

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านค้าเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร โดยในการศึกษาได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษา ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษาประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ และระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ประกอบด้วย การวิเคราะห์ตามแนวคิดในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ซึ่งมีการศึกษาใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุนร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในอำเภอเมืองสมุทรสาคร โดยมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

ด้านการตลาด เป็นการศึกษาเพื่อการวางแผนการตลาดในการจัดจำหน่ายและบริการ โดยทำการวิเคราะห์สภาวะตลาด การพยากรณ์ความต้องการของตลาด การประมาณการยอดขายสินค้า และการสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด เพื่อนำข้อมูลไปกำหนดกลยุทธ์และวางแผนทางการตลาด ตลอดจนคาดคะเนกระแสเงินสดสุทธิตลอดอายุโครงการ เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงินต่อไป

ด้านเทคนิค เป็นการศึกษาความเหมาะสมในการกำหนดทำเลสถานที่ตั้งและขนาดของร้าน การออกแบบผังร้าน การลงทุนในสินทรัพย์ถาวร กระบวนการคัดเลือก การจัดซื้อจัดหา และกระบวนการบริการ และการคาดคะเนต้นทุนสินค้าขายและค่าใช้จ่ายด้านเทคนิค

ด้านการจัดการ เป็นการศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจ รูปแบบองค์กร แผนงานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การจัดการความเสี่ยง และคาดคะเนต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ด้านการเงิน เป็นการศึกษาถึงแหล่งที่มาของเงินทุน โดยใช้ข้อมูลจากการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิคและด้านการจัดการ มาใช้วิเคราะห์เพื่อการจัดทำต้นทุนโครงการ การจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า การจัดทำงบกระแสเงินสดล่วงหน้า การจัดทำงบดุลล่วงหน้า การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ และวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษารุ่นนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ศึกษาด้านการตลาด ได้แก่ ผู้ที่มีอำนาจในการสั่งซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนของสถานประกอบการ โรงแรมและภัตตาคารในจังหวัดสมุทรสาคร

กลุ่มที่ 2 ศึกษาด้านเทคนิคและด้านการจัดการ ได้แก่ บริษัทหรือร้านค้าเครื่องปรุงอาหารจีนในถนนเยาวราช แขวงสัมพันธวงศ์ เขตสัมพันธวงศ์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ปี 2550 พบว่ามีจำนวนสถานประกอบการ โรงแรมและภัตตาคารในจังหวัดสมุทรสาครมีทั้งหมด 982 ราย โดยเลือกขนาดตัวอย่างจากผู้ที่มีอำนาจในการสั่งซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนของสถานประกอบการ โรงแรมและภัตตาคารในจังหวัดสมุทรสาครจำนวน 217 ราย ซึ่งอ้างอิงจากตารางการกำหนดการสุ่มตัวอย่าง (Mark Saunders, 2000) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 5% โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) คือแบ่งโรงแรมและภัตตาคารที่เป็นกลุ่มประชากรออกเป็น 3 กลุ่ม โดยจำแนกตาม 3 อำเภอที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาครทั้งหมด เป็นเกณฑ์ในการแบ่ง ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

อำเภอ	จำนวนสถานประกอบการ	จำนวนตัวอย่าง
เมืองสมุทรสาคร	429 ราย	95 ราย
กระทุ่มแบน	476 ราย	105 ราย
บ้านแพ้ว	77 ราย	17 ราย
รวม	982 ราย	217 ราย

จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) สุ่มตัวอย่างของแต่ละกลุ่ม

กลุ่มที่ 2 บริษัทหรือร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนในตลาดเก่า

เขวราช จำนวน 2 ร้าน คือร้านยั้งการค้า และบริษัท เกษมกิจรุ่งเรือง จำกัด เป็นตัวอย่างของการศึกษาในครั้งนี้ เนื่องจากเป็นบริษัทหรือร้านค้าจำหน่ายเครื่องปรุงอาหารจีนที่เปิดบริการมานานไม่น้อยกว่า 10 ปี เป็นที่รู้จัก และยินดีให้ข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ที่มีอำนาจในการสั่งซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนของแต่ละสถานประกอบการ โรงแรมและภัตตาคารในจังหวัดสมุทรสาครจำนวน 217 ราย โดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาด้านการตลาด พฤติกรรมการซื้อเครื่องปรุงอาหารจีน

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการเครื่องปรุงอาหารจีนจำนวน 2 ราย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาด้านเทคนิคและด้านการจัดการ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ

กลุ่มที่ 1 แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะใช้จัดเก็บกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีอำนาจในการสั่งซื้อเครื่องปรุงอาหารจีน โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องปรุงอาหารจีน ปัญหาที่พบจากการใช้บริการ สอบถามโดยใช้คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) และคำถามที่ผู้ตอบเลือกได้หลายคำตอบ (Checklist Questions) แบบสอบถามในส่วนนี้จะใช้ในการประเมินรายได้จากการซื้อเครื่องปรุงอาหารจีนแต่ละเดือนมาประเมินเป็นกระแสเงินสดรับในแต่ละปี และค้นหาปัญหาที่พบจากการใช้บริการของร้านค้าอีกด้วย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าเครื่องปรุงอาหารจีน สอบถามโดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ แบบสอบถามในส่วนนี้ใช้วิเคราะห์หาส่วนประสมทางการตลาด (4P) ให้เหมาะสมกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และส่งมอบคุณค่านั้นให้แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อร้านค้าเครื่องปรุงอาหารจีน เป็นคำถามปลายเปิด

กลุ่มที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ถูกเลือกเป็น ตัวอย่าง โดยสัมภาษณ์ในประเด็นเกี่ยวกับด้านเทคนิคและด้านการจัดการ ได้แก่ ปัจจัยในการเลือก สถานที่ตั้งของร้าน รูปแบบการจัดวางสินค้า การจัดโครงสร้างองค์กร และปัญหา อุปสรรคในการ ดำเนินงาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

กลุ่มที่ 1 ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้ประมาณความต้องการเครื่องปรุงอาหารจีนและค่าใช้จ่ายในการให้บริการ และใช้เครื่องมือแบบ Likert Scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541: 167) โดยใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด ดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

สำหรับการแปลผลข้อมูลในภาพรวม และรายข้อ มีเกณฑ์การการแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.50-5.00	มากที่สุด
3.50-4.49	มาก
2.50-3.49	ปานกลาง
1.50-2.49	น้อย
1.00-1.49	น้อยที่สุด

กลุ่มที่ 2 ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) เพื่อใช้วางแผนเกี่ยวกับการลงทุนเริ่มแรกของโครงการ รวมทั้งการวางแผนกำลังคน

ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธโครงการลงทุนคือ

ระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period) โดยที่บริษัทต้องกำหนดระยะเวลาการคืนทุนที่ต้องการไว้ ถ้าระยะเวลาคืนทุนของโครงการที่ถูกพิจารณาเร็วกว่าระยะเวลาคืนทุนที่กำหนด ก็ควรตัดสินใจลงทุน

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) โดยที่การประเมินโครงการด้วยวิธีค่าปัจจุบันสุทธิ หากคำนวณค่าปัจจุบันสุทธิได้ค่าเป็นบวก ควรลงทุนในโครงการนั้น และควรปฏิเสธโครงการลงทุน ถ้ามีค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ

อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) โดยที่หากอัตราผลตอบแทนของโครงการสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการหรือต้นทุนเงินทุน ($k > r$) ก็ควรลงทุน แต่ถ้าได้น้อยกว่า ($k < r$) ก็ควรปฏิเสธโครงการลงทุน

สมมติฐานทางการเงิน

กำหนดสมมติฐานที่ได้ข้อมูลจากการสอบถามและข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งต่างๆ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์โครงการ ดังนี้

1. ทำการศึกษาโครงการในระยะเวลา 5 ปี โดยมีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย 14.3 % ต่อปี อัตราการขยายตัวและโครงสร้างการผลิต จำแนกตามสาขาการผลิต โรงแรมและภัตตาคารจังหวัดสมุทรสาครปี พ.ศ. 2549 (กระทรวงอุตสาหกรรม, ออนไลน์) โครงการกำหนดอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย 10 % ต่อปี โดยที่ไม่มีผลของฤดูกาลมาเกี่ยวข้อง

2. ใช้เงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น 60 % และใช้เงินกู้ยืมระยะยาวในอัตราที่สูงคือ 40 % เนื่องจากใช้ประโยชน์จากต้นทุนจากหนี้สินซึ่งเป็นต้นทุนที่ต่ำกว่าส่วนของผู้ถือหุ้นให้ได้มากที่สุดภายใต้ระดับความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk) ที่กิจการรับได้ เพื่อให้ต้นทุนเงินทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และเพิ่มอัตราผลตอบแทนต่อส่วนเจ้าของ

3. ยอมรับโครงการเมื่อให้ผลตอบแทนการลงทุนมากกว่าร้อยละ 8.35 เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมระยะยาวของลูกค้ารายย่อยชั้นดี (MRR) เท่ากับร้อยละ $6.45 + 2\%$ ต่อปี ประมาณการเป็นร้อยละ 8.45 ต่อปี ณ เดือนมีนาคม 2553 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

อัตราผลตอบแทนต่อเจ้าของประมาณการได้ร้อยละ 9.97 ได้จากการคำนวณ Capital Asset Pricing Model (CAPM) โดยมีค่าความเสี่ยงจากการลงทุนเทียบกับความเสี่ยงทางการตลาด (Beta) ในหมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) มีค่าความเสี่ยงร้อยละ 0.56 (Trinitythai, ออนไลน์) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ฯ (Risk

Market, R_m) ในปี 2552 เท่ากับร้อยละ 15.28 ต่อปี (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ออนไลน์)
อัตราผลตอบแทนที่ไม่มีความเสี่ยง (Risk free, R_f) คัดจากดัชนีอัตราผลตอบแทนของการลงทุนใน
พันธบัตรที่มีอายุคงที่ 5 ปีเท่ากับ 3.2 (thaibma, ออนไลน์)

$$K_e = R_f + \text{Beta} (R_m - R_f)$$

$$= 3.2 + 0.56(15.28 - 3.2) = 9.97$$

อัตราคิดลด (Discount Rate) ที่เหมาะสม คือ ค่าเสียโอกาสของทุนที่นำมาใช้ในโครงการนี้ กำหนดให้มีอัตราคิดลดเท่ากับ 8.35 % ซึ่งเท่ากับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน (WACC) ได้จากการสัดส่วนเงินลงทุนของเจ้าของ (W_e) เท่ากับร้อยละ 60 สัดส่วนของหนี้สิน (W_d) เท่ากับร้อยละ 40 ต้นทุนของหุ้นสามัญ (K_e) เท่ากับ 9.97 ต้นทุนของหนี้สิน (K_d) เท่ากับ 8.45

$$\text{WACC} = W_e K_e + W_d K_d (1 - \text{Tax})$$

$$= [0.6 \times 9.97] + [0.4 \times 8.45(1 - 0.3)] = 8.35$$

4. อัตราภาษี 30%

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้ ใช้เวลาทั้งสิ้น 4 เดือน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2553 – พฤษภาคม 2553

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved