เกิดขึ้นในปีที่ 1,2,...n
C_t	=	ค่าต้นทุนดำเนินการที่เกิดขึ้นในปีที่ 1,2,...n
r	=	อัตราผลตอบแทนของโครงการ
t	=	ปีของโครงการคือปีที่ 1,2,...n
n	=	อายุของโครงการ

2. อัตราผลตอบแทนของโครงการ เพื่อศึกษาว่าผลตอบแทนของการลงทุนเป็นเท่าไร

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

โดยที่

B_t	=	ผลตอบแทนที่เกิดขึ้นในปีที่ 1,2,...n
C_t	=	ค่าต้นทุนดำเนินการที่เกิดขึ้นในปีที่ 1,2,...n
r	=	อัตราผลตอบแทนของโครงการ
t	=	ปีของโครงการคือปีที่ 1,2,...n
n	=	อายุของโครงการ

3. อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เพื่อพิจารณาอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายไปในการดำเนินโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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

โดยที่

- B_t = ผลตอบแทนที่เกิดขึ้นในปีที่ 1,2,... n
 C_t = ค่าต้นทุนดำเนินการที่เกิดขึ้นในปีที่ 1,2,... n
 r = อัตราผลตอบแทนของโครงการ
 t = ปีของโครงการคือปีที่ 1,2,... n
 n = อายุของโครงการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ประวัติและลักษณะการดำเนินการของมิสเตอร์โดนัท

ในบทนี้จะเป็นการกล่าวถึงประวัติความเป็นมาและลักษณะของการดำเนินการของแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ประกอบด้วยประเภทของแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ที่ดำเนินการอยู่ในประเทศไทย รูปแบบการดำเนินงานของร้านในระบบแฟรนไชส์ ขั้นตอนสำหรับการขอเข้าเป็นแฟรนไชส์ การพิจารณาคุณสมบัติของแฟรนไชส์ รวมถึงข้อดีและข้อเสียต่าง ๆ ของการเข้าเป็นแฟรนไชส์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประวัติของมิสเตอร์โดนัท

มิสเตอร์โดนัทได้เริ่มก่อตั้งสาขาแรกในเมืองบอสตัน ประเทศสหรัฐอเมริกา ในเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 1955 โดยนายเฮนรี วินเนอร์เกอร์ ซึ่งเริ่มแรกนั้น นายเฮนรี วินเนอร์เกอร์ได้เริ่มจากการขายที่เป็นร้านค้าข้างทาง จากนั้นเมื่อมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้นจึงเปิดเป็นร้านขายกาแฟและขนมโดนัท โดยมีชื่อว่า มิสเตอร์โดนัท จากนั้นในเดือนเมษายน ปี ค.ศ. 1971 สินค้าของมิสเตอร์โดนัท ได้เริ่มเข้าสู่ประเทศไทยเป็นครั้งแรก โดยนายเชยจิ ชูชุกิ เป็นผู้ริเริ่มและเป็นผู้ที่ก่อตั้งบริษัท และบริษัทในประเทศไทยก็ได้เป็นบริษัทแม่ในปัจจุบัน โดยมีสาขาอยู่เป็นจำนวนมากกว่า 1,500 สาขา (บุญสิน, 2544)

สำหรับมิสเตอร์โดนัทในประเทศไทยนั้นได้เข้ามาในประเทศไทยในเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2521 โดยคุณสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์ ซึ่งเป็นนับว่าเป็นแฟรนไชส์ชนิดแรกที่เข้ามาในประเทศไทย โดยที่มิสเตอร์โดนัทนั้นอยู่ในเครือของกลุ่มโรงแรมเซ็นทรัลกรุ๊ป ซึ่งมีสินค้าที่อยู่ในเครือของเซ็นทรัลกรุ๊ป นั้นได้แก่ ไก่ทอด เคเอฟซี แฮมเบอร์เกอร์ เบอร์เกอร์คิง และไอศกรีมบาสกิ้นโรบิน

ลักษณะการดำเนินการของแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท

ประเภทของแฟรนไชส์

ประเภทของแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัทที่อยู่ในประเทศไทยนั้นอยู่ในรูปแบบของแฟรนไชส์ธุรกิจ หรือแฟรนไชส์ในรูปแบบของบรรจุกฎณ์หรือเครื่องหมายการค้า คือ บริษัทหรือเจ้าของสิทธิ์เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะกำหนดระบบของการดำเนินธุรกิจให้ใช้เหมือนกันทั่วโลก ทั้งสินค้า เครื่องหมายการค้า วิธีบริหาร ระบบการเงิน ระบบงานต่าง ๆ รวมทั้งแผนการจัดการ และผู้ที่ซื้อสิทธิหรือแฟรนไชส์ จะต้องจ่ายเงินให้กับเจ้าของสิทธิโดยจะเป็นค่าธรรมเนียมเป็นปี ซึ่งแบ่งการชำระค่าแฟรนไชส์ออกเป็น 2 ระยะ คือ ในปีที่ 1-3 และ ในปีที่ 4-5 โดยที่ในปีที่ 1-3 ผู้ที่ซื้อสิทธิจะเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าในปีที่ 4-5

ซึ่งประเภทของแฟรนไชส์ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้ คือ

1. แฟรนไชส์ที่ให้สิทธิในตัวผลิตภัณฑ์หรือเครื่องหมายการค้า เพื่อการผลิตหรือจำหน่ายในตราสินค้านั้น ในแฟรนไชส์ประเภทนี้ เจ้าของสิทธิซึ่งเป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มักจะกำหนดมาตรฐานทางด้านคุณภาพต่าง ๆ ให้ผู้ซื้อสิทธิหรือเจ้าของกิจการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ผู้ซื้อสิทธิมักจะทำหน้าที่ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ในสัญญาแฟรนไชส์ประเภทนี้ มักจะไม่พบการจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นรายสัปดาห์หรือรายเดือน แต่อาจจะพบการหักผลตอบแทนเป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดขายหรือหักบางส่วนเข้ากองทุนของเจ้าของสิทธิเพื่อนำไปใช้จ่ายในการโฆษณา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อกิจการของผู้ซื้อสิทธิทั้งหมดที่อยู่ในระบบของแฟรนไชส์ โดยทั่วไปแล้วในระบบแฟรนไชส์ประเภทนี้ เจ้าของสิทธิมักมีรายได้หรือผลตอบแทนมาจากการคิดค่าไรต่อการขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ซื้อสิทธิในขั้นต้นแล้วคือ เหมือนให้ผู้ซื้อสิทธิเป็นตัวแทนในการกระจายสินค้า

ตัวอย่างของธุรกิจประเภทนี้ ได้แก่ บริษัทขายรถยนต์ ปิมน้ำมัน ร้านขายเครื่องคั้นประเภทน้ำอัดลมต่าง ๆ

2. ระบบแฟรนไชส์ที่เจ้าของสิทธิจะกำหนดระบบของการดำเนินธุรกิจให้ใช้เหมือนกันทั่วโลกทั้งสินค้า เครื่องหมายการค้า วิธีบริหาร ระบบการเงิน ระบบงานต่าง ๆ รวมทั้งแผนการจัดตั้ง

โดยส่วนมากแล้วผู้ซื้อสิทธิจะต้องจ่ายเงินสัมปทานก้อนแรกให้กับเจ้าของสิทธิและจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นรายเดือนหรือรายปีต่อไป เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ที่ได้รับจากเจ้าของสิทธิ คือ ผู้ซื้อสิทธิจะได้รับคู่มือการดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นด้านการบริหาร การตลาด การเงิน และการบัญชี รวมทั้งความช่วยเหลือในการฝึกอบรมพนักงาน การช่วยเหลือทำเลที่ตั้ง การช่วยจัดหาอุปกรณ์และผลประโยชน์พลอยได้จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของเจ้าของสิทธิ รวมทั้งความช่วยเหลือในรูปแบบอื่น ๆ ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แฟรนไชส์ประเภทนี้นอกจากจะพบในธุรกิจฟาสต์ฟู้ด ภัตตาคาร หรือร้านค้าสะดวกซื้อแล้ว ยังอาจพบได้ในธุรกิจซ่อมรถยนต์ ร้านขายอะไหล่ ร้านบริการซักแห้ง ร้านถ่ายรูป และธุรกิจอื่น ๆ อีกมากมาย

นอกจากนี้แฟรนไชส์อาจจะอยู่ในลักษณะการร่วมทุนกับเจ้าของสิทธิ (conversion franchising) ซึ่งอาจดำเนินการโดยใช้แฟรนไชส์ที่ให้สิทธิในตัวผลิตภัณฑ์หรือเครื่องหมายการค้าเพื่อการผลิตหรือจำหน่ายในตราสินค้านั้น หรือ ระบบแฟรนไชส์ที่เจ้าของสิทธิจะกำหนดระบบของการดำเนินธุรกิจให้ใช้เหมือนกันทั่วโลก ทั้งสินค้า เครื่องหมายการค้า วิธีบริหาร ระบบการเงิน ระบบงานต่าง ๆ รวมทั้งแผนการจัดตั้งก็ได้ ผู้ซื้อสิทธิที่มีเงินทุนจำกัดอาจเลือกลงทุนในแฟรนไชส์ประเภทนี้แต่มีผลเสียอยู่ที่ว่า ในการดำเนินงานนั้นจะถูกควบคุมจากเจ้าของสิทธิมากกว่าแบบปกติ และผลกำไรที่ได้จะต้องมีการแบ่งให้กับเจ้าของสิทธิด้วยในฐานะผู้เป็นหุ้นส่วน

รูปแบบการดำเนินงานของร้านมิสเตอร์โดนัทในระบบแฟรนไชส์

โดยสามารถแบ่งรูปแบบการดำเนินงานของร้านออกได้เป็น 3 รูปแบบ ได้แก่

1. ร้านเต็มรูปแบบ (full shop) คือ ร้านที่มีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ 80 ตารางเมตรขึ้นไป ซึ่งภายในร้านจะประกอบด้วย ส่วนของครัว พื้นที่ขาย และพื้นที่นั่ง โดยร้านประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นร้านของทางบริษัท คือ ในกรณีที่บริษัทเป็นผู้เปิด ลงทุน และดำเนินการเอง จะไม่เปิดสำหรับผู้เป็นแฟรนไชซี

2. ร้านแบบมีที่นั่ง (satellite) คือ ร้านที่มีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ 25 - 80 ตารางเมตร โดยภายในร้านจะมีพื้นที่สำหรับการขาย และการนั่งรับประทานภายในร้าน

โดยมีรายละเอียดของการลงทุนในรูปแบบร้านแบบมีที่นั่งดังนี้

2.1 ค่าใช้จ่ายในการประเมินวิเคราะห์สถานที่	3,000 บาท
2.2 ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ปีที่ 1 - 3	150,000 บาท
2.3 ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ปีที่ 4 - 5	80,000 บาท
2.4 ค่าตกแต่งภายใน	350,000 - 1,000,000 บาท
2.5 ค่าอุปกรณ์	400,000 บาท
เงินลงทุนเบื้องต้นประมาณ	700,000 - 1,100,000 บาท

3. ร้านขนาดเล็ก (kiosk) คือ ร้านที่มีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ 10 - 16 ตารางเมตร ซึ่งภายในร้านจะมีพื้นที่สำหรับการขายเพียงอย่างเดียว

โดยมีรายละเอียดของการลงทุนในรูปแบบร้านขนาดเล็ก มีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 ค่าใช้จ่ายในการประเมินวิเคราะห์สถานที่	3,000 บาท
3.2 ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ปีที่ 1 - 3	100,000 บาท
3.3 ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ปีที่ 4 - 5	50,000 บาท
3.4 ค่าตกแต่งภายใน	100,000 - 280,000 บาท
3.5 ค่าอุปกรณ์	220,000 บาท
เงินลงทุนเบื้องต้นประมาณ	470,000 - 650,000 บาท

หลักในการบริหารงานนั้นมิตเตอร์โดนัทจะมุ่งเน้นในหลักการบริหาร 3 อย่าง คือ

1. หลักของคุณภาพ (quality) โดยจะเสนอสินค้าที่มีคุณภาพสูงสุดให้แก่ลูกค้า คือ การผลิตโดนัทที่อร่อยและมีคุณภาพดีมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ
2. การบริการ (service) โดยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและแสดงถึงความตั้งใจที่จะให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจและความกระตือรือร้นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ
3. หลักของความสะอาด (cleanliness) โดยให้ความสำคัญกับการรักษาความสะอาดในทุกส่วนของร้าน ตั้งแต่หน้าร้าน ในครัว ไปจนถึงห้องเก็บดูแลการผลิตสินค้า การเก็บรักษาและการเสนอขายลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกมั่นใจและสบายใจในการซื้อสินค้า ซึ่งในเรื่องนี้ทางบริษัทจะทำการควบคุมคุณภาพโดยการส่งพนักงานของทางบริษัทมาเป็นผู้ตรวจสอบในแต่ละสาขาอย่างสม่ำเสมอ

ขั้นตอนสำหรับการขอเข้าเป็นแฟรนไชส์

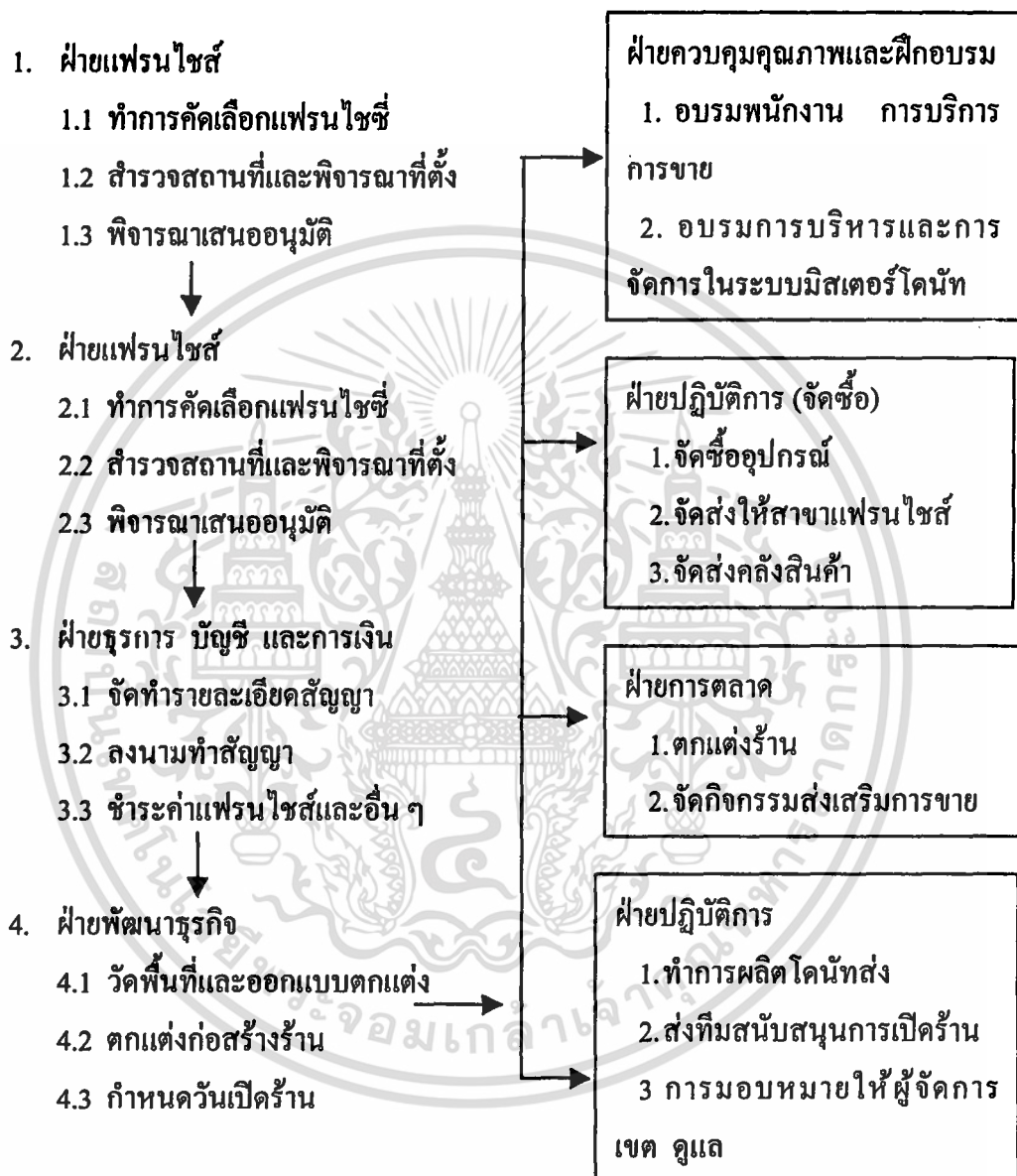
ในการขอเข้าเป็นแฟรนไชส์ของแฟรนไชส์มิตเตอร์โดนัทนั้นผู้ที่มีความสนใจในการลงทุนนั้นจะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. การยื่นความจำนงมายังบริษัท ไทยแฟรนไชส์ จำกัด โดยทางบริษัทจะทำการจัดส่งใบสมัครและใบขออนุญาตการจัดตั้งแฟรนไชส์ให้แก่ผู้ที่สนใจ
2. การกรอกใบสมัครและการจัดทำใบขออนุญาตการจัดตั้งแฟรนไชส์ในสถานที่ หรือทำเลที่ตั้งที่ผู้ลงทุนมีความสนใจซึ่งจะมีรายละเอียดเกี่ยวกับที่ตั้งของร้าน ขนาดของร้าน ชนิดของทำเลที่ตั้งว่าอยู่ในแหล่งใด เช่น และรูปแบบของร้านที่ต้องการลงทุน
3. ทางบริษัทจะทำการคัดเลือกแฟรนไชส์ที่มีข้อมูลครบถ้วนและมีคุณสมบัติที่เหมาะสมโดยพิจารณาจากรายละเอียดเอกสารต่าง ๆ ที่ผู้สนใจส่งมา (ภาคผนวก ข)
4. บริษัททำการจัดส่งพนักงานที่อยู่ในฝ่ายแฟรนไชส์ไปทำการสำรวจและพิจารณาทำเลที่ตั้งเพื่อที่จะทำการพิจารณาเสนออนุมัติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ทางบริษัทจัดทำรายละเอียดของสัญญา ทำการลงนามการทำสัญญา และการชำระค่าแฟรนไชส์และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

ซึ่งในการดำเนินการสำหรับการเปิดร้านแฟรนไชส์นั้นมีขั้นตอนดังนี้ (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการดำเนินการสำหรับการเปิดร้านแฟรนไชส์

ที่มา: (บุญสิน, 2544)

โดยที่ขั้นตอนต่าง ๆ นี้มีระยะเวลาการดำเนินการดังนี้

1. การวัดพื้นที่ ใช้ระยะเวลาประมาณ 2 วัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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

ซึ่งในการเข้าเป็นแฟรนไชส์นั้นต้องมีการเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ ก่อนการทำสัญญา ดังนี้ คือ

1. ในด้านของรายละเอียดและข้อมูลในการจัดทำสัญญา โดยที่มีการจัดเตรียมไว้ล่วงหน้า 3 วัน และผู้ที่เข้าเป็นแฟรนไชส์ต้องเตรียมรายละเอียดของเอกสารต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบในการทำสัญญาให้พร้อมในการวันทำสัญญา (ภาคผนวก ข)

- 1.1 ชื่อ ที่อยู่ของผู้ลงนามในสัญญา
- 1.2 สถานที่และที่อยู่ที่จะเปิดร้านแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท
- 1.3 วันที่เริ่มต้นในสัญญา
- 1.4 การระบุประเภทของร้านค้าที่จะเปิด
2. ในด้านที่เกี่ยวกับกฎหมาย คือ ใบอนุญาตที่ใช้ประกอบกิจการ
 - 2.1 การจดทะเบียนการค้า (โดยจัดที่กระทรวงพาณิชย์)
 - 2.2 การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม
 - 2.3 การจดทะเบียนเพิ่มสาขา
 - 2.4 การทำหนังสือขออนุมัติใช้เครื่องเก็บเงิน
 - 2.5 ทำการจดทะเบียนสรรพสามิต สำหรับเครื่องทำน้ำหวาน
 - 2.6 การขอยกเว้นภาษีเครื่องคีม
 - 2.7 ทำใบอนุญาตการจำหน่ายอาหาร

การพิจารณาคุณสมบัติของแฟรนไชส์

โดยทางบริษัทมีการพิจารณาถึงคุณสมบัติของแฟรนไชส์ที่ต้องการ ในการเปิดร้านแฟรนไชส์ของมิสเตอร์โดนัท คือ

1. มีความตั้งใจจริงที่จะดำเนินธุรกิจที่ต้องการ
2. ต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจที่มีชื่อเสียง มีรูปแบบที่ทันสมัย เข้ากับวิถีของคนรุ่นใหม่
3. มีใจรักงานบริการ และเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง
4. มีเงินลงทุนตั้งแต่ 500,000 บาทขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. มีสถานที่หรือทำเลที่ดี

ข้อดีและข้อเสียของการเข้าเป็นแฟนไชซี

ข้อดีของการเข้าเป็นแฟนไชซี

1. ช่วยลดความเสี่ยงของการที่จะตั้งธุรกิจขึ้นมา และทำให้คนยอมรับได้ง่ายขึ้นเพราะลูกค้าได้รู้จักในชื่อของสินค้าอยู่ก่อนแล้ว โดยที่ผู้ซื้อสินค้านั้นไม่ต้องสร้างชื่อเสียงใหม่
2. ในด้านของทุนในการดำเนินธุรกิจนั้นจะใช้เงินจำนวนไม่มาก เพราะว่าเจ้าของสิทธิ์จะมีการให้การช่วยเหลือและการปรึกษา
3. ได้รับคำแนะนำต่าง ๆ จากเจ้าของสิทธิ์ทำให้ผู้ซื้อสิทธิ์มีประสบการณ์มากขึ้น
4. การให้ความช่วยเหลือในด้านของการจัดการ การตลาด และการส่งเสริมการขาย
6. การเลือกแฟนไชซีที่มีค่าธรรมเนียมไม่มากจนเกินไป และมีการจัดการที่ดีเกี่ยวกับการส่งสินค้ามาจำหน่าย ผู้ซื้อสิทธิ์สามารถที่จะคาดหวังในส่วนของกำไรที่น่าพอใจ

ข้อเสียของการเข้าเป็นแฟนไชซี

1. ต้องอยู่ในการควบคุมของบริษัทแม่ ทำให้ขาดความเป็นอิสระในการดำเนินงานเพราะผู้ซื้อสิทธิ์ต้องปฏิบัติตามรูปแบบการดำเนินงานของเจ้าของสิทธิ์
2. การเข้าเป็นแฟนไชซี จะต้องชำระค่าตอบแทนให้แก่เจ้าของสิทธิ์หรือแฟนไชเซอร์ อาจทำให้ผลตอบแทนที่ได้น้อยลง
3. ในการดำเนินการในระบบแฟนไชซีนั้นต้องมีการดำเนินการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้ผู้ซื้อสิทธิ์ไม่ค่อยได้ใช้ความคิดของตนเอง

ซึ่งในการเปิดร้านแฟรนไชส์นั้นมีรายการของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่จัดจำหน่ายภายในร้านซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์โคนัท อาหารว่าง และเครื่องดื่มต่าง ๆ ไว้สำหรับบริการให้แก่ลูกค้า (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ราคาขายสินค้าต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ภายในร้าน (บาท)

รายการผลิตภัณฑ์	ราคา
ผลิตภัณฑ์โคนัท	
โคนัทชนิดต่าง ๆ	9.00
โคนัทชนิดลูก ขนาดเล็ก	4.00
มัฟฟินและเพนซีโคนัท	12.00
อาหารว่างอื่น ๆ	
ครัวซอง	30.00
พายไส้กรอกไก่	12.00
ขนมปังเนื้อโคนัทสอดไส้ต่าง ๆ	30.00
สินค้าประเภทเครื่องดื่ม	
น้ำอัดลม , ฟรุ๊ตพรีนซ์ , น้ำส้ม (ขนาดเล็ก)	18.00
น้ำอัดลม , ฟรุ๊ตพรีนซ์ , น้ำส้ม (ขนาดใหญ่)	21.00
กาแฟร้อน,ชาร้อน	17.00
กาแฟเย็น,ช็อคโกแลตเย็น (ขนาดเล็ก)	23.00
กาแฟเย็น,ช็อคโกแลตเย็น (ขนาดใหญ่)	25.00

ที่มา: (บุญสิน, 2544)

บทที่ 4

ผลการศึกษาความเป็นไปได้

ในบทนี้จะเสนอผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โคนัทในเขตลาดกระบัง โดยการศึกษาจะแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ การศึกษาในด้านของการตลาด ซึ่งจะพิจารณาเกี่ยวกับสถานะตลาด การศึกษาส่วนแบ่งตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการพยากรณ์ยอดขายของโครงการ การศึกษาด้านเทคนิคนั้นพิจารณาเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของโครงการ และในด้านของการศึกษาทางการเงิน จะพิจารณาประเมินค่าของโครงการลงทุน ซึ่งใช้วิธีการศึกษา 3 วิธี คือ การหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ หาอัตราผลตอบแทนของโครงการ และการหาอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เพื่อทราบถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไรของโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การศึกษาด้านตลาด

การศึกษาคือความเป็นไปได้ทางการตลาดของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โคนัทในเขตลาดกระบัง ประกอบการวิเคราะห์สถานะตลาด การศึกษาส่วนแบ่งตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด การประมาณการยอดขายของโครงการ และการสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด

การวิเคราะห์สถานะตลาด

การศึกษาค้นคว้าได้ทำการศึกษาคือความเป็นไปได้ทางการตลาดของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โคนัทในเขตลาดกระบัง ซึ่งเป็นเขตที่มีจำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎรทั้งหมด 116,844 คน โดยช่วงอายุที่มีประชากรมากที่สุดนั้นอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี คือ มีจำนวนเท่ากับ 24,984 คน (ตารางที่ 4) และในเขตนี้มีประชากรเพิ่มขึ้นในอัตราที่ค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎรตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 ซึ่งมีประชากรเพียง 95,643 คน (ตารางที่ 5) โดยคิดเป็นอัตราการเพิ่มของประชากรร้อยละ 5.91 ต่อปี (ภาคผนวก ง)

โดยที่ในเขตนี้นั้นประกอบด้วยแขวงต่าง ๆ ทั้งหมด 6 แขวงดังต่อไปนี้ คือ แขวงลาดกระบัง แขวงทับยาว แขวงลำปลาทิว แขวงคลองสองต้นนุ่น แขวงสามประเวศ และ แขวงชุมทอง

ตารางที่ 4 จำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎรในเขตลาดกระบัง ปี พ.ศ. 2543

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวนประชากร (คน)
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10	21,101
11 - 20	20,151
21 - 30	24,984
31 - 40	16,268
41 - 50	7,387
51 - 60	4,702
มากกว่า 60	2,736

ที่มา: (สำนักงานเขตลาดกระบัง, 2543)

ตารางที่ 5 จำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎรในเขตลาดกระบัง ปี พ.ศ. 2539 – 2543 (คน)

ปี พ.ศ.	2539	2540	2541	2542	2543
จำนวนประชากร	95,634	102,562	108,017	112,967	116,844

ที่มา: (สำนักงานเขตลาดกระบัง, 2543)

โดยเขตลาดกระบังเป็นเขตที่ติดต่อกับเขตพัฒนาชายฝั่งภาคตะวันออก จึงมีโครงการอุตสาหกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้นมาก ไม่ว่าจะเป็นของรัฐบาลหรือเอกชน เช่น นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง โครงการก่อสร้างสถานีบรรจุและแยกกล่องสินค้าลาดกระบัง จึงมีผลทำให้การพัฒนาเขตเป็นไปอย่างรวดเร็ว โดยมีการพัฒนาลักษณะของเมืองในลักษณะของเมืองอุตสาหกรรมทำให้มีประชากรเข้ามาอยู่เป็นจำนวนมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากสถิติข้างต้นแสดงให้เห็นว่า โอกาสทางการตลาดนั้นมีค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากรในช่วงอายุที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ ในกลุ่มของวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน และอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรในพื้นที่เขตนี้ (ตารางที่ 6) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าควรมีการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัทในเขตลาดกระบัง

ตารางที่ 6 การพยากรณ์จำนวนประชากรในเขตลาดกระบัง ปี พ.ศ. 2544 - 2548 (คน)

ปี พ.ศ.	2544	2545	2546	2547	2548
จำนวนประชากร	123,586	129,171	134,755	140,340	145,924

ที่มา: (การคำนวณจากตารางที่ 5)

การศึกษาส่วนแบ่งตลาด

ส่วนแบ่งตลาด เป็นความสามารถของธุรกิจหรือโครงการในอันที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาดที่พิจารณา คือ การแข่งขัน ซึ่งพิจารณาจากร้านค้าที่ขายผลิตภัณฑ์ประเภทโดนัทที่อยู่ในเขตลาดกระบัง พบว่า ไม่มีร้านค้าที่ขายผลิตภัณฑ์ประเภทโดนัทอยู่ในเขตลาดกระบัง และยังไม่มีการขยสิทธิ์ในการเปิดร้านแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัทในเขตนี้ (บุญสิน, 2544) โดยที่ธุรกิจฟาสต์ฟู้ดที่อยู่ในเขตนี้ นั้นเป็นฟาสต์ฟู้ดในลักษณะของฟาสต์ฟู้ดอาหารทานอิมซึ่งได้แก่ พิซซัชัท ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกับผลิตภัณฑ์ประเภทโดนัทซึ่งจะอยู่ในลักษณะของอาหารว่าง ทำให้เกิดโอกาสที่จะเปิดธุรกิจประเภทนี้ได้ เมื่อพิจารณาในด้านของการแข่งขัน

การพยากรณ์ความต้องการของตลาด

การพยากรณ์ความต้องการของตลาด เป็นการพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาด โดยการพยากรณ์ความต้องการของตลาดนั้นคาดการณ์ว่า โครงการจะมียอดขายที่เพิ่มขึ้นในช่วงปีที่ 2 - 5 เมื่อพิจารณาตามอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร ซึ่งพิจารณาจาก

1. ผลิตภัณฑ์ ในด้านของผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายในร้านจะประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์โดนัทในรูปแบบต่าง ๆ เครื่องดื่ม และอาหารว่างอื่น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กลุ่มของผู้บริโภค เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในเขตลาดกระบัง ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่เด็กวัยรุ่น ตลอดจนวัยทำงาน โดยที่ผู้บริโภคกลุ่มหลักนั้นคือ กลุ่มของวัยรุ่น และวัยทำงาน หรือกลุ่มของผู้บริโภคที่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 11 – 40 ปี

3. ขอบเขตพื้นที่ ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาปริมาณความต้องการของตลาดในเขตลาดกระบัง ซึ่งเป็นการศึกษาในทำเลที่ตั้งบริเวณแขวงลาดกระบัง เป็นอาคารพาณิชย์และมีการลงทุนในรูปแบบร้านแบบที่มีพื้นที่สำหรับการขายและการนั่งทานในร้าน

4. ระยะเวลา โดยมีช่วงระยะเวลาที่ทำการพยากรณ์ความต้องการเป็นระยะเวลา 5 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาของสัญญาการดำเนินการ คือ ในระหว่างปี พ.ศ. 2544 - 2548

5. โปรแกรมทางการตลาด เป็นการพิจารณาจากการจัดงบประมาณทางการตลาด ซึ่งทางบริษัทแม่เป็นผู้ที่จัดทำในด้านของการตลาดตั้งแต่วันเปิดร้าน โดยจะมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น แจกลูกโป่ง การแจกใบปลิวเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ร้าน

ในด้านของการส่งเสริมการขายนั้น ได้จัดให้มีอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการตอบแทนลูกค้า และเพิ่มยอดขายสินค้า โดยส่งเสริมการขายจะมีในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

5.1 การลดราคา

5.2 การจัดให้มีการแลกซื้อสินค้าพิเศษต่าง ๆ

5.3 การแจกของแถม

5.4 การแถมสินค้าพิเศษ เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าในรายการที่กำหนด

รวมทั้งการพัฒนาในด้านของผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาในด้านความหลากหลายและในด้านขนาดของผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาในด้านรูปแบบการให้บริการแก่ลูกค้า โดยเริ่มมีการพัฒนาเป็นแบบให้ลูกค้าบริการตนเองในการเลือกซื้อสินค้า

การประมาณการยอดขายสินค้า

เมื่อได้มีการวิเคราะห์สภาวะตลาด พยากรณ์ความต้องการของตลาดผลิตภัณฑ์แล้ว จึงทำการพยากรณ์ยอดขายสินค้าของโครงการ และทำการประมาณการยอดขายสินค้า

ยอดขายในปีที่หนึ่งนั้นสามารถคำนวณได้จาก การนำอัตรายอดขายซึ่งคิดเป็นอัตราส่วนต่อจำนวนประชากร คือ ประมาณ 1.28 (บุญสิน, 2544) นำอัตรานี้ไปคูณกับจำนวนประชากรในเขตพื้นที่ในปีที่ผ่านมา คือ ปี พ.ศ. 2543 ซึ่งมีจำนวนประชากรเท่ากับ 116,844 คน (ตารางที่ 5) จะได้ยอดขายใน 1 เดือน จากนั้นทำให้เป็นยอดขายใน 1 ปี ซึ่งได้ยอดขายที่มีมูลค่าเท่ากับ 1,800,000 บาท และในปีต่อมานั้นจะใช้อัตราการเพิ่มโดยเฉลี่ยของจำนวน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชากรในเขตพื้นที่ลาดกระบัง คือ ร้อยละ 5.91 มาทำการประมาณการยอดขายที่เพิ่มขึ้น (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 การประมาณการยอดขายของโครงการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 - 2548

ปีที่	ยอดขายที่ ประมาณการในปี ก่อนหน้า (บาท)	อัตราการเพิ่มของ ประชากรในเขต ต่อปี (ร้อยละ)	ยอดขายที่เพิ่มขึ้น (บาท)	ยอดขายที่ ประมาณการ (บาท)
1	1,800,000.00	5.91	106,380.00	1,906,380.00
2	1,906,380.00	5.91	112,667.06	2,019,047.06
3	2,019,047.06	5.91	119,325.68	2,138,372.74
4	2,138,372.74	5.91	126,377.83	2,264,750.57
5	2,264,750.57	5.91	133,846.76	2,398,597.33

ที่มา: (จากการคำนวณ)

การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด

จากการศึกษาสภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ โคนัท ในเขตลาดกระบังนั้นพบว่า เป็นตลาดที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ เมื่อพิจารณาจากจำนวนของประชากรและกลุ่มลูกค้าโดยที่ประชากรที่อยู่ในช่วงอายุที่เป็นกลุ่มลูกค้านั้นมีค่อนข้างสูง และมีโอกาสในการเจริญเติบโต เมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งการตลาด เนื่องจากสภาวะการแข่งขันในเขตนี้ปราศจากคู่แข่งกันในผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน จึงสรุปการศึกษาด้านการตลาดว่ามีเป็นไปได้ในการตั้งร้านแฟรนไชส์ มิสเตอร์โคนัท ในเขตลาดกระบังและควรมีการศึกษาทางด้านเทคนิคและทางการเงินต่อไปเพื่อประกอบการตัดสินใจ

การศึกษาด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค เป็นการศึกษาว่าการที่จะผลิตผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายนั้นมีความเป็นไปได้ทางเทคนิคหรือไม่ โดยการศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิคของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการลงทุนในแฟรนไชส์มิสเตอร์โคนัท ในเขตลาดกระบังเป็นการพิจารณาจากปัจจัยในด้านของทำเลที่ตั้งของโครงการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ทำเลที่ตั้ง

ในการกำหนดทำเลที่ตั้งมีปัจจัยที่จำเป็นต้องคำนึงถึงเพราะจะมีผลกระทบต่อการค้าสินใจทางธุรกิจ โดยปัจจัยที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาเกี่ยวกับการผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อการผลิต ได้แก่

1. สถานที่ เป็นอาคารพาณิชย์ 2 ชั้น ซึ่งมีขนาดพื้นที่ประมาณ 25 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณซอยจินดาภิเษก ถนนอ่อนนุช แขวงลาดกระบัง ในเขตลาดกระบัง

2. แรงงาน ในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการจำเป็นต้องคำนึงถึงปริมาณและคุณภาพของแรงงาน และพิจารณาทักษะและความรู้ความสามารถของแรงงานที่ต้องการ โดยมีแรงงานที่ต้องการในโครงการนี้จำนวนทั้งสิ้น 4 คน อันประกอบด้วย

2.1 ผู้บริหารหรือผู้จัดการร้าน จำนวน 1 คน ซึ่งจะเป็นผู้ดูแลและควบคุมการดำเนินงานภายในร้าน รวมทั้งในด้านการเงิน โดยจะต้องมีความรู้ความสามารถในการบริหารงานและผ่านการอบรมการจัดการและการบริหารงานในระบบของมิสเตอร์โคนัท โดยได้รับเงินเดือน ๆ ละ 10,000 บาท

2.2 พนักงานขายจำนวน 3 คน โดยจะต้องมีความรู้อย่างต่ำในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 และได้รับการอบรมพนักงาน ในด้านการบริการและการขาย จากบริษัทเจ้าของสิทธิ์ ซึ่งพนักงานขายจะมีหน้าที่ในการขายสินค้า ให้บริการแก่ลูกค้า และดูแลเกี่ยวกับความสะอาดภายในร้านรวมถึงการเตรียมความพร้อมในด้านอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งพนักงานขายจะได้รับเงินเดือนในอัตราเดือนละ 5,500 บาท

โดยในด้านของแรงงานนั้นผู้บริหารหรือผู้จัดการร้าน คือ แฟรนไชซีที่ได้รับการอบรมการจัดการและการบริหารงานในระบบของมิสเตอร์โคนัท ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้หรือปฏิบัติงานโดยไม่มีประสบการณ์ และในด้านของพนักงานขายที่ปฏิบัติงานภายในร้านนั้น ในเขตลาดกระบังเป็นเขตอุตสาหกรรมจึงทำให้มีแรงงานเข้ามาทำงานเป็นจำนวนมาก จึงทำให้การรับสมัครจากบุคคลที่อยู่ในพื้นที่เป็นการลดปัญหาในการจัดหาแรงงาน เช่น ในด้านของค่าใช้จ่าย จากนั้นจึงให้แรงงานที่ได้รับการคัดเลือกเข้ารับการอบรมพนักงาน

3. วัตถุดิบ ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โคนัทภายในร้านจะเป็นการรับผลิตภัณฑ์สำเร็จแล้วจากครัวที่เป็นแหล่งที่ใกล้กับเขตของร้านมากที่สุด คือ ครัวใหญ่ที่อยู่ในบริเวณอนุสาวรีย์ชัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมรรถมิ โดยทางบริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์จะเป็นผู้จัดการให้ครัวจัดส่งให้ตามปริมาณที่ทางร้านต้องการ โดยจะใช้เวลาในการจัดส่งจากครัวถึงร้านในระยะเวลาประมาณ 30 นาที

4. การขนส่ง การขนส่งนั้นจะทำการขนส่งวัตถุดิบจากครัวใหญ่ที่อยู่ในบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ มายังบริเวณร้านในเขตลาดกระบังซึ่งจะเสียค่าใช้จ่ายประมาณ 1,600 บาท

5. สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ตั้งร้านที่อยู่ในบริเวณแหล่งชุมชนและเขตอุตสาหกรรมทำให้มีการสาธารณูปโภคที่ค่อนข้างพร้อม ในเรื่องของการไฟฟ้า ประปา และโทรศัพท์

การสรุปผลการศึกษาด้านเทคนิค

จากการศึกษาทางด้านเทคนิคของการตั้งร้านแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัทในเขตลาดกระบังนั้น พบว่า มีความเป็นไปได้ในด้านของทำเลที่ตั้ง โดยพิจารณาจากด้านของแรงงานที่เป็นการจัดหาแรงงานจากภายในเขตพื้นที่เนื่องจากมีแรงงานเข้ามาทำงานในเขตนี้เป็นจำนวนมาก จึงเป็นการลดปัญหาในด้านค่าใช้จ่ายและการจัดหาแรงงาน ทางด้านการสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นในการประกอบการแล้วพบว่า สามารถที่จะทำการประกอบธุรกิจในพื้นที่เขตนี้ได้ เนื่องจากเป็นเขตอุตสาหกรรมทำให้มีสาธารณูปโภคต่าง ๆ ค่อนข้างที่จะมากพอ

การประมาณการด้านการเงินของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เป็นกิจกรรมที่จะต้องทำล่วงหน้าก่อนที่โครงการจะเกิดขึ้นจริง ดังนั้นจึงต้องมีการประมาณการด้านการเงินของโครงการ ซึ่งก็คือ การประมาณการค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนที่จะได้รับจากการทำโครงการนั้น ๆ การประมาณการค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนของโครงการจะเป็นข้อมูลสำคัญที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงิน ซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหารว่า โครงการดังกล่าวควรลงทุนหรือไม่

โดยการประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการนี้มีมูลค่าทั้งสิ้น 1,013,000 บาท ซึ่งเงินลงทุนในโครงการส่วนใหญ่มักเป็นเงินลงทุนในปีปัจจุบัน (ปีที่ 0) หรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า เงินลงทุนเริ่มแรก (ตารางที่ 8)

การประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้านและการประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารนั้นคำนวณเป็นร้อยละจากยอดขาย โดยค่าผลิตภัณฑ์โดนัทที่ขายภายในร้านรวมกับค่าผลิตภัณฑ์ที่ทางร้านขายไม่หมดและทางบริษัทไม่มีการรับซื้อคืนอีกร้อยละ 6 คิดเป็นค่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์โค่นท์ทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 47 ค่าผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มร้อยละ 10 ค่าบรรจุภัณฑ์ร้อยละ 5.30 ค่าการจัดส่งคิดเป็นร้อยละ 1 จากยอดขาย (ตารางที่ 9)

การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ได้แก่ ค่าไฟฟ้า - น้ำประปาคิดเป็นร้อยละ 4 ค่าโทรศัพท์ ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารอื่นๆ เป็นร้อยละ 1 จากยอดขาย ซึ่งอาคารที่ใช้ดำเนินการนั้นมีอัตราค่าเช่าอัตราเดือนละ 7,000 บาท (ตารางที่ 10) จากนั้นจึงนำค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารไปคำนวณหาค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ตารางที่ 11) และในการประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ เป็นการประมาณการโดยไม่คำนึงถึงแหล่งเงินทุนจากภายนอก โดยที่กระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ คือ ผลต่างระหว่างกระแสเงินสดรับกับกระแสเงินสดจ่ายของโครงการในแต่ละปี (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 8 การประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ (บาท)

รายการ	ปีที่ 0
1. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างตกแต่งภายใน	350,000.00
ค่าอุปกรณ์	400,000.00
2. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	
ค่าใช้จ่ายในการประเมินวิเคราะห์สถานที่	3,000.00
ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ปีที่ 1 – 3	150,000.00
ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ปีที่ 4 – 5	80,000.00
3. เงินทุนหมุนเวียน	30,000.00
รวม	1,013,000.00

ที่มา: (บุญสิน, 2544)

ตารางที่ 9 การประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้าน

รายการ		ค่าใช้จ่ายคิดเป็นร้อยละจากยอดขาย				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย (บาท)	ร้อยละ	1,906,380.00	2,019,047.06	2,138,372.74	2,264,750.57	2,398,597.33
1. ค่าผลิตภัณฑ์โคนัท	47.00	895,998.60	948,952.12	1,005,035.19	1,064,432.77	1,127,340.75
2. ค่าผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	10.00	190,638.00	201,904.71	213,837.27	226,475.06	239,859.73
3. ค่าบรรจุภัณฑ์	5.30	101,038.14	107,009.49	113,333.76	120,031.78	127,125.66
4. ค่าการจัดส่ง	1.00	19,063.80	20,190.47	21,383.73	22,647.51	23,985.97
รวม		1,206,738.54	1,278,056.79	1,353,589.94	1,433,587.11	1,518,312.11

ที่มา: (บุญสิน, 2544)

ตารางที่ 10 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการขาย					
เงินเดือนพนักงานขาย	198,000.00	198,000.00	198,000.00	198,000.00	198,000.00
ค่าไฟฟ้า-น้ำประปา	76,255.20	80,761.88	85,534.88	90,590.02	95,943.89
ค่าโทรศัพท์	19,063.80	20,190.47	21,383.73	22,647.51	23,985.97
ค่าใช้จ่ายในการขายอื่น ๆ	19,063.80	20,190.47	21,383.73	22,647.51	23,985.97
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร					
เงินเดือนผู้บริหาร	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00
ค่าเช่าอาคาร	84,000.00	84,000.00	84,000.00	84,000.00	84,000.00
ค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่น ๆ	19,063.80	20,190.47	21,383.73	22,647.51	23,985.97
รวม	535,446.60	543,333.29	551,686.07	560,532.55	569,901.80

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 11 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายภายในร้าน					
ค่าผลิตภัณฑ์โดนัท	895,998.60	948,952.12	1,005,035.19	1,064,432.77	1,127,340.75
ค่าผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	190,638.00	201,904.71	213,837.27	226,475.06	239,859.73
ค่าบรรจุภัณฑ์	101,038.14	107,009.49	113,333.76	120,031.78	127,125.66
ค่าการจัดส่ง	19,063.80	20,190.47	21,383.73	22,647.51	23,985.97
รวม	1,206,738.54	1,278,056.79	1,353,589.94	1,433,587.11	1,518,312.11
2. ค่าใช้จ่ายในการขาย	312,382.80	319,142.82	326,302.34	333,885.04	341,915.83
3. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	223,063.80	224,190.47	225,383.73	226,647.51	227,985.97
รวม	1,742,185.14	1,821,340.08	1,905,276.01	1,994,119.66	2,088,213.91

ที่มา: (จากการคำนวณในตารางที่ 9 และ 10)

การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ด้านการเงินจะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไร เพื่อให้ผู้ประกอบธุรกิจเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใด ๆ กับโครงการ การวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการใช้การประเมินค่าการลงทุนเพื่อพิจารณาว่าโครงการให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินลงทุนหรือไม่ โดยใช้การประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา ซึ่งวิธีของการประเมินนั้นสามารถจำแนกได้เป็น 3 วิธี คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนของโครงการ และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน โดยที่ผลของการประเมินค่าการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาทั้ง 3 วิธีนั้นสามารถพิจารณาได้ดังนี้ (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ผลการประเมินค่าการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา

วิธีการประเมินค่าการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ
1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ¹ (บาท)	-193,079.99
2. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (ร้อยละ)	4.62
3. อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน ¹ (เท่า)	0.81

หมายเหตุ¹ เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 12 ที่มา: (จากการคำนวณในภาคผนวก ค)

ซึ่งสามารถอธิบายผลของการประเมินค่าการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาได้ดังต่อไปนี้

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ คือ ผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละปี ตลอดอายุของโครงการกับเงินสดจ่ายลงทุน โดยในกรณีที่มูลค่าปัจจุบันของโครงการที่ได้นั้นมีค่าเท่ากับศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนเท่ากับต้นทุนกล่าวคือโครงการไม่มีกำไรและไม่ขาดทุน ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการนั้นมีค่าเป็นบวกหรือมากกว่าศูนย์แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุน โครงการมีกำไร และในกรณีที่มูลค่าปัจจุบันของโครงการมีค่าเป็นลบหรือน้อยกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุน โครงการนั้นขาดทุน

ซึ่งมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท บริเวณเขตลาดกระบัง เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการ คือ เท่ากับร้อยละ 12 ได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีมูลค่าเป็นลบเท่ากับ 193,079.99 หรือประมาณ 193,080 บาท (ภาคผนวก ค) แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้มีค่าน้อยกว่าต้นทุน จึงสรุปได้ว่าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน เมื่อพิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ และผลที่ได้นี้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) เพื่อศึกษาว่าผลตอบแทนของการลงทุนเป็นเท่าไรโดยคำนวณหาอัตราส่วนลดหรืออัตราดอกเบี้ยที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการตลอดอายุของโครงการมีค่าเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุน

โดยอัตราผลตอบแทนของโครงการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ในเขตลาดกระบังมีค่าเท่ากับร้อยละ 4.62 (ภาคผนวก ค) ซึ่งน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการคือ ร้อยละ 12 จึงสรุปได้ว่าไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน และไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้คือ อัตราผลตอบแทนของโครงการมีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในท้องตลาด

3. อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio : BCR) หมายถึง อัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายไปในการดำเนินโครงการในทางธุรกิจเรียกอัตราส่วนนี้ว่าดัชนีการทำการ

โดยในกรณีที่อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่ได้มีค่าเท่ากับหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนเท่ากับต้นทุนคือ โครงการไม่มีกำไรและไม่ขาดทุน ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการนั้นมีค่ามากกว่าหนึ่งแสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุน โครงการมีกำไร และในกรณีที่อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการมีค่าน้อยกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุน โครงการนั้นขาดทุน

ซึ่งอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนหรือดัชนีการทำการของโครงการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ในเขตลาดกระบัง มีค่าน้อยกว่าหนึ่ง ซึ่งเท่ากับ 0.81 เท่า (ภาคผนวก ค) แสดงว่าผลตอบแทนมีค่าน้อยกว่าต้นทุน หรือโครงการขาดทุน จึงสรุปได้ว่าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงินเมื่อพิจารณาจากอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนและไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้คือ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนมีค่ามากกว่าหนึ่ง

สรุปผลการศึกษาด้านการเงิน

จากการประเมินค่าโครงการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท บริเวณเขตลาดกระบัง

โดยวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิต่างที่ได้นั้นมีค่าเป็นลบ คือ เท่ากับ -193,079.99 อัตราผลตอบแทนของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการมีค่าเท่ากับร้อยละ 4.62 และมีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 0.81 เท่า โครงการนี้จึงไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน เมื่อพิจารณาจากผลตอบแทนทางการเงิน ซึ่งได้จากการประเมินค่าโครงการลงทุน และผลตอบแทนทางการเงินของโครงการที่ได้นั้นไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้คือ การลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ในเขตลาดกระบังมีมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิที่มากกว่าศูนย์ มีอัตราผลตอบแทนของโครงการที่มีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในท้องถิ่นและมีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนที่มีค่ามากกว่าหนึ่ง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

เนื่องจากสภาพปัญหาการจราจร และการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมือง ทำให้อาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้นและจากความสะดวกที่ได้รับในการบริโภค จึงทำให้ธุรกิจประเภทนี้ได้รับความสนใจและมีการขยายตัวในวงกว้าง ซึ่งฟาสต์ฟู้ดประเภทโดนัท ก็เป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ทั้งในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน เนื่องจากมีความสะดวกในการรับประทานและการพกพา และมีประกอบกับโอกาสการเติบโตในอนาคตอีกมาก จึงทำให้มีสตอร์โดนัทมีนโยบายที่จะขยายสาขาเพื่อสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด โดยใช้กลยุทธ์ของแฟรนไชส์มุ่งเน้นที่ผู้สนใจรายย่อยเป็นหลักเพื่อการขยายตลาดทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งในเขตตลาดกระบี่นั้น จัดได้ว่าเป็นเขตที่มีความน่าสนใจในการลงทุนในธุรกิจอาหารเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีสถาบันการศึกษา โรงเรียน โรงงาน และหอพัก ตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นแหล่งอุตสาหกรรมที่สำคัญ ทำให้มีประชากรจากส่วนอื่น ๆ ของประเทศเข้ามาอยู่อาศัยในเขตนี้เป็นจำนวนมากเช่นกัน ประกอบกับยังมีธุรกิจประเภทฟาสต์ฟู้ดในเขตนี้ยังไม่มากนัก (สนุชวัล, 2537 :19) ซึ่งฟาสต์ฟู้ดที่ประกอบการในเขตนี้ นั้นเป็นฟาสต์ฟู้ดประเภททานอิมซึ่งต่างจากฟาสต์ฟู้ดประเภทโดนัทที่จัดอยู่ในประเภทอาหารว่าง ด้วยเหตุนี้ จึงควรศึกษาถึงความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ฟาสต์ฟู้ดมีสตอร์โดนัทในเขตตลาดกระบี่ เพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจแก่ผู้ที่มีความสนใจจะลงทุนในธุรกิจประเภทนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ ศึกษาลักษณะของการดำเนินกิจการและความเป็นไปได้ ในด้านการตลาด เทคนิค และการเงิน ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มีสตอร์โดนัท ในเขตตลาดกระบี่ เพื่อเสนอแนะแนวทางการลงทุนให้กับผู้ที่มีความสนใจ โดยการรวบรวม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องและเอกสารงานวิจัยที่ได้มีการรวบรวมไว้ เพื่ออธิบาย ลักษณะของการดำเนินกิจการ รวมถึงการศึกษาทางด้านตลาดและทางด้านเทคนิค ซึ่งการศึกษาทางด้านตลาดประกอบด้วยการวิเคราะห์สภาวะตลาด การศึกษาส่วนแบ่งตลาด การพยากรณ์ ความต้องการของตลาด การประมาณการยอดขายและสรุปผลศึกษาทางด้านตลาด และทางด้านเทคนิคนั้นพิจารณาในด้านของทำเลที่ตั้งของโครงการและสรุปผลศึกษาทางด้านเทคนิค ส่วนของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาทางการเงินนั้นใช้เทคนิคในการวิเคราะห์ คือ การหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ อัตราผลตอบแทนของโครงการ และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เพื่อการศึกษาผลตอบแทนทางการเงินแล้วนำไปพิจารณาถึงความเป็นไปได้ทางการเงินของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ มิสเตอร์โดนัท ในเขตลาดกระบังว่ามีความเป็นไปได้หรือไม่

จากการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัทในเขตลาดกระบัง โดยสถานที่ในการดำเนินการ คือ ร้านประเภทร้านมาตรฐานแบบมีที่นั่ง มีพื้นที่ในภายในร้านประมาณ 25 ตารางเมตร ซึ่งเป็นอาคารพาณิชย์ตั้งอยู่บริเวณแขวงลาดกระบัง และมีการศึกษาความเป็นไปได้ 3 ด้าน คือ ด้านตลาด ด้านเทคนิค และการวิเคราะห์ทางการเงิน และจากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถสรุปผลได้ดังนี้ คือ

ในด้านของการศึกษาทางการตลาด พบว่า สภาพตลาดของผลิตภัณฑ์โดนัทในเขตลาดกระบังมีความเป็นไปได้ทางการตลาด เนื่องจากตลาดมีโอกาสในการเจริญเติบโต เมื่อพิจารณาจากจำนวนของประชากรและกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นกลุ่มของวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน โดยที่ประชากรที่อยู่ในช่วงอายุที่เป็นกลุ่มลูกค้านี้มีค่อนข้างสูง และมีโอกาสที่จะได้ส่วนแบ่งการตลาดที่ดี เนื่องจากสภาวะการแข่งขันในเขตนี้ปราศจากคู่แข่งในผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน จึงมีความเหมาะสมในการทำการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านเทคนิคและทางการเงินต่อไป เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจนี้

จากการศึกษาทางด้านเทคนิคของการตั้งร้านแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัทในเขตลาดกระบัง นั้นพบว่า มีความเป็นไปได้ในด้านของทำเลที่ตั้งของโครงการ เมื่อพิจารณาจากการขนส่ง ด้านการสาธารณูปโภคต่างๆ รวมทั้งในด้านการจัดหาแรงงาน

ในด้านการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ มิสเตอร์โดนัท ในเขตลาดกระบัง พบว่ามีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการที่มีมูลค่าเป็นลบ หรือน้อยกว่าหนึ่งซึ่งเท่ากับ -193,079.99 หรือประมาณ 193,080 บาท อัตราผลตอบแทนของโครงการมีค่าเท่ากับร้อยละ 4.62 ซึ่งน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ต้องการคือ ร้อยละ 12 และโครงการนี้มีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนหรือดัชนีการทำกำไรของโครงการนี้ เท่ากับ 0.81 เท่า จึงสรุปได้ว่าโครงการนี้เมื่อพิจารณาผลตอบแทนทางการเงินแล้วพบว่า ไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงินและผลตอบแทนทางการเงินของโครงการที่ได้นั้นไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้คือ โครงการมีมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิที่มากกว่าศูนย์ มีอัตราผลตอบแทนของโครงการที่มีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในท้องตลาดและมีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนที่มีค่ามากกว่าหนึ่ง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ในเขตลาดกระบัง ทำให้ได้ข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ในการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท ในเขตลาดกระบังมีความเป็นทางการตลาด ด้านเทคนิค แต่โครงการนี้ไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน ซึ่งผู้ที่จะลงทุนควรมีการพิจารณาค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยมีการส่งผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่เหมาะสมเพื่อเป็นการลดส่วนของต้นทุนสินค้าที่ขายไม่หมด โดยพิจารณาจากปริมาณการขายในแต่ละวัน ซึ่งในเบื้องต้นทางบริษัทจะมีการอบรมเกี่ยวกับปริมาณการสั่งซื้อที่คุ้มทุนให้แก่ผู้เป็นแฟรนไชซี รวมถึงการลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการขายและการบริหาร เช่น ในด้านของพนักงานขาย เมื่อมีการพัฒนารูปแบบของการให้บริการเป็นแบบให้ลูกค้าบริการตนเองแล้วควรมีการปรับลดค่าใช้จ่ายในด้านนี้ โดยอาจมีการลดจำนวนพนักงานขายลง เพื่อให้โครงการมีผลตอบแทนที่เหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

2. ในการศึกษาครั้งนี้ใช้เทคนิคการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ การหาอัตราผลตอบแทนของโครงการ และอัตราผลตอบแทนต้นทุนในการวิเคราะห์ทางการเงิน ในการศึกษาครั้งต่อไปควรใช้เทคนิคในการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนมาประกอบในการวิเคราะห์ เพื่อเป็นการหาจุดที่รายได้หรือยอดขายของกิจการคุ้มทุนกับต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายทั้งหมด ซึ่งจะเป็นการช่วยในการเสนอแนะเพิ่มเติมให้แก่ผู้สนใจในการลงทุนในด้านของปริมาณการสั่งซื้อที่คุ้มทุน นอกเหนือจากการอบรมและเสนอแนะปริมาณการสั่งซื้อเบื้องต้นที่ได้จากทางบริษัทเจ้าของสิทธิ์

3. ในการศึกษาครั้งนี้ใช้การประมาณการยอดขาย โดยการนำอัตรายอดขายของบริษัทมาพิจารณาประกอบกับจำนวนและอัตราการเพิ่มของประชากรในเขตพื้นที่นี้ ซึ่งอาจจะทำให้ยอดขายที่ได้ตลาดเคลื่อนจากสิ่งที่ควรจะเป็น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรใช้การประมาณการยอดขายโดยการสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าจากการสัมภาษณ์และการออกแบบสอบถามจากประชากรในเขตพื้นที่ของโครงการ ซึ่งจะทำได้ผลการประมาณการยอดขายที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. 2524. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้าน
ธุรกิจและอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชุมพร สุขประสงค์ผล. 2540. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ ศึกษากรณีแฟรนไชส์สื่อ
ผ้า เท็น แอนด์ โค. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์.

ฐาปนา ฉินไพศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2543. การบริหารโครงการและการศึกษาความ
เป็นไปได้. กรุงเทพมหานคร: บริษัทริระฟิล์ม และ โซเท็กซ์ จำกัด.

นิรนาม. 2538. “ธุรกิจแฟรนไชส์”. เศรษฐกิจรายเดือน. 8(2): น. 5-6.

นิรนาม. 2542. “กลยุทธ์การทำธุรกิจแฟรนไชส์ให้ประสบความสำเร็จ”. ผู้ส่งออก. 12(276): น. 24-31.

นิรนาม. 2543. “ผลิตภัณฑ์โดนัท”. กรุงเทพธุรกิจ. (27 พฤษภาคม 2543): น. 1-5.

บุญสิน ชมแก้ว. 2544. รองผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ. สัมภาษณ์. 9 มกราคม 2544.

วรจินดา กุหาสวรรค์. 2539. การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในโครงการแฟรนไชส์ร้านขาย
ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

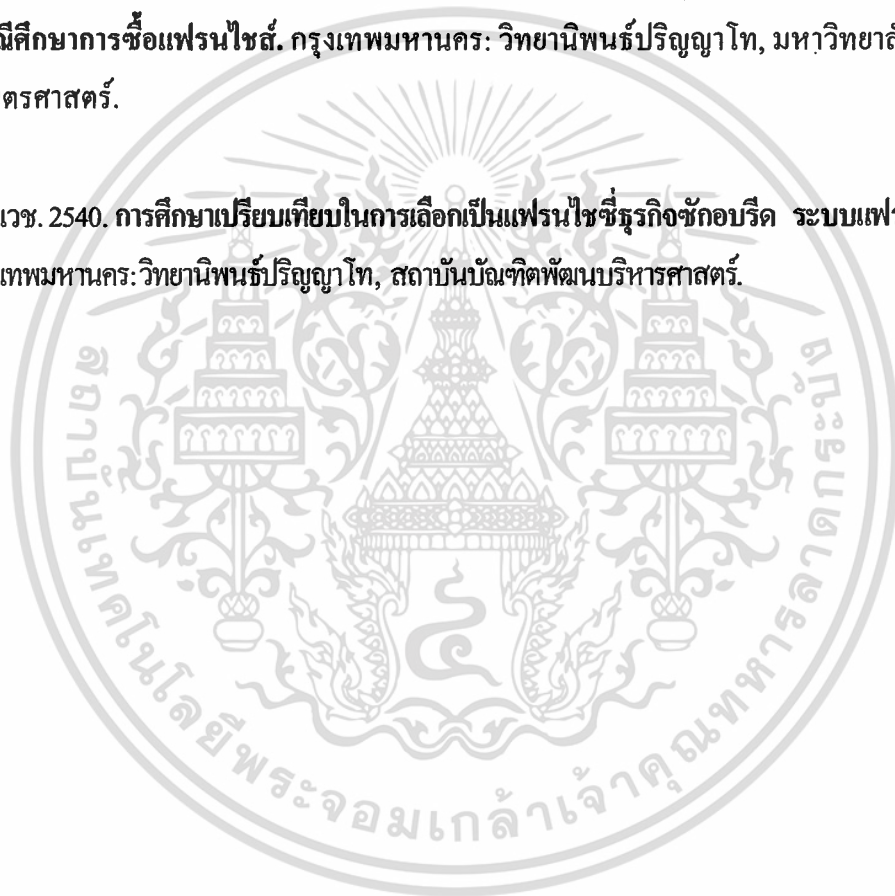
สฤษฎวัล เต็มแก้ว. 2537. การศึกษาความเป็นไปได้ในทางธุรกิจในการเปิดร้านอาหารในเขต
ลาดกระบัง. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สำนักงานเขตลาดกระบัง. 2543. รายงานประจำปีของเขตลาดกระบัง ประจำปี 2543.
กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

สำนักงานเขตลาดกระบัง. 2543. รายงานละเอียดโรงเรียนในเขตลาดกระบัง ประจำปี 2543.
กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

สุทธิศักดิ์ อาริยะกุล. 2540. การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินร้านอาหารสุกี้กึ่งในห้างสรรพสินค้า
กรณีศึกษาการซื้อแฟรนไชส์. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์.

อุบงกช ลากเวช. 2540. การศึกษาเปรียบเทียบในการเลือกเป็นแฟรนไชส์ธุรกิจซักอบรีด ระบบแฟรนไชส์.
กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

ตารางผนวก

ตารางผนวกที่ 1 รายชื่อแฟรนไชส์ที่มีสาขามากที่สุด (แห่ง)

อันดับ	รายชื่อแฟรนไชส์	จำนวนสาขา
1	7 – อีเลฟเว่น	800
2	เอเอ็ม / พีเอ็ม	200
3	เทลวิซ	170
4	เคเอฟซี	168
5	คิงกิ้น โคนัท	135
6	เวสต์มีเดีย / เลมอนกรีน	128
7	มิสเตอร์ โคนัท	120
8	โกลด์มาสเตอร์	111
9	พิชซ่าฮัท	102

ที่มา: (อุบงกช, 2540: 148)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 2 รายชื่อแฟรนไชส์ที่มีการขายแฟรนไชส์มากที่สุด (แห่ง)

อันดับ	รายชื่อแฟรนไชส์	จำนวนสาขา
1	7 – อีเลฟเว่น	149
2	เอเอ็ม/พีเอ็ม	37
3	เทเลวิซ	20
4	เวสต์มีเดีย	18
5	กู๊ดมอร์นิ่งฟาร์มเฮาส์	15
6	โบรสเตอร์	14
7	บีซีซี/พีวเจอร์คิค/บาสกินๆ	10
8	อินเตอร์สุกี้	9
9	เลมอนกรีน	8

ที่มา: (อุบงกช, 2540: 148)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 3 ประเภทของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย

ประเภทของธุรกิจ	ร้อยละ
อาหารและฟาสต์ฟู้ด	26
โรงเรียน	10
ไอศกรีม	6
ไอที	6
ความงาม	5
คอนวีเนียนสโตร์	4
เบเกอรี่	3
เสื้อผ้า	3
ซักรีด	3
โรงแรม	3
งามพิมพ์	2
ร้านหนังสือ	2
เรียลเอสเตท	2
เครื่องประดับ	2
ไปรษณีย์	1
ดูแลรักษารถ	1
อื่น ๆ	21

ที่มา: (อุบงกช, 2540: 160)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางหมวดที่ 4 อายุของธุรกิจแฟรนไชส์ (ปี)

อายุของธุรกิจแฟรนไชส์	ร้อยละ
1-5	34
6-10	12
11-15	10
16-20	8
21-26	4
26-30	6
31-35	6
36-40	3
41 ปีขึ้นไป	17

ที่มา: (อุบงกช, 2540: 162)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางหมวดที่ 5 รายละเอียดสินค้าและลักษณะพิเศษต่าง ๆ ของสินค้าที่ขายภายในร้าน

ประเภทสินค้า	ลักษณะ
สินค้าประเภทโดนัท	
honey dip	โดนัทช็อคนิยมนเคลือบน้ำตาลเกรย์ รสน้ำผึ้ง
sugar raised	คล้าย honey dip แต่เคลือบน้ำตาลเม็ด
chocolate ring	โดนัทยีสต์ แต่งหน้าช็อคโกแลต
strawberry ring	โดนัทยีสต์ แต่งหน้าสตรอเบอร์รี่ไอซ์
mable ring	โดนัทยีสต์ แต่งหน้าแมเปิล ไอซ์และช็อคโกแลต
toasted coconut	โดนัทยีสต์คลุกด้วยมะพร้าวอบ
double yeast	โดนัทยีสต์ รสช็อคโกแลต แต่งหน้าช็อคโกแลต
bavarian	โดนัทยีสต์สอดไส้บาวาเรียนครีม
cherry	โดนัทยีสต์สอดไส้เชอร์รี่
strawberry	โดนัทยีสต์สอดไส้สตรอเบอร์รี่
pineapple	โดนัทยีสต์สอดไส้สับประรด
lychee	โดนัทยีสต์สอดไส้ลิ้นจี่
twist	โดนัทยีสต์พันเป็นเกลียว
butter crunch	โดนัทเค็กลูกเนยเกล็ด
peanut	โดนัทเค็กลูกถั่วอบเนย
coconut	โดนัทเค็กลูกมะพร้าว
german choc	โดนัทช็อคโกแลตเค็กลูกเนยเกล็ด
choc peanut	โดนัทช็อคโกแลตเค็กลูกถั่วอบเนย
choc coconut	โดนัทช็อคโกแลตเค็กลูกมะพร้าว
choc powdered	โดนัทช็อคโกแลตเค็กลูกน้ำตาลผง
double choc	โดนัทช็อคโกแลตเค็กลูก แต่งหน้าช็อคโกแลต
choc strawberry	โดนัทช็อคโกแลตเค็กลูก แต่งหน้าสตรอเบอร์รี่ไอซ์
donut hole	โดนัทเค็กลูกเล็ก
donut hole choc	โดนัทช็อคโกแลตเค็กลูกเล็ก
honey ball	โดนัทลูกเล็กรสเหมือน honey dip
french cruller	โดนัทรูปเกลียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 5 (ต่อ)

ประเภทสินค้า	ลักษณะ
สินค้าประเภทโดนัท	
long john	โดนัทยีสต์สอดไส้บาวาเรียนแต่งหน้าช็อคโกแลต
strawberry brust	โดนัทยีสต์แต่งหน้าแองเจิ้ลครีมสอดไส้สตรอเบอร์รี่
blueberry brust	โดนัทยีสต์แต่งหน้าแองเจิ้ลครีมสอดไส้บลูเบอร์รี่
lychee brust	โดนัทยีสต์แต่งหน้าแองเจิ้ลครีมสอดไส้ลิ้นจี่
american fruit fancie	โดนัทยีสต์แต่งหน้าแองเจิ้ลครีมสอดไส้บาวาเรียน
muffin	มัฟฟินผสมผลไม้
brownie	ช็อคโกแลตเนื้อนุ่ม
อาหารว่างต่าง ๆ	
crossiant	ครัวซองใส่ชีส , แยม , ไข่กรอกไก่
sausage roll	พายไข่กรอกไก่อรมควัน
windmill	ขนมปังเนื้อโดนัทไส้หมู , แยม , หรือไก่พร้อมชีส
goodwich	ขนมปังเนื้อโดนัทไส้แยม , ไข่กรอกไก่ , หมูพร้อมชีส
เครื่องดื่มชนิดต่าง ๆ	
กาแฟร้อน, เย็น	กาแฟคั่วพิเศษบดและชงที่ร้าน
ช็อคโกแลตร้อน, เย็น	ช็อคโกแลตจากอเมริกา
น้ำพันช์	น้ำผลไม้
น้ำส้ม	รสหวานอมเปรี้ยว

ที่มา: (บุญสิน, 2544)

ภาคผนวก ข

เอกสารที่ใช้ในการทำสัญญา

เอกสารที่ใช้ในการประกอบการทำสัญญา (ล่วงหน้า 3 วัน) โดยในการเตรียมเอกสารที่ใช้ในการประกอบการทำสัญญา จะมีการพิจารณาที่แตกต่างกันระหว่างบุคคลธรรมดา กับนิติบุคคล ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. บุคคลธรรมดา มีเอกสารที่ต้องเตรียมดังนี้ (เอกสารทุกฉบับ ต้องมีการลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง)

1.1 สำเนาบัตรประชาชน

1.2 สำเนาทะเบียนบ้าน

2. นิติบุคคล มีเอกสารที่ต้องเตรียมดังนี้ (เอกสารทุกฉบับ ต้องมีการลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง พร้อมการประทับตราสำคัญ)

2.1 สำเนาหนังสือรับรองบริษัท

2.2 หนังสือมอบอำนาจ (สำเนาบัตรประชาชน, สำเนาทะเบียนบ้านผู้มอบอำนาจ)

2.3 สำเนาบัตรประชาชน

2.4 สำเนาทะเบียนบ้าน

ข้อมูลและเอกสารเบื้องต้นที่ผู้สนใจต้องส่งมายังฝ่ายแฟรนไชส์ของบริษัท

โดยข้อมูลและเอกสารเบื้องต้นที่ผู้สนใจต้องส่งมายังฝ่ายแฟรนไชส์ของบริษัทเพื่อประกอบการพิจารณานั้น ได้แก่

1. ภาพถ่ายหรือวิดีโอของสถานที่ตั้งที่จะเปิดร้านมิสเตอร์โดนัท

2. แบบแปลนของพื้นที่ที่จะเปิดร้าน

3. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพื้นที่หรือโครงการที่จะเปิดร้านมิสเตอร์โดนัทและการอ้างอิงบริเวณในรัศมี 1 กิโลเมตรของโครงการ

4. สำเนาทะเบียนบ้านและบัตรประชาชนที่ได้เซ็นรับรองสำเนาถูกต้อง

5. สำเนาการเงินจากธนาคารย้อนหลัง 6 เดือน

6. ชื่อบุคคลหรือสถาบันการเงินและที่อยู่ซึ่งสามารถติดต่อเพื่ออ้างอิง

7. ใบสมัครขอรับสิทธิแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ภาพถ่ายหน้าตรงของผู้สมัคร ขนาดไม่น้อยกว่า 1×1 นิ้ว

ค่าใช้จ่ายในการเปิดร้าน

ในการที่ผู้สนใจจะลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัทจะต้องมีการเสียค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ทางบริษัทได้กำหนดไว้สำหรับการเปิดร้าน คือ

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



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ค

การคำนวณด้านการเงิน

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 12 และจากการประมาณการกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ (ตารางที่ 9) ได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ คือ

$$\begin{aligned}
 NPV &= \frac{164,194.86}{(1+0.12)} + \frac{197,706.98}{(1+0.12)^2} + \frac{233,096.73}{(1+0.12)^3} + \frac{270,630.91}{(1+0.12)^4} \\
 &\quad + \frac{310,383.41}{(1+0.12)^5} - 1,013,000.00 \\
 &= 164,194.86(0.89) + 197,706.98(0.80) + 233,096.73(0.71) + \\
 &\quad 270,630.91(0.64) + 310,383.41(0.57) \\
 &= 819,920.01 - 1,013,000 \\
 &= -193,079.99
 \end{aligned}$$

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนในธุรกิจเฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัทในเขตลาดกระบัง มีค่าเท่ากับ -193,079.99

การคำนวณอัตราผลตอบแทนของโครงการ

เมื่ออัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 5 และจากการประมาณการกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ (ตารางที่ 9) ได้อัตราผลตอบแทนของโครงการ คือ

$$\begin{aligned}
 1,013,000 &= \frac{164,194.86}{(1+0.05)} + \frac{197,706.98}{(1+0.05)^2} + \frac{233,096.73}{(1+0.05)^3} + \frac{270,630.91}{(1+0.05)^4} \\
 &\quad + \frac{310,383.41}{(1+0.05)^5} \\
 &= 155,985.12 + 179,913.35 + 200,463.19 + 221,917.35 + \\
 &\quad 242,099.06 \\
 1,013,000 &\neq 1,000,378.06
 \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่ออัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 3

$$1,013,000 = \frac{164,194.86}{(1+0.03)} + \frac{197,706.98}{(1+0.03)^2} + \frac{233,096.73}{(1+0.03)^3} + \frac{270,630.91}{(1+0.03)^4} + \frac{310,383.41}{(1+0.03)^5}$$

$$= 159,269.01 + 185,844.56 + 214,447.00 + 240,861.51 + 266,929.73$$

$$1,013,000 \neq 1,067,351.81$$

อัตราผลตอบแทนของโครงการต่างกัน = ร้อยละ 2

$$\text{มูลค่าปัจจุบันต่างกัน } (1,067,351.81 - 1,013,000) = \frac{2 \times 54,351.81}{66,973.75}$$

$$= \text{ร้อยละ } 1.62$$

อัตราผลตอบแทนของโครงการ = 3 + 1.62

$$= 4.62$$

ดังนั้นอัตราผลตอบแทนของโครงการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัทในเขต
ลาดกระบังมีค่าเท่ากับร้อยละ 4.62

การคำนวณอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน

เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 12 และจากการประมาณการ
กระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ (ตารางที่ 9) ได้อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนคือ

$$\text{BCR} = \frac{819,920.01}{1,013,000}$$

$$= 0.81 \text{ เท่า}$$

อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์มิสเตอร์โดนัทในเขต
ลาดกระบังมีค่าเท่ากับ 0.81 เท่า

ภาคผนวก ง

การแสดงผลการวิเคราะห์ทางเครื่องพิมพ์

ผลการวิเคราะห์อัตราการเพิ่มของจำนวนประชากรในเขต

Curve Fit

MODEL: MOD_1.

Independent: Time

Dependent	Mth	Rsq	d.f.	F	Sig	Upper bound			
						b0	b1	b2	b3
VAR00002	LIN	.994	7	1103.68	.000	67740.6	5584.55		
VAR00002	LOG	.891	7	57.51	.000	67015.5	20140.1		
VAR00002	INV	.646	7	12.76	.009	109254.0	-43237.0		
VAR00002	QUA	.994	6	476.64	.000	68054.1	5413.54	17.1006	
VAR00002	CUB	.998	5	1057.48	.000	73243.9	443.885	1196.61	-78.634
VAR00002	COM	.992	7	838.59	.000	70378.2	1.0608		
VAR00002	POW	.921	7	81.82	.000	69470.5	.2167		
VAR00002	S	.693	7	15.76	.005	11.6060	-4740		
VAR00002	GRO	.992	7	838.59	.000	11.1616	.0591		
VAR00002	EXP	.992	7	838.59	.000	70378.2	.0591		
VAR00002	LGS	.992	7	838.59	.000	1.4E-05	.9426		

ซึ่งอัตราการเพิ่มของประชากรในเขตนี้มีค่าเท่ากับร้อยละ 5.91