

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในหัวข้อเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุน โรงเรียนฝึก  
อบรมการตัดต่อฟิล์มและวิดีโอแบบ Non-Linear Editing ในกรุงเทพมหานครนั้น ผู้ศึกษาได้ใช้  
ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการศึกษา คือ

#### ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุน ประกอบด้วยการวิเคราะห์สี่ด้าน คือ  
การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านเทคนิค การวิเคราะห์ด้านการจัดการ และการวิเคราะห์  
ด้านการเงิน โดยผลการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการจัดการ จะใช้เป็นข้อมูล  
ที่สำคัญในการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า ซึ่งผู้ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนจะนำมา  
ประเมินผลและตัดสินใจลงทุนในโครงการหรือไม่ โดยใช้อัตราผลตอบแทนการลงทุนและความ  
เสี่ยงเป็นเกณฑ์วัดในการตัดสินใจ

แนวทางในการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้าน  
การเงิน สรุปได้ดังต่อไปนี้

#### การวิเคราะห์ด้านการตลาด ( Marketing Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2539: 53) ประกอบด้วย  
การศึกษาลักษณะของบริการ ภาวะความต้องการ (Demand) ภาวะการณ้ตอบสนอง (Supply)  
ส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์การตลาดธุรกิจบริการและแนวโน้มของตลาด โดยได้มีการนำ  
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mixed) มาพิจารณาประกอบในการวิเคราะห์ความเป็นไป  
ได้ด้านการตลาด โดยประกอบด้วยกิจกรรม 4 กิจกรรม ที่เรียกรย่อ ๆ ว่า 4 P's การวิเคราะห์ด้าน  
การตลาดประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือบริการที่กิจการจะให้บริการ นับเป็นส่วนสำคัญที่สุด  
ของส่วนประสมทางการตลาด เพราะผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่กิจการจะเสนอต่อตลาด เพื่อจูงใจให้ตลาด  
เกิดความต้องการ ความสนใจ ความอยากได้เป็นกรรมสิทธิ์ หรือออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับ  
ความต้องการของตลาด

2. ราคา (Price) คือมูลค่าผลิตภัณฑ์เป็นการกำหนดราคาของบริการให้เหมาะสม เพื่อจะช่วยให้สามารถสนองความต้องการ ไปสู่ที่ที่มีความต้องการ ในการกำหนดราคากิจการต้องสนใจกับวัตถุประสงค์ นโยบาย และกระบวนการในการกำหนดราคา เนื่องจากราคาเป็นส่วนสำคัญที่ผู้บริโภคจะใช้ในการตัดสินใจใช้บริการ เมื่อผู้ใช้บริโภคได้รับความพอใจในบริการนั้น ๆ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือการให้บริการที่ถูกต้องไปยังผู้ที่ ต้องการใช้บริการในสถานที่ที่ถูกต้อง และในเวลาที่เหมาะสม โดยมีค่าใช้จ่ายที่ประหยัด รวมทั้งการให้บริการแก่ลูกค้าที่ดีที่สุด ด้วยการสร้างระบบที่มีประสิทธิภาพ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย

- การโฆษณา (Advertising)
- การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling)
- การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)
- การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)

#### การวิเคราะห์ด้านเทคนิค ( Technical Analysis)

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค (ชัยยศ สันติวงษ์, 2539: 11-12) จะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของโครงการ ทำให้ทราบข้อมูลต่างๆ ทางด้านเทคนิคที่จำเป็นในการดำเนินกิจการ ได้แก่ การเลือกทำเลที่ตั้งการวางแผนกิจการ การลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน และสินทรัพย์ถาวร ตลอดจนการจัดซื้อ และความคุมสินค้าคงเหลือ จากข้อมูลทางเทคนิคนี้ กิจการจะใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการเพื่อเตรียมจัดหาแหล่งเงินทุนต่อไป

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคควรพิจารณาหัวข้อดังต่อไปนี้

1. คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมถึงรายละเอียดคุณสมบัติทางการภาพ
2. กระบวนการคัดเลือก การจัดซื้อจัดหาผลิตภัณฑ์ ต้นทุนในปัจจุบันและอนาคต รูปแบบการชำระเงิน ทำเลที่ตั้งของผู้จัดจำหน่าย และความสม่ำเสมอในการจัดส่งของให้
3. การกำหนดขนาดของร้านการคาดคะเนปริมาณการจัดจำหน่าย การพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเริ่มดำเนินงานและปัจจัยต่าง ๆ ทางเทคนิค
4. การเลือกอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ รูปแบบการชำระเงิน และการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบถึงทางเลือกอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ในแง่ของต้นทุน ความน่าเชื่อถือ ประสิทธิภาพ และการบำรุงรักษา

5. การกำหนดทำเลสถานที่ตั้ง พร้อมทั้งประเมินความเหมาะสมของทำเลสถานที่ดังกล่าว
6. การออกแบบผังกระบวนการผลิต การคาดคะเนต้นทุนเปรียบเทียบระหว่างการก่อสร้างกับการเช่าร้าน
7. การกำหนดปริมาณ และต้นทุนของส่วนสูญเสีย ตลอดจนแนวทางในการบริหารส่วนสูญเสีย
8. การคาดคะเนต้นทุนสินค้าขาย

#### การวิเคราะห์ด้านการจัดการ ( Management Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการจัดการ (จวินทร์ ชุณหพันธ์, 2541: 113) ทำให้ทราบข้อมูลในการคาดคะเนค่าใช้จ่ายในการบริหาร ซึ่งผลการคาดคะเนจะเป็นข้อมูลในการจัดทำทางการเงินล่วงหน้า เพื่อใช้ประโยชน์ในการประเมินผล และตัดสินใจลงทุน

การวิเคราะห์ด้านการจัดการจะพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. กำหนดรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสม

โดยส่วนใหญ่แล้ว รูปแบบของการดำเนินธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่ผู้ประกอบการนิยมใช้ มีสามรูปแบบ คือ

- 1.1 ประกอบการ โดยเจ้าของคนเดียว (Single Proprietorships)
- 1.2 ห้างหุ้นส่วน (Partnerships)
- 1.3 บริษัทจำกัด (Corporations)

ส่วนการประเมินว่ารูปแบบใดที่ดีที่สุดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจที่ผู้ประกอบการดำเนินงานนอกจากนี้ยังมีปัจจัยบางประการที่ต้องนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจเลือกรูปแบบด้วยคือ

- ปัญหาในการจัดตั้งธุรกิจ
- จำนวนเงินทุนที่ต้องการในการดำเนินธุรกิจ
- จำนวนกำไรที่ธุรกิจจะนำไปจัดสรร
- ความสัมพันธ์ด้านอำนาจหน้าที่ในการดำเนินธุรกิจ
- อายุดำเนินธุรกิจ และความต้องการให้ธุรกิจดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
- ขอบเขตความรับผิดชอบในหนี้สินของผู้ประกอบการ
- ข้อจำกัดด้านกฎหมายตามรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ
- ภาษีที่ต้องเสีย

## 2. กำหนดรูปแบบขององค์การที่เหมาะสม

การพิจารณารูปแบบขององค์การที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจแต่ละประเภทนั้น โดยปกติจะมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 2.1 บรรยายสรุปงานด้านการจัดการของธุรกิจ เพื่อดูว่าประกอบด้วยงาน ทั้งสิ้นกี่งาน และมีงานอะไรบ้าง
- 2.2 จัดกลุ่มงานที่มีลักษณะการทำงานเหมือนกัน และ / หรือต้องการ ทักษะของแรงงานเหมือนกัน
- 2.3 กำหนดขนาดแรงงาน คุณสมบัติของแรงงาน ที่แต่ละกลุ่ม งานต้องการ
- 2.4 พิจารณาความสัมพันธ์ของงานในแต่ละกลุ่ม แล้วกำหนดสายการ บังคับบัญชา หรือสายการประสานงาน ซึ่งจะทำให้เกิดรูปแบบขององค์การที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจ

## 3. กำหนดแผนงานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

กำหนดแผนงานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์จะประกอบด้วยขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 3.1 การคาดคะเนอัตรากำลังแรงงานที่ต้องการทั้งในปัจจุบัน และ ใน อนาคต
- 3.2 การกำหนดคุณสมบัติของแรงงานที่ต้องการ
- 3.3 การรับสมัครและคัดเลือก
- 3.4 การกำหนดอัตราเงินเดือน และค่าตอบแทน
- 3.5 การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ
- 3.6 การฝึกอบรมและพัฒนา
- 3.7 การประเมินผล
- 3.8 แรงงานสัมพันธ์

## การวิเคราะห์ด้านการเงิน ( Financial Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการเงิน (ชัยยศ สันติวงษ์ ,2539: 12 และ138) เน้นหนักการเตรียมงบการเงินล่วงหน้า เพื่อนำมาประเมินโครงการในเชิงเศรษฐกิจ และการกำหนดขนาดเงินลงทุนที่ต้องการ การจัดงบการเงินล่วงหน้า (Pro forma Statement) จะนำเอกสารข้อมูลการวิเคราะห์ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการจัดการ มาประกอบการคาดคะเนรายรับ และต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ

การวิเคราะห์ด้านการเงินประกอบด้วย

1. การเตรียมงบการเงินที่แสดงต้นทุนรวมของโครงการ เงินลงทุนเริ่มแรก และกระแสเงินสดที่สัมพันธ์กับตารางการดำเนินงานโครงการนั้น

2. การจัดทำตารางการดำเนินงานเพื่อช่วยในการวางแผนด้านการเงิน การกำหนดข้อสมมติฐานไว้ในเรื่องนโยบาย ระยะเวลาการจัดเก็บหนี้จากการขายเชื่อ ระดับสินค้าคงคลังระยะเวลาการชำระเงินในการจัดซื้อ และค่าใช้จ่ายต่างๆ องค์ประกอบทางด้านต้นทุนสินค้าขาย ค่าใช้จ่ายในการขาย ค่าใช้จ่ายในการจัดการ และค่าใช้จ่ายในด้านการเงิน เช่น ดอกเบี้ย ต้นทุนการจัดหาเงินทุน

3. การจัดทำงบการเงินล่วงหน้า ได้แก่ งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า งบกระแสเงินสดล่วงหน้า และงบดุลล่วงหน้า

4. การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ปริมาณการขาย ณ จุดคุ้มทุน

หลักเกณฑ์ และวิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินเพื่อประเมินโครงการลงทุน (สุมาลี จิระมิตร, 2541: 230-255) ประกอบด้วย

1. วิธีงวดเวลาคืนทุน (Payback Period Method : PBM) หมายถึงระยะเวลาที่ผู้ลงทุนจะได้รับเงินที่ลงทุนกลับคืนมา

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินลงทุน} - \text{กระแสเงินสดรายปีสะสม}}{\text{ไปเรื่อยๆ จนเงินลงทุนมีค่าเป็นศูนย์}}$$

วิธีนี้เหมาะสำหรับกิจการที่ต้องการสภาพคล่อง เป็นการลงทุนที่มีการแข่งขันและความเสี่ยงสูง การตัดสินใจโดยวิธีนี้ บริษัทต้องกำหนดระยะเวลาการคืนทุนที่ต้องการไว้ ถ้าระยะเวลาคืนทุนของโครงการที่ถูกพิจารณาเร็วกว่าระยะเวลาคืนทุนที่กำหนด ก็ควรตัดสินใจลงทุน ข้อดีของวิธีนี้ คือ ง่าย สะดวกในการคำนวณ และเป็นที่เข้าใจง่าย ส่วนข้อเสียคือ ไม่ให้ความสำคัญต่อกระแสเงินสดที่ได้รับหลังจากคืนทุนแล้ว และไม่ได้พิจารณาถึงค่าของเงินที่แตกต่างกันระหว่างกระแสเงินสดที่รับในขณะนี้ กับกระแสเงินสดที่ได้รับในอนาคต

2. วิธีอัตราส่วนลดกระแสเงินสด (Discount Cash Flow Method)

2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) คือ ผลรวมของค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ (ทั้งกระแสเงินสดรับและกระแสเงินสดจ่าย) ในแต่ละปีตลอดอายุโครงการ หรือ คือผลต่างระหว่างค่าปัจจุบันรวมของกระแสเงินสดรับสุทธิทั้งโครงการกับค่าปัจจุบันของเงินลงทุน คำนวณได้จากสูตร

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)} = \sum_{t=1}^n \frac{\text{NCF}_t}{(1+r)^t} - I_0$$

โดย  $\text{NCF}_t$  = กระแสเงินสดสุทธิรายปี ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่ n

$r$  = อัตราผลตอบแทนที่โครงการหรือต้นทุนเงินทุน

$I_0$  = เงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ

$\sum_{t=1}^n$  = ผลบวกของ...ตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ n

การประเมินโครงการด้วยวิธีค่าปัจจุบันสุทธิ หากคำนวณค่าปัจจุบันสุทธิได้ค่าเป็นบวก ควรลงทุนในโครงการนั้น และควรปฏิเสธโครงการลงทุน ถ้ามีค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ

2.2 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

หมายถึง อัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนจะได้รับจากการลงทุนในโครงการโดยเฉลี่ยต่อปีตลอดอายุการลงทุน อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการ (Internal Rate of Return) คือ อัตราส่วนลดที่ทำให้ผลรวมของค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ มีค่าเท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรกพอดี

คำนวณได้จากสูตร

$$I_0 = \sum_{t=1}^n \frac{\text{NCF}_t}{(1+r)^t}$$

โดย

$$r = \text{Internal Rate of Return}$$

การประเมินโครงการด้วยวิธีอัตราผลตอบแทนของโครงการ ( $r$ ) หากอัตราผลตอบแทนของโครงการสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการหรือต้นทุนเงินทุน ( $r > k$ ) ก็ควรลงทุน แต่ถ้าได้น้อยกว่า ( $r < k$ ) ก็ควรปฏิเสธโครงการลงทุน

### สมมติฐาน

การศึกษาโครงการการลงทุนโรงเรียนฝึกรวมการตัดต่อฟิล์ม และวิดีโอแบบ Non-Linear Editing ได้ตั้งข้อสมมติฐานดังต่อไปนี้

1. โครงการการลงทุนโรงเรียนฝึกรวมการตัดต่อฟิล์ม และวิดีโอแบบ Non-Linear Editing ในกรุงเทพมหานคร มีความเป็นไปได้ในการลงทุน โดยมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 11 ซึ่งได้จากค่าถัวเฉลี่ยระหว่างอัตราเงินกู้ลูกค้าชั้นดี (MLR) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เดือนกรกฎาคม 2546 กับ อัตราผลตอบแทนตลอดทั้งปีของตลาดหลักทรัพย์ ปี 2545
2. โครงการมีอายุ 3 ปี คิดค่าเสื่อมแบบเส้นตรง เมื่อสิ้นสุดโครงการไม่มี

### มูลค่าซาก

3. การจัดสรรต้นทุนโครงการจะคิดตามพื้นที่ใช้งาน
4. ภาษีเงินได้จ่ายภายในปีเดียวกัน อัตราภาษี 30%

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วิริยะ ฤาชัยพาณิชย์ (2544) ค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ นักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 65.9 กำลังศึกษาอยู่ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 35.4 ศึกษาอยู่แผนกวิทย์คิดเป็นร้อยละ 46.3 และรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครองอยู่ระหว่าง 11,001-50,000 บาท ต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 54.8 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนมัธยมปลายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร ปัจจัยด้าน

กระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาในระดับสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านสถานที่  
ปัจจัยด้านค่าเรียน และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

สุรชาติ สุวรรณโฆษิต (2543) ค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “การศึกษาความเป็นไป  
ได้ของโครงการลงทุนศูนย์หนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา” ในการศึกษาครั้งนี้ เป็น  
การศึกษาความเป็นไปได้ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และ ด้านการเงิน  
ภายใต้สมมติฐานการยอมรับโครงการที่อัตราผลตอบแทนการลงทุนลดค่ามากกว่าร้อยละ 12 โดย  
สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ ผลการศึกษาด้านการตลาด สามารถประมาณการมูลค่าโดยรวม  
ของตลาดได้ 2.436 ล้านบาทต่อเดือน โดยโครงการฯมีส่วนแบ่งการตลาด 50.73% คิดเป็นมูลค่า  
ประมาณ 1.236 ล้านบาทต่อเดือน ผลการศึกษาด้านเทคนิค ทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน การ  
คมนาคมสะดวก และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ ผลการศึกษาด้านการจัดการ ดำเนินงานในรูปแบบ  
ห้างหุ้นส่วน จำกัด มีผู้ถือหุ้น 3 ราย ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 40 30 และ 30 ตามลำดับ โครงการใช้  
พนักงานจำนวน 11 คน แบ่งเป็นระดับบริหาร 1 คน และระดับปฏิบัติการ 10 คน ผลการศึกษาด้าน  
การเงิน ใช้เงินทุนเริ่มต้นทั้งสิ้น 5.368 ล้านบาท โดยคิดเป็นส่วนของทุนร้อยละ 65 และส่วนของ  
หนี้สินร้อยละ 35 มีระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 9 เดือน 28 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12  
เท่ากับ 1.183 ล้านบาท โดยโครงการได้อัตราผลตอบแทนของโครงการเท่ากับร้อยละ 19.32 ดังนั้น  
จึงยอมรับข้อสมมติฐานที่ว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนฯ