

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย ใน กรุงเทพมหานครประเทศสหพันธรัฐรัสเซียในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเอกสารรวมทั้งบทความงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อนำแนวคิดและทฤษฎีมาปรับใช้ในการศึกษาโดยครอบคลุมเนื้อหาหัวข้อดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study)

2.1.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

2.1.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

2.1.4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study)

มยุรี อนุมาราชชน (2546: 44-48) สรุปว่าการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อความเหมาะสมและประเมินว่าโครงการควรกำหนดทางเลือกใด เมื่อนำโครงการไปปฏิบัติแล้วจะก่อผลลัพธ์และผลกระทบอะไรบ้าง การพิจารณาดังกล่าวนำเสนอในรูปแบบของการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านต่างๆ ที่สอดคล้องกับลักษณะของโครงการ โดยครอบคลุมการวิเคราะห์ 8 ด้านดังนี้

1 ความเป็นไปได้ด้านการตลาด เป็นการพิจารณาความต้องการของตลาดหรือผู้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการหรือผู้รับบริการที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของโครงการ

2 ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค เป็นการพิจารณาความเหมาะสมด้านเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ ขนาด สถานที่ตั้ง กรรมวิธีการดำเนินการ เทคโนโลยี วิธีการก่อสร้าง รูปแบบทางเทคนิค วิธีการและมาตรการในการป้องกันสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการบำรุงรักษา

3 ความเป็นไปได้ด้านการเงิน เป็นการพิจารณาผลการเงินของโครงการจากค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนของโครงการในรูปแบบของกำไร

4 ความเป็นไปได้ด้านเศรษฐกิจ เป็นการพิจารณาผลตอบแทนสุทธิของโครงการที่มีต่อสังคมโดยรวมหรือระบบเศรษฐกิจที่น่าทรัพยากรมาใช้ในโครงการที่กำลังทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้

5 ความเป็นไปได้ด้านการบริหาร เป็นการพิจารณาโครงการในแง่การจัดการรูปแบบ และโครงสร้างขององค์กรระบบการบริหาร และวิธีการปฏิบัติงาน โครงการสายการบริหารและสาย การบังคับบัญชา บุคคลที่เกี่ยวข้องกับ โครงการ

6 ความเป็นไปได้ด้านสังคม เป็นการพิจารณาระบบสังคม วัฒนธรรม ความเชื่อ ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับ โครงการว่าจะมีผลบวกหรือผลลบต่อโครงการที่กำลังวิเคราะห์

7 ความเป็นไปได้ด้านการเมือง เป็นการพิจารณาการสนับสนุนหรือการยอมรับของ ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง หรือการวางเฉยต่อ โครงการของผู้ที่เสียประโยชน์

8 ความเป็นไปได้ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นการพิจารณาว่าโครงการก่อให้เกิดผลเสียหาย ต่อทรัพยากรทางด้านกายภาพของระบบนิเวศน์และทรัพยากรทางด้านชีวภาพหรือด้านนิเวศวิทยา หรือไม่

เขาวเรศ ทับพันธุ (2543: 1-3) สรุปว่าการทำประเมินหรือการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ หรือความเหมาะสมของโครงการ จะต้องประเมินจากหลายๆ ด้านกล่าวคือ

1 การประเมินด้านเทคนิค (Technical Aspects) เป็นการพิจารณาว่าเทคโนโลยีใดมีความเหมาะสมด้านเทคนิคกับสภาพการณ์ของโครงการนั้นๆ ที่สุด

2 การประเมินด้านการเงิน (Financial Aspects) เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจลงทุน โดยพิจารณาว่าโครงการลงทุนนั้นๆ ต้องใช้เงินจำนวนเท่าใด หาเงินมาจากแหล่งไหน เมื่อใดจะได้ผลตอบแทนจากการลงทุน ได้กำไรมากน้อยเพียงใด

3 การประเมินด้านสังคมและการเมือง (Social And Political Aspects) ว่าโครงการ ต้องมีความเป็นไปได้ด้านสังคมและการเมือง

4 การประเมินด้านเศรษฐศาสตร์ (Economic Aspects) คือการประเมินว่าทรัพยากร ที่ใช้ไปในโครงการหนึ่งๆนั้น จะก่อให้เกิดประโยชน์ในลักษณะต่างๆ กับสังคมอย่างไรบ้าง เป็น การใช้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุดที่มีต่อสังคมหรือไม่

5 การประเมินด้านการจัดการ (Managerial Aspects) เป็นการพิจารณาว่าถ้าจะจัดทำโครงการนั้นๆ ขึ้น การจัดการต่างๆ จะเป็นเช่นไร

2.1.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพตลาด แนวโน้มของตลาด ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อใช้วางแผนการตลาด ตลอดจนกำหนดประมาณการยอดขายที่กิจการคาดว่าจะได้รับ โดยการวิเคราะห์ทางการตลาดนี้ ได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ มาใช้ในการวิเคราะห์ดังนี้

2.1.2.1 แนวคิดในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment Analysis) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542: 59-62) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมทั่วไป ประกอบด้วย ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อกลยุทธ์ของธุรกิจ ซึ่งธุรกิจไม่สามารถควบคุมสภาพแวดล้อมทั่วไปได้ ดังนั้นองค์กรธุรกิจต่าง ๆ จะต้องพัฒนาและปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทั่วไป สภาพแวดล้อมทั่วไปประกอบด้วย ส่วนที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งแบ่งได้เป็น 6 ส่วนคือ ประชากรศาสตร์ สังคมวัฒนธรรม การเมืองและกฎหมาย เทคโนโลยี เศรษฐกิจมหภาค และระดับโลก

2.1.2.2 แนวคิดในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) Philip Kotler (2003: 242-243) กล่าวว่า SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ขององค์กร โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมภายนอก (การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค) และการวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมภายใน (การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน)

2.1.2.3 ทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix 7p's) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 337-339) กล่าวว่าทฤษฎีสี่ส่วนประสมการตลาดบริการ เป็นแนวคิดพื้นฐานหลักของการตลาดซึ่งเป็นกลยุทธ์ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ได้แก่ **ผลิตภัณฑ์ (Product)** เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์จะแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

ราคา (Price) หมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาคือต้นทุนของลูกค้า คุณค่าเป็นสิ่งที่กำหนดในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปแบบของเงินตรา ต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านสถานที่ให้บริการในส่วนแรกคือทำเลที่ตั้งของธุรกิจบริการ ซึ่งมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้บริการจัดไว้ เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มบริโภคที่จะเข้ามา และต้องคำนึงถึงที่ตั้งของกลุ่มแข่งขันด้วย ส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย (Channels) ต้องคำนึงถึงองค์

ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ ลักษณะการบริการ ความจำเป็นในการใช้คนกลางในการจำหน่ายและลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจบริการนั้น

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า

บุคคลหรือพนักงาน (People) หมายถึงบุคคลที่ทำหน้าที่ในการรับผิดชอบในการติดต่อ แสวงหาลูกค้า การเสนอขายเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ

สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence And Presentation) คือต้องแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็น

กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานที่ปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับลูกค้าเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

2.1.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ เป็นการศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบขององค์กร การจัดการบุคลากร รูปแบบการดำเนินงานตลอดจนการกำหนดนโยบายด้านต่าง ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารและการดำเนินงาน การจัดโครงสร้างองค์กร ตลอดจนการประมาณค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในด้านการจัดการและการดำเนินงานที่เหมาะสม

2.1.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงินเป็นการวิเคราะห์เพื่อประกอบการตัดสินใจว่าโครงการที่จัดทำขึ้นมีลักษณะคุ้มค่าต่อการลงทุนหรือไม่ กล่าวคือ ถ้าลงทุนไป 1 หน่วย ผลตอบแทนที่ได้มากกว่า 1 หน่วยหรือไม่ ถ้ามากกว่าแสดงว่าโครงการลงทุนได้ วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ทางการเงิน คือ

1 เพื่อประมาณเงินลงทุนที่จำเป็นต้องใช้ในโครงการทั้งหมด แล้วจัดสรรแหล่งที่มาของเงินทุนให้เหมาะสม

2 ประเมินคุณค่าของโครงการ เพื่อการตัดสินใจว่าควรลงทุนหรือไม่ โดยอาศัยข้อมูลด้านเทคนิค การตลาด และการจัดการประกอบกัน

ในส่วนของการศึกษานี้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่

2.1.3.1 แหล่งเงินทุน แบ่งได้เป็น 2 แหล่งใหญ่ๆ ได้แก่

แหล่งเงินทุนภายใน คือ เงินทุนที่ได้มาจากกำไรสุทธิจากการดำเนินงานที่เก็บสะสมไว้ในรูปกำไรสะสม ซึ่งเงินจำนวนนี้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำกำไร และนโยบายการจ่ายเงินปันผลของกิจการ

แหล่งเงินทุนภายนอก คือ เงินทุนที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงาน เช่น เจ้าหนี้ การค้า ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย เจ้าหนี้เงินกู้ การออกหุ้นสามัญ หรือหุ้นกู้ เป็นต้น

2.1.3.2 การวิเคราะห์กระแสเงินสดเข้าออก เป็นการประมาณกระแสเงินสดเข้าออกโครงการลงทุน เนื่องจากเงินสดเป็นประเด็นสำคัญในการตัดสินใจในการลงทุนของธุรกิจ

2.1.3.3 งวดเวลาคืนทุน (Payback Period) คือ ระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับจากโครงการสามารถชดเชยกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการพอดี โดยการนำกระแสเงินสดรับจากโครงการในแต่ละปีมาเปรียบเทียบกับเงินสดที่จ่ายลงทุนเมื่อเริ่มโครงการว่าจะใช้ระยะเวลาสั้นเท่าใด จึงจะคุ้มกับเงินลงทุนเมื่อเริ่มโครงการ

2.1.3.4 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) คือ ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิต่อปีกับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ

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

กำหนดให้ NPV = มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ

B_t = ผลตอบแทนในปีที่ 0, 1, 2, 3....n

C_t = ค่าใช้จ่ายในปีที่ 0, 1, 2, 3....n

i = อัตราดอกเบี้ยหรืออัตราคิดลดที่เหมาะสม

t = ปีของการดำเนินงานโครงการคือ 0, 1, 2, 3....n

n = อายุโครงการ

2.1.3.5 อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Rate of Return) คือ อัตราลดค่าที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับเท่ากับ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิต่อปี โดยสามารถหาปัจจัยลดค่าโดยประมาณจากสูตร แล้วนำไปเปิดตารางมูลค่าปัจจุบันแบบสะสม

$$Co = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+IRR)^t}$$

กำหนดให้ B_t = กระแสเงินสดรับสุทธิต่ออายุโครงการ

Co = เงินจ่ายลงทุนในโครงการ

$$\sum_{i=1}^n = \text{ผลบวกตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ } n$$

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับ การศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย ใน กรุงเทพมหานครสหพันธ์รัฐรัสเซีย ผู้ศึกษาได้รวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

ประเสริฐ โสพันธ์ (2541) ได้ศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการเปิดสาขาของธนาคารพาณิชย์ในเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยได้วิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจ ด้านการตลาด ด้านเทคนิคและด้านการเงิน พบว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นประเทศที่มีนักลงทุนต่างชาติให้ความสนใจเข้าไปลงทุนมากที่สุดในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา เนื่องจากมีความมั่นใจในศักยภาพหลายด้านของจีน ไม่ว่าจะเป็นการปฏิรูปทางเศรษฐกิจ หรือการปฏิรูประบบสถาบันการเงินให้ได้มาตรฐานสากล ซึ่งปัจจุบันระบบการธนาคารของจีนยังล้าหลังอยู่มาก และยังไม่มีการเปิดเสรีการทำธุรกรรมการเงินให้แก่ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ มีบางส่วนในเขตเศรษฐกิจเท่านั้นที่ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกรรมเต็มรูปแบบได้ ในส่วนของธนาคารพาณิชย์ไทย มีธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ได้เข้าไปก่อตั้งในเมืองคุนหมิงแล้ว แต่สามารถให้เพียงคำปรึกษาแนะนำแก่ผู้มาติดต่อได้เท่านั้น การที่รัฐบาลจีนมีนโยบายที่จะพัฒนาระบบธนาคารให้ทันสมัย จึงเป็นโอกาสที่จะเปิดเสรีให้กับธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะให้แก่ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ซึ่งเปิดทำการอยู่แล้วในเมืองคุนหมิง นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ด้านการเงินพบว่า เป็นโครงการที่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เมื่อพิจารณาจากการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ผลตอบแทนของโครงการ

รชตพรรณ ขงพานิช (2544) ได้ศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านการเงินและด้านการจัดการ โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ด้านการตลาด พบว่าปัจจัยสำคัญในการเลือกร้านอาหารคือ ความสะอาด รสชาติอาหาร ราคาและการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ แนวโน้มการเจริญเติบโตค่อนข้างดี เนื่องจากผู้บริโภคหันมาสนใจเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น อย่างไรก็ตามการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพจะมีต้นทุนสูงกว่าร้านอาหารทั่วไป เนื่องจากต้นทุนด้านวัตถุดิบที่มีราคาสูงกว่าปกติ การวิเคราะห์ในด้านการเงินพบว่า มีผลตอบแทนอยู่ในอัตราสูงกว่าตลาด มีระยะคืนทุนสั้น แม้ภายหลังการวิเคราะห์ความไหวตัวของโครงการในกรณียอดขายลดลงแล้วก็ตาม