

**การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจร้านขายของขวัญ  
บริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด**  
**THE FEASIBILITY STUDY FOR INVESTMENT IN GIFT SHOP AROUND ROI ET  
RAJABHAT UNIVERSITY IN SELAPHUM DISTRICT, ROI ET PROVINCE**

วศพล วรณสุทธิ<sup>1</sup>  
ศิริรักษ์ ขาวไข่มมหา<sup>2</sup>

**บทคัดย่อ**

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจร้านขายของขวัญ บริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าประเภทของขวัญและเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านจำหน่ายของขวัญ บริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดและผู้ที่อยู่บริเวณรอบๆ มหาวิทยาลัย รวมทั้งศึกษาถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ศึกษาความสามารถในการแข่งขัน และศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านเทคนิค และด้านการบริหารจัดการ เพื่อนำข้อมูลมาช่วยในการตัดสินใจในการลงทุน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจที่จะใช้บริการร้านขายของขวัญที่จะเปิดใหม่บริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดร้อยละ 73.01 โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งเท่ากับ 417.9 บาท และความถี่ในการซื้อของขวัญเฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 3.6 ครั้งต่อปี ซึ่งจะทำการจัดตั้งโครงการอยู่บริเวณหน้าทางเข้ามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดซึ่งเป็นเส้นทางสัญจรหลักของกลุ่มประชากร โดยมีโครงสร้างองค์กรแบบแนวราบ อีกทั้งยังมีการคัดสรรพนักงานโดยใช้เกณฑ์คุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งและคำอธิบายลักษณะงานเป็นเครื่องมือ โดยองค์กรจะจ้างพนักงานทั้งหมด 3 คน ซึ่งโครงการนี้ใช้เงินลงทุนทั้งหมด 3,954,500 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 7,437,216 บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เท่ากับร้อยละ 23.95 และมีระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 1 เดือน 18 วัน ดังนั้นโครงการลงทุนในธุรกิจร้านขายของขวัญบริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดเป็นโครงการที่คุ้มค่าแก่การลงทุน

**คำสำคัญ:** ความเป็นไปได้ ร้านขายของขวัญ ร้อยเอ็ด

**Abstract**

The independent study report was about the feasibility of investment in the Gift shop at Rajabhat Roi Et University area.. The Purpose of this independent study was examine customer's opinion, customer's behavior on buying gift and feasibility study. By collecting data from 400 people of students at Roi et Rajabhat University and who live around the University. Including analyzing of Environmental Analysis, Competitive Force Analysis, Marketing, Finance, Technical and Management. Therefore, the result was applied as a factor for inventor's decision making. The result shown as customers pay attention to a new gift shop around 73.01% by average cost per session is 417.9 bath and average frequency of buying is 3.6 times per year. This gift shop is located opposite the entrance of Roi Et Rajabphat University which is a main thoroughfare of population. The organization has a flat structure. Using job description (JD) and job specification (JS) for selection the staffs. The organization employs 3 people. Total budget for this investment project is approximately 3,954,500 baht. Net Present Value (NPV) was 7,437,216 baht, the Internal Rate Return (IRR) of this project was 23.95 % and Payback Period (PB) was 4 year 1 month 18 day. According to the result, this investment is a satisfactory investment.

**Key words:** Feasibility, Gift Shop, Roi-Et Province

<sup>1</sup> นักศึกษาวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

<sup>2</sup> ดร. อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดถูกจัดตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2544 โดยมีพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งเป็นสถาบันราชภัฏร้อยเอ็ด และในปี พ.ศ. 2547 ได้มีพระราชบัญญัติให้เปลี่ยนเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่กำลังพัฒนาขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีหลักสูตรการเรียนการสอน 7 คณะ และมีนักศึกษาเข้ามาศึกษาเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี โดยภาคเรียนที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2557 มีจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 9,166 คน เป็นนักศึกษาชาย 3,070 คน นักศึกษาหญิง 6,096 คน (สำนักวิชาการและประมวลผล มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 2557) ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีแนวโน้มของนักศึกษาที่เพิ่มขึ้นทุกๆ ปี

ซึ่งตั้งอยู่ในเขตตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ และอยู่ห่างจากตัวเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดประมาณ 31 กิโลเมตร ทั้งนี้ตำบลเกาะแก้วนั้นมีประชากร 7,593 คน ซึ่งเริ่มมีนายทุนมาลงทุนประกอบธุรกิจหอพักจำนวนมากยิ่งขึ้น แต่ยังไม่มีย่านขายของขวัญ (Gift shop) หรือร้านขายสินค้าแทนความรู้สึกดีๆ ที่มีให้แก่กัน ไม่ว่าจะเป็นตุ๊กตา ช่อดอกไม้ประดิษฐ์ กระเช้าของขวัญ ชุดแก้วกาแฟ ผ้าพันคอ กระเป๋าต่างค์ เป็นต้น ซึ่งสิ่งของเหล่านี้สามารถมอบให้กันได้หลากหลายโอกาสไม่ว่าจะเป็น วันเกิด วันครบรอบ วันรับปริญญา วันที่ได้เลื่อนขั้นหรือเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่บริเวณนั้นจะเป็นร้านขายของชำ ร้านโชห่วย ร้านอาหารตามสั่ง ร้านหมูกระทะ ร้านจิ้มจุ่ม ร้านอินเทอร์เน็ตและเกมส์ ร้านเครื่องเขียน เป็นส่วนใหญ่

เนื่องจากเป็นมหาวิทยาลัยที่เพิ่งก่อตั้งขึ้นมาได้ไม่นานประกอบกับแนวโน้มจำนวนนักศึกษาที่ให้ความสนใจที่มากขึ้นเรื่อยๆ ปี อีกทั้งยังไม่มีผู้ประกอบการรายใดประกอบกิจการประเภทนี้อยู่เลย ดังนั้น ทางผู้จัดทำจึงได้เห็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าประเภทของขวัญ บริเวณทางเข้ามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ซึ่งอยู่ใกล้บริเวณหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด และยังเป็นเส้นทางหลักที่นักศึกษาใช้เดินทางผ่านเข้าไปในมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ซึ่งจากการสำรวจภาคสนามเบื้องต้น พบว่า บริเวณดังกล่าวเป็นทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ดังนั้น ผู้จัดทำจึงทำการศึกษาความเป็นได้ในการตั้งร้านขายของขวัญบริเวณรอบๆ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมและความต้องการบริโภคสินค้าประเภทของขวัญ (Gift Shop) ของฝากของผู้ที่จะมาใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้าประเภทนี้อีกด้วย

### 2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านจำหน่ายของขวัญ บริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

### 3. วิธีการศึกษา

#### 1. ด้านการตลาด

การศึกษาด้านการตลาด ประกอบด้วยการวิเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ (ซูชัย สมิติไกร, 2553) [1] แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) [2] ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด บุคคลหรือพนักงาน กระบวนการบริการและการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการคำนวณจากจำนวนประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยใช้สูตรของ Yamane (1970) [3] ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 391 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ร่วมกับการวิเคราะห์สภาพ

แวดล้อมทั่วไป (General Environment) (ปราณี เอี่ยมละออภักดี, 2550) [4] และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) (หทัยรัตน์ เหล่าบุญสุข, 2554) [5]

## 2. ด้านเทคนิค

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค เป็นการวิเคราะห์เพื่อดูความเป็นไปได้ทางเทคนิค (Technical Feasibility) ในเรื่องของทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมและการออกแบบผังภายในร้าน ซึ่งจะสามารถทำให้ประเมินงบประมาณในการลงทุนได้

## 3. ด้านการจัดการ

การบริหารองค์กร เป็นกระบวนการที่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ซึ่งถือว่าเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่ต้องทำ คือ การวางแผน (Planning) การจัดการองค์กร (Organizing) การจัดบุคคลเข้าทำงาน (Staffing) การสั่งการ (Directing and Leading) และการควบคุม (Controlling)

## 4. ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์ถึงการลงทุนและผลตอบแทนของโครงการ โดยเป็นการวิเคราะห์ว่าเงินลงทุนที่เสียไปกับประโยชน์และผลตอบแทนที่ได้รับคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ โดยอิงกับสถานะเศรษฐกิจปัจจุบันและเศรษฐกิจที่คาดว่าจะเป็นในอนาคต เช่น อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เป็นต้น เพื่อคาดคะเนผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคตของโครงการว่าจะขาดทุนหรือมีกำไรมากน้อยเพียงใด โดยใช้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) มาเป็นเครื่องในการตัดสินใจในความเป็นไปได้ของโครงการ

## ผลการศึกษา

### 1. ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด

ผลจากการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก (PESTE Analysis) พบว่า ผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลโดยตรงต่อการประกอบกิจการร้านขายของชำ บริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดนั้น ส่วนใหญ่มาจากสภาพเศรษฐกิจของประเทศที่อยู่ในช่วงชะลอตัว ซึ่งสาเหตุหลักเกิดจากการปัญหาการส่งออกสินค้าซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อเกษตรกรและภาคธุรกิจ ซึ่งจากสภาพเศรษฐกิจของจังหวัดร้อยเอ็ดเองที่ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรเป็นส่วนใหญ่ ทำให้อำนาจการจับจ่ายใช้สอยในภาคครัวเรือนลดน้อยลง และเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักของกิจการนี้คือกลุ่มนักศึกษา ที่มีรายได้จากผู้ปกครองอยู่นั้น มีการจับจ่ายใช้สอยน้อยลง ซึ่งอาจจะส่งผลให้ยอดขายไม่เป็นไปตามการประมาณการที่วางแผนเอาไว้ สิ่งแวดล้อมในด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมนั้น ไม่ส่งผลกระทบต่อกิจการร้านขายของชำของชำมากนัก

ผลจากการวิเคราะห์แรงกดดันทางการแข่งขัน (Competitive Analysis) ซึ่งมีปัจจัย 5 ประการ (Five Force Model) นั้นพบว่า ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายเดิมนั้นอยู่ในระดับต่ำ เพราะบริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดนั้น ยังไม่มีร้านขายของชำตั้งอยู่เลย ที่ใกล้เคียงที่สุดนั้นตั้งอยู่ในตัวเมืองร้อยเอ็ด ได้แก่ ห้างโรบินสันร้อยเอ็ด และร้อยเอ็ดพลาซ่า เป็นต้น ส่วนภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่นั้นอยู่ในระดับสูง เนื่องจากเป็นกิจการที่ไม่ต้องใช้ความรู้ความสามารถมากนัก ใครๆ ก็สามารถเข้าสู่ตลาดได้ ไม่มีกำแพงกีดกันทางธุรกิจ อำนาจต่อรองของผู้บริโภคอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้บริโภคสามารถให้สิ่งใดก็ได้เพื่อเป็นการให้เป็นของขวัญ แต่กิจการนี้มีเพียงแห่งเดียวในบริเวณรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ผลิตส่วนใหญ่จะเป็นผู้ค้าส่งหรือส่งออก ทำให้ผู้ประกอบการสามารถต่อรองราคาหรือขอส่วนลดพิเศษจากผู้ค้า

ได้ และสินค้าทดแทนนั้นอยู่ในระดับสูง จากการศึกษาจากพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคนั้น พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ซื้อของขวัญให้ผู้อื่นนั้นจะเลือกซื้อตามความต้องการหรือความชื่นชอบต่อตัวสินค้า โลโก้หรือแบรนด์นั้นๆ เป็นพิเศษ หรืออาจเป็นแค่วันเกิด การไปจัดเลี้ยงกันตามร้านอาหาร เป็นต้น ดังนั้น จากการวิเคราะห์แรงกดดันทั้ง 5 ประการ พบว่า ณ ปัจจุบันนี้ โครงการร้านขายของขวัญบริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดนั้น จัดได้ว่าเป็นโครงการที่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

จากผลสำรวจจากการตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน เป็นเพศชาย ร้อยละ 45.5 และเพศหญิงร้อยละ 54.5 ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วง 17-22 ปี ร้อยละ 60 เป็นผู้ที่ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่มักจะซื้อของขวัญในวันเกิด ร้อยละ 29.6 รองลงมา คือ วันรับปริญญา ร้อยละ 23.1 ความถี่ในการซื้อของขวัญ 1-3 ครั้งต่อปี ร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ 4-6 ครั้งต่อปี ร้อยละ 37.3 และมักจะซื้อให้เพื่อนคนสนิท ร้อยละ 36.2 งบประมาณในการซื้อของขวัญแต่ละครั้งอยู่ที่ 201-400 บาท ร้อยละ 41.8 รองลงมา 401-600 บาท ร้อยละ 39.8 ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ในด้านการตลาดสำหรับการลงทุน เนื่องจากยังไม่มีการประเภทร้านขายของขวัญตั้งอยู่บริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด และจากปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อของขวัญของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ 1. ราคาสินค้า และความสมเหตุสมผลของราคากับคุณภาพ ระดับความสำคัญเท่ากันทั้ง 3 ปัจจัยคือ 4.41 2. ความชื่นชอบส่วนบุคคล (แฟนคลับ) ระดับความสำคัญ 4.35 3. การบริการที่ดี ระดับความสำคัญ 4.16

## 2. ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค พบว่า มีความได้เปรียบคู่แข่งทางตรงอย่างห้างสรรพสินค้าในตัวเมืองร้อยเอ็ด เนื่องจากทำเลที่ตั้งและความสะดวกสบายในการเดินทาง เพราะอยู่ไม่ไกลจากบริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด และยังคงอยู่เส้นทางหลักที่นักศึกษาใช้เดินทางไป - กลับที่พิกัดด้วย ซึ่งลักษณะของโครงการเป็นอาคารพาณิชย์ 2 คูหา ซึ่งสามารถเห็นได้ชัดเจนและจอดรถได้สะดวก และในเรื่องเทคโนโลยีทางผู้จัดทำจะนำระบบการจัดการทางบัญชีและบริหารสินค้าด้วยคอมพิวเตอร์มาใช้ และสามารถอัพเดทข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งรายงานการขายสินค้าในแต่ละวันให้แก่เจ้าของได้อีกด้วย

## 3. ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

โครงการร้านขายของขวัญบริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด มีการจัดตั้งองค์กรในรูปแบบบุคคลธรรมดา โดยมีเจ้าของเพียงผู้เดียวซึ่งจากการคำนวณรายได้ต่อปีแล้วพบว่าจะต้องเสียภาษีสูงสุดร้อยละ 25 ของรายได้ ซึ่งลักษณะโครงสร้างขององค์กรเป็นแบบแนวราบ (Flat) เนื่องจากองค์กรมีขนาดเล็กมีพนักงานทั้งหมดเพียง 3 คน ส่วนการคิดสรรพนักงานนั้นจะคัดเลือกจากคุณสมบัติและลักษณะเฉพาะตำแหน่ง และจะมีการฝึกอบรมแก่พนักงานใหม่ทุกคน และผลตอบแทนจะคิดตามอัตราค่าแรงขั้นต่ำตามนโยบายของรัฐบาล ในเรื่องของสวัสดิการจะมีค่าอาหารกลางวันคนละ 300 บาท และมีโบนัสสิ้นปี ตามสภาพทางการเงินขององค์กร

## 4. ความเป็นไปได้ทางการเงิน

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน ทำให้ผู้ศึกษาสามารถประมาณการเงินลงทุนได้ ดังนี้ เงินลงทุนในโครงการเริ่มแรก 3,954,500 บาท ซึ่งเป็นส่วนของเจ้าของทั้งหมด ซึ่งจากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการในระยะเวลา 10 ปี โดยมีสมมติฐานทางการเงินว่า รายได้ของโครงการมาจากการขายสินค้าและบริการ และมียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี และต้นทุนและราคาสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี ตามอัตราเงินเฟ้อของประเทศไทย ค่าจ้างแรงงานปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี ทุกตำแหน่ง ซึ่งจะพบว่า หลังจากการดำเนินการโครงการนี้ครบ 10 ปี จะมีกำไรสุทธิสะสมในปีที่ 10 เท่ากับ 18,891,183 บาท และมีกระแสเงินสดสุทธิสะสมในปีที่ 10

เท่ากับ 13,311,31 บาท โดยใช้ต้นทุนค่าเสียโอกาสร้อยละ 10 ในระยะเวลา 10 ปี จะมีค่า NPV เท่ากับ 7,437,216 และอัตรา IRR ร้อยละ 23.95 ทางผู้ศึกษาจึงตัดสินใจยอมรับโครงการ เพราะค่า NPV มีค่าเป็นบวก และอัตรา IRR มีค่ามากกว่าต้นทุนค่าเสียโอกาส และมีระยะเวลาคืนทุนทั้งสิ้น 4 ปี 1 เดือน 18 วัน จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าความอ่อนไหวของโครงการ ไม่ว่าจะเป็กรณีที่ส่งผลกระทบต่อด้านลบต่อโครงการ (ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และยอดขายลดลงร้อยละ 10) พบว่า ค่า NPV อัตรา IRR ยังคงมีค่าเป็นบวก แต่จะลดลงจากเดิมและระยะเวลาคืนทุนยาวนานขึ้น กรณียอดขายลดลงร้อยละ 10 จะส่งผลกระทบต่อโครงการมากกว่ากรณีต้นทุนเพิ่มร้อยละ 10 แต่โดยรวมแล้วถือว่ายังสามารถยอมรับโครงการได้ ในกรณีที่ส่งผลกระทบต่อด้านบวกต่อโครงการ (ต้นทุนสินค้าลดลงร้อยละ 10 และยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10) พบว่าค่า NPV อัตรา IRR มีค่าเป็นบวก และให้ผลตอบแทนที่มากกว่าเดิม และระยะเวลาคืนทุนที่สั้นลงกว่าเดิมซึ่งทำให้สามารถยอมรับโครงการนี้ได้

### สรุปผลการศึกษา

ร้านขายของชำวิทยุบริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด นั้นมีผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจที่จะใช้บริการร้านขายของชำวิทยุที่จะเปิดใหม่บริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดร้อยละ 73.01 โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งเท่ากับ 417.9 บาท และความถี่ในการซื้อของชำเฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 3.6 ครั้งต่อปี โดยมุ่งเน้นไปที่ราคาของสินค้า สินค้าและความสมเหตุสมผลของราคากับคุณภาพ เป็นหลัก ซึ่งจะทำให้การจัดตั้งโครงการอยู่บริเวณหน้าทางเข้ามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดซึ่งเป็นเส้นทางสัญจรหลักของกลุ่มประชากร โดยฝั่งร้านจะแบ่งออกเป็น โชนสำนักงาน และโชนจัดแสดงสินค้า ซึ่งจะมีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการเช็คสต็อกสินค้าและรายได้ในแต่ละวัน โดยที่มีโครงสร้างองค์กรแบบแนวราบ อีกทั้งยังมีการคัดสรรพนักงานโดยใช้เกณฑ์คุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งและคำอธิบายลักษณะงานเป็นเครื่องมือ โดยองค์กรจะจ้างพนักงานทั้งหมด 3 คน ซึ่งโครงการนี้ใช้เงินลงทุนทั้งหมด 3,954,500 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 7,437,216 บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เท่ากับร้อยละ 23.95 และมีระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 1 เดือน 18 วัน ดังนั้นโครงการลงทุนในธุรกิจร้านขายของชำวิทยุบริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดเป็นโครงการที่คุ้มค่าแก่การลงทุน

### กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอพระคุณ ดร.ศิริรักษ์ ขาวไข่มพทา อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระที่ได้กรุณาเสียสละเวลา คอยให้คำแนะนำและคำปรึกษาต่างๆ ในการจัดทำรายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้ จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอขอบคุณครอบครัวของข้าพเจ้าที่คอยส่งเสริม สนับสนุน และคอยให้กำลังใจ ในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท และเป็นแรงผลักดันจนสำเร็จการศึกษา

### เอกสารอ้างอิง

- [1] ชูชัย สิริโกกร. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] ปราณณี เอี่ยมลลอมภักดี. (2550). **การบริหารการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ธนาเพรส.
- [3] Taro, Yamane. (1970). **Statistic and introductory analysis**. Tokyo: John Weather Hill.
- [4] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). **การบริหารตลาดยุคใหม่(Marketing Management)** . กรุงเทพฯ: Diamond In Bussiness World.
- [5] หทัยรัตน์ เหล่าบุญสุข. (2554). **การวิเคราะห์ SWOT**. กรุงเทพฯ: โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย.

- [6] หฤทัย มีนะพันธ์. (2550). หลักการวิเคราะห์โครงการ : ทัศนคติความเป็นไปได้ของโครงการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [7] สุวัฒน์ ศิริรินทร์ และภาวณา สายชู. (2554). MBA Handbook. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ : ซีแอนด์ เอ็น.
- [8] ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ. (2544). เศรษฐศาสตร์การวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมและฝึกอบรมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

### งบประมาณการงบในการลงทุน

ตาราง สรุปเงินลงทุนของโครงการ

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)	จำนวนเงิน (บาท)	
		ส่วนของเจ้าของ	หนี้สิน
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน:</b>			
เงินสด	3,000,000	3,000,000	0
<b>รวม</b>	<b>3,000,000</b>	<b>3,000,000</b>	<b>0</b>
<b>สินทรัพย์ถาวร:</b>			
2. ส่วนปรับปรุงอาคารและตกแต่งร้าน	300,000	300,000	0
3. อุปกรณ์และเครื่องสำนักงาน	100,000	100,000	0
4. รถกระบะขนาดเครื่อง 2.5 ลิตร เสริมโครงเหล็กตอนกระบะ	510,000	510,000	0
5. รถจักรยานยนต์ 110 แรงม้า เสริมล้อพวง	44,500	44,500	0
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>3,954,500</b>	<b>3,954,500</b>	<b>0</b>
รวมเงินลงทุนในโครงการ	3,954,500	3,954,500	0
อัตราส่วนส่วนของเจ้าของ:หนี้สิน	1.00	1.00	0

ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการจำหน่ายสินค้า	4,258,100	4,582,780	4,932,217	5,308,299	5,713,056
สินค้าคงเหลือต้นงวด	0	554,770	597,071	642,597	691,595
ต้นทุนสินค้าทั้งหมด	3,328,618	2,459,016	2,646,516	2,848,313	3,065,497
สินค้าคงเหลือปลายงวด	554,770	597,071	642,597	691,595	744,330
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>1,484,252</b>	<b>2,166,065</b>	<b>2,331,228</b>	<b>2,508,984</b>	<b>2,700,294</b>
หัก ค่าเช่าอาคารพาณิชย์	240,000	247,200	254,616	262,254	270,122
หัก ค่าจ้างพนักงาน	372,000	390,600	410,130	430,637	452,168
หัก ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	179,600	184,988	190,538	196,254	202,141

รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	791,600	822,788	855,284	889,145	924,432
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักค่าเสื่อมราคา	692,652	1,343,277	1,475,944	1,619,839	1,775,862
<b>หัก ค่าเสื่อมราคา</b>	95,450	95,450	95,450	95,450	95,450
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	597,202	1,247,827	1,380,494	1,524,389	1,680,412
<b>หัก ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา</b>	42,080	176,957	210,124	246,097	285,103
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	<b>555,122</b>	<b>1,070,870</b>	<b>1,170,370</b>	<b>1,278,292</b>	<b>1,395,309</b>
กำไร(ขาดทุน)สะสม	555,122	1,625,992	2,796,362	4,074,654	5,469,963
<b>%กำไรสุทธิต่อยอดขาย</b>	<b>13.04</b>	<b>23.37</b>	<b>23.73</b>	<b>24.08</b>	<b>24.42</b>

ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนปีที่ 6-10

รายการ	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
รายได้จากการจำหน่ายสินค้า	6,148,677	6,617,514	7,122,099	7,665,159	8,249,627
สินค้าคงเหลือต้นงวด	744,330	801,085	862,167	927,908	998,661
ต้นทุนสินค้าทั้งหมด	3,299,241	3,550,808	3,821,557	4,112,951	4,426,564
สินค้าคงเหลือปลายงวด	801,085	862,167	927,908	998,661	1,074,809
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>2,906,191</b>	<b>3,127,788</b>	<b>3,366,282</b>	<b>3,622,961</b>	<b>3,899,212</b>
หัก ค่าเช่าอาคารพาณิชย์	278,226	286,573	295,170	304,025	313,146
หัก ค่าจ้างพนักงาน	474,777	498,516	523,441	549,613	577,094
หัก ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	208,206	214,452	220,885	227,512	234,337
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	961,208	999,540	1,039,496	1,081,150	1,124,577
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักค่าเสื่อมราคา	1,944,983	2,128,248	2,326,785	2,541,811	2,774,635
<b>หัก ค่าเสื่อมราคา</b>	95,450	95,450	95,450	95,450	95,450
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	1,849,533	2,032,798	2,231,335	2,446,361	2,679,185
<b>หัก ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา</b>	526,132	596,840	673,329	756,055	845,509
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	<b>1,323,401</b>	<b>1,435,958</b>	<b>1,558,007</b>	<b>1,690,306</b>	<b>1,833,675</b>
กำไร(ขาดทุน)สะสม	6,793,364	8,229,322	9,787,328	11,477,634	13,311,310
<b>%กำไรสุทธิต่อยอดขาย</b>	<b>21.52</b>	<b>21.70</b>	<b>21.88</b>	<b>22.05</b>	<b>22.23</b>

หมายเหตุ: ประมาณการรายได้ ต้นทุนสินค้า และค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 5% ทุกปี  
 ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาใช้วิธีการคำนวณตามอัตราก้าวหน้าของกรมสรรพากร

## ตารางที่ 43 ตารางแสดงงบกระแสเงินสดปีที่ 1-5

รายการ	ก่อนดำเนินการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>กระแสเงินสดรับ:</b>						
รายได้จากการจำหน่ายสินค้า		4,258,100	4,582,780	4,932,217	5,308,299	5,713,056
<b>รวมกระแสเงินสดรับ</b>		<b>4,258,100</b>	<b>4,582,780</b>	<b>4,932,217</b>	<b>5,308,299</b>	<b>5,713,056</b>
<b>กระแสเงินสดจ่าย:</b>						
ต้นทุนสินค้า		3,328,618	2,459,016	2,646,516	2,848,313	3,065,497
ค่าเช่าอาคารพาณิชย์ 2 คูหา		240,000	247,200	254,616	262,254	270,122
ค่าจ้างพนักงาน		372,000	390,600	410,130	430,637	452,168
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน		179,600	184,988	190,538	196,254	202,141
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา		42,080	176,957	210,124	246,097	285,103
<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>		<b>4,162,298</b>	<b>3,458,761</b>	<b>3,711,923</b>	<b>3,983,555</b>	<b>4,275,032</b>
<b>กระแสเงินสดสุทธิ</b>		95,802	1,124,019	1,220,294	1,324,744	1,438,025
เงินสดและเงินฝากธนาคารยกมา		3,000,000	3,095,802	4,219,821	5,440,115	6,764,859
<b>เงินสดและเงินฝากธนาคารคงเหลือ</b>	<b>3,000,000</b>	<b>3,095,802</b>	<b>4,219,821</b>	<b>5,440,115</b>	<b>6,764,859</b>	<b>8,202,883</b>

## ตารางที่ 44 ตารางแสดงงบกระแสเงินสดปีที่ 6-10

รายการ	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
<b>กระแสเงินสดรับ:</b>					
รายได้จากการจำหน่ายสินค้า	6,148,677	6,617,514	7,122,099	7,665,159	8,249,627
<b>รวมกระแสเงินสดรับ</b>	<b>6,148,677</b>	<b>6,617,514</b>	<b>7,122,099</b>	<b>7,665,159</b>	<b>8,249,627</b>
<b>กระแสเงินสดจ่าย:</b>					
ต้นทุนสินค้า	3,299,241	3,550,808	3,821,557	4,112,951	4,426,564
ค่าเช่าอาคารพาณิชย์ 2 คูหา	278,226	286,573	295,170	304,025	313,146
ค่าจ้างพนักงาน	474,777	498,516	523,441	549,613	577,094
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	208,206	214,452	220,885	227,512	234,337
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	526,132	596,840	673,329	756,055	845,509
<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>4,786,581</b>	<b>5,147,188</b>	<b>5,534,383</b>	<b>5,950,156</b>	<b>6,396,650</b>
<b>กระแสเงินสดสุทธิ</b>	1,362,096	1,470,325	1,587,716	1,715,003	1,852,977
เงินสดและเงินฝากธนาคารยกมา	8,202,883	9,564,979	11,035,304	12,623,021	14,338,023
<b>เงินสดและเงินฝากธนาคารคงเหลือ</b>	<b>9,564,979</b>	<b>11,035,304</b>	<b>12,623,021</b>	<b>14,338,023</b>	<b>16,191,001</b>



ตารางการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ

ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์	กรณีที่เป็นไปตามแผนการ	1. กรณีการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนสินค้า		2. กรณีการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย	
		ต้นทุนเพิ่มขึ้น 10% ต่อปี	ต้นทุนลดลง 10% ต่อปี	ยอดขายลดลง 10% ต่อปี	ยอดขายเพิ่มขึ้น 10% ต่อปี
อัตราการเปลี่ยนแปลง	-				
NPV	7,437,216	6,471,492	11,591,127	3,253,767	10,601,267
IRR	23.95 %	19.75 %	35.99 %	27.83 %	30.04 %
PB	4 ปี 1 เดือน 18 วัน	4 ปี 11 เดือน	3 ปี 2 เดือน 6 วัน	5 ปี 6 เดือน 20 วัน	2 ปี 8 เดือน 28 วัน
ผลสรุป	คุ้มค่ากับการลงทุน	คุ้มค่ากับการลงทุน	คุ้มค่ากับการลงทุน	คุ้มค่ากับการลงทุน	คุ้มค่ากับการลงทุน