

บทที่ 7

แผนการเงิน

เงินลงทุนและแหล่งที่มาของเงินทุน

บริษัทใช้เงินลงทุนเบื้องต้นประมาณ 2,000,000 บาท ซึ่งแบ่งเป็นเงินลงทุนสำหรับการจัดหาอุปกรณ์ประจำสำนักงานและหอพัก ค่าธรรมเนียมแรกเข้าที่ต้องจ่ายแก่หอพัก ค่าเช่าสำนักงาน และค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 1,813,600 บาท (ภาคผนวก ค) และเป็นเงินสดสำรองประมาณ 186,400 บาท โดยบริษัทจะจัดหาเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นและการกู้ยืมระยะสั้น

การจัดหาเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

บริษัทจะออกหุ้นสามัญจำนวน 15,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท จำหน่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น โดยเรียกชำระค่าหุ้นทั้งหมดในคราวเดียว จะได้เงินทุนจำนวน 1,500,000 บาท โดยเงินลงทุนดังกล่าวมีอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity) เท่ากับ 15.42% (ภาคผนวก ง)

การจัดหาเงินทุนจากการกู้ยืมระยะสั้น

บริษัทจะขอสินเชื่อระยะสั้น (< 1 ปี) เพื่อการประกอบธุรกิจจากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 500,000 บาท โดยมีสิ่งฮาร์มทรีพียูที่เป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ถือหุ้นเป็นหลักประกัน เงินกู้ยืม ต้นทุนในการกู้ยืมเท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับลูกค้ารายย่อยชั้นดี (MRR = 7.375%)¹ บวก 4% เท่ากับ 11.375%

นโยบายการเงินที่สำคัญ

บริษัท มีนโยบายการเงินที่สำคัญดังนี้

1. บริษัทจะถือเงินสดสำรองไว้ไม่ต่ำกว่า 5% ของยอดขายที่พยากรณ์สำหรับปีนั้น
2. กรณีที่มีเงินสดส่วนเกิน บริษัทจะฝากเป็นเงินฝากประจำ 3 เดือน ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยเท่ากับ 2%
3. ระยะเวลาในการเรียกเก็บหนี้จากลูกค้าเท่ากับ 30 วัน
4. ระยะเวลาในการชำระหนี้แก่เจ้าของหอพักเท่ากับ 30 วัน
5. การลงทุนในสินทรัพย์ถาวร

- สินทรัพย์ถาวร – สำนักงาน ลงทุนเพิ่ม ในช่วงต้นปี 5% ของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมต้นงวด

¹ ประกาศล่าสุดเมื่อ 23 กรกฎาคม 2550 ซึ่งส่วนต่างสูงสุดที่ธนาคารใช้บวกกับ MRR คือ 4%

- สินทรัพย์ถาวร – หอพัก ลงทุนเพิ่มในช่วงต้นปี 10% ของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมต้นงวด
- 6. ค่าเสื่อมราคา ใช้วิธีเส้นตรง
 - สินทรัพย์ถาวร –สำนักงาน ตัดค่าเสื่อมราคา 10 ปี
 - สินทรัพย์ถาวร –หอพัก ตัดค่าเสื่อมราคา 20 ปี
- 7. ค่าซ่อมแซมสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ 5% ของมูลค่าสินทรัพย์ถาวรก่อนหักค่าเสื่อมราคา สะสมต้นงวด
- 8. ค่าตัดจำหน่าย ใช้วิธีเส้นตรง
 - ค่าใช้จ่ายในการก่อตั้งบริษัท ตัดจำหน่าย 10 ปี
 - ค่าธรรมเนียมแรกเข้าจ่ายแก่หอพักตัดจำหน่าย 3 ปี เท่ากับอายุสัญญาที่ทำกับหอพัก
- 9. เงินเดือนพนักงานเพิ่ม 5% ต่อปี
- 10. ค่า Commission พนักงานขาย 3% ของยอดขายต่อปี
- 11. สวัสดิการพนักงาน 2% ของเงินเดือน
- 12. ค่าใช้จ่ายผันแปรเพิ่มขึ้นต่อปีเท่ากับอัตราเงินเฟ้อ (2.2% ต่อปี²)
- 13. อัตราส่วนหนี้สินที่มีดอกเบี้ยต่อทุนไม่เกิน 1 ต่อ 3 ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน
- 14. ในกรณีที่บริษัทมีความจำเป็นต้องก่อหนี้เพิ่ม บริษัทจะใช้การก่อหนี้ระยะสั้น เช่น วงเงินเบิกเกินบัญชีกระแสรายวัน (O/D)
- 15. บริษัทมีนโยบายการจ่ายเงินปันผล 40% ของกำไรสุทธิ โดยเริ่มจ่ายตั้งแต่วันที่ 2 เป็นต้นไป

ผลตอบแทนจากการลงทุน

สำหรับการวัดผลตอบแทนจากการลงทุน บริษัทจะพิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของ กระแสเงินสดสำหรับกิจการ (NPV of Free Cash Flow to The Firm) โดยใช้อัตราคิดลด (Discount Rate) จากต้นทุนเงินทุนถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC) ซึ่งเท่ากับ 13.56% (ภาคผนวก ก) และพิจารณาจากอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน (IRR) และอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนแบบปรับค่า (MIRR) ซึ่งการลงทุนในโครงการสื่อโฆษณาในหอพักนักศึกษาของบริษัท ให้ผลตอบแทนดังนี้

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดสำหรับกิจการ (NPV)	= 1,636,376 บาท
อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน (IRR)	= 36.94%
อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนแบบปรับค่า (MIRR ³)	= 29.64%

² อ้างอิงจากอัตราเงินเฟ้อทั่วไป (เฉลี่ยตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนพฤศจิกายน 2550) ประกาศโดยธนาคารแห่งประเทศไทย

<<http://www.bot.or.th/BoThomepage/databank/EconData/EconFinance/tab77-1.asp>>

ระยะเวลาในการคืนทุน

สำหรับระยะเวลาในการคืนทุนจากการลงทุนในโครงการสื่อโฆษณาในหอพัก คือ 5.07 ปี ภายใต้สมมติฐานแบบปกติ (Base case scenario)

การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง (Sensitivity Analysis)

การวัดผลตอบแทนจากการลงทุนดังที่ได้กล่าวในหัวข้อที่แล้ว เป็นการวัดผลตอบแทนเมื่อปัจจัยต่างๆ เป็นไปตามที่คาดไว้หรือสมมติฐานที่ตั้งไว้ใกล้เคียงความเป็นจริง อย่างไรก็ตาม ในความเป็นจริง ปัจจัยต่างๆ มักมีการเปลี่ยนแปลงได้เสมอ บริษัทจึงได้ทำการวิเคราะห์ถึงผลตอบแทนจากการลงทุนในกรณีที่ปัจจัยหรือสมมติฐานที่ตั้งไว้มีการเปลี่ยนแปลงไป ดังต่อไปนี้

1. ส่วนลดจากการซื้อแพ็คเกจระยะยาว

กลยุทธ์ในการกำหนดราคาขายของบริษัท คือ การกำหนดราคาที่ทำให้ค่า CPM ของสื่อโฆษณาของบริษัทใกล้เคียงกับคู่แข่งทางตรงรายอื่น อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันธุรกิจสื่อโฆษณามีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ประกอบกับสื่อโฆษณาของบริษัทเป็นสื่อโฆษณาใหม่ บริษัทจึงมีนโยบายในการกระตุ้นยอดขายโดยการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่ซื้อแพ็คเกจระยะยาว ซึ่งส่วนลดสูงสุดที่บริษัทให้แก่ลูกค้า คือ 30% จากราคาขายปกติ สำหรับลูกค้าที่ซื้อแพ็คเกจเป็นเวลา 1 ปี ดังนั้น บริษัทจึงใช้อัตราส่วนลด 30% เป็นสมมติฐานปกติในการประมาณรายได้ เพื่อให้เป็นไปตามหลักการระมัดระวัง อย่างไรก็ตาม อัตราส่วนลดที่ใช้ดังกล่าวอาจสูงเกินกว่าส่วนลดที่เกิดขึ้นจริง หรือในกรณีที่เศรษฐกิจซบเซา บริษัทต่างๆ มีการใช้งบประมาณในการโฆษณาต่ำ บริษัทก็อาจมีความจำเป็นต้องกระตุ้นยอดขายโดยการให้ส่วนลดสูงกว่าที่กำหนดไว้ในปัจจุบันก็ได้ ตารางที่ 7-1 แสดงผลของการเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนลดที่ระดับต่างๆ ที่มีต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของบริษัท

³ สมมติฐานในการลงทุนต่อซึ่งได้รับผลตอบแทนเท่ากับอัตราผลตอบแทนที่ปราศจากความเสี่ยง คือ 2% ซึ่งอ้างอิงจากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 3 เดือน ของธนาคารกรุงไทย ประกาศล่าสุดเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2550

ตารางที่ 7-1 ผลจากการเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนลด

อัตราส่วนลด	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ของกระแสเงินสด สำหรับกิจการ (NPV)	อัตราผลตอบแทนที่ คาดว่าจะได้รับจาก การลงทุน (IRR)	อัตราผลตอบแทนที่คาด ว่าจะได้รับจากการ ลงทุนแบบปรับค่า (MIRR)
15%	4,924,886	69.41%	52.49%
20%	3,828,653	59.74%	46.03%
25%	2,729,894	49.05%	38.54%
30% (Base)	1,636,376	36.94%	29.64%
35%	542,379	22.36%	18.40 %

จากตารางข้างต้น จะเห็นว่าส่วนลดสูงสุดที่เป็นไปได้ ซึ่งไม่ทำให้ NPV ของบริษัทติดลบ คือ 35%

2. จำนวนลูกค้าของบริษัท

ในสมมติฐานปกติ บริษัทประมาณจำนวนลูกค้าของบริษัทต่อลูกค้ารวมให้ได้ 35% ของ Capacity ทั้งหมด โดยแบ่งเป็น

- สื่อโฆษณาบนจอ LCD ในลิฟต์ บริษัทประมาณจำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 7 แพ็คเกจ จากจำนวนแพ็คเกจที่รับได้สูงสุด คือ 20 แพ็คเกจ หรือคิดเป็นรายได้ก่อนหักส่วนลด 350,000 บาท ต่อเดือน (35% ของ Capacity ที่มีทั้งหมด)
- สื่อโฆษณาอื่นๆ บริษัทประมาณลูกค้าเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 25 แพ็คเกจ หรือคิดเป็นรายได้ก่อนหักส่วนลด 107,000 บาท ต่อเดือน (33% ของ Capacity ที่มีทั้งหมด)

จากการวิจัยการตลาดในบทที่ 4 พบว่า บริษัทเจ้าของสินค้าและบริการ และบริษัทเอเยนซี มีความสนใจในสื่อโฆษณาของบริษัทพอสมควร จึงคาดว่าบริษัทจะสามารถรักษาลูกค้าในระดับดังกล่าวได้ อย่างไรก็ตามดี ตามหลักความระมัดระวังในการประมาณการยอดขายบริษัทจึงกำหนดให้ตลอดระยะเวลา 4 ปี จำนวนลูกค้าของบริษัทไม่มีการเติบโตเลย แต่ตั้งแต่ปีที่ 5 เป็นต้นไปยอดขายสื่อโฆษณาบนจอ LCD ในลิฟต์เพิ่มจาก 7 ราย เป็น 8 ราย ต่อเดือน

จากการที่จำนวนลูกค้าของบริษัท เป็นปัจจัยที่มีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงสูง บริษัทจึงต้องติดตามข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าและความสนใจจากนักศึกษาที่พักอาศัยในหอพักอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ หากจำนวนลูกค้าและยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ ตารางที่ 7-2 แสดงผลจากการเปลี่ยนแปลงประมาณการยอดขายสื่อโฆษณาบนจอ LCD ที่ระดับต่างๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของบริษัท

ตารางที่ 7-2 ผลจากการเปลี่ยนแปลงประมาณการยอดขายสื่อโฆษณบนจอ LCD

#ยอดขาย LCD	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดสำหรับกิจการ (NPV)	อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน (IRR)	อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนแบบปรับค่า (MIRR)
6	-774,779	-4.36%	-2.69%
7	810,600	27.05%	20.92%
7 ⁴ (Base)	1,636,376	36.94%	29.64%
8	2,399,843	47.27%	35.62%
9	3,986,796	63.50%	46.65%
10	5,576,039	77.63%	55.65%
15	13,323,180	133.54%	85.87%
20	21,209,624	182%	106.29%

3. ส่วนแบ่งรายได้จ่ายแก่หอพัก

ส่วนแบ่งรายได้ให้แก่อหอพักถือเป็นต้นทุนที่สำคัญ โดยต้นทุนส่วนแบ่งรายได้มีสัดส่วนสูงถึง 58% ของต้นทุนขายรวม แม้ว่าจากการสุ่มสอบถามผู้ประกอบการหอพักเป้าหมายจำนวน 5 หอพัก ทุกหอพักยอมรับข้อตกลงในการติดตั้งสื่อโฆษณาในหอพัก ที่ระบุว่าบริษัทจะทำสัญญา

⁴ Base Case ยอดขายสื่อ LCD ในปีที่ 1 ถึง 4 เท่ากับ 7 ราย และตั้งแต่ปีที่ 5 เป็นต้นไป เท่ากับ 8 ราย

ระยะยาว 3 ปี โดยจ่ายค่าธรรมเนียมแรกเข้าให้แก่หอพักจำนวน 20,000 บาท และจะชำระส่วนแบ่งรายได้เป็นรายเดือนด้วยอัตราร้อยละ 25 ของรายได้ที่บริษัทได้รับจากหอพักนั้นๆ (ภายใต้สมมติฐานแบบปกติ หอพักแต่ละแห่งจะได้รับส่วนแบ่งรายได้ประมาณ 29,000 บาทต่อปี เมื่อรวมกับค่าธรรมเนียมแรกเข้าหอพักจะได้รับรายได้ประมาณ 36,000 บาทต่อปี) อย่างไรก็ตาม มีความเป็นไปได้ที่ในการประกอบธุรกิจจริง การเจรจาต่อรองกับหอพักอาจไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ โดยเฉพาะส่วนแบ่งรายได้ อาจสูงหรือต่ำกว่านี้ ตารางที่ 7-3 แสดงผลจากการเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนแบ่งรายได้ ซึ่งมีผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของบริษัท

ตารางที่ 7-3 ผลจากการเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนแบ่งรายได้จ่ายแก่หอพัก

% ส่วนแบ่งรายได้	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดสำหรับกิจการ (NPV)	อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน (IRR)	อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนแบบปรับค่า (MIRR)
20%	2,701,272	48.76%	38.33%
25% (Base)	1,636,376	36.94%	29.64%
30%	571,001	22.78%	18.74%

4. เงินลงทุนเพิ่มในสินทรัพย์ถาวร – หอพัก

ในการประมาณการทางการเงิน โดยใช้สมมติฐานปกติ กำหนดให้เงินลงทุนเพิ่มในสินทรัพย์ถาวร – หอพัก เท่ากับ 10% ของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร – หอพัก ต้นงวดก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสม อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาแล้วอุปกรณ์ของบริษัทยังมีสภาพดีและยังสามารถใช้งานได้ อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทก็อาจไม่จำเป็นต้องลงทุนเพิ่มในสินทรัพย์ถาวรเท่ากับอัตราที่ประมาณไว้ เนื่องจากใน 5 ปีแรกบริษัทไม่ได้มีนโยบายที่จะขยายจำนวนหอพักเพื่อติดตั้งสื่อ หรือในทางกลับกันหากสินทรัพย์ถาวร – หอพัก เสื่อมสภาพและจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแทน ก็อาจจำเป็นต้องลงทุนเกินกว่าที่ได้ประมาณไว้ เช่นเดียวกัน ตารางที่ 7-4 แสดงผลจากการเปลี่ยนแปลงการลงทุนเพิ่มในสินทรัพย์ถาวร – หอพัก ซึ่งมีผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของบริษัท

ตารางที่ 7-4 ผลจากการเปลี่ยนแปลงการลงทุนเพิ่มในสินทรัพย์ถาวร - หอพัก

การลงทุนเพิ่ม ในสินทรัพย์ ถาวร - หอพัก	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของ กระแสเงินสดสำหรับ กิจการ (NPV)	อัตราผลตอบแทนที่ คาดว่าจะได้รับจาก การลงทุน (IRR)	อัตราผลตอบแทนที่ คาดว่าจะได้รับจาก การลงทุนแบบปรับ ค่า (MIRR)
5%	2,014,629	40.99%	33.22%
10% (Base)	1,636,376	36.94%	29.64%
15%	1,178,765	31.58%	25.14%