

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งวิทยาลัยบริหารธุรกิจ ในเขตอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ มีทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องดังนี้

ทฤษฎีและแนวคิด

1. แนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing's Mix หรือ 4Ps)

โครงการได้นำเอาแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing's Mix หรือ 4Ps) **อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2540)** ใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาดจะประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ตลอดจนสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจและปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

หมายถึง สิ่งหนึ่งสิ่งใดที่นำเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์ รวมถึงสินค้าทางกายภาพ บริการ บุคคล สถานที่ องค์กรและข้อคิดเห็น ผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบหลักในสิ่งที่บริษัทเสนอขาย วางแผนส่วนประสมการตลาดเริ่มที่การสร้างสิ่งเสนอขายให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกสิ่งเสนอขายตรงที่ลักษณะและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมและคุณภาพของบริการและความเหมาะสมของราคา

ส่วนผสมทางด้านผลิตภัณฑ์ (The Product Mix)

ผู้บริหารงานทางการตลาดจะต้องสร้างส่วนผสมทางด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วยตัวผลิตภัณฑ์ บริการที่ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อและหีบห่อซึ่งเป็นที่ปรารถนาของผู้บริโภคในเป้าหมายทางการตลาด โครงสร้างขององค์ประกอบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในข้อเสนอขายทางการตลาดนั้นเราเรียกว่าส่วนผสมทางด้านผลิตภัณฑ์ ความกว้างของมันวัดได้โดยอาศัยจำนวนของสายผลิตภัณฑ์ที่บริษัททำการจำหน่าย ความลึกของมันวัดได้โดยจำนวนแบบ สไตล์ สี สัน ตรายี่ห้อ หีบห่อ ป้าย สลากและบริการ ส่วนผสมทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นการเสนอรายการสิ่งของทั้งหมดที่องค์การธุรกิจทำการเสนอให้กับตลาดเพื่อทำการขาย

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่กำลังศึกษาเป็นการให้บริการ การเรียนการสอน ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ในด้านบริหารธุรกิจสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ การบัญชีและการตลาด ซึ่งผู้ที่เข้ามาศึกษาต้องมีความมั่นใจว่า วิทยาลัยมีการจัดการเรียนการสอนที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพดี ราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจและมักจะคล้ายคลึงกันในกลุ่มผู้ขายที่แข่งขันกันอยู่

ความต้องการผลิตภัณฑ์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โอกาสของผลิตภัณฑ์และต้นทุนการขายและการจัดจำหน่าย

1.2 ราคา (Price)

หมายถึง สิ่งที่กำหนดมูลค่าของสินค้าและบริการเพื่อธุรกิจจะสามารถจำหน่ายสินค้าและบริการ ไปสู่ผู้ที่มีความต้องการได้โดยการกำหนดราคาที่เหมาะสม

ราคามีบทบาทสำคัญในส่วนประสมของการตลาด คือ ราคามีอิทธิพลในการกำหนดว่าลูกค้าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ โดยทั่วไปผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าจะแสวงหาราคาที่ก่อคุณค่าในทางบวกที่เขาจะได้จากการเปลี่ยนแปลง โดยจะพิจารณาราคากับข้อเสนอขายของคู่แข่ง ในขณะเดียวกันด้วย

ส่วนผสมทางด้านราคา (The Price Mix)

ส่วนผสมทางด้านราคาเป็นการผสมหรือการรวมระหว่างราคาเบื้องต้น (Basic Price) ตัวปรับราคา สินเชื่อ และข้อตกลงเกี่ยวกับการถือครองและการขนส่งสินค้า ส่วนผสมทางด้านราคาแตกต่างกันไปแล้วแต่ข้อเสนอขายของบริษัท

ในการสร้างส่วนผสมทางด้านราคานั้น จำเป็นจะต้องพิจารณาปัจจัยที่สำคัญหลายประการ กระบวนการสร้างเริ่มต้นด้วยการพิจารณาอุปสงค์ ของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่และที่อาจจะเพิ่มขึ้นได้ การพิจารณาดังกล่าวนี้เป็นสิ่งจำเป็นในการกำหนดราคาเบื้องต้นและข้อตกลงเกี่ยวกับสินเชื่อ ซึ่งตั้งขึ้นมาได้ โดยพิจารณาจากความต้องการของตลาดกับระดับของการผลิตที่องค์การธุรกิจจะกระทำ ต้นทุน เป็นปัจจัยที่สองที่จะต้องให้ความสนใจเนื่องจากว่าคงไม่มีผู้บริหารคนที่จะต้องการให้วางราคาสินค้าที่ไม่คุ้มต้นทุนและไม่อาจทำให้ราคาดังกล่าวบรรลุถึงวัตถุประสงค์เกี่ยวกับ กำไรขององค์การธุรกิจ

ขั้นต่อไปก็คือจะต้องทำการตัดสินใจเกี่ยวกับปฏิกิริยาของกลุ่มแข่งขัน ในวงการอุตสาหกรรมบางประเภทนั้นปฏิกิริยาของกลุ่มแข่งขันมีอิทธิพลต่อการตั้งราคามาก ระบบความร่วมมือภายในช่องทางการจัดจำหน่ายก็มีอิทธิพลที่เราควรจะให้ให้ความสนใจ เมื่อเราทำการพิจารณาส่วนผสมทางด้านราคาด้วย องค์ประกอบของส่วนผสมทางด้านราคาอาจจะแตกต่างกันทั้งในด้านสภาพของตัวปรับราคา (Price Alterations) ข้อตกลงเกี่ยวกับสินเชื่อ ตลอดจนถึงราคาที่คิดเอากับการ

ขนส่งและการจัดการสินค้า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าเรากำลังพิจารณาช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับใด นอกจากนี้ในการสร้างส่วนผสมทางด้านราคานั้นเรายังจะต้องทำการพิจารณาหน่วยงานอื่น ๆ ของบริษัท เช่น ฝ่ายการเงิน ฝ่ายบัญชี และฝ่ายผลิต เป็นต้น เนื่องจากว่าในที่สุดแล้วส่วนผสมทางด้านราคาดังกล่าวนี้จะมีอิทธิพลโดยตรงต่อสภาพของการปฏิบัติงานของหน่วยต่าง ๆ ดังกล่าว บทบาทของรัฐบาลก็มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพิจารณาสร้างส่วนผสมทางด้านราคาด้วยเช่นกัน

ราคา หรือ ค่าเล่าเรียนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินงานของวิทยาลัยทางด้านบริหารธุรกิจ ดังนั้น ผู้บริหารควรคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการตั้งราคา เช่น อุปสงค์หรือความต้องการ กำไรขององค์การธุรกิจ และยังรวมถึงกฎระเบียบบังคับของหน่วยงานต่าง ๆ ทางราชการ

1.3 การจัดจำหน่าย (Place)

หมายถึง การจัดสินค้าและบริการ ในปริมาณที่ถูกต้อง สถานที่ที่ถูกต้องและภายในเวลาที่เหมาะสมเพื่อสนองความต้องการให้แก่ผู้บริโภค ผู้ผลิตส่วนมากไม่ได้ขายสินค้าให้กับผู้ใช้โดยตรง สิ่งที่คั่นกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้ใช้นั้นสุดท้ายเรียกว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย (Marketing Channel) ประกอบด้วยคนกลาง และองค์กรต่าง ๆ ที่คอยอำนวยความสะดวกในการเดินทางของสินค้า ระหว่างที่อยู่ในช่องทางการจำหน่าย

ส่วนผสมทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (The Place Mix)

แม้ว่าบริษัทจะทำการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องราคาที่ต้องการและมีการส่งเสริมการจัดจำหน่ายที่ถูกต้อง เพียงใดก็ตาม ส่วนผสมต่าง ๆ ดังกล่าวก็ยังมีอาจจะทำการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างน่าพอใจ ถ้าสถานที่ และเวลาที่ทำการจัดจำหน่ายไม่ถูกต้องส่วนผสมทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีส่วนร่วม ที่สำคัญเป็นอย่างมากต่อส่วนผสมทางการตลาดในด้านอรรถประโยชน์ทางด้านเวลาและสถานที่ (Time and Place Utilities) ดังนั้นส่วนผสมทางด้านการจัดจำหน่ายจึงเป็นการผสมทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Marketing Channels) เครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการจัดเก็บรักษาสินค้า (Storage Facilities) วิธีการควบคุมสินค้าคงคลังและเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการส่งสินค้า ผู้บริหารงานทางการตลาดจะต้องทำการผสมรวมปัจจัยหรือตัวแปรต่าง ๆ เหล่านี้ให้เข้ากันเพื่อก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ทางด้านเวลาและสถานที่เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ช่องทางการจัดจำหน่ายของวิทยาลัยบริหารธุรกิจจะใช้การขายตรง โดยใช้เจ้าหน้าที่ฝ่ายแนะแนวเข้าไปทำการนำเสนอหลักสูตรและการเรียนการสอนในกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ก็ยังทำใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยผ่านสื่อโฆษณาเพื่อทำการแนะนำและสร้างภาพลักษณ์ของวิทยาลัย

1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดจะมีคุณสมบัติและต้นทุนต่าง กัน เช่น การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) การประชาสัมพันธ์ และการพิมพ์เผยแพร่ (Public Relation) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling)

ส่วนผสมทางการส่งเสริมการตลาด (The Promotion Mix)

นักการตลาดจะต้องทำการสร้างส่วนผสม ทางด้านการส่งเสริมการตลาดให้เข้ากับข้อเสนอขายทางการตลาดแต่ละครั้งด้วย ความมุ่งหมายเบื้องต้นของส่วนผสมทางการส่งเสริมการตลาดก็คือเพื่อทำการแจ้งข่าวสาร (Inform) และชักชวน (Persuade) สมาชิกของตลาดส่วนที่เป็นเป้าหมาย ส่วนผสมทางการส่งเสริมการขายเป็นการผสมผสานกันระหว่างโฆษณา การเสนอขายโดยใช้พนักงาน การส่งเสริมการขายและกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักการตลาด ทำการแจ้งข่าวสารและทำการชักชวนผู้ซื้อให้ดำเนินรายการติดต่อทางการตลาด (Market Transaction) ขึ้น อันจะนำไปสู่การตอบสนองความพอใจให้แก่วัตถุประสงค์ของระบบการซื้อและการขาย

2. แนวคิดด้านเทคนิค (Technical)

รองศาสตราจารย์ชัยยศ สันติวณิช (2536) ได้กล่าวไว้ว่า การวิเคราะห์เทคนิคเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ บางกรณีลำดับการศึกษาเทคนิคอาจมาก่อนการศึกษาตลาดก็ได้ ขึ้นอยู่กับการเสาะหาโครงการว่าถือตลาดเป็นเกณฑ์ หรือถือผลิตภัณฑ์เป็นเกณฑ์ หากถือผลิตภัณฑ์เป็นเกณฑ์ การวิเคราะห์เทคนิคจะกระทำเป็นลำดับแรก แต่ถ้าหากถือตลาดเป็นเกณฑ์ การวิเคราะห์ตลาดก็จะกระทำเป็นลำดับแรก อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์การเงินควรจะทำเป็นลำดับสุดท้าย เพราะต้องอาศัยข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ตลาด และเทคนิคมาใช้ประกอบการประเมินและตัดสินใจลงทุน

จุดมุ่งหมายหลักของการวิเคราะห์เทคนิคก็เพื่อคาดคะเนต้นทุนด้านเทคนิค คือ เงินลงทุนถาวร ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการผลิต และต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ ซึ่งจัดทำเป็นแผนการผลิตนำมาประกอบกับแผนการขายที่ได้มาจากการวิเคราะห์ตลาด เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินถึงความสามารถในการทำกำไร การศึกษาด้านเทคนิคได้กล่าวไว้โดยละเอียดก็เพื่อให้การคาดคะเนต้นทุนเป็นไปอย่างถูกต้อง แน่นนอนและนำไปใช้ในการตัดสินใจโดยไม่ผิดพลาด

จากการวิเคราะห์ด้านเทคนิค สามารถคาดคะเนต้นทุนซึ่งจำแนกเป็นหัวข้อใหญ่ ๆ ได้ 3 ประการ คือ

1. เงินลงทุนถาวร ประกอบด้วย ที่ดิน การพัฒนาและปรับที่ดิน อาคารและระบบที่เกี่ยวข้อง เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา เป็นต้น เครื่องจักรเครื่องมือการผลิต (รวมถึงการติดตั้ง การส่งของ) อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน รวมถึงยานพาหนะ

2. ต้นทุนการผลิต จำแนกเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 ต้นทุนในโรงงาน เป็นต้นทุนที่เกี่ยวกับการผลิตในโรงงานอันประกอบด้วย วัตถุดิบ ค่าแรงงาน รวมถึงค่าเสื่อมราคาจากการทำงานของเครื่องจักร

2.2 ต้นทุนในการดำเนินการ เป็นต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิต แต่ช่วยบริการหรือการจัดการให้องค์การดำเนินงานได้

3. ค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ (pre-production capital expenditures)

3. แนวคิดทางด้านการจัดการ (Management)

รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542) ได้กล่าวถึง การจัดการว่าเป็นกระบวนการออกแบบและรักษาสภาพแวดล้อมเพื่อบรรลุเป้าหมายที่เลือกสรรไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารมีหน้าที่ในการวางแผน การจัดองค์การ การจัดบุคคลเข้าทำงาน การชักนำ และการควบคุมการจัดการเป็นกิจกรรมที่สำคัญในทุกระดับขององค์การ แต่อย่างไรก็ดี ทักษะการจัดการมีมากมายผันแปรไปตามระดับขององค์การ เป้าหมายของผู้บริหารทุกคนคือการสร้างผลกำไร และมีผลผลิต ซึ่งก็คือเพื่อบรรลุอัตราส่วนระหว่างผลผลิตต่อปัจจัยนำเข้า ภายในช่วงระยะเวลาที่กำหนด โดยพิจารณาจากคุณภาพ การเพิ่มผลผลิต หมายถึง ความมีประสิทธิภาพ (บรรลุวัตถุประสงค์) และ ความมีประสิทธิภาพ (การใช้ทรัพยากรต่ำสุด) หน้าที่ของผู้บริหาร ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ (1) การวางแผน (2) การจัดองค์การ (3) การจัดบุคคลเข้าทำงาน (4) การชักนำ (5) การควบคุม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวางแผน (Planning) เกี่ยวข้องกับการเลือกภารกิจ (Mission) วัตถุประสงค์ (Objectives) และการปฏิบัติ (Actions) และพยายามทำให้บรรลุผลสำเร็จ ซึ่งต้องมีการตัดสินใจ เลือกแผนการในอนาคตจากบรรดาข้อเลือกต่าง ๆ

2. การจัดองค์การ (Organizing) เป็นการกำหนดโครงสร้างบทบาทของบุคคลเพื่อทำงานในองค์การ

3. การจัดบุคคลเข้าทำงาน (Staffing) เกี่ยวข้องกับการบรรจุและธำรงรักษาบุคคล และตำแหน่งหน้าที่ภายในโครงสร้างองค์การ โดยการกำหนดความต้องการแรงงาน การสรรหา การคัดเลือก การบรรจุ การเลื่อนตำแหน่ง การประเมิน การวางแผนอาชีพ การกำหนดค่าตอบแทน

4. การชักนำ (Leading) หมายถึง การมีอิทธิพลต่อบุคคลเพื่อให้เขาทำประโยชน์ให้กับองค์กรและเป้าหมายของกลุ่มเป็นสิ่งที่ต้องทำเป็นหลักในการบริหารความคิดระหว่างบุคคล ซึ่งต้องอาศัยผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพ ต้องเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพด้วย ภาวะการเป็นผู้นำหมายถึงความสามารถของบุคคล ให้ปฏิบัติตามความต้องการซึ่งต้องอาศัยการจูงใจ รูปแบบการเป็นผู้นำและการติดต่อสื่อสาร

5. การควบคุม (Controlling) คือการวัดและแก้ไขการทำงานส่วนบุคคลและองค์การ เพื่อจะทำให้มั่นใจว่าเหตุการณ์เป็นไปตามแผน การควบคุมนี้เกี่ยวข้องกับวัดผลการกระทำเปรียบเทียบกับเป้าหมายและแผน ซึ่งจะแสดงถึงการเบี่ยงเบนจากมาตรฐานที่ปรากฏอยู่และช่วยแก้ไขปรับปรุง

4. แนวคิดทางการเงิน (Financial)

ธงชัย สันติวงษ์และชัยยศ สันติวงษ์ (2536) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ทางการเงินและการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุน การเงินและผลตอบแทนเพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน ดังนี้

1. หน้าที่ของผู้บริหารการเงินจะต้องมีหน้าที่หลัก 3 ประการ ซึ่งเรียกย่อ ๆ ได้ว่า “หน้าที่หลัก 3 A” ของการบริหารการเงิน คือ

1. การคาดการณ์ถึงความต้องการเงิน (Anticipating financial needs)
2. การจัดหาเงินทุนมา (Acquiring financial resources)
3. การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ (Allocating funds in the business)

ถ้าหากได้มีการบริหารหน้าที่หลักทางการเงินทั้ง 3 ประการเป็นอย่างดีแล้ว ก็ย่อมเป็นที่แน่นอนว่าองค์กรธุรกิจนั้น ๆ ก็จะมีสภาพการเงินที่ดีเป็นไปตามเป้าหมายทางการเงิน และสามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรธุรกิจ (ในแง่การเงิน) ด้วย

การคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน (Anticipating Financial Needs)

การคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน สามารถกระทำได้โดยการพยากรณ์และจัดบันทึกเหตุการณ์ต่าง ๆ ทางการเงินที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับธุรกิจนั้น ๆ ในอนาคต ทั้งนี้โดยวิธีการเน้นให้เห็นถึงกระแสเงินสดที่เข้ามา และกระแสเงินสดที่ออกไปจากธุรกิจนั้น

การจัดการเงินทุน (Acquiring Financial Resources)

การจัดการเงินทุนมาใช้ดำเนินกิจกรรมนั้นเป็นเรื่องของการบอกให้รู้ว่ากิจการจะหาเงินทุนมาใช้จ่ายตามที่ต้องการได้เมื่อไร หาได้จากแหล่งใด และด้วยวิธีการอย่างไร ทั้งนี้รวมถึงเรื่องที่จะต้องติดตามค้นหาผู้ที่มีเงินทุน วิธีการที่จะต้องจัดหาให้ได้ตรงตามกาลเวลา และรวมทั้งการสร้าง ความมั่นใจให้กับผู้ที่มีเงินทุนที่จะยอมให้กู้ยืม ทั้งนี้ก็โดยการหาข้อเท็จจริงและให้ตัวเลขประกอบสนับสนุนคำขอที่สมจริงที่สุด

แหล่งที่มาของการจัดหาเงินทุน (Where to acquire funds)

การที่จะตอบได้ว่าจะจัดหาเงินทุนมาจากแหล่งใด จะต้องทราบก่อนว่าผู้ต้องการเงินลงทุนมีความต้องการใช้เงินทุนนานแค่ไหน และฐานะของกิจการเป็นอย่างไร ดังนั้นในขั้นต้น ผู้กู้ควรจะถามคำถามตัวเอง 2 ประการ คือ

1. มีความต้องการเงินทุนระยะสั้นหรือระยะยาว
2. มีฐานะของกิจการแข็งแรงและมั่นคงเพียงใดในแง่ของผู้กู้ยืม

เงินทุนที่จัดหามาได้มาจากที่ใดและรูปแบบไหนขึ้นอยู่กับขนาด และความมั่นคงแข็งแรงของกิจการ สำหรับกิจการที่มีขนาดเล็กหรือไม่มั่นคง แหล่งเงินทุนที่ได้มาก็มักจะเป็นรูปแบบระยะสั้นและจากผู้ให้สินเชื่อ ซึ่งอาจมีการกำหนดเงื่อนไขให้ปฏิบัติเพื่อประกันความเสี่ยงในอันที่จะไม่สามารถบรรลुरुช้อผูกพันที่มีได้โดยการนำเอาลูกหนี้การค้า สินค้าคงคลัง หลักทรัพย์ไปค้ำประกัน

สำหรับเงินทุนระยะยาวจะเป็นปัญหาเฉพาะสำหรับกิจการขนาดเล็ก โดยเฉพาะกิจการที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว เงินกู้ที่จ่ายคืนตามกำหนดเวลา (Term loans) สามารถจัดหามาได้ก็ต่อเมื่อผู้ให้กู้มีความมั่นใจว่า ผู้กู้สามารถบรรลुरुช้อผูกพันหรือชำระเงินได้ตามกำหนด การจัดหาแหล่งเงินทุนมาโดยการออกหุ้นสามัญหรือหุ้นกู้นั้นกระทำได้เฉพาะกิจการที่มีขนาดใหญ่และฐานะมั่นคง สำหรับกิจการขนาดเล็กอาจกระทำได้ก็ต่อเมื่อกิจการนั้นมีความเจริญเติบโตและสามารถทำกำไรได้เพียงพอในอันที่จะกระตุ้นความสนใจต่อสาธารณชนได้ แต่อย่างไรก็ตาม แหล่งของเงินทุนระยะยาวที่มีแนวโน้มจะให้กู้สำหรับกิจการขนาดเล็กส่วนมากมักจะอาศัยดู จากกำไรสะสม นั่นคือ ผู้ถือหุ้นจะต้องพร้อมใจกันที่จะคงกำไรสะสมไว้โดยไม่มีการจ่ายเงินปันผล จนกระทั่งกิจการนั้นมีความเจริญเติบโต และมีขนาดใหญ่พอที่จะสร้างความมั่นใจให้กับผู้ให้กู้ได้

การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ (Allocating Funds in the Business)

การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ หมายความว่า การจัดสรรเงินทุนไปในสินทรัพย์ อย่างไรก็ตามที่จะก่อให้เกิดความเหมาะสมที่สุด นั่นคือ จะต้องให้ความสำคัญระหว่างความสามารถในการทำกำไร (Profitability) และสภาพคล่อง (Liquidity) ของกิจการ ความสามารถในการทำกำไร หมายถึง กำลังความสามารถที่จะให้ได้มาซึ่งรายได้ (Earning Power) สภาพคล่องของกิจการ หมายถึง การมีสินทรัพย์ที่มีสภาพใกล้เคียงกับเงินสด ทั้งสองสิ่งนี้มีความขัดแย้งกันและเป็นปัญหาสำหรับนักบริหารการเงินที่จะต้องทำการตัดสินใจ

ผู้บริหารการเงินจะต้องรู้แนวทางและการควบคุมเงินทุนในธุรกิจไม่ให้มีมาก หรือน้อยเกินไป การมีเงินทุนที่จำกัด มีความสามารถในการทำกำไรสูง แต่มีสภาพความคล่องตัวทางการเงินต่ำนั้น อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อการขาดแคลนเงินทุนในยามฉุกเฉินหรือยามมีโอกาสที่ดี แต่ในทางกลับกัน การมีเงินทุนมากเกินไป จะมีสภาพความคล่องตัวทางการเงินสูง มีความปลอดภัยมาก แต่ความสามารถในการทำกำไรลดลง ทั้งนี้เพราะสินทรัพย์ที่มีความคล่องตัวทางการเงินสูง โดยทั่วไปมักจะให้ผลตอบแทนต่ำ

2. การวิเคราะห์การลงทุน

บริษัทจะใช้การวิเคราะห์การลงทุนเพื่อช่วยประเมินการลงทุนในระยะยาว การวิเคราะห์การลงทุน (Capital Investment Analysis) หรืองบลงทุน (Capital budgeting) เป็นกระบวนการในการวางแผนการดำเนินงาน การประเมินและการควบคุมการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ทุนที่นำมาใช้ในการลงทุนจะต้องจัดหาจากแหล่งเงินทุนระยะยาว และอาจมีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลานาน ดังนั้นเงินทุนที่ลงทุนไปนั้นจะต้องได้รับอัตราผลตอบแทน กลับคืนมาอย่างเหมาะสม จึงจะทำให้ธุรกิจสามารถจัดหาเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ ได้ และสามารถจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นสามัญ การตัดสินใจลงทุนจึงเป็นการตัดสินใจที่มีความสำคัญกับฝ่ายบริหาร โดยต้องทำการวิเคราะห์การลงทุนด้วยความระมัดระวัง

การวิเคราะห์การลงทุน (Capital Investment Analysis) หรืองบลงทุน (Capital Budgeting) เป็นกระบวนการในการวางแผนและการจัดสรรเงินลงทุนในโครงการต่าง ๆ ของธุรกิจ โดยเป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับเงินลงทุนในธุรกิจที่ได้ลงทุนในปัจจุบัน ซึ่งจะเห็นผลสำเร็จในอนาคต หรือเป็นกระบวนการที่ผู้บริหารใช้ในการตัดสินใจ เพื่อประเมินความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายและผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการลงทุนในโครงการต่าง ๆ เพื่อให้ได้ผลประโยชน์สูงสุดในการจัดสรรทรัพยากรสำหรับการลงทุนในระยะยาว

วิธีการประเมินโครงการลงทุน

วิธีการประเมินโครงการลงทุนสามารถแยกได้เป็น 2 แบบ ได้แก่

1. แบบที่ไม่ได้คำนึงถึงมูลค่าปัจจุบัน (Not use Present Values) มี 2 วิธี คือ
 - 1.1 วิธีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย [Average Rate of Return (ARR)]
 - 1.2 วิธีเงินสดคืนทุน (Cash Payback) หรือระยะเวลาคืนทุน [Payback Period (PB)]
2. แบบที่คำนึงถึงมูลค่าปัจจุบัน (Use Present Values) มี 2 วิธี คือ
 - 2.1 วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ [Net Present Value (NPV)]
 - 2.2 วิธีอัตราผลตอบแทนคิดลด [Internal Rate of Return (IRR)]

แบบที่คำนึงถึงมูลค่าในปัจจุบันนั้นจะพิจารณาถึงมูลค่าตามเวลาของเงิน (Time Value of Money) โดยมีแนวคิดที่ว่า เงินที่นำมาลงทุนในปัจจุบันและจะได้รับผลตอบแทนในอนาคตข้างหน้า โดยจำนวนเงินดังกล่าวหากได้รับ ในระยะเวลาต่างกันย่อมมีค่าไม่เท่ากัน

การประเมินโครงการลงทุนแบบที่ไม่ได้คำนึงถึงมูลค่าปัจจุบัน

การประเมินโครงการลงทุนแบบที่ไม่ได้คำนึงถึงมูลค่าปัจจุบัน มี 2 วิธีคือ วิธีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย [Average Rate of Return (ARR)] และระยะเวลาคืนทุน (Payback period) เป็นวิธีที่ใช้ง่าย และวิธีดังกล่าวเหมาะสำหรับใช้ประเมินโครงการลงทุนเบื้องต้น โดยปกติผู้บริหารจะกำหนดเกณฑ์มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการยอมรับโครงการลงทุนเอาไว้ หากไม่ถึงเกณฑ์มาตรฐานที่ตั้งไว้ผู้บริหารก็จะปฏิเสธโครงการ แต่ถ้าถึงเกณฑ์มาตรฐานขั้นต่ำก็จะดำเนินการวิเคราะห์โครงการลงทุนต่อไป นอกจากนี้วิธีประเมินโครงการแบบที่ไม่ได้คำนึงถึงมูลค่าปัจจุบัน จะเหมาะสำหรับการประเมินโครงการลงทุนในระยะสั้น ดังนั้นกระแสเงินสดของแต่ละช่วงเวลา จึงมีความสำคัญน้อยมาก

1. วิธีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย [Average Rate of Return (ARR)] หรืออัตราผลตอบแทนทางการบัญชี (Accounting Rate of Return) เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดกำไรสุทธิถัวเฉลี่ย เป็นเปอร์เซ็นต์ของการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรถัวเฉลี่ย หรือเป็นอัตราส่วนระหว่างประมาณการกำไรสุทธิถัวเฉลี่ยต่อปีกับเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรถัวเฉลี่ย ซึ่งสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\text{อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR)} = \frac{\text{ประมาณการกำไรสุทธิถัวเฉลี่ยต่อปี}}{\text{เงินลงทุนถัวเฉลี่ย}}$$

เกณฑ์การตัดสินใจ

- กรณีอัตราผลตอบแทนด้วยเฉลี่ยที่คำนวณได้ เท่ากับหรือมากกว่า อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการจะยอมรับโครงการ

- กรณีอัตราผลตอบแทนด้วยเฉลี่ยที่คำนวณได้ ต่ำกว่า อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการจะปฏิบัติโครงการ

2. ระยะเวลาคืนทุน [Payback Period (PB)] หมายถึง จำนวนปีที่รายได้จากการลงทุนคุ้มกับเงินที่ลงทุนไปเป็นระยะเวลานานเท่าใด ซึ่งหมายถึงวันเดือนปีที่เงินสหรับเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิในการประเมินค่าการลงทุนนี้จะใช้ทั้งระยะเวลาคืนทุนโดยเฉลี่ย (Average Payback Period) และระยะเวลาการคืนทุนที่เป็นจริง (Actual Payback Period)

2.1 ระยะเวลาคืนทุน โดยเฉลี่ย (Average Payback Period)

ใช้ในการวัดการลงทุน จากสมมติฐานที่ว่ากระแสเงินสดรับทุก ๆ ปี ต้องเท่ากัน ดังนั้นจะคำนวณได้โดยใช้สูตร

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน โดยเฉลี่ย} = \frac{\text{เงินจ่ายลงทุนสุทธิ}}{\text{กระแสเงินสดรับสุทธิประจำปีโดยเฉลี่ย}}$$

2.2 ระยะเวลาคืนทุนจริง (Actual Payback Period) เพื่อที่จะวัดดูว่ารายได้ที่ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนนั้น จะคุ้มกับเงินลงทุนที่ได้ลงทุนไปแล้วในระยะเวลายาวนานเพียงใด

แนวคิดมูลค่าปัจจุบัน

การลงทุนในสินทรัพย์ถาวรนั้น จะต้องพิจารณาถึงกระแสเงินสดสุทธิในช่วงเวลาต่าง ๆ ช่วงเวลาที่เกี่ยวข้องกับกระแสเงินสดสุทธิที่ได้รับถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาถึงมูลค่าของการลงทุน วิธีมูลค่าปัจจุบัน (Present Value) นี้จะใช้ทั้งจำนวนเงินที่ได้รับและเวลาของกระแสเงินสดสุทธิในการประเมินการลงทุนก่อนที่จะศึกษาถึงวิธีนี้ในการวิเคราะห์การลงทุนจำเป็นจะต้องเข้าใจถึงแนวคิดมูลค่าปัจจุบันขั้นพื้นฐาน

แนวคิดมูลค่าปัจจุบัน (Present Value Concepts) แบ่งออกเป็นมูลค่าปัจจุบันของเงินรวม (Present Value of an amount) และมูลค่าปัจจุบันของเงินรายงวด (Present Value of an annuity) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. มูลค่าปัจจุบันของเงินรวม (Present Value of an Amount) เป็นการหามูลค่าปัจจุบันของเงินจำนวนหนึ่งที่ได้รับในอนาคต

มูลค่าปัจจุบัน [Present Value (PV)] หมายถึง การหามูลค่าของเงินที่จะได้รับในอนาคตว่าควรมีมูลค่าปัจจุบันเท่าใด ซึ่งเงินที่จะได้รับในอนาคตย่อมมีมูลค่าปัจจุบันน้อยกว่าหรือมูลค่าของเงินปัจจุบันจะมีค่ามากกว่าเงินที่จะได้รับในอนาคต เพราะเงินที่มีอยู่ในปัจจุบันสามารถนำไปลงทุนเพื่อหาผลประโยชน์ได้ โดยคิดลดจากผลตอบแทนที่ควรจะได้รับในช่วงเวลาปัจจุบันถึงอนาคต

มูลค่าปัจจุบันของเงินที่ลงทุน = มูลค่าในอนาคตของเงินที่ได้รับ x ปัจจัยดอกเบี้ยมูลค่าปัจจุบัน

$$PV = FV_n (PVIF_{i,n})$$

2. มูลค่าปัจจุบันของเงินรายงวด (Present Value of an Annuity) เงินรายงวด (Annuity) หมายถึง กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flows) ที่มีจำนวนเท่า ๆ กัน ในแต่ละช่วงเวลาที่กำหนดไว้ เงินรายงวดนิยมใช้กันมากในธุรกิจ ตัวอย่างเงินรายงวด เช่น กระแสเงินสดเกี่ยวกับค่าเช่า เงินเดือน และดอกเบี้ยหุ้นกู้ต่อเดือน

มูลค่าปัจจุบันของเงินรายงวด เป็นผลรวมของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับแต่ละงวดหรือการหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิที่ได้รับในอนาคตเป็นรายงวด (Annuity) งวดละเท่า ๆ กัน สามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

มูลค่าปัจจุบันของเงินรายงวด = ผลรวมของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับแต่ละงวด

$$PV = CF (PVIFA_{i,n})$$

กำหนดให้

PV	=	มูลค่าปัจจุบัน (Present Value)
CF	=	กระแสเงินสดรับ (Cash Inflows)
n	=	จำนวนงวดหรือจำนวนปี
i	=	อัตราดอกเบี้ย (Interest Rate)
PVIF	=	ปัจจัยดอกเบี้ยมูลค่าปัจจุบัน (Present Value Interest Factor)

$$PVIFA = \text{ปัจจัยดอกเบี้ยมูลค่าปัจจุบันของเงินรายงวด(Present Value Interest Factor of Annuity)}$$

การประเมินโครงการลงทุนแบบที่คำนึงถึงมูลค่าปัจจุบัน

การประเมินโครงการลงทุนแบบที่คำนึงถึงมูลค่าปัจจุบัน สามารถทำได้ 2 วิธี คือ

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ [Net Present Value (NPV)] เป็นเทคนิคการคิดส่วนลดของกระแสเงินสดรับหักด้วยกระแสเงินสดจ่าย โดยการลดค่าของเงินสดรับในอนาคตตามอัตราต้นทุนของเงินลงทุนซึ่งจะกำหนดโดยฝ่ายบริหาร อัตรานี้โดยทั่วไปขึ้นอยู่กับปัจจัยตามลักษณะของธุรกิจ จุดมุ่งหมายของการลงทุน ต้นทุนของการจัดหาเงินเพื่อการลงทุน และอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการสามารถคำนวณได้จากสูตร

$$\text{ค่าปัจจุบันสุทธิ} = \text{ค่าปัจจุบันของเงินสดรับสุทธิ} - \text{เงินลงทุนสุทธิ}$$

การหาค่าปัจจุบันสุทธิใช้หลักเกณฑ์ที่ว่า การที่ได้ค่าของเงินสดจ่ายลงทุนในงวดนี้จะมีอำนาจซื้อสูงกว่าเงินสดจำนวนเดียวกันที่ได้รับในระยะเวลาต่อมา ดังนั้น เมื่อต้องการจะเปรียบเทียบเงินลงทุนที่จ่ายไปในวันนี้กับเงินสดรับในงวดต่าง ๆ หลายงวดรวมกัน ควรจะทำเงินสดรับนั้นให้เป็นค่าใช้จ่ายในวันจ่ายเงินลงทุน

เกณฑ์การตัดสินใจ วิธีการใช้ค่าปัจจุบัน ในการพิจารณาเลือกโครงการลงทุนโดยอาจตั้งสมมติฐานว่า $NPV > 0$ จะยอมรับโครงการนี้ แต่ถ้า $NPV < 0$ ก็จะปฏิเสธโครงการลงทุนนั้น หมายความว่าถ้าหากรายรับในงวดต่าง ๆ นั้น คิดเป็นค่าปัจจุบันสูงกว่าเงินที่จ่ายลงทุนในวันนี้ ก็แสดงว่าโครงการลงทุนนั้นให้ผลกำไร และในทางตรงกันข้ามถ้าหากรายรับในงวดต่าง ๆ ต่ำกว่าเงินลงทุนของธุรกิจ ก็ควรปฏิเสธโครงการลงทุนนั้น

ดัชนีมูลค่าปัจจุบัน [Present value Index (PI) หรือดัชนีการทำกำไร (Profitability Index) เป็นอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิรวมกับจำนวนเงินที่จ่ายลงทุนเริ่มแรก ในกรณีที่บริษัทมีเงินลงทุนจำนวนจำกัดและมีโครงการที่เกี่ยวข้องให้เลือกหลายโครงการ ซึ่งเราสามารถจัดลำดับของโครงการจากการคำนวณ ได้ดังนี้

$$\text{ดัชนีมูลค่าปัจจุบัน (PI)} = \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิรวม}}{\text{จำนวนเงินลงทุน}}$$

2. อัตราผลตอบแทนคิดลด [Internal Rate of Return (IRR)] เป็นวิธีการตัดสินใจเลือกลงทุน โดยตั้งข้อสมมุติฐานว่าอัตราผลตอบแทนที่สอดคล้องหมายถึง อัตราผลตอบแทนต่ำสุดของโครงการหรืออัตราผลตอบแทนแท้จริง เป็นอัตราที่ทำให้ค่าปัจจุบันของเงินสกรับเข้าเท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรก โดยอัตราผลตอบแทนนี้จะปรับค่าของเงินที่ได้รับอนาคตให้เป็นค่า ณ เวลาเดียวกับที่นำเงินมาลงทุน

หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการขออนุญาตเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าธรรมเนียมอื่น ของโรงเรียนเอกชนตามมาตรา 15(1) และมาตรา 15 (3) แห่งพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525

หลักเกณฑ์

1. การเก็บค่าธรรมเนียมการเรียน ให้โรงเรียนประเภทสามัญศึกษาและอาชีวศึกษาดำเนินการดังนี้

1.1 โรงเรียนประเภทสามัญศึกษา ระดับก่อนประถมศึกษาที่เปิดสอน หลักสูตรอนุบาล 2 ปี และรับการอุดหนุนค่าใช้จ่ายรายหัวนักเรียน ไม่ให้เก็บค่าธรรมเนียมการเรียน สำหรับโรงเรียนที่เปิดสอนหลักสูตรอนุบาล 3 ปี ให้เก็บค่าธรรมเนียมการเรียนในอัตราเดิมเฉพาะชั้นปีที่ 1 ซึ่งไม่ได้รับเงินอุดหนุน

1.2 โรงเรียนประเภทสามัญศึกษาระดับประถมศึกษา และ/หรือมัธยมศึกษาที่รับการอุดหนุนค่าใช้จ่ายรายหัวนักเรียน ไม่ให้เก็บค่าธรรมเนียมการสอน

1.3 โรงเรียนประเภทอาชีวศึกษา ที่เปิดสอนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ที่รับการอุดหนุนค่าใช้จ่ายรายหัวนักเรียน ไม่ให้เก็บค่าธรรมเนียมการเรียน

1.4 โรงเรียนประเภทอาชีวศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และ/หรือ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพเทคนิค (ปวท.) ให้เก็บค่าธรรมเนียมการเรียนในอัตราเดิม

1.5 โรงเรียนที่ไม่ประสงค์จะขอรับเงินอุดหนุน ให้เก็บค่าธรรมเนียมการเรียนได้ตามความจำเป็นและเหมาะสม ทั้งนี้จะต้องได้รับอนุญาตจากสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนเป็นราย ๆ ไป

2. การเก็บค่าธรรมเนียมอื่น ให้โรงเรียนประเภทสามัญศึกษาและอาชีวศึกษาดำเนินการดังนี้

2.1 โรงเรียนประเภทสามัญศึกษาระดับก่อนประถมศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษา และ โรงเรียนประเภทอาชีวศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ที่

ได้รับการอุดหนุนค่าใช้จ่ายรายหัวนักเรียน ให้ขอเก็บค่าธรรมเนียมอื่นเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา ได้ไม่เกินอัตราค่าใช้จ่ายรายหัวภาครัฐที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (สกศ.) กำหนด

2.2 โรงเรียนที่ได้รับอนุญาตให้เก็บค่าธรรมเนียมอื่นอยู่แล้ว ให้เก็บในอัตราเดิม

วิธีการ

ให้โรงเรียนยื่นคำขอเปลี่ยนแปลงค่าธรรมเนียมการเรียนและ/หรือค่าธรรมเนียมอื่นเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาต่อเจ้าหน้าที่ภายในเวลาที่กำหนด

เงื่อนไข

1. โรงเรียนต้องแจ้งอัตราค่าธรรมเนียมการเรียนและ/หรือค่าธรรมเนียมอื่น ให้ผู้ปกครองและ/หรือนักเรียนทราบเป็นลายลักษณ์อักษร
2. กรณีที่โรงเรียนเก็บเงินค่าธรรมเนียมการเรียนและ/หรือ ค่าธรรมเนียมอื่นจากนักเรียนไว้ก่อนเปิดภาคเรียน หากผู้ปกครองและ/หรือนักเรียนประสงค์ลาออกภายใน 15 วัน หลังจากเปิดภาคเรียน โรงเรียนต้องคืนเงินค่าธรรมเนียมการเรียน และ/หรือ ค่าธรรมเนียมอื่นให้ผู้ปกครองนักเรียน พร้อมทั้งคืนหลักฐานต่างๆ ให้ผู้ปกครองนักเรียนภายใน 7 วัน นับแต่วันที่ขอลาออก
3. การใช้สิทธิเบิกเงินสวัสดิการเกี่ยวกับการศึกษาของบุตรจากรัฐให้เป็นไปตามไปที่กระทรวงการคลังกำหนด

อัตราค่าธรรมเนียมอื่นเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

ประเภทวิชาพาณิชยกรรม หรือบริหารธุรกิจ

อัตราที่รัฐอุดหนุน 7,340 บาท/คน/ปี

อัตราที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติกำหนด 13,070 บาท/คน/ปี

อัตราค่าธรรมเนียมอื่น 5,730 บาท/คน/ปี

บททวนวรรณกรรม

รักสุดอุทัย ไชยอุปละ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “ความเป็นไปได้โครงการเขียนหัตถกรรม ในเขตอำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค

และด้านการเงิน โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องและจากเอกสารหนังสือที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษารูปได้ว่า ด้านเศรษฐกิจ เศรษฐกิจไทยโดยรวม มีการขยายตัวร้อยละ 1.9 ในการผลิตของโครงการเป็นการทำให้ผ้าฝ้ายและผ้าแมมเบ็ดมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่ากระบวนการผลิตของโครงการไม่มีผลกระทบหรือก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือมลภาวะใด ๆ และยังเป็นการสร้างทางเลือกในการประกอบอาชีพของประชาชนในท้องถิ่น ด้านการตลาด ทางโครงการมีช่องทางจำหน่ายขายส่งและขายปลีก โดยมีตำแหน่งของผลิตภัณฑ์อยู่ที่คุณภาพสูง ราคาปานกลาง ด้านการจัดการ ทางโครงการมีการจัดโครงสร้างตามหน้าที่ ซึ่งแบ่งงานกันทำเฉพาะด้าน ด้านเทคนิค โครงการมีนโยบายทำการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือและผ้าบาติกเอง เมื่อผลิตเต็มกำลังการผลิตโครงการจะรับซื้อผลิตภัณฑ์จากชุมชน ในผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือและจะจ้างแรงงานภายนอกผลิตเป็นรายชิ้น ในผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก ด้านการเงิน ทางโครงการมีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นปีละร้อยละ 10 จากการประเมินผลโครงการมีระยะเวลาดำเนินการ 3.30 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 222,295.36 บาท และมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 20.56

ข้อสรุปการศึกษาความเป็นไปได้ โครงการเหื่อนหัตถกรรม คือมีความเป็นไปได้ของการลงทุนในโครงการนี้สูง เนื่องจากสามารถคืนทุนได้เร็ว มีมูลค่าเงินปัจจุบันสุทธิเป็นบวก และมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง จึงสมควรที่จะลงทุนในโครงการนี้

สุวพัฒน์ สมหวัง (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและความเหมาะสมของโครงการในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้านการเงิน โดยรวบรวมข้อมูลประกอบการศึกษาจากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือประกอบและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีเป้าหมายเพื่อต้องการให้จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์สินค้า ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศไปจนถึงระดับนานาชาติ อีกทั้งเป็นโครงการที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐที่ต้องการให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภาคเหนือตอนบน ไม่ว่าจะในด้านคมนาคม ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านเทคโนโลยี โดยต้องการให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการลงทุน รวมไปถึงสร้างผลตอบแทนให้แก่เจ้าของโครงการคุ้มค่างบเงินที่ลงทุน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยรวมในปี 2544 มีภาวะการถดถอยต่อจากปี 2543 เนื่องจากเศรษฐกิจของอเมริกาและญี่ปุ่นมีการชะลอการเติบโต แต่ภาครัฐของไทยยังคงดำเนินมาตรการ

กระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายภายในประเทศ และการกระตุ้นการส่งออกสินค้าของไทยไปยังต่างประเทศให้มากขึ้น ในการสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ยังช่วยให้ผู้บริโภคได้พบกับผู้ผลิตโดยตรง สร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้แก่ประเทศจากการรับการประชุมจากต่างประเทศทางหนึ่งและทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น

การสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าจังหวัดเชียงใหม่เป็นอีกโครงการหนึ่งที่ช่วยเพิ่มทางเลือกให้กับผู้ประกอบการในการหาช่องทางทางการจัดจำหน่ายสินค้า เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการจากการจำหน่ายสินค้าและเพิ่มรายได้ให้กับภาครัฐ จากการจัดงานเลี้ยงการจัดการประชุมในระดับประเทศ โดยจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีภูมิประเทศที่สวยงาม มีความพร้อมด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ การคมนาคม และโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับภาคอุตสาหกรรมเป็นศูนย์กลางการค้าและการบริการของภาคเหนือ และดำเนินตามนโยบายตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 และ 9 ที่ต้องการพัฒนาระบบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตรและอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับศักยภาพและโอกาสของจังหวัดเชียงใหม่

โครงการศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าจังหวัดเชียงใหม่ เป็นโครงการที่ดำเนินการโดยการจดทะเบียนนิติบุคคลในรูปของบริษัทจำกัดทุนจดทะเบียน 35,000,000 บาท เงินลงทุนในโครงการ 612,570,000 บาท กู้ยืมเงินจากบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย 250,000,000 บาท ในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 7 ต่อปี ออกหุ้นบุริมสิทธิ 322,570,000 บาท รายได้จากการให้บริการในปีที่ 1 ถึงปีที่ 10 91,615,000 – 176,879,000 บาท การประเมินผลโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 7.10 ปี มูลค่าเงินปัจจุบันสุทธิ 30,127,204.39 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 10.90 จากการประเมินผลด้านการเงินภายในความไม่แน่นอนเมื่อให้ค่าใช้จ่ายการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 โครงการยังให้ผลตอบแทนที่ดี แต่เมื่อรายได้ลดลงร้อยละ 5 หรือเมื่อรายได้ลดลงร้อยละ 5 และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 พร้อมกัน โครงการไม่สามารถรับได้

สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าจังหวัดเชียงใหม่ คือ ความเป็นไปได้ของการลงทุนในโครงการนี้มี เนื่องจากสามารถคืนทุนได้เร็ว มีมูลค่าเงินปัจจุบันสุทธิเป็นบวก และมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง จึงสมควรลงทุนในโครงการนี้