

บทที่ 3

ทฤษฎี แนวความคิด และทบทวนวรรณกรรม

การศึกษานี้ นำแนวความคิดการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ของโครงการ มาใช้ในการวิเคราะห์ผล สามารถกล่าวโดยสังเขปดังนี้

แนวความคิดการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ประกอบด้วย การวิเคราะห์สี่ด้าน คือ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านเทคนิค การวิเคราะห์ด้านการจัดการ และการวิเคราะห์ด้านการเงิน โดยผลการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการจัดการ จะใช้เป็นข้อมูลที่สำคัญในการจัดหางบการเงินล่วงหน้า ซึ่งผู้ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนจะนำมาประเมินผลและตัดสินใจลงทุนในโครงการหรือไม่ โดยใช้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนและความเสี่ยงเป็นเกณฑ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการลงทุน

แนวทางในการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน สรุปได้ดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ด้านการตลาด (Marketing Analysis)

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดของโครงการ (ฐาปนา ฉิ้นไพศาล และอัจฉรา ชีวตระกูลกิจ, 2544: 3-1 – 3-27) แบ่งเป็นขั้นตอนใหญ่ๆ ได้ 4 ขั้นตอนคือ

1. การวิเคราะห์สภาวะตลาด เป็นการทำการวิเคราะห์สภาวะตลาดเพื่อตอบคำถามสำคัญ 3 ประการคือ

1.1 ขนาดของตลาดใหญ่หรือเล็กเพียงใด คือ จำนวนประชากรที่มีอยู่ในตลาดหนึ่งๆ อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยอื่นที่เป็นตัวกำหนดขนาดของตลาดอีกเช่น อำนาจการซื้อ อัตราการบริโภค

อนึ่ง เมื่อศึกษาภาพกว้างแล้ว ถ้าทำได้ ควรศึกษาขอบข่ายตลาดที่เฉพาะเจาะจงขึ้น กล่าวคือ ศึกษาถึง ส่วนของตลาด (Market Segmentation) ที่สินค้าหรือบริการของโครงการมุ่งเข้าไปตอบสนอง ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงขนาดของตลาดที่ถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้น

1.2 การศึกษาแนวโน้มของตลาด (Market Trend) คือ ทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้าหรือบริการหนึ่งๆ ว่าจะมีมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไป นิยมวัดเป็นอัตราการขยายตัว (Growth Rate)

1.3 การศึกษาส่วนแบ่งตลาด (Market Share) คือ ความสามารถของธุรกิจหรือบริการในอันที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาดมี 2 ประการคือ

1.3.1 ความเข้มข้นของการแข่งขัน (Competition) และ

1.3.2 ความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (Customer Satisfaction)

2. การพยากรณ์ความต้องการของตลาด (Market Demand Estimate) หมายถึง การพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดในรูปของจำนวนเงินหรือจำนวนหน่วยสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ของกลุ่มผู้บริโภคในเขตพื้นที่หนึ่ง และระยะเวลาที่กำหนดให้ ภายใต้โปรแกรมทางการตลาดและสภาวะแวดล้อมทางการตลาดที่กำหนดขึ้น

3. การประมาณยอดขายหรือรายได้ หมายถึงการคาดคะเนส่วนแบ่งตลาดที่โครงการนั้นจะได้รับว่าเป็นร้อยละเท่าใดของตลาดรวมดังกล่าว อย่างไรก็ตามในการคาดคะเนยอดขายของโครงการนั้น ยังควรพิจารณาถึงสถานะเศรษฐกิจ การแข่งขัน ระดับของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ การโฆษณาและส่งเสริมการขายด้วย

4. การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด เป็นการสรุปผลการศึกษาด้านการตลาดว่าอุปสงค์หรือความต้องการของตลาดในผลิตภัณฑ์หรือบริการมีมากพอ และสภาวะตลาดเอื้ออำนวยต่อโอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้

การวิเคราะห์ด้านการตลาดนี้ จะใช้ทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ หรือ 7 Ps มาประกอบในการวิเคราะห์ ซึ่งจะเป็นสิ่งที่นำมาวางแผนกลยุทธ์ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ ซึ่งรายละเอียดแต่ละส่วนมีดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ (7 Ps) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) คือ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยมีเครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญคือการโฆษณา ต้นทุนสินค้า การแข่งขันในตลาดและปัจจัยอื่นๆ

3. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยมีเครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญคือการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขายและการประชาสัมพันธ์

4. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กร ไปยังตลาด

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อสามารถให้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาและการตอบสนองต่อลูกค้า

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

7. กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค (Technical Analysis)

การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิคของโครงการ (ชัยยศ สันตวงษ์, 2539: 11-12) ได้แก่ ความเหมาะสมด้านเทคนิคของโครงการ ทำให้ทราบข้อมูลต่างๆ ทางด้านเทคนิคที่จำเป็นในการดำเนินกิจการ ได้แก่ การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางผังกิจการ การลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนและถาวร ตลอดจนการจัดซื้อและควบคุมสินค้าคงเหลือ จากข้อมูลทางเทคนิคนี้ จะใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการเพื่อเตรียมจัดหาแหล่งเงินทุนต่อไป

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคควรพิจารณาหัวข้อดังต่อไปนี้

1. คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมถึงรายละเอียดคุณสมบัติด้านกายภาพ
2. กระบวนการคัดเลือก การจัดซื้อจัดหาผลิตภัณฑ์ ต้นทุนในปัจจุบันและอนาคต รูปแบบการชำระเงิน ทำเลที่ตั้งของผู้จัดจำหน่ายและความสม่ำเสมอในการจัดส่งของให้
3. การกำหนดขนาดของร้าน การคาดคะเนปริมาณการขาย การพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเริ่มดำเนินงานและปัจจัยต่างๆ ด้านเทคนิค
4. การเลือกอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ เทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ วิเคราะห์เปรียบเทียบในการเลือกอุปกรณ์ ทั้งในแง่ของต้นทุน ความน่าเชื่อถือ ประสิทธิภาพและการบำรุงรักษา

5. การกำหนดสถานที่ตั้ง พร้อมทั้งประเมินความเหมาะสมของทำเลสถานที่ดังกล่าว
6. การออกแบบผังร้าน
7. การคาดคะเนต้นทุนการบริการ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการ (Management Analysis)

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการจัดการ (ฐาปนา ฉันทไพศาลและอัจฉรา ชีวตระกูลกิจ, 2544: 5-5) เป็นการพิจารณาเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสม ผู้ประกอบการควรทำการศึกษารายละเอียดในเรื่องต่อไปนี้

1. รูปแบบของหน่วยธุรกิจที่เหมาะสม ซึ่งโดยทั่วไปแบ่งได้ 3 รูปแบบ คือ
 - 1.1 กิจการเจ้าของคนเดียว (Single Proprietorships)
 - 1.2 ห้างหุ้นส่วน (Partnerships)
 - 1.3 บริษัทจำกัด (Corporations)
 ส่วนการประเมินว่า รูปแบบใดเหมาะสมที่สุดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจที่ผู้ประกอบการดำเนินงาน
2. รูปแบบการบริหารงานภายในที่เหมาะสม โดยศึกษาในเรื่องของการแบ่งหน้าที่งาน การจัด โครงสร้างองค์กร รวมทั้งความรับผิดชอบ ตามรูปแบบของหน่วยธุรกิจที่จัดตั้งขึ้น
3. บุคลากร โดยศึกษาในเรื่องของจำนวนและคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องการ แหล่งที่มาของบุคลากร รวมทั้งการจ่ายค่าตอบแทน

การวิเคราะห์ด้านการเงิน (Financial Analysis)

การวิเคราะห์กระแสเงินสดเข้าออก (เพชรี ชุมทรัพย์, 2544: 226) เป็นการประมาณการกระแสเงินสดเข้าและออกของโครงการลงทุน เนื่องจากเงินสดเป็นศูนย์กลางของการตัดสินใจทุกประเภทของธุรกิจ โดยมีเครื่องมือในการวิเคราะห์โครงการคือ

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) โดยนำกระแสเงินสดรับจากโครงการในแต่ละปีมาเปรียบเทียบกับเงินสดจ่ายลงทุนเมื่อเริ่มโครงการว่า จะใช้ระยะเวลานานเท่าใดจึงจะคุ้มกับเงินลงทุนตอนเริ่มโครงการ

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน (ปี)} = \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + \frac{\text{กระแสเงินสดส่วนที่เหลือ}}{\text{กระแสเงินสดทั้งปีที่คืนทุน}}$$

วิธีนี้เป็นวิธีที่คำนวณได้ง่าย นิยมใช้กันมากและมักจะใช้เป็นตัววัดโครงการตัวแรก โดยผู้ศึกษาต้องกำหนดระยะเวลาการคืนทุนที่ต้องการไว้ ถ้าระยะเวลาคืนทุนของโครงการที่ถูกพิจารณาเร็วกว่าระยะเวลาคืนทุนที่กำหนด ก็ควรตัดสินใจลงทุน อย่างไรก็ตาม วิธีนี้มีข้อเสียคือ เป็นวิธีการคำนวณที่ไม่ได้คำนึงถึงมูลค่าตามเวลา รวมทั้งไม่ให้ความสนใจถึงเงินเข้าสู่สุทธิตัวส่วนที่ได้รับหลังจากช่วงเวลาคืนทุนแล้ว ดังนั้นจึงควรศึกษาวิธีการนี้ประกอบกับวิธีการอื่นด้วย

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) เกิดจากผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิต่อปีกับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิในแต่ละปีตลอดอายุโครงการ คำนวณได้จากสูตร

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV)} = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+k)^t} - C_0$$

โดย B_t = กระแสเงินสดสุทธิรายปี ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ t

k = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการหรือต้นทุนของเงินทุนหรืออัตราคิดลด

C_0 = เงินจ่ายลงทุนเริ่มแรกของโครงการ

$\sum_{t=1}^n$ = ผลบวกของ ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ n

เกณฑ์ในการตัดสินใจคือ ถ้า NPV เป็นบวกก็จะยอมรับโครงการนั้น แต่ถ้า NPV เป็นลบก็จะปฏิเสธโครงการนั้น

3. อัตราผลตอบแทนลดค่าหรืออัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) เป็นอัตราราคาที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิพอดี คำนวณได้จากสูตร

$$\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t} = C_0$$

โดย r = อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการโดยเฉลี่ยต่อปี

เกณฑ์ในการตัดสินใจคือจะยอมรับโครงการเมื่ออัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการ (r) มากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ ต้นทุนของเงินทุนหรืออัตราคิดลด (k) หรือ $r > k$ และปฏิเสธโครงการเมื่อ $r < k$

4. การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis Method)

นอกจากการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์โครงการข้างต้นแล้ว จะทำการวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis Method) (ฐาปนา ฉิ่งไพศาลและอัจฉรา ชิวตระกูลกิจ, 2544: 9-9) อธิบายว่าเป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนจากการลงทุน อันเป็นผลเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรต่างๆ เพื่อให้การประเมินโครงการเป็นไปอย่างถูกต้อง รอบคอบและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ลงทุนภายใต้สถานการณ์ต่างๆ โดยรูปแบบที่นิยมใช้ในการวิเคราะห์ความไวของโครงการลงทุนมีสองวิธีคือ

4.1 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Breakeven Point Analysis) สมการมีดังนี้

	Y	=	$VX + F$ หรือ $Y = PX$
โดย	Y	=	รายได้จากการบริการ (บาท)
	V	=	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย
	X	=	จำนวนชั่วโมงการให้บริการ (ณ จุดคุ้มทุน)
	F	=	ต้นทุนคงที่รวม
	P	=	ค่าบริการต่อชั่วโมง
จาก	PX	=	$VX + F$
ดังนั้น	X	=	$F / (P - V)$

จากหลักการของจุดคุ้มทุนดังกล่าว สามารถนำมาเป็นตัวแบบในการวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรต่างๆ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของค่าบริการต่อชั่วโมง การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนคงที่ การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

4.2 การจำลองสถานการณ์ (Simulation) คือ การกำหนดปริมาณหรืออัตราการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่สำคัญและวัดผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรนั้นๆ เช่น จะมีการเปลี่ยนแปลงของ NPV หรือ IRR อย่างไรถ้ายอดขายได้จากการบริการเปลี่ยนแปลงไป

สมมติฐาน

โครงการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนร้านให้บริการอินเทอร์เน็ตระบบสายเช่า บุคคลแบบไม่สมมาตร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีสมมติฐานดังนี้

1. ให้อัตราคิดลด (K) ของโครงการเท่ากับร้อยละ 12 ต่อปี (ผลรวมของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายย่อยชั้นดี (MRR) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เดือนมีนาคม 2546 เท่ากับ 6.50% ต่อปี ส่วนต่างสูงสุดที่จะใช้บวกกับอัตรา MRR เท่ากับ 3.50% ต่อปีและอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการเพื่อชดเชยความเสี่ยง (Risk Premium) เท่ากับ 2% ต่อปี)
2. ให้อายุโครงการเท่ากับ 6 ปี โดยในการลงทุนในเครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ในระบบเครือข่าย ให้คิดค่าเสื่อมราคา 3 ปี แบบเส้นตรงและมีกรเปลี่ยนเครื่องใหม่ทั้งหมดในสิ้นปีที่ 3 เนื่องจากระบบเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โครงการฯ ต้องมีการเปลี่ยนเครื่องคอมพิวเตอร์ให้มีประสิทธิภาพที่ดี เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เมื่อสิ้นสุดโครงการไม่มีมูลค่าซาก
3. การลงทุนในสินทรัพย์ถาวรอื่น คิดค่าเสื่อมราคา 5 ปี แบบเส้นตรง

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรชาติ สุวรรณโณมิตร (2543) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของโครงการศูนย์หนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 4 ด้าน ได้แก่ความเป็นไปได้ในด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการและด้านการเงิน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 3 รายและแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยาจำนวน 100 ตัวอย่างแล้วนำมาวิเคราะห์ภายใต้ข้อสมมติฐานการยอมรับโครงการที่อัตราผลตอบแทนการลงทุนลดค่า มากกว่าร้อยละ 12 ผลการศึกษาพบว่า ทางด้านการตลาด ประชาชนในจังหวัดพะเยา มีความตื่นตัวด้านการศึกษาและการอ่านหนังสือมากขึ้น โดยวัดได้จากอัตราการขยายตัวของค่าใช้จ่ายต่อครัวเรือนในช่วงปี 2538-2541 หมวดการศึกษาขยายตัวปีละประมาณ 15% หมวดหนังสือขยายตัวปีละประมาณ 10% แต่ในปัจจุบันร้านจำหน่ายหนังสือในจังหวัดพะเยายังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หมด ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการขายและปัจจัยด้านลักษณะเฉพาะขององค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ผลการสำรวจตลาดสามารถประมาณมูลค่าโดยรวมของตลาดได้ 2.436 ล้านบาทต่อเดือน โดยโครงการมีส่วนแบ่งตลาด 50.37% ทางด้านเทคนิคพบว่าทำเลที่ตั้งของโครงการฯ อยู่บริเวณถนนหะริณสูตร อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เป็นทำเล

ที่อยู่ใกล้แหล่งชุมชน การคมนาคมสะดวกและมีสถานที่จอดรถเพียงพอ ทางด้านการจัดการพบว่า โครงการฯ จะดำเนินงานในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด มีผู้ถือหุ้น 3 ราย ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 40 30 และ 30 ตามลำดับ โดยโครงการฯ ใช้พนักงานจำนวน 11 คน แบ่งเป็นระดับผู้บริหาร 1 คนและระดับปฏิบัติการ 10 คน และด้านการเงินพบว่า โครงการฯ ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นทั้งสิ้น 5,468,000 บาท โดยคิดเป็นส่วนของทุนร้อยละ 65 และส่วนของหนี้สินร้อยละ 35 มีระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 9 เดือน 28 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 เท่ากับ 1.183 ล้านบาท โดยโครงการได้รับอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 19.32 ดังนั้นจึงยอมรับข้อสมมติฐานที่ว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนในโครงการฯ และผลจากการวิเคราะห์ความไวพบว่า การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนสินค้าขายและยอดขายมีผลต่อความไวของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนของโครงการ

นิคม ภู่ว่าง (2544) ได้ศึกษาเกี่ยวกับต้นทุน-ผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนในธุรกิจให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ใน 3 พื้นที่ คือ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 3 ร้าน บริเวณหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 3 ร้านและบริเวณรอบๆ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 3 ร้าน โดยประมาณการค่าเฉลี่ยต้นทุนและผลตอบแทนของร้านให้บริการอินเทอร์เน็ตให้มีส่วนเพิ่มในระดับที่เท่าเทียมกันร้อยละ 5 นับตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5 ส่วนการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของร้านให้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นแบบ STAR โดยมี การเชื่อมต่อ โดยมี HUB เป็นศูนย์กลางของทางเดินของข้อมูลที่ส่งผ่านไปยังระบบคอมพิวเตอร์แต่ละตัว ผลการศึกษาพบว่า การลงทุนในธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีความเหมาะสมต่อการลงทุน โดยทุกทำเลมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงสุดของธนาคารพาณิชย์ มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมากกว่าศูนย์และมีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนของธุรกิจมากกว่าหนึ่ง โดยที่ธุรกิจรอบๆสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ให้อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนมากที่สุดและบริเวณหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ให้อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนน้อยที่สุด ส่วนในการวิเคราะห์ความไวของธุรกิจต่อการเปลี่ยนแปลงด้านต้นทุนและผลตอบแทนนั้น บริเวณรอบๆ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ มีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุดในขณะที่บริเวณหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจมากที่สุด

รังสรรค์ ลิทธิชัยโอภาส (2544) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับผู้ใช้บริการชาวไทยที่กำลังใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต 200 คนจาก 4 กลุ่มสถานที่คือบริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ บริเวณสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ บริเวณมหาวิทยาลัยพายัพและบริเวณอื่นๆ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ บริเวณละ 50 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ใน

การวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ข้อมูลที่ได้ นำมาทำการวิเคราะห์ผล ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18-30 ปี สถานภาพโสด เป็นนักเรียนนักศึกษา มีระดับรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1 ปี-3 ปี ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการ 2-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาและวันที่มาใช้บริการไม่แน่นอน โดยมาใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงและสันทนาการและบริการอินเทอร์เน็ตที่ใช้ส่วนใหญ่คือ WWW มากกว่าด้านอื่นๆ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต เรียงตามลำดับความสำคัญคือปัจจัยด้านเครื่องมือและบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสัญลักษณ์และปัจจัยภายในและภายนอกอื่นๆ มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญน้อย

ศศิระ โชตะศิริ (2544) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบ วิเคราะห์และประเมินต้นทุน-ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่ถูกกฎหมายและไม่ถูกกฎหมายในจังหวัดเชียงใหม่ ประการที่สองเพื่อวิเคราะห์ความไหวตัวของโครงการ เมื่อต้นทุนหรือผลตอบแทนของโครงการมีการผันแปร ผลการศึกษาเปรียบเทียบโดยวิธีการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนทางการเงินที่อัตราคิดลดร้อยละ 7.75 ภายใต้สถานการณ์จำลอง โดยจำแนกการให้บริการอินเทอร์เน็ตออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจที่ได้รับลิขสิทธิ์ถูกต้อง ธุรกิจที่ละเมิดลิขสิทธิ์ และธุรกิจที่ไม่มีค่าลิขสิทธิ์ พบว่าธุรกิจทุกประเภทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตในจังหวัดเชียงใหม่ มีความเป็นไปได้เชิงเศรษฐศาสตร์ และมีความเหมาะสมในการลงทุน ตามเกณฑ์การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนของธุรกิจ และมีระยะเวลาคืนทุนต่ออายุโครงการ 5 ปี โดยที่ธุรกิจที่ละเมิดลิขสิทธิ์ให้อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนมากที่สุดและธุรกิจที่ได้รับลิขสิทธิ์ถูกต้องให้อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนน้อยที่สุด การวิเคราะห์ความไวต่อเหตุการณ์เปลี่ยนแปลง ภายใต้สถานการณ์สมมุติ 2 กรณี พบว่า ในกรณีผลตอบแทนและต้นทุนของธุรกิจเปลี่ยนแปลง ธุรกิจที่ละเมิดลิขสิทธิ์ยังคงให้อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนมากที่สุดและธุรกิจที่ได้รับลิขสิทธิ์ถูกต้องยังคงให้อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนน้อยที่สุด ในกรณีการใช้กฎหมายลิขสิทธิ์ ธุรกิจที่ไม่มีค่าลิขสิทธิ์ให้อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนมากที่สุดและธุรกิจที่ได้รับลิขสิทธิ์ถูกต้องก็ยังคงให้อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนน้อยที่สุดเช่นเดิม แต่เนื่องจากธุรกิจที่ไม่มีค่าลิขสิทธิ์นี้มีความยาก

และไม่เป็นที่นิยมของผู้ใช้งาน จึงทำให้ธุรกิจที่ได้รับลิขสิทธิ์ถูกต้องมีความเหมาะสมมากกว่าใน
การลงทุน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved