

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษารั้วนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ของการลงทุนร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยมีแนวคิด ทฤษฎี และ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ในการศึกษาดังนี้

การศึกษความเป็นไปได้ (Feasibility Study)

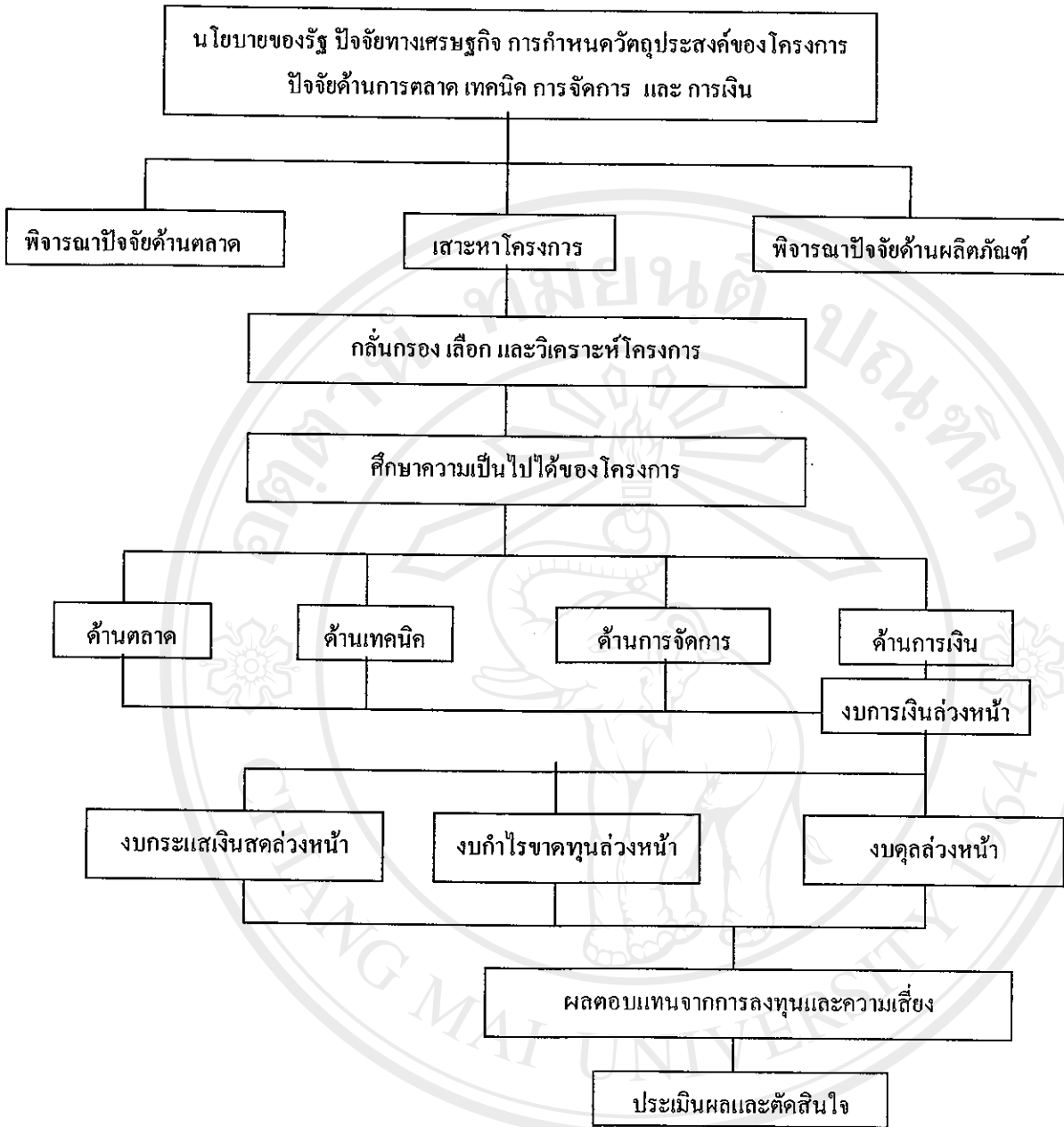
แนวคิดการศึกษความเป็นไปได้ของโครงการ

ชัยยศ สันติวณิช (2539) ได้อธิบายว่าการศึกษความเป็นไปได้ของโครงการ คือ การศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด ทั้งในขอบเขตกว้างที่เรียกว่า มหภาค โดยพิจารณาจากนโยบายของรัฐที่มีผลกระทบต่อการลงทุนในโครงการ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยในตลาด รายได้ ประชาชาติ การขยายตัวของเศรษฐกิจ และในขอบเขตที่มีรายละเอียดลึกลงไป เรียกว่า จุลภาค ซึ่งโครงการอุตสาหกรรมโดยทั่วไปจะมีกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรม คือ กิจกรรมด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ผลของกิจกรรมดังกล่าวจะสรุปออกมาในรูปแบบของงบการเงินล่วงหน้า (Proforma Financial Statement) ซึ่งเป็นสิ่งที่นำมาประเมินผลและตัดสินใจในการลงทุนของโครงการ โดยจะพิจารณาที่ผลตอบแทนจากการลงทุน และความเสียหายที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการลงทุน แนวความคิดการศึกษความเป็นไปได้ แสดงไว้ในภาพที่ 1

การศึกษความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ประกอบด้วยการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และ ด้านการเงิน โดยมีวิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้

1. การวิเคราะห์ด้านการตลาด

ชัยยศ สันติวณิช (2539) อธิบายถึงการวิเคราะห์ด้านการตลาดว่า เป็นการศึกษาและสำรวจ สถานะและขนาดของตลาด เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการกำหนดกลยุทธ์ และแผนการตลาด ตลอดจนการพยากรณ์รายรับ ต้นทุนด้านการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย การวิเคราะห์ด้านการตลาด ประกอบด้วย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

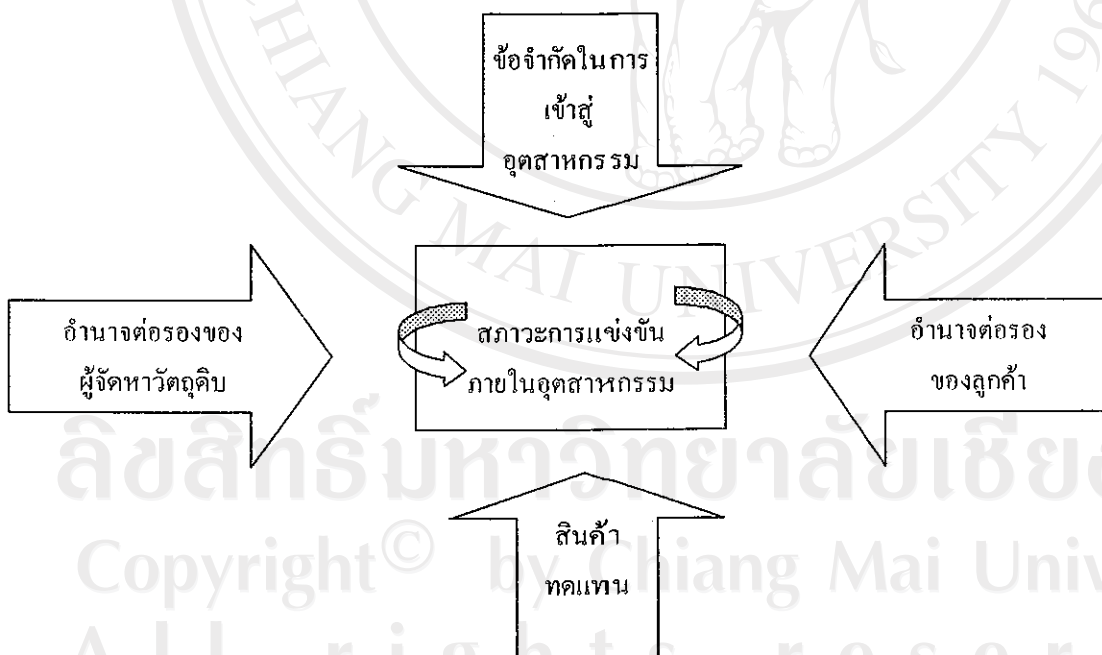
Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

1. บรรยายภาวะตลาดโดยสรุป ขอบเขตของตลาด ศักยภาพของกลุ่มแข่งขัน วิธีการขนส่ง ช่องทางระบบการจัดจำหน่าย และวิธีปฏิบัติในทางการค้าโดยทั่วไป
2. วิเคราะห์อุปสงค์ทั้งในอดีตและปัจจุบัน ทั้งในด้านปริมาณและมูลค่า
3. วิเคราะห์ช่องทางระบบการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เก็บรวบรวมข่าวสารเกี่ยวกับสถานะการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ เช่น ราคาขาย คุณภาพ กลยุทธ์การตลาดของกลุ่มแข่งขัน
4. คาดคะเนอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ในอนาคต
5. คาดคะเนส่วนแบ่งตลาดของโครงการนั้น โดยคำนึงถึงอุปสงค์ การจัดจำหน่าย สถานะการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางการตลาดของโครงการ

พัคตร์ผอง วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์ (2542) อธิบายถึงการวิเคราะห์การแข่งขันของธุรกิจนั้น ว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ทราบถึงภาวะของธุรกิจนั้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณากลยุทธ์ขององค์กร สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน คือ Porter's five – Forces Model โดยพิจารณาจากปัจจัยที่สำคัญ 5 ประการ ที่จะบ่งบอกถึงโอกาสในการประสบความสำเร็จในธุรกิจ ดังแสดงไว้ในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 Porter's Five – Forces Model

1. ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ คือ แนวโน้มที่จะมีคู่แข่งเพิ่มขึ้นในธุรกิจ เนื่องจากการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันใหม่ก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงยิ่งขึ้น คู่แข่งขันใหม่ย่อมต้องการส่วนแบ่งทางการตลาด โดยการตัดสินใจเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการ คือ ต้นทุนในการเข้าสู่อุตสาหกรรม และ การได้ตอบจากองค์กรธุรกิจเดิม

2. สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม คือ การแข่งขันระหว่างองค์กรในธุรกิจเดียวกัน ซึ่งความรุนแรงของสภาพการแข่งขันขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น จำนวนคู่แข่ง อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม ความแตกต่างของสินค้าและบริการ เป็นต้น

3. การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ คือ ธุรกิจในอุตสาหกรรมหนึ่งอาจต้องแข่งขันกับธุรกิจในอุตสาหกรรมอื่นที่ผลิตสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้ แม้อาจเป็นสินค้าคนละชนิด แต่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เหมือนกัน ทำให้เกิดข้อจำกัดในการตั้งราคาของสินค้าไม่ให้สูงเกินไป เนื่องจากลูกค้าอาจจะหันไปใช้สินค้าทดแทนกันได้แทน

4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ คือ ถ้าผู้ซื้อมีอำนาจการต่อรองสูง สภาพการแข่งขันจะสูง เพราะผู้ซื้อสามารถต่อรองราคาและเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการของกลุ่มแข่งได้

5. อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ คือ การที่ผู้ขายวัตถุดิบจะมีอำนาจการต่อรองสูงได้ หากไม่มีสินค้าอื่นมาทดแทน หรือ การมีผู้ขายวัตถุดิบน้อยรายในธุรกิจนั้น

Phillip Kotler (2000) ได้อธิบายถึงทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เพื่อพิจารณาประกอบในการวิเคราะห์ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่จะจำหน่ายหรือให้บริการ โดยรวมถึงคุณภาพของสินค้า การออกแบบผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ตรายสินค้า และ บรรจุภัณฑ์

- ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่แสดงถึงการกำหนดมูลค่าของสินค้า และเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างมาตรฐานในตัวสินค้านั้น ๆ การกำหนดราคามีปัจจัยที่ต้องพิจารณาประกอบ คือ การวางตำแหน่งและภาพพจน์ของตัวผลิตภัณฑ์

- ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การจัดสินค้าไปสู่ผู้บริโภคในช่องทางจำหน่ายที่เหมาะสม ในเวลาที่สมควร และมีต้นทุนที่เหมาะสมด้วย

- การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภคมีความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณค่าอย่างไร ชื่อได้ที่ไหน ราคัราคาเท่าไร รวมทั้งการส่งเสริมการขาย เช่น การได้รับส่วนลด หรือการให้ทดลองใช้ เป็นต้น เป็นวิธีการสื่อข้อมูลของสินค้าให้แก่ผู้บริโภครับรู้

2. การวิเคราะห์ด้านเทคนิค

ชัยยศ สันติวังษ์ (2539) ได้อธิบายว่าการวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของโครงการ ซึ่งข้อมูลต่าง ๆ จะเป็นพื้นฐานสำหรับการคาดคะเนต้นทุนของโครงการ

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะพิจารณาดังนี้

1. คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมถึงรายละเอียดคุณสมบัติทางด้านกายภาพ
2. กระบวนการผลิต และแสดงเหตุผลในการเลือกทางเลือกกระบวนการผลิต
3. การกำหนดขนาดของโรงงาน การคาดคะเนปริมาณการจำหน่ายสินค้า พิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเริ่มดำเนินงานและปัจจัยทางด้านเทคนิค
4. การเลือกเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบถึงทางเลือกอุปกรณ์ ต้นทุนของเครื่องมือเครื่องใช้ และการบำรุงรักษา
5. การกำหนดทำเลที่ตั้ง พร้อมทั้งประเมินความเหมาะสมของทำเลสถานที่ตั้ง
6. การออกแบบผังโรงงาน การคาดคะเนต้นทุน
7. การศึกษาความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบ ปริมาณความต้องการ ต้นทุนในปัจจุบันและอนาคต
8. การคาดคะเนความต้องการแรงงาน พร้อมจำแนกรายละเอียดเป็นแรงงานทางตรง และทางอ้อม
9. การกำหนดปริมาณและต้นทุนของส่วนสูญเสีย
10. คาดคะเนต้นทุนผลิตภัณฑ์

3. การศึกษาด้านการเงิน

เพชร ชุมทรัพย์ (2539) ได้อธิบายว่าการวิเคราะห์ด้านการเงิน เป็นการประเมินโครงการ โดยมีเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ดังนี้

- การวิเคราะห์กระแสเงินสดเข้าออก (Source and Application of Fund) คือ เป็นการประมาณการกระแสเงินสดเข้า และออกของโครงการลงทุน เนื่องจากเงินสดเป็นประเด็นสำคัญในการตัดสินใจของธุรกิจ

- ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period หรือ PB) เป็นวิธีการนำกระแสเงินสดรับจากโครงการในแต่ละปีมาเปรียบเทียบกับเงินลงทุนเมื่อเริ่มโครงการว่าจะใช้ระยะเวลานานเท่าใดจึงจะคุ้มกับเงินลงทุนตอนเริ่มโครงการ

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) คือ ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิต่อปีกับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ โดยคำนวณได้จากสูตร

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ} = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+k)^t} - C_0$$

โดย B_t = กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปี ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่ n
 C_0 = เงินจ่ายลงทุนในโครงการ
 $\sum_{t=1}^n$ = ผลบวกของโครงการตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ n
 k = อัตราลดค่า

- อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Financial Rate of Return หรือ IRR) คือ อัตราลดค่าที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับเท่ากับมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดจ่ายคำนวณได้โดยการหาปัจจัยลดค่าโดยประมาณจากสูตร แล้วนำไปเปิดตารางมูลค่าปัจจุบันแบบสะสม

$$C_0 = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+IRR)^t}$$

โดย B_t = กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปี ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่ n
 C_0 = เงินจ่ายลงทุนในโครงการ
 $\sum_{t=1}^n$ = ผลบวกของโครงการตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ n
 IRR = อัตราผลตอบแทนลดค่า

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วราภรณ์ สิริปิตุภูมิ(2543) ได้ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อผักปลอดสารพิษ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีความนิยมในการบริโภคผักปลอดสารพิษ มีพฤติกรรมในการนำผักปลอดภัยจากสารพิษมาบริโภคในลักษณะผักสดและทำให้สุก โดยนิยมซื้อผักที่ห่อโครงการหลวง คอยคำเพราะมีความมั่นใจว่าเป็นผักปลอดภัยจากสารพิษก็จะเลือกซื้อผักที่มีรอยกีดกันของแมลงบ้าง ส่วนสาเหตุที่ซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษมาบริโภคนั้น เนื่องจากห่วงใยสุขภาพของตนเองและสมาชิกในครอบครัว

รชตพรรณ ขงพานิช (2544) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุน ธุรกิจร้านค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ดำเนินงานเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว มีเงินทุนเริ่มแรกเท่ากับ 270,000 บาท โครงการดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการลงทุน อายุโครงการเท่ากับ 5 ปี มีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 64.99 ซึ่งมากกว่าผลตอบแทนทั่วไปซึ่งกำหนดให้เท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ เท่ากับร้อยละ 3 ต่อปี และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 568,593 บาท ที่อัตราคิดลดร้อยละ 8 และมีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 200 วัน

อุษณี กมลศิริพิชัยพร(2545) ได้จัดทำแผนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ “งานสาระ” พบว่า ปัจจุบันคนไทยให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนเมือง และผู้มีการศึกษา จะมีความต้องการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพและแสวงหาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพมากขึ้น ความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจึงมีแนวโน้มสูงขึ้น และในขณะเดียวกันร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อการบริโภค ดังนั้นจากรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป และสื่อต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น เป็นผลให้ประชาชนใส่ใจในคุณภาพชีวิตของตน ส่งผลต่อแนวโน้มของธุรกิจเพื่อสุขภาพจึงยังมีอยู่อย่างต่อเนื่อง สำหรับ การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนภายในโครงการ (IRR) ธุรกิจร้านอาหารสุขภาพ “งานสาระ” มีทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโดยมีอัตราผลตอบแทนการลงทุนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 35.85 และระยะเวลาคืนทุน 3.25 ปี