

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ธุรกิจร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้จากการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาได้ ดังนี้

2.1.1 ทฤษฎีต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิต (Cost of production) คือ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ผู้ผลิตจ่ายไปเพื่อให้ได้มาซึ่งจำนวนสินค้าหรือบริการที่ต้องการ (ปัจจัยการผลิต) หรือค่าใช้จ่ายที่ทำให้มูลค่าของสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้น หรือค่าใช้จ่ายที่ทำให้รรถประโยชน์ของสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้น ซึ่งต้นทุนการผลิตในทางเศรษฐศาสตร์ ประกอบไปด้วยต้นทุนการผลิตในด้านต่างๆ ดังนี้

1. **ต้นทุนทางตรง (Direct Cost) หรือต้นทุนแจ้งชัด (Explicit Cost)** หมายถึง ต้นทุนที่ต้องจ่ายเป็นเงินสดในการซื้อหาปัจจัยการผลิตจากบุคคลอื่นซึ่งเห็นได้ชัดเจน เช่น ค่าจ้างแรงงาน ค่าซ่อมแซมเครื่องจักร ค่าวัตถุดิบ ดอกเบี้ยเงินกู้ ค่าเช่า ค่าโฆษณา เป็นต้น ในทางบัญชีนั้น การคำนวณต้นทุนจะมีเพียงต้นทุนประเภทนี้เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ในทางเศรษฐศาสตร์การนำต้นทุนทางตรงเหล่านี้มารวมกันแล้ว ยังไม่ถือว่าเป็นต้นทุนการผลิตทั้งหมด

ต้นทุนทางตรงสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- **ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost)** หมายถึง ต้นทุนที่ใช้ไปในการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นฐานของการผลิต ซึ่งไม่เปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนการผลิต เช่น ค่าที่ดิน ค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต ค่าเช่าสำนักงาน เป็นต้น

- **ต้นทุนผันแปร (Variable Cost)** หมายถึง ต้นทุนที่เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตามกระบวนการผลิต ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนการผลิต เช่น ค่าจ้างแรงงาน ค่าวัตถุดิบ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าซ่อมแซมและบำรุงรักษา เป็นต้น

2. **ต้นทุนทางอ้อม (Indirect Cost)** เกิดจากการใช้ทรัพยากร หรือปัจจัยการผลิต ซึ่งไม่ได้จ่ายออกไปเป็นตัวเงินจริงๆ แต่แอบแฝงอยู่ เรียกว่า ต้นทุนไม่ชัดเจน (Implicit Cost) ซึ่งหมายถึงมูลค่าทรัพยากรที่ตัวเองเป็นเจ้าของนำมาใช้เสียเอง ซึ่งทำให้เสียโอกาสที่ก่อให้เกิดรายได้

จากการขายทรัพยากรเหล่านั้นให้แก่ผู้อื่น เช่น ค่าแรงงานตัวเอง การใช้ที่อยู่อาศัยเป็นสถานประกอบการ ค่าเสื่อมราคา ล้วนต้องคิดเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิตทั้งสิ้น ดังนั้น ต้นทุนที่ไม่ชัดเจนจึงคิดได้จาก ค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) คือ ค่าเสียผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับจากโอกาสที่ดีที่สุด เช่น ผู้ผลิตใช้บ้านที่อยู่อาศัยของตนเองเป็นสถานประกอบการผลิตสินค้าและบริการ ก็ต้องคิดในรูปของค่าเช่า ดอกเบี้ย ตลอดจนค่าจ้างและกำไร เป็นต้น

การที่นักเศรษฐศาสตร์ให้ความหมายของต้นทุนการผลิตรวมไปถึงต้นทุนทางอ้อม จึงทำให้ต้นทุนการผลิตทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Cost) สูงกว่าต้นทุนการผลิตทางบัญชี (Accounting Cost) ดังนั้น กำไรทางบัญชีจึงแตกต่างกับกำไรทางเศรษฐศาสตร์

2.1.2 ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายถึง ปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น ๆ ในระยะเวลาที่กำหนด โดยความต้องการซื้อของผู้บริโภคจะต้องเป็นความต้องการที่มีอำนาจซื้อด้วย (Purchasing power) กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจ (Ability and Willingness) ที่จะซื้อและมีเงินเพียงพอที่จะจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้ด้วย

กฎแห่งอุปสงค์ (Law of Demand) ระบุว่าปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อจะแปรผกผันกับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ จากกฎของอุปสงค์ดังกล่าวหมายความว่า เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้นผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณน้อยลง และเมื่อราคาสินค้าลดลงผู้บริโภคจะซื้อสินค้ามากขึ้น

อุปสงค์ไม่ได้ขึ้นอยู่กับระดับราคาของสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อหรือปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ มีดังนี้

1. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับราคาของสินค้านั้น เมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้นปริมาณซื้อสินค้าจะ มีน้อย แต่ถ้าราคาสินค้าลดต่ำลง ปริมาณซื้อจะมีมาก
2. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภคและความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม ซึ่งรสนิยมอาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนิยมชมชอบชั่วขณะหนึ่ง สามารถเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว แต่บางกรณีความนิยมนั้นก็คงอยู่นาน สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา และอิทธิพลของการโฆษณา รสนิยมเป็นสิ่งที่มีผลต่อธุรกิจการค้า ดังนั้น หน่วยธุรกิจจึงยอมทุ่มเงินจำนวนมากในการโฆษณา เพื่อหวังผลในการเปลี่ยนแปลงรสนิยมหรือ มิฉะนั้นก็เพื่อรักษารสนิยมของผู้บริโภคให้คงเดิมนั่นเอง

3. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน เมื่อประชากรมีรายได้โดยเฉลี่ยสูงขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเปลี่ยนไป คือมักจะลดการบริโภคสินค้าราคาถูกและขณะเดียวกันก็หันไปบริโภคสินค้าราคาแพง

4. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับราคาของสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามปกติความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าชนิดนั้นน้อยลง และหันไปซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งซึ่งใช้ทดแทนกันได้ สำหรับกรณีของสินค้าที่ต้องใช้ประกอบกัน เช่น น้ำมันเครื่องและไส้กรอง เป็นต้น เมื่อผู้บริโภคต้องเปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่อง ก็จะต้องเปลี่ยนน้ำมันเครื่องด้วย

5. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับฤดูกาล เช่น ประเทศที่อยู่ในเขตหนาว เมื่อย่างเข้าฤดูหนาว ประชาชนจำเป็นต้องจัดหาเครื่องนุ่งห่มกันหนาว ทำให้ความต้องการสินค้าเครื่องกันหนาวต่างๆ ในช่วงเวลาดังกล่าวเพิ่มขึ้น

เราสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับตัวกำหนดอุปสงค์เหล่านี้ด้วยฟังก์ชันอุปสงค์ ดังนี้

$$Q_x = f(P_x, T, Y, P_y, S, \dots)$$

เมื่อ Q_x = ปริมาณซื้อสำหรับสินค้า x

P_x = ราคาสินค้า x

T = รสนิยมของผู้บริโภค

Y = รายจ่ายเฉลี่ยของครัวเรือน

P_y = ราคาของสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง

S = ฤดูกาล

2.1.3 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาก่อนแล้วและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

การบริโภคในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง การใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการเพื่อสนองตอบความต้องการของมนุษย์ รวมถึงการนำสินค้าและบริการมาใช้ประโยชน์เพื่อการผลิตเป็นสินค้าและบริการอื่นๆ เช่น การพักโรงแรม การท่องเที่ยว การขนส่ง ฯลฯ จึงสรุปได้ว่าการกระทำทั้งหลายอันทำให้สินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งสิ้นเปลืองไปเพื่อเป็นประโยชน์แก่มนุษย์ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม ถือเป็นการบริโภคทั้งสิ้น

ประเภทของการบริโภค แบ่งตามลักษณะของสินค้า แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การบริโภคสินค้าไม่คงทน (Nondurable goods consumption) คือ การบริโภคสิ่งของชนิดใดชนิดหนึ่งแล้วสิ่งของชนิดนั้นจะสิ้นเปลืองหรือใช้หมดไป การบริโภคลักษณะนี้เรียกว่า destruction เช่น น้ำมันเชื้อเพลิง ฯลฯ ถ้ารายได้ต่ำ ความสามารถในการบริโภคจะถูกจำกัดลง และถ้ามีรายได้สูง ความสามารถในการบริโภคจะสูงขึ้น

2. การบริโภคสินค้าคงทน (Durable goods consumption) คือ การบริโภคสิ่งของอย่างใดอย่างหนึ่งโดยสิ่งของนั้นยังคงใช้ได้อีก การบริโภคลักษณะนี้เรียกว่า diminution เช่น การใช้รถยนต์ เป็นต้น ถึงแม้ว่าสินค้าคงทน เช่น รถยนต์ที่ใช้แล้วไม่หมดไปในทีเดียว แต่ก็ค่อยๆ สึกหรอไปจนในที่สุดจะไม่สามารถนำมาใช้ได้

ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์เชื่อว่าผู้บริโภคมีความต้องการในการบริโภคสินค้าและบริการอย่างหลากหลาย แต่เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละรายมีข้อจำกัดในเรื่องของทรัพยากร ดังนั้นผู้บริโภคจะมีลำดับการบริโภคก่อนหลังแตกต่างกัน โดยคำนึงถึงอรรถประโยชน์สูงสุดที่ตนจะได้รับ สำหรับ การบริโภคสินค้าคงทนซึ่งส่วนใหญ่จะมีการใช้งานที่ยาวนานและมีราคาค่อนข้างแพง ผู้บริโภคจำเป็นต้องคำนึงถึงผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ตนเองจะได้รับเป็นอย่างมากก่อนตัดสินใจซื้อเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าอื่นที่ต้องซื้อใช้เป็นประจำ

2.1.4 การวิเคราะห์ทางการเงิน (Financial Analysis)

การวิเคราะห์ ทางด้านการเงินของโครงการมีประเด็นสำคัญที่จะวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายของโครงการเพื่อดูความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์ของโครงการ หรือดูเงินลงทุนและผลตอบแทน หรือผลกำไร ในการลงทุนของโครงการ เพื่อวิเคราะห์ว่าโครงการที่จัดทำ นั้นคุ้มทุนหรือไม่ อีกประการหนึ่งคือ การวิเคราะห์ความต้องการทางการเงินของโครงการเป็นอย่างไร การจัดทำการประมาณการความต้องการทางการเงินของโครงการนี้จะกระทำได้ต่อเมื่อมีการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิค และการวิเคราะห์โครงสร้างทางการตลาดของโครงการ แล้วจึงนำไปสู่ผลได้และค่าใช้จ่ายของโครงการและเมื่อนำผลได้และค่าใช้จ่ายมาเปรียบเทียบกับ ผลที่ได้นี้จะเห็นว่าเป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่าโครงการได้บรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่

เกณฑ์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินโครงการ มีดังนี้ คือ

1. คาคะเนกระแสการไหลเวียนเงินสดของโครงการ (Cash Flow)

เป็นการวิเคราะห์ถึงการหมุนเวียนของกระแสเงินสดต่าง ๆ ของโครงการ อันประกอบด้วยกระแสเงินสดรับ กระแสเงินสดจ่าย และกระแสเงินสดสุทธิ โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้

$$\text{กระแสเงินสดสุทธิ} = \text{กระแสเงินสดรับ} - \text{กระแสเงินสดจ่าย}$$

ซึ่งการคาดคะเนจะทำให้ทราบเงินทุนหมุนเวียนและกำไรขาดทุนของโครงการในแต่ละปี ว่าให้ผลตอบแทนคุ้มค่าหรือไม่

2. มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (Net Present Value หรือ NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ คือ มูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทนสุทธิ หรือกระแสเงินสดของโครงการ ซึ่งคำนวณได้ด้วยการทำส่วนลดกระแสผลตอบแทนสุทธิตลอดอายุของโครงการให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน หรืออาจคำนวณหา NPV จากความแตกต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทนรวมและมูลค่าปัจจุบันของกระแสต้นทุนรวม ซึ่งสามารถเขียนสูตรการคำนวณได้ ดังนี้

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

โดยที่ NPV = มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิตลอดอายุโครงการ

B_t = มูลค่าผลตอบแทนในปีที่ t

C_t = มูลค่าของต้นทุนในปีที่ t

r = อัตราคิดลด (Discount rate) หรืออัตราดอกเบี้ย

t = ปีของโครงการ คือ ปีที่ 0, 1, 2, 3, ...n

n = อายุของโครงการ

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจ โดยการพิจารณามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าการลงทุนในโครงการนั้นได้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน

3. อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR)

อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ คือ ผลตอบแทนเป็นร้อยละต่อโครงการ หรือหมายถึง อัตราดอกเบี้ยในการคิดลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์

ระหว่างอัตราดอกเบี้ย หรือ อัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิ เท่ากับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ ดังนั้น ค่า IRR เป็นอัตราส่วนลดที่ทำให้โครงการมีความคุ้มค่า ในท้ายที่สุดจะมีอัตราดอกเบี้ยระดับหนึ่งที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับศูนย์พอดี ซึ่งก็คืออัตราผลตอบแทนภายในโครงการซึ่งสามารถคำนวณได้ดังสูตรต่อไปนี้

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

ดังนั้น r ในสูตร คือ IRR

โดยที่

- IRR = อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน
- B_t = มูลค่าของผลตอบแทนในปีที่ t
- C_t = มูลค่าของต้นทุนในปีที่ t
- t = ปีของโครงการ คือ ปีที่ 0, 1, 2, 3, ...n
- n = อายุของโครงการ โดย ปีที่ 0 คือ ปีที่มีการลงทุนเริ่มแรก

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจ โดยการพิจารณาอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR)

ยอมรับทุกโครงการที่ทำให้ค่า IRR มากกว่าค่าเสียโอกาสของเงินทุน นั่นคือ

1. หากโครงการได้ลงทุนด้วยเงินทุนของกิจการเอง พิจารณาเปรียบเทียบกับอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) ที่ได้ กับค่าเสียโอกาสของเงินที่กิจการมีอยู่รวมกับค่าความเสี่ยงของโครงการ ถ้าผลตอบแทนหรืออัตราดอกเบี้ยเงินฝาก รวมกับค่าความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้น มีค่ามากกว่าอัตราผลตอบแทนของโครงการ ก็ไม่น่าลงทุนในโครงการนั้น

2. หากโครงการได้ลงทุนด้วยเงินทุนจากการกู้มา พิจารณาเปรียบเทียบกับอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ได้ (IRR) ที่ได้ กับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่กิจการไปกู้มา ถ้าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้มากกว่าอัตราผลตอบแทนของโครงการ ก็ไม่น่าลงทุนในโครงการนั้น

4. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-cost Ratio หรือ B/C Ratio)

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน คือ อัตราส่วนระหว่างผลรวมมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับผลรวมมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม สำหรับการคำนวณเพื่อหาอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน เขียนเป็นสูตรในการคำนวณได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{B/C Ratio} &= \frac{\text{PV of benefits}}{\text{PV of costs}} \\ &= \frac{\sum_{t=0}^n \frac{B_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+i)^t}} \end{aligned}$$

เมื่อ B_t = ผลตอบแทนในปีที่ t
 C_t = ต้นทุนในปีที่ t
 i = อัตราคิดลด (Discount rate) หรืออัตราดอกเบี้ย
 t = ปีของโครงการ คือ ปีที่ 0, 1, 2, 3, ...n
 n = จำนวนปีทั้งสิ้นของโครงการ

5. การวิเคราะห์ความไหวตัว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความไหวตัวของโครงการ เป็นการวิเคราะห์ ผลตอบแทนคำนวณมาจากผลคูณของราคากับปริมาณผลผลิต ดังนั้น เมื่อราคาหรือปริมาณผลผลิตเปลี่ยนแปลงไป จากสถานการณ์เดิมของโครงการ ก็จะทำให้รายได้รวมมีการเปลี่ยนแปลง การวิเคราะห์ความไหวตัวต่อเหตุเปลี่ยนแปลงเป็นการศึกษาถึงความไหวตัว หรือความไวต่อ การเปลี่ยนแปลงของรายการต้นทุน และผลตอบแทนของโครงการว่ามีผลกระทบทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไร ต่อมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการ (B/C Ratio)

เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน ซึ่งประโยชน์จากการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อเหตุเปลี่ยนแปลงนั้น จะช่วยให้ผู้ประกอบการทราบว่า ควรควบคุมตัวแปรตัวไหน หากตัวแปรไม่เป็นไปตามที่ประมาณการ เนื่องจากมีผลให้ผลตอบแทนสุทธิของโครงการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินโครงการมีประสิทธิภาพหรือผลตอบแทนที่คุ้มค่ามากขึ้น

6. เกมต์การตัดสินใจลงทุน (Investment decision)

การตัดสินใจลงทุน หมายถึง การตัดสินใจในการเลือกโครงการลงทุนว่าควรลงทุนในโครงการใด จึงจะให้ผลตอบแทนตามต้องการ โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจทางการลงทุนที่

คำนึงถึงค่าเสียโอกาส ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio)

ผลการวิเคราะห์โครงการที่น่าตัดสินใจลงทุน นั่นคือ

- มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) ควรมีค่ามากกว่า 0
- อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ควรมีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ หรือมีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในปัจจุบัน
- อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) ควรมีค่ามากกว่า 1

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยอื่นๆ พบว่า ยังไม่มีงานวิจัยที่ทำการศึกษาศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์โดยตรง แต่มีงานวิจัยที่วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของโครงการอื่น ๆ โดยเป็นการวิเคราะห์ทางการเงินเพื่อหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit – Cost ratio) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) และวิเคราะห์ความไวต่อเหตุการณ์เปลี่ยนแปลง ดังนี้

ปัญญา พิเชียรสุนทร (2540) ทำการศึกษา การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนเป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาปริมาณความต้องการรถยนต์ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน และเพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนเป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยพิจารณาการวิเคราะห์การลงทุนเป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ออกเป็น 3 กรณี ตามส่วนแบ่งการตลาด คือ ในกรณีของส่วนแบ่งการตลาดคิดเป็นร้อยละ 30 ร้อยละ 35 และร้อยละ 40 ตามลำดับ โดยการวิเคราะห์ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ค่าใช้จ่ายในการลงทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานหรือการบริหารของโครงการ สำหรับข้อมูลด้านผลตอบแทนของธุรกิจแบ่งเป็น 3 ทาง คือ ผลตอบแทนจากการขายรถยนต์ ผลตอบแทนจากการบริการหลังการขาย และผลตอบแทนอื่นๆ

ผลการศึกษา พบว่า ปริมาณความต้องการรถยนต์ในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7 ต่อปี ส่วนการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโดยวิธีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนพบว่า การลงทุนเป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ทั้ง 3 กรณีมีความเป็นไปได้ในเชิงเศรษฐศาสตร์และเหมาะสมแก่การลงทุนเพราะมูลค่าปัจจุบันของผลได้สุทธิของโครงการ (NPV) มากกว่าศูนย์ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) นั้นมีค่ามากกว่า 1 และ

อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงสุด และการวิเคราะห์ความไหวตัวของธุรกิจพบว่า ในกรณีที่มีการเพิ่มของต้นทุนดำเนินงานที่มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 30 โครงการลงทุนทนต่อการเพิ่มของต้นทุนดำเนินงานได้เพียง ร้อยละ 4.81 เท่านั้น กรณีที่มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 35 โครงการลงทุนทนต่อการเพิ่มของต้นทุนดำเนินงานได้มากถึงร้อยละ 33.4 และกรณีที่มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 40 โครงการลงทุนทนต่อการเพิ่มของต้นทุนดำเนินงานได้ถึงร้อยละ 62 ตามลำดับ

กัลยา ชั้นแก้วผาบ (2546) ทำการศึกษา การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินถึงความเป็นไปได้ของโครงการ โดยวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อวิเคราะห์ความไหวตัวของโครงการ โดยพิจารณาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงด้านต้นทุนและผลตอบแทนที่เกิดขึ้นกับโครงการ และเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจผู้ประกอบการค้ารถยนต์มือสอง โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง และทำการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน โดยการวิเคราะห์ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจได้มาจากการสอบถามข้อมูลการลงทุนจากผู้ประกอบการธุรกิจค้ารถยนต์มือสอง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับข้อมูลด้านผลตอบแทนของธุรกิจเป็นรายได้จากการจำหน่ายรถยนต์แบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก ได้จากการสอบถามข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง ส่วนที่ 2 การประเมินมูลค่าทางด้านผลตอบแทนจากการพยากรณ์ปริมาณรถยนต์มือสองในระยะเวลา 10 ปี

ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน พบว่า ณ อัตราคิดลดร้อยละ 7.25 ธุรกิจนี้มีความเหมาะสมต่อการลงทุน เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 1,482,386 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ร้อยละ 45.22 มีค่าสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงสุด อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) เท่ากับ 1.18 ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 1 ปี 6 เดือน และการวิเคราะห์ความไหวตัวของธุรกิจพบว่า ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ แม้ว่าต้นทุนโครงการเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 15 หรือผลตอบแทนของโครงการลดลงถึงร้อยละ 15 และอัตราคิดลดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 12

กฤษณา อภิวรรณกุล (2546) ทำการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่

รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บข้อมูลจาก ผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้สถิติค่าความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การมีพนักงานที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การให้ข้อมูลราคาของสินค้าแต่ละประเภท และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การมีสินค้าพร้อมสำหรับการขายอยู่เสมอ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การชักชวนจากผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์อื่น

มทิรา สัทธาธิก (2547) ทำการศึกษา การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจค้าปลีกรถจักรยานยนต์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจค้าปลีกรถจักรยานยนต์ เพื่อวิเคราะห์ความไหวตัวต่อเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านค้าปลีกรถจักรยานยนต์ เพื่อศึกษากลยุทธ์ต่างๆ ที่ร้านค้าปลีกรถจักรยานยนต์ได้นำมาใช้เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ในยุคที่ธุรกิจแข่งขันกันอย่างรุนแรง และเพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกรถจักรยานยนต์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยการวิเคราะห์ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจได้มาจากค่าใช้จ่ายในการลงทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน สำหรับข้อมูลด้านผลตอบแทนของธุรกิจมี 4 ประเภทคือ รายได้จากการจำหน่ายรถจักรยานยนต์เงินสด รายได้จากดอกเบี้ยรับที่ได้รับจากเงินค่างวด รายได้จากค่าซ่อมรถจักรยานยนต์ และรายได้อื่น ๆ ในระยะเวลา 8 ปี

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจค้าปลีกรถจักรยานยนต์มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (NPV) มีค่าเท่ากับ 7,824,869 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ร้อยละ 47.32 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) เท่ากับ 1.08 และการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ ภายใต้สถานการณ์สมมติ 3 กรณี คือ กรณีที่ 1 กำหนดผลตอบแทนคงที่และมีอัตราส่วนลดร้อยละ 10 พบว่า ต้นทุนของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้สูงสุดไม่เกินร้อยละ 8 ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้โดยไม่ขาดทุน กรณีที่ 2 กำหนดต้นทุนคงที่และมีอัตราส่วนลดร้อยละ 10 พบว่า ต้นทุนของโครงการสามารถลดลงได้ไม่เกินร้อยละ 7.5 จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้โดยไม่ขาดทุน และกรณีที่ 3 ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนและผลตอบแทน โดยอัตราส่วนลดร้อยละ 10 พบว่า

ต้นทุนของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้สูงสุดไม่เกินร้อยละ 4 และผลตอบแทนสามารถลดลงได้ไม่เกินร้อยละ 3.5 ซึ่งทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้โดยไม่ขาดทุน

คำริ ขวัญสุวรรณ (2552) ทำการศึกษา การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจรีสอร์ทแห่งหนึ่ง ในตำบลออนกลาง อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และประเมินถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนของโครงการรีสอร์ทแห่งหนึ่งในตำบลออนกลาง อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่และเพื่อวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ ภายใต้สถานการณ์สมมติ 3 กรณี โดยกำหนดให้ทั้ง 3 กรณี มีอัตราส่วนลดเท่ากับร้อยละ 7 และกำหนดอายุของโครงการเป็นเวลา 10 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2552-2561

ผลการศึกษาพบว่า การลงทุนในโครงการมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (NPV) มีค่าเท่ากับ 11,586,781 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าเท่ากับร้อยละ 30.73 อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) เท่ากับ 1.76 ระยะเวลาคืนทุน 4 ปี และผลการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการภายใต้สถานการณ์สมมติ 3 กรณี ดังนี้ กรณีที่ 1 เมื่อสมมติให้ผลตอบแทนคงที่ พบว่าต้นทุนของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้สูงสุดถึงร้อยละ 76 เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนคงยอมรับได้ กรณีที่ 2 เมื่อสมมติให้ผลตอบแทนลดลง และ ต้นทุนคงที่ พบว่า ผลตอบแทนของโครงการสามารถลดลงได้ต่ำสุดถึงร้อยละ 43 เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนยังคงยอมรับได้ กรณีที่ 3 เมื่อสมมติให้ผลตอบแทนลดลงและต้นทุนเพิ่มขึ้น พบว่า ผลตอบแทนของโครงการสามารถลดลงได้ต่ำสุดถึงร้อยละ 27 และต้นทุนเพิ่มขึ้นได้สูงสุดร้อยละ 27 เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนยังคงยอมรับได้