

บทที่ 5

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจเพลงออนไลน์แบบมีผู้ดำเนินรายการ

ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจเพลงออนไลน์แบบมีผู้ดำเนินรายการ โดยการวิเคราะห์สภาวะตลาด การวิเคราะห์ความต้องการผู้ใช้บริการเพลงออนไลน์ และการวิเคราะห์ทางการเงิน

5.1 การวิเคราะห์สภาวะตลาด: SWOT & 4Ps

5.1.1 การวิเคราะห์องค์การธุรกิจ (SWOT)

5.1.1.1 จุดแข็ง

- 1) มีการให้บริการที่แตกต่างจากเว็บไซต์อื่นๆ เนื่องจากมีการให้บริการฟังเพลงออนไลน์หลากหลายแนวเพลง โดยมีการแบ่งออกเป็น 3 ช่อง คือ Chill Indy และ Local
- 2) มีการให้บริการโฆษณาหลายระดับราคา โดยอัตราค่าโฆษณาคิดจากการคาดการณ์จำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในแต่ละช่วงเวลา
- 3) มีระบบการให้บริการที่ดี ผู้ใช้บริการไม่จำเป็นต้องมีอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูง เนื่องจากเว็บไซต์ให้บริการผ่านระบบ Streaming Server ที่เป็นการส่งสัญญาณและข้อมูลออกจาก Server ไปให้กับผู้ใช้บริการ โดยผู้ใช้บริการเพียงแต่เลือกรับข้อมูลเท่านั้นทำให้ผู้ใช้บริการไม่มีความจำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในการใช้บริการ
- 4) การใช้บริการอินเทอร์เน็ต และธุรกิจเพลงออนไลน์มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และสามารถให้บริการครอบคลุมได้ในทุกพื้นที่ ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ

5.1.1.2 จุดอ่อน

เนื่องจากธุรกิจเพลงออนไลน์แบบมีผู้ดำเนินรายการเป็นธุรกิจบริการรูปแบบใหม่ ทำให้ต้องทำการตลาดในช่วงแรกของการเปิดให้บริการค่อนข้างเยอะ ในส่วนของผู้ใช้บริการที่เป็นสปอนเซอร์อาจมีผลต่อความเชื่อมั่นในคุณภาพของเว็บไซต์และตัดสินใจใช้บริการในช่วงแรกที่เปิด

ให้บริการ และการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่มีข้อจำกัดในการให้บริการเฉพาะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ทำให้ยังไม่สามารถครอบคลุมผู้ใช้บริการนอกกลุ่มผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้

5.1.1.3 โอกาส

1) ธุรกิจอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มสูงขึ้น จากข้อมูลผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย จะเห็นได้ว่ามีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงขึ้นหลายเท่าตัว

2) มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจรองรับ โดยการพัฒนาด้านการพาณิชย์ (e-Commerce) เป็น 1 ใน 5 ยุทธศาสตร์สำคัญที่กำหนดไว้ในนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ พ.ศ. 2544-2553 (IT 2010) ควบคู่ไปกับยุทธศาสตร์อื่นๆ

3) ผู้คนในปัจจุบันหันมาให้ความสนใจในการพักผ่อน และใช้ประโยชน์จากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) มากขึ้น รวมทั้งได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง

4) ต้นทุนในการเข้าสู่ธุรกิจค่อนข้างต่ำ เนื่องจากค่าใช้จ่ายบริการอินเทอร์เน็ต ทั้งในส่วนของผู้ใช้บริการ และผู้ใช้บริการมีต้นทุนต่ำมากถ้าเทียบกับการให้บริการด้านเพลง และดนตรีโดยการใช้องค์ทางอื่นๆ

5.1.1.4 อุปสรรค

ปัจจุบันการให้บริการเพลงออนไลน์มีเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เกิดการแข่งขันด้านสื่อโฆษณา (ซึ่งก่อให้เกิดรายได้) สูง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น

5.1.2 การวิเคราะห์แผนการตลาด (4Ps)

5.1.2.1 ลักษณะการให้บริการ (Product)

แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) Spot โฆษณา คือ การโฆษณาโดยผู้ดำเนินรายการในแต่ละช่วงเวลาที่ยอดอากาศ

2) Banner คือ การโฆษณาโดยใช้รูปแบบของกราฟฟิกแสดงบนเว็บไซต์

5.1.2.2 ค่าโฆษณา (Price)

การตั้งราคาค่า Spot โฆษณา และค่า banner เป็นการตัดสินใจที่สำคัญขอให้ผู้บริการ เพราะจะมีผลกระทบต่อธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาวรวมทั้งมีความสำคัญต่อการอยู่รอดของธุรกิจ โดยทางผู้ให้บริการได้ทำการสำรวจและเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างที่ให้บริการโฆษณาในรูปแบบ banner และในส่วนของ spot โฆษณาได้ข้อมูลมาจากผู้ให้บริการเพลงออนไลน์ และวิทยุกระจายเสียง รวมทั้งพิจารณาถึงต้นทุน และสภาวะเศรษฐกิจ เพื่อที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์หาอัตราค่าโฆษณาทั้ง 2 ประเภท โดยรายละเอียดของค่าโฆษณา มีดังนี้ (ตาราง 4.10)

5.1.2.3 การจัดสถานที่ (Place)

ทางเว็บไซต์มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย มีการสร้างบรรยากาศภายในเว็บไซต์ที่ดึงดูดการใช้บริการของผู้ใช้บริการ มีระบบการทำงานที่งานต่อผู้ให้บริการ มีการแยกห้องเพลงต่างอย่างชัดเจนและเป็นสัดส่วน มีระบบการส่งข้อมูลที่ดีทำให้การใช้งานเชื่อมต่อกับเว็บไซต์ไม่กระตุก นอกจากเพลงออนไลน์แล้ว ภายในเว็บไซต์ยังมีรายละเอียดข้อมูลข่าวสารทางดนตรีไว้ให้บริการ

ทางเว็บไซต์มีการวางแผนถึงกลุ่มเป้าหมายทางเศรษฐกิจโดยกำหนดผู้ให้บริการกลุ่มเป้าหมายใน 3 ช่วงอายุ คือ

1. ผู้ใช้บริการช่วงอายุระหว่าง 9 – 15 ปี (มัธยมศึกษาตอนต้น)
2. ผู้ใช้บริการช่วงอายุระหว่าง 16 – 22 ปี (มัธยมศึกษาตอนปลาย และมหาวิทยาลัย)
3. ผู้ใช้บริการอายุ 23 ปีขึ้นไป

ผู้ให้บริการวางแผนจัดกิจกรรมให้ใกล้ชิดและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด โดยผู้จัดทำได้ยกตัวอย่างกิจกรรมส่งเสริมการตลาดขององค์กรดังนี้

University Campus Tour

1. จัด Booth

Date	วันประกาศผล Entrance During – March
Target	Kasetsart University
Plot	Website presentation 3,2 Computers + Internet connected + 2 Presenter or MC Handout FMHOME handbills Promote activities PR Take a picture / Video tape

2. Freshy night Jam

Date	April – May
Target	Chulalongkorn University Thammasat University Kasetsart University ABAC University Bangkok University Mahidol University มศว ประสานมิตร
Plot	Freshy night Freshy Night Entertainer DJ+MC / Commercial songs / Contemporary hits musics Web site presentation Handout FMHOME handbills T-Shirts distribute Promote activities PR Take a picture / Video tape

3. Offices walk in

Date	March, May, June
Target	Sathorn Rd., Wireless rd. All seasons place Asoke rd., and Silom rd.
Plot	Website presentation Handout FMHOME handbills Promote activities PR Take a picture / Video tape

5.1.2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

มีการวางแผนจัดกิจกรรมให้กับผู้ใช้บริการ โดยการส่งเสริมการตลาดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการ และเนื่องจากธุรกิจด้านเพลงออนไลน์แบบมีผู้ดำเนินรายการนั้นมีความละเอียดอ่อนอย่างมากต่อการตัดสินใจของผู้ให้บริการในการเลือกใช้บริการในเว็บไซต์ใดเว็บไซต์หนึ่ง โดยทางเว็บไซต์จะใช้วิธีการลงโฆษณาในอินเทอร์เน็ต และติดแผ่นป้ายโฆษณาตามที่ต่างๆที่เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น ใส่ Link ในเว็บไซต์ต่างๆ ร้านอินเทอร์เน็ต บอร์ดของบริษัท บอร์ดในโรงเรียน และมหาวิทยาลัย เป็นต้น และจัดทำป้ายโฆษณาติดในบริเวณที่มีกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ผู้สัญจรผ่านไปมามองเห็นอย่างชัดเจน ซึ่งในป้ายโฆษณาจะมีข้อความเกี่ยวกับการให้บริการ สถานที่ตั้ง พร้อมเบอร์โทรศัพท์ นอกจากนี้ทางเว็บไซต์จะจัดทำเอกสารและรายละเอียดของทางเว็บไซต์ส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านระบบอีเมลล์ โดยการจัดทำสื่อโฆษณาเหล่านี้จะเริ่มทำก่อนเว็บไซต์เปิดอย่างเป็นทางการประมาณ 1 เดือนเพื่อเป็นการให้ผู้ใช้บริการได้รู้จักเว็บไซต์มากขึ้น

5.2 การวิเคราะห์ความต้องการผู้ใช้บริการเพลงออนไลน์

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจเพลงออนไลน์แบบมีผู้ดำเนินรายการ โดยแสดงออกมาในรูปของการวิเคราะห์ทางการเงิน โดยใช้ข้อมูลผู้ใช้บริการที่แท้จริง (ตารางที่ 5.1) เพื่อนำมาวิเคราะห์ และเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจของความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจเพลงออนไลน์แบบมีผู้ดำเนินรายการ

ตารางที่ 5.1
ประมาณการผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในช่วงเวลาต่างๆ

ช่วงเวลา	จำนวนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ)
24.01 – 01.00	2.5
01.01 – 02.00	2
02.01 – 03.00	1
03.01 – 04.00	0.63
04.01 – 05.00	0.56
05.01 – 06.00	0.44
06.01 – 07.00	0.69
07.01 – 08.00	1.25
08.01 – 09.00	2.81
09.01 – 10.00	5.94
10.01 – 11.00	6.88
11.01 – 11.00	6.87
12.01 – 13.00	6.69
13.01 – 14.00	7.5
14.01 – 15.00	7.81
15.01 – 16.00	7.5
16.01 – 17.00	6.89
17.01 – 18.00	5.56
18.01 – 19.00	5.13
19.01 – 20.00	5.06
20.01 – 21.00	4.94
21.01 – 22.00	4.56
22.01 – 23.00	4
23.01 – 24.00	2.81

ที่มา : www.truehits.net

จากตาราง สามารถสรุปได้ว่า ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการนิยมเข้าใช้บริการอินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 4.1) ทำให้ผู้ศึกษาสามารถกำหนดได้ว่าช่วงเวลาตั้งแต่ 9 นาฬิกาถึง 23 นาฬิกา เป็นช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก (Peak Time) และอีกช่วงที่รองลงมา คือ ช่วงเวลาตั้งแต่ 23 นาฬิกาถึง 2 นาฬิกาของอีกวันหนึ่ง และช่วงเวลาตั้งแต่ 8 นาฬิกาถึง 9 นาฬิกา (Normal Time) โดยมีจำนวน Spot โฆษณา และอัตราค่าบริการ Spot โฆษณา ตามตารางที่ 5.2 (ผู้ศึกษาดังสมมุติฐานว่ามีอัตราค่า Spot โฆษณบบนเว็บไซต์เพลงออนไลน์เป็น 1 ใน 4 ของ Spot โฆษณบบนวิทยุกระจายเสียง โดย Spot โฆษณบบนวิทยุกระจายเสียงมีอัตราค่าบริการรายปีเท่ากับ 780,000 บาทต่อปี โดยใน 1 ปีจะมีความถี่ของการโฆษณาทั้งสิ้น 260 นาที หรือ 1 นาทีต่อวัน เฉพาะวันจันทร์ ถึง วันศุกร์) ขนาดของ Banner และอัตราค่าบริการของ Banner ตามตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.2

จำนวน Spot โฆษณา และอัตราค่าบริการในช่วงเวลาต่างๆ (บาท)

ช่วงเวลา	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ราคาต่อเดือน	ราคาต่อปี
Peak Time 09.01 - 23.00	42	16,250	682,500	8,190,000
Normal Time 23.01 - 02.00 และ 08.01 – 09.00	12	8,125	975,000	1,170,000
รวม				9,360,000

(ในกรณีที่มิผู้ใช้บริการเต็ม Capacity หรือ 100 เปอร์เซ็นต์)

ตารางที่ 5.3
จำนวน Banner และอัตราค่าบริการ (บาท)

ขนาด Banner	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ราคาต่อเดือน	ราคาต่อปี
Banner ใหญ่	15	20,000	450,000	5,400,000
Banner กลาง	30	6,000	180,000	2,160,000
Banner เล็ก	100	500	50,000	600,000
รวม				8,160,000

(ในกรณีที่มิผู้ใช้บริการเต็ม Capacity หรือ 100 เปอร์เซ็นต์)

ข้อมูลข้างต้นผู้จัดได้ทำการกำหนด อัตรารายได้เพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปวิเคราะห์ ปัจจัยความเป็นไปได้ของธุรกิจเพลงออนไลน์ แบบมีผู้ดำเนินรายการ

5.3 ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน

5.3.1 แหล่งเงินทุน

โครงสร้างเงินทุนของกิจการถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากความแตกต่างในโครงสร้างเงินทุนก่อให้เกิดความแตกต่างในความเสี่ยงทางการเงินและ ค่าของทุนของธุรกิจนั้น ซึ่งโครงการส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนส่วนตัวในสัดส่วนที่มากกว่า การกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเพื่อให้เกิดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นการลงทุนในธุรกิจ เพลงออนไลน์แบบมีผู้ดำเนินรายการ จึงได้กำหนดสัดส่วนของเงินทุนส่วนตัวและเงินกู้ยืมใน สัดส่วนร้อยละ 40 และ ร้อยละ 60 ตามลำดับ โดยจัดสรรเงินทุนส่วนตัวจากผู้เป็นหุ้นส่วน 4 คน คนละ 182,700 บาท รวมเป็นเงิน 730,800 บาท และกู้จากสถาบันการเงินจำนวน 1,096,200 บาท ซึ่งคิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 8.54 ต่อปี¹ โดยต้นทุนของการริเริ่มโครงการทั้งหมดมีจำนวน ประมาณ 1,827,000 บาท (ตารางที่ 4.1 ในบทที่ 4)

¹ ธนาคารแห่งประเทศไทย (www.bot.or.th) อัตราดอกเบี้ย MRR เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์ ณ.

วันที่ 31 มกราคม 2550

5.3.2 อัตราคิดลด

อัตราคิดลดที่ใช้ในการคำนวณโครงการนี้ ใช้การคำนวณโดยวิธีถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ระหว่างอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืม MRR จากสถาบันการเงินร้อยละ 8.54 ต่อปี และค่าเสียโอกาสของทุน ซึ่งเป็นอัตราผลตอบแทนที่ผู้ประกอบการควรจะได้รับในปัจจุบันแต่ต้องสูญเสียไป เพื่อให้ได้ผลตอบแทนคุ้มค่าเมื่อนำเงินไปลงทุนในธุรกิจเพลงออนไลน์แบบมีผู้ดำเนินรายการ และจากการสอบถามผู้ประกอบการพบว่า ค่าเสียโอกาสของเงินทุนครั้งนี้ คือ การที่จะนำเงินลงทุนนี้ไปขยายธุรกิจที่ดำเนินงานอยู่ ซึ่งจะได้รับผลตอบแทนเฉลี่ยร้อยละ 9 ต่อปี² ดังนั้นอัตราคิดลดถัวเฉลี่ยคำนวณได้ดังนี้

- 1) เงินทุนส่วนตัว ร้อยละ 40 ของเงินทุนทั้งหมด อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 9 ต่อปี
- 2) เงินทุนกู้ยืม ร้อยละ 60 ของเงินทุนทั้งหมด ค่าเสียโอกาสของเงินทุนคิดเป็นร้อยละ 8.541 ต่อปี

ดังนั้นอัตราคิดลดถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคิดเป็นร้อยละ 8.39 ต่อปี

5.3.3 การประมาณการรายได้

โครงการได้ประมาณจำนวนผู้ใช้บริการ โดยแบ่งออกเป็น 3 กรณี คือ กรณีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุด (Best Case) กรณีจำนวนผู้ใช้บริการปกติ (Base Case) และกรณีจำนวนผู้ใช้บริการน้อยที่สุด (Worst Case) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์โครงการภายใต้ความเสี่ยง (Sensitivity Analysis) คือเป็นการวิเคราะห์ผลในอนาคต โดยเกณฑ์ในการตัดสินใจเพื่อการลงทุนจะให้ผลถูกต้องต่อเมื่อข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ทุกประการ ซึ่งตัวแปรที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของโครงการ ได้แก่ จำนวนผู้ใช้บริการ โดยให้ตัวแปรอื่นๆคงที่รวมทั้งสมมติให้ค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่คงที่ตลอดอายุโครงการ

² อ้างอิงจากงานวิจัยในอดีตที่ศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนในโครงการต่างๆ ซึ่งค่าเสียโอกาสของเงินทุนจะอยู่ในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 9 ต่อปี

5.3.4 กรณีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุด (ตารางที่ 5.4 และ 5.5)

ในกรณีผู้ใช้บริการมากที่สุด ตั้งสมมติฐานว่าในปีแรกของการลงทุนมีผู้ใช้บริการโฆษณาจำนวน 40 เปอร์เซ็นต์ ทั้งบริการของ spot และ banner โดย Spot โฆษณา แบ่งเป็นช่วง peak time จำนวน 17 spots ช่วง normal time จำนวน 5 spots ในส่วนของ banner แบ่งเป็น banner ขนาดใหญ่ จำนวน 6 banner , banner ขนาดกลาง จำนวน 12 banner และขนาดเล็ก จำนวน 40 banner และเพิ่มขึ้นทุกปีๆละ 5 เปอร์เซ็นต์³

โดยในปีที่ 2 ของการลงทุนมีผู้ใช้บริการโฆษณาจำนวน 45 เปอร์เซ็นต์ เป็น Spot โฆษณาช่วง peak time จำนวน 19 spots ช่วง normal time จำนวน 5 spots เป็น banner ขนาดใหญ่ จำนวน 7 banner , banner ขนาดกลาง จำนวน 14 banner และขนาดเล็ก จำนวน 45 banner

ปีที่ 3 ของการลงทุนมีผู้ใช้บริการโฆษณาจำนวน 50 เปอร์เซ็นต์ เป็น Spot โฆษณา ช่วง peak time จำนวน 21 spots ช่วง normal time จำนวน 6 spots เป็น banner ขนาดใหญ่ จำนวน 8 banner , banner ขนาดกลาง จำนวน 15 banner และขนาดเล็ก จำนวน 50 banner

ปีที่ 4 ของการลงทุนมีผู้ใช้บริการโฆษณาจำนวน 55 เปอร์เซ็นต์ เป็น Spot โฆษณา ช่วง peak time จำนวน 23 spots ช่วง normal time จำนวน 7 spots เป็น banner ขนาดใหญ่ จำนวน 8 banner , banner ขนาดกลาง จำนวน 17 banner และขนาดเล็ก จำนวน 55 banner

จนถึงปีที่โครงการสิ้นสุดคือ ปีที่ 5 มีผู้ใช้บริการโฆษณาทั้งสิ้น 60 เปอร์เซ็นต์ โดยมีจำนวนดังนี้ Spot โฆษณา ช่วง peak time จำนวน 25 spots ช่วง normal time จำนวน 7 spots ในส่วนของ banner แบ่งเป็น banner ขนาดใหญ่ จำนวน 9 banner , banner ขนาดกลาง จำนวน 18 banner และขนาดเล็ก จำนวน 60 banner

³ ประเมินการอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยตั้งแต่ปี 2548-2550 GDP เพิ่มขึ้นประมาณ 4.5 – 5 เปอร์เซ็นต์

ทำให้ในกรณีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุด รายได้ในปีแรกมีมูลค่าเท่ากับ 6,288,000 บาท โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นตลอด จนถึง ปีที่ 5 จะมีรายได้ปีละ 9,432,000 บาทต่อปี

จากข้อมูลต้นทุนในปีแรกเท่ากับ 4,818,615 บาท และเพิ่มขึ้นในปีต่อๆ มา จนถึงปีที่ 5 ที่เป็นปีสิ้นสุดโครงการจำนวน 7,123,215 บาทต่อปี จะเห็นได้ว่าต้นทุนมีมูลค่าต่ำในปีแรก และมีอัตราเพิ่มขึ้นในปีต่อๆ มา เนื่องจากต้นทุนมีส่วนของค่าลิขสิทธิ์เพลง ที่คิดในอัตราที่แปรผันตรงกับรายได้ คือ คิดจาก 7.5 เปอร์เซ็นต์ของรายได้ที่เกิดขึ้นในแต่ละปี รวมอยู่ด้วย จากผลกำไรสุทธิหลังหักภาษี ในปีแรกมีมูลค่า 1,028,569 บาท จนถึงปีที่ 5 มีมูลค่าเท่ากับ 1,616,149 บาท

จากงบกำไรขาดทุน ทำให้เกิดเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานสุทธิ ปีที่ 1 เท่ากับ 1,369,969 บาท จนถึงปีที่ 5 มีมูลค่าเท่ากับ 1,957,549 บาท ต่อปี และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ในปีที่สิ้นสุดโครงการ เท่ากับ 4,474,463 บาท โดยมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ ร้อยละ 73 (ตารางที่ 5.10) ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าการดำเนินการธุรกิจเพลงออนไลน์ แบบมีผู้ดำเนินรายการ มีความเป็นไปได้ และยังเป็นข้อมูลทำให้ผู้ศึกษาสามารถตัดสินใจลงทุนในธุรกิจนี้ได้

ตารางที่ 5.4
ประมาณการงบกำไรขาดทุนในกรณีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุด (บาท)

กรณีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุด (บาท)					
ประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ประมาณการต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่อปี					
ต้นทุน					
เงินเดือน	1,884,000	1,999,200	2,750,400	3,237,600	3,952,800
ค่าน้ำ + ไฟ	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
ค่าเช่าสำนักงาน	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
ค่าโทรศัพท์	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่า ADSL Server	288,000	288,000	288,000	288,000	288,000
ค่าเช่า Broadcast Server	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
ค่า ADSL สำนักงาน	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000
ค่าเสื่อมราคา	341,400	341,400	341,400	341,400	341,400
ค่าน้ำมัน	168,000	168,000	168,000	168,000	168,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ดอกเบี้ยจ่าย	93,615	93,615	93,615	93,615	93,615
ค่าลิขสิทธิ์	471,600	530,550	589,500	648,450	707,400
ค่าออกดีไอ	216,000	216,000	216,000	216,000	216,000
รวมต้นทุน	4,818,615	4,992,765	5,802,915	6,349,065	7,123,215
รวมรายได้ทั้งหมดต่อปี (ข้อมูลจากตาราง 4.10 บทที่ 4)	6,288,000	7,074,000	7,860,000	8,646,000	9,432,000
กำไรสุทธิต่อปี	1,469,385	2,081,235	2,057,085	2,296,935	2,308,785
ภาษี	440,815	624,370	617,125	689,080	692,635
กำไรสุทธิหลังหักภาษี	1,028,569	1,456,864	1,439,959	1,607,854	1,616,149

ตารางที่ 5.5
ประมาณการกระแสเงินสดในกรณีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุด (บาท)

รายละเอียด	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อปี	-	1,028,569	1,456,864	1,439,959	1,607,854	1,616,149
บวก ค่าเสื่อมราคา	-	341,400	341,400	341,400	341,400	341,400
เงินสดจากการดำเนินงานสุทธิ	-	1,369,969	1,798,264	1,781,359	1,949,254	1,957,549
กระแสเงินสดจากการลงทุน						
เงินสดรับ (จ่าย) ในสินทรัพย์ถาวร	(1,707,000)	-	-	-	-	-
เงินสดรับ (จ่าย) เงินมัดจำ	(120,000)	-	-	-	-	120,000
เงินสดจากการลงทุนสุทธิ	(1,827,000)	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน						
เงินสดรับจากผู้ถือหุ้น	730,800	-	-	-	-	-
เงินสดรับ (จ่าย) จากธนาคาร	1,096,200	-	-	-	-	(1,096,200)
จ่ายเงินปันผล	-	-	-	-	-	-
เงินสดจากการจัดหาเงินสุทธิ	1,827,000	-	-	-	-	(1,096,200)
เงินสดเปลี่ยนแปลงสุทธิต่อปี	-	1,369,969	1,798,264	1,781,359	1,949,254	861,349
เงินสดยกมาต้นงวด	-	-	1,369,969	3,168,233	4,949,592	6,898,847
เงินสดคงเหลือปลายงวด	-	1,369,969	3,168,233	4,949,592	6,898,847	7,760,196
อัตราคิดลดร้อยละ 8.39		0.92	0.85	0.79	0.72	0.67
มูลค่าปัจจุบันต่อปี	(1,707,000)	1,263,926	1,530,647	1,398,891	1,412,250	575,749
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ						4,474,463
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)						73.0%

5.3.5 กรณีจำนวนผู้ใช้บริการปกติ (ตารางที่ 5.6 และ 5.7)

ในกรณีผู้ใช้บริการมากที่สุด ตั้งสมมติฐานว่าในปีแรกของการลงทุนมีผู้ใช้บริการโฆษณาจำนวน 30 เปอร์เซ็นต์ ทั้งบริการของ spot และ banner โดย Spot โฆษณา แบ่งเป็นช่วง peak time จำนวน 13 spots ช่วง normal time จำนวน 4 spots ในส่วนของ banner แบ่งเป็น banner ขนาดใหญ่ จำนวน 5 banner , banner ขนาดกลาง จำนวน 9 banner และขนาดเล็ก จำนวน 30 banner และเพิ่มขึ้นทุกปีๆละ 5 เปอร์เซ็นต์⁴

โดยในปีที่ 2 ของการลงทุนมีผู้ใช้บริการโฆษณาจำนวน 35 เปอร์เซ็นต์ เป็น Spot โฆษณาช่วง peak time จำนวน 15 spots ช่วง normal time จำนวน 4 spots เป็น banner ขนาดใหญ่ จำนวน 5 banner , banner ขนาดกลาง จำนวน 11 banner และขนาดเล็ก จำนวน 35 banner

ปีที่ 3 ของการลงทุนมีผู้ใช้บริการโฆษณาจำนวน 40 เปอร์เซ็นต์ เป็น Spot โฆษณา ช่วง peak time จำนวน 17 spots ช่วง normal time จำนวน 5 spots เป็น banner ขนาดใหญ่ จำนวน 6 banner , banner ขนาดกลาง จำนวน 12 banner และขนาดเล็ก จำนวน 40 banner

ปีที่ 4 ของการลงทุนมีผู้ใช้บริการโฆษณาจำนวน 45 เปอร์เซ็นต์ เป็น Spot โฆษณา ช่วง peak time จำนวน 19 spots ช่วง normal time จำนวน 5 spots เป็น banner ขนาดใหญ่ จำนวน 7 banner , banner ขนาดกลาง จำนวน 14 banner และขนาดเล็ก จำนวน 45 banner

จนถึงปีที่โครงการสิ้นสุดคือ ปีที่ 5 มีผู้ใช้บริการโฆษณาทั้งสิ้น 50 เปอร์เซ็นต์ โดยมีจำนวนดังนี้ Spot โฆษณา ช่วง peak time จำนวน 21 spots ช่วง normal time จำนวน 6 spots ในส่วนของ banner แบ่งเป็น banner ขนาดใหญ่ จำนวน 8 banner , banner ขนาดกลาง จำนวน 15 banner และขนาดเล็ก จำนวน 50 banner

ทำให้ในกรณีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุด รายได้ในปีแรกมีมูลค่าเท่ากับ 4,716,000 บาท โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นตลอด จนถึง ปีที่ 5 จะมีรายได้ปีละ 7,860,000 บาทต่อปี

⁴ ประเมินการอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยตั้งแต่ปี 2548-2550 GDP เพิ่มขึ้นประมาณ 4.5 – 5 เปอร์เซ็นต์

จากข้อมูลต้นทุนในปีแรกเท่ากับ 4,520,715 บาท และเพิ่มขึ้นในปีต่อๆ มา จนถึงปีที่ 5 ที่เป็นปีสิ้นสุดโครงการจำนวน 6,081,315 บาทต่อปี จะเห็นได้ว่าต้นทุนมีมูลค่าต่ำในปีแรก และมีอัตราเพิ่มขึ้นในปีต่อๆ มา เนื่องจากต้นทุนมีส่วนของค่าลิขสิทธิ์เพลง ที่คิดในอัตราที่แปรผันตรงกับรายได้ คือ คิดจาก 7.5 เปอร์เซ็นต์ของรายได้ที่เกิดขึ้นในแต่ละปี รวมอยู่ด้วย จากผลกำไรสุทธิหลังหักภาษี ในปีแรกมีมูลค่า 136,699 บาท จนถึงปีที่ 5 มีมูลค่าเท่ากับ 1,245,079 บาท

จากงบกำไรขาดทุน ทำให้เกิดเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานสุทธิ ปีที่ 1 เท่ากับ 478,099 บาท จนถึงปีที่ 5 มีมูลค่าเท่ากับ 1,586,479 บาท ต่อปี และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ในปีที่สิ้นสุดโครงการ เท่ากับ 1,980,541 บาท โดยมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ ร้อยละ 30.9 (ตารางที่ 5.10) ทำให้วิเคราะห์ได้ว่า การดำเนินการธุรกิจเพลงออนไลน์ แบบมีผู้ดำเนินรายการ มีความเป็นไปได้ และยังเป็นข้อมูลทำให้ผู้ศึกษาสามารถตัดสินใจลงทุนในธุรกิจนี้ได้

ตารางที่ 5.6
ประมาณการงบกำไรขาดทุนในกรณีจำนวนผู้ใช้บริการปกติ (บาท)

กรณีจำนวนผู้ใช้บริการปกติ					
ประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ประมาณการต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่อปี					
ต้นทุน					
เงินเดือน	1,704,000	1,801,200	2,112,000	2,229,600	3,028,800
ค่าน้ำ + ไฟ	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
ค่าเช่าสำนักงาน	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
ค่าโทรศัพท์	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่า ADSL Server	288,000	288,000	288,000	288,000	288,000
ค่าเช่า Broadcast Server	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
ค่า ADSL สำนักงาน	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000
ค่าเสื่อมราคา	341,400	341,400	341,400	341,400	341,400
ค่าน้ำมัน	168,000	168,000	168,000	168,000	168,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ดอกเบี้ยจ่าย	93,615	93,615	93,615	93,615	93,615
ค่าลิขสิทธิ์	353,700	412,650	471,600	530,550	589,500
ค่าออดิโอ	216,000	216,000	216,000	216,000	216,000
รวมต้นทุน	4,520,715	4,676,865	5,046,615	5,223,165	6,081,315
รวมรายได้ทั้งหมดต่อปี (ข้อมูลจากตาราง 4.10 บทที่ 4)	4,716,000	5,502,000	6,288,000	7,074,000	7,860,000
กำไรสุทธิต่อปี	195,285	825,135	1,241,385	1,850,835	1,778,685
ภาษี	58,585	247,540	372,415	555,250	533,605
กำไรสุทธิหลังหักภาษี	136,699	577,594	868,969	1,295,584	1,245,079

ตารางที่ 5.7
ประมาณการกระแสเงินสดในกรณีจำนวนผู้ใช้บริการปกติ (บาท)

รายละเอียด	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อปี	-	136,699	577,594	868,969	1,295,584	1,245,079
บวก ค่าเสื่อมราคา	-	341,400	341,400	341,400	341,400	341,400
เงินสดจากการดำเนินงานสุทธิ	-	478,099	918,994	1,210,369	1,636,984	1,586,479
กระแสเงินสดจากการลงทุน						
เงินดริบ (จ่าย) ในสินทรัพย์ถาวร	(1,707,000)	-	-	-	-	-
เงินดริบ (จ่าย) เงินมัดจำ	(120,000)	-	-	-	-	120,000
เงินสดจากการลงทุนสุทธิ	(1,827,000)	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน						
เงินดริบจากผู้ถือหุ้น	730,800	-	-	-	-	-
เงินดริบ(จ่าย) จากธนาคาร	1,096,200	-	-	-	-	(1,096,200)
จ่ายเงินปันผล	-	-	-	-	-	-
เงินสดจากการจัดหาเงินสุทธิ	1,827,000	-	-	-	-	(1,096,200)
เงินสดเปลี่ยนแปลงสุทธิต่อปี	-	478,099	918,994	1,210,369	1,636,984	490,279
เงินสดยกมาต้นงวด	-	-	478,099	1,397,093	2,607,462	4,244,447
เงินสดคงเหลือปลายงวด	-	478,099	1,397,093	2,607,462	4,244,447	4,734,726
อัตราคิดลดร้อยละ 8.39	-	0.92	0.85	0.79	0.72	0.67
มูลค่าปัจจุบันต่อปี	(1,707,000)	441,092	782,230	950,496	1,186,008	327,716
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ						1,980,541
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)						30.9%

5.3.6 กรณีจำนวนผู้ให้บริการน้อยที่สุด (ตารางที่ 5.8 และ 5.9)

ในกรณีผู้ให้บริการมากที่สุด ตั้งสมมติฐานว่าในปีแรกของการลงทุนมีผู้ให้บริการโฆษณาจำนวน 25 เปอร์เซ็นต์ ทั้งบริการของ spot และ banner โดย Spot โฆษณา แบ่งเป็นช่วง peak time จำนวน 11 spots ช่วง normal time จำนวน 3 spots ในส่วนของ banner แบ่งเป็น banner ขนาดใหญ่ จำนวน 4 banner , banner ขนาดกลาง จำนวน 8 banner และขนาดเล็ก จำนวน 25 banner และเพิ่มขึ้นทุกปีๆละ 5 เปอร์เซ็นต์⁵

โดยในปีที่ 2 ของการลงทุนมีผู้ให้บริการโฆษณาจำนวน 30 เปอร์เซ็นต์ เป็น Spot โฆษณาช่วง peak time จำนวน 13 spots ช่วง normal time จำนวน 4 spots เป็น banner ขนาดใหญ่ จำนวน 5 banner , banner ขนาดกลาง จำนวน 9 banner และขนาดเล็ก จำนวน 30 banner

ปีที่ 3 ของการลงทุนมีผู้ให้บริการโฆษณาจำนวน 35 เปอร์เซ็นต์ เป็น Spot โฆษณา ช่วง peak time จำนวน 15 spots ช่วง normal time จำนวน 4 spots เป็น banner ขนาดใหญ่ จำนวน 5 banner , banner ขนาดกลาง จำนวน 11 banner และขนาดเล็ก จำนวน 35 banner

ปีที่ 4 ของการลงทุนมีผู้ให้บริการโฆษณาจำนวน 40 เปอร์เซ็นต์ เป็น Spot โฆษณา ช่วง peak time จำนวน 17 spots ช่วง normal time จำนวน 5 spots เป็น banner ขนาดใหญ่ จำนวน 6 banner , banner ขนาดกลาง จำนวน 12 banner และขนาดเล็ก จำนวน 40 banner

จนถึงปีที่โครงการสิ้นสุดคือ ปีที่ 5 มีผู้ให้บริการโฆษณาทั้งสิ้น 45 เปอร์เซ็นต์ โดยมีจำนวนดังนี้ Spot โฆษณา ช่วง peak time จำนวน 19 spots ช่วง normal time จำนวน 5 spots ในส่วนของ banner แบ่งเป็น banner ขนาดใหญ่ จำนวน 7 banner , banner ขนาดกลาง จำนวน 14 banner และขนาดเล็ก จำนวน 45 banner

⁵ ประเมินการอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยตั้งแต่ปี 2548-2550 GDP เพิ่มขึ้นประมาณ 4.5 – 5 เปอร์เซ็นต์

ทำให้ในกรณีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุด รายได้ในปีแรกมีมูลค่าเท่ากับ 3,930,000 บาท โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นตลอด จนถึง ปีที่ 5 จะมีรายได้ปีละ 7,074,000 บาทต่อปี

จากข้อมูลต้นทุนในปีแรกเท่ากับ 4,365,765 บาท และเพิ่มขึ้นในปีต่อๆ มา จนถึงปีที่ 5 ที่เป็นปีสิ้นสุดโครงการจำนวน 5,338,365 บาทต่อปี จะเห็นได้ว่าต้นทุนมีมูลค่าต่ำในปีแรก และมีอัตราเพิ่มขึ้นในปีต่อๆ มา เนื่องจากต้นทุนมีส่วนของค่าลิขสิทธิ์เพลง ที่คิดในอัตราที่แปรผันตรงกับรายได้ คือ คิดจาก 7.5 เปอร์เซ็นต์ของรายได้ที่เกิดขึ้นในแต่ละปี รวมอยู่ด้วย จากผลกำไรสุทธิหลังหักภาษี ในปีแรกมีมูลค่าติดลบ 465,765 บาท จนถึงปีที่ 5 มีมูลค่าเท่ากับ 1,214,944 บาท

จากงบกำไรขาดทุน ทำให้เกิดเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานสุทธิ ปีที่ 1 ติดลบเท่ากับ 94,365 บาท จนถึงปีที่ 5 มีมูลค่าเท่ากับ 1,556,344 บาท ต่อปี และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ในปีที่สิ้นสุดโครงการ เท่ากับ 348,076 บาท โดยมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ ร้อยละ 5.3 (ตารางที่ 5.10) ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าการดำเนินการธุรกิจเพลงออนไลน์ แบบมีผู้ดำเนินรายการ มีความเป็นไปได้ และยังเป็นข้อมูลทำให้ผู้ศึกษาสามารถตัดสินใจลงทุนในธุรกิจนี้ได้

ตารางที่ 5.8
ประมาณการงบกำไรขาดทุนในกรณีจำนวนผู้ให้บริการน้อยที่สุด (บาท)

กรณีจำนวนผู้ให้บริการน้อยที่สุด					
ประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ประมาณการต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่อปี					
ต้นทุน					
เงินเดือน	1,608,000	1,801,200	1,898,400	2,229,600	2,344,800
ค่าน้ำ + ไฟ	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
ค่าเช่าสำนักงาน	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
ค่าโทรศัพท์	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่า ADSL Server	288,000	288,000	288,000	288,000	288,000
ค่าเช่า Broadcast Server	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
ค่า ADSL สำนักงาน	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000
ค่าเสื่อมราคา	341,400	341,400	341,400	341,400	341,400
ค่าน้ำมัน	168,000	168,000	168,000	168,000	168,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ดอกเบี้ยจ่าย	93,615	93,615	93,615	93,615	93,615
ค่าลิขสิทธิ์	294,750	353,700	412,650	471,600	530,550
ค่าออกดีไอ	216,000	216,000	216,000	216,000	216,000
รวมต้นทุน	4,365,765	4,617,915	4,774,065	5,164,215	5,338,365
รวมรายได้ทั้งหมดต่อปี (ข้อมูลจากตาราง 4.10 บทที่ 4)	3,930,000	4,716,000	5,502,000	6,288,000	7,074,000
กำไรสุทธิต่อปี	(435,765)	98,085	727,935	1,123,785	1,735,635
ภาษี	-	29,425	218,380	337,135	520,690
กำไรสุทธิหลังหักภาษี	(435,765)	68,659	509,554	786,649	1,214,944

ตารางที่ 5.9
ประมาณการกระแสเงินสดในกรณีจำนวนผู้ใช้บริการน้อยที่สุด (บาท)

รายละเอียด	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อปี	-	(435,765)	68,659	509,554	786,649	1,214,944
บวก ค่าเสื่อมราคา	-	341,400	341,400	341,400	341,400	341,400
เงินสดจากการดำเนินงานสุทธิ	-	(94,365)	410,059	850,954	1,128,049	1,556,344
กระแสเงินสดจากการลงทุน						
เงินสดรับ (จ่าย) ในสินทรัพย์ถาวร	(1,707,000)	-	-	-	-	-
เงินสดรับ (จ่าย) เงินมัดจำ	(120,000)	-	-	-	-	120,000
เงินสดจากการลงทุนสุทธิ	(1,827,000)	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน						
เงินสดรับจากผู้ถือหุ้น	730,800	-	-	-	-	-
เงินสดรับ(จ่าย) จากธนาคาร	1,096,200	-	-	-	-	(1,096,200)
จ่ายเงินปันผล	-	-	-	-	-	-
เงินสดจากการจัดหาเงินสุทธิ	1,827,000	-	-	-	-	(1,096,200)
เงินสดเปลี่ยนแปลงสุทธิต่อปี	-	(94,365)	410,059	850,954	1,128,049	460,144
เงินสดยกมาต้นงวด	-	-	(94,365)	315,694	1,166,648	2,294,697
เงินสดคงเหลือปลายงวด	-	(94,365)	315,694	1,166,648	2,294,697	2,754,841
อัตราคิดลดร้อยละ 8.39		0.92	0.85	0.79	0.72	0.67
มูลค่าปัจจุบันต่อปี	(1,707,000)	(87,061)	349,034	668,249	817,281	307,573
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ						348,076
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)						5.3%

ตารางที่ 5.10
งวดระยะเวลาคืนทุน (บาท)

	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินลงทุนเริ่มแรก	(1,827,000)	-	-	-	-	-
เงินสตรีบ						
กรณีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุด	-	1,369,969	3,168,233	4,949,592	6,898,847	7,760,196
ระยะเวลาคืนทุน	← 1.025 ปี →					
กรณีจำนวนผู้ใช้บริการปกติ	-	478,099	1,397,093	2,607,462	4,244,447	4,734,726
ระยะเวลาคืนทุน	← 1.052 ปี →					
กรณีจำนวนผู้ใช้บริการน้อยที่สุด	-	(94,365)	315,694	1,166,648	2,294,697	2,754,841
ระยะเวลาคืนทุน	← 3.39 ปี →					

5.4 สรุปผลการวิเคราะห์ทางการเงิน

ตารางที่ 5.11
ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน (บาท)

สรุปข้อมูลทางการเงิน	กรณีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุด	กรณีจำนวนผู้ใช้บริการปกติ	กรณีจำนวนผู้ใช้บริการน้อยที่สุด
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	4,474,463	1,980,541	348,076
อัตราผลตอบแทนภายใน (ร้อยละ)	73	30.9	5.3
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	1.025	1.052	3.39

ที่มา : จากการคำนวณในตารางที่ 5.4 - 5.10

นำอัตราส่วนลดที่ร้อยละ 8.39 ต่อปี จาก 5.1.2 มาใช้วิเคราะห์ทางการเงินทั้ง 3 กรณี
สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 5.12
อัตราคิดลด (%)

Cost of capital	Capital	Structure	Cost	After tax cost	Total
Equity	730,800.00	0.40	9%	9%	3.6%
Debt	1,096,200.00	0.60	8.5%	7.99%	4.79%
Total	1,827,000.00	1.00	อัตราคิดลด		8.39%

5.4.1 กรณีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุด

จากผลสรุปในตารางที่ 5.5 จะเห็นได้ว่าการลงทุนให้ผลตอบแทนคุ้มค่า โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิสูงถึง 4,474,463 บาท และมีอัตราผลตอบแทนภายในที่ร้อยละ 73 ซึ่งให้ผลตอบแทนมากกว่าค่าของทุนถัวเฉลี่ย รวมทั้งมีวงระยะเวลาคืนทุนเพียง 1.025 ปี แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้เป็นโครงการลงทุนที่ดีและมีความเป็นไปได้ในการลงทุนสูง

5.4.2 กรณีจำนวนผู้ใช้บริการปกติ

จากผลสรุปในตารางที่ 5.7 จะเห็นได้ว่าการลงทุนให้ผลตอบแทนคุ้มค่า โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิจำนวน 1,980,541 บาท และมีอัตราผลตอบแทนภายในที่ร้อยละ 30.9 ซึ่งให้ผลตอบแทนมากกว่าค่าของทุนถัวเฉลี่ย รวมทั้งมีวงระยะเวลาคืนทุนที่ 1.052 ปี แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้เป็นโครงการลงทุนที่ดีและมีความเป็นไปได้ในการลงทุนค่อนข้างสูง

5.4.3 กรณีจำนวนผู้ใช้บริการน้อยที่สุด

จากผลสรุปในตารางที่ 5.9 จะเห็นได้ว่าการลงทุนให้ผลตอบแทนโดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิจำนวน 348,076 บาท และมีอัตราผลตอบแทนภายในที่ร้อยละ 5.3 ซึ่งให้ผลตอบแทนต่ำกว่า

ค่าของทุนถัวเฉลี่ย รวมทั้งมีงวดระยะเวลาคืนทุนที่ 3.39 ปี แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้เป็นโครงการที่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน แต่ไม่น่าลงทุนเนื่องจากการนำเงินไปลงทุนในธุรกิจอื่นมีโอกาสได้รับผลตอบแทนที่ดีกว่า