

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบกิจการร้านอาหารประเภทแฟรนไชส์ “ร้านเย็นตาโฟเครื่องทรง โดย อ.มัลลิการ์” บนห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว และอาหารไทยทั่วไปในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวบรวมจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย จากการใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านเย็นตาโฟเครื่องทรง โดย อ.มัลลิการ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านการจัดการ และด้านการเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้ามาใช้บริการในห้างคาร์ฟูร์ ห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ห้างโลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาหางดง และสาขาตลาดคำเที่ยง ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน พบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีรายได้ต่อครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป

การศึกษาด้านตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่วนด้านบุคคลให้ความสำคัญปานกลาง

การศึกษาด้านการจัดการ พบว่า การดำเนินกิจการร้านเย็นตาโฟเครื่องทรง โดย อ.มัลลิการ์ มีการดำเนินงานเป็นรูปแบบบริษัท มีการกำหนดเป้าหมาย การวางแผนกลยุทธ์ การกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กรในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ มีการจัดผังองค์กรและลักษณะงานหน้าที่ความรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจนในแต่ละหน้าที่ เพื่อให้พนักงานแต่ละคนเข้าใจถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง ก่อนเริ่มปฏิบัติงาน

การศึกษาด้านการเงิน พบว่า มีความคุ้มค่าในการลงทุน เนื่องจากมีระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 20 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิหลังสิ้นสุดโครงการ 371,460 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการคือร้อยละ 10.38 ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ ที่ปัจจุบันอยู่ในช่วงร้อยละ 8 เท่านั้น

The objective of “A Feasibility Study of Yentafo Krueng Songe By Ajarn Mallika a Franchise Restaurant in hypermarket in Chiang Mai province” is to study the investment possibility of noodle and Thai food shop in hypermarkets in Chiang Mai province. The data were collected from target customers by using questionnaires and from the owner of Yentafo Krueng Songe By Ajarn Mallika restaurant through an interview. The collected data were used for marketing, management and financial analyses.

The questionnaires respondents were 400 people who came to Carrefour, Big C Super Center, Tesco Lotus Super Center (Hang Dong branch and Khum Tieng Market branch). There were female more than male respondents. Most of the respondents were between 15-24 years of age. They mostly were undergraduate students with an income of averagely less than 5,000 baht a month. And, their average household income was more than 25,001 baht.

The marketing study showed that the questionnaire respondents paid their major attention to product, price, place, promotion, physical, and process factors. They averagely paid their attention to the personal factors.

The management study revealed that Yentafo Krueng Songe By Ajarn Mallika restaurant was operated in a form of company. It has set its short-term and long-term goals, visions, and missions. To achieve its goals, the restaurant has set its organization chart and job descriptions clearly in order to make its staff realize their responsibilities before starting to work.

The financial study suggested that the project is worth investment because its pay back period is 4 years 20 days. The net present value after the project end is 371,460 baht. The internal rate of return is 10.38 percent which is higher than the current loan interest rate of banks (which is around 8 percent only).