

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

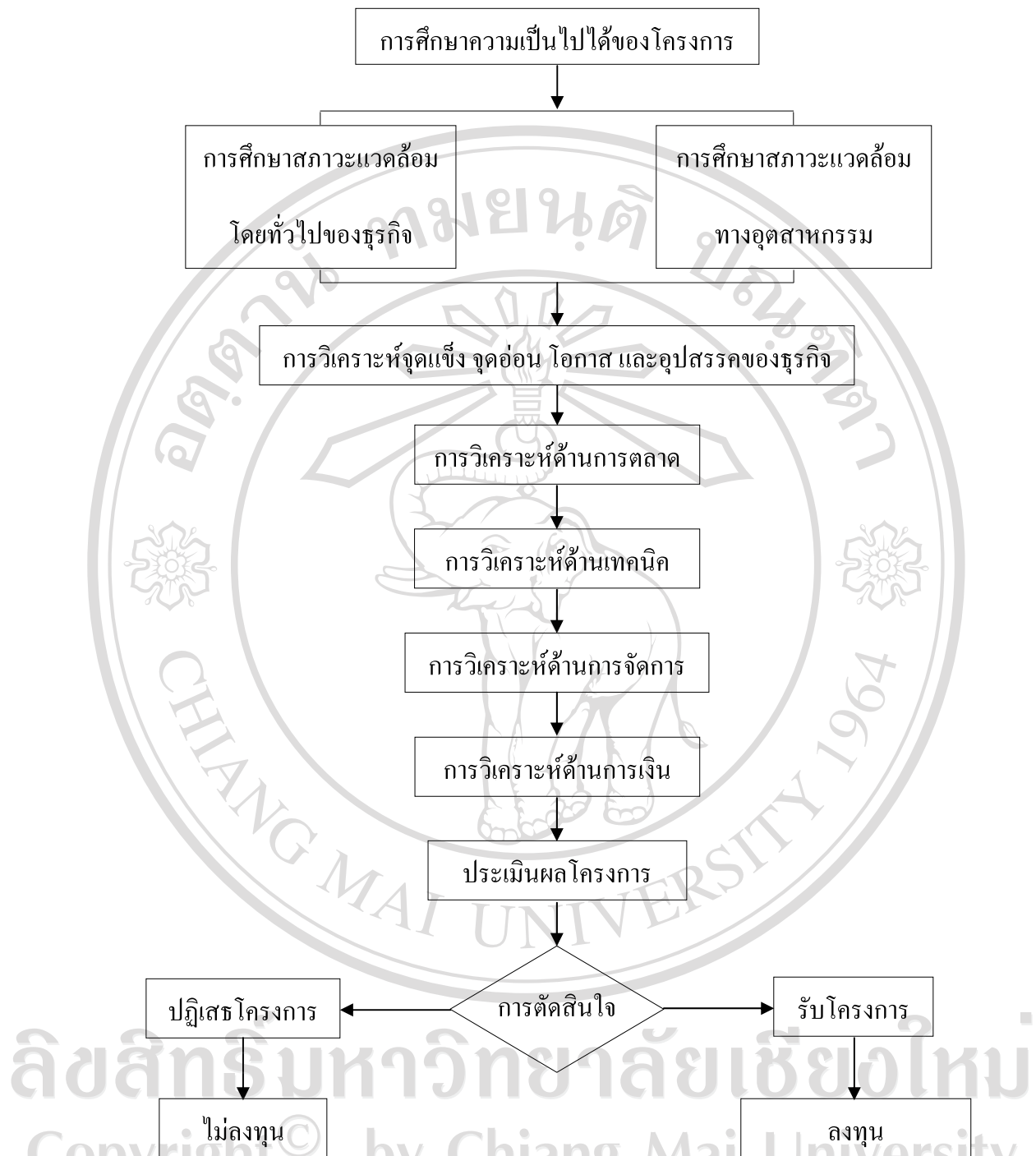
การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายเหล็กในจังหวัดสุโขทัย ผู้ศึกษาได้ใช้ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการศึกษา ดังนี้

แนวคิด และทฤษฎี

การศึกษาการวิเคราะห์โครงการครั้งนี้ จะใช้แนวคิด และทฤษฎีของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Project Feasibility Studies) ดังนี้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (ชัยยศ สันตวงษ์, 2533: 37) คือการศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด ทั้งในขอบเขตกว้างที่เรียกว่า มหภาค และขอบเขตที่มีรายละเอียดลึกลงไป ที่เรียกว่า จุลภาค ซึ่งโครงการอุตสาหกรรมโดยทั่วไปจะมีกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม คือ กิจกรรมด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจ และเพื่อให้แน่ใจว่าโครงการสามารถประสบความสำเร็จ ได้รับผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินทุนที่ลงไป เนื่องจากในปัจจุบันมีทรัพยากรอยู่อย่างจำกัดในขณะที่มีการแข่งขันสูง เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดจนความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานะเศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีผลกระทบต่อความสำเร็จ และความล้มเหลวของโครงการ โครงการธุรกิจจะมีลักษณะรูปแบบ ตลอดจนเงินลงทุนแตกต่างกันไป มีทั้งโครงการที่จะก่อตั้งขึ้นใหม่ และโครงการขยายธุรกิจที่มีอยู่แล้ว โดยโครงการที่จะศึกษาครั้งนี้เป็นโครงการ ลงทุนตั้งกิจการใหม่

ผลของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จะสรุปให้เห็นในรูปของงบการเงินล่วงหน้า (Proforma Financial Statement) ซึ่งจะนำมาประเมินผล และตัดสินใจว่าจะลงทุนในโครงการหรือไม่ ขอบเขตแนวความคิดการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการสามารถแสดงได้ดังรูปที่ 2.1



รูปที่ 2.1 แผนผังแสดงขั้นตอนการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายเหล็กในจังหวัดสุโขทัย จะทำการพิจารณา ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโครงการ คือ ศึกษาสภาวะแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ ศึกษาสภาวะแวดล้อมทางอุตสาหกรรม การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ

อุปสรรคของธุรกิจ การศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยนำทฤษฎีต่างๆ มาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

การศึกษาสภาวะแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ (General Environment Analysis) เป็นการศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรต่างๆ ที่ไม่มีความเกี่ยวข้อง โดยตรงกับการดำเนินงานขององค์กร แต่สามารถมีอิทธิพล หรือผลกระทบทางอ้อมต่อองค์กร ได้แก่ ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม วัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี

การศึกษาสภาวะแวดล้อมทางอุตสาหกรรม (Industry Environment Analysis) เป็นการศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง โดยตรงกับการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่ การแข่งขันกันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน อำนาจต่อรองจากผู้ขายสินค้า อำนาจต่อรองของลูกค้า ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน และภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่ ในอุตสาหกรรมที่ธุรกิจดำเนินอยู่

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอก และภายใน ที่มีผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร

การวิเคราะห์ด้านการตลาด (Market Analysis) เป็นการวิเคราะห์สภาวะการณ์ โอกาส และกลยุทธ์ทางการตลาด โดยพิจารณาถึงกลุ่มเป้าหมายหรือขนาดของตลาด ส่วนประสมทางการตลาด ตลอดจนสภาพแวดล้อมต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งปัจจัยอื่นที่อาจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ จุดมุ่งหมายเพื่อการวางแผนการตลาดในการจำหน่าย ตลอดจนคาดคะเนรายรับจากยอดขาย โดยผลที่ได้จะเป็นส่วนหนึ่งที่น่ามาใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อประโยชน์ในการประเมินผล และการตัดสินใจลงทุน

โดยนำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546: 53) มาประกอบในการวิเคราะห์แต่ละส่วน ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Production) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมี

อรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมา ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์ กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาก็จะตัดสินใจซื้อ
3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) เกี่ยวข้องกับการจัดส่งสินค้าไปยังสถานที่ที่ลูกค้าต้องการในเวลาที่เหมาะสม โดยมีค่าใช้จ่ายที่ประหยัด รวมถึงการให้บริการลูกค้าที่ดีที่สุด โครงสร้างของช่องทาง ประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด เป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสนับสนุนการกระจายสินค้าสู่ตลาด
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non-personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ มีดังนี้ การโฆษณา (Advertising), การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling), การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion), การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) และการตลาดทางตรง (Direct Marketing)

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค (Technical Analysis) (ชัยยศ สันตวิงษ์, 2539) เป็นการศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของโครงการ ซึ่งเป็นพื้นฐานการคาดคะเนต้นทุนโครงการ คือ เงินลงทุนถาวร อันได้แก่ ที่ดิน โรงงาน อาคาร เครื่องใช้สำนักงาน เป็นต้น ค่าใช้จ่ายในการผลิต เป็น ค่าใช้จ่ายวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และพิจารณาหัวข้ออื่นๆ ดังต่อไปนี้

- การกำหนดรายละเอียดทั่วไป เช่น สถานที่ตั้ง การจัดหา หรือสรรหาสถานที่ สำหรับประกอบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยคำนึงถึง ค่าใช้จ่าย พนักงาน ความสัมพันธ์กับลูกค้าความสะดวก ตลอดจนสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่ดีตลอดระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจนั้น
- การวางแผน โรงงาน อาคารและสิ่งก่อสร้าง ต้องเหมาะสมกับข้อจำกัดของสถานที่ตั้ง เช่น ขนาดพื้นที่ ความสะดวกในการทำงาน
- กระบวนการผลิต/บริการ ขั้นตอนในการผลิตสินค้า ตั้งแต่การจัดการวัตถุดิบ แรงงาน เทคโนโลยี เครื่องมือ เครื่องจักร ระดับคุณภาพที่ต้องการ
- การจัดหาวัตถุดิบ เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบความต้องการของผู้ใช้ การเลือกผู้ขายวัตถุดิบ การจัดซื้อ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการ (Management Analysis) (บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2534) การวิเคราะห์เพื่อกำหนดรูปแบบการดำเนินงาน จัด โครงสร้างองค์กรที่

เหมาะสม

การบริหารงาน กำหนดหน้าที่ ตำแหน่งงาน คุณสมบัติของบุคลากรในแต่ละตำแหน่ง และการประสานงานกันภายในองค์กร ประกอบด้วย (สาคร สุขศรีวงศ์, 2550)

- การวางแผน (Planning) หมายถึง การกำหนดพันธกิจ เป้าหมาย แผนงาน เพื่อให้องค์กรปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลตามที่ประสงค์
- การจัดองค์กร (Organization) หมายถึง การออกแบบงาน การจัดแผนกงาน การจัดแบ่งอำนาจหน้าที่ การประสานงานระหว่างบุคคล และ

หน่วยงานต่างๆ ในองค์กรเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

- การจัดคนเข้าทำงาน (Leading) ประกอบด้วย การสรรหาบุคคล ที่มีคุณลักษณะ และคุณสมบัติเหมาะสมตามข้อกำหนดของตำแหน่งงานนั้นๆ เพื่อให้องค์กรคัดเลือก ให้ได้บุคคลที่เหมาะสมที่สุดสำหรับตำแหน่งงานนั้นๆ ต่อไป
- การควบคุม (Controlling) หมายถึง การติดตามตรวจสอบการทำงานในส่วนต่างๆขององค์กร เพื่อให้ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นเป็นไปตามมาตรฐานหรือเป้าหมายที่กำหนด

การวิเคราะห์ด้านการเงิน (Financial Analysis) (ชัยยศ สันตวงษ์, 2539) เป็นการประมาณการเงินลงทุนในโครงการ การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน หรือการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของโครงการ (จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ, 2545) โดยองค์ประกอบสำคัญดังนี้

1. ประมาณการเงินลงทุนในโครงการ เพื่อดูว่าต้องใช้ในด้านใดบ้าง เป็นจำนวนเท่าไร จะหาแหล่งเงินทุนได้จากแหล่งใด เงินลงทุนโครงการจะประกอบด้วย
 - สิทธิพัตถ์ถาวร
 - ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน
 - เงินทุนหมุนเวียน
2. การประมาณการเงินของโครงการ ซึ่งแยกออกไปเป็น
 - ประมาณการต้นทุนสินค้าขาย
 - ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารงาน และอื่นๆ
 - ประมาณการงบกำไรขาดทุน
 - ประมาณการงบกระแสเงินสด

3. การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน

3.1 วิธีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) (เพชรี ชุมทรัพย์, 2536) เป็นวิธีที่แสดงให้เห็นทราบถึงระยะเวลาเป็นจำนวนปีที่จะได้รับเงินที่ลงทุนไปกลับคืนมา การพิจารณาระยะเวลาคืนทุน มีวิธีการคำนวณโดยใช้สูตรคำนวณ ดังนี้

$$PB = \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + \frac{\text{กระแสเงินสดส่วนที่เหลือ}}{\text{กระแสเงินสดทั้งปี}}$$

3.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value, NPV) คือ ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปีตลอดอายุของโครงการ กับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายออกไปภายใต้โครงการที่กำลังพิจารณา ณ อัตราที่กำหนดในที่นี้คือ ค่าของทุน (Cost of Capital)

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

โดยกำหนดให้

C_t = กระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละปี ตลอดอายุโครงการ

I = เงินจ่ายลงทุนในโครงการ

n = อายุโครงการ

i = อัตราคิดลด (Discount Rate)

t = ระยะเวลาปีที่ 1, 2, 3, ..., n

เกณฑ์การตัดสินใจ ในกรณีที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 0 หรือมากกว่า จะรับโครงการลงทุนนั้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การรับโครงการลงทุนที่มีมูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับ เท่ากับหรือมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่าย ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ แสดงว่าโครงการนั้น ยังไม่คุ้มกับการลงทุน

3.3 อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Rate of Return, IRR) คือ อัตราผลตอบแทนลดค่าที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับเท่ากับมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดจ่าย

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

โดยกำหนดให้

r = อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Rate of Return, IRR) ของโครงการ

C_t = กระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละปี ตลอดอายุโครงการ

I = เงินจ่ายลงทุนในโครงการ

n = อายุโครงการ

t = ระยะเวลาปีที่ 1, 2, 3, ..., n

เกณฑ์การตัดสินใจ ให้เปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนการลงทุนกับอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ธุรกิจจะยอมรับได้ หรืออัตราดอกเบี้ยของสถาบันการเงิน ถ้าอัตราผลตอบแทนการลงทุนที่คำนวณได้สูงกว่า ถือเป็นโครงการที่คุ้มค่าต่อการลงทุน

3.4 การวิเคราะห์ความไว (Sensitive Analysis) หมายถึง การวิเคราะห์ว่าถ้าปัจจัยหรือตัวแปรที่สำคัญค่าใดค่าหนึ่งมีค่า เปลี่ยนแปลงไปในขณะที่ตัวแปรอื่นๆ ยังมีค่าคงที่ แล้วจะมีผลกระทบต่อโครงการอย่างไร โดยทั่วไป การวิเคราะห์ความไวจะวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าผลตอบแทนของโครงการ โดยวัดจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ โดยใช้หลักการเปลี่ยนแปลงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ ซึ่งจะพิจารณาการเปลี่ยนแปลงทีละปัจจัย โดยให้ปัจจัยอื่นคงที่แล้วนำไปเปรียบเทียบกับกรณีพื้นฐานของโครงการ (Base Case) เพื่อพิจารณาว่า การเปลี่ยนแปลงปัจจัยเหล่านั้น เป็นผลดีหรือเป็นผลเสียต่อโครงการมากน้อยเท่าใด

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

นพดล ยศทวี (2539) ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนตั้งศูนย์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดสุโขทัย โดยผลการศึกษา พบว่านโยบายที่เน้นการกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ส่วนภูมิภาคของแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ทำให้เกิดการลงทุนทั้งจากภาคเอกชน และจากภาครัฐ ก่อให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมก่อสร้างในส่วนภูมิภาคมากขึ้น ผลการศึกษาด้านการตลาด เห็นว่าตลาดยังมีความต้องการเหลืออยู่อีกมากที่จะเข้าไปลงทุน ผลการศึกษาด้านการจัดการ พบว่า โครงการต้องการเงินลงทุนทั้งสิ้น 6,000,000 บาท เพื่อใช้เป็นค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน 50,000 บาท ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสินทรัพย์ถาวร 5,717,100 บาท และใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน 232,900 บาท โดยตั้งในรูปห้างหุ้นส่วนจำกัด มีพนักงาน 11 คน กำหนดสถานที่ตั้งที่สุขาภิบาลอำเภอศรีสำโรง ผลการศึกษาด้านการเงิน พบว่าโครงการดังกล่าวมีความเป็นไปได้ คือ โครงการให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก ณ อัตราคิดลดร้อยละ 19.5 และเท่ากับ 286,335.15 บาท ให้อัตราผลตอบแทนลดค่าเท่ากับร้อยละ 26 และมีระยะเวลาในการคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 10 เดือน ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ โครงการต้องให้ผลตอบแทนจากการลงทุนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 19.5

นพพร อาชามาส (2546) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจกระจกตกแต่งในจังหวัดลำปาง กรณีศึกษา: บริษัท ชุนหะแสง จำกัด โดยศึกษาทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ การตลาด เทคนิค และการเงิน โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากข้อมูลการขายของ บริษัท ชุนหะแสง จำกัด และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านกระจกในพื้นที่จังหวัดภาคเหนือตอนบน สมมติฐานการยอมรับโครงการ ที่อัตราผลตอบแทนที่ต้องการจากการลงทุน 15% โดยสรุปผลการศึกษาดังนี้ ด้านการตลาด จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรม และคู่แข่ง พบว่า กระจกตกแต่งเป็นสินค้าที่มีความต้องการด้านรูปแบบที่หลากหลาย ส่วนใหญ่ผู้ผลิตอยู่ไกล ดังนั้นผู้ซื้อนิยมซื้อหาจากตัวกลางขายในพื้นที่ มากกว่าการหาซื้อจากผู้ผลิตโดยตรงปัญหาที่พบในการสั่งซื้อ คือต้องรอสินค้านาน ค่าขนส่งสูง ซึ่งหากมีการลงทุนในพื้นที่ จะสามารถลดปัญหาได้ โดยร้านค้าปลีกเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลยุทธ์ในการแข่งขัน เน้นการบริการ คุณภาพสินค้า ระยะเวลาในการส่งมอบ และจากการกระจายสินค้าผ่านร้านค้าปลีก ทำให้สินค้าของบริษัทมีการกระจายทั่วถึง และมีการกำหนดส่วนลดการค้าพยากรณ์ยอดขายเป็นอัตราส่วนร้อยละ 15 ของยอดขายกระจกตกแต่งในเขตภาคเหนือตอนบน

หรือเท่ากับ 10,327,905 บาท ในปีแรก โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี การศึกษาด้านเทคนิค สรุปได้ว่าโครงการนี้จะเลือกใช้เครื่องจักรจากประเทศอิตาลี มูลค่า 3,900,000 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายผันแปรต่อหน่วยความยาว 3.6 บาทต่อฟุต ค่าใช้จ่ายในการจัดการประกอบด้วยค่าแรงงาน ค่าสาธารณูปโภค รวม 6,028,757 บาทต่อปีในปีแรก ผลการศึกษาด้านการเงิน โครงการนี้ใช้เงินลงทุนรวม 4,920,000 บาท โดยได้จากการกู้ระยะยาว 4,420,000 บาท ส่วนของเจ้าของ 500,000 บาท มีระยะคืนทุน 3 ปี 3 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ อัตราคิดลด 15% เท่ากับ 936,833 บาท โดยโครงการให้ผลตอบแทนการลงทุนลดค่าเท่ากับ 22.05% ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจกระจกตกแต่งในจังหวัดลำปาง กรณีศึกษา: บริษัท ชุนหะแสง จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved