

บทที่ 10

การประเมินแผนธุรกิจและปัจจัยแห่งความสำเร็จ

ก.แนวทางการประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจ

ในการประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจ Home Smart จะประเมินความเป็นไปได้ใน 3 ด้าน คือ ด้านการบริการ ด้านการตลาด และด้านการเงิน

1. แนวทางการประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจในด้านการบริการ

ธุรกิจ Home Smart เป็นธุรกิจในลักษณะการให้บริการ ในการประเมินความเป็นไปได้ของการให้บริการจึงจำเป็นต้องพิจารณาในเรื่องของความสามารถในการให้บริการแก่ลูกค้า ดังนั้นเรื่องที่สำคัญที่สุดในการประเมินคือจำนวนพนักงานโดยเฉพาะวิศวกรที่ให้บริการ โดยที่การประเมินจำนวนพนักงานวิศวกรจะประเมินจากเวลาในการให้บริการต่องาน (Man Hour Per Job) เพื่อคำนวณหาจำนวนวิศวกรที่เหมาะสมในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ที่ได้แสดงไปในบทที่ 3 พบว่าด้วยจำนวนวิศวกรที่ธุรกิจ Home Smart มีสมารถที่จะให้บริการลูกค้าได้เพียงพอต่อการจำนวนงานที่คาดว่าจะมีในแต่ละปี โดยในช่วงปีแรกของการดำเนินงานธุรกิจ Home Smart จะมีวิศวกร 6 คน และในปีที่ 2 จะเพิ่มเป็น 7 คน และ ปีที่ 4 มีวิศวกร 8 คนและปีที่ 5 จะมีวิศวกร 9 คน

2. แนวทางการประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจในด้านการตลาด

ในด้านการตลาดการประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจ Home Smart จะพิจารณาว่าผู้บริโภคมีความสนใจในการใช้บริการธุรกิจ ซ่อมแซม ต่อเติม ตรวจสอบบ้านแบบครบวงจรหรือไม่ เป็นหลัก โดยที่มีการทำการวิจัยตลาดถึงความสนใจในการใช้บริการ

โดยที่ผลการวิจัยตลาดดังแสดงในบทที่ 4 พบว่ามีลูกค้ามีระดับความสนใจเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 คะแนนจากคะแนนเต็ม 4 คะแนนซึ่งเป็นระดับที่ค่อนข้างสูง

3. แนวทางการประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจในด้านการเงิน

การประเมินความเป็นไปได้ธุรกิจ Home Smart ในด้านการเงินจะพิจารณาจาก

3.1 NPV และ IRR

กระแสเงินสดสุทธิที่ได้จากการดำเนินงานของบริษัทตลอดอายุของกิจการจะต้องมีมากพอที่จะทำให้บริษัท มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) เมื่อคิดลดด้วยค่าของทุนแล้วมีค่ามากกว่าศูนย์ หรือในอีกแง่หนึ่งผลการดำเนินงานของบริษัท จะต้องให้ผลตอบแทนในรูปของอัตราผลตอบแทนภายใน Internal Rate of Return (IRR) ที่มากกว่าต้นทุนเงินทุนของบริษัท

3.2 ระยะเวลาคืนทุน

บริษัทจะต้องมีระยะเวลาในการคืนทุนเมื่อคำนวณด้วยวิธี Discounted Payback Period ไม่เกิน 5 ปี

สำหรับในประเด็นนี้ จากผลการวิเคราะห์ที่ได้แสดงไปในบทที่ 7 พบว่าแผนธุรกิจดังกล่าวมีความน่าสนใจในทางการเงิน กล่าวคือ มีค่า NPV เป็นบวกเท่ากับ 2.4 ล้านบาท หรือคิดเป็นค่า IRR เท่ากับ 19.36% ซึ่งสูงกว่าต้นทุนทางการเงินของธุรกิจที่ 15.75% และมีระยะเวลาคืนทุนประมาณ 2.5 ปี

ข. ปัจจัยวิกฤตที่เป็นเงื่อนไขของความสำเร็จของธุรกิจ (Critical Success Factors: CSFs)

1. การรับรู้ในการบริการและตราสินค้าของบริษัท (Service and brand awareness)

การรับรู้ถึงธุรกิจ Home Smart ถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญ เนื่องจากในปัจจุบันมีธุรกิจที่ให้บริการซ่อมแซม ต่อเติมแบบครบวงจร อยู่หลายบริษัท แต่ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคจำนวนมากถึงร้อยละ 89.75 ที่ไม่รู้จักบริษัทเหล่านี้เลย ดังนั้นการสร้างความรู้ของผู้บริโภคให้รู้จักถึงธุรกิจ Home Smart และบริการที่ธุรกิจ Home Smart ทำจึงเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

2. ความไว้วางใจและคุณภาพของงาน

ในการเรียกใช้บริการธุรกิจ Home Smart นั้นเนื่องจากการที่จะต้องเข้าไปให้บริการในที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคต้องให้ความสำคัญอย่างมาก ดังนั้นความไว้วางใจต่อพนักงานที่เข้าไปให้บริการและคุณภาพของงานเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นธุรกิจ Home Smart จึงต้องสามารถสร้างความรู้สึกไว้วางใจให้กับผู้บริโภคได้ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ และ ต้องมีคุณภาพของงานที่ดีเพื่อจะเกิดการเรียกใช้ซ้ำของผู้บริโภค

3. ประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนการดำเนินงาน

เนื่องจากธุรกิจ Home Smart เป็นลักษณะการให้บริการ จึงไม่มีต้นทุนสินค้าขายโดยตรง อย่างธุรกิจด้านการผลิตทั่วไป ซึ่งต้นทุนหลักของธุรกิจ Home Smart จะเป็นเรื่องของ เงินเดือน พนักงาน ซึ่งเป็นต้นทุนคงที่ และ ค่าน้ำมันรถ ซึ่งเป็นต้นทุนผันแปร ดังนั้น ผู้จัดการในแผนกปฏิบัติการ จะต้องมีการควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดผลกำไรในการดำเนินธุรกิจสูงสุด