

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

แนวคิดและทฤษฎี

ได้มีการนำกรอบแนวคิดการศึกษาทางด้านหน้าที่ทางธุรกิจมาใช้ในการวิเคราะห์ผล ที่เรียกว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของการโครงการโรงเรียนสอนทำอาหารไทย ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ คือ การศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด ทั้งในขอบเขตกว้างที่เรียกว่า Macro (มหภาค) และในขอบเขตที่มีรายละเอียดลึกลงไปที่เรียกว่า Micro (จุลภาค) โครงการอุตสาหกรรมโดยทั่วไปจะมีกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม คือ กิจกรรมด้านตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการและด้านการเงิน (ชัยศ สันติวงศ์, 2539) ในการศึกษาดังกล่าวจะบอกรายละเอียดและวิเคราะห์สิ่งที่จำเป็นที่เกี่ยวเนื่องกับการผลิตรวมทั้งทางเลือกอื่นๆ ของการผลิต นอกจากนี้จะระบุกำลังผลิตและสถานที่ตั้งโครงการที่เหมาะสม การใช้เทคโนโลยีในการผลิตแบบใด มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนและการดำเนินงานกิจการเพียงไร ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนให้มากที่สุด (จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ, 2540) ในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จะพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโครงการ ดังนี้

การศึกษาภาวะแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ เป็นการศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรต่างๆ ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานขององค์กร แต่สามารถมีอิทธิพล หรือผลกระทบทางอ้อมต่อองค์กร ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม การเมือง

การศึกษาภาวะแวดล้อมทางอุตสาหกรรม เป็นการศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่ คู่แข่ง ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ผู้จัดการจำหน่าย ผู้จัดหาวัตถุดิบ ในอุตสาหกรรมที่ธุรกิจดำเนินการอยู่

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ และโอกาสทางการตลาดของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย โดยการวิเคราะห์ด้านการตลาดนี้ได้ นำแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการที่ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) การนำเสนอทางลักษณะทางกายภาพ (Physical

Evidence) และ กระบวนการ (Process) (Valarie A. Zeithaml, 2006) มาพิจารณาประกอบในการวิเคราะห์

- ผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายจะมีตัวตนหรือ ไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล

- ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคา

- ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ช่องทางในการทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึง และเลือกใช้บริการได้ ซึ่งมักจะทำโดยผ่านตัวกลางต่างๆที่มีอยู่ในตลาด

- การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารการตลาด เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน โดยในการใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารนั้นจะพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

- บุคลากร (People) บุคคลหรือผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกของผู้ซื้อซึ่งเราจะต้องให้ความสำคัญต่อบุคลากรในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย บุคลิกลักษณะ ทัศนคติและพฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกของลูกค้า

- การนำเสนอทางลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สิ่งแวดล้อมในการให้บริการหรือสถานที่ที่บริษัทจะได้มีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงองค์ประกอบเล็กๆน้อยๆในการประกอบให้บริการ เช่น โบร์ชัวร์ , การ์ด และอุปกรณ์ต่างๆที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของการบริการที่มีคุณภาพ

- กระบวนการ (Process) ขั้นตอน กลไกการดำเนินการ รวมถึงกิจกรรมให้บริการอย่างแท้จริง ที่จะช่วยส่งมอบการบริการ

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค เป็นการวิเคราะห์ด้านเทคนิค เป็นการวิเคราะห์ด้านวิธีการ การกำหนดรูปแบบการสอน ขนาดของอาคารสถานที่ และปัจจัยอื่นๆ เช่นการเลือกอุปกรณ์ เครื่องใช้ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน เพื่อคาดคะเนต้นทุนการผลิต และเงินลงทุนถาวร รวมทั้งค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินต่อไป

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ (บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2534) การวิเคราะห์เพื่อกำหนดรูปแบบการดำเนินงาน จัดโครงสร้างโดยมีองค์กรที่เหมาะสม การจัดทีม

บริหาร การกำหนดหน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละสายงาน และตำแหน่งงาน การกำหนด คุณสมบัติของบุคลากรในแต่ละตำแหน่งงาน รวมถึงการสรรหาบุคลากร

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน (สุวรรย์พันธ์ สุวรรณพันธ์, 2549) การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน โดยจะนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการจัดการมาจัดทำต้นทุนโครงการ งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า งบกระแสเงินสดล่วงหน้า งบดุลล่วงหน้า เพื่อประกอบในการวิเคราะห์ เพื่อให้การประเมินโครงการมีประสิทธิภาพและถูกต้องยิ่งขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่

1. จุดคุ้มทุน (Break-Even Point) หมายถึง การวิเคราะห์ถึงจุดที่ปริมาณสินค้าหรือบริการที่ธุรกิจจำหน่ายออกไปแล้ว มีผลทำให้รายได้เท่ากับต้นทุนของสินค้าหรือบริการบวกจ่ายทั้งสิ้นที่จ่ายออกไปภายในรอบระยะเวลาหนึ่งๆ ซึ่งสามารถคำนวณได้จาก

$$\text{จุดคุ้มทุน(หน่วย)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{ราคาขาย} - \text{ต้นทุนผันแปร}}$$

2. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) หมายถึง ระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการสามารถชดเชยกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มระยะเวลาโครงการพอดี โดยนำกระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการในแต่ละปีมาเปรียบเทียบกับเงินสดที่จ่ายลงทุนเมื่อเริ่มโครงการว่าจะใช้ระยะเวลานานเท่าใดจึงจะคุ้มกับเงินทุนตอนเริ่มโครงการ

3. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) หมายถึง ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปีตลอดอายุโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ ซึ่งสามารถคำนวณได้จาก

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ} \quad NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+k)^t} - IO$$

โดย CF_t = กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการลงทุนในอนาคต

IO = เงินสดจ่ายลงทุนในโครงการ

n = อายุของโครงการ

k = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ หรือต้นทุนของเงินทุนที่จัดหา

4. อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Rate of Return) หมายถึง อัตราลดค่าที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับเท่ากับมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ ซึ่งสามารถคำนวณได้จาก

$$\text{อัตราผลตอบแทนลดค่า } IRR = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t} - IO = 0$$

โดย CF_t = กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการลงทุนในอนาคต

IO = เงินสดจ่ายลงทุนในโครงการ

n = อายุของโครงการ

IRR = อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

5. การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis) เป็นการประมาณความเป็นไปได้ของผลตอบแทนหลายแบบเพื่อหาความผันผวนของผลที่ได้รับ โดยแบ่งเหตุการณ์เป็น 3 ระดับ คือ เหตุการณ์ที่แย่ (Pessimistic) เหตุการณ์ที่คาดหวัง (Most Likely or Expected) และเหตุการณ์ที่ดี (Optimistic) มาประมาณการผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนในโครงการ

สมมติฐานในการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน โรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับชาวต่างชาติ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีการจัดโครงสร้างทางการเงินในการลงทุนส่วนของผู้ถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 60 และเป็นการกู้ยืมจากสถาบันการเงินคิดเป็นร้อยละ 40 โดยจะชำระคืนภายในเวลา 5 ปี เนื่องจากธุรกิจเป็นธุรกิจที่มีเงินลงทุนไม่สูงมาก มีอัตราดอกเบี้ยที่เร็ว และการที่จะมีคู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาแข่งขันในธุรกิจนั้นมีมาก โดยอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการประกอบธุรกิจจากธนาคารกรุงเทพ เป็นเงินกู้ระยะยาวและระยะสั้น อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 9.375 (ธนาคารกรุงเทพ, 2550 : ออนไลน์) การคิดค่าเสื่อมราคาโดยวิธีเส้นตรง และอัตราผลตอบแทนการลงทุน ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โทฤทธิ์ เล็กกิจเจริญชัย (2545) ได้ทำการศึกษาธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ที่เข้ามาประกอบกิจการโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นมีความชอบอาหารไทยเป็นทุนเดิม และมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำอาหารไทย โดยรูปแบบของการประกอบกิจการของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่มีลักษณะการติดต่อลูกค้า ผ่านทางบริษัทนำเที่ยว

นอกจากนี้มีการประชาสัมพันธ์โดยการแจกแผ่นพับและใบปลิว เงินลงทุนของกิจการจะแตกต่างกันไปตามขนาดของกิจการ ซึ่งกิจการส่วนใหญ่เป็นขนาดเล็ก โดยเงินลงทุนไปตั้งแต่ประมาณ 10,000 บาท ถึง 400,000 บาท ค่าเรียนที่นักท่องเที่ยวต้องการจ่ายในการเรียนทำอาหารไทย อยู่ระหว่าง 700 บาท ถึง 1,200 บาท ปัญหาของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยที่พบคือ การแข่งขันกันลดราคาค่าเรียนทำอาหารไทย รวมถึงโรงเรียนทำอาหารไทยนอกระบบที่ไม่ได้จดทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมาย และการหลอกลวงนักท่องเที่ยว

ตำรวจ โปธิ์จาค (2545) ได้ทำการศึกษาศึกษาการเรียนการสอนวิธีทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 20-39 ปี ต้องการเรียนทำอาหารไทยเพื่อนำไปประกอบอาหารเพื่อรับประทานเอง ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับชื่อสถานประกอบการที่ทำการสอนอาหารไทยจากหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวเลือกโรงเรียนสอนอาหารไทยที่มีชื่อเสียง ใกล้เคียงที่พักและ มีความสะอาด มีอุปกรณ์ครบเพียงพอกับจำนวนผู้เรียน นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการหลักสูตรที่เรียนหนึ่งวัน และมีวิธีการสอนแบบ บรรยายทฤษฎี ถ่ายตลาด สาธิตปฏิบัติ ในส่วนบุคคลากรในการวิธีทำอาหาร คุณสมบัติที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุดคือ มีความรู้ความชำนาญ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความสามารถพูดภาษาต่างประเทศได้ดี และบุคลิกภาพดี นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการให้คุ้มกับความรู้และการบริการที่ได้รับ และคิดค่าธรรมเนียมแบบเหมา รวมประมาณ 800 บาท และให้มีการส่งเสริมการขายในลักษณะที่มีของแถมให้เช่น ตำราอาหาร ฝาแก้ว เป็นต้น ปัญหาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติพบหลังจากที่ได้เรียนวิธีทำอาหารไทยแล้วคือ จำนวนผู้เรียนต่อกลุ่มมีมากเกินไป ทำให้การเรียนการสอนไม่ดี ความคับแคบของสถานประกอบการ รายการอาหารที่เรียนมีมากเกินไป และหาวัตถุดิบไทยยากในต่างประเทศ

รุ่งกานต์ ชัยมงคล (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลจากการศึกษาพบว่า ลักษณะโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนการทำอาหารไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยจากเพื่อนหรือญาติ มีความต้องการในการเรียนทำอาหารไทยเพื่อสามารถทำอาหารไทยรับประทานที่บ้าน ได้ โดยผลที่ได้จากการศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน บุคคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา

ซัชชลัยย์ ทองสาธิต (2548) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย ในกรุงมอสโก ประเทศสหพันธรัฐรัสเซียโดยมีการศึกษาความเป็นไปได้ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด การจัดการ และการเงิน โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงมอสโก และแจกแบบสอบถามผู้อาศัยในกรุงมอสโก ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย ซึ่งผลการศึกษาพบว่าโอกาสในการประกอบธุรกิจยังคงเปิดกว้างสำหรับผู้สนใจในการลงทุน จากการวิเคราะห์ทางด้านการตลาดพบว่ามีโอกาสในทางการตลาดที่เปิดกว้าง เนื่องจากร้านอาหารไทยยังมีน้อย ตลาดต้องการอาหารไทยที่เน้นด้านรสชาติ และความสะอาดของอาหาร การบริการที่รวดเร็ว ความสะอาดของสถานที่และเน้นการตกแต่ง การวิเคราะห์ด้านการจัดการพบว่าโครงสร้างที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจคือรูปแบบเจ้าของคนเดียว ที่มีการกระจายหน้าที่การทำงานอย่างทั่วถึง มีการให้บริการทุกวันในย่านที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาด้านการเงินพบว่าเงินลงทุนของร้านมาจากเงินลงทุนของเจ้าของทั้งหมดโดยมีอัตราผลตอบแทนโครงการ (IRR) ร้อยละ 61.5 และการประเมินผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินในช่วงระยะเวลา 5 ปี พบว่ามีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV) เป็นบวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved