

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะได้นำเสนอตามหัวข้อดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. การศึกษาความเป็นไปได้
 - 2.1 ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ
 - 2.2 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ
 - 2.2.1 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด
 - 2.2.2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค
 - 2.2.3 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการบริหาร
 - 2.2.4 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน
3. หลักการวิเคราะห์ทางการเงินและหลักการวิเคราะห์ความไว
4. หลักการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมของธุรกิจด้วย SWOT Analysis
5. ผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ธุรกิจบริการ คุณภาพการให้บริการ กลยุทธ์และส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการ หมายถึง คุณภาพการให้บริการ (Quality) เป็นรูปร่าง และลักษณะของบริการที่สามารถสนองความจำเป็นตามที่กำหนดไว้ จากความหมายนี้เป็นความหมายของคุณภาพที่มุ่งความสำคัญที่ลูกค้า ซึ่งลูกค้ามีความจำเป็น ความต้องการ และความคาดหวัง ในขณะเดียวกันผู้ขายจะส่งมอบคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ธุรกิจซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ถือว่าเป็นธุรกิจที่มีคุณภาพ (Quality Company)

บริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่ตอบสนองความต้องการลูกค้า ซึ่งลักษณะของบริการและการใช้เครื่องมือการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการและการจัดการธุรกิจบริการ

จากความหมายข้างต้น บริการ หมายถึง กิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในงานวิจัยนี้ หมายถึง กิจกรรมของธุรกิจในการจัดหาพยาบาลวิชาชีพเพื่อไปเฝ้าผู้ป่วยในโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ป่วยที่มาใช้บริการ ในด้านความสะดวกและการประสานงานระหว่างพยาบาลกับทางโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

2.1.2 ลักษณะของธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้สรุปแบ่งธุรกิจบริการไว้เป็นลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

2.1.2.1 ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) เป็นบริการที่ไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ เพื่อลดความเสี่ยงผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวกับคุณภาพ และประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อ ในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหามาเพื่อเป็นหลักประกันให้กับผู้ซื้อเพื่อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

- สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ เช่น สถานที่ที่กว้างขวาง มีที่นั่งพอเพียง บรรยากาศที่สร้างความรู้สึที่ดี

- บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกหน้าตาดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย โดยเฉพาะในธุรกิจจัดหางานพยาบาลพิเศษไปทำงานที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งเป็นธุรกิจการให้บริการผู้ป่วย พยาบาลพิเศษจะต้องมีความซื่อสัตย์ ความเป็นกันเอง สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ป่วยที่รับบริการ ต้องพร้อมที่จะไปเฝ้าไข้ผู้ป่วยที่มีความต้องการด่วนได้ทันที

- เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ในสำนักงานจะต้องทันสมัย ทั้งมีประสิทธิภาพและมีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

- วัสดุสื่อสาร (Communication Material) สื่อโฆษณาและเอกสารในการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการ และลักษณะของลูกค้า

- สัญลักษณ์ (Symbol) ชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่จะใช้ในการนำเสนอให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

- ราคา (Price) การกำหนดราคาให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างชัดเจน

2.1.2.2 ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภค ในขณะเดียวกันทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

การแก้ปัญหาข้อจำกัดของเวลา โดยกำหนดมาตรฐานด้านเวลาการให้บริการให้รวดเร็ว เพื่อที่จะให้บริการ ได้มากขึ้น หรือจัดลูกค้าในรูปของกลุ่มเล็กแทนการให้บริการเดี่ยวหรือใช้เครื่องมือต่างๆ เข้ามาช่วย

2.1.2.3 ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการที่ไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร เพราะฉะนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในส่วนของผู้ให้บริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพ 2 ขั้นตอน คือ

- ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการผู้ป่วย รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ ซึ่งจะต้องเน้นการฝึกอบรมในการให้บริการที่ดี

- ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้ การรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลของลูกค้า และการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการปรับปรุงแก้ไขบริการให้ดีขึ้น

2.1.2.4 ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) บริการที่ไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นๆ ถ้าความต้องการที่มีสม่ำเสมอ และการให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการลูกค้าไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

2.1.3 กลยุทธ์ทางการตลาดที่นำมาใช้ในธุรกิจบริการ

กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจบริการใช้เพื่อปรับความต้องการซื้อ (Demand) ให้สม่ำเสมอและปรับการให้บริการให้สอดคล้องกัน ไม่เกิดปัญหาที่มีความต้องการซื้อมากเกินไปหรือน้อยเกินไป ดังนี้

2.1.3.1 กลยุทธ์เพื่อปรับความต้องการซื้อ (Demand) มีดังนี้

2.1.3.1.1 การตั้งราคาให้แตกต่างกัน (Differential Pricing) เพื่อปรับความต้องการในการซื้อให้สม่ำเสมอ

2.1.3.1.2 กระตุ้นในช่วงที่มีความต้องการซื้อน้อย (Nonpeak Demand can be Cultivated) โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและส่งเสริมการขาย

2.1.3.1.3 การให้บริการเสริม (Complementary Services)

2.1.3.1.4 ระบบการนัดหมาย (Reservation System) เพื่อให้ทราบจำนวนลูกค้าที่แน่นอนในการวางแผนการให้บริการที่เหมาะสม และเพื่อปรับระดับความต้องการที่เหมาะสม

2.1.3.2 กลยุทธ์เพื่อปรับการให้บริการเสนอขาย (Supply) มีดังนี้

2.1.3.2.1 เพิ่มพนักงานชั่วคราวในช่วงที่มีลูกค้ามาก (Part-time Employees)

2.1.3.2.2 กำหนดวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพในช่วงที่มีคนมาก (Peak-time Efficiency Routines)

2.1.3.2.3 ให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการให้บริการด้วย (Increased Consumer Participation) เพื่อประหยัดเวลาของผู้ขายในการให้บริการ

2.1.3.2.4 การให้บริการร่วมกันระหว่างผู้ขาย (Shared Service) เพื่อเป็นการลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย

2.1.3.2.5 การขยายสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต (Facilities for Future Expansion)

2.1.4 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ (2540 : 2) ได้ให้ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการนั้น โดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด วิศวกรรมและการเงินของโครงการเป็นหลัก เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจของผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้นๆ ซึ่งในการศึกษาดังกล่าวจะต้องบอกรายละเอียด และสิ่งที่จำเป็นที่เกี่ยวข้องกับการผลิต รวมทั้งทางเลือกอื่นๆ ของการผลิตด้วย นอกจากนี้จะต้องระบุกำลังการผลิต และดำเนินกิจการเพียงไร ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนให้ได้มากที่สุด

ประสิทธิ์ ดงยั้งศิริ (2544 : 100) ได้สรุปความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ว่า เป็นการศึกษาและจัดทำเอกสารที่ประกอบไปด้วยข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นที่แสดงถึงเหตุผลสนับสนุน (Justification) ความถูกต้องสมบูรณ์ (Soundness) ของโครงการเพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่ดี โดยโครงการที่ดีจะต้องได้แก่ โครงการที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเมื่อปฏิบัติแล้วจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน

จึงสรุปได้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาทางด้านการตลาด ด้านเทคนิคและวิศวกรรม ด้านการบริการ และด้านการเงิน เพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการพิจารณาก่อนการตัดสินใจในการลงทุนในโครงการนั้นๆ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความคุ้มค้ำกับเงินที่จะต้องใช้จ่ายไปในการลงทุน

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ในการตัดสินใจว่าจะลงทุนหรือดำเนินงานตามโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นจำเป็นจะต้องอาศัยข้อมูลพื้นฐานที่เพียงพอที่จะช่วยในการตัดสินใจเพื่อช่วยในการจัดสรรงบประมาณทรัพยากรไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นก่อนการตัดสินใจลงทุนในโครงการใดๆ ก็ตาม จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการในด้านต่างๆ เสียก่อน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะให้ความสำคัญเฉพาะด้านการตลาด ด้านการบริการ และด้านการเงินเท่านั้น ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1.4.1 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เป็นการพิจารณาถึงความต้องการของตลาดมีมากพอและสถานะตลาดเอื้ออำนวยต่อ โอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้ ซึ่งในงานวิจัยนี้ความต้องการของตลาด หมายถึง ความต้องการพยาบาลวิชาชีพในการดูแลผู้ป่วยในโรงพยาบาล บำรุงราษฎร์ ทดแทนพยาบาลประจำของโรงพยาบาลเอง ส่วนกลุ่มเป้าหมายของโครงการ หมายถึง ผู้ป่วยในโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ที่ต้องการพยาบาลดูแลเป็นพิเศษ

2.1.4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิค เป็นการวิเคราะห์ความถูกต้องเหมาะสม ของทางเลือกด้านเทคนิคและวิศวกรรม รวมทั้งความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจของทางเลือกนั้น เพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยมีทางเลือกด้านเทคนิคที่สำคัญ คือ กระบวนการผลิต, เครื่องจักรและอุปกรณ์, ทำเลที่ตั้งโรงงาน, สิ่งปลูกสร้าง, ยานพาหนะและเครื่องใช้สำนักงาน

2.1.4.3 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการบริหาร เป็นการพิจารณาถึงทรัพยากรบุคคล และทรัพยากรอื่นๆ เพื่อมาสนับสนุนการบริหารโครงการให้มีประสิทธิภาพ โดยในการบริหารโครงการนั้น โดยทั่วไปจะแบ่งเป็น 2 ระยะ คือ การบริหารในระยะก่อนดำเนินงานและการบริหารในระยะดำเนินการ

2.1.4.4 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน เป็นการนำผลสะท้อนการศึกษาในด้านต่างๆ มาแปลเป็นจำนวนเงินเพื่อเทียบเป็นผลตอบแทน ค่าใช้จ่ายในการลงทุน และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากโครงการ การศึกษาด้านการเงินมุ่งประเด็นหลักๆ คือ

ประเด็นแรก การวางแผนทางการเงิน (Financial Planning Aspects) เป็นการศึกษาถึงปริมาณเงินทุนที่ต้องการ การวางแผนรายได้และรายจ่าย

ประเด็นที่ 2 การวิเคราะห์ทางการเงิน (Financial Analysis) เพื่อพิจารณาผลตอบแทนและต้นทุนที่เกิดขึ้น ซึ่งจะนำมาถึงการคาดคะเนงบการเงิน และการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของโครงการ

ดังนั้นการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จะต้องเริ่มต้นด้วยการศึกษาและวิเคราะห์ทางด้านตลาดเสียก่อน เพื่อทราบถึงการประมาณการของอุปสงค์ว่าจะมีแนวโน้มไป

ในทิศทางที่ควรลงทุนหรือไม่ จากนั้นจึงดำเนินการวิเคราะห์ทางด้านการบริหาร และสุดท้ายนำข้อมูลต่างๆที่ได้ มาประเมินถึงค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนของโครงการ ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายในการตัดสินใจว่าโครงการนี้เหมาะสมกับการลงทุนหรือไม่

2.1.5 หลักการวิเคราะห์ทางการเงิน

ฐาปนา ฉิ้นไพศาล และอังฉรา ชีวะตระกูลกิจ (2540 : 8) ได้ศึกษาพบว่าการวิเคราะห์ทางการเงิน เป็นการวิเคราะห์ถึงการลงทุนและผลตอบแทนของการลงทุนในแง่ผลกำไรทางการเงินเป็นสำคัญ รวมถึงการวางแผนทางการเงินและการวางแผนกำไรเพื่อทำให้ผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆ เกิดขึ้นกับโครงการ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจเพื่อการลงทุนดังนี้

2.1.5.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)

ระยะเวลาคืนทุน คือ ระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุนของโครงการ หรือระยะเวลาที่ผลตอบแทนจากการดำเนินโครงการเท่ากับเงินลงทุนของโครงการ วิธีนี้นิยมใช้มาในทางธุรกิจ โดยมีสูตร ดังนี้

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ}}{\text{เงินสดรับสุทธิต่อปี}}$$

เกณฑ์การตัดสินใจยอมรับโครงการ

ถ้า $PB \leq$ อายุโครงการ จะยอมรับโครงการ (Accept)

ถ้า $PB >$ อายุโครงการ จะปฏิเสธโครงการ (Reject)

ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดอายุของโครงการไว้ 3 ปี

2.1.5.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ หมายถึง ผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละปีตลอดอายุโครงการกับเงินสดจ่ายลงทุน ณ อัตราค่าของทุน (Cost of Capital) โดยมีสูตร ดังนี้

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

โดยที่	NPV	=	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
	B_t	=	กระแสเงินสดรับรับสุทธิแต่ละปีตลอดอายุของ โครงการ
	C_t	=	เงินสดจ่ายลงทุน
	k	=	อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ
	n	=	อายุของโครงการ

เกณฑ์การตัดสินใจยอมรับโครงการ

ถ้า $NPV \geq 0$ จะยอมรับโครงการ (Accept)

ถ้า $NPV < 0$ จะปฏิเสธโครงการ (Reject)

2.1.5.3 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

อัตราผลตอบแทนของโครงการ คือ ผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนและเป็นอัตราที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ ที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตซึ่งเท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรกพอดี ดังนั้น IRR จึงเป็นอัตราผลตอบแทนที่ทำให้โครงการนั้นคุ้มทุนพอดี โดยมีสูตร ดังนี้

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

โดยที่	PV	=	มูลค่าปัจจุบันหรือเงินสดจ่ายลงทุน
	B_t	=	กระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุของโครงการ
	C_t	=	กระแสเงินสดจ่ายแต่ละปีของโครงการ
	r	=	อัตราผลตอบแทนที่ของโครงการ
	t	=	ระยะเวลาของโครงการ

เกณฑ์การตัดสินใจยอมรับโครงการ

ถ้า $IRR \geq$ อัตราดอกเบี้ยที่ใช้ในการคิดลด (Discount Rate) จะยอมรับโครงการ (Accept)

ถ้า $IRR <$ อัตราดอกเบี้ยที่ใช้ในการคิดลด (Discount Rate) จะปฏิเสธโครงการ (Reject)

2.1.5.4 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit/Cost ratio : B/C Ratio)

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน หมายถึง อัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายไปในการดำเนินโครงการ ซึ่งในทางธุรกิจอาจเรียกอัตราส่วนนี้ว่า คำนีการทำกำไร (Profitability Index) โดยมีสูตร ดังนี้

$$B / C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+k)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+k)^t}}$$

โดยที่	B_t	=	ผลตอบแทนในปีที่ t
	C_t	=	ต้นทุนในปีที่ t
	k	=	อัตราดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาสของทุน
	n	=	อายุของโครงการ

เกณฑ์การตัดสินใจยอมรับโครงการ

ถ้า B/C Ratio \geq 1 จะยอมรับโครงการ (Accept)

ถ้า B/C Ratio $<$ 1 จะปฏิเสธโครงการ (Reject)

2.1.5.5 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-even analysis)

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเป็นเทคนิคที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายคงที่ ค่าใช้จ่ายแปรผันได้และกำไร ถ้าค่าใช้จ่ายของธุรกิจเป็นค่าใช้จ่ายแปรผันได้ทั้งหมด ปัญหาเรื่องปริมาณคุ้มทุนคงไม่เกิด แต่เนื่องจากธุรกิจมีค่าใช้จ่ายบางส่วนเป็นเป็นค่าใช้จ่ายแปรผันได้ และบางส่วนเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ ธุรกิจจะพบกับการขาดทุนจนกว่ายอดขายจะสูงถึงระดับหนึ่ง

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเป็นวิธีการหนึ่งของรูปแบบของการวางแผนกำไร โดยอาศัยหลักเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนและรายได้ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเป็นเครื่องมือสำหรับกำหนดจุดที่ยอดขายหรือรายได้จะคุ้มกับต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายทั้งหมดพอดี ถ้าธุรกิจต้องการหลีกเลี่ยงการขาดทุนยอดขายของธุรกิจจะต้องคุ้มกับค่าใช้จ่ายทั้งหมด ได้แก่ ค่าใช้จ่ายผันแปร โดยตรงกับการผลิตและไม่เปลี่ยนแปลงไปตามระดับการผลิต

กล่าวโดยสรุป จุดคุ้มทุน หมายถึงจุด ณ ระดับดำเนินงานของธุรกิจที่ปริมาณการผลิตและขายมีผลทำให้ธุรกิจมีรายได้เท่ากับรายจ่ายรวม หรือหมายถึงจุด ณ ระดับการดำเนินงานของธุรกิจที่ไม่กำไรหรือขาดทุน โดยมีสูตร ดังนี้



$$Q^* = \frac{F}{P - V}$$

- โดยที่ Q* = ปริมาณการขาย ณ จุดคุ้มทุน
- F = ต้นทุนคงที่
- P = ราคาขายต่อหน่วย
- V = ต้นทุนผันแปรได้ต่อหน่วย

2.1.6 หลักการวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความไว เป็นการวัดว่าผลของการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์อ่อนไหวหรือไม่ ต่อการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง ทำให้เป็นการสร้างทางเลือกของการตัดสินใจด้วยผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ภายใต้สถานการณ์ที่แตกต่างกัน โดยเน้นให้ความสำคัญกับตัวแปรหลักและมูลค่าที่เป็นไปได้ของตัวแปรอื่นๆ โดยจะพิจารณาค่าต่างๆ ของแต่ละตัวแปรตามความเหมาะสม

วิธีการที่ใช้มากที่สุด คือ การเปลี่ยนข้อสมมติให้ไปทางแง่ร้าย แล้วคำนวณผลที่เกี่ยวข้องใหม่ เช่น NPV, IRR, B/C ratio โดยใช้ค่าต่างๆที่เป็นไปได้ของตัวแปรนั้นๆ ในขณะที่กำหนดให้ตัวแปรอื่นๆ ทั้งหมดคงที่ ซึ่งผลที่ได้ถ้ายังอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ โครงการนั้นก็ยังคงมีความปลอดภัยในการลงทุนอยู่ โดยมาตรฐานการทดสอบความไว คือ 10 – 20 % เพื่อแก้ไขความผิดพลาดจากการกระทำของมนุษย์

2.1.7 หลักการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมของธุรกิจด้วย SWOT Analysis

การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (AWOT Analysis) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน (Internal Environments) และผลกระทบภายนอก (External Environment) ของธุรกิจ เพื่อให้ทราบถึงสิ่งแวดล้อมอันแท้จริงของธุรกิจ รวมถึงการคาดคะเนสิ่งแวดล้อมที่อาจเป็นไปได้ในอนาคตซึ่งใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด นำไปใช้ในการพิจารณาสร้างกลยุทธ์ รวมถึงปรับปรุงประสิทธิภาพของการดำเนินการ และพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ดังมีรายละเอียดดังนี้

- จุดแข็ง (Strengths) หมายถึง ความสามารถของธุรกิจที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ได้เป็นอย่างดี
- จุดอ่อน (Weaknesses) หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่อาจด้อยกว่าคู่แข่ง ซึ่งไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ได้

- โอกาส (Opportunities) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้อประโยชน์ให้การดำเนินการของธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ได้เป็นอย่างดี

- อุปสรรค (Treats) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกอื่นๆ ที่อาจขัดขวางให้การดำเนินการของธุรกิจไม่บรรลุวัตถุประสงค์ หรือสภาพแวดล้อมที่เป็นปัญหากับธุรกิจ

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน (Internal Environments) เป็นการพิจารณาปัจจัยต่างๆ ภายในกลุ่มซึ่งเป็นจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) เช่น ความสามารถในการผลิต การดำเนินการ จุดเด่นและจุดด้อยของสินค้าหรือบริการ การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก (External Environments) เป็นการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น คู่แข่ง นโยบาย ข้อกำหนดต่างๆ สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม ที่มรผลกระทบธุรกิจ ซึ่งนิยมวิเคราะห์เป็น SWOT Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางดำเนินการเพื่อจัดการต่อปัจจัยเหล่านั้น

2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุพัตรา ประสงค์ทัน (2540) ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการสร้างโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดนครสวรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงินของโครงการ และเพื่อสำรวจทัศนคติของแพทย์ บุคลากรประจำโรงพยาบาล และประชาชนที่มาใช้บริการที่มีต่อโครงการ เพื่อให้ทราบแนวทางการลงทุนได้ชัดเจน ผลของการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการสร้างโรงพยาบาลเอกชนขนาด 150 เตียง โดยประเมินผลการดำเนินการ 15 ปี แบ่งเป็นเงินทุนของบริษัท 135 ล้านบาท เงินกู้ยืมธนาคารระยะยาว 150 ล้านบาท อัตราคิดลด 12% พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 20,235,720 บาท อัตราส่วนรายได้ต่อรายจ่าย (B/C) เท่ากับ 1.02 ระยะเวลาคืนทุน (Payback period) เท่ากับ 10.20 ปี และผลตอบแทนของการลงทุน (IRR) เท่ากับ 13.10 แต่เมื่อวิเคราะห์ความไวของโครงการ พบว่า ผลการวิเคราะห์ไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

มงคล ขุมพลกรัง (2545) ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนในธุรกิจโรงเรียนอนุบาล ในเขตชัยภูมิ จังหวัดชุมพรธานี โดยศึกษาความเป็นไปได้ทั้ง 4 ด้านประกอบกัน คือ 1.ด้านการตลาดเพื่อสำรวจอุปสงค์ อุปทาน และความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายต่อการใช้บริการโรงเรียนอนุบาล เพื่อนำผลมาวิเคราะห์ และจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาด 2.การศึกษาทางด้านเทคนิค ในเรื่องการออกแบบสถานที่ การเลือกอุปกรณ์การเรียนการสอน 3.การศึกษาด้านการบริการ เป็นการจัดระบบองค์กร การเตรียมกำลังคน โดยเน้นการสร้างสภาพพึงพอใจให้กับลูกค้า 4.การศึกษาด้านการเงิน โดยวิเคราะห์จากข้อมูลเงินลงทุนในด้านต่างๆ ภาระการประมาณรายรับ-รายจ่าย แล้วทำการ

วิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ เมื่อโครงการมีอายุ 20 ปี โดยใช้เกณฑ์การตัดสินใจ คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนโครงการ (IRR) และระยะเวลาคืนทุน ที่อัตราคิดลดร้อยละ 4.25 ซึ่งคิดจาก Weighted Average Cost of Capital พร้อมทั้งการวิเคราะห์ความไว โดยกำหนดให้ กรณีที่ 1 จำนวนนักเรียนที่เข้ามาเรียนลดลงร้อยละ 5 กรณีที่ 2 มีการยกเลิกค่าธรรมเนียมแรกเข้าระยะเวลา 3 ปีติดต่อกัน และกรณีที่ 3 จำนวนนักเรียนที่เข้าเรียนลดลงร้อยละ 5 และยกเลิกค่าธรรมเนียมแรกเข้าระยะเวลา 3 ปีติดต่อกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า โครงการลงทุนในธุรกิจโรงเรียนอนุบาลในเขตชัยบุรี มีความเป็นไปได้ในการลงทุน ทั้งด้านการตลาดมีอุปทานร้อยละ 82.75 สำหรับด้านการเงิน พบว่า ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 6 ปี 9 เดือน NPV เท่ากับ 14,376,998 บาท IRR เท่ากับ ร้อยละ 17.37 สำหรับการวิเคราะห์ความไว พบว่า โครงการมีความเป็นไปได้ทั้ง 3 กรณี

จิราภา หอบุญมาสุทธิ์ (2547) ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจจัดหาพยาบาลไปทำงานในสหรัฐอเมริกา โดยวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยการประเมินต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุน จากนั้นนำข้อมูลมาจัดทำงบการเงินต่างๆ ได้แก่ งบกำไรขาดทุน งบดุล งบดุลว่างหน้า และการประมาณการกระแสเงินสด แล้ววิเคราะห์ว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยใช้เกณฑ์ ระยะเวลาคืนทุน, อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน, มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนของโครงการ รวมถึงวิเคราะห์ความไว โดยพิจารณาเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเป็น 3 กรณี คือ 1) เมื่อรายได้ลดลงร้อยละ 5 และร้อยละ 10 2) เมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และร้อยละ 10 3) เมื่อรายได้ลดลงร้อยละ 10 และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ผลจากการวิเคราะห์เมื่ออัตราคิดลดที่ร้อยละ 6 พบว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุนครั้งนี้ ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 4.25 ปี, อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.85, มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 5,151,912 บาท และอัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 20.2 และผลวิเคราะห์ความไวในทุกกรณี มีค่าผ่านเกณฑ์การตัดสินใจในทุกปัจจัย

เมทินี พูลช่วย (2550) ศึกษาและวิเคราะห์ต้นทุนที่แท้จริงของการทำธุรกิจตัวแทนซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ เพื่อศึกษาต้นทุนที่แท้จริงของการทำธุรกิจตัวแทนซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์ เพื่อหาอัตราส่วนแบ่งผลประโยชน์ของเจ้าของกิจการ และบริษัทตัวแทน ซึ่งในปัจจุบันอัตราส่วนแบ่งผลประโยชน์ของเจ้าของกิจการกับบริษัทตัวแทน ที่ใช้กันโดยทั่วไปคือ 70 : 30 เปอร์เซ็นต์ จากการศึกษาพบว่า ต้นทุนที่เกิดขึ้นโดยสมมติฐานให้มีรถยนต์เข้ารับบริการจำนวน 200 คันต่อเดือน และเป็นการซ่อมงานเบาและงานปานกลาง มีต้นทุนทั้งสิ้น 2,152,659 บาท แบ่งเป็นต้นทุนของเจ้าของกิจการ 1,965,659 บาท หรือ 60 เปอร์เซ็นต์ และต้นทุนของบริษัทตัวแทน 187,000 บาท หรือ 40 เปอร์เซ็นต์ หรือคิดเป็นอัตราส่วนการลงทุนระหว่างเจ้าของกิจการและบริษัท

ตัวแทนเท่ากับ 60 : 40 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นอัตราส่วนแบ่งผลประโยชน์จึงใช้อัตราการลงทุน คือ 60 : 40 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเมื่อศึกษาพบว่ามูลค่าปัจจุบันของเจ้าของกิจการ คือ 1,096,745 บาท และอัตราผลตอบแทนการลงทุน คือ 9 เปอร์เซ็นต์ ส่วนการศึกษาความไว พบว่าโดยกำหนดให้มีตัวแปรคือ จำนวนรถยนต์ที่เข้ารับบริการเปลี่ยนไปเท่ากับ 100 คันต่อเดือน จะทำให้มีต้นทุนระหว่างเจ้าของกิจการต่อบริษัทตัวแทนเป็น 181,448 บาท : 77,000 บาท หรือ 70 : 30 เปอร์เซ็นต์ และถ้าจำนวนรถยนต์ที่เข้ารับบริการเปลี่ยนไปเท่ากับ 300 คันต่อเดือน จะทำให้ต้นทุนระหว่างเจ้าของกับตัวแทนเป็น 384,252 บาท : 268,000 บาท หรือ 60 : 40 เปอร์เซ็นต์สรุปเป็นสมการต้นทุนของเจ้าของกิจการ คือ $Y_1 = 1014x + 78072$ และสมการต้นทุนของบริษัทตัวแทนคือ $Y_2 = 955x - 13667$

