

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจห้องเช่าสำหรับการกวาดวิชา ตำบลวัดเกต อำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้นำแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

#### แนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ คือ การศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด ทั้งในขอบเขตกว้างและในขอบเขตที่มีรายละเอียดลึกกลงไป โครงการอุตสาหกรรมโดยทั่วไป จะมีกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม คือ กิจกรรมด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ผลของกิจกรรมดังกล่าวจะสรุปหรือสะท้อนออกมาให้เห็นในรูปแบบของงบการเงินล่วงหน้า (Pro Forma Financial Statement) โดยพิจารณาที่ผลตอบแทนจากการลงทุนและความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (ชัยยศ สันติวงษ์, 2536: 37)

#### 1. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ความเป็นไปได้ทางการตลาดมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สภาพตลาด โดยวิเคราะห์จากจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และใช้แนวคิดการวิเคราะห์การแข่งขัน โดยใช้แบบจำลองแรงกดดัน 5 ประการ ของ Michael E. Porter (Harvard Business Review, 2551: ออนไลน์) โดยแบบจำลองแรงกดดันทั้ง 5 ประการ เป็นการวิเคราะห์ถึงโอกาสและความเสี่ยงของอุตสาหกรรมนั้นๆ

1. ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ (Threat of New Entrants)
2. ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Existing Competitors)

3. ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products or Services)
4. อำนาจต่อรองของผู้ใช้บริการ (Bargaining Power of Buyers)
5. อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)

นอกจากนี้การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดยังได้นำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดมาประกอบการวิเคราะห์ ในปัจจุบันส่วนประสมการตลาดที่รู้จักกันในชื่อ 4Ps ไม่เหมาะสมที่จะใช้กับการบริการซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้าโดยทั่วไป Zeithaml and Bitner ได้เสนอแนวคิดใหม่เรื่องส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการโดยเฉพาะ ประกอบด้วย ส่วนประสมการตลาดดั้งเดิม ได้แก่ Product Price Place และ Promotion รวมกับองค์ประกอบอีก 3 ส่วน คือ People Process และ Physical Evidence ดังนี้ (ธีรฤติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2552)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่ผู้ขายส่งมอบให้แก่ลูกค้าอาจเป็นสิ่งที่มีความหมายหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงนิยามใช้กันในความหมายอย่างกว้าง เพื่อสื่อความหมายถึงผลิตภัณฑ์ 2 ประเภท คือ สินค้าและบริการ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

1.1 ผลประโยชน์หลัก (Core Benefit) หมายถึง บริการพื้นฐานที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริงจากการซื้อผลิตภัณฑ์

1.2 ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Basic Product) เป็นสิ่งที่นักการตลาดสร้างขึ้น โดยเปลี่ยนผลประโยชน์หลักเป็นรูปธรรมเพื่อนำเสนอและตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้

1.3 ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) คือ สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะต้องได้รับเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์

1.4 ผลิตภัณฑ์เสริม (Augmented Product) คือ สิ่งที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผู้ขายรายอื่นๆ เป็นการเพิ่มคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่เหนือกว่า ซึ่งลูกค้าไม่คาดหวังว่าจะได้รับ

1.5 ผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปได้ (Potential Product) หมายถึง คุณประโยชน์หรือคุณค่าเพิ่มทั้งหมดที่เพิ่มเติมเข้าไปในผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความพอใจของลูกค้าได้อย่างดีเลิศในลักษณะที่เกินความคาดหวังของลูกค้าและเหนือกว่าคู่แข่ง

2. ราคา (Price) ราคาเป็นส่วนประสมการตลาดที่สร้างรายได้ให้แก่บริษัท มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าและคุณภาพของบริการที่บริษัทนำเสนอ การกำหนดราคาสามารถกำหนดได้ 3 วิธี คือ การ

กำหนดราคาจากต้นทุนซึ่งเป็นราคาที่ต่ำที่สุด การกำหนดราคาจากการแข่งขัน และการกำหนดราคาจากคุณค่าผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ารับรู้ซึ่งเป็นราคาสูงสุด

3. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) คือ การนำสินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ลูกค้าได้บริโภคสินค้าหรือบริการนั้น ในการจัดจำหน่ายบริการผู้บริหารควรคำนึงถึงหลักเกณฑ์ 2 ประการ คือ การเข้าถึงได้ และความพร้อมที่จะให้บริการ เนื่องจากบริการมีการผลิตและการบริโภคพร้อมกัน ลูกค้าต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตบริการด้วย ผู้ให้บริการจึงต้องทำให้บริการสามารถเข้าถึงได้ และเนื่องจากบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้บริการจึงต้องพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าเสมอ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การสื่อสารทางการตลาดเป็นการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ช่วยให้ลูกค้าเข้าใจบริการได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น กระบวนการสื่อสารมีองค์ประกอบ 4 ประการคือ ผู้ส่งข่าวสาร ข่าวสาร สื่อที่ใช้ในการส่งข่าวสาร และผู้รับข่าวสาร เครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาดประกอบด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยไม่ใช้บุคคล ช่วยทำให้ลูกค้ารู้จักสินค้าและบริการ และมองเห็นความแตกต่างระหว่างบริการของกิจการกับบริการของคู่แข่ง

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการขายที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้าช่วยส่งเสริมให้มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การส่งเสริมการขายมุ่งเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม คือ ลูกค้า คนกลาง และพนักงานขาย

4.4 การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นการรักษาภาพลักษณ์ และทำความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับสาธารณชนอย่างต่อเนื่อง

4.5 การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) เป็นแหล่งอ้างอิงที่มีความสำคัญต่อธุรกิจบริการ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งในแง่บวกเมื่อผู้บริโภคพอใจในบริการ และในแง่ลบเมื่อลูกค้าไม่พอใจบริการที่ได้รับ

4.6 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการส่งข่าวสารไปยังบุคคลโดยเฉพาะ โดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ซึ่งเกิดจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์

5. บุคคล (People) คือ บุคคลทั้งหมดที่มีส่วนร่วมในการนำเสนอบริการ รวมถึงพนักงานลูกค้าที่มาใช้บริการ และลูกค้าคนอื่นๆ ที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมของการบริการด้วย ซึ่งพนักงานมี

ความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการ และยังเป็นปัจจัยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ ทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน

6. กระบวนการ (Process) คือ ขั้นตอนในการให้บริการเป็นส่วนหนึ่งของบริการ กระบวนการเกี่ยวข้องกับการสร้างและนำเสนอบริการให้กับลูกค้า เพื่อเพิ่มคุณภาพในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของลูกค้า

7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ สิ่งที่มองเห็นหรือรับรู้ได้เป็นรูปธรรม ใช้บ่งชี้คุณภาพของบริการ อาจเป็นสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ สถานที่ที่มีปฏิสัมพันธ์กัน หรือสิ่งอำนวยความสะดวก

## 2. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การวิเคราะห์ทางเทคนิคเพื่อศึกษาว่าการที่เราจะเลือกผลิตภัณฑ์ขึ้นมาจำหน่ายมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคหรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคและหนทางแก้ไขอย่างไร การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคมีแนวทางในการพิจารณาดังต่อไปนี้ (ฐาปนา ฉิ้นไพศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ, 2553)

1. สถานที่ตั้งของโครงการ
2. การออกแบบและวิศวกรรมของโครงการ
3. ขนาดของโครงการและการพิจารณาถึงความคาดหวังของตลาด
4. วัสดุที่ใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
5. ปริมาณและคุณภาพของแรงงานที่ต้องการ
6. กำหนดการดำเนินงานของโครงการ
7. การประมาณการค่าใช้จ่ายของโครงการ

## 3. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

การศึกษาถึงการจัดการก่อนการดำเนินงาน ในด้านการขออนุญาตในการดำเนินการก่อสร้างอาคารพาณิชย์ การขออนุญาตในการใช้อาคาร นอกจากนี้ยังรวมถึงการศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบในการดำเนินงานขององค์กร การจัดการ โครงสร้างการบริหารงาน การกำหนดคุณสมบัติ หน้าที่และความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่ง การสรรหาและการรักษานักงาน รวมทั้งการกำหนดค่าตอบแทนในแต่ละตำแหน่ง และการดำเนินงานด้านต่างๆ ก่อนการเปิดกิจการ เพื่อให้โครงการดำเนินกิจการประสบความสำเร็จ (ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550)

#### 4. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ที่จะนำไปสู่ข้อสรุปในการเลือกลงทุนในโครงการต่างๆ โดยอาศัยเทคนิคในการวิเคราะห์การลงทุน เพื่อช่วยให้ผู้ลงทุนมีความมั่นใจในการลงทุนในโครงการลงทุนนั้นๆ มีเกณฑ์การตัดสินใจที่ใช้ข้อมูลทางการเงินและกระแสเงินสด โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้ (สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2550)

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period หรือ PB) หมายถึง ระยะเวลาที่การลงทุนนั้นใช้ไปในการลงทุน เพื่อให้กระแสเงินสดรับสุทธิที่ได้จากการลงทุน คุ้มค่ากับต้นทุนที่ต้องลงทุนไป ระยะเวลาคืนทุน เป็นการคำนวณหาจุดคุ้มทุนของโครงการที่ทำ โดยมีหน่วยวัดเป็นระยะเวลา ว่าเมื่อมีการลงทุนในโครงการนั้นและจะใช้เวลากี่งวดในการคืนทุน ซึ่งโดยปกติแล้ว ในการลงทุน มักจะประมาณการกระแสเงินสดในแต่ละงวดมีหน่วยเป็นปี

วิธีการคิดระยะเวลาคืนทุน จะสามารถคำนวณหาได้โดยการคำนวณหากระแสเงินสดสะสมสุทธิในแต่ละช่วงเวลา จนกระทั่งกระแสเงินสดสะสมสุทธิเป็นบวก หากกระแสเงินสดสะสมเปลี่ยนจากการติดลบ มาเป็นบวกในงวดเวลาใด ก็หมายความว่า ระยะเวลาคืนทุนเกิดขึ้นภายในงวดเวลานั้นนั่นเอง จึงสามารถแสดงการคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนได้ดังสมการ

$$\text{ระยะเวลาการคืนทุน} = \frac{\text{ค่าใช้จ่ายในการลงทุน}}{\text{ผลตอบแทนเฉลี่ยสุทธิต่อปี}}$$

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) เป็นการหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิของโครงการในแต่ละปี ซึ่งเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดเข้า (Cash Inflows) หักด้วย มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดออก (Cash Outflows) โดยใช้ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนของโครงการเป็นอัตราคิดลด เมื่อรวมกระแสเงินสดที่คิดมูลค่าปัจจุบันแล้ว ผลลัพธ์ที่ได้คือมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มูลค่าปัจจุบันสุทธิสามารถคำนวณได้จากสมการ

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0$$

โดย NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิ  
CF<sub>t</sub> = กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปีตลอดอายุโครงการ

- r = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ
- $I_0$  = เงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ
- t = ปีของโครงการ คือ ปีที่ 1, 2, 3, ..., n
- n = อายุของโครงการ

3. อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return หรือ IRR) เป็นการคำนวณหาค่าของอัตราผลตอบแทนที่ได้รับอย่างแท้จริงจากโครงการลงทุนหนึ่งๆ คือ อัตราผลตอบแทนที่ทำให้ค่า NPV ของโครงการลงทุนนั้นมีค่าเท่ากับศูนย์ เมื่อพิจารณาด้วยมูลค่าของเงินตามเวลา (Time Value of Money) ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดและอัตราผลตอบแทนภายใน จึงสามารถแสดงได้ดังสมการ

$$NPV = 0 = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t} - I_0$$

- โดย
- $CF_t$  = กระแสเงินสดรับสุทธิรายปีตลอดอายุโครงการ
  - IRR = อัตราผลตอบแทนภายใน
  - $I_0$  = เงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ
  - t = ปีของโครงการ คือ ปีที่ 1, 2, 3, ..., n
  - n = อายุของโครงการ

4. ดัชนีกำไร (Profitability Index หรือ PI) เป็นดัชนีที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับรวมทั้งโครงการกับค่าปัจจุบันของเงินลงทุน

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + r)^t}}{I_0}$$

- โดย
- $CF_t$  = กระแสเงินสดรับสุทธิรายปีตลอดอายุโครงการ
  - r = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ
  - $I_0$  = เงินจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ
  - t = ปีของโครงการ คือ ปีที่ 1, 2, 3, ..., n
  - n = อายุของโครงการ

5. การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) จะวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าผลตอบแทนของโครงการ โดยวัดจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ โดยใช้หลักการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยหนึ่งๆ ที่มีผลกระทบต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ ซึ่งจะพิจารณาการเปลี่ยนแปลงที่ละปัจจัย โดยให้ปัจจัยอื่นคงที่ แล้วนำไปเปรียบเทียบกับกรณีพื้นฐานของโครงการ (Base Case) เพื่อพิจารณาว่าการเปลี่ยนแปลงปัจจัยเหล่านั้นเป็นผลดีหรือผลเสียต่อโครงการมากน้อยเพียงใด

### สมมติฐานและเกณฑ์การยอมรับ

ในการลงทุนในธุรกิจห้องเช่าสำหรับการกวาดวิชาตำบลวัดเกต อำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระยะเวลาโครงการ 20 ปี โดยอ้างอิงจากระยะเวลาของโครงการในการวิจัยการลงทุนสร้างหอพักในตำบลป่าตันอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของชัชชัย วรกิตติสรณ์

เกณฑ์การยอมรับการลงทุนของโครงการกำหนดให้มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period หรือ PB) อยู่ที่ 10 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับศูนย์ และปฏิเศษโครงการเมื่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิ มีค่าน้อยกว่าศูนย์ อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return หรือ IRR) ของโครงการสูงกว่าต้นทุนเงินทุน (WACC) จะยอมรับโครงการ และปฏิเศษโครงการเมื่ออัตราผลตอบแทนภายในต่ำกว่าต้นทุนเงินทุน และกิจการจะยอมรับการลงทุนเมื่อค่าดัชนีกำไร (Profitability Index หรือ PI) มีมูลค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 1 และปฏิเศษโครงการเมื่อค่าดัชนีกำไรต่ำกว่า 1

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัชชัย วรกิตติสรณ์ (2550) ศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนโครงการหอพักในตำบลป่าตัน อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยศึกษาความเป็นไปได้ใน 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนโพลีเทคนิคลานนา นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ พนักงานโรงพยาบาลลานนาและห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส สาขาภาคเหนือ จำนวน 200 ราย และสำรวจผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการหอพัก จำนวน 100 ราย ผลจากการสำรวจพบว่า ด้านการตลาด มีความต้องการหอพักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันภายในห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกของส่วนกลาง และพนักงานรักษาความปลอดภัย โดยหอพักที่ใช้เป็นที่ศึกษานี้มีผู้สนใจจะใช้บริการร้อยละ 78 ด้านเทคนิค หอพักมีลักษณะเป็นอาคารหลังเดี่ยวสูง 3 ชั้น มี 29 ห้อง แต่ละห้องมีขนาด 26.6 ตารางเมตร และมีสำนักงาน ร้านมินิมาร์ท ร้านอาหาร และร้านซักรีด ด้านการจัดการ เป็นธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว โดย

รับผิดชอบในตำแหน่งผู้จัดการหอพัก และจ้างพนักงานทำความสะอาดและพนักงานรักษาความปลอดภัย ด้านการเงิน ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 5,200,000 บาท เป็นส่วนของเจ้าของ 3,120,000 บาท และกู้ยืมจากธนาคาร 1,080,000 บาท มีต้นทุนเงินทุนร้อยละ 8 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 50,718 บาท อัตราผลตอบแทนร้อยละ 8.11 ระยะเวลาคืนทุน 11 ปี 3 เดือน จุดคุ้มทุน 17 ห้องต่อเดือน จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

**พัชรา บัวเกตุ (2551)** ศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ในอำเภอเมือง จังหวัดตาก โดยศึกษาความเป็นไปได้ 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โรงเรียนกวดวิชาในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ และการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่กำลังศึกษาอยู่ใน โรงเรียนตากพิทยาคม และ โรงเรียนผดุงปัญญาจังหวัดตาก จำนวน 400 คน ผลการสำรวจพบว่า ด้านการตลาด ให้ความสำคัญกับหลักสูตรและบุคลากรผู้สอน โดยเน้นการสอนแบบผสมผสาน มีความสะดวกในการเดินทางและจอดรถรับส่ง ด้านเทคนิค อาคารพาณิชย์ขนาด 3 ชั้นครึ่งจำนวน 2 คูหา การเดินทางสะดวก สื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย ด้านการจัดการ ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบุคคลธรรมดา เน้นการคัดเลือกบุคลากรครูที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญมีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 1 ปี ค่าตอบแทน ด้านการเงิน โดยใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 2,295,810 บาท จากการกู้ยืม 690,000 บาท และส่วนของเจ้าของ 1,605,810 บาท มีต้นทุนเงินทุนร้อยละ 12.47 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 991,583 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการร้อยละ 26.62 ระยะเวลาคืนทุนประมาณ 3 ปี จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

**สมชาย ทรัพย์สินโอฬาร (2552)** ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนสร้างห้องชุดให้เช่า ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร การศึกษาได้แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ห้องเช่า และกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะใช้บริการในอนาคต จำนวน 200 คน และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอพาร์ทเมนท์ 5 ราย ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตลาด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล กระบวนการบริการ ผลิตภัณฑ์ ราคา ด้านเทคนิค ห้องมีขนาด 3.4 เมตร ยาว 6.5 เมตร มีห้องน้ำในห้องพัก มีที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และมีสวนหย่อม ด้านการจัดการ ดำเนินงานในรูปแบบเจ้าของคนเดียว มีผู้จัดการ พนักงานรักษาความปลอดภัย และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ตำแหน่งละ 1 คน ด้านการเงิน เงินลงทุนเริ่มแรก 23,323,120 บาท เป็นส่วนของเจ้าของทั้งหมด มีระยะเวลาคืนทุน 14.01 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ อัตราคิดลด 9.25% เท่ากับ -7,258,191 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการร้อยละ 5.8901 ดังนั้นจึงไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน