

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวความคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจศูนย์ความงามในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ผู้ศึกษาได้ใช้ทฤษฎี แนวความคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการศึกษา ดังนี้

#### ทฤษฎี และแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) เป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกในการตัดสินใจเพื่อการลงทุน ในโครงการใดโครงการหนึ่ง โดยผลของการวิเคราะห์จะใช้เป็นข้อมูลสำคัญในการจัดทำงบการเงินล่วงหน้าซึ่งการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะช่วยให้ทราบว่าในโครงการนั้นๆสมควรลงทุนหรือไม่ ลงทุนแล้วให้ผลตอบแทนประการใดมีปัจจัยอะไรบ้างที่จะเป็นแรงดึงและแรงดันต่อโครงการนั้นๆ โดยทั่วไปประเด็นที่ทำการวิเคราะห์ ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิคและการจัดการ และด้านการเงิน (ชัยยศ สันตวงษ์, 2539: หน้า 37)

แนวทางในการวิเคราะห์ทางการตลาด ด้านเทคนิคและการจัดการ และด้านการเงิน สรุปได้ดังต่อไปนี้

#### 1. การวิเคราะห์ด้านการตลาด (Market Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการตลาด (ชัยยศ สันตวงษ์, 2539: หน้า 42) เป็นการศึกษาสภาวะแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ และการศึกษาสภาวะแวดล้อมทางอุตสาหกรรมรวมถึง การวิเคราะห์ถึงสถานการณ์และโอกาสทางการตลาดในการลงทุนธุรกิจศูนย์ความงาม โดยพิจารณาถึงกลุ่มเป้าหมาย ขนาดของตลาด และส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์การตลาด รวมทั้งปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจเป็นการวิเคราะห์สภาวะทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับความต้องการหรืออุปสงค์ของตลาด และปริมาณสนองตอบความต้องการหรืออุปทานของตลาด ซึ่งประกอบด้วย โครงสร้างและลักษณะของตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย และราคา ตลอดจนปัจจัยด้านตลาดอื่นๆ จุดมุ่งหมายหลักในการวิเคราะห์ด้านการตลาดก็เพื่อต้องการคาดคะเนรายรับจากยอดขาย และต้นทุนการขาย ผลการคาดคะเนที่ได้จะเป็นส่วนหนึ่งที่น่ามาจัดทำเป็นงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า เพื่อใช้ประโยชน์การประเมินผลการตัดสินใจลงทุน โดยในการศึกษาได้นำส่วน

ประสมการตลาดบริการ มาพิจารณาประกอบในการวิเคราะห์ธุรกิจบริการ(อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543 : หน้า 342) ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ (Product) เกี่ยวข้องกับนโยบายการคัดเลือกสินค้า การสั่งซื้อสินค้า การหมุนเวียนของสินค้าและคลังสินค้า

- ราคา (Price) เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาของสินค้าเพื่อให้สามารถจำหน่ายสินค้า ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมการกำหนดราคาของบริการแต่ละประเภทต้องคำนึงถึงต้นทุนการดำเนินการ ค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกิดขึ้น ซึ่งทำได้หลายวิธี เช่น ตั้งราคาจากต้นทุนบวกด้วยกำไรที่ต้องการ ตั้งราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น ตั้งราคาโดยสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง ศูนย์ความงามที่มีลักษณะเหมือนกันอาจมีการตั้งราคาที่แตกต่างกันได้ขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของกิจการ ในการกำหนดกลยุทธ์อาจใช้วิธีลดราคาบริการเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายก็เป็นวิธีที่นิยมใช้กันมาก

- ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เกี่ยวข้องกับการจัดส่งสินค้าไปยังสถานที่ที่ถูกต้อง ในเวลาที่เหมาะสม โดยมีค่าใช้จ่ายที่ประหยัด รวมถึงการให้บริการลูกค้าที่ดีที่สุด

- การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายโดยการแข่ง การบอกกล่าว และการขายความคิดความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภคหรือลูกค้าได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการว่ามีจำหน่ายในสถานที่ใด ณ ระดับราคาใด โดยปกติการส่งเสริมการขายจะประกอบไปด้วย การขายโดยพนักงาน (Personnel Selling) การขายโดยทั่วไป (Mass Selling) และการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) ซึ่งกิจการจะต้องพิจารณาและวางแผนใช้วิธีการต่างๆ เหล่านี้ประกอบเข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้การส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

- บุคลากร (People) เกี่ยวข้องกับการคัดเลือก การฝึกอบรม และจูงใจพนักงาน จะทำให้เกิดความแตกต่างในการทำให้ลูกค้าพอใจได้เป็นอย่างมาก

- หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) ธุรกิจต้องแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของบริการโดยผ่านหลักฐานที่สามารถมองเห็นได้ เช่น ความสะอาด ความสะดวกสบาย เป็นต้น

- กระบวนการต่างๆ (Process) ธุรกิจบริการจะต้องใช้กระบวนการต่างๆ เพื่อจัดส่งบริการของตนให้กับลูกค้า

นอกจากนี้ เพื่อให้การพิจารณาธุรกิจศูนย์ความงามมีความสะดวกขึ้น ดังนั้นจึงต้องใช้กลยุทธ์การตลาดบริการซึ่งประกอบไปด้วยการตลาด 3 ประเภท (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543: หน้า 343) คือ

1. การตลาดภายนอก (External Marketing) เป็นการตลาดที่เกี่ยวกับภายนอก เป็นงานที่ธุรกิจต้องทำตามปกติเพื่อเตรียมบริการ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดให้กับตัวบริการเพื่อส่งให้กับลูกค้า
2. การตลาดภายใน (Internal Marketing) เป็นการดำเนินงานภายในที่ถือเป็นการตลาดภายใน โดยบริษัทจะทำการฝึกอบรมและจูงใจพนักงานให้บริการแก่ลูกค้า
3. การตลาดปฏิสัมพันธ์ (Interactive Marketing) เป็นเรื่องเกี่ยวกับความชำนาญของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้าทั้งในด้านคุณภาพทางเทคนิค เช่น การมีเครื่องมือที่ทันสมัย และคุณภาพบริการเช่น ความชำนาญในการให้บริการ และการเอาใจใส่ลูกค้า เป็นต้น

การศึกษาภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม จะใช้ Five Force Model (อตุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543: หน้า 177) ในการพิจารณาการแข่งขันในธุรกิจ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดความสามารถในการทำกำไร เนื่องจากจะก่อให้เกิดอิทธิพลต่อราคา ต้นทุน และความต้องการการลงทุนในอุตสาหกรรม อำนาจผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อราคาของบริษัทตั้งขึ้น และมีอิทธิพลต่อต้นทุนในการลงทุน เพราะผู้ซื้อที่มีอำนาจต้องการบริการที่แตกต่างกันไป มีรายละเอียด ดังนี้

#### 1. การเข้าสู่ตลาดรายใหม่ (New Entrants)

คู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามาในอุตสาหกรรม เป็นการเพิ่มกิจกรรมทางการแข่งขันในตลาด ผู้ที่อยู่ภายนอกตลาดพยายามเข้าสู่ตลาดหรืออุตสาหกรรม ถ้ามีโอกาสเพียงพอในแง่ของความสามารถในการทำกำไรและยอดขาย ตลาดที่เติบโตและมีขนาดใหญ่จะเป็นที่น่าสนใจกว่าตลาดที่ถึงจุดอิ่มตัว โดยเฉพาะเมื่อกิจกรรมการแข่งขัน สามารถทำให้ได้ส่วนครองตลาด กำไร และยอดขายที่ต้องการได้

#### 2. ระดับการแข่งขันระหว่างคู่แข่ง (Rivalry)

คู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันความหนาแน่นของการแข่งขันในส่วนของตลาดว่ามีมากน้อยเพียงใด ส่วนของตลาดจะไม่น่าสนใจถ้ามีคู่แข่งที่แข็งแกร่งและมีจำนวนมาก และจะไม่น่าสนใจมากขึ้นถ้าเป็นแต่ส่วนตลาดที่เหมือนเดิมอย่างถาวรหรือมีแต่เสื่อมค่าลง หรือการเพิ่มความสามารถของธุรกิจต้องลงทุนมาก มีต้นทุนคงที่สูง อุปสรรคในการออกจากตลาดมีมาก หรือคู่แข่งมีการลงทุนในตลาดส่วนนี้มาก สภาวะเช่นนี้จะนำไปสู่สงครามราคา

#### 3. สินค้าทดแทน (Substitution)

ส่วนของตลาดนี้จะไม่น่าสนใจถ้าเกิดมีสิ่งทดแทนสินค้าได้จริงๆ หรือมีศักยภาพเพียงพอที่ทดแทนได้ ของทดแทนจะจำกัดราคาและกำไรจากส่วนของตลาดโดยไม่ทำให้กำไรของสินค้าเพิ่มมากขึ้นได้ ธุรกิจต้องคอยดูแลแนวโน้มเกี่ยวกับราคาของสินค้าทดแทนอย่าง

ใกล้ชิด ถ้าเกิดมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมของทดแทนหรือมีการแข่งขันเพิ่มขึ้น ราคาและกำไรในตลาดส่วนนี้มักจะลดลง

#### 4.อำนาจต่อรองของลูกค้า (Buyer)

เป็นภัยที่เกิดจากการเพิ่มพูนของอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ซึ่งจะทำให้ตลาดนี้ไม่น่าสนใจ ผู้ซื้อจะบีบบังคับราคาให้ลดลง มีความต้องการสินค้าคุณภาพสูงขึ้นหรือบริการมากขึ้น ทำให้มีการแข่งขันระหว่างคู่แข่งทั้งหลาย ทั้งหมดนี้ทำให้ความสามารถในการทำกำไรลดลง อำนาจในการต่อรองเพิ่มขึ้นในบางกรณี เช่น สินค้าไม่มีความแตกต่างกัน ต้นทุนในการเปลี่ยนไปหาผู้ขายรายอื่นต่ำ ผู้ซื้อไวต่อราคาเพราะกำไรน้อย หรือมีการรวมตัวกันของพ่อค้าคนกลางเพื่อต่อรอง เพื่อป้องกันตนเอง ผู้ขายอาจเลือกผู้ซื้อที่มีอำนาจในการต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบน้อยที่สุด หรือไม่มีพลังพอจะเปลี่ยนไปสู่รายอื่น การป้องกันที่ดีคือสร้างสิ่งเสนอขายที่ดีเลิศจนผู้ซื้อรายที่แข็งแกร่งไม่อาจปฏิเสธได้

#### 5.อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier)

ถ้าผู้จำหน่ายวัตถุดิบให้กับธุรกิจสามารถเพิ่มราคาหรือลดคุณภาพสินค้าที่ขายให้แก่ธุรกิจได้ ถ้าผู้จำหน่ายวัตถุดิบรวมตัวกันได้ มีของทดแทนน้อย สิ่งที่เสนอขายเป็นวัตถุดิบที่สำคัญมาก ต้นทุนในการเปลี่ยนผู้จำหน่ายวัตถุดิบสูงและผู้จำหน่ายวัตถุดิบสามารถจะรวมตัวกับผู้ผลิตทั้งหลายได้ วิธีการป้องกันที่ดีที่สุดคือ สร้างความสัมพันธ์ (ในลักษณะที่ดีทั้ง 2 ฝ่าย) กับผู้จำหน่ายวัตถุดิบทั้งหลายหรือใช้แหล่งป้อนวัตถุดิบทั้งหลาย

## 2. การวิเคราะห์ด้านเทคนิคและด้านการจัดการ (Technical Analysis)

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค (ชัยยศ สันตวิงษ์, 2539:หน้า 42) และ ด้านการจัดการ (ชรินทร์ ชุนพันธ์, 2541 : หน้า 113) ประกอบด้วยการวิเคราะห์เทคนิคการให้บริการ ความเหมาะสมในการเลือกทำเลที่ตั้งโครงการ การลงทุนสิ่งปลูกสร้าง อุปกรณ์ รวมถึงรูปแบบการดำเนินงาน การจัดการโครงสร้างองค์กร และการจัดหาบุคลากรในด้านต่างๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารและการดำเนินงาน เป็นการวิเคราะห์เทคนิคที่ใช้ในการดำเนินงาน โดยเฉพาะข้อมูลทางการเงินที่ใช้ในการลงทุน เป็นการพิจารณาถึงทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดที่จะนำไปใช้ในการดำเนินงานของโครงการ ประกอบด้วย ปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิต ที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม แผนการผลิต เครื่องมือที่ใช้ในการบริการ ซึ่งจุดมุ่งหมายของการวิเคราะห์ เพื่อคาดคะเนต้นทุน และเงินที่ต้องใช้ในการลงทุนทั้งหมดโดยจะช่วยให้การพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากทางเลือกด้านเทคนิคต่างๆ ในแง่การว่าจ้างแรงงาน ความต้องการด้านเงินทุนต่างๆ

การกำหนดรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสม ควรคำนึงปัจจัย 6 ประการ คือ

1. รูปแบบขององค์กรที่ต้องการและต้นทุนในการจัดตั้ง
2. ความรับผิดชอบของผู้เป็นเจ้าของต่อหนี้สินที่เกิดขึ้น
3. ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ
4. การจัดการและการควบคุม
5. ความสามารถในการจัดหาเงินทุนเพิ่มเติม
6. ภาษี

รูปแบบขององค์กรและผลกระทบจากปัจจัยดังกล่าวเป็นดังนี้

1. กิจการเจ้าของคนเดียว เป็นรูปแบบที่ง่ายและนิยมมากที่สุด ไม่ต้องมีระเบียบวิธีการทางกฎหมายและต้นทุนในการก่อตั้ง เจ้าของมีอิสระในการตัดสินใจนโยบายและการจัดการ ถ้าไรที่ได้เสียภาษีเป็นเงินได้ส่วนบุคคล จึงไม่มีการคิดภาษีซ้ำซ้อนเหมือนกรณีรูปแบบบริษัท แต่มีข้อเสียที่ว่าไม่มั่นคง หากเจ้าของตายก็ต้องเลิกไปโดยปริยาย และมีความเสี่ยงกรณีธุรกิจประสบความล้มเหลว เจ้าของต้องรับผิดชอบทั้งหมดในหนี้สินที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ การจัดหาเงินทุนมาเพิ่มมีข้อจำกัดสูงมาก เพราะเงินส่วนใหญ่มาจากเจ้าของเท่านั้น เนื่องจากยังไม่มีหลักประกันมั่นคงพอที่จะขอกู้ยืม
2. ห้างหุ้นส่วนสามัญ ต้องมีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาร่วมดำเนินธุรกิจ การก่อตั้งอาจกระทำข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อขจัดปัญหายุ่งยากที่อาจเกิดขึ้นภายหลัง ข้อตกลงควรระบุถึง

- ชื่อและลักษณะธุรกิจของกิจการ
- เงินลงทุนของหุ้นส่วนแต่ละคน
- การเข้ามีส่วนร่วมในกิจการ
- เงินเดือนผู้เข้ามาบริหารงาน
- การจัดสรรกำไร
- อำนาจหน้าที่ของหุ้นส่วน
- วิธีการรับหุ้นส่วนใหม่เข้าร่วมธุรกิจ

ห้างหุ้นส่วนมีความรับผิดชอบโดยไม่จำกัดในหนี้สินที่เกิดขึ้น และหากหุ้นส่วนคนใดตายลงหรือถอนตัว การดำเนินธุรกิจจะต้องสิ้นสุดลง แต่ข้อดีก็คือ การจัดการและการจัดหาเงินทุนเพิ่มเติมกระทำได้ง่ายขึ้น เพราะความน่าเชื่อถือในบุคคลหลายคนรวมกันดีกว่าบุคคลคนเดียว

3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด การก่อตั้งต้องจดทะเบียนต่อกระทรวงพาณิชย์ และ ระบุหุ้นส่วนที่จำกัดความรับผิดชอบ คือ รับผิดชอบเฉพาะส่วนทุนที่ลงทุนไป แต่ไม่มีอำนาจในการดำเนินธุรกิจ และหุ้นส่วนที่ไม่จำกัดความรับผิดชอบ คือ รับผิดชอบไม่จำกัดในหนี้สิน แต่มีอำนาจในการดำเนินธุรกิจ หากไม่มีข้อตกลงเป็นอย่างอื่น ห้างหุ้นส่วนจำกัดจะสิ้นสุดลงเมื่อมีหุ้นส่วนที่ไม่จำกัดความรับผิดชอบตายหรือถอนตัวออกไป การถอนตัวของหุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิดชอบคนใดจะต้องได้รับความยินยอมจากหุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิดชอบคนอื่นๆด้วย นอกจากนี้ห้างหุ้นส่วนจำกัดยังมีโอกาสจัดหาเงินทุนมาเพิ่มเติมได้ดีกว่า คือ สามารถจัดหาหุ้นส่วนที่จำกัดความรับผิดชอบเข้าร่วมทุนได้เหมือนกับรูปแบบบริษัท

4. บริษัท การก่อตั้งต้องจดทะเบียนต่อกระทรวงพาณิชย์ มีกรรมการบริษัท การจัดตั้งบริษัทควรระบุดัง

- ชื่อบริษัท
- วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง
- บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น
- รายชื่อกรรมการ ตลอดจนที่อยู่
- ผู้ก่อการ

รูปแบบบริษัทมีความสลับซับซ้อนมากกว่ารูปแบบธุรกิจอื่น โดยทั่วไป แต่มีข้อดีหลายประการ กล่าวคือ ข้อเรียกร้องของเจ้าหนี้ที่มีต่อสินทรัพย์ของบริษัทมีขอบเขตจำกัด นักลงทุนในกิจการจะสูญเสียเงินลงทุนไม่เกินเงินที่ได้ลงทุนไปกรณีล้มเลิกกิจการ มีการจำหน่ายหุ้นสามัญให้กับบุคคลภายนอกทั่วไป การดำเนินธุรกิจมีความต่อเนื่องตลอด ไม่มีการสิ้นสุดจนกว่าจะเลิกกิจการ ผู้ถือหุ้นมีสิทธิได้รับเงินปันผลและสิทธิในกรออกเสียงการกำหนดนโยบาย การแต่งตั้งคณะกรรมการบริษัท การประชุมประจำปี คณะกรรมการบริษัทจะเลือกทีมผู้บริหารเข้ามาดำเนินการบริหารบริษัท แต่ก็มีข้อเสีย คือ กำไรที่ได้รับจะต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลก่อนจ่ายเงินปันผล เมื่อจ่ายเงินปันผล ผู้ได้รับก็ต้องเสียภาษีเงินได้ส่วนบุคคลในส่วนเงินปันผลที่ได้รับนั้น ซึ่งเป็นการคิดภาษีซ้ำซ้อน หรือบางทีอาจไม่มีการจ่ายเงินปันผลแต่นำกำไรที่ได้กลับไปลงทุนขยายกิจการต่อ การจัดหาเงินทุนเพิ่มเติมกระทำได้ง่าย โดยการออกหุ้นสามัญจำหน่ายแก่บุคคลภายนอกที่สนใจ

การวิเคราะห์เทคนิคมีจุดมุ่งหมายเพื่อคาดคะเนต้นทุน และเงินลงทุนต่างๆดังนี้  
 เงินลงทุนถาวร คือ เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเริ่มแรก ได้แก่ ที่ดิน อาคาร เฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องมือประกอบการดำเนินงาน ตลอดจนค่าติดตั้ง  
 ต้นทุนในการผลิต เป็นค่าใช้จ่ายวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าเสียหายการผลิต  
 ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ค่าใช้จ่ายในการขาย เช่น ค่าโฆษณา ค่าส่งเสริมการขาย ค่าเสื่อมราคา  
 เครื่องใช้สำนักงาน ค่าดอกเบี้ย จากการจัดหาเงินทุนมาจากภายนอก อันเกิดการกู้ยืม ซึ่งขึ้นลงตาม  
 อัตราดอกเบี้ยในตลาด ซึ่งนำมาคาดคะเนความต้องการเงินทุนหมุนเวียน  
 ค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ เป็นค่าใช้จ่ายนอกเหนือจากค่าใช้จ่ายการผลิตตามปกติ กล่าวคือ เป็นค่าใช้จ่ายช่วงระยะเวลาเริ่มเปิดดำเนินการ ซึ่งเกิดในระยะแรกๆเท่านั้น  
 เช่น ค่าล่วงเวลา ค่าซ่อมแซม ชี้นงาน ค่าใช้จ่ายจากการทดลองผลิต ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม  
 รวมถึงค่าใช้จ่ายในการขออนุญาตต่างๆจากหน่วยราชการ

### 3. การวิเคราะห์ทางการเงิน (Financial Analysis)

การวิเคราะห์ทางการเงิน เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินเพื่อนำมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจลงทุน โดยจะต้องนำข้อมูลจากการวิเคราะห์ด้านตลาด และด้านเทคนิค มาประกอบเพื่อให้การประเมินโครงการเป็นไปอย่างถูกต้อง การวิเคราะห์ทางการเงิน เป็นการประเมินรายได้และค่าใช้จ่ายของโครงการ การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของโรงงาน และการคำนวณผลตอบแทนจากการดำเนินการ ประกอบด้วย

- การประมาณการด้านต้นทุนและรายได้ของโครงการ
- การประมาณการด้านการเงิน เช่น แหล่งที่มาของเงินทุน การใช้ไปของ

เงินทุน งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด

นอกจากนี้ด้านการเงินของโครงการมีการจัดทำงบการเงิน และงบกระแสเงินสด  
 ล่วงหน้า โดยการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนใช้เกณฑ์การตัดสินใจแบบปรับค่า  
 เวลา ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) อัตราผลตอบแทนส่วนลด (Internal Rate of  
 Return) ส่วนเกณฑ์การตัดสินใจแบบไม่ปรับค่าเวลา ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)  
 รวมทั้งการวิเคราะห์ความอ่อนไหว ซึ่งเป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงผลตอบแทนจากการลงทุน  
 อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรต่างๆด้วย

การวิเคราะห์ผลตอบแทนของโครงการโดยใช้เครื่องมือทางการเงิน ได้แก่

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present value หรือ NPV) หมายถึง การประเมินหาผลรวมสุทธิของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ และกระแสเงินสดจ่ายที่เกิดขึ้นตลอดช่วงอายุของโครงการ โดยการลดค่าด้วยอัตราลดค่า ซึ่งแสดงออกมาในรูปของสมการได้ดังนี้

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

โดยที่  $NCF_t$  = เป็นกระแสเงินสดสุทธิของโครงการที่เกิดขึ้นในปีที่ 1 2 3 ...  
ถึงปีที่ n

r = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

I = เงินลงทุนเริ่มต้นของโครงการ

หากผลการคำนวณได้ค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก แสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราลดค่า หากมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นศูนย์ แสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับอัตราลดค่า ซึ่งทั้งสองกรณีสามารถยอมรับโครงการได้ แต่หากมูลค่าปัจจุบันเป็นลบ แสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้รับจากโครงการต่ำกว่าอัตราลดค่า นั่นคือ เกิดการขาดทุน โครงการนั้นจึงไม่สามารถยอมรับได้ ควรล้มเลิกไป

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period หรือ PB) คือ วิธีคิดระยะเวลาคืนทุนโดยการหาค่าไรที่ได้รับจากโครงการว่าใช้ระยะเวลานานเท่าไร จึงจะคุ้มกับรายจ่ายลงทุนเริ่มแรกพอดี ค่าไรในที่นี้หมายถึงกำไรสุทธิหลังหักภาษีรวมกับต้นทุนทางการเงิน(ดอกเบี้ย) และค่าเสื่อมราคา

ข้อดีของวิธีคิดระยะเวลาคืนทุนก็คือคำนวณง่ายแต่มีข้อเสียที่ว่าไม่มีการคำนึงถึงมูลค่าของเงินตามกาลเวลาของกระแสเงินสดตลอดช่วงอายุของโครงการ และเน้นผลตอบแทนโดยสรุปมากเกินไป นอกจากนี้ยังเป็นการมุ่งสภาพคล่องทางการเงินมากกว่าที่จะมุ่งถึงความสามารถทำกำไร อย่างไรก็ตาม วิธีคิดระยะเวลาคืนทุนก็มีประโยชน์สามารถนำมาประเมินโครงการได้สำหรับโครงการขนาดเล็กหรือโครงการที่มีช่วงอายุโครงการสั้นๆซึ่งมูลค่าเงินตามกาลเวลาไม่มีผลกระทบมากนัก



อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Rate of Return หรือ IRR) คืออัตราที่นำไปลดค่าแล้วทำให้กระแสเงินสดรับเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายพอคั่นนั้นคือ  $NPV=0$  วิธีการคำนวณก็เหมือนกับวิธีการของ NPV เพียงแต่เปลี่ยนการใช้อัตราลดค่าจากอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำมาเป็นการทดลองอัตราลดค่าหลายๆค่า จนกระทั่งได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิรวมเท่ากับศูนย์ อัตราลดค่าที่ได้นั้น คือ อัตราผลตอบแทนซื้อลดที่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรที่แท้จริงของโครงการนั่นเอง

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) เป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนจากการลงทุน อันเป็นผลเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรต่างๆ เพื่อให้การประเมินโครงการเป็นไปอย่างถูกต้อง และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนในสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะใช้วิธีการจำลองสถานการณ์เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ความไว เพื่อศึกษาว่าจากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การลดลงของรายได้หรือการเพิ่มขึ้นของต้นทุน โครงการยังมีความเป็นไปได้ในการลงทุนหรือไม่ โดยแบ่งเหตุการณ์เป็น 3 ระดับ คือ เหตุการณ์ที่แย่ (Pessimistic) เหตุการณ์ที่คาดหวัง (Most Likely or Expected) และเหตุการณ์ที่ดี (Optimistic) มาประมาณการผลตอบแทนที่ได้รับจากลงทุนในโครงการ (สุจรรย์พันธ์, 2545)

#### บททวนวรรณกรรมเกี่ยวข้อง

ชัชวาล สุวรรณเสวี (2543) : การค้นคว้าอิสระดังกล่าว ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการโรงเรียนนวดแผนโบราณในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงิน และการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงต้นทุน และ/หรือ ผลตอบแทนและการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของโครงการ พบว่า ณ อัตราดอกเบี้ย 11% อัตราการขยายตัวของรายได้/ต้นทุน 3% ได้ค่าดังนี้ อัตราผลตอบแทนภายใน 15.56% มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 5,026,498.69 บาท อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.32 และระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 2 เดือน หลังจากนั้นได้วิเคราะห์ความไว ดังนี้ กรณีอัตราดอกเบี้ยลดลงเหลือ 8.5% ในขณะที่รายได้/ต้นทุนเพิ่มขึ้น 7% จะให้ผลการวิเคราะห์ด้านการเงินดีที่สุด คือ อัตราผลตอบแทนภายใน 20.07% มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 8,439,817.41 บาท อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน 2.161 และระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 9 เดือน และได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการนวดแผนโบราณ หมอนวดแผนโบราณ และครูสอนนวดแผนโบราณ รวมถึงผู้ประกอบการโรงเรียนนวดแผนโบราณจำนวน 62 คน พบว่า ปัจจัยด้านราคาบริการ และสถานที่ รวมถึงการส่งเสริมการขายนั้นมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของลูกค้า

ส่วนของผู้ประกอบการนั้นปัจจัยที่มีส่วนต่อการตัดสินใจในการจัดตั้งโรงเรียนนวดแผนโบราณ ได้แก่ กำไร การอนุรักษ์ศิลปะการนวด และยังเป็นการสร้างงานอีกด้วย

ภัทรา ตั้งกิตติภัทรพร(2544): ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการร้านเสริมความงามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย สถานภาพโสด อายุระหว่าง 20-29 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่จะใช้บริการในเวลาและวันที่ไม่แน่นอน และใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

คารารัตน์ สุพรรณบรรจง (2546): ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยของผู้บริโภคสตรีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสตรีช่วงอายุตั้งแต่ 16-56 ปีขึ้นไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยของผู้บริโภคสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านกระบวนการ เช่น ด้านเวลาในการรอรับบริการไม่นาน การมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคคลากร เช่น การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า เป็นกันเอง บริการอย่างสุภาพ เข้าใจความต้องการของลูกค้า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เช่น สถานที่ให้บริการสะอาด ระบบการถ่ายเทอากาศดี มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะอาด ปลอดภัยของอุปกรณ์ต่างๆ ปัจจัยด้านราคา ราคาค่าบริการใกล้เคียงกับที่อื่น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ช่างให้คำแนะนำแก่ลูกค้าที่เหมาะสม มีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีบริการหลากหลาย ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น สถานที่ตั้งใกล้ที่พัก ที่ทำงาน สถานที่จอดรถสะดวกสบายตามลำดับส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านช่างเข้าใจลูกค้าและรู้จักลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ สระ-เซท ทำเลใกล้ที่พักอาศัย ความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาทต่อครั้ง และร้านเสริมสวยในฝันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ร้านที่สามารถทำทรงผมได้ทุกแบบ

พิรยา วิจัยกษาพันธุ์ (2546) :ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อธุรกิจเสริมความงามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 25 ปีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ใช้บริการดูแลสุขภาพผิวที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรสังเคราะห์เพื่อความสวยงามของตนเอง โดยนิยมเลือกสถานเสริมความงามที่มีพนักงานสุขภาพ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยมีความพึงพอใจด้านบุคลากรที่เป็นผู้มีทักษะการให้บริการที่ดี มีความสุภาพ เรียบร้อย พุดจาไพเราะ แต่งกายสะอาด และให้ความรู้ความเข้าใจกับลูกค้าได้เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ และใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสมุนไพรธรรมชาติ และสมุนไพรสกัด ด้านสถานที่จะต้องสะอาด กว้างขวาง ไม่แออัด ด้านราคาต้องมีระดับราคาที่เลือกได้ แจ่มราคาให้ลูกค้าทราบก่อนใช้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพจะต้องมีการตกแต่งภายในให้ดูสะอาด น่าเชื่อถือ ด้านกระบวนการให้บริการที่มีการต้อนรับที่ดี บอกลำดับขั้นตอนการบริการตามโปรแกรมต่างๆ และด้านการส่งเสริมการขายที่มีการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม การรับรองผลภายในระยะเวลาที่กำหนด สาเหตุที่ทำให้ผู้บริการไม่พอใจต่อการบริการ คือ พนักงานบริการไม่สุภาพ มีการเอาเปรียบลูกค้า โดยการให้บริการที่ไม่เหมาะสม ราคาผลิตภัณฑ์แพงเกินความเป็นจริง พนักงานไม่มีความรู้ ความชำนาญ ผู้บริการได้ให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้ รมั้ตระวังเรื่องความไม่สุภาพ การคัดเลือกพนักงาน และความสะอาด การตกแต่งภายในที่น่าเชื่อถือ และให้ความปลอดภัยด้านทรัพย์สินของลูกค้า การกำหนดราคาที่เหมาะสม การแจ้งค่าบริการล่วงหน้า และการจัดรายการส่งเสริมการขายอย่างเหมาะสม