

A FEASIBILITY STUDY ON THE INVESTMENT DECISION IN POSTAL PACKAGE STORE IN BANGKOK

Pornwan NUNTHAPHAD¹ and Donlaporn JANCHOWONG²

1 Faculty of Business Administration Kasetsart University, Thailand

2 Faculty of Business Administration Kasetsart University, Thailand; donlaporn.j@ku.th (Corresponding Author)

ARTICLE HISTORY

Received: 2 June 2023

Revised: 21 June 2023

Published: 3 July 2023

ABSTRACT

The postal packaging business has been growing significantly since 2019 during the COVID-19 outbreak. The growth of postal packaging coincides with the growth of online sales. The objective of this research was to study A Feasibility Study on the Investment Decision in Postal Package Store in Bangkok. The study analyzes market feasibility, technical and financial aspects, including the payback period, discounted payback period, and net present value rate of return. The study found that it is worthwhile for investment decisions; 1) in the case of using all personal funds, the payback period is 6 months 16 days, the discounted payback period is 7 months 16 days, the internal rate of return is 173% and the net present value is 1,144,609 baht. 2) in the case of using loan funds to personal funds at proportion of 60 and 40 percent, the payback period is 6 months 25 days, the reduced payback period is 7 months 27 days, the internal rate of return is 164% and the net present value is 1,065,165 baht.

Keywords: Investment Decision, Feasibility study, Postal Packaging

CITATION INFORMATION: Nunthaphad, P., & Janchowong D. (2023). A Feasibility Study on the Investment Decision in Postal Package Store in Bangkok. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 45

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจร้านค้าบรรจุภัณฑ์ไปรษณีย์ ในกรุงเทพมหานคร

พรวรรณ นันทแพทย์¹ และ ดลพร จันทนโชติวงศ์²

1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2 บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์; donlaporn.j@ku.th (ผู้ประพันธ์บทความ)

บทคัดย่อ

ธุรกิจบรรจุภัณฑ์ไปรษณีย์มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างมากตั้งแต่ปี พ.ศ.2562 ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งการเติบโตของบรรจุภัณฑ์ไปรษณีย์สอดคล้องกับการเติบโตของการขายออนไลน์ การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจร้านค้าบรรจุภัณฑ์ไปรษณีย์ในกรุงเทพมหานคร

เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน รวมถึงเรื่องระยะเวลาในการคืนทุน ระยะเวลาคืนทุนคิดลด มูลค่าเงินปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน ผลการศึกษาพบว่าค่าต่อการตัดสินใจลงทุน 1) ในกรณีที่ใช้ทุนส่วนตัวทั้งหมด ระยะเวลาคืนทุนคือ 6 เดือน 16 วัน ระยะเวลาคืนทุนคิดลด 7 เดือน 16 วัน อัตราผลตอบแทนภายในโครงการคือ 173% และมูลค่าเงินปัจจุบันสุทธิคือ 1,144,609 บาท 2) ในกรณีที่ใช้เงินทุนกู้ยืมต่อทุนส่วนตัวในอัตราส่วน 60: 40 ระยะเวลาในการคืนทุนคือ 6 เดือน 25 วัน ระยะเวลาคืนทุนลดคือ 7 เดือน 27 วัน อัตราผลตอบแทนภายในคือ 164% และมูลค่าเงินปัจจุบันสุทธิคือ 1,065,165 บาท

คำสำคัญ: การตัดสินใจลงทุน, การศึกษาความเป็นไปได้, บรรจุภัณฑ์ไปรษณีย์

ข้อมูลอ้างอิง: พรวรรณ นันทแพทย์ และ ดลพร จันทนโชติวงศ์. (2566). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจร้านค้าบรรจุภัณฑ์ไปรษณีย์ในกรุงเทพมหานคร. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 45

บทนำ

ธุรกิจ e-commerce ในปัจจุบันมีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารที่ดีขึ้น และในช่วงปี พ.ศ.2562 ถึงปี พ.ศ. 2565 ที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมาใช้ e-Commerce เพิ่มมากขึ้น สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2564) เผยการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป มีการใช้ e-Commerce ทำให้การดำเนินชีวิตแบบ New Normal ผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ผ่าน Social Media หรือ แพลตฟอร์ม และการใช้ตลาดแบบดิจิทัล เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2564) ได้แสดงให้เห็นมูลค่า e-Commerce ที่คาดว่าจะเติบโตตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ.2562 ถึงปี พ.ศ.2566 มีแนวโน้มการเติบโตสูงขึ้นจากการสำรวจ ผู้ใช้บริการด้าน Digital Solution ในปี พ.ศ.2564 ถึงปี พ.ศ.2565 เผยความต้องการการซื้อสินค้าออนไลน์แทนการซื้อจากร้านค้าปลีกของผู้บริโภคเอเชีย 43% ของผู้บริโภคเอเชียทั้งหมด โดยผลสำรวจพบว่าอันดับหนึ่งคือ จีน อินเดีย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และไทยตามลำดับเนื่องจากมีความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์เป็นอย่างมากจึงทำให้มีอัตราการเปิดใหม่ของร้านค้าปลีกขายสินค้าออนไลน์สูงเช่นเดียวกับทวีปแอฟริกาธุรกิจของ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2564) เผยบทวิเคราะห์ธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ตว่าธุรกิจค้าปลีกเพิ่มสูงขึ้นจากปี พ.ศ.2463 เนื่องจากธุรกิจ e-Commerce มีการเติบโตที่สูงและผู้ประกอบการปรับตัว เปิดช่องทางการขายทางอินเทอร์เน็ต เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแบบ New Normal ธุรกิจบรรจภัณฑ์ไปรษณีย์ก็เติบโตขึ้นด้วย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2563) เผยรายได้รวมของธุรกิจกล่องกระดาษและบรรจภัณฑ์กระดาษมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปริมาณการใช้กล่องกระดาษลูกฟูกเพื่อการส่งไปรษณีย์มีความสอดคล้องกับสถิติทางการค้าของ e-Commerce ในประเทศไทยที่มีการเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 เป็นร้อยละ 6.91 และมูลค่าการจำหน่ายกล่องกระดาษลูกฟูกที่เพิ่มขึ้นจากปี 2561 เป็นร้อยละ 1.03 ซึ่งมีความสอดคล้องการเติบโตไปในทิศทางเดียวกัน

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเห็นโอกาสในการลงทุนและมีความสนใจในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนและพัฒนาธุรกิจค้าปลีกบรรจภัณฑ์ไปรษณีย์ในเขตกรุงเทพ ซึ่งเป็นพื้นที่ ที่มีร้านค้าปลีกทางอินเทอร์เน็ตสูงที่สุด โดยการตัดสินใจในการลงทุนจะใช้การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาในการพัฒนาหรือการลงทุนธุรกิจค้าปลีกบรรจภัณฑ์ไปรษณีย์ในอนาคต โดยการศึกษามีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะธุรกิจค้าปลีกบรรจภัณฑ์ไปรษณีย์ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงินในการลงทุนธุรกิจค้าปลีกบรรจภัณฑ์ไปรษณีย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

สุรศักดิ์ นานานุกูล (2539) ได้กล่าวว่า การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนคือ การเตรียมการในการบริหารธุรกิจที่ดี โอกาสที่จะประสบความสำเร็จนั้นก็จะมีความมากขึ้นเช่นเดียวกัน การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด (Marketing feasibility study) เพื่อประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดก่อนที่จะเริ่มดำเนินการธุรกิจนั้นๆ พิจารณาถึงความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ในอนาคต ลูกค้านำหมาย การแข่งขันและคู่แข่ง ข้อได้เปรียบ การประเมินภาพรวมเพื่อประเมินโอกาส และข้อจำกัดของการดำเนินงานธุรกิจใหม่ในการพิจารณาว่ามีความเหมาะสมในการลงทุนประกอบไปด้วย 1) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis) เพื่อทราบถึงคุณสมบัติโดยรวมของธุรกิจเพื่อทำให้เกิดการวางแผนกลยุทธ์ตลอดจนการพัฒนา ทำให้สามารถรับมือกับสภาพแวดล้อมภายนอกของตลาด รวมถึงการจัดการที่ดีในระบบภายในให้มีประสิทธิภาพเป็นการวิเคราะห์ที่จำเป็นในการพัฒนาธุรกิจ การกำหนดจุดแข็งขององค์กร จุดอ่อนขององค์กร โอกาสสภาพแวดล้อมภายนอก และอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการเปรียบเทียบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคเพื่อช่วยให้ผู้บริหารการกำหนดกลยุทธ์ (Bateman and Snell, 1999)

2) การวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five force Model of Industry competition) การวิเคราะห์ว่าธุรกิจที่ต้องการลงทุนสามารถแข่งขันในตลาดเดิมที่มีอยู่ก่อนแล้วได้หรือไม่ เพื่อประกอบตัดสินใจในการลงทุนโดยนำโมเดลการวิเคราะห์ผลกระทบจากแรงกดดัน 5 ประการ จะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพิจารณาเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมและสามารถป้องกันตัวเองได้ในอุตสาหกรรม (Michael Porter, 1980) 3) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 4Ps) การทราบถึงความต้องการของผู้บริโภค และมีเป้าหมายลูกค้าที่ชัดเจนเพื่อวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าในกลุ่มนั้นๆ ผู้ประกอบการจึงควรมีการวางแผนในส่วนประสมการตลาด เพื่อเป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย โดยส่วนประสมทางการตลาดหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่าง ที่สามารถสร้างอิทธิพลโน้มน้าวให้ความต้องการของสินค้านั้นๆ (Kotler and Armstrong, 2016) ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่ายหรือสถานที่ และการส่งเสริมทางการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค (Technical feasibility) ประสิทธิ์ ดงยั้งศิริ (2457) กล่าวเป็นการศึกษาว่าโครงการมีการออกแบบ โดยคิดเปรียบเทียบทางเลือกของเทคนิคการผลิตไว้อย่างรอบคอบทั้งในเรื่องเทคโนโลยี ความประหยัด ความเหมาะสมในการใช้งาน มีศึกษาทำเลที่ตั้งโดยคำนึงถึงแหล่งวัตถุดิบและตลาดสินค้า รวมไปถึงการเก็บรักษาสินค้า และการขนย้ายที่เหมาะสม ทั้งในส่วนทำเลที่ตั้ง เทคโนโลยี เครื่องจักร อุปกรณ์ การก่อสร้าง และการจัดการ เพื่อให้เป็นการลงทุนด้วยเงินทุนที่ประหยัด และต้นทุนในการผลิตที่ต่ำที่สุด และการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน (Financial feasibility) การตัดสินใจการลงทุนของผู้ประกอบการ ต้องพิจารณาถึงผลตอบแทนที่จะได้รับ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการลงทุนธุรกิจ ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเครื่องมือในการวิเคราะห์และประเมินโครงการเพื่อมาประกอบในการตัดสินใจของการลงทุน อัญชลี พิพัฒน์เสริญ (2549) การตัดสินใจในการลงทุนเป็นวางแผนระยะยาวของโครงการ โดยที่จะสรุปกิจกรรมด้านต่างๆ เป็นกระแสเงินสด การประมาณการเงินสดเข้าออกของโครงการ โดยมีวิธีการประเมินคือ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) ระยะเวลาคืนทุนคิดลด (Discounted Payback Period: DPB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) และอัตราผลตอบแทนภายใน (The Internal Rate of Return: IRR) จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ยังไม่มีการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจร้านค้าบรรจุกัญชาไปรษณีย์ การศึกษาในครั้งนี้จะการศึกษาความเป็นไปด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงินของธุรกิจค้าปลีกบรรจุกัญชาไปรษณีย์ และการคำนวณอัตราคิดลดเพื่อใช้ในการคำนวณเครื่องมือทางการเงิน ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ที่ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจะเป็นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีอายุโครงการมากกว่า 10 ปี ผู้ศึกษาจึงศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของโครงการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และความเป็นไปได้ในการลงทุนขนาดเล็กที่มีอายุโครงการ 5 ปีด้วย ซึ่งมีรายละเอียดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ทำการศึกษาดังนี้

ชัยทัตน์ พุทธเดช (2564) ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนสร้างอาคารสำนักงานให้เช่าในรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนด้านการเงินประกอบด้วยมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) ระยะเวลาคืนทุน (PB) และ การคำนวณดัชนีผลกำไร (PI) โดยเครื่องมือการวิเคราะห์สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ยศศักดิ์ปราชญ์ เหม็งตระกูล (2563) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านนึ่งต้ม บริเวณถนนสุขุมวิท 77 เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ ตรีทเศศ กิ่งสุวรรณวงศ์ (2564) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนระบบไฟฟ้าสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างกับงานวิจัยความเป็นไปได้ในการลงทุนอื่นๆ ที่ไม่มีการคำนวณดัชนีผลกำไร (PI) ได้แก่งานวิจัยของ ศิวานันท์ นิตวีระศักดิ์ (2563) การศึกษาลงทุนธุรกิจชกอบริดเมืองเชียงใหม่ และ นรินทร์กานต์ ประเสริฐคงแก้ว (2558) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนปลูกสตอร์เบอร์รี่ปลอดสารเคมี ในจังหวัดเชียงราย สอดคล้องกับ วชิร ต๊ะเชตต์ (2560) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจฟาร์มโคเนื้อจังหวัดพะเยา

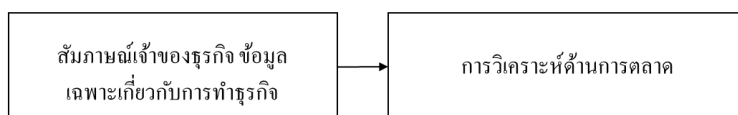
การประมาณการอัตราคิดลดเพื่อใช้คำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ระยะเวลาคืนทุนคิดลด (DPB) พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ใช้ค่าประมาณการอัตราคิดลดเป็น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่ธนาคารพาณิชย์ปล่อยกู้เฉลี่ยในช่วงระยะเวลาทำการศึกษาดังงานวิจัยของ กนกพล จันทะรักษา (2558), ศิริพร น้อยน้ำเที่ยง (2564) และศิวานันท์ นิตวีระศักดิ์

(2563) นอกจากค่าประมาณอัตราคิดลดงานวิจัยอื่นๆ ที่ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เฉลี่ยแล้วนั้น ยังมีการประมาณการโดยใช้สูตรคำนวณ Weighted Average Cost of Capital ได้แก่ การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนสร้างอาคารสำนักงานให้เช่าในรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานครของ ชัยทัศน์ พุทธเดช (2564) โดยงานวิจัยดังกล่าวได้ประมาณ คีแบ่งสัดส่วนเงินทุนดังนี้เงินกู้ระยะยาวร้อยละ 55 และส่วนของเจ้าของร้อยละ 45 ประกอบด้วย ผลตอบแทนคาดหวังของเจ้าของคำนวณจากดัชนีธุรกิจอุตสาหกรรมเปรียบเทียบกับดัชนีตลาดหุ้นในประเทศไทย ส่วนต้นทุนในการกู้ยืมจาก อัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารพาณิชย์เรียกเก็บจากลูกค้ารายย่อยชั้นดี ทั้งนี้ผู้ศึกษาจึงได้เลือกใช้แนวคิดการประมาณการคิดลดจากงานวิจัยของ ชัยทัศน์ พุทธเดช (2564) ซึ่งต้องพิจารณาการคำนวณหาค่า Weighted Average Cost of Capital และเครื่องมือการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินจากงานวิจัยความเป็นไปได้ในการลงทุนอื่นๆ คือ ระยะเวลาคืนทุน ระยะเวลาคืนทุนคิดลด มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และ อัตราผลตอบแทนภายใน การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด และด้านเทคนิคจากการศึกษางานวิจัยอื่นในเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุน

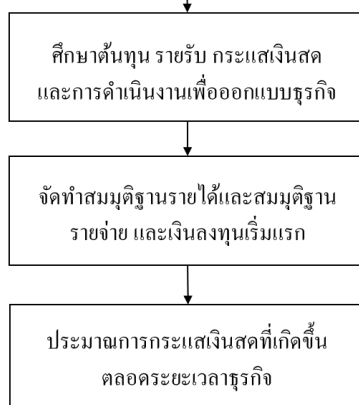
กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการศึกษาพบว่างานวิจัยดังกล่าวเป็นการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการลงทุน ในด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการเงิน โดยมีการเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นข้อมูลในรูปแบบปฐมภูมิในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกบรรจภัณฑ์ไปรษณีย์ และข้อมูลแบบทุติยภูมิมาใช้ในการวิเคราะห์ผ่านเครื่องมือทางการตลาด การบริหาร และด้านการเงิน มาใช้ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน โดยมีกรอบแนวคิดและขั้นตอนดังนี้

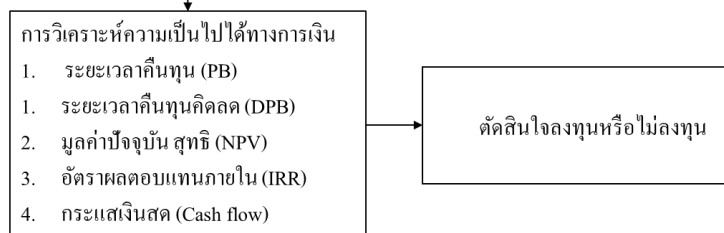
ขั้นตอนที่ 1



ขั้นตอนที่ 2



ขั้นตอนที่ 3



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจปลีกโปรเซสในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาโดยวิธีแบบผสม (Mixed method) ประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกบรรจุภัณฑ์โปรเซส และ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลลักษณะทั่วไปเพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจ โดยจะนำข้อมูลเหล่านี้มาประกอบในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนด้านการตลาด ด้านการเทคนิค และด้านการเงิน โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้การเก็บรวบรวมข้อมูล 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์ จะทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการสอบถามข้อมูล ในด้านต้นทุน ด้านบริหารจัดการ เงินทุนในการลงทุน จากผู้ประกอบการที่ดำเนินการค้าปลีกธุรกิจบรรจุภัณฑ์โปรเซสหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ราย 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่ได้มาจากการรวบรวมเอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ รายงานเอกสารต่างๆ และการค้นคว้าจากเว็บไซต์ โดยจะเก็บข้อมูลลักษณะทั่วไปในการประกอบธุรกิจ เช่น สภาวะเศรษฐกิจ แนวโน้ม เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง และต้นทุนเครื่องใช้สำนักงาน ต้นทุนค่าเช่า นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน วิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด และด้านเทคนิค โดยการกำหนดกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ เจ้าของร้านธุรกิจขายบรรจุภัณฑ์ในเขตกรุงเทพ 3 ราย แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) แบบสัมภาษณ์ประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามการดำเนินการขาย ส่วนที่ 2 คำถามการดำเนินการจัดการ ส่วนที่ 3 คำถามการดำเนินงานด้านการเงิน และส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอนะจากการดำเนินงาน แล้วจัดทำประมาณการกระแสเงินสด และวิเคราะห์ความเป็นได้ทางการเงินโดยมีเกณฑ์ในการตัดสินใจดังนี้ ระยะเวลาคืนทุน (PB) ระยะเวลาคืนทุนคิดลด (DPB) ถ้าผลมากกว่าระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการคือตัดสินใจลงทุน การพิจารณามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ผลมากกว่า 0 คือ ตัดสินใจลงทุน และ พิจารณาผลตอบแทนภายใน (IRR) ผลมากกว่าอัตราคิดลดหรือต้นทุนของเงินต้นคือตัดสินใจลงทุน

ผลการวิจัย

- 1) ทางด้านการตลาด ในด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมพบว่า ภัยคุกคามที่มีผลต่อธุรกิจในระดับสูงคืออุปสรรคจากคู่แข่งใหม่ที่เข้ามาใหม่ในตลาด และอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตภัยคุกคามที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน และภัยคุกคามที่อยู่ในระดับต่ำ คือ อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต และอุปสรรคจากคู่แข่งใหม่ที่เข้ามาใหม่ในตลาด คือ ระดับสูง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค ด้านสภาพแวดล้อมภายในขนาดของร้านค้าไม่มีสาระสำคัญและที่จอตระกูลเป็นสิ่งสำคัญของธุรกิจ การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีคุณภาพที่ดีแม้ราคาต้นทุนอาจจะสูงและสินค้าควรมีเพียงพอเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย การทำส่วนลดเพื่อเร่งการขายสามารถเพิ่มยอดขายและลูกค้ารายใหม่ได้ และพบว่า ทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญกับรายได้เป็นอย่างมาก
- 2) ทางด้านการเทคนิค จากการศึกษาพบว่า ทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญและการมีพื้นที่จอตระกูลลูกค้า ส่วนขนาดพื้นที่ร้านไม่เป็นสาระสำคัญ ทำให้ผู้ศึกษาเลือกสถานที่จำลองโครงการติดถนนใหญ่ได้แก่ ถนนเพชรเกษมเป็นถนนสายหลักที่คนเดินทางผ่านจำนวนมาก อยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้กับโรงพยาบาล มีที่จอตระกูลลูกค้าสามารถใช้บริการได้ และในรัศมี 1 กิโลเมตร ไม่มีธุรกิจค้าปลีกบรรจุภัณฑ์โปรเซสด้านอาคารที่จะทำการเช่าของแบบจำลองไม่จำเป็นต้องปรับปรุงสถานที่สามารถใช้สถานที่ดังกล่าวได้เลย การบริหารเกี่ยวกับยอดขายและสินค้าคงคลัง ใช้ระบบ POS ที่สามารถสรุปยอดขายประจำวัน ประจำเดือน ประจำปีได้ มีระบบการควบคุม ราคาสินค้าคงคลัง และสรุปกำไรเบื้องต้นได้ จึงทำให้ผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบยอดขายได้สะดวก และยังสามารถป้องกันการทุจริตได้
- 3) ทางด้านการเงินผู้ศึกษาได้ทำการเปรียบเทียบแหล่งเงินทุนออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ กรณีใช้เงินกู้เพื่อมาลงทุนต่อทุนส่วนตัวในอัตราส่วนที่ 60: 40 และกรณีใช้ทุนส่วนตัวทั้งหมด โดยใช้อัตราต้นทุนเงินถัวเฉลี่ย (Weighted Average Cost of Capital: WACC) มาคิดอัตราคิดลดดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแหล่งของเงินทุนและการจัดสรรเงินทุน

รายการ	กรณีกู้ยืมเงินมาทำธุรกิจร้อยละ 60	ใช้เงินทุนส่วนตัวในการลงทุนทั้งหมด
รวมสินทรัพย์และอุปกรณ์	47,000	47,000
ค่าต้นทุนสินค้า	100,000	100,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆในการดำเนินงาน	55,100	55,100
รวมเงินสดหมุนเวียน	25,000	25,000
ค่าเช่าสถานที่ทำธุรกิจ	25,400	25,400
เงินลงทุนส่วนตัวของเจ้าของ	100,000	252,500
เงินกู้สถาบัน	152,500	0
รวม	252,500	252,500
อัตราส่วนเงินทุน W_e	40%	100%
อัตราส่วนเงินกู้ W_d	60%	0%

ต้นทุนในการกู้ยืม R_D จะกำหนดให้เท่ากับอัตราเงินกู้ยืมในท้องตลาดสำหรับธุรกิจรายย่อย SME พบว่าส่วนใหญ่ใช้อัตราดอกเบี้ย $MRR+$ (0-6.75%) โดยขึ้นอยู่กับหลักประกัน ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดแบบไม่มีหลักประกัน โดยจากการสำรวจอัตราดอกเบี้ย MRR เท่ากับร้อยละ 6.85 ณ วันที่ 13 เมษายน 2566 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566) R_D จึงทำร้อยละ 13.6

ผลตอบแทนคาดหวังของเจ้าของ R_E จะใช้แบบจำลองการกำหนดราคาทรัพย์สินฝ่ายทุน (Capital Asset Pricing Model: CAPM) โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้ $R_E = R_F + (\text{Equity Risk Premiums}) \beta$

R_F = อัตราผลตอบแทนที่ปราศจากความเสี่ยง ซึ่งจะกำหนดให้เท่ากับอัตราดอกเบี้ยพันธบัตรรัฐบาลไทยอายุ 5 ปี เท่ากับร้อยละ 1.766845

Equity Risk Premiums มีค่าร้อยละ 8.70 ข้อมูลเดือน มกราคม พ.ศ.2566 โดยอ้างอิงจากงานวิจัย ของ (Aswath Damodaran, 2566)

β = ค่าเบต้าของหมวดธุรกิจบรรจุภัณฑ์ โดยจะใช้การประมาณค่าถดถอย (Regression) ใช้ตัวแปรต้นอัตราผลตอบแทนของกลุ่มตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตัวแปรตามเป็นอัตราผลตอบแทนของดัชนีบรรจุภัณฑ์ โดยใช้ข้อมูลรายเดือนตั้งแต่ เมษายน พ.ศ.2561 ถึง มิถุนายน พ.ศ.2566 ให้ค่าเบต้าเท่า 0.984 ดังนี้

ตารางที่ 2 การประเมินค่าเบต้าของกลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

Standard				
	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value
Intercept	0.000163193	0.006958037	0.02345394	0.98136868
Slope-Beta	0.983866923	0.125703776	7.82686847	1.1953E-10

การคำนวณอัตราเงินทุนถัวเฉลี่ยที่มีที่มาแหล่งเงินทุนที่แตกต่างกัน

ใช้เงินทุนส่วนตัวทั้งหมด เนื่องจากเป็นการลงทุนด้วยทุนส่วนตัวของเจ้าของทั้งหมด จึงไม่มีการคิดค่า WACC = 10.3% และเนื่องจากต้องพิจารณาความเสี่ยงเพิ่มขึ้น (Risk Equity risk premium) ประมาณร้อยละ 5 จากการที่กิจการไม่ได้เป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และไม่มีตลาดรองในการซื้อขายหุ้นโดยอัตราคิดลดที่คำนวณได้จาก WACC ข้างต้นจะเพิ่มเป็น 15.3%

ใช้อัตราส่วนกู้เงินร้อยละ 60 และทุนส่วนตัวร้อยละ 40 WACC = 10.64% และเนื่องจากต้องพิจารณาความเสี่ยงเพิ่มขึ้น (Risk Equity risk premium) ประมาณร้อยละ 5 จากการที่กิจการไม่ได้เป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และไม่มีตลาดรองในการซื้อขายหุ้นโดยอัตราคิดลดที่คำนวณได้จาก WACC ข้างต้นจะเพิ่มเป็น 15.64%

จากการวิเคราะห์ความคุ้มค่าเท่ากันเงินได้ข้อสรุป ดังนี้ ในกรณีใช้เงินทุนส่วนตัวทั้งหมดมีระยะเวลาคืนทุนที่ 6 เดือน 16 วัน ระยะเวลาคืนทุนคิดลดอยู่ที่ 7 เดือน 16 วัน อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 173 และ มูลค่าสุทธิของโครงการเท่ากับ 1,144,609 บาท และผลการวิเคราะห์สำหรับกรณีใช้เงินทุนเงินกู้ต่อเงินทุนส่วนตัวที่ 60: 40 มีระยะเวลาคืนทุนที่ 6 เดือน 25 วัน ระยะเวลาคืนทุนคิดลดอยู่ที่ 7 เดือน 27 วัน อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 164 และ มูลค่าสุทธิของโครงการเท่ากับ 1,065,165 บาท

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ทางด้านการตลาดพบว่าธุรกิจยังคงน่าลงทุน แม้จะมีการแข่งขันสูงและมีความเสี่ยงคืออุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ในตลาดสูงเนื่องจากเป็นธุรกิจที่ลอกเลียนแบบได้ง่าย แต่จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค พบว่า ปัจจัยหลักขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง การเลือกทำเล ด้านสินค้า และบริการให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ควรมีคุณภาพที่ดีแม้ราคาต้นทุนอาจจะสูง สินค้าต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป้าหมายได้ การทำส่วนลดทางการค้าสามารถเพิ่มยอดขายและสร้างลูกค้ารายใหม่ได้ และทำเลที่ตั้งต้องมีความเหมาะสมอยู่ในแหล่งกลุ่มเป้าหมาย

ด้านเทคนิค พบว่า การออกแบบทำเลที่ตั้งต้องอยู่ใกล้แหล่งชุมชนและกลุ่มเป้าหมาย สถานที่มีความสะดวกลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย โดยผู้วิจัยเลือกทำเลที่ตั้งติดถนนใหญ่สังเกตได้ง่าย อยู่ในแหล่งชุมชน มีที่จอดรถบริการลูกค้า และในรัศมี 1 กิโลเมตรไม่มีธุรกิจค้าปลีกประเภทเดียวกันไปรษณีย์ มีค่าเช่าอยู่ที่ 25,000 บาท/เดือน โดยแรกเริ่มต้องจ่าย 3 เดือน

พนักงาน: ประกอบด้วย 2 ตำแหน่ง คือ คนงานอัตราค่าจ้าง 15,000 บาท/เดือน สำหรับมายกของ เฝาร้าน บริการลูกค้า และผู้ประกอบการโดยหน้าที่หลักคือการบริหารตรวจสอบยอดขายและสินค้าคงคลัง ใช้ระบบ POS ที่สามารถสรุปยอดขายประจำวันเพื่อให้สามารถติดตามยอดขายในแต่ละวัน และเก็บข้อมูลเป็นรายเดือนสรุปกำไรขาดทุนได้

ด้านภาษี: ผู้ศึกษาจะจดทะเบียนพาณิชย์และเสียภาษีในนามบุคคลธรรมดา ในส่วนค่าใช้จ่ายในการคิดภาษีจะใช้แบบเหมาจ่ายตามกฎหมายในอัตราร้อยละ 60 ของยอดขายมาคำนวณ ภาษีที่ต้องจ่าย

ด้านการเงิน: พบว่า การลงทุนเริ่มอยู่ที่ 252,500 บาท ประมาณการยอดขายต่อเดือน 170,000 บาท (2,040,000 บาท ต่อปี) ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ต่อปี ประมาณการต้นทุนสินค้าคิดเป็นร้อยละ 50 ของยอดขาย โดยได้จัดทำกระแสเงินสดของโครงการ และมาคำนวณได้ผลดังนี้ระยะเวลาคืนทุน (PB) สำหรับใช้เงินทุนส่วนตัวทั้งหมดอยู่ที่ 6 เดือน 16 วัน และสำหรับใช้เงินกู้ยืมต่อเงินทุนส่วนตัวที่ 60: 40 มีระยะเวลาคืนทุนที่ 6 เดือน 25 วัน ระยะเวลาคืนทุนคิดลด(DPB) สำหรับการให้เงินทุนส่วนตัวอยู่ที่ 7 เดือน 16 วัน และสำหรับใช้เงินกู้ยืมต่อเงินทุนส่วนตัวที่ 60: 40 อยู่ที่ 7 เดือน 27 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) สำหรับการให้เงินทุนส่วนตัวมีค่าเป็นบวกคือ 1,144,609 บาท และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) สำหรับใช้เงินกู้ยืมต่อเงินทุนส่วนตัวที่ 60: 40 มีค่าเป็นบวก คือ 1,065,165 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการสำหรับใช้เงินทุนส่วนตัวร้อยละ 173 และสำหรับใช้เงินกู้ยืมต่อเงินทุนส่วนตัวที่ 60: 40 เท่ากับร้อยละ 164 โครงการธุรกิจบรรจุกฎหมายไปรษณีย์จึงน่าลงทุน สรุป ธุรกิจบรรจุกฎหมายไปรษณีย์คุ้มค่าการลงทุน จากเครื่องมือตัวชี้วัดทาง

การเงินและเงินลงทุนเริ่มแรกที่ต่ำ สินค้าเก็บรักษาสภาพให้พร้อมขายได้โดยง่ายและมีต้นทุนที่ต่ำ แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจัยในการขายส่วนที่เป็นสาระสำคัญที่สุด คือ ทำเลที่ตั้ง

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจร้านค้าบรรจุกินที่ไปรษณีย์ในกรุงเทพมหานคร พบว่านำลงทุนโดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในพื้นที่อื่นๆอาจมีผลตอบแทนที่แตกต่างกัน โดยปัจจัยสำคัญคือทำเลที่ตั้งซึ่งผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้ ข้อเสนอแนะที่หนึ่งคือการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะในพื้นที่หนึ่งของกรุงเทพมหานครเท่านั้นผู้ลงทุนที่สนใจควรศึกษาทำเลที่ตั้ง คู่แข่งทางการค้าให้ดีเสียก่อนการตัดสินใจลงทุน ข้อเสนอแนะที่สองคือการศึกษาในครั้งนี้เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ไม่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ การอ้างอิงข้อมูลต่างๆจึงจำเป็นต้องพิจารณาเพิ่มค่าความเสี่ยงของโครงการเพื่อให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุดโดยผู้สนใจสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาและวิธีการในการประมาณการไปใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจในการลงทุนประเภทอื่นๆ หรือเพื่อประกอบการพิจารณาในการประมาณการค่าต่างๆที่เกี่ยวข้องได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ด้านการตลาด แม้ธุรกิจบรรจุกินที่ไปรษณีย์จะมีความน่าสนใจในการลงทุน เนื่องจากแนวโน้มของการซื้อขายออนไลน์สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่การในปัจจุบันคนทำธุรกิจค้าปลีกบรรจุกินที่ไปรษณีย์มีอยู่จำนวนมาก การหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมอยู่ในกลุ่มเป้าหมาย และไม่มีคู่แข่งในบริเวณใกล้เคียงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำในธุรกิจสามารถสร้างผลตอบแทนได้อย่างมาก และข้อเสนอแนะข้อที่สองสำหรับด้านการเงิน คือการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจค้าปลีกบรรจุกินที่ไปรษณีย์ เป็นการศึกษาแค่ในพื้นที่หนึ่งของกรุงเทพมหานครเท่านั้นในพื้นที่อื่นๆยอดขายอาจมากกว่าหรือน้อยกว่าซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจต่อการลงทุน

เอกสารอ้างอิง

- กนกพล จันทะรักษา. (2558). การศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนแหล่งท่องเที่ยววันทนาการทางน้ำครบวงจรที่ มนุษย์สร้างขึ้น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). บทวิเคราะห์ธุรกิจ: ธุรกิจกล่องกระดาษและบรรจุภัณฑ์กระดาษ. สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2563/T26/T26_202011.pdf, 29 ตุลาคม 2565.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2564). บทวิเคราะห์ธุรกิจ: ธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต (e-Commerce). สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2564/T26/T26_202107.pdf, 29 ตุลาคม 2565.
- คอตเลอร์, ฟิลลิป. (2545). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ชัยรัตน์ พุทธเดช. (2563). การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนสร้างอาคารสำนักงานให้เช่าในรูปแบบการทำงานยืดหยุ่นย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการเงินประยุกต์. ภาควิชาการเงิน. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ยศศักดิ์ปราชญ์ เหมิงตระกูล. (2563). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านนั่งดื่ม บริเวณถนนสุขุมวิท 77 เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศูนย์วิเคราะห์ข้อมูล สายยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2564). e-Commerce ไทยยุคหลัง Covid-19.). สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/getattachment/1601aea8-41bf-4cbb-8aca-a2b8d0f9f63f/Perspective-on-Future-of-e-Commerce-How-e-Commerce.aspx>, 29 ตุลาคม 2565.
- ศิริพร น้อยน้ำเที่ยง. (2562). ความเป็นไปได้ในการเปิดร้านอาหารเวียดนามในจังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการธุรกิจโลก มหาวิทยาลัยบูรพา.

ศิวานันท์ นิตวีระศักดิ์. (2563). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจวักอบรีดในอำเภอเมืองเชียงใหม่. ปรินญา
นิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อัญชลี พิพัฒน์เสริญ. (2549). การวิเคราะห์การตัดสินใจจ่ายลงทุน. วารสารวิชาชีพบัญชี, 2(4), 49-56.

Aswath D. (2023). Equity Risk Premiums (ERP): *Determinants, Estimation, and Implications-The 2022 Edition*.
(SSRN.4066060). Doctoral dissertation, New York University-Stern School of Business. Social Science
Research Network.

Kotler, K.L. (2016). *Marketing Management: Understanding Marketing Management*. (15th ed.). Kendallville:
Pearson Education International.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by
the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial
or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily
represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any
product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed
or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2023 by the authors. This is a fully open-access article distributed
under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International
(CC BY-NC-ND 4.0).