

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิเคราะห์ธุรกิจร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นในจังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้
คือ

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ ประการแรก การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผู้ที่ต้องการลงทุนในธุรกิจร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นในจังหวัดเชียงใหม่ และ ประการที่สอง คือ ทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้น ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จึงแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้ คือ

3.1.1 การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ร้านที่เป็นกลุ่ม A คือ ร้านที่มียอดขายตั้งแต่ 45,001 บาทต่อวันขึ้นไป และร้านกลุ่ม B คือ ร้านที่มียอดขายตั้งแต่ 30,000 – 45,000 บาทต่อวัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างจะทำการเลือกร้านค้าทั้งหมดในกลุ่ม A และกลุ่ม B กลุ่มละ 2 สาขา คือ กลุ่ม A ได้แก่ ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นสาขาห้วยแก้วและสาขาโชตนา ส่วนกลุ่ม B ได้แก่ ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นสาขาช้างคลานและสาขาสามกษัตริย์

3.1.2 การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นในจังหวัดเชียงใหม่

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและบริการทั้งหมดจากร้านเซเว่นอีเลฟเว่นสาขาที่กำหนดเป็นกลุ่ม A คือ ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นสาขาห้วยแก้วและสาขาโชตนา และกลุ่ม B คือ ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นสาขาช้างคลานและสาขาสามกษัตริย์ ส่วนกลุ่มตัวอย่างนั้น ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) ในช่วงเวลา 6.00 - 24.00 น. จากประชากรที่ซื้อสินค้าและบริการจากร้านเซเว่นอีเลฟเว่นกลุ่ม A และกลุ่ม B โดยจากกลุ่ม A 60 คน (สาขาห้วยแก้ว 30 คนและสาขาโชตนา 30 คน) และจากกลุ่ม B 60 คน (สาขาช้างคลาน 30 คนและสาขาสามกษัตริย์ 30 คน)

3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้ข้อมูลจาก 2 แหล่งด้วยกัน คือ

3.2.1. ข้อมูลปฐมภูมิ จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ตามกลุ่มตัวอย่างผู้ที่เข้ามาซื้อสินค้าและบริการจากร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ทั้ง 2 กลุ่ม คือกลุ่ม A จำนวน 60 ชุด และกลุ่ม B จำนวน 60 ชุด

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงิน ได้จากการรวบรวมข้อมูล รายงานสถิติทางการเงิน รายงานประจำปี เอกสารเผยแพร่ ของบริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ซอยส์มินิสโตร์ จำกัด รายงานการวิเคราะห์ รายงานการวิจัย เอกสารทางวิชาการและบทความต่างๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ถึงปี พ.ศ. 2548

3.3 วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีดำเนินการศึกษาและการวิเคราะห์ธุรกิจร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น มีข้อสมมุติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย 2 ข้อดังนี้คือ

1. การลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นเป็นการลงทุนโดยใช้เงินสดของผู้ดำเนินการแฟรนไชส์นำมาลงทุนทั้งหมด ไม่มีการกู้เงินจากสถาบันการเงิน ฉะนั้นจึงไม่มีดอกเบี้ยจ่ายในการวิเคราะห์ต้นทุน

2. ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นที่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์ ไม่มีคู่แข่งมาเปิดดำเนินการในรัศมี 1 ตารางกิโลเมตร ฉะนั้นการวิเคราะห์ความไหวตัวเมื่อต้นทุนเพิ่มขึ้นอาจไม่ถูกต้องเพียงพอในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ธุรกิจร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นมีขั้นตอนของการศึกษาดังนี้คือ

3.3.1 การประเมินต้นทุนและผลตอบแทน

ในการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น สามารถแจกแจงข้อมูลด้านต้นทุนและผลตอบแทนได้ ดังนี้

ก) ต้นทุนของธุรกิจร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเริ่มแรก และค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายเริ่มแรก คือค่าใช้จ่ายในการลงทุนซื้อสิทธิแฟรนไชส์บริหารร้านเซเว่นอีเลฟเว่นจำนวนเงิน 2,500,000 บาท ซึ่งต้องมีการจ่ายลงทุนในปี 2547 ประกอบด้วย ค่าธรรมเนียมและค่าสิทธิในการบริหารร้าน เงินค้ำประกันสัญญาและค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการดำเนินการเปิดร้าน

2. ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน คือค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจรายปี ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายดังนี้คือ

- เงินเดือนของผู้จัดการร้าน ผู้ช่วยผู้จัดการร้านและพนักงานประจำร้าน
คชผู้จัดการร้าน 1 คน ทำหน้าที่ให้บริการลูกค้า สั่งซื้อสินค้า รับผิดชอบต่อการทำให้ร้านมียอดขาย
และกำไรให้มากที่สุด ควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆให้เป็นไปตามงบประมาณ นำเงินยอดขายฝากธนาคาร
ช่วยผู้จัดการร้าน 3 คน ทำหน้าที่ให้บริการลูกค้า จัดทำเอกสารการซื้อการขาย สรุปรายงาน
ประจำวัน และพนักงานประจำร้าน 8 คน ทำหน้าที่จัดเรียงสินค้าบนชั้นวางสินค้า ดูแลอุปกรณ์
เครื่องใช้ต่างๆให้สะอาดและอยู่ในสภาพใช้งานได้ดี รักษาความสะอาดและความเป็ระเบียบบริเวณ
รอบร้าน

- เงินสมทบกองทุนประกันสังคม จ่ายให้สำนักงานประกันสังคมตามที่
กฎหมายกำหนด ในอัตราร้อยละ 5 ของเงินเดือน

- ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าโทรศัพท์ ค่าเบี้ย
ประกันภัยและค่าไปรษณีย์

- ค่าวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในร้าน เช่น ถูงใส่ของให้ลูกค้า ถูงขยะคำ น้ำยา
ล้างอุปกรณ์ น้ำยาถูพื้น กระดาษม้วนเครื่อง กระดาษต่อเนื่อง และอุปกรณ์เครื่องเขียน

- ค่าซ่อมแซมและบำรุงรักษาอุปกรณ์การขายและทรัพย์สินอื่นๆ เช่น
เครื่องปรับอากาศ ห้องเย็น ตู้แช่เครื่องคั้น

- ค่าสินค้าเสื่อมคุณภาพ เช่น สินค้าหีบห่อขาด แตก ขิ้นรา ไม่มีป้ายวัน
ผลิต วันหมดอายุ สินค้าหมดอายุ

- ค่าสินค้าขาดบัญชี ในทุกเดือนจะมีการตรวจนับสินค้าคงเหลือเพื่อ
เปรียบเทียบยอดสินค้าที่มีอยู่จริงกับยอดสินค้าคงเหลือตามบัญชี โดยพนักงานตรวจนับสินค้า
ของแฟรนไชส์ซอร์ ซึ่งสินค้าขาดบัญชีอาจเกิดจากสาเหตุทั้งภายในและภายนอกร้าน เช่น พนักงาน
ทอนเงินผิดพลาดให้ลูกค้า พนักงานทุจริต การถูกขโมยสินค้า เป็นต้น

- ค่าบริการทำบัญชีและค่าสอบบัญชี

- ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เป็นค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นไม่แน่นอน เช่น ค่าเลี้ยง
รับรอง ค่าน้ำมันรถ ค่าฝึกอบรมพนักงาน ค่าสวัสดิการพนักงาน

- ภาษีเงินได้นิติบุคคล ขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงาน โดยในปีที่มีกำไรจาก
การดำเนินงานจะต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราร้อยละ 15 – 30

ข) ผลตอบแทนของธุรกิจร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ประกอบด้วย

1. รายได้จากการบริหารร้าน ได้มาจาก 2 ส่วนหลักๆ คือส่วนแบ่งจากกำไรขั้นต้น
โดยคำนวณจากยอดขายสินค้าและบริการคูณด้วยอัตรากำไรขั้นต้น และส่วนแบ่งจากรายได้ทั้ง 3

ประเภทคือ ค่าตั้งโชว์สินค้าที่เรียกเก็บจากบริษัทผู้จัดจำหน่ายสินค้า รายได้จากค่าเช่าติดตั้งตู้ ATM ของธนาคาร รายได้จากการติดตั้งจุดบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส (Counter Service)

2. ดอกเบี้ยรับ จากเงินค้ำประกันสัญญา แฟรนไชส์ที่จะได้รับดอกเบี้ยในอัตราเงินฝากประจำ 12 เดือน ของธนาคารกรุงเทพ

ค) การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน ก่อนทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินมีการกำหนดข้อสมมุติทางด้านต้นทุนและผลตอบแทน ดังนี้คือ

1. ข้อสมมุติด้านต้นทุน มีดังนี้คือ

- เงินเดือนของผู้จัดการร้านและผู้ช่วยผู้จัดการร้าน มีการปรับเงินเดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี ส่วนพนักงานประจำร้านเงินเดือนในปีที่ 1 - 5 มีจำนวนเงินเท่ากันทุกปี และมีการปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในปีที่ 6 - 10
- ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ค่าวัสดุสิ้นเปลือง ค่าซ่อมแซมและบำรุงรักษา อุปกรณ์การขายและทรัพย์สินอื่นๆ ค่าใช้จ่ายส่วนนี้มีการปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในทุกๆ 2 ปี
- ค่าสินค้าเสื่อมคุณภาพ ค่าบริการทำบัญชีและค่าสอบบัญชี ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ค่าใช้จ่ายส่วนนี้กำหนดให้มีจำนวนเงินเท่ากันตลอดอายุ 10 ปี
- ค่าสินค้าขาดบัญชีให้มีจำนวนเงินเท่ากับร้อยละ 0.20 ของยอดขายแต่ละปี

2. ข้อสมมุติด้านผลตอบแทน มีดังนี้คือ

- ยอดขายสินค้าและบริการ มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี
- อัตรากำไรขั้นต้น มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.50 ต่อปี
- รายได้ค่าตั้งโชว์สินค้า รายได้ค่าเช่าติดตั้งตู้ ATM ของธนาคาร รายได้จากการติดตั้งจุดบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส ประมาณการให้ปีที่ 1 - 5 มีจำนวนเงินเท่ากันทุกปี และเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในปีที่ 6 - 10

3. วิธีการวิเคราะห์ทางการเงิน ประกอบด้วย 3 วิธี คือ

- มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (Net Present Value : NPV) โครงการที่เหมาะสมกับการลงทุนนั้นต้องมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มากกว่า 0 หมายความว่ามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t}$$

$$= \sum_{t=0}^n \frac{B_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^N \frac{C_t}{(1+r)^t}$$

B_t	=	ผลตอบแทนในปี t
C_t	=	ต้นทุนในปี t
r	=	อัตราส่วนลดร้อยละ 7
n	=	t จำนวนปีทั้งสิ้นของโครงการคือ 10 ปี

• อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR) คืออัตราส่วนลดที่จะทำให้ผลรวมของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 0 อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (IRR) ที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจลงทุนต้องมีค่าสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำหรือสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในปัจจุบัน

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} = 0$$

เมื่อ	B_t	=	ผลตอบแทนในปี t
	C_t	=	ต้นทุนในปี t
	r	=	อัตราส่วนลดร้อยละ 7
	n	=	จำนวนปีทั้งสิ้นของโครงการคือ 10 ปี

• อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit - Cost Ratio หรือ B/C Ratio) คืออัตราส่วนระหว่างผลรวมมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับผลรวมมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวมอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการที่เหมาะสมต่อการลงทุนต้องมีค่ามากกว่า

1

$$B/C \text{ Ratio} = \frac{PV \text{ of benefits}}{PV \text{ of costs}}$$

$$\sum_{t=0}^n \frac{B_t}{(1+r)^t}$$

$$= \frac{\sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}}{}$$

เมื่อ	B_t	=	ผลตอบแทนในปี t
	C_t	=	ต้นทุนในปี t
	r	=	อัตราส่วนลดร้อยละ 7
	n	=	จำนวนปีทั้งสิ้นของโครงการคือ 10 ปี

ง) การวิเคราะห์ความไหวตัว โดยทำการวิเคราะห์การลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นว่ามีมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนและอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่าใด เมื่อผลตอบแทนจากการลงทุนมีค่าคงที่ โดยมีข้อสมมุติที่ใช้ในการศึกษา 2 กรณีคือ

กรณีที่ 1 เมื่อค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จะทำให้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนและอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเปลี่ยนแปลงไปเท่าใด

กรณีที่ 2 เมื่อค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 จะทำให้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนและอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเปลี่ยนแปลงไปเท่าใด

3.3.2 การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่พักอาศัย จำนวนสมาชิกในครอบครัว

2. พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ประกอบด้วย สินค้าที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมากที่สุด อาหารและเครื่องดื่มที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมากที่สุด บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสที่ผู้บริโภคใช้บริการมากที่สุด ผู้บริโภคเคยซื้อสินค้าจาก 7-Catalog หรือไม่และเป็นสินค้าประเภทใด ผู้บริโภคซื้อสินค้าให้กับใคร จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าเฉลี่ย

ต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสที่ผู้บริโภครับบริการมากที่สุด ผู้บริโภคเคยซื้อสินค้าจาก 7-Catalog หรือไม่และเป็นสินค้าประเภทใด บุคคลที่ร่วมเดินทางมาซื้อสินค้า ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้า แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคทราบข่าวสารการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย รายการส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคชอบ ความต้องการซื้อสินค้านอกเหนือจากที่มีขายในขณะนี้ ความพอใจในการให้บริการของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น และการกลับเข้ามาใช้บริการร้านเซเว่นอีเลฟเว่นครั้งต่อไป โดยให้เลือกคำตอบตามความเป็นจริงมากที่สุดเพียง 1 คำตอบ

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3. ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ปัจจัยทางด้านต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่และความสะดวก ปัจจัยด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นใช่หรือไม่ นอกจากนี้ยังทำการทดสอบความคิดเห็นของผู้บริโภคกลุ่ม A และกลุ่ม B ว่าปัจจัยดังกล่าวข้างต้นทั้ง 5 ปัจจัย ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม มีความคิดเห็นแตกต่างกันหรือไม่ ระหว่างผู้บริโภคกลุ่ม A และกลุ่ม B โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ ค่าไคสแควร์ (Chi-square test)