

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนธุรกิจร้านขายเครื่องทองเหลืองในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี กล่าวโดยสังเขปได้ดังนี้

#### 2.1 ทฤษฎี และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) มีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่านด้วยกัน กล่าวคือ

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

ชัยยศ สันติวงษ์ (2539) กล่าวว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกของกระบวนการตัดสินใจเพื่อลงทุนในโครงการใดโครงการหนึ่ง การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะช่วยให้ทราบว่าโครงการนั้นๆ สมควรที่จะลงทุนหรือไม่ลงทุนแล้วให้ผลตอบแทนประการใด มีปัจจัยอะไรบ้างที่จะเป็นแรงดึงและแรงดันต่อโครงการนั้นๆ

ในการจัดทำโครงการ เพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้นั้นจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการต่างๆดังนี้ (ฐาปนา ฉันทไพศาลและอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ, 2551:1-7)

1. ด้านการตลาด การศึกษาด้านการตลาดเพื่อวางแผนการตลาดในการจำหน่ายตลอดจนคาดคะเนรายรับจากยอดขาย โดยผลที่ได้จะเป็นส่วนหนึ่งที่น่ามาใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อประโยชน์ในการประเมินผลและตัดสินใจลงทุน โดยจะมีการศึกษาใน 2 เรื่อง ดังนี้

1. การศึกษาสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงเรื่องของสภาพเศรษฐกิจทั่วไป ของร้านขายเครื่องทองเหลืองและเมืองพัทยา

2. การประมาณการยอดขายสินค้า การพยากรณ์ยอดขายสินค้าของโครงการ คือ การคาดคะเนส่วนแบ่งตลาดที่โครงการนั้นจะได้รับว่าเป็นร้อยละเท่าใดจะมีผลมาจากการวางแผน ด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่ ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixes) หรือที่เรียกรวมๆว่า 4P's ประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์รวมถึงสินค้า บริการ ความคิด

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นธุรกิจจะต้องทำการตัดสินใจในเรื่องราคาสินค้าในรายการ ส่วนลด ของแถมโดยผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

- การยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์
- ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง
- การแข่งขัน
- ปัจจัยอื่นๆ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กลุ่มของสถาบันซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป็นที่ง่ายสำหรับการใช้หรือการบริโภค ประกอบด้วย ช่องทาง ความครอบคลุม การเลือกคนกลาง ทำเลที่ตั้ง สินค้าคงเหลือ และการขนส่ง

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

2. ด้านเทคนิคเป็นการวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของโครงการ ทำให้ทราบข้อมูลต่าง ๆ ทางด้านเทคนิคที่จำเป็นในการดำเนินกิจการ ได้แก่ การเลือกทำเลที่ตั้ง การลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนและสินทรัพย์ถาวร ตลอดจนการจัดซื้อและควบคุมสินค้าคงเหลือ จากข้อมูลทางเทคนิคนี้ กิจการจะใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการเพื่อเตรียมจัดหาแหล่งเงินทุนต่อไป (ชัยยศ สันตวงศ์, 2539)

3. ด้านการจัดการทำให้ทราบข้อมูลในการคาดคะเนค่าใช้จ่ายในการบริหาร ซึ่งผลการคาดคะเนจะเป็นข้อมูลในการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า เพื่อใช้ประโยชน์ในการประเมินผลและตัดสินใจลงทุน ควรพิจารณาถึงรูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมกับกิจการ เป็นการศึกษานโยบายการบริหารในด้านต่างๆ เช่น ด้านการจัดองค์กร ด้านบุคลากร ด้านนโยบาย เป็นต้น(ชนินทร์ ชุณหพันธ์, 2541)

4. ด้านการเงินจัดทำประมาณการงบต้นทุนโครงการ งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบดุล การประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา โดยการวิเคราะห์ทางการเงินนั้น ควรประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้(ฐาปนา ฉันทไพศาลและอังฉรา ชีวะตระกูลกิจ, 2551)

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

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

โดย

NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

$CF_t$  = กระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดว่าจะได้รับต่องวด

I = เงินลงทุนเริ่มแรก

r = ผลตอบแทนที่ต้องการ

n = อายุโครงการ

เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกลงทุนจะพิจารณาดังนี้

1) ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของโครงการลงทุนมากกว่าหรือเท่ากับศูนย์โครงการลงทุนที่จะได้รับเลือกลงทุน ( $NPV \geq 0.0$ : ยอมรับโครงการลงทุน )

2) ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของโครงการลงทุนน้อยกว่าศูนย์ โครงการลงทุนนั้นไม่ควรเลือกลงทุน ( $NPV < 0.0$ : ไม่ยอมรับโครงการลงทุน )

2. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) หมายถึง ระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุนของโครงการ หรือระยะเวลาที่ผลตอบแทนจากการดำเนินโครงการเท่ากับเงินลงทุนของโครงการ วิธีนี้นิยมใช้มากที่สุดในทางธุรกิจ

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินสดจ่ายลงทุน}}{\text{กระแสเงินสดรับสุทธิรายปี}}$$

3. อัตราผลตอบแทนจากโครงการลงทุน (Internal Rate of Return หรือ IRR) เป็นการคำนวณหาอัตราส่วนลดหรืออัตราดอกเบี้ยที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิตลอดอายุของโครงการเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุน ซึ่งโครงการจะสามารถยอมรับได้ก็ต่อเมื่อค่า IRR มีค่าสูงกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่นักลงทุนต้องการ

$$\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - I = 0$$

โดย	$CF_t$	=	กระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดว่าจะได้รับต่องวด
	$I$	=	เงินลงทุนเริ่มแรก
	$IRR$	=	ผลตอบแทนของโครงการ
	$n$	=	อายุโครงการ

เกณฑ์ในการตัดสินใจโดยใช้อัตราผลตอบแทนจากโครงการลงทุนมีหลักเกณฑ์ดังนี้

1) ถ้าโครงการลงทุนมีอัตราผลตอบแทนจากโครงการลงทุนมากกว่า หรือเท่ากับอัตราผลตอบแทนที่ต้องการหรือต้นทุนของเงินลงทุน โครงการลงทุนนั้นควรได้รับการคัดเลือกลงทุน ( $IRR \geq$  อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ: ยอมรับโครงการ)

2) ถ้าโครงการลงทุนมีอัตราผลตอบแทนจากโครงการลงทุนน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการหรือต้นทุนของเงินลงทุน โครงการลงทุนนั้นไม่ควรได้รับการคัดเลือกลงทุน ( $IRR <$  อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ: ไม่ยอมรับโครงการ)

4. การวิเคราะห์ความไว คือ การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนการลงทุน อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงตัวแปรต่างๆ เช่น ราคาขายต่อหน่วย ต้นทุนขายต่อหน่วย ปริมาณยอดขาย เป็นต้น

ตัวแปรสำคัญที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ความไว ได้แก่

- ความผันแปรด้านต้นทุน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของราคาหรือปริมาณ ปัจจัยการผลิตที่เพิ่มขึ้น
- ความผันแปรด้านรายได้หรือผลตอบแทน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของราคาหรือปริมาณของสินค้าที่ผลิตได้

โดยจะเป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงปัจจัยดังกล่าวเพื่อทราบว่าจะมีผลกระทบต่อรายรับหรือต้นทุนอย่างไร และมีผลทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ดังนั้นการทำการกำไรและอัตราผลตอบแทนการลงทุนของโครงการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิเคราะห์ความไวนั้น จะช่วยให้ผู้ประเมินโครงการทราบว่าต้องควบคุมตัวแปรดังกล่าวแต่ละตัวอย่างใกล้ชิด เพราะจะมีผลทำให้ผลตอบแทนโครงการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะมีผลต่อการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการในที่สุด

## 2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

**มังกร วณิชติสุวรรณ (2546)** ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายทองรูปพรรณในเทศโก้ โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาตลาดคำเที่ยง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาความเป็นไปได้ทั้ง 4 ด้านพบว่า ด้านการตลาดของร้านจำหน่ายทองรูปพรรณในศูนย์การค้าขนาดใหญ่มีผู้มาใช้บริการส่วนมากเป็นเพศหญิงอายุ 20-30 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,001-20,000 บาทมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนมากซื้อทองคำรูปพรรณสำหรับตัวเอง โดยซื้อสร้อยคอมมากที่สุด มีการเปรียบเทียบราคาก่อนการตัดสินใจซื้อ ใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ในช่วงเวลา 13.01-16.00 น. โดยใช้บริการ 3-6 เดือนต่อครั้ง เกณฑ์การใช้บริการคือ เป็นร้านที่คุ้นเคยและรู้จักเจ้าของร้าน ค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง 5,001-10,000 บาทด้านเทคนิคพบว่า การดำเนินงานร้านจำหน่ายทองรูปพรรณจะใช้พื้นที่ 30 ตารางเมตร การดำเนินการควบคุมและตรวจสอบทองเองทุกชิ้นจะซื้อด้วยเงินสดและเงินเชื่อ ไม่มีการทำสัญญาซื้อขาย โดยใช้หลักเกณฑ์การซื้ออ้างอิงตามราคาทอง ณ วันที่ตกลง ติดตามการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ ปัจจัยการเลือกซื้อจะเน้นเรื่องคุณภาพ ราคา การจัดส่ง และปริมาณของทอง ตามลำดับ ด้านการจัดการพบว่าโครงสร้างร้านเป็นแบบไม่ซับซ้อน แบ่งงานตามหน้าที่ โดยเจ้าของกิจการเป็นผู้บริหารดูแลทุกด้านด้านการเงิน

พบว่า ร้านจำหน่ายทองรูปพรรณใช้เงินลงทุนประมาณ 4 ,800,000 บาท โดยโครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 1,705,537 บาท ดัชนีทำกำไร 1.36 เท่า และมีอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนเท่ากับ 23.17%

**พุดศิริ กลายสุข(2549)** ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นคนไทยที่มาเดินชมถนนคนเดิน จำนวน 200 ตัวอย่างเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ 100 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยว 100 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออาหารและเครื่องดื่ม มากที่สุด ซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้า รองเท้า เป็นจำนวนเงินมากที่สุดและชอบบรรจุภัณฑ์ที่กะทัดรัด สวยงาม ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกส่วนใหญ่คือ ตนเอง เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก คือ เอาไว้ใช้เอง นิยมมาเที่ยวถนนคนเดิน ช่วงเวลา 18.01-20.00 น. เลือกซื้อสินค้าบ่อยที่สุดในโอกาสวันเกิด ความบ่อยของการซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก โดยเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง และซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก จำนวน 2 ชิ้นต่อครั้ง ซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกโดยเฉลี่ยเดือนละ 301-500 บาท มีความพึงพอใจมากที่สุดในกิจกรรมส่งเสริมการขายรูปแบบส่วนลดราคา การรู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ากลุ่มของที่ระลึก มักจะทราบจากเพื่อนแนะนำ มีความคิดเห็นว่าจะกลับมาเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดินอีก และจะแนะนำบุคคลอื่นๆ ให้เลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดินต่อไป

**จิรวดี พุดตินิลภัทร์ (2551)** การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนร้านจำหน่าย อัญมณี และเครื่องประดับในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยศึกษาความเป็นไปได้ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการและด้านการเงิน โดยใช้วิธีเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านจำหน่าย และร้านผลิตอัญมณีและเครื่องประดับอย่างละ 3 ราย และใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเป็นผู้เคยซื้ออัญมณีและเครื่องประดับมาก่อน จำนวน 200 ราย โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้การศึกษาด้านการตลาด โดยส่วนมากร้านจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่เป็นร้านที่จำหน่ายอัญมณีประเภทเพชร ทอง ซึ่งมีราคาสูง ร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับที่ทำการศึกษาคั้งนี้สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้วยการจำหน่ายอัญมณีแท้ประเภทพลอยเนื้ออ่อน ซึ่งมีสีล้วนสวยงามราคาไม่สูง จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างถึงปัจจัยที่เลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับที่เปิดใหม่เนื่องจากเป็นร้านที่มีรูปแบบให้เลือกหลายแบบหลายประเภท แปลกใหม่ทันสมัย และจากการสอบถามถึงกรณีการให้บริการร้านจำหน่ายอัญมณีและ

เครื่องประดับที่ทำจากพลอยเนื้ออ่อนเปิดใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างสนใจที่จะใช้บริการร้อยละ 88.5 โดยสนใจซื้อประเภทสร้อยคอมมากที่สุด และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งต่ำกว่า 3,000 บาท การศึกษาด้านเทคนิค พบว่าโครงการร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับสถานมีที่ตั้งร้านอยู่ใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า มีพื้นที่ร้านขนาด 40 ตารางเมตร ร้านเปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.00 – 21.00 น. ดำเนินการโดยซื้ออัญมณีที่เจียรนัยแล้วนำไปสั่งผลิตตามแบบที่ พนักงานออกแบบได้ออกแบบไว้ รับสั่งทำอัญมณีและเครื่องประดับตามความต้องการรับทำ ความสะอาด และซ่อมแซมอัญมณีและเครื่องประดับ ปริมาณของอัญมณีและเครื่องประดับต้องอยู่ใน สัดส่วนที่พอเหมาะกะบขยอคขาย โดยดำเนินการจัดซื้อ และสั่งผลิตตามความต้องการของตลาด การศึกษาด้านการจัดการ พบว่าโครงการร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับจดทะเบียนการค้า ในลักษณะของบริษัทจำกัด โดยเจ้าของกิจการเป็นผู้บริหารดูแลทุกด้าน จะสรรหาบุคลากรจาก ประกาศผ่านทางสื่อต่างๆ เช่นหนังสือพิมพ์ วิทยุ มีการพัฒนาฝึกอบรมพนักงานโดยการแนะนำ อบรมในงานที่ทำประจำวันการศึกษาด้านการเงิน พบว่าโครงการร้านจำหน่ายอัญมณีและ เครื่องประดับใช้เงินลงทุน 3,000,000 บาท มาจากเจ้าของกิจการ 2,100,000 บาท และกู้จากสถาบัน การเงิน 900,000 บาทในอัตราดอกเบี้ย 7.35% ต่อปี คงที่ตลอดระยะเวลาโครงการ 5 ปี มีค่าตกแต่ง พื้นที และค่าเครื่องใช้สำนักงาน และอุปกรณ์ 1,000,000 บาท จากการจัดทำประมาณการงบการเงิน ได้แก่งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบดุล ณ สิ้นปี โครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ อัตรา คิดลดที่ 20%เท่ากับ 305,235.79 บาท มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 4 ปี 9 เดือน โครงการให้อัตรา ผลตอบแทนการลงทุนเท่ากับ 24%

### 2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีกรอบแนวความคิดในการศึกษาดังนี้

