บทที่ 2
กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

2.1 การทบทวนวรรณกรรม

เนื่องจากการทบทวนวรรณกรรมเอกสารการศึกษาในเรื่องความเป็นไปได้ของการเปิดร้านไอศกรีมในห้างสรรพสินค้านั้น พบว่ายังไม่มีผู้ใดที่ทำการศึกษาและเผยแพร่มาก่อนมีเพียงแผนธุรกิจในการเปิดบริษัทจำหน่ายไอศกรีมเท่านั้น ดังนั้นในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของร้านไอศกรีมในการศึกษาครั้งนี้ ได้นำงานศึกษาที่มีหลักเกณฑ์การพิจารณาโครงการร้านอาหารแบบต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะการพิจารณาเป็นแบบเดียวกับร้านไอศกรีม มาใช้ประกอบอ้างอิง

สุทธิศักดิ์ อาริยะกุล (2540) ได้ทำการศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางการเงินร้านอาหารสุกี้ยากี้ในห้างสรรพสินค้า กรณีศึกษาการซื้อแฟรนไชส์ โดยเป็นการพิจารณาถึงร้านที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าแห่งเดียวกับหน่วยธุรกิจที่เป็นผู้ครอบครองตลาด ซึ่งได้ทำการศึกษาถึงต้นทุนและผลตอบแทนจากการประกอบการ พร้อมทั้งวิเคราะห์ถึงจุดคุ้มทุน ตลอดจนตัวชี้วัดความคุ้มค่าในการลงทุน โดยนำผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของร้านอาหารสุกี้ยากี้และรูปแบบการบริการของร้านสุกี้ยากี้ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาเป็นตัวอย่างพร้อมทั้งเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับนักลงทุนรายย่อยที่สนใจในการประกอบธุรกิจร้านสุกี้ยากี้ อันเป็นการส่งเสริมให้หน่วยธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งสามารถประกอบธุรกิจร้านอาหารสุกี้ยากี้ โดยการซื้อสิทธิ์ทางการค้าเพิ่มมากขึ้นในตลาด ทำให้เกิดทางเลือกสำหรับผู้บริโภคในสังคมมากขึ้นผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนโครงการร้านสุกี้ยากี้นั้นเป็นการศึกษาถึงปริมาณผู้บริโภคเฉลี่ยต่อวัน ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิโครงการมีค่าเป็นศูนย์ จากการคำนวณค่าปัจจุบันสุทธิโดยการสุ่มจำนวนผู้บริโภคต่อวันพบว่า เมื่อจำนวนผู้บริโภคต่อวันเท่ากับ 274 คน จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นศูนย์

จากการศึกษาพบว่าจะมีผู้บริโภคร้อยละ 4 ที่จะใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ของผู้ประกอบการที่ซื้อแฟรนไชส์ โดยจะมีการใช้บริการเป็นจำนวน 4 ครั้งต่อเดือน รวมทั้งได้ทำการสำรวจเพื่อหาจำนวนประชากรที่ใช้จ่ายภายในห้างสรรพสินค้าดังกล่าวด้วย สำหรับอัตราคิดลดที่ใช้ในการศึกษาคือร้อยละ 15 เนื่องจากเป็นอัตราดอกเบี้ยที่ผู้ประกอบการสามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินได้โดยมีระยะเวลาโครงการเท่ากับ 5 ปีทำให้ได้ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนโครงการร้านสุกี้ยากี้อยู่ที่ 274 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ต่อวันจึงจะทำให้มูลค่าปัจจุบันมีค่าเท่ากับศูนย์ แต่เมื่อมีการทดสอบความอ่อนไหวของโครงการแล้วพบว่าเมื่อแบ่งการพิจารณาออกเป็น 3 กรณี คือ กรณีที่หนึ่ง เมื่อผลตอบแทนจากการลงทุนลดลงร้อยละ 10 ในขณะที่ต้นทุนคงที่นั้น มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเป็นลบคือเท่ากับ -279,780 บาท ซึ่งน้อยกว่าศูนย์ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 0.90 โดยมีค่าน้อยกว่าหนึ่ง และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 10.85 มีค่าน้อยกว่าอัตราคิดลดร้อยละ 15 และส่วนกรณีที่สอง เมื่อต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.74 ในขณะที่ผลตอบแทนคงที่พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิโครงการเท่ากับ -152,404 บาท ซึ่งน้อยกว่าศูนย์ อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 0.94 โดยมีค่าน้อยกว่าหนึ่ง และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 12.87 มีค่าน้อยกว่าอัตราคิดลดร้อยละ 15 ส่วนกรณีที่สามคือ ผลตอบแทนจากการลงทุนลดลงร้อยละ 10 พร้อมทั้งต้นทุนในการประกอบกิจการเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.74 พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิโครงการเท่ากับ -2,936,108 บาท ซึ่งน้อยกว่าศูนย์ และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ -0.10 โดยมีค่าน้อยกว่าหนึ่ง

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (2540) เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมของประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจากการศึกษาพบว่าประชาชนส่วนใหญ่เลือกรับประทานไอศกรีมแบบทั่วไปหรือไอศกรีมในตลาดกลางถึงล่าง เช่น ไอศกรีมวอล์ส เนสเล่ท์ เป็นต้น เนื่องจากมีราคาถูก หารับประทานได้ง่าย และมีความหลากหลาย รองลงมาเป็นไอศกรีมแบบพรีเมี่ยมเนื่องจากมีรสชาติดี มีที่ให้นั่งรับประทาน และราคาไม่แพงจนเกินไป สุดท้ายเป็นไอศกรีมแบบซูเปอร์พรีเมี่ยมเนื่องจากมีราคาค่อนข้างแพงและหาทานได้ยาก ทั้งนี้ยังมีการพบอีกว่าการบริโภคไอศกรีมในประเทศไทยมีอัตราการเจริญเติบโตสูงขึ้นอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องมาตลอด เนื่องจากประเทศไทยมีปัจจัยเอื้อหนุนหลายประการ เช่น สภาพอากาศในเมืองไทยที่ร้อนเกือบตลอดทั้งปี อัตราการบริโภคไอศกรีมของคนไทยซึ่งมีเพียง 1 – 1.2 ลิตรต่อคนต่อปี ซึ่งถือว่าต่ำกว่ามากเมื่อเทียบกับต่างประเทศโดยเฉพาะในประเทศอเมริกาที่มีการบริโภคไอศกรีมสูงถึง 3.5 ลิตรต่อคนต่อปี และโอกาสของผู้ผลิตรายใหม่ที่สามารถเข้ามาทำการค้าในตลาดนี้ได้ไม่ยาก นอกจากนี้ไอศกรีมยังถือเป็นของว่าง หรือเทรนด์ของคนในยุคปัจจุบันอีกด้วย

ถาวร สุขศรีสราญจิตร และคณะ (2544) เป็นการศึกษาถึงโอกาสในการประกอบธุรกิจไอศกรีมภายใต้ชื่อ “Herbies” โดยมีบริษัท แอมโบรเซีย จำกัด เป็นผู้จัดจำหน่ายซึ่งตัวผลิตภัณฑ์นอกจากจะมีความแปลกใหม่ในด้านรสชาติและมีประโยชน์ต่อสุขภาพแล้ว ยังมีความแตกต่างในด้านบรรจุภัณฑ์ อีกด้วยคือ จะมีการใส่น้ำแข็งแห้งไว้ที่ถ้วยสำหรับการขายปลีกให้แก่ลูกค้า นอกจากนั้นโคนที่ใส่ไอศกรีมก็จะมีส่วนผสมของฟักทองหรือเผือกอีกด้วย ส่วนการขายส่งจะมี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

บรรจุภัณฑ์ที่พร้อมบริการให้ลูกค้าได้ทันที โดยจะขายสินค้าให้แก่ลูกค้า 2 กลุ่ม คือ ช่องทางการขายปลีกผ่านคีออส (Kiosk) และช่องทางการขายส่งผ่านร้านอาหาร

โดยจากการศึกษาจะพบว่าบริษัทต้องพยายามขายไอศกรีมให้กับร้านอาหารต่างๆ อย่างน้อยเดือนละ 33,636 ลูก หรือต้องขายไอศกรีมให้แก่ร้านอาหารขนาดใหญ่จำนวน 18 ร้านอาหารหรือร้านอาหารขนาดกลาง 32 ร้าน ซึ่งจากประมาณการของบริษัทพบว่า ณ สิ้นปีแรกของการดำ เนินกิจการ บริษัทจะต้องมีไอศกรีมเข้าไปขายยังร้านขนาดใหญ่ 14 ร้านและร้านขนาดกลางจำนวน 26 ร้าน ซึ่งทำ ให้คาดได้ว่าบริษัทจะสามารถขายสินค้าได้ในปริมาณที่เป็นจุดคุ้มทุนได้

พิษณุรักษ์ โพธิกุลชนันท์ (2545) ได้ทำการศึกษาถึงต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของกิจการร้านนมสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ด้วยการวิเคราะห์ทางการเงินในภาพรวมของกิจการ โดยกำหนดใช้อัตราส่วนลดที่ร้อยละ 10

ผลการศึกษาวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของกิจการร้านขายนมสด เมื่อใช้อัตราส่วนลด (Discount Rate) 10% พบว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) เท่ากับ 1,737,462.28 บาท อัตราส่วนของผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) เท่ากับ 48.43% อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) เท่ากับ 1.18 ซึ่งมีความเป็นไปได้ในการลงทุน สำหรับการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงภายใต้สถานการณ์สมมติ 3 กรณีคือ กรณีที่ 1.เมื่อผลตอบแทนคงที่แต่ต้นทุนของกิจการเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.8 พบว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับ 1,587,491.33 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการเท่ากับร้อยละ 10.12 และมีอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายเท่ากับ 1.06 กรณีที่ 2.เมื่อต้นทุนการดำเนินงานคงที่แต่ผลตอบแทนลดลงร้อยละ 5.7 พบว่ามีมูลค่าปัจจุบันขอบผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับ 590,356.68 มีอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการเท่ากับร้อยละ 10.31 และมีอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายเท่ากับ 1.06 กรณีที่ 3.เมื่อต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และผลตอบแทนลดลงร้อยละ 3.9 พบว่ามีมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับ 596,443.57 มีอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการเท่ากับร้อยละ 1059 และมีอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายเท่ากับ 1.06 แสดงว่าแม้เกิดเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงในด้านต้นทุนหรือผลตอบแทนทั้งสามกรณีแล้วโครงการยังมีความเป็นไปได้ในการลงทุนทั้งหมดจึงสะท้อนให้เห็นว่าสามารถลงทุนทำกิจการร้านนมได้

สุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ (2546) ทำการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของกิจการร้านขายอาหารและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลานิลในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย โดยผู้ศึกษาได้กำหนดอายุของกิจการเป็นระยะเวลา 5 ปี และแบ่งลักษณะการดำเนินงานของกิจกรรมเป็น 3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ลักษณะ คือ (1) กิจกรรมร้านขายอาหารที่มีรายได้จากการขายอาหารโดยนำปลานิลมาปรุงรสเป็นอาหารประเภทต่าง ๆ (2) กิจกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีรายได้จากการนำปลานิลผ่านขบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (3) กิจกรรมร้านขายอาหารและผลิตภัณฑ์แปรรูปโดยนำรายได้จากกิจกรรมที่ (1) และ (2) มารวมกัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่าโครงการนี้ควรมีโครงสร้างการดำเนินงานโดยการคัดเลือกประธานและคณะกรรมการผ่านการออกเสียงเลือกตั้งแบบประชาธิปไตยจำนวน 15 คน และอยู่ภายใต้การสนับสนุนช่วยเหลือของกรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ด้วย สำหรับการศึกษาทางการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินแล้วพบว่าถ้ากำหนดอัตราดอกเบี้ยมาตรฐานที่ 7% แล้วกิจกรรมที่หนึ่งจะให้ผลวิเคราะห์ทางการเงินดีที่สุด รองลงมาเป็นกิจกรรมที่สามและกิจกรรมที่สองตามลำดับ แต่กิจกรรมที่สองนั้นจะมีความทนต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินดีที่สุด ในขณะที่กิจกรรมที่สามและกิจกรรมที่หนึ่งมีความทนต่อการเปลี่ยนแปลงรองลงมาตามลำดับ

ขนิษฐา วงศ์รักมิตร (2547) ทำการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของร้านขายไวน์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดระยะเวลาการศึกษาวิเคราะห์เป็นเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2547 - 2551 โดยกำหนดอัตราคิดลดไว้ที่ 7.12% ซึ่งผลการศึกษาพบว่าร้านขายไวน์มีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการลงทุนเพราะมีมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) เท่ากับ 4,408,091 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 50.56% มีอัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) เท่ากับ 1.12 เท่า และมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 11 เดือน 16 วัน และเมื่อทำการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงของโครงการทั้ง 4 กรณี คือ กรณีที่ 1.เมื่อกำหนดให้ผลตอบแทนและอัตราคิดลดคงที่ และต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และ 10 กรณีที่ 2. เมื่อกำหนดให้ต้นทุนการผลิตและอัตราคิดลดคงที่ และผลตอบแทนลดลงร้อยละ 5 และ 10 กรณีที่ 3.กำหนดให้ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนคงที่ และอัตราคิดลดเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และ 12 กรณีที่ 4.กำหนดให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 และอัตราคิดลดเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 แล้วพบว่าโครงการนี้ยังให้ผลการวิเคราะห์ทางการเงินที่เป็นไปได้ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโอกาสในการลงทุนเปิดร้านไวน์ในจังหวัดเชียงใหม่สามารถทำได้และให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.2 กรอบแนวคิดทฤษฎี

2.2.1 ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์

เนื่องจากตลาดไอศกรีมที่แบ่งออกเป็น 3 ตลาดตามข้อมูลข้างต้นที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน จึงมีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งว่าในแต่ละตลาดมีการแข่งขันเป็นแบบใดในทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งการแข่งขันในแต่ละตลาดดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดจุดแข็งจุดอ่อนและกลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อให้ได้มาซึ่งกำไรสูงสุด

2.2.1.1 โครงสร้างตลาดและอำนาจตลาด

ในการกำหนดราคาและปริมาณการขายสินค้าแต่ละประเภทนั้นจะถูกกำหนดจากปัจจัยหลักคือความจำเป็นของสินค้าที่หากสินค้ามีความจำเป็นมากก็จะส่งผลให้สินค้ามีราคาแพงและมีปริมาณน้อย แต่หากสินค้าใดที่มีความจำเป็นน้อยก็จะทำให้สินค้ามีราคาถูกและมีปริมาณมาก ซึ่งความจำเป็นนี้ก็จะส่งผลให้เกิดอำนาจของตลาดของผู้ผลิตในการกำหนดราคา, ปริมาณสินค้าและกลยุทธ์ในการดำเนินงานดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น

โครงสร้างตลาดและอำนาจตลาดในทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่จะใช้อธิบายลักษณะของตลาดสินค้าแต่ละประเภทข้างต้นนั้นเราสามารถแบ่งออกเป็น 4 โครงสร้างได้ดังนี้

1) ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (perfect competition) ประกอบด้วยหน่วยผลิตรายย่อยขนาดเล็กจำนวนมาก แต่ละรายผลิตสินค้าที่เหมือนกันทุกประการ เช่น ตลาดสินค้าเกษตรกรรมที่เกษตรกรแต่ละรายเป็นหน่วยผลิตหรือผู้ผลิตรายย่อยที่มีเป็นจำนวนมาก ซึ่งแต่ละรายจะปลูกข้าวขายข้าวเปลือกเหมือน ๆ กัน ซึ่งจะเห็นว่าผู้ผลิตหรือหน่วยผลิตไม่มีอำนาจตลาดทำให้ไม่สามารถกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตในตลาดได้ โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้

(1) เป็นตลาดที่มีผู้ขายสินค้าจำนวนมาก ปริมาณการผลิตของผู้ขายแต่ละรายมีสัดส่วนขนาดเล็ก หรือตลาดผู้ตามราคา (Price taker)

(2) สินค้ามีลักษณะเหมือนกัน ใช้ทดแทนกันได้

(3) ปัจจัยการผลิตเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรี และไม่มีข้อกีดกันการเข้าสู่ตลาด

(4) ผู้ผลิตและผู้บริโภคทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าได้เป็นอย่างดี

2) ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (monopolistic competition) ตลาดนี้จะประกอบด้วยหน่วยผลิตขนาดเล็กจำนวนมาก และผลิตสินค้าที่คล้ายคลึงกันหรือเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ดี เช่น ร้านอาหาร ร้านตัดเสื้อ ร้านตัดผม ฯลฯ หน่วยผลิตจะมีอำนาจตลาดพอสมควร เช่น ร้านอาหารที่อร่อยและมีชื่อเสียงก็จะสามารถตั้งราคาอาหารที่แพงได้ หรือร้านตัดเสื้อที่มีลูกค้าประจำ ร้านตัดผมที่มีคนติดก็เช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตหรือหน่วยผลิตในตลาดประเภทนี้มีอำนาจตลาดมากกว่าหน่วยผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์นั่นเองในตลาดนี้จะมีจุดเด่นคือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

(1) เส้นอุปสงค์ในตลาดคล้ายกับตลาดผูกขาดแต่มีความยืดหยุ่นมากกว่า

(2) ใช้การแข่งขันที่มิใช่ราคา โดยการโฆษณาและส่งเสริมการขาย

(3) ปัจจัยการผลิตในตลาดเคลื่อนย้ายได้เสรี ผู้ผลิตอาจขาดทุน แต่ยังทำการผลิตในระยะสั้นได้รับกำไรปกติและกำไรเกินปกติในระยะสั้นได้

3) ตลาดผู้ขายน้อยราย (oligopoly) ลักษณะสำคัญของตลาดนี้ก็คือ มีผู้ผลิตรายใหญ่อยู่ไม่กี่รายที่ครอบครองตลาดส่วนใหญ่อยู่ เช่น หากมีผู้ผลิตรายใหญ่ 4 รายครอบครองตลาดเกินร้อยละ 40 หรือผู้ผลิตรายใหญ่ 4 รายครอบครองตลาดถึงร้อยละ 60 เป็นต้น สินค้าในตลาดนี้ที่เห็นได้ชัดก็คือรถกะบะซึ่งมีผู้ผลิตรายใหญ่ 4 รายได้แก่ อิซูซุ โตโยต้า นิสสันและมิตซูบิชิซึ่งได้ส่วนแบ่งตลาดไปน่าจะมากกว่าร้อยละ 60 ของตลาดรถกระบะทั้งหมด ผู้ผลิตเหล่านี้จึงมีอำนาจตลาดสูงกว่าผู้ผลิตในตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด อีกทั้งยังมีการกำหนดกลยุทธ์ที่ต้องใช้การหยั่งเชิงกันเป็นอย่างมากเพราะกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ใช้จะส่งผลกระทบซึ่งกันและกันตลอดเวลาสำหรับตลาดนี้มีความแตกต่างที่เห็นได้ชัดคือ

(1) การแข่งขันที่ไม่ใช้ราคา (Non-price competition) คือ การเปลี่ยนแปลงราคาของผู้ขายมีผลกระทบต่อผู้ผลิตรายอื่นๆ เกิดจากการโฆษณาและส่งเสริมการขายเกิดขึ้น

(2) การมีผู้นำราคาเกิดขึ้น (Price leadership)

(3) การรวมกลุ่มระหว่างผู้ขายในลักษณะรวมหัวหรือ Cartel เช่น กลุ่ม OPEC (The Organization of Petroleum Exporting Countries)

4) ตลาดผูกขาด (monopoly) ตลาดที่มีอำนาจสูงสุดเพราะว่าเป็นตลาดที่ผู้ผลิตแต่เพียงผู้เดียวที่ผลิตสินค้าที่ไม่มีใครเหมือน ทำให้อำนาจตลาดจึงอยู่ที่ผู้ผลิตทั้งหมด โดยสามารถกำหนดราคาและปริมาณผลผลิตได้ตามต้องการ เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ฯลฯ โดยสาเหตุที่ทำให้เป็นผู้ผลิตเพียงรายเดียวนั้นอาจเป็นเพราะได้รับสัมปทาน สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ เป็นเจ้าของเทคโนโลยีแต่เพียงผู้เดียว เป็นเจ้าปัจจัยการผลิตแต่เพียงผู้เดียว ต้องลงทุนเป็นจำนวนมหาศาลจนหามีหน้าไหนจะเข้ามาลงทุน ฯลฯ ทำให้ตลาดผูกขาดเป็นตลาดที่หน่วยผลิตหรือผู้ผลิตมีอำนาจตลาดสูงสุดโดยตลาดผูกขาดนี้จะมีความพิเศษคือ

(1) ปัจจัยการผลิตสำคัญถูกครอบครองโดยผู้ผลิตเพียงรายเดียว

(2) รัฐบาลให้สิทธิพิเศษในการผลิต เช่น สิทธิบัตร สัมปทาน

(3) ต้นทุนการผลิตต่ำ และมีประสิทธิภาพมากกว่าผู้ผลิตรายอื่นๆ เกิดการผูกขาดตามธรรมชาติ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากโครงสร้างตลาดทั้งหมดข้างต้นนอกจากจะสะท้อนให้เห็นถึงอำนาจตลาดที่มีความแตกต่างกันแล้วยังสะท้อนให้เห็นถึงความยืดหยุ่นของสินค้าของแต่ละตลาดด้วยโดยในตลาดผูกขาดจะมีความยืดหยุ่นของสินค้าต่อราคาที่ต่ำมากในขณะที่ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์จะไม่มีความยืดหยุ่นของสินค้าต่อราคาเลย ซึ่งสามารถใช้ทฤษฎีความยืดหยุ่นมาอธิบายได้ดังนี้

2.2.1.2 ความยืดหยุ่น

ความยืดหยุ่นในทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์นั้นเป็นการวัดเพื่อดูปฏิกิริยาตอบโต้ของจำนวนซื้อหรือจำนวนขายที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวกำหนดต่าง ๆ ว่ามีความไวมากน้อยเพียงไร ซึ่งมีความจำเป็นมากในการพิจารณาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์ในการดำเนินงานได้ตรงจุดและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิตได้ โดยสามารถแบ่งความมีความยืดหยุ่นออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

1) ความยืดหยุ่นของดีมานด์ต่อราคา (Price Elasticity Of Demand)

เป็นการวัดอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าชนิดนั้นต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้านั้นโดยหาก

- % การเปลี่ยนแปลงของจำนวนซื้อ > % การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า หมายถึง ดีมานด์มีความยืดหยุ่นสูง (High Elasticity) สินค้าที่มีความยืดหยุ่นสูงนี้จะอยู่ในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดและตลาดแข่งขันสมบูรณ์
- % การเปลี่ยนแปลงของจำนวนซื้อ < % การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า หมายถึง ดีมานด์มีความยืดหยุ่นต่ำ (Inelasticity) สินค้าที่มีความยืดหยุ่นต่ำจะอยู่ในตลาดที่มีผู้แข่งขันน้อยรายและตลาดผูกขาด*

2) ความยืดหยุ่นของดีมานด์ต่อรายได้ (Elasticity of Income Demand)

ความยืดหยุ่นของดีมานด์ต่อรายได้นั้นเป็นการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ที่มีต่อราคาสินค้าว่าหากผู้บริโภคมีรายได้เปลี่ยนแปลงไปแล้วจะส่งผลต่อความต้องการบริโภคสินค้าเป็นอย่างไรนั่นเอง

3) ความยืดหยุ่นของดีมานด์ต่อราคาของสินค้าอื่น (Cross Elasticity)

ความยืดหยุ่นประเภทนี้เป็นความยืดหยุ่นที่เกิดขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในราคาของสินค้าชนิดอื่น ๆ อาจจะต้องใช้ร่วมกัน หรือใช้ทดแทนกัน แล้วพิจารณาว่าหากการเปลี่ยนแปลงของราคาจะส่งผลกระทบต่อปริมาณสินค้าที่เรากำลังพิจารณาเป็นไปอย่างไร

*ที่มา: *www.nkc.kku.ac.th/personal/bodeeput/Academics_Data/PrincipleofEconomics/micro/ChapterIV.doc*

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.2.1.3 ต้นทุนในการผลิต

ในการผลิตสินค้าทุกประเภทต้องใช้ปัจจัยการผลิตที่ประกอบด้วยที่ดิน ทุน แรงงาน ผู้ประกอบการเป็นองค์ประกอบหลักทั้งสิ้น ซึ่งปัจจัยการผลิตเหล่านี้เองที่เป็นตัวแปรสำคัญที่ผู้ประกอบกิจการต้องพิจารณาควบคู่ไปกับการพิจารณาโครงสร้างตลาดข้างต้นเนื่องจากในการซื้อปัจจัยการผลิตดังกล่าวจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนหรือที่เรียกกันว่า "ต้นทุน" นั่งเอง โดยหากสามารถพิจารณาโครงสร้างตลาดได้ถูกต้องแม่นยำแล้วแต่ไม่สามารถจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ที่กล่าวมาให้สอดคล้องได้ก็ไม่สามารถทำการผลิตสินค้าได้อย่างเต็มที่ สำหรับต้นทุนในการผลิตนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ตามลักษณะการจ่ายออกไปเป็นตัวเงินได้แก่

1) ต้นทุนที่ชัดแจ้ง (Explicit cost) หมายถึง รายจ่ายต่าง ๆ ที่องค์กรธุรกิจจ่ายไปเป็นค่าซื้อวัตถุดิบ ค่าแรงและเงินเดือน ค่าสาธารณูปโภค ค่าเช่า ค่าดอกเบี้ย ค่าขนส่ง ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษาเครื่องใช้สำนักงานต่าง ๆ ค่าเสื่อมราคา ค่าโฆษณาและค่าภาษี เป็นต้น รายจ่ายเหล่านี้เป็นรายการที่เกิดขึ้นแล้ว และบันทึกไว้ในบัญชีของกิจการแล้ว
2) ต้นทุนที่ไม่ชัดแจ้ง (Implicit cost) หมายถึง ต้นทุนที่ไม่ได้มีการจ่ายออกไปเป็นตัวเงินจริง ๆ แต่จะต้องถูกประเมินขึ้นในการที่เจ้าของเสียสละให้แก่กิจการผลิตของตนเอง เช่น เงินเดือนของเจ้าของกิจการ ค่าเช่าที่ดินที่ควรจะจ่ายถึงแม้เป็นเจ้าของเอง เป็นต้น

แต่หากพิจารณาต้นทุนตามระดับการผลิตที่เกิดขึ้นจริงแล้วจะพบว่าสามารถแบ่งต้นทุนออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1) ต้นทุนคงที่ (Fix cost) หมายถึง รายจ่ายต่าง ๆ ที่องค์กรธุรกิจจ่ายไปเพื่อเป็นการลงทุนเบื้องต้นและจ่ายเพียงครั้งเดียวโดยต้นทุนจะไม่ผันแปรไปตามปริมาณการผลิตที่เกิดขึ้น เช่น ค่าก่อสร้างโรงงาน ค่าเครื่องจักร ค่าตกแต่งสถานที่ เป็นต้น
2) ต้นทุนผันแปร (Variable cost) หมายถึง รายจ่ายต่าง ๆ ที่องค์การธุรกิจจ่ายไปเพื่อเป็นการผลิตสินค้า หรือก็คือเป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการสั่งซื้อวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับประกอบการผลิตสินค้านั่นเอง ซึ่งต้นทุนประเภทนี้จะผันแปรไปตามปริมาณการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าวัตถุดิบ เป็นต้น

ดังนั้นหากพิจารณาตามทฤษฎีทางเศรษศาสตร์โดยภาพรวมแล้วจะสามารถอธิบายลักษณะตลาดไอศกรีมทั้ง 3 ตลาดได้ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1. ตลาดไอศกรีมซุปเปอร์พรีเมี่ยม (Super premium ice cream) เนื่องจากเป็นไอศกรีมที่มีคุณภาพสูงและในขณะนี้มีผู้ขายเพียงรายเดียวคือฮาสเก้นดาส ซึ่งผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาทำตลาดได้ยากเพราะการผลิตไอศกรีมชนิดนี้ต้องใช้ต้นทุนการผลิตที่สูงมาก ซึ่งผู้ผลิตรายเดิมสามารถผลิตได้ในต้นทุนที่ต่ำกว่าและมีประสิทธิภาพมากกว่าด้วยทำให้ตลาดไอศกรีมประเภทนี้อยู่ในตลาดผูกขาด โดยมีความยืดหยุ่นของสินค้าต่อราคาที่ต่ำเพราะถึงแม้ว่าราคาสินค้าจะปรับตัวสูงขึ้นมากแต่ปริมาณสินค้าที่ขายได้กลับลดลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

2. ตลาดไอศกรีมพรีเมี่ยม (Premium ice cream) เป็นตลาดที่มีผู้ผลิตน้อยรายเพราะสินค้ามีความแตกต่างกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ อีกทั้งผู้ผลิตหรือผู้ขายแต่ละรายจะไม่ใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาเพราะหากทำการลดราคาแล้วคู่แข่งจะลดราคามากกว่าทำให้ฐานลูกค้าเสียไป จึงใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขายทางด้านอื่นแทน เช่น การโฆษณา การจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาล เป็นต้น ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายรายใหม่สามารถเข้ามาทำตลาดได้แต่ก็ไม่ง่ายนักเนื่องจากต้องต่อสู้เรื่องต้นทุนการผลิตที่ค่อนข้างสูงในช่วงแรกและการจัดโปรโมชั่นหรือการโฆษณาที่อาจเข้าไม่ถึงใจลูกค้า ซึ่งทำให้ไม่สามารถสู้ผู้ผลิตรายเดิมในตลาดที่มีประสบการณ์ในการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีและเข้าถึงใจลูกค้าได้มากกว่า ทั้งนี้ยังมีความยืดหยุ่นของสินค้าต่อราคาอยู่ในระดับปานกลางเพราะราคาสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไปจะไม่ส่งผลกระทบต่อปริมาณสินค้ามากนัก

3. ตลาดไอศกรีมทั่วไปตลาดกลางถึงล่าง (Low to medium class ice cream) เป็นตลาดที่มีผู้ผลิตมากกว่าสองตลาดข้างต้นเนื่องจากเป็นไอศกรีมที่สามารถผลิตในระดับอุตสาหกรรมได้ทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าไม่แตกต่างกันมากนัก ผู้ผลิตรายใหม่จึงสามารถเข้ามาทำตลาดได้ง่ายกว่า นอกจากนี้สินค้ามีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยผู้ผลิตแต่ละรายจึงใช้ความแตกต่างทางด้านกลยุทธ์ที่จะเน้นการโฆษณาและการส่งเสริมการขายที่กระตุ้นยอดขายเป็นระยะ ๆ โดยไม่เน้นการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้ามากนัก จึงถือว่าตลาดไอศกรีมประเภทนี้อยู่ในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดและมีความยืดหยุ่นของสินค้าต่อราคาค่อนข้างมากโดยหากราคาสินค้าปรับตัวสูงขึ้นเพียงเล็กน้อยจะทำให้ปริมาณสินค้าที่ขายได้ลดลงค่อนข้างมาก

2.2.2 เกณฑ์ในการวิเคราะห์ทางด้านการเงิน

การวิเคราะห์และประเมินค่าโครงการนั้นจะอาศัยทฤษฏีการวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทน (Cost Benefit Analysis) แลการวิเคราะห์ทางด้านการเงิน (Financial Analysis)

การวิเคราะห์ทางด้านการเงิน เป็นการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายหรือเงินลงทุนของโครงการและผลตอบแทนหรือผลกำไรทางการเงินของโครงการสำหรับโครงการเอกชน วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อวิเคราะห์ว่าโครงการที่จัดทำนั้นมีความคุ้มทุนหรือไม่ โดย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผลตอบแทนที่ได้รับควรจะสูงกว่าเงินที่ลงทุนโดยคำนึงถึงค่าเสียโอกาส ซึ่งอยู่ในรูปของอัตราส่วนลด (Discount rate) การวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการจะวิเคราะห์ด้านต่าง ๆ ดังนี้ คือ

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้จากการนำกระแสดเงินสดสุทธิของแต่ละปีมาเทียบให้เป็นมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิโดยคิดอัตราคิดลดตามอัตราผลตอบแทนที่หน่วยธุรกิจต้องการหรือค่าของทุน

$$NPV = \sum_{t=1}^{n} \frac{Bt}{(1+t)^t} - \sum_{t=1}^{n} \frac{Ct}{(1+t)^t} - Co$$

โดยที่	Bt	=	ผลตอบแทนในปีที่ t
	Co	=	เงินลงทุนเริ่มแรก
	Ct	=	เงินลงทุนสุทธิของโครงการในปีที่ t
	i	=	อัตราส่วนลดหรืออัตราดอกเบี้ย
	t	=	ปีของโครงการ คือ ปีที่ 1, 2, ..., n
	n	=	อายุของโครงการ

- อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit – Cost: B/C Ratio) อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน หมายถึง อัตราส่วนเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทนซึ่งวัดออกมาในรูปของค่าปัจจุบันของผลตอบแทนเทียบกับค่าปัจจุบันของต้นทุนที่จ่ายไปในการดำเนินการของโครงการ

สำหรับการคำนวณอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นุทนในทางธุรกิจนั้นเรียกว่า "ดัชนีกำไร" (Profitability Index: PI) เกรณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจในการลงทุนหากค่า B/C ratio มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าโครงการนั้นเหมาะแก่การลงทุน โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

$$B/C = \frac{PVB}{PVC} = \frac{\sum_{t=1}^{n} \frac{Bt}{(1+t)^t}}{Co + \sum_{t=1}^{n} \frac{Ct}{(1+t)^t}}$$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยที่ PVB	=	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทน (Present Value of Benefit)
PVC	=	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของต้นทุน (Present Value of Cost)
Bt	=	ผลตอบแทนในปีที่ t
Co	=	เงินลงทุนเริ่มแรก
Ct	=	เงินลงทุนสุทธิของโครงการในปีที่ t
i	=	อัตราส่วนลดหรืออัตราดอกเบี้ย
t	=	ปีของโครงการ คือ ปีที่ 1, 2, …., n
n	=	อายุของโครงการ

- อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) เป็นอัตราส่วนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนมีค่าเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุนสุทธิของโครงการนั้นพอดี การคำนวณหาค่าอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการสามารถทำได้ 2 วิธี คือ

วิธีที่ 1 Trial and error เป็นวิธีการทดลองเพื่อทดสอบหาระดับของอัตราส่วนลดหลายอัตรา แล้วเลือกส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับศูนย์ ซึ่งอัตราส่วนลดนี้ก็คือ อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการนั่นเอง ซึ่งวิธีการ Trial and error นั้นพบว่าไม่สะดวกในการปฏิบัติ เนื่องจากต้องเสียเวลาในการคำนวณเพื่อหาอัตราส่วนลดเป็นจำนวนหลายอัตราเพื่อทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับศูนย์

วิธีที่ 2 Interpolation ซึ่งคำนวณหาได้จากสมการความสัมพันธ์ดังนี้

$$IRR = DR_L + (DR_U + DR_L) + \left(\frac{NPV_L}{NPV_L - NPV_U} \right)$$

โดยที่ DR	=	อัตราส่วนลด (Discount Rate)
DR_L	=	อัตราส่วนลดค่าต่ำ (Lower Discount Rate)
DR_U	=	อัตราส่วนลดค่าสูง (Upper Discount Rate)
NPV	=	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)
NPV_L	=	มูลค่าปัจจุบันสุทธิที่ใช้อัตราส่วนลดค่าต่ำ (Lower Net Present Value)
NPV_U	=	มูลค่าปัจจุบันสุทธิที่ใช้อัตราส่วนลดค่าสูง (Upper Net Present Value)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

- ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) การคำนวณระยะเวลาคืนทุน หรือจำนวนปีในการดำเนินงานซึ่งจะทำให้มูลค่าการลงทุนสะสม (อย่างน้อยที่สุด) เท่ากับมูลค่าตอบแทนเงินสดสุทธิสะสมหรืออาจกล่าวได้ว่าระยะเวลาคืนทุน คือ จำนวนปีในการดำเนินการ ซึ่งทำให้ผลกำไรที่ได้รับในแต่ละปีรวมกันแล้วมีค่าเท่ากับจำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก ผลกำไรในที่นี้คือ กำไรสุทธิหลังหักภาษี + ดอกเบี้ย + ค่าเสื่อมราคา ซึ่งระยะเวลาคืนสามารถคำนวณได้จาก

ระยะเวลาคืนทุน = ค่าใช้จ่ายในการลงทุน / ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี

- การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) เป็นการวิเคราะห์ความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นได้ในสภาวะการดำเนินงานจริง โดยเป็นการสร้างทางเลือกของการตัดสินใจด้วยผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ภายใต้สถานการณ์ที่แตกต่างกัน โดยเน้นให้ความสำคัญกับตัวแปรหลักที่มีผลกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินซึ่งหลังจากที่ทำการปรับค่าของตัวแปรหลักแล้วจะทำการหาตัวชี้วัดความคุ้มค่าของการลงทุนสำหรับการตัดสินใจ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการเป็น 3 กรณี คือ

- กรณีผลตอบแทนจากการลงทุนลดลงในขณะที่ต้นทุนคงที่
- กรณีต้นทุนพิ่มขึ้นในขณะที่ผลตอบแทนจากการลงทุนคงที่
- กรณีผลตอบแทนจากการลงทุนลดลงและต้นทุนเพิ่มขึ้นในขณะเดียวกัน

2.2.3 เกณฑ์การตัดสินใจลงทุน

การตัดสินใจทางการลงทุน (Investment decision) หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกโครงการลงทุนว่า ควรลงทุนในโครงการใดจึงจะได้ผลตอบแทนตามต้องการ โดยใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจทางการลงทุนที่คำนึงถึงค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit/Cost Ratio: B/C Ratio) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) ตามรายละเอียดที่กล่าวมาข้างต้น

เกณฑ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจทางการลงทุนดังกล่าวมาแล้วจะทำให้ผู้วิเคราะห์โครงการลงทุนตัดสินใจว่าควรลงทุนในโครงการนั้น ๆ หรือไม่ โดยปกติโครงการที่ให้ค่าต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ถือว่าเป็นโครงการที่น่าลงทุน ได้แก่

(ก) มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV): ถ้ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) ที่คำนวณได้มีค่าเป็นบวก แสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราดอกเบี้ย (หรืออัตราส่วนลด) และถ้ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเป็นศูนย์ แสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับอัตราดอกเบี้ย (หรืออัตราส่วนลด) พอดี ซึ่งทั้งสองกรณี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright by Chiang Mai University
All rights reserved

สามารถยอมรับโครงการได้ แต่ถ้าหากมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเป็นลบ แสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้รับจากโครงการต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ย (หรืออัตราส่วนลด) คือจะเกิดการขาดทุนดังนั้นโครงการนั้นจึงควรล้มเลิกไป

(ข) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) ถ้าหากผลการคำนวณอัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุนมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 1 (B/C > 1) แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้จากโครงการจะมีมากกว่าหรือเท่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไปในการดำเนินงานในโครงการนั้น

(ค) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) ถ้าหากผลของการคำนวณ NPV มีค่าออกมาเป็นบวก แสดงว่าอัตราส่วนลดที่ใช้ในการคำนวณมีค่าต่ำเกินไป จึงควรเปลี่ยนมาลองใช้อัตราส่วนลดที่สูงขึ้น หากผลลัพธ์ที่ได้ออกมาเป็นลบ แสดงว่าอัตราส่วนลดที่ใช้ในการคำนวณสูงเกินไป ทั้งนี้อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (หรืออัตราส่วนลด) ที่ได้ควรมีค่าสูงเกินกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ถั่วเฉลี่ยหรือสูงกว่าต้นทุนของเงินทุน

(ง) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) จะเลือกโครงการที่ให้ระยะเวลาคืนทุนสั้นที่สุดและเร็วที่สุด

2.2.4 แนวคิดทฤษฎีการออม

ในการลงทุนเพื่อดำเนินกิจการต่าง ๆ นั้นจำเป็นต้องมีเงินทุนเป็นองค์ประกอบหลักซึ่งโดยทั่วไปแล้วการลงทุนมักเกิดจากการออมเงินของผู้ลงทุนและการกู้ยืมประกอบกันเนื่องจากต้องใช้ปริมาณเงินที่มหาศาลในการลงทุนเบื้องต้นซึ่งผู้ลงทุนมักมีเงินทุนส่วนตัวไม่เพียงพอจึงต้องทำการกู้ยืมจากสถาบันการเงินต่าง ๆ ด้วย โดยในเบื้องต้นผู้ศึกษาจะขออธิบายที่มาของการออมเงินว่าผู้ลงทุนสามารถทำการออมเงินเพื่อใช้ในการลงทุนได้อย่างไรผ่านทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์

การออม คือ การเก็บสะสมเงินทีละเล็กทีละน้อยให้พอกพูนขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งการออมส่วนใหญ่มักจะอยู่ในรูปของเงินฝากกับธนาคาร หรือบริษัทเงินทุน โดยได้รับดอกเบี้ยเป็นผลตอบแทน เมื่อมีเงินเหลือใช้เป็นประจำทุกเดือน สิ่งที่ควรคำนึงถึง คือ ผู้ออมจะจัดการกับเงินเหลือใช้นั้นอย่างเหมาะสมได้อย่างไร เพื่อให้งอกเงยเพิ่มมากขึ้น โดยทั่วไปผู้ออมมักจะเก็บในรูปเงินสดหรือฝากธนาคาร บริษัทเงินทุน ซึ่งเราจะเรียกวิธีการนี้ว่า "การออม" หรือถ้าใช้วิธีการซื้อทองรูปพรรณ ทองแท่ง หรือที่ดินเก็บไว้ ซื้อพันธบัตรรัฐบาล หุ้นกู้ หุ้น หรือหลักทรัพย์อื่น ๆ ก็จะเข้าลักษณะที่เรียกว่า "การลงทุน" เครื่องมือสำหรับการออมที่รู้จักกันดี ได้แก่ บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีเงินฝากประจำและบัญชีเงินฝากธนาคารที่ถูกมองว่ามีความสะดวก ปลอดภัย และมั่นคง แต่ในอีกทางหนึ่งผลตอบแทน (ดอกเบี้ย) จากการฝากเงินก็อาจไม่สูงนัก ทั้งนี้ ด้วยความที่ระบบเงินฝากมีความเสี่ยงต่ำ ผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินจากการฝากเงินจึงอยู่ในระดับที่ไม่สูงนัก แต่เป็นการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตอบแทนความมั่นคงของการเก็บเงินนั้นไว้แทน ดังนั้น คนส่วนใหญ่จึงคุ้นเคยกับการจัดสรรเงินไว้ในระบบเงินฝาก เพื่อสามารถเบิกถอนออกมาใช้ได้สะดวกในยามที่ต้องการนั่นเอง

การออมกับกระแสรายได้และรายจ่าย : การออม คือการออมทรัพย์ ซึ่งการออมทรัพย์ของครัวเรือนจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับรายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริงและการบริโภคของครัวเรือน อย่างมาก ด้วยเหตุที่ว่าหลังจากที่ครัวเรือนได้รับรายได้มาแล้ว เมื่อนำไปหักภาษีออก รายได้ดังกล่าวถือเป็นรายได้ที่ครัวเรือนสามารถนำไปจับจ่ายใช้สอยได้จริง ครัวเรือนจะจัดสรรรายได้ ส่วนนี้ไปใช้ เพื่อการบริโภค ส่วนที่เหลือจึงค่อยเก็บออมไว้เป็นเงินสะสม เรียกการออมเงินส่วนที่เหลือนี้ว่า "การออมทรัพย์" หากพิจารณาดูจะพบว่าการออมเปรียบเป็นส่วนรั่วของวงจรการหมุนเวียนของกระแสรายได้ ซึ่งเป็นผลให้กระแสรายได้ในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งมีค่าไม่เท่ากับกระแสรายจ่ายในช่วงเวลานั้น

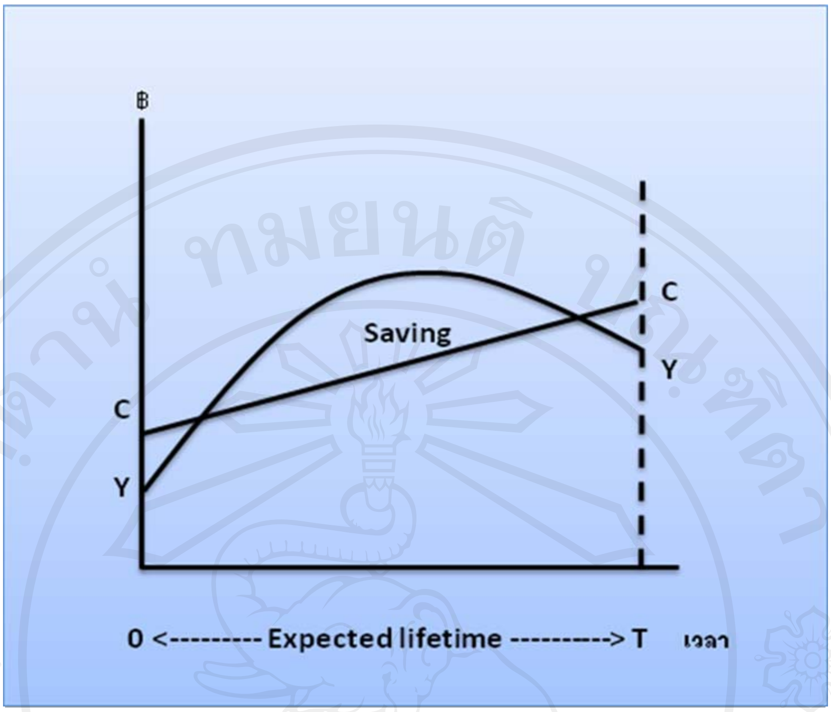
ตัววัดค่าพฤติกรรมการออม :สำหรับตัววัดค่าพฤติกรรมการออมที่นิยมใช้กัน คือ APS (average propensity to save : ความโน้มเอียงเฉลี่ยในการออม) เป็นค่าที่แสดงให้เห็นว่ารายได้ 1 หน่วย ครัวเรือนจะทำการออมเก็บไว้เท่าไร บ่งชี้ให้ทราบถึงพฤติกรรมในการจัดสรรรายได้ไปในการออมของครัวเรือน และ MPS (marginal propensity to save : ความโน้มเอียงหน่วยสุดท้ายในการออม) เป็นค่าที่แสดงให้เห็นว่าเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย ปริมาณการออมจะเปลี่ยนแปลงไปเท่าไร บ่งชี้ให้ทราบถึงผลของการเปลี่ยนแปลงระดับรายได้ที่กระทบต่อพฤติกรรมการออมว่ามีมากน้อยเพียงใด

การออมกับทฤษฎีการบริโภค : จากที่กล่าวไปแล้วว่าการบริโภคและการออมเป็นของคู่กัน ดังนั้น การออมจึงมีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีการบริโภคอย่างใกล้ชิด

- ตามแนวคิดของ James S. Duesenberry เชื่อว่าครัวเรือนที่มีระดับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคและระดับรายได้อยู่ในระดับหนึ่งแล้วจะเป็นการยากที่จะทำให้เขาลดระดับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคให้ต่ำลงกว่าเดิมเมื่อระดับรายได้เปรียบเทียบกับระดับรายได้ที่เคยได้รับสูงสุด (previous peak income) ลดลง

- ตามแนวคิดของ Franco Modigliani, Albert Ando และ Richard Brumberg เชื่อว่าปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในงวดเวลาหนึ่งจะขึ้นอยู่กับการคาดคะเนของรายได้ตลอดช่วงอายุขัยทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคตหากพิจารณาการกระจายรายได้และปริมาณ การใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในวัฏจักรชีวิตที่ควรจะเป็นของบุคคลหนึ่งๆ ดังรูปที่ 3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



รูปที่ 2.1: รูปการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในวัฏจักรชีวิต

จากรูปที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าในช่วงชีวิตของบุคคลขณะที่มีอายุน้อย จะมีระดับรายได้อยู่ในระดับต่ำ และจะมีรายได้สูงขึ้นเมื่อมีอายุมากขึ้น ต่อมาเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุก็จะกลับมีรายได้ลดลงอีกครั้ง การกระจายรายได้ตลอดช่วงอายุขัยจึงมีลักษณะเป็นไปตามเส้น yy ส่วนปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคของบุคคลจะสูงขึ้นเป็นลำดับตามอายุขัยโดยมีลักษณะของการกระจายปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคตามเส้น cc เมื่อทำการเปรียบเทียบกันระหว่างเส้น yy และ cc แล้วจะพบว่าในช่วงต้นของชีวิต บุคคลจะมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการบริโภค ดังนั้นบุคคลจึงต้องประพฤติตนเป็นผู้ก่อหนี้ ต่อมาในช่วงกลางของชีวิตจึงจะเริ่มที่จะมีรายได้เหลือจ่ายจนสามารถชดใช้หนี้เดิมได้ และเก็บเงินสะสมไว้สำหรับช่วงปลายของชีวิต เงินสะสมส่วนนี้ก็คือส่วนของเงินออมนั่นเอง

- ตามแนวคิดของ Milton Friedman เชื่อว่าครัวเรือนจะมีพฤติกรรมในจัดสรรรายได้เพื่อการบริโภคโดยอิงกับรายได้ในระยะยาว (long term income) ที่คาดว่าจะได้รับ พร้อมทั้งได้กำหนดให้รายได้ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ รายได้ถาวร (permanent income) และรายได้ชั่วคราว (transitory income) ซึ่งตามทฤษฎีนี้ปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคของครัวเรือนจะขึ้นอยู่กับรายได้ถาวร โดยครัวเรือนจะไม่ทำการบริโภคในส่วนของรายได้ชั่วคราว ดังนั้นจากการที่การออมเป็นเงินส่วนเหลือที่ไม่ได้ทำการบริโภคแล้ว จึงสามารถเกิดได้ทั้งจากส่วนของรายได้ถาวรและรายได้ชั่วคราว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการออมนั้นเป็นเงินที่ปราศจากความเสี่ยงเนื่องจากไม่ต้องเสียดอกเบี้ย ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากในการลงทุนทำกิจการต่าง ๆ เพราะว่านอกจากจะไม่ต้องเสียต้นทุนในการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยแล้วยังส่งผลให้จุดคุ้มทุนในการดำเนินกิจการหรือระยะเวลาคืนทุนอยู่ในระดับที่ต่ำและเร็วอีกด้วย เนื่องจากหากผู้ลงทุนต้องกู้เงินมาลงทุนแล้วต้องทำการบวกเงินกู้และดอกเบี้ยซึ่งเป็นต้นทุนเข้าไปในราคาสินค้าอันจะทำให้ต้นทุนสูงขึ้นจนส่งผลกระทบให้จุดคุ้มทุนและระยะเวลาคืนทุนอยู่ในระดับที่สูงและช้าลงกว่าที่ควรจะเป็น

2.2.5 แนวความคิดพื้นฐานการวิเคราะห์โครงการ

ลลิดา ปรีดากรณ์ (2537) กล่าวไว้ว่า ประเทศทุกประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศกำลังพัฒนา จะต้องเผชิญปัญหาพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด เช่น ที่ดิน ทุน แรงงาน รวมทั้งพรัพยากรธรรมชาติ เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าและบริการสนองตอบต่อความต้องการของคนในสังคมที่มีอยู่อย่างมากกมาย จึงจำเป็นที่จะต้องมีการจัดสรรพรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพและประหยัดรวมทั้งสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ เช่น ทำให้เกิดการกระจายรายได้ ทำให้ระดับรายได้ของคนในสังคมเพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น ซึ่ง “การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด หมายถึง การเลือโครงการที่ใช้ทรัพยการน้อยสุด แต่ให้ผลตรงตามวัตถุประสงค์เหมือนโครงการอื่นที่ใช้ทรัพยกรมากว่า”

การใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพ หมายถึง การใช้ทรัพยากรอันก่อให้เกิดผลตอบแทน (Benefits) มากที่สุด เช่น โครงการที่มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในกรณีของการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน แสดงว่าโครงการนั้นมีผลกำไรจากการดำเนินงานคือมีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ประสิทธิ์ ตงยิ่งสิริ (2527) กล่าวถึงการวิเคราะห์โครงการไว้ว่า การวิเคราะห์โครงการเป็นวิธีหนึ่งในการแสดงการใช้ทรัพยการไปอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัดภายใต้จุดมุ่งหมายหรือความต้องการของสังคมในรูปแบบที่สะดวกและเหมาะสม เพราะการวิเคราะห์โครงการจะมีการประเมินถึง ผลตอบแทน (Benefits) และค่าใช้จ่าย (Cost) ต่าง ๆ ของแต่ละโครงการแล้วปรับเป็นตัวร่วม (Common Denominator) ซึ่งถ้าหากผลตอบแทนมีมากกว่าค่าใช้จ่ายตามที่ได้ปรับแล้วโครงการนั้นก้เป็นโครงการที่ให้ผลตอบแทนคุ้มค่ แต่ถ้าค่าใช้จ่ายมีมากกว่าผลตอบแทนตามที่ปรับแล้วโครงการนั้นก็จะให้ผลตอบแทนไม่คุ้มค่า การวิเคราะห์โครงการจึงมีส่วนช่วยต่อการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยกรไปอย่างมีประสิทธิภาพตามหลักวิชาการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

2.2.6 ทฤษฎีการผลิต

การผลิต หมายถึง การนำเอาปัจจัยการผลิตต่าง ๆ มาใช้ร่วมกัน เพื่อสร้างให้เป็นสินค้าหรือบริการที่มีประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในสังคม หรือเป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่สินค้าหรือบริการให้สูงขึ้น ซึ่งสามารถกระทำด้วยการแปรรูป (form utility) ด้วยการขนย้ายหรือเปลี่ยนสถานที่จากแหล่งผลิตไปสู่ตลาด (place utility) ด้วยการทำให้มีสินค้าตามเวลาที่ผู้บริโภคมีความต้องการ (time utility) และด้วยการให้บริการ (services) ในกรณีที่สินค้าไม่มีตัวตน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ หรือเกิดความพอใจมากยิ่งขึ้น เงื่อนไขของผู้ผลิตคือผู้ผลิตต้องมีความรู้ความสามารถในการจัดหาปัจจัยการผลิตมาใช้ หรือต้องมีวิธีการในการใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจมากที่สุด ซึ่งจะบรรลุจุดมุ่งหมายในการได้มาซึ่งกำไรสูงสุดตามมา

2.2.7 แนวความคิดเกี่ยวกับมูลค่าปัจจุบัน

ชูชีพ พิพัฒน์ศิถี (2538) กล่าวถึงแนวความคิดเกี่ยวกับมูลค่าในปัจจุบันไว้ว่า ค่าของเงินในระยะเวลาต่าง ๆ ย่อมมีค่าที่แตกต่ากัน เช่น มูลค่าของเงินหนึ่งบาทที่จะได้รับในอนาคต (Future Value) จะมีค่าน้อยกว่าเงินบาทในปัจจุบัน สิ่งเหล่านี้เป็นจริงสำหรับบุคคลทั่วไปที่ว่า คนเราชอบที่จะรับเงินตราในปัจจุบันมากกว่าเงินจำนวนเดียวกันที่รับในอนาคตด้วยเหตุผล 2 ประการ คือ

1. ความชอบตามเวลาที่แท้จริง (Pure Time Preference) คนเราจะชอบการบริโภคในปัจจุบันมากกว่าในอนาคตของมูลค่าที่เป็นตัวเงินจำนวนเดียวกันด้วยเหตุผลที่ว่า อนาคตคือความไม่แน่นอน (ทั้งปริมาณและราคาสินค้า) บุคคลมีช่วงเวลาของการมีชีวิตอยู่ (Life Expectancy) ที่จำกัดและในช่วงที่รายได้แท้จริงสูงขึ้นนั้น อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายในอนาคตมีค่าน้อยกว่าอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายในปัจจุบัน ถ้าหากจะกระตุ้นให้ประชาชนทำการออมเพิ่มขึ้น เขาเหล่านั้นจะต้องได้รับการชดเชยสำหรับการเสียสละที่ไม่ทำการบริโภคในปัจจุบัน การให้สิ่งจูงใจนี้คือการจ่ายดอกเบี้ยให้กับเงินออม

2. ค่าเสียโอกาสของทุน (Opportunity Cost of Capital) การกำหนดให้ตลาดทุน (Capital Market) ที่มีอยู่สามารถนำเงินตราไปลงทุนเพื่อสร้างเงินตราให้มีจำนวนมากขึ้นในอนาคต หรืออาจจะกล่าวได้อีกทางหนึ่งว่ามีค่าเสียโอกาสของการออม ทางเลือกต่อการบริโภคในปัจจุบันคือการใช้เงินทุนหรือทรัพยากรไปในทางที่จะก่อให้เกิดรายได้ในอนาคต ซึ่งอย่างน้อยต้องมีมูลค่าเท่ากันกับค่าเงินตราในปัจจุบันที่เกิดจากการลงทุนในแบบอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved