

บทที่ 2

แนวคิดทางทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทางทฤษฎี

จรินทร์ เจริญศรีวัฒนกุล (2534) อธิบายว่า ก่อนที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมจะทำการตัดสินใจลงทุนโครงการ (project) ขยายโครงการเดิม หรือขยายการลงทุนไปสู่สายผลิตภัณฑ์ (product-line) ใหม่ ๆ ซึ่งจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก และยังคงเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอน (risk and uncertainly) เพื่อประเมินผลที่คาดว่าจะได้รับจากการโครงการลงทุน เพื่อควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามโครงการที่ตั้งไว้ และเพื่อใช้เป็นโครงการในการขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน จึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ (project feasibility analysis)

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการประกอบด้วย การวิเคราะห์ทางการตลาด การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิค การวิเคราะห์ทางการเงิน การวิเคราะห์ทางด้านการบริหาร และการวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐกิจ ในบางครั้งการวิเคราะห์อาจสนใจเพียงความสามารถในการทำกำไรทางการค้า กล่าวคือ วิเคราะห์เพียงด้านการตลาด เทคนิค และการเงินของโครงการเท่านั้น ผลจากการศึกษานี้เรียกว่า “การศึกษาความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจ”

การวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐกิจ (economic analysis) เป็นการวิธีกำหนดผลตอบแทนรวม หรือความสามารถในการทำกำไรให้กับสังคมโดยรวม โดยไม่คำนึงถึงว่าใครในสังคม ใครจะเป็นผู้ให้ และใครในสังคมที่เป็นผู้รับผลประโยชน์ หรือกล่าวโดยย่อว่า การวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐกิจมีทรศนะเพื่อสังคมที่เป็นส่วนรวม (the social as a whole) การวิเคราะห์ทางด้านต้นทุนและผลตอบแทนทางด้านเศรษฐกิจเป็นการวิเคราะห์โครงการ โดยการวัดต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ จากนั้นก็ปรับต้นทุนและผลตอบแทนให้สะท้อนมูลค่าทางเศรษฐกิจที่แตกต่างไปจาก

มูลค่าทางการเงิน โดยในการปรับนั้นจะมีการใช้ราคาเงา (shadow price) และค่าเสียโอกาส (opportunity cost) โดยที่การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจจะข้องเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรที่แท้จริง (real use of resource) ไม่เกี่ยวกับการ โอนสิทธิทรัพยากรจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ภาษี และเงินอุดหนุนซึ่งเป็นรายการประเภทเงินจ่ายโอนจึงไม่นับรวมว่าเป็นต้นทุน และผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความสามารถในการทำกำไรทางเศรษฐกิจ ได้แก่

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value--NPV)
2. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost ratio--B/C ratio)
3. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return--IRR)
4. ผลตอบแทนสุทธิต่อการลงทุน (Net Benefit Investment ratio--N/K)
5. ต้นทุนทรัพยากรในประเทศ (Domestic Resource Cost--DRC)
6. การวิเคราะห์ทางการเงิน (financial analysis)

การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์การลงทุน และผลตอบแทนของโครงการในแง่เอกชน หรือผลกำไรทางการเงินเป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังรวมถึงการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสมให้กับโครงการ เพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจว่าถ้ามีโครงการนี้แล้ว จะไม่มีปัญหาทางการเงินใด ๆ ในทุกขั้นตอนของโครงการ และรวมตลอดถึงการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของผู้ร่วมโครงการ เช่น เกษตรกร ธุรกิจเอกชน รัฐวิสาหกิจ และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อให้แน่ใจว่าโครงการมีผลตอบแทนให้กับผู้ร่วมโครงการมากเพียงพอที่จะจูงใจให้เขาเหล่านั้นมาร่วมโครงการด้วย ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินจะต้องจัดทำงบการเงินต่าง ๆ เช่น งบกำไรขาดทุน งบดุล งบกระแสเงินสด เพื่อกำหนดว่าโครงการจะมีเงินทุนเพียงพอต่อการดำเนินงานในอนาคตหรือไม่ การกำหนดอัตราผลตอบแทนทางการเงิน ประเมินสภาพคล่อง และความสามารถในการชำระหนี้ เครื่องมือที่ใช้ชี้วัดการดำเนินการโดยทั่วไป ได้แก่ การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (ratio analysis) นอกจากนั้นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ วิธีการปรับลดกระแสเงินสด (discount cash flow method) ซึ่งจะมีการจัดเตรียมกระแสเงินสดของโครงการ การทำส่วนลดกระแสเงินสด การคำนวณหามูลค่าปัจจุบัน (NPV) และอัตรา

ผลตอบแทนของโครงการ (ประสิทธิ์ ตงยิ่งศิริ, 2545)

เครื่องมือหรือเกณฑ์การวิเคราะห์ที่นำมาคำนวณหาความคุ้มค่าของโครงการตามการวิเคราะห์แบบปรับค่าของเวลา (discounted measures of project worth) ซึ่งเป็นวิธีร่วมสมัย (contemporary approach) ที่นิยมใช้กันแพร่หลาย 3 ประการคือ

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value--NPV) คือ มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตที่คิดลดด้วยอัตราคิดลด แล้วหักออกจากเงินทุนแรกเริ่มของโครงการ หาก NPV มีค่าเป็นบวกก็ควรลงทุน หากมีค่าติดลบก็ไม่ควรลงทุน การเรียงลำดับความสำคัญของโครงการจากโครงการที่มี NPV สูง ไปหาโครงการที่มี NPV ต่ำ ในกรณีที่ต้องการศึกษาแต่ละโครงการเปรียบเทียบกับ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ สามารถเขียนได้ดังนี้

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

NPV คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

B_t คือ ผลตอบแทนของโครงการในปีที่ 1, 2, 3, ..., n

C_t คือ ต้นทุนของโครงการในปีที่ 1, 2, 3, ..., n

r คือ อัตราดอกเบี้ย

t คือ ปีของโครงการคือปีที่ 1, 2, 3, ..., n

n คือ อายุของโครงการ

ข้อดีของ NPV มีดังนี้

1) สามารถวัดค่าออกมาเป็นตัวเงิน ดังนั้นจึงสามารถเปรียบเทียบให้เห็นได้อย่างชัดเจน

2) แม้อัตราการเงินมีความไม่สมบูรณ์ มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลง แต่การทอนมูลค่าเงินให้เป็นมูลค่าปัจจุบันสุทธิจะได้ค่าที่ถูกต้อง หากมีการเลือกอัตราส่วนลดอย่างถูกต้อง นั่นคือไม่กำหนดอัตราส่วนลดที่สูง หรือต่ำเกินไป

3) เป็นวิธีที่ง่ายต่อการคำนวณ



ข้อเสียของ NPV มีดังนี้

1) การใช้หลักเกณฑ์ NPV ในการพิจารณาอาจทำให้การตัดสินใจผิดพลาดได้ เพราะ NPV เป็นค่าที่แสดงผลตอบแทนสุทธิของโครงการ โครงการผลตอบแทนขนาดเล็กที่ให้ผลตอบแทนสูงเมื่อเทียบกับต้นทุน อาจมีค่า NPV ต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับโครงการขนาดใหญ่ที่ให้ผลตอบแทนต่ำเมื่อเทียบกับต้นทุน ปัญหานี้แก้ไขโดยใช้หลักเกณฑ์ B/C Ratio เรียงลำดับโครงการและเลือกกลุ่มโครงการ จนกระทั่งหมดจำนวนงบประมาณจะได้ผลตอบแทนสูงกว่าการเลือกโดยใช้เกณฑ์ NPV ที่สูงที่สุด

2) ในตลาดเงินทุนที่ไม่สมบูรณ์ การเลือก Discount Rate ผิดพลาดอาจทำให้ค่าของ NPV ผิดพลาดได้ คือถ้าใช้อัตราส่วนลดสูงสุด ค่าของ NPV จะต่ำ และถ้าใช้อัตราส่วนลดต่ำ ค่าของ NPV จะสูง ดังนั้น โครงการที่ให้ผลตอบแทนต่ำและไม่น่าสนใจ อาจเป็นโครงการที่ให้ผลตอบแทนสูงขึ้น โดยการใช้อัตราส่วนลดต่ำลงในการคำนวณ

2. อัตราผลตอบแทนจากโครงการ (Internal Rate of Return--IRR) คือ อัตราคิดลดที่ทำให้กระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตเท่ากับเงินลงทุนแรกเริ่มของโครงการ ซึ่ง IRR เป็นเกณฑ์การตัดสินใจลงทุน จะเรียงลำดับความสำคัญของโครงการที่มี IRR สูงไปหาโครงการที่มี IRR ต่ำ และจะลงทุนในโครงการที่ IRR มีค่ามากกว่าดอกเบี้ยเงินกู้เท่านั้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่า IRR ที่คำนวณได้แสดงถึงประสิทธิภาพของเงินทุนที่ลงทุนไป ซึ่งเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$\text{IRR คือ ค่า } r \text{ (อัตราส่วนลด) ที่จะทำให้ } \sum_{t=1}^n \frac{(B_t - C_t)}{(1+r)^t} = 0$$

B_t คือ ผลตอบแทนของโครงการในปีที่ 1, 2, 3, ..., n

C_t คือ ต้นทุนของโครงการในปีที่ 1, 2, 3, ..., n

t คือ ปีของโครงการคือปีที่ 1, 2, 3, ..., n

n คือ อายุของโครงการ

r คือ อัตราส่วนลดที่ทำให้ค่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิต่ำกว่าศูนย์ หรือคำนวณจากค่าความสัมพันธ์ระหว่างอัตราคิดลดกับ NPV 2 คู่ คืออัตราคิดลดที่ต่ำกว่า ซึ่งทำให้ NPV มีค่าเป็นบวก และอัตราคิดลดสูงกว่าที่ทำให้ NPV มีค่าเป็นลบ

ดังสูตรต่อไปนี้

$$IRR = r_l + (r_u - r_l) \left[\frac{NPV_l}{(NPV_l - NPV_u)} \right]$$

r_l คือ อัตราส่วนลดตัวต่ำกว่า (lower discount rate)

r_u คือ อัตราส่วนลดตัวสูงกว่า (upper discount rate)

NPV_l คือ NPV ของ r_l

NPV_u คือ NPV ของ r_u

ข้อดีของ IRR มีดังนี้

1) เป็นการวัดประสิทธิภาพส่วนเพิ่มของการลงทุนว่าเมื่อตัดสินใจลงทุนไปแล้วจะให้ผลตอบแทนเป็นอย่างไร (ในรูป%) ทำให้ง่ายต่อการเข้าใจ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าเสียโอกาสของทุน (อัตราส่วนลด)

2) มีประโยชน์ถ้ามีการทำ sensitivity analysis กล่าวคือต้นทุนของโครงการเปลี่ยนแปลงจะมีผลกระทบต่อ IRR อย่างมาก ดังนั้น IRR จึงสะท้อนถึงทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด

ข้อเสียของ IRR มีดังนี้

1) อาจมีค่า IRR มากกว่า 1 ค่า ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นศูนย์ จึงเกิดความไม่แน่ใจว่าค่าใดเป็นค่าที่เหมาะสม

2) ถ้าโครงการมีลักษณะพึ่งพิงกัน (independent) กล่าวคือถ้าดำเนินโครงการหนึ่งจะต้องไม่ดำเนินการอีกโครงการหนึ่ง หรือเรียกว่า “Mutually Exclusive” โดยหากใช้เกณฑ์การตัดสินใจโดยใช้ค่า IRR โครงการแรก ให้ค่า IRR ที่สูงกว่าโครงการที่สอง แต่ถ้าพิจารณาจากค่า NPV แล้วโครงการที่สองให้ค่า NPV สูงกว่าโครงการแรก ซึ่งการตัดสินใจเลือกโครงการแรกจะทำให้สูญเสียรายได้สุทธิไป เนื่องจากโครงการที่สองให้ค่า NPV มากกว่า ดังนั้นหากเกณฑ์ที่ใช้ในการจัดลำดับความสำคัญของโครงการมีความแตกต่างกัน ควรใช้เกณฑ์ NPV มาเป็นเกณฑ์การตัดสินใจ โดยเปรียบเทียบค่าของ NPV ของโครงการแต่ละโครงการที่มีให้เลือก โดยใช้ค่าเสียโอกาสของทุนที่เท่ากันเป็นอัตราส่วนลด

3. อัตราผลประโยชน์ตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit-Cost ratio--B/C ratio) คือ อัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของรายได้ตลอดอายุโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของต้นทุน ตลอดอายุโครงการคำนวณหาได้จากสูตร ดังนี้

$$\text{B/C Ratio} = \sum_{t=1}^n \frac{(B_t)}{(1+r)^t} / \sum_{t=1}^n \frac{(C_t)}{(1+r)^t}$$

ถ้า B/C Ratio > 1 มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนมากกว่ามูลค่าของค่าใช้จ่าย โครงการนั้นคุ้มค่าต่อการลงทุน

ถ้า B/C Ratio = 0 มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนเท่ากับมูลค่าของค่าใช้จ่าย โครงการนั้นจะลงทุนหรือไม่ลงทุนก็ได้

ถ้า B/C Ratio < 1 มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนน้อยกว่ามูลค่าของค่าใช้จ่าย โครงการนั้นไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน

ข้อดีของ B/C Ratio มีดังนี้

- 1) สามารถบอกได้ว่าผลตอบแทนต่อทุน 1 หน่วย มีมากน้อยเพียงใด
- 2) สามารถจัดลำดับความคุ้มค่าของโครงการได้

ข้อเสียของ B/C Ratio

B/C Ratio จะมีความไวต่อมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์และต้นทุนอย่างมาก ถ้ามีการคิดต้นทุนบางรายการเป็นผลประโยชน์ติดลบ และคิดผลประโยชน์บางรายการเป็นต้นทุนติดลบ

4. การวิเคราะห์ความอ่อนไหว เป็นการวิเคราะห์ความไม่แน่นอนของโครงการ ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดกระแสเงินสดโครงการ เช่น มีการเปลี่ยนแปลงในต้นทุนค่าใช้จ่ายหรือรายได้ หรือเกิดการผิดพลาดจากการประเมินต้นทุนและรายได้ ดังนั้นจึงควรนำผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมาพิจารณา โดยทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ หากต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายมีการเปลี่ยนแปลงไปว่ามีผลกระทบอย่างไร และทำการทดสอบเพื่อหาว่า ณ ระดับต้นทุนเพิ่มขึ้น หรือผลตอบแทนลดลงมากกว่าเท่าไร ผู้ลงทุนจึงไม่สามารถลงทุนโครงการได้

5. Switching Value Test (SVT) เพื่อหาระดับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นเท่าไร หรือ ผลตอบแทนลดลงเท่าไร จึงไม่เหมาะสมต่อการลงทุน มีสูตรคำนวณดังนี้

5.1 กรณีหาค่าต้นทุนสามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละเท่าไรจึงจะทำให้ NPV เท่ากับ 0 B/C Ratio เท่ากับ 1

$$SVT = \frac{NPV}{PV\ of\ cost}$$

กำหนดให้

SVT คือ Switching Value Test

NPV คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

PV of Cost คือ มูลค่าปัจจุบันของต้นทุน

5.2 กรณีหาค่าผลตอบแทนสามารถลดลงได้ร้อยละเท่าไรจึงจะทำให้ NPV เท่ากับ 0 B/C Ratio เท่ากับ 1

$$SVT = \frac{NPV}{PV\ of\ benefit}$$

กำหนดให้

SVT คือ Switching Value Test

NPV คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

PV of Benefit คือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เมธา สุธีร์ โรจน์ (2543) ศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ โดยการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเกี่ยวกับด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ ด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด และศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในด้านการผลิต การตลาดสำหรับ

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ การศึกษานี้ได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคชาวไทย จำนวน 306 คน ผู้บริโภคชาวต่างชาติ จำนวน 150 คน ผู้ผลิตจำนวน 15 ราย และผู้จำหน่าย จำนวน 50 ราย ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหม และยังสามารถนำไปเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมได้อีกด้วย

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคชาวไทย: ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากร้านค้าในแหล่งผลิต ศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ของมูลนิธิฯ และร้านจิวเวลรี่ มีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ มีราคาแพง และต้องการให้เพิ่มสถานที่จำหน่ายให้มากขึ้น ความต้องการทั่วไปของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชอบมากที่สุดคือผ้าไหมพื้น รองลงมาคือ ผ้าไหมมัดหมี่ และผ้าไหมทอยกดอก ตามลำดับ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมพื้น (ผ้าพื้น) ที่ผู้บริโภคชอบคือ สีที่ชอบมีทั้งสีเข้มและสีอ่อน/สีธรรมชาติ เนื้อผ้าเป็นเนื้อผ้าที่เรียบ ชอบทั้งผ้าเนื้อบางและหนา และผ้าหน้ากว้าง ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ (ผ้ามัดหมี่) ที่ผู้บริโภคชอบคือ สีที่ชอบเป็นสีเข้ม เนื้อผ้าเรียบ ชอบทั้งความบางและหนา หน้าผ้ากว้างและลวดลายผ้าเล็ก ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอยกดอก (ผ้ายก) ที่ผู้บริโภคชอบคือ สีที่ชอบมีทั้งสีเข้มและสีอ่อน/สีธรรมชาติ เนื้อผ้าเรียบ ชอบทั้งผ้าเนื้อบางและหนา ผ้าหน้ากว้าง ลวดลายเล็กและคืนที่ใช้ ทอยกดอกชอบคืนทอง โทนสีของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม 5 อันดับแรกที่ผู้บริโภคชอบ คือ สีน้ำเงิน สีฟ้า สีเขียว สีม่วง และสีชมพู และสีแดง ตามลำดับ ลวดลายผ้า คุณภาพของเนื้อผ้า สีเส้นของผ้า อายุการใช้งานการดูแลรักษาและราคาของผ้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภค

ผู้บริโภคชาวต่างชาติ: ผู้บริโภคชาวต่างชาติชอบผ้าไหมพื้นมากที่สุด รองลงมาคือ ผ้าไหมมัดหมี่ และผ้าไหมทอยกดอก ตามลำดับ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมพื้น (ผ้าพื้น) ที่ผู้บริโภคชอบคือ สีที่ชอบมีทั้งสีเข้ม ชอบทั้งเนื้อผ้าเรียบ และผ้าหนา ทั้งผ้าเนื้อบางและหนา และผ้าหน้ากว้าง ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ (ผ้ามัดหมี่) ที่ผู้บริโภคชอบคือ สีที่ชอบเป็นสีเข้ม เนื้อผ้าเรียบ ชอบทั้งความบางและหนา หน้าผ้ากว้างและลวดลายผ้าเล็ก ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอยกดอก (ผ้ายก) ที่ผู้บริโภคชอบคือ สีที่ชอบมีทั้งสีเข้มและสีอ่อน/สีธรรมชาติ เนื้อผ้าเรียบ ชอบทั้งผ้าเนื้อบางและหนา ผ้าหน้ากว้างลวดลายเล็ก และคืนที่ใช้ทอยกดอกชอบคืนทอง โทนสีของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม 5 อันดับแรกที่ผู้บริโภคชอบ คือ สีน้ำเงิน สีฟ้า

สีเขียว สีม่วง และสีชมพู และสีแดง ตามลำดับ ลวดลายผ้า คุณภาพของเนื้อผ้า สีตันของผ้า อายุการใช้งาน การดูแลรักษา และราคาของผ้า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภค ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม: ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่จำหน่ายได้ดีที่สุดคือ ผ้าไหมพื้น (ผ้าพื้น) รองลงมาคือ ผ้าไหมมัดหมี่ (ผ้ามัดหมี่) ส่วนผ้าไหมทอยกดอก (ผ้ายก) นั้นผู้บริโภคทั่วไปมีความนิยมน้อยมาก โทนสีของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค 6 อันดับแรก ได้แก่ โทนสีน้ำเงิน สีฟ้า สีเขียว สีม่วง สีชมพู และสีแดง วิธีการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในร้านของคนกลางหรือผู้จำหน่าย ทุกรายจะคำนึงถึงต้นทุนและกำไรที่ต้องการเป็นหลัก ราคาจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับคุณภาพ ความประณีต ลวดลายที่ละเอียด และความยากง่ายในการทอ ผู้จำหน่ายทั่วไปไม่มั่นใจว่าเมื่อนำผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ มาจำหน่ายในร้านของตน แล้วจะจำหน่ายได้ดี เพราะมีความเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่มีอยู่ในร้านของตนเองนั้นสามารถจำหน่ายได้ดีอยู่แล้ว คุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ กับผู้ผลิตรายอื่นมีความเห็นว่าราคาก็พอกัน แต่ด้านคุณภาพของผู้ผลิตรายอื่นได้เปรียบกว่าเพราะผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ ได้มาจากหลายแหล่งผลิต เทคนิคการผลิตและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมยังไม่ได้มาตรฐานเดียวกัน สาเหตุที่ทำให้ลูกค้าของคนกลางหรือผู้จำหน่ายยังไม่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ มาจากลูกค้ายังไม่คุ้นเคย การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์น้อยไป มีช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยไป ยังไม่สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ ได้โดยทั่วไป เพราะจำนวนร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ ยังมีน้อยเกินไป ผู้ผลิต: ผู้ผลิตใช้เส้นใยไหมที่นำมาเป็นวัตถุดิบจาก 2 แหล่งคือ เลี้ยงไหมเองและนำเข้ามาจากต่างประเทศ ผ้าไหมพื้น (ผ้าพื้น) จะได้รับความนิยมมากที่สุด รองลงมาคือ ผ้าไหมมัดหมี่ (ผ้ามัดหมี่) ส่วนผ้าไหมทอยกดอก (ผ้ายก) นั้นมีน้อยรายที่ผลิตออกมาจำหน่ายเพราะต้องใช้ฝีมือในการผลิตสูง งานมีความละเอียดอ่อนมาก ผลิตได้ช้าและมีราคาแพงมาก ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โทนสีน้ำเงิน สีฟ้า สีเขียว สีม่วง สีชมพู และสีแดง ตามลำดับ และในปัจจุบันผู้บริโภคหันมานิยมโทนสีธรรมชาติ (earth tone) มากขึ้น ปัญหาและอุปสรรคด้านแหล่งซื้อเส้นไหมน้อยเกินไป ส่วนใหญ่มักใช้เส้นใยที่ผลิตขึ้นเองจากการเลี้ยงไหม ทำให้ปริมาณการผลิตมีน้อย ขนาดของเส้นไหมไม่ได้มาตรฐาน สีของไหมดิบ ก่อนย้อมสีมีความเข้มความจางแตกต่างกันมาก

ปริมาณเส้นไหมไม่เพียงพอต่อการผลิต ราคาเส้นไหมแพงเกินไป การย้อมสีไหมแต่ละครั้ง ได้สีที่ออกมาไม่เหมือนกัน สีที่ย้อมแตกต่างกัน ไม่สม่ำเสมอ ความมันวาวของเส้นใยไหม ที่ออกมาเป็นผืนแล้วไม่เท่ากัน การออกแบบลวดลายผ้ายังเป็นลวดลายดั้งเดิม ผู้ผลิตรายอื่นได้เปรียบกว่าเพราะใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กราฟฟิกออกแบบและเป็นที่ต้องการของตลาด ต้นทุนการผลิตยังสูงอยู่ ไม่สม่ำเสมอ เนื่องมาจากการผลิตในจำนวนน้อย ต้นทุนต่อหน่วยยังสูงอยู่ ค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ยังไม่มีมาตรการควบคุมเหมือนกับผู้ผลิตรายใหญ่ อุปกรณ์และเครื่องมือทอมีจำกัด ไม่เพียงพอต่อการผลิต บุคลากรผู้มีฝีมือจำนวนไม่เพียงพอต่อปริมาณการผลิตที่อาจจะเพิ่มขึ้นได้ในอนาคต การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ จะทำขึ้นหลังจากการคัดเลือกและตรวจสอบคุณภาพ ความประณีตของการทอและลวดลาย ซึ่งปรากฏอยู่บนผืนผ้า กำหนดราคาที่เหมาะสมแล้วจึงนำออกจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด (promotion) ของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ จะเน้นหนักไปทางด้านความสัมพันธ์ทั้งที่ทำโดยมูลนิธิฯ และที่ได้รับพระราชทานจากสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระองค์ทรงเป็นองค์ประชาสัมพันธ์ให้ปรากฏแก่สายตาชาวโลกว่าคนไทยมีวัฒนธรรมอันสูงส่งเพียงพอด้วยการนำผลงานของมูลนิธิฯ ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ ไปจัดแสดงยังต่างประเทศอยู่เป็นประจำ ชุดฉลองพระองค์ของพระองค์ก็ทรงชุดที่ตัดเย็บจากผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ

รสสุคนธ์ อัสววิญญูเดช (2543) ศึกษาเรื่อง การตลาดผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 4 ด้าน อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย (product) ราคาของผ้าไหมไทย (price) ช่องทางการจำหน่ายผ้าไหมไทย (place) การส่งเสริมการตลาดผ้าไหมไทย (promotion) และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคผ้าไหมไทย ความถี่ในการซื้อ งบประมาณในการซื้อ แหล่งซื้อ เทศกาลที่ซื้อ กับส่วนประสมทางการตลาด รวมทั้งเพื่อศึกษาปัญหาของการตลาดของผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลจากการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยของผู้จำหน่ายให้ความสำคัญกับการคัดเลือกผ้าไหมย้อมสีที่ดีในระดับสูงมาก สำหรับระดับราคาของผ้าไหมไทยขึ้นอยู่กับต้นทุนของวัตถุดิบในระดับสูง ด้านช่องทางการจำหน่ายผ้าไหมไทยส่วนใหญ่ใช้พนักงานขาย

ลักษณะการจำหน่ายมีทั้งการขายส่ง และปลีกทำเลที่ตั้งนิยมตั้งใกล้แหล่งธุรกิจ โดยเน้น การให้ความสำคัญการตกแต่งร้าน จัดสินค้าให้เป็นสัดส่วน สะอาด และสร้างบรรยากาศ ภายในร้านในระดับสูง และด้านการส่งเสริมการตลาดผ้าไหมไทยให้ความสำคัญกับการใช้พนักงานขาย โดยการฝึกอบรมเรื่องมารยาทและบุคลิกของการให้บริการที่ดี สร้างบรรยากาศภายในร้านที่ดีจากพนักงานขายในระดับสูง

สำหรับด้านผู้บริโภคผ้าไหมไทย จากการศึกษาทำให้ทราบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเน้นซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยที่สีไม่ตกอยู่ในระดับสูง ด้านราคาผ้าไหมไทย ให้ความสำคัญต่อการมีให้เลือกหลายราคาตามคุณภาพของผ้าไหมไทยในระดับสูง ด้านช่องทางการจำหน่ายผ้าไหมไทยให้ความสำคัญต่อร้านค้าที่ไปนั้น มีการเดินทางที่สะดวก ในระดับสูงด้านเครื่องมือสื่อโฆษณาผ้าไหมไทยให้ความสำคัญกับนิตยสารในระดับสูง และให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายประเภทการลดราคา ที่มีผลต่อการจูงใจผู้ซื้อในระดับสูง

ผลจากการศึกษาในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค ผ้าไหมไทยกับส่วนประสมทางการตลาดผ้าไหมไทย ทำให้ทราบว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคผ้าไหมไทยด้านอายุและทัศนคติต่อผ้าไหมไทย มีความสัมพันธ์กับ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย ส่วนด้านอาชีพ ทัศนคติต่อผ้าไหมไทยและสถานภาพการสมรส ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับช่องทางการจำหน่ายผ้าไหมไทย ส่วนด้านเพศและ สถานภาพการสมรสของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาดผ้าไหมไทย ผลจากการศึกษาในเรื่องความถี่ในการซื้อของผู้บริโภคผ้าไหมไทย พบว่า มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาดผ้าไหมไทย ผลจากการศึกษาในเรื่องงบประมาณในการซื้อ ของผู้บริโภคผ้าไหมไทย พบว่า มีความสัมพันธ์กับราคาผ้าไหมไทย ผลจากการศึกษา แหล่งซื้อผ้าไหมไทย พบว่า มีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย ช่องทางการจำหน่าย ผ้าไหมไทย และการส่งเสริมการตลาดผ้าไหมไทย ส่วนผลจากการศึกษาในเรื่องเทศกาล ที่ซื้อผ้าไหมไทย พบว่า มีความสัมพันธ์กับช่องทางการจำหน่ายผ้าไหมไทย ที่กล่าว ข้อความในที่นี้ต่างมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญที่ .05

ผลจากการศึกษาเรื่องปัญหาการตลาดผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานครของ ผู้จำหน่ายผ้าไหมไทย ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย ส่วนใหญ่มีการลอกเลียน-

แบบสินค้าที่จำหน่ายในร้าน ปัญหาด้านราคาผ้าไหมไทยที่จำหน่ายส่วนใหญ่แพง
 ต้นทุนที่สูงทำให้ปรับราคาขายลดลงยาก ปัญหาด้านการจำหน่ายผ้าไหมไทยส่วนใหญ่
 มักมีคู่แข่งจำนวนมากในตลาดผ้าไหมไทย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดผ้าไหมไทย
 ส่วนใหญ่ คือ ต้นทุนสูงขึ้นมากกว่าในอดีต และปัญหาด้านเศรษฐกิจในปัจจุบัน คือ
 ลูกคามีกำลังซื้อลดลงอย่างมาก ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ สำหรับปัญหาการตลาด
 ผ้าไหมไทยของผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าผ้าไหมดูแลรักษายาก ทำให้ไม่เหมาะ
 ใช้ในชีวิตประจำวัน ด้านปัญหาราคาผ้าไหมไทยส่วนใหญ่ที่มีจำหน่ายในตลาดซึ่งมีราคา
 แพงเกินไป ด้านปัญหาความสะดวกของการเดินทาง/สถานที่ จำหน่ายผ้าไหมไทย
 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าร้านจำหน่ายมีน้อยเกินไป ซึ่งเวลาซื้อต้องเดินทางไปแหล่งซื้อ
 เฉพาะเจาะจงในเขตพื้นที่นั้น ด้านปัญหาการได้รับข้อมูลข่าวสาร ผู้บริโภคผ้าไหมไทย
 ส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้รับข่าวสารการตลาดผ้าไหมไทยจากร้านจำหน่าย ผ้าไหมไทยและ
 ปัญหาอื่น ๆ คือ ผ้าไหมไทยพิจารณาตรวจสอบได้ยากว่าเป็นไหมจริง หรือปลอม

ศรีสวาท ประสิทธิ์วีรเวทย์ (2543) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทน
 ทางการเงินของกิจการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปกิจการหนึ่ง พบว่า การวิเคราะห์
 ทางด้านปริมาณ โดยการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของกิจการผลิต
 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปและการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของกิจการผลิต
 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูป การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านคุณภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใน
 การลงทุนของกิจการผลิต ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยกำหนดโครงการเป็นเวลา 10 ปี และ
 ทำการวิเคราะห์ปัจจัยทางการเงิน ซึ่งประกอบด้วย การคำนวณหาค่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
 (NPV) ต่ออัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio)
 (2) อัตราดอกเบี้ย 11% ผลทางการเงิน คือมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 18,430,740 บาท
 โดยมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio)
 1.08 ปัจจัยด้านคุณภาพ ราคา การบริการ สถานที่ และการส่งเสริมการขายนั้นมีผลต่อ
 การตัดสินใจในการใช้บริการของลูกค้า ส่วนปัจจัยที่มีส่วนต่อการจัดตั้งกิจการผลิต
 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูป คือ กำไร การอนุรักษ์งานหัตถกรรม และการสร้างงาน

ประธานพร โตใหญ่ (2545) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน
 ทางการเงินของกิจการผลิตเสื้อผ้ากีฬาแห่งหนึ่งในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า

กิจการผลิตเสื้อผ้ากีฬามีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการลงทุน กล่าวคือมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) เท่ากับ 2,363,362.20 บาท อัตราส่วนผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 22.70 อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) เท่ากับ 1.12 และระยะเวลาในการคืนทุน 5 ปี 5 เดือน การวิเคราะห์ความไว้วางใจต่อการเปลี่ยนแปลงภายใต้สถานการณ์สมมุติ 3 กรณี คือ (1) เมื่อสมมุติให้ผลตอบแทนคงที่ ต้นทุนของกิจการสามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 10 เกณฑ์การตัดสินใจลงทุนยังคงยอมรับได้ คือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) เท่ากับ 447,787.76 บาท อัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 12.41 อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) เท่ากับ 1.02 (2) เมื่อสมมุติให้ต้นทุนการดำเนินงานคงที่ ผลตอบแทนสามารถลดลงได้ร้อยละ 10 เกณฑ์การตัดสินใจยังคงยอมรับได้ คือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) เท่ากับ 131,418.55 บาท อัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 10.78% อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) เท่ากับ 1.01 (3) เมื่อสมมุติให้ต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และผลตอบแทนสามารถลดลงได้ร้อยละ 3 เกณฑ์การตัดสินใจยังคงยอมรับได้ คือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) เท่ากับ 289,603.15 บาท อัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าเท่ากับร้อยละ 11.64 อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) เท่ากับ 1.01

ประธาน สินธุมา (2552) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินจากการปลูกสวนไม้ยูคาลิปตัสของเกษตรกร ในอำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ และความเป็นไปได้ในการปลูกสวนไม้ยูคาลิปตัส โดยใช้แบบสัมภาษณ์ และนำข้อมูลไปวิเคราะห์ใน 2 ลักษณะ คือการวิเคราะห์เชิงพรรณนา และวิเคราะห์เชิงปริมาณ แบ่งเป็นการวิเคราะห์ที่ไม่คำนึงถึงการปรับค่าของเวลา เป็นการคิดระยะเวลาของการคืนทุนกับการวิเคราะห์ที่คำนึงถึงการปรับค่าของเวลา โดยมีเกณฑ์การตัดสินใจ 3 วิธีคือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value--NPV) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio--BCR) และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return--IRR) และการวิเคราะห์ความไวของการลงทุนปลูกสวนไม้ยูคาลิปตัส 2 กรณีคือ กำหนดให้

ค่าใช้จ่ายผันแปรเพิ่มขึ้น กรณีที่ 2 กำหนดให้อัตราคอกเบี้ยเงินกู้ยืมของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรหรืออัตราคิดลดสูงขึ้น ผลการวิจัยมีดังนี้

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน โดยใช้อัตราคอกเบี้ยเงินกู้ยืม หรืออัตราคิดลดร้อยละ 10 มีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 50.31 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 14,020 บาทต่อปี อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (BCR) เท่ากับ 2.91 : 1 และมีระยะเวลาของการคืนทุนเท่ากับ 3 ปี 5 เดือน

การวิเคราะห์ความไวในกรณีที่ 1 กำหนดให้ค่าใช้จ่ายผันแปรเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 10 มีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 49.91 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 13,898 บาทต่อปี และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (BCR) เท่ากับ 2.86 : 1 และมีระยะเวลาของการคืนทุนเท่ากับ 3 ปี 5 เดือน และในการวิเคราะห์ความไวในกรณีที่ 2 กำหนดให้อัตราคอกเบี้ยเงินกู้ยืมของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร หรืออัตราคิดลดสูงขึ้นเป็นร้อยละ 16 ต่อปี อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 50.31 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 9,625 บาทต่อปี และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (BCR) เท่ากับ 2.42 : 1