

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผลในการศึกษา

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดในภาคเหนือ และเป็นอันดับที่ 5 ในประเทศไทยรองจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร, นครราชสีมา, อุบลราชธานี และขอนแก่น มีเนื้อที่รวม 20,107.057 ตารางกิโลเมตร มีจำนวนประชากร 1,582,222 คน อัตราการเจริญเติบโตของประชากร 0.54% และความหนาแน่น 79 คนต่อตารางกิโลเมตร¹ โดยในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีเนื้อที่รวม 201.957 ตารางกิโลเมตร มีจำนวนประชากร 246,892 คน และในสวนเขตเทศบาลนครเชียงใหม่มีเนื้อที่รวม 40.00 ตารางกิโลเมตร มีจำนวนประชากร 170,348 คน ความหนาแน่น 4,259 คนต่อตารางกิโลเมตร² ประชากรในปัจจุบันโดยเฉพาะในสวนเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีรายได้ที่สูงขึ้น มีมาตรฐานการดำรงชีวิตที่ดีขึ้น มีคุณภาพชีวิตและลักษณะการดำเนินชีวิตประจำวันที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งยังมีความต้องการความสะดวกสบายและความทันสมัยมากขึ้นกว่าเดิม ดังสังเกตได้จากการมีห้างสรรพสินค้า (Department Store) ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง (Special Store) และร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store) เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ทั้งในสวนของผู้ดำเนินการท้องถิ่นเอง ผู้ดำเนินการซึ่งขยายตลาดมาจากถิ่นอื่น หรือ การรับสิทธิ์ดำเนินการในลักษณะของแฟรนไชส์ (Franchise) พฤติกรรมการซื้อของประชากรเปลี่ยนไปจากเดิมค่อนข้างมาก จากที่เคยซื้อสินค้าจากร้านขายของชำเป็นการซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้านเอเอ็มพีเอ็ม ร้านเลมอนกรีน ร้านซีเล็ค หรือร้านอื่นๆ อีกจำนวนมาก

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ก่อให้เกิดธุรกิจร้านค้าขนาดเล็กขึ้น หรือที่ทั่วๆ ไปมักเรียกทับศัพท์ว่า "คิออส" (Kiosk) ขึ้นในแหล่งชุมชน คิออสหมายถึงร้านค้าเล็กๆ (ที่พบเห็นส่วนมากมักมีขนาดประมาณ 3-40 ตารางเมตร) โดยมากมักมีหลังคาสำหรับขายสินค้าได้หลายประเภท เช่น คิออสขายสินค้าที่ระลึก คิออสขายหนังสือ คิออสขายอาหารและเครื่องดื่มทั่วไป หรือ

¹ Number of Population and Households at 31st December 1998, 1998 Thailand Population Data Sheet, Whole Kingdom, Bangkok : Office for Central Civil Registration Department of Local Administration, Ministry of Interior 1999, College of Population Studies Chulalongkorn University, p.1.

² ข้อมูลแสดงลักษณะโครงสร้างที่สำคัญของประเทศไทย ประจำปี 2538, สำนักงานสถิติแห่งชาติ, หน้า 5.

โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ (โรงพยาบาลสวนดอก) เนื่องจากเป็นแหล่งชุมชนมีคนจำนวนมาก โดยในปี 2542 มีบุคลากรและลูกจ้างของโรงพยาบาลอยู่เป็นจำนวน 5,261 คน โดยแบ่งเป็นจำนวนข้าราชการ 3,037 คน ลูกจ้างประจำและชั่วคราวจำนวน 2,224 คน⁴ และมีจำนวนผู้ป่วยในปี 2537 ทั้งสิ้น 488,422 คนต่อปี แบ่งเป็นผู้ป่วยนอก 440,655 คน และผู้ป่วยใน 47,767 คน⁵ ซึ่งทำให้มีโอกาสของความเป็นไปได้ในการลงทุนสูง

แต่เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำในช่วงปี พ.ศ.2539 ถึง ปี พ.ศ.2542 และร้านเลมอนกรีนคือออสเป็นร้านค้ารูปแบบค่อนข้างใหม่ ในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อมมีจำนวนมาก ทำให้ธุรกิจมีความเสี่ยงสูง ผู้ศึกษาจึงเห็นถึงความจำเป็นในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านเลมอนกรีนคือออส ในโรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งในส่วนของ การวัดค่าโครงการและการตัดสินใจลงทุนภายใต้ความเสี่ยง และทำการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจลงทุนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุน ร้านเลมอนกรีนคือออสในโรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อทราบถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านเลมอนกรีนคือออส ซึ่งเป็นร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก โดยการรับสิทธิ์ดำเนินการในลักษณะของแฟรนไชส์ ในโรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับนักลงทุน ผู้ประกอบธุรกิจและผู้สนใจทั่วไป ให้เป็นแนวทางในการตัดสินใจลงทุนร้านค้าประเภทคือออส ภายใต้สภาวะความเสี่ยงต่างๆ ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนสินค้าขาย และการเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายคงที่ ต่อไป

⁴ ข้อมูลจำนวนบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประจำปีงบประมาณ 2543, ฝ่ายบริหารงานบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 1 ตุลาคม 2542.

⁵ คู่มือการจัดทำรายงานสถิติทางการแพทย์, หน่วยงานสถิติทางการแพทย์ งานราชการ-เป็ยณและสถิติ โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่, 15 มกราคม 2538, หน้า 11.

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

คีย์ออส (Kiosk) หมายถึง ร้านค้าเล็กๆ (ที่พบเห็นส่วนมากมักมีขนาดประมาณ 3-40 ตารางเมตร) โดยมากมักมีหลังคาสำหรับขายสินค้าได้หลายประเภท เช่น คีย์ออสขาย สินค้าที่ระลึก คีย์ออสขายหนังสือ คีย์ออสขายอาหารและเครื่องดื่มทั่วไป หรือ คีย์ออสขายอาหารและเครื่องดื่มเฉพาะอย่าง

แฟรนไชส์ (Franchise) หมายถึง สิทธิพิเศษที่บริษัทแม่มอบแต่ผู้เข้าร่วมกิจการ ซึ่งเป็นสัญญาผูกพันชนิดหนึ่งระหว่างบริษัทแม่ (Franchiser) กับบริษัทในเครือ (Franchisee) โดยบริษัทแม่จะมอบเครื่องหมายการค้าและชื่อสินค้าของบริษัทแก่สมาชิกในเครือ เพื่อนำไปใช้หรือขาย เมื่อสมาชิกได้รับสิทธิพิเศษอันนี้แล้ว สมาชิกจะต้องจ่ายค่าตอบแทนที่แน่นอนจำนวนหนึ่งแก่บริษัทแม่ และดำเนินการธุรกิจภายใต้การชี้แนะช่วยเหลือของบริษัทแม่ นอกจากนี้บริษัทในเครือยังต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์ ค่าสมาชิก และต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของบริษัทแม่

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน (Feasibility Study) หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการจะทราบถึงผลที่จะเกิดจากการลงทุนในโครงการ โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงินของโครงการเป็นสำคัญ ผลจากการศึกษาจะนำไปเป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจของผู้ที่จะลงทุนในโครงการต่อไป

การลงทุนภายใต้สภาวะความเสี่ยง (Decision Making Under Risk) หมายถึง การตัดสินใจลงทุน โดยใช้ข้อมูลที่ทำให้การวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคต่างๆ ในการประเมินโครงการมีข้อผิดพลาดบ้างแต่ไม่มากนัก ซึ่งควรทำการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ เพื่อลดความเสี่ยงนั้นให้น้อยลง

การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) หมายถึง การวิเคราะห์ดูผลกระทบของตัวแปรที่สำคัญๆ ที่มีต่อโครงการเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้นหรือน้อยลง

ค่าใช้จ่ายคงที่ (Fixed Cost) หมายถึง ต้นทุนคงที่ของโครงการ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการขายสินค้าและบริการ

ต้นทุนสินค้าขาย (Cost of good sold) หมายถึง ต้นทุนผันแปรในการขายสินค้าที่เกิดจากต้นทุนสินค้าและค่าวัสดุสิ้นเปลือง