

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาคือความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบกิจการร้านอาหารประเภทแฟรนไชส์ “ร้านเย็นคาเฟ่เครื่องทรง โดย อ.มัลลิการ์” ในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบกิจการขายอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวและอาหารไทยทั่วไป โดยทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด ด้านการจัดการ และด้านการเงิน จากการออกแบบสอบถามทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภค และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทำให้ทราบถึงข้อมูลในการลงทุน และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจข้อมูลทั่วไปโดยการตอบแบบสอบถามกลุ่มประชากรตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้เข้ามาใช้บริการในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ คือ ห้างคาร์ฟูร์ ห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ห้างโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาหางดง และสาขาคาดคำเที่ยง ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน พบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีรายได้ต่อครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป

2. การวิเคราะห์ด้านการตลาด

จากการสำรวจข้อมูลด้านการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มารับประทานอาหารบนห้างค้าปลีกขนาดใหญ่มากกว่าไม่รับประทาน คิดเป็นร้อยละ 86.26 และ 13.75 สาเหตุที่ไม่มารับประทานอาหารบนห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ นั้น เนื่องจากราคาของอาหารภายในร้านไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 65.45 รองลงมาคือ ตั้งใจมาซื้อของบนห้างฯ อย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 18.148 ซึ่งช่วงเวลาที่เลือกมาใช้บริการจะเป็นช่วงหัวค่ำ (17:01-20:00 น.) ร้อยละ 30.73 รองลงมาคือ ช่วงเที่ยง (11.01-13.00 น.) ร้อยละ 30.14 ใช้เวลา ในการรับประทานอาหาร 30 นาที – 1 ชั่วโมง ร้อยละ 62.32 ส่วนใหญ่จะไปรับประทานอาหารกับครอบครัว ร้อยละ 36.23 รองลงมาไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส ร้อยละ 36.23 ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือ ห้างโลตัส สาขาคำเที่ยง

ร้อยละ 35.07 รองลงมาคือ ห้างบิ๊กซี ร้อยละ 28.12 ร้านอาหารที่ขึ้นชอบและเลือกรับประทานคือ ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว/เส้น ร้อยละ 25.51 รองลงมาเป็นร้านอาหารประเภทฟาสฟู๊ด ร้อยละ 22.90 ซึ่งเหตุผลที่ไปรับประทานอาหารนั้น เนื่องจากไปซื้อของและแวะรับประทาน ร้อยละ 71.30 รองลงมา ตั้งใจไปรับประทาน ร้อยละ 13.91 ส่วนใหญ่จะจ่ายค่าอาหารต่อมือต่อคน โดยเฉลี่ยที่ราคา 100-150 บาท ร้อยละ 35.36 รองลงมา จ่ายไม่เกิน 100 บาท ร้อยละ 24.93 และความพึงพอใจที่จะจ่ายค่าอาหารต่อมือต่อคนไม่เกิน 100 บาท ร้อยละ 39.42 รองลงมา 100-150 บาท ร้อยละ 37.97

ด้านทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการ เนื่องจากมีความสะดวกในการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 57.68 รองลงมาคือ คุณภาพของอาหาร ร้อยละ 40.29 ซึ่งถ้าหากมีร้านอาหารเปิดใหม่ในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีคุณสมบัติตามที่ผู้บริโภคอยากให้มี คือ คุณภาพอาหาร ราคาของอาหาร ความสะดวกในการซื้อหา มีโปรโมชัน ลด แลก แจก แถม ชื่อเสียงของร้าน การตกแต่งและบรรยากาศของร้าน ความรวดเร็วของการให้บริการ และเป็นที่น่าสนใจระหว่างเพื่อน ผู้ตอบแบบสอบถามจะเข้ามาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 73.04 รองลงมา ไม่แน่ใจว่าจะใช้บริการ ร้อยละ 24.93 ถ้าร้านอาหารที่เปิดใหม่มีคุณสมบัติดังกล่าวแล้ว แต่ราคาอาหารหนึ่งที่เท่ากับ 60 บาทขึ้นไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะเข้ามาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 42.61 รองลงมา ใช้บริการ ร้อยละ 31.59 สำหรับความเหมาะสมของราคาก๋วยเตี๋ยว 55-70 บาทต่อถ้วย ข้าว/ขนมจีน 60-95 บาทต่อจาน อาหารเรียกน้ำย่อย 55-90 บาทต่อจาน และขนมหวาน 30-60 บาทต่อถ้วย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ราคาไม่เหมาะสม ส่วนเครื่องดื่มราคา 25-50 บาทต่อแก้ว ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า เหมาะสม สำหรับราคาอาหารต่อจานที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจที่จะจ่ายนั้น อยู่ที่ราคา 25-35 บาท

ด้านปัจจัยจูงใจในการเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยด้านบุคลิก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ (อาหาร) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะอาดของอาหาร ค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมา รสชาติของอาหาร ค่าเฉลี่ย 4.25 ปัจจัยด้านราคาอาหาร คือ ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาอาหาร ค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือ ราคาอาหารต่อหนึ่งที ค่าเฉลี่ย 4.03 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ความสะดวกในการซื้อหา ค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมา มีสาขากระจายอยู่ในทุกพื้นที่ ค่าเฉลี่ย 3.66 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด คือ อาหารชุดราคาประหยัด ค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมาคือ มีบัตรส่วนลดรายการอาหาร ค่าเฉลี่ย 3.56 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ ความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาคือ มีที่จอดรถ ค่าเฉลี่ย 4.11 และปัจจัยด้านกระบวนการ คือ มาตรฐาน

การให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมาคือ ความรวดเร็วของการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.24 ส่วนปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก คือ ทักษะ ความชำนาญ ในการบริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.57 และปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง คือ ชื่อเสียงของเจ้าของร้าน ค่าเฉลี่ย 3.03 และชื่อเสียงของพ่อครัว ค่าเฉลี่ย 2.88

จากการสำรวจข้อมูลและจากการสัมภาษณ์ จะสามารถกำหนดส่วนประสมทางการตลาดของร้านฯ สรุปได้ดังนี้

1. ผลិតภัณฑ์

เป็นก๋วยเตี๋ยวเส้นใหญ่เย็นตาโฟ ที่มีสูตรน้ำซอสเย็นตาโฟรสเข้มข้นที่ปรุงจากสมุนไพรและเครื่องปรุงต่าง ๆ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของเย็นตาโฟ โดย อ.มัลลิการ์ และมีอาหารจานเดียว เช่น ข้าวกล้อง ซีโรงหมูอบ ผัดไทยโคเอ็ด เป็นต้น

2. ราคา

ทางร้านจะกำหนดราคาอาหารค่อหนึ่งที่ 55 บาทขึ้นไป เนื่องจากอาหารมีคุณภาพ ถ้าเปรียบเทียบกับราคากับร้านอื่น ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่แล้ว จะมีราคาแพงกว่า ซึ่งจากการสำรวจราคาอาหารจะไม่เกิน 35 บาทต่อหนึ่งที่ ทางผู้บริหารเห็นว่าถ้ากำหนดเช่นนี้แล้ว ทางร้านฯ ต้องลดต้นทุนในส่วนอื่น ๆ เพื่อที่จะให้มีความคุ้มค่า ซึ่งจะทำให้มาตรฐานของร้านฯ เปลี่ยนไป ทางผู้บริหารจึงไม่มีนโยบายเปลี่ยนแปลงราคา แต่จะส่งเสริมทางด้านการตลาดในด้านอื่น ๆ ต่อไป เพื่อเพิ่มยอดขายแทน

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย

เน้นทำเลที่ตั้งของร้านฯ ในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ที่มีคนเข้ามาใช้บริการอย่างพลุกพล่าน ซึ่งจากการแบบสอบถามพบว่าห้างบิ๊กซี และห้างโฮตัส สาขาคำเที่ยง เป็นสถานที่ที่น่าลงทุน

4. การส่งเสริมการตลาด

ร้านฯ จะจัดให้มีการส่งเสริมการขายสำหรับลูกค้า โดยได้มีการจัดส่งเสริมการตลาดให้ส่วนลด 10% แก่นักศึกษาที่เข้ามาใช้บริการภายในร้านฯ เพราะจากการสำรวจพบว่าส่วนใหญ่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการรับประทานอาหารบนห้างค้าปลีกขนาดใหญ่เป็นนักศึกษา และได้มีการจัดแข่งขันการรับประทานเย็นตาโฟของเย็นตาโฟเครื่องทรง โดย อ.มัลลิการ์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้บุคคลทั่วไปได้รู้จักร้านฯ มากขึ้น

5. บุคคลหรือพนักงาน

ร้านฯ มีการฝึกฝนพนักงานก่อนการปฏิบัติงานจริง พนักงานมีความสุขภาพอ่อนน้อม หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และรวดเร็ว

6. สร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ร้านฯ ได้เน้นด้านความสะอาด การตกแต่งร้านมีลักษณะเป็นแบบจีนคลาสสิก โดยมีโต๊ะและเก้าอี้ไม้ขนาดใหญ่และพักผ่อน โบราณ ฝาผนังประดับด้วยรูปภาพและเกร็ดความรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการทำเสนตาไฟของที่ร้านอาหาร ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าได้

7. กระบวนการ (Process)

ร้านฯ ได้ให้บริการลูกค้าด้วยความถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็ว มีมาตรฐานในการให้บริการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในกระบวนการให้บริการ

3. การวิเคราะห์ด้านการจัดการ

การดำเนินกิจการร้านเสนตาไฟเครื่องทรง โดย อ.มัลลิการ์ ถือว่าเป็นการประกอบกิจการแบบเจ้าของคนเดียว แต่มีการดำเนินงานเป็นรูปแบบบริษัท มีการกำหนดเป้าหมาย การวางกลยุทธ์ การกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กรในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ มีการจัดผังองค์กรและลักษณะงานหน้าที่ความรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจนในแต่ละหน้าที่ เพื่อให้พนักงานแต่ละคนเข้าใจถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง ก่อนเริ่มปฏิบัติงาน การจัดการซึ่งได้มีการวางแผน การจัดการองค์กร การจัดงานบุคคลมาจากทีมงานบริหารส่วนกลาง และการอำนวยความสะดวกหรือการสั่งการ และการควบคุมการทำงาน ก็เป็นไปตามลำดับของ โครงสร้างองค์กรที่จัดไว้

4. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นไปตามสมมติฐานสำหรับการวิเคราะห์ ดังนี้ อายุโครงการ 5 ปี ไม่มีการลงทุนเพิ่ม เงินทุนมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด อัตราการขยายตัวของยอดขายเพิ่มขึ้น 25% ต่อปีตามนโยบายของกิจการฯ การคิดค่าเสื่อมราคา เป็นแบบเส้นตรง 5 ปี ไม่มีมูลค่าซาก อัตราคิดลดร้อยละ 8 ต่อปี และจากการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนทั้ง 3 ด้าน พบว่าร้านเสนตาไฟเครื่องทรง โดย อ.มัลลิการ์ ที่จะเปิดบริการบนห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่ มีความคุ้มค่าทางการเงิน เพราะมีระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 20 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิหลังสิ้นสุดโครงการ 371,460 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ คือร้อยละ 10.38 ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ ที่ปัจจุบันอยู่ในช่วงร้อยละ 8 (เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2550) ดังนั้นจากการวิเคราะห์ทางการเงินจึงสามารถสรุปได้ว่า มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

อภิปรายผล

จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบกิจการร้านอาหารประเภทแฟรนไชส์ “ร้านเย็นตาโฟเครื่องทรง โดย อ.มัลลิการ์” ในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านการตลาดในส่วนของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ของร้านฯ คือ เย็นตาโฟเครื่องทรง ซึ่งทางร้านฯ ได้ตระหนักถึงการคัดเลือกวัตถุดิบมาใช้ในการผลิต มีความเอาใจใส่เรื่องโภชนาการและความสะอาดของอาหาร ดังปรัชญาของร้านฯ ที่ว่า “สร้างสรรค์ความอร่อยอย่างมีคุณภาพ” ซึ่งจากคอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการบนห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ พบว่า เหตุผลที่เลือกเข้ามาใช้บริการร้านอาหารในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ เพราะคุณภาพของอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของมุกดาฉาย แสนเมือง (2542) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์อาหารในไฮเปอร์มาร์เก็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญของควมมีมาตรฐานในคุณภาพของอาหาร และสอดคล้องกับการศึกษาของรชตพรรณ ยงพานิช (2544) ที่ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญในการเลือกร้านอาหารคือ ความสะอาด และรสชาติอาหาร

2. ด้านการจัดการ เนื่องจากการประกอบกิจการร้านเย็นตาโฟเครื่องทรง โดย อ.มัลลิการ์ เป็นการประกอบกิจการประเภทแฟรนไชส์ เป็นร้านฯ ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและนิยมของคนทั่วไป ทำให้มีการขยายกิจการถึง 16 สาขา มีความมั่นคงเนื่องจากการบริหารจัดการอยู่ภายใต้ของบริษัท มัลลิการ์ อินเตอร์ฟู้ด จำกัด การทำงานของพนักงานมีมาตรฐาน การให้บริการมีความถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็ว มีมาตรฐานในการให้บริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการให้บริการ

3. ด้านการเงิน โครงการนี้มีระยะเวลาดำเนินทุน 4 ปี 20 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิหลังสิ้นสุดโครงการ 371,460 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ คือร้อยละ 10.38 ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ ที่อยู่ในช่วงร้อยละ 8 ซึ่งโครงการนี้มีสอดคล้องกับ มุกดาฉาย แสนเมือง (2542) ในส่วนที่เป็นค่าใช้จ่ายในค่าอาหารเฉลี่ย 51-100 บาท ซึ่งตรงกับผู้ตอบแบบสอบถามของโครงการนี้ ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ รชตพรรณ ยงพานิช (2544) ที่ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากโครงการนี้ วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบกิจการร้านอาหารในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ รชตพรรณ ยงพานิช ที่เป็นการศึกษาธุรกิจร้านอาหารในเขตเมืองเชียงใหม่ ซึ่งอาจจะมีสถานที่หลายแห่งที่เหมาะสม และเฉพาะเจาะจงแต่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพเท่านั้น ซึ่งมีความแตกต่างกันในส่วนของคุณภาพและประเภทของอาหาร และไม่สอดคล้องกับ สุกัลลักษณ์ พงษ์อนันต์ (2546) ที่ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟในสถานบริการน้ำมัน

ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคเป็นคนละกลุ่มกัน ความต้องการแตกต่างกัน ในส่วนของโครงการนี้ เป็นการลงทุนในร้านอาหาร แต่ส่วนของ ศุภลักษณ์ พจน์อนันต์ เป็นการลงทุนในธุรกิจกาแฟ

นอกจากนี้การวิเคราะห์ด้านการตลาด ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (อาหาร) คือ ความสะอาดของอาหาร และรสชาติของอาหาร ในการเลือกร้านอาหารบนห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ สอดคล้องกับการศึกษาของ รชตพรรณ ขงพานิช (2544) ที่พบว่า ปัจจัยสำคัญในการเลือกร้านอาหารคือ ความสะอาด และรสชาติอาหาร และสอดคล้องกับการศึกษาของ ศุภลักษณ์ พจน์อนันต์ (2546) ที่พบว่า ปัจจัยที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญคือ รสชาติของกาแฟมากที่สุด

ข้อค้นพบ

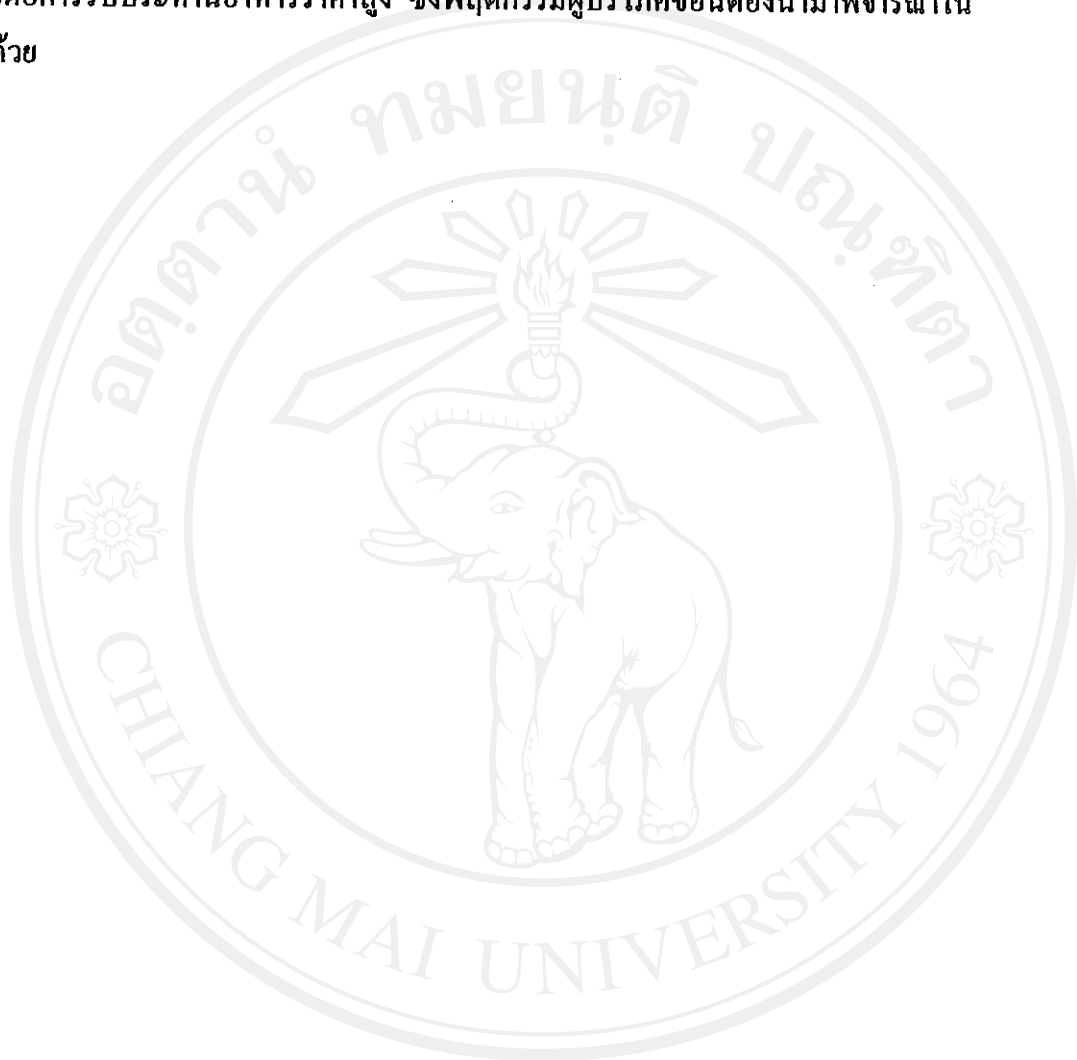
จากการศึกษาหาข้อมูลของผู้มาใช้บริการในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ และการตอบแบบสอบถามผู้ใช้บริการชอบรับประทานอาหารประเภทถ้วยเดียว หรือเส้นเป็นอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าราคาก้วยเดี่ยวตัวของเย็นตาโฟเครื่องทรง โดย อ.มัลลิการ์ สูงเกินไปไม่เหมาะสม เพราะผู้บริโภคแต่ละคนจะใช้จ่ายค่าอาหารไม่เกินครั้งละ 100 บาท

ส่วนของเย็นตาโฟเครื่องทรง โดย อ. มัลลิการ์ ซึ่งดำเนินธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์ จะเน้นคุณภาพของอาหาร รูปแบบบริการ เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ฉะนั้นราคาจึงแตกต่างจากร้านอาหารทั่วไป ซึ่งผู้ใช้บริการจึงเป็นกลุ่มบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งที่มีรสนิยม และรายได้สูง

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ทางการเงิน โครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 20 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิหลังสิ้นสุดโครงการ 371,460 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ คือ ร้อยละ 10.38 ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ ที่อยู่ในช่วงร้อยละ 8 ถ้าต้องการที่จะลงทุนในโครงการนี้ ควรพิจารณาการคืนทุน ว่าคุ้มค่ากับการลงทุนที่จะต้องคืนทุนภายใน 4 ปี หรือไม่ เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน ผู้บริโภคระมัดระวังในการใช้จ่าย และในเรื่องการรับประทานอาหารเช้าจะเป็นการรับประทานแบบทดแทนกันได้ คือ ไม่รับประทานเย็นตาโฟ ก็สามารถรับประทานอาหารเช้าชนิดอื่นได้ เพราะทำให้อิ่มได้เหมือนกัน และจะต้องคำนึงถึงมูลค่าเทียบเท่าของเงินด้วย เพราะมูลค่าเงินที่นำมาลงทุนจะเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ยที่เปลี่ยนไป ถ้าต้องการลงทุนประเด็นนอกจากการพิจารณาทางการเงินแล้ว ราคาอาหาร ที่เป็นการประกอบการประเภทแฟรนไชส์

“เข็นตาไฟเครื่องทรง โดย อ. มัลลิการ์” เป็นส่วนที่จะต้องพิจารณาด้วย เพราะว่าอาหารดังกล่าวเน้นคุณภาพที่ดี จึงส่งผลต่อราคาขายที่จะสูงขึ้นตามมา ทั้งนี้พฤติกรรมผู้บริโภคในภาคเหนือไม่สนองตอบต่อการรับประทานอาหารราคาสูง ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคข้อนี้ต้องนำมาพิจารณาในการตัดสินใจด้วย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved