

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและความสำคัญของปัญหา

รัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ การสร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ โดยประกาศให้ปี 2544 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวติดต่อกันเป็นปีที่ 4 อีกทั้ง ยังมีการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (2545-2549) อันจะส่งผล ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวสนใจเดินทางไปกันเป็นจำนวนมาก เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่ท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติที่งดงามหลายแห่ง รวมทั้งมีสถานที่สำคัญทางศาสนา โบราณสถานที่มีเอกลักษณ์ของศิลปะและวัฒนธรรมเป็นของตนเอง ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้นทุกปี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2547) ส่งผลให้มีการขยายตัวในด้านการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกาการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น อีกทั้งจังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นศูนย์กลางการส่งออกสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ ของภาคเหนือ ทำให้เกิดธุรกิจกับชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น เป็นสาเหตุให้วัฒนธรรมการดื่มไวน์ได้รับความนิยม และขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจการนำเข้าไวน์ในประเทศไทยมีการเจริญเติบโตมากขึ้น ไวน์ที่นำเข้ามาจากแหล่งผลิตไวน์ที่มีชื่อจากหลาย ๆ ประเทศทั่วโลกในช่วงแรก ๆ นั้น มีเป้าหมายทางการตลาดสำหรับลูกค้านักท่องเที่ยวและนักธุรกิจชาวต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ แต่ปัจจุบันการดื่มไวน์ได้รับความนิยมอย่างสูงในกลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มนักการเมือง ข้าราชการระดับสูง และกลุ่มผู้มีชื่อเสียงทางสังคม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ค่อนข้างสูง นับเป็นอีกก้าวหนึ่งที่จะทำให้ตลาดไวน์ในจังหวัดเชียงใหม่มีการขยายตัว และทำให้ปริมาณการจัดจำหน่ายไวน์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีแนวโน้มสูงขึ้น เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคไวน์ในจังหวัดเชียงใหม่ การลงทุนทำธุรกิจร้านขายไวน์จึงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ ให้ผลตอบแทนสูง แต่การลงทุนในธุรกิจไวน์มีความเสี่ยงสูง เนื่องจากไวน์ถูกจัดอยู่ในกลุ่มประเภทสินค้าฟุ่มเฟือย มีราคาแพง และได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเพียงกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงชนิดและลักษณะของไวน์ รูปแบบของการดำเนินกิจการร้านขายไวน์ การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของร้านขายไวน์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจจะทำธุรกิจนี้ในการประกอบการตัดสินใจในการลงทุนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อวิเคราะห์ถึงต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของกิจการร้านขายไวน์แห่งหนึ่ง ในจังหวัดเชียงใหม่
- 1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ความไหวตัวต่อเหตุเปลี่ยนแปลงเมื่อต้นทุนหรือผลตอบแทนของโครงการมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง
- 1.2.3 เพื่อเป็นแนวทางการตัดสินใจในการลงทุนในธุรกิจ

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา

ทำให้ทราบลักษณะการดำเนินงาน ผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินที่แท้จริงของกิจการร้านขายไวน์ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการลงทุน และเป็นประโยชน์ในการวางแผนธุรกิจ และปรับปรุงกิจการ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษาการวิเคราะห์ทางด้านเงินของการลงทุนในธุรกิจร้านขายไวน์กรณีศึกษาร้านขายไวน์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในภาคเหนือ ของบริษัทนำเข้าไวน์ชั้นนำที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของประเทศไทย

ระยะเวลาของโครงการที่ทำการวิเคราะห์หาผลตอบแทนทางการเงิน กำหนดระยะเวลาศึกษา 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547-2551

1.5 นิยามศัพท์

ไวน์ (Wine) หมายถึงสุราหมักชนิดหนึ่งที่หมักจากผลองุ่น (grapes) เท่านั้น โดยนำน้ำองุ่นมาคั้นน้ำ และทำการหมักน้ำองุ่น การหมักทำให้เกิดแอลกอฮอล์ ซึ่งการหมักน้ำองุ่นจะกระทำในบริเวณพื้นที่ที่ทำการเพาะปลูกผลองุ่นเท่านั้น ตามกระบวนการผลิตที่ปฏิบัติสืบเนื่องกันมาในแต่ละท้องถิ่น มีดีกรีระหว่าง 12-15 ดีกรี ประเทศที่มีชื่อเสียงในการทำไวน์ คือประเทศทางยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศฝรั่งเศส เป็นประเทศที่มีการปลูกองุ่นเพื่อทำไวน์องุ่นมากที่สุด

กิจการร้านขายไวน์ (Wine shop) หมายถึงร้านจำหน่ายเฉพาะสินค้าไวน์เพียงอย่างเดียว จำหน่ายทั้งปลีกและส่ง