

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ที่ใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กล่าวโดยสังเขป ได้ดังนี้

2.1 ทฤษฎี และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) มีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่านด้วยกัน กล่าวคือ

ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ (2545) กล่าวว่าไว้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการคือ การศึกษาและการจัดทำเอกสารที่ประกอบด้วยข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นที่แสดงถึงเหตุผลสนับสนุนความถูกต้องสมบูรณ์ของโครงการ เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่ดี โดยโครงการที่ดีจะได้แก่โครงการที่สามารถปฏิบัติได้จริง และเมื่อปฏิบัติแล้วจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน

ชัยยศ สันตวิงษ์ (2539) กล่าวว่าไว้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกของกระบวนการตัดสินใจเพื่อลงทุนในโครงการใดโครงการหนึ่ง การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะช่วยให้ทราบว่าโครงการนั้นๆ สมควรที่จะลงทุนหรือไม่ลงทุนแล้วให้ผลตอบแทนประการใด มีปัจจัยอะไรบ้างที่จะเป็นแรงดึงและแรงดันต่อโครงการนั้นๆ โดยทั่วไปจะมีกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม คือกิจกรรมด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน

ด้านการตลาด คือ การศึกษาสำรวจ คุณลักษณะ สภาวะตลาด ขนาดและแนวโน้มของตลาด เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การพยากรณ์รายรับ ต้นทุนและค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมทางการตลาด

ด้านเทคนิค เป็นการวิเคราะห์เทคนิคที่ใช้ในการดำเนินงาน โดยเฉพาะข้อมูลทางการเงินที่ใช้ในการลงทุน ความเป็นไปได้ด้านวัตถุดิบ กระบวนการผลิต เพื่อคาดคะเนต้นทุนและเงินที่ต้องใช้ในการลงทุนทั้งหมด

ด้านการจัดการ เป็นการศึกษาถึงรูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมกับกิจการ เป็นการศึกษานโยบายการบริหารในด้านต่างๆ เช่น ด้านการจัดองค์กร ด้านบุคลากร ด้านนโยบาย เป็นต้น

ด้านการเงิน ได้จัดทำประมาณการงบประมาณต้นทุนโครงการ งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบดุล โดยการวิเคราะห์ทางการเงินนั้น ควรประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) หมายถึง การประเมินหาผลรวมสุทธิของมูลค่าปัจจุบันของทั้งกระแสเงินสดรับ และกระแสเงินสดจ่าย ที่เกิดขึ้นตลอดช่วงอายุโครงการ โดยการลดค่าด้วยอัตราลดค่า ซึ่งแสดงออกมาในรูปสมการ ได้ดังนี้

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

โดยที่ NCF_t = กระแสเงินสดสุทธิของโครงการที่เกิดขึ้นในปีที่ 1, 2, 3,... ถึงปีที่ n

r = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

I_0 = เงินลงทุนเริ่มต้นของโครงการ

N = จำนวนปี อายุโครงการที่คาดหวังไว้

2. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) หมายถึง ระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับจากโครงการในแต่ละปีสามารถชดเชยกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการพอดี โดยนำกระแสเงินสดรับจากโครงการในแต่ละปีมาเปรียบเทียบกับเงินสดจ่ายลงทุนเมื่อเริ่มโครงการว่าจะใช้เวลานานเท่าใดจึงจะคุ้มกับเงินลงทุนตอนเริ่มโครงการ

3. อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal Rate of Return หรือ IRR) หมายถึง อัตราลดค่าที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับเท่ากับมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิพอดี นั่นคือ $NPV = 0$ วิธีการคำนวณเหมือนกับวิธีการของการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ แต่เปลี่ยนการใช้อัตราลดค่าจากอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำมาเป็นการลองอัตราลดค่าหลายๆค่าจนกระทั่งได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับศูนย์ อัตราลดค่าที่ได้ นั่น คือ อัตราผลตอบแทนซื้อลดที่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรที่แท้จริงของโครงการนั่นเอง

วิธีการคำนวณเริ่มด้วยการเตรียมตารางกระแสเงินสด แล้วนำอัตราลดค่าที่ประมาณการไว้มาลดค่ากระแสสุทธิออกมาเป็นมูลค่าปัจจุบัน หากผลลัพธ์ที่ได้ออกมาเป็นบวก แสดงว่าอัตราลดค่าที่ประมาณไว้ต่ำเกินไป ควรหาค่าอัตราที่สูงขึ้น หากผลลัพธ์ที่ได้ออกมาเป็นลบ แสดงว่าอัตราลดค่าที่ประมาณไว้สูงเกินไป อัตราลดค่าที่แท้จริงจะอยู่ระหว่างช่วงดังกล่าว ซึ่งถ้าไม่สามารถหาได้จากตารางก็อาจทำได้โดยการเทียบบัญชีไตรยางค์ โดยหลักการควรเลือกโครงการที่ให้อัตราผลตอบแทนภายในโครงการที่สูงกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำซึ่งแสดงว่าโครงการนั้นมีความสามารถในการทำกำไร แสดงว่าโครงการนี้เป็นที่ยอมรับได้

4. การวิเคราะห์ความไว คือ การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนการลงทุนอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงตัวแปรต่างๆ เช่น ราคาขายต่อหน่วยต้นทุนขายต่อหน่วย ปริมาณ ยอดขาย เป็นต้น

ตัวแปรสำคัญที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ความไว ได้แก่

- ความผันแปรด้านต้นทุน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของราคาหรือปริมาณ ปัจจัยการผลิตที่เพิ่มขึ้น
- ความผันแปรด้านรายได้หรือผลตอบแทน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของราคาหรือปริมาณของสินค้าที่ผลิตได้

โดยจะเป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงปัจจัยดังกล่าวเพื่อทราบว่าจะมีผลกระทบต่อรายรับหรือต้นทุนอย่างไร และมีผลทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ คำนีการทำการและอัตราผลตอบแทนการลงทุนของโครงการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิเคราะห์ความไวนั้น จะช่วยให้ผู้ประเมินโครงการทราบว่าต้องควบคุมตัวแปรดังกล่าวแต่ละตัวอย่างใกล้ชิด เพราะจะมีผลทำให้ผลตอบแทนโครงการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะมีผลต่อการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการในที่สุด

ในการศึกษาครั้งนี้ได้นำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixes) หรือที่เรียกย่อว่า 4P's ประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์รวมถึงสินค้า บริการ ความคิด
2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นธุรกิจจะต้องทำการตัดสินใจในเรื่องราคาสินค้าในรายการ ส่วนลด ส่วนยอมให้ ระยะเวลาการชำระเงิน ระยะเวลาการให้สินเชื่อ โดยผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง
 - การยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น
 - ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง
 - การแข่งขัน
 - ปัจจัยอื่นๆ
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กลุ่มของสถาบันซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป็นที่หาง่ายสำหรับการใช้หรือ

การบริโภค ประกอบด้วย ช่องทาง ความครอบคลุม การเลือกคนกลาง ทำเลที่ตั้ง สินค้าคงเหลือ และการขนส่ง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ อาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือได้ เช่น การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ฤทธิชัย กอศิริวรรษ (2544) ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้บริโภคที่ทำการศึกษาค้นคว้าได้แก่ ผู้บริโภคชาวไทยที่ซื้อสินค้าเครื่องประดับสำเร็จรูปจากร้านค้าอัญมณีในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคนิยมซื้อและเป็นเจ้าของแหวนเพชรตัวเรือนทองคำมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อใช้ในโอกาสพิเศษ เช่น พิธีมงคลสมรส วันคล้ายวันเกิด และเพื่อสะสมเป็นทรัพย์สิน ผู้บริโภคจะตัดสินใจเองในการซื้อเครื่องประดับอัญมณี และพบว่าข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านค้าที่ได้รับจากผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคต้องการให้ร้านค้าอัญมณีเปิดทุกวันตั้งแต่ 10.00 – 20.00 น. ส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำ ร้านค้าอัญมณีที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าเป็นแหล่งที่ผู้บริโภคไปใช้บริการสูงสุด ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทำการเปรียบเทียบคุณภาพและราคาของเครื่องประดับอัญมณีก่อนตัดสินใจซื้อ และใช้เงินสดในการชำระเงิน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 10,001 – 30,000 บาท โดยที่ความถี่ในการซื้อที่ไม่แน่นอน ผู้บริโภคที่เคยและไม่เคยใช้บริการสั่งทำเครื่องประดับอัญมณีมีจำนวนใกล้เคียงกัน และบริการหลังการขายที่ใช้บริการมากที่สุดคือการทำความสะอาดเครื่องประดับ

สำหรับส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณภาพสินค้า การออกไปรับประกันสินค้า มีสินค้าให้เลือกครบตามต้องการ มีรูปแบบที่ทันสมัยเสมอ มีสินค้าให้เลือกหลากหลายราคาตามขนาด มีบริการรับสั่งทำ สินค้ามีความแตกต่างและโดดเด่นไม่เหมือนใคร ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อราคาตามคุณภาพ ราคาที่ต่อรองได้ ราคาที่แสดงชัดเจน การกำหนดราคาปรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้าที่แน่นอน ด้านการจัดจำหน่ายพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อร้านที่มีที่จอดรถไปมาสะดวก มีการรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างดี ร้านค้าที่อยู่ในศูนย์การค้า และร้านค้าที่มีสถานที่กว้างขวางสะอาดเย็นสบาย ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้

ความสำคัญต่อการจัดทำเอกสารแนะนำให้ความรู้ด้านอัญมณี มีบริการพิเศษหลังการขาย ผู้จำหน่ายมีอรรถาษัคดี สุภาพ การจัดทำแคตตาล็อกสินค้า การจัดสินค้าให้ตรงตามเทศกาลต่างๆ และแจกของกำนัลในช่วงเทศกาลต่างๆ

ภัทรพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ (2546) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับอัญมณีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ได้แก่ คุณภาพของเครื่องประดับอัญมณีอยู่ในระดับที่มากที่สุด พนักงานมีความซื่อสัตย์และจริงจังต่อลูกค้าอยู่ในระดับมาก ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้าอยู่ในระดับมาก ราคาเหมาะสมกับคุณภาพอยู่ในระดับมาก การจัดระบบรักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก ราคาเหมาะสมกับคุณภาพอยู่ในระดับมาก การให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอภาคอยู่ในระดับมาก การให้ส่วนลดพิเศษหรือแจกของแถมของกำนัลในช่วงเทศกาลต่างๆ อยู่ในระดับมาก และเทคโนโลยีการผลิตเครื่องประดับมีอิทธิพลระดับมาก ในด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีเพื่อใช้เอง โดยซื้อในวันคล้ายวันเกิด ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีจากการบอกต่อของบุคคลอื่นมีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยการสำรวจจากร้านจำหน่ายอัญมณี มีระยะเวลาค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อ 1-2 สัปดาห์ เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะ และราคาของแต่ละร้าน และใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อ 1-2 สัปดาห์ แต่ไม่ได้ใช้บริการอื่นๆ จากร้านเครื่องประดับอัญมณี โดยมีเหตุผลคือ ร้านมีรูปแบบเครื่องประดับอัญมณีที่ต้องการอยู่แล้ว กรณีที่ใช้บริการอื่นๆ เพราะต้องการได้แบบเครื่องประดับอัญมณีที่ต้องการ ส่วนการบริการหลังการขาย ได้แก่ การทำความสะอาดสินค้า

มังกร วณิชสิสุวรรณ(2546) ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายทองรูปพรรณในเทศบาลโก๊ โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาตลาดคำเที่ยง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาความเป็นไปได้ทั้ง 4 ด้านพบว่า ในการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดของร้านจำหน่ายทองรูปพรรณในศูนย์การค้าขนาดใหญ่มีผู้มาใช้บริการส่วนมากเป็นเพศหญิงอายุ 20 -30 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,001 – 20,000 บาท มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนมากซื้อทองคำรูปพรรณสำหรับตนเอง โดยซื้อสร้อยคอมมากที่สุด มีการเปรียบเทียบราคาก่อนการตัดสินใจซื้อ ใช้บริการในวันเสาร์ – อาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ในช่วงเวลา 13.01 – 16.00 น. โดยใช้บริการ 3 – 6 เดือนต่อครั้ง เกณฑ์การใช้บริการคือ เป็นร้านที่คุ้นเคยและรู้จักเจ้าของร้าน ค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง 5,001 – 10,000 บาท การศึกษาด้านเทคนิคพบว่า การดำเนินงานร้านจำหน่ายทองรูปพรรณจะใช้พื้นที่ 30 ตารางเมตร โดยอยู่บริเวณชั้นสองด้านตรงข้ามกับบริเวณขายสินค้า ซึ่งปัจจุบันเป็นพื้นที่ของเทศบาล โก๊ โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาตลาดคำเที่ยง เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เดินผ่าน จะดำเนินการจัดซื้อ

ตามความต้องการของตลาด ดำเนินการควบคุมและตรวจสอบตนเองทุกชั้นจะซื้อด้วยเงินสดและเงินเชื่อ ไม่มีการทำสัญญาซื้อขาย โดยใช้หลักเกณฑ์การซื้ออ้างอิงตามราคาทอง ณ วันที่ตกลงติดตามการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ ปัจจัยการเลือกซื้อจะเน้นเรื่องคุณภาพ ราคา การจัดส่ง และปริมาณของทอง ตามลำดับ ส่วนการขายเริ่มตั้งแต่ 10.00 น. ถึง 21.00 น. ของทุกวัน มีการตรวจสอบบัญชีการซื้อขายและปริมาณทองที่ซื้อและขายประจำวัน การศึกษาด้านความเป็นไปได้ด้านการจัดการพบว่า โครงสร้างร้านเป็นแบบไม่ซับซ้อน แบ่งงานตามหน้าที่ โดยเจ้าของกิจการเป็นผู้บริหารดูแลทุกด้าน มีการจัดการบุคลากรทั้งเรื่องการแสวงหา สวัสดิการ การพัฒนาและประเมินผล มีเจ้าของกิจการเป็นผู้อำนวยการและควบคุม การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินพบว่า ร้านจำหน่ายทองรูปพรรณใช้เงินลงทุนประมาณ 4,800,000 บาท โดยโครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 1,705,537 บาท ดัชนีทำกำไร 1.36 เท่า และมีอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนเท่ากับ 23.17% สมมุติฐานการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 10 พบว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านจำหน่ายร้านทองรูปพรรณในเทศบาล ไล่ตัส ซุปเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาตลาดคำเที่ยง จังหวัดเชียงใหม่

2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีกรอบแนวความคิดในการศึกษา ดังนี้

