

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์

วัชร พฤทธิกานนท์ (2549) ได้อธิบายอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง (Demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ กัน ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นๆ ในระยะเวลาที่กำหนด โดยความต้องการซื้อนั้น ผู้บริโภคจะต้องมีอำนาจซื้อด้วย (Purchasing power) กล่าวคือผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจที่จะซื้อ (Ability and Willingness) สินค้าหรือบริการนั้นๆ เช่น นาย เอ ต้องการซื้อกาแฟสดและนาย เอ มีเงินเพียงพอที่จะซื้อกาแฟสดดังกล่าว ในกรณีนี้จะเป็นอุปสงค์ที่สัมฤทธิ์ผล (Effective demand) แต่ถ้านาย เอ ต้องการซื้อแต่มีเงินไม่เพียงพอที่จะจ่ายค่ากาแฟสด ต้องการซื้อที่ไม่มีอำนาจซื้อในกรณีนี้ไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์ แต่เป็นเพียงความต้องการ (want) โดยทั่วไปเท่านั้น

ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อหรือปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์มีดังนี้

1. ราคาสินค้าชนิดนั้น เมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะลดลง แต่ถ้าราคาสินค้าลดลง ปริมาณซื้อจะมีมากขึ้น
2. ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ของปริมาณซื้อนอกจากจะขึ้นอยู่กับราคาสินค้าชนิดนั้นแล้ว ยังขึ้นกับราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย ซึ่งแบ่งความสัมพันธ์ของสินค้าได้เป็น 2 ชนิด คือ

2.1 สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (Substitution goods) เช่น ชากับกาแฟ ซึ่งการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดใดมากน้อยเพียงใดจะต้องพิจารณาถึงราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ถ้าราคากาแฟสดสูงขึ้น ในขณะที่ราคาชาคงเดิม ผู้บริโภคจะซื้อกาแฟสดลดลง แล้วหันไปซื้อชาเพิ่มขึ้น จึงกล่าวได้ว่าเมื่อราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้น จะทำให้ปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้ทดแทนกันได้เพิ่มขึ้นด้วย แต่ถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่งลดลงจะทำให้ปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้ทดแทนกันได้ลดลงด้วย ดังนั้นความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดกันที่ใช้ทดแทนกันจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.2 สินค้าที่ใช้ประกอบกันหรือใช้ร่วมกัน (Complementary goods) เช่น ปืนกับลูกปืน ถูงเท้ากับรองเท้า ยาสีฟันกับแปรงสีฟัน กาแฟกับครีมเทียม เป็นต้น เมื่อราคากาแฟแพงขึ้น นอกจากปริมาณซื้อกาแฟจะลดลงแล้วปริมาณความต้องการซื้อครีมเทียมจะลดลงด้วย ทั้งๆ ที่ราคาครีมเทียมไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดที่ใช้ประกอบกันจะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

3. รายได้ของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการกำหนดอุปสงค์การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับปริมาณความต้องการซื้อสินค้าสามารถแบ่งสินค้าออกได้เป็น 2 ชนิด คือ

3.1 สินค้าปกติ (Normal goods) ปริมาณซื้อสินค้าปกติทั่วไปจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีรายได้มาก ความต้องการซื้อสินค้าปกติจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลง ความต้องการซื้อสินค้าปกติจะลดลงด้วย

3.2 สินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior goods) สินค้าบางชนิดเป็นสินค้าด้อยคุณภาพในสายตาของผู้บริโภค ปริมาณซื้อสินค้าประเภทนี้จะมีความสัมพันธ์ตรงกันข้ามกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้น อุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้จะลดลง แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลง อุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้จะเพิ่มขึ้น สินค้าเหล่านี้ ได้แก่ เครื่องสำอางราคาถูก ข้าวสารคุณภาพต่ำ เสื้อโหล เป็นต้น

4. รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมจัดเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดอุปสงค์ รสนิยมของบุคคลโดยทั่วไปจะมีลักษณะแตกต่างกันตามอายุ อาชีพ การศึกษา ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นต้น โดยปกติรสนิยมในสินค้าชนิดต่างๆ จะเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยตามกาลเวลา รสนิยมของสินค้าบางชนิดเปลี่ยนแปลงได้ง่าย เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เป็นต้น ดังนั้น ถ้าสินค้าชนิดใดอยู่ในสมัยนิยม อุปสงค์ในสินค้านั้นจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าสินค้าชนิดใดล้าสมัย อุปสงค์ในสินค้าชนิดนั้นจะลดลง

5. จำนวนประชากร โดยปกติทั่วไปเมื่อประชากรของสังคมหรือประชากรของประเทศมีจำนวนมากขึ้น ความต้องการในสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้นด้วย แต่ประชากรที่เพิ่มขึ้นนี้จะต้องมีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้นด้วย จึงก่อให้เกิดอุปสงค์ในสินค้าเพิ่มขึ้น

6. การคาดคะเนสินค้าและปริมาณสินค้าในอนาคต เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้อุปสงค์ในสินค้าเปลี่ยนแปลงไป เช่น ผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาของเครื่องใช้ไฟฟ้าในอนาคตจะสูงขึ้น ผู้บริโภคจะรีบซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในขณะนี้เพิ่มขึ้น อุปสงค์ของเครื่องใช้ไฟฟ้าในปัจจุบันจึงเพิ่มขึ้นในทางตรงกันข้ามถ้าผู้บริโภคคาดว่าราคาเครื่องใช้ไฟฟ้าในอนาคตจะลดลง ผู้บริโภคจะชะลอการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าไว้ก่อน อุปสงค์ของเครื่องใช้ไฟฟ้าในปัจจุบันจึงลดลง

7. ฤดูกาล ความต้องการซื้อสินค้าต่างๆ หรือความต้องการใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ในแต่ละช่วงเวลาจะแตกต่างกันตามฤดูกาล เช่น ในฤดูร้อน อุปสงค์ของเครื่องปรับอากาศจะเพิ่มสูงขึ้น ฤดูฝนปริมาณความต้องการเลี้ยงก้นฝนมจะมีมากขึ้น และในฤดูหนาวปริมาณความต้องการหรือ อุปสงค์ของผ้าห่ม หรือผ้าพันคอจะมีมากขึ้น

8. สภาพการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ แม้ว่ารายได้เฉลี่ยต่อหัวของแต่ละประเทศจะเท่ากัน แต่ถ้าโครงสร้างการกระจายรายได้ของประเทศแตกต่างกัน ปริมาณความต้องการในสินค้าก็จะแตกต่างกันด้วย แต่สภาพการกระจายรายได้แตกต่างกันมาก กล่าวคือ ประชากรส่วนใหญ่ของชาติคืออาละเบียยังยากจน มีคนกลุ่มน้อยเท่านั้นที่ร่ำรวยจากการเป็นเจ้าของน้ำมัน ขณะที่ประชากรของสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่เป็นคนชั้นกลาง รายได้ไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้นปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของทั้ง 2 ประเทศ ย่อมแตกต่างกัน

2.1.2 ทฤษฎีต้นทุนการผลิต

เดช กาญจนางกูร (2539) ได้อธิบายต้นทุนการผลิตทางด้านเศรษฐศาสตร์ว่ามีความแตกต่างกับต้นทุนการผลิตทางบัญชี ต้นทุนการผลิตทางบัญชีเป็นเพียงส่วนหนึ่งของต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ จึงทำให้การคำนวณผลตอบแทน หรือผลกำไรมีความแตกต่างกันออกไป ต้นทุนการผลิตในทางเศรษฐศาสตร์ คือ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างการผลิตสินค้าและบริการที่หน่วยผลิตได้จ่ายไปในการผลิตสินค้าและบริการทั้งหมด ซึ่งต้นทุนการผลิตในทางเศรษฐศาสตร์ จะประกอบไปด้วย ต้นทุนการผลิตในด้านต่างๆ ดังนี้

1) **ต้นทุนทางตรง (Direct cost)** หมายถึงต้นทุนที่ต้องจ่ายเป็นเงินสดไปในการซื้อหาปัจจัยการผลิตมาจากบุคคลอื่นเป็นไปได้ชัดเจน บางตำราจึงเรียกว่า ต้นทุนแจ้งชัด (Explicit cost) หรือต้นทุนทางบัญชี (Accounting cost) เช่น ค่าจ้างแรงงาน ค่าซ่อมแซมเครื่องจักร ค่าวัตถุดิบค่าน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น ในทางบัญชีนั้น การคำนวณต้นทุนจะมีเพียงต้นทุนประเภทนี้เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ในทางเศรษฐศาสตร์แล้ว การนำต้นทุนทางตรงเหล่านี้มารวมกันแล้วยังไม่ถือว่าเป็นต้นทุนการผลิตทั้งหมด ยังจะต้องมีการรวมต้นทุนอีกประเภทหนึ่งเข้าไปด้วยนั่นคือต้นทุนทางอ้อมต้นทุนทางตรงนี้ยังแบ่งย่อยออกไปอีกเป็น 2 ประเภทดังนี้

- **ต้นทุนคงที่ (Fixed cost)** หมายถึงต้นทุนที่ใช้จ่ายไปในการก่อสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นฐานของการผลิต ซึ่งไม่เปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนผลผลิต เช่น ค่าที่ดิน สิ่งก่อสร้าง เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต เป็นต้น

- ต้นทุนผันแปร (Variable cost) หมายถึงต้นทุนที่เป็นค่าใช้จ่ายไปในการดำเนินงานตามกระบวนการผลิต ซึ่งจะผันแปรหรือเปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนผลผลิต เช่น ค่าจ้างค่าวัตถุดิบ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและค่าซ่อมแซมเครื่องจักรอุปกรณ์ เป็นต้น

2) **ต้นทุนทางอ้อม (Indirect cost)** หมายถึง ต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิตของตนเอง ซึ่งไม่ได้จ่ายเป็นเงินสดให้แก่บุคคลอื่นแต่อย่างใด เป็นต้นทุนการผลิตแอบแฝงที่มองไม่เห็น บางตำราจึงนิยมเรียกต้นทุนส่วนนี้ว่า ต้นทุนไม่แจ้งชัด (Implicit cost) ตัวอย่างเช่น ค่าแรงงานของตนเอง ถือเป็นต้นทุนทางอ้อมที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งซึ่งในทางการงานบัญชีไม่นิยมคิดเป็นต้นทุนการผลิต หรืออีกตัวอย่างหนึ่งคือ การใช้บ้านที่อยู่อาศัยของตนเองเป็นสถานที่ทำการผลิตสินค้าและบริการก็เป็นต้นทุนทางอ้อมที่มองไม่เป็นที่อีกประการหนึ่ง เป็นต้นทุนการคิดต้นทุนการผลิตในทางเศรษฐศาสตร์นั้น ทำการคิดหรือประเมินค่าต้นทุนทางอ้อมเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายด้วย โดยต้องนำหลักการในเรื่องของ ค่าเสียโอกาส (Opportunity cost) มาใช้ในการประเมินต้นทุนการผลิตด้วย กล่าวคือต้องพิจารณาว่าถ้าหากปัจจัยการผลิตชนิดนี้ ไม่ได้นำมาใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการแล้วสามารถนำปัจจัยการผลิตชนิดนี้ไปใช้ประโยชน์เพื่อให้เกิดผลตอบแทนสูงสุดเท่าไร เช่น ที่ดินหรือบ้านที่อยู่อาศัยหากไม่ได้นำมาใช้เป็นสถานที่ประกอบการผลิตสินค้าสามารถนำไปให้คนอื่นเช่า ซึ่งจะได้มาในรูปแบบของค่าเช่าเท่าไร เป็นต้น กล่าวโดยสรุป ต้นทุนการผลิตก็คือต้นทุนการผลิตในทางบัญชี หรือต้นทุนทางตรงซึ่งประกอบด้วยต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร และรวมทั้งต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity cost) ตลอดจนผลกระทบภายนอก (Externalities) ทั้งหลายทั้งปวงที่ก่อให้เกิดผลเสียหรือเป็นภาระของสังคมในการเยียวยาแก้ไข (Social cost) ที่เกิดจากกระบวนการผลิตของเอกชนจนรัฐบาลต้องบังคับให้ผู้ผลิตเอกชนลงทุนหรือใช้จ่ายในการป้องกันและแก้ไข เป็นต้น

2.1.3 การวิเคราะห์ทางการเงิน (Financial Analysis)

การวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการมีประเด็นสำคัญที่จะวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายของโครงการเพื่อดูความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์ของโครงการ หรือดูเงินลงทุนและผลตอบแทนหรือผลกำไรในการลงทุนของโครงการ เพื่อวิเคราะห์ว่าโครงการที่จัดทำนั้นคุ้มทุนหรือไม่ อีกประการหนึ่งคือ การวิเคราะห์ความต้องการทางการเงินของโครงการเป็นอย่างไร การจัดทำประมาณการความต้องการทางการเงินของโครงการนี้จะกระทำได้ต่อเมื่อมีการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิค และการวิเคราะห์โครงสร้างทางการตลาดของโครงการ แล้วจึงนำไปสู่ผลได้และค่าใช้จ่ายของโครงการและเมื่อนำผลได้และค่าใช้จ่ายมาเปรียบเทียบกัน ผลที่ได้นี้จะเห็นว่าเป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่าโครงการได้บรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่

เกณฑ์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินโครงการมีดังนี้ คือ

1. คาดคะเนกระแสการไหลเวียนเงินสดของโครงการ (Cash Flow)

เป็นการวิเคราะห์ถึงการหมุนเวียนของกระแสเงินสดต่างๆ ของโครงการ อันประกอบด้วย กระแสเงินสดรับ กระแสเงินสดจ่าย และกระแสเงินสดสุทธิ โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้

$$\text{กระแสเงินสดสุทธิ} = \text{กระแสเงินสดรับ} - \text{กระแสเงินสดจ่าย}$$

2. มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (Net Present Value หรือ NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ คือ มูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทนสุทธิหรือ กระแสเงินสดของโครงการ ซึ่งคำนวณได้ด้วยการทำส่วนลดกระแสผลตอบแทนสุทธิตลอดอายุของโครงการให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน หรืออาจคำนวณหา NPV จากความแตกต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทนรวมและมูลค่าปัจจุบันของกระแสต้นทุนรวม ซึ่งสามารถเขียนสูตรการคำนวณได้ ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}$$

โดยที่ NPV = มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิตลอดอายุโครงการ

B_t = มูลค่าผลตอบแทนในปีที่ t

C_t = มูลค่าของต้นทุนในปีที่ t

i = อัตราคิดลด (Discount rate) หรืออัตราดอกเบี้ย

t = ปีของโครงการ คือ ปีที่ 0, 1, 2, 3,n

n = อายุของโครงการ

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจ โดยการพิจารณามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV)

มีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าการลงทุนในโครงการนั้น ได้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน

3. อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR)

อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ คือ ผลตอบแทนเป็นร้อยละต่อโครงการ หรือ หมายถึง อัตราดอกเบี้ยในการคิดลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์ ระหว่าง อัตราดอกเบี้ย หรืออัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ ดังนั้น ค่า IRR เป็นอัตราส่วนลดที่ทำให้โครงการมีความคุ้มทุน

ในท้ายที่สุดจะมีอัตราดอกเบี้ยระดับหนึ่งที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับศูนย์พอดี ซึ่งก็คืออัตราผลตอบแทนภายในโครงการซึ่งสามารถคำนวณได้ดังสูตรต่อไปนี้

$$\sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} = 0$$

- โดยที่
- r = อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน
 - B_t = มูลค่าของผลตอบแทนภายในปีที่ t
 - C_t = มูลค่าของต้นทุนในปีที่ t
 - t = ปีของโครงการ คือ ปีที่ 0, 1, 2, 3, ..., n
 - n = อายุของโครงการ โดยปีที่ 0 คือ ปีที่มีการลงทุนเริ่มแรก

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจ โดยการพิจารณาอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ยอมรับทุกโครงการที่ทำให้ค่า IRR มากกว่าค่าเสียโอกาสของเงินทุน นั่นคือ

หากอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) มีมากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ก็น่าลงทุนในโครงการนั้น

4. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit – cost Ratio หรือ B/C Ratio)

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน คือ อัตราส่วนระหว่างผลรวมมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับผลรวมมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม สำหรับการคำนวณเพื่อหาอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน เขียนเป็นสูตรในการคำนวณได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{B/C Ratio} &= \frac{\text{PV of benefits}}{\text{PV of costs}} \\ &= \frac{\sum_{t=0}^n \frac{B_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+i)^t}} \end{aligned}$$

เมื่อ	B_t	=	ผลตอบแทนในปีที่ t
	C_t	=	ต้นทุนในปีที่ t
	i	=	อัตราคิดลด (Discount rate) หรืออัตราดอกเบี้ย
	t	=	ปีที่ของโครงการ คือ ปีที่ 0, 1, 2, 3, ..., n
	n	=	อายุของโครงการ

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจโดยการพิจารณาอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) ยอมรับทุกโครงการที่ทำให้ B/C Ratio มากกว่า 1 เป็นโครงการที่ดีควรลงทุน

5. การวิเคราะห์ความไหวตัว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความไหวตัวของโครงการ เป็นการวิเคราะห์ผลตอบแทนคำนวณมาจากผลคูณของราคากับปริมาณผลผลิต ดังนั้น เมื่อราคาหรือปริมาณผลผลิตเปลี่ยนแปลงไปจากสถานการณ์เดิมของโครงการก็จะทำให้รายได้รวมมีการเปลี่ยนแปลง การวิเคราะห์ความไหวตัวต่อเหตุเปลี่ยนแปลงเป็นการศึกษาถึงความไหวตัว หรือความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของรายการต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการว่ามีผลกระทบทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไร ต่อมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการ (B/C Ratio)

เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน ซึ่งประโยชน์จากการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อเหตุเปลี่ยนแปลงนั้น จะช่วยให้ผู้ประกอบการทราบว่า ควรควบคุมตัวแปรตัวไหนหากตัวแปรไม่เป็นที่ไปตามที่ประมาณการ เนื่องจากมีผลให้ผลตอบแทนสุทธิของโครงการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินโครงการมีประสิทธิภาพหรือผลตอบแทนที่คุ้มค่ามากขึ้น

6. เกณฑ์การตัดสินใจลงทุน (Investment decision)

การตัดสินใจลงทุน หมายถึง การตัดสินใจในการเลือกโครงการลงทุนว่าควรลงทุนในโครงการใด จึงจะให้ผลตอบแทนตามต้องการ โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจทางการลงทุนที่คำนึงถึงค่าเสียโอกาส ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio)

ผลการวิเคราะห์โครงการที่น่าตัดสินใจลงทุน นั่นคือ

- มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) ต้องมีค่ามากกว่า 0
- อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ต้องมีค่าสูงกว่าอัตราเงินกู้ในปัจจุบัน
- อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) ต้องมีค่ามากกว่า 1

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่ายังไม่มีงานวิจัยที่ทำการศึกษาคำวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจร้านกาแฟสด โดยตรงแต่มีงานวิจัยที่วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจอื่นๆ ดังนี้ คือ

พิษณุรักษ์ โปธิกุลชนันท์ (2545) ทำการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของกิจการร้านขายนมสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อทำการศึกษาคำวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของกิจการ และวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการดำเนินงาน เมื่อต้นทุนหรือผลตอบแทนของโครงการเพิ่มขึ้นหรือลดลง

ผลการศึกษาพบว่า ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก เป็นจำนวนเงิน 584,780 บาท ซึ่งมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ มีค่าเท่ากับ 1,737,462.28 บาท อัตราส่วนของผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 48.43% อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.18 แสดงให้เห็นว่า กิจการร้านขายนมสดและสด สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปในภาวะที่อัตราส่วนลดเท่ากับร้อยละ 10 และผลจากการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงพบว่ากรณีแรก ถ้าต้นทุนค่าดำเนินการเพิ่มขึ้น 16.8% ขณะที่ผลตอบแทนคงที่ พบว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ มีมูลค่าเท่ากับ 587,491.33 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เท่ากับร้อยละ 10.12% อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เท่ากับ 1.06 เมื่อพิจารณา โดยภาพรวมแล้วพบว่าหากต้นทุนค่าดำเนินการจะเพิ่มขึ้น 16.8% การลงทุนของกิจการร้านขายนมสดยังสามารถก่อให้เกิดรายได้คุ้มกับการลงทุนเพราะ NPV ที่ได้มีค่ามากกว่า 0 IRR ที่ได้มีค่ามากกว่าอัตราส่วนลดร้อยละ 10 และ B/C Ratio มากกว่า 1 แต่หากต้นทุนค่าดำเนินการเพิ่มมากขึ้นกว่าจุดนี้กิจการร้านขายนมสดจะไม่สามารถดำเนินงานต่อไปได้ เนื่องจากไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน กรณีที่ 2 ผลตอบแทนลดลง 5.7% ต้นทุนค่าดำเนินการคงที่ พบว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีมูลค่าเท่ากับ 590,356.68 บาท อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ เท่ากับ 10.31% อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.06 เมื่อพิจารณาภาพรวมแล้วแสดงว่าเมื่ออัตราผลตอบแทนลดลง 5.7% ขณะที่ต้นทุนค่าดำเนินการคงที่ กิจการร้านขายนมสดก็ยังคุ้มค่าดำเนินการอยู่ได้ เพราะ PV มากกว่า 0 IRR ที่ได้มีค่ามากกว่าอัตราส่วนลดร้อยละ 10 และ B/C Ratio มากกว่า 1 แต่หากผลตอบแทนลดลงมากกว่านี้กิจการร้านขายนมสดจะไม่สามารถดำเนินงานต่อไปได้ เพราะไม่คุ้มค่ากับการลงทุน กรณีที่ 3 ผลตอบแทนลดลง 3.9% ต้นทุนค่าดำเนินการเพิ่มขึ้น 5% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (PV) เท่ากับ 596, 443.57 บาท อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.06 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการเท่ากับ 10.59%

ชลธิรา อินทรเทพ (2546) ทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในร้านกาแฟของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค และปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพโสด อายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาดำรงปริญญาตรีและปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ส่วนพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการร้านกาแฟมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 42 สำหรับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 51-100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40 โดยส่วนใหญ่จะมาใช้บริการครั้งละ 2-3 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 และมาใช้บริการกับเพื่อนมากที่สุด สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการร้านกาแฟ เพราะรสชาติของกาแฟดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมาคือ การมีกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือก คิดเป็นร้อยละ 60 ปัจจัยด้านราคาต้องเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อเพราะรูปแบบร้านที่มีพนักงานให้บริการเต็มรูปแบบมากที่สุด และปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเป็นสำคัญ

ปิยพร มานะกิจ (2553) ทำการศึกษาด้านทุนและผลตอบแทนของโรงงานผลิตผักและผลไม้กระป๋องแห่งหนึ่งในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างการดำเนินงานของโรงงานผลิตผักและผลไม้กระป๋อง เพื่อวิเคราะห์ถึงต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของโรงงานผลิตผักและผลไม้กระป๋องแห่งหนึ่งในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยต่างๆ เมื่อต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง ภายใต้อัตราการผันผวน 2 กรณี โดยกำหนดให้ทั้ง 2 กรณี มีอัตราส่วนลดเท่ากับร้อยละ 6.25 และกำหนดอายุของโครงการเป็นเวลา 10 ปี

ผลการศึกษาพบว่า การผลิตผักและผลไม้กระป๋องของโรงงานแห่งนี้จะเป็นการผลิตผลิตภัณฑ์โดยใช้ผักและผลไม้ตามฤดูกาลในท้องถิ่นและนำไปเสนอขายลูกค้า และมีการรับคำสั่งซื้อของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของโรงงานมี 7 ชนิด ได้แก่ ข้าวโพดหวานกระป๋องขนาดบรรจุ 18 oz, 15 oz และ 12 oz ชุปข้าวโพดขนาดบรรจุ 15 oz สับปรดกระป๋องขนาดบรรจุ 20 oz ข้าวโพดฝักอ่อนขนาดบรรจุ 15 oz และถั่วฝักยาวกระป๋องขนาดบรรจุ 20 oz ส่วนโครงสร้างต้นทุนของโรงงานประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก เป็นจำนวนเงิน 24,600,000 บาท การลงทุนในโครงการมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับ 40,522,576.90 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ มีค่าเท่ากับ ร้อยละ 34.90

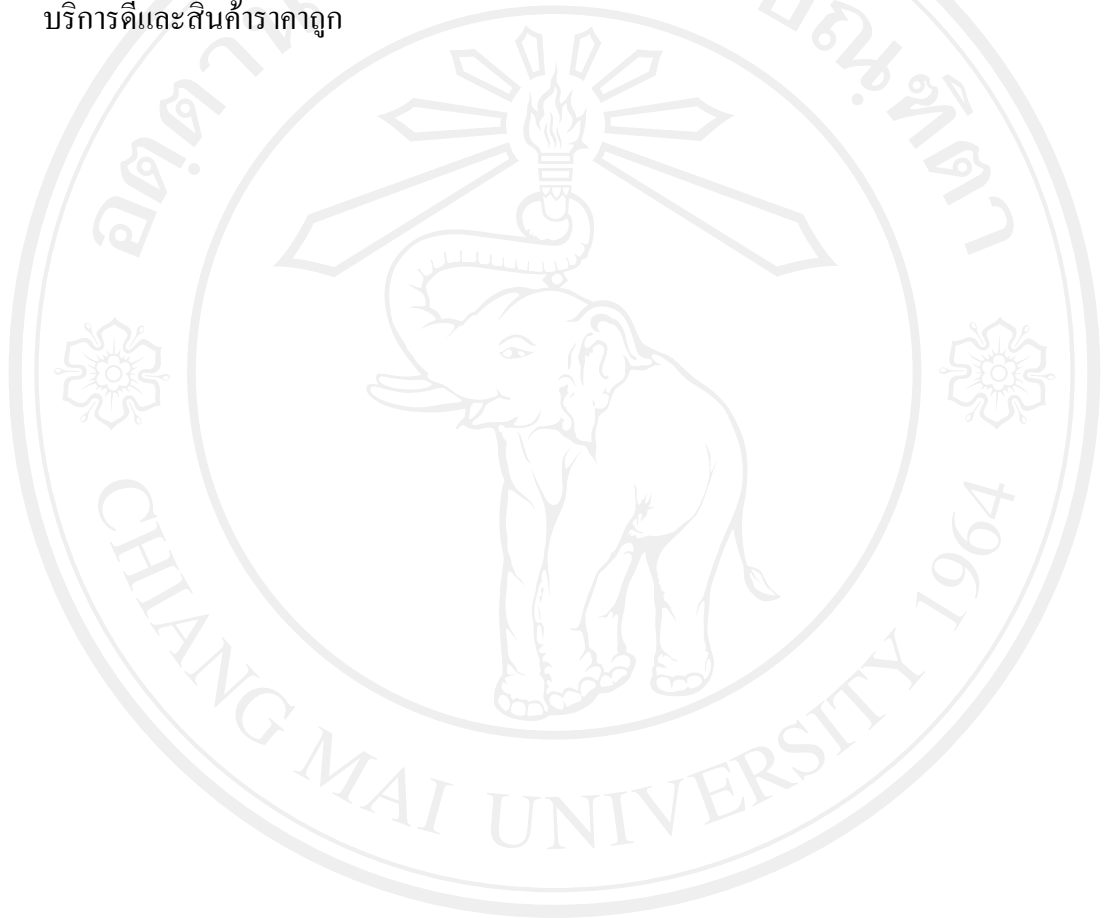
อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน เท่ากับ 1.07 ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 3 ปี 225 วัน และผลการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการภายใต้สถานการณ์สมมติ 2 กรณี ดังนี้ กรณีที่ 1 เมื่อสมมติให้ผลตอบแทนคงที่ พบว่า ต้นทุนของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้สูงสุดถึงร้อยละ 7.26 เกณฑ์การณัดัดสินใจเพื่อการลงทุนคงยอมรับได้ กรณีที่ 2 เมื่อสมมติให้ผลตอบแทนลดลงและต้นทุนคงที่ พบว่า ผลตอบแทนของโครงการสามารถลดลงได้สูงสุดถึงร้อยละ 6.77 เกณฑ์ตัดสินใจเพื่อการลงทุนยังคงยอมรับ

ณัฐนันท์ พุฒหมื่น (2553) ทำการศึกษาการวิเคราะห์ธุรกิจร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนธุรกิจจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ ในจังหวัดเชียงใหม่และเพื่อศึกษาพฤติกรรมในการซื้ออะไหล่รถยนต์จากร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการวิเคราะห์เพื่อหาต้นทุนในการดำเนินธุรกิจได้มาจากค่าใช้จ่ายในการลงทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและบำรุงรักษา สำหรับข้อมูลด้านผลตอบแทนของธุรกิจได้มาจากรายได้จากการขายอะไหล่และเคมีภัณฑ์ และกำหนดอายุของโครงการเป็นเวลา 20 ปี ตั้งแต่ 2553-2573

ผลการศึกษาพบว่า ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก เป็นจำนวนเงิน 3,200,000 บาท การลงทุนในโครงการมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิจากการลงทุนมีค่าเท่ากับ 10,307,687 บาท อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการมีค่าเท่ากับร้อยละ 31.85 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.14 และผลการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 กรณี ดังนี้ กรณีที่ 1 เมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ส่วนผลตอบแทนคงที่ พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับ 10,107,209 บาท อัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับร้อยละ 31.41 และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.13 กรณีที่ 2 เมื่อผลตอบแทนลดลงร้อยละ 5 ส่วนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานคงที่ พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับ 814,123 บาท อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนเท่ากับร้อยละ 13.81 และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.02 และกรณีที่ 3 เมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และผลตอบแทนลดลงร้อยละ 5 พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับ 574,426 บาท อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนเท่ากับร้อยละ 12.36 และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.02

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมในการซื้ออะไหล่รถยนต์จากร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้ออะไหล่รถยนต์ ส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย อายุอยู่ในช่วง 30-45 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท มีรายได้

15,001-30,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้รถแท็กซี่ที่ประเทศญี่ปุ่นผลิต มีอายุการใช้งานใช้ช่วง 5-10 ปี มีวัตถุประสงค์ในการซื้ออะไหล่เพื่อนำไปใช้หรือซ่อมรถเอง ความถี่ในการซื้ออะไหล่รถยนต์น้อยกว่า 5 ครั้งต่อปี มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออะไหล่รถยนต์ต่อครั้งคือ 1,001-3,000 บาท ผู้ซื้ออะไหล่รถยนต์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการซื้ออะไหล่รถยนต์ เพราะสินค้าราคาถูก พนักงานบริการดีและสินค้าที่มีคุณภาพตามความต้องการ และตัดสินใจกลับมาซื้ออะไหล่รถยนต์จากร้านเดิม เพราะพนักงานบริการดีและสินค้าราคาถูก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved