

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนร้านค้าแปสดบริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้เป็นไปอย่างมีระบบแบบแผนจึงได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาใช้ประกอบการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (ชัยยศ สันตวงษ์, 2539) หมายถึง การศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด ทั้งในขอบเขตกว้าง และในขอบเขตที่มีรายละเอียดลึกลงไป ซึ่งมีกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม คือ กิจกรรมด้านการตลาด คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และ ด้านการเงิน ผลของกิจกรรมดังกล่าวจะสรุปหรือสะท้อนออกมาในรูปของงบการเงินล่วงหน้า ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญนำมาประเมินผลและตัดสินใจว่าจะลงทุนในโครงการหรือไม่ โดยพิจารณาที่ผลตอบแทนจากการลงทุน และความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่

โดยแนวคิดในการวิเคราะห์ในแต่ละด้านทั้งด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และ ด้านการเงิน สรุปได้ดังนี้

#### 1. การวิเคราะห์ด้านการตลาด (Market Analysis)

จะทำการศึกษารายละเอียดของข้อมูลที่น่าไปใช้กำหนดเป้าหมายของตลาดคุณลักษณะและภาวะของตลาด ตลอดจนระบุถึงขนาดตลาดโดยทั่วไป การวิเคราะห์ด้านการตลาดประกอบไปด้วย

- 1.1 ภาวะตลาดโดยสรุป รวมถึงขอบเขตของตลาด ช่องทางระบบการจัดจำหน่าย และวิธีปฏิบัติในการค้าโดยทั่วไป
- 1.2 วิเคราะห์อุปสงค์ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต
- 1.3 วิเคราะห์ช่องทางระบบการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งในอดีต และปัจจุบัน เก็บรวบรวมข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์แข่งขันของผลิตภัณฑ์ เช่น ราคาขาย คุณภาพกลยุทธ์ทางการตลาดของคู่แข่ง

#### 1.4 คาคะเนส่วนแบ่งตลาดของโครงการนั้นโดยคำนึงถึงอุปสงค์การจัดจำหน่าย สถานการณ์แข่งขันและกลยุทธ์ทางการตลาดของโครงการ

โดยการวิเคราะห์ด้านการตลาดนี้จะใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ หรือที่เรียกว่า 7P's (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) มาประกอบการวิเคราะห์ด้านการตลาดซึ่งรายละเอียดแต่ส่วนมีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือสิ่งที่เสนอขายเพื่อตอบสนองความจำเป็น หรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์นั้นต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่า ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้
2. ราคา (Price) คือ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาก่อนการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ต้นทุนสินค้า การแข่งขันในตลาด และปัจจัยอื่นๆ
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบัน และ กิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ และบริการจากองค์กร ไปยังตลาด
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยมีเครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ คือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขาย และ การประชาสัมพันธ์
5. บุคคลผู้ให้บริการ (Personnel) คือบุคคลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการให้บริการในแต่ละธุรกิจ ตั้งแต่เริ่มต้นจนการให้บริการสิ้นสุด ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อสามารถให้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหา และการตอบสนองต่อลูกค้า
6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการแสดงให้เห็นคุณค่าของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของการบริการ เช่น การมีสถานที่โปร่งโล่ง สะอาด มีความร่มรื่นทันสมัย การจัดสถานที่ให้มีบรรยากาศที่เหมาะสม การจัดให้มีสถานที่นั่งพัก เป็นต้น
7. กระบวนการให้บริการ (Process) เป็นวิธีการดำเนินงานขององค์กรเพื่อสนองตอบความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ตามกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้ เป็นวิธีการจัดการของแต่ละองค์กรเพื่อให้เกิดการบริการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

## 2. การวิเคราะห์ด้านเทคนิค (Technical Analysis)

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค(ชัยยศ สันติวงษ์, 2539) และเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการ เพื่อการจัดการแหล่งเงินทุนต่อไปโดยจะพิจารณาในเรื่องต่อไปนี้

2.1 เงินลงทุนถาวร คือ เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเริ่มแรก เช่น เครื่องชงกาแฟเครื่องบดกาแฟ เฟอ์นเจอร์ร้าน เป็นต้น

2.2 ค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ เป็นค่าใช้จ่ายนอกเหนือจากค่าใช้จ่ายในการผลิต จะเกิดขึ้นในช่วงแรกเท่านั้น เช่น ค่าซ่อมแซม และตกแต่งร้านเพิ่มเติม ค่าใช้จ่ายในการเปิดร้านใหม่

2.3 ค่าใช้จ่ายระหว่างการดำเนินการ เป็นค่าใช้จ่ายจากการผลิตตามปกติ เช่น ค่าล่วงเวลา ค่าซ่อมแซมและตกแต่งร้านเพิ่มเติม

โดยในการคาดคะเนต้นทุนทั้งหมดจะต้องศึกษาทางเลือกดังต่อไปนี้ ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ การเลือกอุปกรณ์ การกำหนดทำเลที่ตั้ง การออกแบบ การกำหนดขนาด และกำลังการผลิต

## 3 การวิเคราะห์ด้านการจัดการ (Management Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการจัดการ (ฐาปนา ฉินไพศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูล, 2544) ใช้ในการพิจารณาในการกำหนดรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสม โดยจะพิจารณาถึง รูปแบบหน่วยธุรกิจที่เหมาะสม เช่น กิจการเจ้าของคนเดียว (Single Proprietorship) ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Partnership) บริษัทจำกัด (Coporation) การบริหารภายใน เช่น การจัดโครงสร้างองค์กร (Organization Structure หรือ Corporate Structure) จำนวนและคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องการ แหล่งที่มาของบุคลากร การจ่ายค่าตอบแทน และรวมถึงค่าใช้จ่ายในการขออนุญาตต่างๆ จากหน่วยงานราชการ

## 4. การวิเคราะห์ด้านการเงิน (Financial Analysis)

เป็นการวิเคราะห์เพื่อดูว่าโครงการที่จัดขึ้นมีลักษณะคุ้มทุนหรือไม่ คือ ถ้างลงทุนไปหนึ่งหน่วย ผลตอบแทนที่ได้มากกว่าหนึ่งหน่วยหรือไม่ ถ้ามมากกว่าแสดงว่าโครงการควรลงทุนได้ ถ้าเท่ากับหนึ่งแสดงว่าเสมอตัว ถ้าน้อยกว่าแสดงว่าต่ำกว่าทุน (วีระพล สุวรรณนันทน์, 2524) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ด้านการเงินมีดังนี้ (ชัยยศ สันติวงษ์, 2539)

4.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(Net Present Value) คือ การประเมินหาผลรวมสุทธิของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดที่รับ และจ่ายที่เกิดขึ้นตลอดช่วงอายุของโครงการ โดยการลดค่าด้วยอัตราลดค่า ซึ่งแสดงออกมาในรูปสมการได้ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{NCF_t}{(1+r)^t} - I_0$$

โดย

$NCF_t$  = กระแสเงินสดรับสุทธิตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ n

$r$  = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ หรือต้นทุนเงินทุน

$I_0$  = เงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ

$\sum_{t=1}^n$  = ผลบวกของ....ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ n

การประเมินโครงการด้วยวิธีค่าปัจจุบันสุทธิ หากคำนวณค่าปัจจุบันสุทธิได้ค่าเป็นบวกควรลงทุนในโครงการนั้น และปฏิเสธโครงการลงทุน ถ้ามีค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ

4.2 อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal Rate of Return หรือ IRR) เป็นอัตราที่นำไปลดค่าแล้วทำให้กระแสเงินสดรับเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายพอดี นั่นคือ  $NPV = 0$  วิธีการคำนวณก็เหมือนกับวิธีการของ NPV เพียงแต่เปลี่ยนการใช้อัตราลดค่าจากอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำมาทำอัตราลดค่าหลายๆ ค่าจนกระทั่งได้มูลค่าปัจจุบันรวมสุทธิเท่ากับศูนย์ อัตราลดค่าที่ได้ นั่นคือ อัตราผลตอบแทนสูงสุดที่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรที่แท้จริงของโครงการนั่นเอง

4.3 ดัชนีการทำกำไร (Profitability Index) คือ ดัชนีที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับรวมทั้งโครงการกับค่าปัจจุบันของเงินลงทุนรวม

4.4 การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) เป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของกำไร อันเป็นผลเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรต่างๆ เช่น ราคาขายต่อหน่วย ต้นทุนต่อหน่วย ปริมาณยอดขาย เป็นต้น รูปแบบที่นิยมใช้ในการวิเคราะห์ความไวมี 2 แบบคือ

4.4.1 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Event Point Analysis) เป็นตัวแบบที่นิยมใช้ในการวิเคราะห์ความไว เพื่อให้ทราบระดับกำลังการผลิตที่ก่อให้เกิดการคุ้มทุนพอดีหากปัจจัยตัวแปรเปลี่ยนแปลงไป ทำให้การตัดสินใจกระทำได้ดีขึ้น จุดคุ้มทุนสามารถหาได้โดยสมการดังนี้

$$\text{มูลค่ายอดขาย} = \text{ต้นทุนการผลิต}$$

$$\text{มูลค่ายอดขาย} = \text{ปริมาณยอดขาย} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย}$$

$$\text{ต้นทุนการผลิต} = (\text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} \times \text{ปริมาณยอดขาย}) + \text{ต้นทุนคงที่}$$

$$\text{หรือ} \quad Y = PX$$

$$Y = VX + F$$

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

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

$$F = \text{ต้นทุนคงที่}$$

$$P = \text{ราคาขายต่อหน่วย}$$

$$\text{ดังนั้น} \quad PX = VX + F$$

$$\text{และ} \quad X = F / (P - V)$$

จากหลักการของจุดคุ้มทุนดังกล่าวสามารถนำมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงในตัวแปร ได้แก่ ราคาขายต่อหน่วย ต้นทุนการผลิตคงที่ และต้นทุนผันแปรต่อหน่วยที่มีต่อจุดคุ้มทุนของโครงการเพื่อนำมาพิจารณาตัดสินใจเลือกข้อเสนอลงทุน ณ ระดับกำลังผลิตต่างๆ

4.4.2 การจำลองสถานการณ์ (Simulation) คือ การกำหนดปริมาณหรืออัตราเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่สำคัญ และวัดผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรนั้นๆ เช่น เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของยอดขายในขณะที่ตัวแปรอื่นๆ ยังคงที่จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) อย่างไรบ้าง เมื่อเปรียบเทียบกับกรณีที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงยอดขาย โดยปกติตัวแปรที่จะพิจารณา ได้แก่ ยอดขาย ต้นทุน ฯลฯ

### สมมุติฐาน

โครงการลงทุนร้านกาแฟสดบริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีความเป็นไปได้เมื่อมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV) เป็นบวก ในระยะเวลา 5 ปี หลังจากการดำเนินงาน และมีอัตราผลตอบแทนการลงทุนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10.25 ซึ่งเป็นผลรวมของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายใหญ่ชั้นดีตามประกาศของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) Minimum Loan Rate (MLR) ที่ 6.25% ของเดือนตุลาคม 2548 และ Risk Premium 4.0 %

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ปราณี กรกาญจนารักษ์ (2543) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ร้านกาแฟมอนกรีนคืออสในโรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาทางการตลาด ทางเทคนิค ได้ทำเลในบริเวณโรงพยาบาลได้หอพยาบาล(กาแฟ) จากการนับปริมาณคนเดินผ่าน ทำให้คาดการณ์ได้ว่าในช่วงเปิดเทอมจะมีจำนวนลูกค้าเฉลี่ย 300 คนต่อวัน และช่วงปิดเทอมจะมีลูกค้าเฉลี่ย 150 คนต่อวัน มีรายได้ประมาณ 4,500,000 บาทต่อปี ใช้เงินลงทุน 638,900 บาท ต้นทุนสินค้าขาย 76 เปอร์เซ็นต์ของยอดขาย ค่าใช้จ่ายคงที่ 622,609.92 บาทต่อปี กำไรสุทธิ 270,715.12 บาท ต่อปี มีระยะเวลาการคืนทุน 1 ปี 10 เดือน 28 วัน อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยเท่ากับ 42.37 เปอร์เซ็นต์ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ อัตราลดค่า 8 เปอร์เซ็นต์ เท่ากับ 1,606,327.59 บาท ดัชนีการทำกำไรเท่ากับ 3.51 อัตราผลตอบแทนลดค่าเท่ากับ 51.55 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งสูงกว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่ตั้งสมมุติฐานไว้ 8 เปอร์เซ็นต์

พิริยะ วิจักขณาพันธุ์ (2543) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านสถานที่ตั้งที่ไปมาสะดวก ส่วนราคา กระบวนการให้บริการ ภาพลักษณ์ของร้าน บุคลากร และการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรียงลงมาตามลำดับ

สมเกียรติ เป็งโต (2547) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟวีนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับมากน้อยเรียงลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะด้านกายภาพ ด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่พึงพอใจระดับมากได้แก่รสชาติกาแฟ ความสดใหม่ ความสะอาด ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ช่องทางการจัดจำหน่ายร้านหาง่าย ระยะเวลาให้บริการเหมาะสม ใกล้บ้านและที่ทำงาน การ

ส่งเสริมการตลาดได้แก่ บริการของพนักงานขาย การบอกต่อจากบุคคลที่เคยใช้บริการ ด้านบุคลากร มีมารยาท และมนุษยสัมพันธ์ มีความเสมอภาคในการบริการ บุคลิกภาพดีแต่งกายเหมาะสม จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการบริการ การนำเสนอลักษณะทางกายภาพได้แก่ความสะอาด การตกแต่งร้าน และบรรยากาศของร้านเป็นกันเอง กระบวนการให้บริการ การเสิร์ฟอาหาร เครื่องดื่มถูกต้อง ครบถ้วนสะดวกรวดเร็ว ขั้นตอนการสั่งของไม่ยุ่งยากซับซ้อน

สถากร ส่งศรี(2548) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านค้าร้านกาแฟแฟรนไชส์แบบล็คแคนยอนสดแบบอิสระในพื้นที่เขตสีลม กรุงเทพมหานคร เป็นการดำเนินงานกิจการโดยเจ้าของคนเดียว มีเงินทุนเริ่มแรกเท่ากับ 1,944,000 บาท โครงการดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการลงทุน อายุโครงการเท่ากับ 5 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็น 531,691 บาท อัตราผลตอบแทนการลงทุนเท่ากับ 31.28% ซึ่งมากกว่าผลตอบแทนทั่วไปซึ่งกำหนดให้เท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ เท่ากับร้อยละ 3 ต่อปี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved