

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิด และ ข้อสมมติฐาน

ทฤษฎี แนวความคิด

แนวความคิด ทฤษฎี ที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่านดังนี้

สุรศักดิ์ นานานุกูล ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ว่าเป็นการศึกษาสำคัญที่มุ่งไปสู่การตัดสินใจลงทุน โดยทำการศึกษาลึกลงไปในด้านต่าง ๆ คือ ด้านเทคนิค ด้านการตลาด ด้านการบริหาร และด้านการเงิน⁷

ชัยยศ สันติวงษ์ ให้ความหมายเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ คือ การศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมดทั้งในขอบเขตกว้าง และในขอบเขตที่ลึกลงไป โดยจะมีกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรม คือ กิจกรรมด้านตลาด เทคนิค และด้านการเงิน ผลจากกิจกรรมดังกล่าวจะสรุป หรือสะท้อนออกมาให้เห็นในรูปของงบการเงินล่วงหน้า ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญนำมาประเมินผลและตัดสินใจว่าจะลงทุนในโครงการหรือไม่ โดยพิจารณาที่ผลตอบแทนจากการลงทุน และความเสียวัว่กับเงินลงทุน และความเสียวัว่ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่⁸

โดยแนวทางในการวิเคราะห์ในแต่ละด้านทั้ง ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน มีดังนี้

การวิเคราะห์ด้านการตลาด (Market Analysis)⁹

ขั้นตอนนี้เป็นการศึกษารายละเอียดของข้อมูลที่น่าไปใช้กำหนดเป้าหมายของตลาด คุณลักษณะและภาวะของตลาด ตลอดจนระบุถึงขนาดตลาดโดยทั่วไป การวิเคราะห์ด้านการตลาดประกอบไปด้วย

⁷ สุรศักดิ์ นานานุกูล, การวางแผนโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้ (กรุงเทพฯ ๗, 2539), หน้า 36.

⁸ ชัยยศ สันติวงษ์, การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ, พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพฯ : บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2539), หน้า 37.

⁹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 10.

1. บรรยายภาวะตลาด โดยสรุป รวบรวมถึงขอบเขตของตลาด ช่องทางระบบการจัดจำหน่าย และวิธีปฏิบัติในทางการค้าโดยทั่วไป
 2. วิเคราะห์อุปสงค์ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต
 3. วิเคราะห์ช่องทางระบบการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งในอดีตและปัจจุบัน เก็บรวบรวมข่าวสารเกี่ยวกับสถานะการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ เช่น ราคาขาย คุณภาพ กลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มแข่งขัน
 4. คาดคะเนส่วนแบ่งตลาดของโครงการนั้น โดยคำนึงถึงอุปสงค์ การจัดจำหน่าย สถานะการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางการตลาดของโครงการ
- โดยการวิเคราะห์ด้านการตลาดนี้ จะใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ หรือ 7 Ps¹⁰ มาประกอบในการวิเคราะห์ ซึ่งรายละเอียดแต่ละส่วนมีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่า ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) คือ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาก่อนการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ต้นทุนสินค้า การแข่งขันในตลาด และปัจจัยอื่น ๆ

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยมีเครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ คือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์

4. การจัดจำหน่าย (Place) คือ โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อสามารถให้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาและการตอบสนองต่อลูกค้า

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

¹⁰ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่(กรุงเทพฯ ฯ : บริษัท ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด, 2541), หน้า 337.

7. กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็ว และประทับใจลูกค้า

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค (Technical Analysis)¹¹

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค และเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการ เพื่อการจัดหาแหล่งเงินทุนต่อไป

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะพิจารณาในเรื่องต่อไปนี้

1. ในการกำหนดทำเลสถานที่ตั้ง พร้อมทั้งประเมินความเหมาะสมของทำเลสถานที่ดังกล่าว
2. คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมถึงรายละเอียดคุณสมบัติทางด้านกายภาพ
3. การกำหนดขนาด และวิธีการก่อสร้าง
4. การออกแบบผังอาคาร และการปรับปรุงที่ดินในการก่อสร้าง
5. การคาดคะเนต้นทุนในการก่อสร้าง

การวิเคราะห์ด้านการจัดการ (Management Analysis)

เป็นการศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบในการดำเนินงานขององค์กร การจัดโครงสร้างการบริหารงาน การกำหนดคุณสมบัติ หน้าที่และความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่ง การสรรหาและรักษาพนักงาน รวมทั้งการกำหนดค่าตอบแทนในแต่ละตำแหน่ง และการดำเนินการต่าง ๆ ก่อนการเปิดกิจการ

การวิเคราะห์ด้านการเงิน (Financial Analysis)

เป็นการวิเคราะห์เพื่อดูว่าโครงการที่จัดขึ้นมีลักษณะคุ้มทุนหรือไม่ คือ ถ้าลงทุนไปหนึ่งหน่วย ผลตอบแทนที่ได้มากกว่าหนึ่งหน่วยหรือไม่ ถ้ามากกว่าแสดงว่าโครงการควรลงทุนได้ ถ้าเท่ากับหนึ่งแสดงว่าเสมอตัว ถ้าน้อยกว่าหนึ่งแสดงว่าต่ำกว่าทุน¹²

โดยวิธีการวิเคราะห์ด้านการเงินมีดังนี้¹³

¹¹ ชัยยศ สันติวงษ์, การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ, หน้า 11.

¹² วีระพล สุวรรณรัตน์, ความรู้เบื้องต้นในการจัดเตรียมแผนและโครงการ ตอน การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนและโครงการ (กรุงเทพฯ ฯ : สำนักฝึกอบรมสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2524), หน้า 76.

¹³ ชัยยศ สันติวงษ์, การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ, หน้า 159-164.

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) คือการประเมินหาผลรวมสุทธิของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดทั้งรับและจ่ายที่เกิดขึ้นตลอดช่วงอายุของโครงการ โดยการลดค่าด้วยอัตราลดค่า ซึ่งแสดงออกมาในรูปสมการได้ดังนี้

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)} = \sum_{t=1}^n \frac{\text{NCF}_t}{(1+r)^t} - I_0$$

โดยที่

- NCF_t = เป็นกระแสเงินสดสุทธิรายปีตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ n
- r = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ หรือต้นทุนเงินทุน
- I₀ = เงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ
- $\sum_{t=1}^n$ = ผลบวกของ...ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ n

การประเมินโครงการด้วยวิธีค่าปัจจุบันสุทธิ หากคำนวณค่าปัจจุบันสุทธิได้ค่าเป็นบวก ควรลงทุนในโครงการนั้น และควรปฏิเสธโครงการลงทุน ถ้ามีค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ

2. อัตราผลตอบแทนขั้วลด (Internal Rate of Return หรือ IRR) เป็นอัตราที่นำไปลดค่าแล้วทำให้กระแสเงินสดรับเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายพอดี นั่นคือ NPV = 0 วิธีการคำนวณก็เหมือนกับวิธีการของ NPV เพียงแต่เปลี่ยนการใช้อัตราลดค่าจากอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำมาเป็นลองอัตราลดค่าหลาย ๆ ค่า จนกระทั่งได้มูลค่าปัจจุบันรวมสุทธิเท่ากับศูนย์ อัตราลดค่าที่ได้ นั่นคืออัตราผลตอบแทนขั้วลดที่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรที่แท้จริงของโครงการนั่นเอง

3. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period หรือ PB) คือ วิธีที่คิดระยะเวลาคืนทุน โดยหากำไรที่ได้รับจากโครงการว่าใช้ระยะเวลานานเท่าไรจึงจะคุ้มกับรายจ่ายลงทุนเริ่มพอดี กำไรในที่นี้หมายถึงกำไรสุทธิหลังหักภาษีรวมกับต้นทุนทางการเงิน

4. การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis)¹⁴ เป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของกำไรอันเป็นผลเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรต่าง ๆ เช่น ราคาขายต่อหน่วย ต้นทุนต่อหน่วย ปริมาณยอดขาย เป็นต้น รูปแบบที่นิยมใช้ในการวิเคราะห์ความไวมี 2 แบบ คือ

¹⁴ เรื่องเดียวกัน, หน้า 171-177.

4.1 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Analysis) เป็นตัวแบบที่นิยมใช้ ในการวิเคราะห์ความไว เพื่อให้ทราบระดับกำลังการผลิตที่ก่อให้เกิดการคุ้มทุนพอดีหากปัจจัยตัวแปรเปลี่ยนแปลงไป ทำให้การตัดสินใจกระทำได้ดีขึ้น จุดคุ้มทุนสามารถหาได้โดยสมการดังนี้

$$\text{มูลค่ายอดขาย} = \text{ต้นทุนการผลิต} \quad \dots\dots\dots(1)$$

$$\text{มูลค่ายอดขาย} = \text{ปริมาณยอดขาย} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย} \quad \dots\dots\dots(2)$$

$$\begin{aligned} \text{ต้นทุนการผลิต} &= (\text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} \times \text{ปริมาณยอดขาย}) \\ &+ \text{ต้นทุนคงที่} \quad \dots\dots\dots(3) \end{aligned}$$

หรือ

$$Y = PX$$

$$Y = VX + F$$

โดย

$$X = \text{ปริมาณการผลิต (ขาย) ณ จุดคุ้มทุน}$$

$$Y = \text{มูลค่ายอดขาย (เท่ากับต้นทุนการผลิต)}$$

$$F = \text{ต้นทุนคงที่}$$

$$P = \text{ราคาขายต่อหน่วย}$$

$$V = \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}$$

ดังนั้น

$$PX = VX + F$$

และ

$$X = F / (P - V)$$

จากหลักการของจุดคุ้มทุนดังกล่าวสามารถนำมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงในตัวแปร ได้แก่ ราคาขายต่อหน่วย ต้นทุนการผลิตคงที่ และต้นทุนผันแปรต่อหน่วยที่มีต่อจุดคุ้มทุนของโครงการ เพื่อนำมาพิจารณาตัดสินใจเลือกข้อเสนอลงทุน ณ ระดับกำลังผลิตต่าง ๆ

4.2 การจำลองสถานการณ์ (Simulation) คือ การกำหนดปริมาณหรือ อัตราการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่สำคัญ และวัดผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรนั้น ๆ เช่น เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของยอดขายในขณะที่ตัวแปรอื่น ๆ ยังคงที่ จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) อย่างไรบ้าง เมื่อเปรียบเทียบกับกรณีที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงยอดขาย (กรณีฐาน) โดยปกติตัวแปรที่จะพิจารณาได้แก่ ยอดขาย ต้นทุน ฯลฯ

สมมติฐาน

โครงการลงทุนหอพักสตรีหน้าสถาบันราชภัฏเชียงราย มีความเป็นไปได้ในการลงทุน โดยมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 7.00 ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ถูกค้ำรายย่อยขั้นต่ำของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยเฉลี่ยของเดือนพฤศจิกายน 2545

นิยามศัพท์

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามโครงการลงทุนในหอพักเอกชนหน้าสถาบันราชภัฏเชียงรายโดยพิจารณาจากการศึกษาวิเคราะห์โครงการใน 4 ด้านคือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ทั้งนี้เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน

หอพักสตรีเอกชน หมายถึง สถานที่ที่จัดตั้งขึ้นอยู่นอกสถาบันการศึกษา โดยผู้ประกอบการเพื่อรับผู้ที่อยู่ระหว่างการศึกษาที่เป็นหญิง และเข้าอยู่ในหอพักโดยให้ทรัพย์สินตอบแทน

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ชีวิน อินแสง และคณะ (2529) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาที่มีต่อหอพักในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักศึกษาต้องการหอพักที่มีบริเวณห้องพักกว้าง อยู่ใกล้สถาบันการศึกษา มีที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ มีแหล่งขายอาหารอยู่ใกล้หอพัก อยู่ห่างไกลจากแหล่งบันเทิงเรีงรมย์ ต้องการร้านอาหาร ในบริเวณหอพัก บริการซักรีดเสื้อผ้า บริการโทรศัพท์ ต้องการหอพักที่มีห้องรับแขก บริการหนังสือ นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ รวมทั้งบริการน้ำดื่มที่สะอาดให้ด้วย นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่ต้องการหอพักที่เก็บเงินค่าเช่าในระดับสูง เจ้าของใจดี ไม่เข้มงวด และไม่ต้องการที่มีเสียงรบกวนจากภายนอก ทั้งนี้ต้องการให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยให้ด้วย

กรวิภา รัตนตรัยวงศ์ และคณะ (2532) ได้ศึกษาการตัดสินใจลงทุนสร้างอพาร์ทเมนท์หรือหอพักในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดลำปางพบว่า รูปแบบของธุรกิจส่วนใหญ่จะประกอบธุรกิจโดยเจ้าของคนเดียว การลงทุนสร้างหอพักที่จะให้ได้รับผลตอบแทนสูง พบว่าในจังหวัดนครสวรรค์จะต้องมีผู้เช่าห้องพักไม่น้อยกว่า 15 ห้องต่อเดือน ในจังหวัดลำปางต้องมีผู้เช่าห้องพักไม่น้อยกว่า 21-30 ห้องต่อเดือน ปัญหาการจัดการของเจ้าของหอพัก พบว่าส่วนใหญ่เกิดจากผู้เช่าพักอาศัย ปัญหาเงินลงทุน และปัญหาผู้ร่วมงานและคนงาน

✓ ปภากร สุวรรณธาดา (2537) ได้ศึกษาความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยผลการศึกษารูปได้ดังนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักอาศัยของนักศึกษา เรียงตามลำดับความสำคัญคือ 1. ความปลอดภัย 2. ราคาค่าใช้จ่าย 3. ความสะดวกสบายในการพักอาศัย

กาญจนา แก้วแหยม (2539) ได้ศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการที่พักอาศัยของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระเจ้าเกอส์นบุรี โดยผลการศึกษารูปได้ดังนี้ ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยให้เช่าของนักศึกษา เรียงลำดับได้ดังนี้ 1. ความสะดวกในการเดินทาง 2. ขนาดห้องพัก 3. ราคาเช่า 4. สภาพแวดล้อม 5. ต้องการความอิสระในการพักอาศัย นอกจากนี้ นักศึกษายังต้องการให้หอพักเอกชนควรปรับปรุงในด้านของการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ต่าง ๆ ทั้งภายในห้องพักและภายในอาคาร ส่วนประกอบในการพักอาศัยนักศึกษาส่วนใหญ่ต้องการระเบียบของห้องพักเฟอร์นิเจอร์ในห้องพักควรประกอบด้วยโทรทัศน์ พัดลม โต๊ะเขียนหนังสือ ที่นอนและตู้เสื้อผ้า และต้องการฟูกที่นอน หมอน

✓ ชาตรี เปรมานนท์ (2539) ได้ศึกษาจุดคุ้มทุนห้องพักให้เช่ารายเดือนในเขตเทศบาลเชียงใหม่ พบว่าหอพักขนาดเล็ก ซึ่งมีจำนวนห้องพัก 8-25 ห้อง มีปริมาณจุดคุ้มทุนเฉลี่ย 3,352 ห้อง และปีจุดคุ้มทุนเฉลี่ย 18 ปี หอพักขนาดกลาง ซึ่งมีจำนวนห้องพัก 26-40 ห้อง มีปริมาณจุดคุ้มทุนเฉลี่ย 5,483 ห้อง และปีจุดคุ้มทุนเฉลี่ย 14 ปี หอพักขนาดใหญ่ ซึ่งมีจำนวนห้องพัก 41 ห้องขึ้นไป มีปริมาณจุดคุ้มทุนเฉลี่ย 10,249 ห้อง และปีจุดคุ้มทุนเฉลี่ย 15 ปี

✓ วันดี แก่นลิ้ม (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่านักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านระยะทาง ปัจจัยด้านราคาเช่าห้อง ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค และปัจจัยด้านความปลอดภัยเรียงตามลำดับ