



แผนธุรกิจ ร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟ่ต์



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2552

แผนธุรกิจ ร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2552

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณา
แล้วอนุมัติให้แผนธุรกิจ เรื่อง “ร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟ่ต์” เสนอโดยนางสาวปีลันชน์ ชุมภู มี
คุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

.....
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ เดือน พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ณัฐวัฒน์ ปีลันชนานนท์)

..... /

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

..... /

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

..... กรรมการ

(อาจารย์เลิศลักษณ์ เจริญสมบัติ)

..... /

12490057 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : ร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์

ปิลันธน์ ชุมภู : แผนธุรกิจร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต. 64 หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

ร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์ เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ดำเนินกิจการ โดย นางสาว ปิลันธน์ ชุมภู ที่มีความชื่นชอบในการรับประทาน ไอศกรีม และชอบเข้ารับบริการร้าน ไอศกรีมเป็นประจำ จึงเลือกเปิดร้าน ไอศกรีมบุฟเฟต์ที่จังหวัดตาก ณ บริเวณห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส ตำบลแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นบริเวณที่ไม่มีร้าน ไอศกรีมบุฟเฟต์เปิดดำเนินการอยู่เลย ประกอบกับต้องการกลุ่มลูกค้าที่มีความชื่นชอบในการรับประทาน ไอศกรีมเป็นชีวิตจิตใจ ลักษณะของตลาดโดยทั่วไปถือว่ายังไม่มีคู่แข่งในธุรกิจ ไอศกรีมบุฟเฟต์เลย เนื่องจากบริเวณนี้ส่วนใหญ่แล้วจะเปิดเป็นกิจการห้างร้านสรรพสินค้า ร้านกีฬาสีฟ ร้านอาหาร เป็นต้น ด้านการบริการทางร้านจะมีบริการที่ลูกค้าจะได้รับการบริการที่ประทับใจ ทำให้ลูกค้าได้รับความแตกต่างอย่างชัดเจนเมื่อมาเข้ารับบริการจากทางร้าน พร้อมทั้งการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ นอกจากนี้ทางร้านยังมีการตกแต่งร้านที่มีรูปแบบพิเศษ เพื่อให้ลูกค้าสามารถนั่งรอระหว่างรอรับบริการได้

ด้านการเงิน ร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์ ได้ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกในการปรับปรุงกิจการทั้งสิ้นจำนวน 721,507 บาท มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) 1 ปี 8 เดือน อัตราผลตอบแทนจากโครงการ (IRR) 54% และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 2,850,067 บาท

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้ศึกษาขอกราบ
ขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต ที่ปรึกษาแผนธุรกิจ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ
ช่วยเหลือชี้แนะแนวทางในการจัดทำ และปรับปรุงแก้ไขด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งตลอดมา และ
ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านของสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไปที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์
ด้วยการให้คำแนะนำให้ความช่วยเหลืออย่างดีโดยตลอดมา จึงขอขอบพระคุณทุกท่านไว้ ณ
โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณเพื่อนๆและบุคคลที่เกี่ยวข้องทุกคนที่ให้คำแนะนำในการทำแผน
ธุรกิจ ที่ยังไม่ได้เอ่ยนาม ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า โครงการแผนธุรกิจฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์
ต่อทางโครงการบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป ของมหาวิทยาลัย
ศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี และผู้ที่สนใจที่จะนำข้อมูลนี้ไปใช้ประโยชน์ และหาก
โครงการแผนธุรกิจร้านไอศกรีมบุฟเฟ่ต์มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำต้องขออภัยมา ณ โอกาส
นี้ด้วย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

12490057 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : ร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์

ปิลันธน์ ชุมภู : แผนธุรกิจร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์ อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร.เกริก
ฤทธิ์ อัมพะวัต. 63หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

ร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์ เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ดำเนินกิจการ โดย นางสาว
ปิลันธน์ ชุมภู ที่มีความชื่นชอบในการรับประทานไอศกรีม และชอบเข้ารับบริการร้านไอศกรีมเป็น
ประจำ จึงเลือกเปิดร้านไอศกรีมบุฟเฟต์ที่จังหวัดตาก ณ บริเวณห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส ตำบล
แม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นบริเวณที่ไม่มีร้านไอศกรีมบุฟเฟต์เปิดดำเนินการอยู่เลย
ประกอบกับต้องการกลุ่มลูกค้าที่มีความชื่นชอบในการรับประทานไอศกรีมเป็นชีวิตจิตใจ

ลักษณะของตลาดโดยทั่วไปถือว่ายังไม่มีคู่แข่งในธุรกิจไอศกรีมบุฟเฟต์เลย เนื่องจาก
บริเวณนี้ส่วนใหญ่แล้วจะเปิดเป็นกิจการห้างร้านสรรพสินค้า ร้านกีฬาร้านอาหาร เป็นต้น ด้าน
การบริการทางร้านจะมีบริการที่ลูกค้าจะได้รับบริการที่ประทับใจ ทำให้ลูกค้าได้รับความ
แตกต่างอย่างชัดเจนเมื่อมาเข้ารับบริการจากทางร้าน พร้อมทั้งการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ไม่เป็น
อันตรายต่อสุขภาพ นอกจากนี้ทางร้านยังมีการตกแต่งร้านที่มีรูปแบบพิเศษ เพื่อให้ลูกค้าสามารถนั่ง
รอระหว่างรอรับบริการได้

ด้านการเงิน ร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์ ได้ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกในการปรับปรุงกิจการ
ทั้งสิ้นจำนวน 721,507 บาท มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) 1 ปี 8 เดือน อัตราผลตอบแทน
จากโครงการ (IRR) 54% และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 2,850,067 บาท

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้ศึกษาขอกราบ
ขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัตต์ ที่ปรึกษาแผนธุรกิจ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ
ช่วยเหลือชี้แนะแนวทางในการจัดทำ และปรับปรุงแก้ไขด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งตลอดมา และ
ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านของสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไปที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์
ด้วยการให้คำแนะนำให้ความช่วยเหลืออย่างดีโดยตลอดมา จึงขอขอบพระคุณทุกท่านไว้ ณ
โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณเพื่อนๆและบุคคลที่เกี่ยวข้องของทุกคนที่ให้คำแนะนำในการทำแผนธุรกิจ
ที่ยังไม่ได้เอ่ยนาม ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า โครงการแผนธุรกิจฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อทาง
โครงการบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป ของมหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี และผู้ที่สนใจที่จะนำข้อมูลนี้ไปใช้ประโยชน์ และหากโครงการแผน
ธุรกิจร้านไอศกรีมบุฟเฟ่ต์มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำต้องขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

หน้า

บทสรุปผู้บริหาร	ก
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพประกอบ	ซ

บทที่

1 บทสรุปผู้บริหาร	1
2 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	2
3 ความเป็นมาของธุรกิจ	3
3.1 ประวัติความเป็นมาหรือแนวคิดในการก่อตั้งธุรกิจ	3
3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน	5
4 การบริการ	6
5 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด	
5.1 สภาพอุตสาหกรรมและสภาวะทางการตลาด	8
5.2 การแบ่งส่วนตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด	12
5.3 ตลาดเป้าหมาย	14
5.4 แนวโน้มทางการตลาด	14
5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า	14
5.6 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ Swot Analysis	16
5.6.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน	16
5.6.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	18
5.7 สภาพการแข่งขัน Five Forces	20
6 แผนบริหารจัดการ	
6.1 ข้อมูลธุรกิจ	22
6.2 หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก	23
6.3 แผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ	24
6.4 วิสัยทัศน์	24
6.5 พันธกิจ	25

บทที่	หน้า
6.6 เป้าหมายของธุรกิจ	25
6.7 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	25
7 แผนการตลาด	
7.1 เป้าหมายทางการตลาด	27
7.2 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	28
7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด	28
7.3.1 กลยุทธ์ด้านการบริการ	28
7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา	28
7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	28
7.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด	29
8 แผนบริการ	
8.1 สถานประกอบการในการบริการ	30
8.2 อุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ	32
8.4 รายละเอียดผลิตภัณฑ์/สินค้าที่ใช้ในการบริการ	33
8.5 ขั้นตอนการบริการ	35
8.6 แผนผังกระบวนการบริการ	36
9 แผนการเงิน	37
10 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง	51
11 แผนปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ	54
บรรณานุกรม	55
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ภาพตราสัญลักษณ์ร้าน	56
ภาคผนวก ข สรุบบแบบสอบถาม	57
ประวัติผู้จัดทำ	63

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1	แสดงขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน	5
2	แสดงอัตราค่าบริการ	7
3	แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน	16
4	แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	18
5	แสดงแผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ	24
6	แสดงตัวอย่างการจัดโปรโมชันส่งเสริมการขายของร้าน	29
7	แสดงจุดเด่นและจุดค้อยของสถานที่ตั้งกิจการ	32
8	แสดงอุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ	32
9	แสดงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ	33
10	แสดงอุปกรณ์ตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	34
11	การประมาณการในการลงทุน(ประมาณการต่อปี)	37
12	การชำระคืนเงินกู้รายปี	38
13	สินทรัพย์และค่าเสื่อมราคา	39
14	การประมาณการขายรายเดือน	42
15	การประมาณรายได้จากการขายสินค้าและบริการ	44
16	การประมาณการต้นทุนการขายสินค้า	45
17	การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	46
18	การประมาณงบกำไรขาดทุน	47
19	การประมาณงบกระแสเงินสด	48
20	การประมาณงบดุล	49
21	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	50
22	แสดงแผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยงที่ 1	52
23	แสดงแผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยงที่ 2	53
24	แผนปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ.....	54

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า	
1	ส่วนครองตลาดของระดับไอศกรีม	8
2	ส่วนครองตลาดของผู้ผลิตไอศกรีม	10
3	ส่วนแบ่งการตลาด	13
4	การวางตำแหน่งบริการ	15
5	แผนผังองค์กร	22
6	แผนที่ตั้งสถานประกอบการ	30
7	การจัดวางตำแหน่งการบริการต่างๆภายในร้าน	31
8	แผนผังกระบวนการบริการ	36

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทสรุปผู้บริหาร

ร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟ่ต์ เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ดำเนินกิจการโดย นางสาว ปิรันธน์ ชุมภู ที่มีความชื่นชอบในการรับประทานไอศกรีม และชอบเข้ารับบริการร้าน ไอศกรีมเป็นประจำ จึงเลือกเปิดร้าน ไอศกรีมบุฟเฟ่ต์ที่จังหวัดตาก ณ บริเวณห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส ตำบล แม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นบริเวณที่ไม่มีร้านไอศกรีมบุฟเฟ่ต์เปิดดำเนินการอยู่เลย ประกอบกับต้องการกลุ่มลูกค้าที่มีความชื่นชอบในการรับประทานไอศกรีมเป็นชีวิตจิตใจ

ลักษณะของตลาดโดยทั่วไปถือว่ายังไม่มีคู่แข่งในธุรกิจไอศกรีมบุฟเฟ่ต์เลย เนื่องจากบริเวณนี้ส่วนใหญ่แล้วจะเปิดเป็นกิจการห้างร้านสรรพสินค้า ร้านกีฬาสีพ ร้านอาหาร เป็นต้น ด้านการบริการทางร้านจะมีบริการที่ลูกค้าจะได้รับบริการที่ประทับใจ ทำให้ลูกค้าได้รับความแตกต่างอย่างชัดเจนเมื่อมาเข้ารับบริการจากทางร้าน พร้อมทั้งการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ นอกจากนี้ทางร้านยังมีการตกแต่งร้านที่มีรูปแบบพิเศษ เพื่อให้ลูกค้าสามารถนั่งรอระหว่างรอรับบริการได้

ด้านการเงิน ร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟ่ต์ ได้ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกในการปรับปรุงกิจการทั้งสิ้นจำนวน 721,507 บาท มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) 1 ปี 8 เดือน อัตราผลตอบแทนจากโครงการ (IRR) 54% และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 2,850,067 บาท

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

การนำเสนอแผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการขอรับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อจากธนาคาร เพื่อใช้ในการขยายสาขาธุรกิจของข้าพเจ้า ในการนำเงินมาลงทุนธุรกิจร้านไอศกรีมบุฟเฟ่ต์ที่จะสามารถนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจในอนาคตได้ โดยมีเงื่อนไขดังนี้คือ

1. มีการทำสัญญาผ่อนชำระเงินกู้ให้ธนาคาร เป็นเวลา 2 งวด ใน 2 ปี งวดละ 100,000 บาท
2. การผ่อนชำระคืนเงินต้น ผ่อนชำระเป็นไปตามเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด
3. เงื่อนไขอื่นๆเป็นไปตามกฎเกณฑ์ของธนาคาร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3 ความเป็นมาของธุรกิจ

ปัญหาใหญ่ของโลกเราในปัจจุบัน คือ ภาวะโลกร้อนสังเกตได้จากอุณหภูมิของโลกที่สูงขึ้นเรื่อยๆ เป็นเวลามากกว่า 50 ปี ซึ่งส่งผลร้ายแรงและต่อเนื่องต่อสิ่งมีชีวิตภายในโลก

สภาพอากาศร้อนสร้างปัญหาให้กับเรา คือ ส่งผลกระทบต่อร่างกาย ด้วยการเสียน้ำมากกว่าปกติ เกิดอาการกระหายน้ำ ส่งผลให้อึดอัด ความร้อนที่เกิดขึ้นในเมืองไทยนี้ อาจทำให้เกิดอาการหงุดหงิด รวมทั้งทำให้ความอดทนลดลง

ช่วงที่สภาพอากาศร้อนเช่นนี้ วิธีคลายร้อนมีหลายวิธี เช่น การดื่มน้ำบ่อยๆ โดยการหาของเย็นมารับประทาน อย่างเช่น น้ำแข็งไส หรือจำพวกผลไม้สด ก็ยังสามารถช่วยได้แต่ถ้าไม่บรรเทา ของหวานที่เรียกว่า “ไอศกรีม” ช่วยดับร้อนได้แน่นอน ไอศกรีมกำลังได้รับความนิยมจากลูกค้าอย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็น วัยเด็ก วัยผู้ใหญ่ ล้วนแล้วแต่ชอบรับประทาน ไอศกรีมเพื่อคลายร้อนกันแทบทั้งสิ้น เพราะไอศกรีมเป็นของหวานที่รับประทานแล้วทำให้คลายร้อนลงได้อย่างดี

นอกจากไอศกรีมทำให้คลายร้อนแล้ว การรับประทานไอศกรีม มีส่วนช่วยกระตุ้นสมอง ทำให้เราอารมณ์ดีและมีความสุข เพราะน้ำตาลที่อยู่ในไอศกรีม ช่วยให้ระดับน้ำตาลในเลือดสูงขึ้นทันทีส่งผลให้สมองส่วนรับรู้สถานการณ์ทันที ทำให้มีความรู้สึกพอใจในช่วงขณะหนึ่ง และไอศกรีมอีกหลายๆประเภทสามารถรับประทานได้เป็นประจำ และหากทานอย่างรู้จักความพอดี ไอศกรีมจะช่วยควบคุมน้ำหนักและทำให้สุขภาพดีด้วย ทั้งนี้ก็เพราะในไอศกรีมส่วนใหญ่ประกอบด้วยนมและผลไม้ ซึ่ง

มีประโยชน์ต่อร่างกายอีกทั้งปริมาณน้ำตาล และไขมันต่ำกว่าอาหารที่ได้รับความนิยมอีกหลายประเภทด้วย

ร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์ เกิดขึ้นจากความชื่นชอบในการรับประทานไอศกรีม เนื่องจากมีรสชาติที่ถูกปาก คลายร้อน คลายเครียด ความชื่นชอบดังกล่าวจึงเกิดเป็นแรงบันดาลใจในการเปิดธุรกิจไอศกรีมบุฟเฟต์เป็นของตัวเอง

เจ้าของกิจการได้เลือกเปิดร้าน ไอศกรีมบุฟเฟต์ที่จังหวัดตาก ณ บริเวณห้างสรรพสินค้า เทสโก้โลตัส ถนนประสาทวิถี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เนื่องจากบริเวณดังกล่าวมีผู้คน จำนวน

มาก และเป็นบริเวณที่ยัง ไม่มีธุรกิจร้านไอศกรีมบุฟเฟต์เปิดดำเนินการอยู่เลย ซึ่งความโดดเด่นของร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์ คือ เป็นธุรกิจรายเดียวในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ประกอบกับการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน ที่มีความแตกต่างกัน จนทำให้เกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการที่ร้านอีก แต่อย่างไรก็ตามกิจการก็ยังไม่ลืมที่จะรักษาระดับมาตรฐานด้านการบริการ รสชาติ ความสะอาด ซึ่งทางร้านจะมีการตรวจสอบทุกๆอาทิตย์

ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ

กิจการร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์ เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ดำเนินการโดย นางสาว ปิณรัตน์ ชุมภู อายุ 22 ปี

ประวัติของเจ้าของกิจการ

การศึกษา

- ๑ - ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสรรพวิทยาคม ปี พ.ศ. 2543 - 2545
- ๒ - ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสรรพวิทยาคม ปี พ.ศ. 2546 - 2548
- ๓ - ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2549 - 2552

ทำเลที่ตั้งร้าน

46 ถนนประสาทวิถี ตำบลแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 63110

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ตารางที่ 1 แสดงขั้นตอนเริ่มดำเนินธุรกิจ

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	ศึกษาความเป็นไปได้	1 เดือน	มิถุนายน
2	วางแผนและจัดทำแผนในการประกอบธุรกิจ	1 เดือน	กรกฎาคม
3	กำหนดงบประมาณทั้งหมดในการทำกิจการ	2 สัปดาห์	สิงหาคม
4	สำรวจทำเลที่ตั้งและจดทะเบียนร้านค้า	1 สัปดาห์	สิงหาคม
5	ออกแบบและตกแต่งร้าน	1 เดือน	กันยายน
6	จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์	1 เดือน	กันยายน
7	รับสมัครพนักงาน	1 เดือน	กันยายน
8	จัดทำโฆษณา รวมทั้งจัดทำป้ายโฆษณา และฝึกอบรมพนักงาน	1 สัปดาห์	ตุลาคม
9	จัดหา supplier	2 สัปดาห์	ตุลาคม
10	เปิดกิจการ	วันที่ 20 ตุลาคม	
11	ตรวจสอบผลิตภัณฑ์	อาทิตย์ละ 1 ครั้ง	

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4 การบริการ

รายละเอียดการบริการ

กิจการให้บริการร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟ่ต์มีความหลากหลาย ประกอบด้วยบริการต่างๆ ดังนี้

1. ให้บริการที่เป็นมิตร สุภาพ เต็มใจต้อนรับ ใครๆก็อยากเห็นรอยยิ้มในการให้บริการต้อนรับ เพราะเป็นการสร้างความประทับใจแรกทิ่มอบให้แก่ลูกค้า ให้พวกเขาได้รู้สึกถึงความเต็มใจพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ
2. ให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี และสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า คำพูดที่ไพเราะ มารยาท และกาลเทศะ มีความสำคัญมากในการให้บริการ
3. ให้คำแนะนำ และช่วยเหลือเมื่อลูกค้ามีคำถาม การแสดงความร่าคาญหรือสีหน้า ท่าทางไม่พอใจของพนักงานในร้าน เมื่อลูกค้าเข้ามาสอบถาม ลูกค้าจะไม่กลับไปร้านนั้นอีก
4. ให้ข้อมูลข่าวสารของการบริการที่ถูกต้อง ชัดเจน แก่ลูกค้าได้ตลอดการให้บริการ สื่อสารให้เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน และที่สำคัญอย่าให้ข้อมูลผิดๆไป
5. แจ้งให้ลูกค้าทราบความคืบหน้าในการดำเนินเรื่อง หรือขั้นตอนงานต่างๆ ที่ได้รับการอยู่
6. รู้จักฟังเพื่อถ่อม รับฟังคำวิจารณ์ทุกคำและนำมาเป็นตัวอย่างให้เห็นถึงสิ่งที่เราจะต้องพัฒนาต่อไป และนำไปแก้ไข ปรับปรุงให้การบริการของเราดียิ่งขึ้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 2 แสดงอัตราค่าบริการ

รายละเอียดบริการ	ราคา (บาท)
ไอศกรีม	
ไอศกรีม 3 ลูก สามารถเลือกที่opping ได้ 3 อย่าง	69 บาท/คน
เมนูอาหาร	
ก๋วยเตี๋ยราชบุรี	49 บาท
ผัดถั่วงอก	49 บาท
มาผัดแห้งเหินตาโฟ	49 บาท
มะกะโรนีเปรี้ยวหวาน	49 บาท
ผัดมะกะโรนี	49 บาท
สปาเกตตีชีสมา	49 บาท
สปาเกตตีพริกแกงปลาช่อนทอดกรอบ	49 บาท

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

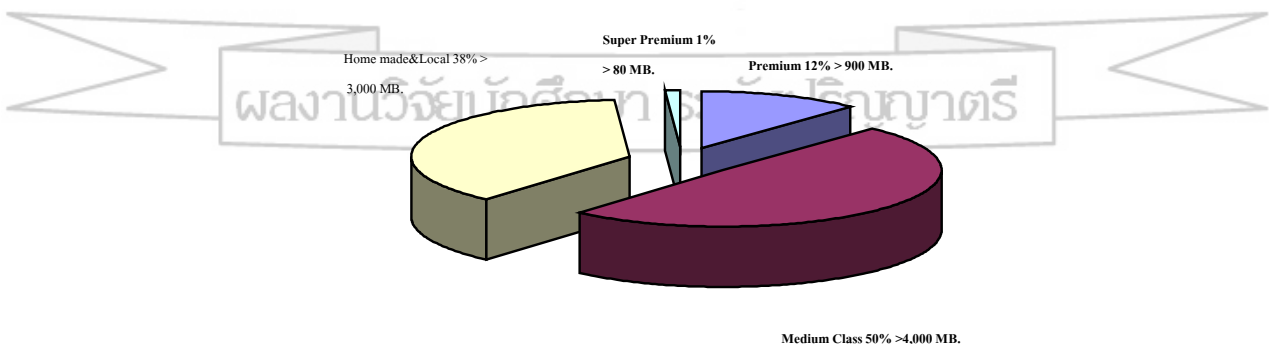
วิเคราะห์ตลาด

สถานะอุตสาหกรรมและตลาด

ไอศกรีมเป็นอาหารหวานที่ได้รับความนิยมอย่างสูง และมีความเป็นสากล ประกอบกับในปัจจุบันปริมาณการบริโภคไอศกรีมต่อคนของประชากรคนไทยยังอยู่ในระดับที่ต่ำมาก เพียงประมาณ 1 ไพน์ (Pint) ต่อปีเท่านั้น ซึ่งเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆแล้ว ประเทศไทยยังมีศักยภาพที่จะขยายตลาดได้อีกมากในอนาคตอันใกล้ ทำให้กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ต่างให้ความสนใจเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งจากกิจกรรมกระตุ้นตลาดของกลุ่มบริษัทยักษ์ใหญ่มีส่วนช่วยให้ตลาดไอศกรีมในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอัตราที่สูง โดยพบว่าก่อนวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจตลาดไอศกรีมโดยภาพรวมมีการเติบโตในระดับปีละ 15 - 20% ซึ่งจัดได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตที่น่าสนใจต่อการลงทุนเป็นอย่างยิ่ง ไอศกรีมในประเทศไทยปัจจุบันมีมูลค่าประมาณ 5 พันล้านบาท และอาจสูงถึง 8 พันล้านบาท หากรวมไอศกรีม Home made ต่างๆ (รวมรายเล็กๆของท้องถิ่นและไอศกรีมโบราณ) โดยสามารถแบ่งตลาดออกได้เป็น 3 ตลาดดังนี้

Market Share by Grade

(Included Local&Home made Ice cream)



ภาพที่ 1 แสดงส่วนครองตลาดของระดับไอศกรีม

ปี 2543 : ที่มาฐานเศรษฐกิจ

1. ไอศกรีมซูปเปอร์พรีเมียม (Super premium ice cream)

เป็นไอศกรีมที่มีราคาสูงที่สุดในตลาด โดยมีสัดส่วนตลาดที่ค่อนข้างเล็กเพียง 2 - 3% เท่านั้น โดยพบว่าผู้มีผู้ทำตลาดเพียงรายเดียวคือไอศกรีม ฮาเกินคาส ซึ่งบริษัท เอชดี ดิสทริบิวเตอร์ จำกัด (ประเทศไทย) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ เอสแอนด์พี เป็นผู้นำเข้ามาทำตลาดแต่อัตราการเติบโตของตลาดนี้ไม่สูงนัก โดยเฉพาะในภาวะวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่ผ่านมาช่องทางจำหน่ายในปัจจุบันคือผ่านร้านค้าของเอสแอนด์พี ร้านฮาเกินคาสซึ่งมีรูปแบบร้านหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นร้านค้าแบบเต็มรูปแบบ บริเวณอาคารพาณิชย์ หรือในลักษณะของคีออส (Kiosk) บริเวณหน้าพระบรมมหาราชวัง เป็นต้น

2. ไอศกรีมพรีเมียม (Premium ice cream)

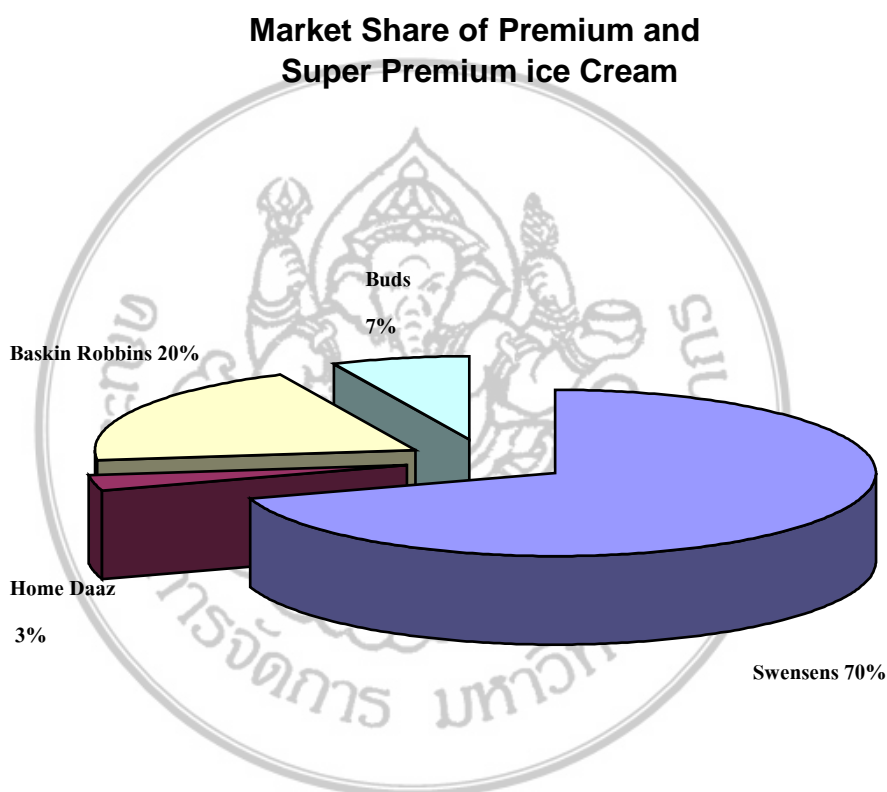
เป็นไอศกรีมระดับบนเช่นกันแต่มีราคาต่ำกว่าไอศกรีมซูปเปอร์พรีเมียม การแข่งขันในตลาดเป็นไปอย่างรุนแรง โดยไอศกรีมพรีเมียมมีมูลค่าตลาดประมาณ 17% หรือประมาณ 900 ล้านบาท โดยมีผู้ทำตลาดรายใหญ่ 3 รายด้วยกัน คือ

2.1 ไอศกรีมสวีเดนเซนส์ (Swensens ice cream) ซึ่งทำตลาดโดยบริษัท สเวนเซนส์ (ไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือไมเนอร์กรุ๊ป โดยมีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดประมาณ 60 - 70% ปัจจุบันไอศกรีมสวีเดนเซนส์มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นร้านค้าแบบเต็มรูปแบบ คีออส ซูปเปอร์มาร์เก็ต หรือแม้แต่ในร้านพิซซ่า รวมทั้งบริการจัดส่ง (Delivery) ด้วย

2.2 ไอศกรีมบาสกินรอบบินส์ (Baskin Robbins ice cream) ทำตลาดโดยบริษัท บาสกินรอบบินส์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือเซ็นทรัล มีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 20 - 30% โดยช่องทางการจำหน่ายหลักคือ ร้านค้าแบบเต็มรูปแบบ (มีการขายแพรรนไซส์ด้วย) รวมถึงรูปแบบคีออส และในซูปเปอร์มาร์เก็ตด้วย

2.3 ไอศกรีมบัดส์ (Buds ice cream) ทำตลาดโดย บริษัทอเมริกันฟู้ดส์ จำกัด ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 10% นอกจากนี้ 3 รายข้างต้นแล้ว ยังมีความพยายามจากผู้นำตลาดไอศกรีมทั่วไปคือ ไอศกรีมวอลล์ ซึ่งเคยทดลองตลาดพรีเมียมโดยการส่งไอศกรีม คาร์ที-ดอร์ มาทดลองตลาด แต่ไม่ประสบความสำเร็จมากนักจึงเลิกทำตลาดไป ในขณะที่ไอศกรีมเนสเล่ท์เองก็ได้ส่งไอศกรีม เนสเล่ท์ครามีเลีย มาทำตลาดไอศกรีมพรีเมียมด้วยเช่นเดียวกัน แต่เนื่องจากยังอยู่ในช่วงต้นของการทำตลาดเท่านั้น จึงยังไม่อาจสรุปผลการทำตลาดได้ว่าประสบความสำเร็จเพียงใด โดยกลยุทธ์หลักที่ใช้คือกลยุทธ์ราคา โดยเน้นให้ราคาต่ำกว่าผู้นำตลาดอย่างไอศกรีมสวีเดนเซนส์ ประมาณ 25 - 30 บาท ต่อควอท (Quart) ไอศกรีมพรีเมียมเป็นตลาดที่มีอัตราการเติบโตที่สูงที่สุด โดยพบว่าในช่วงก่อนวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจนั้นมียอดอัตราการเติบโตสูงถึง 30% ต่อปี หรือแม้แต่

ในช่วงที่เศรษฐกิจซบเซา ตลาดนี้ยังคงมีอัตราการเติบโตสูงถึง 10% ต่อปี ในขณะที่ภาพรวมของตลาดไอศกรีมมีการหดตัวลง ทั้งนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทย โดยผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้นและยอมจ่ายในราคาที่สูงขึ้น โดยส่วนแบ่งตลาดของแต่ละยี่ห้อเป็นดังในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงส่วนครองตลาดของผู้ผลิตไอศกรีม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

3. ไอศกรีมทั่วไป ตลาดกลางถึงล่าง (Low to medium class ice cream)

ในตลาดนี้มีผู้ทำตลาดหลายราย โดยเฉพาะนักลงทุนท้องถิ่น แต่เมื่อกลุ่มทุนข้ามชาติยักษ์ใหญ่เข้ามาทำตลาดในประเทศไทยและมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ทำให้กลุ่มทุนรายย่อยในท้องถิ่นไม่สามารถแข่งขันได้เลย มีการล้มสลายไปเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันไอศกรีมทั่วไปมีมูลค่าตลาด 4,000 ล้านบาท หรือคิดเป็น 80% ของมูลค่าตลาดรวม (ที่มา ฐานเศรษฐกิจ) โดยกลุ่มผู้นำตลาดในปัจจุบันที่เป็นรายใหญ่มีเพียง 3 รายเท่านั้น ได้แก่

3.1 ไอศกรีมวอลล์ (Wall's ice cream) ซึ่งทำตลาดโดยบริษัทยูนิลีเวอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเน้นสินค้าที่ราคาไม่สูง มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งจุดขายที่มาก

ที่สุด และเป็นผู้นำตลาดนี้ด้วยส่วนแบ่งตลาดมากกว่า 70 - 80 %

3.2 ไอศกรีมเนสเล่ท์ (Nestle ice cream) ทำตลาดโดยบริษัทเนสเล่ท์ไอศกรีม โดยเนสเล่ท์เพิ่งเข้ามาทำตลาดในประเทศไทยได้ไม่นานนัก แต่ด้วยความพร้อมทางด้านทุนและเทคโนโลยีแล้ว ทำให้มีความพร้อมในการแข่งขันในตลาดไอศกรีมค่อนข้างมาก ปัจจุบันยังมีส่วนแบ่งตลาดไม่มากนัก

3.3 ไอศกรีมแมกโนเลีย ยูไนเต็ด (Magnolia united ice cream) ทำตลาดโดยบริษัทยูไนเต็ดฟู้ด จำกัด ไอศกรีมยูไนเต็ดทำตลาดไอศกรีมในประเทศมาเป็นเวลาก่อนช้านาน โดยเริ่มจากการเป็นไอศกรีมของกลุ่มทุนท้องถิ่นและต่อมาจึงได้มีการร่วมทุนกับต่างชาติ ปัจจุบันไอศกรีมยูไนเต็ดมีสัดส่วนตลาดไม่มากนักเช่นกัน

ตลาดไอศกรีมทั่วไปเป็นตลาดที่มีการแข่งขันที่รุนแรงมากที่สุด โดยผู้ผู้รอดในกลุ่มนี้ จำเป็นที่จะต้องมีความพร้อมทางด้านเงินทุนและเทคโนโลยีในระดับสูง อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ให้ความสนใจที่จะเข้ามาทำตลาดนี้อีกในอนาคต เช่น กลุ่มซีพีที่คาดว่าจะร่วมทุนกับเมจิของญี่ปุ่นเข้ามาทำตลาดไอศกรีมในอนาคตอันใกล้ ดังนั้นเมื่อพิจารณาสภาพตลาดไอศกรีมในภาพรวม จะพบว่าตลาดไอศกรีมในประเทศไทยมีมูลค่าตลาดอยู่ในระดับสูง ทั้งยังมีอัตราการเติบโตในระดับที่น่าพอใจ กล่าวคือ การเติบโตในระดับ 15 – 20% ต่อปี โดยในส่วนของไอศกรีมพรีเมียมมีอัตราการเติบโตสูงกว่า 30% ต่อปี ในขณะที่ไอศกรีมทั่วไปมีอัตราการเติบโตประมาณ 10 – 15% ต่อปี โดยในช่วงวิกฤตการณ์ที่ผ่านมาพบว่าตลาดไอศกรีมส่วนใหญ่มีการหดตัวเล็กน้อย โดยไอศกรีมพรีเมียมเป็นเพียงตลาดไอศกรีมเดียวที่ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยประมาณ 10% ต่อปี ในด้านสัดส่วนการครองตลาดพบว่าตลาดไอศกรีมมีผู้นำตลาดที่ค่อนข้างชัดเจนและทิ้งห่างคู่แข่งค่อนข้างมากไม่ว่าจะเป็นในตลาดพรีเมียมที่ไอศกรีมสเวนเซนส์ครองส่วนแบ่งตลาดกว่า 70% หรือในตลาดทั่วไปที่ไอศกรีมวอลล์ส ครองส่วนแบ่งตลาดประมาณ 80% แต่อย่างไรก็ตาม จากงานวิจัยหลายชิ้นพบว่าไอศกรีมแบบ Home-made ยังคงได้รับความนิยมอยู่ในระดับหนึ่งด้วยเช่นกัน เช่น ผลการสำรวจของบริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย ในปี 2540 พบว่าคนกรุงเทพฯ กว่า 14% นิยมรับประทานไอศกรีมจากร้านที่ผลิตเองหรือไอศกรีม Home – made ด้วยเหตุผลว่าจิตใจในรสชาติ สะดวกในการซื้อ รวมทั้งราคาไม่แพง ซึ่งเหตุผลเหล่านี้เองที่น่าจะเป็นโอกาสที่ทำให้ไอศกรีม Home – made ที่ไม่ค่อยมีชื่อเสียงแต่มีรสชาติดีจะสามารถเข้ามาทำตลาดได้

ร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์ ดำเนินกิจการอยู่ในเขตเทศบาลอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยทางกิจการมีพื้นที่ใกล้เคียงกับสถานที่ต่างๆดังต่อไปนี้

- บริเวณทิศเหนือ ติดกับร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของบริษัทฮอนด้า และติดกับชุมชนที่มีขนาดพื้นที่ประมาณ 30 - 40 หลังคาเรือน

- บริเวณทิสใต้ หรือทางด้านหน้าร้านฝั่งตรงข้ามติดกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่น และระยะทางห่างจากร้านทางทิสใต้ไปอีกประมาณ 100 เมตร ติดกับหน่วยงานราชการ เช่น ที่ว่าการอำเภอ ศาล สภท. เรือนจำ เป็นต้น มีถนนประสาทวิถี ซึ่งเป็นด้านหน้าของร้าน
- บริเวณทิสตะวันออก ติดกับชุมชนที่มีขนาดพื้นที่ประมาณ 40 – 50 หลังคาเรือน
- บริเวณทิสตะวันตก ติดกับห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส ไปทางทิสตะวันตกอีกประมาณ 80 เมตร ติดกับโรงเรียนสรรพวิทยาคม ซึ่งมีจำนวนนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษา ตั้งแต่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 - 6 รวมจำนวนนักเรียนประมาณ 2,000 คน นอกจากนี้ที่กล่าวมาแล้วทางร้านยังมีพื้นที่ใกล้เคียงกับร้านสะดวกซื้อ ตลาดสด ร้านขายอาหารตามสั่ง ร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ ร้านคอมพิวเตอร์ ร้านขายวัสดุก่อสร้าง ซึ่งมีระยะทางห่างออกไปประมาณ 300 - 500 เมตร

ภาพรวมของการดำเนินธุรกิจร้านไอศกรีมบุฟเฟต์ ในบริเวณเขตเทศบาลอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ถือว่าเป็นการดำเนินธุรกิจที่มีความเสี่ยงจากการมีจำนวนคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้น เนื่องจากธุรกิจสามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งทางอ้อมไม่ว่าจะเป็น ร้านจำหน่ายไอศกรีมอื่นๆทั่วไป ร้านกาแฟสด ร้านนมสด เป็นต้น โดยคู่แข่งทางอ้อมเหล่านี้มีส่วนทำให้กิจการมีจำนวนลูกค้า และผลประกอบการที่ลดลง ฉะนั้นทางกิจการจึงใช้วิธีการสร้างความแตกต่างในการบริการ และผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกอย่างหลากหลาย รูปแบบการให้บริการที่มีคุณภาพ เป็นที่พึงพอใจจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทางกิจการจะทำการคัดสรรค้ให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า

การแบ่งส่วนตลาด

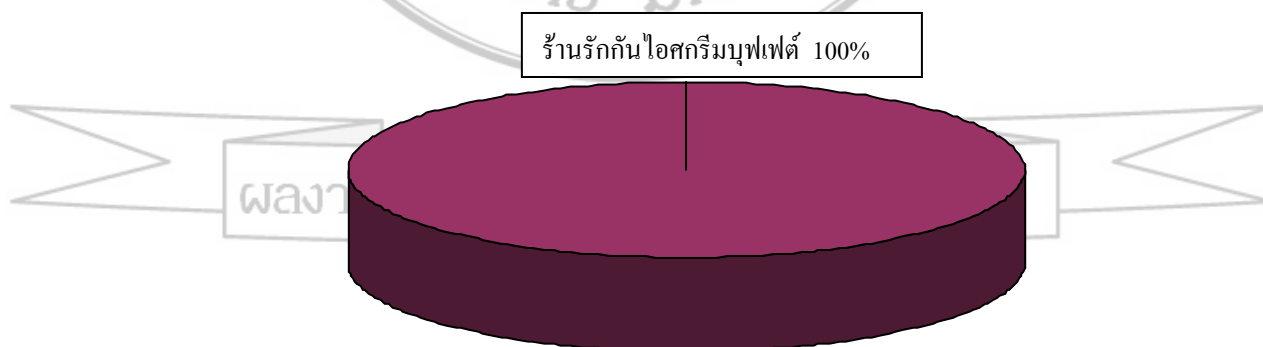
เกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาด คือ ลักษณะทางพฤติกรรมศาสตร์และลักษณะประชากรศาสตร์ ดังนี้

1. เกณฑ์ทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ พิจารณาจากลักษณะของประโยชน์ คือ กลุ่มลูกค้าที่มีความชื่นชอบในการรับประทานไอศกรีม และต้องการการพักผ่อนหย่อนใจ โดยการเลือกที่จะเข้ารับบริการร้านไอศกรีมบุฟเฟต์อยู่เป็นประจำ และพิจารณาโอกาสที่ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการ ซึ่งทางร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์อยู่ใกล้เคียงกับบริเวณห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส บริษัทห้างร้านต่างๆและสถานที่ราชการ ซึ่งเปิดทำการภายในเวลาที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น ห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส จะเปิดทำการตั้งแต่เวลา 10.00 – 22.00 น. บริษัทห้างร้านอื่นๆเปิดทำการตั้งแต่เวลา 09.00 - 20.00 น. และสถานที่ราชการ จะเปิดทำการตั้งแต่เวลา 08.00 – 16.00 น. เป็นต้น

2. **เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์** ธุรกิจร้านไอศกรีมบุฟเฟต์จะใช้เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์ตามอายุ และรายได้ ตัวอย่างเช่น วัยเด็กจะชอบรับประทานของหวาน อย่างเช่น ไอศกรีม เพราะนอกจากจะมีรสชาติที่หวานแล้วก็ยังมีความเย็นของไอศกรีม เมื่อเด็กได้รับประทานไปแล้ว จะทำให้เด็กรู้สึกมีความสุข ส่วนวัยรุ่นจะชอบอยู่กันเป็นกลุ่ม ชอบการสังสรรค์เฮฮา หลังจากเลิกเรียนหรือมีเวลาว่าง ร้านไอศกรีมบุฟเฟต์เป็นสถานที่หนึ่งที่วัยรุ่นสามารถนัดพบกัน เพื่อมาพักผ่อนหย่อนใจได้ เป็นต้น ในด้านรายได้ ตัวอย่างเช่น ผู้ที่มีรายได้น้อย คือ ผู้ที่อยู่ในช่วงวัยเรียนที่เป็นนักเรียน นักศึกษา สามารถรับประทานไอศกรีมบุฟเฟต์ ในระดับราคาที่ไม่สูงเกินไป คือ 59 บาทต่อคน ภายในระยะเวลา 1 ชั่วโมง ผู้มีรายได้ปานกลางถึงผู้ที่มีรายได้น้อย คือ ผู้ที่อยู่ในช่วงของวัยทำงาน สามารถเลือกรับประทานไอศกรีมบุฟเฟต์ และรายการอาหารที่มีภายในร้าน ซึ่งได้แก่ ก๋วยเตี๋ยวราชนาวิกิ ผัดถั่วงอก มาม่าผัดแห้งเย็นตาโฟ มะกะโรนี เป็รียวหวาน ผัดมะกะโรนี สเปกเกตตี้ไก่ และสเปกเกตตี้พริกแกงปลาช่อนทอดกรอบ

ส่วนแบ่งทางการตลาด

ร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์ เป็นกิจการเปิดใหม่ ซึ่งในเขตเทศบาลอำเภอแม่สอดยังไม่มีร้านไอศกรีมบุฟเฟต์เปิดดำเนินการอยู่เลย ดังนั้นกิจการจะมีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นไปได้ 100% โดยการอาศัยจากข้อมูลประชากรในเขตเทศบาลอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีจำนวนทั้งหมด 71,522 คน แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 36,881 คน เพศหญิงจำนวน 34,641 คน



ภาพที่ 3 แสดงส่วนแบ่งการตลาด

ตลาดเป้าหมาย

สภาพตลาดโดยทั่วไปที่บริเวณห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส เขตเทศบาลอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ประกอบไปด้วย ห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส สถานที่ราชการ แหล่งชุมชน และบริษัทห้างร้านต่างๆซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ และพนักงานบริษัทเอกชน ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีความต้องการบริการร้านไอศกรีมบุฟเฟต์

ขนาดของตลาดและแนวโน้มตลาด

ธุรกิจร้านไอศกรีมบุฟเฟต์ในจังหวัดตาก ถือว่าเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนขึ้น เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความแปลกใหม่ อาจทำให้เกิดการลอกเลียนแบบขึ้น ซึ่งการดำเนินธุรกิจร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์ ในบริเวณห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก นั้นนับว่าเป็นบริเวณที่ลูกค้าทั้งนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และบุคคลบริเวณใกล้เคียงให้ความสนใจและยินดีที่จะเข้ามาใช้บริการ ลักษณะของตลาดโดยทั่วไปถือว่ายังไม่มีคู่แข่งในธุรกิจไอศกรีมบุฟเฟต์เลย ด้วยเหตุนี้ทางกิจการจึงมองเป็นโอกาสในการดำเนินกิจการที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้จากผู้ที่มีใจรัก และชื่นชอบในรสชาติของไอศกรีมอาศัยความนิยมของผู้ที่มีความชอบและต้องการใช้บริการ โดยลูกค้าส่วนใหญ่ของทางกิจการจะเป็นนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ บุคคลทั่วไป ที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับกิจการ และคาดว่าในอนาคตแนวโน้มของการทำธุรกิจร้านไอศกรีมบุฟเฟต์ในบริเวณห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส จะพัฒนาและเติบโตมากขึ้นกว่าเดิม

ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

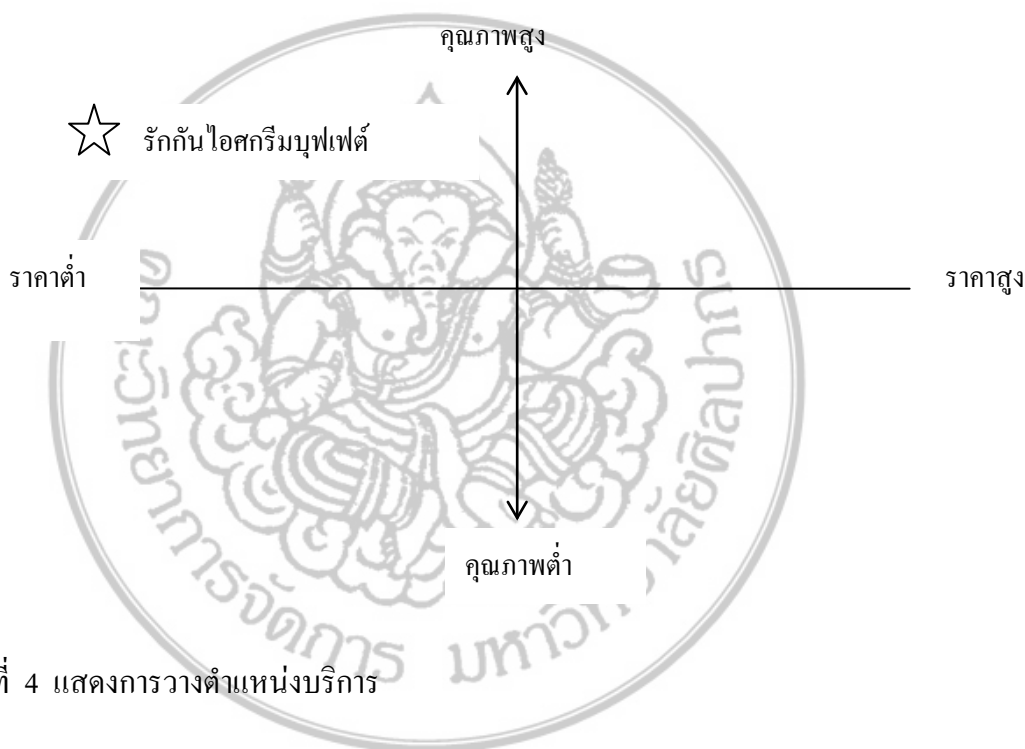
ลักษณะของลูกค้าสามารถแบ่งตามลักษณะต่างๆดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางพฤติกรรมลูกค้าของทางกิจการจะเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบในการรับประทานไอศกรีม ไม่ว่าจะเป็นนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัท บุคคลที่อาศัยอยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส ถนนประสาทวิถี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ถือได้ว่าเป็นแหล่งชุมชนที่สามารถรองรับลูกค้าที่มีความต้องการใช้บริการได้ในจำนวนมาก

2. ลักษณะทางจิตวิทยา ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงหรือวัยที่แตกต่างกัน มักจะรับประทานไอศกรีมในช่วงอากาศร้อนเพราะสามารถดับกระหายได้ หรือเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบไอศกรีมอยู่แล้ว หรือเป็นสถานที่นัดพบ เพื่อพบปะพูดคุยกัน สังสรรค์ในโอกาสต่างๆดังนั้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท บุคคลที่อาศัยอยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส ถนนประสาทวิถี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จึงมักเข้ารับการบริการร้านไอศกรีมบุฟเฟต์เป็นประจำ

การวางตำแหน่งบริการ

กิจการมีการวางตำแหน่งบริการจากเกณฑ์ของราคาและคุณภาพของการบริการ เนื่องจากกิจการมีการมุ่งเน้นในเรื่องของคุณภาพของอาหารแต่ละชนิดและบริการที่ดีเยี่ยม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และได้รับประโยชน์จากการเข้ามาบริโภคสินค้าของเราในราคาที่ยุติธรรม และกลับเข้ามาใช้บริการของกิจการอีก



ภาพที่ 4 แสดงการวางตำแหน่งบริการ

สภาพการแข่งขัน

ในตลาดไอศกรีมปัจจุบันมีอยู่หลายรูปแบบ ทั้งในรูปแบบของไอศกรีมแบบคัก แบบที่บรรจุสำเร็จ และแบบ Take home รวมทั้งรูปแบบของไอศกรีมแบบแท่งสำเร็จบรรจุของฟรอยด์ สภาพการแข่งขันของธุรกิจร้านไอศกรีมบุฟเฟ่ต์ อยู่ในสถานการณ์การแข่งขันกับคู่แข่งทางอ้อม เนื่องจากบริเวณเขตเทศบาลอำเภอแม่สอด ยังไม่มีธุรกิจร้านไอศกรีมบุฟเฟ่ต์เปิดดำเนินการอยู่เลย และการแข่งขันเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ตลาดไอศกรีมมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

คู่แข่งทางอ้อม

นอกจากไอศกรีมในตลาดทั่วไปแล้ว พบว่ายังมีสินค้าหลายอย่างที่สามารทดแทนการบริโภคของร้านไอศกรีมบุฟเฟต์ได้ เช่น กลุ่มของหวาน เครื่องดื่มต่าง ๆ ด้วย ไม่เพียงเท่านั้นกลุ่มของว่าง เช่น ขนมต่างๆก็สามารถทดแทนไอศกรีมได้ทั้งสิ้น โดยขึ้นกับระดับความพึงพอใจในการบริโภคไอศกรีมร่วมด้วย ในการพิจารณาจะพบว่าสินค้าที่สามารถทดแทนไอศกรีมในการทำตลาด เพราะในความง่ายที่จะถูกทดแทนด้วยสินค้าอื่นที่ซื้อง่ายโอกาสในการเข้าไปแย่งชิงตลาดเพื่อขยายตลาดไอศกรีมให้มีมูลค่าตลาดที่มากขึ้นได้เช่นกัน

ในส่วนหนึ่งของหวานต่างๆหากมองในส่วนช่องทางจำหน่ายผ่านร้านอาหารแล้ว อาจพิจารณาเป็นคู่แข่งทางอ้อมได้เช่นกัน ดังนั้นอาจมองได้ว่าไอศกรีมมีโอกาสเข้าไปทดแทนมูลค่าอาหารหวานได้ไม่น้อย อันจะเป็นส่วนให้ตลาดไอศกรีมมีฐานที่กว้างยิ่งขึ้น และมีมูลค่าตลาดที่สูงขึ้นในอนาคตอีกด้วย

การวิเคราะห์สถานการณ์ หรือ SWOT ANALYSIS

เป็นการประเมินปัจจัยภายใน เช่น การตลาด การบริหาร การเงิน การผลิต และบุคลากร เพื่อให้ทราบว่าธุรกิจมีจุดแข็งจุดอ่อนอย่างไร และการประเมินปัจจัยภายนอก เช่น สภาพแวดล้อมภายนอก คู่แข่งขัน ลูกค้า ตลาด เพื่อให้ทราบว่า การอยู่หรือการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ก่อนให้เกิดโอกาสหรืออุปสรรคต่อองค์กร ซึ่งการวิเคราะห์ SWOT ก็เพื่อนำจุดแข็งเข้าไปผลักดันธุรกิจ และปิดหรือพยายามแก้ไขจุดอ่อนและนำไปประกอบกับโอกาสเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และป้องกันหรือลดอุปสรรคมิให้เกิดผลกระทบเชิงลบที่สูงต่อธุรกิจ

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
ด้านการเงิน	1. ธุรกิจมีการวางแผนเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ	1. มีเงินทุนในการดำเนินธุรกิจที่จำกัด
ด้านบุคลากร	1. พนักงานทุกคนมีความรับผิดชอบในตำแหน่งหน้าที่ของตนเอง	1. การทำงานขึ้นอยู่กับเวลา บางครั้งพนักงานทำงานล่าช้า ลูกค้าจึงเกิดความไม่พอใจ
ด้านการเงิน	1. ธุรกิจมีการวางแผนเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ	1. มีเงินทุนในการดำเนินธุรกิจที่จำกัด

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
ด้านการบริการ	<ol style="list-style-type: none"> พนักงานทุกคนมีประสบการณ์ในการบริการได้รับการฝึกอบรมด้านการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ มีนโยบายในการบริการ สร้างภาพลักษณ์ที่เป็นกันเอง เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก มีการบริการที่ดี สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้ 	<ol style="list-style-type: none"> ทางร้านไม่มีที่จอดรถเพียงพอ ทำให้ลูกค้าที่เดินทางโดยรถส่วนตัว จึงต้องจอดรถบริเวณริมถนน เป็นร้านเปิดใหม่ ทำให้ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ จึงมีไม่มากนัก ส่งผลให้ลูกค้ามีตัวเลือกในผลิตภัณฑ์น้อย
ด้านการบริหาร	<ol style="list-style-type: none"> เจ้าของกิจการร้านไอศกรีมบุฟเฟต์สามารถตัดสินใจในการบริหารจัดการได้รวดเร็ว ง่ายต่อการสั่งการหรือปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการ เนื่องจากเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว พนักงานสามารถดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน โดยไม่เกิดความสับสนในการสั่งการ มีการแบ่งหน้าที่ให้กับพนักงานอย่างชัดเจน ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระบบ ภายในร้านมีพนักงานจำนวนน้อย ทำให้มีการควบคุมคุณภาพและการบริหารจัดการบุคลากรได้ง่าย 	<ol style="list-style-type: none"> การบริหารบุคลากรให้มีความซื่อสัตย์ต่อกิจการอย่างแท้จริงนั้น เป็นไปได้ยากต้องอาศัยแรงจูงใจในรูปแบบต่างๆ เช่น เงิน โบนัส สวัสดิการ ทำให้ต้นทุนในการบริหารจัดการสูงขึ้นไปด้วย
ด้านการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> มีการวางแผนทางการตลาดในเรื่องของการส่งเสริมการขายในช่วงเปิดตัวสินค้า เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ธุรกิจเป็นที่ยอมรับของ 	<ol style="list-style-type: none"> เป็นกิจการรายใหม่ จึงทำให้มีปัญหาของการยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
	<p>ลูกค้า และมีการส่งเสริมการขาย ในช่วงเทศกาลต่างๆเพื่อเป็นการดึงดูดใจลูกค้าและรักษาลูกค้าไว้</p> <p>2. กิจการตั้งอยู่บริเวณ ห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส หน่วยงานราชการ และบริษัท จึงทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย</p> <p>3. สถานที่ตั้งร้านอยู่บริเวณแหล่งชุมชน ทำให้ผู้ใช้บริการร้าน ไอศกรีมบุฟเฟ่ต์สะดวกในการมาใช้บริการ</p> <p>4. มีการจัดรูปแบบร้าน การตกแต่งร้านที่สวยงาม สีสดใส สีสันสดใสน่าชม สบายตา โป่งโล่ง เป็นที่ดึงดูดใจแก่ลูกค้า</p>	

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ด้านสภาพแวดล้อม	<p>1. ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสภาพภูมิอากาศร้อนเกือบตลอดทั้งปี ทำให้การบริโภคไอศกรีมมีสูงเกือบตลอดปี ประกอบกับปริมาณการบริโภคไอศกรีมต่อหัวของประเทศยังอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งหมายถึงศักยภาพการเติบโตในตลาดยังมีอยู่อีกมาก</p>	<p>1. เป็นธุรกิจใหม่ ทำให้ลูกค้ายังไม่มั่นใจในการบริการ และคุณภาพของสินค้า</p> <p>2. หาสถานที่ตั้งกิจการค่อนข้างยากลำบากและอัตราค่าเช่าสูง</p>

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	<p>2. จากข้อมูลการวิเคราะห์อุตสาหกรรมเบื้องต้น ผู้บริโภคมีความนิยมความแปลกใหม่ ความท้าทายที่จะทดลองสิ่งใหม่ สังกัดได้จากการเปิดธุรกิจใหม่ๆที่มีความแตกต่างจากรูปแบบเดิมๆ จะได้รับกระแสการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี เป็นโอกาสที่จะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายได้</p> <p>3. บริการของกิจการอยู่ในกระแสความนิยมของประชาชน</p>	
สถานการณ์การแข่งขัน	<p>1. ไม่มีคู่แข่งเนื่องจากธุรกิจร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์เป็นธุรกิจรายเดียวในเขตเทศบาลอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก</p>	<p>1. อาจมีคู่แข่งเพิ่มขึ้น เพราะธุรกิจสามารถประกอบกิจการและลอกเลียนแบบได้ง่าย</p>
สภาพเศรษฐกิจ	<p>1. กิจการมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกว้าง ครอบคลุมทุกเพศทุกวัย รวมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ สามารถรับประทานได้ทุกโอกาส จึงเป็นโอกาสในการขยายตลาดได้ง่าย</p> <p>2. ธุรกิจไอศกรีมมีการขยายตัวในทิศทางบวก ถือเป็นโอกาสที่ดีในการประกอบธุรกิจ</p> <p>3. เป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้และทำเลที่ตั้งกิจการที่ดี</p> <p>4. รัฐบาลมีการสนับสนุนในเรื่องการพัฒนาธุรกิจขนาดย่อม</p>	<p>1. สภาพเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัว และอาจเกิดภาวะถดถอย ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง และตลาดไอศกรีมหดตัว เพราะไม่ใช่อาหารที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน</p>

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
สังคม	1. กิจการตั้งอยู่บริเวณแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ มีทั้งสถานศึกษา หน่วยงานราชการ และบริษัท อีกทั้งการจัดงานเทศกาลต่างๆ จะทำการจัดตั้งอยู่บริเวณที่กิจการจัดตั้งอยู่	1. โดยปกติไอศกรีมจะเป็นอาหารที่มีไขมันและแคลอรีสูง ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มอาจต่อต้าน

วิเคราะห์สภาพการแข่งขันด้วย Five Force Model

1. คู่แข่งขันรายใหม่ (Potential Competitors)

คู่แข่งขันรายใหม่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย เนื่องจากมีอุปสรรคในการเริ่มธุรกิจต่ำ กล่าวคือ การเข้าสู่ตลาดไอศกรีมนั้นเป็นไปได้โดยง่าย ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่อสินค้า เนื่องจากตัวสินค้าที่ไม่แตกต่างกันมากนัก แต่ธุรกิจไอศกรีมบุฟเฟต์จะเน้นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่รับประทานคู่กับไอศกรีม เช่น แยมรสต่างๆ โอรีโอ ปิโป เป็นต้น และมีเมนูอาหารที่เข้ามาเสริม เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับประทานนอกเหนือจากการรับประทานไอศกรีม รวมทั้งบรรยากาศการตกแต่งร้านที่แปลกใหม่และทันสมัย

2. คู่แข่งภายในอุตสาหกรรม (Rivalry among Established Firms)

หากมองจำกัดเฉพาะตลาดไอศกรีมบุฟเฟต์นั้น ยังไม่มีผู้อยู่ในตลาดมาก่อน จึงทำให้ธุรกิจไอศกรีมบุฟเฟต์ไม่มีคู่แข่ง ประกอบกับตลาดไอศกรีมมีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับที่สูงถึง 50 - 80% รวมทั้งตลาดมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมีศักยภาพการเติบโตในอนาคตอีกมาก เนื่องจากอัตราการบริโภคไอศกรีมของคนไทยในปัจจุบันยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ โดยที่ตลาดมีการแข่งขันที่รุนแรงมาก สินค้าเดิมในตลาดที่ไม่มีความแปลกใหม่หรือความแตกต่างมักตายไปจากตลาด

3. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (The Bargaining Power of Buyers)

เนื่องจากธุรกิจไอศกรีมบุฟเฟต์เป็นธุรกิจรายเดี่ยวในเขตเทศบาลอำเภอแม่สอด และมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย ทำให้ผู้ซื้อที่ต้องการบริโภคไอศกรีมบุฟเฟต์แบบเจาะจงซื้อก็จะมีอำนาจต่อรองต่ำ โดยเฉพาะในส่วนลูกค้าที่นิยมความแปลกใหม่

4. อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (The Bargaining Power of Supplier)

ตลาดไอศกรีมโดยทั่วไป ตั้งแต่กลางถึงล่าง เป็นสินค้าที่จัดหาง่ายและมีผู้ผลิตมากมายในตลาด ทำให้ Supplier มีอำนาจการต่อรองต่ำ

5. สินค้าทดแทน (Substitute Products)

ไอศกรีมเป็นสินค้าที่มีสินค้าทดแทนได้ง่าย ขึ้นอยู่กับว่าจะมองไอศกรีมเป็นสินค้าประเภทใด หากมองภาพรวมๆว่าเป็นอาหารหวานชนิดหนึ่งแล้ว สินค้าที่จะทดแทนได้คือกลุ่มอาหารหวานทั้งหมด ซึ่งมีเป็นจำนวนมาก แต่หากมองไอศกรีมแยกออกจากอาหารหวานต่างๆไปแล้ว ไอศกรีมบุฟเฟต์ก็มีคู่แข่งเป็นไอศกรีมทั่วไปที่มีอยู่ในตลาดนั่นเอง



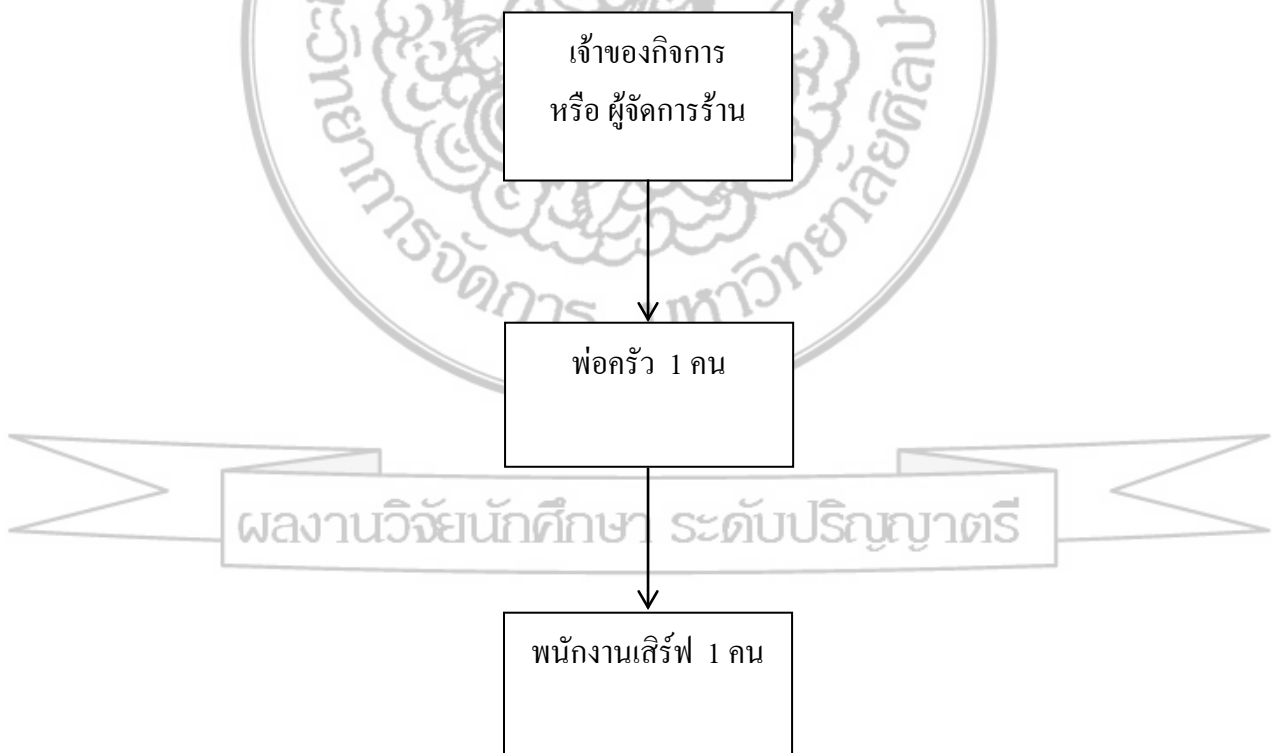
ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 6
แผนการบริหารจัดการ

รายละเอียดของธุรกิจ

ชื่อกิจการ	ร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ	46 ตำบลแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 63100
รูปแบบการดำเนินกิจการ	เจ้าของคนเดียว
เงินทุน	เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการ 1,221,507 บาท

แผนผังองค์กร



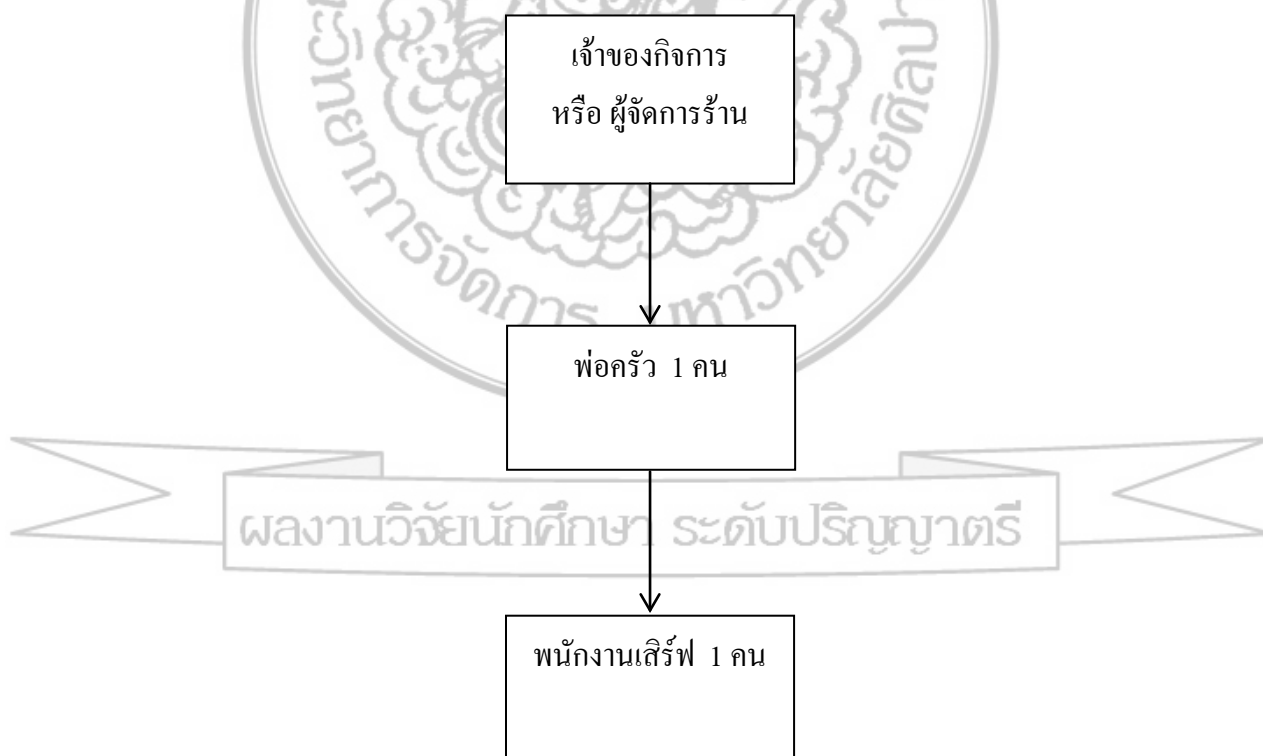
ภาพที่ 5 แผนผังองค์กร

บทที่ 6
แผนการบริหารจัดการ

รายละเอียดของธุรกิจ

ชื่อกิจการ	ร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ	46 ตำบลแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 63100
รูปแบบการดำเนินกิจการ	เจ้าของคนเดียว
เงินทุน	เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการ 1,221,507 บาท

แผนผังองค์กร



ภาพที่ 5 แผนผังองค์กร

ประวัติของเจ้าของกิจการ

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวปีลันธน์ ชุมภู อายุ 22 ปี

การศึกษา

- ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสรรพวิทยาคม ปี พ.ศ. 2543 - 2545
- ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสรรพวิทยาคม ปี พ.ศ. 2546 - 2548
- ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2549

- 2552

หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

ชื่อ นางสาวปีลันธน์ ชุมภู

ตำแหน่ง เจ้าของกิจการและผู้จัดการร้าน

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- ส่วนที่ 1 การบริหารจัดการ ควบคุมกิจการในด้านต่างๆ ของร้าน กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย นโยบาย วางแผนกลยุทธ์ คู่มือระบบบัญชี และการเงิน ดูแลกิจการเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ตั้งไว้

- ส่วนที่ 2 มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ และการแนะนำบริการต่างๆ ด้านของกิจการให้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดี

การศึกษา/คุณสมบัติ ปริญญาตรี

อัตราเงินเดือน 9,000 บาท

พนักงานเสิร์ฟ

ตำแหน่ง ลูกจ้าง /พนักงานเสิร์ฟ

หน้าที่ความรับผิดชอบ รับคำสั่งเมนูอาหารจากลูกค้า เสิร์ฟอาหาร ทำความสะอาดอุปกรณ์ภายในร้าน ล้างจาน และทำความสะอาดร้าน

การศึกษา/คุณสมบัติ

- การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. ปวส.
- พุดจาฉะฉาน
- มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- มีความกระตือรือร้น

- รั้งงานบริการ
 - มีความซื่อสัตย์สุจริต
- อัตราเงินเดือน 5,500 บาท

พ่อครัว

- ตำแหน่ง ลูกจ้าง/พ่อครัว
- หน้าที่ความรับผิดชอบ ปฏิบัติหน้าที่ในการปรุงอาหารตามคำสั่งเมนูจากลูกค้า
การศึกษา/คุณสมบัติ
- มีมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า
 - ผู้ที่จบหลักสูตรคหกรรมหรือผู้ที่เคยเรียนหลักสูตรทำอาหารจากสถาบัน
ต่างๆ และมีประสบการณ์ในการปรุงอาหารไม่ต่ำกว่า 1 ปี
 - มีความขยัน อดทน
 - มีใจรักในการทำอาหาร
 - มีความซื่อสัตย์สุจริต
 - เป็นคนรักษาความสะอาด
- อัตราเงินเดือน 5,500 บาท

ตารางที่ 5 แสดงแผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน (บาท) / คน	รวมเงินเดือน
1	เจ้าของกิจการ	1	9,000	9,000
2	พนักงานเสิร์ฟ	1	5,500	5,500
3	พ่อครัว	1	5,500	5,500
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน		3	20,000	20,000

วิสัยทัศน์

การให้บริการและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ให้
ความสำคัญกับอุปกรณ์ที่ใช้ และความสะอาด รักษามาตรฐานคุณภาพการให้บริการ มีการบริการ
ที่สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าและการซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
อย่างไม่หยุดนิ่ง

พันธกิจ

1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าด้านการให้บริการลูกค้าทุกคนให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด
2. ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน
3. ดูแลความสะอาดของอุปกรณ์ที่ใช้ให้มีมาตรฐาน
4. เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสดใหม่อยู่เสมอ

เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

กิจการเป็นที่รู้จักของลูกค้า ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าที่มารับบริการในเรื่องของคุณภาพและราคาที่เหมาะสม สร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ลูกค้ามีการบอกปากต่อปาก เพื่อก่อให้เกิดยอดขายที่เพิ่มขึ้น

เป้าหมายระยะกลาง

1. กิจการมีลูกค้าประจำที่มีความซื่อสัตย์ในการเข้ารับบริการจำนวนมากขึ้น
2. ขยายสาขาเพิ่มเติมให้ได้ 10 สาขา
3. เป็นผู้ผลิตไอศกรีมเอง
4. พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้นให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค
5. มีการพัฒนาเมนูอาหารให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นให้ได้ 20 เมนู

เป้าหมายระยะยาว

1. เปิดแฟรนไชส์ในประเทศไทย
2. เพิ่มรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ
3. กำไรไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของยอดขาย

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. กิจการมีการปรับปรุง และจัดโปรโมชั่น เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ
2. การทำให้สินค้ามีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปที่มีอยู่ในตลาด โดยเสนอมุมมองที่แปลกใหม่ เพื่อสร้างจุดขายให้กับสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งร้าน การมีผลิตภัณฑ์ที่

หลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

3. มีทำเลที่ตั้งอยู่บริเวณแหล่งชุมชนที่สามารถรองรับผู้บริโภคที่มีความต้องการใช้บริการได้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัท บุคคลที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง

4. การบริการเป็นที่ยอมรับและมีมาตรฐาน โดยคำนึงถึงมาตรฐานการบริการ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ และพนักงานให้การบริการเปรียบเสมือนคนในครอบครัว

5. เข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง เพื่อจะได้นำมาพัฒนาสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 7 แผนการตลาด

การทำธุรกิจที่ดีนั้น นอกจากมองตนเองแล้วต้องมองกลุ่มคู่แข่งและกลุ่มลูกค้าให้เป็นสาเหตุส่วนใหญ่ของธุรกิจที่ไปไม่รอดนั้น เพราะคิดถึงแต่ความชอบของตนเองโดยไม่ได้อมองกระแสของตลาด ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เพื่อใช้เป็นตัวต่อยอดของธุรกิจ

ในสถานะของการแข่งขันที่มีความเข้มข้นและรุนแรงมากขึ้น ทำให้มีกิจการเกิดขึ้นมากมาย ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกบริการมากขึ้น จึงทำให้กิจการจำเป็นต้องหาวิธีการที่จะทำอย่างไร จึงจะทำให้กิจการเป็นที่รู้จัก และค้นหาวิธีการที่จะโน้มน้าวจิตใจของผู้บริโภคให้ตัดสินใจหันมาใช้บริการของกิจการ แทนที่จะหันไปใช้บริการจากคู่แข่ง ทั้งนี้ก็เพื่อความอยู่รอดและความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจ มิฉะนั้นแล้วอาจส่งผลทำให้ธุรกิจประสบความล้มเหลวได้

ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการวางแผนสำหรับการบริการของกิจการ เจ้าของกิจการจะวิเคราะห์หาคู่แข่งที่ต้องแข่งขันในตลาด การวิเคราะห์กลุ่มคู่แข่งนั้นมองได้ 2 ทาง คู่แรก คือ คู่แข่งทางตรงที่ขายไอศกรีมรูปแบบเดียวกับเรา แต่เนื่องจากตลาดในเขตเทศบาลอำเภอแม่สอดยังไม่มีผู้ดำเนินกิจการแบบเดียวกัน จึงทำให้กิจการไม่มีคู่แข่งทางตรง ส่วนคู่แข่งทางอ้อม คือ ตลาดไอศกรีมที่ไม่ใช่รูปแบบเดียวกับเรา แต่ก็ยังขายไอศกรีมเหมือนกัน หรือขายของหวานชนิดอื่น เช่น เบเกอรี่ กาแฟสด นมสด เป็นต้น

เป้าหมายทางการตลาด

ร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์ เป็นร้านไอศกรีมที่มีลูกค้าในบริเวณห้างสรรพสินค้าเทสโก้ โลตัส ในเขตเทศบาลอำเภอแม่สอด และลูกค้าจากที่อื่น เข้ามาใช้บริการมากที่สุด เป็นร้านไอศกรีมที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในเรื่องของราคา และการบริการ ลูกค้าจดจำในตราร้านค้า มีการขยายสาขาเพิ่มเติมให้ได้ 10 สาขา ซึ่งทางกิจการจะเป็นผู้ผลิตไอศกรีมเอง และได้กำไรไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของยอดขาย

การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

จากการทำการสำรวจตลาดเป้าหมายของธุรกิจโดยการออกแบบสอบถาม สามารถแบ่ง

ได้ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าหลัก คือ กลุ่มของผู้ที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ผู้ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และมีกิจการส่วนตัว

2. กลุ่มลูกค้ารอง คือ กลุ่มของผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 26 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และมีกิจการส่วนตัว

กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ด้านการบริการ

เนื่องจากการบริการถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่ง ที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ เพราะต้องมีการสื่อสารโต้ตอบกับลูกค้า หรือผู้ที่สนใจ ดังนั้นร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์ จึงให้ความสำคัญกับการบริการที่เป็นที่ยอมรับ และมีมาตรฐาน

กลยุทธ์สินค้า

1. ไอศกรีมเนสท์เล่
2. มีท็อปปิ้งหลากหลาย
3. ตราสินค้าของร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์ คือ พื้นสีขาว บนพื้นสีขาวมีรูปไอศกรีมที่มี

สีส้มและมีตัวอักษรเขียนว่า “รักกันไอศกรีมบุฟเฟต์” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

กลยุทธ์ราคา

ร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์ มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ กล่าวคือ การตั้งราคาจากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป้าหมายที่เป็น กลุ่มผู้บริโภคที่แท้จริง ทางกิจกรรมมีวิธีการกำหนดราคาตามความสามารถที่จะจ่ายได้และเต็มในจ่ายของลูกค้า ซึ่งมีความสอดคล้องกับคุณภาพของสินค้าที่มีมาตรฐาน

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

ร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์ มีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทเนสท์เล่ ซึ่งเป็นผู้ผลิตและ

ผู้จัดจำหน่ายไอศกรีม ทำให้กิจการสั่งซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง และกิจการก็สามารถนำสินค้ามาจำหน่ายให้แก่ลูกค้าได้ในราคาปกติ และกิจการได้เลือกวางช่องทางการบริการที่ตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเลือกเปิดบริการในบริเวณห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส และที่ว่าการอำเภอแม่สอด ตำบลแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งที่มีความต้องการในธุรกิจไอศกรีมบุฟเฟต์

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

ร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์ มีเป้าหมายที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดด้วยการมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการอยู่ตลอดเวลา โดยการใช้วิธีการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลต่างๆ เทศกาลวันวาเลนไทน์ มารับประทานเป็นคู่ ราคา 119 บาท เทศกาลวันเด็กแห่งชาติ อายุไม่เกิน 13 ปี อิ่มละ 49 บาท เป็นต้น เพื่อเป็นการยื่นข้อเสนอให้กับลูกค้าได้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

ตารางที่ 6 แสดงตัวอย่างการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายขนาดของร้าน

สินค้า	เทศกาล	ราคาปกติ	ราคาโปรโมชั่น
ไอศกรีม	วันวาเลนไทน์	อิ่มละ 69 บาท	มาเป็นคู่ 119 บาท
	วันเด็กแห่งชาติ(อายุไม่เกิน 13 ปี)	อิ่มละ 69 บาท	อิ่มละ 49 บาท

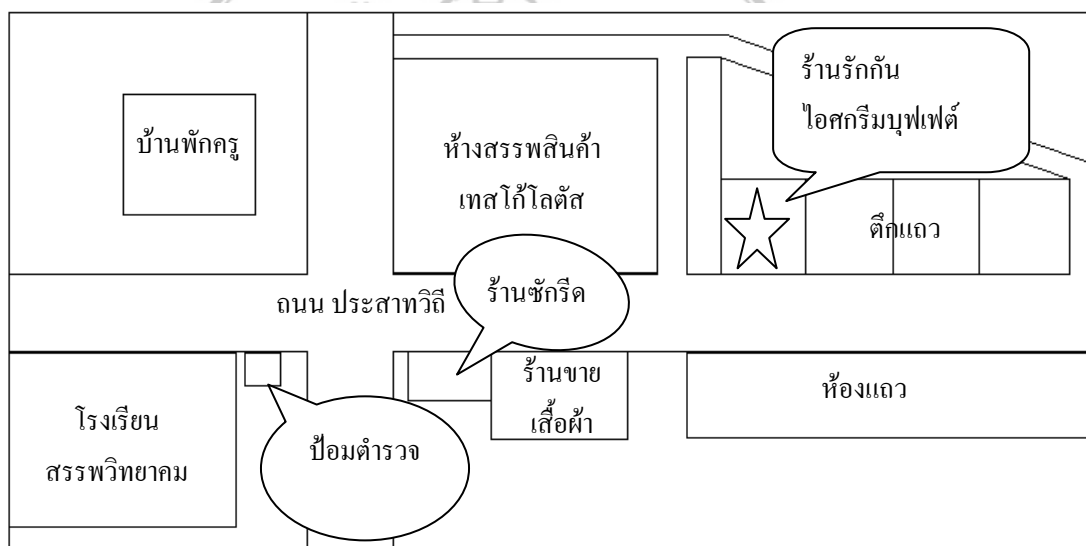
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลักของกิจการเป็นนักเรียน ข้าราชการ พนักงานบริษัท และผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส และที่ว่าการอำเภอแม่สอด ตำบลแม่สอด จังหวัดตาก ทางกิจการจึงได้มีการใช้ช่องทางในการส่งเสริมการขาย ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ในหลายช่องทาง เพื่อใช้เป็นวิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆ อย่างเช่น การแจกใบปลิวเพื่อแนะนำร้านให้เป็นที่รู้จัก ณ บริเวณที่ร้านตั้งอยู่และสถานที่ชุมชนต่างๆ

บทที่ 8
แผนการบริการ

สถานประกอบการในการบริการ

เลขที่ 46 ถนนประสาธณี ตำบลแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 63110 หรือ
บริเวณห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส ตำบลแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก



ภาพที่ 6 แสดงแผนที่ตั้งสถานประกอบการ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

กิจการเป็นอาคารพาณิชย์ 1 คูหา 3 ชั้น 2 ห้องน้ำ มีขนาดความกว้าง 5 เมตร และ
ความยาว 10 เมตร โดยทางกิจการจะทำการใช้พื้นที่ในชั้นที่ 1 ของอาคาร ซึ่งจะใช้พื้นที่ดังกล่าว
ให้บริการ

การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

จากการทำการสำรวจตลาดเป้าหมายของธุรกิจโดยการออกแบบสอบถาม สามารถแบ่ง

ได้ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าหลัก คือ กลุ่มของผู้ที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ผู้ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และมีกิจการส่วนตัว

2. กลุ่มลูกค้ารอง คือ กลุ่มของผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 26 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และมีกิจการส่วนตัว

กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ด้านการบริการ

เนื่องจากการบริการถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่ง ที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ เพราะต้องมีการสื่อสารโต้ตอบกับลูกค้า หรือผู้ที่สนใจ ดังนั้นร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์ จึงให้ความสำคัญกับการบริการที่เป็นที่ยอมรับ และมีมาตรฐาน

กลยุทธ์สินค้า

1. ไอศกรีมเนสท์เล่
2. มีท็อปปิ้งหลากหลาย
3. ตราสินค้าของร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์ คือ พื้นสีขาว บนพื้นสีขาวมีรูปไอศกรีมที่มีสีส้มและมีตัวอักษรเขียนว่า “รักกันไอศกรีมบุฟเฟต์” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

กลยุทธ์ราคา

ร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์ มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ กล่าวคือ การตั้งราคาจากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป้าหมายที่เป็น กลุ่มผู้บริโภคที่แท้จริง ทางกิจกรรมมีวิธีการกำหนดราคาตามความสามารถที่จะจ่ายได้และเต็มในจ่ายของลูกค้า ซึ่งมีความสอดคล้องกับคุณภาพของสินค้าที่มีมาตรฐาน

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

ร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์ มีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทเนสท์เล่ ซึ่งเป็นผู้ผลิตและ

ผู้จัดจำหน่ายไอศกรีม ทำให้กิจการสั่งซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง และกิจการก็สามารถนำสินค้ามาจำหน่ายให้แก่ลูกค้าได้ในราคาปกติ และกิจการได้เลือกวางช่องทางการบริการที่ตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเลือกเปิดบริการในบริเวณห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส และที่ว่าการอำเภอแม่สอด ตำบลแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งที่มีความต้องการในธุรกิจไอศกรีมบุฟเฟต์

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

ร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์ มีเป้าหมายที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดด้วยการมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการอยู่ตลอดเวลา โดยการใช้วิธีการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลต่างๆ เทศกาลวันวาเลนไทน์ มารับประทานเป็นคู่ ราคา 119 บาท เทศกาลวันเด็กแห่งชาติ อายุไม่เกิน 13 ปี อิ่มละ 49 บาท เป็นต้น เพื่อเป็นการยื่นข้อเสนอให้กับลูกค้าได้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

ตารางที่ 6 แสดงตัวอย่างการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายขนาดของร้าน

สินค้า	เทศกาล	ราคาปกติ	ราคาโปรโมชั่น
ไอศกรีม	วันวาเลนไทน์	อิ่มละ 69 บาท	มาเป็นคู่ 119 บาท
	วันเด็กแห่งชาติ(อายุไม่เกิน 13 ปี)	อิ่มละ 69 บาท	อิ่มละ 49 บาท

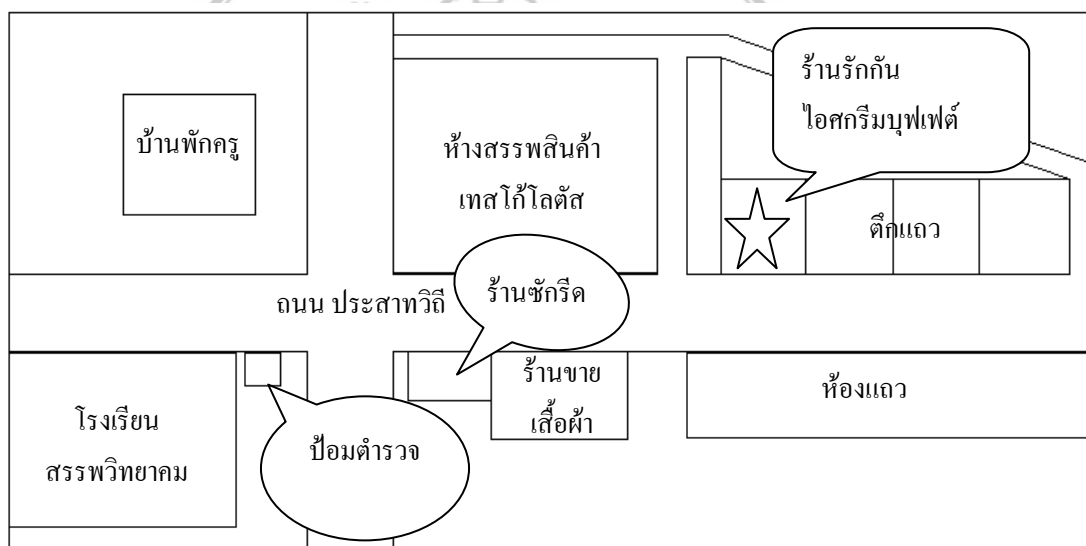
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลักของกิจการเป็นนักเรียน ข้าราชการ พนักงานบริษัท และผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส และที่ว่าการอำเภอแม่สอด ตำบลแม่สอด จังหวัดตาก ทางกิจการจึงได้มีการใช้ช่องทางในการส่งเสริมการขาย ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ในหลายช่องทาง เพื่อใช้เป็นวิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆ อย่างเช่น การแจกใบปลิวเพื่อแนะนำร้านให้เป็นที่รู้จัก ณ บริเวณที่ร้านตั้งอยู่และสถานที่ชุมชนต่างๆ

บทที่ 8
แผนการบริการ

สถานประกอบการในการบริการ

เลขที่ 46 ถนนประสาธณี ตำบลแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 63110 หรือ
บริเวณห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส ตำบลแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

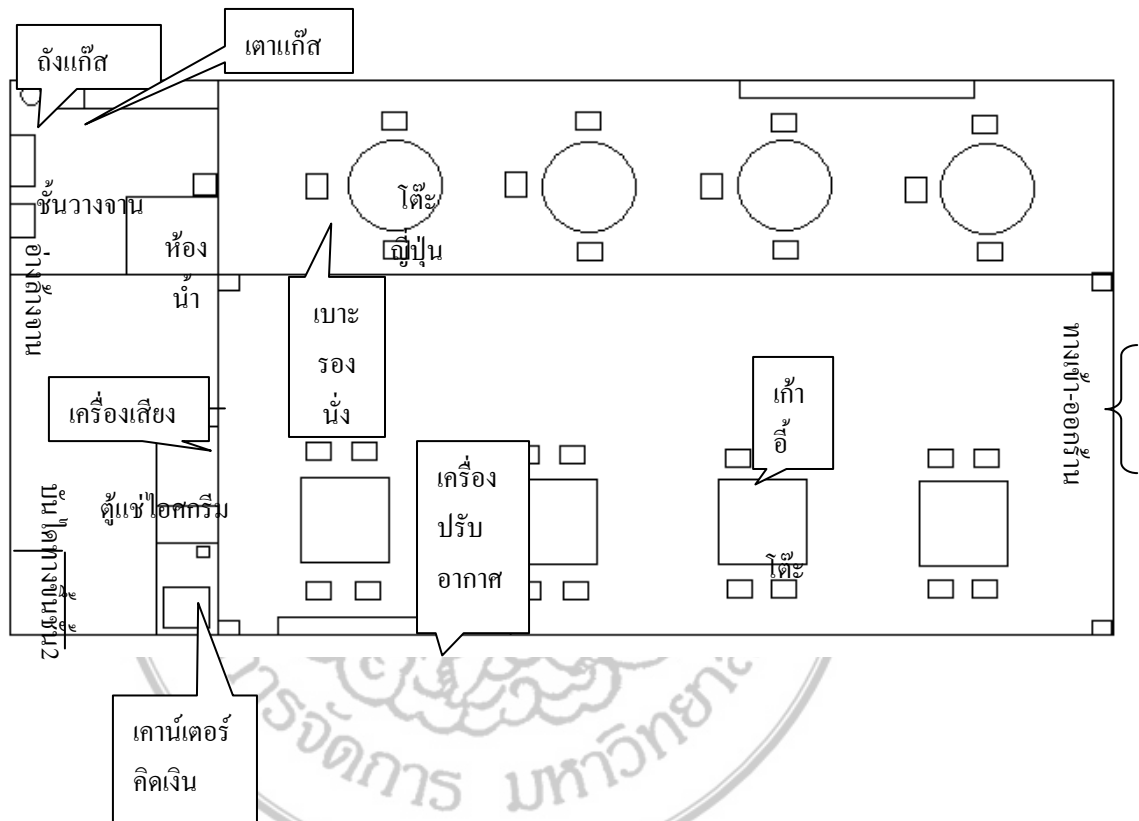


ภาพที่ 6 แสดงแผนที่ตั้งสถานประกอบการ

ผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษา ระดับปริญญาตรี

กิจการเป็นอาคารพาณิชย์ 1 คูหา 3 ชั้น 2 ห้องน้ำ มีขนาดความกว้าง 5 เมตร และ
ความยาว 10 เมตร โดยทางกิจการจะทำการใช้พื้นที่ในชั้นที่ 1 ของอาคาร ซึ่งจะใช้พื้นที่ดังกล่าว
ให้บริการ

แผนผัง การจัดรูปแบบร้าน



ภาพที่ 7 แสดงการจัดวางตำแหน่งการบริการต่างๆภายในร้าน

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ลักษณะจุดเด่นและจุดด้อยของสถานที่ตั้งกิจการ

ตารางที่ 7 แสดงจุดเด่นและจุดด้อยของสถานที่ตั้งกิจการ

จุดเด่น	จุดด้อย
<p>- กิจการตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งชุมชน อันได้แก่ โรงเรียน ห้างสรรพสินค้า สถานที่ราชการ บริษัทเอกชน และคนที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง</p> <p>- มีระบบการคมนาคมที่สะดวก มีรถประจำทางหลายสายวิ่งผ่าน อีกทั้งยังสามารถขึ้นลงได้บริเวณหน้าร้าน</p>	<p>- ทางร้านมีที่จอดรถไม่เพียงพอให้กับลูกค้าสามารถจอดรถยนต์หน้าร้านได้เพียง 1 - 2 คัน</p> <p>- เนื่องด้วยกิจการอยู่ใกล้โรงเรียน จะทำให้กิจการมีลูกค้าน้อยลง</p>

การปรับปรุงตกแต่งสถานที่

ตารางที่ 8 แสดงอุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม (บาท)
1	แก้วน้ำ	30	12	360
2	จานรองแก้ว	30	10	300
3	กระติกน้ำ	1	89	89
4	ถาดเสิร์ฟ	5	20	100
5	อุปกรณ์เครื่องครัวต่างๆ (เช่น มีด กระทะ หม้อ เป็นต้น)	3 ชุด	5,000	5,000
6	ภาชนะใส่อาหาร (เช่น จาน ชาม เป็นต้น)	30 ชุด	3,000	3,000
7	ช้อน-ส้อม	30 คู่	15	450
8	ถังน้ำ(ขนาดจิ๋ว)	2	20	40
	รวม		8,166	9,339

ตารางที่ 9 แสดงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ

ลำดับ	รายการ	จำนวนต่อปี	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม (บาท)
1	ลงสินค้าครั้งแรกจาก บริษัทเนสท์เล่ ทาง บริษัท จัดสรรอุปกรณ์ ต่าง ๆ เช่น ตู้แช่ไอศกรีม ถ้วยไอศกรีม ไอศกรีม อุปกรณ์ส่งเสริมการ ขาย เป็นต้น)	1 แพ็คเกจ	5,999	5,999
2	ไอศกรีม	500 กล่อง	279	139,500
3	पीไอ	52 โหล	336	17,472
4	ลูกเกดดำบรูก	13 โหล	540	7,020
5	ลูกเกดสีเหลือง	13 โหล	540	7,020
6	เนสท์เล่โกโก้ครั้นช์	10 โหล	1,380	13,800
7	เนสท์เล่ไมโล	10 โหล	1,380	13,800
8	เคลลือฟรุตดูป	13 โหล	720	9,360
9	เนสท์เล่คอร์นเฟลกส์	11 โหล	792	8,712
10	อิมพีเรียลที่อปปิ้งสตอร์ เบอร์รี่	13 โหล	672	8,736
11	อิมพีเรียลที่อปปิ้งชอคโก แลต	13 โหล	672	8,736
12	อิมพีเรียลที่อปปิ้งคารา เมล	13 โหล	672	8,736
13	ผงโอวัลติน	7 โหล	1,164	8,148
14	ทองม้วนจูเลียชอคโกแลต	9 โหล	1,740	15,660
15	ทองม้วนจูเลียสตอร์เบอร์รี่	9 โหล	1,740	15,660
16	คุกกี้ครีมโอ	18 โหล	204	3,672
17	โยเฟรนคุกกี้ชอคโกแลต	20 โหล	108	2,160
18	โยเฟรนคุกกี้เนย	20 โหล	108	2,160

ลำดับ	รายการ	จำนวนต่อปี	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม (บาท)
19	ป๊อกกี้สตอร์เบอร์รี่	25 โหล	156	3,900
20	ป๊อกกี้ช็อคโกแลต	25 โหล	156	3,900
21	โคอะลามาร์ชบิสกิต ไส้ช็อคโกแลต	13 โหล	1,128	14,664
22	ไฮโดลโตนช็อคโกบอล	24 โหล	240	5,760
23	วิปปีงครีม	11 โหล	1,380	15,180
24	เครื่องปรุงอาหาร (เช่น น้ำปลา น้ำตาล เป็นต้น)	6 โหล	11,100	66,600
25	วัตถุดิบในการทำอาหาร (เช่น มะกะโรนี เนื้อไก่ มะเขือเทศ เป็นต้น)		24,000	288,000
	รวม		57,206	694,355

ตารางที่ 10 แสดงอุปกรณ์ตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม (บาท)
1	เครื่องปรับอากาศ 18,000 บีทียู	2	26,000	52,000
2	เครื่องเสียง	1	16,990	16,990
3	โทรศัพท์	1	250	250
4	กรอบรูป	8	550	4,400
5	แจกันดอกไม้	8	45	360
6	โต๊ะ-เก้าอี้	4 ชุด	2,300	9,200
7	เบาะรองนั่ง	12	279	3,348
8	โต๊ะญี่ปุ่น	4	390	1,560
9	เคาน์เตอร์ต้อนรับ	1	3,200	3,200
10	เครื่องคิดเงิน	1	3,500	3,500

ลำดับ	รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคารวม (บาท)
11	พื้นเวที	1	12,000	12,000
12	ดอกกุหลาบแก้ว	8	120	960
13	ลำโพง	2 คู่	2,200	4,400
14	ชั้นวางของ	2	1,750	3,500
15	ตู้เย็น 17.71 คิว	1	25,800	25,800
16	พัดลมเพดาน	1	1,950	1,950
17	กระจกติดผนัง	1	15,000	15,000
18	ชุดทำความสะอาด (เช่น ไม้กวาด ไม้ถูพื้น เป็นต้น)	1	1,200	1,200
	รวม		113,524	159,618

ความสามารถในการบริการ

จำนวนวันที่ใช้ในการให้บริการต่อปี 288 วัน

จำนวนเวลาที่ใช้ในการให้บริการต่อวัน 9 ชั่วโมง

เปิดให้บริการเวลา 11.30 – 20.30 น. วันอังคารถึง – อาทิตย์ หยุดทุกวันจันทร์

จำนวนแรงงานที่ใช้ในการให้บริการ 3 คน

อัตราค่าแรงงานในการให้บริการ 20,000 บาทต่อเดือน (ผู้จัดการร้าน 9,000 บาท และ

พนักงานจำนวน 2 คน คนละ 5,500 บาท)

แหล่งวัตถุดิบในการให้บริการ

ร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์ มีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทเนสท์เล่ ซึ่งเป็นผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายไอศกรีม โดยการสั่งซื้อไอศกรีมเป็นแพ็คเกจ โดยทางบริษัทจะมีการอำนวยความสะดวกในการจัดส่ง บริการตู้แช่ไอศกรีมฟรี เป็นต้น

ขั้นตอนการบริการ

1. การต้อนรับลูกค้า เมื่อลูกค้าเข้ามาในร้าน พนักงานจะต้อนรับลูกค้าและกล่าวคำว่า “สวัสดีค่ะ/ครับ” เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่เข้ามาใช้บริการ จากนั้นสอบถามและแนะนำบริการกับลูกค้า พร้อมทั้งบริการนำเปล่าฟรีแก่ลูกค้า

2. การแนะนำบริการแก่ลูกค้า

- สอบถามลูกค้าว่ามากี่คน แล้วพาลูกค้าไปนั่งที่โต๊ะ แนะนำการสั่งไอศกรีมบุฟเฟต์ และเมนูอาหารให้กับลูกค้า และทำการบริการแก่ลูกค้า

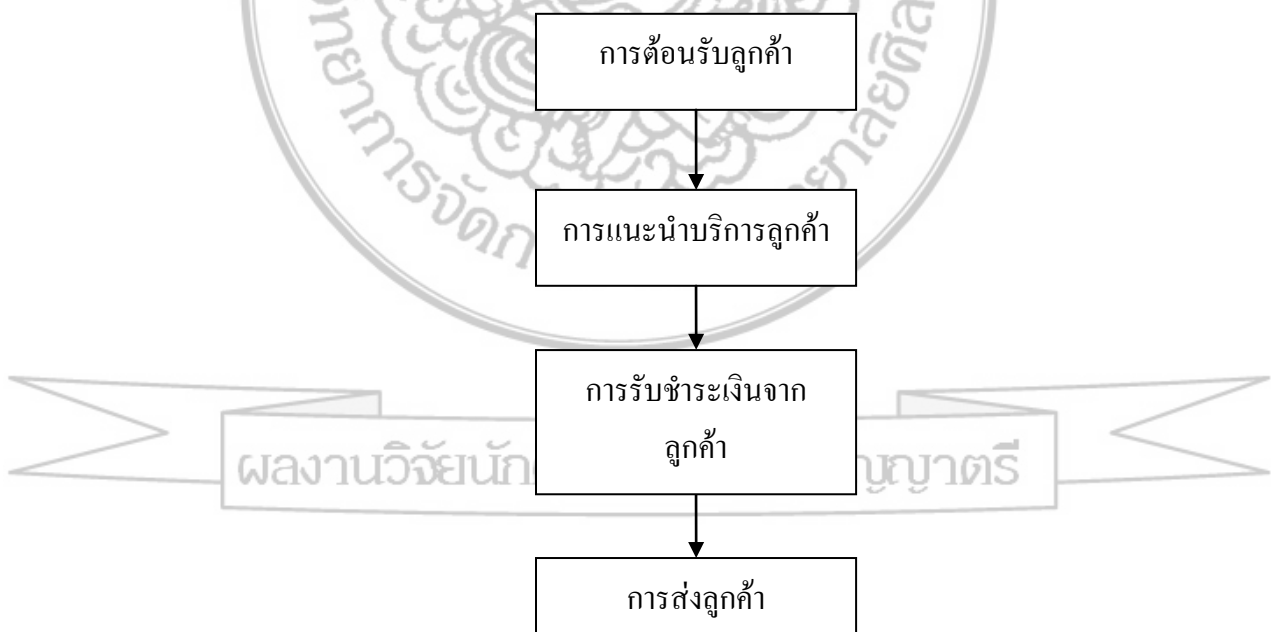
3. การให้บริการลูกค้า

บริเวณชั้นที่ 1 ของร้านจะเป็นการให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการเข้ามารับประทาน ไอศกรีมบุฟเฟต์ทั้งหมด

4. การชำระเงินจากลูกค้า หลังจากลูกค้ารับบริการเสร็จแล้ว พนักงานเชิญลูกค้าไปยัง จุดชำระเงิน และสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าในการบริการ

5. การส่งลูกค้า หลังจากทีลูกค้ารับบริการทุกขั้นตอนพร้อมทั้งชำระเงินเสร็จเรียบร้อยแล้ว เมื่อลูกค้าต้องการเดินทางกลับ พนักงานทำการกล่าวขอบคุณและเชิญให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการในโอกาสต่อไป

แผนผังกระบวนการบริการ



ภาพที่ 8 แผนผังกระบวนการบริการ

บทที่ 9
แผนการเงิน

ตารางที่ 11 การประมาณการในการลงทุน(ประมาณการต่อปี)

รายการ	รวม จำนวน ทั้งสิ้น (บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		ส่วนของ เจ้าของ
		เจ้าหนี้ การค้า	เงินกู้	
1. เงินทุนหมุนเวียน				
1.1 เงินสดสำรองการดำเนินงาน	500,000.00	-	200,000.00	300,000.00
รวมเงินทุนหมุนเวียน	500,000.00	-	200,000.00	300,000.00
2. ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์				
2.1 อาคาร	144,000.00	-	-	144,000.00
2.2 อุปกรณ์และเครื่องมือในการ บริหาร	7,909.00	-	-	7,909.00
2.3 อุปกรณ์ตกแต่งและอุปกรณ์ สำนักงาน	143,598.00	-	-	143,598.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	171,507.00	-	143,598.00	27,909.00
3. รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน				
3.1 รายจ่ายในการเตรียมการ	50,000.00	-	-	50,000.00
รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน	50,000.00	-	-	50,000.00
รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น	721,507.00	-	343,598.00	377,909.00
อัตราส่วนของหนี้สิน : ส่วนของ เจ้าของ	1.00		0.48	0.52

ตารางที่ 12 การชำระคืนเงินกู้รายปี

ปีที่	ยอดเงินกู้	ผ่อนชำระคืนเงินต้นปีละ	ดอกเบี้ยจ่าย	รวมเงินต้น+ดอกเบี้ย
1	200,000.00	100,000.00	16,000.00	116,000.00
2	100,000.00	100,000.00	8,000.00	108,000.00
รวม		200,000.00	24,000.00	224,000.00

หมายเหตุ อัตราดอกเบี้ย 8% ต่อปี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 13 สิ้นทรัพย์ และค่าเสื่อมราคา

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	มูลค่า รวมทั้ง สิ้น (บาท)	อัตราค่า เสื่อม ราคา ต่อปี (%)	ค่าเสื่อม ราคาต่อปี (บาท)	มูลค่า สิ้นทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่1)	มูลค่า สิ้นทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่2)	มูลค่า สิ้นทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่3)	มูลค่า สิ้นทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่4)	มูลค่า สิ้นทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่5)
อาคาร	1	20,000.00	20,000.00	5%	1,000.00	19,000.00	18,000.00	17,000.00	16,000.00	15,000.00
เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิต										
แก๊วน้ำ	30	12	360	10%	36.00	324	288	252	216	180
จานรองแก้ว	30	10	300	10%	30.00	270	240	210	180	150
กระตักน้ำ	1	89	89	10%	8.90	80.1	71.2	62.3	53.4	44.5
ถาดเสิร์ฟ	5	20	100	5%	5.00	95	90	85	80	75
อุปกรณ์เครื่องครัวต่างๆ (เช่น มีด กระตะ หม้อ เป็นต้น)	3 ชุด	5,000	5,000	10%	500.00	4,500	4,000	3,500	3,000	2,500
ภาชนะใส่อาหาร (เช่น จาน ชาม เป็นต้น)	30 ชุด	4,000	4,000	10%	400.00	3,600	3,200	2,800	2,400	2,000
ช้อน-ส้อม	30 คู่	15	450	5%	22.50	427.50	405	382.50	360	337.50
รวม	129	9,146.00	10,299.00	60%	1,002.40	9,296.60	8,294.20	7,291.80	6,289.40	5,287

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	มูลค่า รวมทั้ง สิ้น (บาท)	อัตราค่า เสื่อม ราคา ต่อปี (%)	ค่าเสื่อม ราคาต่อปี (บาท)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่1)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่2)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่3)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่4)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่5)
อุปกรณ์การผลิตและอุปกรณ์สำนักงาน										
เคาน์เตอร์ต้อนรับและคิดเงิน	1	3,200	3,200	10%	320	2,880	2,560	2,240	1,920	1,600
เครื่องคิดเงิน	1	3,500	3,500	10%	350	3,150	2,800	2,450	2,100	1,750
พื้นเวที	1	12,000	12,000	20%	2,400	9,600	7,200	4,800	2,400	-
ดอกกุหลาบแก้ว	8	120	960	5%	48	912	864	816	768	720
ลำโพง	2 คู่	2,200	4,400	10%	440	3,960	3,520	3,080	2,640	2,200
ชั้นวางของ	2	1,750	3,500	10%	350	3,150	2,800	2,450	2,100	1,750
ตู้เย็น	1	9,780	9,780	20%	1,956	7,824	5,868	3,912	1,956	-
พัดลมเพดาน	1	1,950	1,950	10%	195	1,755	1,560	1,365	1,170	975

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	มูลค่ารวมทั้ง สิ้น (บาท)	อัตราค่าเสื่อม ราคา ต่อปี (%)	ค่าเสื่อมราคา ต่อปี (บาท)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 1)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 2)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 3)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 4)	มูลค่า สินทรัพย์ สุทธิ (สิ้นปีที่ 5)
อุปกรณ์การผลิตและอุปกรณ์สำนักงาน										
กระดาษติดผนัง	1	15,000	15,000	10%	1,500	13,500	12,000	10,500	9,000	7,500
ชุดทำความสะอาด (เช่น ไม้กวาด ไม้ถูพื้น เป็นต้น)	1	1,200	1,200	20%	240	960	720	480	240	-
รวม	59	97,504	55,490	205%	7,799	12,2026.20	10,045.40	78,882.60	5,7310.80	35,739

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 14 การประมาณการขายรายเดือน

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	รวม
จำนวนสินค้าขาย (ถ้วย)							
ไอศกรีม	720	840	960	768	864	912	5,064
ไอศกรีมหลอดเลือกที่อบปิ้ง 3 อย่าง	840	912	936	960	970	1,000	7,370
ถ้วยเดี่ยวราชบุรี	700	840	900	760	865	920	4,985
พัดถังแตก	500	650	760	768	775	780	4,233
มาม่าพัดแห้งเย็นตาโฟ	620	700	960	870	864	910	4,924
มะกะโรนีเปรี้ยวหวาน	700	750	800	768	780	910	4,708
สปาเก็ตตี้ชีสมา	560	600	960	768	850	912	4,650
สปาเก็ตตี้พริกแกงปลาช่อนทอด กรอบ	780	800	900	760	864	870	4,974
รวม	5,420	6,092	7,176	6,422	6,832	7,214	40,908

รายการ	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม
จำนวนสินค้าขาย (ถ้วย)							
ไอศกรีม	936	816	840	960	1,000	1,080	10,896
ไอศกรีม3ลูกเลือกที่อปปิ้ง 3 อย่าง	1,080	1,152	1,128	1,176	1,152	1,200	12,506
ถ้วยเดี่ยวราชบุรี	936	800	840	969	1,110	1,200	10,840
ผัดถั่วงอก	795	816	830	900	950	980	9,504
มาม่าผัดแห้งเย็นตาโฟ	936	816	840	960	970	950	9,523
มะกะโรนีเปรี้ยวหวาน	920	816	900	930	800	850	9,954
สปาเก็ตตี้ ชีสมา	936	816	850	840	800	860	9,752
สปาเก็ตตี้พริกแกงปลาช่อนทอดกรอบ	900	820	900	980	800	850	10,224
รวม	7,439	6,852	7,128	7,715	7,582	7,970	83,199

ตารางที่ 15 การประมาณรายได้จากการขายสินค้าและบริการ

จำนวนสินค้าขาย (ถ้วย)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ไอศกรีม	150,000	160,000	220,412	241,100	250,025
ท็อปปิ้ง 3 อย่าง	100,000	143,350	203,628	224,100	239,400
ถ้วยเด็ยวราชบุรี	40,000	42,000	45,000	46,000	48,000
ผ้าถ้งแตก	38,000	35,000	37,000	39,000	39,500
มาม่าผัดแห้งเย็นตาโฟ	28,000	29,000	30,000	33,000	40,000
มะกะโรนีเปรี้ยวหวาน	30,000	32,000	34,000	35,000	38,000
ผัดมะกะโรนี	40,000	45,000	46,300	47,000	50,000
สปาเกตตีซี่มา	30,000	33,000	34,000	40,000	42,000
สปาเกตตีพริกแกงปลา ซ่อนทอดกรอบ	32,000	32,800	34,000	38,000	40,000
รวม	488,000	552,150	684,340	743,200	786,925

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 16 การประมาณการต้นทุนการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการผลิตสินค้า (บาท)					
ค่าวัสดุดิบทางตรงในการผลิต สินค้า	60,000	65,000	70,000	75,000	80,000
ค่าแรงงานทางตรงในการผลิต สินค้า	288,000	288,000	288,000	288,000	288,000
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
ค่าไฟฟ้า น้ำประปา	80,000	80,000	90,000	92,000	95,000
ค่าบำรุงรักษาเครื่องจักรและ อุปกรณ์	-	10,000.00	12,000.00	14,000.00	16,000.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า	478,000	493,000	510,000	519,000	529,000
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและ อุปกรณ์	9,296.60	8,294.20	7,291.80	6,289.40	5,287
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการ ผลิต	9,296.60	8,294.20	7,291.80	6,289.40	5,287
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น	554,900	563,900	516,329	524,559	1,058,348
สินค้าคงเหลือ (บาท)					
บวก สินค้าคงเหลือต้นงวด	-	49,975.00	15,481	51,233	64,545
หัก สินค้าคงเหลือปลายงวด	39,975	45,481	51,233	64,545	38,368
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	447,321.60	505,788.20	481,539.80	511,977.40	560,464
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	700,000	700,000	650,000	750,000	800,000

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 17 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)					
เงินเดือนบุคลากร	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์	20,000	14,000	10,000	10,000	10,000
ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา	24,000	24,500	25,000	25,500	26,000
ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	36,000	46,500	47,000	37,500	38,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเริ่มแรก	80,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	450,000	375,000	747,000	363,000	414,000
ค่าเสื่อมราคาส่วนการขายและบริหาร					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	122,026	10,045	78,882	53,180	357,349
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
รวมค่าเสื่อมราคา	152,026	40,045	108,882	83,180	387,349
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	600,000	700,000	900,000	500,000	600,000

ตารางที่ 18 การประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า	500,000	60,000	800,000	850,000	880,000
รวมรายได้	500,000	60,000	800,000	850,000	880,000
หัก - ต้นทุนขายสินค้า	420,000	375,000	747,000	363,000	414,000
กำไรขั้นต้น	80,000	225,000	53,000	487,000	466,000
หัก-ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	42,000	37,500	24,700	36,000	44,000
กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย	38,000	187,500	505,300	451,000	422,000
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	16,000	12,000	26,000	64,000	32,000
กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักภาษีเงินได้	22,000	175,500	479,300	387,000	390,000
กำไรสะสม	22,000	175,500	479,300	387,000	390,000

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 19 การประมาณงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
เงินสดรับจากการขายสินค้า	500,000	600,000	800,000	850,000	880,000
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต	60,000	65,000	70,000	75,000	80,000
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	700,000	700,000	650,000	750,000	1,500,000
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	750,000	800,000	920,000	500,000	600,000
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	1,950,000	2,100,000	2,370,000	2,100,000	2,980,000
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	55,490	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	55,490	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินสดรับจากการกู้ยืม	200,000	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	100,000	100,000	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	100,000	100,000	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิ	400,000	200,000	0.00	0.00	0.00

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 20 การประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน	833,500	209,097	4370,467	678,106	656,414
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	833,500	209,097	4370,467	678,106	656,414
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์-สุทธิ	171,507	122,026	100,454	78,882	57,310
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	171,507	122,026	10,045	78,882	57,310
รวมสินทรัพย์	171,507	122,026	10,045	78,882	57,310
หนี้สินหมุนเวียน					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	35,000	81,997	287,734	684,286	997,696
หนี้สินไม่หมุนเวียน					
เงินกู้ระยะยาว	100,000	100,000	0.00	0.00	0.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	100,000	100,000	0.00	0.00	0.00
รวมหนี้สิน	100,000	100,000			
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุน-นางสาว ปิลาธน์	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
กำไรสะสม	22,000	175,500	479,300	387,000	390,000
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	322,000	475,500	779,000	687,000	690,000
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	422,000	575,500	779,000	687,000	690,000

ตารางที่ 21 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)	6.57	5.87	7.89	8.50	9.00
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick Ratio)	7.02	5.29	6.72	6.30	8.65
อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์					
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover)	6.59	9.84	9.92	9.43	9.93
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover Period)	40.56	37.08	36.79	36.75	36.74
อัตราการหมุนของสินทรัพย์ถาวร	2.50	3.50	4.00	7.00	12.50
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม	0.62	0.68	0.55	0.83	1.25
อัตราส่วนวัดความสามารถในการก่อหนี้					
อัตราส่วนหนี้ (Debt Ratio)	0.29	0.22	0.16	0.12	0.09
อัตราส่วนหนี้ต่อเงินทุน (Debt to Equity Ratio)	0.41	0.28	0.15	0.14	0.20
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio)	5.71	5.98	16.03	44.70	85.05
อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.16	0.20	0.35	0.73	0.86
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	1.20	1.50	2.00	2.75	3.00
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	1.50	1.80	2.00	2.89	3.00
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	1.40	1.65	2.30	2.69	2.30
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	2,850,067 บาท				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	54%				
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	1 ปี 8 เดือน				

บทที่ 10
แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง เป็นการเตรียมแนวทางในการดำเนินการไว้ล่วงหน้า สำหรับในกรณีที่สถานการณ์ หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่วางแผนไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน เกิดขึ้นจนทำให้มีผลกระทบในทางลบต่อกิจการ และส่งผลทำให้การดำเนินกิจการไม่เป็นไปตามที่กำหนดไว้

ธุรกิจร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟ่ต์ สามารถประสบกับความเสี่ยงในการทำธุรกิจด้านต่างๆ ขึ้นได้เสมอ ทางร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟ่ต์ จึงได้ทำการวางแผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ดังต่อไปนี้

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง 1

เป็นการวางแผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยงในกรณีที่กิจการประสบปัญหาในการดำเนินงานทั้งจากภายในและภายนอก

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง 2

เป็นการวางแผนฉุกเฉินในกรณีที่กิจการประสบกับปัญหาต่างๆ จนหมดโอกาสทางธุรกิจลง และกิจการไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง 1

ตารางที่ 22 แสดงแผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยงที่ 1

ลำดับที่	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางแก้ไข
1	พนักงานคนสำคัญลาออก อย่างกะทันหัน	ทำให้จำนวนพนักงานไม่ เพียงพอต่อการให้บริการ ทำให้การทำงานติดขัด	รับลูกจ้างเพิ่ม โดยทำการ ให้พนักงานเซ็นสัญญา การจ้างงานเป็นรายปี
2	การเข้ามาของกลุ่มแข่งราย ใหม่	ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกเพิ่ม มากขึ้น ทำให้กิจการสูญเสีย ลูกค้าบางส่วนไป ลูกค้าเข้า มาใช้บริการอย่างไม่ สม่ำเสมอ เกิดการแข่งขันสูง	สร้างกลยุทธ์ใหม่ๆ ขึ้นมา เพื่อเพิ่มความสนใจให้กับ ลูกค้าและเพื่อเป็นการช่วย ให้กิจการมีลูกค้ารายใหม่ เพิ่มมากขึ้น
3	ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ จำนวนมากไม่สามารถ ให้บริการแก่ลูกค้าได้ อย่างทั่วถึง	ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ เนื่องจากต้องรอนานและ อาจทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไป ใช้บริการที่อื่น	กิจการจัดพื้นที่ให้มีสิ่ง อำนวยความสะดวกให้แก่ ลูกค้า เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น
4	ราคาของต้นทุนวัตถุดิบที่ ใช้ในการผลิตสูงขึ้นหรือ บางครั้งวัตถุดิบขาดตลาด	ต้นทุนของสินค้าเพิ่มขึ้น	เจรจาต่อรองกับ Supplier รายใหม่ เลือกผลิตภัณฑ์ ใหม่เข้ามาทดแทน
5	กิจการมีเงินทุนไม่ เพียงพอ	ทำให้กิจการต้องประสบ ปัญหาเกี่ยวกับเงินหมุนเวียนไม่ เพียงพอต่อการดำเนิน กิจการ	จัดหาเงินทุนเพิ่มเติมจาก สถาบันการเงิน
6	จำนวนลูกค้าลดลงจาก สถานะเศรษฐกิจที่ เปลี่ยนแปลงไปใน ปัจจุบัน	ส่งผลกระทบต่อรายได้ของ กิจการจนทำให้รายได้ไม่ สมดุลกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น	พิจารณากระบวนการ บริหารจัดการ การจัดทำ แผนส่งเสริมทางการตลาด ให้สอดคล้องกับสถานะ เศรษฐกิจ

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง 2

ตารางที่ 23 แสดงแผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยงที่ 2

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางแก้ไข
1	กิจการประสบกับสภาวะขาดทุนหรือล้มละลาย	กิจการไม่สามารถดำเนินงานต่อไปได้	ปิดกิจการ หรือขายธุรกิจให้กับบุคคลที่สนใจธุรกิจ
2	รูปแบบของการบริการไม่ได้รับความสนใจจากลูกค้า	กิจการไม่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการและเกิดการขาดทุน	เลิกกิจการ โดยการขายสินทรัพย์ที่มีอยู่ทั้งหมดเพื่อเลิกกิจการ
3	กิจการไม่สามารถดำเนินงานต่อไปได้ โอกาสทางธุรกิจหมดลง	กิจการไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อีก	ทางกิจการมีการปรับเปลี่ยนไปเป็นธุรกิจอื่นๆ เช่น เปลี่ยนไปทำธุรกิจร้านขายอาหารอย่างเดียว เป็นต้น

บทที่ 11
แผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

ตารางที่ 24 แผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

ลำดับ	งานที่ต้องการปรับปรุง	วิธีการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1	ปรับปรุงบริการให้ลูกค้า ได้รับความพึงพอใจมาก ยิ่งขึ้น	ทำการพูดคุยกับพนักงาน เพื่อให้เกิดความเข้าใจในงาน บริการ หลีกเลี่ยงการใช้ อารมณ์ และเพิ่มจำนวน พนักงานให้เพียงพอ	ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ในบริการมากยิ่งขึ้น และ กลับมาใช้บริการในครั้ง ต่อไป
2	การจัดตกแต่งร้านให้ดู ทันสมัยและสะอาดอยู่ เสมอ	ทำความสะอาดร้านและ อุปกรณ์เป็นประจำ จัดร้าน ให้ทันสมัยเหมาะสมกับความ ต้องการของลูกค้า	ทำให้ลูกค้าเกิดความ เชื่อมั่นในความสะดวก ของร้าน และเป็นการ ดึงดูดใจลูกค้าจาก บรรยากาศภายในร้าน
3	เพิ่มศักยภาพของตัวเอง	เข้ารับการฝึกอบรมต่างๆ ที่ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนมี การจัดขึ้นเกี่ยวกับการ เสริมสร้างผู้ประกอบการ	เพื่อปฏิบัติต่อ ภาระหน้าที่ได้อย่างมี ประสิทธิภาพมากขึ้น
4	เก็บฐานข้อมูลการขายและ การสั่งซื้อวัตถุดิบให้มี ระเบียบง่ายต่อการค้นหา	นำคอมพิวเตอร์มาช่วยในการ เก็บข้อมูล	สามารถเรียกดูข้อมูลได้ สะดวกและรวดเร็ว
5	การตรวจสอบด้านการเงิน ของกิจการ	ทำการตรวจสอบบัญชีพร้อม ทั้งบันทึกรายรับรายจ่าย ที่ กิจการซื้อมาและใช้ไป	สามารถตรวจสอบการ หมุนของเงินได้ และ แก้ไขข้อบกพร่องที่ เกิดขึ้นหากมีค่าใช้จ่ายที่ ผิดปกติ

บรรณานุกรม

ขนมไทย. ประโยชน์ของไอศกรีม. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2552.

เข้าได้จาก <http://www.zomzaa.com/>

จริญญา จันทร์ปาน. การเขียนแผนธุรกิจอย่างมืออาชีพ. นนทบุรี: บริษัท ไอดีซี อินโฟ คิสทรี บิวเตอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด, 2552.

ฐานเศรษฐกิจ. ตลาดไอศกรีม. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2552.

เข้าได้จาก <http://www.doopa.wordpress.com/>

สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน. แผนธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โนเบิลบุ๊ก, ม.ป.ป.

สุธี พนาวาร, นุฎฐา เรืองอุทัย. แผนธุรกิจสำหรับมือใหม่หัดเขียน. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ยูบีซีแอล บুকส์ จำกัด, 2551.

ไอศกรีมสเวนเซนส์แฟนคลับ. แนะนำไอศกรีม. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2552.

เข้าได้จาก <http://www.icecreamfanclub.com/>

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



รูปภาพ ตราสัญลักษณ์ ของร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์

แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมในการบริโภคไอศกรีม

คำแนะนำ แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นและพฤติกรรม

ขอความกรุณาทำตอบแบบสอบถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องหน้าหัวข้อที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. อาชีพ

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> นักเรียน/นักศึกษา | <input type="radio"/> ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="radio"/> อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว | <input type="radio"/> อื่นๆ..... |
| <input type="radio"/> ไม่ได้ประกอบอาชีพ | |

2. อายุ

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="radio"/> ต่ำกว่า 15 ปี | <input type="radio"/> 15-25 ปี |
| <input type="radio"/> 26-35 ปี | <input type="radio"/> 36-43 ปี |
| <input type="radio"/> 44-50 ปี | <input type="radio"/> สูงกว่า 50 ปี |

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นและพฤติกรรม

1. ท่านเคยรับประทานไอศกรีมหรือไม่

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| <input type="radio"/> เคย | <input type="radio"/> ไม่เคย |
|---------------------------|------------------------------|

2. ท่านรับประทานไอศกรีม

- | | |
|---|--------------------------------------|
| <input type="radio"/> ทุกวัน | <input type="radio"/> วันเว้นวัน |
| <input type="radio"/> ทุกสามวัน | <input type="radio"/> สัปดาห์ละครั้ง |
| <input type="radio"/> สัปดาห์ละสองครั้ง | <input type="radio"/> เดือนละครั้ง |
| <input type="radio"/> เดือนละสองครั้ง | <input type="radio"/> อื่นๆ..... |

3. เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการรับประทานไอศกรีม

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> เป็นผู้ที่ชื่นชอบไอศกรีมอยู่แล้ว | <input type="radio"/> อากาศร้อน หรือกระหาย |
| <input type="radio"/> เพื่อพบปะพูดคุยกับหมู่เพื่อนฝูง | <input type="radio"/> อื่นๆ..... |

4. ท่านรับประทานไอศกรีมช่วงเวลาใดบ่อยที่สุด

- | | | |
|--------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> ช่วงเช้า | <input type="radio"/> ช่วงสาย | <input type="radio"/> ช่วงกลางวัน |
|--------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|

- ช่วงบ่าย ช่วงเย็น ช่วงค่ำ-ดึก
5. ท่านรับประทานไอศกรีมยี่ห้อใดบ่อยที่สุด
- วอลล์ เนสท์เล่
 ครีโม อื่นๆ.....
 แมกโนเลีย ยูไนเต็ด
6. ท่านซื้อยี่ห้อหรือชนิดนี้เพราะเหตุใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- มั่นใจในคุณภาพ มีรสชาติที่ดีกว่า
 พบเห็นจากโฆษณาบ่อย มีผู้แนะนำ
 มีส่วนผสมอื่นๆ ให้เลือก อื่นๆ.....
7. ท่านรับประทานไอศกรีมรสชาติใดมากที่สุด
- 1..... 3.....
 2..... 4.....
8. ท่านเลือกรับประทานไอศกรีมรูปแบบใดมากที่สุด
- แบบคัก แบบบรรจุสำเร็จรูป อื่นๆ.....
9. ท่านซื้อหรือรับประทานจากสถานที่ใดบ่อยที่สุด (เดิมตัวเลขจากมากที่สุด = 1 มาก = 2 ปานกลาง = 3 น้อย = 4 น้อยที่สุด = 5)
-ร้านขายไอศกรีม ร้านอาหาร
ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า
ร้านขายของชำทั่วไป
10. ท่านซื้อหรือรับประทานจากสถานที่ดังกล่าวเพราะเหตุใด
- สะดวก สะอาด
 ประหยัด มีหลายชนิด/หลายยี่ห้อ
 ได้รับส่วนลดหรือการส่งเสริมการขาย อื่นๆ.....
11. ราคาที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมต่อการบริโภคไอศกรีมบุฟเฟต์ต่อครั้ง.....บาท
- ขอขอบคุณอย่างยิ่งที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ปีลันธน์ ชุมภู

นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมในการบริโภคไอศกรีม ในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำนวน 100 คน ได้ผลสรุปของการสำรวจ ดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. อาชีพ จากแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์

นักเรียน/นักศึกษา	48%
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	33%
อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	15%
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	2%
อื่นๆ	2%

2. อายุ จากแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อายุที่มีผลต่อการทำแผนธุรกิจของร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์

ต่ำกว่า 15 ปี	11%
15 – 25 ปี	52%
26 – 35 ปี	26%
36 – 43 ปี	5%
44 – 50 ปี	4%
สูงกว่า 50 ปี	2%

ส่วนที่ 2: แบบสอบถามความคิดเห็นและพฤติกรรม ระดับปริญญาตรี

1. จากแบบสอบถามความคิดเห็นและพฤติกรรม มีผู้เคยรับประทานไอศกรีมเป็นจำนวน 100%

2. จากแบบสอบถามความคิดเห็นและพฤติกรรม ความถี่ในการรับประทานไอศกรีมของผู้บริโภคที่มีผลต่อแผนธุรกิจของร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์

ทุกวัน	5%
วันเว้นวัน	10%
ทุกสามวัน	37%

สัปดาห์ละครั้ง	24%
สัปดาห์ละสองครั้ง	6%
เดือนละครั้ง	4%
เดือนละสองครั้ง	2%
อื่นๆ	2%

3. จากแบบสอบถามความคิดเห็นและพฤติกรรม เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการรับประทานไอศกรีมของผู้บริโภค ที่มีผลต่อแผนธุรกิจของร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์

เป็นผู้ที่ชื่นชอบไอศกรีมอยู่แล้ว	35%
อากาศร้อน หรือกระหาย	33%
เพื่อพบปะพูดคุยกับหมู่เพื่อนฝูง	30%
อื่นๆ	2%

4. จากแบบสอบถามความคิดเห็นและพฤติกรรม ช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมมากที่สุดของผู้บริโภค ที่มีผลต่อแผนธุรกิจร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์

ช่วงเช้า	2%
ช่วงสาย	5%
ช่วงกลางวัน	27%
ช่วงบ่าย	29%
ช่วงเย็น	21%
ช่วงค่ำ – ดึก	16%

5. จากแบบสอบถามความคิดเห็นและพฤติกรรม ยี่ห้อที่บริโภคบ่อยที่สุดของผู้บริโภค ที่มีผลต่อแผนธุรกิจร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟต์

วอลล์	38%
เนสท์เล่	39%
ครีโม	17%
แมกโนเลีย ยูไนเต็ด	4%
อื่นๆ	2%

6. จากแบบสอบถามความคิดเห็นและพฤติกรรม ยี่ห้อที่บริโภคมากบ่่อยที่สุดของผู้บริโภค ที่มีผลต่อแผนธุรกิจร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟ่ต์

มันใจในคุณภาพ	23%
มีรสชาติที่ดีกว่า	29%
พบเห็นจากโฆษณาบ่่อย	18%
มีผู้แนะนำ	12%
มีส่วนผสมอื่นๆให้เลื่อก	18%

7. จากแบบสอบถามความคิดเห็นและพฤติกรรม รสชาติที่บริโภคมากที่สุดของผู้บริโภค ที่มีผลต่อแผนธุรกิจร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟ่ต์

วานิลลา	32%
สตอร์เบอรี่	27%
ชอคโกแลตชิพ	19%
มะนาว	12%
อื่นๆ	10%

8. จากแบบสอบถามความคิดเห็นและพฤติกรรม รูปแบบไอศกรีมที่ผู้บริโภคเลื่อกมากที่สุด ที่มีผลต่อแผนธุรกิจร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟ่ต์

แบบตัก	52%
แบบบรรจุสำเรื่งรูป	44%
อื่นๆ	4%

ผลงานวิจัยน้กศึกษา ระดับปริญญาตรี

9. จากแบบสอบถามความคิดเห็นและพฤติกรรม สถานที่ที่ไปใช้บริการมากที่สุดของผู้บริโภค ที่มีผลต่อแผนธุรกิจร้านรักกันไอศกรีมบุฟเฟ่ต์

ร้านขายไอศกรีม	31%
ร้านสะดวกซื้อ	27%
ร้านขายของชำ	20%
ร้านอาหาร	12%
ซูเปอร์มาเก็ตในห้างสรรพสินค้า	10%

10. จากแบบสอบถามความคิดเห็นและพฤติกรรม เหตุผลที่เลือกบริโภคจากสถานที่ดังกล่าวของผู้บริโภค ที่มีผลต่อแผนธุรกิจร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์

สะดวก	29%
ประหยัด	25%
สะอาด	25%
มีหลายชนิด/หลายยี่ห้อ	21%

11. จากแบบสอบถามความคิดเห็นและพฤติกรรม ราคาที่เหมาะสมในการบริโภคไอศกรีมบุฟเฟต์แต่ละครั้งของผู้บริโภค ที่มีผลต่อแผนธุรกิจร้านรักกัน ไอศกรีมบุฟเฟต์

ราคา 69 บาท	41%
ราคา 59 บาท	35%
ราคา 49 บาท	17%
อื่นๆ	7%

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวปีลันชน์ ชุมภู
ที่อยู่	23/3 หมู่ 2 ตำบลพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก 63160
E-Mail	pilan_0057@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2548	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา สายวิทย์ – คณิต โรงเรียนสรรพวิทยาคม จังหวัดตาก
พ.ศ. 2552	ศึกษาต่อระดับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี