

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของการเปิดร้านไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการลงทุนประกอบธุรกิจหรือโครงการใด ๆ ก็ตามผู้ลงทุนก็ต้องมีความต้องการผลกำไรจากการลงทุนนั้น ๆ และโดยเหตุที่การลงทุนต่าง ๆ ต้องใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนมาก เงินทุนนี้อาจได้มาจากเงินทุนของเจ้าของโครงการหรือมาจากการกู้ยืม ดังนั้นในการลงทุนในโครงการใด ๆ ก็ตาม ควรมีการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการโดยรอบคอบ ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ดังกล่าวหรืออย่างน้อยก็เพื่อลดความเสี่ยงต่อการล้มเหลว หากทำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการแล้วได้ผลว่าโครงการสามารถดำเนินการแล้วสร้างกำไรได้

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ประกอบด้วยการวิเคราะห์ 4 ด้าน คือ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านเทคนิค การวิเคราะห์ด้านการจัดการและการวิเคราะห์ด้านการเงิน (กรภัทร์ สุทธิคารา, 2552)

2.1.1 การวิเคราะห์ด้านการตลาด

เป็นการศึกษารายละเอียดของข้อมูลที่จะนำไปใช้ ในการกำหนดเป้าหมายการตลาด คุณลักษณะและภาพการณ์ตลาด เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์และแผนการตลาด ตลอดจนการพยากรณ์รายรับ ต้นทุนด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย การวิเคราะห์ด้านการตลาดประกอบด้วย

- การบรรยายภาวะตลาดโดยสรุป รวมถึงขอบเขตของตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และวิธีปฏิบัติในการค้าโดยทั่วไป

- วิเคราะห์อุปสงค์ทั้งในอดีต ปัจจุบันและอนาคต

- วิเคราะห์ช่องทางระบบการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งอดีต และปัจจุบัน เก็บรวบรวมข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแข่งขันของผลิตภัณฑ์ เช่น ราคาขาย คุณภาพ กลยุทธ์ทางการตลาดของคู่แข่ง

- คาดคะเนส่วนแบ่งการตลาดของโครงการนั้น โดยคำนวณถึงอุปสงค์ การจัดจำหน่าย สภาพการแข่งขัน และการกลยุทธ์ทางการตลาดของโครงการ

การวิเคราะห์ด้านการตลาดจะอาศัยทฤษฎีทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ หรือ 7Ps มาประกอบการวิเคราะห์แต่ละส่วน ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย ดังนั้นผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ปัจจัยด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อ การกำหนดราคาจึงต้องคำนึงถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ ต้นทุนสินค้า การแข่งขันในตลาด และปัจจัยอื่น ๆ

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาดหรือผู้บริโภค

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้เสนอขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ โดยเครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานและการประชาสัมพันธ์

5. ปัจจัยด้านบุคคล (People) หมายถึง การเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ ให้สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าให้แตกต่างเหนือคู่แข่ง

6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง การสร้างคุณภาพโดยรวมเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

7. ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง กระบวนการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้า ที่รวดเร็วและสร้างความประทับใจ

2.1.2 การวิเคราะห์ด้านเทคนิค

เป็นการแสดงถึงความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของโครงการ และเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการ ทำให้ทราบข้อมูลต่าง ๆ ที่จะเป็นในการดำเนินการ เช่น การเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการ การวางแผนกิจการ การลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนและสินทรัพย์ถาวร ตลอดจนการจัดซื้อ การเลือกอุปกรณ์ในการตกแต่ง จากข้อมูลทางเทคนิคที่ได้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของกิจการเพื่อเตรียมจัดหาแหล่งเงินทุนต่อไป โดยพิจารณาดังต่อไปนี้

- คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมถึงคุณสมบัติด้านกายภาพ
- การกำหนดทำเลที่ตั้ง พร้อมทั้งประเมินความเหมาะสมของสถานที่ดังกล่าว
- การออกแบบและการปรับปรุงที่ดินในการก่อสร้าง
- การคาดคะเนต้นทุนในการก่อสร้าง
- การกำหนดขนาดและวิธีการก่อสร้าง

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค เป็นการให้บริการที่เหมาะสมและจำเป็นในการให้บริการด้านร้านไอศกรีมโฮมเมด ได้แก่ ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ขนาดความกว้างของร้าน รูปแบบของการตกแต่ง รวมถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ขนาดหรือกำลังการผลิต อุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่จำเป็น และความสามารถในการให้บริการ

2.1.3 การวิเคราะห์ด้านการจัดการ

เป็นการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในเรื่องการจัดการก่อนการดำเนินงาน ในรูปแบบการดำเนินงานของร้านไอศกรีมโฮมเมด การจัดโครงสร้างการบริหารงาน การกำหนดคุณสมบัติ หน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่ง การสรรหาและรักษานักงาน รวมถึงค่าตอบแทนในแต่ละตำแหน่ง ใบอนุญาตและสัญญาต่าง ๆ ในการดำเนินงาน และการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ก่อนเปิดกิจการเพื่อให้โครงการดำเนินการประสบความสำเร็จตามต้องการ

2.1.4 การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์และประเมินค่าโครงการนั้นจะอาศัยทฤษฎีทางการวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทน (Cost Benefit Analysis) และการวิเคราะห์ทางการเงิน (Financial Analysis)

การวิเคราะห์ทางการเงิน เป็นการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายหรือเงินลงทุนของโครงการ และผลตอบแทนหรือผลกำไรทางการเงินของโครงการสำหรับโครงการเอกชน วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อวิเคราะห์ว่าโครงการที่จัดทำนั้น มีความคุ้มค่าหรือไม่โดยผลตอบแทนที่ได้รับควรสูงกว่าเงินที่ลงทุน โดยคำนึงถึงค่าเสียโอกาส ซึ่งอยู่ในรูปอัตราส่วนลด (Discount Rate) การวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการจะวิเคราะห์ด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value: NPV) หากผลการศึกษา ปรากฏว่าโครงการที่เหมาะสมกับการลงทุนนั้นมีมูลค่าปัจจุบัน (NPV) มากกว่า 0 ซึ่งหมายความว่ามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายของโครงการเป็นโครงการที่ควรพิจารณาลงทุน

$$\text{มูลค่าปัจจุบัน (NPV)} = \sum_{T=1}^n (NCF_T) / (1+r)^T - I_0$$

โดยที่	NCF_T	=	กระแสเงินสดสุทธิรายปี ตั้งแต่ต้นปีที่ 1 จนถึงปลายปีที่ n
	r	=	อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ หรือต้นทุนเงินทุน
	I_0	=	เงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ
	T	=	ระยะเวลาปีที่ 1 ถึงปีที่ n
	$\sum$	=	ผลรวมตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่ n

2. อัตราส่วนผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

หากผลการคำนวณอัตราส่วนผลตอบแทนภายในของโครงการ ได้ค่า IRR สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ก็แสดงว่าการลงทุนให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินทุนที่จ่ายออกไป

$$\text{อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)} = \sum_{T=1}^n (NCF_T) / (1+k)^T$$

โดยที่ k = อัตราผลตอบแทนโครงการ

3. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) การคำนวณระยะเวลาคืนทุน หรือจำนวนปีในการดำเนินงานซึ่งจะทำให้มูลค่าการลงทุนสะสมเท่ากับมูลค่าตอบแทนเงินสดสุทธิสะสมหรืออาจกล่าวได้ว่า จำนวนปีในการดำเนินการ ซึ่งทำให้ผลกำไรที่ได้รับในแต่ละปีรวมกันแล้วมีค่าเท่ากับจำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก ผลกำไรในที่นี้คือ กำไรสุทธิหลังหักภาษี+ดอกเบี้ย+ค่าเสื่อมราคา

ระยะเวลาคืนทุน (PB) = เงินลงทุนรวมในโครงการ / กระแสเงินสดรับรายปีสะสม

4. การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis Method) ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนการลงทุน อันเป็นผลอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรต่าง ๆ เช่น ราคาขายต่อหน่วย ต้นทุนต่อหน่วย ปริมาณยอดขาย เป็นต้น การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเป็นรูปแบบที่นิยมใช้ในการวิเคราะห์ความไวของโครงการลงทุน

4.1 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Point) จุดหรือระดับจากการดำเนินการของธุรกิจที่ปริมาณสินค้าหรือบริการนั้นไม่มีกำไรหรือขาดทุน คือ มีค่าเท่ากับศูนย์ ดังนั้นจุดคุ้มทุน จึงหมายถึง จุดที่รายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวม

จุดคุ้มทุน (Break-Even Point) = (ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย x ปริมาณยอดขาย) + ต้นทุนคงที่

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ยุวดี มหาเถโร (2547) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 400 ชุด เพื่อนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล ณัฐธีร์ พงศ์ศิริรัตน์ (2552) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ของการเปิดร้านไอศกรีมแห่งหนึ่งในห้างสรรพสินค้า โดยแบ่งเป็นการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และสำรวจแบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการวิเคราะห์ ศรีธยา อินทวงศ์ (2550) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 400 ชุด สอบถามจากผู้บริโภคไอศกรีมระดับพรีเมียม ศึกษาโดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการ

วิรัตน์ ศรีรัชตระกูล (2549) ได้ทำการศึกษา เรื่องพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมในร้านไอศกรีมของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ชุด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ยุวดี มหาเถโร (2547) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญระดับมากในเรื่อง ความสะดวกที่ตั้งของร้าน ณัฐธีร์ พงศ์ศิริรัตน์ (2552) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท เพศหญิง อายุ 26-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 15,001-20,000 บาทต่อเดือน มีอัตราการบริโภคไอศกรีมเฉลี่ยที่ 2.6 ครั้งต่อเดือน มีความนิยมในการบริโภคไอศกรีมแบบดกมากกว่าแบบแท่ง ศรัณยา อินทวงศ์ (2550) พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุ 20-29 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีม คือ ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพตามลำดับ วิรัตน์ ศรีรัชตระกูล (2549) พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมตัดสินใจบริโภคไอศกรีมที่รสชาติ คือ มีรสชาติและรูปแบบที่หลากหลาย มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อครั้งที่ประมาณครั้งละ 51-150 บาทต่อครั้ง ชื่นชอบในการบริโภคไอศกรีม ในช่วงเวลา 13.01-16.00 น.

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

ณัฐธีร์ พงศ์ศิริรัตน์ (2552) ได้ประมาณการจำนวนผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการต่อวันที่ 120 คนต่อวัน สำหรับวันจันทร์-ศุกร์ ในส่วนของวันเสาร์-อาทิตย์ จะมีบริโภคเข้ามาใช้บริการที่ 250 คนต่อวัน โดยใช้พื้นที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนก่อนดำเนินการกิจการที่ 860,473 บาท และมีต้นทุนผันแปรในการเปิดร้านไอศกรีม จะประกอบด้วย ค่าไอศกรีม ค่าขนส่ง ค่าถ้วยกระดาษ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปาและค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดคิดเป็นร้อยละ 11.46 ของราคาขายไอศกรีมหนึ่งลูก ศรัณยา อินทวงศ์ (2550) พบว่าร้านไอศกรีมที่สามารถตั้งอยู่ในสถานที่ที่สะดวกต่อการเดินทาง อยู่ในแหล่งชุมชน จะสามารถดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการได้ ราคาจะต้องมีความเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

ณัฐธีร์ พงศ์ศิริรัตน์ (2552) ดำเนินการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว ผ่านแฟรนไชส์ของร้านไอศกรีม ไอเบอร์รี่ โครงการตั้งอยู่ บริเวณห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว ระยะเวลาเปิดตามห้างฯ ว่าจ้างงานพนักงานในรูปแบบพาร์ทไทม์ จำนวน 6 คน หมุนเวียนกันคนละ 9 ชั่วโมงมีสินค้าหลักเป็นไอศกรีมและเบเกอรี่เป็นสินค้ารองลงมา

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

ณัฐธีร์ พงศ์ศิริรัตน์ (2552) ใช้อัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืมเงินที่ 8% เพื่อคำนวณผลตอบแทนในการลงทุน พบว่า มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 1,749,131 บาท อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน เท่ากับ 1.16 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ เท่ากับ 61.15 ระยะเวลาคืนทุน ที่ 1.73 ปี ซึ่งเมื่อพิจารณาจากข้อมูลการคำนวณที่กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น พบว่าโครงการมีความน่าลงทุนสูง อันเนื่องมาจากระยะเวลาคืนทุนที่สั้นและอัตราผลตอบแทนที่สูง