

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้ได้มีการนำแนวความคิดการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) มาใช้ในการวิเคราะห์ผลซึ่งสามารถกล่าวโดยสังเขปได้ดังนี้

#### ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (ชัยศ สันติวงศ์, 2539) คือ การศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด ทั้งในขอบเขตกว้างที่เรียกว่ามหภาค และในขอบเขตที่มีรายละเอียดลึกลงไปที่เรียกว่าจุลภาค ซึ่งโครงการอุตสาหกรรมโดยทั่วไปจะมีกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม คือ กิจกรรมด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ผลของกิจกรรมดังกล่าวจะสรุปหรือสะท้อนออกมาให้เห็นในรูปของงบการเงินล่วงหน้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่นำมาประเมินผลและตัดสินใจลงทุนในโครงการ โดยพิจารณาผลตอบแทนจากการลงทุนและความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิด

ในการลงทุนประกอบกิจการใด ๆ ก็ตาม ผู้ลงทุนย่อมต้องการผลกำไรจากการลงทุนนั้น ๆ ดังนั้นผู้ลงทุนควรจะต้องมีการวางแผนโครงการอย่างรอบคอบ ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงต่อความล้มเหลว และเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ในการลงทุน โดยพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจจะมีผลต่อโครงการ สามารถกล่าวได้โดยสังเขปดังนี้

1. การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ การศึกษาสถานะแวดล้อมจึงเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อใช้ในการตัดสินใจ และกำหนดกลยุทธ์ การดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของธุรกิจให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานะแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ สถานะแวดล้อมโดยทั่วไปสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย และเทคโนโลยี

2. การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยทำการเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่มีในอุตสาหกรรม

3. การวิเคราะห์ทางด้านการตลาด เพื่อวางแผนการตลาดในการจำหน่าย ตลอดจนคาดคะเนรายรับจากยอดขาย โดยผลที่ได้จะเป็นส่วนหนึ่งที่น่านำมาใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อประโยชน์ในการประเมินผลและตัดสินใจลงทุน โดยจะมีการศึกษาวิเคราะห์เริ่มจาก

3.1.) การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน (Current Marketing Situation) เป็นการนำเสนอแนวโน้มภาวะอุตสาหกรรม

3.2.) การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) เป็นการระบุถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่กระทบต่อสายผลิตภัณฑ์

3.3.) การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าหมาย (Vision, Mission and Goals) (ธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550)

3.3.1. วิสัยทัศน์ (Vision) คือ ภาพของกิจการที่ต้องการจะเป็นในอนาคต โดยมีพื้นฐานอยู่บนความเป็นจริงในปัจจุบัน

3.3.2. พันธกิจ (Mission) คือ งานที่ต้องทำเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ของกิจการ

3.3.3. เป้าหมาย (Goal) คือ การกำหนดผลลัพธ์ที่ต้องการจากพันธกิจของกิจการ โดยกำหนดเป็นข้อ ๆ แบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้น (1 ปี) ระยะปานกลาง (3-5 ปี) และระยะยาว (5 ปีขึ้นไป) ทั้งนี้เป้าหมายในแต่ละระยะเวลาคควรสอดคล้องกัน สามารถวัดผลได้

3.4.) การกำหนดแผนเชิงกลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วย

3.4.1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy) คือ สิ่งที่ยกถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจของกิจการ ได้แก่

- มุ่งเน้นการเติบโต (Growth Strategy) เป็นการขยายธุรกิจไปในทิศทางต่าง ๆ เช่น ลงทุนในธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวพันธุรกิจเดิม โดยเป็นธุรกิจที่อยู่ต้นทางหรือ ปลายทางของธุรกิจเดิม (Forward – Backward Integration) ลงทุนในธุรกิจใหม่ที่แตกต่างไปจากธุรกิจเดิมโดยสิ้นเชิง (Conglomerate Diversification) เพื่อกระจายความเสี่ยงของการลงทุน หรือจับมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ (Alliance Strategy) เพื่อเสริมความเข้มแข็งให้ธุรกิจเดิมโดยไม่ต้องลงทุนเอง

- กลยุทธ์คงตัว (Stability Strategy) ไม่มีการลงทุนใด ๆ ในช่วงนี้ แต่มุ่งเน้นในธุรกิจเดิมให้เข้มแข็ง

- การลดขนาดกิจการ (Retrenchment Strategy) เช่น ขายทิ้งกิจการบางส่วน (ที่ไม่ทำกำไร หรือขาดทุน) หรือปรับโครงสร้างธุรกิจใหม่ (Restructure)

3.4.2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy) คือ การดึงดูดเด่นขององค์กรขึ้นมาใช้ให้เป็นประโยชน์และ ส่งเสริมกลยุทธ์ระดับองค์กร

- เป็นผู้นำด้านต้นทุน (ที่ต่ำกว่าคู่แข่ง) (Cost Leadership Strategy) ทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาถูกกว่าคู่แข่ง

- เน้นความแตกต่างของสินค้า (Differentiation Strategy) สามารถสร้าง Value Added ใหม่ ๆ ให้กับสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการใหม่ ๆ ของผู้บริโภค

- มุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ทำให้กิจการสามารถตั้งราคาสินค้าได้สูงขึ้น

3.5.) ลักษณะความต้องการของตลาด เป็นลักษณะสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการ

3.6.) ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix) หมายถึง ปัจจัยหรือสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยจะใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ หรือ 7 P's (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541) มาประกอบในการวิเคราะห์แต่ละส่วน ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ มีคุณค่า ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

- ราคา (Price) คือ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาก่อนการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ ต้นทุนสินค้า การแข่งขันในตลาด และปัจจัยอื่น ๆ

- การจัดจำหน่าย (Place) คือ โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจการ ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด

- การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยมีเครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ คือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงาน และการประชาสัมพันธ์

- บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและการตอบสนองต่อลูกค้า

- การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

- กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า

3.7.) ปัจจัยความสำเร็จของโครงการ (Key Success Factors) หมายถึง กลุ่มปัจจัยต่างๆ ที่จำเป็นต่อความสำเร็จของธุรกิจ ในการที่จะทำให้ธุรกิจได้มาและรักษาไว้ซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน

4. การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิค เพื่อคาดคะเนเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์การเงินต่อไป โดยมีการศึกษาวิเคราะห์ถึง

- 4.1.) ทำเลที่ตั้งของโครงการ
- 4.2.) รายละเอียดสิ่งปลูกสร้าง สำหรับการลงทุน รวมถึงขนาด โครงสร้างและราคา
- 4.3.) สิ้นค้าและบริการ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่จะนำเสนอ
- 4.4.) รายการอุปกรณ์และเครื่องใช้ ที่จำเป็นรวมถึงราคา
- 4.5.) การวางผังนอกรอาคาร รวมถึงการวางผังภายใน
- 4.6.) ความสามารถในการผลิตและให้บริการ

5. การวิเคราะห์ทางด้านการจัดการ เพื่อกำหนดรูปแบบขององค์กรที่ใช้ในการดำเนินงานที่เหมาะสม โดยศึกษาถึง (ทิพพาวรรณ ฌัฐชิตา, 2549)

- 5.1.) รูปแบบการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมก่อนการดำเนินงาน
- 5.2.) การจัดโครงสร้างองค์กรธุรกิจ
- 5.3.) ระบบการบริหารงานบุคคล และกระบวนการบริหารงานบุคคล
- 5.4.) การวางแผนความต้องการกำลังคน
- 5.5.) การกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละสายงานและตำแหน่งงาน
- 5.6.) การกำหนดคุณสมบัติของบุคลากรในแต่ละตำแหน่งงาน

6. การวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อประมาณเงินลงทุนที่จำเป็นต้องใช้ในโครงการทั้งหมด แล้วจัดสรรแหล่งที่มาของเงินทุนที่เหมาะสม รวมทั้งประเมินคุณค่าของโครงการ เพื่อการตัดสินใจว่าควรลงทุนหรือไม่ โดยอาศัยข้อมูลด้านการตลาด เทคนิคและการจัดการประกอบกัน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่

6.1.) แหล่งเงินทุน แบ่งได้เป็น 2 แหล่งใหญ่ ๆ คือ

- แหล่งเงินทุนภายใน คือ เงินทุนที่ได้มาจากกำไรสุทธิจากการดำเนินงานที่เก็บสะสมไว้ในรูปกำไรสะสม ซึ่งเงินจำนวนนี้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ ความสามารถในการทำกำไร และนโยบายในการจ่ายเงินปันผลของกิจการ

- แหล่งเงินทุนภายนอก คือ เงินทุนที่ไม่ได้มาจากการดำเนินงาน เช่น เจ้าหนี้การค้า ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย เจ้าหนี้เงินกู้ การออกหุ้นสามัญ หรือหุ้นกู้ เป็นต้น

6.2.) ประมาณการด้านการเงิน โดยการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า และการคาดคะเนด้านการเงินของโครงการ ได้แก่ การประมาณการงบกำไรขาดทุน งบแสดงแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุน งบกำไรสะสม งบดุล

6.3.) งวดเวลาคืนทุน (Payback Period หรือ PB) คือ ระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับจากโครงการสามารถชดเชยกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการพอดี โดยนำกระแสเงินสดรับจากโครงการในแต่ละปีมาเปรียบเทียบกับเงินสดที่จ่ายลงทุนเมื่อเริ่มโครงการ ว่าจะใช้ระยะเวลาานเท่าใดจึงจะคุ้มค่า กับเงินลงทุนตอนเริ่มโครงการ ค่า PB ถ้าสามารถได้ทุนคืนเร็วโครงการก็จะน่าสนใจ

6.4.) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) คือ ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิตลอดอายุโครงการกับ มูลค่าปัจจุบันของเงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+k)^t} - CF_0$$

โดย  $CF_t$  = กระแสเงินสดรับสุทธิตลอดอายุโครงการ รายปี ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่ n  
 $CF_0$  = เงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ (Total Investment)  
 n = อายุของโครงการ (ปี)  
 k = ค่าของทุนที่ใช้เป็นอัตราลดค่า (Discount Rate)  
 t = ปีที่ 1, 2, 3, ..... ถึงปีที่ n

ค่าของทุนที่ใช้เป็นอัตราลดค่า (Discount Rate) จะมีค่าเดียวกันตลอดอายุโครงการ การเลือกโครงการ ค่า NPV จะแสดงให้เห็นว่าโครงการที่พิจารณา มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ของการลงทุนเป็นมูลค่าเท่าไรเมื่อสิ้นสุดโครงการ ถ้า NPV มีค่าเป็นบวกแสดงว่าโครงการ สมควรที่จะลงทุน และควรเลือก NPV ที่ค่าเป็นบวกสูงสุด

6.5.) อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Rate of Return หรือ IRR) คือ อัตราลดค่า (Discount rate) ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับสุทธิตลอดอายุโครงการ เท่ากับมูลค่าปัจจุบันสุทธิของเงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการคำนวณได้โดยหาปัจจัยลดค่า โดยประมาณจากสูตร แล้วนำไปเปิดตารางมูลค่าปัจจุบัน

$$CF_0 = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t}$$

โดย IRR = ค่าของทุนที่ใช้เป็นอัตราลดค่า (Discount Rate)

วิธีตัดสินใจ นำ IRR มาเปรียบเทียบกับต้นทุนของเงินทุน ถ้า  $IRR > r$  ลงทุน ,  $IRR < r$  ไม่ลงทุน

6.6.) การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) คือ การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนการลงทุน อันเป็นผลต่อเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรต่าง ๆ เช่น ราคา

ขายต่อหน่วย ต้นทุนขายต่อหน่วย ปริมาณยอดขาย เป็นต้น โดยการใช้การจำลองสถานการณ์ คือ การกำหนดปริมาณหรืออัตราเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่สำคัญ และวัดผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรนั้น ๆ ที่มีผลต่อผลตอบแทนในการลงทุน เช่น เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงยอดขายที่ปรากฏในงบการเงินล่วงหน้า (ในขณะที่ตัวแปรอื่น ๆ คงที่) จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนโครงการกรณีที่ไม่มี การเปลี่ยนแปลงยอดขาย (ซึ่งเรียกกรณีฐาน) โดยปกติตัวแปรที่จะพิจารณา ได้แก่ ยอดขาย ต้นทุนสินค้าขาย เป็นต้น

### สมมติฐานในการศึกษา

1. โครงการกำหนดอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนมากกว่า 9.46 %

ต้นทุนถ่วงเฉลี่ย (WACC) คำนวณจาก

ประเภท	จำนวนเงิน	สัดส่วน	ต้นทุนของเงินทุน	ต้นทุนถ่วงเฉลี่ย
เงินกู้	4,000,000	73.21	8.00 %	7.32
เงินทุนจากเจ้าของ	10,932,000	26.79	10.00 %	2.14
รวม	14,932,000	100.00		9.46

หมายเหตุ : ต้นทุนในการกู้ยืมเงินเท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว (MLR) ของธนาคารทหารไทย เดือนมกราคม 2550 เท่ากับ 8 % ต่อปี และอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการ เท่ากับ 10 % ต่อปี

2. โครงการมีอายุ 10 ปี และคิดค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์แบบเส้นตรง ไม่มีมูลค่าซาก

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการศูนย์จำหน่ายหัตถกรรมและอาหารพื้นเมือง จังหวัดลำพูน ครั้งนี้ได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

บริษัทพลอยจันทร์รุ่งเรืองจำกัด (2545) ได้ทำการศึกษา การวิเคราะห์โครงการลงทุน ในอุตสาหกรรม ผลิตและจำหน่ายอัญมณี พบว่าในด้านการตลาดมีความต้องการของผู้บริโภค จำนวนมาก ทั้งในและต่างประเทศ เนื่องจากตลาดสากลยอมรับในเรื่องฝีมือการเจียรระในอัญมณี ของคนไทย และรัฐบาลให้การสนับสนุนเป็นอย่างมาก ด้านเทคนิค มีกระบวนการผลิตที่ค่อนข้าง ซับซ้อน ใช้ฝีมือและต้องผลิตให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนดด้วย ด้านการจัดการมีการจัดผังองค์กร โดยแบ่งตามหน้าที่เป็น 3 หน้าที่หลัก คือ ด้านการตลาด การเงิน และการผลิต ส่วนทางด้านการเงิน จากการศึกษาคำโครงการใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 39 ล้านบาท กำไรจากการดำเนินงานทุกปี ประมาณปีละ 60 -80 ล้านบาทต่อปี ยอดกำไรเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ คืนทุนในระยะเวลา 2.1 ปี NPV เป็นบวกประมาณ 85 ล้านบาท

บาท ผลตอบแทนจากการลงทุน ประมาณ 30 % อัตราส่วนลดของโครงการ 135.14 % ซึ่งจากการวิเคราะห์ถือว่าโครงการนี้มีผลตอบแทนค่อนข้างสูง แต่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก

รักสุดฤทัย ไชยอุปละ (2545) ได้ทำการศึกษา ความเป็นไปได้โครงการเอือนหัตถกรรม ในเขตอำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้านการเงิน โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องและจากเอกสารหนังสือที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ด้านเศรษฐกิจ เศรษฐกิจไทยโดยรวม มีการขยายตัวร้อยละ 1.9 ใน การผลิตของโครงการเป็นการทำให้ผ้าฝ้ายและผ้าแมมเบ็ดมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่ากระบวนการผลิตของโครงการไม่มีผลกระทบหรือก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือมลภาวะใด ๆ และยังเป็นการสร้างทางเลือกในการประกอบอาชีพของประชาชนในท้องถิ่น ด้านการตลาด ทางโครงการมีช่องทางจำหน่ายทั้งขายส่งและขายปลีก โดยมีตำแหน่งของผลิตภัณฑ์อยู่ที่คุณภาพสูง ราคาปานกลาง ด้านการจัดการทางโครงการมีการจัดโครงสร้างตามหน้าที่ ซึ่งแบ่งงานกันทำเฉพาะด้าน ด้านเทคนิค โครงการมีนโยบายทำการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือและผ้าบาติกเอง เมื่อผลิตเต็มกำลังการผลิต โครงการจะรับซื้อผลิตภัณฑ์จากชุมชน ในผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือและจะจ้างแรงงานภายนอกผลิตเป็นรายชิ้น ในผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก ด้านการเงิน ทางโครงการมีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นปีละร้อยละ 10 จากการประเมินผลโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 3.30 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 222,295.36 บาท และมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 20.56 ดังนั้นโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2549) ได้ทำการสำรวจความต้องการสินค้าหัตถกรรมในตลาดท่องเที่ยว พบว่า เป็นการศึกษาภาพรวมความต้องการสินค้าหัตถกรรมในตลาดท่องเที่ยวในปัจจุบันและประมาณการณ์ในอนาคต ถึงคุณภาพ รูปแบบสินค้าหัตถกรรมและบริการที่เกี่ยวข้องที่นักท่องเที่ยวต้องการ เพื่อพัฒนาขยายการผลิตและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมในตลาดนักท่องเที่ยวให้สูงขึ้น ซึ่งการศึกษาได้ทำการศึกษา รูปแบบและคุณภาพสินค้าหัตถกรรม 10 ประเภทคือ เคหะสิ่งทอประเภทผ้าไหม เคหะสิ่งทอประเภทผ้าฝ้ายทอมือ เครื่องแต่งกายประเภทผ้าไหม เครื่องแต่งกายประเภทผ้าฝ้ายทอมือ เครื่องแต่งกายประเภทเครื่องประดับ อัญมณี ทอง เงิน ของใช้ในบ้านและสำนักงานประเภทหวายและไม้ไผ่ ของใช้ในบ้านและสำนักงานประเภทไม้ (หัตถกรรม) ของตกแต่งบ้านและสำนักงาน ของใช้บนโต๊ะอาหารประเภทเครื่องเคลือบดินเผา หัตถกรรมโลหะ หัตถกรรมไม้ เส้นใยพืช ฯลฯ ของขวัญของที่ระลึก ซึ่งสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ มีความสนใจเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมเพื่อนำไปเป็นของฝากของขวัญ หรือใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง และ

สำหรับการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรม กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ และราคาเป็นอันดับ 1 ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์ไทย และการออกแบบเป็นสำคัญ

สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของงานหัตถกรรมในท้องถิ่น พบว่า โดยภาพรวมแล้วหมู่บ้านระดับ A กับหมู่บ้านระดับ B และ C มีลักษณะการดำเนินงานความต้องการคล้ายคลึงกันแต่เมื่อทดสอบความแตกต่างทางสถิติโดยการทดสอบค่า  $t$  ( $t$  - test) จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ทำให้หมู่บ้านระดับ A มีความแตกต่างจากหมู่บ้านระดับ B และ C อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ สถานภาพ การดำเนินการผลิต รายได้ในการผลิตหัตถกรรม บทบาทของประธานกลุ่มและความคิดเห็นเกี่ยวกับการเจริญเติบโตของงานหัตถกรรม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าคนมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนา กลุ่ม โดยเฉพาะผู้นำกลุ่มจะต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล สมาชิกต้องมีความร่วมมือกันจึงจะพุงให้กลุ่มดำเนินงานไปสู่ความสำเร็จได้ นอกจากนี้การดำเนินงานของกลุ่มยังประสบปัญหาต่างๆ 4 ด้าน คือ ปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากแหล่งผลิตอยู่ไกลชุมชน ขาดความรู้ด้านการตลาด ประธานกลุ่มขาดการประสานธุรกิจการตลาดภายนอกกลุ่ม ทำให้ขาดข้อมูลความต้องการของตลาด รูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นแบบเดิมไม่ค่อยมีการพัฒนา ข้อเสนอแนะ คือ จัดให้มีระบบตลาดในระดับหมู่บ้าน อำเภอ จังหวัด ภูมิภาค และกรุงเทพฯ ให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องประสานงานกับองค์กรธุรกิจ บริษัทร้านค้า จัดให้สมาชิกมีโอกาสเยี่ยมชมแหล่งผลิตที่มีชื่อเสียง จัดโครงการสัมมนาการผลิตเพื่อการตลาด ให้มีการพบปะกันระหว่างผู้ประกอบการ ผู้ส่งออก ผู้ต้องการแรงงานการผลิต และผู้ผลิตงานหัตถกรรม จัดให้กลุ่มสมาชิกมีโอกาสเข้าร่วมออกงานเทศกาล นิทรรศการแสดงจำหน่ายสินค้า จัดให้มีการประกวดรูปแบบผลิตภัณฑ์ระหว่างหมู่บ้านอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ ปัญหาด้านการผลิต ขาดทักษะและเทคนิคการผลิต ขาดเครื่องมืออุปกรณ์ผลิต หรือมีอุปกรณ์ที่ไม่เหมาะสมกับสภาพการผลิต ราคาวัตถุดิบมีแนวโน้มสูงขึ้น แนวทางการส่งเสริม โดยเพิ่มทักษะเทคนิคการผลิตแก่กลุ่มที่มีปัญหา จัดหาอุปกรณ์ที่จำเป็นและเหมาะสม ส่งเสริมให้สมาชิกปลูกพืชทดแทนวัตถุดิบที่ใช้ไป และหาแหล่งวัตถุดิบราคาถูก ปัญหาด้านการลงทุน ทางกลุ่มขาดเงินสำรองจ่าย เมื่อสมาชิกทำผลิตภัณฑ์มาส่งที่กลุ่ม กลุ่มไม่สามารถจ่ายเงินให้กับสมาชิกได้ แนวทางส่งเสริม โดยแนะนำให้ผู้ผลิตทราบแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ปัญหาการรวมกลุ่ม ขาดความร่วมมือระหว่างสมาชิก การรวมกลุ่มไม่เหนียวแน่น หัวหน้ากลุ่มมีศักยภาพไม่เพียงพอ แนวทางส่งเสริม โดยสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เช่น การจัดสัมมนา การฝึกอบรม โดยเน้นการทำงานเป็นกลุ่ม